

政府间气候变化专门委员会 (IPCC) 的沟通战略

专门委员会在第35次届会上通过（2012年6月6-9日，日内瓦），在第44次届会上修订（2016年10月17-20日，曼谷）

引言

根据2010年8月国际科学院理事会（IAC）提出的制定沟通战略的建议，IPCC在2011年5月阿布扎比举行的第33次届会上批准了《IPCC沟通战略指南》¹。该指南将继续作为IPCC的一个沟通框架，本文件已经采用了其中的相关部分。

2012年6月，IPCC在日内瓦举行的第35次届会上通过《IPCC的沟通战略》，提请执行委员会制定该战略的实施计划。2016年4月在内罗毕的第43次届会上，专门委员会在决定IPCC/43-10中要求IPCC秘书与沟通行动小组协商，根据《第五次评估报告》的沟通和宣传经验以及2016年2月在奥斯陆举行的沟通专家会议的建议²，更新沟通战略及其实施计划。沟通战略可支持IPCC的工作，为制定明智的决策提供与气候相关的科学性健全评估。

目的

1) IPCC 有两个主要的沟通目的：

- 通过提供明确均衡的气候变化信息³，宣传评估结果和方法，包括科学不确定性，同时不影响准确性；
- 解释 IPCC 的工作、选择作者和审稿人及其编写报告和其他产品的方式。这将有利于对 IPCC 报告的理解，并巩固其作为一个可信的、透明的、平衡的和权威的科学机构的声誉。

准则

2) IPCC的沟通是基于IPCC工作原则²。

宣传是IPCC工作的一个重要方面，对其为决策者和其他利益相关者提供严谨平衡的气候变化²及其影响的科学信息的任务很重要。指导IPCC沟通的方法原则如下：

- **客观透明：** IPCC 的沟通方式和活动一直与 IPCC 的客观、公开、透明的总体原则相一致。
- **与政策相关但不受政策所限。** 这是 IPCC 与政策相关但不按政策规定工作的基本品质，其评估和报告的呈现应该保持政策中立和科学的平衡。IPCC 的沟通方式和活动应该具有这些品质的一致性。
- **基于 IPCC 报告。** 虽然 IPCC 的工作和准备报告的过程目的是反映一系列的意见和专业知识，解决一些高度专业化的科学问题，但其宣传应反映出 IPCC 的评审过程和已被接

¹ http://www.ipcc.ch/meetings/session33/ipcc_p33_decisions_taken_comm_strategy.pdf

² http://www.ipcc.ch/pdf/supporting-material/EMR_COM_full_report.pdf

³ “IPCC作用是以全面、客观、公开和透明的基础，评估与认识人为气候变化、其潜在影响和适当及减缓方案的科学基础相关的科学、技术和社会经济信息。IPCC报告在政策方面应该保持中立，尽管其可能需要客观地处理与应用特定政策相关的科学、技术和社会经济因素”（IPCC工作原则，第2段）。（<http://www.ipcc.ch/pdf/ipcc-principles/ipcc-principles.pdf>）

受的、采用的或由专门委员会成员批准的语言。

- **旨在建立 IPCC 作为气候变化的关键科学/政策层面组织。**科学家对 IPCC 的国际评估和科学界、政府和利益相关方的审查过程对 IPCC 报告的权威性和质量至关重要。IPCC 在进行关于该组织是什么和做什么的沟通过程中应该明确提供最新的权威科学的数据评估。目的是确保 IPCC 提供的语境可以引导对其报告的解释，确保公众获得关于 IPCC 的公正信息。
- **及时并适合受众。**为有效起见，IPCC 的沟通方式和活动应旨在确保及时并适当的信息进入公众范围，既主动清晰地揭示报告又反应性地回应质疑或批评。
- **信息一致。**确保 IPCC 对外提供的信息一致。重要的是内部的沟通和决策自律和协调。

活动

3) IPCC的沟通主要有四类活动：

- 积极主动和反应性的日常交流；
- 所计划的活动包括：
 - 报告的启动，
 - 下面描述的推广活动将 IPCC 的工作呈现给受众，并且
 - 参与重大国际会议；
- 快速反应，这需要特别的程序以确保其通过用代表整个专门委员会的方式及时得到处理，并
- 对联合国气候变化框架公约（UNFCCC）和其他相关的联合国政府间进程更好的科学和技术建议和指导的沟通做贡献。

受众

- 4) IPCC的沟通努力的主要目标受众是政府和各级决策人员、联合国气候变化框架公约（UNFCCC）及联合国更广泛的政府间进程。
- 5) 更广泛的受众，如IPCC的观察员组织、科学界、教育界、非政府组织（NGOs）、工商界和广大公众也对IPCC的工作和评估感兴趣。虽然这些不是IPCC沟通努力的主要受众，但是IPCC应该寻求可以确保这些受众获得和访问信息的方式。
- 6) 第三方可以发挥附加价值的作用，以IPCC评估要素制作特定受众可访问的产品。IPCC需要注意这样的衍生产品，并可支持产出这些产品的相关组织。然而，这样的产品无论如何不可以联合制作或被认为是IPCC的产品。
- 7) 吸引并与媒体建立良好的关系是IPCC宣传其报告、流程和程序中的信息的重要途径。
- 8) IPCC的受众是全球性的，他们的差异很大。在其传播和推广活动中，IPCC将要考虑不同国家的具体境况，这可能需要量身定制的推广活动。例如，发展中国家的沟通需求与发达国家的有所不同。

治理和管理

- 9) 全体会议最终负责确保沟通战略是恰当的，可以满足委员会的期望和需求，该沟通战略将在适当的时候提交给全会。在全体会议间隔期间，主席团和执行理事会将代表委员会，按照沟通战略在适当的时候采取行动。对于重要的沟通问题的决定，要根据其重要性，应该

在IPCC和/或IPCC主席团的框架中进行讨论，酌情批准。

- 10) 工作组/任务组联合主席在其职责范围内负责报告实质性方面的沟通活动，而IPCC主席负责综合报告沟通的实质性问题。执行理事会监督沟通战略的实施。
- 11) IPCC的主席、IPCC副主席、工作组/任务组联合主席、IPCC主席团和各国联络人将依靠秘书处得到专家的沟通建议。秘书处高级公关经理负责IPCC日常的协调和合作。
- 12) 执行理事会将维持对这一战略起作用的实施计划，该计划将对。该计划将按照这种沟通战略确定那些在不同的情况下可以批准不同类型的沟通材料和活动的团体或个人，包括快速响应。执行理事会将按照情况所需更新和发展这一计划，并将更新报告给委员会。
- 13) IPCC的秘书将评估IPCC交流情况并报告给委员会，包括宣传和媒体报道的类型和程度，也应该定期向主席团和执行理事会提交评估报告。秘书将审查评估量度的使用情况。
- 14) 执行理事会应考虑如何确保评估周期间网站宣传的连续性，并且在实施计划将这一点详细说明。

方法和工具

- 15) 与它作为一个联合国机构的地位相一致，IPCC报告应尽可能按其原则使用联合国的六种语言。在可能的情况下，IPCC的沟通方式应该遵循这个模式，将小册子、新闻稿等宣传材料进行翻译。
- 16) 秘书处将支持各国联络人在其国内的宣传沟通活动，为他们提供IPCC材料，并鼓励将材料文本翻译成实用的当地语言。各国联络人将及时收到相关事件的宣传资料和信息，并可以咨询秘书处有关IPCC沟通的事宜。
- 17) 批准的IPCC报告和其他产品形成了宣传资料的基础。这些材料应促进政府、媒体和其他不熟悉的科学术语非专业人员深入了解IPCC的工作⁴。当准备以政策制定者为读者的综述最终草案、方法报告和综述报告的概论章节时，工作组/任务组联合主席、IPCC主席和作者应该意识到需要做出清楚的、可理解的、易于用户访问和使用的文本和图形，支持报告中的重要结果。
- 18) IPCC的网站为其目标受众提供服务（见上文的“受众”），其手段是通过一致的和用户容易掌握使用的方式方便他们访问所有的IPCC公共材料。秘书处负责确保定期检查IPCC网站以保证网站内容是最新的，这样可以提高用户使用的方便性和适航性并从最新的技术和操作中受益，包括在不同平台上访问资料。
- 19) 社交媒体提供了重要的工具来加强IPCC的宣传活动，直接传达给公民社会、科学界和其他受众。秘书处将恰当使用经过审查的社会媒体，牢记IPCC明确的科学和政府间的性质以及一些国家群体中一些工具的可达性。秘书处将监测新技术、新媒体的发展，包括视频和信息图表，并适当地利用这些手段进行IPCC的宣传沟通。经与沟通行动小组的协商，秘书处将为所有那些为IPCC的工作的人员准备社交媒体的使用指南。

IPCC 发言人

- 20) 为确保客观性和科学性以及效率和及时性，必须指定授权的发言人应对不同的情况。总的来说，IPCC的主席和副主席是该组织的首要发言人；工作组/任务组联合主席是其工作组/任务

⁴ 决定IPCC/XLI-4, §10: “为了提高IPCC产品的可读性，应寻求各种专家的建议。”

组各项活动的首要发言人；秘书和高级公关经理可以是IPCC的活动和工作程序以及各种制度事项的发言人。

- 21) 除了这些指定的发言人，作者或工作组的副主席将是他们所从事的科学领域或提供区域观点的最合适的代言人，他们也可以由工作组/任务组联合主席、IPCC主席或秘书委派作为最合适的人选，与媒体交谈或在会议上代表IPCC发言。
- 22) 以官方身份代表IPCC发言的人，必须注重基于批准的IPCC报告信息，呈现遵循事实的、客观的内容，避免被理解为辩护性的公开声明，从而损害IPCC中立地位的信誉。
- 23) 大力支持那些以官方身份代表IPCC的人接受媒体培训。这样的培训应包括具体的指南，该指南涉及针对其他机构组织的发言，如何代表IPCC发言的方法等。条件允许的话，根据可利用的资源，秘书处将安排这样的培训，并将提供与媒体和公众沟通的指导原则。演示文稿的培训可能对宣传活动较为有用。

资源

- 24) 沟通活动必须在IPCC的可用资源范围内操作。在与秘书处的协调过程中，这些活动可能会增加额外的资金或得到外部沟通专家的支持，包括在高度媒体活动时候的具体沟通活动，如围绕一个报告或快速响应的发布。决不可违背IPCC的独立性或造成利益冲突。在提供这些资源后最早召开的委员会会议上，必须向委员会报告外部的人力和财务资源。