



联合国
粮食及
农业组织

Food and Agriculture
Organization of the
United Nations

Organisation des Nations
Unies pour l'alimentation
et l'agriculture

Продовольственная и
сельскохозяйственная организация
Объединенных Наций

Organización de las
Naciones Unidas para la
Alimentación y la Agricultura

منظمة
الأغذية والزراعة
للأمم المتحدة

КОМИССИЯ ПО ФИТОСАНИТАРНЫМ МЕРАМ

Десятая сессия
Рим, 16-20 марта 2015 года
План коммуникационной работы
Пункт 13.1 повестки дня
Подготовлен Секретариатом МККЗР¹

I. Коммуникационная деятельность МККЗР

1. Цель настоящего документа – представить план коммуникационной работы МККЗР для рассмотрения КФМ до того, как поступят дополнительные ресурсы. Для достижения максимальной эффективности МККЗР должна постоянно продвигать свои цели, планы, мероприятия и результаты. Только задействовав подобные коммуникационные подходы и информационно-пропагандистские меры, МККЗР сможет обрести устойчивую общественно-политическую поддержку для обеспечения стабильного финансирования. Наличие серьезной программы информационно-пропагандистской работы будет полезным для всех программ МККЗР.

2. Дополнительное внимание следует обратить на объявленный "Год охраны здоровья растений". Его проведение создаст прекрасную возможность для повышения осведомленности о МККЗР. Это потребует много работы и усилий не только от Секретариата: проведение Года должно также стать неотъемлемой частью плана коммуникационной работы.

3. В начале 2014 года была проведена оценка потребностей МККЗР в области коммуникации, затем был разработан примерный проект плана работы, более тщательно проработанный вариант которого представлен здесь для утверждения КФМ. После оценки потребностей последующие действия делятся на три категории:

- 1) дополнительное изучение ситуации;
- 2) реализация коммуникационной стратегии; а также

¹ Были добавлены решения КФМ и 26 февраля 2015 года выпущена пересмотренная редакция документа rev.01

- 3) изменение дизайна веб-сайта.
4. Некоторые мероприятия, связанные с этими категориями, уже начались, а именно – изменение дизайна веб-сайта.
5. Хотя согласно проекту плана работы мероприятия, относящиеся к трем указанным категориям, следует осуществлять в определенной очередности, было признано, что изменение дизайна веб-сайта имеет решающее значение по ряду причин. Следовательно, работа была проведена незамедлительно. При необходимости веб-сайт можно будет доработать.
6. Что касается первой категории рабочего плана (дополнительное изучение ситуации), в ходе оценки потребностей были выявлены несколько пунктов, по которым необходимо провести дополнительные исследования:
- выяснить, насколько велика потребность в публикациях МККЗР на языках, помимо шести официальных языков ООН;
 - изучить механизмы облегчения работы по переводу и повышения качества переводов;
 - изучить соответствующие каналы доведения информации до партнеров, не имеющих надежного доступа в Интернет;
 - изучить возможность печати бумажной версии по запросу;
 - определить причины, по которым сайт МККЗР, социальные сети и рассылки по электронной почте обычно не используются в качестве каналов связи;
 - выяснить, почему некоторые НОКЗР/РОКЗР связываются с заинтересованными сторонами чаще, чем другие, и к каким это может привести последствиям;
 - предоставить доступ к фитосанитарным исходным данным, которые могли бы быть использованы в целях продвижения миссии МККЗР;
 - создать основные коммуникационные сети, которые могут быть использованы для более эффективного направления и оценки сообщений МККЗР.
7. После рассмотрения вышеуказанных пунктов согласно рабочему плану можно будет приступить к реализации коммуникационной стратегии МККЗР.
8. В целом, коммуникационная стратегия представляет собой хорошую основу для пересмотра существующего, амбициозного проекта рабочего плана, с тем чтобы он лучше отвечал потребностям Секретариата МККЗР и заинтересованных сторон. Одним из факторов, который необходимо учесть в ходе этого пересмотра, является то, что, в то время как предыдущий проект плана коммуникационной работы ориентирован на продукты, в ходе оценки потребностей было признано важным улучшить некоторые процессы, такие как использование коммуникаций для укрепления отношений, а также повышение адресности коммуникационной работы.
9. Хотя в предыдущем проекте рабочего плана, представленном на седьмой сессии КФМ (2012 год), были четко определены намеченные мероприятия, в нем не была указана целевая аудитория. При отсутствии четко определенной аудитории (не более трех категорий) любая попытка коммуникации в конечном итоге будет бесполезной. После обсуждения в Бюро и на ГСП были определены три приоритетные целевые группы: 1) доноры, 2) Договаривающиеся Стороны Конвенции и 3) ФАО (внутренняя).
10. В дополнение к определению аудитории очень важно указать цель для каждой аудитории: чего мы добиваемся от них с помощью нашей информации? Без целей невозможно отслеживать эффективность коммуникационной деятельности.
11. В ходе оценки потребностей были отмечены другие элементы и идеи, которые должны учитываться в процессе реализации стратегии. Речь идет о следующих элементах, перечисленных в произвольном порядке:
- Использование коммуникации для укрепления отношений МККЗР с договаривающимися сторонами (министерства сельского хозяйства) и НОКЗР/РОКЗР.

- При разработке сообщений следует руководствоваться темами, выбранными заинтересованными сторонами в качестве наиболее важных. Эти темы включают значимость МККЗР и организаций по карантину и защите растений (связи с общественностью), а также стандарты и Рамочную программу МККЗР.
- Сообщения должны связать работу МККЗР и ее партнеров с обеспечением продовольственной безопасности – темой, которая глубоко заботит людей.
- Маркетинг публикаций МККЗР.
- Осуществление информационно-пропагандистской деятельности, предназначенной для широкой общественности.
- Использование социальных сетей для продвижения сообщений.
- Мониторинг и оценка эффективности коммуникации МККЗР.
- Разработка плана антикризисных коммуникаций.
- Обеспечение согласованности и доступности сообщений (без жаргона!) и дизайн.
- Использование традиционных средств массовой информации.
- Планирование коммуникационного компонента до начала инициативы.
- Обеспечение эффективных коммуникаций, как внутри организации, так и за ее пределами.

12. Очевидно, что невозможно предпринимать дальнейшие действия, если все вышеуказанные пункты будут иметь одинаковый приоритет, поэтому они должны быть рассмотрены и реализованы поэтапно.

13. Третья коммуникационная категория, которой необходимо заняться, – это изменение дизайна веб-сайта. Секретариат недавно создал веб-страницу www.phytopsanitary.info, дизайн и структура которой являются основой для предлагаемых изменений на МФП. Рекомендуется также разделить веб-сайт как минимум на два самостоятельных раздела, а возможно и создать два отдельных веб-сайта: один – для широкой аудитории и доноров, а другой – для Секретариата и договаривающихся сторон. Эта деятельность была начата с признания того, что веб-сайт обеспечит достижение целей коммуникационной стратегии МККЗР лишь при условии постоянного анализа его содержания и обновления по мере необходимости.

II. Проект плана работы

14. План работы следует рассматривать как постоянно изменяемый документ, регулярный его пересмотр должен быть основным элементом. Как отмечалось выше, рекомендуется не акцентировать внимание на продукты, а сосредоточиться на процессах. После того как процессы будут проработаны и начнут функционировать, можно будет обратить внимание в сторону продуктов, которые должны быть разработаны в ходе этих процессов. В приведенной ниже таблице фигурируют некоторые мероприятия из предыдущего проекта плана работы, ряд других добавлены с учетом их значимости. За каждым мероприятием по существу стоит более подробный набор задач, решение которых позволит проделать необходимую работу, получить продукт, а также добиться определенных результатов.

15. КФМ предлагается:

- *рассмотреть* предлагаемый План коммуникационной работы МККР и *дать свои комментарии*,
- *утвердить* План коммуникационной работы МККЗР.

Ряд №	Мероприятие	Примечания	Предлагаемые сроки/Ресурсы
1	Дополнительное изучение	<p>Как изложено выше, некоторые вопросы требуют дополнительного изучения и обдумывания. Не все из них обязательно являются равно значимыми. Это изучение должно быть проведено на индивидуальной основе в рамках укрепления отношений.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Выяснить, насколько велика потребность в публикациях МККЗР на языках, помимо шести официальных языков ООН. • Изучить механизмы облегчения работы по переводу и повышения качества переводов. • Изучить соответствующие каналы связи с партнерами, не имеющими надежного доступа в Интернет. • Изучить возможность печати бумажной версии по запросу. • Определить причины, по которым сайт МККЗР, социальные сети и рассылки по электронной почте обычно не используются в качестве каналов связи. • Выяснить, почему некоторые НОКЗР/РОКЗР связываются с заинтересованными сторонами чаще, чем другие, и к каким это может привести последствиям. • Предоставить доступ к фитосанитарным исходным данным, которые могли бы быть использованы в целях продвижения миссии МККЗР. • Создать основные коммуникационные сети, которые могут быть использованы для более эффективного направления и оценки сообщений МККЗР. <p>Некоторые из этих задач необходимо решать в первую очередь так, чтобы другие задачи могли быть реализованы на их основе.</p>	Проводится, 4-й квартал 2014 года

Ряд №	Мероприятие	Примечания	Предлагаемые сроки/Ресурсы
2	Определение аудитории, сообщения, цели	<p>Крайне важно определить приоритетные категории адресатов и направлять почти все коммуникационные усилия на них. Какие сообщения каждая из них должна получать и что предлагается сделать каждой из этих категорий?</p> <p>Это позволит определить содержание других видов деятельности.</p> <p>Определены три категории адресатов: 1) доноры, 2) договаривающиеся стороны МККЗР и 3) ФАО (внутренняя) для участия, финансовой поддержки и поддержки деятельности МККЗР.</p> <p>Главной целью должно стать повышение нашей репутации и престижа, с тем чтобы аудитория четко осознала, насколько важна МККЗР для мирового сообщества.</p> <p>Сообщения должны быть сосредоточены на значимости деятельности в рамках МККЗР ("защита мировых растительных ресурсов от вредных организмов"), а также на потребности в ресурсах для обеспечения ее непрерывности и успеха. Для лучшего восприятия сообщений и их широкого распространения следует использовать броские изображения.</p>	Проводится, 4-й квартал 2014 года
3	Редакционная система	<p>Решающее значение для всего предприятия. Кто отвечает за коммуникации? Какие каналы они используют? Кто будет давать содержание? Какого рода содержание? Как часто?</p> <p>Это сердце стратегических коммуникаций и приоритет номер один для того, чтобы все остальное тоже двигалось вперед. МККЗР должна как можно скорее создать и расширить редакционную систему.</p> <p>Редакционная система включает существующие мероприятия в социальных сетях и регулярную публикацию новых статей о текущей деятельности.</p> <p>Чтобы сделать это правильно, необходим профессиональный автор/редактор, а также добрая воля ДС, которые могли бы предоставлять материалы, необходимые для эффективной коммуникационной работы.</p>	1-й, 2-й квартал 2015 года

Ряд №	Мероприятие	Примечания	Предлагаемые сроки/Ресурсы
4	Веб-сайт	<p>В докладе определены быстрые победы и более глубокие структурные изменения в среднесрочной и долгосрочной перспективе. Будет важно установить цели для веб-сайта, создать небольшую, отдельную команду, собрать мнения и реализовать их.</p> <p>Крайне важно признать, что веб-сайт требует постоянного обновления: нельзя просто создать его и забыть.</p> <p>Общий вид сайта в настоящее время изменился, но предстоит еще много работы.</p>	<p>4-й квартал 2014 года, запуск программного обеспечения</p> <p>3-й, 4-й квартал 2015 года, полное изменение</p>
5	Каналы связи	<p>Как вы собираетесь поддерживать связь с аудиторией? Веб-сайт является основным хранилищем важной информации, но люди должны знать, что информация расположена именно там.</p> <p>В текущем плане работы "списки рассылки" являются вспомогательным компонентом. Они должны быть центральным элементом. Требуется тесное общение с редакционной системой и социальными сетями.</p> <p>Веб-сайт действительно является ключевым компонентом, но необходима более широкая медийная кампания: на других сайтах, в печати, подготовка новых видеоматериалов, и т.д. Кроме того пришло время выходить на нетрадиционных доноров.</p>	1-й квартал 2015 года

Ряд №	Мероприятие	Примечания	Предлагаемые сроки/Ресурсы
6	Мониторинг, оценка, пересмотр	<p>После определения аудитории и целей а также установления каналов коммуникации необходимо разработать критерии и инструменты мониторинга и оценки, а также применить их на практике. Использовать результаты для пересмотра коммуникационной деятельности.</p> <p>Мониторинг коммуникационной деятельности может осуществляться ежеквартально.</p> <p>Оценка может быть сделана на основе таких показателей, как: освещение в СМИ, использование сайта МККЗР, реакция аудитории, сопоставительный анализ по прошествии определенного времени, результаты сбора средств.</p> <p>Результаты должны быть использованы для периодического пересмотра коммуникационной деятельности МККЗР.</p>	<p>Начало в 4-м квартале 2014 года в качестве составной части других видов деятельности.</p> <p>2-й квартал 2015 года, пересмотр и обновление рабочего плана при консультировании с Бюро.</p>
7	Другие виды деятельности	Учредить рабочую группу для планирования, пропаганды и проведения "Международного года охраны здоровья растений".	Работа начата в 4-м квартале 2014 года