Т. С. Щорс

Российский государственный гуманитарный университет

Стратегический подход к коммуникации в международной политике: опыт реформы ООН

Глобализация оказала существенное влияние на развитие системы коммуникации ООН. В соответствии с программой реформ, принятой в начале XXI века, был взят курс на стратегический подход и внедрение «культуры коммуникации» на всех уровнях Организации. Коммуникация приобрела статус управленческой функции. Программа реформ предусматривала:

1) использование наряду с традиционными новых информационных технологий;

2) целенаправленное распространение информации и систематический сбор отзывов пользователей о ней (анализ эффективности коммуникации); 3) увеличение интеграции и повышение координации внутри системы при реализации стратегии коммуникации.

Традиционная система коммуникации ООН была построена на централизованных взаимодействиях между центром (Департаментом общественной информации (ДОИ)) и периферией (информационными центрами (ИЦ)). Благодаря стратегическому подходу происходит постепенное формирование сетевой структуры управления путем внедрения промежуточных звеньев в виде региональных центров (РЦ), обладающих большими ресурсами и потенциалом воздействия в регионе. РЦ и ИЦ являются в настоящее время «рупорами» ООН на местах. В основе стратегии коммуникации ООН поставлен принцип «Global view – local touch» («Глобальное видение – локальный подход»). Локальные звенья управления повышают скоординированность информационных сообщений, исходящих из Организации. Кроме того, компонентом стратегического подхода к коммуникации стал «клиент»-ориентированный подход. В соответствии с ним конкретизируются целевые аудитории коммуникации ООН. В результате стратегического подхода также сделана попытка включения оценки эффективности в процесс коммуникации. Она происходит, главным образом, за счет опросов общественного мнения об информации ООН на тематических сайтах и страницах ООН. В то же время почти отсутствуют международные исследования общественного мнения, а также качественные исследования характеристик восприятия аудиториями имиджа ООН.