

# استراتيجية الاتصالات

WFP



مشاورة غير رسمية

13 مايو/أيار 2008

برنامج الأغذية العالمي  
روما، إيطاليا



## مقدمة

- 1- تحدد هذه الوثيقة الإطار الاستراتيجي لعمل البرنامج في مجال الإعلام بالمهمة المنوطة به وما يضطلع به من أعمال وما يحققه من نتائج في مجال تخفيف وطأة الجوع على نطاق العالم. وتحدد الوثيقة الجمهور المستهدف والرسائل الأساسية التي نود توجيهها إلى هذا الجمهور. كما أنها تعرض الظروف التي يمارس البرنامج عمله في إطارها، وما يواجهه من تحديات، ونظرا لأنها تحدد السياق الذي سيضطلع فيه البرنامج بأنشطته في مجال الاتصالات.
- 2- إن الحالات المختلفة تقتضي استجابات مختلفة ولذلك فإننا، دون أن تغيب عن بالنا الغايات والأهداف التي تعبر عنها هذه الاستراتيجية سوف نوائم الرسائل التي نوجهها والأنشطة التي نضطلع بها بما يتفق مع هذه الحالات، مستخدمين في هذا الصدد أكثر أدوات الاتصال ملائمة وفعالية. وسوف تساعد استراتيجية الاتصالات على تحديد أولويات الأنشطة التي سيتولاها البرنامج في هذا المجال بما لها من أهمية بالغة نظرا لتزايد عدد الفرص المطروحة في مجال الاتصالات.
- 3- تجدي مواءمة غايات وأهداف استراتيجية الاتصالات وربطها ربطا دقيقا بالخطة الاستراتيجية المقترحة للبرنامج للفترة 2008-2011.

## السياق

- 4- يؤثر الجوع في أكثر من 850 مليون من البشر على نطاق العالم، ورغم ذلك فإن هذه الحقيقة لا تزال غائبة نسبيا عن مدارك معظم بلدان العالم المتقدم. وهذه المسألة ليست بالشيء الجديد، كما أنها ليست بالشيء الملموس. وقد لا تبدو مشكلة ملحة أو تهدد حياة البشر إلا عندما يكشف عنها الإعلام عند وقوع الكوارث. بل إنها قد لا تدرج على رأس قائمة المشكلات التي يجب على العالم أن يوليها قدرها من الاهتمام.
- 5- ويتيح الارتفاع الحاد الذي حدث مؤخرا في أسعار الأغذية والذي يؤثر في المستهلكين في جميع أرجاء العالم فرصة جديدة لاستثارة الوعي بحالة الجوع في العالم، كما يشكل في بعض الحالات تحديات جديدة تواجهنا في مسعانا لبلورة وتعميق فهم ما يحققه عملنا في مجال تخفيف وطأة الجوع من إنجازات تجعل عالمنا مكانا أفضل للعيش فيه.

## الخلفية

- 6- عندما أنشئ البرنامج منذ 45 عاما، كان مجرد وكالة لتوزيع فائض الأغذية. فقد كانت فوائض الأغذية مشكلة، وقدم البرنامج لها الحل عبر نقل هذا الفائض إلى الفقراء الجوعى في بلدان العالم النامي. ومن ثم كان العمل الذي تؤديه المنظمة عملا بسيطا ومباشرا، حيث كان يتلقى التزامات مؤكدة من حكومات الجهات المانحة ويتولى توصيل فائض الأغذية وإذا وجد. ولم تكن هناك منافسة في هذا المجال، حيث كانت المهمة واضحة وبسيطة، وتتمثل فقط في نقل الحبوب من الجهات المانحة إلى بلدان العالم النامي.
- 7- وفي تلك الفترة كان الهدف الاستراتيجي واضحا وبسيطا، ولم تكن ثمة دواعي سياسية للإعلام عنه. ولكن تلك الأيام انقضت ولم يعد يوجد فائض في الأغذية. وتطور البرنامج ليصبح وكالة لتقديم المساعدات الغذائية، وأصبح يحصل على نصف هذه الالتزامات في شكل تبرعات نقدية، ومن ثم يتعين تحديد وتقييم المبالغ المخصصة لتلبية احتياجات البرنامج الإنسانية في ضوء خيارات الإنفاق الأخرى المتاحة أمام الحكومات.

- 8- وسوف تبيّن رسالتنا أن البرنامج يتسم بالمرونة والقدرة على الاستجابة والاستعداد لاستخدام المعونة الغذائية المقدمة بشكل مباشر أو بموجب قسائم صرف نقدية أو أدوات أخرى، أيها أكثر فعالية.
- 9- وفي حين أسهم البرنامج وشركاؤه في خفض نسبة الجوعى من 37 في المائة في ستينات القرن الماضي إلى 13 في المائة من سكان العالم، فإن العدد المطلق للجوعى أخذ في التزايد. ومن ثم فإن التحدي المائل أمامنا يكمن في إقامة خطوط الإمداد بالأغذية والحفاظ عليها من أجل عدد متزايد من الفقراء الجوعى في ضوء تساؤل المخزونات وارتفاع التكاليف، ومواجهة التحديات المرتبطة بتحقيق الهدف الإنمائي الأول للألفية، وهو خفض نسبة سكان العالم الجوعى إلى النصف بحلول عام 2015.
- 10- وقد اكتسبت الاتصالات أهمية متزايدة في عالم اليوم فيما يتعلق بتوضيح مدى احتياجات من يعانون الجوع وقيمة ما نبذله من جهود من أجل تخفيف وطأة الجوع وتوفير حياة أفضل للبشر. وسوف يستخدم البرنامج استراتيجية الاتصالات في شرح السلسلة التي تربط بين مصادر التمويل والدور الذي يقوم به هذا التمويل في دعم البلدان المتلقية للمعونة. وبهذه الطريقة سوف تضمن الاستراتيجية وضوح وشفافية جميع حلقات سلسلة الإمداد ابتداء من مصدر التمويل حتى عمليات اتخاذ القرارات التي تقوم التبرعات على أساسها، وكيفية استخدام هذه الأموال في النهاية من أجل تخفيف وطأة الجوع. وبذلك تعتبر إستراتيجية البرنامج في مجال الاتصال رصيذا إيجابيا للجهات المانحة التي قد يطلب منها، بين حين وحين، توضيح ما تقدمه من دعم للبرنامج عندما يطلب منها ذلك.
- 11- ومع ارتفاع أسعار الأغذية في أرجاء العالم، أصبح البرنامج وغيره من المنظمات الإنسانية التي تسعى إلى الوصول إلى الجوعى في العالم، يواجه تحديات متزايدة باستمرار. وقد أخذ "وجه جديد للجوع" يظهر في المناطق الحضرية في البلدان النامية بصفة خاصة، حيث أصبح سكان هذه المناطق يفتقرون إلى الوسائل المالية لشراء الأغذية التي يحتاجون إليها ويتعذر عليهم الحصول عليها رغم طرحها في الأسواق. ويستكشف البرنامج كيفية التصدي لهذا الوجه الجديد للجوع والبحث عن أفضل الوسائل لتأمين المبالغ اللازمة لمواجهته.
- 12- وسيمثل جانب مهم من خطتنا في مجال الاتصالات، في التأكد من إعلام الجمهور في البلدان المانحة والبلدان المستفيدة على السواء بهذه التطورات وما لها من تأثير على العمل الذي يقوم به البرنامج. وسوف نواصل، في الوقت نفسه، بيان طرق ومدى تأثير أسعار الأغذية في هشاشة الأوضاع التي يعاني منها أشد سكان العالم فقرا وجوعا، وفي الزيادات المحتملة في أعداد الجوعى في العالم.
- 13- وسنبين أيضاً أن البرنامج سيواصل سعيه إلى الكفاءة التي تسمح له بخفض تكاليف عملياته بما يمكنه من توصيل المساعدات الغذائية إلى أكبر عدد ممكن من الجوعى في كل سنة.

### شعبة الاتصالات والاستراتيجيات المتعلقة بالسياسات العامة

- 14- كان البرنامج في طليعة الجهات العاملة في مجال مواجهة الطوارئ الإنسانية التي شملت الفيضانات المدمرة في موزامبيق، والجفاف في أفريقيا جنوبي الصحراء، والصراعات في إقليم دارفور غربي السودان، وموجة التسونامي في آسيا، والزلازل الذي ضرب باكستان، والفيضانات التي اجتاحت بنغلاديش مؤخرا، وأعمال العنف التي أعقبت الانتخابات في كينيا. وعمل فريق الاتصالات التابع للبرنامج في كل حالة من هذه الحالات على ضمان إلقاء الضوء في البرامج التليفزيونية والإذاعية والشبكات الإلكترونية والصحف والمجلات. على أعمال البرنامج وتأثيرها على المستفيدين، وإبراز الدعم من الجهات المانحة.

- 15- وأصبحت وسائل الإعلام العالمية تعتمد بصورة متزايدة على شعبة الاتصالات في البرنامج وتنتظر بجديّة إلى إدارتها لتدفق المعلومات في حالات وقوع الكوارث. واكتسبت سمعة طيبة في سرعة تقديم المساعدات الفنية في هذا المجال والتي تراوحت بين التصريحات الإعلامية وتقديم ثروة من المعلومات والحقائق تيسيراً لزيارة مشروعات البرنامج. وتقوم شبكتنا من مسؤولي الإعلام العام المتواجدين في مواقع استراتيجية مختلفة بدور مهم في الكشف عن الدور الحيوي الذي تلعبه المساعدات الغذائية في مساعدة الأسر والمجتمعات المحلية على البقاء على قيد الحياة بعد الكوارث الكبرى ومساعدتها في إعادة بناء سبل عيشها.
- 16- وما تدرّكه قلة قليلة هو أننا قد اكتسبنا هذه السمعة برغم المستوى المنخفض نسبياً لميزانية الاتصالات وعدد موظفيها. ونحن نتبع سياسة تقوم على عدم الدفع مقابل الإعلان في المطبوعات أو الإعلانات العامة التي تبثها محطات التلفزيون الكبرى ودور السينما. ولا نستعين بوكالات خارجية في إصدار المواد الترويجية، بل نتولى إعدادها داخل المنظمة. ويقدم سفراؤنا في مجال مكافحة الجوع وكبار المشاهير مساعداتهم لنا بجهودهم و بظهورهم أمام الجماهير في أجهزة الإعلام بدون مقابل.
- 17- وبالرغم من كل ذلك فإن الصورة العامة للبرنامج تعتبر أقل شأناً من الحقائق العملية لأنشطة البرنامج الميدانية. وسوف تستثمر شعبة الاتصالات المزيد من الوقت والجهد في اطلاع الجمهور في البلدان المانحة والبلدان المتلقية على آخر التطورات والسبل الأساسية التي تحولت بها عملياتنا من تقديم المعونة الغذائية المباشرة إلى تقديم المساعدات الغذائية، أي الانتقال من مجرد نقل الأغذية من البلدان المتقدمة إلى البلدان النامية، والاتجاه إلى استخدام مجموعة أكبر حجماً وأكثر تنوعاً من الأدوات التي تهدف إلى كسر حلقة الجوع واستئصالها من جذورها.
- 18- في هذا السياق، يجب علينا أن نعزز الطابع الفريد للبرنامج وأن نبرز ما يتمتع به من جوانب قوة في الاستجابة للاحتياجات الإنسانية، والتي تقوم على أساس حقيقة مؤداها أن الغذاء هو عماد الصحة والتعليم والتدخلات الإنمائية الأخرى، وأن البرنامج يوزع الأغذية بكفاءة.
- 19- كثيراً ما تكون شعبة الاتصالات هي الواجهة العامة للبرنامج، حيث يقوم موظفو هذه الشعبة يومياً بتشكيل صورة البرنامج والحفاظ عليها. وقد جرت العادة على أن يتم ذلك عبر الاتصالات الإعلامية المكثفة والتغطية الإعلامية الواسعة لأنشطة البرنامج. وفي الأونة الأخيرة أصبحت التوعية بأنشطة البرنامج تجرى على نطاق أوسع عبر النافذة العامة للشبكة الإلكترونية [www.wfp.org](http://www.wfp.org). وأدت هذه التغطية الواسعة إلى تزايد اتصال الجمهور بالبرنامج، لاسيما شعبة الاتصالات، للمشاركة في المؤتمرات والمناسبات العامة وتوفير المعلومات للدارسين والأكاديميين والرد على الاستفسارات بشأن كيفية تقديم الأفراد أو الجماعات المساعدة في التصدي لمشكلة الجوع.
- 20- إن هيكل شعبة الاتصالات يكفل لها تغطية عالمية بالاستعانة بالموظفين العاملين في مكاتب الاتصال من واشنطن إلى طوكيو وبالاعتماد على الوجود الفعال في الأقاليم والبلدان المتلقية الرئيسية التي تقوم فيها عمليات البرنامج الميدانية بدور بالغ الأهمية.
- 21- وتشكل شعبة الاتصالات جزءاً لا يتجزأ من هيكل البرنامج على مستوى المقر والمستوى الميداني، حيث تعمل بالتعاون الوثيق مع شعبة العلاقات مع الحكومات المانحة وشعبة العلاقات مع المانحين من القطاع الخاص للتأكد من الربط الوثيق والتوقيت الجيد بين أنشطة البرنامج في الاتصالات ونشر رسائله وبين جهوده في مجال تعبئة الموارد.

## استراتيجيتنا

- 22- تتولى شعبة الاتصالات في البرنامج المسؤولية عن التعبير عن أهدافه الاستراتيجية وشرحها للجمهور في البلدان المانحة والبلدان المتلقية معا. ويتعين علينا أن نشرح أعمالنا وأسبابها، وهذا لا يعنى فقط شرح ما نؤديه من عمل سعيا إلى تحقيق أهدافنا، وإنما يعنى أيضاً الكشف عن نتائج عملنا للجمهور المستهدف في هذه البلدان.
- 23- وفي سياق الإعلام بأعمال البرنامج واحتياجاته، كثيرا ما نلجأ إلى استثارة الوعي بقضايا الجوع بشكل عام وتوجيه الاهتمام إلى حقيقة مؤداها أن هذه المشكلة تمثل تحديا يجب على العالم كله أن يتصدى له.
- 24- وستتولى شعبة الاتصالات الإعلام بدور البرنامج في التصدي لمشكلة الجوع في العالم عبر استخدام المساعدات الغذائية بفعالية وكفاءة. وسوف نغتنم كل فرصة متاحة لبيان أن الغذاء يشكل أساسا قويا للصحة والتعليم وتوفير مستقبل أفضل للمجتمعات التي نساعدنا.
- 25- وسوف يشرح فريق الاتصالات للجمهور المستهدف كيف أن المساعدات الغذائية تلعب دورا كبيرا في استجابات البرنامج لكل أطيافها، سواء في مجال التخفيف من أثر الكوارث أو حماية السبل المعيشية أو الاستجابة لحالات الطوارئ وبناء القدرات وعملية الإعمار بعد الكوارث. وهدفنا من ذلك هو بيان أن عمل البرنامج إنما يعنى أكثر كثيرا من مجرد نقل جوال من الأرز أو دقيق الذرة من الجهة المانحة إلى الأسر الجائعة.
- 26- وتتقضي السياقات المختلفة وجود استجابات مختلفة، وسوف نقوم بتنقيح رسائلنا في ضوء ذلك. وتهدف استراتيجيتنا إلى عدة أمور، منها ضمان الحفاظ على ثقة الجهات المانحة بأن أموالها تستخدم بأكبر قدر من الشفافية والفعالية، وأن المستفيدين في البلدان المتلقية يحصلون على أعلى مستوى من المساعدات الأنسب لاحتياجاتهم.
- 27- ويسعى البرنامج، كمنظمة، إلى تحقيق خمسة أهداف استراتيجية في سياق العمل اليومي الذي يمارسه في عشرات من البلدان في جميع أرجاء العالم، حيث يعمل على:
- إنقاذ الأرواح وحماية السبل المعيشية في حالات الطوارئ، مثل أزمات اللاجئين، ووقوع الكوارث الطبيعية المفاجئة، أو حالات الصراعات؛
  - مكافحة الجوع الحاد والاستثمار في الوقاية من الكوارث وتخفيف أثرها عبر دعم وبناء قدرات الحكومات على مواجهة الكوارث وبناء قدرة المجتمعات المحلية على التأقلم معها؛
  - استعادة وبناء السبل المعيشية فيما بعد الصراعات والكوارث خلال الفترات الانتقالية؛
  - الحد من الجوع ونقص التغذية المزمنين؛
  - تعزيز قدرة البلدان على الحد من الجوع، بما في ذلك تنفيذ استراتيجية نقل المسؤوليات إلى الجهات المحلية وشراء الأغذية محليا.
- 28- وتظهر في كل يوم من الأيام المزيد من الفرص التي نغتنمها في الإعلام بما نؤديه من أعمال. والهدف هنا، إذن هو، تحديد الأولويات المتعلقة بأكثر الرسائل والأنشطة تعبيراً عن مهمة البرنامج في تقديم المعونة، وما تحققه من قيمة مضافة إلى عمل المنظمة ومواءمته مع الأحوال السائدة.

## الجمهور المستهدف من البرنامج، من هم الذين نريد أن نصل إليهم؟

29- من الأسئلة التي توجّه أي استراتيجية للاتصالات هي ما الذي نريد الإعلام عنه؟ وبمن نريد الاتصال؟ وردا على السؤال الثاني اخترنا ثلاث فئات أساسية من الجمهور هي:

- (1) قادة الرأي والشركاء المعنيون بالشؤون الإنسانية والتنمية في البلدان المانحة؛
- (2) الحكومات المضيفة، والسلطات المحلية، والمستفيدون؛
- (3) الجمهور العام الذي نصل إليه أساسا عبر الإنترنت.

### قادة الرأي والشركاء المعنيون بالشؤون الإنسانية والتنمية في البلدان المانحة

30- البرنامج هو منظمة تمول طوعيا، حيث تأتي الغالبية العظمى لأمواله من 30 بلدا مانحا في أربع قارات تشمل البلدان المانحة "الجديدة"، مثل جنوب أفريقيا والبرازيل والأرجنتين والهند والصين. ويؤدى البرنامج دورا أساسيا في بناء أسر ومجتمعات محلية وبلدان أكثر قوة. وهذا يشكل الأساس الذي تقوم عليه جميع التدخلات الإنمائية. إلا أن هذا العمل لن يدوم إلا إذا استمرت الشعوب والمؤسسات وراسمو السياسات في حكومات البلدان المانحة في أخذ قيمة ما يؤديه البرنامج من عمل في الاعتبار عند بحث السبل العديدة التي يمكن أن يستخدمونها في إدارة شؤون العالم.

31- وهكذا فإن استراتيجيتنا في مجال الاتصال تضع جمهور البلدان المانحة على رأس القائمة، حيث تعطى الأولوية للوصول إلى الصحفيين والأكاديميين والمفكرين وغيرهم ممن يؤدون دورا في حشد تأييد الرأي العام للمساعدات الغذائية كوسيلة لبناء القدرات البشرية.

### الحكومات المضيفة والسلطات المحلية والمستفيدون

32- يعترف البرنامج أن يقدم في عام 2008 الغذاء إلى 73 مليون نسمة في 78 بلدا مختلفا. ونحن نمارس العمل منذ فترة طويلة في العديد من البلدان حتى أصبحنا نعتبر جزءا من البنية الأساسية العامة فيها. غير أنه في بعض الحالات لا تكون الحكومات التي تعتمد على البرنامج على علم بالأدوات العديدة المختلفة التي نستخدمها في تحقيق الأمن الغذائي أو بالأدوار العديدة التي تلعبها المساعدات في وضع الأسس التي تقوم عليها أنشطتنا الأخرى في مجال الصحة والتعليم وأنشطة التنمية الأخرى. ومع تحول الجهات المانحة بصورة متزايدة نحو استشارة الحكومات المضيفة بشأن نوعية المساعدات التي تحتاج إليها، أصبح من الأهمية بمكان أن يشرح البرنامج ما يستخدمه من برامج وأدوات عديدة في هذا المجال، بالإضافة إلى النتائج التي تستهدفها المساعدات الغذائية. مثال ذلك أنه يتعين علينا أن نوضح للمسؤولين وغيرهم من المعنيين في الحكومات المضيفة ما تحققه المساعدات الغذائية من قيمة تغذوية، ودور هذه المساعدات في بناء الصحة الجسدية ومساعدة الأطفال على الاستمرار في الدراسة والحصول على التعليم الذي يمكن أن يكون عاملا أساسيا يحقق لهم مستقبلا أفضل.

### الجمهور العام الذي نصل إليه أساسا عبر شبكة الإنترنت

33- منذ سنوات قليلة مضت لم الرأي العام العالمي في متناولنا. وبرغم تعدد البرامج التلفزيونية الدولية إلا أن الوصول إلى الجمهور في العديد من البلدان كان متعذرا بسبب ارتفاع التكاليف. غير أن إنشاء الشبكات الإلكترونية غير من هذا الوضع، حيث يدخل مئات الآلاف إلى موقعنا [www.wfp.org](http://www.wfp.org) كل أسبوع للاطلاع على ما يؤديه البرنامج من أعمال، والبحث عن المعلومات المتعلقة بارتفاع أسعار الأغذية أو بحثا عن الوظائف. وهدفنا هنا ليس فقط الاستعانة بشبكتنا الإلكترونية، وإنما أيضا اغتنام جميع الفرص التي تتيحها شبكة الإنترنت لاستثارة وعي الرأي العام.

34- مواقع الإنترنت ومبادرات الاتصال الإلكتروني المباشر، التي تشمل مواقع الشبكات الاجتماعية والمعلومات والبيانات التي يوفرها المستخدمون والمدونات الإلكترونية التي ينشئونها، قد فتحت باب واسعاً أمام عدد مذهل من الفرص في هذا المجال. وتعتبر مبادرات الاتصالات القائمة على الشبكات الإلكترونية غير مكلفة نسبياً. فهذه المواقع تمثل وسيلة مفضلة لمشاركة الأجيال الشابة وتتيح أداة فعالة لتقديم التبرعات المباشرة.

35- ونعترز أيضاً اغتنام الفرصة التي يتيحها الانتشار الواسع النطاق لشاشات الفيديو، ابتداءً من أصغر أنواع الشاشات في أجهزة iPod أو BlackBerry وفي شاشات أجهزة الكمبيوتر المحمولة أو التلفاز ثم شاشات العرض الضخمة على المباني متعددة الطوابق في ميدان Time Square في مدينة نيويورك أو في المدرجات الرياضية (الاستاد).

36- وسيحدد البرنامج من بين كل من هذه الفئات الثلاث من الجمهور، مجموعات فرعية معينة لتكوين جمهور معين يستهدفه البرنامج تحديداً. ويدرك البرنامج أنه ينبغي موازنة الحملات والرسائل الإعلامية بما يناسب كل بلد من البلدان وكل طرف من الظروف. فالرسائل الإعلامية التي تناسب بلداً أوروبياً قد لا تفيد في الولايات المتحدة، كما ينبغي اتباع نهج مختلفة في نشر الرسائل الإعلامية في البلدان التي يعمل فيها البرنامج.

### أدوات الاتصالات

37- وضع البرنامج مجموعة متطورة جداً من أدوات الاتصالات لنشر الرسائل الأساسية والمؤثرة بين صفوف الجمهور المستهدف. وهذه الأدوات تمكن شعبة الاتصالات من تقديم صورة دقيقة وواضحة عن دور ومسؤوليات البرنامج في مسعاه الحثيث إلى النهوض بالمهمة المنوطة به في التصدي للجوع في عالم تقوم فيه عوامل خارجية بتحديد مستوى الاحتياجات وطبيعة استجابة البرنامج لها.

### مجموعة أدوات البرنامج

38- يستخدم البرنامج مجموعة متنوعة من أدوات الاتصالات التي يمكن استخدامها جميعاً في الوصول إلى جمهور معين في فترة معينة.

- الموظفون الفنيون المتواجدون على مدار الساعة للرد على مكالمات وسائل الإعلام، وإقامة الاتصالات، والاشتراك في المؤتمرات، والاتصال بالجهات المعنية بالشؤون الإنسانية والسياسية والإعلامية، والترويج للأهداف الاستراتيجية للبرنامج بين صفوف أوسع جمهور ممكن في البلدان المانحة والبلدان المتلقية للمساعدات على السواء.
- العلاقات بوسائل الإعلام، وتشمل النشرات الإخبارية (الوطنية والإقليمية والدولية) والمتحدثين الإعلاميين، وتنظيم الرحلات الإعلامية.
- المواقع الشبكية بعدة لغات، نستخدم، إلى جانب الموقع الإلكتروني للبرنامج [www.wfp.org](http://www.wfp.org) عشرة مواقع وطنية بلغات مختلفة تتراوح بين الصينية والفنلندية.
- المقالات الصحفية، وتشمل التحقيقات الصحفية وأعمدة الرأي والرسائل الموجهة إلى محرري الصحف، فضلاً عن المشاركة المتزايدة مع وسائل الإعلام الجديدة، مثل عرض المدونات الإلكترونية والاستفادة من الفرص الأخرى للاتصال الإلكتروني المباشر.



- وسائل الاتصال الإلكتروني المباشر، مثل موقع Food Force الذي يعد أول برنامج يعنى بالشؤون الإنسانية في ألعاب الكمبيوتر والمتاح بـ 12 لغة.
- المطبوعات، وتشمل التقرير السنوي للبرنامج وخريطة الجوع والمواد الإعلامية المتخصصة.
- المواد السمعية البصرية، وتشمل إعلانات الأجهزة العامة التي تنشر في القنوات التلفزيونية الوطنية والدولية مجاناً، والتغطية التلفزيونية لعمليات البرنامج التي تعرض في القنوات الجديدة، مثل النشرات المرئية أو المواد الإعلامية الخام أو الرسائل المرئية التي تعرض على الشاشات في الأماكن العامة، مثل المطارات ومحطات السكك الحديدية.
- طباعة إعلانات الأجهزة العامة الصادرة في المطبوعات الوطنية والدولية مجاناً.
- المواد الفوتوغرافية التي تدعم مطبوعات البرنامج ومواقعها الإلكترونية والتي تنشر الصور عن عمليات البرنامج وتوزعها على وكالات الأنباء. والمواد الإعلامية المرئية لاستخدامها في طباعة هذه الإعلانات.
- مشاركة المشاهير التي نهدف بها إلى الترويج للقيم الأساسية للبرنامج بين جمهور أوسع.
- المشاركة في المناسبات الرياضية التي تربط البرنامج بالأفرقة والأحداث الرئيسية التي توفر تغطية ممتازة للاتصال بالجمهور الدولي المعنى بالرياضة.
- المواد المرئية، وتشمل الأعلام والملصقات وأكياس الأطعمة والقمصان الرياضية وغيرها من الأشياء التي تنشر العلامات المميزة للبرنامج وصوره بين الجمهور العالمي وذلك إلى جانب الأمن لموظفي البرنامج في الميدان.
- المناسبات الخاصة، التي تتيح الفرص لتقديم أكبر عرض ممكن لرسائل البرنامج الرئيسية، مثل الحفلات الموسيقية والمعارض الفنية والمؤتمرات.
- مطبوعات الوثائق المتعلقة بالسياسات، التي تغطي الجوانب الرئيسية لعمل البرنامج، وتشمل "سلسلة الجوع في العالم" والوثائق المؤقتة التي تصدر بشأن موضوعات مثل مخططات القسائم النقدية لشراء الأغذية.
- العلاقات مع الشركاء المؤسسيين، التي تلعب دوراً مهماً في استثارة الوعي بين موظفي الشركات، مثل TNT و Unilever، فضلاً عن إتاحة الفرصة للتغطية الإعلامية من أجل تعبئة الموارد الخاصة والمناسبات التشاركية.
- رابطات أصدقاء البرنامج، في الولايات المتحدة واليابان التي دأبت على القيام بدور مهم في دعم استراتيجية الاتصالات.
- أخصائيو البرنامج المدربون تدريباً تخصصياً في القطاعات المختلفة ليكونوا مصادر إعلامية ومتحدثين للبرنامج جديرين بالثقة ومصادر إعلامية.

## الرسائل – ما الذي نريد الإعلام به؟

39- ستقيم شعبة الاتصالات عملها حول ثلاث رسائل أساسية وعدد من الرسائل الفرعية التي تشترك جميعا في تحديد أهداف البرنامج وغاياته الرئيسية. وستعد هذه الرسائل، التي تسترشد بخطة البرنامج الاستراتيجية للفترة 2008-2011، على نحو ملائم لتغير الظروف السياسية والاجتماعية والاقتصادية التي يمارس البرنامج عمله في إطارها. وستبحث هذه الرسائل في ضوء الجدول العام الجاري حاليا في مجال السياسات.

- (1) البرنامج هو الوكالة الإنسانية العالمية الرائدة المعنية بتلبية الاحتياجات الملحة لمواجهة الجوع؛
- (2) المساعدات الغذائية تؤدي دورها؛
- (3) يتسم البرنامج بالابتكار والكفاءة التكاليفية والفعالية والكفاءة في توصيل المساعدات الغذائية إلى الفئات التي تعاني من هشاشة الأوضاع.

### الرسالة الأساسية 1

البرنامج هو الوكالة الإنسانية العالمية الرائدة المعنية بتلبية الاحتياجات الملحة لمواجهة الجوع

### الرسائل الفرعية

- (أ) البرنامج هو أكبر منظمة إنسانية عالمية تتواجد بعمق على المستوى الميداني في نحو 80 بلدا.
  - (ب) البرنامج ينفذ حياة البشر ويحمي سبل عيشهم في حالات الطوارئ.
  - (ج) البرنامج هو الوكالة الرائدة في منظومة الأمم المتحدة في مجال اللوجستيات وتكنولوجيا الإعلام والاتصال في حالات الطوارئ.
- 40- سوف تسعى استراتيجيتنا في مجال الاتصالات إلى تعزيز وضع البرنامج باعتباره وكالة الأمم المتحدة الرائدة المعنية بالشؤون الإنسانية والتي كثيرا ما تكون أول من يظهر على المسرح وقت وقوع الأزمات العالمية، وتتصدر الجهود الرامية إلى إنقاذ الأرواح وحماية سبل العيش لملايين من البشر الذين يقعون سنوياً ضحايا للكوارث الطبيعية والتي من صنع الإنسان.
- 41- وكثيرا ما يكون الجمهور العام على غير علم بأن البرنامج هو أكبر المنظمات الإنسانية في العالم. كما أن هذا الجمهور لا يعرف عموما الكثير عن البرنامج نظرا لأن العلامة المميزة له مازالت في طور الإنشاء. وهكذا فإن رسالة البرنامج بصفته أكبر وكالة إنسانية في العالم لها تأثير قوي على الجمهور العام، وسوف نسعى إلى الإعلام بها كلما أمكن ذلك وكان مناسباً - ليس من أجل إظهار حجم البرنامج فحسب، وإنما أيضاً لإظهار مدى أعماله ونطاقها، فضلا عن تواجدها الميداني العميق.
- 42- وسوف نروج لأهمية المساعدات الغذائية بصفقتها لبنة أساسية في العديد من الاستجابات لحالات الطوارئ. وسنشدد على الدور الحيوي الذي يلعبه البرنامج في تقديم الدعم اللوجستي إلى المجتمع المعنى بالشؤون الإنسانية في مجموعة أثناء حالات الطوارئ، مبرزين تجربة البرنامج في إقامة نظم الاتصالات والمعلومات الميدانية تيسيرا للربط بين وسائل الاتصالات أثناء الأزمات.

- 43- وسوف تسلط استراتيجيتنا الضوء أيضاً على مدى تنوع النهج التي يستخدمها البرنامج في تقديم المساعدات الغذائية إلى المجتمعات المحلية في أوقات الشدة. وسيكون هدفنا هو إبراز صورة البرنامج كمنظمة تتطلع إلى المستقبل، وتمتع بالمرونة ومستعدة لاعتماد أكثر الاستجابات ملائمة للاحتياجات التي تختلف من كارثة لأخرى.
- 44- ولدى الاتصال بالحكومات المضيفة والسلطات المحلية والمستفيدين سوف يعمل البرنامج على تأكيد موقفه باعتباره أول جهة تلجأ إليها الأمم في أوقات الشدة الإنسانية، مؤكداً أيضاً على حيادنا وعدم انحيازنا وعلى قدرتنا على تقديم الأغذية وإمدادات الطوارئ الأخرى بسرعة وفعالية ونقلها إلى المواقع الأشد خطورة في ظل ظروف سياسية ومادية صعبة.
- 45- وفي إطار هذه الجهود سوف يعزز البرنامج موارده على المستوى المحلي ويستخدم، كلما تسنى ذلك، مكاتب الإعلام الجماهيري القطرية في إنتاج الأدوات التي تناسب البيئة الإعلامية المحلية وتوجيهها إلى راسمي السياسات الوطنيين.
- 46- وسيؤكد البرنامج لشركائه المحليين على أننا نتطلع، حتى في أشد حالات الطوارئ قسوة، إلى تنظيم مرحلة انتقالية للخروج من الأزمة والانتقال إلى مرحلة الإنعاش والتنمية.
- 47- وسيصل البرنامج أيضاً بشكل فعال إلى مؤيديه المباشرين في حالات الطوارئ باستخدام القوائم البريدية ومواقع الشبكات الإلكترونية الاجتماعية والشبكات الإلكترونية الخاصة (مثل شبكات الدارسين). وتعزيزاً لدور البرنامج بصفته الوكالة الإنسانية الرائدة في تلبية الاحتياجات الملحة للجوعى، لا بد من أن تقوم هذه الاتصالات على أساس اتخاذ الإجراءات وتلبية الاحتياجات وليس على أساس الاستجابة لنداءات عامة. ويجب أن تتسم الدعوة إلى اتخاذ الإجراءات المطلوبة بالوضوح التام في أي عملية اتصال.

## الرسالة الأساسية 2

### المساعدات الغذائية تؤدي دورها

#### الرسائل الفرعية:

- (أ) المساعدات الغذائية ترسي الأساس الذي يقوم عليه الإنعاش.
- (ب) المساعدات الغذائية تسهم في تحسين الصحة، وترسي الأساس الذي تقوم عليه التدخلات في مجال الصحة والتعليم والمجالات الإنمائية الأخرى.
- (ج) المساعدات الغذائية تساعد على نسج شبكات الأمان الاجتماعي الحيوية، مثل برامج التغذية ورعاية صحة الأم والطفل والتغذية المدرسية.
- (د) المساعدات الغذائية تشكل الأساس الذي تقوم عليه معظم التدخلات الإنمائية الأخرى.
- 48- إن الغذاء عنصر أساسي في البقاء على قيد الحياة، أما المساعدات الغذائية فترسي الأساس الذي تقوم عليه جميع التدخلات المحددة في الأهداف الإنمائية للألفية. ويرمي الهدف الإنمائي 1 للألفية إلى خفض نسبة الجوعى في العالم إلى النصف. وستواصل شعبة الاتصالات في البرنامج الترويج لجدول أعمال "الغذاء أولاً".
- 49- وتوفير الغذاء هو نقط البداية لجميع أشكال المساعدات الإنمائية. فالجوعى لا يستطيعون إقامة البنية الأساسية، كما يعجزون عن الاستفادة منها. ولا يمكن للتدخلات في مجالات التعليم والصحة أن تتسم بالفعالية إلا إذا

توفرت التغذية الجيدة للمستفيدين منها. ويؤدي الغذاء هذا الدور في جميع السياقات، سواء في حالات الطوارئ أو حالات الإنعاش.

50- وسوف نقوم بالإعلام بأن برامج المساعدات الغذائية التي ينفذها البرنامج ترسى الأساس الذي تقوم عليه الرعاية الصحية والتعليمية وبناء مستقبل أفضل. وتحقق التغذية الجيدة أثراً مباشراً على صحة المجتمعات المحلية، وهي مسألة جوهرية بالنسبة للأطفال حتى تكتمل طاقاتهم البدنية والذهنية. والطفل الذي يحصل على التغذية الجيدة يكون أكثر قدرة بكثير على مقاومة العدوى والأمراض.

51- وسوف نعلم أيضاً، كلما تسنى ذلك، بأهمية القيمة المضافة التي تحققها المساعدات الغذائية المعززة أو المقواة بالعناصر التغذوية. وستكون لذلك أهمية خاصة في نشر رسائلنا الإعلامية عن برامج التغذية والرعاية الصحية للطفل والأم والبرامج التي تساعد السكان المعرضين المتأثرين بفيروس نقص المناعة البشرية المكتسب/الإيدز أو الدرن.

52- وفي إطار الاتصال بكل هذه الفئات من الجمهور سوف يؤكد البرنامج على أن الأمة التي تتمتع بصحة جيدة هي أمة تحرز التقدم. وأن تغذية الإنسان ترمي الأساس الذي تقوم عليه جميع التدخلات الإنمائية الأخرى. وسنؤكد أيضاً على الأهمية الحيوية للأغذية في الانتعاش من الكوارث الطبيعية والصراعات المدنية، ملاحظين أيضاً الدور الأساسي الذي تلعبه المساعدات الغذائية المقدمة من البرنامج في مواجهة تغير المناخ، ومساعدة الشعوب في التخفيف من أثره.

53- وسوف يستغل البرنامج سجله من الإنجازات وخبرته الفكرية التي اكتسبها على مدى عدة عقود في إبراز الإسهام الإيجابي الذي يمكن أن يؤديه في تخطيط التنمية الوطنية، وذلك عن طريق برامج التغذية المدرسية ونقل نتائج التقدم التغذوي والتدخلات التغذوية، ودعم التنمية الريفية بتنفيذ البرامج للمجتمعات المحلية واكتساب هذه المجتمعات للمهارات اللازمة. وتؤدي التغذية المدرسية دوراً معترفاً به في مجال التخفيف من وطأة الجوع. فالتغذية المدرسية تكسر الحلقة التي تربط بين الجوع وسوء التغذية والأمراض التي تحول دون انتظام الأطفال في الدراسة وتمنع الأسر الفقيرة من الاستثمار في التعليم وتحرم الأطفال من التعلم حتى ولو كانوا ملتحقين بالمدارس فعلاً. وتروج التغذية المدرسية التنمية الاقتصادية أيضاً عبر شراء الأغذية محلياً وتقديم الدعم للإنتاج الزراعي المحلي.

54- وقد طلب الأمين العام من وكالات الأمم المتحدة النظر فيما حققته وما يمكن أن تحققه لمساعدة المستفيدين على التخفيف من آثار تغير المناخ والتوائم معه. قد خطى البرنامج، في نحو 45 عاماً تصدر خلالها الجهود الرامية إلى مكافحة الجوع، خطوات واسعة في مساعدة الشعوب على حماية الموارد الطبيعية وتنميتها والمحافظة على استدامتها.<sup>(1)</sup>

55- ويعمل البرنامج أيضاً بالتعاون الوثيق مع الحكومات في البلدان المعرضة للكوارث الطبيعية من أجل تحسين برامجها للاستعداد لمواجهة الطوارئ واستخدام تقنيات التخفيف من أثرها.

(1) خصص البرنامج منذ إنشائه في عام 1963 قرابة 8 مليارات دولار أمريكي للأغراض البيئية المتعلقة بتجديد الغابات والمراعي، وصون التربة، والإنتاج الزراعي المستدام. وقد أسهم البرنامج عبر هذه الأنشطة على سبيل المثال، في زراعة 5 مليارات شجرة في جميع أرجاء العالم. وبالإضافة إلى ذلك قام البرنامج بإنشاء 27 كيلومتراً من سدود التحكم في مياه الفيضان في السودان، وأقام واستصلح شبكات الري بطول 14 كيلومتراً من القنوات، وحفر 32 بئراً وفر الحماية من انجراف التربة لـ 380 هكتاراً من الأراضي الزراعية في الصومال، وحفر 227 بئراً مفتوحة وأصلح 652 مستودعاً للمياه في أفغانستان.

- 56- وسوف يعتمد البرنامج في اتصالاته مع الحكومات المضيفة والسلطات المحلية والمستفيدين على الخبرة المتراكمة لديه في بيان الدور الحيوي الذي يتعين عليه أن يلعبه في التنمية الوطنية، مؤكداً على موقفه كشريك في الجهود تقودها البلدان. وسوف يتولى كبار المسؤولين القطريين التابعين للبرنامج إدارة هذه العمليات باستخدام الأدوات المساعدة التي تزودهم بها شعبة الاتصالات.
- 57- وسوف يؤكد البرنامج على أن موارده، بصفته شريكاً محلياً للحكومات المضيفة، هي أيضاً موارد هذه الحكومات وأنه عندما ينتهي عمل البرنامج تنتقل المسؤولية عن حل مشكلة الجوع إلى المستفيدين من أنشطة البرنامج.
- 58- وسوف يقوم البرنامج بإعلام الجمهور بدوره في مجال التنمية، وسيتم ذلك أساساً من خلال إجراء دراسات الحالة وتقديم الأمثلة. وفي سياق نقل الصورة الأكبر لدور المساعدات الغذائية في بناء الأمم والمجتمعات القوية، سيركز البرنامج رسائله على بناء أفراد أكثر قوة أيضاً. وينبغي تحليل رسالتنا للجمهور إلى معلومات سهلة الإدارة للجمهور، مثل إعطاء اسم ووجه وتكلفة ذات مغزى (25 سنتاً في اليوم/50 دولاراً أمريكياً في السنة مثلاً) لكل قصة بدلاً من التحدث عن ملايين الأفراد أو مليارات الدولارات.
- 59- وسوف تكون لاتصالات البرنامج مع الجمهور حول هذا الموضوع خبرة إيجابية تؤكد على التحسينات التي يمكن تحقيقها والتي تم تحقيقها بالفعل، بالإضافة إلى إلقاء الضوء على الاحتياجات التي لم يتم تلبيتها.
- 60- وسيكون البرنامج صريحاً تجاه الانتقادات التي توجه إليه في العادة، مثل خلق الاعتماد على المعونات الغذائية والتأثير السلبي للانسحاب من مشروعات الإنعاش بعد انتهائها، وطرح الأمثلة والإحالة، إذا أمكن إلى الدراسات الأكاديمية، المؤيدة للطرق التي نستخدمها في هذا المجال. وسوف يعتمد البرنامج في ذلك على القيمة المذهلة لبعض إنجازاته وتبديد سوء الفهم الشائع وعدم الترفع عن الجدل الذي يدور، بصورة محتدمة في كثير من الأحيان، بين غير الخبراء.

### الرسالة الأساسية 3

يتسم البرنامج بالابتكار الكفاءة التكاليفية والفعالية في توصيل المساعدات الغذائية إلى الفئات التي تعاني من هشاشة الأوضاع

#### الرسائل الفرعية:

- (أ) إن أكثر من 90 في المائة من التمويل الذي يقدمه البرنامج يذهب إلى الفقراء الذين يعانون الجوع.
- (ب) البرنامج يشتري الأغذية محلياً وإقليمياً، واضعاً نصب عينيه مساعدة المزارعين.
- (ج) البرنامج يعمل مع شركائه في الأمم المتحدة و2000 منظمة غير حكومية ضمانة للكفاءة والفعالية.
- 61- تعتبر النفقات الإدارية العامة في البرنامج من أقل النفقات بين جميع الوكالات الإنسانية وسوف تؤكد الاتصالات على كفاءة عمليات البرنامج وما يمثله ذلك من قيمة مالية للجهات المانحة، سواء كانت هذه الجهات حكومات أو مؤسسات قطاع خاص أو جمهور عام.

- 62- إن البرنامج يعترف بما اكتسبه من سمعة كمنظمة تستطيع أن تصل إلى الجوعى أينما كانوا. ومن خلال إعلام الجمهور المستهدف بالانتصارات التي حققتها عملياتنا في مواجهة الظروف المعاكسة، سوف نروج بالتالي لما حققناه من إنجازات بين صفوف هذا الجمهور المستهدف.
- 63- وفي سياق ذلك سوف نبين كيف يفكر البرنامج بأسلوب خلاق في مواجهة التحديات غير العادية. وسواء كان الأمر يتعلق بإزالة الألغام أو بناء الطرق لتحسين سبل الانتقال في جنوب السودان، أو إصلاح عربات وقاطرات السكك الحديدية لنقل الأغذية في جمهورية الكونغو الديمقراطية، فسوف نبين المبررات المنطقية لهذا العمل، ونشرح كيف أنه يدعم مهمتنا في إطعام الجوعى.
- 64- وسوف يقوم البرنامج بإعلان الجمهور بطرقه التشغيلية الابتكارية والفعالة على أن تكون هذه السمات ذاتها هي السمات الأساسية لتكتيكاتنا في مجال الاتصالات. وسوف نسعى إلى إيجاد طرق جديدة تتسم بالفعالية والكفاءة التكاليفية في الإعلام برسالتنا على شبكة الإنترنت. وسوف يحتفظ البرنامج بخطط اتصال مفتوحة مع مراكز الابتكار والجامعات ومجموعات الدارسين الذين سيجدون حلولنا الابتكارية مسألة مثيرة للاهتمام بصفة خاصة.
- 65- وسيركز البرنامج بشكل خاص على تعميق الوعي بسياسته المتعلقة بشراء الأغذية محليا وبشأن الابتكارات التي تجرى استكشافها في إطار برنامج "الشراء من أجل التقدم". فقد اشترى البرنامج ما قيمته 612 مليون دولار أمريكي من الأغذية من 69 بلدا ناميا في عام 2007، أي ما يشكل 80 في المائة من النفقات النقدية لمشتريات الأغذية.
- 66- ومع التوسع في تطبيق هذه السياسة وتطويرها، تبين لنا أن شراء الأغذية محليا يمكن أن يساعد في توفير حلول مستدامة لتحقيق الأمن الغذائي في بلدان العالم النامي. وسنقوم بالإعلام بالدور الذي تلعبه المشتريات المحلية في القطاع الزراعي الذي يتسم بالهشاشة وإن كان يحقق النمو في كثير من البلدان النامية، مما يوفر لصغار المزارعين دخلا أكثر انتظاما.
- 67- ونحن ندرك أنه بالرغم من التحديات الهائلة التي يواجهها البرنامج في الاضطلاع بمهمته الإنسانية، سوف تظل القصص المتعلقة بإغراق السوق بالأغذية والتسبب في اضطرابات الأسواق قصصا ماثلة في المخيلة الشعبية. وتمكننا سياستنا في مجال الشراء المحلي من تقديم البيان على الأدوات المتطورة التي يستخدمها البرنامج بصورة متزايدة لدعم المزارعين المحليين والأسواق المحلية.
- 68- وفي سياق إعلام الجمهور المستهدف سوف يركز البرنامج على أهمية الأدوات التي نستخدمها في الوقاية من الكوارث وتخفيف أثرها عبر استخدام نظم الإنذار المبكر وتقدير الأوضاع ورسم الخرائط ومراقبة الأسواق، وهذه الأدوات متوافرة تحت تصرف الحكومات الشريكة، ونعززم تعزيز قدرة هذه الحكومات على إدارة الاستجابة للكوارث في المستقبل.
- 69- وسوف نشدد أيضاً على مدى التزام البرنامج بتحقيق التناسق على نطاق المنظومة وعلى زيادة التعاون مع وكالات الأمم المتحدة الأخرى. ويتمتع البرنامج بسجل حافل في العمل مع وكالات الأمم المتحدة الشقيقة والمنظمات غير الحكومية. وسنقوم استراتيجيتنا، كلما أمكن ذلك، على أساس الإعلام بمدى تعاون البرنامج مع العديد من الوكالات، مثل منظمة الأمم المتحدة للطفولة، ومنظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة، ومفوضية الأمم المتحدة لشؤون اللاجئين، والصندوق الدولي للتنمية الزراعية، ومنظمة الصحة العالمية، وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي.