

Distr.: General
18 March 2022
Arabic
Original: English

المجلس الاقتصادي والاجتماعي



لجنة البرنامج والتنسيق

الدورة الثانية والستون

الدورة التنظيمية، 21 نيسان/أبريل 2022

الدورة الموضوعية، 31 أيار/مايو - 1 تموز/يوليه 2022*

البند 3 (ب) من جدول الأعمال المؤقت**

المسائل البرنامجية: التقييم

الاستعراض الذي يجري كل ثلاث سنوات لتنفيذ التوصيات الواردة في التقييم البرنامجي لإدارة شؤون الإعلام السابقة (إدارة التواصل العالمي حالياً)

تقرير مكتب خدمات الرقابة الداخلية

موجز

يقدم هذا التقرير، الذي أعدته شعبة التفتيش والتقييم التابعة لمكتب خدمات الرقابة الداخلية، وفقاً للمقرر الذي اتخذته لجنة البرنامج والتنسيق في دورتها الثانية والعشرين بإجراء استعراضات تُجرى كل ثلاث سنوات لتنفيذ المقررات التي تتخذها اللجنة على أساس دراسات تقييم متعمقة ((A/37/38 (Supp)، الفقرة 362)). وقيم هذا الاستعراض الذي يجري كل ثلاث سنوات مدى تنفيذ التوصيات الأربع المنبثقة عن التقييم البرنامجي لعام 2019 لإدارة شؤون الإعلام السابقة (E/AC.51/2019/2)، إدارة التواصل العالمي حالياً.

ودرس التقييم مدى أهمية النواتج الرئيسية للإدارة وكفاءتها وفعاليتها في بناء الدعم لأعمال الأمم المتحدة ومثلها العليا، بالنظر إلى البيئة المتغيرة لوسائل الإعلام والتواصل. وأوصت اللجنة، في دورتها التاسعة والخمسين، بأن تقر الجمعية العامة التوصيات الواردة في تقرير التقييم الذي أعده مكتب خدمات الرقابة الداخلية. واستناداً إلى استعراض قدر كبير من المعلومات التي قدمتها الإدارة والمقابلات التي أجريت مع موظفين مختارين، خلص هذا الاستعراض الذي يجري كل ثلاث سنوات إلى أن التوصيات الأربع قد نفذت جميعها تنفيذاً مرضياً.

* تواريخ الدورة الموضوعية هي تواريخ تقديرية.

** E/AC.51/2022/1



الرجاء إعادة استعمال الورق

060422 050422 22-04050 (A)



وقد تطرقت التوصية 1 إلى حاجة الإدارة إلى أن تستثمر في تفكير استراتيجي رفيع المستوى ومطرر وتطلعي وفي تحديد الأولويات. واستجابة لهذه التوصية، قامت الإدارة بما يلي: (أ) إنشاء وظيفة استراتيجية مكرسة على نطاق الإدارة في مكتب وكالة الأمين العام للتواصل العالمي (2021)؛ (ب) وضع استراتيجية التواصل العالمي للأمم المتحدة لتعزيز تماسك واتساق الاتصالات عبر مختلف السياقات وتعزيز أثر سرد القصص إلى أقصى حد؛ (ج) إدراج جداول التواصل كأداة رئيسية لتعزيز الصلات المنتظمة مع وظيفة التواصل الاستراتيجي للمكتب التنفيذي للأمين العام وغيره من الشركاء الرئيسيين. وفي ضوء ما تم جمعه من أدلة، اعتُبرت هذه التوصية قد نُفذت.

وتناولت التوصية 2 حاجة الإدارة إلى زيادة الكفاءة إلى أقصى حد ممكن والحد من القيود الهيكلية. وتمثلت استجابة الإدارة فيما يلي: (أ) القضاء على الثغرات وأوجه التداخل عن طريق إعادة تركيز الموارد من الموظفين نحو أولويات التواصل المؤثرة، تمشيا مع الاستراتيجية الجديدة والأولويات السنوية؛ (ب) تعزيز التعاون فيما بين الشعب وفيما بين الإدارات بشأن المجالات المواضيعية، وزيادة التعاون مع مراكز الأمم المتحدة للإعلام؛ (ج) تعزيز إدماج مكاتبها الميدانية في أنشطة التواصل الاستراتيجي بالمقر؛ (د) تعزيز قدرة موظفيها الميدانيين، والتعاون الوثيق مع مكتب التنسيق الإنمائي؛ (هـ) تنفيذ نهج "مختبري" متكامل لزيادة استخدام مراكز الأمم المتحدة للإعلام في الاضطلاع بالوظائف التي تشمل الإدارة برمتها، بما في ذلك إدماجها في مهام صياغة المحتوى وتحليل الجمهور في مرحلة مبكرة. واعتُبرت هذه التوصية قد نُفذت.

وركزت التوصية 3 على حاجة الإدارة إلى إنشاء محتوى أكثر حداثة وجاذبية للوصول إلى جمهور أكبر. واستجابة لذلك، قامت الإدارة بما يلي: (أ) إنشاء فريق للرؤى المتعمقة في مكتب وكالة الأمين العام للتواصل العالمي، أسهم في كفاءة اتباع نهج يركز على الجمهور (عوضاً عن إجراء تقييم لاحتياجات الجمهور لمرة واحدة، على النحو الموصى به في التقييم)؛ (ب) وضع مبادئ توجيهية داخلية بشأن التوسيم لكفاءة إمكانية التعرف الفوري على الرسائل والمحتوى من خلال التوسيم المتسق والشكل والمظهر المتناسقين داخل القنوات والمنتجات وفيما بينها؛ (ج) استعراض هيكل أفرقة محتوى الوسائط المتعددة والمنصات المرتبطة بها، بغية إيجاد أوجه تآزر جديدة وتعزيز التعددية اللغوية. واعتُبرت هذه التوصية قد نُفذت.

وتطرقت التوصية 4 إلى حاجة الإدارة إلى تعزيز شراكاتها وتوسيع رقعة انتشار الرسائل وضع أفكار وشبكات وجماهير وموارد مالية جديدة في عملها. وتمثلت استجابة الإدارة فيما يلي: (أ) وضع استراتيجية للشراكات على نطاق الإدارة، مع اتباع نهج كلي ومتكامل؛ (ب) إنشاء لجنة للشراكات وتعبئة الموارد (2019) لتذليل العقبات أمام الشراكات. واعتُبرت هذه التوصية قد نُفذت.

أولاً - مقدمة

- 1 - نظرت لجنة البرنامج والتنسيق، في دورتها التاسعة والخمسين المعقودة في عام 2019، في التقرير الذي أعدته شعبة التفتيش والتقييم التابعة لمكتب خدمات الرقابة الداخلية عن التقييم البرنامجي لإدارة شؤون الإعلام (إدارة التواصل العالمي حالياً) (E/AC.51/2019/2).
- 2 - وأعربت اللجنة عن تقديرها واحترامها الكبير للعمل الهام الذي تضطلع به الإدارة. وأعرب أعضاء اللجنة عن تقديرهم لتقرير مكتب خدمات الرقابة الداخلية، بما فيه التوصيات، وأيدوا التحليل المتوازن للعمل الذي تقوم به الإدارة. وأوصت اللجنة بأن تقرر الجمعية العامة التوصيات الواردة في الفقرات من 70 إلى 73 من تقرير التقييم الذي أعده مكتب خدمات الرقابة الداخلية (انظر A/74/16، الفقرة 573).
- 3 - ويصدر هذا التقرير بناء على استعراض أجري في إطار الاستعراضات التي تجرى كل ثلاث سنوات لحالة تنفيذ التوصيات الأربع الواردة في تقرير التقييم. ويتضمن الاستعراض أيضاً تقييماً لمدى إسهام تنفيذ التوصيات في التغييرات البرنامجية.
- 4 - وشملت المنهجية المتبعة في الاستعراض الذي يجري كل ثلاث سنوات ما يلي:
 - (أ) استعراض وتحليل التقارير المرحلية التي تعد كل سنتين عن حالة التوصيات والتي يتم رصدها من خلال قاعدة البيانات الخاصة بتوصيات مكتب خدمات الرقابة الداخلية؛
 - (ب) تحليل المعلومات والوثائق والتقارير ذات الصلة التي يتم الحصول عليها من الإدارة بشأن مختلف المواضيع ذات الصلة بالتوصيات؛
 - (ج) مقابلات مع عينة مختارة من ستة من كبار المديرين وموظفي البرامج.
- 5 - ويتضمن هذا التقرير التعليقات الواردة من الإدارة خلال عملية الصياغة. وأطلعت الإدارة على الصيغة النهائية للتقرير التماساً لتعليقاتها، التي ترد مستنسخة في مرفق التقرير. ويعرب مكتب خدمات الرقابة الداخلية عن تقديره لما أبدته الإدارة من تعاون في إعداد التقرير.

ثانياً - النتائج

- 6 - قدم مكتب خدمات الرقابة الداخلية، في تقييمه لإدارة شؤون الإعلام، أربع توصيات، وهي أن تقوم الإدارة بما يلي: (أ) الاستثمار في تفكير استراتيجي رفيع المستوى ومطرّد وتطلعي وفي تحديد الأولويات؛ (ب) تحقيق أقصى قدر من الكفاءة والحد من القيود الهيكلية؛ (ج) إعداد محتوى أكثر مواكبة للعصر واستقطاباً للوصول إلى أعداد أكبر من الجمهور؛ (د) مواصلة تعزيز شراكاتها وتوسيع رقعة انتشار الرسائل وضخ أفكار وشبكات وجماهير وموارد مالية جديدة في عملها. واعتبرت التوصيات الأربع جميعها منفذة تنفيذاً كاملاً وقت الاستعراض الذي يجري كل ثلاث سنوات، وكانت هناك بعض الأدلة على تحقيق نتائج إيجابية ملموسة من تنفيذ التوصيات. ويرد أدناه عرض لحالة تنفيذ كل توصية من التوصيات الأربع.

التوصية 1

الاستثمار في تفكير استراتيجي رفيع المستوى ومطرّد وتطلعي وفي تحديد الأولويات

7 - فيما يلي نص التوصية 1:

ينبغي أن تستثمر الإدارة في تفكير استراتيجي رفيع المستوى ومطرّد وتطلعي وفي تحديد الأولويات. وتحقيقاً لهذه الغاية، ينبغي أن تقوم الإدارة بما يلي:

(أ) إنشاء وظيفة استراتيجية مكرّسة على نطاق الإدارة في مكتب وكالة الأمين العام للتواصل العالمي؛

(ب) استعراض وتحسين توجيهاتها السنوية بشأن التواصل، مع وضع استراتيجية واضحة المعالم والتركيز على الرسائل ذات الأولوية والتنفيذ؛

(ج) السعي لدى المكتب التنفيذي للأمين العام إلى إدراجها في هيئة مناسبة لصنع القرار، مثل اللجنة التنفيذية، وإلى إقامة روابط منتظمة مع وظيفة التواصل الاستراتيجي التي يضطلع بها ذلك المكتب.

مؤشرات الإنجاز: اختصاصات الوظيفة الاستراتيجية؛ تنقيح نموذج التوجيهات بشأن التواصل

8 - واستجابة لهذه التوصية، أنشأت الإدارة وظيفة للتخطيط والتنسيق والتعاون في مجال التواصل الاستراتيجي، على النحو المبين في الميزانية البرنامجية لعام 2022 (انظر (Sect.28) A/76/6، المرفق الثالث)، بما في ذلك اقتراح إنشاء وظيفة كبير موظفي شؤون الإعلام في مكتب وكالة الأمين العام للتواصل العالمي. ومن شأن هذه الوظيفة أن تمكن الإدارة من جملة أمور، منها التنبؤ بفعالية بالقضايا العالمية ذات الأولوية وتحديد الفرص؛ وكفالة مواءمة برامج الإدارة وأنشطتها مع الأولويات المواضيعية؛ وتحسين التنسيق وتعزيز نشر الرسائل الرئيسية؛ والتخفيف من المخاطر من خلال تحديد الأزمات المحتملة.

9 - وفي عام 2019، دخلت الوظيفة مرحلة التجريب ووضعت أدوات التخطيط الاستراتيجي قيد الاستخدام (انظر الفقرة 11 أدناه للاطلاع على تفاصيل عن نظام التخطيط الشبكي). وأتاح ذلك تهيئة وظيفة استراتيجية على نطاق الإدارة ودعم تنفيذ استراتيجية التواصل العالمي للأمم المتحدة (انظر الفقرة 14 أدناه) من خلال أنشطة التخطيط والتنسيق لزيادة أثر اتصالات الأمم المتحدة إلى أقصى حد. وشملت الوظيفة الإشراف على أنشطة التواصل المتعلقة بالأزمات وإدارة السمعة، وكلاهما يعتبر ضرورة تشغيلية لتنفيذ ولاية الإدارة. وأسفرت الوظيفة الجديدة عن تحديد أولويات مشتركة للاتصالات المنسقة وإلى إزالة أوجه التضارب في فرص التواصل.

10 - وتأكد من خلال المقابلات واستعراض الوثائق أن هذه الوظيفة لا تزال استراتيجية، بالنسبة للإدارة وللمنظومة الأمم المتحدة على السواء، وأنها أسهمت في تعزيز التفكير الاستراتيجي وتحديد الأولويات. فعلى سبيل المثال، فقد أتاحت للإدارة الاضطلاع بما يلي: (أ) تحديد فرص التواصل، التي تعرض على الأمين العام أسبوعياً، ومن ثم التخطيط لها وتنفيذها (مثل إحياء ذكرى 5 ملايين حالة وفاة بسبب مرض فيروس كورونا (كوفيد-19))؛ (ب) التنبؤ بمناسبات التواصل ذات الأولوية على أساس أسبوعي وشهري وسنوي؛ (ج) وضع أولويات الأمم المتحدة السنوية في مجال التواصل وإدارة نظام التنبؤ.

11 - وفي عام 2019، نشرت الإدارة أولويات التواصل ووضعت أداة جديدة للتخطيط الاستراتيجي لموظفي الأمم المتحدة المعنيين بشؤون الاتصالات تُعرف باسم نظام التخطيط الشبكي، أو شبكات التخطيط. وفي إطار نظام التخطيط الشبكي، تُحدد الأحداث والفرص الهامة عبر فترات زمنية مختلفة. وأضحت شبكات التخطيط أداة رئيسية لتعزيز الصلات المنتظمة مع وظيفة التواصل الاستراتيجي للمكتب التنفيذي للأمين العام وغيره من الشركاء الرئيسيين. وقد استُرشد بشبكات التخطيط في وضع تقرير الإدارة الأسبوعي عن الرؤى الإعلامية والرصد الإعلامي الذي يقدم إلى الأمين العام ويوزع على كبار المسؤولين وموظفي الاتصالات في الأمم المتحدة⁽¹⁾. ويُعقد اجتماع جديد لجهات تنسيق التخطيط العالمي التابعة للأمم المتحدة كآلية لمناقشة التخطيط التطلعي وأثر التواصل مع المكتب التنفيذي للأمين العام. وقد عُقد هذا الاجتماع بوتيرة مرة كل أسبوعين وتضمن جدول أعماله ما يلي: (أ) تقارير خلايا الأزمات؛ (ب) أثر التواصل؛ (ج) التخطيط التطلعي (في إطار هذا البند، تعرض وكالة الأمين العام للتواصل العالمي، ومعها رئيس فريق تخطيط التواصل الاستراتيجي، شبكات التخطيط للأسبوع المقبل)؛ (د) مناقشات مخصصة للمسؤولين من المستويات العليا⁽²⁾.

12 - وبالإضافة إلى ذلك، يتضمن التقرير الأسبوعي عن الرؤى الإعلامية والرصد الإعلامي، المقدم إلى الأمين العام، استعراضاً للأثر التواصلي لبند شبكات التخطيط الرئيسية. وتسترشد الإدارة بالرؤى المتعمقة المستقاة من هذه التقارير في نهجها المتمثل في تعظيم أثر مناسبات التواصل المقبلة إلى أقصى حد. وشملت تلك الرؤى المتعمقة ما يلي: (أ) قوة صوت الأمين العام على تسليط الضوء على القضايا الرئيسية في الوقت المناسب؛ (ب) الحاجة إلى إنتاج المحتوى مسبقاً وباللغات ذات الصلة؛ (ج) الاختلاف في أثر التواصل عندما تقوم منظومة الأمم المتحدة بإزالة أوجه التضارب في الرسائل الرئيسية، بما يتيح المجال لجميع الكيانات لإصدار إعلانات رئيسية تظهر في وسائل الإعلام. وقد واصلت الإدارة مناقشتها واكتساب رؤى متعمقة على مدار العام في الاجتماعات الأسبوعية بشأن شبكات التخطيط.

13 - كما استُخدمت شبكات التخطيط على نطاق الإدارة لتسترشد بها في عمل أفرقتها المعنية بالحملة والتوعية، وكذلك في صياغة المحتوى الذي تنتجه الإدارة، بما في ذلك لفائدة أخبار الأمم المتحدة وموقع الأمم المتحدة الشبكي ووسائل التواصل الاجتماعي ومراكز الأمم المتحدة للإعلام⁽³⁾. وتتضح أهمية شبكات التخطيط هذه واستخدامها من خلال ما يلي:

(1) وزعت شبكات التخطيط على جميع موظفي إدارة التواصل العالمي، وكتاب الخطابات في المكتب التنفيذي للأمين العام، ومكتب المتحدث باسم الأمين العام، ومراكز الأمم المتحدة للإعلام، ومكاتب المنسقين الإقليميين، وجهات تنسيق عمليات السلام والتواصل داخل الأمانة العامة، وجهات تنسيق التخطيط على نطاق منظومة الأمم المتحدة.

(2) يحصل كُتاب الخطابات في المكتب التنفيذي للأمين العام ومكتب المتحدث باسم الأمين العام على لمحة عامة عن جميع الإعلانات المقبلة أو الأنشطة الرفيعة المستوى، إلى جانب استعراض للتقارير الأسبوعية عن الرؤى الإعلامية والرصد الإعلامي. وهذا له تأثير مباشر على تحسين التخطيط فيما يتعلق بالبيانات التي يدلي بها الأمين العام (مثلاً بشأن مواضيع من قبيل المعلومات المضللة والإنصاف في إتاحة اللقاحات)، والمناسبات الهامة (مثل خطاب الأمين العام عن حالة الكوكب) والإصدارات الرئيسية من الأمين العام بشأن السياسات. كما أنه يتيح تقديم مدخلات رفيعة المستوى في عملية التخطيط التي تقوم بها الإدارة.

(3) تحتاج منظومة الأمم المتحدة إلى التواصل بشأن العديد من القضايا المختلفة، وشبكات التخطيط هي آلية للتنسيق وتحديد الأولويات تُستخدم لتعظيم أثر التواصل إلى أقصى حد. فمن خلال شبكات التخطيط السنوية التي تصدر في كانون الثاني/يناير، يتم تحديد اتجاه واضح للسنة الجارية، استناداً إلى المدخلات الواردة من الإدارة وعلى نطاق منظومة الأمم المتحدة. ثم تصدر شبكات التخطيط التي تحدد أولويات التواصل لكل يوم من أيام السنة على أساس أسبوعي وشهري.

(أ) تأثيرها اليومي على المحتوى الذي تنتجه منصات وسائل التواصل الاجتماعي التابعة للأمم المتحدة والصفحة الرئيسية على موقع الأمم المتحدة الشبكي؛

(ب) استخدامها في العملية السنوية الجديدة لتحديد الأولويات، التي تدعو فيها الإدارة جميع كيانات الأمم المتحدة إلى موافاتها بأولوياتها في مجال التواصل للسنة المقبلة. وقد استجاب 53 كيانا بالنسبة لعام 2022، بحيث قدمت أكثر من 500 بند لإدراجها في شبكات التخطيط؛

(ج) العرض الأسبوعي الذي تقدمه وكالة الأمين العام للتواصل العالمي، والذي ييسر اتخاذ القرارات بشأن أفضل موعد لاستخدام صوت الأمين العام وبشأن أي من القضايا ذات الأولوية.

14 - وفي عام 2020، وبهدف تعزيز تماسك واتساق أنشطة التواصل عبر سياقات مختلفة وتعظيم أثر سرد القصص، وضعت الإدارة استراتيجية التواصل العالمي للأمم المتحدة والدليل والنموذج المصاحبين لها.

15 - وعُملت الاستراتيجية والنموذج على جميع موظفي الإدارة وفريق الأمم المتحدة للاتصالات الأوسع نطاقاً في كانون الثاني/يناير 2020 وآذار/مارس 2020، على التوالي. وفي كانون الأول/ديسمبر 2020، اعتمدت الجمعية العامة، بناء على توصية لجنة الإعلام، قراراً رحبت فيه بالاستراتيجية (انظر القرار [101/75](#) باء، الجزء الثاني، الفقرة 14). وأُتيحت الاستراتيجية على الإنترنت باللغة الإنكليزية في حزيران/يونيه 2021، ثم بلغات الأمم المتحدة الرسمية الخمس الأخرى في كانون الأول/ديسمبر 2021. وواصلت الإدارة جهودها الرامية إلى إنكاء الوعي عن طريق تشترك الوثائق مع جميع مكاتبها الميدانية، البالغ عددها 59 مكتباً، بالإضافة إلى المنسقين المقيمين وموظفي شؤون الاتصالات التابعين لهم في 131 موقعاً، بما كفل نشر هذه الوثائق على كامل شبكة الاتصالات العالمية التي تغطي جميع الدول الأعضاء في الأمم المتحدة.

16 - وعلى الرغم من التحديات التي فرضتها جائحة كوفيد-19 فيما يتعلق بتنفيذ الاستراتيجية، التي وضعت قبل نقشي المرض، فقد أثبتت نجاحها واستجابت لاحتياجات جمهور الإدارة. وقد استمر استخدام الاستراتيجية واستيعابها في توجيه نهج تواصل يركز على الجمهور. وتيسيراً لاستخدامها، قدم النموذج المصاحب إرشادات عملية في وضع استراتيجيات اتصالات محددة⁽⁴⁾. فقد استخدم، على سبيل المثال، في وضع استراتيجيتي الإدارة للعمل المناخي ولقسم أفريقيا، واستراتيجية الأمين العام للتواصل بشأن "خطتنا المشتركة". كما أن النهج الوارد في الاستراتيجية قد استُرشد به أيضاً في الاتصالات الداخلية التي تقودها الإدارة، مثل مبادرة الأمين العام لمنع العنصرية والتمييز العنصري والتصدي لهما في الأمم المتحدة.

17 - وعلاوة على ذلك، هناك أدلة على أن هذه الوثائق قد استخدمتها كيانات أخرى. فعلى سبيل المثال، ووفقاً لدراسة استقصائية داخلية أجريت في كانون الثاني/يناير وشباط/فبراير 2021، كان الوعي بالاستراتيجية بين المنسقين المقيمين العاملين مع مراكز الأمم المتحدة للإعلام مرتفعاً، بحيث أشار أكثر من 80 في المائة من المنسقين المقيمين إلى أن أفرقة الأمم المتحدة القطرية التابعة لكل منهم قد استخدمت

(4) صمم النموذج للمساعدة في تنظيم أنشطة الأمم المتحدة في مجال التواصل على جميع المستويات: الحملات والأنشطة العالمية والقطرية والخاصة بقضايا معينة.

الاستراتيجية كنهج لأعمال التواصل في البلد. وقد أسهمت الإدارة في تعزيز استخدامها من خلال توفير الدعم والتوجيه للكيانات الأخرى بشأن كيفية استخدام النماذج والأدوات لوضع استراتيجيات التواصل الخاصة بها⁽⁵⁾.

18 - ومثلت جائحة كوفيد-19 عاملاً من عوامل الانحراف عن المسار، إذ استحوذت على الكثير من موارد الإدارة، ولكنها مثلت أيضاً حافزاً لتحقيق زيادة كبيرة في التركيز على التواصل. وفي هذا الإطار، واصلت الإدارة التركيز على نشر الاستراتيجية وتعزيزها على الصعيدين العالمي والقطري، بما في ذلك من خلال آلية فريق الأمم المتحدة للاتصالات. واستمرت الاستراتيجية في توجيه نهج الإدارة فيما يتعلق بالتصدي للتحديات الحالية والمستقبلية، مثل تلك المحددة في أولويات التواصل لعام 2022، على النحو المطلوب في التوصية.

19 - واعتُبرت هذه التوصية قد نُفذت.

التوصية 2

تحقيق أقصى قدر من الكفاءة والحد من القيود الهيكلية

20 - فيما يلي نص التوصية 2:

ينبغي للإدارة، من أجل الاضطلاع بالمهام الموكلة إليها في إطار القيود المفروضة على الموارد، تحقيق الحد الأقصى من أوجه الكفاءة والحد من القيود الهيكلية، أن تقوم بما يلي:

- (أ) إزالة الثغرات وأوجه التداخل في هيكل المقر لضمان تخصيص الموارد من الموظفين للعمل المؤثر والمحدد الأولويات؛
- (ب) تعزيز التعاون بين الأفرقة التي لديها أوجه تآزر محتملة، مثل أفرقة اللغات وأفرقة الفيديو؛
- (ج) تحديد أفضل موضع للوظائف الاستراتيجية؛
- (د) إعادة تنظيم أو إعادة انتداب الوظائف التي قد يكون من الأفضل توزيعها في المواقع الميدانية؛
- (هـ) ضمان استخدام مراكز الأمم المتحدة للإعلام للوظائف على نطاق الإدارة، بما في ذلك الإدماج في تطوير المحتوى وتحليل الجمهور، وتحديد السبل الكفيلة بتحسين الروابط بين مراكز الأمم المتحدة للإعلام.

مؤشرات/الإنجاز: تقييمات هيكل المقر ومراكز الأمم المتحدة للإعلام والتوصيات ذات الصلة

(5) على سبيل المثال، قدمت الإدارة الدعم للكيانات التالية:

- (أ) مكتب المنسق المقيم في الصين في أيار/مايو 2021 من خلال حلقة عمل مدتها يومان؛
- (ب) جميع عمليات السلام في حزيران/يونيه 2021 من خلال عقد اجتماع مع جميع رؤساء الوحدات؛
- (ج) كلية موظفي منظومة الأمم المتحدة في تشرين الأول/أكتوبر 2021 لوضع دورة تدريبية بشأن التواصل الاستراتيجي فيما يتعلق بخطة التنمية المستدامة لعام 2030 (كان جميع المتكلمين من الإدارة). ومن المتوقع عقد جولة ثانية في نيسان/أبريل 2022؛
- (د) مكتب التنسيق الإنمائي لإدراج استراتيجية ونهج التواصل العالمي في وثائق التوجيه الداخلي بشأن التواصل والدعوة الصادرة في كانون الأول/ديسمبر 2021 إلى جميع المنسقين المقيمين وأفرقة الأمم المتحدة القطرية.

21 - وقد عولجت هذه التوصية في إطار عملية إصلاح كانت جارية وقت إجراء التقييم. فمُنذ عام 2019، أعادت القيادة الجديدة تركيز الموارد من الموظفين نحو أولويات التواصل المؤثرة، تمشياً مع الاستراتيجية الجديدة والأولويات السنوية. وقد حددت شبكات التوقعات اتجاه عمل الإدارة من خلال تركيز الموارد على قضايا محددة، من قبيل كوفيد-19 والعمل المناخي ومكافحة أوجه عدم المساواة. وتبين التقارير الأسبوعية عن الرؤى الإعلامية والرصد الإعلامي أثر نهج التواصل الاستراتيجي الذي تتبعه الإدارة.

22 - وأسهم الإصلاح في إزالة الثغرات وأوجه التداخل. فعلى سبيل المثال، اتخذت شعبة الأخبار ووسائل الإعلام خطوات لإدماج العديد من توصيات الإصلاح عن طريق ما يلي: (أ) تعزيز التعاون داخل الشعب وداخل الإدارات بشأن المجالات المواضيعية التي تتراوح بين العمل المناخي وإنهاء التمييز العنصري؛ (ب) تشارك المحتوى على نطاق الإدارة؛ (ج) العمل بأسلوب استراتيجي أكثر مع هيئات منظومة الأمم المتحدة، سواء من خلال فريق الأمم المتحدة للاتصالات أو بشكل مباشر. واستناداً إلى تقييم داخلي، أدرج نقل قسم وسائل التواصل الاجتماعي من شعبة الأخبار ووسائل الإعلام إلى شعبة التواصل الاستراتيجي في الميزانية المقترحة للإدارة لعام 2022 (انظر [A/76/6 \(Sect.28\)](#)، الفقرة 28-93 (ب)، والمرفق الثالث). وأسهمت هذه الخطوة في تحقيق الإدماج الكامل والاستخدام الفعال لمنصات وسائل التواصل الاجتماعي الرئيسية وغيرها من المنصات في مختلف حملات الأمم المتحدة بشأن المواضيع ذات الأولوية. وكانت هناك أمثلة عديدة على تعزيز التأزر والكفاءة في مختلف المجالات، مثل قسم الفيديو، وأخبار الأمم المتحدة، والتلفزيون الشبكي للأمم المتحدة⁽⁶⁾.

23 - وأدت الصعوبات التي فرضتها أزمة السيولة وجائحة كوفيد-19 إلى إبطاء تنفيذ بعض الإصلاحات، خاصة وأن الأفرقة اضطرت إلى التركيز على الأولويات اليومية والحفاظ على استمرار العمليات، مع تأثر بعض الأفرقة الصغيرة بشكل غير متناسب. بيد أن شعبة الأخبار ووسائل الإعلام وجدت سبلاً للتعاون وتنفيذ الولايات. وعلى وجه الخصوص، أسهم نقل قسم وسائل التواصل الاجتماعي في زيادة التعاون مع مراكز الأمم المتحدة للإعلام عن طريق توحيد وتبسيط حسابات وأنشطة وسائل التواصل الاجتماعي. ونتيجة لذلك، أصبح التفاعل مع الجماهير المحلية أكثر فعالية من خلال إنتاج أصول ورسائل محسنة وأكثر ملائمة لحملات وسائل التواصل الاجتماعي (انظر التحليل الوارد في إطار التوصية 3).

24 - ومن أجل زيادة تعزيز إدماج المكاتب الميدانية للإدارة في أعمال التواصل الاستراتيجي بمقر الأمم المتحدة (من التخطيط والتكيف على الصعيد القطري إلى التنفيذ والتقييم)، تبادلت أفرقة أخبار الأمم المتحدة

(6) على سبيل المثال، تشاور مدير شعبة الأخبار ووسائل الإعلام مع جميع الأفرقة اللغوية للتوصل إلى نظام يسمح بإصدار نسخ من محتوى الفيديو باللغات المعنية. وتحسنت أوجه التأزر تحسناً كبيراً مع مكاتب الأمم المتحدة للإعلام، التي كثيراً ما تقدم الدعم في إصدار النسخ اللغوية لمحتوى الفيديو، ولا سيما عندما تكون أوقات التنفيذ أطول. كما عمل قسم الفيديو بانتظام مع مراكز الإعلام لإنتاج محتوى متعلق بالحملات. وفي عام 2021، أدى ذلك إلى إنتاج كمية كبيرة من المحتوى المتعلق بالعمل المناخي ومكافحة العنصرية والتعصب. وأجرى مركز أخبار الأمم المتحدة مقابلات مع كبار مسؤولي الأمم المتحدة وغيرهم باللغات الرسمية الست للأمم المتحدة وباللغات البرتغالية والهندية والسواحيلية، بدعم من أفرقة الأمم المتحدة القطرية، وأسفرت عن إنتاج قصص وتغطيات مؤثرة وحسنة التوقيت. ووسع المركز شبكة شركائه في وسائل الإعلام في وسط آسيا ودول بحر البلطيق، وفي شرق أفريقيا وعبر مختلف اللغات في الشتات، وتعاون بشكل أعمق مع مراكز الأمم المتحدة للإعلام، وعزز التعاون التأزري مع الدول الأعضاء فيما يتعلق بوسائل التواصل الاجتماعي، وزاد من الجهود الاستراتيجية المشتركة المبذولة مع مكاتب المندوبين المقيمين لإعطاء المستخدمين صورة واضحة عن كيفية عمل الأمم المتحدة على المستوى القطري (انظر [A/AC.198/2021/3](#)، الفقرة 50). وأخذاً بالاعتبار احتياجات الجمهور، أنشأ فريق التلفزيون الشبكي للأمم المتحدة قوائم عرض لمقاطع الفيديو مصنفة حسب الفئة المواضيعية واللغة الرسمية، للسماح باستكشاف محتوى الفيديو الخاص بالأمم المتحدة بسهولة أكبر.

ملخصاً للمحتوى المنسق كل أسبوعين. وتضمن الملخص أمثلة كثيرة على المحتوى الصحافي القائم على الحلول والمنتج بتسع لغات، وجرى تشاركه مع مراكز الأمم المتحدة للإعلام ومكاتبها الميدانية وعلى نطاق الإدارة. وقد سمح ذلك للمكاتب بالنظر في إنشاء محتوى يستند إلى سرد القصص باللغات المحلية. ونتيجة لذلك، اضطلعت مراكز الإعلام (59 مكتباً ميدانياً تغطي 139 بلداً) بدور مركزي في تنفيذ استراتيجية التواصل العالمي من خلال قيادة أفرقة الأمم المتحدة للاتصالات في بلدانها أو المشاركة فيها بنشاط. وعملت مراكز الإعلام ومكاتب المنسقين الإقليميين، حيثما تم دمجها، مع لمتابعة أولويات التواصل العالمي ودعم إطار الأمم المتحدة للتعاون من أجل التنمية المستدامة. وكان لمراكز الإعلام أيضاً دور فعال في بناء وتعزيز شبكات الممارسين على الصعيدين الإقليمي ودون الإقليمي، وأسهمت في إنشاء شبكة اتصالات ذات نطاق عالمي⁽⁷⁾.

- 25 - وقُدِّم الدعم والتوجيه من المقر إلى شبكة الاتصالات العالمية الواسعة هذه على أساس منتظم، يومياً وأسبوعياً وشهرياً، بالاشتراك بين الإدارة ومكتب التنسيق الإنمائي، مع عقد اجتماعات منتظمة بين المكاتب. ولزيادة تعزيز قدرات التواصل من خلال الشبكة، استقادت الإدارة من خبرة مديري مراكز الأمم المتحدة للإعلام وموظفي شؤون الإعلام الإقليميين والموظفين في المقر لتقديم الدعم المحدد⁽⁸⁾.
- 26 - وقامت الإدارة، بغية كفاءة تجهيز مكاتبها الميدانية لاتباع نهج التواصل الذي تدعو إليه استراتيجية التواصل العالمي بفعالية ودعم النظام العالمي للمنسقين المقيمين، بتعزيز قدرة موظفيها الميدانيين على النحو التالي:

(أ) في عام 2021، شارك ما متوسطه 112 موظفاً لشؤون الاتصالات في 45 ندوة تفاعلية عبر الإنترنت بشأن أولويات التواصل الرئيسية، مثل كوفيد-19 وأفغانستان، ورصد الأخبار ووسائل التواصل الاجتماعي، ورسائل الحملات الرئيسية، وحملات المحتوى، والتقويمات الاستراتيجية لشبكات التخطيط، مع أولويات التواصل على نطاق منظومة الأمم المتحدة؛

(ب) على مدار العام، عقدت دورات تدريبية بشأن مهارات التواصل الأساسية، مثل كتابة المحتوى وسرد القصص، وشارك في كل دورة من الدورات الـ 13 التي نظمتها الإدارة ما يزيد متوسطه على 160 من المشاركين؛

(ج) اضطلعت مراكز الأمم المتحدة للإعلام بدور أساسي داخل أفرقة الأمم المتحدة القطرية في وضع استراتيجيات للتواصل في حالات الأزمات. وكما هو الحال بالنسبة للدعم والمشورة في مجال التواصل الاستراتيجي، قدم مديرو مراكز الإعلام الأكبر حجماً وموظفو المقر توجيهات هامة في مجال التواصل في حالات الأزمات إلى المنسقين المقيمين في بلدان مثل إثيوبيا وأفغانستان وميانمار؛

(7) تم الاعتراف بوجود شبكة من أفرقة الاتصالات في جميع أنحاء العالم وبمساهمتها في تعزيز الأثر الميداني للإدارة، على سبيل المثال، في تقرير الأمين العام المؤرخ 12 شباط/فبراير 2021 والمعنون "أنشطة إدارة التواصل العالمي: الخدمات الإخبارية" (A/AC.198/2021/3).

(8) على سبيل المثال، تعاون مدير دائرة الأمم المتحدة للإعلام في فيينا والموظف الإقليمي لشؤون الإعلام في إسطنبول مع مركز الأمم المتحدة للإعلام في بيرفان لتزويد فريق الاتصالات في أرمينيا بعرض تقاعلي بشأن استراتيجية التواصل العالمي، بما في ذلك تمرين عملي بشأن تكيف الاستراتيجية مع الظروف القطرية. وقُدِّم دعم مباشر مماثل لتخطيط الاتصال الاستراتيجي في إسواتيني، وأنغولا، والبوسنة والهرسك، وبيلاروس، وزامبيا، وزمبابوي، والصين، وكازاخستان.

(د) نُفذت دورتان تدريبيتان في مجال التواصل في حالات الأزمات لفائدة مشاركين مختلطين من موظفي الاتصالات في مراكز الإعلام ومكاتب المنسقين الإقليميين، وعقدت دورة عملية مخصصة لفائدة عشرة من مراكز الإعلام في بلدان متضررة حالياً من الأزمات.

27 - ودعمت جهود الإدارة في مجال تنمية القدرات بإنشاء منبر لتبادل المعارف هو بمثابة مستودع لتوفير أحدث التوجيهات من جميع مكونات الإدارة ومنظومة الأمم المتحدة، تيسيراً لتبادل أفضل الممارسات. كما تم تعزيز قدرات التواصل في الميدان من خلال التنسيق الذي قام به مديرو الإدارة وموظفو الاتصالات الإقليميون في شبكات الممارسين الإقليمية التابعة لمراكز الأمم المتحدة للإعلام وموظفو الاتصالات في مكاتب المنسقين المقيمين، لتعزيز التعاون وتيسير تبادل الآراء بين الأقران وتبادل أدوات ومنتجات التواصل، وتعزيز التعددية اللغوية⁽⁹⁾. وتعاونت الإدارة، في جميع أنشطتها المتعلقة بتنمية القدرات، تعاوناً وثيقاً مع مكتب التنسيق الإنمائي لكفالة حصول شبكتها العالمية المشتركة من موظفي الاتصالات على التوجيهات والأصول اللازمة، لتمكينهم من تعظيم أثر جهود التواصل المحلية إلى أقصى حد.

28 - وأخيراً، نفذت الإدارة نهجاً "مختبرياً" متكاملاً لزيادة استخدام مراكز الأمم المتحدة للإعلام في الاضطلاع بالوظائف التي تشمل الإدارة برمتها، بما في ذلك إدماجها في مهام صياغة المحتوى وتحليل الجمهور في مرحلة مبكرة. وساعد تنفيذ النهج المختبري على تعظيم أثر الإدارة إلى أقصى حد ممكن بالاستفادة من الخبرات والمهارات واللغات وسبل الوصول الحالية والجديدة في مجالات مثل التواصل الاستراتيجي وإنتاج المحتوى والتوعية والتقييم. وكان الهدف هو تعبئة أكثر الاستراتيجيات فعالية وابتكاراً لتقديم رسائل مقنعة ومصممة خصيصاً للجمهور على الصعيدين العالمي والمحلي.

29 - وقد كفل النهج المختبري في نهاية المطاف التنسيق والتشغيل الناجحين للحملات المتعددة اللغات والقدرة على استعراض أنشطة ومنتجات الحملات وتكرارها وإعادة تشكيلها لتحسين النواتج باستمرار. وكان بمثابة آلية تنسيق قائمة على القضايا، جمعت معاً شبكة من أفرقة التواصل المكرسة، بما في ذلك على الصعيد القطري. وكان الغرض من ذلك هو تحسين تخطيط وتنظيم وتنفيذ وتوسيع رقعة انتشار رسائل المنظمة وأعمالها، بوسائل من قبيل:

(أ) التصدي للمعلومات المضللة - فقد استندت حملة "التحقق"، التي وضعتها الإدارة في ذروة جائحة كوفيد-19 لمكافحة المعلومات المضللة وتبادل قصص الثقة والتضامن، إلى المهارات والمحتوى المتاحين على نطاق منظومة الأمم المتحدة ومراكز الأمم المتحدة للإعلام. وقد تم تكييفها ليردد صداها لدى جماهير محددة في جميع أنحاء العالم بلغات متعددة، على الإنترنت ومن خلال وسائط الإعلام التقليدية، وكذلك من خلال أنشطة التوعية العامة الواسعة النطاق؛

(ب) تعزيز العلم والعمل المتصلين بالمناخ - فقد قاد مختبر الابتكار العالمي للتمويل المتعلق بالمناخ التابع للإدارة، بما فيه أفرقة حملات الدعوة المحددة من البرازيل وجنوب أفريقيا والهند، خبراءً قطريين من الأمم المتحدة عملوا مع القادة المحليين لحشد الدعم من المؤثرين المجتمعيين، مثل العلماء والناشطين والمنظمات. وساعد النهج المحلي على بناء دعم مستدام للعمل المناخي الطموح من خلال عرض الحلول وإثبات أن العمل المناخي لا يأتي بتكلفة، بل يعود بالنفع على الاقتصاد والناس؛

(9) تشمل شبكات الممارسين الشبكات الموجودة في أفريقيا الناطقة بالإنكليزية وأفريقيا الناطقة بالفرنسية، وكذلك في أمريكا اللاتينية، ومنطقة البحر الكاريبي، والدول العربية، والمجموعات دون الإقليمية في أوروبا ووسط آسيا.

(ج) أتاح مختبر الابتكار العالمي للتمويل المتعلق بالمناخ أيضاً اتباع نهج مباشر وأكثر كفاءة لتبادل منتجات المعلومات الرئيسية، بما في ذلك الرسائل الرئيسية والأصول الرقمية، التي يمكن تكييفها لصالح الجماهير المحلية.

30 - واعتُبرت هذه التوصية قد نُفذت.

التوصية 3

إعداد محتوى أكثر مواكبة للعصر واستقطاباً للوصول إلى أعداد أكبر من الجمهور

31 - فيما يلي نص التوصية 3:

ينبغي للإدارة، ضمن ولايتها التي تقتضي إطلاع الجمهور على أعمال الأمم المتحدة، أن تستحدث محتوى أكثر مواكبة للعصر وجاذبية للوصول إلى جماهير أوسع من خلال القيام بما يلي:

(أ) إجراء تقييم لاحتياجات الجمهور على الصعيد العالمي مع تحليل مفصل لفئات الجمهور الرئيسية، واحتياجاتها والمحتوى الذي يلاقي صدى لديها وإدماج ذلك التحليل على نطاق خطط ومنتجات الوحدات التابعة للإدارة في مجال التواصل؛

(ب) ضمان اتساق التوسيم المؤسسي وتماسك الصورة والانطباع داخل القنوات والمنتجات وفيما بينها بحيث يتسنى التعرف فوراً على الرسائل والمحتوى؛

(ج) تعزيز حضورها في وسائل التواصل الاجتماعي وعلى شبكة الإنترنت على النحو الأمثل.

مؤشرات الإنجاز: إعداد ورقة تحليل الجمهور؛ استعراض تحليل العلامة المؤسسية المميزة

32 - واستجابة لتوصية التقييم، أنشئ فريق للرؤى المتعمقة في مكتب وكالة الأمين العام لتحقيق ما يلي:

(أ) تتبع البيانات المتعلقة بنتائج التواصل والبحث فيها وتحليلها؛ (ب) تحديد نتائج الجمهور المستهدف؛ (ج) دعم قياس أثر أنشطة التواصل، بتوجيه من رئيس وحدة التقييم وبحوث الاتصالات. ويتألف فريق الرؤى المتعمقة من رئيس للفريق (ف-3)، وموظف معاون لشؤون الإعلام (ف-2)، وعالم بيانات (موظف فني مبتدئ)، وموظفين اثنين من فئة الخدمات العامة.

33 - وقد أسهم الفريق في كفاءة اتباع نهج يركز على الجمهور من خلال صياغة تقارير يومية وأسبوعية وشهرية دعماً لعملية التخطيط الاستراتيجي. واستندت التقارير إلى الأولويات المحددة في شبكات التخطيط وفي حملات التواصل ذات الأولوية، وقدمت رؤى متعمقة بشأن فعالية مبادرات التواصل. وكانت الرؤى المتعمقة ولا تزال تقدم من خلال إحاطات إعلامية منتظمة لمختلف الجهات المعنية، بمن في ذلك الأمين العام وغيره من كبار مسؤولي الأمم المتحدة، وأعضاء فريق الأمم المتحدة للاتصالات، ومختبر الابتكار العالمي للتمويل المتعلق بالمناخ، وغيرهم. ونتيجة لذلك، تم تعزيز الصلات داخل الإدارة، مما أسهم في زيادة الوصول والتأثير (على سبيل المثال، من خلال حملة "اعملوا الآن" وحملة "التحقق").

34 - ووضعت الإدارة مبادئ توجيهية داخلية بشأن التوسيم المؤسسي لكفالة إمكانية التعرف الفوري على الرسائل والمحتوى من خلال التوسيم المؤسسي المتسق والشكل والمظهر المتناسقين داخل القنوات والمنتجات وفيما بينها. وأقر الأمين العام ولجنة الإدارة العليا المبادئ التوجيهية على النحو الذي قدمته وكالة الأمين العام للإدارة في آذار/مارس 2020. وعُمت المبادئ التوجيهية على نطاق واسع من أجل الحصول على

تعليقات والتعرف على كيفية الاستخدام داخل الإدارة. وبالإضافة إلى ذلك، أُطلع مكتب تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على دليل للأسلوب من أجل تحقيق الامتثال في جميع نماذج نظام "Unite"، وجرى تعميمه على نطاق واسع مع إدارات الأمم المتحدة ومكاتبها عند تطويرها للمواقع الشبكية الخاصة بها.

35 - واستخدمت المبادئ التوجيهية والنماذج في منتجات مختلفة، مثل الترويسات والتقارير والموجزات السياسية ونماذج PowerPoint وبطاقات العمل وتوقعات البريد الإلكتروني. وكانت لها أهمية بالغة في كفاءة استخدام الهوية المرئية للأمم المتحدة استخداما صحيحا عبر الأصول لتمثيل المنظمة ككيان واحد. وقد أبرز مكتب التنسيق الإنمائي أهمية المبادئ التوجيهية في تنسيق الأنشطة القطرية. وخلال عام 2021، تم تبادل مواد وأصول التواصل على صفحة التوسيم المؤسسي على الشبكة الداخلية للأمم المتحدة "iSeek"، لكي تتمكن المكاتب من الحصول إليها. وقد أعدت الأصول بالتعاون الوثيق مع المكاتب ذات الصلة وتضمنت نسخة أقصر من المبادئ التوجيهية وبعض نماذج التوسيم المؤسسي (مثل تلك المتعلقة بالشعار والألوان والخطوط التي تستخدم في إعداد التقارير وفي أي مواد إعلامية وتواصلية). وستصدر مبادئ توجيهية أكثر شمولاً بشأن التوسيم المؤسسي الخاص بالأمم المتحدة في عام 2022.

36 - ونظرا لمحدودية موارد وقدرات إدارة التواصل العالمي، فإن المبادئ التوجيهية كانت متاحة باللغة الإنكليزية فقط، ولكن تم توفير نماذج مختلفة للتوسيم المؤسسي بلغات متعددة⁽¹⁰⁾. وبالإضافة إلى ذلك، أتاحت الإدارة دليلا أساسيا للأسلوب على الإنترنت باللغة الإنكليزية⁽¹¹⁾، تضمن أمثلة على الشعار بجميع اللغات الرسمية للأمم المتحدة، إلى جانب أمثلة على استخدام عنصري اللون والتوسيم المؤسسي.

37 - وتمشيا مع استراتيجية التواصل العالمي الجديدة، جرى استعراض هيكل أفرقة محتوى الوسائط المتعددة والمنصات المرتبطة بها، بغية إيجاد أوجه تآزر جديدة وتعزيز التعددية اللغوية. ووفقا لتقرير الأمين العام عن أنشطة إدارة التواصل العالمي في مجال الخدمات الإخبارية (A/AC.198/2021/3)، تم تحديث الموقع الشبكي "UN.org" ليشمل المبادئ التوجيهية للأمم المتحدة بشأن التوسيم المؤسسي.

38 - وعمل قسم الخدمات الشبكية التابع للإدارة مع وحدة التصميم البياني لكفالة إمكانية استخدام عناصر التوسيم في المواقع الشبكية مع بقائها في متناول الأشخاص ذوي الإعاقة⁽¹²⁾. ومنذ عام 2018، أعد القسم حوالي 70 تقريراً عن الامتثال قبل إطلاق المواقع الشبكية. وفي أمر إداري مقبل بشأن النشر على المواقع الشبكية، سيطلب إلى الكيانات المعدة للمحتوى أن تكفل توافق المواقع الشبكية للأمم المتحدة مع المبادئ التوجيهية والمعايير التي وضعتها الإدارة بشأن التوسيم المؤسسي للمواقع الشبكية.

39 - وبالإضافة إلى ذلك، تعمل الإدارة حالياً مع مكتب تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتعزيز نظام إدارة المحتوى وراء بوابة "UN.org"، وتعمل أيضاً على كفالة أن يكون التوسيم الشبكي عنصراً رئيسياً في هذه العملية. وقام مركز أخبار الأمم المتحدة أيضاً بتحديث التوسيم المؤسسي لموقعه الشبكي في عام 2021

(10) على سبيل المثال، طبقت هوية التوسيم المؤسسي على جميع المحتويات الشبكية في إطار ولاية إدارة التواصل العالمي بجميع اللغات: الصفحة الرئيسية ببوابة UN.org والصفحات الرئيسية وصفحات المستويين الثاني والثالث، والمحتوى الرئيسي مثل مواقع الحملات والمؤتمرات.

(11) متاح على الرابط: <https://www.un.org/styleguide>.

(12) يشرف قسم الخدمات الشبكية على التحقق من صحة المواقع الشبكية التي ستطلق تحت النطاق UN.org لكفالة امتثالها لمعايير الأمم المتحدة المعمول بها في مجال التوسيم المؤسسي.

لمواءمته مع النطاق "UN.org" كجزء من إعادة تنظيم محتوى الصفحة الرئيسية وتصميمها لتحسين بنية المعلومات والتسلسل الهرمي للمحتوى.

40 - ويُعتقد أن الجمهور الرئيسي لرسائل الأمم المتحدة مهتم بالمحتوى القائم على القضايا. وبناءً على ذلك، أسهم إدماج قسم وسائل التواصل الاجتماعي في دائرة حملات الاتصالات في تعزيز نهج المحتوى الذي يركز على القضايا والاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي كعنصر أساسي في جميع استراتيجيات التواصل. ومن الأمثلة على التأثير الإيجابي لدمج وسائل التواصل الاجتماعي في الحملات ما يلي:

(أ) قبل الاجتماع الرفيع المستوى الذي عقد في الذكرى السنوية العشرين لإعلان وبرنامج عمل ديربان، أطلقت إدارة التواصل العالمي حملة مشتركة متعددة اللغات بعنوان "مكافحة العنصرية" (#FightRacism) مع مفوضية الأمم المتحدة لحقوق الإنسان، تغطي طائفة من المسائل المتصلة بالعنصرية وتعرض إجراءات ملموسة للمساعدة في مكافحة العنصرية⁽¹³⁾. ونتيجة لذلك، كانت منشورات الحملة باستمرار من بين المواد الأكثر جاذبية عبر المنصات واللغات. ففي الفترة بين 1 تموز/يوليه ونهاية تشرين الثاني/نوفمبر 2021، نتج أكثر من 500 000 تفاعل عن 265 مشاركة نُشرت عبر جميع المنصات بتسع لغات؛

(ب) في استراتيجية التواصل للمؤتمر السادس والعشرين للأطراف في اتفاقية الأمم المتحدة الإطارية بشأن تغير المناخ في تشرين الثاني/نوفمبر 2021، شكلت وسائل التواصل الاجتماعي عنصراً أساسياً في أنشطة التخطيط والتنفيذ بشأن التواصل منذ البداية. ونقلت مجموعة من الأصول المتعددة اللغات الرسائل المناخية المتفق عليها، وقامت بتحسينها لتعرض على النحو الأمثل في منصات التواصل الاجتماعي. وتمثل جزء رئيسي من الاستراتيجية في التفاعل مع العديد من المؤثرين البارزين من أجل توسيع أثر الرسائل المناخية في وسائل التواصل الاجتماعي على الجماهير الأصغر سناً. ونتيجة لذلك، كان المحتوى المتعلق بمؤتمر الأطراف من بين أفضل محتويات وسائل التواصل الاجتماعي للأمم المتحدة أداءً في عام 2021.

41 - واعتُبرت هذه التوصية قد نُفذت.

التوصية 4

تعزيز الشراكات

42 - فيما يلي نص التوصية 4:

ينبغي للإدارة أن تواصل تعزيز شراكاتها وتوسيع رقعة انتشار الرسائل وخلق أفكار وشبكات وجماهير وموارد مالية جديدة في عملها من خلال ما يلي:

- (أ) وضع استراتيجية سنوية للشراكات على نطاق الإدارة، مع اتباع نهج كلي ومتكامل؛
- (ب) تقليص الحواجز أمام إقامة الشراكات بإنشاء آلية أو وحدة أو فريق عامل، لإدارة الترتيبات التعاقدية وغيرها من أشكال ترتيبات الشراكة، والعمل بوصفها مورداً لشراكات مراكز الأمم المتحدة للإعلام.

(13) انظر <https://www.un.org/ar/fight-racism>.

مؤشرات الإنجاز: إعداد وثيقة استراتيجية الشراكات؛ وضع اختصاصات الوحدة أو الفريق العامل بشأن الشراكات

43 - واستجابة للتوصيات، وضعت إدارة التواصل العالمي استراتيجية للشراكات على نطاق الإدارة، مع اتباع نهج كلي ومتكامل ومؤشرات الأداء الرئيسية ذات الصلة. وقد أقرت اللجنة التوجيهية للإدارة استراتيجية الشراكات وتعبئة الموارد في أيار/مايو 2019 وتم تعميمها على جميع موظفي الإدارة. كما كانت متاحة داخليا لموظفي الإدارة في جميع أنحاء العالم من خلال مواقع "SharePoint" الشبكية ومن خلال أعضاء لجنة الشراكات وتعبئة الموارد.

44 - وحددت إدارة التواصل العالمي، في استراتيجية الشراكات وتعبئة الموارد مجموعة متنوعة من المقترحات القيمة للشركاء المحتملين، من بينها: (أ) تعزيز قيمة المسؤولية الاجتماعية للشركات؛ (ب) تقليص استخدام الموارد من خلال إنشاء المحتوى وتشاركه بصورة متبادلة؛ (ج) تحسين الوصول الجغرافي إلى أقصى حد ممكن من خلال المحتوى المتعدد اللغات؛ (د) استخدام أنواع معينة من التوسيم المؤسسي للتواصل بشأن دعم الشركاء للأمم المتحدة (على سبيل المثال، التوسيم المؤسسي الخاص بأهداف التنمية المستدامة بدون شعار الأمم المتحدة). وقد استخدمه الموظفون باستمرار على نطاق الإدارة، بدعم من لجنة الشراكات وتعبئة الموارد. ورأى من أجريت معهم المقابلات أن ذلك قد أسهم في تحسين تنسيق الشراكات وأنشطة تعبئة الموارد. ومع ذلك، لم يكن هناك سوى القليل من البيانات ذات الصلة لتتبعها باستخدام مؤشرات الأداء الأساسية، بحيث استندت المؤشرات في المقام الأول إلى أولويات الجهات المانحة، وكانت أنشطة جمع الأموال أثناء الجائحة تعاني من الركود.

45 - وأسهمت الاستراتيجية بوجه خاص في تعزيز الشراكات مع شركاء من الدرجة الأولى من خلال التحول في النهج والتشجيع على إقامة علاقات استراتيجية طويلة المدى. وتمثل الشراكة مع وكالة التواصل، "Purpose"، لتنفيذ حملة "التحقق" مثالا ممتازا على الشراكة الاستراتيجية حول أهداف واضحة لفترة طويلة. كما تم تعزيز الشراكات مع صناعة الترفيه من خلال التعاون المتكرر مع شركة سوني، على سبيل المثال. وقد أدى التعاون المتواصل مع أوساط كرة القدم الدولية على مدى عدة سنوات، بما في ذلك الاتحاد الدولي لكرة القدم والاتحاد الأوروبي لكرة القدم، إلى عقد شراكات قوية وتنفيذ مبادرة عالمية توفر حيزا لمجتمعات كرة القدم للالتزام بأهداف التنمية المستدامة واتخاذ إجراءات بشأنها. فمبادرة "الأمم المتحدة لتسخير كرة القدم من أجل الأهداف" توفر حيزا لمجتمعات كرة القدم العالمية للالتزام بأهداف التنمية المستدامة واتخاذ إجراءات بشأنها.

46 - وأسهمت الاستراتيجية أيضا في تعزيز التنسيق فيما بين شعب إدارة التواصل العالمي وعلى نطاقها لتجنب الازدواجية. وقامت الإدارة بزيادة الوعي بين الموظفين وتحسين القدرة المهنية للموظفين على الدخول في شراكات بشكل أكثر انتظاما، وابتاع نهج استراتيجي عوضا عن الترتيبات المخصصة. ومع ذلك، لم يُوفّر التدريب الرسمي إلا على بعض الموضوعات المحددة للغاية، مثل استخدام المؤثرين.

47 - وفي الاستراتيجية، توقعت إدارة التواصل العالمي إنشاء فريق من ذوي الخبرة والتخصص لتنفيذها التشغيلي، مع التركيز على تعبئة الموارد والعلاقات مع الجهات المانحة. وسيتألف الفريق من وظيفة واحدة على الأقل من الفئة الفنية برتبة ف-5، ومن موظفين اثنين للدعم، وموظف فني مبتدئ واحد. بيد أنه لم يكن هناك استقدام محدد لأنشطة الشراكات وتعبئة الموارد على النحو المتوخى في الاستراتيجية. ويرجع

ذلك جزئياً إلى حظر التوظيف الذي تم رفعه مؤخراً، وكذلك الحاجة إلى تكييف الموارد المتاحة لمواجهة الجائحة، من خلال تدابير مثل مكافحة المعلومات المضللة ونشر الرسائل والموارد المتصلة بكوفيد-19.

48 - وقد تم الاعتراف بأن الاستراتيجية تحتاج إلى أن تكون ديناميكية، وأن تتكيف مع الظروف الجديدة مثل الجائحة ومع الاحتياجات المتطورة لإدارة التواصل العالمي والمنظمة. ونظراً لأثر الجائحة على الجهود الرامية إلى تعبئة الموارد لمشاريع التواصل، فقد ازداد التركيز على الشراكات. ولزيادة تعزيز مجال العمل هذا، أنشئت لجنة للشراكات وتعبئة الموارد في عام 2019. وتناولت اللجنة في اجتماعاتها الاحتياجات المتغيرة وناقشت الخطوات التالية على أعلى مستويات الإدارة. وقدم أعضاء اللجنة التوجيه للموظفين على نطاق الإدارة بشأن الجهود المبذولة فيما يتعلق بالشراكات وتعبئة الموارد⁽¹⁴⁾.

49 - وقد أفضى النظام الداخلي للجنة الشراكات وتعبئة الموارد وتكوينها إلى الحد بفعالية من الحواجز التي تعترض إقامة الشراكات⁽¹⁵⁾ وتعزيزها.

50 - وعلى الرغم من التحديات، تم تعزيز الشراكات مع القطاع الخاص والمنظمات ذات الصلة، مما أسهم في تعزيز أنشطة الأمم المتحدة ولغاتها على نحو غير ذي أثر على التكلفة. وقد تحسن التعاون مع سفراء النوايا الحسنة والمؤثرين تحسناً كبيراً من الناحيتين النوعية والكمية. كما تم تعزيز الروابط مع الصناعة الإبداعية.

51 - وعملت إدارة التواصل العالمي مع القطاع الخاص ومختلف المؤسسات والمنظمات للترويج لأهداف التنمية المستدامة بلغات متعددة دون أي تكلفة على المنظمة. وشملت الأنشطة المضطلع بها تحقيقاً لهذه الغاية ما يلي:

(أ) أقامت الإدارة شراكة مع جامعة موسكو الحكومية، ومعهد الإدارة والتواصل بين الثقافات في باريس، وجامعة شنغهاي للدراسات الدولية، والجامعات الإيطالية، من أجل توفير خدمات الترجمة المجانية؛

(ب) بمناسبة الذكرى السنوية الخامسة والعشرين لوجود الأمم المتحدة في بون، خصصت المدينة وشركة النقل المحلية، "Bonn Stadtwerke"، سيارة ترام خاصة تحمل علامة الأمم المتحدة، لتوعية الجماهير الناطقة بالألمانية والزوار الأوروبيين بأنشطة الأمم المتحدة وأهداف التنمية المستدامة؛

(ج) عملت الإدارة مع هيئة الإذاعة اليونانية على إنتاج 17 فيلماً وثائقياً باللغة اليونانية عن كل هدف من أهداف التنمية المستدامة لتشجيع الجماهير المحلية على اتخاذ إجراءات في هذا الشأن؛

(14) وُضع تكوين لجنة الشراكات وتعبئة الموارد واختصاصاتها كجزء من الاستراتيجية. وتتألف اللجنة من ثمانية أعضاء، يساهمون بحوالي ساعتين من العمل أسبوعياً، ويقودها رئيس يعينه مجلس الإدارة بالتناوب على أساس ربع سنوي. وهي تتألف من ممثلين اثنين من كل شعبة، يرشحهما مدير الشعبة؛ وممثل واحد من المكتب التنفيذي؛ وممثل واحد من مكتب وكالة الأمين العام. والرئيس مسؤول عن تقديم محاضر كل اجتماع إلى المديرين وعن تقديم التقارير بانتظام إلى اجتماع المديرين الموسع. وقد عقد الاجتماع الأول للجنة في تموز/يوليه 2019.

(15) على سبيل المثال، هناك تمثيل من أكبر مركز للإعلام في الأمم المتحدة وكذلك من شعبة التواصل الاستراتيجي، التي تشرف على عمل مراكز الإعلام. وتعرض المسائل التي تواجهها مراكز الإعلام بانتظام على اللجنة للحصول على المشورة والتوجيه، مثل المسائل الأخلاقية المتصلة بالعمل مع شريك إعلامي يعاني من تغطية صحافية سلبية أو بتوسيع نطاق الشراكة من المقر إلى الميدان.

(د) تم إنتاج لعبة محورها أهداف التنمية المستدامة للأطفال والبالغين، تحمل اسم "Go Goals"، وذلك من خلال العديد من أوجه التعاون في جميع أنحاء أوروبا بأكثر من 20 لغة.

52 - ولدى تقييم جميع العناصر المذكورة أعلاه، خلص إلى أن التوصية قد نفذت. وفي حين أن هناك تحديات وجوانب من استراتيجية الشراكة لم تنفذ بالكامل بعد بسبب الجائحة، فقد أحرز تقدم في تعزيز الشراكات، وهناك آليات رئيسية لدعمها.

ثالثاً - خاتمة

53 - تم التطرق لتوصيات التقييم الذي أجراه مكتب خدمات الرقابة الداخلية في إطار عملية إصلاح كانت جارية وقت إجراء التقييم. وخلال السنوات الثلاث الفاصلة، شرعت إدارة التواصل العالمي في تنفيذ عملية طموحة للتغيير التنظيمي واتخذت خطوات هامة لتنفيذ التوصيات الأربع التي أفضت إلى التغييرات والنتائج الإيجابية الملموسة المذكورة أعلاه.

54 - وقد استثمرت إدارة التواصل العالمي في التفكير الاستراتيجي والمطرد والتطلعي وفي تحديد الأولويات، وفي تعظيم الكفاءة إلى أقصى حد، والحد من القيود الهيكلية، وإنشاء محتوى أكثر حداثة وجاذبية للوصول إلى أعداد أكبر من الجمهور، وتعزيز شراكاتها وتوسيع رقعة انتشار الرسائل وضح أفكار وشبكات وجماهير وموارد مالية جديدة في عملها. وكانت جميع تلك الإجراءات مفيدة في إعادة توجيه عمل الإدارة، وأسهمت في مساعدة الإدارة على تقديم دعم أفضل لتنفيذ ولايتها. وتشمل المؤشرات المبكرة للتغيرات الإيجابية في منظومة الأمم المتحدة، التي تم تحديدها بالفعل، تحديد الأولويات، وإزالة أوجه التضارب في فرص التواصل، والوصول إلى أعداد أكبر من الجمهور من خلال التوسيم المؤسسي المتسق، وتعزيز شراكات المنظمة.

المرفق *

التعليقات الواردة من إدارة التواصل العالمي

أكتب إليكم بخصوص مذكرتكم المؤرخة 10 آذار/مارس 2022، التي تحيلون بموجبها مشروع التقرير المتعلق بالاستعراض الذي يجري كل ثلاث سنوات المذكور أعلاه.

وأود أن أعرب عن خالص شكري على عمل فريقكم في إجراء هذا الاستعراض.

ونعرب عن تقديرنا لاعتراف الاستعراض بأوجه التقدم العديدة التي أحرزتها إدارة التواصل العالمي خلال السنوات القليلة الماضية وما خلفته من أثر إيجابي على أهمية عملها وكفاءته وفعاليته.

ولكم الشكر.

* يعرض مكتب خدمات الرقابة الداخلية، في هذا المرفق، النص الكامل للتعليقات الواردة من إدارة التواصل العالمي. وقد أرسيت هذه الممارسة انسجاماً مع قرار الجمعية العامة 263/64، بناءً على توصية اللجنة الاستشارية المستقلة للمراجعة.