

Distr.
GENERAL

TD/B/56/9
20 July 2009

ARABIC
Original: ENGLISH

مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية



مجلس التجارة والتنمية
الدورة السادسة والخمسون
جنيف، ١٤-٢٥ أيلول/سبتمبر ٢٠٠٩
البند ١١(ب) من جدول الأعمال المؤقت
استراتيجية الأونكتاد في مجال الاتصالات وسياسته المتعلقة بالمنشورات

مشروع استراتيجية الأونكتاد في مجال الاتصالات

الأونكتاد : منظمة منفتحة على الاتصال*

* قُدمت هذه الوثيقة في التاريخ المبين أعلاه بسبب حدوث تأخيرات في تجهيزها.

موجز تنفيذي

تقوم أمانة الأونكتاد حالياً بوضع استراتيجية اتصالات أكثر فعالية وفقاً للفقرة ١٨٧ من اتفاق أكرأ. ويتوقف تأثير مؤسستنا القائمة على المعرفة على إتاحة معلومات وحيهة لواقعي السياسات وغيرهم من جهات التغيير التي تعمل على الصعيد العالمي والإقليمي والوطني. ويتطلب الوصول إلى هذا الجمهور الواسع استهداف الأوساط المعنية الرئيسية على نحو مباشر معزز، وإقامة شراكات، والاستفادة أكثر ما يمكن الاستفادة من قنوات الاتصال الملائمة: وتشمل هذه القنوات الوسائل التقليدية - التي يعززها موقع الأونكتاد على الإنترنت - وغيرها من الأدوات الإلكترونية، بما فيها وسائط الإعلام المجتمعية. ويتمثل التحدي القائم في الانتقال من عملية الأداء والنشر ذات الاتجاه الواحد إلى تفاعل ثنائي الاتجاه يسهل تكتيف الحوار وتحسين استخدام ما يصدره الأونكتاد من بيانات وبحوث وتحليلات سياساتية وممارسات فضلى.

ويتطلب هذا التوجه إعادة التفكير في مفاهيم أنشطتنا البحثية وأسلوب دعمنا للمناقشات الحكومية الدولية وتقديمنا للمساعدة التقنية. كما يقتضي أن يتميز الأونكتاد ويختار لعمله مكانة استراتيجية، وأن يكون ذا مصداقية وجديراً بالثقة ومصدراً مرغوباً من مصادر المعلومات التحليلية والمشورة السياساتية في مجالات مترابطة تشمل التجارة والاستثمار والتمويل والتكنولوجيا والتنمية المستدامة. لذا تركز استراتيجية الاتصال الجديدة على تعزيز بروز عمل الأونكتاد ومصداقيته وتأثيره، عن طريق اختيار عمليات اتصال ذات أهداف محددة بدقة وموجهة نحو معالجة القضايا، والجمع المتناسب بين أساليب الإشراف والنشر التقليدية والمبتكرة.

ويسلط هذا التقرير الضوء على القضايا الرئيسية التي تطرحها استراتيجية الاتصال الجديدة، لا سيما مسألة التحول من عمليات اتصال تهيمن عليها الأنشطة إلى عمليات اتصال تقوم على معالجة القضايا، ومسألة تحديد الفئات المستهدفة التي تملك أكبر قدرة على العمل كأداة مؤازرة وكجهات تغيير. ويقترح التقرير وسائل جديدة ومعززة لتلبية احتياجات أصحاب المصلحة ولسد الثغرات التي جرى تحديدها بناء على مشاورات مكثفة وتحليل مستفيض. كما يعرض التقرير أفكاراً لتعميم الممارسات الجيدة في مجال الاتصال على صعيد المنظمة ككل. وينبغي تناول التقرير مقترناً بسياسة الأونكتاد المحدثة المتعلقة بالمنشورات، التي تشكل جزءاً لا يتجزأ من استراتيجية الأونكتاد في مجال الاتصال. وينبغي اعتبار التقريرين كوثيقتين قابلتين للتطوير، الأمر الذي يتطلب تنقيحهما وتحديثهما وتحسينهما بانتظام للحفاظ على فعالية عملية الاتصال في الأونكتاد.

أولاً - مقدمة

١- يؤدي الأونكتاد دور حلقة وصل داخل منظومة الأمم المتحدة فيما يتعلق بالمعالجة المتكاملة لقضايا التجارة والتنمية والمسائل المترابطة المتعلقة بالقطاع المالي والاستثمار والتكنولوجيا والتنمية المستدامة. وقد أنشئ الأونكتاد كهيئة حكومية دولية دائمة أسندت إليها ولاية زيادة فرص التجارة والاستثمار والتنمية المتاحة للبلدان النامية إلى أقصى حد ممكن ومساعدتها فيما تبذله من جهود من أجل الاندماج بصورة مفيدة في الاقتصاد العالمي.

ألف - الأهداف الرئيسية لاستراتيجية الأونكتاد الجديدة في مجال الاتصال

٢- تمثل الأهداف الرئيسية لاستراتيجية الاتصال فيما يلي:

- (أ) الإسهام في تنفيذ الولاية المسندة إلى الأونكتاد، على النحو المحدد في اتفاق أكرأ؛
- (ب) تعزيز بروز ومصداقية وتأثير أعمال الأونكتاد عن طريق عمليات اتصال وتواصل ذات أهداف مختارة بدقة، بما يشمل الأساليب الحديثة للإشراك والنشر؛
- (ج) ضمان فعالية نشر المواد لإيصالها إلى الفئات المستهدفة الرئيسية وضمنان فعالية استقاء تعليقات من هذه الفئات؛
- (د) تعميم تطبيق الممارسات الجيدة في مجال الاتصال على صعيد المنظمة ككل.

باء - الولاية التي تستند إليها استراتيجية الأونكتاد في مجال الاتصال

٣- كانت الدول الأعضاء قد طلبت إلى المنظمة، في المؤتمر الوزاري الثاني عشر للأونكتاد، الذي عقد في أكرأ بغانا، في نيسان/أبريل ٢٠٠٨، أن تضع استراتيجية اتصال أكثر فعالية (الفقرة ١٨٧ من اتفاق أكرأ)، تعززها سياسة محدثة في مجال المنشورات (الفقرتان ١٨٦ و ١٨٨ من اتفاق أكرأ).

الإطار ١ - مقتطفات من اتفاق أكرأ

- ١٨٧- وعلى الأمانة أيضاً أن تستنبط استراتيجية للاتصال تكون أكثر فعالية. ويجب أن تستهدف هذه الاستراتيجية جمهوراً أوسع، بما في ذلك واضعو السياسات على مستوى رفيع، ووسائط الإعلام، والمؤسسات الأكاديمية ومؤسسات البحث، وكيانات المجتمع المدني سواء في البلدان المتقدمة أو، بشكل خاص، في البلدان النامية. وينبغي أن يكون هناك استخدام أوسع للأدوات الإلكترونية، بما في ذلك موقع الأونكتاد، كما ينبغي التشديد على إصدار الترجمات في الوقت المناسب بجميع اللغات الرسمية للأمم المتحدة. وينبغي أيضاً أن توزع المنشورات في شراكة مع المنظمات الوطنية والإقليمية وسائر المنظمات الدولية.
- ١٨٨- وينبغي أن يوافق مجلس التجارة والتنمية، في موعد أقصاه دورته السادسة والخمسون، على استراتيجية الاتصال، بما فيها سياسة تحديث المنشورات.

٤ - وإضافة إلى ذلك، فعلى مدى السنوات الأربع الماضية، ركّز الأمين العام للأونكتاد على محاور "التاءات الثلاث" - تركيز وتنسيق واتصال - باعتبارها القوى المحركة لتنفيذ ولاية الأونكتاد، ومن ثم اعتمد عددا من التدابير الداخلية لدعم هذه المحاور. وتعرض هذه الوثيقة الخطوط العريضة لمقترحات ترمي إلى زيادة تعزيز محور الاتصال، بما في ذلك من خلال تعزيز محوري التركيز والتنسيق.

٥ - وحرص الأونكتاد عند صياغة هذه الاستراتيجية على الأخذ بسياسات الأمم المتحدة في هذا المجال - وبخاصة سياسة "توحيد الأداء" لفريق الأمم المتحدة للاتصالات، والمبادئ التوجيهية لمجموعة الأمم المتحدة الإنمائية^(١)، وتوصيات وحدة التفتيش المشتركة^(٢). وستنفذ استراتيجية الاتصال المبنية في هذا التقرير مقترنة بمشروع سياسة الأونكتاد المتعلقة بالمشورات (TD/B/56/10) والاستراتيجية الداخلية المتعلقة بالإنترنت (الجزء الرابع من هذا التقرير).

جيم - المواضيع الرئيسية

٦ - استجابة للفقرة ١٨٧ من اتفاق أكرا، تحدد هذه الوثيقة القضايا ذات الأولوية التي تحتاج إلى معالجة (الجزء الثاني). وتتضمن الوثيقة تحليلاً لاحتياجات الأوساط المعنية المستهدفة من المعلومات ووسائل الاتصال وتقتراح أسلوب تبليغ وأدوات ملائمين للوصول إلى جمهور أوسع (الجزء الثالث). وأولي اهتمام خاص في الوثيقة لتعزيز استخدام الوسائل الإلكترونية، بما فيها موقع الأونكتاد على شبكة الإنترنت (الجزء الرابع)، واستكشاف كيفية الارتقاء بالاستخدام الاستراتيجي للأدوات الإلكترونية، وكيفية تحويل موقع الإنترنت إلى أداة مركزية للاتصال والتواصل. ولما كانت المشورات وسيلة يعتمد عليها الأونكتاد إلى حد بعيد لتقاسم معارفه، فإن تعزيز أهمية هذه الوثائق وزيادة نشرها (انظر الجزء الخامس) جزء لا يتجزأ من جهود الاتصال والتواصل. يتناول هذا الجزء مسألة تحسين السياسة العامة المتعلقة بالمشورات ويقترح استراتيجيات نشر فعالة من حيث التكلفة ومحددة الأهداف. ويتضمن الشق المتعلق بتسهيل تبليغ متعدد اللغات (الجزء السادس) بعض الاقتراحات الأولية للتواصل مع الجمهور المستهدف بلغات الأمم المتحدة الرسمية. وستؤتي الاستراتيجية المقترحة عدة مزايا وستحقق الكفاءة في عدة جوانب (انظر الفرع السابع). لكن نجاح الاستراتيجية يظل متوقفاً في الوقت ذاته على بلورة ثقافة اتصال فعالة داخل المنظمة. ومن شأن الالتزام بالتنفيذ والرصد المنتظم أن يؤدي دوراً هاماً في ضمان نجاح الاستراتيجية.

دال - النهج

٧ - تعكس الاستراتيجية المقترحة جهداً داخلياً استند إلى مشاورات مكثفة واستطلاعات للآراء شارك فيها واضعو السياسات والمندوبون ووسائل الإعلام والمجتمع المدني والقطاع الخاص والبرلمانيون والأوساط الأكاديمية والوكالات الشريكة وموظفو الأونكتاد وإدارته. واستعرضت برامج الاتصال في هيئات الأمم المتحدة والمنظمات الدولية الأخرى

(١) الاتصال الاستراتيجي في مجال إدارة التنمية والتغيير. مجموعة الأمم المتحدة الإنمائية. نيويورك.

(٢) البرامج المتعلقة بالاتصال من أجل التنمية في منظومة الأمم المتحدة. الوثيقة JIU/REP/94/4. ف. ميزالاما.

وحدة التفتيش المشتركة. جنيف.

يهدف تحديد الممارسات الجيدة ومواطن الضعف والفرص المتاحة لإقامة تعاون أوثق. وتشكل القضايا والاحتياجات والثغرات التي حُددت في سياق هذه التحليلات والمشاورات أساس الإجراءات المقترحة.

٨- وقد سبق أن جُرِّبَت بعض مبادرات الاتصال المقترحة، وكانت التعليقات المستقاة بشأنها إيجابية (موجزات السياسات مثلاً). وعُقدت أول ندوة عامة في ١٨ و١٩ أيار/مايو ٢٠٠٩ كخطوة أولية لدراسة إمكانيات تعزيز الاتصال والتواصل في الأونكتاد. وأتاحت الندوة فرصة لاستقاء وجهات نظر وتعليقات بشأن الإجراءات المقترحة. وعلاوة على ذلك، نُظِّمَت داخلياً مسابقة لاختيار أفضل شعار يدعم بلورة الرسالة العالمية الأساسية للمنظمة.

٩- وإلى جانب استراتيجية الاتصال، يجري وضع خطة عمل شاملة تتضمن خطوات عملية لتنفيذ التوصيات.

هاء - الحالة الراهنة ونقطة الانطلاق

١٠- يسعى الأونكتاد إلى التكيف مع التطور السريع الذي تشهده القضايا الدولية ومع أولويات أصحاب المصلحة وتقنيات الاتصالات. وإذا كان التغيير سمة من سمات السياق العالمي في الوقت الراهن، فإن الأونكتاد مطالب بأن يواكب هذا التغيير، وذلك باكتساب مكانة تنافسية تمكنه من تلبية الاحتياجات المتزايدة للأوساط المعنية بعمله. ويجب عليه التكيف مع التكنولوجيات الجديدة، والتعاون بشكل أوثق مع المنظمات ذات الصلة لبناء أوجه تآزر وتجنب التداخل وإرساء ثقافة "الاتصال".

١١- وهناك عدد متزايد من المنظمات الدولية التي تتجه نحو أسلوب تبليغ محدد الأهداف وقائم على معالجة القضايا مع تعزيز الاستفادة إلى أقصى حد ممكن من قنوات الاتصال المبتكرة. وحتى الآن، ركز الأونكتاد في جهوده المبذولة في مجال الاتصال إلى حد بعيد على تقديم تقارير عن الاجتماعات والأنشطة ونتائج البحوث إلى جمهور واسع ومتنوع. واعتمد في هذه الجهود في الغالب على وسائل الاتصال التقليدية لنشر المعلومات (مثل التقارير الرئيسية وغيرها من المنشورات والكتيبات والتقارير السنوية والوثائق الحكومية الدولية). وتشكل وسائط الإعلام - التي يُستعان بها في البيانات الصحفية والمذكرات الإعلامية والمؤتمرات الصحفية والمقابلات - وسيلة الاتصال الرئيسية لتبليغ استنتاجات وآراء الأونكتاد. وتولى أولوية عليا لإصدار الوثائق الرئيسية، كما يسلم بأن "ترادف الأنشطة" مسألة لا تخلو من قصور. يعمل الأونكتاد على تعزيز جهود النشر التي يبذلها بأنشطة منها، في جملة أمور، الحلقات الدراسية الإقليمية والتعاون مع مؤسسات شريكة في جميع أنحاء العالم.

١٢- وجرى تكثيف النشر الإلكتروني لأعمال الأونكتاد من خلال موقعه على الإنترنت، وإلى حد ما من خلال الوسائل الإلكترونية الأخرى (مثل البريد الإلكتروني)، لكن القدرات في هذا الصدد لم تكتمل بعد. وفي غياب موقع على الإنترنت ذي سمات حديثة، سواء من حيث التكنولوجيا المستخدمة أو المحتوى، أشارت الأوساط المعنية بعمل الأونكتاد إلى أنها تعتبر موقع الأونكتاد على الإنترنت مصدراً ثانوياً للمعلومات والاتصال. وفيما يتعلق بالأدوات الإلكترونية الأخرى، يُذكر أن للأونكتاد خبرة في استخدام التعلم الافتراضي والتبليغ الإلكتروني لنشر المعرفة، وخاصة نحو العالم النامي. ويمكن لهذه الخبرة أن تفيد على نطاق أوسع في دعم تحسين جهود الأونكتاد المبذولة داخلياً في مجال الاتصال.

١٣ - وللأونكتاد أيضاً آلية مكتملة لتنظيم الاجتماعات وجدول زمني حافل بالأنشطة، بما في ذلك المؤتمرات الرفيعة المستوى والندوات والمحاضرات وحلقات العمل والمعارض، إضافة إلى المشاركة في أنشطة أخرى. وبعض هذه الأنشطة يجتذب مشاركين من أعلى المستويات. ولم تبلغ إمكانات الاتصال هذه مستواها الأمثل كما أنها لا تُستخدم ليستفاد منها إلى أقصى حد ممكن في التواصل وبلورة صورة المنظمة.

١٤ - وينطوي الركن الثالث في عمل الأونكتاد، أي المساعدة التقنية، على إمكانات اتصال لم تُستغل بعد. ومن برامج الأونكتاد - كالنظام الآلي للبيانات الجمركية، ونظام إدارة الديون والتحليل المالي، وعمليات استعراض سياسات الاستثمار، والمعهد الافتراضي، وبرنامج تطوير المشاريع (إمريتيك)، على سبيل المثال - ما يستأثر على نطاق واسع باهتمام أوساط معنية متخصصة ويستقطب شبكات من المستخدمين. ويمكن توسيع هذه البرامج للاستفادة منها كقنوات تبليغ تفيده في الأعمال الأخرى للأونكتاد على الصعيد الوطني، وبالتالي تعويض النقص على مستوى الحضور الميداني. وفي الوقت نفسه، يمكن لبرامج المساعدة التقنية هذه وغيرها أن تسخر أيضاً لتسليط الضوء على أمثلة ملموسة لتأثير الأونكتاد في الميدان.

١٥ - وأكدت استطلاعات الرأي أن أصحاب المصلحة يعترفون بدور الأونكتاد في مجال التجارة والتنمية. وأظهرت هذه الاستطلاعات وغيرها من التحليلات وجود طلب غير ملبى على الحوار المركز على معالجة القضايا، والتحليلات التوقعية، والمشورة السياساتية العملية، والمساعدة التقنية. وينبغي على وجه الخصوص العمل على زيادة إبراز الترابط بين الأركان الثلاثة لعمل الأونكتاد. وفي الوقت الحاضر، ليس الأونكتاد - كما ينبغي أن يكون - أول مصدر يُتوجّه إليه لطلب المعلومات والمشورة بشأن قضايا التجارة والتنمية.

١٦ - وللأونكتاد مكان من تفوق (من حيث صفته وتواصله وإشراكه لأصحاب المصلحة) يمكن استخدامها بشكل أكثر فعالية لتعزيز صورته ونطاق تأثيره. وسيتطلب هذا الأمر من المؤسسة بأكملها العمل في صف واحد على نحو استراتيجي وتعاوني، والاعتماد على نقاط قوة وخبرات الجميع لتحقيق النتائج المرجوة. وينبغي أن تدعم استراتيجية الاتصال هذه التحول إلى ثقافة "اتصال" وأن تسهل تعميم الممارسات الجيدة في مجال الاتصال.

ثانياً - القضايا ذات الأولوية

١٧ - أظهرت المشاورات الداخلية والخارجية، وعملية تحليل مواطن القوة والضعف والفرص والتهديدات، والتعليقات المستفاداً من المسائل ذات الأولوية التي يتعين معالجتها في سياق استراتيجية الاتصال (انظر تحليل القضايا في الجدول ١).

الجدول ١
تحليل القضايا

المسألة	التصور	النتيجة المتوخاة	الإجراء المقترح
ألف - اكتساب المكانة	كثير من أصحاب المصلحة ليست لهم فكرة واضحة عن طبيعة الأونكتاد، والأهداف التي يعمل من أجلها، والأعمال التي يقوم بها.	تعزيز الاعتراف بالأونكتاد وتعزيز تماسكه ومصداقيته.	<ul style="list-style-type: none"> - تمييز الأونكتاد من حيث موضوع نشاطه وصفته ودوره ومهمته ورسالته العالمية الأساسية. - وضع بيان يحدد المهمة/اختيار شعار. - تحديد رسائل رئيسية يتراوح عددها من ٣ إلى ٥، واستعراضها بانتظام. - تنظيم حملة غايتها بناء صورة الأونكتاد والترويج لإنجازات المنظمة وإسهاماتها. - الاستفادة من صفة "توحيد الأداء" المعتمدة في الأمم المتحدة. - الترويج لمفهوم "وحدة العمل في الأونكتاد". - تعيين "سفراء للتنمية" من كل منطقة. - توسيع نطاق محاضرة راوول بريبيش لتصبح نشاطاً أكثر استقطاباً لمشاركين رفيعي المستوى، مع إشراك جهات أكاديمية بارزة ومؤسسات فكرية رائدة.
باء - أسلوب تبليغ استراتيجي	ينبغي أن تكون رسائل الأونكتاد واضحة و متماسكة و متسقة وأن تعزز الصورة العالمية للأونكتاد.	أن تدرج الرسالة العالمية الأساسية في جميع أعمال الأونكتاد. وأن تصاغ كل رسالة بحسب الفئات المستهدفة المحددة، مع التركيز على التأثير وتعزيز الصورة المرجوة.	<ul style="list-style-type: none"> - اعتماد رسالة عالمية أساسية وتعميم إدراجها في جميع الأعمال وعمليات الاتصال (الأنشطة والمنشورات والتقارير والخطابات وغير ذلك). - تكييف رسائل عمليات الاتصال مع التأثير المتوخى. - استخدام نُهج ونواتج مبتكرة وملائمة وفعالة من حيث التكلفة من أجل إيصال هذه الرسائل (الإنترنت والأدوات الإلكترونية ووسائط الإعلام والشراكات والشبكات ووسائط الإعلام الجديدة والتواصل الاجتماعي وغير ذلك).

المسألة	التصور	النتيجة المتوخاة	الإجراء المقترح
جيم - الأهمية والقيمة الإعلامية	ينبغي أن يعمل الأونكتاد على التأثير في النقاش المتعلق بمجالات اختصاصه، مع تبليغ استنتاجاته ومشورته "قبل المنحنى" وفي "الوقت المناسب".	<ul style="list-style-type: none"> - أن يُنظر إلى الأونكتاد كجهة مؤثرة في الآراء المتعلقة بقضايا التجارة والتنمية، وأن يؤخذ عنه في وسائط الإعلام الدولية، وأن يستشار في النقاشات الرفيعة المستوى. وأن تصبح تحليلات ومشورة الأونكتاد مصدراً مطلوباً لدى واضعي السياسات وأن تستخدمه جماعات الدعوة وأقطاب قطاع الأعمال والبرلمانيون. 	<ul style="list-style-type: none"> - تحديد القضايا المستجدة والناشئة التي يمكن للأونكتاد أن يدلي فيها بدلوه لإثراء النقاش وطرح وجهات نظر مغايرة. - التركيز على رسائل أساسية وعلى تأثيرها على الفئات والمناطق المستهدفة. - الحرص على القيمة الإعلامية لإسهامات الأونكتاد وعلى تقديم هذه الإسهامات في الوقت المناسب.
دال - استهداف جمهور رئيسي	لا تصل أعمال الأونكتاد إلى أصحاب المصلحة بالفعالية المطلوبة؛ ولا يرقى تأثيره إلى أقصى ما يمكن تحقيقه.	<ul style="list-style-type: none"> - أن تنظر فئات الجمهور المستهدفة إلى الأونكتاد كشريك وكقطب مؤثر في الرأي. 	<ul style="list-style-type: none"> - مراعاة الجمهور المستهدف في المراحل الأولى من التخطيط للمبادرات والأنشطة. التركيز على إمكانيات التأثير. - الحرص في كل ناتج ونشاط على وضع استراتيجيات محددة لاستهداف كل جهة رئيسية من أصحاب المصلحة. - إجراء مراجعة دورية للتحليلات المتعلقة بالفئات المستهدفة بعمليات الاتصال من أجل تحديث النهج وصقلها.
هاء - التنفيذ والنشر	يتعين على الأونكتاد أن يتيح وصولاً سهلاً إلى نواتجه وخدماته وأن يقوم بنشرها على نحو أكثر استباقاً.	<ul style="list-style-type: none"> - أن تصل رسائل الأونكتاد إلى الشخص المناسب في الوقت المناسب وأن تؤثر في صنع القرار ورسم السياسات. 	<ul style="list-style-type: none"> - مراعاة احتياجات كل فئة مستهدفة من المعلومات واحتياجاتها اللغوية وتفضيلاتها للوصول إلى المعلومات؛ وتكييف أدوات الاتصال التقليدية والجديدة وفقاً لذلك. - تعزيز دور المتحدث الرسمي. - ضمان إتاحة الترجمة التحريرية والشفوية في الموعد المحدد خلال الاجتماعات الهامة غير الحكومية الدولية. - إتاحة محتوى متعدد اللغات في الوقت المناسب لاستخدامه في وسائط الإعلام وعلى الإنترنت، بالاعتماد على سبل منها الشراكات الإقليمية/ال محلية.

المسألة	التصور	النتيجة المتوخاة	الإجراء المقترح
واو - إشراك أصحاب المصلحة	يتعين على الأونكتاد أن يوسع على نحو استباقي الجوانب المتعلقة بالتواصل واستقاء وجهات النظر والإسهام والمشاركة والتعاون. ولكي يعزز الأونكتاد تأثيره يتعين عليه أن يزيد ما يتيح من نواتج متعددة اللغات وأن يبرم شراكات لأغراض الإشعاع والنشر.	تعزيز أهمية عمل الأونكتاد وجعله معروفاً على نحو أفضل. أن تعترف مجموعة واسعة من جهات التغيير وتطبق وتنشر تحاليل الأونكتاد ومشورته.	<ul style="list-style-type: none"> - جعل التواصل جزءاً لا يتجزأ من بعثات الموظفين. - إصدار نواتج متعددة اللغات وأدوات إلكترونية، والعمل مع الوكالات الشريكة لتسهيل الإشراك المحدد الأهداف ونشر المعارف. - جعل إشراك المجتمع المدني غاية تنظيمية. - تعزيز الشراكات مع المجتمع المدني والشبكات الأكاديمية والبحثية على الصعيد الإقليمي. - وضع إطار استراتيجي لتعبئة القطاع الخاص. - بلورة تعاون استراتيجي ومنهجي مع البرلمانين. - العمل استباقياً على إشراك محررين وصحفيين من وسائط إعلام دولية ومحلية رئيسية. - إشراك كيانات محلية (مثل وسائط الإعلام والقطاع الخاص) في جهود التواصل المتعلقة بالأنشطة الميدانية للأونكتاد.
زاي - بلورة ثقافة اتصال فعال في الأونكتاد	يتعين على الأونكتاد اتباع نهج متماسك وملتزم حيال الاتصال.	أن تصبح ممارسات الاتصال الاستراتيجية جزءاً لا يتجزأ من العمل ومعياراً مجزياً.	<ul style="list-style-type: none"> - اعتماد رسالة عالمية أساسية وتطبيقها. - تطبيق الممارسات الجيدة للأمم المتحدة في عمليات الاتصال، حسبما يوصي به فريق الأمم المتحدة للاتصالات، ومجموعة الأمم المتحدة الإنمائية، ووحدة التفتيش المشتركة. - تكليف كيان معني بعمليات الاتصال والتواصل ذي مكانة وتمويل جيدين بقيادة تنفيذ استراتيجية الاتصال. - ضبط وهيكلة الأنشطة المتعلقة بوسائط الإعلام والتواصل والإنترنت والمنشورات وغيرها من أنشطة الاتصال لضمان الانسجام. - تهيئة تدريب وأدوات وخدمات إشراف لدعم الشعب في تحديد رسائل أساسية وتصميم نهج اتصال بحسب كل ناتج أو نشاط. - وضع خطة استراتيجية للأونكتاد، لإرساء التوجه صوب مبدأ "وحدة العمل في الأونكتاد".

ثالثاً - الوصول إلى جمهور أوسع^(٣)

١٨ - عند معالجة القضايا المذكورة أعلاه، ينبغي أن يولي الأونكتاد الاهتمام للاحتياجات المحددة لمختلف الفئات المستهدفة. وقد جرى تحديد عشر فئات مستهدفة باعتبارها جهات مستفيدة رئيسية، وجهات مؤازرة وجهات تغيير معنية بعمل الأونكتاد. ويوصى في هذا الجزء باستراتيجيات وأدوات تتيح تحسين تقديم خدمات إلى هذه الفئات وإشراكها، مع مراعاة اختلافات التوزيع الجغرافي واللغات والقدرات التكنولوجية وغيرها.

الجدول ٢

الفئات المستهدفة

ألف - واضعو السياسات (رفيعو المستوى) وكبار واو - الأوساط الأكاديمية ومؤسسات المستشارين
باء - وسائل الإعلام زاي - البرلمان
جيم - المندوبون حاء - المانحون والمستفيدون
دال - المجتمع المدني طاء - المنظمات الدولية
هاء - القطاع الخاص ياء - الجمهور العام

ألف - واضعو السياسات^(٤)

١٩ - يشكل واضعو السياسات - لا سيما في البلدان النامية والبلدان التي تمر اقتصاداتها بمرحلة انتقالية - الفئة المستهدفة الرئيسية للأونكتاد. وهم يشغلون وظائف تتراوح من رتبة المسؤول الحكومي الكبير إلى الخبير التقني الذي يشارك في رسم السياسات وتطبيقها وإنفاذها. والمسؤولون الرفيعو المستوى لهم دور فعال للغاية في الدفع بتغيير السياسات والدعوة إليه على المستوى الوطني والدولي.

٢٠ - وتتيح أنشطة الأونكتاد الرفيعة المستوى والمهام الاستشارية منبراً لإشراك كبار واضعي السياسات. وللحفاظ على إشراك هذه الفئة، يتعين متابعة الاتصال بهم بالاعتماد على أنشطة تواصل منتظمة ومحددة الأهداف بدقة. ويتطلب التعامل مع كبار واضعي السياسات إتاحة موجزات مقتضبة للمقاييس المقارنة واستنتاجات واضحة بشأن القضايا التي تشكل شواغل مباشرة.

(٣) يأخذ هذا الجزء في الاعتبار الاستنتاجات الرئيسية لتحليلات واستطلاعات رأي مفصلة تتعلق بالفئات المستهدفة - أجريت في أيار/مايو وحزيران/يونيه ٢٠٠٩.

(٤) أظهرت المشاورات واستطلاعات الرأي لزوم اتباع نهجين مختلفين إزاء واضعي السياسات رفيعي المستوى وواضعي السياسات متوسطي المستوى.

٢١ - التوصيات:

- (أ) استهداف واضعي السياسات بصورة مباشرة (مثلاً عندما يقابل الأمين العام وكبار الموظفين في الأونكتاد مسؤولين رفيعي المستوى خلال البعثات وغيرها من الأنشطة)؛
- (ب) إشراك المستشارين والنظراء والسفراء المعتمدين في جنيف ونيويورك ووسائل الإعلام ونخب من جماعات الدعوة؛
- (ج) إتاحة رسائل مقتضبة ومحكمة التوقيت بلغات الأمم المتحدة وغيرها من اللغات التي لها تأثير واسع، مع التركيز على الآثار والخيارات العملية، ومن ذلك مثلاً:
- ١٠ "رسالة من الأمين العام إلى واضعي السياسات"، لإبلاغهم باستنتاجات رئيسية ومحصلات وبرامج تنفيذ تمخضت عن اجتماعات أو وردت في منشورات رئيسية - عن طريق البريد الإلكتروني أو الفاكس/البريد العادي؛
- ٢٠ "إخطار من الأمين العام إلى كبار المسؤولين" بشأن القضايا الناشئة والساخنة، يُبلّغ مباشرة عبر البريد الإلكتروني أو الفاكس/البريد العادي؛
- (د) العمل خلال دورات الأونكتاد الرفيعة المستوى على إتاحة منابر لمزيد من التفاعل مع واضعي السياسات للإسهام في توافق الآراء على الصعيد الحكومي الدولي.
- (هـ) الحرص على تبليغ إسهامات كبار واضعي السياسات في أنشطة الأونكتاد والاعتراف بها كعنصر ذي أهمية في السياق الوطني.

باء - وسائل الإعلام

- ٢٢ - يمكن لوسائل الإعلام أن تكون بمثابة قناة قوية لإبلاغ استنتاجات الأونكتاد ووجهات نظره إلى أصحاب المصلحة، فضلاً عن أنها، في حد ذاتها، أداة مؤثرة في الرأي. ويمثل مدى تجاوب وسائل الإعلام مع رسائل الأونكتاد آلية "الاستقاء تعليقات" بشأن أهمية وجدوى هذه الرسائل والقضايا التي تثيرها.
- ٢٣ - وتوجّه التغطية في وسائل الإعلام الدولية (وكالات الأنباء والمجلات العالمية وغيرها) اهتمام واضعي السياسات على جميع المستويات، كما تسهم في تعزيز مصداقية المنظمة. ويتطلب ربط وتمتين العلاقة مع وسائل الإعلام المطبوعة والمحطات الإذاعية والقنوات التلفزيونية المعروفة اتصالاً مباشراً وإشراكاً مستمراً ونهجاً محدد الأهداف يقوم على محتوى ومقابلات ومقالات رأي يُختار لها الوقت المناسب.
- ٢٤ - وتشكل وسائل الإعلام المحلية قناة هامة للوصول إلى واضعي السياسات على الصعيد الوطني، ويمكن أن تساعد في تركيز الاهتمام بعمل الأونكتاد. وتعتمد فرادى برامج الأونكتاد بنجاح على شبكات وسائل الإعلام المحلية لنشر رسائلها. لكن تدعو الحاجة إلى بذل جهد أكثر تضافراً لزيادة الوعي بالنطاق الواسع لأنشطة الأونكتاد - مثل تهيئة محتوى محلي لتسليط الضوء على أنشطة الأونكتاد ونواتجه. ومن شأن هذه الخطوة أن تشجع وسائل الإعلام - وواضعي السياسات في نهاية المطاف - على التشاور مع الأونكتاد بوصفه مصدراً دائماً للمعلومات. وتحقيقاً لهذه

الغاية، يمكن لوسائل الإعلام السمعية والبصرية أن تكون سبيلاً فعالاً للوصول إلى فئات واسعة من الجمهور في البلدان النامية والبلدان التي تمر اقتصاداتها بمرحلة انتقالية. والإذاعة هي أكثر الوسائل فعالية من حيث التكلفة للقيام بذلك، وينبغي وضع استراتيجية لتحسين استخدامها.

٢٥ - أما التغطية التلفزيونية - وخاصة من جانب مؤسسات الإنتاج العالمية - فهي مكلفة للغاية ولا تصلح إلا لنشر رسائل قصيرة تكون موضع اهتمام عالمي. لكنها يمكن أن تفيد في بلورة صورة الأونكتاد وبناء مصداقيته. وينبغي التفكير في استخدام استراتيجية للتلفزيون تركز بدقة على القضايا الرئيسية (مثلاً فيما يتعلق بالاستنتاجات الرئيسية) وبعض الأنشطة الرفيعة المستوى. ويمثل "الوجه الإنساني" للمشاريع الميدانية الرئيسية عنصراً رئيسياً في استقطاب اهتمام البرامج التلفزيونية المحلية والإقليمية. ويمكن لتلفزيون الأمم المتحدة في جنيف أن يساعد الأونكتاد في إنتاج محتوى لنشره عن طريق القنوات الملائمة، مثل برنامجي الأمم المتحدة "القرن الحادي والعشرون ومنجزات الأمم المتحدة". ويمكن إعادة توظيف المواد المصورة لاستخدامات أخرى، مثل إدراجها في مواقع إنترنت، أو ضمن رسائل بريد إلكتروني "متفشية" (viral emails)، أو في عروض، أو لتكييفها مع لغات محلية. وينبغي للأونكتاد أيضاً أن يكتف الشراكات الاستراتيجية مع المحطات الإقليمية والمحلية والمنتجين لأغراض تهيئة مواد مصورة.

٢٦ - ويمثل المدونون و"الصحفيون - المواطنون" قنوات جديدة نسبياً لتشجيع النقاش بشأن القضايا الراهنة، وتطوير أفكار جديدة، ونشر وجهات نظر الأونكتاد. ويتعين بحث استخدام هذه الأدوات عن كثب لتقييم جدواها في سياق عمل الأونكتاد ولتسخيرها على الوجه الأمثل.

٢٧ - وثمة اهتمام محدود من وسائل الإعلام بعمل الأمم المتحدة ككل. وتستقطب قضايا "الوجه الإنساني" مثل حقوق الإنسان والصحة والعمل والهجرة واللاجئين جمهوراً عريضاً. لكن رسائل الأونكتاد تتسم عادةً بمنحى أكثر تخصصاً. وأشارت تعليقات مستقاة أن مساعدة وسائل الإعلام في إظهار التأثير الملموس للأونكتاد على أرض الواقع يمكن أن يبرز عمل المنظمة على نحو أفضل.

٢٨ - التوصيات:

- (أ) وضع نهج للاستفادة من وسائل الإعلام الدولية ومدتها. محتوي وبمواد رأي ذات مستوى رفيع؛
- (ب) تكثيف التعاون مع وسائل الإعلام المحلية والمساعدة في تهيئة محتوى محلي؛
- (ج) تنظيم مؤتمرات صحفية عن طريق الفيديو لتسهيل مشاركة صحفيين محليين وغيرهم من الصحفيين من خارج جنيف؛
- (د) وضع قاعدة بيانات تضم وسائل الإعلام المحلية التي لها اهتمام خاص بعمل الأونكتاد. وتقديم "تجارب إنجازات" ذات أهمية إنسانية من الميدان، بالاعتماد على صحفيين محليين وموظفي المشاريع؛
- (هـ) زيادة التعاون الوثيق مع الوكالات ومراكز الإعلام التابعة للأمم المتحدة ضمن إطار الاتصال الذي تتيحه مبادرة "وحدة العمل في الأمم المتحدة"؛

- (و) استكشاف إقامة شراكات مع المؤسسات الوطنية التي لها علاقات إعلامية جيدة بهدف تسهيل تبليغ رسائل الأونكتاد ميدانياً؛
- (ز) تعزيز مشاركة مكتب الأونكتاد في نيويورك وإدارة شؤون الإعلام للوصول إلى الأوساط المعنية في الولايات المتحدة والأمم المتحدة؛
- (ح) السعي إلى إقامة شراكات مع شبكات وسائط الإعلام العالمية والمأنحين لتنظيم دورات تدريبية للصحفيين بشأن المسائل المتعلقة بالأونكتاد (حلقات دراسية وبرامج زيارات وجولات دراسية بشأن المساعدة التقنية)؛
- (ط) النظر في أن يمنح الأونكتاد "جائزة إعلامية" كمكافأة عن أفضل تقرير إعلامي يتناول قضايا التنمية؛
- (ي) تعزيز المعايير الداخلية لضمان أن تكون رسائل الأونكتاد المبلغة إلى وسائط الإعلام ذات أهمية إعلامية وتوقيت مناسب؛
- (ك) تعزيز المكانة الوظيفية للمتحدث الرسمي ودوره.

جيم - المندوبون

- ٢٩- يشكل الممثلون الدائمون للدول الأعضاء المعتمدون لدى الأونكتاد الجمهور المستهدف في المقام الأول. وهم يحددون برنامج عمل المنظمة ويشاركون في بناء توافق الآراء، كما يؤدون دور حلقة وصل مباشرة بوضعي السياسات على الصعيد الوطني. وأظهرت المشاورات والتعليقات المستقاة احتياجات المندوبين المعتمدين في جنيف ونظرائهم في العواصم من المعلومات المحددة. وتشمل هذه الاحتياجات ما يلي: (أ) وثائق وتقارير بجميع لغات الأمم المتحدة يمكن الوصول إليها بسهولة وفي الوقت المناسب من أجل تحضير الاجتماعات الحكومية الدولية والإبلاغ عنها؛ (ب) تقارير قطرية التوجه عن أنشطة الأونكتاد وتأثيره؛ (ج) فهم شامل للمنظمة وعملها.
- ٣٠- ويتلقى المندوبون في الوقت الحاضر الوثائق في شكل نسخ مطبوعة أو عن طريق البريد الإلكتروني. وأكدت التعليقات المستقاة وجود طلب على موقع إنترنت حديث المواصفات وعلى أدوات إلكترونية إضافية تلي احتياجات المندوبين من المعلومات والتفاعل (مثل أرشيف للوثائق، وجدول زمني للاجتماعات، ودليل هاتف محدث).
- ٣١- التوصيات:

- (أ) إنشاء بوابة للمندوبين على الصفحة الرئيسية من الموقع الإلكتروني يتاح الدخول منها بكلمة سر (بوابة المندوبين لدى الأونكتاد) لتسهيل الوصول إلى الوثائق الرسمية، والإخطار بالاجتماعات والمنشورات، ونشر مشاريع التقارير والنصوص التفاوضية، وإتاحة وظيفة للتواصل الشبكي وحيز لبعثات موظفي الأونكتاد في الخارج ولنشر أدلة بيانات وغيرها؛
- (ب) تعزيز الوظائف المتعلقة بشبكة الإنترنت بإضافة خصائص بحث في المواقع الفرعية المواضيعية ومعلومات قطرية ومراجع تحيل إلى أعمال وأنشطة منظمات أخرى وإدراج وصلات سريعة إلى العمليات المنفذة في مقر نيويورك؛

- (ج) إتاحة بث شبكي وبث مواد تسجيلية إلكترونية محمولة (بودكاست) للاجتماعات الرفيعة المستوى، لتسهيل نقل وقائعها إلى المسؤولين في العواصم؛
- (د) إتاحة وسيلة اشتراك لتلقي التقارير الصادرة (مع تحديد النسخة المطلوبة، إما مطبوعة وإما إلكترونية)؛
- (هـ) استخدام وسائط من قبيل البريد الإلكتروني المباشر أو الإخطار بالرسائل القصيرة على نحو انتقائي لتبليغ المعلومات والرسائل في الوقت المناسب؛
- (و) تقديم خدمات معلوماتية ("سأل خبيراً")؛
- (ز) إشراك مكتب الأونكتاد في نيويورك لتعزيز تبليغ رسائله إلى المندوبين المعتمدين في نيويورك؛
- (ح) إجراء دورة توجيهية سنوية للمندوبين؛
- (ط) استطلاع آراء المندوبين دورياً لاستقاء تعليقاتهم من أجل العمل على تحسين الخدمات والنواتج باستمرار.

دال - المجتمع المدني

٣٢- يعترف الأونكتاد بالدور الهام الذي يمكن أن تقوم به منظمات المجتمع المدني في جميع جوانب عمله. فهي تمثل وجهات نظر قطاعات مختلفة من المجتمع وتتيح خبرة وتجربة فريدتين من نوعهما على الصعيدين العالمي والمحلي. وتتجلى فعالية منظمات المجتمع المدني خصوصاً في زيادة الوعي وتقاسم المعلومات ضمن شبكاتها الممتدة. وينبغي الاستفادة على نحو تام من إمكانياتها كجهات مناصرة ومؤازرة لرسائل الأونكتاد. ويتزايد عدد منظمات المجتمع المدني التي تملك خبرة واسعة في مجال الأبحاث ذات الأهمية، وفيما يتعلق بوضع وتنفيذ ورصد المشاريع والسياسات. ويستخدم الجمهور الذي يستهدفه الأونكتاد في أوساط المجتمع المدني بحوث وتحليلات الأونكتاد على نطاق واسع، معتمداً في وصوله إليها على الوسائط الإلكترونية.

٣٣- ويشارك المجتمع المدني في أعمال الأونكتاد أساساً كمراقب ومحاور في المؤتمرات والاجتماعات الحكومية الدولية. ومنذ المؤتمر الوزاري الحادي عشر للأونكتاد الذي عُقد في ساو باولو (الأونكتاد الحادي عشر)، أضفي طابع مؤسسي على اللقاءات التي تجرى مع المجتمع المدني لزيادة إشراك منظماته في المناقشات الموضوعية لمجلس التجارة والتنمية (اللقاءات المخصصة للمجتمع المدني). ويستشف من التعليقات المستقاة أن الشكل الحالي للقاءات المخصصة للمجتمع المدني لا يشجع على إجراء نقاش وبلوغ نتائج في جو من التفاعل والتحفيز الفكري. وأقرّ بأن محدودية مشاركة ممثلي المجتمع المدني في اجتماعات الأونكتاد (وخاصة ممثلي بلدان الجنوب) تشكل مسألة يتعين معالجتها. وليست جهود الأونكتاد التي تهدف إلى ضمان تمثيل متوازن جغرافياً في الاجتماعات سوى وسيلة من وسائل إشراك منظمات المجتمع المدني التي تمثل بلدان الجنوب.

٣٤- ويتعين أن يعمل الأونكتاد على إيصال استنتاجاته وخدماته وفحوى مناقشاته الراهنة بفعالية إلى أكبر عدد ممكن من منظمات المجتمع المدني في الميدان، وتمكينها من الاستفادة والإسهام على نحو مجد. وقد تكون إقامة شراكة مع المنظمات الإقليمية والوطنية لتنظيم نقاشات منتظمة ذات صلة بالأونكتاد نهجاً فعالاً من حيث التكلفة. ويمكن للمناقشات التي تجرى عن طريق شبكة الإنترنت أن تشكل عنصراً إضافياً في هذا الصدد. وستعمم النتائج من خلال

منابر وشبكات المجتمع المدني، كما ستبلغ إلى الوفود والموظفين. ويتعين إجراء تحليل أكثر تفصيلاً لاستخدام وسائط الإعلام الجديدة، وخاصة أدوات التواصل الشبكي الاجتماعي مثل فيس بوك (Facebook) وتويتر (Twitter)، ومواقع نشر المواد المصورة بالفيديو مثل يوتيوب (YouTube). وأظهرت المشاورات التي أجريت مع منظمات أخرى - بما فيها مؤسسات مالية دولية - أن تجربتها تبين أن وسائط الإعلام الاجتماعية تشكل وسيلة قوية وملائمة كمصدر موارد تستخرّ للوصول إلى المجتمع المدني، لا سيما في بلدان الجنوب.

٣٥ - التوصيات:

- (أ) إقامة شراكات مع منظمات المجتمع المدني لتنظيم مناقشات سنوية مع طائفة واسعة من أصحاب المصلحة المعنيين بأعمال الأونكتاد. ويمكن تنظيم نشاط دوري يتخذ شكل ندوة عامة؛
- (ب) تنظيم حوار للمجتمع المدني على الصعيد الإقليمي، بمشاركة كبار موظفي الأونكتاد؛
- (ج) النظر في وضع جدول زمني لعقد اجتماعات منتظمة مع منظمات المجتمع المدني وجماعات الاهتمامات الخاصة التي يوجد مقرها في جنيف؛
- (د) استكشاف جدوى إجراء مناقشات عن طريق الإنترنت والتواصل الشبكي الاجتماعي وغيرها من القنوات الجديدة لوسائط الإعلام؛
- (هـ) نشر أعمال الأونكتاد إلى جانب رسائل تخص المجتمع المدني؛
- (و) استعراض النظام الداخلي لمجلس التجارة والتنمية فيما يتعلق بإشراك المجتمع المدني لجعله منسجماً مع قرار المجلس الاقتصادي والاجتماعي ٣١/١٩٩٦، الذي يدعو إلى تيسير مشاركة المنظمات الوطنية والشعبية في عمل الأونكتاد؛
- (ز) التنسيق مع الشُّعب لبحث إمكانية اعتبار ممثلي المجتمع المدني من بلدان الجنوب كجهات مرجعية لاجتماعات ولجان الخبراء؛
- (ح) تشجيع المانحين على تقديم مساعدة مستدامة إلى المجتمع المدني والمنظمات الأهلية لتمكينها من المشاركة في اجتماعات الأونكتاد وأنشطته؛
- (ط) استطلاع إمكانية إبرام اتفاقات للتعاون مع شبكات المجتمع المدني من أجل إدراج إعلانات منتظمة على مواقعها على الإنترنت بشأن أعمال الأونكتاد، وإنشاء وصلات إلكترونية توخياً لمزيد من البروز؛
- (ي) زيادة أوجه التآزر مع المنظمات الدولية الأخرى (عن طريق تعيين منسقين للمجتمع المدني على صعيد الأمم المتحدة، مثلاً) لبلوغ أكبر قدر من التواصل؛
- (ك) تحديد الخيارات التي تتيح اتصالاً متعدد اللغات (مثل ترجمة المواد والترجمة الشفوية أثناء الأنشطة غير الحكومية الدولية).

هاء - القطاع الخاص

٣٦- يُشرك الأونكتاد القطاع الخاص في جميع جوانب عمله. فالشركات ورابطات الأعمال التجارية تسهم فيما ينجز من دراسات لجمع البيانات وإعداد تحليلات سياساتية، بينما يشارك ممثلو قطاع الأعمال في اجتماعات الأونكتاد وهيئاته الاستشارية، ويسهم القطاع الخاص في بعض الحالات بمشورة خبرائه وعن طريق تمويل مشاريع المساعدة التقنية. ويمكن لرابطات الأعمال التجارية في البلدان النامية والبلدان التي تمر اقتصاداتها بمرحلة انتقالية أن تضطلع بدور هام كجهات مؤازرة ومناصرة فيما يتعلق بالرسائل الرئيسية للأونكتاد. ومع ذلك، تظل مشاركة القطاع الخاص متقطعة بوجه عام.

٣٧- وللوصول إلى القطاع الخاص، وعلى وجه الخصوص كبار المسؤولين، يتعين العمل على إيصال نواتج الأونكتاد ورسائله بصورة واضحة وبلغة غير تخصصية ومقتضبة. ويتعين أن تعرض تلك النواتج والرسائل خيارات عملية وتوصيات واضحة وسبلاً للتقدم إلى الأمام. ومن الضروري تنظيم اجتماعات تهدف إلى إحراز نتائج ملموسة باتباع جداول أعمال محكمة وضمان متابعة فعالة. ومن الأمور التي تجذب القطاع الخاص الفرص المتاحة لتبادل وجهات النظر مع مسؤولين حكوميين رفيعي المستوى والمشاركة في نقاش محفز بشأن قضايا تجارية هامة، وأيضاً الاحتكاك بمبادرات تتعلق بمسؤولية الشركات.

٣٨- التوصيات:

- (أ) وضع نهج متماسك لإشراك القطاع الخاص، وتحديد مجالات يمكن لمشاركة القطاع الخاص فيها أن تعزز أهمية وتأثير ما ينجز من عمل؛
- (ب) تحديد ممارسات داخلية جيدة في القطاع الخاص والاستفادة منها على جميع مستويات المنظمة؛
- (ج) إنشاء قاعدة بيانات للأونكتاد لإتاحة معلومات التواصل مع الشركات، وتشجيع المشاركة المنسقة؛
- (د) تهيئة مواد موجزة للتواصل مع الفئات المستهدفة في القطاع الخاص؛
- (هـ) النظر في الدعوة إلى عقد اجتماع لفريق استشاري مؤلف من ممثلي الشركات لتقديم المشورة في مجال اهتمامات واحتياجات القطاع الخاص ذات الصلة بعمل الأونكتاد؛
- (و) تعزيز الشراكات مع الكيانات العالمية التي لها شبكات أعمال تجارية واسعة النطاق (مثل المنتدى الاقتصادي العالمي، واتفاق الأمم المتحدة العالمي، وغرفة التجارة الدولية).

واو - الأوساط الأكاديمية ومؤسسات البحث

٣٩- تعترف المؤسسات الأكاديمية ومؤسسات البحث بالقيمة الرفيعة لبيانات وتحليلات الأونكتاد في عدد من المجالات المتخصصة. وقد تتطلب معالجة القضايا الطويلة الأجل استراتيجية ترمي إلى الاستفادة من هذا الاعتراف وبلوغ مستوى ذي أهمية وتأثير أكاديميين في المنظمة ككل.

٤٠- ويمكن أن يشمل ذلك - في جملة أمور - مشاركة منتظمة للأونكتاد في المؤتمرات الاقتصادية الدولية. وتتطلب هذه المشاركة تألقاً بحثياً معترفاً به. وتحقيقاً لهذه الغاية، ينبغي تمكين الموظفين من نشر بحوثهم في مجالات مرجعية وعرض استنتاجاتهم في المؤتمرات والحلقات الدراسية. وينبغي أن ينطبق هذا أيضاً على عمل الأونكتاد في مجالات أخرى.

٤١- ويتعاون الأونكتاد حالياً مع عدد من الجامعات ومؤسسات البحث المختارة. وعند إعداد التقارير الرئيسية، ينبغي بذل جهود للوصول إلى دائرة أوسع من الجامعات والمؤسسات الفكرية الرائدة، بما فيها المؤسسات الاقتصادية الرئيسية. وعلاوة على ذلك، من شأن إقامة شراكات استراتيجية مع الجامعات ومعاهد البحث تسهيل الوصول إلى السياق الوطني والإقليمي، وقد يؤدي ذلك إلى ترجمة وثائق إلى اللغات المحلية.

٤٢- ويمكن لإشراك الباحثين والأكاديميين في المناقشة والدعوة، وإجراء مناقشات افتراضية عن طريق الفيديو والمدونات أن يكونا بمثابة أداة مؤثرة، إذا سمحت التكنولوجيا بذلك. ومن مصلحة الأونكتاد تسهيل وصول كيانات البحث في شتى أنحاء العالم إلى أعمالها. ولا تزال جامعات بلدان الجنوب تعتمد على النسخ الورقية، وخاصة للطلاب. ومع أن الوصول إلى شبكة الإنترنت في حد ذاتها قد يبدو أمراً يسيراً اليوم، فإن التعليقات المستقاة تشير إلى أن فرص الحصول على النسخ الإلكترونية من وثائق الأونكتاد - والوثائق في حد ذاتها - عملية لا تتسم دائماً بالبساطة المطلوبة.

٤٣- التوصيات:

- (أ) وضع نهج طويل الأجل، على نطاق المنظمة، لربط صلات ذات مصداقية مع المؤسسات الأكاديمية؛
- (ب) التعبير عن مواقف الأونكتاد ضمن مدونات ذات مكانة راسخة وإشراف جيد، والنظر في إحياء مدونة الأمين العام؛
- (ج) إتاحة وصول الأكاديميين والباحثين على نحو ميسر إلى المعلومات والتحليلات والبيانات والحوارات (انظر مراجع مشروع الاستراتيجية الخاصة بالإنترنت في الجزء الرابع)؛
- (د) إنشاء قاعدة بيانات داخلية بشأن الكيانات الأكاديمية والبحثية المرموقة بحسب البلد والمنطقة، وتسهيل التفاعل والمشاركة (الشبكة العالمية للمؤسسات الفكرية الرائدة)؛
- (هـ) المشاركة في إعداد منشورات وتحليلات ووجهات نظر بشأن القضايا الراهنة، وإتاحتها من خلال بوابات إلكترونية ذات مكانة مؤثرة؛
- (و) تشجيع المعهد الافتراضي للأونكتاد وشركائه من المؤسسات الفكرية الرائدة في العالم لتيسير نشر التقارير الرئيسية؛
- (ز) توسيع نطاق ندوة راوول بريش السنوية لتصبح فضاءً رفيع المستوى للنقاش يجمع الأكاديميين والمؤسسات الفكرية الرائدة؛
- (ح) تشجيع المؤسسات الأكاديمية والبحثية الوطنية على تقديم محتوى محلي، وكذلك على ترجمة ونشر منشورات الأونكتاد.

زاي - البرلمانين

٤٤ - يؤثر البرلمانين على نحو مباشر في السياسات وفي عملية وضع القواعد، وهم بالتالي فئة من الجمهور الذي يستهدفه الأونكتاد. وتحتاج هذه الفئة إلى معلومات موجزة بشأن تأثير السياسات المقترحة. ويتسم تواصل الأونكتاد مع البرلمانين بطابع ظريفي يندرج إما في سياق مشاريع وطنية لتقديم مشورة سياسية وإما في إطار الاتحاد البرلماني الدولي، الذي يتمتع بمركز رسمي كمراقب دائم لدى الأمم المتحدة. ويشترك الأونكتاد والاتحاد البرلماني الدولي في اجتماعات بعضها البعض على مستوى رفيع. وعلى الصعيد المحلي، ما انفك الأونكتاد يكتف جهوده لعقد اجتماعات إحاطة موجهة للبرلمانين خلال بعثاته. وفي بعض الأحيان يعقد الأونكتاد دورات تدريبية وإعلامية لفائدة برلمانين زائرين من البلدان النامية.

٤٥ - وينبغي للأونكتاد أن ينظر في توسيع نطاق تفاعله مع الاتحاد البرلماني الدولي لتسهيل تبليغ رسائله الأساسية، وتعزيز تواصله مع الأوساط المعنية على الصعيد الوطني. ومن شأن هذا التفاعل أن يشمل مشاركة منتظمة لكل طرف في أنشطة الطرف الآخر، وإجراء مشاورات دورية بشأن القضايا السياسية المهمة، والاضطلاع بإصدار مشترك لبعض المنشورات، والتنسيق بشأن توقيت الأنشطة توجيهاً لأكبر قدر من التآزر فيما بين الطرفين. كما يمكن للأونكتاد أن ينظر في عقد مشاورات مع البرلمانين، أو ندوة بشأن القضايا الناشئة خلال الجمعية السنوية للاتحاد البرلماني الدولي في جنيف. وإضافة إلى ذلك، ينبغي للأونكتاد أن يربط علاقات أوثق مع المنظمات البرلمانية الإقليمية وأن يكتف تواصله مع البرلمان الأوروبي. ويتاح عدد من الأدوات الفعالة من حيث التكلفة للوصول إلى البرلمانات الإقليمية الوطنية، وهي أدوات يرد ذكرها بإيجاز أدناه.

٤٦ - التوصيات:

- (أ) النظر في إبرام مذكرة تفاهم مع الاتحاد البرلماني الدولي لوضع إطار للتعاون، يشمل فيما يشمله تنظيم أنشطة مشتركة خلال الدورات السنوية للاتحاد؛
- (ب) تقييم الأدوات الإلكترونية المناسبة للوصول إلى الأطراف البرلمانية المعنية (إرسال إخطارات بالبريد الإلكتروني إلى البرلمانين، وإدراج موجزات الأونكتاد السياسية على المواقع البرلمانية على الإنترنت، وإرسال نشرات إخبارية)؛
- (ج) إجراء مشاورات منتظمة بين الأونكتاد والبرلمانين؛
- (د) تكثيف ما يقدمه الأمين العام للأونكتاد وكبار موظفي المنظمة من إحاطات إلى البرلمانين خلال البعثات؛
- (هـ) إنشاء قاعدة بيانات للبرلمانين على الصعيد الوطني والإقليمي المهتمين بقضايا الأونكتاد من منظورها الأوسع؛
- (و) إشراك البرلمانين في عمليات نشر التقارير الرئيسية في الخارج.

حاء - المانحون والمستفيدون

٤٧- يعتمد الأونكتاد فيما يقدمه من مساعدة تقنية وخدمات استشارية على تطبيق الاستنتاجات والممارسات الجيدة المستمدة من التحليلات الداخلية واجتماعات الخبراء التي ينظمها. ويمول المانحون جزءاً كبيراً من هذه الأنشطة. ويتوقف مدى قدرة الأونكتاد على حشد الدعم على نجاحه في تنفيذ المشاريع وعلى ما يحدثه من تأثير. ومن ثم، للمانحين والمستفيدين على حد سواء مصلحة أكيدة في أن تكون إنجازات البرامج موثقة ومتجلية في الواقع وأن تعمم على نطاق واسع.

٤٨- وورد في التعليقات المستقاة من المانحين والبلدان المستفيدة أن الإبلاغ في صورته الحالية ليس مهيكلًا بما يكفل عرض المعلومات بالتفصيل، بما في ذلك فيما يتعلق بالإنجازات. ولهذا السبب، يعمل الأونكتاد من أجل تحسين مستوى بوابته الإلكترونية الخاصة بالتعاون التقني بهدف إتاحة معلومات مركزية موحدة على الانترنت عن جميع أنشطة المساعدة التقنية.

٤٩- التوصيات:

- (أ) تكملة بوابة التعاون التقني الإلكترونية بإنشاء موقع يسهل الوصول إلى معلومات مبنية بحسب البلدان، بما في ذلك التجارب المتعلقة بالتأثير الحاصل؛
- (ب) النظر بإطلاق نشرة الكترونية وغيرها من الأدوات المتعددة الوسائط (مثل "إنجازات الأونكتاد") لإعطاء صورة عن فرادى برامج المساعدة التقنية والتجارب القطرية؛
- (ج) استكشاف سبل لزيادة صدى الأونكتاد في أوساط المانحين على نحو استباقي، وذلك من خلال تهيئة برامج تعاون تقني تتيح إمكانية كبيرة لتكرار التجربة؛
- (د) تسهيل زيارات الوفود ومثلي وسائط الإعلام إلى المشاريع الميدانية.

طاء - المنظمات الدولية و"وحدة العمل في الأمم المتحدة"

٥٠- لما كان الأونكتاد لا يدير مكاتب ميدانية فهو بالتالي مطالب بأن يستفيد من حضور المنظمات الأخرى على الصعيد الدولي من أجل زيادة كفاءة وفعالية إيصال المعلومات والمشورة إلى واضعي السياسات. وتضطلع المنظمات الأخرى سواء داخل أو خارج الأمم المتحدة، بما فيها برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، ومصارف التنمية الإقليمية، وهيئات وضع المعايير بدور جهات شريكة لا غنى عنها في جمع البيانات وتحليلها وبناء الشبكات والوصول إلى أصحاب المصلحة الرئيسيين وبلورة الممارسات الجيدة وتقديم المساعدة الإنمائية.

٥١- ويتيح فريق الأمم المتحدة للاتصالات^(٥) ومراكز الأمم المتحدة للإعلام منابر جيدة لأنشطة مشتركة في مجال الإعلام والاتصال على جميع المستويات. وتشكل جهود هذه الجهات الأساس الذي تقوم عليه سياسة "توحيد الأداء".

(٥) تشمل أهداف فريق الأمم المتحدة للاتصالات تعزيز التعاون بين الوكالات وتحديد أساليب جديدة ومبتكرة لتبيان كيفية تحقيق برامج الأمم المتحدة لنتائجها وتعزيز صورة متناسقة للأمم المتحدة.

٥٢ - وإضافة إلى ذلك، يستطلع الأونكتاد سبل الاستفادة أكثر من خدمات وخبرة إدارة شؤون الإعلام. ويندرج في هذا الشق أيضاً إبراز دور الأونكتاد لدى الأوساط المعنية في نيويورك وواشنطن، وبصفة خاصة تشجيع المؤسسات الفكرية الرائدة على مناقشة المنشورات الرئيسية. ويضطلع مكتب الأونكتاد في نيويورك أيضاً بدور هام في الترويج للأونكتاد لدى الأمانة العامة للأمم المتحدة وأعضائها وإشراك الأوساط المعنية الاستراتيجية في الولايات المتحدة.

٥٣ - ومن الفرص الأخرى التي تتيح للأونكتاد تعزيز تواصله وهيئة قنوات جديدة لنشر مضمون أعماله إمكانيات تتيحها المجموعة المعنية بالتجارة والقدرات الإنتاجية التابعة لمجلس الرؤساء التنفيذيين في منظومة الأمم المتحدة، التي تضم - ١٣ وكالة من وكالات الأمم المتحدة ينسق الأونكتاد فيما بينها في مجال أنشطة بناء القدرات على الصعيد الميداني - ويمكن للنهج المتكامل المعزز ومبادرة المعونة من أجل التجارة أن يتيحا زيادة توسيع هذه الفرص.

٥٤ - التوصيات:

(أ) الاستعانة بإدارة شؤون الإعلام ومكتب الأونكتاد في نيويورك على نحو استراتيجي معزز لبناء صورة الأونكتاد ونشر مضمون أعماله ولأغراض التواصل؛

(ب) تكثيف الشراكات مع المؤسسات الدولية لنشر مضمون أعمال الأونكتاد والترويج لها من خلال الهياكل الأساسية والشبكات وجهات الاتصال على الصعيد الإقليمي والوطني؛

(ج) الاستعانة بالمجموعة المعنية بالتجارة والقدرات الإنتاجية التابعة لمجلس الرؤساء التنفيذيين في منظومة الأمم المتحدة، في إطار مبادرة "وحدة العمل في الأمم المتحدة"، من أجل تعزيز تواصل الأونكتاد وتأثيره؛

(د) السعي إلى إقامة شراكات استراتيجية مع مؤسسات دولية تحظى بتقدير كبير من أجل إعداد تحليلات مشتركة ونشرها في وسائط الإعلام المؤثرة؛

(هـ) إشراك مؤسسات دولية في إنجاز استعراضات أقران تتناول تحليلات الأونكتاد ومقترحاته المتعلقة بالمشاريع؛

(و) التعاون مع مؤسسات أخرى لإتاحة ومتابعة جدول زمني مركزي لاجتماعات جميع المنظمات ذات الصلة (إضافة إلى الجدول الزمني المركزي للأمم المتحدة).

ياء - الجمهور العام

٥٥ - تم أنشطة الإعلام والتواصل مع الجمهور التي يضطلع بها الأونكتاد ثلاث فئات متميزة: الحكومات (الدبلوماسيون المدربون والبرلمانيون والوفود الوطنية)، ومجموعات طلبة الدراسات العليا، والجمهور العام. ويهتم المسؤولون الحكوميون بالإحاطات المتعلقة بمواضيع أو مناطق بعينها أو بالوصول إلى الخبراء. ويحتاج الطلبة إلى معلومات عن مواضيع تتعلق بدراساتهم (مثل القانون التجاري)، وإلى إرشادات عن كيفية الوصول إلى ما يلزمهم من مواد. ويهتم الجمهور العام بالسياق الأوسع للأمم المتحدة. ويُتوخى من أنشطة التواصل مع الجمهور تعزيز الاعتراف بأهمية الأونكتاد في قضايا رئيسية وإعطاء المنظمة مكانة تجعل منها مصدراً مرموقاً من مصادر الخبرة. وقد ورد عدد من المقترحات في المشاورات التي أجريت.

٥٦ - التوصيات:

- (أ) الاستفادة على أمثل وجه من محركات البحث مثل غوغل من أجل إتاحة ظهور عمل الأونكتاد في مراكز متقدمة؛
- (ب) إظهار الأونكتاد على نحو استراتيجي في سياق أنشطة دولية مختارة بعناية؛
- (ج) الاستفادة على أمثل وجه من استخدام التكنولوجيات الجديدة في مجال تصميم أدوات ترويجية (مثل البطاقات الهاتفية الالكترونية وشرائح الذاكرة)؛
- (د) تسليم ممثلي مراكز الأمم المتحدة للإعلام في مختلف أنحاء العالم وصفاً في صفحة واحدة لدور الأونكتاد في الأمم المتحدة وطريقة تأثيره؛
- (هـ) تهيئة سلسلة تقارير موجزة بعنوان من قبيل: "كل ما كنت دائماً تريد معرفته عن...."، للتعريف بالقضايا الرئيسية التي يعالجها الأونكتاد وبنواتجه.

رابعاً - تعزيز استخدام الأدوات الإلكترونية، بما فيها موقع الأونكتاد على الإنترنت

ألف - الدور المركزي للإنترنت^(٦)

- ٥٧ - يمثل موقع الأونكتاد على الإنترنت عنصراً محورياً في استراتيجية الاتصال. فهو ليس الوجه العمومي للأونكتاد فحسب، وإنما أيضاً أحد أكثر الوسائط فعالية وكفاءة من حيث التكلفة في استهداف وإشراك فئات الجمهور في أنحاء العالم. بيد أن كثيراً من البلدان النامية والبلدان التي تمر اقتصاداتها بمرحلة انتقالية تواجه صعوبات تقنية وغيرها من العراقيل التي تحول دون استفادتها من وصول كامل إلى وسائط الإعلام الإلكترونية. وهذا واقع أخذ الأونكتاد في الاعتبار عند إعداد استراتيجية الاتصال، وسيعمل على تهيئة قنوات نشر مناسبة لهؤلاء العملاء.
- ٥٨ - ومن أجل بلوغ أهداف اتفاق أكرا، سيكون من الضروري القيام بما يلي:

- (أ) تجديد أسس استخدام الإنترنت والحفاظ على تحديثها؛
- (ب) العمل بصورة مباشرة على تكييف الخدمات المتاحة عبر الإنترنت مع العمليات الداخلية وتلبية متطلبات الجمهور؛
- (ج) تبسيط عمليات إدارة المعلومات وإيجاد آليات تسيير جديدة لتعزيز تماسك ونوعية وحسن توقيت النواتج والخدمات المتاحة عبر الإنترنت؛
- (د) تعزيز المهارات والموارد المتعلقة بالإنترنت بما يكفل إدارة الأسس والحفاظ عليها.

(٦) يبين هذا الجزء العناصر الهامة في الاستراتيجية الخاصة بالإنترنت، التي يجري تهيئتها وترد في وثيقة عمل داخلية.

٥٩ - وليست الاستراتيجية الجديدة للأونكتاد المتعلقة بالإنترنت متوقفة على التكنولوجيا بقدر ما هي متوقفة على المحتوى - أي تخطيط وإدارة تدفق المعلومات لدعم استراتيجية الاتصال على نطاقها الأوسع. وينطوي ذلك على اتباع نهج ثابت للارتقاء بمكانة الأونكتاد واستهداف وإشراك الجماهير الرئيسية. وقد صيغت المقترحات الواردة في الاستراتيجية المتعلقة بالإنترنت بناء على مشاورات مكثفة مع أصحاب المصلحة واعتمدت وفقاً للممارسات الجيدة التي يؤخذ بها في منظمات أخرى مماثلة. وتشمل النواتج والخدمات الجديدة ما يلي:

- (أ) تحديد صيغة جديدة للموقع "unctad.org" من حيث الشكل والتصيح والبحث وقواعد البيانات؛
- (ب) إنشاء بوابة إلكترونية خاصة بالمدويين (بوابة المدويين) لإتاحة مواد مسبقة/مشاريع مواد خاصة بالاجتماعات، ووظيفة بحث متعدد المعايير للوصول إلى وثائق مرجعية للأونكتاد وغيرها وتزيلها، وتطبيق جدولاً زمنياً عالي المواصفات ومحدّناً وقابلًا للطباعة كلياً ومتضمناً لقوائم المشاركين ومستجدات الاجتماعات؛
- (ج) إنشاء بوابة لوسائط الإعلام تتيح إمكانية إجراء بحث موسع وإضافة "مجموعات وسائط إعلام" مضغوطة وتطبيقات متعددة الوسائط؛
- (د) تقديم خدمة على شبكة الإنترنت لإتاحة معلومات عن مشاريع منتقاة في مجال التعاون التقني على خريطة متعددة الوظائف (مثل خرائط غوغل). وستتيح هذه الخدمة للمدويين والمجتمع المدني معرفة ما إذا كان للأونكتاد أنشطة في بلدانهم، وللمانحين معرفة مدى تقدم المشاريع، وللشركاء الدوليين تنسيق جهود التنمية؛
- (هـ) بروتوكول إحصائي يسمح للمستخدمين بإدراج معلومات على خرائط جغرافية من أجل مقارنة وعرض البيانات الإحصائية مباشرة في رسوم بيانية دائرية، إلى جانب الجداول والصفوف.
- ٦٠ - وستنفذ الاستراتيجية المتعلقة بشبكة الإنترنت على مرحلتين:

- (أ) إعادة تحديد دور الموقع "unctad.org" فالموقع في الوقت الحاضر عبارة عن أداة مصممة على نمط المنشور من حيث هيكلته وفقاً لخطوط تنظيمية بدون وصلات فعلية أو إمكانيات تصفح أو وظائف بحث. وفي نهاية المرحلة ١، سيصبح الموقع "واجهت" للاتصال الاستراتيجي، وسجلاً مركزياً لتقديم معلومات ذات نوعية عالية بصورة آنية تركز على تلبية احتياجات المستخدم (أي وفقاً للقضايا والمواضيع، وليس على أساس التقسيم). وإذا سمحت الموارد، فيمكن أن تنجز المرحلة ١ في نحو ستة أشهر، ويتوقف ذلك على الالتزام والتعاون على صعيد المنظمة، وعلى معايير التسيير المتعلقة بالإنترنت، والمهارات الحديثة في مجال الشبكة العالمية والدعم المقدم في مجال تكنولوجيا المعلومات؛
- (ب) إطلاق الموقع الجديد بعد نقل المحتوى الحالي إلى السجلات الجديدة، وتطوير وصقل قنوات النشر والنواتج المقدمة على شبكة الإنترنت وأدوات استهداف الجمهور والتتبع.

٦١ - وستتولى إحصائيون في مجال الإنترنت مسؤولية الإشراف على حسن سير مختلف الوظائف العملية، في حين ستكون كل شعبة مسؤولة عن مبادراتها ومحتوى موادها. وستقدم الوحدة المكلفة بالإنترنت خدمات مكرّسة لجميع النواتج والخدمات ذات الصلة بالإنترنت وهي تشمل التيسير والمشورة ودعم إدارة المشروع.

باء - وسائل الإعلام الجديدة

٦٢- تقترح استراتيجية الاتصال أدوات وقنوات وخدمات إلكترونية جديدة للاستفادة من الفرص التي تتيحها "وسائل الإعلام الجديدة" ولتلبية احتياجات وثائقية محددة. وتشمل هذه الأدوات المدونات والشبكات الاجتماعية وخدمات البريد الإلكتروني المباشر والإخطارات بالرسائل القصيرة ووصلات المواقع والشبكات ذات الأهمية.

٦٣- وتمثل الجوانب التعاونية في وسائل الإعلام الاجتماعية أسلوباً جديداً ومحفزاً يمكن للأونكتاد الاعتماد عليه في لم مجموعات من الناس حول قضايا معينة. كما أخذت عقبات الابتكار تتراجع وبرزت مؤشرات تدل على أن الشبكات الاجتماعية على الإنترنت يمكن أن تتطور إلى شبكات للعمل الاجتماعي.

٦٤- ومن الواضح أن وسائل الإعلام الاجتماعية ليست مناسبة لجميع شرائح الجمهور، لكن الأونكتاد يمكن أن يستخدمها لإشراك بعض المجموعات الرئيسية والتأثير فيها. فعلى سبيل المثال، يمكن للصور المنشورة على موقعي "فيس بوك" و"فليكر" أن تظهر تأثير ارتفاع أسعار المواد الغذائية في أفريقيا؛ ومن شأن المواد المصورة بالفيديو التي تنشر عبر يوتيوب أن تبرز "الوجه الإنساني" لمشاريع التعاون التقني التي ينجزها الأونكتاد.

٦٥- وترسم استراتيجية الإنترنت ملامح الاستخدامات الممكنة لأدوات ووسائل الإعلام الاجتماعية في استهداف فئات محددة. وتشمل هذه الاستخدامات المواد المصورة بالفيديو (التي تبث على شبكة الإنترنت - يوتيوب) والمواد السمعية (مواد تسجيلية إلكترونية محمولة)، والشبكات الاجتماعية والمهنية (فيس بوك، ولينكد إن (LinkedIn))، والإخطارات المعلوماتية (وظيفة التلقيح الإخباري، والإخطارات بالرسائل القصيرة، وتطبيقات الهاتف الميسر)، ووسائل الإعلام التعاونية (مواقع الويكي، والمدونات).

خامساً - توسيع نطاق تأثير المنشورات وتوزيعها إلى أقصى حد ممكن^(٧)

٦٦- تنطبق مبادئ وأهداف استراتيجية الاتصال بصورة مماثلة على المطبوعات أيضاً (النوعية والأهمية والرسائل الأساسية واستهداف الجماهير الرئيسية والنشر في الوقت المناسب). ومنشورات الأونكتاد هي الوسيلة الرئيسية لتبليغ ما للمنظمة من معرفة. وتهدف استراتيجية الاتصال إلى ضمان وصول الرسائل الأساسية الواردة في منشورات الأونكتاد إلى الجمهور المقصود في الوقت المناسب من خلال أنسب القنوات.

٦٧- وفعالية النشر أمر بالغ الأهمية، وهي تعني الوصول إلى جميع الفئات المستهدفة من خلال أنسب الأساليب والتكنولوجيات، مع الحرص على مراعاة القيود المالية والتقنية في البلدان النامية والبلدان التي تمر اقتصاداتها بمرحلة انتقالية. ويحتاج الأونكتاد إلى تكثيف تعاونه وشركائه مع مؤسسات يمكنها نشر المعلومات في أماكن لا تصلها المنظمة، وإلى تكييف رسائله وفقاً لفئات الجمهور المحلية، وتسهيل الترجمة. ولتحقيق هذه الغاية، تعتبر المقترحات الواردة في سياسة الأونكتاد العامة المحدثة المتعلقة بالمنشورات جزءاً لا يتجزأ من استراتيجية الاتصال ومن تنفيذها لاحقاً.

(٧) ترد السياسة العامة المحدثة للأونكتاد في مجال المنشورات في وثيقة ذات صلة بهذا الموضوع (TD/B/56/10).

الإطار ٢- مشروع سياسة الأونكتاد المتعلقة بالمنشورات (TD/B/56/10)

وسائل النشر^(١)

٢٥- ثمة جوانب قصور تشوب الأسلوب التقليدي لنشر الوثائق ورقياً، سواء من حيث الكفاءة أو من حيث الكلفة. وقد أثبت النشر القائم على استخدام تكنولوجيات المعلومات والاتصالات كفاءته وفعالته من حيث الكلفة، ومن ثم ينبغي تطوير أسلوب النشر هذا إلى أقصى حد ممكن. إلا أنه لا يزال هناك في الوقت نفسه طلب كبير على المنشورات الورقية، لا سيما في البلدان النامية التي لا يزال فيها الوصول إلى شبكة الإنترنت محدوداً، ولذلك ينبغي مواصلة تلبية هذا الطلب.

٢٦- وينبغي النظر إلى قنوات الأونكتاد المتاحة على الإنترنت كأداة أساسية لنشر الوثائق. وينبغي لعملية إنتاج المنشورات أن تأخذ في الاعتبار على نحو كامل المتطلبات التقنية وما يلزم من مهارات لنشر الوثائق بكفاءة على الإنترنت. ومن أجل تيسير عملية النشر، ينبغي أن يتضمن كل منشور موجزاً تنفيذياً (خلاصاً) وقائمة بالكلمات الرئيسية الدالة المستخدمة في المنشور (بيانات وصفية). كما ينبغي زيادة استخدام الأقراص المدمجة وتكنولوجيا الذاكرة الوضعية.

٢٧- وينبغي زيادة الاستفادة من شبكات الأونكتاد ووجوده داخل البلدان، مثل شبكة المعهد الافتراضي، وشبكة تسخير العلم والتكنولوجيا من أجل التنمية، والشبكة العالمية لمؤسسات البحوث المتخصصة من أجل التنمية، والشبكة العالمية للمؤسسات الفكرية الرائدة، والأنشطة التدريبية الرئيسية التي ينظمها الأونكتاد، والوجود القطري للنظام الآلي لتجهيز البيانات الحركية (آسيكودا).

(أ) ترد في هذا الإطار الفقرات ٢٥-٢٧ من السياسة العامة للمنشورات (TD/B/56/10).

سادساً - تيسير التعددية اللغوية في التبليغ

٦٨- تساعد الرسائل المتعددة اللغات على تحقيق أقصى قدر من التواصل مع الأوساط المعنية. ويتولى مكتب الأمم المتحدة في جنيف تقديم خدمات الترجمة الشفوية لدعم الاجتماعات الحكومية الدولية والترجمة التحريرية للمنشورات. ولنشر المعلومات بعدة لغات (الوثائق غير الرسمية) سواء وردت في وثائق إلكترونية أو مطبوعة، يمكن تيسير الترجمة من خلال اتخاذ ترتيبات مع جهات في الخارج والاعتماد على تكنولوجيا جديدة في الترجمة. فعلى سبيل المثال، يمكن النظر في اتخاذ ترتيبات ترجمة غير مكلفة فيما يتعلق بالمنشورات والأنشطة غير الحكومية الدولية بالاعتماد على شراكات مع مدارس اللغات والناشرين والمعاهد الإقليمية المحلية.

٦٩- ويمكن أيضاً استخدام أدوات الترجمة المتاحة على الإنترنت عند الاقتضاء. وإذا كانت هذه الأدوات غير مناسبة لترجمة معظم وثائق الأمم المتحدة، فإنه يمكن استخدامها لبعض الخدمات الجديدة المقترحة.

سابعاً - مضاعفة المزايا إلى أقصى حد ممكن

٧٠- من شأن تحسين مستوى موقع الأونكتاد على الإنترنت واستهداف شريحة محددة من الجمهور بدلاً من استهداف الجمهور العريض بأكمله أن يتيح الاستفادة من عدد من أوجه الكفاءة. ويمكن تقليص تكلفة الطباعة والبريد عن طريق الاكتفاء بإرسال نسخ "غير ورقية" من المواد المكتوبة إلى الجهات التي تطلب بالتحديد هذه الوسيلة في التوزيع. ويمكن تحقيق المزيد من الوفورات بالاعتماد على ترجمة وطباعة المنشورات وتوزيعها في الخارج من خلال إقامة شراكات وغيرها من الترتيبات (فيما يتعلق بأنشطة الأونكتاد وبفئات معينة من الجمهور، وما إلى ذلك).

ألف - الرصد والتقييم

٧١- سيتيح الرصد والتقييم المنتظم للأونكتاد قياسَ فعالية نُهجِه في مجال الاتصال وصقلها على فترات متواترة. ويتطلب الأمر وجود إحصاءات مرجعية من أجل تحديد أهداف واقعية، ووضع مؤشرات مناسبة، وتيسير الرصد. ويمكن أن يشمل ذلك، في جملة أمور، ما يلي:

- (أ) إحصاءات متعلقة بالإنترنت (لرصد مواقع الإنترنت الفرعية الخاصة بالشُّعب)؛
- (ب) استطلاعات لرأي المستخدمين - داخلياً وخارجياً؛
- (ج) إحصاءات بشأن نطاق التغطية بوسائط الإعلام؛
- (د) المكانة؛
- (هـ) تحليل نطاق الانتشار (تتبع)؛
- (و) عدد مرات تنزيل الوثائق، وعدد مرات "طلب" منشورات معينة وغيرها من المواد على الموقع؛
- (ز) الأثر الكربوني الذي تسبب فيه الطباعة وخدمات البريد.

باء - عوامل النجاح

٧٢- سيتوقف نجاح استراتيجية الاتصال على عوامل النجاح التالية:

- (أ) الإرادة السياسية والالتزام: الالتزام على أعلى مستوى بتبني استراتيجية الاتصال كإطار استراتيجي للعمل، وحشد دعم داخلي واسع النطاق، بما في ذلك على صعيد الموارد المالية والبشرية، واعتبار الممارسات الجيدة في مجال الاتصال وثقافة الاتصال كأولوية من أولويات الإدارة؛
- (ب) نهج "وحدة العمل في الأونكتاد": ترمي استراتيجية الاتصال إلى تشجيع هذا النهج. وهو نهج يتوقف نجاحه على مبادرات موظفي الأونكتاد والتزامهم على جميع المستويات من أجل تحقيق قدر أكبر من التماسك والشفافية والجودة؛ ويكتسي تعزيز الاتصال الداخلي أهمية في هذا الصدد؛
- (ج) نواتج مكيّفة ومحددة الهدف: يمكن لفريق مركزي مكلف بالاتصال أن يسهر على وصول أعمال الأونكتاد إلى الجمهور المناسب في الوقت المناسب، لكن ذلك ليس سوى "نصف التحدي". ولتحقيق التأثير المطلوب، يجب تمكين المنظمة ككل من إنجاز تحليلات ونواتج وتنظيم أنشطة محددة الأهداف ومكيّفة وفق احتياجات وتوقعات الأوساط المعنية المحددة. وسوف يتطلب ذلك اتباع نهج جديد في التخطيط والصياغة والإعداد والتنفيذ. وسيستدعي أيضاً تعاوناً وثيقاً بين الشُّعب وفريق الاتصال في جميع مراحل هئية النواتج والتنفيذ والمتابعة، لضمان حسن اختيار الأهداف وصياغة رسائل واضحة واتباع استراتيجيات نشر مناسبة؛
- (د) "توحيد الأداء": سيتعين على الأونكتاد أن يستفيد استفادة كاملة من الهياكل الأساسية للأمم المتحدة وقدراتها - بما في ذلك ما يتيح فريق الأمم المتحدة للاتصالات، ومجموعة الأمم المتحدة الإنمائية، ومراكز الأمم المتحدة للإعلام، وإدارة شؤون الإعلام، والمنسقون المقيمون لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي، ومكتب الأونكتاد في نيويورك،

وشبكات الاتصال الإقليمية والمحلية للوكالات الشريكة (مثل المجموعة المعنية بالتجارة والقدرات الإنتاجية التابعة لمجلس الرؤساء التنفيذيين في منظومة الأمم المتحدة، واللجان الإقليمية، ومصارف التنمية الإقليمية)؛

(هـ) موقع على الإنترنت ذو مواصفات كاملة لتقديم الخدمات المقترحة.

٧٣- وقد اقترحت أدوات وخدمات لدعم تنفيذ الاستراتيجية في ضوء ما أجري من مشاورات واستطلاعات للرأي وتحليلات. ويمكن تنفيذ بعض المقترحات في حدود ما تسمح به الميزانيات الحالية للأونكتاد. وسيطلب ذلك الاستعانة بالمهارات المناسبة وإعادة تنظيم مهام الاتصال الأساسية وضبطها وفقاً للمتطلبات، وتعزيز التنسيق والتعاون في جميع مستويات المنظمة. ويلزم توفير موارد إضافية وميزانية تشغيلية خاصة لضمان إدخال التحسينات المتعلقة بالإنترنت، وتعزيز وسائط الإعلام المستخدمة والتواصل مع المجتمع المدني، وتمكين مكتب الاتصال والإعلام والتواصل من الاستجابة على نحو ملائم لمتطلبات بيئة الاتصال التنافسية.

٧٤- وباختصار، ليس الاتصال ناتجاً مستقلاً بذاته بقدر ما هو عملية مستمرة هدفها تلبية احتياجات الجمهور المستهدف والتكيف مع قدراته عن طريق رسائل أساسية ترمي إلى تعزيز مكاسب التنمية في مجال اختصاص الأونكتاد. وتمثل استراتيجية الاتصال إطاراً مرناً يتيح أيضاً إرشادات بشأن كيفية جعل الأونكتاد يتحول إلى منظمة منفتحة على الاتصال.
