



## 新闻委员会

### 第四十三届会议

2021年4月26日至5月7日

临时议程\* 项目8

审议秘书长提交的报告

## 全球传播部的活动：战略性传播服务

### 秘书长的报告

#### 摘要

本报告根据大会第 [75/101 B](#) 号决议编写，概述了 2020 年 7 月至 2021 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。

战略传播性服务次级方案是传播部的三个次级方案之一，由该部战略传播司实施，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和联合国新闻中心。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)的活动在秘书长的其他报告(分别为 [A/AC.198/2021/3](#) 和 [A/AC.198/2021/4](#))中单独说明。

\* [A/AC.198/2021/1](#)。



## 一. 引言

1. 大会在第 75/101 B 号决议中表示注意到秘书长提交新闻委员会第四十二届会议审议的关于全球传播部活动的报告(A/AC.198/2020/2、A/AC.198/2020/3 和 A/AC.198/2020/4)，并请秘书长继续就该部的活动向委员会提交报告。
2. 传播部特此根据要求提交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的活动，概述了传播部就关键问题开展的宣传活动，并审查了联合国新闻中心网络的活动，包括纪念本组织成立 75 周年的活动。报告还展示了战略传播司通过采用具有创意的做法，对工作作出调整，在 2019 冠状病毒病(COVID-19)大流行造成的严峻业务环境中推进其优先事项。
4. 根据联合国新的全球传播战略，该司将其战略宣传工作的重点放在引导叙事、激发民众关注和动员他们采取行动上。在 COVID-19 大流行的背景下，这些目标变得愈加重要。战略规划和协调变得尤为关键，因此传播部在总部和国家一级的危机传播和其他工作方面发挥主导作用，以打击错误信息和虚假信息。

## 二. 应对大流行病

### A. 总部和外地的危机传播协调

5. 传播部与世界卫生组织(世卫组织)共同主持联合国传播组的危机小组，通过该小组协调联合国系统的传播对策。所有联合国机构、基金和方案都是危机小组成员。传播部每周举行一次会议，每天向整个联合国系统发送一封关于 COVID-19 传播对策的电子邮件，每周发送一份关键信息文件和先期规划网格。这些努力帮助联合国系统各实体协调其与大流行病有关的信息和活动。传播部还推出了一个专门网站，提供整个联合国系统关于 COVID-19 的相关信息。该部与世卫组织同为传播牵头机构，负责在负责人一级向联合国危机管理团队提供咨询意见，传播部还定期向联合国新闻中心和驻地协调员办事处的传播工作人员通报情况。
6. 联合国新闻中心与驻地协调员办事处、世卫组织和联合国国家工作队其他机构密切合作，在制定与 COVID-19 有关的危机传播战略方面发挥了不可或缺的作用。COVID-19 大流行在加强外地办事处之间协作方面起到催化作用，从而以协调、本地化的方式开展信息传递，支持了联合国满足国家需求的努力。虽然国家一级的传播是通过联合国传播小组协调的，但联合国新闻中心也发挥了核心作用，在这一年里主持了 400 多次联合国传播小组会议，根据标准操作程序制定了危机管理战略，并提供日常媒体监测和情况报告。
7. 在应对疫情过程中，联合国新闻中心与联合国国家工作队合作，组织了一系列活动，通过包括社交媒体和传统媒体在内的各种传播平台，让公众可以参与其中。
8. 联合国波哥大新闻中心与泛美卫生组织合作，参加了国家广播电台向其 54 个电台播放的“联合之声”每周广播节目，该节目覆盖了哥伦比亚 80%的地区。

该节目分享了关于预防 COVID-19 的信息,还在网上分享,并与 330 个社区电台、大学电台和教会电台分享。

9. 联合国哈拉雷新闻中心和津巴布韦驻地协调员办事处举办一场虚拟音乐会,音乐家们齐聚一堂,再次介绍了预防 COVID-19 的措施,例如保持社交距离、戴口罩和洗手。讨论的其他主题包括可持续发展目标、气候行动和人权。津巴布韦流行的在线平台以及国家工作队的脸书页面直播了这场音乐会,有 100 万人观看。

10. 联合国西班牙港新闻中心发起了“重建更美好的加勒比”系列播客节目,介绍加勒比非政府组织应对疫情的措施,每周一集新节目,从不同角度进行报道。例如,在一次采访中,特立尼达和多巴哥的一个社会企业平台创始人谈到疫情期间废物管理问题,包括消毒方法和安全处置治疗病人时所用材料的必要性。在脸书和 YouTube 上分享了该播客。

11. 由于将联合国新闻中心网站迁移到联合国国家工作队网络平台,以及将社交媒体账户转移和合并到国家工作队,联合国国家工作队通过数字渠道提供协调一致的信息的能力得到改善,特别是在传递与 COVID-19 和其他危机有关的信息方面。虽然传播部的外地办事处仍在管理这些网站和平台,但国家工作队因新闻中心现有的专门知识、更清晰的信息传递和消除重叠而从中受益。

## B. 通过“经核实”运动建立信任和打击错误信息

12. 在本报告所述期间,传播部继续推动和扩大“经核实”运动,该运动是秘书处应对 COVID-19 疫情总体传播倡议的重中之重。“经核实”运动已覆盖全球 10 亿多人,在打击错误信息的同时,提供了可以拯救生命的公共卫生信息和指导意见。

13. 到 2021 年 1 月初,全世界有超过 125 000 人报名成为“信息志愿者”,每天都会收到关于 COVID-19 危机的内容,与他们的同伴、朋友和网络分享。通过“经核实”运动,至少用 50 种语言制作了 1 000 多件与当地相关的多语种数字内容。在该倡议下制作的视频在全球范围内获得 6.6 亿次在线观看,2 500 万人通过短信或 WhatsApp 在手机上直接观看。联合国还就该倡议与 40 多个媒体组织开展协作。

14. 为了实施“经核实”运动,传播部正在开展跨部门努力,联合国新闻中心的全球网络在这方面发挥了特别重要的作用。各新闻中心跟踪地方和区域的错误信息趋势,并每两周提交一次报告,说明当地民众如何看待本组织在疫情方面开展的工作,以及各自的东道国正在流传哪些具体的错误信息。这些报告为“经核实”运动团队提供了宝贵的信息,使其能够更好地以多种语文制作适合目的的内容。

15. 通过定期举行全球和区域网络研讨会,联合国各新闻中心及时了解“经核实”运动的最新动态,并与负责这项运动的团队讨论本地化问题。各新闻中心与当地媒体、政府、民间社会和私营部门的利益攸关方进行接触,以扩大该运动在所在区域的影响。

16. 联合国新闻中心分享、扩大和翻译了“经核实”运动内容,还制作了针对具体区域和国家的多语种信息、图像互换格式和视频,介绍当地有影响力人士,并与媒体伙伴合作以尽可能扩大外联。例如,墨西哥城新闻中心请当地知名人士宣

读亟需关注的“经核实”运动信息，并与墨西哥公共广播系统合作，向逾 26 个广播电台和 3 个电视频道传播。该新闻中心还在墨西哥城地铁站争取到广告空间，每天的受众人数可以得到 400 万人。

17. “经核实”运动的一个重要组成部分是“承诺暂停”活动，该活动推动了人们改变在网上分享信息的行为方式。该活动是与社交媒体平台协同开展的，3 200 万名独立观众观看该视频达到 4 亿多次。该活动在中东和北非国家最为成功，但在巴西的表现也尤为出色。

18. 联合国各新闻中心在支持“承诺暂停”活动方面发挥重要作用，这次活动的理念是，如果在分享社交媒体帖子之前暂停一下，就会大大降低分享虚假信息的可能性。里约热内卢新闻中心安排在一场巴西足球甲级联赛中专门介绍这一活动，并在巴西最大的体育有线电视网 SporTV 上进行现场直播。该活动的葡萄牙语版“Prometo Pausar”的内容在抖音上获得超过 1 530 万次的观看量，该平台上的追随者人数增加了 400%。

19. 联合国达喀尔新闻中心以法文和几种当地语言制作了关于错误信息、正确使用口罩和与 COVID-19 有关的其他医疗卫生建议的公共服务公告。这些公告在联合国宣传小组和 22 个国家的维和特派团的社交媒体平台上分享。救助儿童会和无国界医生组织等民间社会组织也分享了这些公告。

20. 联合国开罗新闻中心协同联合国教育、科学及文化组织、世卫组织和开罗美国大学合作，在阿拉伯国家区域举办了一系列媒体网络研讨会，以解决与 COVID-19 有关的虚假信息和错误信息。

21. 许多联合国新闻中心翻译了宣传活动的內容，从而加强了本组织使用多种语文的努力，并确保更广泛地覆盖和影响世界各地的当地受众。例如，莫斯科新闻中心提供了许多俄文译文，而维也纳新闻中心则将“经核实”运动网站翻译成德文。为了直接应对社交媒体上传播的错误信息，贝鲁特新闻中心用阿拉伯语和英语创建了一系列在脸书、推特和 Instagram 登载的原创“经核实”运动品牌帖子。这些材料在新闻中心的社交媒体平台上并通过当地的联合国宣传小组分发。

### 三. 宣传运动

#### A. 可持续发展

22. 《2030 年可持续发展议程》和关于气候变化的《巴黎协定》构成了传播部从 COVID-19 大流行中更好地恢复的框架，并依然是联合国全球传播的核心。

##### 可持续发展目标

23. 7 月，可持续发展问题高级别政治论坛在传播部在全球和地方各级实施的媒体外联战略的支持下，在 118 个国家获得以 28 种语言发表的 3 200 多篇媒体文章报道。报道最多的是提交自愿国别评估的国家或有高级别代表参加论坛的国家，例如阿根廷、印度、俄罗斯联邦、沙特阿拉伯和西班牙。论坛开始时发布的年度《可持续发展目标报告》被至少 300 篇文章提及，61 个国家以 13 种语言进行了

报道。论坛期间，传播部协同 PVBLIC 基金会举办了有史以来第一个虚拟可持续发展目标媒体区，其中专题报告了专家的看法，并在南非广播公司网络的黄金时段播放了专题介绍常务副秘书长和可持续发展目标倡导者埃尔娜·索尔贝格和迪亚·米尔扎的电视节目。

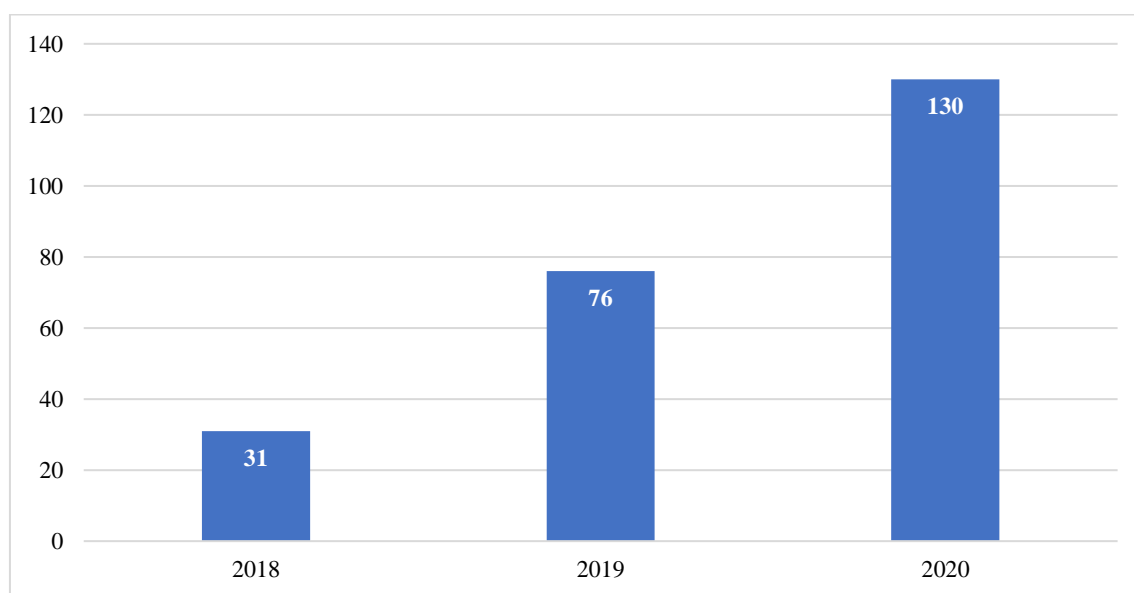
24. 通过为迎接大会开展提前规划、制作多媒体内容和协调一致地与合作伙伴进行外联，取得了强有力的成果。9月，“采取行动实现可持续发展目标十年”的第一个“可持续发展目标时刻”在社交媒体上引起强烈的反响，这是继纪念联合国成立 75 周年高级别会议之后，在推特上最受关注的大会活动。天空新闻电视台(大不列颠及北爱尔兰联合王国)、Channels 电视台(尼日利亚)、朝日卫星广播公司(日本)等 20 多个《可持续发展目标媒体契约》成员播放了纪录片《各国团结一致》，大力宣传了联合国与千年发展目标五周年有关的重要信息。大会期间举办的可持续发展目标媒体区的受众比以往任何时候都多，有 165 000 次视频观看，广播受众可能多达 3 亿户，这要归功于与半岛电视台英文台、TVC(尼日利亚)、凤凰卫视(中国)和 Canal Catorce(墨西哥)等媒体组织的伙伴关系。

25. 传播部制作了一个在线媒体资料袋，提供关于大会所有高级别活动的关键信息、事实和数字，并广泛分发给国际媒体、联合国系统合作伙伴和非政府组织，在大会期间获得了近 27 000 次浏览。可持续发展目标网站仍然是访问量最大的联合国网站之一，在 2020 年下半年，六种正式语文的页面访问量达到 1 500 万次。

26. 《可持续发展目标媒体契约》不断扩大，目前包括 120 多家媒体和娱乐公司，最近加入的成员是标准集团(肯尼亚)、MultiChoice(南非)、摩洛哥世界新闻、GMA 网络(菲律宾)、BuzzFeed(日本)和 Scoop(新西兰)(见图一)。

图一

可持续发展目标媒体契约成员的数量



27. 联合国各新闻中心积极宣传千年发展目标。例如，温得和克新闻中心和联合国纳米比亚国家工作队正在牵头与私营部门、政府行为体、媒体和其他方面建立伙伴关系，推动一项旨在支持纳米比亚经济的运动，要求公众在当地购物并支持纳米比亚人拥有的企业。卢萨卡新闻中心利用体育运动向 6 000 名年轻人宣传与千年发展目标有关的信息，向 100 所学校(包括有残疾儿童的学校)分发印有“可持续发展目标”字样的足球，以激励学生采取植树、倡导两性平等、保护环境等个人行动。里约热内卢新闻中心和第 27 届世界建筑师大会推出了一个关于千年发展目标的虚拟展览。莫斯科新闻中心与政府部门和亚历山大·戈尔恰科夫公共外交基金合作，支持俄罗斯全国青年理事会举行了主题为“独立国家联合体成员国的可持续发展目标青年大使：动员和行动的时刻”的在线会议，以便将阿塞拜疆、吉尔吉斯斯坦和俄罗斯联邦的可持续发展目标青年大使和国家方案协调员聚集在一起。

### 气候行动

28. 在整个大会第七十五届会议期间，气候行动一直是传统媒体和社交媒体报道的强大推动力量。这特别要归因于秘书长气候行动问题高级别圆桌会议、生物多样性问题峰会以及会员国作出的气候承诺，特别是中国承诺到 2060 年实现碳中和。日本和大韩民国随后承诺到 2050 年实现净零排放，这进一步推动了势头和媒体报道。7 月至 11 月期间，对秘书长在中国、印度和日本的演讲以及他在欧洲外交关系理事会上的讲话进行了宣传，这引起媒体对这些国家和区域气候行动紧迫性的大力报道。

29. 传播部对联合国环境规划署和世界气象组织主要报告的宣传强调采取紧急行动的科学依据，也得到了很多关注。例如，9 月发布的《2020 团结在科学之中》报告由世界气象组织协调编写，各通讯社、英国广播公司、《国家报》、半岛电视台和其他媒体进行了报道，气候科学家和有影响力人士、会员国和非政府组织也在社交媒体上进行了报道。

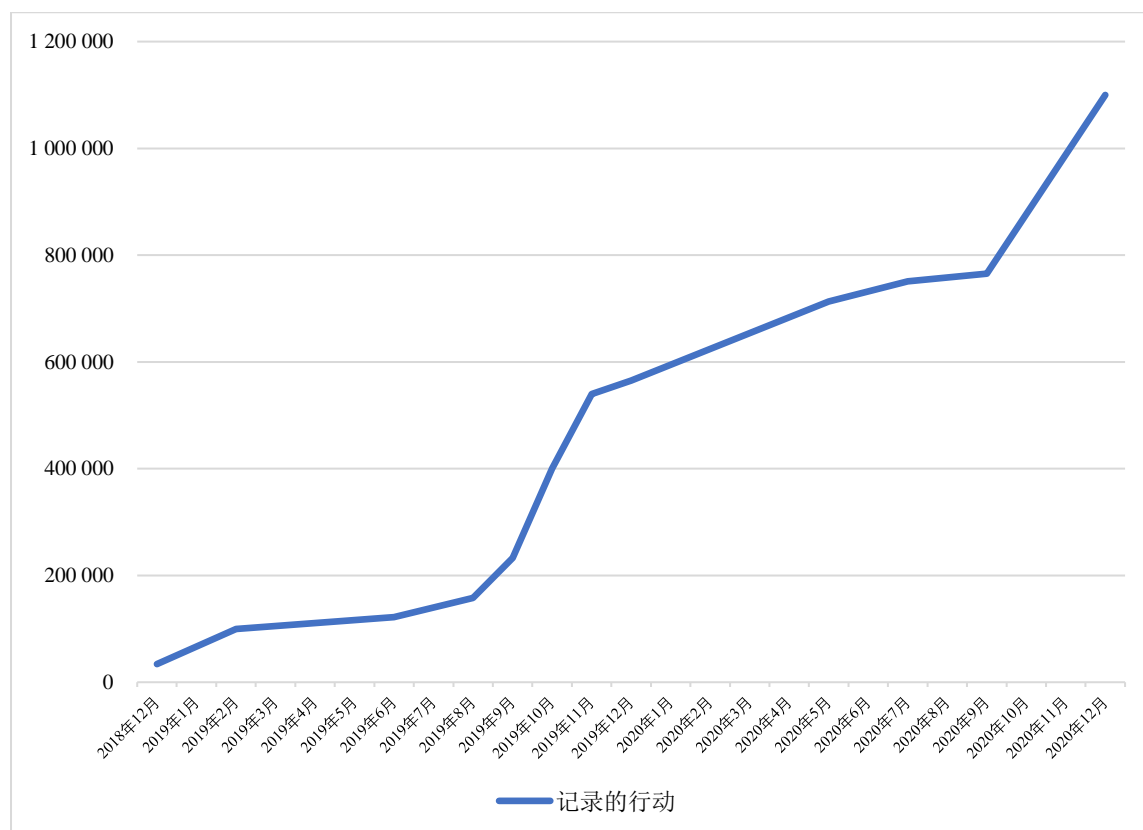
30. 12 月，秘书长在纽约哥伦比亚大学发表了关于地球现状的演讲。这次演讲在联合国网络电视和其他平台上进行了直播，全球媒体对此给予广泛报道，媒体访谈和英国广播公司同日播出的采访大卫·阿滕伯勒爵士特别节目也扩大了报道力度。

31. 12 月 12 日，秘书长、联合王国、法国、智利和意大利在一个虚拟平台上共同召开了气候雄心峰会，纪念具有里程碑意义的《巴黎协定》五周年，激励会员国和非国家行为体作出雄心勃勃的承诺。媒体和社交媒体对此进行的大力报道持续到 2021 年。传播部制作了网络和社交媒体内容，包括语录卡、公告卡和 GIFs。传播部还与秘书长办公厅合作拟订讯息内容，撰写和分发闭幕式新闻稿，并为外地办事处和新闻媒体举行背景简报会。

32. 在 9 月秘书长圆桌会议之前，以六种正式语文推出了一个经过改进的气候行动网站，在大会高级别会议周和一般性辩论期间吸引了 55 000 多次页面浏览。为了更广泛的传播秘书长的声音以及倡导科学和解决方案，加强了视觉叙事和内容制作的能力，从而使该网站成为联合国气候问题传播的可靠内容枢纽。

33. 针对个人的动员也凝聚了势头，在传播部的“即刻行动”运动中，通过其平台记录的气候行动达到了 100 万次的里程碑。从更多地回收利用到少开车、关灯和少用水，世界各地的民众通过聊天机器人和新的移动应用程序记录了自己的行动。9 月推出的应用程序极大地促进了参与；仅在第一个月就获得了 15 000 个用户，记录了 120 000 次行动，巴西、德国、意大利、墨西哥、联合王国和美国的个人参与度尤为强劲(见图二)。

图二  
通过“即刻行动”聊天机器人和移动应用程序记录的行动



34. 此外，与一家名叫 Baobab Studios 的美国动画制作公司建立了新的伙伴关系，让世界各地的虚拟现实电影观众看到了“即刻行动”。11 月推出了“即刻行动”的儿童版——“气候行动超级英雄”，以扩大该运动对 12 岁以下儿童及其父母的覆盖。“即刻行动”也是“把我们算上”的创始合作伙伴，后者是联合国气候变化框架公约缔约方大会第二十六届会议高级别气候行动倡导者的公民行动运动。“把我们算上”是在 10 月的技术、娱乐、设计倒计时活动中发起的。

## B. 人权

35. 在整个报告所述期间，传播部继续与联合国人权事务高级专员办事处(人权高专办)和其他内部和外部合作伙伴携手努力，以倡导把尊重人权作为联合国的核心目标之一，并作为预防冲突和促进可持续发展的重要工具。

36. 2020 年纳尔逊·曼德拉国际日纪念活动包括颁发第二次联合国纳尔逊·罗利拉拉·曼德拉奖，传播部为提名和遴选过程提供了全力支持。在 7 月 20 日虚拟大会纪念曼德拉国际日的活动中，获奖者玛丽安娜·瓦尔迪诺扬尼斯(希腊慈善家、人权及保护儿童健康和福利的倡导者)和来自几内亚的莫里桑达·库亚特(结束非洲各地暴力侵害妇女和女童行为的倡导者)因其人道主义工作而受到表彰。这次活动使外交官、联合国高级官员和民间社会聚集在一起，赞颂南非前总统所体现的为人类服务的传统。由于疫情原因，到场颁奖仪式推迟举行。

37. 在没有举办传统的纳尔逊·曼德拉国际日志愿活动的情况下，传播部与 Kahoot!(一个游戏型学习平台)合作开发了一个小测验。该部编写、设计了测验内容，并确保放在 Kahoot!平台上的显著位置，从而确保了较高的可见度和参与度。该测验有英文、中文、法文和西班牙文版，已有 60 000 名玩家，其中大多数是年轻人。这凸显了该平台今后吸引学生参与联合国相关问题的潜力。社交媒体上的高位统计数字进一步印证了对纳尔逊·曼德拉精神遗产的关注：7 月 13 日至 20 日，“曼德拉日”主题标签(#MandelaDay)在脸书、Instagram 和推特上被提及 337 400 次。传播部还为曼德拉日制作了各种讯息和社交媒体卡。7 月，曼德拉日主题标签在推特一周走势上是传播部排名第二的标签。

38. 为了向受众宣传土著人民国际日(8 月 9 日)，传播部编写了多语种社交媒体内容，重点介绍土著知识在 COVID-19 大流行方面可以提供的解决方案。在 8 月 3 日至 9 月 11 日期间，传播部协同经济和社会事务部并与推特合作，为英文、法文和西班牙文的主题标签推广带有联合国视觉标识的专用表情符号。在脸书、Instagram 和推特上，“我们是土著人”主题标签(#WeAreIndigenous)吸引了 142 200 人参与。围绕该国际日还发表了 2 000 篇媒体文章和 180 000 个社交媒体帖子，作者包括气候活动家格雷塔·桑伯格、加拿大总理贾斯汀·特鲁多以及其他在社交媒体上拥有大量追随者的有影响力人士和政治人物。

39. 传播部协同民间社会组织“最有影响力的非洲人后裔”进行了非洲人后裔国际十年宣传，包括于 10 月 5 日为学生举行虚拟简报会和虚拟小组讨论，请非洲联盟和联合国防治荒漠化公约秘书处的发言者发言，讨论“撒哈拉和萨赫勒绿色长城倡议”以及相关的冲突和移民问题。

40. 传播部还支持多语种外联以及宣传联合国人口基金于 12 月 1 日和 10 日以虚拟方式举办的“通过音乐实现和平：促进社会正义全球活动”。这次音乐和艺术活动是为支持联合国成立 75 周年活动和人权日而组织的，有 200 多名艺术家参加。这次活动主要在主要数字频道上进行了直播和播放，激励人们以实际行动争取和平、正义与平等，结束种族主义和歧视、特别是对非洲裔的歧视。

41. 为了继续重视性别这一贯穿各领域的问题，传播部与人权高专办合作，审查、设计和制作了题为“非洲裔妇女和女童”的小册子的最新英文、法文和西班牙文版。

42. 虽然每年一度的 Kwibuka(“记住”)100 天纪念活动于 7 月 4 日结束，但题为“1994 年对卢旺达境内图西人实施的灭绝种族罪外联方案与联合国”的活动仍在继续，在 2020 年下半年通过网络研讨会以虚拟方式与教育工作者、学生和公



众进行实际接触。这些活动包括向模拟联合国参与者和民间社会团体通报情况，以及与传播部的“大屠杀和联合国”外联方案和“不忘奴隶制”方案一起开办的题为“走出漫漫阴影：直面苦难历史”的新的现场系列讨论。该系列讨论的目的是更深刻地认识到这些痛苦历史的遗留问题，并通过审视过去，思考如何建设一个所有人都能够有尊严、和平地生活的世界。在本报告所述期间，节目的主题包括：“暴行后的博物馆、纪念物和缅怀活动：是否要传播一种持续的正义？”（7月8日）、“反种族主义教育”（10月29日）和“广播与重建”（11月18日）。

43. 作为支持联合国成立 75 周年系列活动的一部分，传播部继续加强与 Kahoot! 开展更多合作，开发了两个小测验，分别以年龄较大的学生和年龄较小的学习者为目标。放在 Kahoot! 网站显著位置上的联合国小测验很受欢迎，已有 10 多万人参与。

44. 传播部与人权高专办密切合作，在 12 月 10 日举办人权日纪念活动。2020 年的主题是“恢复得更好——捍卫人权”。重点是必须确保人权成为恢复工作的核心，从而战胜 COVID-19 疫情并恢复得更好。除了在纽约和日内瓦组织虚拟活动外，设在塔那那利佛、波哥大、布拉柴维尔、布隆迪布琼布拉、坦桑尼亚联合共和国达累斯萨拉姆、达卡、加德满都、尼日利亚拉各斯、拉巴斯、洛美、莫斯科、西班牙港、德黑兰和维也纳等 14 个联合国新闻中心利用人权高专办提供的种子资金开展了人权日宣传活动。

45. 传播部协助开展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）纪念活动，制作了通过联合国渠道进行宣传的多语种社交媒体材料。

46. 传播部继续与防止灭绝种族罪和保护责任办公室密切合作，推动落实《联合国消除仇恨言论战略和行动计划》。作为仇恨言论问题机构间工作组的一部分，传播部努力动员各方采取行动，以实现该战略打击仇恨言论的目标。最近，传播部致力于编写、翻译和传播联合国外地机构关于执行该战略和行动计划的详细指南。

47. 在传播部各新闻中心组织的许多“联合国成立 75 周年”活动对话中，人权问题占有重要地位。贝鲁特新闻中心与联合国近东巴勒斯坦难民救济和工程处协调，就“妇女和女童：性别不平等”这一主题开展两次虚拟对话，有 60 名巴勒斯坦青年难民参加。联合国驻乌兹别克斯坦办事处组织了题为“撒马尔罕人权论坛”为期两天的在线活动，重点讨论了青年权利问题，来自世界各地的 1 000 人参加。拉巴特新闻中心与新南方政策中心合作，组织了一次关于联合国在保护人权方面的作用的对话。

### C. 巴勒斯坦问题特别新闻方案

48. 在发生 COVID-19 疫情的情况下，传播部在虚拟平台上开展各项活动，包括举办中东和平问题媒体研讨会和巴勒斯坦记者年度培训班，以完成大会题为“巴勒斯坦问题特别新闻方案”的第 74/13 号决议规定的任务。

49. 11 月 23 日至 12 月 3 日，传播部与半岛电视台媒体研究所合作，为巴勒斯坦记者专门举办了一次虚拟培训方案，而不是在联合国总部举办到场培训课程。该

课程侧重于三个主题：移动新闻、数据新闻和新闻核实，来自加沙、西岸、耶路撒冷和散居地的 12 名巴勒斯坦记者从中受益。

50. 12 月 8 日和 9 日，传播部举办为期两天的虚拟活动，以代替其中东和平问题年度国际媒体研讨会。来自以色列、联合王国、美国和巴勒斯坦国的发言者讨论了两个主题：“以巴冲突和新十年的挑战”和“两种叙事：错误信息和虚假信息”。这些活动通过联合国网络电视现场进行直播。

51. 在本报告所述期间，传播部继续与政治和建设和平事务部巴勒斯坦人民权利司密切合作，宣传巴勒斯坦人民行使不可剥夺权利委员会组织的三次虚拟活动，即耶路撒冷问题国际会议第一部分(7 月 28 日)、耶路撒冷问题国际会议第二部分(8 月 27 日)和关于世界各国议员与巴勒斯坦问题的活动(11 月 12 日)。所有这些在线活动都通过联合国网络电视进行现场直播。

52. 传播部还为该委员会举办的“声援巴勒斯坦人民国际日”(11 月 29 日)纪念活动提供传播支持。这包括宣传 12 月 1 日举行的主要虚拟纪念活动，在这次活动中还正式启动一个重点介绍在巴勒斯坦被占领土上修建的隔离墙的虚拟展览。全球各地的联合国新闻中心为纪念该国际日举办各种活动。

53. 在本报告所述期间，传播部用所有六种正式语文翻译和制作了一本在线小册子，以配合“巴勒斯坦问题与联合国”的导游展览。

#### D. 非殖民化

54. 在“第三个铲除殖民主义国际十年(2011-2020)”即将结束之际，传播部散发了关于非殖民化问题的新的宣传材料，例如与政治和建设和平事务部合作编写的题为“关于联合国和非殖民化的十个常见问题”的传单，用所有六种正式语文制作；与政治和建设和平事务部合作制作的题为“联合国和非殖民化”的动漫视频，以英文制作，其他语种版本将随后跟进；以英文、法文和斯瓦希里语发行的题为“独立 60 年：遍布非洲的独立浪潮”的一分钟视频。

#### E. 非洲发展新伙伴关系

55. 作为本组织动员支持非洲经济发展、和平与安全的协调努力的一部分，传播部通过其在线杂志《非洲振兴》(以英文和法文出版，部分文章以斯瓦希里语和中文发表)，并通过其社交媒体渠道和每月精选的电子通讯，宣传非洲联盟、非洲联盟开发署-非洲发展新伙伴关系、非洲问题特别顾问办公室和非洲经济委员会的目标、优先事项和成就。

56. 在《非洲振兴》网站上发表并在社交媒体上传播的文章提高了对大流行病及其社会经济影响的认识，并促进了联合国、非洲联盟和非洲国家的抗疫工作。传播了对抗疫和经济发展问题专家的采访。在这些专家中，国际贸易中心前代理执行主任讨论了非洲公司需要开展创新以摆脱疫情的问题；非洲联盟发展机构首席执行官讨论了非洲联盟、非洲各国疾病控制和预防中心和联合国在应对这一病毒方面的协调以及恢复得更好的计划；大会主席讨论了消除贫困、促进优质教育和包容方面的努力；非洲联盟常驻联合国观察员介绍了非洲联盟与联合国之间的伙

伴关系、大流行病和妇女赋权；联合国贸易和发展会议(贸发会议)非洲、最不发达国家和特别方案司司长介绍了非法资金流动对非洲实现可持续发展目标能力的影响；非洲谈判员小组主席谈到了气候变化问题；联合国内罗毕办事处主任介绍了增强妇女权能对非洲大陆发展的催化作用。

57. 传播部还开展一项在线活动，表彰在非洲防治 COVID-19 一线工作的医护人员([www.un.org/africarenewal/section/healthcare](http://www.un.org/africarenewal/section/healthcare))。受表彰的 13 名医务人员来自不同非洲国家，其中包括安哥拉、喀麦隆、肯尼亚、尼日尔、尼日利亚、塞拉利昂和苏丹。这些医务人员分享了各自的经验、应对策略和对主管部门的建议。

58. 传播部介绍了关于许多与大流行病有关的特别报告的分析文章和相关访谈，包括非洲各国疾病控制和预防中心、世卫组织和其他主要机构编写的“非洲应对 COVID-19：利用数据找到平衡点”；贸发会议编写的“应对非法资金流动，促进非洲可持续发展”；国际贸易中心编写的“COVID-19：大封锁及其对小企业的影响”；非洲联盟发展署编写的“非洲药品制造计划”。

59. 传播部利用具体的里程碑性节点所提供的机会，讨论一系列广泛问题，包括与非洲妇女和青年有关的问题。为纪念国际青年日，传播部重点介绍了非洲联盟青年问题特使，此人讨论了青年优先事项、就业和粮食安全问题。9 月，传播部重点介绍了联合国发起的“我们想要的未来，我们需要的联合国”全球协商的成果。10 月，为纪念联合国成立 75 周年制作了各种报道，其中包括一篇关于非洲国家参加 1945 年在旧金山举行并导致联合国成立的活动的报道，以及一篇关于迄今为数不多的、曾在大会发言的非洲妇女领导人的报道。

60. 为纪念安全理事会第 1325(2000)号决议通过二十周年和《北京宣言》和《行动纲要》执行情况 25 年审查，发表了多篇专题报道，例如介绍纳米比亚如何帮助通过关于妇女与和平与安全的第 1325(2000)号决议，以及非洲如何能够克服二十一世纪的挑战(例如日益严重的偏见)，落实《北京宣言》和《行动纲要》。还发表了一篇对北京会议秘书长、坦桑尼亚联合共和国的格特鲁德·蒙盖拉的访谈，介绍北京会议产生的影响。

61. 在大会第七十五届会议期间，传播部与非洲问题特别顾问办公室协调，宣传与非洲有关的各种活动。大会第七十五届会议关于非洲的网页([www.un.org/africarenewal/africaga](http://www.un.org/africarenewal/africaga))介绍了非洲代表的参与及其正式发言。

62. 传播部在其传播活动中继续支持非洲联盟的“到 2020 年平息枪炮声”运动，同时还大力宣传秘书长发出的全球停火呼吁。受访者应邀回答“平息枪炮声对非洲意味着什么”这一问题，并向非洲人发出特别的和平讯息。此外还发表了联合国和非洲联盟高级官员的联合署名评论以及联合国-非洲联盟关于交出非法武器的联合呼吁，并通过《非洲振兴》(包括其网站)、社交媒体账户和电子通讯等平台进行传播。该部还通过这些渠道宣传于 2020 年 12 月举行的非洲联盟国家元首和政府首脑特别会议，这次会议讨论了与“到 2020 年平息枪炮声”和非洲大陆自由贸易区有关的事项。

63. 此外，在 2021 年 1 月非洲大陆自由贸易区开始贸易之前，传播部加强了对贸易协定的报道，其中包括宣传自由贸易区秘书处的工作，介绍非洲内部贸易商在自由贸易方面的希望和愿望。

64. 传播部的《非洲振兴》联合新闻专题服务继续扩大。共有 134 篇文章被 29 个国家的 145 个媒体机构以英文、法文和斯瓦希里语转载 1 003 次，这些国家包括博茨瓦纳、布基纳法索、埃塞俄比亚、法国、加纳、几内亚、意大利、肯尼亚、纳米比亚、尼日利亚、塞内加尔、南非、坦桑尼亚联合共和国、联合王国、美国和津巴布韦。

65. 传播部还将其文章翻译成斯瓦希里语，并与上海外国语大学合作进行中文翻译。约有 46 000 名活跃用户访问该网站的斯瓦希里语内容，15 000 人访问中文内容。

66. 为了扩大《非洲振兴》内容的覆盖面，传播部继续使用苹果 iTunes 等传播平台，并制作了播客、音频故事和短视频，网站和社交媒体对此都有介绍。

67. 传播部重新设计《非洲振兴》网站后，访问量有所增加，总访问量为 200 万次，平均每月访问量为 296 000 次。数据显示，男性和女性访问者的人数几乎相等(男性为 54.2%，女性为 45.8%)。非洲访问者的比例最高(42.1%)，其次是北美(24%)和欧洲(16.1%)。该网站在 25 至 34 岁人群(30.6%)中最受欢迎。

#### F. 秘书长的全球停火呼吁

68. 秘书长在大会发言后，传播部在 10 月至 12 月发起一场传播运动，以宣传他的全球停火呼吁，集中力量战胜 COVID-19 疫情。在秘书长和联合国的社交媒体账户上，秘书长的呼吁是当年最受欢迎的内容之一。联合国各机构高级领导层通过声明、演讲和多媒体内容大力传播这一呼吁。在维持和平特派团所在国播放了公益告示，并建立了一个专门网站([www.un.org/globalceasefire](http://www.un.org/globalceasefire))作为内容中心。该网站自 2020 年 10 月 23 日启动以来，所有六种正式语文的浏览量已超过 46 000 次。此外，在本组织、联合国和平行动、联合国国家工作队和联合国各新闻中心的社交媒体渠道上推出支持秘书长呼吁的在线呼吁，获得近 240 万个签名。

#### G. 支持设立联合国苏丹过渡时期综合援助团

69. 在安全理事会第 2524(2020)号决议设立联合国苏丹过渡时期综合援助团(联苏援助团)后，传播部协助政治和建设和平事务部设立该特派团。传播部规划了特派团的战略传播和新闻科，并参与了工作人员征聘工作。传播部根据具体情况制定了一项传播和外联战略，以解释任务规定，管控期望值，建立对苏丹和平进程的信心。使用多种语文是该战略的一个关键组成部分。传播部与联合国驻苏丹国家工作队和即将撤离的维持和平特派团(非洲联盟-联合国达尔富尔混合行动)进行协调，确保在设立特派团之前、期间和之后采取综合办法并与利益攸关方合作。传播部还为联苏援助团开发了一个公共网站，以传播关于新特派团的新闻、目标和活动的信息，并参与了联苏援助团 2021 年的预算工作。

## H. 性剥削和性虐待问题传播培训班及联合国全系统传播专责小组

70. 传播部协同和平行动部、管理战略、政策和合规部及业务支助部，于 2020 年 12 月举办了第三次性剥削和性虐待问题传播培训班。这个培训班以虚拟方式进行，包括情况介绍和讨论，然后为 20 名参加者进行关于该问题传播的个别实际练习。该培训班的目的是使来自和平行动、各机构、基金、方案和非洲联盟的高级领导人掌握有效处理性剥削和性虐待问题所需的适当传播技能。该培训班强调采用一种敏感、透明和以受害者为中心的方法，从而在整个联合国系统促进零容忍政策的执行工作。这一举措符合秘书长就防止和应对性剥削和性虐待全系统战略采取的新办法。

71. 传播部还在联合国全系统性剥削和性虐待问题工作组的框架下设立一个传播专责小组并担任其共同主席。该专责小组的任务是：就采取一致的传播对策进行协调，促进提高这一问题的透明度；充当讨论经验教训和最佳做法的论坛。专责小组包括来自和平与安全、发展和人道主义领域的 16 个联合国实体的代表。

## 四. 新闻中心和新闻处

### A. 加强联合国新闻中心和全球传播网络

72. 为了加强 59 个联合国新闻中心网络的能力，并支持在由 129 个驻地协调员办事处组成的网络中实施全球传播战略，传播部与发展协调办公室合作，向其外地传播工作人员提供战略和专题指导，并促进同行之间的交流。为了形成外地办事处成功执行该战略的能力，在整个报告所述期间举办了文字编辑、新闻摄影、网站设计和讲述视频故事方面的网络培训课程。通过这些努力，传播部的全球平台和外地办事处的平台收到了更多来自外地的故事和材料。

73. 在 COVID-19 疫情暴发后立即采取措施，举办了每周和每两周一次的网络研讨会，向联合国新闻中心和驻地协调员办事处的外地传播工作人员提供世卫组织、秘书处和其他实体的重要信息。除了这些定期会议外，还就具体的方案优先事项和行政专题举行网络研讨会。在 2020 年，传播部举行了 69 次网络研讨会。48 次涉及方案专题，7 次涉及行政专题，14 次是为了开展能力建设。与前一年相比，参与者总数增加了 400% 以上。

74. 传播部继续审查其外地工作人员的结构，以更好地适应全球现代传播网络的需要。有了一个专门的区域行政支助结构，传播部就能够进一步精简外地办事处的工作流程。这反过来又使改叙工作得以进行，从而加强了每个新闻中心的传播人力配备。

75. 除了在所在国发挥战略传播作用外，传播部外地办事处的国际工作人员还向未设联合国新闻中心的国家提供支持。这项工作是在次区域和区域两级进行的。在次区域一级，25 个规模较大的新闻中心对其邻近区域内的新闻中心和驻地协调员办事处提供指导、分享最佳做法、审查工作并辅导传播工作人员。例如，雅加达新闻中心建立了一个支持网络，覆盖柬埔寨、中国、老挝人民民主共和国、马

来西亚、泰国、东帝汶和越南以及马尼拉新闻中心的联合国传播同事。在区域一级，在传播部外地主任的协调下，为新闻中心和驻地协调员办事处的传播工作人员建立了同业交流群。在非洲，法语区新闻中心网络通过达喀尔新闻中心促进同行交流、信息散播和语言支持。在拉丁美洲和加勒比、欧洲、中东和北非区域以及非洲英语区也建立了类似网络，并计划在 2021 年为独立国家联合体和亚洲及太平洋区域建立网络。

76. 传播部的高级外地官员还支持驻地协调员处理危机。例如，联合国西欧区域新闻中心主任和联合国维也纳新闻处处长向亚美尼亚、阿塞拜疆和白俄罗斯的驻地协调员提供战略和危机传播指导，同时指导传播部在巴库、明斯克和埃里温的外地办事处如何以最佳方式就所在国的具体情况开展传播工作。

## B. 使用多种语文

77. 在本报告所述期间，鉴于用当地语言向受众提供有关 COVID-19 预防措施的信息非常重要以及需要帮助到最脆弱人群，联合国各新闻中心的工作证明是不可或缺的。例如，波哥大新闻中心用 14 种土著语言就 COVID-19 制作和播放广播信息并发布视频，有可能惠及 70 万民众。达喀尔新闻中心用班巴拉语、林加拉语和沃洛夫语制作了关于 COVID-19 的视频，西班牙港新闻中心也用克里奥尔语制作了类似视频。比勒陀利亚新闻中心与一家翻译公司合作，将联合国儿童基金会(儿基会)关于疫情期间子女教导的社交媒体内容翻译成五种当地语言。联合国新闻中心利用各种手段，在互联网覆盖面有限的偏远地区向受众进行宣传，包括利用传统媒体、短信，甚至在波哥大还用装在摩托车上的扩音器进行宣传。

78. 联合国各新闻中心发布信息并将其翻译成 123 种语言，<sup>1</sup> 以及盲文、尼泊尔手语和印地语手语。它们还用 106 种语言制作了不同版本的可持续发展目标图标，并最近制作了盖尔语和格陵兰语版本。这些多语种内容以数字方式在网站和社交媒体平台上分享，58 个新闻中心网站中有 35 个网站以当地语言发布内容，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、

<sup>1</sup> 南非荷兰语、阿库阿卜契维语、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(弗莱斯克语)、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、哈萨克语、基库尤语、斯瓦西里语、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、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。

Livestream、Periscope、Pinterest、SlideShare、Snapchat、Telegram、抖音、Tumblr、Vimeo、Vine 和 VK。

79. 各新闻中心不仅用当地语言与受众直接沟通，而且还通过翻译关键材料，使全球性运动的讯息和高级官员的讯息本地化。在本报告所述期间，它们帮助在当地媒体上刊登这些材料，包括在 42 个国家以 18 种语文刊登 277 篇秘书长和其他高级官员的署名文章。各新闻中心制作了 60 多份联合国成立 75 周年活动调查中的大部分译文，通过翻译关键信息支持宣传秘书长的 COVID-19 政策简报，并将“经核实”运动等举措扩大到更广泛的受众。指定了具体的新闻中心为语言协调方，由其负责与其他方面协作，分担翻译和散发工作，因此促进了这一进程。通过实施这一进程以及建立主要负责所在区域语言的外地办事处传播干事区域网络，加强了传播部使用多种语文的能力。

### C. 创新性宣传

80. 根据全球传播战略的主要目标(即引导叙事、激发民众关注和动员采取行动)，外地办事处将注意力转向带给受众可以提供解决办法、积极正面的故事。在本报告所述期间，世界各地的联合国新闻中心制作了几十个传递善良和团结互助精神的故事，并在地方、区域和全球网站上分享，包括传播部的 COVID-19 门户网站。所有故事都以英文发布，许多故事还有阿拉伯文、法文、西班牙文和联合国其他正式语文的版本。两篇报道在 COVID-19 门户网站上的浏览量最大：一篇是联合国西欧区域新闻中心的报道，强调了透明口罩对听力障碍者的益处，另一篇是东京新闻中心的报道，其中介绍了日本奥林匹克选手鼓励人们通过开展身体活动健康生活的情况。

### D. 联合国日和联合国成立 75 周年纪念活动，包括与青年外联

81. 尽管暴发疫情，各联合国新闻中心和国家工作队仍以创造性方式庆祝联合国日。联合国西欧区域新闻中心在联合国日内瓦、维也纳、布拉格和萨拉热窝办事处的支持下，帮助安排在 22 个国家 220 多个城市的近 400 个欧洲地标点亮蓝灯。开罗新闻中心为照亮金字塔、狮身人面像、开罗塔和外交部大楼的倡议提供支持。这些生动的画面在参与者的社交媒体渠道和 Flickr 上进行了广泛宣传，并专门在联合国网络电视上播放了一个幻灯片。

82. 联合国布宜诺斯艾利斯新闻中心与阿根廷最大的电视广播公司 *Telefe* 合作，制作了纪录片《不让一个人掉队》(*Que no quede nadie atrás*)，有 50 多万人在联合国日观看。莫斯科新闻中心与“人人项目”和“金砖五国”电视台合作，向 2 700 万讲俄语的观众播放了纪录片《各国团结一致》。温得和克新闻中心和纳米比亚国家工作队也发布了视频《纳米比亚儿童的一天》，重点指出各种不平等现象，并呼吁提供平等接受教育的机会。

83. 联合国驻基辅办事处与敖德萨国家管弦乐团合作，举办一场弘扬和平与团结互助的虚拟音乐会，在 YouTube 上获得超过 5 000 次的点击率。卢萨卡新闻中心与 30 名青年歌手和音乐人一道，为联合国日制作了一首歌曲，约有 1 500 名听众通过虚拟方式收听。

84. 大多数联合国新闻中心和国家工作队以虚拟方式庆祝联合国日。马尼拉新闻中心在“脸书”上直播其节目，受众人数超过 30 000 人，并协助举办了一些混合活动。科伦坡新闻中心在联合国日庆祝活动中接待了数量有限的客人，并在脸书上进行直播，观看次数达 80 000 次。卢萨卡新闻中心向 1 600 名观众直播了一次纪念联合国成立 75 周年对话，有 30 名青年参与者，包括聋人和盲人社区的代表。堪培拉、第比利斯和雅温得等少数几个联合国新闻中心在确保遵守东道国 COVID-19 抗疫规定的情况下，组织了有政府、外交界、民间社会、教育机构和国际组织代表参加的到场活动。

85. 传播部的外地办事处通过调查和对话，在促进纪念联合国成立 75 周年全球协商方面发挥重要作用。大多数联合国成立 75 周年对话是在设有联合国新闻中心的国家进行的，这些中心是确保广泛分发调查表的推动力量。这些中心组织了在线对话，覆盖各类受众：布宜诺斯艾利斯新闻中心与一家国家媒体合作请来难民和移民；布琼布拉新闻中心邀请了成功姐妹协会的女童；缅甸仰光新闻中心邀请了女同性恋、男同性恋、双性恋、跨性别者、性别奇异者和间性人社群；联合国巴库办事处通过广播接触青年受众。比勒陀利亚新闻中心通过全国社区广播论坛与当地社区建立联系。波哥大新闻中心举办了一系列名为“与联合国喝咖啡”的对话，向所有人开放。

86. 各联合国新闻中心以创造性方式庆祝联合国成立 75 周年。里约热内卢新闻中心与一名秘鲁艺术家合作，制作了题为“17 朵花”的可持续发展目标海报，该海报用葡萄牙语、英语和西班牙语制作。联合国驻乌兹别克斯坦办事处和国家工作队与该国文化部合作，制作了一首题为“人类”的歌曲，歌词有阿拉伯语、英语、意大利语、哈萨克语、俄语、塔吉克语、土耳其语和乌兹别克语版本。这首歌的点击率超过 2 500 次，在 7 个国家和 12 个区域电视频道播出。联合国西欧区域新闻中心与葡萄牙造币厂合作，制作了一枚 2 欧元纪念币，在 19 个欧元区国家的发行量达到 50 万枚。新德里和仰光新闻中心为纪念邮票的出版提供便利。

87. 雅加达新闻中心和驻印度尼西亚国家工作队与安塔拉通讯社合作，在 78 个火车站和政府大楼的显要位置播放纪念联合国成立 75 周年视频，每天吸引了 200 万观众。堪培拉新闻中心组织了一场活动、在 250 辆公共汽车上宣传联合国成立 75 周年调查，并组织了一场全国性社区广播运动，估计有 170 万听众。

88. 在摩洛哥，联合国成立 75 周年与该国参加联合国维和行动六十周年是同一天。拉巴特新闻中心与摩洛哥皇家武装部队和外交部合作举办了一次海报展，突出展示该国特别是过去 60 年来为支持联合国维和行动所作的努力，以及联合国在减缓气候变化、移民和打击恐怖主义和暴力极端主义等问题上的总体行动。这次活动几个平台上分享，让高级官员有机会高调重申该国对联合国的承诺和参与。

89. 在宣传联合国成立 75 周年活动和与青年受众接触时，使用了各种媒介与不同受众接触。例如，波哥大新闻中心和“自我组织的学习环境”哥伦比亚分部制作了一个关于未来愿景的广播节目，然后在国家广播电台和 320 个社区广播电台上播放，覆盖该国 90% 的人口。达喀尔新闻中心协助为塞内加尔虚拟大学的 39 000 名学生举办了一次竞赛，参与者制作了与联合国成立 75 周年主题有关的一分钟



视频。作为“迈进一步”活动的一部分，贝鲁特新闻中心以没有互联网接入的社区为重点，利用告示板收集居民对更美好未来的愿望的书面陈述，然后制作一个动漫视频，在电视和社交媒体渠道上分享这些愿望。

## E. 衡量影响

90. 各联合国新闻中心监测传播部传播工作的全球影响，并提供关于以当地语言进行社交媒体和传统媒体报道的信息。例如，在大会高级别会议周和一般性辩论期间，新闻中心报告了 50 多个国家的报道情况。由于这场大流行病，各新闻中心牵头开展的许多定期外联活动(如简报方案、电影放映和展览)都被削减，几乎完全转向在线平台，导致与受众亲自接触和直接向他们收集调查的机会大大减少。各新闻中心作出广泛努力，鼓励对联合国成立 75 周年调查作出答复，已收到 120 多万份答复。

## 五. 结论

91. 事实证明，COVID-19 大流行是对传播部工作适应力的一次压力测试。它还凸显了新的全球传播战略的价值，以及正在进行的各项改革的重要性，而改革的目的是为了建立一个更加灵活、不负使命的传播实体。

92. 传播部努力调整其宣传运动方面的工作，以满足因动员整个联合国系统应对大流行病而引发的传播需求。战略传播司代表传播部并通过联合国传播组，在危机传播规划和信息协调方面发挥重要作用。鉴于必须向广大公众提供符合事实、基于科学的信息，以抵制错误信息和虚假信息，因此引导叙事变得更加重要。

93. 各联合国新闻中心发挥了关键作用，它们与驻地协调员办事处和联合国国家工作队合作，通过受众喜欢的平台、以受众的语言、在受众的环境中与他们接触。通过借力于作为联合国发展系统改革的一部分而建立的全球传播网络，并以更大力度讲述来自实地的故事，联合国新闻中心唤起了同情心，促进了与受众的团结。

94. 传播部转向扩大数字影响力，以帮助联合国在可持续发展目标和气候行动等关键优先事项方面向全球受众进行宣传，并以多种多样的创造性方式与当地受众接触，宣传联合国成立 75 周年和纪念联合国日。传播部依然优先考虑使用多种语文，特别是通过各联合国新闻中心的工作，加强了其将信息与具体情况相结合以及用当地语言制作原创内容的能力。

95. 展望未来，传播部将继续调整其战略性传播活动及其外地办事处的结构和工作，以在重点关注联合国的主要优先事项的前提下，进一步实施全球传播战略。在这一过程中，传播部将立足于在本报告所述期间为应对与 COVID-19 大流行有关的挑战所采取的创造性做法，争取更上层楼。