



Генеральная Ассамблея

Distr.: General
7 February 2022
Russian
Original: English

Комитет по информации

Семьдесят четвертая сессия

3 мая 2022 года — 13 мая 2022 года

Пункт 7 предварительной повестки дня*

**Рассмотрение докладов, представленных
Генеральным секретарем**

Деятельность Департамента глобальных коммуникаций: услуги в области стратегических коммуникаций

Доклад Генерального секретаря

Резюме

В настоящем докладе, подготовленном во исполнение резолюции [76/84](#) В Генеральной Ассамблее, содержится обзор прогресса, достигнутого Департаментом глобальных коммуникаций в период с 1 июля 2021 года по 31 января 2022 года и касающегося популяризации работы Организации Объединенных Наций среди глобальной аудитории посредством предоставления услуг в области стратегических коммуникаций.

Подпрограмма по услугам в области стратегических коммуникаций — это одна из трех подпрограмм Департамента, которую осуществляет Отдел стратегических коммуникаций, разрабатывающий и реализующий стратегии распространения Организацией Объединенных Наций информации по важнейшим вопросам. Отдел также руководит работой сети информационных центров Организации Объединенных Наций, которые являются отделениями Департамента на местах.

Информация о деятельности, осуществляемой по линии других подпрограмм Департамента, а именно подпрограмм «Новостное обслуживание» и «Информационно-просветительские услуги», представлена в отдельных докладах Генерального секретаря ([A/AC.198/2022/3](#) и [A/AC.198/2022/4](#) соответственно).

* [A/AC.198/2022/1](#).



I. Введение

1. В своей резолюции [76/84](#) В Генеральная Ассамблея приняла к сведению доклады Генерального секретаря о деятельности Департамента глобальных коммуникаций, представленные на рассмотрение Комитета по информации на его сорок третьей сессии ([A/AC.198/2021/2](#), [A/AC.198/2021/3](#) и [A/AC.198/2021/4](#)), и просила Генерального секретаря продолжать представлять Комитету доклады о деятельности Департамента.
2. В настоящем докладе Департамент представляет запрошенную информацию об услугах в области стратегических коммуникаций.
3. В настоящем докладе освещается деятельность, которую Отдел стратегических коммуникаций Департамента осуществлял с 1 июля 2021 года по 31 января 2022 года и которая заключалась в проведении стратегических коммуникационных кампаний по важнейшим вопросам. В докладе также рассматривается вопрос о том, как сеть информационных центров Организации Объединенных Наций осуществляла глобальную коммуникационную стратегию Организации Объединенных Наций и активизировала во всем мире информационно-пропагандистскую работу, укрепляя сотрудничество с канцеляриями координаторов-резидентов Организации Объединенных Наций и страновыми группами Организации Объединенных Наций.
4. Кроме того, в докладе показано, как Департамент продолжал корректировать свою работу, осуществляемую в Центральных учреждениях и на местах, путем использования творческих подходов как к выполнению своих приоритетных задач в сложных оперативных условиях, вызванных пандемией коронавирусного заболевания (COVID-19), так и к ведению борьбы с самой пандемией, в том числе путем руководства усилиями по информированию о кризисе, координации этих усилий и противодействия распространению недостоверной и ложной информации.

II. Борьба с пандемией

5. В отчетный период Департамент глобальных коммуникаций совместно со Всемирной организацией здравоохранения (ВОЗ) продолжал руководить усилиями по координации коммуникационной деятельности, осуществляемой в рамках системы Организации Объединенных Наций в связи с пандемией COVID-19. Департамент определил приоритетность информационных мероприятий, связанных с COVID-19, и скорректировал свою работу, с тем чтобы, несмотря на вызванные пандемией ограничения, охватить как можно более широкую аудиторию.
6. Тема доступа к вакцинам занимала видное место в коммуникационной деятельности Организации Объединенных Наций, в том числе благодаря проведению кампании «Проверено», направленной на борьбу с дезинформацией о вирусе. Так, уделяя особое внимание конкретным регионам и тематическим областям, Департамент пропагандировал на своих платформах меры реагирования на пандемию и меры подготовки к восстановлению, принятые панафриканскими учреждениями, такими как Африканский союз, Африканский экспортно-импортный банк и Агентство Африканского союза по развитию — Новое партнерство в интересах развития Африки, а также отдельными африканскими странами и системой Организации Объединенных Наций.

7. В сентябре, когда открывалась семьдесят шестая сессия Генеральной Ассамблеи, Департамент вместе с Международной организацией труда (МОТ) распространял информацию о концептуальной записке Генерального секретаря под названием «Инвестирование в рабочие места и социальную защиту для искоренения бедности и устойчивого восстановления» и о сопутствующем мероприятии высокого уровня; в ходе этой сессии подчеркивалось, что пандемия усугубила неравенство, которое может подрывать доверие и солидарность, разжигать конфликты и стимулировать вынужденную миграцию.

8. Департамент также продолжал организовывать мероприятия как в виртуальном, так и в смешанном формате, включая следующие: медиафорум по целям в области устойчивого развития, проведенный во время открытия семьдесят шестой сессии Генеральной Ассамблеи; мероприятие “Dialogues COP 26”, проведенное в ходе двадцать шестой сессии Конференции сторон Рамочной конвенции Организации Объединенных Наций об изменении климата (31 октября — 12 ноября, Глазго, Соединенное Королевство Великобритании и Северной Ирландии); Международный семинар для средств массовой информации по вопросу о мире на Ближнем Востоке, проведенный Организацией Объединенных Наций в ноябре; шестой этап подготовки, который был организован в ноябре для старших сотрудников учреждений, фондов, программ и миротворческих операций и был посвящен информированию о сексуальной эксплуатации и сексуальных надругательствах; и учебная программа для палестинских журналистов, проведенная с 19 ноября по 22 декабря 2021 года.

9. Поскольку традиционных очных мероприятий в честь Международного дня Нельсона Манделы (18 июля) не проводилось, Департамент разработал задание «Действуй сейчас x День Манделы» в рамках кампании «Действуй сейчас», посвященной индивидуальным действиям в области климата. Людям было предложено провести в своих местных общинах мероприятия в поддержку идеалов, о приверженности которым заявлял Нельсон Мандела. По состоянию на конец ноября 2021 года в рамках приложения «Действуй сейчас» было зарегистрировано около 86 000 действий, в том числе 70 000 «добрых дел».

III. Координация коммуникационной деятельности, осуществляемой в условиях кризиса в Центральных учреждениях и на местах

10. В отчетный период Департамент глобальных коммуникаций совместно с ВОЗ руководил коммуникационной деятельностью, оказывая на уровне руководства консультации для Антикризисной группы Организации Объединенных Наций по COVID-19. Департамент координировал коммуникационные меры, принимаемые в рамках системы Организации Объединенных Наций в ответ на пандемию и реализуемые по линии антикризисной секции, сопредседателями которой являются Департамент и ВОЗ и которая входит в Группу Организации Объединенных Наций по вопросам коммуникации, охватывающую структуры, специализированные учреждения, фонды и программы Организации Объединенных Наций, а также региональные комиссии.

11. После каждого заседания Группы кризисного регулирования вышеуказанная секция проводила свои встречи, с тем чтобы согласовать стратегические и информационные подходы к решению репутационных проблем, а также еженедельно обновляло информацию по вопросам пропаганды, мониторинга, контента и планирования. Каждые две недели эта секция проводила брифинги для Группы Организации Объединенных Наций по вопросам коммуникации и ежемесячно — для сотрудников информационных центров Организации

Объединенных Наций и сотрудников по коммуникационной деятельности, работающих в канцеляриях координаторов-резидентов. Эти усилия способствовали тому, чтобы мнения Организации Объединенных Наций оставались последовательными, а ее действия согласованными. Эта последовательность также нашла свое отражение в регулярном обновлении веб-портала, где размещается сводная и практическая информация о действиях Организации по реагированию на пандемию.

12. Департамент не только осуществлял совместное руководство усилиями по координации коммуникационной деятельности, осуществляемой в рамках системы Организации Объединенных Наций в связи с COVID-19, но и в соответствии с глобальной коммуникационной стратегией Организации Объединенных Наций активизировал действия в поддержку коммуникационной деятельности, осуществляемой в условиях кризиса. При этом предусматривалось более тесное сотрудничество с отделениями на местах и Центром Организации Объединенных Наций по операциям и кризисным ситуациям. Это также привело к использованию инструментов цифрового мониторинга, с тем чтобы Департамент улучшил методы выявления потенциальных кризисов и репутационных рисков; примером этому служит ситуация, когда Департамент созвал заседания секций, занимающихся вопросами коммуникационной деятельности в условиях кризиса и действующих в рамках Группы Организации Объединенных Наций по вопросам коммуникации, с тем чтобы отреагировать на ситуации в Афганистане, Эфиопии и Гаити, а также на утверждения, касающиеся непристойного поведения в Организации и озвученные в статье журнала «Нью-Йорк» (опубликована в сентябре 2021 года).

13. На еженедельных заседаниях секций по Афганистану и Эфиопии присутствовали специалисты по распространению информации, работающие в системе Организации Объединенных Наций, а сотрудники периферийных отделений вместе со своими коллегами, работающими на региональном уровне и в Центральном учреждении, обменивались идеями о планах, касающихся пропаганды, мониторинга, информационно-разъяснительной работы и контента, и обсуждали вопросы, связанные с репутацией Организации. В случае с Афганистаном Департамент вместе со Структурой Организации Объединенных Наций по вопросам гендерного равенства и расширения прав и возможностей женщин (Структура «ООН-женщины») разрабатывал стратегию по вопросам освещения и пропаганды прав женщин и девочек.

14. В отчетный период Департамент проводил учебные занятия по вопросам коммуникационной деятельности, осуществляемой в условиях кризиса, для сотрудников информационных центров Организации Объединенных Наций, канцелярий координаторов-резидентов, миротворческих операций и Колледжа персонала системы Организации Объединенных Наций.

IV. Укрепление доверия и борьба с дезинформацией

15. Благодаря своей фактологической и научно обоснованной информации, используемой для борьбы с дезинформацией о COVID-19 и укрепления доверия к вакцине, равенства и солидарности, кампания «Проверено», которая в мае 2020 года была запущена Департаментом глобальных коммуникаций в партнерстве с организацией по социальной мобилизации «Цель», переросла в глобальное движение. Взаимодействуя с более чем 200 партнерами по всему миру, участники компании «Проверено» с момента ее запуска разработали и распространили более 2000 материалов (от мемов до музыкальных клипов) на более чем 60 языках, которые охватили более миллиарда человек. Активное участие в

этой кампании приняли информационные центры Организации Объединенных Наций — от центров в Нью-Дели, Претории и Рио-де-Жанейро (Бразилия), которые проводили крупные кампании для конкретных стран, до небольших отделений в Дакке, Ташкенте и Варшаве, которые перевели глобальные материалы на местные языки и адаптировали их к местным условиям. Материалы, разработанные в рамках кампании «Проверено» и размещенные на страницах Организации Объединенных Наций в социальных сетях, неизменно относятся среди всех платформ к числу наиболее популярных еженедельных материалов.

16. До завершения пандемии еще далеко. На фоне сохранения всплеск заболевания и появления новых штаммов наступает усталость от пандемии, а доступ к средствам защиты и вакцинам остается неравномерным. Однако кампания «Проверено» набирает ход. Хотя коронавирус остается общим врагом, распространение недостоверной и ложной информации вызвало рост недоверия как к государственным медицинским учреждениям, так и к их информации. Именно этой теме было посвящено параллельное мероприятие, которое было проведено в сентябре 2021 года во время открытия семьдесят шестой сессии Генеральной Ассамблеи и которое было организовано Департаментом совместно с Канцелярией посланника Генерального секретаря по вопросам технологий, инициативой «Глобальный пульс», Программой развития Организации Объединенных Наций, Организацией Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО) и ВОЗ.

17. В конце июня 2021 года была запущена инициатива «Пауза», которая реализуется в рамках кампании «Проверено»; в соответствии с ней к людям обращается призыв брать паузу прежде распространения в Интернете какой-либо информации и тем самым содействовать борьбе с распространением дезинформации о COVID-19. Эта инициатива была представлена во время Всемирной недели медийной и информационной грамотности (24–31 октября 2021 года) на виртуальном мероприятии высокого уровня, проведенном Департаментом совместно с организацией «Цель». Благодаря соответствующим мерам по пропаганде инициативы «Пауза», которая осуществлялась с помощью рекламных кредитов от сети «Фейсбук», во всем мире было охвачено 110 миллионов человек, произведено более 500 000 переходов по ссылке на веб-сайт кампании «Проверено», зарегистрировано 62 000 случаев реагирования на сообщения, оставлено более 3000 комментариев и зафиксировано более 4000 случаев обмена контентом.

18. Одновременно с проведением Всемирной недели медийной и информационной грамотности несколько структур Организации Объединенных Наций организовали мероприятия по вопросам медийной и информационной грамотности; так, информационный центр Организации Объединенных Наций в Анкаре и Информационная служба Организации Объединенных Наций в Вене перевели материалы, выпущенные в рамках кампании «Проверено» и инициативы «Пауза», на немецкий, венгерский, словацкий, словенский и турецкий языки и обеспечили их широкое распространение. Информационный центр в Нью-Дели и канцелярия координатора-резидента в Индии, объединив усилия с Верховным комиссаром Организации Объединенных Наций по делам беженцев, провели для представителей средств массовой информации семинар, посвященный теме беженцев. Совместно с Многосекторальным региональным бюро ЮНЕСКО в Абудже и Школой коммуникаций при Университете штата Лагос информационный центр в Лагосе организовал вебинар, в ходе которого к правительству Нигерии был обращен призыв поддержать идею всеобщей доступности информации. В информационном центре Организации Объединенных Наций в Вашингтоне, округ Колумбия, состоялась встреча экспертов по вопросам грамотности, связанной с использованием цифровых коммуникаций и социальных сетей, с

тем чтобы обсудить перспективы использования кампании «Проверено» в других сферах деятельности Организации Объединенных Наций и степень ее актуальности для рекомендаций, выдвинутых Генеральным секретарем в его докладе под названием «Наша общая повестка дня».

19. В ноябре участники кампании «Проверено» вместе с обучающим веб-сайтом wikiHow запустили курс цифровой грамотности, который посвящен вопросам борьбы с дезинформацией в Интернете, доставляется по электронной почте и доступен для скачивания на арабском, английском, французском, португальском и испанском языках и на хинди; этот курс широко рекламировался в рамках кампании «Проверено», на веб-сайте wikiHow, а также в информационных центрах Организации Объединенных Наций. В отчетный период Департамент глобальных коммуникаций проводил для региональных групп периферийных отделений брифинги, посвященные кампании «Проверено», а также организовал при содействии Колледжа персонала системы Организации Объединенных Наций учебные занятия по борьбе с дезинформацией в Интернете.

20. Действуя при поддержке информационных центров Организации Объединенных Наций, участники кампании «Проверено» начали сотрудничать с Оксфордским институтом Интернета и региональными партнерами в сфере исследований, с тем чтобы провести ряд мероприятий в Бразилии, Индии и Нигерии. В каждой стране исследователи присоединятся к общественным группам, созданным в социальной сети «Уотсап», чтобы помочь противостоять дезинформации о COVID-19 с помощью фактической, научно обоснованной информации и оценить реакцию на их усилия. Анализируя ряд связанных с контентом переменных, включая тон, формат и специфику, группы смогут прийти к обобщающим выводам о путях использования коммуникационной деятельности для того, чтобы ограничить воздействие и распространение дезинформации.

21. Чтобы придать своей работе импульс, участники кампании «Проверено» рассмотрели накопленный опыт об изменении коммуникационных потребностей в свете пандемии COVID-19, обратив особое внимание на необходимость учета культурной специфики. Одним из примеров служит кампания «Звакала»: в шести провинциях Южной Африки местные художники создали настенные росписи, призванные повысить осведомленность о COVID-19, а в целях ее пропаганды на пяти местных языках были выпущены объявления социальной рекламы (16 по телевидению и 32 по радио). Действуя при поддержке национальных вещательных компаний «Малтичойс» и Южноафриканской радиовещательной корпорации, информационный центр Организации Объединенных Наций в Претории с июля взаимодействует с Министерством здравоохранения Южной Африки, Агентством Соединенных Штатов по международному развитию и Детским фондом Организации Объединенных Наций, с тем чтобы информация об этой кампании распространилась по всей стране.

22. Выпуск целевых материалов, призванных привлечь внимание труднодоступной аудитории, лежал в основе сотрудничества, которое информационный центр в Дели и канцелярия координатора-резидента поддерживали с местными неправительственными организациями и активистами в целях донесения информации до жителей трущоб в Дели и женщин в штате Бихар, где традиционная инфраструктура общественного здравоохранения и коммуникаций слишком слабо развита для эффективного распространения информации, связанной с общественным здравоохранением. Это сотрудничество позволило охватить более 25 000 домохозяйств в 33 неофициальных поселениях по всему Дели; учредить в Дели сеть из 150 «проверенных саати» (лидеров общин); привлечь 10 000 вакцинированных водителей-авторикш и уличных торговцев к пропаганде вакцинации; подготовить вместе с подкастом «Все индийцы имеют значение» выпуск о

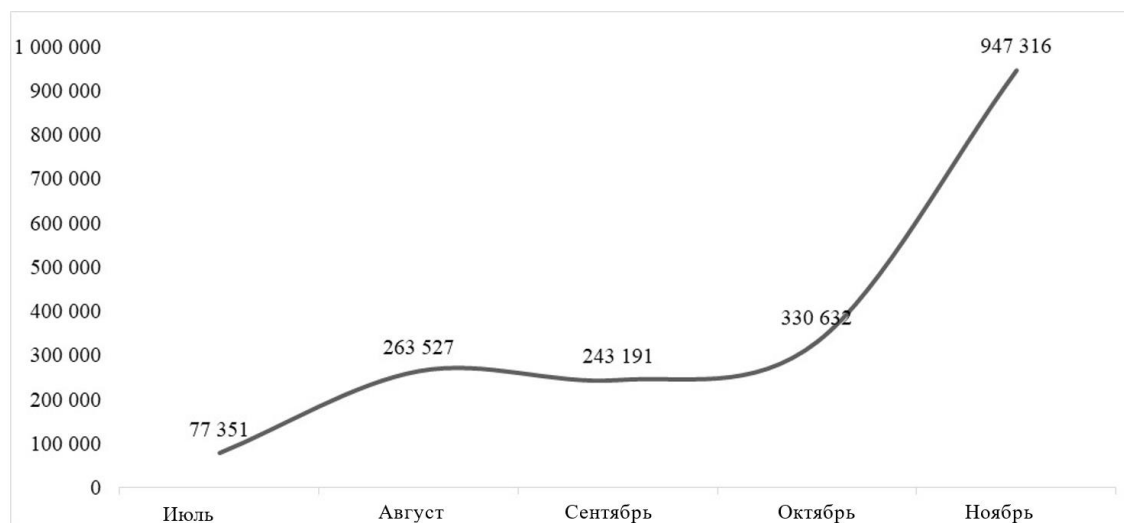
недоверия к вакцинации; осуществлять в течение трех месяцев в сети «Уотсап» взаимодействие с более чем 85 группами, в которые входят в общей сложности 8600 человек, в целях распространения 105 материалов, подготовленных в рамках кампании «Проверено»; и привлечь на всей территории Бихара более 10 000 учителей к просмотру вебинара, посвященному развенчанию мифов о вакцинации женщин.

23. В июле информационный центр Организации Объединенных Наций в Рио-де-Жанейро при поддержке сети «ТикТок» организовал музыкальный онлайн-фестиваль под названием “#EachOneOfUs”. Ролик об этом молодежном фестивале собрал в общей сложности 227 449 просмотров и 13,8 млн просмотров по хэштегу в сети «ТикТок», а в средствах массовой информации с соответствующими статьями ознакомились 42 миллиона читателей. В августе и сентябре Олимпийский и Паралимпийский комитеты Бразилии совместно с представителями кампании «Проверено» и информационного центра запустили инициативу под названием “#OneSingleTeam”, направленную на пропаганду сплоченности перед лицом COVID-19 и охватившую 3,9 миллиона человек в социальных сетях и 4,0 миллиона человек через статьи в средствах массовой информации.

24. Инициатива под названием “#OnlyTogether”, запущенная в рамках кампании «Проверено» в марте 2021 года, продолжает способствовать активизации усилий в поддержку справедливого доступа к вакцинам. По состоянию на середину декабря хэштег #OnlyTogether был использован в общей сложности 28 миллионов раз, а инициатива охватила почти 10 миллионов человек.

25. Опираясь на свой опыт противодействия дезинформации по COVID-19, Департамент активизировал усилия по борьбе с изменением климата. В результате сотрудничества, осуществляемого между Департаментом и поисковой системой Интернета «Гугл» и направленного на распространение фактологической и достоверной информации о климате, с 25 октября 2021 года пользователи системы «Гугл» при каждом запросе со словами «изменение климата» получают к авторитетную информацию Организации Объединенных Наций. В результате такого запроса страницы на английском, французском и испанском языках демонстрируют короткие и понятные объявления в текстовом и визуальном форматах о причинах и последствиях изменения климата и о конкретных действиях, которые люди могут предпринять для содействия борьбе с изменением климата, а также показывают ссылки на веб-сайт Организации Объединенных Наций по действиям в области климата; благодаря этому в ноябре число просмотров веб-страницы увеличилось почти на 950 000, тогда как в первой половине 2021 года этот показатель в среднем составлял около 100 000 в месяц (см. рисунок I). В ноябре около 682 000 (72,0 процента) просмотров этой страницы приходилось на английский язык, 198 000 (20,9 процента) на испанский, 25 500 (2,7 процента) на арабский, 19 000 (2,0 процента) на китайский, 12 500 (1,3 процента) на французский и 10 000 (1,1 процента) на русский. Ожидается, что в 2022 году сотрудничество с компанией «Гугл» охватит и другие языки, включая арабский, китайский, русский, индонезийский, итальянский, японский и португальский.

Рисунок I
Ежемесячные просмотры страниц веб-сайта, посвященного деятельности по борьбе с изменением климата (июль — ноябрь 2021 года)



26. В октябре 2021 года усилия по противодействию дезинформации и по распространению точной и научно обоснованной информации об изменении климата стали предприниматься в сети «Ютуб», где с 3 ноября в ответ на каждый запрос видеоролика об изменении климата на английском языке немецкие, индонезийские, японские, португальские и испанские пользователи видят информационную панель с определением и ссылкой на веб-страницу Организации Объединенных Наций под названием «Что такое изменение климата?». Эта веб-страница стала самой посещаемой на веб-сайте Организации Объединенных Наций, посвященной вопросам климата и находящейся в ведении Департамента: за две недели проведения Конференции Организации Объединенных Наций по изменению климата в Глазго число ее просмотров увеличилось до 214 000 с 23 000 в предыдущие две недели. Благодаря этому росту также значительно увеличилась посещаемость соответствующих веб-страниц информационных центров Организации Объединенных Наций. Например, в ноябре число посетителей веб-страницы об изменении климата на японском языке, которую ведет информационный центр в Токио, выросло со 100 до 1000 в день, причем 80 процентов посетителей переходили на нее с платформы «Ютуб».

27. Партнерство с другими платформами, включая «Фейсбук», «Инстаграм», «Линкедин», «Твиттер» и «Уотсап», помогло Департаменту бороться с дезинформацией в Интернете и привлечь внимание пользователей социальных сетей к таким темам, как цели в области устойчивого развития, действия по борьбе с изменением климата, COVID-19 и вакцины. Сети «Фейсбук» и «Инстаграм» оказали кампании «Проверено» поддержку путем предоставления рекламных кредитов. Сеть «Линкедин» предоставила для кампании «Проверено» рекламные кредиты, благодаря которым были приняты меры по целевому информированию и выбору аудитории в целях привлечения приоритетных заинтересованных сторон, включая корпоративный сектор, и повышения осведомленности о необходимости справедливого доступа к вакцинам. Благодаря безвозмездной рекламе, которая обеспечивается с августа, сеть «Линкедин» поддержала кампании по таким вопросам, как восстановление после COVID-19, борьба с климатическим кризисом и противодействие расовому и гендерному неравенству.

28. Сотрудничая со структурами системы Организации Объединенных Наций, Департамент продолжал выступать за то, чтобы в социальных сетях реализовывались или совершенствовались существующие стратегии по борьбе с дезинформацией и языком ненависти.

V. Коммуникационные кампании

A. Устойчивое развитие

29. Обзор целей в области устойчивого развития, с которого 20 сентября начался этап заседаний высокого уровня семьдесят шестой сессии Генеральной Ассамблеи и для которого Департамент глобальных коммуникаций разработал специальную платформу и пакеты материалов для социальных сетей на девяти языках, вызвал у аудитории огромный интерес. В течение той недели в качестве своей основной инициативы Департамент запустил в социальных сетях инициативу «Выполнить обещание»: людям по всему миру было предложено взять на себя обязательство, которое вдохновлялось бы целями в области устойчивого развития и которое реализовывалось бы в их повседневной жизни с целью содействовать построению лучшего мира для всех. Выступая в качестве специальных посланников президента Республики Корея, участники музыкальной группы BTS помогли активизировать участие в инициативе, а более 110 000 человек заявили о принятии обязательств.

30. Обзор целей в области устойчивого развития привлек к себе новую аудиторию по всему миру, в связи с чем за последние два года в социальных сетях Организации Объединенных Наций были достигнуты максимально высокие показатели. Благодаря 108 сообщениям, которые были опубликованы на девяти языках на платформах, находящихся в ведении группы социальных сетей Департамента, было произведено около 4 миллионов действий. В сентябре сообщения, связанные с выступлением группы BTS и обзором целей в области устойчивого развития, вошли в пятерку самых популярных материалов, размещенных на страницах Организации Объединенных Наций в сетях «Фейсбук» и «Твиттер» на арабском, английском, французском, португальском и испанском языках, а также на хинди и суахили. На странице Организации Объединенных Наций в сети «Инстаграм» материал, связанный с группой BTS, вошел в пятерку лучших сообщений года на английском, французском, португальском и испанском языках, а также на хинди и суахили. Сообщение о выступлении группы BTS, набравшее 180 000 просмотров, было одним из самых популярных видеоматериалов года, которые размещены на испаноязычной странице Организации Объединенных Наций языке в сетях «Инстаграм» и «Фейсбук». Сообщение, посвященное выступлению группы BTS и размещенное на англоязычной странице Организации Объединенных Наций в сети «Твиттер» с хэштегом #GlobalGoals, получило наибольшее число отметок «Нравится» среди всех твитов с 2020 года, побудило пользователей совершить 2 миллиона действий и собрало 3,1 миллиона просмотров.

31. Обзор целей в области устойчивого развития также способствовал росту посещаемости веб-сайта, который посвящен целям в области устойчивого развития и работу которого поддерживает Департамент: только в сентябре 2021 года было зарегистрировано около 3,7 миллиона просмотров, что примерно на 400 000 просмотров больше, чем в том же месяце 2020 года.

32. В июле Департамент совместно с Департаментом по экономическим и социальным вопросам пропагандировал политический форум высокого уровня по устойчивому развитию, а показатель его освещения увеличился на 29 процентов

по сравнению с показателем 2020 года. В 141 стране и территории на 57 языках были опубликованы более 4500 соответствующих статей. Работу форума широко освещали участники Договора со средствами массовой информации о целях в области устойчивого развития, такие как ANSA (Италия), ТАСС (Российская Федерация) и «Йоум7» (Египет).

33. Договор со средствами массовой информации о целях в области устойчивого развития, согласно которому информационные и развлекательные компании по всему миру обязуются использовать свои ресурсы и кадры в поддержку вышеуказанных целей, оставался в числе инструментов, с помощью которого Департамент привлекал внимание к вышеуказанным целям. По состоянию на середину декабря 2021 года Договор насчитывал более 250 участников; одними из последних к нему присоединились радиотелевизионная сеть «Бунту» (Бурунди), сеть «Малтичойс (Южная Африка), Токийская служба телерадиовещания (возглавляется Японской новостной сетью, в которую входят 28 телеканалов) и конгломерат средств массовой информации «Конде Наст» (Соединенные Штаты Америки). Участники получают доступ к специализированным материалам о вышеуказанных целях, возможность взять интервью у должностных лиц и экспертов Организации Объединенных Наций и возможность принять участие в таких мероприятиях, как медиафорум по целям в области устойчивого развития. В 2021 году медиафорум вызвал у средств массовой информации бурный интерес; в частности, во время этапа заседаний высокого уровня семьдесят шестой сессии Генеральной Ассамблеи англоязычный телеканал «Аль-Джазира» транслировал передачу “The Stream”, в ходе которой одним из ведущих был заместитель Генерального секретаря по глобальным коммуникациям.

Действия по борьбе с изменением климата

34. Во второй половине 2021 года стратегический подход Департамента к коммуникационной деятельности по вопросам климата возымел действие, в то время как Конференция Организации Объединенных Наций по изменению климата в Глазго вызвала бурный интерес среди общественности.

35. Непосредственно перед Конференцией в 44 странах информационные центры Организации Объединенных Наций, используя 19 языков, 88 раз распространяли статью Генерального секретаря под названием «Климатический тест в Глазго». Мониторинг средств массовой информации, проведенный Департаментом во время Конференции, показал, что в социальных и традиционных средствах массовой информации были широко освещены вступительная речь, с которой Генеральный секретарь выступил на Саммите мировых лидеров 1 ноября; его твит о Совместной Глазговской декларации по активизации действий в области климата в 2020-х годах, опубликованной Китаем и Соединенными Штатами 10 ноября; его интервью агентству «Ассошиэйтед Пресс» под заголовком “UN chief says global warming goal on ‘life support’” («Глава Организации Объединенных Наций говорит, что борьба с глобальным потеплением находится в глубоком кризисе»); его выступление на мероприятии высокого уровня, которое было посвящено глобальным действиям в области климата и состоялось 11 ноября; и его видеообращение, выпущенное сразу после принятия Глазговского климатического пакта 13 ноября.

36. В социальных сетях информация о Конференции Организации Объединенных Наций по изменению климата в Глазго вошла в число самых популярных материалов Организации Объединенных Наций за 2021 год, а видеоролики с места ее проведения собрали сотни тысяч просмотров и позитивные комментарии. В ряде многоязычных материалов, включая карточки с цитатами и фактами,

отражены важные идеи о том, что в преддверии и во время мероприятия необходимо активизировать действия в области климата. В материалах представлены мнения, касающиеся климатической тематики и выраженные представителями молодежи со всего мира, в том числе в прямом эфире во время социальных мероприятий, а также демонстрируются инновационные решения в целях борьбы с изменением климата. Информационную деятельность в области климата усилили несколько видных и авторитетных деятелей: например, посланец мира Организации Объединенных Наций Леонардо Ди Каприо и поборница целей в области устойчивого развития Дия Мирза изменили ссылку в биографии на своей странице в сети «Инстаграм», чтобы направлять миллионы своих подписчиков на веб-сайт Организации Объединенных Наций, посвященный действиям в области климата, или на веб-сайт кампании «Действуй сейчас».

37. Многочисленные национальные кампании, проведенные в преддверии Конференции в сотрудничестве с организацией «Цель», помогли подключить молодежь, предпринимателей, активистов и авторитетных деятелей к усилиям в поддержку действий по борьбе с изменением климата. Информационный центр Организации Объединенных Наций в Нью-Дели и присутствующие в Индии структуры Организации Объединенных Наций запустили в кампанию «Мы — изменение», в рамках которой 17 молодых сторонников борьбы с изменением климата призвали индийскую молодежь к обмену идеями о решении климатических проблем. На цифровых платформах кампания охватила более 27 миллионов человек, а в ведущих изданиях, таких как газета «Таймс оф Индия» и информационно-новостной веб-сайт «Ферстпост», о ней вышло более 166 материалов.

38. Информационный центр в Рио-де-Жанейро запустил кампанию «Мы — движение» (“Nós O Movimento”), которая собрала аудиторию в 46 миллионов человек благодаря коротким видеороликам, демонстрируемым в лифтах офисных зданий, торговых центрах и общественных местах по всей Бразилии. Еще 1,9 миллиона человек были охвачены благодаря цифровым панелям, которые были установлены в парке Ибирапуэра в Сан-Паулу и транслируют сообщения о последствиях изменения климата и необходимости срочных мер.

39. Южноафриканская радиовещательная корпорация осветила информацию о том, что в июле в Южной Африке Организация Объединенных Наций запустила кампанию “Rise the Game for Climate Action” («Активизировать действия в области климата»). На базе твиттер-кафе проводились дискуссии, в которых участвовали чиновники, активисты и авторитетные деятели и которые транслировались в прямом эфире; в социальных сетях распространялись короткие видеоролики «поборников перемен» (общественные, деловые и интеллектуальные лидеры, добивающиеся перемен); в населенных пунктах благодаря настенным росписям местное население смогло получить доступ к видеоролику о кампании с помощью QR-кода, который обеспечил бесплатный Wi-Fi и позволил донести информацию примерно до 400 000 человек; и почти 300 000 человек были извещены о действиях в области климата с помощью общинных радиопрограмм, выходящих на местных языках.

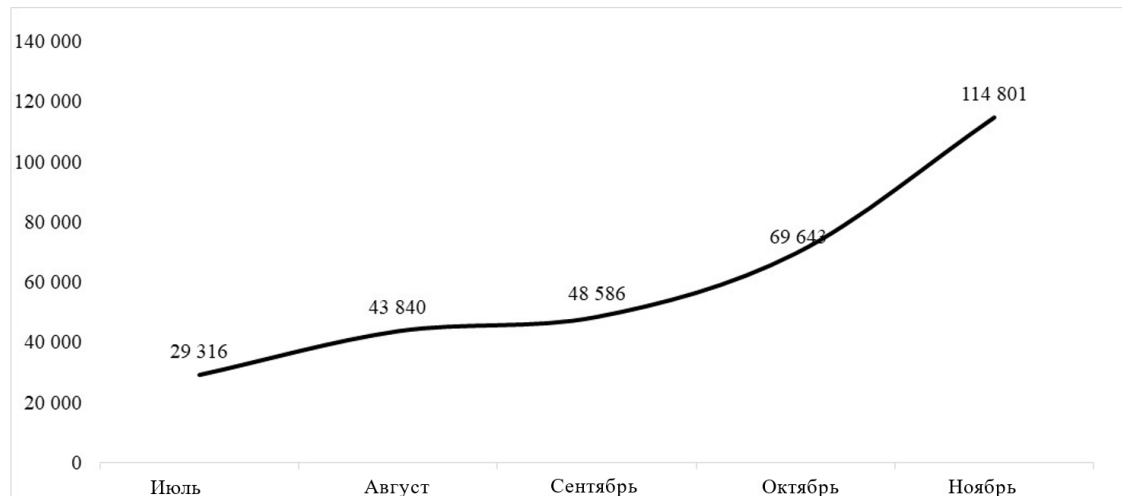
40. Информация о том, что в августе был выпущен доклад Рабочей группы I Межправительственной группы экспертов по изменению климата, озаглавленный “Climate Change 2021: The Physical Science Basis” («Изменение климата в 2021 году: основы с точки зрения физических наук»), получила широкое освещение в социальных сетях и традиционных средствах массовой информации и привлекла внимание авторитетных деятелей. Она была широко освещена в крупных изданиях всего мира, в том числе через новостные сообщения, передовицы и аналитические статьи, в которых разяснялись соответствующие концепции. Связанное с докладом предупреждение Генерального секретаря о том, что

климатический кризис создает «серьезную опасность для человечества», было широко процитировано и попало в заголовки газет в разных регионах и на разных языках. Посланцы мира и послы доброй воли — от Джейн Гудолл до Эйдана Галлахера и Йо-Йо Ма — помогли усилить резонанс послания Генерального секретаря в социальных сетях.

41. В отчетный период в рамках кампании Организации Объединенных Наций «Действуй сейчас», предусматривающей конкретные действия в области климата, с помощью соответствующего мобильного приложения и чат-бота было зарегистрировано еще 1,5 миллиона действий, вследствие чего их число составило 4,5 миллиона; при этом в ноябре 2021 года число просмотров веб-страниц по сравнению с июлем увеличилось почти в четыре раза (см. рисунок II). В ноябре около 66 процентов случаев просмотра страниц кампании «Действуй сейчас» приходилось на английский язык, 23 процента — на испанский, почти 5 процентов — на французский, 4 процента — на китайский и по 1 проценту — на арабский и русский. Когда в Глазго открывалась Конференция Организации Объединенных Наций по изменению климата, в приложении «Фейсбук мессенджер» был обновлен и перезапущен бот, который функционирует на нескольких языках, а также позволяет людям узнавать об экологически ответственном поведении и регистрировать свои действия; он получил более привлекательный визуальный контент и был впервые применен в сети «Инстаграм», которая привлекает более молодую аудиторию.

Рисунок II

Ежемесячные просмотры страниц на веб-сайте кампании «Действуй сейчас» (июль — ноябрь 2021 года)



42. Благодаря сотрудничеству с креативной отраслью кампания «Действуй сейчас» набирает обороты. В июле вымышленный персонаж «Кролик Питер» сыграл центральную роль в кампании, предусматривающей действия по борьбе с изменением климата и проведенной совместно с компанией «Сони пикчерз энтертейнмент», Продовольственной и сельскохозяйственной организацией Объединенных Наций (ФАО) и Фондом Организации Объединенных Наций. Призыв к участию в кампании «Действуй сейчас» содержался в визуальных материалах и видеороликах с хэштегом #PeterRabbitFoodHero, которые были произведены на нескольких языках и распространены через страницы Организации Объединенных Наций на социальных платформах и через сеть «Сони».

43. В ноябре на страницах Организации Объединенных Наций и партнеров в социальных сетях были размещены материалы на девяти языках в рамках всемирной кампании с хэштегом #TrollsFoodHeroes, которая проводилась совместно с ФАО, Фондом Организации Объединенных Наций и компанией «Дримуркс анимейшн» и пропагандировала здоровое питание и сокращение пищевых отходов.

В. Права человека

44. В августе, в преддверии встречи высокого уровня, посвященной двадцатой годовщине принятия Дурбанской декларации и Программы действий по борьбе с расизмом, нетерпимостью и дискриминацией, Департамент вместе с Управлением Верховного комиссара Организации Объединенных Наций по правам человека (УВКПЧ) начал многоязычную кампанию под названием “#FightRacism”. В рамках этой кампании, которая проходила в День прав человека (10 декабря), рассматривались связанные с расизмом темы и демонстрировались конкретные усилия в поддержку его искоренения. Частью визуального оформления и мультимедийной продукции был ряд материалов о воодушевляющих деятелях, которые сражаются с ксенофобией, дискриминацией и нетерпимостью, а сами эти материалы были размещены на микросайте “Durban +20 Sketches”; в ходе этапа заседаний высокого уровня было собрано 50 000 просмотров и зафиксировано 5000 случаев взаимодействия. Эти материалы относятся к наиболее увлекательному контенту, размещенному на странице Департамента в социальных сетях. В период с июля по ноябрь 2021 года на всех платформах появилось 265 сообщений, которые были опубликованы на девяти языках и в результате которых было зафиксировано более 50 000 случаев взаимодействия.

45. Кампания “#FightRacism”, в интересах которой информационные центры Организации Объединенных Наций организовали мероприятия и выпустили учитывающие местную специфику материалы, также способствовала внутренним усилиям Организации Объединенных Наций по противодействию расизму и дискриминации; они предпринимаются в рамках целевой группы, созданной Генеральным секретарем для борьбы с расизмом и обеспечения уважения человеческого достоинства каждого в Организации Объединенных Наций.

46. Мероприятия, посвященные Дню прав человека, были организованы в Центральных учреждениях Организации Объединенных Наций в Нью-Йорке и в Отделении Организации Объединенных Наций в Женеве, а специальные мероприятия состоялись в 14 информационных центрах, расположенных в Аккре, Бразавиле, Бужумбуре (Бурунди), Катманду, Лагосе (Нигерия), Лиме, Ломе, Лусаке, Маниле, Москве, Рио-де-Жанейро (Бразилия), Вене, Виндхукке и Янгоне (Мьянма). В интересах молодежи Департамент использовал свое стратегическое партнерство с игровой обучающей платформой «Кахут!», с тем чтобы ко Дню прав человека обновить содержание онлайн-викторины на английском, французском и испанском языках.

47. Продолжая поддерживать Международное десятилетие лиц африканского происхождения (2015–2024 годы), Департамент пропагандировал недавно установленный Международный день лиц африканского происхождения (31 августа), создав для него многоязычный веб-сайт. Департамент также поддержал празднование этого дня в Коста-Рике, где оно проводилось под руководством Фонда Организации Объединенных Наций в области народонаселения (ЮНФПА).

48. В отчетный период Департамент, который является членом межучрежденческой Рабочей группы по борьбе с языком ненависти, совместно с Канцелярией по предупреждению геноцида и по вопросу об ответственности по защите пропагандировал Стратегию и план действий Организации Объединенных Наций по борьбе с языком ненависти.

49. В интересах виртуального мероприятия, организованного Канцелярией Специального советника по предупреждению геноцида в честь Международного дня памяти жертв преступления геноцида, чествования их достоинства и предупреждения этого преступления (9 декабря), Департамент поддержал выпуск видеоролика, в котором с рассказами от первого лица выступили молодые активисты из Боснии и Герцеговины, Ирака и Руанды; этот видеоролик вместе с соответствующими многоязычными материалами, размещенными в социальных сетях, был также распространен по каналам Организации Объединенных Наций и партнеров.

С. Мир и безопасность

50. В сентябре завершился третий этап кампании «Служба и жертвенность», в рамках которой странам, предоставляющим воинские и полицейские контингенты, была выражена благодарность за их вклад в миротворческие операции Организации Объединенных Наций. Вышли материалы об 11 таких странах, в число которых входят Австрия, Бенин, Гватемала, Испания, Кот-д'Ивуар, Мавритания, Португалия, Сербия, Словакия, Таиланд и Финляндия, в результате чего в целом были освещены 52 страны. В отчетный период материалы об этой кампании, которая пропагандировалась с помощью хэштега #ServingForPeace, постоянно входили в число наиболее популярных публикаций в социальных сетях, а на различных платформах благодаря им было зафиксировано почти 400 000 случаев взаимодействия на девяти языках. Особой популярностью пользовался материал о женщинах-миротворцах. Департамент сотрудничал с Региональным информационным центром Организации Объединенных Наций для Западной Европы в Брюсселе, Информационной службой Организации Объединенных Наций в Вене и несколькими канцеляриями координаторов-резидентов в целях информирования о кампании на местных языках. В социальных сетях информацию о кампании также распространяли министерства иностранных дел и обороны, а также постоянные представительства нескольких стран при Организации Объединенных Наций.

51. Департамент глобальных коммуникаций вместе с Департаментом операций в пользу мира распространял информацию о Конференции Организации Объединенных Наций по вопросам поддержания мира, которая состоялась на уровне министров в Сеуле 7 и 8 декабря 2021 года. На этой встрече, в частности, были освещены разъяснительная работа со средствами массовой информации в странах, предоставляющих воинские и полицейские контингенты, усилия по разработке и распространению материалов в поддержку мероприятия высокого уровня по объявлению взносов, партнерство Организации Объединенных Наций со странами, предоставляющими воинские и полицейские контингенты, и необходимость активизации действий в поддержку миротворческих операций Организации Объединенных Наций.

52. Департамент также проинформировал о мультимедийной выставке «В их руках: женщины берут на себя ответственность за мир», которая была посвящена теме женщин и мира и безопасности и которая была организована Департаментом операций в пользу мира, Департаментом по политическим вопросам

и вопросам миростроительства и Структурой «ООН-женщины» с 15 октября по 5 ноября 2021 года в Центральных учреждениях Организации Объединенных Наций в Нью-Йорке.

53. В августе информационный центр Организации Объединенных Наций в Рабате через цифровые, печатные и вещательные средства массовой информации сообщил о том, что марокканские миротворцы, дислоцированные в Многопрофильной комплексной миссии Организации Объединенных Наций по стабилизации в Центральноафриканской Республике, получили медаль «За заслуги» Организации Объединенных Наций.

54. В ноябре Департамент глобальных коммуникаций, действуя совместно с Департаментом оперативной поддержки, Департаментом по стратегии, политике и контролю в области управления и Департаментом операций в пользу мира, провел шестой этап подготовки, который был предназначен для старших сотрудников учреждений, фондов, программ и операций по поддержанию мира и был посвящен информированию о сексуальной эксплуатации и сексуальных надругательствах. Более 20 участников виртуального семинара заслушали экспертов Организации Объединенных Наций и организаций гражданского общества по таким темам, как стратегическое информирование о сексуальной эксплуатации и сексуальных надругательствах, общесистемные инициативы по решению этой проблемы, эффективное интервьюирование в средствах массовой информации, использование социальных сетей для информирования общественности о политике и практике, проведение расследований, роль специалистов по распространению информации, а также методы общения с другими людьми о подходе Организации Объединенных Наций, ориентированном на учет интересов потерпевших.

55. В 2021 году Департамент совместно с ЮНФПА председательствовал на ряде заседаний целевых групп, в которых участвовали учреждения, фонды и программы Организации Объединенных Наций и которые были посвящены способам информирования о сексуальной эксплуатации и сексуальных надругательствах; в ходе этих заседаний для полевого персонала Организации Объединенных Наций было разработано руководство по реагированию на заявления о сексуальной эксплуатации и сексуальных надругательствах со стороны сотрудников системы Организации Объединенных Наций и связанного с ней персонала.

56. Сотрудничая с Департаментом операций в пользу мира и информационными центрами Организации Объединенных Наций, Департамент глобальных коммуникаций разработал и распространил мультимедийные и многоязычные материалы для пропаганды премии «Женщина-полицейский года», которая в ноябре была вручена непальскому полицейскому из Миссии Организации Объединенных Наций по стабилизации в Демократической Республике Конго.

57. 16 и 17 ноября 2021 года Департамент организовал виртуальный Международный семинар для средств массовой информации по вопросу о мире на Ближнем Востоке, на котором обсуждались темы «Тридцатая годовщина Мадридской мирной конференции: может ли надежда восторжествовать?» и «Журналистика решений в освещении израильско-палестинского конфликта».

D. Африка

58. Через цифровой журнал “Africa Renewal” («Возрождение Африки»), его ежемесячный информационный бюллетень, социальные сети на английском и французском языках и отдельные статьи, опубликованные на веб-сайте на китайском языке и на языке суахили, Департамент продолжал предпринимать

коммуникационные усилия в поддержку социально-экономического развития, мира и безопасности в Африке, освещающая работу Африканского союза, Канцелярии Специального советника по Африке, Агентства Африканского союза по развитию — Нового партнерства в интересах развития Африки и Экономической комиссии для Африки (ЭКА).

59. В отчетный период были рассмотрены такие вопросы, как преодоление климатического кризиса, борьба с голодом и расширение прав и возможностей женщин и молодежи. Среди опрошенных африканских экспертов было лицо, отвечавшее в ходе Саммита Организации Объединенных Наций по продовольственным системам 2021 года за такой рычаг изменений, как гендерное равенство и расширение прав и возможностей женщин, и призывавшее к ускоренным действиям по борьбе с голодом и поддержке африканских женщин — мелких фермеров; директор ЭКА по технологиям, изменению климата и управлению природными ресурсами, который осветил приоритеты континента в преддверии и после Конференции Организации Объединенных Наций по изменению климата в Глазго; и африканская исследовательница по вопросам изменения климата, которая стала соавтором доклада Межправительственной группы экспертов по изменению климата за 2021 год и предупредила о том, что экстремальные погодные явления могут стать новой реальностью, если не удастся замедлить глобальное потепление. В статье председателя Африканской группы переговорщиков, опубликованной в преддверии Конференции Организации Объединенных Наций по изменению климата в Глазго, дается более полное представление о том, какие темы переговоров по климату представляют для Африки особый интерес.

60. В журнале «Возрождение Африки» была дана высокая оценка работе молодых африканцев, чьи инновационные и агитационные усилия позитивно влияли на жизнь их обществ. В социальных сетях были опубликованы и распространены шесть биографических справок и несколько тематических статей, в том числе материалы о камерунском активисте движения за борьбу с изменением климата, предпринимателе в области моды из Экваториальной Гвинеи, двух женщинах-ученых из Кении и Ганы, нигерийском предпринимателе в сфере технологий и активисте по защите прав женщин, технологе из Уганды и молодых зимбабвийских фермерах.

61. В вышеуказанном журнале по-прежнему освещался ход реализации соглашения о создании Африканской континентальной зоны свободной торговли, включая отмечавшуюся 1 января 2022 года первую годовщину установления режима свободной торговли.

62. В целях диверсификации и расширения своих цифровых платформ Департамент выпустил подкаст «Возрождение Африки». В центре внимания трех пилотных выпусков были следующие вопросы: торговля под эгидой соглашения о зоне свободной торговли; новая вакцина от малярии, предназначенная для детей и рекомендованная ВОЗ; и климатический кризис в Африке. Подкаст распространялся на различных платформах Департамента, а также на платформах «Эппл подкастс», «Гугл подкастс» и «Спотифай».

63. Чтобы добиться в Африке укрепления партнерских отношений с организациями гражданского общества, Департамент сотрудничал с такими группами, как Молодежная сеть по вопросам климатически оптимизированного сельского хозяйства, которая представлена во всех африканских странах; Национальная ассоциация африканских студентов (Соединенные Штаты); неправительственная организация «Посланцы мира — Либерия»; Ассоциация студентов Организации Объединенных Наций в Университете Ганы в Легоне; а также проект общинного развития «Молодежный конгресс Кении». В ноябре, в преддверии

двадцать седьмой сессии Конференции Сторон Рамочной конвенции Организации Объединенных Наций об изменении климата, которую намечено провести в Шарм-эш-Шейхе (Египет) в 2022 году, Департамент в партнерстве с этими группами организовал вебинар, на котором эксперт Организации Объединенных Наций по изменению климата и два молодежных лидера обсудили вопрос о том, какими итогами ознаменовалась для Африки состоявшаяся в Глазго Конференция Организации Объединенных Наций по изменению климата и какую роль в борьбе с климатическим кризисом играет молодежь.

64. В отчетный период увеличилось число новостных материалов, готовящихся журналом «Возрождение Африки» для последующей публикации в других изданиях. В общей сложности 210 статей журнала около 1350 раз переиздавались на английском и французском языках и на суахили в более чем 150 средствах массовой информации, работающих в 14 странах мира (Гана, Гвинея, Гондурас, Зимбабве, Кения, Намибия, Нигерия, Объединенная Республика Танзания, Соединенное Королевство, Соединенные Штаты, Сьерра-Леоне, Франция, Эфиопия и Южная Африка).

65. На веб-сайте журнала «Возрождение Африки» в среднем фиксировалось 190 331 посещение в месяц, причем число посещавших веб-сайт мужчин и женщин было почти равным. Чаще всего его посещали жители Африки (38,53 процента), за которыми следовали жители Северной Америки (18,99 процента) и Европы (12,21 процента). Наиболее частыми посетителями веб-сайта были лица в возрасте от 18 до 24 лет (31,58 процента).

VI. Информационные центры и информационные службы Организации Объединенных Наций

A. Оказание системе Организации Объединенных Наций стратегической и антикризисной коммуникационной поддержки на местном уровне

66. Информационные центры Организации Объединенных Наций играют центральную роль в реализации глобальной коммуникационной стратегии, осуществляя руководство или участвуя в работе групп Организации Объединенных Наций по вопросам коммуникации в принимающих странах. В случае существования взаимосвязи информационные центры и канцелярии координаторов-резидентов совместно решают приоритетные задачи в области коммуникационной деятельности и действуют в поддержку Рамочной программы Организации Объединенных Наций по сотрудничеству в области устойчивого развития. Для дальнейшего укрепления коммуникационного потенциала и оказания конкретных форм поддержки Департамент глобальных коммуникаций задействовал опыт директоров своих информационных центров, региональных специалистов по общественной информации и сотрудников Центральных учреждений. Например, в сентябре директор Информационной службы Организации Объединенных Наций в Вене и региональный сотрудник по общественной информации, базирующийся в Стамбуле (Турция), совместно с представителем Организации Объединенных Наций в Ереване провели для группы по вопросам коммуникации в Армении интерактивную презентацию о глобальной коммуникационной стратегии, включая практическое занятие по адаптации этой стратегии с учетом страновой специфики. Аналогичная прямая поддержка в области стратегического коммуникационного планирования была оказана в Анголе, Беларуси, Боснии и Герцеговине, Замбии, Зимбабве, Казахстане, Китае и Эсватини.

67. Как и в случае консультационной поддержки, оказываемой по вопросам стратегической коммуникационной деятельности, директора более крупных информационно-координационных центров и сотрудники Централных учреждений предоставили координаторам-резидентам, например в Афганистане, Мьянме и Эфиопии, важнейшие рекомендации по вопросам осуществления коммуникационной деятельности в кризисных ситуациях. В ноябре были проведены два совместных учебных занятия на тему осуществления коммуникационной деятельности в кризисных ситуациях для сотрудников по коммуникационной деятельности, работающих в информационных центрах и канцеляриях координаторов-резидентов, а для 10 информационных центров в странах, пострадавших от кризисов, было организовано специальное практическое занятие.

68. Информационные центры Организации Объединенных Наций также играли ключевую роль в работе страновых групп Организации Объединенных Наций, разрабатывая стратегии коммуникационной деятельности в кризисных ситуациях и проводя информационно-пропагандистские кампании для решения таких проблем, как пандемия COVID-19, дезинформация и изменение климата. В Индии в ответ на пандемию COVID-19 информационный центр и страновая группа, действуя в сотрудничестве с Министерством здравоохранения и благосостояния семьи, распространили среди более чем 1,3 миллиона медицинских работников, находящихся на переднем крае борьбы с пандемией, учебные материалы по информированию о рисках и взаимодействию с местным населением, которые были переведены на 14 региональных языков. По оценкам, при координации страновой группы Организации Объединенных Наций еще 600 миллионов человек, включая представителей некоторых наиболее уязвимых групп населения Индии, были проинформированы о профилактике пандемии COVID-19 и смягчении ее последствий через социальные сети, такие как «Фейсбук» и «Твиттер», а также через печатные средства массовой информации, национальные и местные радиостанции и национальное телевидение.

69. Информационный центр Организации Объединенных Наций в Джакарте и канцелярия координатора-резидента сформировали группу по вопросам коммуникационной деятельности в условиях кризиса, вызванного COVID-19; в ее состав вошли учреждения, ответственные за руководство превентивными усилиями, связанными с наблюдением за развитием ситуации и ответными мерами Организации Объединенных Наций в Индонезии, а также за консультирование координатора-резидента, включая предоставление ключевой информации, статистики и цифр. Информационный центр в Бейруте каждые две недели проводил заседания Группы Организации Объединенных Наций по вопросам коммуникации, с тем чтобы координировать коммуникационную деятельность на фоне многочисленных кризисов, с которыми сталкивается Ливан. Когда в августе в Афганистане после прихода к власти талибов начал развиваться политический и гуманитарный кризис, группа Организации Объединенных Наций по вопросам коммуникации в Узбекистане, возглавляемая представительством Организации Объединенных Наций в Ташкенте, мобилизовала действующие в этой стране структуры системы Организации Объединенных Наций, чтобы в один голос заявить о кризисе.

В. Укрепление потенциала информационных центров Организации Объединенных Наций

70. Чтобы отделения на местах были оснащены для реализации глобальной коммуникационной стратегии и оказания поддержки системе координаторов-резидентов, Департамент продолжал укреплять потенциал сотрудников, работающих на местах. Центральную роль в обеспечении связи между тематическими

экспертами из Центральных учреждений и сотрудниками на местах играли не только онлайн-конференции и средства обучения, но и занятия по развитию навыков и языковой подготовке, которые проводились при содействии внутренних и внешних сторон. В 2021 году в среднем 112 человек приняли участие в каждом из 45 интерактивных вебинаров по таким вопросам, как COVID-19 и ситуация в Афганистане, мониторинг новостей и социальных сетей, информирование о кампании, подготовка материалов и составление стратегической программы работы с учетом приоритетов системы Организации Объединенных Наций в области коммуникационной деятельности. В течение всего года проводились учебные занятия по развитию основных коммуникационных навыков, таких как написание текстов и рассказов, причем в каждом из 13 занятий, организованных Департаментом, приняли участие в среднем более 160 человек.

71. В рамках усилий, предпринимаемых в поддержку стратегической коммуникационной деятельности в условиях кризиса, Департамент предоставлял информационным центрам и сети из 131 канцелярии координатора-резидента информационные материалы, разработанные с учетом потребностей пользователей. В целях содействия обмену передовым опытом была создана платформа, позволяющая обмениваться знаниями и предоставлять актуальные рекомендации от всех подразделений Департамента и системы Организации Объединенных Наций.

72. На местах коммуникационный потенциал укреплялся благодаря региональным сообществам специалистов-практиков, которые укрепляли взаимодействие между сотрудниками по коммуникации, работающими в информационных центрах и канцеляриях координаторов-резидентов Организации Объединенных Наций, а также повышали уровень многоязычия. Такие сообщества расположены, в частности, в англоязычных и франкоязычных странах Африки, в Латинской Америке, Карибском бассейне и Арабском регионе, а также входят в субрегиональные группы Европы и Центральной Азии.

73. Департамент тесно сотрудничал с Управлением по координации деятельности в целях развития, с тем чтобы обеспечить для их объединенной сети специалистов по коммуникации рекомендации и ресурсы, необходимые для получения максимальной отдачи от их коммуникационных усилий, предпринимаемых на местном уровне.

С. Пропаганда многоязычия

74. Вне зависимости от того, применялись ли в сфере коммуникационной деятельности инновационные подходы или более традиционные средства, информационные центры Организации Объединенных Наций добились наибольшего воздействия путем обращения к аудитории на национальных или местных языках. При подготовке таких материалов, проведении интервью на радио и телевидении, организации брифингов для прессы и участия в ток-шоу информационные центры использовали не только шесть официальных языков Организации Объединенных Наций, но и 125 местных языков, жестовые языки и шрифт Брайля. Сеть языковых координаторов, работающих в информационных центрах, и региональных специалистов по общественной информации способствовала распространению многоязычных коммуникационных материалов среди специалистов по коммуникации на местах, с тем чтобы эти материалы использовались на местном уровне и на глобальных платформах. Эта сеть также

способствовала осуществлению переводов, обеспечивая доведение посланий Генерального секретаря или других высокопоставленных должностных лиц до аудитории на ее родных языках; в 2021 году в 70 странах на 32 языках для публикации было обеспечено размещение 601 статьи.

75. Использование радио и телевидения остается эффективным средством для расширения аудитории на местных языках. Например, информационный центр в Дакке и Бангладешская сеть НПО по вопросам радио и связи установили в мае 2021 года партнерство сроком на один год, которое предусматривает передачу информации Организации Объединенных Наций на бенгальском языке 20 местными радиостанциями, а информационный центр в Бейруте установил с Радио Ливана партнерство, предусматривающее еженедельный выпуск в прямом эфире на арабском языке молодежного ток-шоу «Хава аш-шабаб». В ноябре информационный центр в Бейруте выпустил видеоролик о целях в области устойчивого развития, в котором основное внимание уделяется таким темам, как загрязнение окружающей среды, гендерное неравенство, мир и безопасность, здравоохранение и образование; он транслировался девятью телевизионными станциями, широко рекламировался в социальных сетях и вызвал 400 000 случаев взаимодействия.

76. Хотя для охвата аудитории информационные центры Организации Объединенных Наций продолжали использовать традиционные средства, такие как радио и телевидение, взаимодействие все чаще происходило через веб-сайты и социальные сети. Информационный центр в Рио-де-Жанейро публиковал новостные статьи на португальском языке на веб-сайте страновой группы Организации Объединенных Наций, который ежемесячно охватывал в среднем 10 миллионов человек, а португалоязычные страницы в сетях «Фейсбук», «Инстаграм», «ТикТок», «Твиттер», «Вimeo» и «Ютуб» по состоянию на середину ноября 2021 года охватили более 2,4 миллиона человек. По случаю дней родного языка, установленных для английского, испанского, китайского, русского и французского языков, в рамках программы виртуальных экскурсий Информационная служба Организации Объединенных Наций в Вене увеличила объем многоязычных материалов, размещенных в социальных сетях.

77. В июле информационный центр в Лусаке адаптировал видеоклипы, полученные из ВОЗ и ЮНЕСКО и посвященные профилактике COVID-19 и важности вакцин, к местным языкам китуба и лингала. В августе в поддержку кампании «Проверено» и инициативы «Пауза» периферийное отделение в Ташкенте провело информационное занятие на пяти языках, включая местные (каракалпакский, таджикский и узбекский, а также английский и русский), с 43 членами национальной Ассоциации добровольцев Узбекистана, обещавших брать паузу и проверять информацию прежде ее распространения в Интернете. В сентябре информационный центр в Нью-Дели и представители Организации Объединенных Наций в Индии подготовили на индийском жестовом языке видеоролик с описанием 10 действенных мер, которые могут приниматься людьми для спасения планеты, а информационный центр в Катманду выпустил на непальском жестовом языке видеоролики, посвященные целям в области устойчивого развития и Всеобщей декларации прав человека.

D. Принятие инновационных мер для охвата и мобилизации широкой и разнообразной аудитории

78. Реагируя на пандемию COVID-19, информационные центры Организации Объединенных Наций были вынуждены активизировать свою деятельность на цифровых платформах. При этом они использовали новые тенденции,

платформы и партнерства, чтобы привлечь и вдохновить более широкую и разнообразную аудиторию, ищущую информацию и стремящуюся обрести чувство общности в социальных сетях. Например, в июле в рамках кампании “TakeAStep” («Сделай шаг»), участники которой демонстрировали способы содействия достижению целей в области устойчивого развития, информационный центр в Бейруте и Группа по вопросам коммуникаций в Ливане начали производить видеоклипы с участием лиц, пользующихся влиянием в социальных сетях; в результате было зафиксировано 442 000 случаев взаимодействия. Информационная служба Организации Объединенных Наций в Женеве представила новые материалы, такие как ролики, короткие видео и подкасты для сети «Инстаграм», благодаря чему по состоянию на конец августа число подписчиков на ее англо- и франкоязычных страницах в социальных сетях увеличилось почти до 1,5 миллиона человек.

79. В Индонезии в честь Международного дня инвалидов (3 декабря) информационный центр в Джакарте, МОТ и местные организации развернули в социальных сетях кампанию под названием “Show Your Sign” («Покажи свой знак»), направленную на привлечение внимания общественности к проблемам инвалидов, а также обратились к респондентам с просьбой записать свой ролик с исполнением танца и разместить его в Интернете, используя при этом тщательно отобранный список песен и соответствующий жестовый язык. В рамках кампании, проведенной в сетях «Фейсбук», «Инстаграм» и «Твиттер» в честь Дня Организации Объединенных Наций (24 октября), центр задействовал интерактивные материалы; видеоролики, в которых функция автозаполнения поиска в системе «Гугл» используется как прием повествования; а также викторину на тему Устава Организации Объединенных Наций, которая размещена в сети «Инстаграм» и в результате которой было зафиксировано почти 16 000 случаев взаимодействия и 41 859 просмотров.

80. Действуя в сотрудничестве с сетью «Твиттер», некоммерческим фондом “Youth Love Egypt” («Молодежь любит Египет»), местным посольством Франции и Программой добровольцев Организации Объединенных Наций, информационный центр в Каире поддержал пилотный проект «Программа экологических пионеров», направленный на вовлечение молодежи в деятельность по достижению целей в области устойчивого развития и поиск решений для таких глобальных проблем, как изменение климата, деградация биоразнообразия, утилизация отходов и доступ к возобновляемым источникам энергии. В рамках этого проекта прошли обучение 70 молодых египтян в возрасте 18–30 лет. В Янгоне (Мьянма) в честь Дня прав человека информационный центр помог УВКПЧ организовать в социальных сетях кампанию, в рамках которой были представлены музыкальный клип, четыре видеоклипа и виртуальные портреты борцов за права человека.

81. В августе 2021 года информационный центр Организации Объединенных Наций в Рио-де-Жанейро поддержал проведение виртуального цифрового фестиваля, который был посвящен целям в области устойчивого развития и включал различные виды деятельности в объеме 153 часов, 43 вебинара, семинары для учителей в объеме 30 часов и 13 кинопоказов. Это мероприятие собрало 13 000 подписчиков и транслировалось по каналу “Rede Amazônica” для более чем 15 000 учителей, работающих в прибрежных районах, и по каналу “TV Claret” для более чем 20 000 студентов, не имеющих доступа к Интернету.

82. В сентябре 2021 года информационный центр в Маниле и канцелярия координатора-резидента руководили усилиями местной группы по вопросам коммуникаций, призванными обеспечить в рамках Саммита Организации Объединенных Наций по продовольственным системам проведение трехдневного цикла

виртуальных дискуссий. Это мероприятие, в котором приняли участие представители национальных и местных органов власти, международных финансовых учреждений, правительств-доноров, гражданского общества, частного сектора и страновой группы Организации Объединенных Наций, вызвало у ведущих средств массовой информации большой интерес. Благодаря этому циклу дискуссий в сети «Фейсбук» было также охвачено более 150 000 человек, а соответствующие видеоролики получили около 10 000 откликов и около 60 000 просмотров.

83. В отчетный период платформа “Engagement Hub”, на которой размещены мобильные приложения Организации Объединенных Наций, конкурсы, подкасты, награды и видеоигры и которая была запущена и поддерживается Региональным информационным центром Организации Объединенных Наций для Западной Европы, привлекла более 20 процентов от общего числа посещений англоязычной веб-страницы Информационного центра, или более 160 000 посетителей. Центр также выпустил климатическую версию своей онлайн-версии настольной игры “Go Goals”, в которой пользователи узнают о влиянии изменения климата на работу по достижению целей в области устойчивого развития.

84. В Японии информационный центр Организации Объединенных Наций сыграл важную роль в повышении осведомленности о целях в области устойчивого развития, в том числе благодаря действиям во время летних Олимпийских и Паралимпийских игр 2020 года, которые из-за пандемии COVID-19 проводились с июля по сентябрь 2021 года, и посредством информационных кампаний на телевидении. В конце 2021 года число японских средств массовой информации, участвующих в качестве партнеров в Договоре со средствами массовой информации о целях в области устойчивого развития, составило 137, увеличившись за год почти на 100; многие из этих партнеров проводят многолетние кампании, посвященные целям в области устойчивого развития.

85. После того как в сотрудничестве с отделом продаж и маркетинга Департамента и другими партнерами, связанными с издательской деятельностью и действующими в различных районах Африки, был создан книжный клуб «Африканское устойчивое развитие», информационный центр в Виндхуке провел четыре семинара на арабском, английском и французском языках и на суахили, чтобы подготовить африканских писателей к работе по просвещению детей о целях в области устойчивого развития. В сентябре 2021 года в партнерстве с Европейским союзом и программой «Действуй сейчас» Региональный информационный центр Организации Объединенных Наций для Западной Европы в Брюсселе организовал кампанию под названием “#EUBeachCleanup 2021”; в ходе этой кампании, которая охватила более 60 стран и привлекла к уборке территории более 5000 добровольцев, было собрано более 7000 килограммов мусора.

VII. Заключение

86. Действуя в соответствии с глобальной коммуникационной стратегией Организации Объединенных Наций, Департамент глобальных коммуникаций разработал и провел кампании, которые привлекают внимание глобальной аудитории к приоритетным задачам Организации. С этой целью Департамент продолжает расширять свою цифровую информационно-просветительскую деятельность по таким ключевым темам, как цели в области устойчивого развития, действия в области климата, расизм и миротворчество. На цифровых платформах и на множестве языков все чаще публикуются материалы, ориентированные на конкретную аудиторию, что достигается путем разработки креативных материалов в соответствии с ожиданиями пользователей. Партнерство с социальными

сетями и технологическими компаниями способствовало существенному увеличению охвата и наглядности, а партнерство со средствами массовой информации помогло активизировать информирование о Повестке дня в области устойчивого развития на период до 2030 года. Информационные центры Организации Объединенных Наций по-прежнему играли важнейшую роль в адаптации и проведении кампаний на страновом уровне и на местных языках, а сотрудничество с системой координаторов-резидентов позволило Департаменту осуществлять в мире взаимодействие с еще более широкой аудиторией.

87. В свете уроков, извлеченных из кампании «Проверено», и с учетом ее воздействия Департамент продолжит позиционировать материалы Организации Объединенных Наций как источник точной и достоверной информации, публикуемой в интересах глобального общественного блага, и расширит свои усилия по борьбе с дезинформацией в других областях, таких как изменение климата и язык ненависти. В соответствии с видением, сформулированным Генеральным секретарем в его докладе под названием «Наша общая повестка дня», Департамент возглавит процесс разработки глобального кодекса поведения, способствующего добросовестности в сфере общественной информации.

88. Департамент также продолжит поощрять и поддерживать меры реагирования, связанные с коммуникационной деятельностью в кризисных ситуациях и принимаемые на страновом и глобальном уровнях, в том числе в отношении борьбы с недостоверной и ложной информацией. Поскольку система Организации Объединенных Наций все чаще обращается к Департаменту глобальных коммуникаций за руководящими и координирующими указаниями, в интересах увеличения отдачи Департамент будет стремиться удовлетворить эти потребности путем укрепления своего потенциала и опыта, в том числе посредством установления более широких и эффективных партнерств.