



---

## **Конференция Сторон**

### **Тринадцатая сессия**

Ордос, Китай, 6–16 сентября 2017 года

Пункт 2 с) предварительной повестки дня

### **Повестка дня в области устойчивого развития**

**на период до 2030 года: последствия для**

**Конвенции Организации Объединенных Наций**

**по борьбе с опустыниванием**

**Осуществление всеобъемлющей коммуникационной**

**стратегии и Десятилетие Организации Объединенных**

**Наций, посвященное пустыням и борьбе**

**с опустыниванием (2010–2020 годы)**

## **Доклад о ходе реализации всеобъемлющей коммуникационной стратегии и о Десятилетии Организации Объединенных Наций, посвященном пустыням и борьбе с опустыниванием (2010–2020 годы)**

### **Записка секретариата**

#### *Резюме*

Всеобъемлющая коммуникационная стратегия (ВКС), разработанная в соответствии с решением 3/COP.8 для оказания поддержки осуществлению Десятилетнего стратегического плана и рамок деятельности по активизации осуществления Конвенции (2008–2018 годы), служит основой для ключевых информационно-пропагандистских мероприятий КБОООН. Поскольку срок действия ВКС близится к концу, необходимо разработать пересмотренные рамки информационно-пропагандистской деятельности, дополняющие будущие стратегические рамки Конвенции.

В настоящем докладе содержится обзор деятельности, проведенной секретариатом в целях осуществления ВКС. Он также описывает меры, принятые по итогам независимой оценки эффективности информационно-пропагандистской деятельности КБОООН. Он содержит рекомендации для рассмотрения Конференцией Сторон на ее тринадцатой сессии.



## Содержание

	<i>Пункты</i>	<i>Стр.</i>
I. Справочная информация .....	1–4	3
II. Ход осуществления .....	5–28	3
A. Ведение информационно-пропагандистской деятельности с помощью кампаний и мероприятий .....	5–7	3
B. Распространение информации .....	8–9	4
C. Интернет и социальные сети .....	10–15	4
D. Пропаганда передовой практики: программа «Земля для жизни» ....	16	7
E. Информирование общественности и определение повестки дня средствами массовой информации .....	17–23	7
F. Послы по проблеме засушливых районов и знаменитости .....	24–25	9
G. Десятилетие Организации Объединенных Наций, посвященное пустыням и борьбе с опустыниванием .....	26–28	9
III. Новый логотип Конвенции Организации Объединенных Наций по борьбе с опустыниванием.....	29–30	10
IV. Будущие направления деятельности после завершения 10-летней стратегии .....	31–34	10
V. Выводы и рекомендации .....	35–39	11
Приложение		
Финансовые потребности для осуществления деятельности, которая должна финансироваться за счет внебюджетных ресурсов .....		13

## I. Справочная информация

1. Всеобъемлющая коммуникативная стратегия (ВКС) была разработана во исполнение решения 3/COP.8 для оказания поддержки осуществлению Десятилетнего стратегического плана и рамок деятельности по активизации осуществления Конвенции (2008–2018 годы) (Стратегия). ВКС служит основой для ключевых информационно-пропагандистских мероприятий, проводимых секретариатом, с момента ее принятия на девятой сессии Конференции Сторон (КС 9).
2. На КС 12 Стороны поручили секретариату: i) подготовить побуждающие к действиям коммуникативные материалы описательного характера и строить коммуникацию вокруг ключевых стратегических тем с учетом задачи 15.3 Целей в области устойчивого развития (ЦУР); ii) находить в материалах по проектам УУЗР вдохновляющие и представляющие интерес для людей истории и свидетельства для их пропагандирования и распространения с помощью мультимедийных продуктов программы «Земля для жизни», с тем чтобы обеспечить достижение осведомленности и общественной поддержки для решения проблем опустынивания, деградации земель и засухи (ОДЗЗ) путем максимизации экспертного опыта и преимуществ, доступных благодаря Межучрежденческой целевой группе (МУЦГ) по Десятилетию Организации Объединенных Наций, посвященному пустыням и борьбе с опустыниванием (ДПБОООН); и iii) продолжать координировать осуществление ВКС и резолюции по ДПБОООН, мандат на осуществление которой был дан Генеральной Ассамблеей.
3. В соответствии с решением 4/COP.12, информационно-пропагандистские материалы описательного характера секретариата разрабатывались вокруг ключевых стратегических тем с учетом задачи 15.3 ЦУР в качестве инструмента, способствующего дальнейшему прогрессу в осуществлении КБОООН и привлечению внимания более широкой аудитории, выходящей за рамки традиционных заинтересованных сторон КБОООН, в частности широкой общественности.
4. В сентябре 2015 года была проведена независимая оценка информационно-пропагандистской деятельности КБОООН. Хотя перед ней не ставилась задача оценки эффективности данной деятельности КБОООН на основе ВКС, был проведен «сторонний» обзор информационно-пропагандистских мероприятий, осуществленных секретариатом. В настоящем докладе излагаются результаты данной оценки и рекомендации по итогам анализа мероприятий, осуществленных секретариатом и Глобальным механизмом (ГМ). В нем также содержится информация о мерах, принятых секретариатом и ГМ по итогам оценки.

## II. Ход осуществления

### A. Ведение информационно-пропагандистской деятельности с помощью кампаний и мероприятий

5. Ежегодно проводимый 17 июня Всемирный день борьбы с опустыниванием (ВДБО) получил новый импульс в 2016 году, когда более 87 правительственных и межправительственных организаций и организаций гражданского общества сообщили в секретариат о мероприятиях по его празднованию. Такое увеличение цифр в отчетности, вероятно, обусловлено онлайн-кампанией 100-дневного обратного отсчета до ВДБО, в ходе которой число сообщений через Твиттер и Вейбо достигло соответственно 444 100 и 1 196 700. Страница КБОООН на Фейсбуке зарегистрировала рекордное число обращений в ходе данной кампании, а #2016WDCD стал наиболее популярным хэштегом в Твиттере 17 июня. Более 380 человек присоединились к онлайн-обязательству и приняли участие в онлайн-конкурсе в рамках этой кампании. Некоторые страны, такие как Португалия и Бразилия, праздновали ВДБО и своих «Нацио-

нальных лидеров в решении проблемы засушливых земель» в один и тот же день.

6. Государственное управление лесного хозяйства Китая (ГУЛХ) организовало празднование ВДБО во всемирном масштабе и глобальный диалог на высоком уровне по Инициативе совместных действий «Пояса и пути» по борьбе с опустыниванием. В число участников высокого уровня входили Е.П. г-н Ван Ян, заместитель премьер-министра Китая, Е.П. г-жа Тарья Халонен, бывший Президент Финляндии и посол КБОООН по проблеме засушливых земель, и девять министров и заместителей министров из восьми стран (Аргентины, Китая, Кыргызстана, Монголии, Намибии, Нигера, Республики Корея и Турции). Генеральный секретарь Организации Объединенных Наций направил видеопослание участникам данного мероприятия, число которых составило 400 человек<sup>1</sup>.

7. Празднование ВДБО во всемирном масштабе в 2017 году намечено провести 15 июня 2017 года в Уагадугу, Буркина-Фасо, под эгидой Министерства охраны окружающей среды, «зеленой» экономики и изменения климата Буркина-Фасо. На момент подготовки настоящего доклада, ожидалось, что участие в этом мероприятии примут 3 главы государств и 10 министров. Откроет данное мероприятие Е.П. г-н Рок Марк Кристиан Каборе, Президент Буркина-Фасо. В ходе празднования ВДБО 2017 года в рамках темы 2017 планируется провести министерский форум высокого уровня на тему «Наша земля. Наш дом. Наше будущее».

## **В. Распространение информации**

8. В ходе независимой оценки информационно-пропагандистской деятельности в рамках КБОООН респонденты перечислили свои предпочтительные каналы получения информации. На первом месте шла электронная почта, за которой следовали веб-сайт и печатные материалы. В течение рассматриваемого отчетного периода секретариат активизировал распространение информации с помощью переписки по электронной почте. Электронные бюллетени сводятся в новостные сообщения КБОООН, рассылаемые раз в две недели начиная с января 2017 года, в которых особое внимание уделяется последним новостям и событиям. В настоящее время рассылка новостных сообщений КБОООН производится более 23 000 действующим подписчикам. В течение данного отчетного периода были также изданы 17 публикаций, все из которых были переведены на по крайней мере французский и испанский языки, а некоторые – и на другие языки Организации Объединенных Наций.

9. Библиотека и электронный каталог КБОООН включены в ресурсы Центра знаний (см. ниже) с октября 2016 года.

## **С. Интернет и социальные сети**

10. Веб-сайт КБОООН является основной коммуникационной платформой Конвенции. Согласно итогам независимой оценки, число упоминаний о КБОООН на веб-сайтах других организаций, являющееся показателем актуальности и влияния КБОООН, выросло более чем в два раза за период с 2012 года по 2015 год. Было отмечено также значительное увеличение числа ссылок на КБОООН в режиме онлайн в связи с крупными глобальными проблемами, такими как продовольственная безопасность, миграция и изменение климата.

<sup>1</sup> Подробный доклад о мероприятии празднования ВДБО во всемирном масштабе размещен по адресу [http://www.unccd.int/en/programmes/Event-and-campaigns/WDCD/wdcd2016/Pages/Beijing\\_WDCD\\_Report.aspx](http://www.unccd.int/en/programmes/Event-and-campaigns/WDCD/wdcd2016/Pages/Beijing_WDCD_Report.aspx).

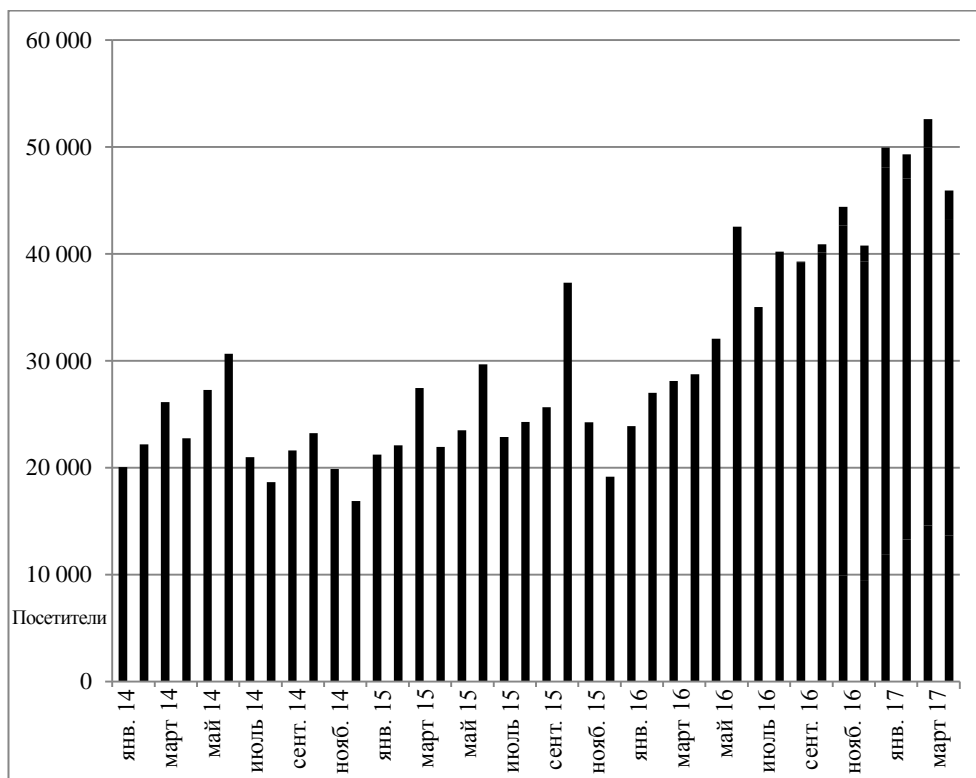
11. При этом оценка выявила некоторые слабые стороны веб-сайта КБОООН, включая низкий уровень взаимодействия с пользователями, замкнутость на себе и неинтуитивную структуру и навигацию. По итогам оценки было рекомендовано срочно провести масштабное перепроектирование веб-сайта. Исходя из этого секретариат приступил к разработке нового веб-сайта в августе 2016 года. Новый веб-сайт был запущен в ноябре 2016 года, и полная миграция со старой платформы, как ожидается, будет завершена к июлю 2017 года.

12. Новый веб-сайт содержит информацию о работе секретариата и ГМ и функционирует в тесном взаимодействии с Центром знаний КБОООН, который начал действовать в ноябре 2016 года. Центр знаний (в то время Портал для посредничества в распространении научных знаний) был усовершенствован в соответствии с решением 20/COP.12 в целях облегчения и поощрения доступа к соответствующей информации из многочисленных источников через Интернет, мобильные телефоны и другие каналы связи. Дополнительная информация о Центре знаний КБОООН содержится в документе ICCD/COP(13)/CST/8.

13. Диаграмма 1 иллюстрирует динамику числа уникальных посетителей за период с января 2014 года. Эти цифры отличаются от предыдущих докладов по тому же вопросу для КС, поскольку предыдущие доклады были подготовлены с помощью SharePoint, старой системы управления контентом веб-сайта КБОООН. Статистические данные, отраженные на диаграмме 1, были получены с помощью инструмента Google Analytics, который предоставляет более подробную информацию. По причине ограничений охвата Google данная статистика, однако, не учитывает всех посетителей веб-сайта КБОООН. Тем не менее приводимая диаграмма свидетельствует о явном увеличении числа посетителей с момента запуска нового веб-сайта. Существенное увеличение числа посещений после ноября 2015 года обусловлено главным образом посещениями веб-страницы Рыночной площадки по созданию потенциала.

Диаграмма 1

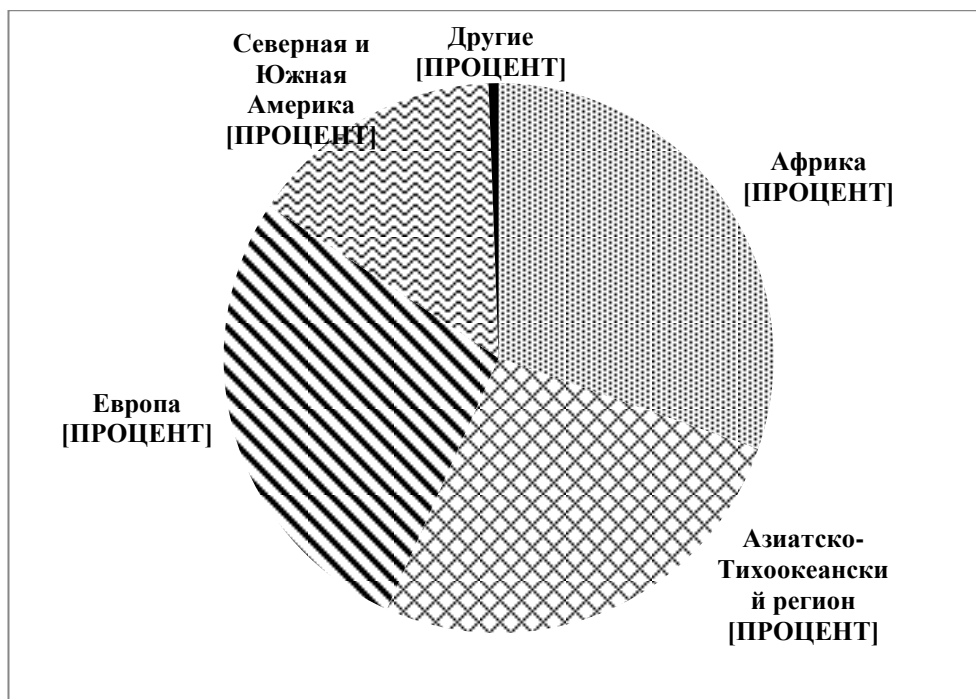
**Динамика числа посетителей веб-сайта КБОООН в период с января 2014 года по март 2017 года**



14. Как показано на диаграмме 2, большинство пользователей приходится на Африку, за которой следуют Европа и Азиатско-Тихоокеанский регион<sup>2</sup>. Согласно результатам отдельного анализа, пять городов, являющихся лидерами по посещаемости веб-сайта КБОООН, расположены в Африке.

Диаграмма 2

**Посещаемость веб-сайта КБОООН в разбивке по континентам согласно статистике Google Analytics**



15. В докладе об оценке был отмечен значительный рост активности в социальных сетях, хотя и с низкого уровня, причем число подписчиков в Твиттере и лайков в Фейсбуке выросло примерно на 400% и 550% соответственно в период между 2012 и 2015 годом. Ниже приводимая таблица иллюстрирует рост популярности КБОООН в социальных сетях в период с июня 2015 года по май 2017 года. Зарегистрированный социальный охват достиг 444 100 обращений в Твиттере и свыше 1 млн. в Вейбо в ходе онлайн-кампаний, таких как Электронный форум, «Расширение прав и возможностей молодежи путем создания зеленых "рабочих мест"» и «Конкурс молодых активистов социальных сетей "Земля для жизни: Тот ли ты?"». Количество просмотров твитов этих кампаний достигло 6 437, в то время как кампания партнерства с организациями гражданского общества (ОГО) и другими организациями системы Организации Объединенных Наций также расширила свой информационный охват. В среднем социальный охват в месяц начиная с января 2017 года составляет 90 000 просмотров.

Таблица

**Информационно-пропагандистская работа в социальных сетях**

Инструмент социальных сетей	Охват в июне 2015 года	Охват в мае 2017 года	Примерный прирост
Фейсбук	13 504 лайка	17 604 лайка	30,4%
Твиттер	6 328 подписчиков	13 041 подписчик	106,1%
Вейбо	33 760 последователей	34 933 последователя	3,5%

<sup>2</sup> Следует отметить ограниченность Google Analytic по причине его охвата.

#### **D. Пропаганда передовой практики: программа «Земля для жизни»**

16. В ходе обзора, проведенного в 2015 году, программа «Земля для жизни» была восстановлена и в настоящее время функционирует в рамках двух основных компонентов: i) премии «Земля для жизни» и ii) компонента поддержки повышению осведомленности и укреплению базы знаний. Данная премия вызывает значительный интерес среди широкой общественности, организаций гражданского общества и национальных координационных центров КБООН в рамках поиска кандидатов, особенно в ходе процессов выдвижения кандидатов. Она играет важную роль в повышении авторитета КБООН, а также в деле сбора примеров передовой практики УУЗР.

#### **E. Информирование общественности и определение повестки дня средствами массовой информации**

17. Основным инструментом информационно-пропагандистской работы с помощью средств массовой информации КБООН является база данных по средствам массовой информации, число подписчиков которой увеличилось с 1 000 в 2009 году до более 4 000 к концу рассматриваемого двухгодичного периода. По данным системы обратной связи, все распространяемые материалы средств массовой информации читают примерно 20% подписчиков. В течение отчетного периода охват был расширен благодаря партнерству и сотрудничеству с другими партнерами Организации Объединенных Наций и межправительственными партнерами, в частности с Программой Организации Объединенных Наций по окружающей среде, Рамочной конвенцией Организации Объединенных Наций об изменении климата (РКИКООН) и Департаментом общественной информации Организации Объединенных Наций. Стратегическое информирование продолжалось с использованием связей, налаженных с отдельными журналистами, работающими в глобальных средствах массовой информации или телеграфных агентствах, таких как «Рейтерс», «Интерпресс-сервис» (IPS), SciDev, «Синьхуа» и «Ла Пренса». В течение рассматриваемого двухгодичного периода главными аудиториями являлись разработчики политики и директивные органы, деловые круги, неправительственные организации и сообщества по вопросам развития.

18. Как минимум 30 информационных материалов распространяются секретариатом ежегодно, включая мнения и интервью. Секретариат принял стратегическое решение превратить послания, публикуемые в связи с Днями Организации Объединенных Наций, в мнения, которые впоследствии размещаются на веб-сайте КБООН. Это позволило публиковать послания секретариата на медийных платформах, обеспечивающих охват новых групп широкой общественности.

19. КБООН наладила партнерство с агентством IPS для ориентации прямого информирования общественности по тематике нейтральности деградации земель (НЛЗ) на нишевых читателях и платформы национального уровня и платформы, к которым секретариат не имеет доступа. Агентство IPS подготовило ряд материалов, которые широко распространялись с помощью различных каналов: подписчиков средств массовой информации, которые воспроизводили данные статьи на своих собственных платформах; информационных бюллетеней, имеющих более 200 000 подписчиков; и социальных сетей, обеспечивающих до 500 000 подписчиков. В зависимости от направленности эти материалы затем переводились на испанский, португальский, французский, нидерландский, финский, шведский и немецкий языки и на суахили. Партнерство с IPS, являющимся крупнейшим телеграфным агентством журналистов из развивающихся стран, обеспечило распространение материалов КБООН в развивающихся странах. Так, например, материалы о засухе на Шри-Ланке и расширении прав и возможностей женщин в Эфиопии были подхвачены нишевыми сред-

ствами массовой информации в Северной и Южной Америке и Карибском бассейне, а статья, опубликованная по случаю Международного женского дня, была распространена во всем мире еще 100 средствами массовой информации на английском, французском и испанском языках.

20. В ходе рассматриваемого двухгодичного периода были проведены два учебных совещания для сотрудников средств массовой информации. Агентство IPS в сотрудничестве с КБОООН и Фондом Организации Объединенных Наций организовало рабочее совещание по укреплению потенциала для сотрудников средств массовой информации, представителей гражданского общества, академических кругов и должностных лиц Организации Объединенных Наций и стажеров в Бонне 25–28 октября 2016 года. Основное внимание было уделено ЦУР с акцентом на борьбу с опустыниванием, засухой и изменением климата. На нем присутствовали 70 участников, некоторые из которых опубликовали статьи об этом мероприятии. Венгрия также организовала недельное учебное рабочее совещание для сотрудников средств массовой информации с 11 по 14 апреля 2017 года в Грузии при поддержке ГАМС и в сотрудничестве с КБОООН. Цель данного рабочего совещания состояла в формировании пула журналистов, пишущих об эрозии земель/почв и экологических проблемах в странах Южного Кавказа.

21. В целом количество упоминаний КБОООН в онлайн-изданиях и сообщениях увеличилось почти в два раза в течение последних трех лет при хорошем географическом охвате, включая статьи в крупных международных публикациях. Одним из ключевых достижений рассматриваемого двухгодичного периода является съемка фильма National Geographic, посвященного комбинированному воздействию опустынивания и изменения климата в Сахеле в качестве движущей силы миграции в регионе и в Европу. Данная инициатива и партнерство вызвали беспрецедентный интерес со стороны других глобальных средств массовой информации, таких как Британская радиовещательная корпорация, «Аль-Джазира» и «Монд», которые также освещали эту тему в тот же период. Еще одним беспрецедентным событием стала публикация в «Нью-Йорк Таймс» трех авторских статей и на первой странице новостного сообщения об этом фильме.

22. К КБОООН все чаще обращаются с просьбами дать интервью и предоставить материалы газеты, журналы и авторы публикаций, читаемых аудиториями развитых стран. От Сторон, участвующих в Программе установления целевых показателей НДЗ, поступило беспрецедентное число просьб об оказании помощи в укреплении потенциала журналистов на национальном уровне в целях повышения уровня осведомленности о вопросах, связанных с НДЗ, и, в будущем, распространения информации об успешных примерах и передовой практике. Официальные совещания и мероприятия КБОООН также служат стратегической возможностью для других межправительственных организаций в плане информирования своей широкой общественности. Возникающие проблемы, такие как миграция, энергетический кризис и засуха, служат стратегическими поводами для информирования общественности.

23. Некоторые ключевые меры по совершенствованию взаимодействия со средствами массовой информации включают в себя: i) обеспечение доступа к надежным исследовательским и научным данным о возникающих проблемах; ii) переориентирование посланий на привлечение приоритетного внимания людей к земле<sup>3</sup> и популяризацию Конвенции в качестве инструмента реализации надежд и чаяний людей; iii) подготовку программных материалов КБОООН к мероприятиям, собирающим вместе основных действующих субъектов; и iv) разработку знаковой или символической концепции/образа, ассоциируемых с Конвенцией и вдохновляющих людей на действия. Так, например, концепция «растущего восхищения миром» ГМ позволила превратить инициативу

<sup>3</sup> Руководящим принципом для национальных и глобальных средства массовой информации служит лозунг «Чем больше, тем интереснее новость».



«Великая зеленая стена для Сахары и Сахеля» из объекта циничных высказываний в средствах массовой информации в широко востребованное партнерство.

## **Е. Послы по проблеме засушливых районов и знаменитости**

24. В течение отчетного периода Послы по проблеме засушливых районов принимали участие в: i) акциях социальных сетей и мероприятиях по празднованию Всемирного дня в 2016 году; ii) организации выставки «Спасем Землю, спасем земли» в Центральном учреждении Организации Объединенных Наций, которую открыл бывший Генеральный секретарь Организации Объединенных Наций Пан Ги Мун; и iii) национальных мероприятиях в качестве основных докладчиков и экспертов.

25. Поскольку большинство из действующих Послов осуществляли эти функции за свой счет, Программа Послов по проблеме засушливых районов не всегда была ориентирована на потребности. Возможно, необходимо рассмотреть эту Программу под иным углом зрения для получения максимальной отдачи от поддержки этих авторитетных общественных деятелей с учетом будущих стратегических рамок.

## **Г. Десятилетие Организации Объединенных Наций, посвященное пустыням и борьбе с опустыниванием**

26. В решении 4/COP.12 секретариату было поручено находить в материалах по проектам УУЗР вдохновляющие и представляющие интерес для людей истории и свидетельства для их пропагандирования и распространения, с тем чтобы обеспечить осведомленность и поддержку общественности в деле решения проблем ОДЗЗ путем максимизации экспертного опыта и преимуществ, доступных благодаря МУЦГ по Десятилетию Организации Объединенных Наций, посвященному пустыням и борьбе с опустыниванием. В 2016 году секретариат обратился с двумя официальными призывами к заинтересованным сторонам КБОООН представить способные вызвать интерес у людей истории. Он также предложил членам МУЦГ представить примеры своей деятельности на местах и свидетельства лиц, извлекающих пользу из этих проектов/мероприятий.

27. При финансовой поддержке Всемирного банка/«ТеррАфрика» представленные материалы были опубликованы в серии *Land for Life: Create Life, Transform Live* на английском и французском языках. В этой книге описываются выгоды устойчивого управления земельными и водными ресурсами в интересах обеспечения безопасности человека с использованием в качестве ключевых тем адаптации к изменению климата, прекращения вынужденной миграции, ликвидации нищеты и повышения благосостояния. Около 300 печатных экземпляров были распространены на пятнадцатой сессии Комитета по рассмотрению осуществления Конвенции партнерами и через Интернет. Данная инициатива позволила получить около 100 высококачественных изображений примеров рекультивации земель в Африке и Азии, которые фигурируют в публикациях КБОООН. Трехминутное видео в социальных сетях и 27-минутный фильм широковещательного доступа были подготовлены в качестве продолжения 10-минутного фильма, подготовленного на КС 12. Эти три фильма предлагались для бесплатного использования всеми заинтересованными сторонами в рамках проведения Всемирного дня 2017 года.

28. Члены Целевой группы продолжали содействовать расширению прав и возможностей женщин путем: i) повышения осведомленности о негативных последствиях гендерного неравенства в области землепользования и управления земельными ресурсами; ii) мобилизации новых партнеров в поддержку расширения прав и возможностей женщин в рамках Конвенции; iii) обмена информацией о достижениях КБОООН на форумах других многосторонних природоохранных соглашений, таких как Глобальный экологический фонд и

РКИКООН; и iv) оказания технической консультационной помощи секретариату по гендерным вопросам. Партнеры приступили в мае 2017 года к подготовке мероприятия, посвященного Дню гендерного равенства, в ходе КС 13. Заинтересованность и степень участия членов Целевой группы являются различными, однако существует желание отметить с широким резонансом завершение Десятилетия Организации Объединенных Наций в 2020 году.

### III. Новый логотип Конвенции Организации Объединенных Наций по борьбе с опустыниванием

29. В докладе об оценке было также рекомендовано улучшить зрительный образ Конвенции. Предыдущий логотип был разработан секретариатом в 1994 году, а в 2011 году он был несколько скорректирован для иллюстрации глобального характера проблемы опустынивания и деградации земель. Тем не менее данный зрительный образ часто подвергался критике как устаревший.

30. «Корпоративный» логотип КБОООН была пересмотрен с точки зрения его дизайна и стереотипизации, в результате чего в январе 2017 года был принят новый логотип. Новый «корпоративный» логотип (см. диаграмму 3) укрепляет позиционирование Конвенции и лучше транслирует внешней аудитории важность и срочность восстановления земель. Он сводит ключевые элементы Конвенции в элегантный и лаконичный образ, сразу же понятный международной аудитории. Речь идет о следующих элементах:

- a) ландшафт, указывающий на заботу о земле;
- b) рука, демонстрирующая присутствие человека;
- c) природа, обозначающая надежду, прогресс и жизнь;
- d) круг, символизирующий всеобъемлющую Конвенции с глобальным охватом;
- e) традиционный лавровый венок Организации Объединенных Наций, требующий уважения и демонстрирующий полномочность.

Диаграмма 3

#### Новый логотип КБОООН



**Организация Объединенных Наций**  
Конвенция по борьбе  
с опустыниванием

### IV. Будущие направления деятельности после завершения 10-летней стратегии

31. Как отмечалось в разделе «Справочная информация», текущая ВКС была разработана и осуществляется для оказания поддержки Стратегии. Сегодня необходимо разработать новую коммуникационную стратегию, которая дополнит собой будущие стратегические рамки следующей Стратегии.

32. Независимая оценка и ее итоги являются важными показателями для определения будущего направленности информационно-пропагандистской деятельности в рамках КБОООН. Некоторые из ключевых рекомендаций по итогам оценки уже были выполнены, включая реорганизацию веб-сайта КБОООН и зрительный образ Конвенции. Одна из важнейших рекомендаций в отношении информационно-пропагандистской деятельности в период после истечения срока действия Стратегии заключается в организации информационно-пропагандистской работы вокруг одного главного информационного посыла, четко обо-

значающего цель КБОООН, подкрепляемого небольшим числом проблемно-ориентированных информационных посылов.

33. Главный информационный посыл призван содействовать осуществлению будущих стратегических рамок Конвенции (ICCD/COP(13)/3). Кроме того, как рекомендовано в докладе об оценке, планы информационно-пропагандистской работы будут ориентированы на долгосрочные стратегические вопросы, а не мероприятия. Основные информационные продукты КБОООН, такие как «Глобальные земельные перспективы», могут быть преобразованы в стратегическую информационно-пропагандистскую платформу. В то же время важно обеспечить, чтобы КБОООН по-прежнему воспринималась в качестве Конвенции, в центре которого находится человек, которая содействует реализации чаяний людей благодаря УУЗР.

34. Кроме того, в докладе об оценке было рекомендовано разработать краткую и сжатую коммуникационную стратегию и указано, что нынешняя ВКС выходит за рамки ресурсов КБОООН.

## V. Выводы и рекомендации

35. В оценке информационно-пропагандистской деятельности была подчеркнута эффективность данной деятельности, осуществляемой секретариатом в рамках ВКС. Однако некоторые области требуют усовершенствования.

36. В следующей коммуникационной стратегии следует сделать упор на укрепление авторитета «корпоративного» логотипа КБОООН, который органично поддерживает информационно-разъяснительную и пропагандистскую работу секретариата и ГМ среди всех заинтересованных сторон, включая директивные органы, инвесторов, женщин, молодежи, коренных народов и землепользователей. Существует также необходимость в укреплении взаимодействия с общественностью и более широким кругом руководителей и исполнителей на страновом уровне в целях дальнейшего осуществления Конвенции благодаря усилиям, направленным на достижение НДЗ.

37. Существует необходимость в постоянной пропаганде НДЗ в качестве инструмента осуществления Конвенции и в качестве одного из способов повышения устойчивости экосистем и населения. Информационно-пропагандистская деятельность должна быть еще больше ориентирована на достижение этой цели и результатов будущих стратегических рамок Конвенции.

38. Исходя из вышесказанного Стороны, возможно, пожелают:

а) разработать рамки для краткой коммуникационной стратегии с указанием ключевых целей, информационных посылов и каналов для обеспечения согласованности с позициями и зрительным образом КБОООН исходя из результатов будущих стратегических рамок Конвенции;

б) разработать также общую концепцию, отражающую работу КБОООН и пропагандирующую НДЗ в качестве инструмента осуществления Конвенции и многочисленных ЦУР, подкрепляемую небольшим числом проблемно-ориентированных информационных посылов, касающихся новых вопросов, связанных с Конвенцией;

в) преобразовать согласованные элементы информационно-пропагандистской политики КБОООН в полезные инструменты принятия решений (брошюры, справочники и инструменты, инфографику), способствующие вертикальному распространению и интеграции в национальные меры по осуществлению;

d) повысить эффективность ведения информационно-пропагандистской работы через средства массовой информации благодаря партнерству, а также разработать и согласовать подписную базу данных с новой стратегией, организовать обучение сотрудников средств массовой информации, расширить публикацию материалов, ориентированных на людей, улучшить подготовку и распространение информационных продуктов;

e) повышать значение УУЗР в глазах широкой общественности путем распространения данных, видеороликов и графических материалов, а обеспечения также доступа и стимулов в целях более эффективного содействия осуществлению Конвенции с использованием НДЗ в качестве одного из инструментов;

f) создать основу для более эффективной пропаганды передовой практики и укрепления потенциала основных заинтересованных сторон в целях вертикального распространения наиболее подходящих подходов или новых или более приемлемых технологий;

g) поощрять участие КБОООН в стратегических информационно-пропагандистских и резонансных мероприятиях, включая ежегодное празднование Всемирного дня борьбы с опустыниванием и ДПБОООН, которые обеспечивают наибольшую отдачу и охват, но не ограничиваясь ими;

h) улучшить узнаваемость зрительного образа КБОООН путем подготовки материалов с «корпоративным» логотипом и обеспечения размещения на веб-сайте КБОООН, в социальных сетях, информационных бюллетенях и библиотечных информационных сервисах динамичного и интерактивного контента;

i) расширить охват информационно-пропагандистской деятельности путем использования страницы КБОООН в социальных сетях в качестве одной из основных коммуникационных платформ в сочетании с другими цифровыми платформами, в частности с веб-сайтом.

39. В приложении к настоящему документу приводится таблица, содержащая смету финансовых потребностей для осуществления описанной выше в пункте 38 деятельности, которая должна финансироваться за счет внебюджетных ресурсов.

## Приложение

### Финансовые потребности для осуществления деятельности, которая должна финансироваться за счет внебюджетных ресурсов

В нижеприводимой таблице указаны бюджетные потребности для осуществления деятельности, описанной в пункте 38 настоящего документа.

Таблица  
Виды деятельности и сметные расходы

<i>Вид деятельности</i>	<i>Сметные расходы (в евро)</i>
Обеспечение информационно-пропагандистской поддержки программных посланий (брошюры, мероприятия, визуальные материалы для презентаций)	10 000 <sup>a</sup>
Укрепление информационно-пропагандистской деятельности и взаимодействия с использованием веб-сайта, платформ социальных сетей и в рамках соответствующих международных мероприятий	80 000 <sup>a</sup>
Организация обучения журналистов национального уровня и уровня сообществ по вопросам работы с медиа-ресурсами	25 000 <sup>a</sup>
Привлечение Послов по проблеме засушливых районов к пропагандистской деятельности и лоббированию на целевых мероприятиях	10 000 <sup>a</sup>
Организация проведения Всемирного дня борьбы с опустыниванием на глобальном уровне	50 000 <sup>a</sup>
Программа «Земля для жизни» (онлайн-кампании, публикации/рекламно-информационные материалы, премия «Земля для жизни»)	270 000 <sup>b</sup>
<b>Итого внебюджетных средств</b>	<b>445 000</b>

<sup>a</sup> Если выделение средств не будет обеспечено, то данный вид деятельности будет осуществляться в сокращенном объеме.

<sup>b</sup> Выделение средств обеспечено.