



新闻委员会

第四十二届会议

2020年4月27日至5月8日

临时议程* 项目7

审议秘书长提交的报告

全球传播部的活动：战略传播服务

秘书长的报告

摘要

本报告根据大会第 [74/92 B](#) 号决议编写，概述了 2019 年 7 月至 2020 年 1 月期间全球传播部在通过战略传播服务向全球受众宣传联合国工作方面取得的主要进展。

战略传播服务次级方案是传播部的三个次级方案之一，由传播部战略传播司实施，负责为传播联合国关于优先议题的信息制定和执行战略。该司还负责管理传播部的外地办事处网络，即联合国新闻中心(新闻中心)。此外，作为联合国传播组及其特别工作组的秘书处，该司还致力于加强协调整个联合国系统的传播工作。

传播部其他次级方案(即新闻服务以及外联和知识服务)的活动在秘书长其他报告(分别为 [A/AC.198/2020/3](#) 和 [A/AC.198/2020/4](#))中另有说明。

* [A/AC.198/2020/1](#)。



一. 引言

1. 大会在第 74/92 B 号决议中表示注意到秘书长提交新闻委员会第四十一届会议审议的关于全球传播部活动的报告(A/AC.198/2019/2、A/AC.198/2019/3 和 A/AC.198/2019/4)，并请秘书长继续就传播部各项活动向新闻委员会提交报告。
2. 传播部特此提交所要求的关于战略传播服务的信息。
3. 本报告介绍了传播部在战略传播服务领域开展的活动，包括各项专题宣传活动概览、主要议题宣传活动概要以及联合国新闻中心网络各项活动及其在联合国发展系统改革中作用的简介。
4. 传播部在整个报告所述期间的战略旨在就优先议题提供权威信息，重点强调应对联合国议程上的主要挑战的解决方案，与受众互动接触，敦促他们采取行动。传播部一直在衡量其工作的影响，并致力于加强这一影响。传播部采用这些相互关联的办法，努力以多种方式推进本组织的任务。对内容进行了调整，使其触及不同的目标受众，从国际媒体机构到清洁海滩的学生，再到倡导终止暴力侵害妇女和女童行为的人权活动家。总部的工作以全球受众为目标，主要在传播部的数字平台上开展宣传活动，并采用新技术来促进人工智能支持的受众参与和行动。由于实施了联合国发展系统改革，联合国新闻中心与驻地协调员办公室密切合作，推动根据当地情况和受众调整内容和外联材料，并向联合国国家工作队提供战略传播支持。

二. 传播活动

A. 可持续发展

5. 传播部关于可持续发展和气候变化的传播战略主张在全球、国家和地方各级加快实现可持续发展目标的行动，强调迫切需要增强雄心，展示现有的途径和解决方案。秘书长于 2020 年 1 月启动的 2030 年之前可持续发展目标行动十年由民间社会伙伴进一步推广，社交媒体有力参与其中，并在地方和全球两级得到了联合国新闻中心、驻地协调员办公室和联合国系统各实体的广泛支持。可持续发展目标媒体契约、可持续发展目标媒体区和“立即行动”运动等持续举措使传播部能够建立新的伙伴关系，突出强调最佳做法，使参与本地化，并激励个人行动。
6. 大会第七十四届会议高级别周提供了一个重要交流机会，在“为人类和地球采取行动：一个星期，五场峰会，十七个目标”这一总主题下推动举行了五场与可持续发展目标有关的峰会。广泛的媒体外联，包括为此与外地办事处举行网播研讨会、为外地媒体代表举办背景简报会以及在峰会召开前广泛传播载有关键信息、事实和数字的综合信息包，成功地引导了关于峰会专题的说明，并促使媒体进行了强有力的报道，这为气候行动和可持续发展目标的实施提供了新的动力。在高级别周开始时，全球广泛报道了秘书长召集的 2019 年气候行动峰会和青年气候峰会，随后英国广播公司、有线电视新闻网、《纽约时报》、《经济学人》、《外交政策》、国家公共广播电台、路透社、《国家报》、雅虎新闻、新华社、《雅加达

邮报》、阿拉伯新闻和普拉萨·拉蒂纳等主要媒体对可持续发展目标峰会、全民健康覆盖问题高级别会议、发展筹资高级别对话以及审查落实《小岛屿发展中国家快速行动方式(萨摩亚途径)》过程中处理小岛屿发展中国家优先事项方面进展情况高级别会议进行了大量报道。

7. 全球各地的可持续发展目标媒体契约成员，包括《朝日新闻》、德意志电波电台、澳大利亚特别广播服务公司、频道电视台(尼日利亚)、凤凰卫视和欧洲新闻台，为在大会高级别周以及7月的可持续发展高级别政治论坛期间对可持续发展目标进行有力的媒体报道作出了贡献。秘书长于2018年发起的可持续发展目标媒体契约旨在利用新闻和娱乐公司的影响力推进可持续发展，已从31个创始成员发展到75个成员，横跨四大洲80个国家。最近增加的成员包括菲律宾有线电视新闻网、日本广播协会事业公司(日本)、ElShinta电台(印度尼西亚)、Sparknews和天空广播集团。契约成员每月从传播部收到专门的编辑资料包，包括数据、采访和影响故事，激励它们报道可持续发展目标。

8. 在高级别周期间举办的可持续发展目标媒体区活动使传播部得以放大各国政府、民间社会和私营部门的声音，通过直播讨论强调推动可持续发展目标取得进展的行动和解决方案，讨论由来自20家有影响力媒体的记者主持，其中包括半岛电视台、有线电视新闻网、英国广播公司世界服务、国家地理、美联社、南非广播公司、国家公共广播电台和SoundCloud，以及凤凰卫视、科学美国人、德意志电波电台和频道电视台等可持续发展目标媒体契约成员。46场会议有140多人发言，吸引了近40000人观看在线直播和点播视频，社交媒体上的“可持续发展目标直播”标签(#SDGLive)吸引了约25000万人次参与。在7月的可持续发展高级别政治论坛和11月在里斯本举行的网络峰会期间，还与PVBLIC基金会合作举办了可持续发展目标媒体区活动。

9. 除了主要联合国社交媒体账户外，传播部还通过专门账户GlobalGoalsUN宣传可持续发展目标，该账户的关注者人数继续增加。2019年底，脸书上的@GlobalGoalsUN账户有337000名关注者，与2018年相比增加了52000名，推特账户有319000名关注者，与2018年相比增加了44000名。传播部使用的“Global Goals”标签(#GlobalGoals)的参与率在9月份出现激增，参与人数达到350万，与前一个月相比增加了60%。

10. 多语可持续发展目标网站(www.un.org/sustainabledevelopment)成为un.org域名内浏览量最高的网站，全年浏览量超过2500万页次。仅在高级别期间(9月20日至10月1日)，可持续发展目标网站的浏览量就达到了1183250次，高于2018年同期的913600次。

11. 与全球移动通信系统协会共同制作的“SDGs in Action”移动应用程序(<https://sdgsinaction.com>)自2016年9月发布以来，下载量已超过114000次。这款应用程序以所有六种联合国正式语文提供有关可持续发展目标的信息。下载次数从2018年的平均每月3300次增加到2019年的每月5860次。

12. 传播部为几份联合国旗舰报告的发布提供了广泛的宣传支持，其中包括 7 月份的秘书长可持续发展目标年度报告以及 1 月份的《2020 年世界社会报告》和《2020 年世界经济形势与展望报告》，这些报告都得到了媒体的大力报道。《金融时报》、法国新闻社、路透社、雅虎财经和许多其他媒体都报道了秘书长 10 月份启动全球投资者促进可持续发展联盟的情况。

13. 传播部还与联合国系统内外的伙伴密切合作，宣传 11 月的互联网治理论坛以及多个国际日，包括与消除贫穷和消除暴力侵害妇女行为有关的国际日以及与青年、残疾人、全民健康覆盖和厕所有关的国际日。

14. 联合国新闻中心在动员世界各地的主要受众就可持续发展目标采取行动方面发挥了重要作用。例如，一场多方面的运动用乌克兰人自己的语言向数百万乌克兰人宣传了可持续发展目标。18 位名人在社交媒体上总共拥有 700 万名关注者，他们每人负责报道一个可持续发展目标，并转发了活动照片和信息。《ELLE》杂志还专题报道了有影响力的人士、关于他们所选目标的信息以及他们关心的原因。为了扩大信息，与活动有关的照片在以下地点展出：基辅的一个购物娱乐中心，参观者有 700 000 人；地铁中，月客运量为 350 万人次；议会。这次活动是由基辅联合国新闻中心与联合国国家工作队和驻地协调员办公室合作发起的。

15. 同样在 9 月份，71 个国家的约 3.85 亿家庭通过日内瓦联合国新闻处制作并在 France 24 电视台播出的 14 个短视频了解了可持续发展目标。

B. 气候变化

16. 传播部与秘书长办公厅密切合作，推动 9 月份的气候行动峰会和青年气候峰会。传播部通过战略指导和信息以及内容制作、数字推广、有影响的人士和联合国新闻中心的参与以及联合国系统合作伙伴的协调，在宣传峰会的目标和成果方面发挥了关键作用。秘书长气候变化问题特使举行了一系列新闻发布会，旨在引起人们对气候行动峰会的兴趣，每次发布会会有最多 40 名记者参加，他们进行了大量报道，在峰会召开前打造了势头。

17. 气候行动峰会多语网站的浏览量仅在高级别期间(9 月 20 日至 10 月 1 日)就达到了 576 578 页次，导致 un.org 网站独立用户数量在此期间增加了 39%，达到 350 万。

18. 在社交媒体上，推特和 Instagram 上的“气候行动”标签(#ClimateAction)仅在一周(9 月 19 日至 25 日)内就有近 500 万次参与，主要是由学生活动家格蕾塔·桑伯格和莱昂纳多·迪·卡普里奥和艾丹·加拉格尔等影响力人士推动的。

19. “立即行动”运动旨在气候行动峰会前动员世界各地人民，2019 年通过该运动的聊天机器人记录了 50 多万次单独气候行动。从回收到少开车、吃无肉餐和少用水，年轻人采取了行动，向世界各国领导人发出了是时候采取行动的信号。

20. 在与艺术部门的新合作中，传播部与非营利性组织 Art 2030 合作，推出了一个名为“与我呼吸”的参与性气候行动艺术装置，将联合国政要与纽约市中央公

园的公众联系起来。这个装置吸引了大量公众参与，法国新闻社、France24 电视台、纽约哥伦比亚广播公司和 Artnet 等媒体对此进行了报道。

21. 传播部还为宣传关于气候变化的主要报告的结论提供了广泛支持，包括政府间气候变化专门委员会关于气候变化和陆地的特别报告以及关于气候变化中的海洋和冰冻圈的特别报告、世界气象组织的“温室气体公报”、联合国环境规划署的《2019 年排放差距报告》和“秘书长关于 2019 年气候行动峰会和 2020 年前进道路的报告”。

22. 对于 12 月在马德里举行的联合国气候变化框架公约缔约方会议第二十五届会议，传播部利用其数字平台和媒体外联，宣传秘书长的参与，并突出报道在气候行动峰会上宣布的举措，同时支持《联合国气候变化框架公约》和更广泛的联合国系统旨在加强《巴黎协定》实施的工作。

23. 联合国新闻中心努力激励人们针对气候变化采取行动。例如，5 名年轻的气候创新者与 300 名青年和常务副秘书长一起参加了由新德里联合国新闻中心举办的对话，展示了个人行动如何能带来变化。这五人的工作有助于缓解气候变化和推进《2030 年可持续发展议程》。创新者的演讲激励了社交媒体上的青年受众，推特上的参与人次达到 8 000，持续了四个多小时。

24. 9 月，联合国西欧区域新闻中心与欧洲联盟合作，推动“欧洲联盟清洁海滩”运动，收集了 850 000 公斤海洋垃圾。在比利时奥斯坦德举行了有史以来规模最大的气候行动，有 26 所学校参加，为这次运动拉开了序幕。学校网络将在一个学年内为 8 000 名学生开设关于可持续发展目标、清洁海洋的重要性和尊重环境的课程和讲习班。

C. 人权

25. 2019 年的纳尔逊·曼德拉国际日是这位南非前总统诞辰 101 周年之日。在 7 月 18 日大会举行正式纪念活动之后，120 名联合国工作人员和代表在一个社区烹饪中心提供志愿服务，该中心为纽约市的一个最边缘化社区居民提供健康、方便的菜肴。志愿活动与大会主席办公室和纽约市长国际事务办公室合作举办，已成为备受赞赏的年度活动，在联合国社区及其东道城市之间建立了积极的联系。超过 15 个联合国新闻中心也举办了纪念纳尔逊·曼德拉国际日的活动，包括塔那那利佛、布拉柴维尔、达喀尔、哈拉雷、尼日利亚拉各斯、卢萨卡、马尼拉、莫斯科、内罗毕、比勒陀利亚、德黑兰和雅温得联合国新闻中心。

26. 传播部与联合国防止灭绝种族罪行和保护责任办公室合作，推动举办一个特别活动，纪念缅怀灭绝种族罪受害者、受害者尊严和防止此种罪行国际日(12 月 9 日)。除了小组讨论外，活动还包括一个名为“预防冠军”的图片展，讲述了活动家在防止种族灭绝罪和其他暴行方面开展工作的故事。

27. 传播部全年与联合国人权事务高级专员办事处(人权高专办)密切合作，促进《世界人权宣言》所载的各项权利。12 月 10 日人权日的主题是“青年为人权挺身而出”。除了在联合国总部和联合国日内瓦办事处举办的纪念活动外，20 多个

联合国新闻中心也举办了纪念国际日的各种活动，包括塔那那利佛、亚松森、布拉柴维尔、布琼布拉、达喀尔、坦桑尼亚联合共和国达累斯萨拉姆、达卡、伊斯兰堡、拉巴斯、拉各斯、洛美、卢萨卡、莫斯科、内罗毕、新德里、瓦加杜古、西班牙港、比勒陀利亚、巴西里约热内卢、德黑兰、维也纳和缅甸仰光联合国新闻中心。

28. 在巴西，由于里约热内卢联合国新闻中心、驻地协调员办公室、人权高专办和非政府组织“贫民窟观察”开展的运动，生活在贫民窟的年轻人受到鼓舞，认识到自己是人权倡导者和变革缔造者。合作包括与马利地区的青年举办图片讲习班；并在世界青年非正规教育论坛上展示他们宣传人权日和可持续发展目标的工作。里约热内卢联合国新闻中心还利用这些图片开展了社交媒体活动，脸书、推特和 Instagram 上的近 6 500 人浏览了这些图片。

29. 为了提高世界土著人民国际日(8月9日)的知名度，传播部与推特合作，推广一个基于联合国设计的视觉形象的表情符号。8月8日至9月17日期间，以英文、法文、葡萄牙文和西班牙文发布了约 120 000 条带有该表情符号的推文。“土著人民日”标签(#IndigenousPeoplesDay)的使用次数最多，有超过 44 000 条推文，其次是“土著人民”标签(#PueblosIndigenas)，有超过 29 000 条推文，突显了讲西班牙语受众的参与度。方济各教皇(@Pontifex)的锐推随后锐推次数超过 5 300 次。

30. 传播部还继续宣传非洲人后裔国际十年，包括为此放映纪录片《比非洲大》，并与记住奴隶制方案和一个名为“最有影响力的非洲人后裔”的民间社会网络合作，于 10 月 2 日国际非暴力日在联合国总部举行了一次小组讨论，以扩大相辅相成的任务规定并扩展受众基础。为了继续作为交叉问题强调性别平等，传播部与人权高专办合作，以英文、法文和西班牙文提供了《非洲裔妇女和女孩》小册子的更新版。

31. 传播部塔什干外地办事处与乌兹别克斯坦妇女委员会、乌兹别克斯坦检察长办公室、舆论制造者、博客作者和社交媒体活动家合作，发起了一项在线运动，作为由乌兹别克斯坦联合国传播组发起的消除性别暴力 16 天运动的一部分，目的是倡导改变行为，并鼓励开展与性别暴力和暴力侵害妇女行为有关的讨论。

32. 传播部致力于以多种语文宣传由联合国教育、科学及文化组织(教科文组织)牵头的国际土著语言年，在现有的六种联合国正式语文以及印地语、斯瓦希里语和葡萄牙语品牌推广的基础上增加了爱沙尼亚语、盖尔语和罗马尼亚语品牌推广。

33. 传播部与防止灭绝种族罪行和保护责任办公室密切合作，促进秘书长于 6 月 18 日启动的联合国消除仇恨言论战略和行动计划，作为联合国系统对世界各地日益增长的仇外心理、种族主义和不容忍、暴力厌女症、反犹太主义和伊斯兰恐惧症等令人震惊的趋势作出的回应。传播部参与打击仇恨言论工作组的工作，设立该工作组的目的是制定旨在动员采取行动的方法，以实现该战略中规定的打击仇恨言论的目标。在喀麦隆的联合国系统在雅温得联合国新闻中心的支持下，将民间社会团体、妇女领袖以及基督教和穆斯林神职人员联系起来，以打击仇恨言论，促进全国和平。

D. 巴勒斯坦问题特别新闻方案

34. 根据大会关于巴勒斯坦问题特别新闻方案的第 73/20 号决议，新闻部于 2019 年 9 月在土耳其安卡拉举行了年度中东和平问题国际媒体研讨会。该活动是与土耳其外交部合作举办的。研讨会为参与讨论与该区域局势有关的媒体问题提供了一个平台。来自以色列、土耳其、美利坚合众国和巴勒斯坦等国的记者、媒体专家、外交官和学术界成员出席了会议。

35. 传播部还于 11 月 4 日至 12 月 6 日在联合国总部为巴勒斯坦记者举办了年度培训方案，其中有一周在华盛顿特区举办了培训方案。来自约旦、黎巴嫩和阿拉伯叙利亚共和国以及加沙、耶路撒冷和西岸的 7 名巴勒斯坦记者参加了培训方案，使这一年度培训方案自 1995 年首次举办以来受益的记者总数达到 203 人。他们出席了与联合国高级官员、外交官、学术人士、非政府组织代表和智库举行的一系列会议。他们还参观了主要的媒体机构，如半岛电视台、民主快报、有线电视新闻网、YouTube 和谷歌新闻。此外，记者们还参加了一个上手培训课程，重点是多媒体、在线和数字工具和技术。

36. 传播部与政治和建设和平事务部合作，为在 2019 年 11 月 29 日纪念声援巴勒斯坦人民国际日提供宣传支持。11 月 27 日在联合国总部举行的纪念活动包括巴勒斯坦人民行使不可剥夺权利委员会的一次特别会议，随后举办了以“巴勒斯坦：最普遍的民族事业”为主题的展览。展览由表示声援巴勒斯坦人民的知名公众人物的图片和语录组成。世界各地的很多联合国新闻中心和办事处也举办了各种纪念该国际日的活动。

E. 非殖民化

37. 根据大会关于传播非殖民化信息的第 73/122 号决议，传播部与政治和建设和平事务部非殖民化股密切合作，继续努力通过其各种多媒体平台促进非殖民化问题。工作包括持续改进、更新和维护题为“联合国和非殖民化”的六种联合国正式语文网站。

F. 非洲发展新伙伴关系

38. 2019 年 8 月至 12 月，传播部利用其公共信息工具，包括其《非洲复兴》杂志以及以中文、英文、法文和斯瓦希里语提供的相应网站，支持在非洲执行《2030 年可持续发展议程》和非洲联盟《2063 年议程》。传播部促进了非洲问题特别顾问办公室、非洲经济委员会以及非洲联盟及非洲联盟发展署-非洲发展新伙伴关系的工作。

39. 在 2019 年 9 月气候行动峰会召开之前，《非洲复兴》8 月至 11 月刊强调了气候变化在非洲造成的影响，以及各国和民间社会、特别是年轻人为应对这些影响正在采取的行动。

40. 12 月版提供了对非洲联盟 2020 年主题“2020 年平息枪声”的早期认识，并审查了非洲当前面临哪些安全挑战以及如何应对这些挑战。

41. 9 月份，传播部利用大会第七十四届会议开幕式强调出席开幕式的非洲领导人阐述的非洲发展优先事项。传播部创建了一个网页(www.un.org/africarenewal/africaga)，分享非洲领导人向大会的发言和相关新闻。传播部还在社交媒体和可持续发展目标媒体区采访了来自非洲的高级官员，包括塞拉利昂总统。

42. 传播部重新设计了《非洲复兴》网站，使其更具互动性，对用户更友好。在 10 月和 11 月进行的一项调查中，约 80% 的答复者对新网站给予了积极评价。此期间的访问总数为 110 万人次，其中 52.4% 为妇女；该网站 38% 访客为 25 岁至 34 岁的人。

43. 《非洲复兴》杂志的联合新闻特写服务增长率依然很高。8 月至 11 月刊有 20 篇文章被全世界大约 30 个国家的 150 多家媒体机构以英文和法文转载了 258 次，这些国家包括阿尔及利亚、安哥拉、巴巴多斯、赤道几内亚、法国、加纳、印度、意大利、马达加斯加、摩洛哥、尼日利亚、菲律宾、塞拉利昂、多哥、大不列颠及北爱尔兰联合王国和美国。

44. 致力于非洲的联合国社交媒体账户用户数全年稳步增长。2019 年，《非洲复兴》英文推特账户的关注者数量增加了 4.5%，增至 105 000 人，法文推特账户的关注者数量增加了 8.1%，增至 80 000 人。在脸书上，该杂志英文账户的“点赞”数量增加了 5.1%，达到 10 700 个，法文账号的“点赞”数量增加了 2.4%，接近 4 500 个。

45. 传播部继续向其 3 800 多名订阅者分发《非洲复兴》电子通讯，其中简要概述了杂志网站上的新内容。

G. 联合国和平行动

46. 传播部继续与和平行动部及政治和建设和平事务部密切合作，宣传和支持联合国维持和平与建设和平行动，包括参与各实务部门牵头的关于哥伦比亚、埃及、利比亚、伊朗伊斯兰共和国、伊拉克、阿拉伯叙利亚共和国和也门等国的各种专题和国别综合工作队和工作组的工作。

47. 除相关联合国新闻中心外，传播部还与驻中非共和国、塞浦路斯、刚果民主共和国、海地、黎巴嫩、马里、苏丹和南苏丹以及阿卜耶伊的联合国维持和平行动合作，面向部队和警察派遣国的传统媒体和社交媒体开展外联活动，宣传在上述维持和平特派团服务的这些国家军警人员的工作。传播部还安排联合国新闻中心接待的记者在其本国对一些特派团的部队或警务人员进行面对面访谈。

48. 传播部维护了多语维和网站，并协调了网站更新工作。传播部还协助为联合国海地综合办事处(联海综合办)、联合国埃博拉应急响应协调员办公室、秘书长叙利亚问题特使办公室和联合国支助荷台达协议特派团启动新网站。

49. 传播部每季度通过虚拟会议(包括 1 次参会人数约 80 人、关于社交媒体政策的会议)向和平行动提供指导。2019 年 12 月的会议重点讨论了“以行动促维和”倡议。

50. 传播部与和平行动部及政治和建设和平事务部合作，支持结束联合国海地司法支助特派团以及 10 月份向联海综合办过渡的工作。9 月，传播部还在联合国总部协助举办了关于联合国在海地维持和平 15 年的图片展。

51. 传播部与和平行动部在 10 月份合作举办了 1 个图片展，纪念过去 20 年里联合国维和行动执行保护平民任务的历程。展览突出了自 1999 年安全理事会首次赋予联合国塞拉利昂特派团保护平民的任务以来，联合国文职和军警人员在 16 个维持和平行动中所做的保护工作。

52. 传播部利用其多语传播平台、社交媒体工具和联合国新闻中心的全球网络，为 11 月份举办的年度联合国警察周进行宣传，包括颁发联合国年度女警官奖。

53. 传播部继续与总部和实地的联合国系统伙伴合作，促进更好地了解联合国在阿拉伯叙利亚共和国和也门的政治努力及其人道主义应对措施，其中包括在各种多语平台上报道秘书长叙利亚问题特使办公室和秘书长也门问题特使办公室的活动，并通过联合国新闻中心向纽约和全球媒体传播新闻。在全世界都在为解决叙利亚冲突而努力之际，联合国日内瓦新闻处推出 1 个试点在线多媒体新闻编辑室，就由联合国斡旋、在日内瓦举行的面对面和平谈判与公众保持互动接触。200 多名记者报道了 2019 年 10 月的和平谈判情况。

54. 传播部支持裁军事务厅宣传禁止核试验国际日(8 月 29 日)和彻底消除核武器国际日(9 月 26 日)，包括更新相关网站。2019 年 8 月，联合国维也纳新闻处同奥地利的其他联合国机构和西班牙非政府组织“和平与合作组织”共同就核裁军和共建一个更安全世界进行宣传。

H. 对性剥削和性虐待的零容忍政策

55. 传播部与改进联合国应对性剥削和性虐待措施特别协调员办公室、受害人权利倡导者、和平行动部以及其他联合国实体合作，继续执行和更新联合国有关打击联合国人员性剥削和性虐待的传播战略。为了纪念性剥削和性虐待高级别会议召开和秘书长领导人小组成立两周年，传播部与特别协调员办公室在 9 月份合作组织了一次声势浩大的社交媒体运动，其中包括一段 7 种语言的视频，在视频中，秘书长、世界各国领导人、联合国各实体负责人、联合国和平行动负责人以及民间社会咨询委员会成员重申了他们对打击性剥削和性虐待的支持和承诺。这段视频的浏览量超过 400 000 次，通过社交媒体参与的人数超过 13 000 人。

I. 反恐怖主义

56. 传播部继续向反恐怖主义办公室提供传播支助，提高其活动的可见度，提高对联合国全球反恐战略和对恐怖主义受害者权利宣传工作的认识。为此，传播部制作了 1 部关于生活在喀麦隆境内一个流离失所者营地的博科圣地所实施暴行幸存者的纪录片。传播部还通过联合国新闻中心宣传反恐怖主义办公室在内罗毕(2019 年 7 月)、明斯克(2019 年 9 月)和布达佩斯(2019 年 11 月)举办的区域高级别会议。

57. 为纪念 2019 年 8 月 21 日第二个纪念和悼念恐怖主义受害者国际日(第 72/165 号决议宣布), 传播部与反恐怖主义办公室合作设计了主题为“在恐怖主义中幸存下来: 坚韧不拔的力量”的图片展。联合国社交媒体平台也对这一国际日进行了宣传。

J. 移民

58. 9 月份, 传播部为经济和社会事务部提供宣传支持, 促使媒体报道 2019 年国际移民存量数据集的启动, 并动员联合国新闻中心宣传该数据集。传播部还与国际移民组织合作宣传全球移民问题电影节, 包括通过联合国新闻中心进行宣传。

59. “破解未来”倡议的成立宗旨是协助难民培养从事网站开发工作的数字技能。联合国西欧区域新闻中心在其 2019 年 8 月夏季会议期间, 对这一倡议进行了广泛报道。该新闻中心采访并撰文、制作信息图及视频, 随后在覆盖西欧 22 个国家的新闻中心网站和社交媒体平台上进行广泛宣传。

三. 新闻中心和新闻服务

A. 覆盖全球受众

60. 传播部通过在 2019 年调整外地业务以支持驻地协调员, 能更好地向当地受众传播本组织的全球议程和优先事项, 包括推动《2030 年议程》, 并通过其平台和网络, 将联合国国家工作队的工作和成就告知全球受众。与驻地协调员办公室的整合还加强了与所有其他联合国实体在国家一级的合作, 特别是在联合国可持续发展合作框架内加强合作。在发展系统改革之前, 传播部拥有包括 59 个新闻中心的积极外地存在; 但目前, 传播部向所有 131 个驻地协调员办公室提供战略宣传支持, 加强在联合国新闻中心网络以外会员国的外联活动, 并确保更加广泛的全球覆盖。

61. 传播部与发展协调办公室围绕外地办事处全面实施改革的所有实际方面(包括与合用办公场所、传播工作人员招募和上下级关系简化有关的问题)密切合作。因此, 在 50 个位于设有驻地协调员国家的联合国新闻中心中, 44 个已与驻地协调员办公室完全合并, 其中 64%与驻地协调员办公室位于同一楼群内。传播部外地工作人员担任驻地协调员的传播干事和顾问, 其工作受驻地协调员的直接监督。此外, 作为合并进程的一部分, 传播部努力向未设联合国新闻中心的国家的驻地协调员提供战略传播支持。传播部和发展协调办公室还合作加强该办公室 5 个区域办事处的区域传播能力。

62. 同时, 传播部通过自身改革强化了对其外地办事处的方案支助, 并加强了外地行政支助。传播部还投入运行了外地对外地支助网络, 让联合国新闻中心高级主任为各自区域或时区内规模较小的新闻中心和驻地协调员办公室提供支持。传播部希望进一步加强其外地能力, 因此巩固改革进程仍然是传播部的优先事项。正在审查现有的网络, 目的是进一步加强对本组织外地办事处和驻地协调员的战

略传播支持，并建设全球和地方能力，以便更加重视用多种媒体和多种语言创建内容，特别是编写有助于吸引目标受众并激励他们行动起来的故事。

B. 加强联合国新闻中心的能力

63. 根据联合国发展系统改革下的整合努力，联合国新闻中心开始将其网站迁移到由发展协调办公室推出的联合国国家工作队新建网络平台，从而消除重复，提高网站管理效率，并促进向更广泛的受众发送统一和协调的信息。

64. 传播部和驻地协调员办公室还通过合并现有的联合国新闻中心和联合国国家工作队账号，整合其社交媒体平台，提高国家传播和全球传播的战略性和一致性和有效性。

65. 传播部认识到整合进程范围广、难度大，与发展协调办公室密切协商，与联合国新闻中心工作人员和驻地协调员就发展系统改革产生的问题进行了 100 多次一对一的讨论。通过与发展协调办公室和传播部外地工作人员举行网播研讨会，进一步促进了整合进程。这些网播研讨会由方案和行政事项专题专家主持，旨在加强各办公室的能力。2019 年，传播部举行了 62 次这样的网播研讨会(41 次关于方案专题、12 次关于行政专题，9 次以培训为目的)，2 100 多人参与其中。专题包括传播优先事项、社交媒体、讲述故事、联合国成立 75 周年、工作计划管理和行政改革。

66. 传播部还协助在联合国新闻中心和驻地协调员办公室联合网络中为传播干事提供面对面和在线培训机会。培训的重点是在战略传播、内容创作和协作等核心领域加强使用多种语文和建设工作人员能力，包括用视觉讲故事和多媒体制作、搜索引擎优化、资源调动和伙伴关系管理以及变革管理。

67. 2019 年，传播部改革了联合国新闻中心的行政结构，通过提高贝鲁特、达喀尔、墨西哥城和内罗毕 4 地的能力来加强区域支持。作为这项举措的一部分，来自这 4 个地点的 8 名行政助理参加了 2019 年 7 月在联合国总部举办的讲习班。通过改革，传播部内部得以将资源从行政活动转向支持方案和战略传播的活动上。

C. 使用多种语文

68. 为了使用当地语言与世界各地的受众互动，联合国新闻中心在多个平台上制作和翻译资料，扩大传播部在宣传本组织工作方面的影响力和覆盖面。

69. 联合国新闻中心以 106 种语言和盲文发布信息，包括：

(a) 将可持续发展目标图标翻译成 103 种语言，¹ 语言种类与 2018 年相比增加了 57%，从而使能够用自己的语言了解《2030 年议程》的人多了 3 亿；

¹ 南非荷兰语、阿姆哈拉语、亚美尼亚语、阿塞拜疆语、巴哈萨印度尼西亚语、巴富特语、孟加拉语、邦加语、巴萨语、巴斯克语、白俄罗斯语、本巴语、缅甸语、加泰罗尼亚语、车臣语、Chopi、捷克语、丹麦语、迪乌拉语、荷兰语、埃翁多语、法罗语、菲律宾语、芬兰语、弗里斯语(弗莱斯克语)、富尔富德语、加利西亚语、格鲁吉亚语、德语、希腊语、瓜拉尼语、古吉拉特语、Gulmacema、冰岛语、伊拉语、豪萨语、印地语、匈牙利语、伊博语、意大利语、日语、卡昂多语、斯瓦希里语、基图巴语、Lala 语、兰巴语、林加拉语、洛兹语、隆达语、Luvalé、

(b) 在各网站和社交媒体平台共享数字内容，58 个联合国新闻中心网站中有 34 个网站载有当地语言的内容，脸书、推特、Instagram、YouTube、VKontakte 和 Aparat 等各种社交媒体平台使用 32 种当地语言；

(c) 以各种当地语言和联合国正式语文制作和(或)广播电台和电视节目。

70. 前往联合国日内瓦办事处的访客自 2019 年 8 月起可以参加荷兰语和希腊语导游，耳聋或听觉困难的访客在 9 月份可首次参加法语和国际手语导游。除孟加拉语版本外，联合国达卡新闻中心还以孟加拉国第一大土著语言查克马语出版了《世界人权宣言》，联合国西欧区域新闻中心推出的“奔向目标”游戏在儿童间宣传可持续发展目标，以 16 种语言提供，过去一年下载次数超过 40 000 次。加德满都联合国新闻中心为听力障碍者制作了 1 部关于可持续发展目标的尼泊尔手语视频。

71. 用本国语言传播一直是联合国达喀尔新闻中心与达喀尔国立大学合作发起的 1 个项目的目标。对这些语言(主要是口语)的使用进行编目，可以释放出与西非和中非的数百万人交流的潜力。该新闻中心挖掘这一潜力，制作了将联合国活动和该地区传播形势有机结合的播客和社交媒体卡片。

D. 向联合国国家工作队和联合国实体提供战略传播支持

72. 联合国新闻中心和驻地协调员办公室的整合加强了联合国大家庭在国家一级的合作，有利于提高传播的战略性和一致性、协调性和影响力。联合国新闻中心继续与姊妹机构和其他合作伙伴协作，引领地方层面对联合国议题和优先事项的战略传播。联合国新闻中心、联合国各实体、区域组织和其他伙伴之间的合作扩大了关键受众的范围，扩充了需要优先处理的议题。

73. 使用战略平台将目标受众纳入以更大的全球议程为基础的地方对话和行动中，从而在重要的关切领域建立了公众主人翁意识和责任感。此外，联合国新闻中心通过与各合作伙伴互动开辟了协调传播的新渠道，并通过汇集传播资源和发挥各自优势，最大程度地提高了关键议题的影响力和可见度，提高了工作成效。这种合作通过各种平台让大量不同的受众群体参与其中，突显了《2030 年议程》设想的包容精神。

74. 志愿帮助贫困者和向非政府组织捐款是由联合国贝鲁特新闻中心和黎巴嫩联合国传播组协调的题为“采取步骤”的传播运动的部分活动。这项综合运动旨在激励人们积极改变所在社区，推动黎巴嫩在可持续发展目标方面取得成果。这一运动与当地一家银行合作开展，一个亮点是在社交媒体上实施了聚焦贫困、覆

马达加斯加语、Mambwe、毛利语、马拉地语、Mari、Mbunda、Moore、Namwanga、恩德贝勒语、恩戈尼语、恩科亚语、北萨米语、挪威语、恩森加语、尼扬扎语、波斯语、洋泾浜英语、波兰语、葡萄牙语、罗马尼亚语、克丘亚语、塞佩迪语、塞索托语、塞茨瓦纳语、绍纳语、舒帕姆语、僧伽罗语、斯威士语、斯洛伐克语、斯洛文尼亚语、索利语、瑞典语、他加禄语、塔马齐格语、泰米尔语、鞑靼语、泰卢固语、提格雷尼亚语、汤加语、聪加语、图姆布卡语、土耳其语、土库曼语、特维语、乌克兰语、乌尔都语、凡达语、越南语、沃洛夫语、科萨语、雅库特语、约鲁巴语和祖鲁语。

盖面达 150 万人的公共关系举措。这段配有英文字幕的视频显示，使用银行自动提款机提款的人们发现只能提取 4 美元，然后意识到这是一项运动的一部分，而这项运动强调，很多黎巴嫩人必须靠这每天 4 美元生活。结果，25 400 人参与其中并受到激励，为解决该国的贫困问题行动起来。很多人就他们已采取的具体行动或已帮助的非政府组织分享了信息。很多人还下载了贝鲁特联合国新闻中心制作的题为“如何采取步骤”的指南。

75. 联合国墨西哥城新闻中心带领联合国国家工作队参加“死者日”游行，这是拉丁美洲最大的游行之一，有 800 000 人和 3 000 名艺术家参加。联合国在驻地协调员带领下参与其中，利用文化和艺术的力量展示个人如何通过个人行为为实现可持续发展目标做出贡献。这一庆祝活动在墨西哥土著社区的生活中具有重要意义，“死者日”被列入《人类非物质文化遗产代表名录》。

76. 为了让南非人参与到可持续发展目标中来并呼吁他们采取行动，联合国比勒陀利亚新闻中心、联合国传播组和联合国健康小组参加了在约翰内斯堡举行的 2019 年“MTN 702 健步行”这项步行活动。这项活动吸引了包括家庭、企业团队和慈善团队在内的 55 000 多人，通过社交媒体平台覆盖的人群则更多。在刚果，儿基会东非和南非亲善大使伊冯·查卡·查卡对黑角港的访问使工商界加大了对弱势和土著儿童方案的支持。这次访问是联合国布拉柴维尔新闻中心和联合国儿童基金会(儿基会)实施联合传播计划的成果。

77. 联合国西欧新闻中心实施的“联合国电影”计划广受欢迎，包括放映数十场电影，随后在布鲁塞尔和其他欧洲各国首都与欧洲联盟成员国和联合国合作伙伴的代表就联合国的主要优先事项进行小组讨论，激发关键利益攸关方和公众对本组织的支持。在同一框架内，该新闻中心主任对欧洲理事会联合国工作组发表讲话，寻求提高欧洲联盟成员国对传播包括多边主义在内的联合国价值观重要性的认识。

78. 传播部在塔什干的传播干事与驻地协调员办公室和联合国驻乌兹别克斯坦小组一起带领一项围绕即将出台的联合国可持续发展合作框架与青年领袖和残疾人团体磋商的进程。此举有助于为乌兹别克斯坦打造新的传播战略，并与行动十年和联合国成立 75 周年活动保持对接。

79. 联合国维也纳新闻处与驻奥地利的联合国大家庭合作，以维也纳国际中心建成 40 周年纪念活动为契机，强调总部设在维也纳的组织与实现可持续发展目标密切相关。此次活动为期一年，其中包括一场“路演”。“路演”期间，联合国工作人员和奥地利官员访问了 40 多个地点，展示各自的工作并与新受众互动。此外，联合国新闻处制作了社交媒体内容和视频，介绍维也纳工作人员；Instagram 上有 11 000 多名关注者了解到他们的工作，联合国维也纳办事处开放日则吸引了 3 000 多人。

80. 联合国新闻中心加强了应对气候变化的行动，通过“立即行动”活动激励包括青年在内的公众提供支持。在 2019 年 9 月气候行动峰会之前，联合国日内瓦新闻处和《愤怒的小鸟》中的著名角色“胖红”在日内瓦湖畔携手呼吁采取切实

行动减缓气候变化。作为一种象征性的姿态，日内瓦标志性的大喷泉被灯光照成绿色，强调保护环境和减少碳足迹的必要性。

81. 联合国东京新闻中心与阪急铁路公司和阪神铁路公司就“可持续发展目标列车”项目进行合作，推动日本在环境和可持续生活方面采取积极行动。铁路公司将凸显 17 个可持续发展目标、色彩鲜艳明亮的图像覆在列车上，在商业实践中进一步扩大了宣传这些目标的努力。这两个公司的大部分列车用尽可能少的能源运行(一个车站通过使用可再生能源将二氧化碳排放量减少了一半)，它们还支持当地社区的自然保护和可持续城镇建设。

82. 联合国开罗新闻中心和在埃及的联合国国家工作队在美国日的一次清洁活动中强调了尼罗河可持续性对 11 个非洲国家人民的重要意义。移民、难民、青年志愿者、联合国工作人员和环境部代表共同努力，在短短两个小时内从河里清除了 1.5 吨垃圾(主要是塑料)。

83. 为推进俄罗斯联邦的植树造林和环境行动，联合国莫斯科新闻中心对 2019 年欧洲区地球卫士青年奖得主玛丽安娜·蒙塔努进行宣传，籍此激发青年受众的潜力。该联合国新闻中心与联合国环境规划署合作，展示蒙塔努女士鼓舞人心的工作，制作了若干个关于蒙塔努女士及其组织的视频，这些视频在社交媒体上与公众分享，包括在推特上有 1 700 名用户分享了视频，并引发媒体(包括卫星广播电台、商业调频、联邦和本地电视频道和其他媒体)报道。

84. 联合国新闻中心在 2019 年 130 多名联合国系统高级别官员和代表团访问期间，确保提供具有协调性、一致性和战略性的传播、媒体咨询和支助服务。新闻中心与驻地协调员办公室和秘书长发言人办公室等部门的其他联合国传播工作人员以及与会员国和当地媒体进行密切配合，最大程度扩大上述访问的影响力。

85. 联合国东京新闻中心、内罗毕新闻中心和西班牙港新闻中心分别为秘书长前往日本、肯尼亚和特立尼达和多巴哥的公务旅行提供传播支持。此外，传播部驻阿斯马拉办事处与其他办事处合作，协助常务副秘书长访问厄立特里亚。联合国华盛顿特区新闻中心为部门负责人、机构负责人和其他联合国高级官员的访问提供支持，并为他们与该市主要利益攸关方互动提供便利，组织了 60 多次双边会议、专家圆桌会议和公开讨论，加深了政策影响者对联合国工作的理解和赞赏，这反过来有助于形成他们的政策建议。

E. 吸引青年受众

86. 联合国新闻中心的一项战略传播优先事项是吸引青年参与。实现这一目标的有效途径是支持模拟联合国方案。联合国波哥大新闻中心与政府共同组织了波哥大年度模拟联合国活动，吸引 3 000 名学生专注于可持续发展目标。在法国驻波哥大大使馆的支持下，模拟活动还首次包括编写一份法语报告。该联合国新闻中心还与政府共同组织了为期 3 天的农村模拟联合国活动，吸引 200 名师生参与其中。为了提高对可持续发展目标的认识，这次活动将重点放在气候变化、粮食安全和水力压裂等环境和农村问题上。

87. 在联合国日内瓦新闻处的支持下，来自 25 个国家的 900 名学生齐聚日内瓦参加年度模拟联合国活动，并通过讨论如何共塑未来，启动了日内瓦庆祝联合国成立 75 周年的纪念活动。作为其方案的一部分，联合国雅加达新闻中心同亚洲世界模拟联合国及环境和林业部合作举办了 1 次海岸清洁活动，来自 78 个国家的约 1 000 人参与其中。

88. 为了激励青年行动起来，在格鲁吉亚举办了以“全球目标一代”为主题的活动，以庆祝联合国日。活动包括竞赛、公开讲座、图片展和植树，重点强调了多项可持续发展目标。为了激励女童打破传统角色牢笼并增强其在这方面的权能，联合国拉各斯新闻中心与教科文组织和绿色女童公司合作，在女童日举办了养育女童峰会，有 700 人参加了峰会。

89. 在伊朗伊斯兰共和国，联合国德黑兰新闻中心针对联合国日鼓励青年通过该中心的数字化运动(包括双语和多语视频以及社交媒体上的测验)，参与关于气候变化、健康和韧性经济的对话。这次活动推动地方就全球优先事项采取行动，凸显了联合国在该国的工作。该活动第一周的浏览量达到了 20 000 次。

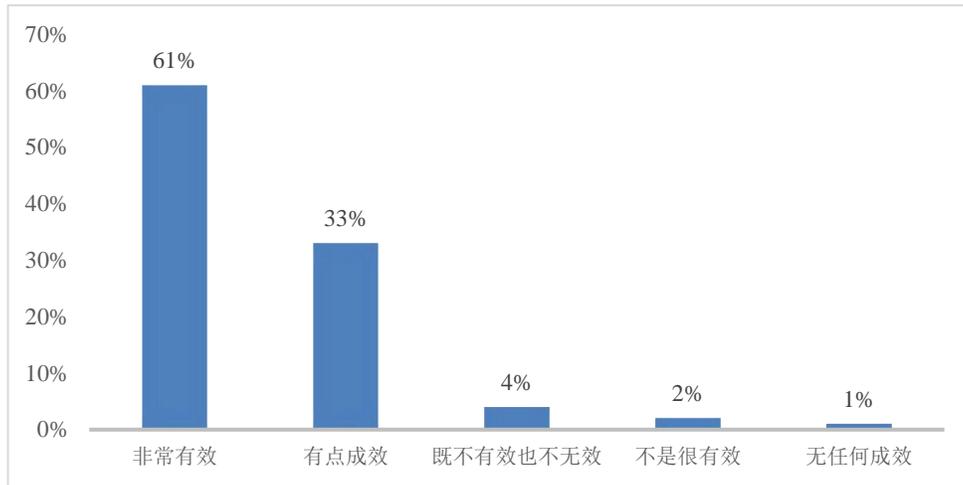
90. 10 月，联合国西欧区域新闻中心与法语大学协会、教科文组织和法国的 Agorize 公司一起发起了题为“校园 2030”的国际学术在线挑战活动，支持向可持续校园转型。这项倡议向世界各地的所有大学生和教授开放，促使来自全球 90 个团队就建筑、节能、难民安置和残疾人无障碍环境提出了创新性建议，其中一半建议来自非洲。

四. 衡量影响

91. 传播部为衡量其工作产生的影响进行了分析，并将继续着重使用数据驱动办法评估其产出对目标受众的影响。

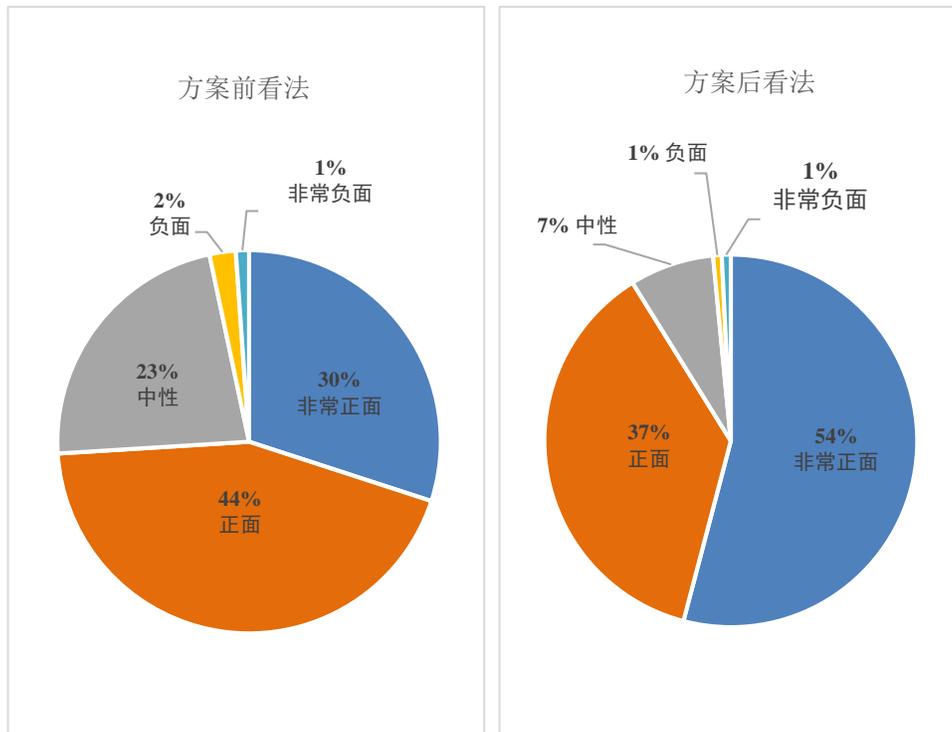
92. 联合国新闻中心重视吸引青年参与，有关各中心所举办简报会的调查回复者中有 75% 是 13 岁至 24 岁的年轻人就表明了这一点。从最终用户直接收集反馈使传播部能够衡量其产品和活动的有用性、相关性和影响范围，并评估其利益攸关方如何利用其服务。2019 年，联合国新闻中心在全球收集了 8 000 份回复，其中 6 000 多份来自学生。超过 94% 的参与者称，参加简报会是提高他们对联合国工作和议题了解的有效工具(见图一)。同样重要的是，联合国新闻中心的方案大大加强了对联合国工作的支持，支持率从 74% 升至 91%(见图二)。

图一
2019 年联合国新闻中心简报会的成效



93. 在对比参加联合国新闻中心方案前后对联合国的看法后发现，认为联合国“非常正面”的参与者几乎翻了一番，对本组织持负面或中性观点的参与者人数大幅减少(见图二)。许多学生还表示，他们更好地了解他们如何通过个人和集体行动影响全球议题。

图二
2019 年参加联合国新闻中心简报会前后对联合国的正面看法



94. 为了进一步将联合国定位为优先议题的主要代言人，并保持公众支持的势头，传播部旨在加强对目标受众的了解并加强其传播工作的影响。目前，传播部衡量其

传播工作对所有目标受众的影响的能力存在差距。精准锁定全球受众需要进行深入的受众研究，了解受众从感兴趣到行动起来的历程。传播部还需要以明确清晰、令人信服的方式对这些数据进行可视化展现。传播部以最佳做法为基础，通过最新技术和工具整合了其传播衡量和数据分析工作，提高了能力。传播部籍此能够在方案规划时以数据为基础，在实施方案时保持灵活，并对其工作成果提出精简的见解。

五. 结论

95. 传播部支持并扩大了用以推动本报告所述期间联合国各项议题(包括可持续发展目标和气候行动)的宣传活动。传播部以始于 2018 年的持续努力(比如可持续发展目标媒体契约)为依托，通过数字化外联活动和现有多媒体平台进一步宣传这些议题。

96. 在传播部的领导下，宣传活动旨在通过联合国传播组的协调平台，在总部和国家一级加强整个联合国系统的一致性。

97. 联合国新闻中心与驻地协调员办公室网络密切合作，扩大了传播部的影响范围和存在，并扩大了与当地和全球受众的联系。传播部与世界各国人民互动，激励他们就影响其未来的议题采取行动。

98. 展望未来，传播部开展的活动和开发的内容将更加注重解决方案，鼓励开展具体行动，凸显人民、各国政府和联合国在整个联合国议程中发挥积极作用的活动。