

برنامج
الأغذية
العالمي



Programme
Alimentaire
Mondial

World
Food
Programme

Programa
Mundial
de Alimentos

المجلس التنفيذي

الدورة العادية الثانية

روما، 7 - 2005/11/11

مسائل الموارد والمالية والميزانية

البند 5 من جدول الأعمال

جهود البرنامج في مجالات الاتصالات والمناصرة في 2004-2005

مقدمة للمجلس للعلم والإحاطة*

* وفقاً لقرارات المجلس التنفيذي بشأن التسيير والإدارة التي اعتمدت في الدورة السنوية والدورة العادية الثالثة لعام 2000، فإن الموضوعات المقدمة للمجلس للعلم والإحاطة ينبغي عدم مناقشتها إلا إذا طلب أحد أعضاء المجلس ذلك تحديداً قبل بداية الدورة ووافق رئيس المجلس على الطلب على أساس أن المناقشة تتفق مع الاستخدام السليم لوقت المجلس.

طبعت هذه الوثيقة في عدد محدود من النسخ. يمكن الإطلاع على وثائق المجلس التنفيذي في صفحة برنامج الأغذية

العالمي في شبكة انترنت على العنوان التالي: (<http://www.wfp.org/eb>)



Distribution: GENERAL
WFP/EB.2/2005/5-J
30 September 2005
ORIGINAL: ENGLISH

مذكرة للمجلس التنفيذي

الوثيقة المرفقة مقدمة للمجلس التنفيذي للعلم والإحاطة

تدعو الأمانة أعضاء المجلس الذين يرغبون في إبداء بعض الملاحظات أو لديهم استفسارات تتعلق بمحتوى هذه الوثيقة إلى الاتصال بموظفي برنامج الأغذية العالمي المذكورين أدناه، ويفضل أن يتم ذلك قبل ابتداء دورة المجلس التنفيذي بفترة كافية.

مدير الاتصالات (FDC) *: Mr N. Gallagher رقم الهاتف: 066513-2020

موظف الشؤون العامة (FDC): Ms A. Webb رقم الهاتف: 066513-2411

الرجاء الاتصال بالسيدة C. Panlilio، المشرفة على وحدة التوزيع وخدمات الاجتماعات، إن كانت لديكم استفسارات تتعلق بإرسال الوثائق المتعلقة بأعمال المجلس التنفيذي وذلك على الهاتف رقم: (066513-2645).

* شعبة الاتصالات.



جهود البرنامج في مجالات الاتصالات والمناصرة في 2004-2005

- 1- يتعين على البرنامج، لكي يتمكن من استئصال الجوع وسوء التغذية - وهما الهدفان المركزيان لأعمال البرنامج - أن يحتفظ على الدوام بهذه القضايا في صدارة جدول الأعمال الدولي، ويبني جهازا قويا لدعمها. واكتست هذه المهمة عجالة أكثر في ضوء تلكؤ جهود المجتمع الدولي لتخفيض نسبة الجائعين في العالم إلى النصف، وزيادة عدد الذين يعانون من الجوع بدلا عن انخفاضه.
- 2- يواجه البرنامج تحديين رئيسيين يحولان دون تحول الجوع إلى هاجس أساسي في عقول القادة :
 - ◀ أولا، أن الجوع ظاهرة غير مرئية إلى حد كبير بالنسبة إلى معظم صناعات القرار في العالم. فالجمهور في البلدان التي يجمع البرنامج معظم أمواله يحصلون، عموما، على تغذية جيدة.
 - ◀ ثانيا، وعلى الرغم من أن البرنامج أكبر وكالة إنسانية في العالم، إلا أن ميزانيته للاتصالات هي الأصغر على الإطلاق من حيث حصيلته من الدولارات مقارنة بالنسبة المئوية لإجمالي نفقات أي منظمة رئيسية لتقديم المعونة. ومن أجل زيادة عدد السكان الذين يعلمون بوجود البرنامج وقيمة ما ينهض به من أعمال، لا بد للمنظمة من أن تستثمر في تعيين المزيد من الموظفين وتكريس المزيد من الوقت والموارد المالية أكثر مما تخصصه تقليديا لهذا النشاط.
- 3- ونظرا لندرة التركيز الدولي على مسائل الجوع والأموال المحدودة المتاحة، ركزت شعبة الاتصالات جهودها على الأنشطة التي تشجع على الإبداع والشراكة بهدف الوصول بتأثيرات أنشطتها إلى مستوى الحد الأقصى.

تأثيرات وسائل الإعلام

- 4- الطباعة والإذاعة والتلفزيون والتغطية المباشرة على الخط لعمليات البرنامج وقضاياها هي السبيل لتوليد الدعم المالي وأشكال الدعم الأخرى لعمل البرنامج. وكأحدث مثال على ذلك، نشير إلى أن فقط بعد أن نشر البرنامج تلك الصور الجارحة للأحاسيس للأطفال الذين يعانون الآن من سوء التغذية في النيجر حتى بدأت الأموال تتدفق على البرنامج بمبالغ كبيرة (أن أنظر الشكل 1).
- 5- وتلمس البرنامج نتائج محسوسة بعد قراره بزيادة عدد موظفي الإعلام في الميدان، وفي مكاتب الاتصال، من ذلك على سبيل المثال مكاتب لندن وبرلين وجنيف، وتلمس مثلتها بفضل تدريب الموظفين المعنيين بالاتصالات مع وسائل الإعلام. وحصل البرنامج في عام 2004 والنصف الأول من عام 2005 على المزيد من تغطية عملياته، مقارنة بما حصل عليه خلال السنوات العشر الماضية. ومن المنتظر أن يكون قد اطلع على نشاط البرنامج في عام 2004 زهاء 677 مليون نسمة، وفقا لتقديرات شركات رصد وسائل الإعلام، وذلك بفضل التغطية الشهرية لأكثر من 400 وسيلة إعلامية في عدد مختار من وسائل الإعلام المطبوعة في 12 بلدا. ومن المتوقع أن يستذكر خمسم دور البرنامج من منظور إيجابي (أنظر الشكل 2).
- 6- ووجدت وكالة رويترز، Reuters AlertNet قسم البحوث المستقلة عن وسائل الإعلام، أن البرنامج هو الوكالة الأبرز في الحصول على المعلومات بخصوص "الطوارئ المنسية" في السودان وهايتي، والبرنامج من بين منظمات المعونة الأولى التي يرد ذكرها بخصوص جمهورية الكونغو الديمقراطية وشمال أوغندا وتفشي فيروس نقص المناعة البشرية/ الأيدز.



الإنترنت

- 7- بذلت جهود ملموسة لتعزيز ملامح البرنامج على شبكة الإنترنت. فقد أصبح الموقع الرئيسي للبرنامج www.wfp.org في الوقت الحاضر مصدرا معترف به لأحدث المعلومات التي تبحث عنها وكالات الأنباء والجهات المانحة والأكاديميين والموردين التجاريين والعاملين في حقول المساعدات الإنسانية. ويتلقى الموقع مليوني نقرة في المتوسط كل شهر، ويزداد إلى 2 مليون خلال الأزمات كما في حالة تسونامي المحيط الهندي. وقد زاد عدد الزيارات إلى غرفة الأخبار ونافذة "كيف تساعد" خلال السنة الماضية إلى أكثر من الضعف.
- 8- ومن خلال جهود منسقة للوصول إلى غير الناطقين باللغة الإنجليزية، بدأ إطلاق عدد من المواقع الإضافية بثلاث عشرة لغة هي: العربية والدانمركية والهولندية والفنلندية والألمانية والأيسلندية والإيطالية واليابانية والنرويجية والبرتغالية والإسبانية والسويدية.

مردود الإعلانات

- 9- في 2004، وأثناء النصف الأول من عام 2005، بلغت قيمة مردود البرنامج من الإعلانات 34 مليون دولار، أو ما يعادل عدة أضعاف ميزانية شعبة الاتصالات للفترة المالية. وأدت حملات الإعلان خلال أزمة تسونامي إلى زيادة في عدد الأشخاص الذين تبرعوا على الخط مباشرة. وتولى رعاية الحملة الكبرى المجلس الياباني للإعلان. وأنتجت إعلانات أخرى محلها بأسعار زهيدة جدا. وأذاعت خدمات الإعلانات العامة لحساب البرنامج إعلانات مجانية على شبكات التلفزيون بما في ذلك CNN وBBC والجزيرة، وNHK، وTV5 وNTV وروسيا وMTV. ونشرت إعلانات في صحف منها TIME، وNewsweek وFortune، وThe Economist وCNN وNew York Times، وFinancial وBusiness Watch، وTimes، وIL Tempo، وInternationale، وKhaleej Times، وthe Christian Science Monitor، وELHeraldo.

أحداث خاصة

- 10- ساهمت الأحداث الخاصة، مثل أزمة تسونامي وكذلك إحدى سباقات الزوارق، في إبراز دور البرنامج وفي توليد 3.5 مليون دولار.

دعم المشاهير للبرنامج

- 11- وافق 18 من مشاهير الشخصيات المعروفة في مجالات الأعمال والرياضة والفن على استخدام أسمائهم ونفوذهم المعنوي لدعم مهمة البرنامج. وانضم لاعب كرة القدم الدولي البرازيلي رونالدينو مؤخرا إلى طائفة المشاهير مثل الأميرة هيا بنت الحسين (الأردن) والممثلة الإسبانية Penelope Cruz، والمطرب اللبناني عاصي حلاقي، والمصور الأمريكي James Nachtwey.

لعبة الفيديو التربوية

- 12- لعبة "Food Force" هي أول لعبة تربوية دولية من لعب الفيديو، وتستند إلى مضمون إنساني تتكون من تركيبة فريدة من نوعها، تتضمن خطوات منافية للعنف ومغامرة تشجع اللاعبين على التنافس للوصول إلى أعلى نتيجة يمكن إحرازها في الحرب على الجوع. وقد حمل قرابة 2 مليون شخص ينتمون إلى أكثر من 40 بلدا، معظمهم من الشباب



الصغار الذين تتراوح أعمارهم بين 8 و13 عاما هذه اللعبة على أجهزتهم خلال الأشهر الأربعة الأولى من نشرها على موقع البرنامج.

13- وقد أحرزت هذه اللعبة من النجاح ما حفز المنتجين التجاريين لألعاب الفيديو إلى ترجمتها إلى اللغة اليابانية والإيطالية والصينية، كما يبحثون في ترجمة اللعبة إلى لغات أخرى وبيعها في الأسواق.

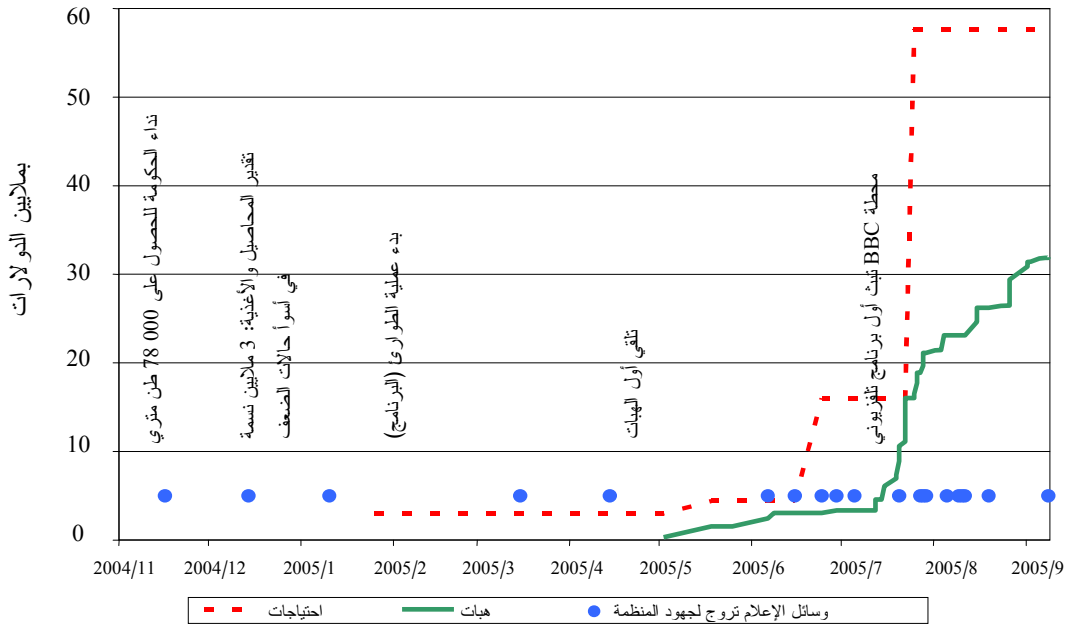
السينما

14- شارك البرنامج في فيلمين عرضا في مهرجان فينيسيا في سبتمبر/أيلول 2005.

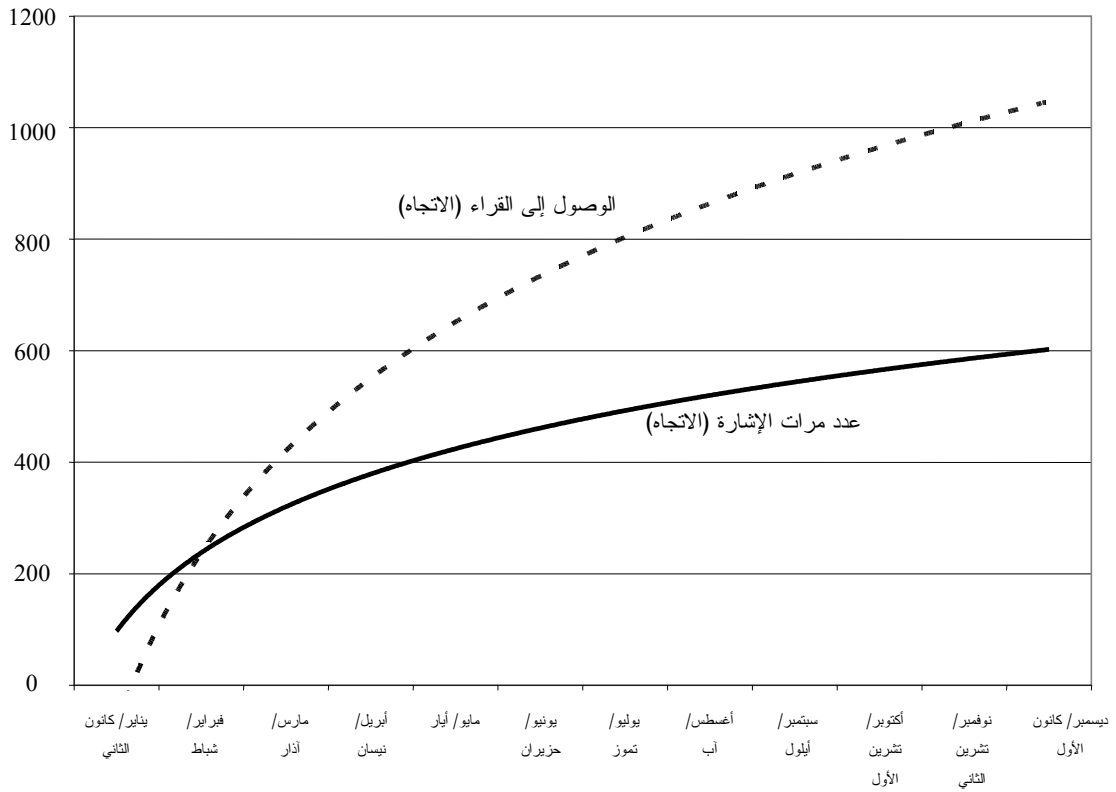
15- All the Invisible Children: مجموعة من اللوحات من إنتاج سبع من أشهر منتجي الأفلام في العالم، وتبرز اللوحات الأحوال السيئة للأطفال في مختلف أرجاء العالم. وسوف تمنح عائدات بيع التذاكر لدى أول عرض للفيلم إلى منظمة اليونيسيف ولشاريع البرنامج في غرب أفريقيا.

16- The Constant Gardener فيلم مستقى من قصة تحمل نفس الاسم للكاتب John Le Carre's والفيلم يحكي قصة مقتل أحد العاملين في مجال المعونة في ظروف غامضة، ويتضمن قدرا كبيرا من الأعمال التي ينجزها البرنامج في جنوب السودان. وساهم منتج الفيلم Fernando Meirrelles والممثلة البارعة Rachel Weisz في خدمة الإعلانات العامة للبرنامج. وقد عرض هذا الفيلم في أكثر من 1 000 دار عرض سينمائي في أمريكا الشمالية وسيوزع في سائر أرجاء العالم.

الشكل 1: نداءات البرنامج والهبات المقدمة للنيجر (في 2005/9/15)



الشكل 2: اتجاهات تغطية البرنامج في عدد مختار من وسائل الإعلام المقروءة (2004)



المصدر: Delahaye MediaLink Worldwide Executive Report, January to June, and July to December 2004.

