

Distr.: General
7 February 2022
Arabic
Original: English



لجنة الإعلام

الدورة الرابعة والأربعون

3 أيار/مايو 2022 - 13 أيار/مايو 2022

البند 7 من جدول الأعمال المؤقت*

النظر في التقارير المقدمة من الأمين العام

أنشطة إدارة التواصل العالمي: خدمات الاتصال الاستراتيجي

تقرير الأمين العام

موجز

يرد في هذا التقرير، الذي أُعد عملاً بقرار الجمعية العامة 84/76 بء، موجز للإنجازات التي حققتها إدارة التواصل العالمي، في الفترة من 1 تموز/يوليه 2021 إلى 31 كانون الثاني/يناير 2022، في التعريف بأعمال الأمم المتحدة لدى الرأي العام العالمي من خلال خدمات الاتصال الاستراتيجي التي تقدّمها.

ويقوم البرنامج الفرعي لخدمات الاتصال الاستراتيجي، وهو أحد البرامج الفرعية الثلاثة التابعة للإدارة وتنفّذه شعبة التواصل الاستراتيجي، بوضع الاستراتيجيات وتنفيذها من أجل إيصال رسائل الأمم المتحدة المتعلقة بالقضايا الرئيسية. وتقوم الشعبة أيضاً بإدارة شبكة المكاتب الميدانية التابعة للإدارة، أي مراكز الأمم المتحدة للإعلام.

أما أنشطة البرنامجين الفرعيين الآخرين اللذين يتبعان للإدارة، وهما برنامج الخدمات الإخبارية وبرنامج خدمات التوعية والخدمات المعرفية، فيرد وصفهما في تقريرين منفصلين يقدمهما الأمين العام (A/AC.198/2022/3 و A/AC.198/2022/4، على التوالي).



الرجاء إعادة استعمال الورق

* A/AC.198/2022/1

030322 170222 22-01580 (A)



أولا - مقدمة

- 1 - أحاطت الجمعية العامة علما، في قرارها 84/76 بءاء، بتقارير الأمين العام عن أنشطة إدارة التواصل العالمي لكي تنتظر فيها لجنة الإعلام في دورتها الثالثة والأربعين (A/AC.198/2021/2 و A/AC.198/2021/3 و A/AC.198/2021/4)، وطلبت إلى الأمين العام أن يواصل تقديم تقاريره إلى اللجنة عن أنشطة الإدارة.
- 2 - وتقدم الإدارة فيما يلي المعلومات المطلوبة عن خدمات الاتصال الاستراتيجي.
- 3 - ويغطي هذا التقرير أنشطة شعبة التواصل الاستراتيجي التابعة للإدارة في الفترة من 1 تموز/يوليه 2021 إلى 31 كانون الثاني/يناير 2022 فيما يتعلق بتنفيذها حملات الاتصال الاستراتيجي بشأن القضايا الرئيسية. ويتضمن التقرير أيضا استعراضا للكيفية التي نفذت بها شبكة مراكز الأمم المتحدة للإعلام استراتيجية التواصل العالمي للأمم المتحدة وعززت أنشطة الاتصال في جميع أنحاء العالم من خلال النهوض بالتعاون مع مكاتب المنسقين المقيمين للأمم المتحدة وأفرقة الأمم المتحدة القطرية.
- 4 - وبالإضافة إلى ذلك، يوضح التقرير كيف واصلت الإدارة تكييف عملها في المقر وفي الميدان باتباع نهج ابتكارية للوفاء بأولوياتها في بيئة تشغيلية صعبة تفرضها جائحة مرض فيروس كورونا (كوفيد-19) وكذلك لمكافحة الجائحة نفسها، بوسائل منها قيادة وتنسيق التواصل في حالة الأزمات ومكافحة المعلومات الخاطئة والمعلومات المضللة.

ثانيا - التصدي للجائحة

- 5 - خلال الفترة المشمولة بالتقرير، واصلت إدارة التواصل العالمي، بالتعاون مع منظمة الصحة العالمية، قيادة تنسيق التواصل بشأن جائحة كوفيد-19 على نطاق منظومة الأمم المتحدة ككل. وقد أعطت الإدارة الأولوية للرسائل المتصلة بالجائحة، وكيّفت أعمالها ابتغاء الوصول إلى أكبر جمهور ممكن رغم ما تفرضه الجائحة من قيود.
- 6 - واحتلت مسألة الحصول على اللقاحات مكانة بارزة في جهود التواصل التي تبذلها الأمم المتحدة، بوسائل شملت حملة "التحقق" التي توخت مكافحة المعلومات الخاطئة بشأن الفيروس. وركزت الإدارة على مناطق محددة ومجالات مواضيعية بعينها عن طريق الترويج على منصاتها لأموها منها مثلا التصدي للجائحة والأعمال التحضيرية للتعافي التي تقوم بها المؤسسات الأفريقية كالاتحاد الأفريقي ومصرف التصدير والاستيراد الأفريقي ووكالة الاتحاد الأفريقي للتنمية - الشراكة الجديدة من أجل تنمية أفريقيا، وتلك التي تنفذها فرادى البلدان الأفريقية ومنظومة الأمم المتحدة.
- 7 - ورؤجت الإدارة، بالتعاون مع منظمة العمل الدولية، للموجز السياساتي للأمين العام المعنون "الاستثمار في الوظائف والحماية الاجتماعية للقضاء على الفقر وتحقيق الإنعاش المستدام" إلى جانب المناسبة الرفيعة المستوى التي نُظمت بالتزامن مع افتتاح الدورة السادسة والسبعين للجمعية العامة في أيلول/سبتمبر، والتي سلطت الضوء على الكيفية التي أدت بها الجائحة إلى تفاقم أوجه عدم المساواة التي من شأنها أن تقوض الثقة والتضامن وتؤجج النزاعات والهجرة القسرية.

- 8 - وواصلت الإدارة أيضا تنظيم المناسبات في شكل افتراضي وفي شكل مختلط، بما في ذلك الركن الإعلامي الخاص بأهداف التنمية المستدامة الذي نُظِم خلال افتتاح الدورة السادسة والسبعين للجمعية العامة؛ و "حوارات المؤتمر السادس والعشرين" المنظمة خلال الدورة السادسة والعشرين لمؤتمر الأطراف في اتفاقية الأمم المتحدة الإطارية بشأن تغير المناخ، المعقودة في الفترة من 31 تشرين الأول/أكتوبر إلى 12 تشرين الثاني/نوفمبر في غلاسكو بالمملكة المتحدة لبريطانيا العظمى وأيرلندا الشمالية؛ وحلقة الأمم المتحدة الدراسية الإعلامية الدولية بشأن السلام في الشرق الأوسط التي نُظمت في تشرين الثاني/نوفمبر؛ والدورة التدريبية المتكررة السادسة لكبار موظفي الوكالات والصناديق والبرامج وعمليات السلام في مجال التواصل بشأن الاستغلال والانتهاك الجنسيين التي نُظمت في تشرين الثاني/نوفمبر؛ وبرنامج تدريب الصحفيين الفلسطينيين الذي نُفذ في الفترة من 19 تشرين الثاني/نوفمبر إلى 22 كانون الأول/ديسمبر 2021.
- 9 - وفي غياب الأنشطة التي كانت تُنظم تقليديا بالحضور الشخصي للاحتفال باليوم الدولي لنيلسون مانديلا (18 تموز/يوليه)، استحدثت الإدارة تحديا أطلق عليه اسم "اعملوا الآن x يوم مانديلا" في إطار حملة "اعملوا الآن" المعنية بالعمل المناخي الفردي. ودُعِيَ الناس إلى الاضطلاع بأنشطة في مجتمعاتهم المحلية دعما للمثل العليا التي كان نيلسون مانديلا مناصرا لها. وحتى تم تشرين الثاني/نوفمبر 2021، كان حوالي 86 000 إجراء، منها 70 000 "عمل فردي طيب" قد سُجلت على التطبيق الخاص بحملة "اعملوا الآن".

ثالثا - تنسيق التواصل في حالة الأزمات في المقر وفي الميدان

- 10 - خلال الفترة قيد الاستعراض، عملت إدارة التواصل العالمي، بالتعاون مع منظمة الصحة العالمية، بصفتها رائدة الاتصال فيما يتعلق بإسداء المشورة لفريق الأمم المتحدة لإدارة أزمة كوفيد-19 على مستوى كبار المسؤولين. ونسقت الإدارة جهود منظومة الأمم المتحدة الإعلامية الرامية إلى التصدي للجائحة من خلال خلية الأزمة، التي تشارك في رئاستها الإدارة ومنظمة الصحة العالمية والتي تتبع لفريق الأمم المتحدة للاتصالات، الذي يتألف من إدارات الأمم المتحدة ووكالاتها المتخصصة وصناديقها وبرامجها، وكذلك من اللجان الإقليمية.
- 11 - واجتمعت الخلية عقب كل اجتماع لفريق إدارة الأزمات بغية الاتفاق على الاستراتيجية وعلى الرسائل والنُهج المتبعة في المسائل المتعلقة بالمس بالسمعة وأصدرت تقارير أسبوعية تتضمن المستجدات المتصلة بالرسائل وبالرصد والمحتوى والتخطيط. وقدمت الخلية إحاطتين في الشهر لفريق الأمم المتحدة للاتصالات وإحاطة واحدة في الشهر لمراكز الأمم المتحدة للإعلام وموظفي الاتصالات في مكاتب المنسقين المقيمين. وساعدت تلك الجهود على كفالة أن يظل صوت الأمم المتحدة موحدا وأن تبقى أنشطتها متسقة. وقد انعكست هذه الاستمرارية أيضا في البوابة الشبكية التي تُحدَّث بانتظام بغية إتاحة معلومات عن تصدي المنظمة للجائحة تكون موحدة وعملية المنحى.
- 12 - وعلاوة على المشاركة في قيادة تنسيق اتصالات منظومة الأمم المتحدة بشأن جائحة كوفيد-19، وسَّعت الإدارة نطاق دعمها للتواصل في حالة الأزمات بما يتفق واستراتيجية التواصل العالمي للأمم المتحدة. وشمل ذلك العمل بشكل أوثق مع المكاتب الميدانية وكذلك مع مركز الأمم المتحدة للعمليات وإدارة الأزمات. واستتبع الأمر أيضا تسخير أدوات الرصد الرقمي لتحسين كيفية تعرُّف الإدارة على الأزمات المحتملة وعلى مخاطر المس بالسمعة، على غرار ما حدث عندما عقدت الإدارة اجتماعات لخلایا التواصل في حالات

الأزمات التابعة لفريق الأمم المتحدة للاتصالات ابتغاء التصدي لحالات في إثيوبيا وأفغانستان وهايتي وكذلك لمعالجة حالات سوء السلوك داخل المنظمة التي أبلغت عنها مجلة *New York Magazine*، في مقالة نشرتها في أيلول/سبتمبر 2021.

13 - وضمت الاجتماعات الأسبوعية للخليتين المعنيتين بإثيوبيا وأفغانستان إعلاميين في منظومة الأمم المتحدة وجمعت بين الزملاء العاملين في الميدان ونظرائهم على الصعيد الإقليمي وعلى صعيد المقر لإطلاع بعضهم بعضاً على الخطط المتعلقة بالرسائل والرصد والاتصال الإعلامي والمحتوى، ولمناقشة قضايا المس بالسمعة. وفيما يتعلق بأفغانستان، عملت الإدارة جنباً إلى جنب مع هيئة الأمم المتحدة للمساواة بين الجنسين وتمكين المرأة (هيئة الأمم المتحدة للمرأة) على وضع استراتيجية للاتصالات والدعوة فيما يتعلق بحقوق النساء والفتيات.

14 - وطوال الفترة المشمولة بالتقرير، نفذت الإدارة دورات تدريبية بشأن التواصل في حالة الأزمات لفائدة مراكز الأمم المتحدة للإعلام، ومكاتب المنسقين المقيمين، وعمليات السلام، وكلية موظفي منظومة الأمم المتحدة.

رابعاً - بناء الثقة ومكافحة المعلومات الخاطئة

15 - حملة "التحقق"، التي استحدثتها إدارة التواصل العالمي في أيار/مايو 2020 بالشراكة مع منظمة "Purpose"، وهي من منظمات التعبئة الاجتماعية، قد تحولت، بفضل مع ما تقدمه من معلومات صحيحة قائمة على العلم بغية مكافحة المعلومات الخاطئة بشأن جائحة كوفيد-19 وتعزيز الثقة باللقاحات والإنصاف والتضامن، فأصبحت حركة عالمية. وبالتعاون مع أكثر من 200 شريك في جميع أنحاء العالم، أُنتج ونُشر في إطار حملة "التحقق" منذ بدئها ما يزيد على 2 000 مادة من مواد المحتوى بأكثر من 60 لغة تتراوح بين الأشكال الإيمائية ومقاطع الفيديو الموسيقية، وقد أطلع عليها أكثر من بليون شخص. وقد أصبحت مراكز الأمم المتحدة للإعلام جزءاً لا يتجزأ من الحملة، التي شملت المراكز في نيودلهي وبريتوريا وريو دي جانيرو بالبرازيل، التي نفذت حملات كبيرة مخصصة لبلدان بعينها، كما شملت المكاتب الأصغر حجماً في دكا وطشقند ووارسو التي ترجمت مواد عالمية إلى اللغات المحلية وكتبتها وفق ما يلائم الظروف المحلية. وعلى قنوات الأمم المتحدة على وسائل التواصل الاجتماعي، ظل محتوى حملة "التحقق" يصنّف دائماً ضمن المواد الأسبوعية الأكثر متابعة على المنصات كلها.

16 - والجائحة أبعد ما تكون عن الانتهاء. فالفاشيات ما زالت موجودة والمتحورات تظهر في وقت بدأ فيه الناس يحسون بالكل من الجائحة وفي ظل استمرار التفاوت في فرص الحصول على معدات الحماية واللقاحات. غير أن حملة "التحقق" أخذت في التطور. وقد ظل فيروس كورونا هو العدو المشترك، لكن انتشار المعلومات الخاطئة والمعلومات المضللة أفضى إلى تفاقم عدم الثقة في معلومات الصحة العامة ومؤسساتها. وكان ذلك محور تركيز مناسبة جانبية عقدت في أيلول/سبتمبر 2021 خلال افتتاح الدورة السادسة والسبعين للجمعية العامة، واشترك في تنظيمها الإدارة ومكتب مبعوث الأمين العام المعني بالتكنولوجيا، ومبادرة النبض العالمي، وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي، ومنظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو)، ومنظمة الصحة العالمية.

17 - ومبادرة "انتبه قبل المشاركة"، التي بُدئت في نهاية حزيران/يونيه 2021، جزء من حملة "التحقق" يشجع الناس على التروي قبل مشاركة المحتوى عبر الإنترنت وبالتالي المساعدة في وقف انتشار المعلومات

الخاطئة بشأن جائحة كوفيد-19. وعُرضت هذه المبادرة خلال الأسبوع العالمي للدراية الإعلامية والمعلوماتية (من 24 إلى 31 تشرين الأول/أكتوبر 2021) في مناسبة افتراضية رفيعة المستوى نظمتها الإدارة بالتعاون مع منظمة "Purpose". ووصل الترويج ذو الصلة لمبادرة "انتبه قبل المشاركة"، باستخدام أرصدة إعلانات ممنوحة من منصة فيسبوك، إلى 110 ملايين شخص في جميع أنحاء العالم وأسفر عن أكثر من 500 000 نقرة فرعية مُفضية إلى الموقع الشبكي لحملة "التحقق"، و 62 000 تفاعل مع المنشورات، وأكثر من 3 000 تعليق وأكثر من 4 000 مشاركة للمحتوى.

18 - وبالتزامن مع الأسبوع العالمي للدراية الإعلامية والمعلوماتية، نظمت عدة مكاتب تابعة للأمم المتحدة مناسبات بشأن الدراية الإعلامية والمعلوماتية، ومنها مركز الأمم المتحدة للإعلام في أنقرة ودائرة الأمم المتحدة للإعلام في فيينا اللذان ترجمتا محتوى حملة "التحقق" ومبادرة "انتبه قبل المشاركة" إلى الألمانية والتركية والسلوفاكية والسلوفينية والهنگارية وعمّاه على نطاق واسع. وانضم مركز الإعلام في نيودلهي ومكتب المنسق المقيم في الهند إلى مفوض الأمم المتحدة السامي لشؤون اللاجئين في حلقة عمل إعلامية بشأن اللاجئين. ونظم مركز الإعلام في لاغوس، بالتعاون مع مكتب أبوجا الإقليمي المتعدد القطاعات التابع لليونسكو وكلية الاتصالات بجامعة لاغوس العامة، حلقة دراسية شبكية دُعيت فيها حكومة نيجيريا إلى تقديم الدعم لإتاحة المعلومات للجميع. وعقد مركز الأمم المتحدة للإعلام في واشنطن العاصمة اجتماعا لخبراء في مجال الدراية بالاتصالات الرقمية وبوسائل التواصل الاجتماعي لمناقشة إمكانية تطبيق حملة "التحقق" في مجالات أخرى من مجالات عمل الأمم المتحدة ولتدارس مدى ارتباط الحملة بالتوصيات التي قدمها الأمين العام في تقريره المعنون "خطتنا المشتركة".

19 - وفي تشرين الثاني/نوفمبر، بدأت حملة "التحقق"، بالتعاون مع موقع wikiHow التعليمي، دورة للدراية الرقمية بشأن مكافحة المعلومات الخاطئة عبر الإنترنت نُفذت عن طريق البريد الإلكتروني مع إتاحة إمكانية تنزيلها باللغات الإسبانية والإنكليزية والبرتغالية والفرنسية والعربية والهندية، ورُوج لها على نطاق واسع من خلال حملة "التحقق" وموقع wikiHow، وكذلك من قبل مراكز الأمم المتحدة للإعلام. وطوال الفترة المشمولة بالتقرير، أُطلعت إدارة التواصل العالمي المجموعات الإقليمية في المكاتب الميدانية على حملة "التحقق" وأتاحت التدريب على معالجة المعلومات الخاطئة على الإنترنت من خلال كلية موظفي منظومة الأمم المتحدة.

20 - وبدعم من مراكز الأمم المتحدة للإعلام، شرعت حملة "التحقق" في إقامة شراكات مع معهد أكسفورد للإنترنت ومع شركاء إقليميين في مجال البحوث ابتغاء تنفيذ سلسلة من الأنشطة في البرازيل ونيجيريا والهند. وفي كل بلد، سينضم الباحثون إلى مجموعات الرأي العام على منصة واتساب للتواصل الاجتماعي للمساعدة في مكافحة المعلومات الخاطئة بشأن جائحة كوفيد-19 باستخدام معلومات صحيحة قائمة على العلم ولتقييم الاستجابة لجهودهم. وبإجراء اختبار تشخيصي لشتى متغيرات المحتوى، ومنها النبوة والشكل والطبيعة الخاصة، ستتمكن الفرق من التوصل إلى نتائج قابلة للتعميم بشأن كيفية استخدام التواصل للحد من تأثير المعلومات الخاطئة وانتشارها.

21 - وجمعت حملة "التحقق"، ابتغاء توجيه أعمالها المقبلة، الدروس المستفادة بشأن تغير احتياجات التواصل فيما يتعلق بكوفيد-19، ولا سيما من حيث صلة ذلك بالمسائل الثقافية والسياقية. ومن الأمثلة على ذلك حملة "زواكالا" في جنوب أفريقيا، التي أنتج في إطارها فنانون محليون لوحات جدارية في ست مقاطعات لزيادة الوعي بجائحة كوفيد-19 والتي رُوج لها في 16 إعلانا تلفزيونيا و 32 إعلانا إذاعيا من

إعلانات الخدمة العامة بخمس لغات محلية. وبدعم من هيتي البث الوطنيتين، شركة البث التلفزيوني "Multichoice" وشركة إذاعة جنوب أفريقيا، يعمل مركز الأمم المتحدة للإعلام في بريتوريا منذ تموز/يوليه مع وزارة الصحة في جنوب أفريقيا ووكالة التنمية الدولية التابعة للولايات المتحدة ومنظمة الأمم المتحدة للطفولة على توسيع نطاق الحملة على الصعيد الوطني.

22 - ويشكل إنتاج محتوى موجه لإشراك الجماهير التي يصعب الوصول إليها جوهر تعاون مركز الإعلام في نيودلهي ومكتب المنسق المقيم مع المنظمات غير الحكومية المحلية ومع الناشطين بغية الوصول إلى سكان الأحياء الفقيرة في دلهي والنساء في ولاية بيهار، التي تكون فيهما البنى التحتية التقليدية للصحة العامة والاتصالات من الضعف بحيث تقصر دون تحقيق الفعالية في نشر معلومات الصحة العامة. ومكّن التعاون من الوصول إلى أكثر من 25 000 أسرة معيشية في 33 مستوطنة عشوائية في جميع أنحاء دلهي؛ وإنشاء شبكة من 150 من القيادات المجتمعية المتحقق منها في دلهي؛ وإشراك 10 000 من سائقي السيارات والعربات والباعة المتجولين الملقّحين في أنشطة الترويج للتلقيح؛ والتعاون مع سلسلة البودكاست المعنونة "كل الهنود مهمون" بشأن حلقة تتناول مسألة التردد في أخذ اللقاحات؛ والتواصل على منصة واتساب مع أكثر من 85 مجموعة تضم عددا من الأعضاء إجماليه 8 600 عضوا، وذلك لمشاركة 105 مواد من محتوى حملة "التحقق" على مدار ثلاثة أشهر؛ وإشراك أكثر من 10 000 معلم في جميع أنحاء ولاية بيهار لمشاهدة حلقة دراسية شبكية بشأن دحض الخرافات المتعلقة بتلقيح النساء.

23 - وفي تموز/يوليه، ساعد مركز الأمم المتحدة للإعلام في ريو دي جانيرو في إنتاج مهرجان موسيقي على الإنترنت بعنوان "#EachOneOfUs"، وذلك بدعم من منصة تيك توك. وبلغ العدد الإجمالي لمشاهدات المهرجان الموجه للشباب 227 449 مشاهدة وعدد مشاهدات ذلك الهاشتاغ على منصة TikTok 13,8 مليون مشاهدة، أما المقالات الإعلامية ذات الصلة فبلغ عدد قرائها 42 مليون قارئ. وفي آب/أغسطس وأيلول/سبتمبر، تعاونت لجنة الألعاب الأولمبية ولجنة الألعاب الأولمبية للأشخاص ذوي الإعاقة البرازيليتان مع حملة "التحقق" ومركز الإعلام بشأن مبادرة بعنوان "فريق واحد" (#OneSingleTeam) لتعزيز توحيد الجهود في مواجهة جائحة كوفيد-19، حيث وصلت تلك الجهات إلى 3,9 ملايين شخص على وسائل التواصل الاجتماعي و 4,0 ملايين شخص من خلال مقالات إعلامية.

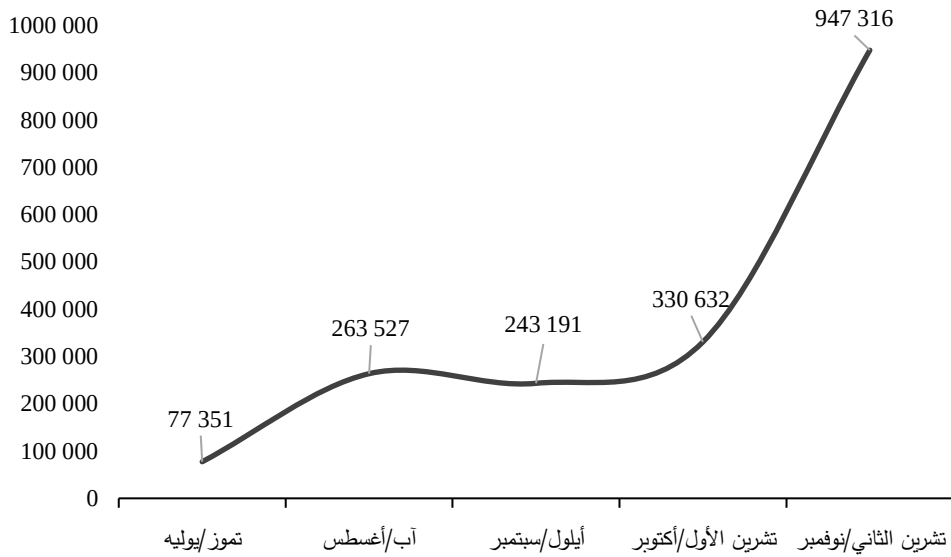
24 - وقد استمرت المبادرة المعنونة "كلنا لا غير" (#OnlyTogether) التي بدأت في إطار حملة "التحقق" في آذار/مارس 2021، في المساعدة على حشد الدعم تحقيقا للإنصاف في إتاحة اللقاحات. وحتى منتصف كانون الأول/ديسمبر، استخدم الهاشتاغ #OnlyTogether 28 مليون مرة في المجموع، ووصلت المبادرة إلى ما يقرب من 10 ملايين شخص.

25 - ووسعت الإدارة، استنادا إلى خبرتها في مكافحة المعلومات الخاطئة بشأن جائحة كوفيد-19، نطاق ما تبذله من جهود للتصدي لتغير المناخ. ونتيجة للتعاون بين الإدارة ومحرك غوغل للبحث على الإنترنت بهدف نشر معلومات مناخية واقعية وجديرة بالثقة، أفضى كل بحث أجراه مستخدمو غوغل بخصوص موضوع "تغير المناخ" منذ 25 تشرين الأول/أكتوبر 2021 إلى معلومات موثوقة صادرة عن الأمم المتحدة. وتظهر في نتائج صفحات البحث نصوص تعريفية ومواد مرئية سهلة الفهم بشأن أسباب تغير المناخ وآثاره، وكذلك بشأن الإجراءات الفردية التي يمكن للناس اتخاذها للمساعدة في معالجة أزمة المناخ، باللغات الإسبانية والإنكليزية والفرنسية، مع وصلات إلى الموقع الشبكي للأمم المتحدة للعمل المناخي، وقد ساهمت في زيادة بنحو 950 000 مشاهدة للصفحة الشبكية في تشرين الثاني/نوفمبر، مقابل متوسط

شهري ناهز 100 000 مشاهدة للصفحة خلال النصف الأول من عام 2021 (انظر الشكل الأول). وكان نحو 682 000 (72 في المائة) من تلك المشاهدات في تشرين الثاني/نوفمبر باللغة الإنكليزية، و 198 000 (20,9 في المائة) باللغة الإسبانية، و 25 500 (2,7 في المائة) باللغة العربية، و 19 000 (2 في المائة) باللغة الصينية، و 12 500 (1,3 في المائة) باللغة الفرنسية، و 10 000 (1,1 في المائة) باللغة الروسية. ومن المتوقع أن يوسّع نطاق التعاون مع محرك البحث غوغل في عام 2022 ليشمل لغات أخرى، بما فيها الروسية والصينية والعربية وكذلك الإندونيسية والإيطالية والبرتغالية واليابانية.

الشكل الأول

عدد المشاهدات الشهرية لصفحات الموقع الشبكي للعمل المناخي، تموز/يوليه - تشرين الثاني/نوفمبر 2021



26 - وفي تشرين الأول/أكتوبر 2021، وُسّع نطاق الجهود الرامية إلى مكافحة المعلومات الخاطئة وترويج المعلومات الصحيحة القائمة على العلم بشأن تغير المناخ ليشمل موقع يوتيوب، حيث شاهد المستخدمون الإسبان والألمان والإندونيسيون والبرتغاليون واليابانيون، منذ 3 تشرين الثاني/نوفمبر، في سياق الاستجابة لكل بحث عن مقطع فيديو بشأن تغير المناخ باللغة الإنكليزية، لوحة معلومات تعرض تعريفاً ورابطاً شبكياً يفضي إلى صفحة الأمم المتحدة الشبكية المعنونة "ما هو تغير المناخ؟". وأصبحت تلك الصفحة الشبكية أكثر صفحات موقع الأمم المتحدة الشبكي للمناخ الذي تديره الإدارة مشاهدة، حيث سُجلت 214 000 مشاهدة خلال الأسبوعين اللذين انعقد فيهما مؤتمر الأمم المتحدة بشأن تغير المناخ في غلاسكو، أي بزيادة مقارنة بالأسبوعين السابقين للمؤتمر، اللذين كان قد بلغ فيهما عدد المشاهدات 23 000 مشاهدة. وزادت هذه الزيادة أيضاً نسبة استخدام الصفحات الشبكية لمراكز الأمم المتحدة للإعلام ذات الصلة بشكل كبير. فعلى سبيل المثال، زاد في تشرين الثاني/نوفمبر عدد زوار الصفحة الشبكية المتعلقة بتغير مناخ اليابان التي يتعدها مركز الإعلام في طوكيو من 100 زائر إلى 1 000 زائر يومياً، وكان 80 في المائة من هؤلاء الزوار قد وصلوا إليها عبر موقع يوتيوب.

27 - وقد ساعدت الشراكات مع منصات أخرى، بما فيها فيسبوك وإنستغرام ولينكد إن وتويتر وواتساب، الإدارة على معالجة تداول المعلومات الخاطئة عبر الإنترنت وإشراك مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في قضايا منها مثلاً أهداف التنمية المستدامة، والعمل المناخي، وجائحة كوفيد-19، واللقاحات. وقدمت منصتا فيسبوك وإنستغرام الدعم من خلال منحهما أرصدة إعلانات لفائدة حملة "التحقق". وساهمت منصة لينكد إن بأرصدة إعلانات لحملة "التحقق" مكّنت من بث رسائل محددة الأهداف واختيار فئات الجمهور بغرض إشراك أصحاب المصلحة ذوي الأولوية، ومنهم قطاع الأعمال، وبغرض زيادة الوعي بالحاجة إلى الإنصاف في إتاحة اللقاحات. ومن خلال منح أرصدة إعلانات سارية المفعول اعتباراً من آب/أغسطس، قدمت منصة لينكد إن الدعم لإجراء حملات بشأن قضايا تشمل التعافي من جائحة كوفيد-19، وأزمة المناخ، وعدم المساواة بين الأعراق وبين الجنسين.

28 - وواصلت الإدارة، بالعمل مع كيانات منظومة الأمم المتحدة، الدعوة إلى أن تتخذ منصات وسائل التواصل الاجتماعي السياسات المعمول بها فيما يتعلق بالمعلومات الخاطئة وخطاب الكراهية أو أن تحسنها.

خامساً - الحملات الإعلامية

ألف - التنمية المستدامة

29 - سُجّلت مشاركة عالية من الجمهور في الوقفة الخاصة بأهداف التنمية المستدامة التي استُهل بها الجزء الرفيع المستوى من الدورة السادسة والسبعين للجمعية العامة في 20 أيلول/سبتمبر، والتي استحدثت إدارة التواصل العالمي من أجلها منصة مخصصة ومجموعات مواد لوسائل التواصل الاجتماعي بتسع لغات. وبدأت الإدارة مبادرة "الوفاء بالوعد" بوصفها المبادرة الرئيسية لوسائل التواصل الاجتماعي في ذلك الأسبوع، ودعت الناس في جميع أنحاء العالم إلى التعهد بالمساعدة في إيجاد عالم أفضل للجميع، على نحو ما هو مستوحى من أهداف التنمية المستدامة وبطريقة قابلة للتطبيق في حياتهم اليومية. وساعدت الفرقة الموسيقية "BTS"، بصفتها مبعوثاً خاصاً لرئيس جمهورية كوريا، في تعزيز المشاركة في المبادرة، حيث سجل أكثر من 110 000 شخص تعهداتهم الخاصة.

30 - ووصلت الوقفة الخاصة بأهداف التنمية المستدامة إلى جماهير جديدة في جميع أنحاء العالم وحققت أعلى الأرقام المسجلة على منصات وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بالأمم المتحدة في العامين الماضيين. ونتج ما يناهز 4 ملايين مشاركة عن 108 منشورات عُمِّمت بتسع لغات عبر منصات يديرها فريق وسائل التواصل الاجتماعي التابع للإدارة. وقد صنفت المنشورات المتعلقة بحفلة فرقة "BTS" والوقفة الخاصة بأهداف التنمية المستدامة ضمن مواد المحتوى الخمسة الأفضل أداءً في حسابات الأمم المتحدة على منصتي فيسبوك وتويتر لشهر أيلول/سبتمبر باللغات الإسبانية والإنكليزية والبرتغالية والسواحيلية والفرنسية والعربية والهندية. وفي حسابات الأمم المتحدة على منصة إنستغرام، كان المحتوى المتصل بفرقة "BTS" من بين المنشورات الخمسة الأولى باللغات الإسبانية والإنكليزية والبرتغالية والسواحيلية والفرنسية والهندية خلال العام. وكانت حفلة فرقة "BTS" من بين أفضل منشورات مقاطع الفيديو أداءً خلال العام في حسابات الأمم المتحدة على منصتي إنستغرام وفيسبوك باللغة الإسبانية، حيث بلغ عدد المشاهدات 180 000 مشاهدة. أما في حساب الأمم المتحدة على منصة تويتر باللغة الإنكليزية، فتلقى منشور يظهر

حفلة "BTS" مقرونا بالهاشتاغ #GlobalGoals أكبر عدد من الإعجابات المسجلة مقارنة بأي تغريدة منذ عام 2020، حيث بلغ عدد المشاركات 2 مليون مشاركة وعدد المشاهدات 3,1 ملايين مشاهدة.

31 - وساهمت الوقفة الخاصة بأهداف التنمية المستدامة في تطور موقع أهداف التنمية المستدامة الذي تتعده الإدارة، حيث بلغ عدد مشاهداته نحو 3,7 ملايين مشاهدة في شهر أيلول/سبتمبر 2021 وحده، أي بزيادة تناهز 400 000 مشاهدة مقارنة بالشهر نفسه من عام 2020.

32 - وفي تموز/يوليه، عملت الإدارة مع إدارة الشؤون الاقتصادية والاجتماعية على الترويج للمنتدى السياسي الرفيع المستوى المعني بالتنمية المستدامة، الذي زادت تغطيته بنسبة 29 في المائة مقارنة بمنتدى عام 2020. وقد نشرت أكثر من 4 500 مقالة ذات صلة في 141 بلدا وإقليما بـ 57 لغة. وقام أعضاء الاتفاق الإعلامي الخاص بأهداف التنمية المستدامة، مثل وكالة أنباء أسسا (إيطاليا) ووكالة تاس للأنباء (الاتحاد الروسي) ويومية اليوم السابع (مصر) بتغطية المنتدى على نطاق واسع.

33 - وظل الاتفاق الإعلامي الخاص بأهداف التنمية المستدامة، الذي تتعهد من خلاله شركات وسائل الإعلام والترفيه في جميع أنحاء العالم بتسخير مواردها ومواهبها دعما لأهداف التنمية المستدامة، طريقة أخرى تتبناها الإدارة في تركيز اهتمامها على تلك الأهداف. وحتى منتصف كانون الأول/ديسمبر 2021، كان هناك أكثر من 250 عضوا في الاتفاق، وكان آخر المنضمين إليه شبكة بوننتو للإذاعة والتلفزيون الكائن مقرها في بوروندي، وشبكة Multichoice الكائن مقرها في جنوب أفريقيا، وشبكة أنباء اليابان الكائن مقرها في اليابان والتي تقودها شركة طوكيو لنظم البث التي تتكون من 28 محطة تلفزيونية، ومجموعة شركات كوندو ناسيت لوسائل الإعلام الكائن مقرها في الولايات المتحدة الأمريكية. ويتاح للأعضاء الاطلاع على محتوى متخصص بشأن أهداف التنمية المستدامة، وفرص لإجراء مقابلات مع مسؤولي الأمم المتحدة وخبرائها، وفرصة للمشاركة في أنشطة من قبيل الركن الإعلامي الخاص بأهداف التنمية المستدامة. وحظي هذا الركن الإعلامي بمشاركة إعلامية قوية في عام 2021 شملت بث قناة الجزيرة بالإنكليزية برنامج "The Stream"، الذي شارك في استضافته وكالة الأمين العام للتواصل العالمي خلال الجزء الرفيع المستوى من الدورة السادسة والسبعين للجمعية العامة.

العمل المناخي

34 - كان للنهج الاستراتيجي الذي تتبناه الإدارة في التواصل بشأن المناخ أثر خلال النصف الثاني من عام 2021، حيث اجتذب مؤتمر الأمم المتحدة بشأن تغير المناخ في غلاسكو مستوى عال بشكل استثنائي من اهتمام الجمهور.

35 - وقد اتخذت مراكز الأمم المتحدة للإعلام تدابير لنشر مقالة الرأي بقلم الأمين العام المعنونة "اختبار المناخ في غلاسكو" 88 مرة في 44 بلدا بـ 19 لغة، وذلك قبيل انعقاد المؤتمر. وخلال المؤتمر، أظهر رصد وسائل الإعلام الذي قامت به الإدارة وجود تغطية قوية في وسائل التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام التقليدية للخطاب الافتتاحي الذي ألقاه الأمين العام أمام مؤتمر قمة قادة العالم في 1 تشرين الثاني/نوفمبر؛ ولتعزيزه بشأن إعلان غلاسكو المشترك بشأن تعزيز العمل المناخي في العشرينات من القرن الماضي الصادر عن الصين والولايات المتحدة، في 10 تشرين الثاني/نوفمبر؛ ومقابلته مع وكالة أسوشيتد برس المعنونة "الأمين العام للأمم المتحدة يقول إن الهدف المتعلق بالاحترار العالمي هو في 'غرفة الإنعاش'؛ وملاحظاته

بشأن المناسبة العالمية الرفيعة المستوى المعنية بالعمل المناخي في 11 تشرين الثاني/نوفمبر؛ ورسالته بالفيديو التي بُثت مباشرة بعد اعتماد ميثاق غلاسكو للمناخ في 13 تشرين الثاني/نوفمبر.

36 - وعلى وسائل التواصل الاجتماعي، صُيِّف مؤتمر الأمم المتحدة بشأن تغير المناخ في غلاسكو من بين أفضل محتويات الأمم المتحدة أداءً في عام 2021، حيث تلقت مقاطع الفيديو التي بُثت من مكان انعقاد المؤتمر مئات الآلاف من المشاهدات والتعليقات الإيجابية. وأبرزت مجموعة من المنتجات المتعددة اللغات، بما في ذلك بطاقات الاقتباسات والوقائع، الرسائل الرئيسية المتعلقة بالحاجة إلى عمل مناخي أكثر جرأة في الفترة التي سبقت المؤتمر وأثناء انعقاده. وتضمن المحتوى آراء لشباب من جميع أنحاء العالم أسمعوا فيها صوتهم بشأن المسائل المناخية، بما في ذلك التغطية المباشرة لمناسبات اجتماعية، كما عُرضت فيه حلول وابتكارات مناخية. فعلى سبيل المثال، زاد العديد من الأشخاص المؤثرين البارزين انتشار الرسائل المناخية، فقد غيّر كل من ليوناردو دي كابريو، رسول الأمم المتحدة للسلام، وضياء ميرزا، المناصرة لأهداف التنمية المستدامة، الرابط الشبكي في سيرته الذاتية على إنستغرام بغية توجيه متابعيهما، الذين يعدون بالملايين، إلى الموقع الشبكي للأمم المتحدة للعمل المناخي أو الموقع الشبكي لحملة "اعملوا الآن".

37 - وفي الفترة التي سبقت المؤتمر، ساعد العديد من الحملات الوطنية، التي نظمت بالتعاون مع منظمة "Purpose"، على إشراك الشباب ورواد الأعمال والناشطين والأشخاص المؤثرين في دعم العمل المناخي. وبدأ مركز الأمم المتحدة للإعلام في نيودلهي والأمم المتحدة في الهند حملة "نحن التغير" بمشاركة 17 شاباً من مناصري العمل المناخي الذين دعوا الشباب في الهند إلى الإسهام بحلولهم المناخية. ووصلت الحملة إلى أكثر من 27 مليون شخص على منصات رقمية وأسفرت عن أكثر من 166 قصة في منشورات رائدة مثل صحيفة *The Times of India* وموقع *Firstpost* الشبكي للأخبار والإعلام.

38 - وبدأ مركز الإعلام في ريو دي جانيرو حملة "نحن الحركة" ("Nós O Movimento") التي تابعها جمهور وصل عدده إلى 46 مليون شخص من خلال مقاطع فيديو قصيرة عُرضت في بعض مصاعد مباني المكاتب ومراكز التسوق والأماكن العامة في جميع أنحاء البرازيل. وشاهد الألواح الرقمية في حديقة إيبيرابويرا في ساو باولو، التي عرضت رسائل عن الآثار المناخية والحاجة الملحة إلى العمل المناخي، ما عدده 1,9 مليون شخص آخرين.

39 - وقد غطت شركة إذاعة جنوب أفريقيا بدء حملة الأمم المتحدة المعنونة "تحسين الأداء المتعلق بالعمل المناخي" في جنوب أفريقيا في تموز/يوليه. واستضافت صفحات "مقاهي تويتر" مناقشات مباشرة مع مسؤولين حكوميين ونشطاء وأشخاص مؤثرين؛ وعُمرت مقاطع فيديو قصيرة لـ "رواد التغير" (القادة المجتمعيون وقادة الأعمال والفكر الذين يُنظر إليهم على أنهم يحدثون فرقاً) عبر منصات وسائل التواصل الاجتماعي؛ ومكنت اللوحات الجدارية المعروضة محلياً في البلدات الجمهور من الاطلاع على فيديو الحملة من خلال رمز من رموز الاستجابة السريعة يتيح الاستفادة من خدمة تقنية الاتصال اللاسلكي (Wi-Fi) مجاناً، ليصل عدد المشاهدين إلى ما يقدر بنحو 400 000 شخص؛ وأوصلت البرامج الإذاعية المجتمعية باللغات المحلية رسائل عن العمل المناخي إلى ما يقرب من 300 000 شخص.

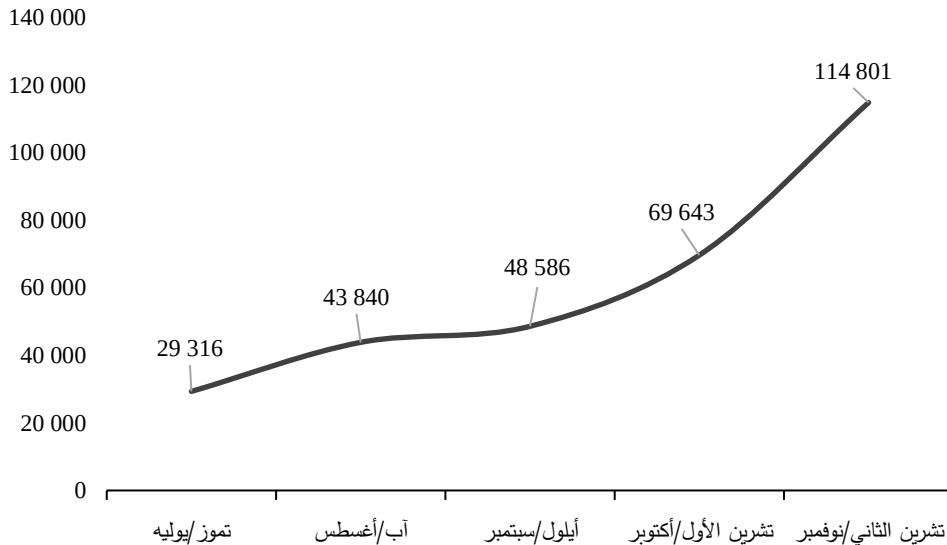
40 - وحظي إصدار الفريق العامل الأول التابع للهيئة الحكومية الدولية المعنية بتغير المناخ، المعنون "تغير المناخ 2021: الأساس القائم على العلوم الفيزيائية"، بتغطية إعلامية قوية على وسائل التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام التقليدية، وأشرك في الأمر أشخاص مؤثرون. وشملت التقارير المكثفة التي

قدمتها وسائل الإعلام الرئيسية في جميع أنحاء العالم تنبيهات إخبارية ومقالات على الصفحات الأولى ومقالات متعمقة تشرح المفاهيم ذات الصلة. ونُقل على نطاق واسع التحذير الذي أصدره الأمين العام في ضوء ذلك التقرير من أن أزمة المناخ تشكل "جرس إنذار للبشرية"، وهو التحذير الذي أُشير إليه في الإعلام بشكل كبير، مما أسفر عن تناوله في عناوين رئيسية في جميع المناطق وبلغات عديدة. وساعد رسل السلام وسفراء النوايا الحسنة، بدءاً من جين غودال حتى إيدان غالاجر ويو - يو ما، في زيادة انتشار رسالة الأمين العام في وسائل التواصل الاجتماعي.

41 - وخلال الفترة المشمولة بالتقرير، سجلت حملة الأمم المتحدة من أجل العمل المناخي الفردي، حملة "اعملوا الآن"، 1,5 مليون إجراء آخر من خلال تطبيق الأجهزة المحمولة وروبوت الدردشة ذوي الصلة، ليصل العدد إلى 4,5 ملايين إجراء، في حين تضاعفت مشاهدات الصفحة الشبكية أربع مرات تقريباً في شهر تشرين الثاني/نوفمبر 2021 مقارنة بشهر تموز/يوليه (انظر الشكل الثاني). وكان نحو 66 في المائة من مشاهدات صفحة حملة "اعملوا الآن" في تشرين الثاني/نوفمبر باللغة الإنكليزية، و 23 في المائة باللغة الإسبانية، و 5 في المائة تقريباً باللغة الفرنسية، و 4 في المائة باللغة الصينية، و 1 في المائة باللغتين العربية والروسية. وبقصد التزامن مع افتتاح مؤتمر الأمم المتحدة بشأن تغير المناخ في غلاسكو، حُدث روبوت ماسنجر في منصة فيسبوك الذي يسمح للناس بالتعرف على العادات المستدامة وتسجيل إجراءاتهم الفردية، وأعيد إطلاقه بعدة لغات مع إضفاء المزيد من الجاذبية على محتواه المرئي، واستُخدم لأول مرة أيضاً على منصة إنستغرام، وهو ما اجتذب فئة سكانية أصغر سناً.

الشكل الثاني

عدد المشاهدات الشهرية لصفحات الموقع الشبكي لحملة "اعملوا الآن"، تموز/يوليه - تشرين الثاني/نوفمبر 2021



42 - وساعد التعاون مع قطاعات الصناعة الإبداعية على إعطاء دفعة لحملة "اعملوا الآن". ففي تموز/يوليه، كانت الشخصية الخيالية "بيتر رابيت" محور حملة للعمل المناخي نُفذت بالتعاون مع شركة Sony Pictures Entertainment ومع منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة ومؤسسة الأمم المتحدة. وشجعت المواد المرئية ومواد الفيديو التي تضمنت الهاشتاغ #PeterRabbitFoodHero والتي وُزعت

عبر قنوات الأمم المتحدة على وسائل التواصل الاجتماعي بلغات متعددة وكذلك من خلال شبكة شركة Sony، شجعت الناس على المشاركة في حملة "اعملوا الآن" باتباع الهاشتاغ #ActNow.

43 - وفي تشرين الثاني/نوفمبر، وزعت قنوات الأمم المتحدة على وسائل التواصل الاجتماعي والشبكات الشريكة مواد متعددة اللغات تخص حملة عالمية، بتسعين لغات وباستخدام الهاشتاغ #TrollsFoodHeroes، مع منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة ومؤسسة الأمم المتحدة وشركة DreamWorks Animation، وذلك ابتغاء تشجيع تناول الأغذية الصحية والحد من هدر الأغذية.

باء - حقوق الإنسان

44 - في آب/أغسطس، وقبل الاجتماع الرفيع المستوى الذي عقد في الذكرى العشرين لإعلان وبرنامج عمل ديربان بشأن مكافحة العنصرية والتعصب والتمييز، بدأت الإدارة حملة متعددة اللغات معنونة "مكافحة العنصرية" (#FightRacism)، وذلك بالتعاون مع مفوضية الأمم المتحدة لحقوق الإنسان. وتناولت الحملة، التي استمرت حتى يوم حقوق الإنسان (10 كانون الأول/ديسمبر)، القضايا المتصلة بالعنصرية وعرضت إجراءات محددة للمساعدة في مكافحة العنصرية. وشملت منتجات الهوية البصرية والوسائط المتعددة سلسلة عن شخصيات ملهمة تكافح كراهية الأجانب والتمييز والتعصب أبرزت في الموقع المصغر المعنون "ديربان + 20 تمثيلية قصيرة" الذي حظي بـ 50 000 مشاهدة و 5 000 تفاعلا خلال الجزء الرفيع المستوى. وقد صنفت هذه المنتجات ضمن أكثر محتويات الإدارة جاذبية على وسائل التواصل الاجتماعي. وفي الفترة بين تموز/يوليه وتشرين الثاني/نوفمبر 2021، نتج أكثر من 50 000 تفاعل عن 265 مشاركة عبر جميع المنصات بتسعين لغات.

45 - وقدمت حملة "مكافحة العنصرية" (#FightRacism)، التي وسع نطاق انتشارها بفضل تنظيم مراكز الأمم المتحدة للإعلام للمناسبات وإنتاجها للمحتوى المحلي ذي الصلة، الدعم أيضا للجهود الداخلية التي تبذلها الأمم المتحدة للتصدي للعنصرية والتمييز من خلال فرقة العمل المعنية بالتصدي للعنصرية والنهوض بكرامة الجميع في الأمم المتحدة، التي أنشأها الأمين العام.

46 - وتميّز يوم حقوق الإنسان بأنشطة نُظمت في مقر الأمم المتحدة في نيويورك وفي مكتب الأمم المتحدة في جنيف، حيث نظم 14 مركزا إعلاميا مناسبات خاصة، بما في ذلك في أكرا؛ وبرازافيل؛ وبوجومبورا؛ وبوروندي؛ وكاتماندو؛ ولاغوس بنيجيريا؛ وليما؛ ولومي؛ ولوساكا؛ ومانيلا؛ وموسكو؛ وريو دي جانيرو بالبرازيل؛ وفيينا؛ وويندهوك؛ ويانغون بميانمار. وفي سياق استهداف الشباب، استفادت الإدارة من شراكاتها الاستراتيجية مع منصة Kahoot! للتعلّم من خلال الألعاب، وذلك بتحديث محتويات اختبار موجز على الإنترنت، باللغات الإسبانية والإنكليزية والفرنسية، أعدّ في إطار الاحتفال بيوم حقوق الإنسان.

47 - وبالتزامن مع مواصلة الإدارة تقديم الدعم للعقد الدولي للمنحدرين من أصل أفريقي (2015-2024)، رُوّجت لليوم الدولي للمنحدرين من أصل أفريقي (31 آب/أغسطس)، حيث استحدثت موقعاً شبيكياً متعدد اللغات مخصصاً له. وقدمت الإدارة الدعم أيضاً للاحتفال بذلك اليوم في كوستاريكا، بقيادة صندوق الأمم المتحدة للسكان.

48 - وخلال الفترة المشمولة بالتقرير، عملت الإدارة، وهي عضو في الفريق العامل المشترك بين الوكالات المعني بخطاب الكراهية، مع المكتب المعني بمنع الإبادة الجماعية والمسؤولية عن الحماية على تعزيز استراتيجية الأمم المتحدة وخطة عملها بشأن خطاب الكراهية.

49 - وفي إطار مناسبة افتراضية نظمها مكتب المستشار الخاص المعني بمنع الإبادة الجماعية للاحتفال باليوم الدولي لإحياء ذكرى ضحايا جريمة الإبادة الجماعية وتكريمهم ومنع هذه الجريمة (9 كانون الأول/ديسمبر)، قدمت الإدارة الدعم لإنتاج شريط فيديو يبرز حكايات ذاتية لناشطين شباب من البوسنة والهرسك ورواندا والعراق رُوج لها أيضا على قنوات الأمم المتحدة وقنوات الشركاء، جنبا إلى جنب مع محتوى متعدد اللغات ذي صلة نُشر على وسائل التواصل الاجتماعي.

جيم - السلام والأمن

50 - اختتمت في أيلول/سبتمبر المرحلة الثالثة من حملة "الخدمة والتضحية"، التي تُشكر في إطارها البلدان المساهمة بقوات وأفراد شرطة على خدمتها في عمليات الأمم المتحدة لحفظ السلام. وقد أُشرك في الحملة 11 بلدا مساهما بقوات وأفراد شرطة، بما فيها إسبانيا والبرتغال وبنين وتايلند وسلوفاكيا وصربيا وغواتيمالا وفنلندا وكوت ديفوار وموريتانيا والنمسا، ليصل بذلك العدد الإجمالي للبلدان المشمولة بالحملة إلى 52 بلدا. وفي الفترة المشمولة بالتقرير، صُنفت باستمرار الحملة، التي أُعلن عنها من خلال الهاشتاغ #ServingForPeace، ضمن أفضل منشورات وسائل التواصل الاجتماعي أداءً، حيث أفضت إلى ما يناهز 400 000 تفاعل عبر المنصات بتسع لغات. وحظي المحتوى الذي يبرز حفظة السلام من النساء بشعبية خاصة. وعملت الإدارة مع مركز الأمم المتحدة الإقليمي للإعلام في أوروبا الغربية في بروكسل ودائرة الأمم المتحدة للإعلام في فيينا والعديد من مكاتب المنسقين المقيمين على الترويج للحملة بلغات محلية. وروج للحملة أيضا على منصات التواصل الاجتماعي الخاصة بوزارتي الخارجية والدفاع، وكذلك على المنصات الخاصة بالبعثات الدائمة لعدة بلدان لدى الأمم المتحدة.

51 - وبالتعاون مع إدارة عمليات السلام، روجت إدارة التواصل العالمي لمؤتمر الأمم المتحدة الوزاري لحفظ السلام لعام 2021 الذي عقد في سول في 7 و 8 كانون الأول/ديسمبر. وشمل ذلك التواصل الموجه لوسائل الإعلام في البلدان المساهمة بقوات وأفراد شرطة، واستحداث وتبادل المحتوى من أجل حشد الدعم للمناسبة الرفيعة المستوى لإعلان التبرعات في الاجتماع، بالإضافة إلى تسليط الضوء على شراكة الأمم المتحدة مع البلدان المساهمة بقوات وأفراد شرطة والحاجة إلى زيادة الدعم لعمليات الأمم المتحدة للسلام.

52 - ورُوّجت الإدارة أيضا لمعرض متعدد الوسائط عن المرأة والسلام والأمن معنون "بأيديهن: النساء يمسكن بزمام السلام"، نظّمته إدارة عمليات السلام وإدارة الشؤون السياسية وبناء السلام وهيئة الأمم المتحدة للمرأة في الفترة من 15 تشرين الأول/أكتوبر إلى 5 تشرين الثاني/نوفمبر 2021 في مقر الأمم المتحدة في نيويورك.

53 - وفي آب/أغسطس، قام مركز الأمم المتحدة للإعلام في الرباط، من خلال وسائل الإعلام الرقمية والمطبوعة والإذاعية، بالترويج لمنح وسام خدمة الأمم المتحدة لحفظة السلام المغاربة التابعين لبعثة الأمم المتحدة المتكاملة المتعددة الأبعاد لتحقيق الاستقرار في جمهورية أفريقيا الوسطى.

54 - وفي تشرين الثاني/نوفمبر، نفذت إدارة التواصل العالمي، بالاشتراك مع إدارة الدعم العملياتي وإدارة الاستراتيجيات والسياسات الإدارية ومسائل الامتثال وإدارة عمليات السلام، الدورة التدريبية المتكررة السادسة لكبار موظفي الوكالات والصناديق والبرامج وعمليات السلام في مجال التواصل بشأن الاستغلال والانتهاك الجنسيين. واستمع أكثر من 20 مشاركاً في حلقة العمل الافتراضية إلى خبراء من الأمم المتحدة والمجتمع المدني بشأن مواضيع مثل التواصل على نحو استراتيجي بشأن الاستغلال والانتهاك الجنسيين، والمبادرات على نطاق المنظومة للتصدي للمشكلة، والمقابلات الإعلامية الفعالة، واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي لإعلام الجمهور بالسياسات والممارسات، وعملية التحقيق ودور موظفي الاتصالات، وكيفية التواصل مع الآخرين بشأن نهج الأمم المتحدة الذي يركز على الضحايا.

55 - وخلال عام 2021، ترأست الإدارة، بالاشتراك مع صندوق الأمم المتحدة للسكان، سلسلة من اجتماعات فرق العمل، التي تضم وكالات الأمم المتحدة وصناديقها وبرامجها، فيما يخص سبل التواصل بشأن الاستغلال والانتهاك الجنسيين، والتي أعدت توجيهات لموظفي الأمم المتحدة الميدانيين بشأن الاستجابة للدعوات بارتكاب موظفي منظومة الأمم المتحدة والأفراد المنتسبين إليها للاستغلال والانتهاك الجنسيين.

56 - وبالعامل مع إدارة عمليات السلام ومراكز الأمم المتحدة للإعلام، قامت إدارة التواصل العالمي بإنتاج محتوى متعدد الوسائط ومتعدد اللغات للترويج لجائزة أفضل ضابطة شرطة للعام، التي مُنحت في تشرين الثاني/نوفمبر لضابطة شرطة نيبالية تعمل في بعثة منظمة الأمم المتحدة لتحقيق الاستقرار في جمهورية الكونغو الديمقراطية، كما قامت بنشر ذلك المحتوى.

57 - وفي 16 و 17 تشرين الثاني/نوفمبر، نظمت الإدارة الحلقة الدراسية الإعلامية الدولية الافتراضية بشأن السلام في الشرق الأوسط لعام 2021، التي تناولت الموضوعين التاليين: "الذكرى السنوية الثلاثين لمؤتمر مدريد للسلام: هل يمكن أن ينتصر الأمل؟" و "الصحافة المقترحة للحلول في تغطية النزاع الإسرائيلي - الفلسطيني".

دال - أفريقيا

58 - من خلال مجلة "Africa Renewal" الرقمية والرسالة الإخبارية الشهرية التي تصدرها الإدارة ومنصاتها لوسائل التواصل الاجتماعي باللغتين الإنكليزية والفرنسية، ومن خلال مقالات مختارة نشرت على الموقع الشبكي باللغتين السواحيلية والصينية، واصلت الإدارة دعمها للتواصل من أجل تحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية وإرساء السلام والأمن في أفريقيا بمحتوى يروج لعمل الاتحاد الأفريقي، ومكتب المستشار الخاص لشؤون أفريقيا، ووكالة الاتحاد الأفريقي للتنمية - الشراكة الجديدة من أجل تنمية أفريقيا، واللجنة الاقتصادية لأفريقيا.

59 - ومن المسائل التي تمت تغطيتها خلال الفترة المشمولة بالتقرير معالجة أزمة المناخ، والتصدي للجوع، وتمكين النساء والشباب. وكان من بين الخبراء الأفارقة الذين أجريت معهم مقابلات القيم على عامل التغيير المتمثل في المساواة بين الجنسين وتمكين المرأة في مؤتمر قمة الأمم المتحدة المعني بالمنظومات الغذائية لعام 2021، الذي حث على تسريع العمل للقضاء على الجوع ودعم صغار المزارعين الأفريقيات؛ ومديرة شؤون التكنولوجيا وتغير المناخ وإدارة الموارد الطبيعية في اللجنة الاقتصادية لأفريقيا، التي سلطت الضوء على أولويات القارة في الفترة السابقة على انعقاد مؤتمر الأمم المتحدة بشأن تغير المناخ في غلاسكو وبعده؛ وكان منهم أيضاً باحثة أفريقية في مجال تغير المناخ ومؤلفة مساهمة لتقرير الهيئة الحكومية الدولية

المعنية بتغير المناخ لعام 2021 حذرت من احتمال أن تكون الظواهر الجوية القصوى هي الوضع الطبيعي الجديد ما لم يُعمل على إبطاء وتيرة الاحترار العالمي. وقدم رئيس الفريق الأفريقي للمفاوضين في مقال رأي نُشر قبل انعقاد مؤتمر الأمم المتحدة بشأن تغير المناخ في غلاسكو فهما مستوفى للمشاكل التي تواجه أفريقيا في المفاوضات المتعلقة بالمناخ.

60 - واحتفّت مجلة "Africa Renewal" بعمل شباب أفارقة أدت ابتكاراتهم ونشاطهم إلى إحداث أثر إيجابي في مجتمعاتهم. ونشرت المجلة ستة ملفات شخصية وعدة مقالات أساسية ووسّع نطاق انتشارها عبر وسائل التواصل الاجتماعي، بما في ذلك ملفات ومقالات عن ناشط في مجال المناخ من الكاميرون؛ ورائدة أعمال في مجال صناعة الأزياء من غينيا الاستوائية؛ وعالمتين من غانا وكينيا؛ ورائدة أعمال في مجال التكنولوجيا ناشطة في مجال حقوق المرأة من نيجيريا؛ وخبير تقني من أوغندا؛ ومزارعين شابين من زيمبابوي.

61 - وواصلت المجلة تغطيتها لتنفيذ الاتفاق المتعلق بمنطقة التجارة الحرة القارية الأفريقية، بما في ذلك الذكرى السنوية الأولى لبدء معاملات التجارة الحرة في 1 كانون الثاني/يناير 2022.

62 - وأنتجت الإدارة، بغية تنويع منصاتها الرقمية وتوسيع نطاقها، البودكاست المعنون "تجديد أفريقيا". وركزت حلقاته التجريبية الثلاث على التجارة في إطار اتفاق منطقة التجارة الحرة، ولقاح الملاريا الجديد الذي أوصت به منظمة الصحة العالمية للأطفال، وأزمة المناخ في أفريقيا. ووُزِع البودكاست عبر شتى المنصات الخاصة بالإدارة وعلى المنصات Apple Podcasts و Google Podcasts و Spotify.

63 - وتعاونت الإدارة، سعياً منها إلى تعزيز شراكاتها مع المجتمع المدني في أفريقيا، مع مجموعات مثل الشبكة الشبابية للزراعة الذكية مناخياً، التي لها وجود في جميع البلدان الأفريقية؛ والرابطة الوطنية للطلاب الأفارقة بالولايات المتحدة؛ والمنظمة غير الحكومية "رسل السلام - ليبيريا"؛ ورابطة طلاب الأمم المتحدة في جامعة غانا، في ليغون؛ ومشروع التنمية المجتمعية المعنون "مؤتمر الشباب في كينيا". وفي تشرين الثاني/نوفمبر، أقامت الإدارة شراكة مع تلك المجموعات لتنظيم حلقة دراسية شبكية ناقش فيها أحد خبراء الأمم المتحدة في مجال تغير المناخ واثنان من القادة الشباب نتائج مؤتمر الأمم المتحدة بشأن تغير المناخ في غلاسكو ودور الشباب في معالجة أزمة المناخ، استشرافاً للدورة السابعة والعشرين لمؤتمر الأطراف في اتفاقية الأمم المتحدة الإطارية بشأن تغير المناخ في شرم الشيخ، بمصر، في عام 2022.

64 - ووسع، خلال الفترة قيد الاستعراض، نطاق المقالات الإخبارية الواسعة التوزيع التي تنشرها مجلة Africa Renewal. وأعيد نشر ما مجموعه 210 مقالات مستمدة من المجلة باللغات الإنكليزية والسواحيلية والفرنسية، وذلك 1 350 مرة في أكثر من 150 منبر إعلامي في 14 بلداً في جميع أنحاء العالم، بما في ذلك في إثيوبيا، وجمهورية تنزانيا المتحدة، وجنوب أفريقيا، وزمبابوي، وسيراليون، وغانا، وغينيا، وفرنسا، وكينيا، والمملكة المتحدة، وناميبيا، ونيجيريا، وهندوراس، والولايات المتحدة.

65 - وبلغ المتوسط الشهري لزيارات الموقع الشبكي لمجلة "Africa Renewal" 190 331 زيارة، وكاد يكون عدد زوار الموقع الشبكي من الذكور والإناث شبه متساو. وسجلت أفريقيا أكبر عدد من الزوار (38,53 في المائة)، وجاءت بعدها أمريكا الشمالية (18,99 في المائة) وأوروبا (12,21 في المائة). وكان أغلب زوار الموقع هم الأشخاص الذين تراوحت أعمارهم بين 18 و 24 عاماً (31,58 في المائة).

سادسا - مراكز الأمم المتحدة للإعلام وخدمات الأمم المتحدة الإعلامية

ألف - تقديم الدعم للاتصال الاستراتيجي والتواصل في حالات الأزمات إلى منظومة الأمم المتحدة على المستوى الميداني

66 - تقوم مراكز الأمم المتحدة للإعلام بدور محوري في تنفيذ استراتيجية التواصل العالمي للأمم المتحدة من خلال قيادة أفرقة الأمم المتحدة للاتصالات أو المشاركة فيها في البلدان المضيفة لها. وتضطلع مراكز الإعلام، عندما تكون مدمجة في مكتب من مكاتب المنسقين المقيمين، بهذا العمل بالاشتراك مع تلك المكاتب لتنفيذ أولويات التواصل ودعم إطار الأمم المتحدة للتعاون من أجل التنمية المستدامة. ولزيادة تعزيز القدرة في مجال التواصل، استفادت إدارة التواصل العالمي من خبرات مديري مراكز الإعلام التابعة لها وموظفي شؤون الإعلام الإقليميين وموظفي المقر لتقديم أشكال محددة من الدعم. ففي أيلول/سبتمبر، على سبيل المثال، تعاون مدير دائرة الأمم المتحدة للإعلام في فيينا وموظف إقليمي لشؤون الإعلام يعمل في إسطنبول، بتركيا، مع مكتب الأمم المتحدة في يريفان لتزويد فريق الاتصالات في أرمينيا بعرض تفاعلي بشأن استراتيجية التواصل العالمي، بما في ذلك تمرين عملي بشأن تكييف الاستراتيجية مع الظروف القطرية. وقُدِّم دعم مباشر مماثل لتخطيط الاتصال الاستراتيجي في إسواتيني، وأنغولا، والبوسنة والهرسك، وبيلاروس، وزامبيا، وزمبابوي، والصين، وكازاخستان.

67 - وكما هو الحال بالنسبة للدعم والمشورة في مجال الاتصال الاستراتيجي، قدم مديرو مراكز الإعلام الأكبر حجما وموظفو المقر توجيهات هامة في مجال التواصل في حالة الأزمات إلى المنسقين المقيمين، في إثيوبيا وأفغانستان وميانمار على سبيل المثال. وفي تشرين الثاني/نوفمبر، نُفذت دورتان تدريبيتان في مجال التواصل في حالات الأزمات لفائدة مشاركين مختلطين من موظفي الاتصالات في مراكز الإعلام ومكاتب المنسقين المقيمين، في حين عقدت دورة عملية مخصصة لفائدة عشرة من مراكز الإعلام في بلدان متضررة من الأزمات.

68 - وقامت مراكز الأمم المتحدة للإعلام بدور أساسي في أفرقة الأمم المتحدة القطرية من خلال وضع استراتيجيات للتواصل في حالات الأزمات وتنفيذ حملات توعية للتصدي لتحديات من قبيل جائحة كوفيد-19 والمعلومات الخاطئة وتغير المناخ. وفي سياق التصدي للجائحة في الهند، تواصل مركز الإعلام والفريق القطري، بالتعاون مع وزارة الصحة ورعاية الأسرة، مع أكثر من 1,3 مليون عامل صحي في الخطوط الأمامية، باستخدام وحدات تدريبية تتعلق بالتواصل بشأن المخاطر وبالمشاركة المجتمعية تُرجمت إلى 14 لغة إقليمية. وتلقى ما يقدر بنحو 600 مليون شخص إضافي، بمن فيهم أفراد بعض الفئات الأكثر ضعفا في الهند، رسائل الوقاية والتخفيف من آثار جائحة كوفيد-19 التي تنسقها أفرقة الأمم المتحدة القطرية، وذلك من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، مثل منصتي فيسبوك وتويتر، وأيضا من خلال وسائل الإعلام المطبوعة ومحطات الإذاعة الوطنية والمجتمعية ومحطات التلفزيون الوطنية.

69 - وأنشأ مركز الأمم المتحدة للإعلام في جاكارتا ومكتب المنسق المقيم خلية للتواصل في سياق جائحة كوفيد-19 تتألف من الوكالات المسؤولة عن قيادة الجهود الوقائية لرصد الحالة واستجابات الأمم المتحدة في إندونيسيا، وتقدم المشورة للمنسق المقيم، بما يشمل الرسائل الرئيسية والإحصاءات والأرقام. وعقد مركز الإعلام في بيروت اجتماعات لفريق الأمم المتحدة للاتصالات كل أسبوعين لتنسيق التواصل في حالات الأزمات في سياق الأزمات المتعددة التي تؤثر على لبنان. ومع بدء الأزمة السياسية والإنسانية في

أفغانستان في آب/أغسطس في أعقاب مسك حركة طالبان بزماء السلطة، قام فريق الأمم المتحدة للاتصالات في أوزبكستان، بقيادة مكتب الأمم المتحدة في طشقند، بتعبئة منظومة الأمم المتحدة في البلد لكي تتواصل بشكل موحد بشأن الأزمة.

باء - بناء قدرات مراكز الأمم المتحدة للإعلام

70 - لضمان جاهزية المكاتب الميدانية لتنفيذ استراتيجية التواصل العالمي ودعم نظام المنسقين المقيمين، واصلت الإدارة تعزيز قدرات الموظفين الميدانيين. واكتست أدوات عقد الاجتماعات والتعلم عبر الإنترنت أهمية محورية في ربط الخبراء المواضيعيين من المقر بالموظفين الميدانيين، وذلك شأنها شأن دورات التدريب على المهارات واللغات التي ينفذها الميسرون الداخليون والخارجيون. وفي عام 2021، شارك ما متوسطه 112 مشاركا في كل واحدة من الحلقات الدراسية التفاعلية البالغ عددها 45 حلقة بشأن قضايا مثل كوفيد-19 والحالة في أفغانستان، ورصد الأخبار ووسائل التواصل الاجتماعي، ورسائل الحملات ومحتواها، وإعداد برامج عمل استراتيجية تستند إلى أولويات منظومة الأمم المتحدة في مجال التواصل. وعلى مدار العام، عقدت دورات تدريبية بشأن مهارات الاتصال الأساسية مثل كتابة الإعلانات ورواية القصص، وشارك في كل دورة من الدورات الـ 13 التي نظمتها الإدارة ما يزيد متوسطه عن 160 من المشاركين.

71 - وقدمت الإدارة الرسائل والمنتجات القابلة للتخصيص كجزء من دعمها للاتصال الاستراتيجي والتواصل في حالات الأزمات لمراكز الإعلام ولشبكة المنسقين المقيمين التي تضم 131 مكتبا. وأنشئ منبر لتبادل المعارف لتوفير أحدث التوجيهات من جميع مكونات الإدارة ومنظومة الأمم المتحدة، تيسيرا لتبادل أفضل الممارسات.

72 - وعززت القدرة على التواصل في الميدان من خلال جماعات ممارسين إقليمية عززت التعاون بين مركز الأمم المتحدة للإعلام وموظفي الاتصالات في مكاتب المنسقين المقيمين وحسّنت التعددية اللغوية. وتشمل جماعات الممارسين هذه جماعاتهم الموجودة في أفريقيا الناطقة بالإنكليزية وأفريقيا الناطقة بالفرنسية، وكذلك في أمريكا اللاتينية، ومنطقة البحر الكاريبي، والدول العربية، والمجموعات دون الإقليمية في أوروبا وآسيا الوسطى.

73 - وتعاونت الإدارة تعاوناً وثيقاً مع مكتب التنسيق الإنمائي لضمان حصول شبكتها المشتركة من موظفي الاتصالات على التوجيهات والأصول اللازمة لتعظيم أثر جهودهم المحلية في مجال التواصل إلى أقصى حد ممكن.

جيم - تعزيز التعددية اللغوية

74 - سواء باتباع نهج مبتكرة للتواصل أو باستخدام وسائل أكثر تقليدية، حققت مراكز الأمم المتحدة للإعلام أكبر أثر لها بالتواصل مع الجمهور باللغات الوطنية أو المحلية. وفي ما يتعلق بإنتاج هذه المواد وإجراء المقابلات الإذاعية والتلفزيونية وإنجاز الإحاطات الصحفية والمشاركة في البرامج الحوارية، عملت مراكز الإعلام بـ 125 لغة محلية ولغات الإشارة وطريقة براي، بالإضافة إلى اللغات الرسمية الست للأمم المتحدة. وحسّنت شبكة من المنسقين اللغويين في مراكز الإعلام وموظفي شؤون الإعلام الإقليميين تعميم مواد التواصل المتعددة اللغات على موظفي الاتصالات الميدانيين لاستخدامها محليا وكذلك على المنصات العالمية. ويسرت تلك الشبكة أيضا إنجاز ترجمات تكفل وصول رسائل الأمين العام أو غيره من كبار

المسؤولين إلى الجماهير بلغاتهم الخاصة؛ ونُشرت 601 من مقالات الرأي في 70 بلداً — 32 لغة خلال عام 2021.

75 - وظل استخدام الإذاعة والتلفزيون وسيلة فعالة للوصول إلى جمهور أوسع نطاقاً باللغات المحلية. ومن الأمثلة على ذلك الشراكة التي تستمر لمدة عام واحد وبدأت في أيار/مايو 2021 بين مركز الإعلام في دكا وشبكة المنظمات غير الحكومية البنغلاديشية للراديو والاتصالات بغرض بث 20 محطة إذاعية مجتمعية لمعلومات الأمم المتحدة باللغة البنغالية، وشراكة مركز الإعلام في بيروت مع إذاعة لبنان فيما يتعلق بالبرنامج الحوارية الأسبوعي المباشر المعنون "هوا الشباب" الذي يستهدف الشباب باللغة العربية. وفي تشرين الثاني/نوفمبر، أنتج مركز الإعلام في بيروت شريط فيديو عن أهداف التنمية المستدامة، ركز على التلوث وعدم المساواة بين الجنسين والسلام والأمن والصحة والتعليم، وبثته تسع محطات تلفزيونية وروّج له على نطاق واسع على وسائل التواصل الاجتماعي، مما أسفر عن 400 000 مشاركة.

76 - وفي حين تواصل مراكز الأمم المتحدة للإعلام استخدام الوسائل التقليدية مثل الإذاعة والتلفزيون للوصول إلى الجمهور، فإن المشاركة تزداد بشكل مطرد بفضل استخدام المواقع الشبكية ومنصات وسائل التواصل الاجتماعي. ونشر مركز الإعلام في ريو دي جانيرو مقالات إخبارية باللغة البرتغالية على الموقع الشبكي لفريق الأمم المتحدة القطري وصلت إلى ما متوسطه 10 ملايين شخص شهرياً، في حين وصلت الحسابات على منصات فيسبوك وإنستغرام وتيك توك وتويتر وفيديو ويوتيوب باللغة البرتغالية إلى أكثر من 2,4 مليون شخص حتى منتصف تشرين الثاني/نوفمبر 2021. وحسّنت دائرة الأمم المتحدة للإعلام في فيينا، في إطار برنامج جولاتها الافتراضية، محتواها المتعدد اللغات على وسائل التواصل الاجتماعي بمناسبة أيام اللغات الأم الإسبانية والإنكليزية والروسية والصينية والفرنسية.

77 - وفي تموز/يوليه، قام مركز الإعلام في لوساكا بتكليف مقاطع فيديو مستمدة من منظمة الصحة العالمية واليونسكو بشأن التدابير الوقائية المتعلقة بجائحة كوفيد-19 وأهمية اللقاحات، وذلك بلغة الكيتوبا ولغة اللّغالا المحليتين. وفي آب/أغسطس، ولدعم حملة "التحقق" ومبادرة "انتبه قبل المشاركة"، عقد المكتب الميداني في طشقند جلسة إعلامية بخمس لغات محلية، هي لغة الكاراكباك واللغتين الطاجيكية والأوزبكية، إلى جانب الإنكليزية والروسية، وشارك فيها 43 عضواً من الرابطة الوطنية لمتطوعي أوزبكستان تعهدوا بالانتباه قبل مشاركة المعلومات والتحقق منها قبل نشرها على الإنترنت. وفي أيلول/سبتمبر، أنتج مركز الإعلام في نيودلهي والأمم المتحدة في الهند شريط فيديو بلغة الإشارة الهندية يصف 10 إجراءات مؤثرة يمكن للأفراد اتخاذها لإنقاذ كوكب الأرض، في حين أعد مركز الإعلام في كاتماندو مقاطع فيديو بلغة الإشارة النيبالية ركزت على أهداف التنمية المستدامة والإعلان العالمي لحقوق الإنسان.

دال - تسخير الابتكار للوصول إلى جمهور واسع ومتنوع وتعبئته

78 - في سياق التصدي لجائحة كوفيد-19، اضطرت مراكز الأمم المتحدة للإعلام إلى تحويل المزيد من أنشطتها إلى المنصات الرقمية. وبذلك، استفادت من الاتجاهات المستجدة والمنصات والشراكات لإشراك وإلهام جمهور أوسع وأكثر تنوعاً يسعى إلى الحصول على المعلومات ويبحث عن الشعور بالانتماء إلى المجتمع على وسائل التواصل الاجتماعي. فعلى سبيل المثال، في تموز/يوليه، وكجزء من حملة "أخطُ خطوة" التي تبرز سبل المساعدة على تحقيق أهداف التنمية المستدامة، بدأ مركز الإعلام في بيروت وفريق الاتصالات في لبنان في إنتاج مقاطع فيديو مع أشخاص مؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي،

مما أسفر عن 442 000 مشاركة. وعرضت دائرة الأمم المتحدة للإعلام في جنيف منتجات جديدة مثل مقاطع الفيديو ومقاطع الفيديو القصيرة والبودكاست على منصة إنستغرام التي ساعدت على توسيع نطاق ذلك المحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي باللغتين الإنكليزية والفرنسية لتعميمه على ما يقرب من 1,5 مليون متابع حتى نهاية آب/أغسطس.

79 - واحتفالاً باليوم الدولي للأشخاص ذوي الإعاقة (3 كانون الأول/ديسمبر) في إندونيسيا، قام مركز الإعلام في جاكارتا ومنظمة العمل الدولية والمنظمات المحلية بتنظيم حملة على وسائل التواصل الاجتماعي بعنوان "أظهروا لغة إشارتكم"، تهدف إلى توعية الجمهور بالتحديات التي يواجهها الأشخاص ذوو الإعاقة، وطلبوا من المجيبين تسجيل أنفسهم وعرض رقصة من رقصاتهم على أساس قائمة أغاني معدة بإحكام مقرونة بترجمة لكلماتها بلغة الإشارة. واستخدم المركز، في حملته بمناسبة يوم الأمم المتحدة (24 تشرين الأول/أكتوبر) على منصات فيسبوك وإنستغرام وتويتر، محتوى تفاعلياً ومقاطع فيديو استُعملت فيها خاصية البحث بواسطة "الإكمال التلقائي" في محرك غوغل كأداة لرواية القصص، كما استخدم اختباراً موجزاً لرواية القصص على منصة إنستغرام بشأن ميثاق الأمم المتحدة، مما أسفر عن ما يناهز 16 000 مشاركة و 41 859 مشاهدة.

80 - وبالتعاون مع منصة تويتر ومؤسسة "شباب يحب مصر" غير الربحية والسفارة الفرنسية في مصر ومتطوعي الأمم المتحدة، دعم مركز الإعلام في القاهرة "برنامج رواد البيئة" التجريبي لإشراك الشباب في تحقيق أهداف التنمية المستدامة والبحث عن حلول للتحديات العالمية مثل تغير المناخ، وتدهور التنوع البيولوجي، وإدارة النفايات، والحصول على الطاقة المتجددة. ودُرب في إطار المشروع 70 شاباً وشابة مصريين تتراوح أعمارهم بين 18 و 30 عاماً. وفي يانغون بميانمار، قدم مركز الإعلام الدعم لمفوضية الأمم المتحدة لحقوق الإنسان في تنظيم حملة على وسائل التواصل الاجتماعي بمناسبة يوم حقوق الإنسان، تتألف من شريط فيديو موسيقي وأربعة مقاطع فيديو ونُذْ مصورة افتراضية عن مناصري حقوق الإنسان.

81 - وقدم مركز الأمم المتحدة للإعلام في ريو دي جانيرو الدعم لمهرجان رقمي افتراضي بشأن أهداف التنمية المستدامة في آب/أغسطس 2021 تضمّن 153 ساعة من الأنشطة و 43 حلقة دراسية شبكية و 30 ساعة من حلقات العمل لفائدة المعلمين و 13 عرضاً سينمائياً. وأسفرت تلك المناسبة عن 13 000 اشتراك وُنُت على الشبكة التلفزيونية Rede Amazônica لأكثر من 15 000 من المعلمين العاملين على ضفاف نهر الأمازون وعلى محطة TV Claret التلفزيونية لأكثر من 20 000 طالب محرومين من إمكانية الاتصال بالإنترنت.

82 - وقاد مركز الإعلام في مانابلا ومكتب المنسق المقيم فريق الاتصالات المحلي في تنظيم سلسلة مناقشات افتراضية لمدة ثلاثة أيام في إطار مؤتمر قمة الأمم المتحدة المعني بالمنظومات الغذائية في أيلول/سبتمبر 2021. وقد اجتذبت هذه المناسبة، التي شارك فيها مشاركون من الحكومات الوطنية والمحلية والمؤسسات المالية الدولية والحكومات المانحة والمجتمع المدني والقطاع الخاص وفريق الأمم المتحدة القطري، اهتماماً كبيراً من جانب وسائل الإعلام الرئيسية. وأفضت سلسلة المناقشات أيضاً إلى الوصول عبر منصة فيسبوك إلى أكثر من 150 000 شخص، ومشاركة ما يقرب من 10 000 شخص بتفاعلات ومشاهدات للفيديو تناهز 60 000 مشاهدة.

83 - وخلال الفترة قيد الاستعراض، سُجل لـ “مركز المشاركة”، وهو مستودع لتطبيقات الأمم المتحدة للأجهزة المحمولة ومسابقاتها وبودكاستاتها وجوائزها وألعاب الفيديو الخاصة بها استحدثه مركز الأمم المتحدة الإقليمي للإعلام في أوروبا الغربية ويقوم بتعهده، سُجل له أكثر من 20 في المائة من زيارات الصفحة الشبكية باللغة الإنكليزية الخاصة بمركز الإعلام، أي ما يزيد على 160 000 زائر. وأنتج المركز أيضاً نسخة معنية بالمناخ من لعبة “Go Goals” على الإنترنت لتتقيف المستخدمين بشأن تأثير تغير المناخ على تحقيق أهداف التنمية المستدامة.

84 - وفي اليابان، قام مركز الأمم المتحدة للإعلام بدور هام في زيادة الوعي بأهداف التنمية المستدامة، بما في ذلك خلال دورة الألعاب الأولمبية ودورة الألعاب الأولمبية للأشخاص ذوي الإعاقة الصيفيتين لعام 2020، التي عقدت في الفترة من تموز/يوليه إلى أيلول/سبتمبر 2021 بسبب جائحة كوفيد-19، ومن خلال الحملات الإعلامية التلفزيونية. وبلغ عدد الشركاء الإعلاميين اليابانيين المشاركين في الاتفاق الإعلامي الخاص بأهداف التنمية المستدامة 137 مشاركاً في نهاية عام 2021، أي بزيادة تناهز 100 مشارك خلال العام، علماً بأن العديد من هؤلاء الشركاء ينفذ حملات متعددة السنوات تتعلق بأهداف التنمية المستدامة.

85 - وعقب إنشاء ناد للكتاب الأفريقي المعني بالتنمية المستدامة، بالتعاون مع قسم بيع منشورات الأمم المتحدة وتسويقها التابع للإدارة وشركاء محليين آخرين في مجال النشر من جميع أنحاء أفريقيا، استضاف مركز الإعلام في ويندهوك أربع حلقات عمل باللغات الإنكليزية والسواحيلية والفرنسية والعربية لتدريب الكتاب الأفارقة في مجال تتقيف الأطفال بشأن أهداف التنمية المستدامة. وفي أيلول/سبتمبر 2021، نظم مركز الأمم المتحدة الإقليمي للإعلام في أوروبا الغربية في بروكسل، بالشراكة مع الاتحاد الأوروبي وحملة “اعملوا الآن”، حملة بعنوان “حملة الاتحاد الأوروبي لتنظيف الشواطئ لعام 2021” (#EUBeachCleanup 2021)، شملت أكثر من 60 بلداً وشارك فيها أكثر من 5 000 متطوع في جهود التنظيف التي جُمع فيها أكثر من 7 000 كيلوغرام من النفايات.

سابعاً - خاتمة

86 - وفقاً لاستراتيجية التواصل العالمي للأمم المتحدة، أعدت إدارة التواصل العالمي ونفذت حملات تستقطب اهتمام جمهورها العالمي فيما يتصل بالمسائل ذات الأولوية التي تعني المنظمة. وتحقيقاً لهذه الغاية، وإصلاً الإدارة توسيع نطاق تواصلها الرقمي بشأن مواضيع رئيسية مثل أهداف التنمية المستدامة والعمل المناخي والعنصرية وحفظ السلام. واطُرد نقل المحتوى الخاص بمجموعات بعينها من الجمهور على المنصات الرقمية وبلغات متعددة، وذلك باستحداث مواد إبداعية توافق تطلعات المستخدمين. وسجلت الشراكات التي أقيمت مع شركات وسائل التواصل الاجتماعي والتكنولوجيا زيادات كبيرة، من حيث توسيع مجال التأثير وتعزيز الحضور، أما الشراكات مع وسائل الإعلام فساعدت على الترويج بقوة للرسائل المتعلقة بخطة التنمية المستدامة لعام 2030. واستمر اتسام مراكز الأمم المتحدة للإعلام بأهمية كبرى في تكيف وتنفيذ الحملات على الصعيد القطري واللغات المحلية، كما أن التعاون مع نظام المنسقين المقيمين قد مكّن الإدارة من التفاعل مع جمهور عالمي أكبر.

87 - وفي ضوء الدروس المستفادة من حملة “التحقق” وتأثيرها، ستواصل الإدارة العمل على تبويئ محتوى الأمم المتحدة مكانته باعتباره مصدراً من مصادر المعلومات الصحيحة الموثوقة التي تُعَمِّم خدمةً للصالح العام العالمي، وستكتف جهودها لمكافحة المعلومات الخاطئة في مجالات أخرى من قبيل تغير

المناخ وخطاب الكراهية. وتمشيا مع الرؤية التي عبر عنها الأمين العام في تقريره المعنون "خطتنا المشتركة"، ستقود الإدارة عملية وضع مدونة قواعد سلوك عالمية تعزيزا للنزاهة في مجال الإعلام.

88 - وستواصل الإدارة أيضا قيادة ودعم الاستجابات في مجال التواصل في حالات الأزمات على الصعيدين القطري والعالمي، بما يشمل الأمور المتعلقة بمعالجة مسألة المعلومات الخاطئة والمعلومات المضللة. وبازدياد اعتماد منظومة الأمم المتحدة على إدارة التواصل العالمي فيما يتصل بالقيادة والتنسيق والتوجيه، ستسعى الإدارة جاهدة إلى تلبية تلك الطلبات بتعزيز قدراتها وتحسين خبراتها، بوسائل منها إقامة شراكات فعالة وأوسع نطاقا ابتغاء زيادة التأثير.
