



大会

Distr.: General
9 August 2021
Chinese
Original: English

第七十六届会议

临时议程* 项目 58

有关信息的问题

有关信息的问题

秘书长的报告

摘要

本报告根据大会第 75/101 B 号决议编写，介绍全球传播部在 2021 年 2 月 1 日至 6 月 30 日期间开展的活动要点。报告侧重于说明传播部针对 2019 冠状病毒病(COVID-19)大流行采取的全球战略传播对策，以及为打击错误信息和促进国际团结所做的多层面努力。此外，报告回顾了传播部如何支持联合国关于可持续发展、和平与安全和人权等问题的议程。报告进一步详细介绍了传播部如何继续与世界进行有效沟通，以推动积极变革，努力实现一个人人都能在健康地球上和平、有尊严和平等地过上美好生活的世界。

* A/76/150。



一. 导言

1. 大会在第 75/101 B 号决议第 132 段中，请秘书长就全球传播部的活动和该决议所载各项建议和要求的执行情况向新闻委员会第四十三届会议和大会第七十六届会议提出报告。因此，传播部提交了三份报告(A/AC.198/2021/2、A/AC.198/2021/3 和 A/AC.198/2021/4)，供委员会在 2021 年 4 月 27 日至 5 月 18 日举行的第四十三届会议上审议。
2. 本报告载有对这些报告所提供信息的更新，包括传播部从 2021 年 2 月 1 日至 6 月 30 日通过其三个次级方案(战略传播服务、新闻服务、外联和知识服务)开展活动的概况。
3. 传播部将继续使用多种语文作为从内容制作到宣传外联等各项工作的基石，同时找到创新方法，通过讲述有影响力的故事和关注解决方案，接触尽可能多的受众，吸引他们的参与并鼓励他们就联合国议程上的问题采取行动。让年轻人参与进来，特别是参与实现可持续发展目标和采取气候行动，仍然是这些努力的重点。为了接触全球受众，无论他们处于数字鸿沟的哪一段，传播部继续既投资于数字平台，也投资于传统媒体。

二. 联合国全球传播战略

4. 联合国全球传播战略采用以受众为中心的方法与人们分享：议题有哪些、为什么应该关心以及可以做些什么来发挥作用。这种方法将本组织定位为解决办法的传播者，而不仅仅是灾难的报信者。该战略可以在整个秘书处和联合国系统内实施，以激发人们对与本组织工作有关的所有事业的认可、共鸣和支持。
5. 全球传播战略包括围绕全球和专题问题的传播策略建议以及开展战略传播活动的步骤，并在这些步骤中纳入了监测和评价。2021 年联合国传播的优先事项是 2019 冠状病毒病(COVID-19)大流行的应对和恢复。随着世界开始向“重建得更好”的目标迈出仍然不均的步伐，传播部还努力展示多边主义的作用，以及联合国在动员保护地球、打击不平等和支持包容以及实现性别平等方面的领导作用。与此同时，传播部继续为联合国关于可持续发展、和平与安全和人权等问题的议程提供支持。
6. 2021 年 6 月，作为在全组织范围内推出和倡导全球传播战略的一项工作，传播部向其工作人员发布并与联合国传播组分享了题为“联合国传播战略指南”的文件和模板，旨在构建从全球到国家各级的联合国传播工作以及关于具体议题的宣传工作。制订传播战略指南和模板是为了加强联合国传播工作在不同情况下的连贯性和一致性，从而最大限度地发挥本组织的传播影响力。

三. 在冠状病毒病大流行背景下打击错误信息的大流行并促进行动

A. “认证信息”活动

7. 传播部与领先的社会动员组织“宗旨”(Purpose)合作,于2020年5月发起了“认证信息”运动,它是联合国COVID-19传播应对举措的一部分,旨在打击围绕病毒的错误信息。这项运动强调全球卫生危机本身和随之而来的社会经济危机,鼓励在恢复的道路上团结一致,重点是在可持续发展目标的框架内重建得更好。“认证信息”运动邀请全球公众共同抵制错误信息,方式包括参与特定的全球和地方宣传活动,以及注册成为“通讯志愿者”,每天接收联合国提供的疫情相关内容并与个人网络分享。

8. 在本报告所述期间,“认证信息”运动继续打击与COVID-19有关的错误信息并促进国际合作和团结。传播部于6月30日启动了“认证信息”运动的新阶段,即“分享前请三思”倡议,该倡议将在2021年10月24日至31日举行的全球媒体与信息素养周画上句号。该倡议侧重于让人们在分享在线内容之前先停下来思考,并就如何这样做、这样做为什么重要以及如何阻止错误信息加强教育和提高认识。“分享前请三思”倡议最近发起后,得到了会员国和一系列合作伙伴的大力支持。

9. “认证信息”运动3月11日发起的“唯有团结”(OnlyTogether)倡议重点强调,世界各国和人民只有通过共同努力才能克服危机。近100个会员国民众参与了该倡议材料的发布和转发,其中包括国家元首和政府首脑以及知名人士。

10. 联合国新闻中心为“认证信息”运动发挥了不可或缺的作用,包括提供有关地方和区域事态发展、特别是有关错误信息趋势的洞察,并帮助制定运动战略和内容。本报告所述期间的工作重点是“唯有团结”倡议和促进疫苗公平,同时重申预防措施的重要性。此外还在联合国国家工作队及其伙伴的社交媒体渠道和网站上传播了可以挽救生命的信息。

11. 联合国里约热内卢新闻中心通过与70多名讲葡萄牙语的艺术家的合作,使受众人数达到9500万人。开罗新闻中心与Radio Masr和Al-Araby电视台等媒体伙伴联手,并与当地著名科学家和研究人员合作,让他们为传播活动建言献策。借助布鲁塞尔联合国西欧区域新闻中心、日内瓦联合国新闻处以及设在亚松森、布宜诺斯艾利斯、布拉格和华沙的联合国信息中心提供的翻译支持,欧洲和美洲的大型广告空间在宣传重要卫生措施的同时,还特别展示了给人希望的“唯有团结”讯息。拉巴斯新闻中心通过全国性的“#一剂希望”(DosisdeEsperanza)社交媒体运动支持传播活动,墨西哥城新闻中心与墨西哥公共广播系统第十四频道和阿根廷国家通讯社共同推出了一系列关于“信息流行病”的宣传活动。

B. 协调危机传播

12. 在本报告所述期间，传播部继续召集并共同主持联合国传播组的每周会议，以协调联合国系统在应对 COVID-19 方面的传播工作。传播组由联合国各部、专门机构、基金和方案以及区域委员会组成，讨论与 COVID-19 有关的最紧迫问题；每天分享一封电子邮件，说明联合国 COVID-19 工作的最新情况；编制和更新联合国全系统信息；并进行预先规划。

C. 联合国新闻中心

13. 作为本组织 COVID-19 疫情对策的一部分，传播部通过其由 59 个联合国新闻中心组成的网络开展工作，以加强外地传播能力，并与来自整个联合国系统的外地传播工作人员定期举行双周网络研讨会。世界卫生组织(世卫组织)和其他机构在会上通报情况，分享关于危机传播的经验和最佳做法，以及围绕疫苗推广的信息传播。

14. 为了提高所有联合国新闻中心和驻地协调员办公室的技能储备，传播部组织了关于社交媒体、影响力评估、创意写作和版面文字编辑的网络研讨会。通过通信平台和通讯技术增加了协作，从而加强了联合国总部与外地之间以及外地办事处之间的交流与联络。

15. 联合国新闻中心与驻地协调员办公室、联合国儿童基金会(儿基会)和世卫组织密切合作，为 COVID-19 疫苗全球获取(COVAX)倡议下的 COVID-19 疫苗推广提供了传播支持，包括分发新闻稿，提供媒体监测，在当地媒体和自己的网站和社交媒体平台上宣传通过 COVAX 机制运送的疫苗，并为联合国秘书长发言人办公室的每日简报提供相关信息。

16. 联合国新闻中心还通过汇编情况报告、宣传世卫组织指导意见、分发来自联合国系统的信息并使之本地化、开展外联活动、回复媒体询问和反驳错误信息，为驻地协调员办事处和联合国国家工作队提供支持。例如，设在新德里的联合国信息中心和驻地协调员办事处在联合国其他机构的帮助下，用英语和印地语发起了“#联合国与印度在一起”社交媒体运动，重点宣传联合国在第二波 COVID-19 疫情期间为印度提供的支持。这一运动在数字平台上的受众人数达到 800 多万人，此外还有数百万人通过当地媒体采访和新闻报道了解了相关信息。

D. 新闻和媒体

17. 为提供关于联合国疫情对策的综合实用信息而设立的门户网站以所有六种正式语文发布内容。网站上载有秘书长的报告、声明和政策简报，起着运动宣传平台的作用，并设有专栏为会员国提供信息。在本报告所述期间，该网站定期发布最新的信息、新闻、文章、视频、演讲、活动报道和相关文件，并增添了一个关于联合国人员疫苗接种的新栏目。

18. 该网站已发布超过 85 篇由联合国新闻中心和驻地协调员办事处创作的关于当地英雄和联合国一线工作人员的人物报道。

E. 促进可持续发展

19. 在本报告所述期间，围绕可持续发展目标的传播继续主要关注 COVID-19 大流行的影响。传播部支持并推动了多份重要报告的发布，这些报告着重指出了发达国家与发展中国家、特别是与最不发达国家之间在恢复道路上的巨大差异。

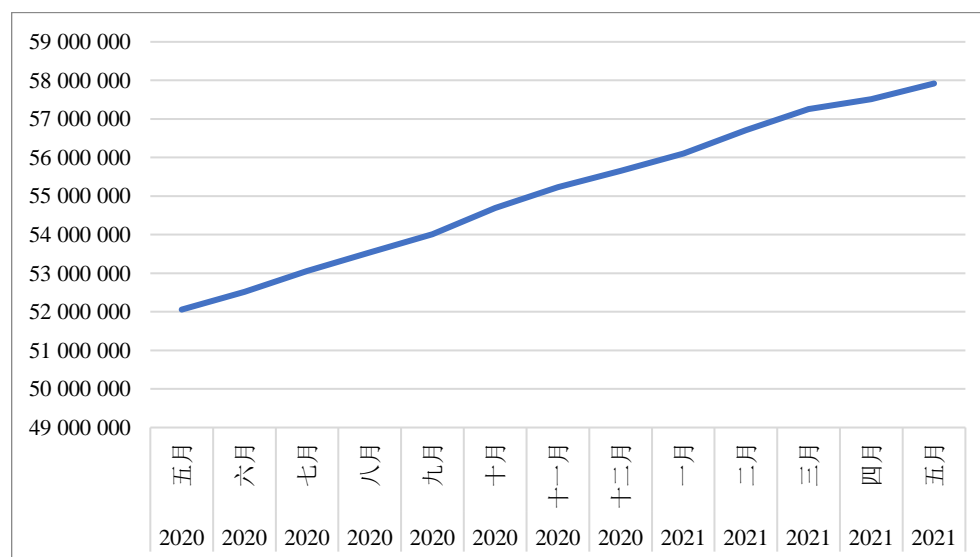
20. 经更新的《截至 2021 年年中的世界经济形势和前景》报告显示，许多国家的 COVID-19 感染数激增和疫苗接种进展不足，对世界经济广泛复苏构成了威胁。50 个国家的 1 000 多篇文章报道了这份报告，其中包括埃菲社、美联社、路透社和新华社等通讯社。《2021 年世界社会报告：重新考虑农村发展》强调，支持农村地区人民的最佳方式是改善连通性，而不是城市移民。这份报告获得了广泛的媒体报道，包括《安塔拉新闻》、《加勒比今日新闻》、《全球先驱报》、《现代外交》、《沙特公报》、《南亚观测报》、《斯塔布鲁克新闻报》和《非洲时报》。报道这份报告的可持续发展目标媒体契约成员包括 Ekoiq、Legit.ng、Scoop News 和俄罗斯卫星通讯社新闻。《2021 年可持续发展筹资报告》、2021 年经济及社会理事会发展筹资后续行动论坛以及经济及社会理事会主席关于防止和打击腐败及加强国际合作方面的挑战和措施的媒体简报，都先后被 ABC 新闻、法新社、美联社、彭博社、《耶路撒冷邮报》、路透社、合众国际通讯社和新华社等媒体广泛报道。

F. 社交媒体

21. 传播部社交媒体科管理的各个账户共拥有 5 700 万追随者，以所有正式语文以及印地语、斯瓦希里语和葡萄牙语创作并发布社交优化内容，以打击有关 COVID-19 和疫苗的错误信息。这些账户特别就全球团结和更好地恢复的必要性进行了宣传。与脸书、领英、抖音和推特等社交媒体平台的伙伴关系突显了全球挑战面前本组织的相关性，并为联合国打击错误信息的努力赢得了广泛支持，这得益于全球社交媒体用户对联合国账户的访问量和参与度增加(见图一)。传播部还与联合国系统各实体合作，帮助改进主要社交媒体平台的政策并确保其实施，特别是与疫苗错误信息有关的政策。

图一

2020 年 5 月-2021 年 5 月所有联合国组织社交媒体账户的增长情况



G. 和平使者

22. 传播部继续受益于联合国和平使者、亲善大使和其他倡导者和影响力人士的支持，他们放大了整个联合国系统所传播的信息的影响力，特别是关于 COVID-19 和气候行动的信息。这包括 3 月份的“唯有团结”运动和体育促进发展与和平国际日(4 月 6 日)宣传活动，后者强调了体育和身体活动对重建得更好这一目标的贡献。

H. 联合国学术影响倡议

23. 传播部通过联合国学术影响倡议与世界各地的教育工作者、研究人员和学生举行对话，讨论学术合作在解决全球关切问题方面的作用。来自 60 多个国家的 4 000 多人参加了对话，包括一次网络研讨会，会上重点强调了多边外交在 COVID-19 背景下的持续挑战和新视角。

I. 参观事务

24. 在日内瓦、内罗毕、纽约和维也纳，参观事务处继续向全球受众提供一系列虚拟节目。所有工作地点都重点介绍了联合国应对 COVID-19 大流行的措施，并鼓励虚拟访客加入“认证信息”运动。8 000 多人参加了至少一次由纽约参观事务处举办的虚拟参观，参观团体包括“国际校园”(国际米兰足球俱乐部的教育分支机构)、国际模拟联合国团体、里加青年领袖学校和 2021 年“**WeCare 中国**”，以及玻利维亚、巴基斯坦和韩国的多所学校。内罗毕和维也纳的虚拟参观方案分别吸引了数百名和近 3 000 名参观者。日内瓦继续提供高级政要现场参观和礼仪性参观，同时也制定了虚拟方案。在纽约，参观事务处还创设了关于黑人历史、联合国建筑、妇女和亚太区域的专题虚拟参观。为了应对在家上学和虚拟学习的挑战，该处还为教育工作者提供了以和平与安全、人权和可持续发展为主题的网络研讨会。

J. 销售和推销

25. 在本报告所述期间，联合国出版物继续在其网站(shop.un.org)和联合国 iLibrary 上展示联合国秘书处和联合国各机构、基金、方案、研究所和实体提供的内容，涵盖与 COVID-19 大流行有关的多个主题。

K. 展览

26. 传播部继续注重制作与联合国纪念活动有关的在线展览。2021 年 2 月至 6 月期间，就 COVID-19 疫情期间的人权、土著人民和塑料污染等问题发布了 7 项展览，浏览量超过 45 000 次。

L. 民间社会

27. 传播部继续通过虚拟活动吸引民间社会利益攸关方参与，这些虚拟活动放大了联合国主要主题、运动和讯息的影响力，其中两次关于 COVID-19、疫苗公平和经验教训的虚拟活动吸引了 6 000 多名观众观看。总体而言，民间社会股在所有平台(脸书、Instagram 和推特)上的社交媒体参与度和覆盖面增加了 30%。

M. 联合国纪事

28. 在本报告所述期间,《联合国纪事》发表了 27 篇文章中,其中约三分之一涉及 COVID-19 大流行。《联合国纪事》还发表了摄影师 Nicholas Vreeland 的一篇摄影散文,它描绘了疫情早期印度 Mundgod 村里的生活。

N. 达格·哈马舍尔德图书馆

29. 达格·哈马舍尔德图书馆继续支持联合国打击 COVID-19 错误信息的努力。在本报告所述期间举行了三次虚拟信息会议,有 400 多名与会者参加,包括代表、联合国托存图书馆的图书管理员和联合国秘书处图书馆的工作人员。信息专家在会上讨论了图书馆在遏制错误信息方面的作用。

四. 使用多种语文

A. 联合国新闻中心

30. 联合国新闻中心全球网络每天以阿拉伯文、英文、法文、俄文和西班牙文以及另外 125 种语文开展工作。¹ 以当地受众自己的语言接触他们是新闻中心工作的一个核心方面,新闻中心用各种当地语言以及盲文、尼泊尔手语和印地语手语创造传统和社交媒体内容,并进行广播和电视采访、举办谈话节目和新闻简报会。

31. 联合国新闻中心在全球讯息和宣传活动的翻译和本地化方面发挥着关键作用。各中心的多语种内容以数字方式在网站和社交媒体平台上分享,58 个新闻中心中有 35 个以当地语言在其网站上发布内容,另有 24 种语言在各种社交媒体平台上使用,例如 Aparat、Flickr、Flipboard、领英、Livestream、Periscope、Pinterest、SlideShare、Snapchat、Telegram、抖音、Tumblr、Vimeo、Vine 和 VK。

32. 在本报告所述期间,新闻中心网络加强了与联合国系统其他实体在国家一级的合作,以增强传播工作的影响力和一致性。这包括通过联合国各传播组(由所在国或区域的新闻中心主持或提供支持)开展工作,向媒体和公众宣传联合国的优先

¹ 南非荷兰语、阿库阿卡契维语、亚美尼亚语、阿散蒂契维语、阿瓦语、阿塞拜疆语、巴哈萨印度尼西亚语、巴富特语、班巴拉语、孟加拉语、邦加语、巴里语、巴萨语、白俄罗斯语、本巴语、比博普里语、缅甸语、查马克语、车臣语、捷克语、达加尔语、达巴尼语、丹贝语、丹麦语、迪乌拉语、荷兰语、恩贝拉语、伊维语、埃翁多语、芬特语、菲律宾语、芬兰语、弗里斯语(弗莱斯科语)、富尔富尔德语、加语、格鲁吉亚语、德语、贡加语、希腊语、瓜伊波语、瓜拉尼语、古吉拉特语、古尔马斯马语、豪萨语、希利盖农语、印地语、希特努语、匈牙利语、冰岛语、伊多马语、伊格博语、伊乔语、伊卡语、印加语、意大利语、日语、卡努里语、卡昂得语、卡拉卡尔帕克语、哈萨克语、基库尤语、斯瓦希里语、吉土巴语、科雷瓦赫语、伦杰语、林加拉语、洛兹语、伦达语、卢瓦莱语、马伊蒂里语、马拉加斯语、毛利语、马拉地语、马利语、米萨克语、摩尔语、穆伊斯卡语、派斯语、恩德贝勒语、尼泊尔语、尼瓦尔语、挪威语、尼扬扎语/钦延贾语、恩济马语、佩德语、波斯语、混杂英语、波兰语、葡萄牙语、克丘亚语、塞利巴语、塞派迪语、塞索托语、塞茨瓦纳语、绍纳语、舒帕姆语、西夸尼语、僧伽罗语、西西瓦提语、斯洛伐克语、斯洛文尼亚语、瑞典语、达芒语、塔马齐格特语、泰米尔语、泰卢固语、塔鲁语、提库纳语、蒂夫语、汤加语、聪格语、土耳其语、契维语、乌克兰语、乌尔都语、乌兹别克语、凡达语、瓦尤乌语、沃洛夫语、科萨语、雅库特语、约鲁巴语、尤卡帕语、祖努语和祖鲁语。

事项。各中心在整个驻地协调员系统中提供指导和支持，同时在 44 个国家——这些国家的新闻中心已与驻地协调员办事处整合——提供更直接的支持。

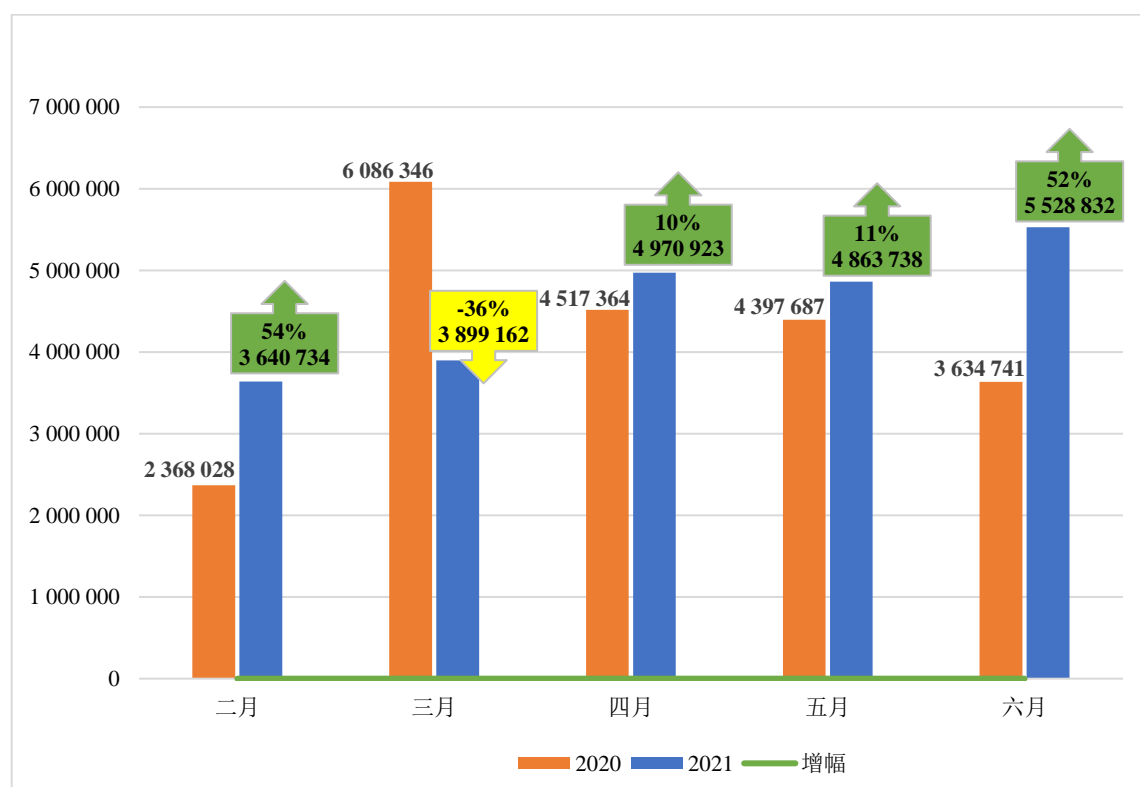
33. 为了接触更广泛的受众，联合国新闻中心还与外部组织和有影响力人士建立了伙伴关系。例如，贝鲁特联合国新闻中心与黎巴嫩出生的歌手 Tania Kassis 合作，发布了一首由基辅爱乐乐团录制的歌曲“所有人的土地”，以宣传抵制暴力和战争、消除贫困和帮助最弱势群体的人道主义价值观。

B. 多媒体、多语文新闻和专题报道

34. 在世界努力应对 COVID-19 疫情之际，传播部的多语文联合国新闻成为了及时、基于事实和有用信息的一站式来源。2021 年仍稳定保持着自疫情开始以来的用户增长，表明联合国新闻是一个准确和可信的信息来源(见图二)。页面浏览量(按语言分列的数据见图三)也继续增长，甚至超过了疫情开始时的高浏览量记录，报告所述期间的页面浏览量约为 3 000 万次，而去年同期为 2 700 万次。此外还有数据证明，联合国新闻对 18 至 24 岁年龄段的年轻受众越来越有吸引力。

图二

2020 年 2-6 月和 2021 年 2-6 月联合国新闻用户的增长情况



35. 联合国新闻阿拉伯文版的内容继续被区域媒体广泛引用，推特受众人数在 2021 年 2 月至 3 月期间跃升了 100%。专题报道包括就疫苗、变种和安全旅行问题对一名世卫组织流行病学专家进行的多媒体采访，以及为启动阿拉伯妇女调解人网络而制作的关于阿拉伯国家联盟社会事务部门负责人等多媒体特别报道。另外

还对黎巴嫩科学家、贝鲁特美国大学流行病学教授、欧莱雅-教科文组织杰出女科学家奖得主 Abla El Sebaei 进行了专题报道，该报道在推特上得到了知名黎巴嫩歌手 Elissa 的转发。

36. 联合国新闻中文版继续专注于有关联合国关键议题的有影响力的报道和采访。在 2021 年 10 月生物多样性公约缔约方大会召开前夕，中文股制作了气候行动系列报道，引起了各平台受众的广泛兴趣。值妇女和女童参与科学国际日(2 月 11 日)之际，联合国新闻中文版采访了普林斯顿大学生物学家颜宁，与她讨论妇女和女童接触和参与科学的话题，该篇采访在中文股维护的微博账户上吸引了超过 200 万名读者。

37. 联合国新闻英文版着重报道了联合国系统如何帮助社区克服 COVID-19 病毒肆虐的影响。联合国新闻英文版通过其“联合国驻地协调员”博客系列和“第一人称”系列报道，展示了伙伴关系在传达应对疫情危机的解决方案方面的成效。英文版与联合国新闻中心和国家工作队进一步合作，包括制作关于南太平洋性别赋权的播客“岛屿之声”和大屠杀幸存者访谈播客“幸存者亲述：在大屠杀中活下来——找到希望”。在报告所述期间的大大部分时间里，每天的页面浏览量超过 70 000 次，比疫情前高出约 115%。

38. 联合国新闻法文版的受众流量仍然强劲，报告所述期间的页面浏览量达 170 万次，而 2020 年同期的页面浏览量为 171 万次。阅读次数最多的是关于健康和气候问题的文章。最受欢迎文章包括对世卫组织疫苗指导意见的报道。联合国新闻法文版的社交媒体继续吸引受众和影响力人士，包括政府官员、外交官和记者。为了增加向非洲讲法语的受众的传播，团队加强了与联合国新闻中心的协作，与设在贝宁、马达加斯加和塞内加尔的中心一道开展工作，报道 COVAX 倡议的推出情况。

39. 由于增加了媒体伙伴，联合国新闻印地文版的页面浏览量录得 27% 的增幅，同时用户数量与去年同期相比增加了 49%。通过在线搜索获得的用户增加了 87%。印地文股制作了关于 COVAX 倡议和免疫接种运动所面临挑战的说明性报道，以及关于气候变化的多媒体内容，包括一篇关于努力解决时装业水资源浪费问题的专题报道。

40. 联合国新闻斯瓦希里文版继续为东非区域的受众和平台定制内容，与区域媒体伙伴分享其专题报道和每日电视新闻节目，并在自己的 YouTube 频道上发布内容。该股增加了 14 个来自传统广播电台、主流电视台和在线广播公司的合作伙伴，包括卢旺达的 Hooza 媒体。斯瓦希里文股还推出了手机版广播节目，供布隆迪、卢旺达和坦桑尼亚联合共和国的听众收听。通过合作伙伴转播内容，联合国新闻斯瓦希里文版的每日新闻节目在整个东非和南部非洲的受众人数达到数百万人，占听众和观众总数的比例高达 60%。

41. 在本报告所述期间，联合国新闻葡萄牙文版的页面浏览量达到创纪录的 190 万次，单独用户数超过 94 万，比去年同期增加 25%。葡萄牙文版对秘书长非洲问题特别顾问的采访登上了安哥拉主要报纸《国家报》的封面，莫桑比克《观察》

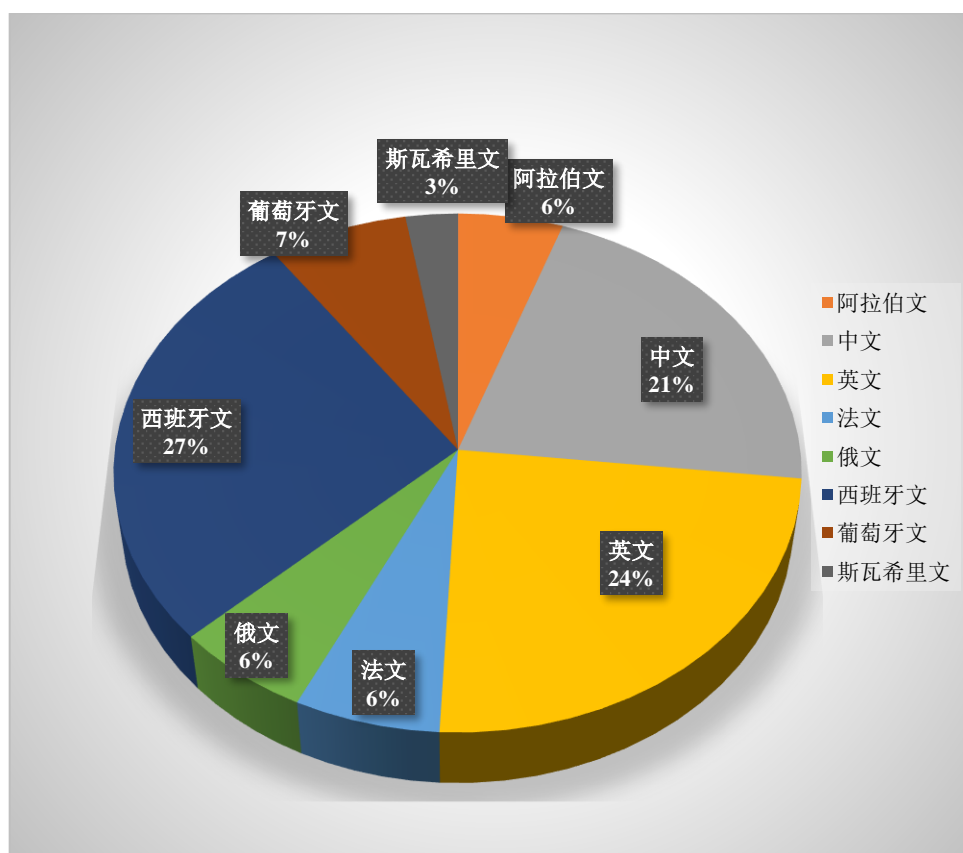
杂志和法国国际广播电台也对此进行了报道。葡萄牙文股通过与联合国国家工作队和维和特派团合作，制作了源源不断的实地材料。3 月份的国际妇女节特别报道介绍了正在从事疫情防治工作的来自安哥拉、巴西、几内亚比绍、莫桑比克、葡萄牙和东帝汶的女性卫生部长和卫生工作者。

42. 在本报告所述期间，联合国新闻俄文版的页面浏览量和用户数与 2020 年同期相比均增加 150% 以上。俄文版对科学话题的报道和倡导团结的讯息，为抵制在东欧和中亚的俄文媒体(包括社交媒体)上流传的错误信息起到了有益作用。为了聚焦增强妇女权能这一话题，联合国新闻俄文版采访了来自俄罗斯和乌克兰的女性维和人员，以及名人活动家，包括联合国人口基金亲善大使、模特 Natalia Vodyanova 和联合国难民事务高级专员公署亲善大使、歌手 Manizha。

43. 在本报告所述期间，联合国新闻西班牙文版的页面浏览量为 737 万次，用户数为 450 万，与疫情前相比呈现出 504% 的强劲增长。西班牙股定期在推特上直播世卫组织和泛美卫生组织的新闻发布会，这些帖子经常被医生、其他媒体机构和有影响力人士转发。联合国新闻西班牙文与联合国在拉丁美洲的各新闻中心合作，在报道中重点记录当地人的声音和实地经验。

图三

2021 年 2-6 月按语文列示的联合国新闻页面浏览量



C. 联合国纪事

44. 在《联合国纪事》2020年发表的68篇文章中，有约三分之一以所有六种正式语文发布，在2021年本报告所述期间发表的所有27篇文章均以中文和英文发布。将这些文章翻译成其他四种正式语文的工作正在进行中。

五. 青年参与

A. 秘书长青年问题特使办公室

45. 传播部主持的秘书长青年问题特使办公室继续与青年互动，在联合国系统内外倡导青年参与联合国进程和倡议，并倡导在《联合国青年战略》概述的优先领域——包括心理健康、气候变化和预防暴力极端主义——让青年有空间发挥作用。

46. 在本报告所述期间，除了支持“认证信息”和“即刻行动”运动外，该办公室还开展了一系列宣传活动。它们包括：支持遴选400名青年代表参加意大利政府将于2021年9月举办的“气候青年：驱动雄心”活动，该活动将在2021年11月联合国气候变化框架公约缔约方大会第二十六届会议前夕举行；与联合国自由与平等运动合作发起“无畏的未来”运动，以纪念国际不再恐惧同性恋、跨性别与双性恋日，突出展示世界各地男女同性恋、双性恋、跨性别者、性别奇异者和间性者(LGBTQI+)青年的领导力；与青年和平建设者联合网络共同发起一项全球运动，以传播第一份《关于在公民空间保护年轻人的全球报告》中所载的年轻人证词；推出机构间常设委员会准则《与青年共事、为青年办事：在人道主义和旷日持久的危机中如何与青年共事、为青年办事》；与各国议会联盟一道发起关于青年女性参政的行动呼吁。

47. 主题为“行动十年：顽强复苏”的经济及社会理事会青年论坛十周年纪念活动于4月7日和8日举行，它由经济和社会事务部以及秘书长青年问题特使办公室在与联合国青年发展问题机构间网络协作的基础上共同组织。2021年青年论坛以虚拟形式汇集了19 000多名青年，成为了联合国有史以来规模最大的青年聚会。活动期间发布了《2030年青年战略：2021年进展报告》，这是对联合国全系统青年战略进展的首次审查，突出说明了本组织如何在COVID-19危机中应对青年需求并与各国政府和青年合作，以实现可持续发展目标。

B. 和平与安全

48. 传播部与和平行动部及维和特派团合作，以“通往持久和平之路：利用青年的力量促进和平与安全”为主题宣传联合国维持和平人员国际日(5月29日)，强调青年维和人员的重要性，以及必须增加与青年的接触，使青年为建立可持续和平做出贡献。多个联合国新闻中心与维和行动合作，举行了部队和警察派遣国青年与这些国家部署在国外的青年维和人员之间的虚拟互动。面向达格·哈马舍尔德勋章获得者所在部队和警察派遣国的媒体开展了外联活动，在部队和警察派遣国的主要媒体上发表了100多篇印刷版和在线版文章。联合国新闻中心网络还帮助协调，使一篇由主管和平行动副秘书长撰写的评论文章以8种语文、32次登载在19个国家的媒体上。

六. 战略传播服务

A. 联合国新闻中心

49. 在本报告所述期间，传播部通过建设新闻中心的能力，并与驻地协调员办事处的传播工作人员密切合作，加大了传播工作力度。在联合国全球传播战略的指导下，传播部向驻地协调员提供了具体的战略和危机传播支持，并使所有 131 个联合国国家工作队都能获得此类支持。支持类型包括直接互动、提供传播工作指导和协调区域同业交流群。例如，联合国达喀尔新闻中心为非洲法语国家的联合国传播干事网络提供支持，制定传播战略并推动与该区域相关的宣传活动；设在堪培拉和西班牙港的新闻中心则分别向澳大利亚和南太平洋区域以及加勒比区域的联合国国家工作队提供传播外联和后勤支持。这些活动使传播部能够向未设联合国新闻中心的国家的驻地协调员办事处和联合国国家工作队提供支持。

50. 2021 年 3 月至 4 月，传播部和发展协调办公室对 44 个地点的联合国新闻中心与驻地协调员办事处整合工作进行了联合审查。审查结果显示，整合可以促成强大的传播能力，而且在大多数情况下，有关国家的传播规划和实施工作已经由于整合而发生显著变化。

B. 人权

51. 传播部与卢旺达常驻代表团合作举办了反思 1994 年对卢旺达境内图西人实施的灭绝种族罪国际日(4 月 7 日)的虚拟纪念活动，这次活动在联合国网络电视以及联合国脸书和 YouTube 频道上播出。活动由主管传播部副秘书长主持，其间秘书长、大会主席、卢旺达共和国常驻代表作了发言，一名儿童幸存者作了证言，全球各地 10 000 多名观众观看了此次活动。通过在联合国社交媒体账户上进行多语种宣传，放大了纪念活动的影响力。与去年相比，话题标签提及次数和参与数分别增加了 211%(今年 120 万，去年 38.6 万)和 18%(今年 65 100，去年 55 100)。

C. 和平与安全

52. 6 月份，传播部与和平行动部进一步合作，启动了第三阶段的“服务与牺牲”运动，以此感谢部队和警察派遣国对维和事业的宝贵贡献。

53. 2 月和 6 月，传播部与业务支助部、维持和平行动部以及管理战略、政策和合规部一起，协助举办了关于性剥削和性虐待问题的培训讲习班。传播部还继续确保联合国外部和内部网络平台刊登关于本组织努力解决联合国人员性剥削和性虐待问题的最新信息。

D. 非洲发展新伙伴关系

54. 在本报告所述期间，《非洲复兴》网站通过采访，如对非洲疾病预防控制中心主任的采访，重点介绍了非洲为应对 COVID-19 疫情正在作出的努力，同时刊登关于非洲寻求疫苗和通过 COVAX 倡议获得疫苗的内容。传播部还推出了一个访谈系列，专门介绍非洲国家女性常驻联合国代表的工作。

55. 《非洲复兴》共撰写了 105 篇文章，这些文章先后被布基纳法索、厄立特里亚、法国、冈比亚、黎巴嫩、纳米比亚、尼日利亚、联合王国、美国 and 津巴布韦等 30 个国家的 175 家媒体转载。

E. 气候行动

56. 第二十六届联合国气候变化框架公约缔约方会议召开前夕，气候行动仍然是联合国传播工作的重点，在广泛的多语种数字内容支持下进行了传统和社交媒体报道，放大了秘书长行动呼吁的影响力。

57. 国际地球母亲日(4 月 22 日)和当月由美国召集的领导人气候峰会获得了媒体和影响力人士的积极参与。秘书长在国际地球母亲日发表的一篇评论文章中呼吁采取更加进取的气候行动，该文以 20 种语言刊登在 58 个国家的 144 个媒体上，与该文相对应的路透社对秘书长的采访在各区域被大量转载，并成为推特上的热门话题。秘书长在世界气象组织《2020 年全球气候状况》报告发布会和领导人气候峰会上的讲话被法新社、埃菲社、《中东时报》、欧洲新闻台、《卫报》、《印度教徒报》、巴西《环球报》和路透社等媒体广泛报道。22 名联合国和平使者、亲善大使和可持续发展目标倡导者——包括安东尼奥·班德拉斯、保罗·科埃略、莱昂纳多·迪卡普里奥、珍·古道尔、迪亚·米尔扎、艾德华·诺顿和夏奇拉——通过传播联合国的讯息和秘书长的行动呼吁，放大了有关国际地球母亲日和《巴黎协定》签署五周年的社交媒体报道的影响力。

58. 在本报告所述期间，联合国气候行动网站每月页面浏览量超过 100 000 次，宣传的内容包括秘书长发表声明欢迎美国重返《巴黎协定》；2 月《联合国气候变化框架公约》关于《巴黎协定》下国家自主贡献的综合报告发布后，秘书长称该报告发出了“红色警报”；3 月，他在对“助力淘汰煤炭联盟”发表的演讲中呼吁结束对煤炭的“致命依赖”；5 月，他在第十二届彼得斯堡气候对话上推动增加气候融资和逐步淘汰煤炭；6 月，他在七国集团峰会上就气候融资发表讲话。该网站还以多种语言提供有深度的新内容，包括与联合国思想领袖的访谈、气候融资概述、展示气候解决方案的故事，以及对承诺到 2050 年实现净零排放的国家联盟进行专门的进程跟踪。

59. 倡导个人采取气候行动的联合国“即刻行动”运动进一步深入人心，2021 年 2 月至 6 月期间，通过移动应用和聊天机器人记录了约 150 万项行动。“即刻行动”儿童版，即“气候行动超级英雄”运动，已发布法文和西班牙文版本。

60. 随着本组织寻求提振气候雄心和全球行动，联合国新闻中心在第二十六届联合国气候变化框架公约缔约方会议召开前夕推出了各种举措。联合国拉各斯新闻中心和联合国国家工作队与青年组织“气候变化解决方案 17”合作，发起了面向青年、学生、科学家和企业家的“Naija Climate Now”运动，以设计和实施缓解气候变化的可持续解决方案。新德里、比勒陀利亚和里约热内卢的信息中心也于 2021 年 6 月启动了国家气候行动宣传活动。

61. 传播部继续以九种语文(六种正式语文加上印地文、斯瓦希里文和葡萄牙文)在所有社交媒体平台上宣传气候行动的紧迫性。尤其值得一提的是：为国际地球

母亲日创作的年轻气候活动家报道和关于温室气体净排放的内容；《巴黎协定》系列视频发布，观看次数超过 100 万次；“气候行动超级英雄”和其他“即刻行动”运动的相关内容。在各社交媒体平台上，气候类讯息和内容的表现一直高于平均水平。

七. 外联和宣传

A. 创新型社区外联

62. 在本报告所述期间，传播部与摄影师、奥斯卡获奖纪录片制作人路易·西霍尤斯合作，计划创作一个投射在联合国秘书处大楼上的大型影像装置，以便在联合国气候变化框架公约缔约方大会第二十六届会议召开前夕，推动与消除贫困和不平等相结合的气候行动。

B. 教育外联

63. 传播部组织了各种教育外联活动，包括在线讨论和电影放映，以突出展示本组织 2020-2021 年的优先事项。全球共有 80 000 多名观众参加了这些活动。向大会主席办公室提供了奴隶制和跨大西洋贩卖奴隶行为受害者国际纪念日(3 月 25 日)纪念活动方面的支持。传播部还推出了一个以大屠杀幸存者为主角的播客系列，进一步协调为模拟联合国编写学生辅助材料的工作，并定期向学生介绍本组织的工作。

C. 联合国学术影响倡议

64. 联合国学术影响倡议举办了一次网络研讨会，重点讨论种族主义的交叉影响以及大学在促进种族多样性和包容性方面的作用。为纪念世界难民日(6 月 20 日)，该倡议与联合国难民事务高级专员组织了一次网络研讨会，讨论大学在为流离失所学生和学者提供包容和公平的优质教育方面的贡献。

D. 参观事务

65. 由于 COVID-19 大流行，定于 2021 年 9 月至 10 月举行的 2021 年纪念莱赫姆·法拉记者研究金活动预计将采取完全虚拟的形式。研究员将参加联合国专家培训和简报会，并将获得独家机会接触联合国最高级官员，并与一群来自全球各地的记者和广播员进行交流和联络，这些活动将使他们从中受益。

E. 民间社会股和非政府组织联络处

66. 为了接触新的受众、鼓励民间社会参与并突出关键的组织优先事项，传播部带头发起了“民间社会气候行动故事”数字倡议，着重介绍世界各地民间社会的气候行动。收到了来自不同区域的约 140 份行动报告，并已通过各种社交媒体平台传播了这些报告。

67. 传播部继续吸引民间社会的参与，为此开展了纪念世界新闻自由日(5 月 3 日)、关于可持续性和粮食体系以及生态系统恢复的虚拟活动，从而放大了联合国关键主题、运动和讯息的影响力。

68. 2月至6月期间，非政府组织联络事务处为约900个民间社会实体提供了参加联合国高级别会议和首脑会议方面的支持，有约30名民间社会代表在这些会议上就COVID-19疫情应对和恢复问题发言。

F. 销售和推销

69. 销售和营销人员与约600名出版业领导人接触，并在五次高级别的出版业和图书馆员会议上就可持续发展目标、COVID-19大流行的影响和气候变化作了发言。

G. 联合国年鉴

70. 在2月出版了联合国成立75周年纪念书《实现人类共性：通过联合国庆祝全球合作》修订版后，传播部恢复了《联合国年鉴》的常规编制和相关活动，包括在《年鉴》社交媒体平台上使用《年鉴》收录的内容，以支持联合国全系统的传播优先事项和联合国全球传播战略。

H. 达格·哈马舍尔德图书馆

71. 在本报告所述期间，达格·哈马舍尔德图书馆继续开展工作，为联合国开发关于数字信息管理和图书馆空间及资产再利用的知识公域。来自世界各地8000多个城市的研究人员下载了六种正式语文的300多万份联合国文件和出版物。合作伙伴包括设在曼谷、贝鲁特、日内瓦和维也纳的联合国图书馆。图书馆分析并在线提供约4344份联合国文件和出版物，特别是关于可持续发展目标、气候变化和COVID-19的文件和出版物。《经济及社会理事会议事录索引(2020年届会)》和《大会议事录索引(第74届会议)》已经完成并发布在图书馆网站上。此外，图书馆更新了访问和检索信息，以便搜索和发现在特别政治和非殖民化委员会(第四委员会)和经济及社会理事会上发表的关于非殖民化议题的演讲。

72. 图书馆继续将重要的联合国历史文件和地图数字化，以便在网上提供此类资料。在本报告所述期间，对以所有六种正式语文编写的17份维和地图和15550份会议文件(约82900页)进行了数字化，其中包括第四委员会和托管理事会的文件。

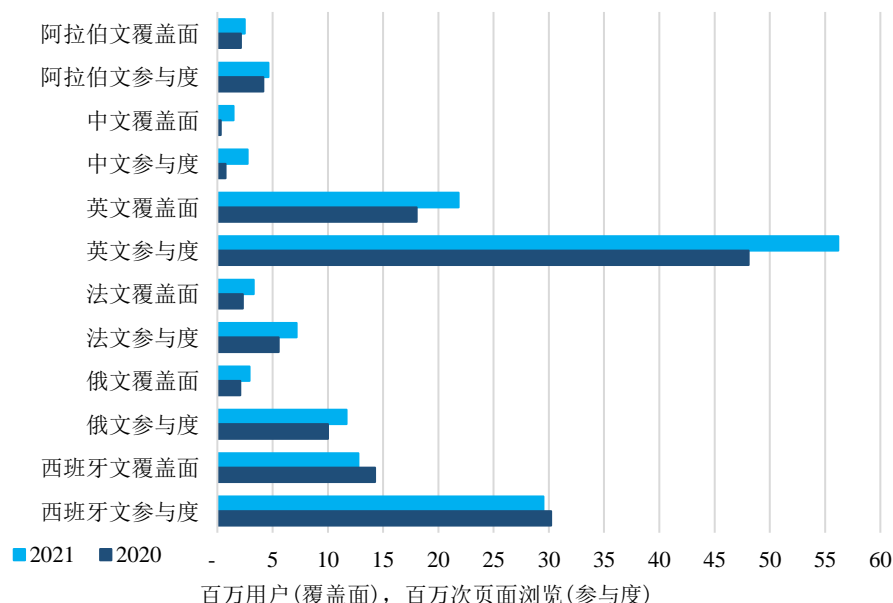
八. 新闻和媒体

A. 网络与数字

73. 在本报告所述期间，4470万用户访问了联合国主网站，所有语文的页面浏览量共计达1.12亿次。这意味着与去年同期相比，访问用户数增加了560万(增幅14.3%)，以页面浏览量衡量的参与数增加了1320万次(增幅13.3%)(见图四)。

图四

2020 年 2-6 月和 2021 年 2-6 月按语文列示的联合国网站用户数和页面浏览量



74. 与 2019 年同期相比, 2020 年 2 月至 5 月期间所有语文的受众参与度也都有增加, 而且增量超过此前五年中任何一年的同期水平。所有语文的页面浏览量共计达 9 480 万次, 比上年同期增长 50%。增加最多的是西班牙文(1 100 万次)、英文(900 万次)和俄文(600 万次)(见图五)。

75. 传播部继续利用联合国网站宣传关键的传播活动, 如联合国维持和平人员国际日和气候行动等。自 2019 年以来, 主页浏览量平均每年约为 350 万次。

76. 在本报告所述期间, 网站事务科向联合国秘书处各实体提供了关于网站可访问性和品牌标准的进一步指导。在秘书处各实体的 20 多个新网站推出前, 对它们进行了可访问性和品牌标准方面的合规审查。此外, 对联合国网站的可访问性准则进行了修订, 以纳入最新的行业标准准则。

77. 更新联合国网站所有正式语文的遗留内容并将其迁移到主要内容管理系统的工作已经完成。对“关于我们”、“我们的工作”、“全球议题”和“联合国纪念活动”等联合国核心网页进行了相关的重新设计, 并开展了网络标准合规保证活动。

78. 传播部还在为《德班宣言和行动纲领》二十周年开发关于打击种族主义、不容忍和歧视的数字材料, 包括开发一个“#打击种族主义”运动网站。联合国网站还继续宣传由主管传播部副秘书长主持的播客“夜未眠”, 该播客在 2020 年 7 月至 2021 年 4 月期间实现了超过 200 万次下载。

B. 新闻和会议报道

79. 在本报告所述期间, 会议报道科以英文和法文发表了 1 287 份新闻稿, 共计 5 792 页, 报道秘书长、常务副秘书长、安全理事会、大会全会和委员会、经济及社会理事会的活动, 以及秘书长发言人办公室的每日简报。鉴于 COVID-19 造成的限制, 该科就虚拟会议和到场公开会议均编写了新闻稿。

80. 与 2020 年同期相比，会议报道科英文和法文网站的页面浏览量增加 47%，新用户增加 83%，覆盖全球 240 个国家和地区的受众。在本报告所述期间，该网站的亚洲用户增加了四倍。

81. 传播部与大会主席办公室合作，以建立一个门户网站，便利以远程方式与会员国开展工作，并确保信息能够及时共享，大会决议和决定可在默许程序下通过。

82. 媒体核证和联络股继续向媒体通报虚拟会议、活动和简报会情况。该股还在举行到场会议、媒体候访和新闻简报会时与新闻界人士进行联络。该股继续就准入和工作条件等事项与驻联合国新闻记者协会保持联系。

C. 网播、视频、电视和照片

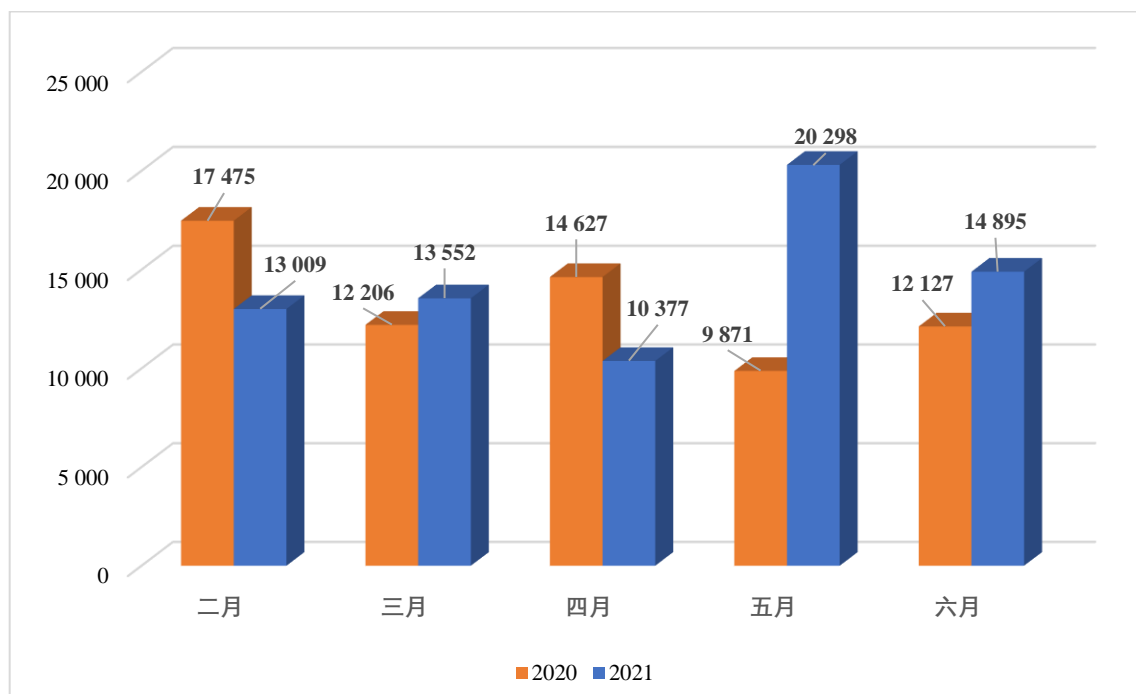
83. 在本报告所述期间，235 个国家和地区的观众直接从联合国网络电视网站、联合国 YouTube 频道、脸书和推特上收看了联合国会议和活动的直播和点播，浏览量超过 5 200 万次。联合国 YouTube 频道的订阅者达到 1 125 000 人。与 2020 年同期相比，所有流媒体平台的观众总数增加了 62%。

84. 重新设计的多语种联合国网络电视网站——2021 年 6 月推出英文版，后续计划推出其他正式语文版本——采用了最新流媒体技术和新的云视频平台，使视频质量、性能和可搜索性得到改进。

85. 联合国电视广播平台的新闻视频服务及时提供来自联合国总部、维和特派团和 30 多个伙伴机构、基金和方案的广播级质量的视频新闻资料。5 月份，该平台内容的播放时间打破记录，点击或播放次数达到 20 298 次(图五)。2021 年 1 月至 6 月期间，该平台的视频资料被世界各地的广播公司播出超过 80 000 次。

图五

2020 年 2-6 月与 2021 年 2-6 月联合国电视广播平台月度比较情况



86. 视频科及时报道联合国关于打击 COVID-19 错误信息的主要活动，此外还就疫苗的有效性、COVAX 疫苗倡议和疫苗公平进行了报道。该科制作了说明疫苗推广、个人防护装备和基本服务相关情况的动态图形和数据可视化视频，以应对发展中国家的疫情。这些视频传达了这样一个讯息，即在所有国家都安全之前，没有一个国家是安全的。视频还突出表现了联合国国家工作队的工作和在提供救生用品方面的机构间合作。

87. 4 月，该科推出了气候系列视频“我们能做到”，它们由世界各地的年轻环保人士和活动家解说，展示了在关于气候变化的《巴黎协定》指导下，我们将能够创造一个不受气候变化影响的世界的愿景。第一集由演员、联合国环境规划署亲善大使艾丹·加拉格尔解说，获得了超过 270 万次互动。

88. 视频科还在协调一系列与《德班宣言和行动纲领》有关的作品，它们将重点关注种族歧视和奴隶贸易的遗留问题，并促进宽容和社会融合。

89. 联合国电视台与广播伙伴合作，促成了对 100 多场以混合和虚拟形式举办的联合国会议和活动的报道。联合国电视台还报道了安全理事会和大会现场直播会议以及其他会议和活动的恢复情况，以及每日新闻发布会。联合国电视台利用其演播室使秘书长接受英国广播公司、哥伦比亚广播公司、有线电视新闻网和其他网络的直播连线采访，并为虚拟和混合视频提供制作和图像支持。YouTube 和 Spectrum 有线电视上的联合国电视频道全天候播出现场和虚拟活动，每晚回顾当天要点，并报道实地故事，例如通过视频以及儿基会和其他联合国机构的采访报道 COVAX 倡议。

90. 在本报告所述期间，联合国视听图书馆满足了外交使团、媒体、教育和文化机构、独立制片人和联合国各办事处等各类客户提出的 2 160 项直接请求，这些请求涉及使用影像资料制作每日新闻报道、纪录片、在线作品和教育节目。视听图书馆网站的页面浏览量为 263 904 次，视频浏览量约为 10 000 次。从该网站下载了近 71 500 个音频和视频档案。在阿曼政府的支持下，视听图书馆继续将选定的历史视听档案数字化。迄今为止，该项目已将大约 60% 符合条件的联合国历史资料数字化。

91. 经改进的联合国照片网站录得约 347 000 次页面浏览。该网站上共有 111 565 张高分辨率照片被下载。在实施新的联合国照片资产管理系统后，该网站的下载量增加了 45%。给约 600 张照片配上了标题，并改进其元数据，以便在互联网上产生更准确的搜索结果并实现这些照片的有效发现。联合国照片资料室满足了国际媒体、出版商、电影制片人、常驻代表团、教育和文化机构以及世界各地联合国办事处的 1 750 项直接请求。联合国收藏的照片被用于世界各地的展览、在线多媒体项目、社交媒体、演示和研究项目。

D. 合作伙伴

92. 传播部努力通过传统媒体接触受众，其中一项举措是由伙伴关系股与 Silverbird Television 和 Great Audacity Studio 签订内容许可协议，这两家位于尼日利亚的广播公司计划将“联合国在行动中”系列短片纳入其节目单。

93. 为了扩大对没有接入互联网的受众的覆盖，传播部正在与非营利组织——无国界图书馆合作，该组织为世界各地的社区提供快闪式信息中心，使人们能够离线访问高质量的多媒体内容。该合作伙伴计划将“联合国在行动中”系列和联合国新闻多语种内容纳入它提供的信息范围。

94. 在本报告所述期间达成的其他许可协议包括：与流媒体出版商 Alexander Street 合作，向学校、大学和图书馆提供“联合国在行动中”短片；与设在印度的新闻聚合网站 DailyHunt 合作，在其移动应用上以印地语显示联合国新闻内容；与为记者服务的在线新闻平台 TheNewsMarket 合作，使该平台纳入联合国新闻和联合国电视广播平台内容。

九. 2020 年世博会

95. 在因疫情而推迟一年后，2020 年世博会计划于 2021 年 10 月 1 日至 2022 年 3 月 31 日举行。考虑到 COVID-19 疫情的影响，联合国已将参展方式从设立专门展馆改为与伙伴和会员国协调，在它们各自的国家馆中展示纪念联合国日、关键国际日和主题周的方案和活动，以倡导多边主义和国际合作，并宣传可持续发展目标。2020 年世博会还提出让联合国进入机遇性展馆，该展馆由世博会策划和管理，侧重于展示可持续发展目标相关内容。

十. 结论

96. COVID-19 大流行传播部提供了一个有效执行在疫情发生前刚刚推出的全球传播战略的机会。该战略代表了联合国传播工作的新方法，即不只是提高人们对联合国活动的认识，还要激发人们关心本组织正在开展的工作，并动员他们采取支持性行动。在当前非同寻常的全球局势中，传播部的成功表明该战略正在取得成果。展望未来，传播部将继续运用该战略，发挥在重大问题上的可信赖信息来源的作用，并与类型广泛的各级利益攸关方进行多平台、多语种的互动协作，以此加强人们对联合国工作和宗旨的支持。