



联合国

ICCD/COP(13)/4



防治荒漠化公约

Distr.: General
28 June 2017
Chinese
Original: English

缔约方会议

第十三届会议

2017年9月6日至16日，中国鄂尔多斯

临时议程项目 2(c)

《2030年可持续发展议程》：对《联合国防治荒漠化公约》的影响
执行综合传播战略和联合国荒漠与防治荒漠化十年(2010-2020年)

综合传播战略和联合国荒漠与防治荒漠化十年(2010-2020年) 的执行进展报告

秘书处的说明

概要

根据第 3/COP.8 号决定制定的综合传播战略旨在支持有效实施推进执行《公约》的十年战略规划和框架(2008-2018 年)，已成为《防治荒漠化公约》核心传播活动的依据。综合传播战略期限将尽，需修订传播框架，以补充《公约》未来的战略框架。

本报告审视了秘书处为执行综合传播战略采取的行动，同时收列了《防治荒漠化公约》传播效力独立评估之后采取的行动。报告提出了建议，供缔约方会议第十三届会议审议。

GE.17-10617 (C) 170717 190717



* 1 7 1 0 6 1 7 *

请回收 



目录

	段次	页次
一. 背景.....	1-4	3
二. 执行进展情况.....	5-28	3
A. 外联宣传活动.....	5-7	3
B. 信息传播.....	8-9	4
C. 网络与社交媒体.....	10-15	4
D. 最佳做法推广：“土地滋养生命”项目.....	16	6
E. 媒体进行的公众宣传与制定议程.....	17-23	6
F. 旱地大使与知名人士.....	24-25	7
G. 联合国荒漠与防治荒漠化十年.....	26-28	8
三. 《联合国防治荒漠化公约》品牌重新定位.....	29-30	8
四. 十年战略后未来的方向.....	31-34	9
五. 结论和建议.....	35-39	9
附件		
需要预算外资源提供的活动执行所需资金.....		11

一. 背景

1. 综合传播战略的形成是第 3/COP.8 号决定的结果之一，目的是支持有效实施推进执行《公约》的十年战略规划和框架(2008-2018 年)(“战略”)。综合传播战略经缔约方会议第九届会议通过后，一直是执行秘书处核心传播活动的主干。

2. 缔约方会议第十二届会议请秘书处：(一) 制订令人信服的注重行动的传播用案文，并参照可持续发展目标之具体目标 15.3, 围绕关键战略主题展开传播活动；(二) 从可持续土地管理项目中找出给人启迪的动人故事和经验，借助“土地滋养生命”多媒体产品进行推广和传播，以最大限度地利用联合国荒漠与防治荒漠化十年(“十年”)机构间工作队(“十年”工作队)的专门知识和实力，增加对处理荒漠化、土地退化和干旱(“荒退旱”)问题的意识和公众支持；(三) 继续协调综合传播战略和大会通过的关于“十年”的决议之执行。

3. 根据第 4/COP.12 号决定，参照可持续发展目标之具体目标 15.3, 围绕关键战略主题制定了秘书处总体传播案文，以此为工具推进执行《防治荒漠化公约》，并吸引《防治荒漠化公约》传统利害关系方以外的更广大受众(主要是广大公众)的关注。

4. 2015 年 9 月对《防治荒漠化公约》的传播效力进行了独立评估。此次评估无意以综合传播战略为标准评价《防治荒漠化公约》的传播绩效，但仍以‘外界’视角审评了秘书处开展的传播活动。本报告结合对秘书处开展的活动和全球机制的分析探讨了评估结果与建议，同时参照评估结果报告了秘书处和全球机制采取的行动。

二. 执行进展情况

A. 外联宣传活动

5. 每年 6 月 17 日为“世界防治荒漠化日”，2016 年的纪念活动更加隆重，87 个政府、政府间和民间社会组织向秘书处报告了自己的纪念活动。报告数量增加可能与 100 天的“世界防治荒漠化日”网上倒计时活动有关，这期间 Twitter 和微博上的社会宣传面分别达到 444,100 和 1,196,700 人次。活动期间，《防治荒漠化公约》Facebook 主页点赞人数增加 921 人，6 月 17 日，#2016 “世界防治荒漠化日”成为 Twitter 上最受欢迎的主题标签。活动期间，逾 380 人参加了网上请愿和竞猜。巴西、葡萄牙等国在同一天举行了“世界防治荒漠化日”和“全国旱地冠军”庆祝活动。

6. 中国国家林业局主办了“世界防治荒漠化日”全球纪念活动和《“一带一路”防治荒漠化共同行动倡议》高级别对话。高级别与会者包括：中国副总理汪洋先生阁下、芬兰前总统塔里娅·哈洛宁女士阁下、《防治荒漠化公约》旱地大使以及来自 8 个国家(阿根廷、中国、吉尔吉斯斯坦、蒙古、纳米比亚、尼日尔、大韩民国和土耳其)的 9 位部长/副部长。400 人参加了纪念活动，联合国秘书长也发送了视频信息。¹

¹ 全球纪念活动报告详见：<www.unccd.int/en/programmes/Event-and-campaigns/WDCD/wdcd2016/Pages/Beijing_WDCD_Report.aspx>。

7. 2017年“世界防治荒漠化日”全球纪念活动定于2017年6月15日在布基纳法索的瓦加杜古举行，主办方是布基纳法索环境部与绿色经济和气候变化部。本报告编写之时，预计参加活动的有3位国家元首和10位部长。布基纳法索总统罗克·马克·克里斯蒂安·卡博雷先生阁下将主持活动开幕。纪念活动期间将在2017年世界防治荒漠化日“我们的土地，我们的家园，我们的未来”的主题之下举行一次高级别部长论坛。

B. 信息传播

8. 《防治荒漠化公约》传播工作独立评估期间，参与调查者列出了首选的信息接收渠道。电子邮件位列第一，之后是网站和印刷材料。报告期内，秘书处借助电子邮件往来强化了信息传播。多份电子新闻通讯经2017年1月整合成为双周《防治荒漠化公约》新闻快讯，专门重点报道最新消息和进展。目前，《防治荒漠化公约》新闻快讯已有逾23,000名订阅读者。报告期内还发表了17份出版物，已全部译为法文和西班牙文，有些还译成了联合国其他工作语文。

9. 《防治荒漠化公约》图书馆和电子目录已于2016年10月并入知识中心(见下文)。

C. 网络与社交媒体

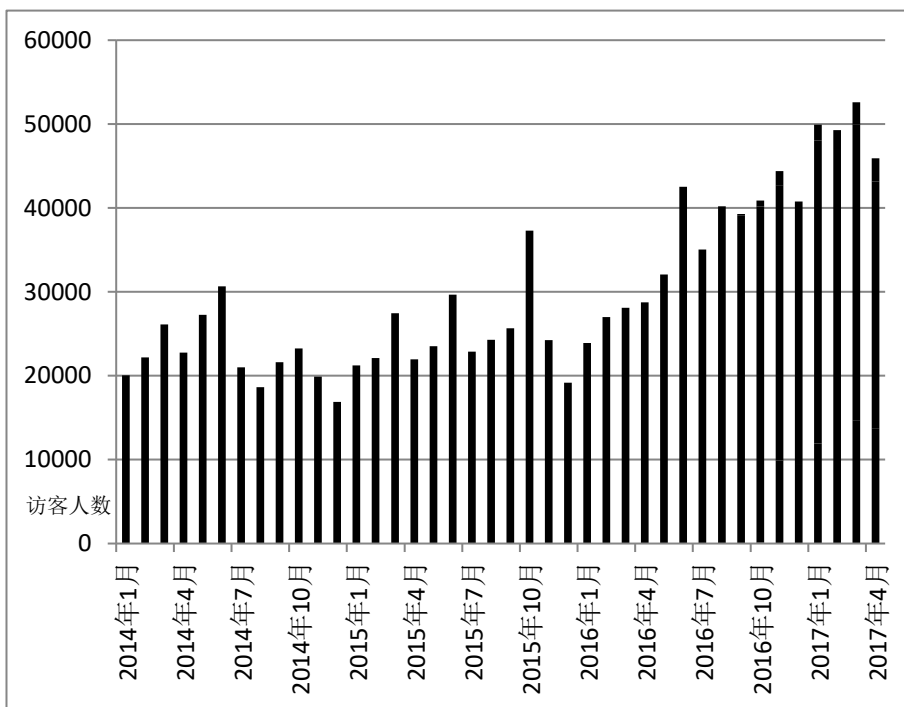
10. 《防治荒漠化公约》网站是《公约》的核心传播平台。其他组织的网站提及《防治荒漠化公约》的次数说明了《防治荒漠化公约》的作用和影响。独立评估显示，这一数据2012至2015年翻了一番。网上与粮食安全、移徙和气候变化等重大全球问题相关的内容提及《防治荒漠化公约》的次数也大为增加。

11. 但是，评估也指出了《防治荒漠化公约》网站的弱点，例如用户体验不佳、互动不足、构架与导航不合情理。评估建议立即整体提升网站水平。因此，秘书处于2016年8月着手开发新网站。新网站2016年11月启动，预计2017年7月完成旧网站平台整体迁移。

12. 新网站包含了秘书处和全球机制的工作，并与同是2016年11月启动的《防治荒漠化公约》知识中心密切合作。第20/COP.12号决定强化了知识中心(后成为“科学知识媒介门户”)，以便利并促进借助互联网、手机和其他传播渠道从多重来源获得相关知识。关于《防治荒漠化公约》知识中心的更多信息见ICCD/COP(13)/CST/8。

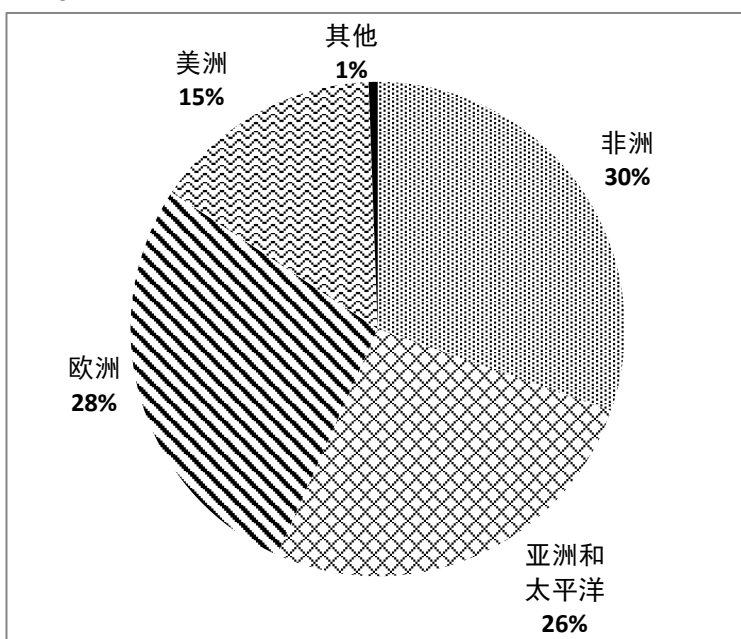
13. 图1显示了2014年1月以来单次访客数量的变化。数字不同于以往缔约方会议同一主题的报告，因为以往报告由《防治荒漠化公约》旧网站内容管理系统SharePoint编制。图1中的统计数字由Google分析生成，因此更加详尽。但Google触及面有限，故统计数字无法计入《防治荒漠化公约》网站所有访客。但数据显示新网站启用后访客数量明显增加。2015年11月之后访问次数大增，主要原因是能力建设市场网页访问次数的增加。

图 1
《防治荒漠化公约》网站 2014 年 1 月至 2017 年 3 月访客数量



14. 如图 2 所示，非洲用户最多，随后是欧洲和亚洲太平洋地区。² 另一分析显示，《防治荒漠化公约》网站登录数量排名前五的城市全部在非洲。

图 2
Google 分析记录的各大洲登录《防治荒漠化公约》网站情况



² 必须指出，Google 分析因接触面而有所局限。

15. 评估报告指出，社交媒体活动起点低，但增幅大，2012 至 2015 年，Twitter 关注者和 Facebook 点赞次数分别增加近 400% 和 550%。下表显示了 2015 年 6 月至 2017 年 5 月《防治荒漠化公约》社交媒体外联活动的增长。记录显示，电子论坛、“绿色就业赋权青年”和《防治荒漠化公约》“土地滋养生命青年社交媒体活动者挑战赛：你行吗？”等网上宣传活动期间接触的社会受众数量为：Twitter 444,100，微博超过 100 万。活动推文相关的 Tweet 浏览数达 6,437，活动与民间社会组织和其他联合国组织伙伴关系也提高了外联水平。2017 年 1 月以来，月平均社会接触面达到 90,000 人。

表格

社交媒体外联

社交媒体工具	外联 2015 年 6 月	外联 2017 年 5 月	增加概数
Facebook	13 504 次点赞	17 604 次点赞	30.4%
Twitter	6 328 名关注者	13 041 名关注者	106.1%
微博	33 760 名粉丝	34 933 名粉丝	3.5%

D. 最佳做法推广：“土地滋养生命”项目

16. 2015 年项目审评期间重新设立了“土地滋养生命”项目，目前项目内容有二：（一）“土地滋养生命奖”；（二）提高认识和知识支持。该奖项引起了公众、民间组织和《防治荒漠化公约》国家联络点寻找提名候选的极大兴趣，特别是在提名过程中。它对提高《防治荒漠化公约》的知名度和征集可持续土地管理良好做法十分重要。

E. 媒体进行的公众宣传与制定议程

17. 《防治荒漠化公约》主要借助媒体数据库进行媒体外联，订阅读者 2009 年为 1,000 人，两年期末已逾 4,000 人。系统反馈显示，20% 的订阅读者浏览了传播的所有媒体材料。报告期内，伙伴关系与同其他联合国伙伴及政府间伙伴的合作改善了外联，主要伙伴有：联合国环境规划署、《联合国气候变化框架公约》（《气候公约》）和联合国新闻部。与供职于全球媒体或路透社、国际新闻通讯社（新闻通讯社）、科学与发展网络、新华社和《新闻报》等通讯社的记者个人发展了联系，以此持续开展战略外联。两年期间的首要外联目标是政策制定者和决策者、商业领袖、非政府组织与发展界。

18. 秘书处每年至少传播 30 篇媒体文章，包括意见和访谈。秘书处作出一项战略决定，将联合国日发表的信息转为意见，随后发表于《防治荒漠化公约》网站。这使秘书处的信息得以在媒体平台发表，接触新的公众群体。

19. 《防治荒漠化公约》与新闻通讯社结成了伙伴关系，面向秘书处接触不到的细分读者和国家平台开展土地退化零增长公众外联。新闻通讯社编写了一系列报道，以多种渠道广泛传播：全世界的媒体订阅读者在各自平台上转发文章；20 多万人订阅新闻通讯，关注社交媒体的达 50 万人。这些报道视内容重点译为西班牙语、葡萄牙语、法语、斯瓦西里语、芬兰语、荷兰语、瑞典语和德语。与新

闻通讯社这家最大的发展中国家记者通讯社的伙伴关系令《防治荒漠化公约》得以在各发展中国家分享报道。例如，美洲和加勒比海地区的细分媒体转载了斯里兰卡干旱和埃塞俄比亚妇女赋权的报道，全世界另有 100 家媒体机构传播了国际妇女节专稿的英语、法语和西班牙语版本。

20. 两年间开展了两期媒体培训。新闻通讯社与《防治荒漠化公约》和联合国基金会协作，于 2016 年 10 月 25 至 26 日在波恩组织了面向媒体、民间社会、学术界和联合国官员和实习生的能力建设研讨会。研讨会重点是可持续发展目标，强调了荒漠化、干旱和气候变化。70 人参加了研讨会，其中一些人就这次活动发表了文章。匈牙利还借助德国国际合作署的支持并与《防治荒漠化公约》合作，于 2017 年 4 月 11 至 14 日在格鲁吉亚组织了为期一周的媒体培训研讨会。研讨会目的在于集结一支记者队伍，撰写关于南高加索国家土地侵蚀/退化与环境问题的稿件。

21. 总体上，过去三年中，网上新闻转播提及《防治荒漠化公约》的次数接近加倍，遍及各地，包括国际出版物专稿。两年期间一大成就是制作了《国家地理》影片，重点讲述荒漠化与气候变化共同影响萨赫勒、推动区域内和向欧洲迁徙的情况。影片和伙伴关系引起了全球其他媒体机构前所未有的关注，例如，英国广播公司、半岛电视台和《世界报》在此期间也报道了这一专题。另一前所未有的进展是，《纽约时报》发表了关于影片的三篇见解文章和一篇头版新闻。

22. 面向发达国家受众的报刊、杂志和出版物越来越多地联系《防治荒漠化公约》预约访谈和投稿。参加国家层面“土地退化零增长目标设定方案”记者能力建设项目的缔约方提出了大量请求，数量前所未有之多，以便加强提高对土地退化零增长的认识，并在将来报告成功经验和最佳做法。《防治荒漠化公约》官方会议与活动也成为其他政府间组织联络各自广大受众的战略机会。迁徙、能源危机和干旱等新出现的问题是开展公众外联的战略时机。

23. 改善公众媒体外联的主要行动有：(一) 利用活跃的研究或新生问题的科学数据；(二) 重新传达“人员重于土地”的重点信息³并推动《公约》满足人们的愿望和需求；(三) 将《防治荒漠化公约》战略产品送达主要行为者汇集之处；(四) 开发《公约》相关标志性概念/形象，启发人们行动起来。例如，全球机制“种植世界奇观”的概念令撒哈拉和萨赫勒的“绿色长城”倡议从媒体批评的对象转变为备受欢迎的伙伴关系。

F. 旱地大使与知名人士

24. 报告期内，旱地大使做出了以下贡献：(一) 参加了 2016 年世界社交媒体日和全球纪念活动；(二) 在联合国总部组织了“拯救地球，拯救土地”展览，联合国秘书长潘基文主持了展览开幕；(三) 作为主旨发言人和小组成员参加了全国活动。

³ 国家和全球媒体指导原则：“流血即是头条”。

25. 现任旱地大使多数自费开展活动，因此旱地大使项目无需遵守需要驱动的方针。或许需从另一视角看待该项目，尽量利用这些知名公众人物的支持，服务于未来的战略框架。

G. 联合国荒漠与防治荒漠化十年

26. 第 4/COP.12 号决定请秘书处发现可持续土地管理项目中各种给人启迪的动人故事，加以推广传播，以便最大限度地利用“十年”工作队的专门知识和实力，从而增加对“荒退旱”的意识和公众支持。2016 年，秘书处两次正式请《防治荒漠化公约》利害关系方提交动人故事，还请“十年”工作队成员提交各自活动领域的报道和项目活动获益者的个人体验。

27. 世界银行/非洲土地倡议提供资助，将收到的报道编入一套丛书，题为《土地滋养生命：创造生命，转变生命》，有英语和法语版本。该书突出了可持续土地和水资源管理对人类安全的益处，主题为气候变化适应、终止强行移徙、消除贫困、创造财富。委员会第十五届会议散发了约 300 册此书，以便进行《公约》执行的伙伴审评和网上审评。此举拍摄了非洲和亚洲土地恢复的 100 张优质图片，刊登于《防治荒漠化公约》出版物。继缔约方会议第十二届会议制作的 10 分钟影片之后，还制作了一段 3 分钟的社交媒体视频和一段 27 分钟的转播媒体影片。三部影片供所有利害关系方免费使用，作为 2017 年世界日纪念活动之一。

28. 工作队成员继续以下列方式推动妇女赋权：(一) 提高关于性别不平等对土地使用与管理之消极影响的认识；(二) 鼓励新伙伴支持《公约》中的妇女赋权；(三) 在全球环境基金和《气候公约》等多边环境协定论坛中分享《防治荒漠化公约》的成就；(四) 为秘书处提供性别问题技术顾问。各方伙伴开始筹备 2017 年 5 月《公约》缔约方会议第十三届会议期间的“性别日”活动。虽然工作队成员兴趣和参与程度各异，但都希望联合国“十年”于 2020 年高调结束。

三. 《联合国防治荒漠化公约》品牌重新定位

29. 评估报告建议的另一项工作是改善视觉形象。原标识由秘书处于 1994 年设定，2011 年曾有微调，以说明荒漠化和土地退化是全球问题。但描述性质的图形常被评为过时。

30. 对《防治荒漠化公约》组织标识的设计和代表性加以改动之后，于 2017 年 1 月推出了新标识。新组织标识(见图 3)强化了《公约》的定位，更好地向外部受众传达了土地恢复之迫切重要性。新标识简洁优雅地组合了《公约》的主要元素，国际受众即刻便可理解。具体元素包括：

- (a) 土地，代表土地管理；
- (b) 手，体现人的影响；
- (c) 自然，意味希望、进步和生命；
- (d) 圆，象征包容性的《公约》触及全球；
- (e) 传统的联合国桂冠，体现尊重和权威。

图 3
《防治荒漠化公约》新标识



四. 十年战略后未来的方向

31. 如背景部分所言，现行综合传播战略是为支持“战略”而制定执行。现在需要拟订新的传播战略辅助后战略时期的未来战略框架。

32. 独立评估及结果是《防治荒漠化公约》未来传播发展方向的重要指标。评估工作产生的主要建议有些已执行，例如重新设计《防治荒漠化公约》网站和视觉形象。对后战略时期传播活动的重要建议之一是借助较少量问题驱动的次级信息，以一个明确界定《防治荒漠化公约》的总信息将信息纳入主流。

33. 总信息将本着支持执行《公约》未来的战略框架(ICCD/COP(13)/3)的目的制定。此外，如评估报告建议，传播工作计划将从长远战略问题而非各项活动出发。可将“全球土地展望”等《防治荒漠化公约》主要传播产品优化为战略传播平台。同时，必须以可持续土地管理确保《防治荒漠化公约》一直是合乎人们展望的以人为本的公约。

34. 评估报告还建议制定扼要的传播战略，同时指出，现行综合传播战略对《防治荒漠化公约》的资源而言过于宽泛。

五. 结论和建议

35. 传播活动评估突出了秘书处在综合传播战略之下执行的传播活动之效力。但一些领域仍需改进。

36. 下一个传播战略的重点是，面向决策者、投资方、妇女、青年、土著人民和土地使用者等所有利害关系方，加强《防治荒漠化公约》组织品牌信誉，以此无缝支持秘书处与全球机制的提高认识和外联工作之。还需推动国家层面公众和广大决策者的参与及执行工作，以便通过实现土地退化零增长执行《公约》。

37. 需持续倡导以土地退化零增长为工具执行《公约》，并以此培养生态系统和人群的抗御力。需进一步引导传播工作，以实现这一目标及《公约》未来战略框架的结果。

38. 鉴于上文所述，缔约方不妨：

(a) 发展设定了关键目标的短期传播战略框架、信息和渠道，以便根据《公约》未来的战略框架结果，确保《防治荒漠化公约》立场与身份的一致；

(b) 另撰写一份总体案文，概述《防治荒漠化公约》的工作，并以事关《公约》相关新生问题的较少量问题驱动的次级信息为支持，推广土地退化零增长这项《公约》与可持续发展目标的落实工具；

(c) 将商定的倡导《防治荒漠化公约》的政策立场转化为有益的决策工具(手册、指南和工具、信息图)以协助提升并纳入国家执行措施；

(d) 借助伙伴关系提高媒体外联效力，开发订阅用户数据库，并将之与新战略、媒体培训、数量更多的人物重点报道、改善落实及产品传播相协调；

(e) 提供数据、录像及图像、可用资源及奖励，从而提高可持续土地管理在广大公众中的知名度，以便借助土地退化零增长的工具更好地执行《公约》；

(f) 设置框架，更好地提高对良好做法的认识，同时建设主要利害关系方的能力，提升最合适的方针或利用新的、更适合的技术；

(g) 鼓励在战略倡导和重大活动的日程中纳入《防治荒漠化公约》的内容，包括但不限于一年一度“世界防治荒漠化日”和“十年”的纪念活动，以创造最大影响，接触最大范围的受众；

(h) 生产带有品牌形象的组织材料并确保《防治荒漠化公约》组织网站、社交媒体渠道、新闻通讯和图书馆信息服务包括动态和互动内容，以强化《防治荒漠化公约》视觉形象；

(i) 以《防治荒漠化公约》社交媒体为核心传播平台并遵照网站等数字化平台改善外联。

39. 本文件附件中的表格估算了为执行上文第 38 段所述活动过程中需预算外资源提供的资金需求。

附件

需要预算外资源提供的活动执行所需资金

下表显示了本文件第 38 段所述执行活动的预算要求。

表格

活动与估算成本

活动	估算成本(欧元)
为政策信息(手册、活动、视觉展示材料)提供传播支持	10 000 ^a
借助网站、社交媒体平台和相关国际活动强化外联与参与	80 000 ^a
在国家和社区层面为记者提供新闻培训	25 000 ^a
请旱地大使在选定活动上开展倡导和游说	10 000 ^a
组织“世界防治荒漠化日”全球纪念活动	50 000 ^a
“土地滋养生命”项目(网上宣传, 出版物/宣传材料, L4L 奖)	270 000 ^b
预算外资源总数	445 000

^a 如未能获得资源, 该活动将小规模执行。

^b 已获资金