

召集全球 创意脑袋

来自联合国的公开 BRIEF

翻译至2020年3月27日版本（有划线的部分请用英文原版的链接）

“我们处于前所未有的情况，正常规则不再适用。在这种不寻常的时刻，我们不能诉诸于常规工具。

应对措施的创新力必须与危机的独特性质相匹配，应对措施的规模必须与危机的规模相适应。”

—联合国秘书长安东尼奥·古特雷斯

WHY?

我们生活在前所未有的时代。

世界卫生组织(WHO)正在领导和协调对COVID-19的全球卫生应对，以帮助确保所有国家都准备预防，发现和应对这种流行病。为了提高效率，我们需要各地的人们采取公共卫生预防措施，团结一致行动，防止错误信息传播。

随着COVID-19传播到世界的每一个角落，我们还需要先发制人地与那些仍可以避免或最小化爆发的社区进行沟通。

我们需要你的帮助。

您拥有改变世界的力量。我们需要帮助将重要的公共卫生信息—不仅翻译成不同的语言，而且翻译成不同的文化，社区和平台—遍及所有人。

我们需要有效触达受众，并提供给他们一系列新颖，创新的内容，以使大家意识到在当下需要做到的个人行为和社会支援。我们正在为您提供世界卫生组织提供的知识和信息，以帮助你进行创意传播。

WHAT?

联合国首次向世界各地的创意人士发布公开 BRIEF，借助你们以有效，可访问和可共享的方式帮助传播公共卫生信息。我们在一起可以使曲线变平。

这不单是一个广告系列。我们正在寻找多种创意解决方案，以覆盖不同文化，年龄段，从属组织，地域和语言的受众。我们需要您扩大想象力，提高抱负，并提供支持和独创性。

通过与世界各地的创意者接触，我们希望激发创作者，有影响者，天才，网络和媒体拥有者等可以接受这些关键信息并在其中施加自己的“魔力”——一个别出心裁的想法，一种文化上的奇想、一个解读——有助于将这些信息扩大到我们尚未覆盖的受众群体中去。

我们将与社交媒体，数字媒体，流媒体，广播，印刷和广播媒体合作伙伴以及拥有媒体资源的客户合作，推广优秀的创意者的作品。

HOW?

联合国确定了目前在公共活动中最重要的六个关键领域。这些内容共同构成了六个“迷你 BRIEF”或片段：

1. 个人卫生
2. 社交距离
3. 认识症状
4. 传递善意
5. 流言终结
6. 做更多，捐赠

传播的方式与方法与我们传播的内容同样重要。

以下，您将找到有助于创建广告活动和内容的资源，包括关键信息，现有资产和灵感来源。我们希望这能为您在社区内和社区中适应本地化的创意提供灵感。

WHO?

我是…创作者。您是否可以帮助为特定的受众创建内容，以有趣或引人入胜的方式解释消息？打包它们以使其有效，可访问且可共享？

我是…影响者。您能否以吸引和吸引追随者的方式帮助分享这些消息？在线挑战，新内容？

我是…媒体所有者。您可以利用您的才能来解释这些消息吗？您可以帮助在您的平台上分发吗？

我是…品牌。您可以将这些信息融入到现有品牌的传递中吗？您可以捐赠媒体空间吗？您可以与您的员工共享以确保他们的安全吗？

我是…社区团体。您是否可以帮助适应和分发这些消息，以便它们与您的社区产生共鸣？

我是…人类。您是否可以实践这些行为，与社区联系并成为改变的积极推动者？

Brief: 个人卫生

我们都可以通过简单的个人卫生措施来帮助防止COVID-19的传播。联合国确定了四个重点领域。

1. 洗手
2. 减少脸部接触
3. 呼吸道卫生
4. 待在家里

灵感：

- [#SafeHands挑战赛](#)（“SafeHands” 链接见英文版）
- [一起洗手唱歌](#)（“Sing along” 链接见英文版）
- [清洗歌歌词信息图](#)（歌词链接见英文版）
- [Dab击败冠状病毒](#)（注：Dab是嘻哈中一种手势，链接见英文版）
- [#NoHandshake替代方案-碰脚](#)（“Footshake” 链接见英文版）
- [如何停止触摸脸部](#)（链接见英文版）

联合国现有资料链接见英文版

调性：基于事实，教育引导，乐观，愉悦，个人和公共卫生

Brief: 社交距离

保持身体距离

自己与咳嗽或打喷嚏的人之间至少要保持2米(6英尺)的距离。

为什么？当某人咳嗽或打喷嚏时，他们会从其鼻子或嘴中喷出可能含有病毒的飞沫。如果距离太近，如果咳嗽的人患有疾病，则可以吸入包括COVID-19病毒在内的飞沫。还有表面残留的危险—因此个人卫生很重要。

在建议的情况下，请留在家中，避免聚集在一起，或与较易感的人(如老人和具有潜在健康问题的人)聚会。

灵感：

- [保持社交距离时的阳台音乐会](#) (链接见英文版)
- [非洲艺术家正在创作引人入胜的歌曲，增强对冠状病毒的认识](#) (链接见英文版)
- [社交距离-比赛](#) (链接见英文版)
- [冠状病毒：印度合十礼走向全球](#) (合十礼Namaste链接见英文版)
- [HOMEcoming重温派对](#) (HOMEcoming链接见英文版)
- [“在一起，在家”](#) 演唱会系列-工具箱 (相关链接见英文版)
- [世卫组织解释员](#) (链接见英文版)

调性：基于事实，教育引导，普通人，共享经验，集体健康，身心健康

Brief: 了解症状

如果发烧，咳嗽和呼吸困难，请尽早就医。如果感觉不适，请待在家里。如果发烧，咳嗽和呼吸困难，请寻求医疗帮助并提前致电。请遵循当地卫生部门的指示。

为什么？ 国家和地方当局将提供有关您所在地区情况的最新信息。提前致电将使您的医疗保健提供者能够迅速将您定向送到正确医疗机构和规定地点。这也将保护您并帮助防止病毒传播和其他感染。

注意：此建议截至3月18日有效

灵感：

- **在一张图表中，为什么Covid-19比流感更糟**（链接见英文版）
- **世卫组织解释员**（链接见英文版）
- **CDC讲解员**（链接见英文版）

调性：基于事实，具有教育意义，专业，理性而不危急，冷静，令人放心

Brief: 传递善意

这是自第二次世界大战以来，全球面临最严重的全球危机，威胁着所有人，尤其是穷人和弱势群体；在本土主义的本能正在成为政策，恐慌情绪蔓延的时候，我们将共同努力以传递全球团结并建立善意的传递。

目标：

- 重置叙事—突出全球性集体合作的需求以应对大流行
- 激发并关注在社区中和跨国界的大大小小的人类行为；
- 推广韧性性和恢复解决方案(与全球目标关)。

灵感：

- 善良的加拿大人开始“制造善意”—英国广播公司
 - 储存[爱]—Priyanka Chopra
 - 明信片出价以帮助自我孤立的邻居—英国广播公司
 - 显现全球危机中人类威力的例子。
 - 一个10天前发给自己的短信(意大利)—大西洋
 - 挪威总理Solberg召开新闻发布会小孩儿
 - 新冠时代的团结与韧性—联合国
- (以上链接请查看英文版)

调性：普通人类，心理健康，关怀，团结，赋权，反社会性歧视，包容，喜悦

Brief: 流言终结

恐惧和错误信息是我们必须克服的两个最大挑战。我们不能允许他们传播病毒。

错误信息继续传播，包括不正确的建议，阴谋论和煽动性言论，这些言论歧视某些人。

“目前我们最大的敌人不是病毒本身，而是恐惧，谣言和污名，” -世卫组织负责人特德罗斯博士说。

灵感：

●世卫组织[流言终结者](#)（链接见英文版）

调性：基于事实，让人安心，知识性，理性，富有相关性与同情心

Brief: 付出更多，捐赠

COVID-19团结应急基金（链接见英文版）已与联合国基金会和瑞士慈善基金会合作发起。该基金允许全球的个人，组织和公司向世界卫生组织的COVID-19工作捐款。这项新基金是个人捐助者和企业向世卫组织对这一疫情的全球应对行动捐款的第一个也是唯一途径。

该基金支持世卫组织为以下方面的努力：

- 跟踪并了解病毒的传播
 - 确保患者得到所需的护理
 - 为一线工人配备必要的用品和信息
 - 加快开发疫苗，测试和治疗方法

灵感：

- 捐赠通勤费用(火车/巴士票，油费/停车费)
- 捐赠您的每日咖啡/午餐费用
- 雇主匹配计划款项
- 信仰社区的激活

资源：

- #StopTheSpread
- #AloneTogether (VIACOM/CBS)
- 在一起，在家(全球公民)
- 现有消息，资源可[在此处](#)找到（链接见英文版）。
- 此处提供了示例PSA脚本

调性：赋权，同情心，团结，小行动=大影响

格式

通过合作关系，我们有机会跨平台放置内容，包括：

- 社交媒体
- 数字出版商
- 扩展平台
- 广播
- 收音机

这意味着我们需要：

- 视频 (:06, :13, :30, :60及更长)
- Graphics (针对社交格式)
- 音频 (音乐, PSA, 喜剧)
- 激活+团结创意 (家庭音乐会, 英雄角色 PSA, 一起洗手唱歌, 传递善意行为)

语言

这种大流行正在影响或将影响世界各地的人们。
我们必须以最能引起共鸣的语言与他们取得联系。
对于此第一阶段，我们优先考虑以下语言：

- 英文
- 西班牙文
- 法文
- 意大利文
- 阿拉伯语
- 葡萄牙语
- 德语
- 印地语
- 孟加拉语
- 马来语
- 泰语
- 日文
- 印尼文
- 乌尔都语
- 斯瓦希里语
- 尼日利亚洋泾浜
- 约鲁巴
- 土耳其

额外资源

世卫组织资源

- [冠状病毒—防止病毒传播的七个步骤](#)
- [如何保护自己免受COVID-19的侵害](#)
- [如何洗手](#)
- [为什么建议避免紧密接触和发烧，咳嗽的人在一起吗？](#)
- [关于Covid-19关于心理健康的问答](#)
- [世卫组织迄今所做的工作（3月18日）](#)
- [关于COVID-19的常见问题解答](#)
- [世卫组织Facebook](#)
- [世卫组织Twitter](#)
- [世卫组织Instagram](#)
- [世卫组织每日情况报告](#)

其他资源

- [UN COVID-19页（UN）](#)
- [面向儿童和父母的资源（联合国儿童基金会）](#)
- [您现在应该了解的有关COVID-19大流行的五件事（联合国）](#)
- [新民意调查显示美国人对世界卫生的信任组织管理健康危机之类的冠状病毒（更好的世界传播战役）](#)
- [《反耻辱术语指南》（针对艾滋病毒，适应新冠肺炎）](#)

现有传播战役

- [全球团结基金（WHO，UNF，瑞士慈善事业）](#)
- [一起在家中（全球公民）](#)
- [安全手（WHO）](#)
- [准备好（WHO）](#)
- [展平曲线（有机） #FlattenTheCurve（相关链接见英文版）](#)

备注

强制性

- 请不要偏离迷你摘要中提供的主要信息
- 信息应来自世卫组织的指导，并符合公共卫生需求的精神
- 语言不具有煽动性，歧视性或侮辱性
- 请勿使用联合国或世卫组织徽标
- 与我们共享的内容将被考虑通过联合国和合作伙伴平台进行联合品牌和分销。

注意事项

- 在适用情况下使用“来源：世界卫生组织”
- 放大现有的标签：
#FlattenTheCurve
#SafeHands #AloneTogether #ViralKindness
#StopTheSpread #冠状病毒 #Covid19
- Tag (@) 官方帐户：
@WHO @UN @UnitedNations
- 创建可以重新分配到不同市场的“常青”资产
- 以开放格式共享资产，以简化翻译

下一步

迈进

- 如果您是创作者或行业人士，我们邀请您对摘要进行回应，并提出自己的回应以传达六个迷你摘要中的一个(或多个!)
- 汇集您最好的和最美丽的想法，思考如何使用您最了解、最合适的技术将这些消息传达给您最了解的受众。

回应

- 我们计划尽可能广泛地扩大和分享对此简报的最佳回应。为此，我们需要知道您在做什么。请[在此处](#)填写表格以便共享。（链接见英文版）
- 我们发展很快，希望您也能做到。通过遵循WHO的关键信息并如实有效地共享，您可以自己帮助“扁平化曲线”

联系

在[此链接](#)上可以找到所有资源。请在您的网络之间广泛共享。（链接见英文版，后同）

如果您有任何疑问或需要支持，请发送电子邮件至：StrategyHub@un.org

准备传播或已经吸引人的创意内容应通过[本表格](#)提交联合国考虑使用

如果您对本摘要有所回应，请通过[此表格](#)进行注册，以便我们知道您的帮助方式并保持联系。

如果需要，将为从事此简介的创意社区举办网络研讨会。

注意：这是全球协调工作的第一阶段，目的是使曲线变平，在可能的情况下停止曲线并促进团结。随着形势的发展，我们将定期更新该社区。

这还不算太晚。

没有人可以做所有事情，但是
每个人都可以做些事情。

我们可以同舟共济，挽救生命，
保护资源并互相照顾。

谢谢。