

برنامج  
الأغذية  
العالمي



Programme  
Alimentaire  
Mondial

World  
Food  
Programme

Programa  
Mundial  
de Alimentos

المجلس التنفيذي

الدورة العادية الثالثة

روما، ١٩ - ٢٢/١٠/١٩٩٨

## مذكرة معلومات

## مناصرة القضايا واستقطاب الدعم



Distribution: GENERAL

**WFP/EB.3/98/INF/6**

28 August 1998

ORIGINAL: ENGLISH

لدواعي الاقتصاد طبعت هذه الوثيقة في عدد محدود من النسخ، فالرجو من السادة أعضاء الوفود والمراقبين أن يكتفوا بهذه النسخة أثناء الجلسات وألا يطلبوا نسخاً إضافية منها إلا للضرورة القصوى.

## مذكرة للمجلس التنفيذي

### الوثيقة المرفقة مقدمة للمجلس التنفيذي للعلم والإحاطة بمحتواها

وفقا لقرارات المجلس التنفيذي المتعلقة بأساليب عمله التي اتخذها في دورة انعقاده العادية الأولى لعام ١٩٩٦، فإن وثائق العمل التي أعدتها الأمانة لتقديم للمجلس قد روعي فيها عنصر الإيجاز وعرض المسائل بشكل يسهل أمر البت فيها واتخاذ القرار بشأنها. ويجب أن تدار أعمال المجلس التنفيذي بأسلوب عملي يقوم على التشاور المستمر بين أعضاء الوفود والأمانة التي لن تدخر وسعا في وضع هذه التوجيهات موضع التنفيذ.

تدعو الأمانة أعضاء المجلس الذين يرغبون في إيداء بعض الملاحظات أو لديهم استفسارات تتعلق بمحتوى هذه الوثيقة الاتصال بموظفي برنامج الأغذية العالمي المذكورة أسمائهم أدناه، ويستحسن أن يتم الاتصال قبل ابتداء اجتماعات المجلس التنفيذي. إذ أن الغرض من هذه الترتيبات هو تسهيل عمل المجلس عند النظر في الوثائق في الجلسات العامة.

الموظف المسؤول عن الوثيقة:

رقم الهاتف: 066513-2602

T. Rowe

رئيس إدارة الإعلام:

الرجاء الاتصال بأمين الوثائق إن كانت لديكم استفسارات تتعلق بإرسال الوثائق المتعلقة بأعمال المجلس التنفيذي أو استلامها وذلك على رقم الهاتف التالي: (066513-2641).



- ١- شرع برنامج الأغذية العالمي في تنظيم حملة نشطة للغاية لمناصرة القضايا التي يضطلع بها، لا بدافع من الغرور وإنما لأسباب عملية بحتة. ففي عصر تقلصت فيه ميزانيات المعونة، أصبح من المحتم على برنامج الأغذية العالمي أن يبرهن للجماهير في البلدان المانحة ولحكوماتها أنه أداة أساسية لمكافحة الجوع، ولتنفيذ أهداف السياسة الخارجية في المجالات الإنسانية.
- ٢- والواقع أن البرنامج لاقى على الدوام تشجيعاً من الحكومات لتعميق الوعي العام بجهوده، وهي الجهود التي مهما كانت فعاليتها ومهما كان عدد من أنقذت حياتهم، كثيراً ما لا تلقي ما هي جديرة به من اهتمام.
- ٣- ويتولى البرنامج مناصرة قضايا الفقراء والجوع، كما يدعو إيصاله عن نفسه باعتباره أداة فعالة تستطيع البلدان المانحة استخدامها لتقديم المساعدات الغذائية للجوعى.
- ٤- ويحاول البرنامج جاهداً، بفضل جهود استقطاب الدعم، تعزيز فعاليته. وفي استطاعته تحقيق ذلك عن طريق المبادرة بإخطار البلدان المانحة وشعوبها بأنباء الكوارث الوشيكة أو التي تكون في مرحلة من التطور الخطر، فضلاً عن الاحتياجات الإنسانية الأخرى. كما يجوز له أيضاً تعزيز فعاليته بتنصيب نفسه سلطة أدبية تعمل على تشجيع الآخرين على الاستماع وعلى الاستجابة بسرعة للأزمات. وبالإضافة إلى كل ذلك، يستطيع البرنامج إبلاغ جماهير البلدان المانحة بسخاء حكوماتها، عن طريق الحملات الإعلامية النشطة. فجهود استقطاب الدعم التي تقوم على أسس متينة قد تسهم في تأكيد سرعة استجابة الحكومات للأزمات. ويكتسي هذا الأمر أهمية خاصة في عصر صار لأجهزة الإعلام المرئي فيه قدرة فائقة على إثارة الرأي العام.
- ٥- كما أن المناصرة التي يضطلع بها البرنامج قد تعود بالفائدة على الحكومات بفضل تعزيز دعم الجمهور لها لمشاركتها في الأزمات الإنسانية. وينطبق ذلك بصفة خاصة على القضايا السياسية الحساسة، عندما تكون الحكومات راغبة في مواصلة خدمة المصالح الإنسانية ولكنها تتردد أو لا ترغب في التعبير علناً عن دعم مثل هذه القضايا. ففي مقدور البرنامج عندئذ أن يتولى ذلك نيابة عنها. فقد ساهمت عمليات الإنذار السريعة عن آثار النينيو في كل من كينيا والصومال في توجيه الأنشطة الدولية على نحو مركز من أجل مساعدة عشرات الآلاف من ضحايا الفيضانات.
- ٦- كما تولى البرنامج بنفس الطريقة استقطاب الدعم لجمهورية كوريا الديمقراطية الشعبية.
- ٧- وبفضل البيانات العامة التي تبرز خطورة مثل تلك الأزمات، وعن طريق أشرطة الفيديو والصور الفوتوغرافية التي لها نفس القدر من التأثير، استطاع البرنامج تأكيد مدى خطورة هذه الأزمات. كما ساهمت هذه البيانات المرئية في إقناع الرأي العام بالحاجة إلى عمل سريع، وفتحت الباب على مصراعيه أمام تدفقات المساهمات السخية، والتي ساعدت حتى الآن على تجنب الكوارث الإنسانية الكبرى.
- ٨- وتكتسي حملات البرنامج لاستقطاب الدعم أشكالاً متنوعة، كما أنها تستخدم سلسلة عريضة من الوسائط الإعلامية. إلا أن هناك عنصرين رئيسيين. أولهما، هو الانتفاع بجميع الوسائل الإعلامية المستخدمة في نقل الأنباء كالإذاعة، والتلفزة، والصحف، وخدمات البرق، وشبكة الانترنت. أما العنصر الثاني فهو ضرورة تركيز الحملات على توعية الجمهور.
- ٩- فنتيجة لاستخدام العنصر الأول، وهو ما يتم أساساً بشكل مجاني، يستطيع البرنامج أن ينخرط في الاتجاه العام لسيل الاتصالات اليومية المتدفق. والهدف من ذلك هو إبراز صورة البرنامج النشطة في جميع الأزمات الكبرى، مع ترديد اسمه والإشارة إلى أنشطته بشكل متكرر. والقيد الوحيد على هذا النهج هو عدم قدرة البرنامج على التحكم تماماً في الرسالة المبلغة بهذه الكيفية.



- ١٠- وهنا تبرز أهمية الحملات التي تركز على الرأي العام. فعن طريق سلسلة من الإعلانات المتكررة يمكن إعطاء صورة عن المنظمة للتعريف بها وتوفير المساندة لها. وقد قام البرنامج مؤخرا بتكليف وكالة يانج وروبينكام الإعلانية بإعداد سلسلة من الإعلانات لصالح البرنامج، بهدف الترويج لأسمه والتأكيد على أنه يعمل بفعالية لمساعدة الجوعى، بوصفه وكالة من وكالات الأمم المتحدة. وقد تم تعميم هذه الإعلانات وموضوعها "الوجبات السريعة"، في بلدين على الأقل من البلدان المانحة، أسبانيا والمملكة المتحدة، وسيتبع ذلك تعميمها قريبا في ١١ بلدا. وظهرت هذه الإعلانات حتى الآن بدون أي مقابل في الصحف التالية: الايكونومست، والفائنانشال تايمز، وجريدة وول ستريت لأوروبا، وبيزنس ويك، والموندو، وايبوكا، والمختار من ريبرز دايجست. وقد لاقت قبولا خاصا من الفائنانشال تايمز والايكونومست لدرجة نشرها لمرتين متتاليتين. والبرنامج على ثقة من أن هذه الإعلانات التي ترجمت إلى تسع لغات سوف تظهر في عدد طيب آخر من الدوريات.
- ١١- وفي نفس الوقت، بدأ البرنامج بث سلسلة من الإعلانات في التلفزة. وهنا أيضا جرى بثها مجانا على الشبكات الرئيسية. ووصلنا ما يفيد بأن شبكة CNN قد وافقت على بث هذه الإعلانات على نطاق العالم بأسره.
- ١٢- ومن المرجو أن تساعد هذه الحملة أيضا القطاع الخاص في جهوده لتعبئة الموارد المالية. ولكننا نأمل، أولا وقبل كل شيء، في أن تؤدي إلى ترسيخ اسم برنامج الأغذية العالمي في أذهان الجمهور وصانعي القرار، باعتباره أداة فعالة متاحة للمجتمع الدولي، تعكس الاهتمامات الإنسانية وسخاء الأمم المانحة. فإذا ما تكلفت هذه الحملة بالنجاح، سيكون البرنامج مصدر فخر لكل مواطن يتوق إلى المساهمة في القضاء على شبح الجوع.

