联合国 A/AC.198/2023/3

大 会

Distr.: General
13 February 2023
Chinese
Original: English

新闻委员会

第四十五届会议

2023 年 4 月 24 日至 5 月 4 日

临时议程* 项目 9

审议秘书长提交的报告

全球传播部的活动：新闻服务

秘书长的报告

摘要

本报告系根据大会第 77/128 B 号决议编写，概述 2022 年 7 月 1 日至 2023 年 1 月 31 日期间全球传播部通过新闻服务向全球受众宣传联合国工作主要进展的情况。

新闻服务次级方案是传播部的三个次级方案之一，由新闻和媒体司执行，通过多媒体平台以多种语文提供优质、相关、及时的信息，报道联合国的优先事项和工作。新闻和媒体司同媒体单位和其他合作伙伴接触，扩大其新闻和信息产品及服务的地域范围和使用。新闻和媒体司还负责管理联合国网站以及本组织的视听和照片历史资料图书馆。

全球传播部其他次级方案(即传播运动和国家业务服务及外联和知识服务)的活动在秘书长的其他报告(分别为 A/AC.198/2023/2 和 A/AC.198/2023/4)中予以说明。

* A/AC.198/2023/1。

请回收

一. 导言

1. 大会在第 77/128 B 号决议中表示注意到秘书长提交新闻委员会第四十四届会议审议的关于全球传播部活动的报告(A/AC.198/2022/2、A/AC.198/2022/3 和 A/AC.198/2022/4)，并请秘书长继续就传播部的活动向委员会提交报告。

2. 传播部特此提交所要求的关于其新闻服务的信息。

3. 本报告介绍传播部新闻和媒体司 2022 年 7 月 1 日至 2023 年 1 月 31 日期间的活动，概述了新闻和媒体司通过音频、印刷、电视和数字平台等大众媒体，面向全球受众和媒体合作伙伴提供及时、准确、平衡的新闻和信息产品的情况。

4. 本报告所载信息说明了传播部执行新闻委员会优先事项和指导意见的情况，包括为此开展影响评估和评价的情况，以及通过制作多语材料接触多元受众和加强对本组织的支持的情况。受众人数、受众参与度和媒体合作伙伴稳步增加，表明传播部在制作可靠和值得信赖的跨平台多语内容方面取得了成功。

5. 在本报告所述期间，传播部调整着力点，注重制作较短的多媒体内容，突出年轻人的声音，包括青年倡导者、活动家和有影响力的人士的声音，同时，报道采集自不同区域和语言背景的能够打动人心的事迹。传播部努力制作并突出能够吸引年轻化、多样化人群的内容和主题，引起了 18 至 24 岁年龄群体的共鸣，而这一群体已成为联合国多个网站和多媒体平台的最大受众群体。

二. 应对冠状病毒病大流行

6. 冠状病毒病(COVID-19)大流行疫情及其后果仍是搜索权威、公正、准确信息的受众所关注的重要话题。例如，在本报告所述期间，题为“专家警告指出，COVID-19 的影响可能会伴随我们十年之久”的音频报道，是联合国各个平台最受关注的音频报道。全球传播部通过各种平台，提供关于疫情及其持续影响的最新情况，突出各个社区和国家走出过去几年席卷世界的这场危机而实现复苏的情况。在关于疫情的错误信息和虚假信息继续四处传播的情况下，基于事实的报道和引人入胜的多媒体内容为受众提供了可以信赖的信息来源。

7. 在本报告所述期间，新闻和多媒体报道突出介绍了世界摆脱疫情的情况。相关报道范围广泛，包括亲身经历过健康问题的人们的讲述，不同国家为应对疫苗供应和分配不公平而进行的斗争，以及为重建经济和克服供应链瓶颈而采取的步骤。

三. 数字服务

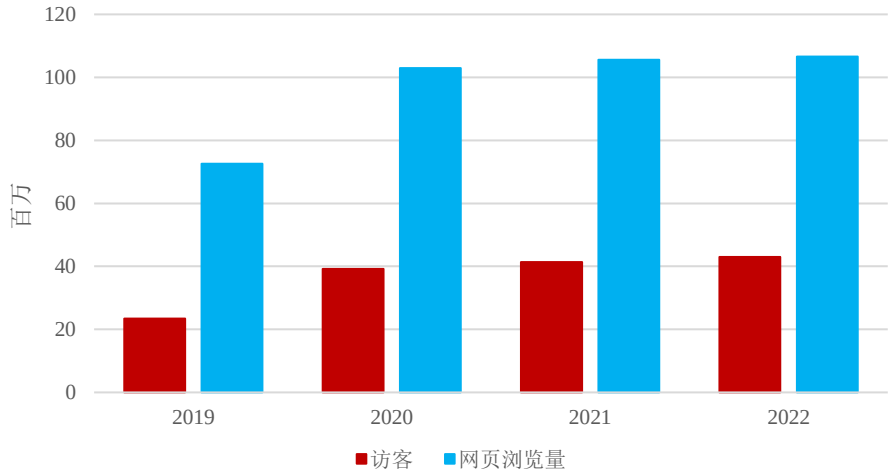
联合国网站

网站的业绩计量情况

8. 2022 年 7 月 1 日至 11 月 15 日期间，联合国六种正式语文的主要网站(www.un.org)的访客超过 4 300 万，与 2021 年同期相比增加了 4%。在此期间，该网站的受众参与达到 1.06 亿次网页浏览，增加了 1%，增幅略高于 100 万次网页浏览(见图一)。www.un.org 网站的访客停留时间也略有增加，总访问时间达到 219 万小时，相比之下，2021 年同期的总访问时间为 209 万小时(见图二)。

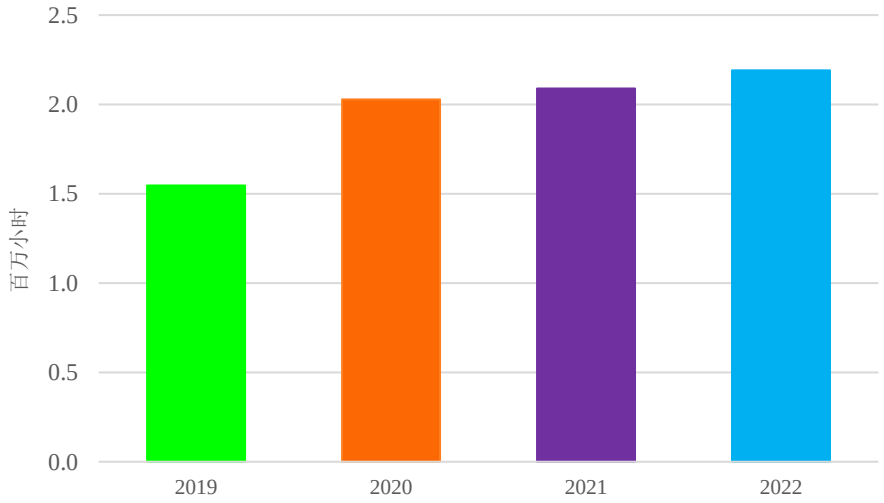
图一

按访客和网页浏览量计量的网站影响力和参与度，7 月 1 日至 11 月 15 日



图二

按访问持续时间计量的网站参与度，7 月 1 日至 11 月 15 日



9. 2022 年 7 月 1 日至 11 月 15 日，联合国气候行动网站的受众大幅增加，访客达到了 300 万，与 2021 年同期相比增长超过 202%。参与度显著提高了 254.5%，

网页浏览量达到 510 万。最大受众群体的年龄为 18 至 24 岁(36%)，最大受众群体的性别为女性(58%)，截至目前，访问最多的是英文网站。

10. 可持续发展目标网站的访客继续稳步增长，2022 年 7 月 1 日至 11 月 15 日期间，吸引了 470 万访客，与 2021 年同期相比增长了 5.5%。参与度也继续上升，网页浏览量达到 1 430 万，增长 3.7%。

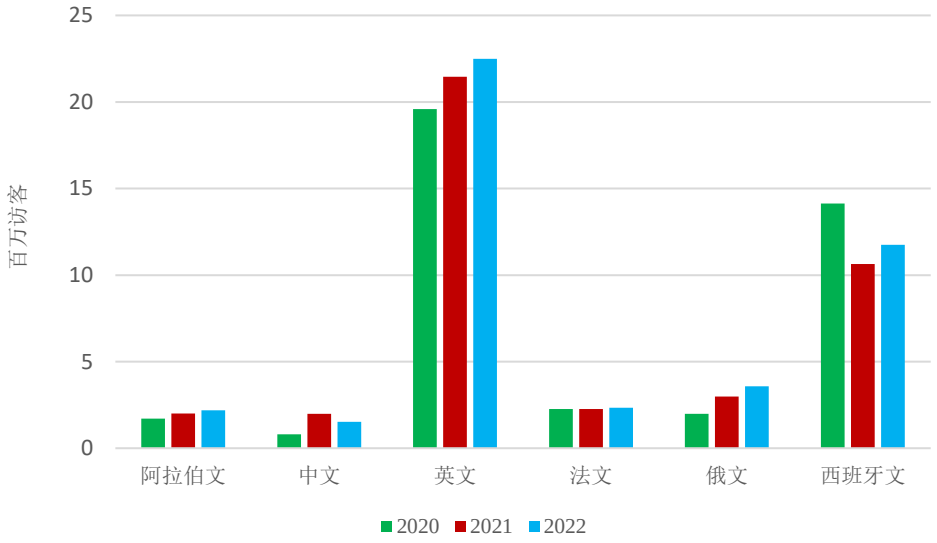
11. 联合国国际纪念活动网站的访客也持续增长，2022 年 7 月 1 日至 11 月 15 日期间，访客超过 410 万，与 2021 年同期相比增长 13.3%。这些网站的参与度也提高了 15.9%，网页浏览量超过 780 万。

12. 2022 年 7 月 1 日至 11 月 15 日期间，气候行动网站、可持续发展目标网站和联合国国际纪念活动网站的受众加起来占到了 un.org 受众总数的 27%以上，高于 2021 年同期的 22%。参与度也从 20.6%增至 25.5%以上。

13. 2022 年 7 月 1 日至 11 月 15 日期间，un.org 英文网站和西班牙文网站的访问量增幅均在 100 万以上，超过 2021 年同期(见图三)。俄文网站的访客人数显著增加，增幅超过 50 万，相当于增长 19%以上，阿拉伯文和法文网站的访问量也有所增加。

图三

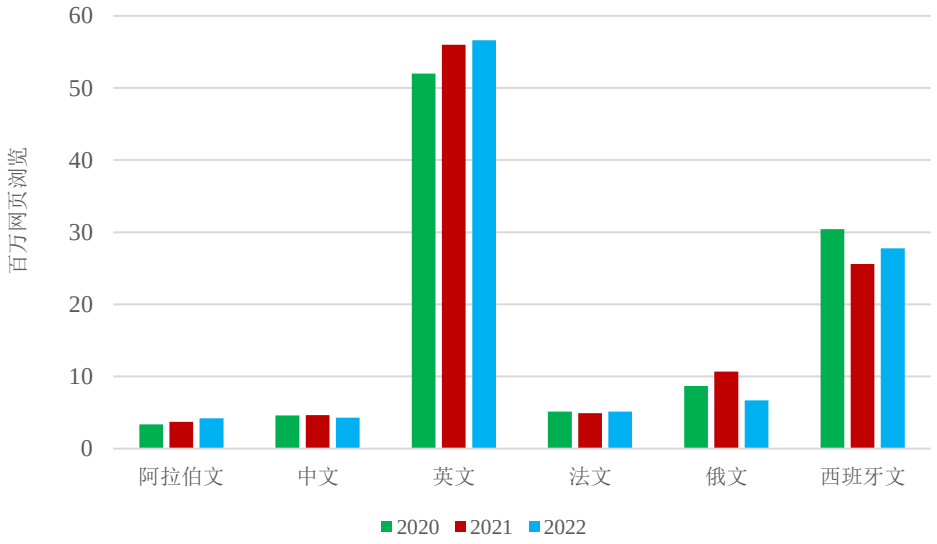
各语文网站的受众数量，7 月 1 日至 11 月 15 日



14. 按网页浏览量计，西班牙文网站的参与度增幅最大，2022 年 7 月 1 日至 11 月 15 日期间，网页浏览量新增 200 多万，与 2021 年同期相比增加了 8%(见图四)。阿拉伯文网站的参与度增加了 12%以上，英文和法文网站的参与度也出现小幅增长。

图四

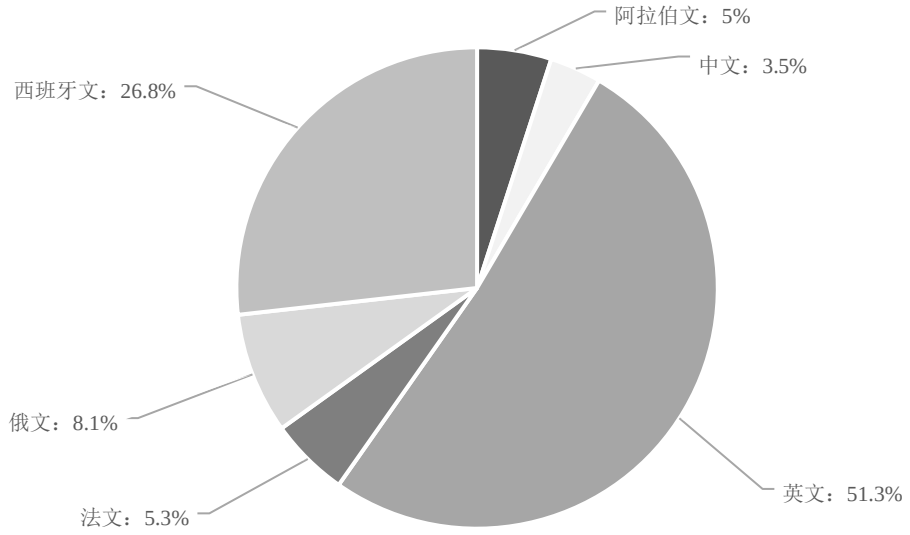
各语文网站的网页浏览量，7 月 1 日至 11 月 15 日



15. 2022 年 7 月 1 日至 11 月 15 日期间，英文和西班牙文网站吸引的受众占比仍为最大(见图五)。总体来看，2021 至 2022 年期间各语文网站受众所占百分比的变化极小。

图五

各语文网站的受众占比，2022 年 7 月 1 日至 11 月 15 日



网站的改进和优化

16. 全球传播部网站事务科继续对 un.org 网站作出改进，以确保遵守联合国全球传播战略和网站传播标准，特别是关于使用多种语文、视觉形象和无障碍访问的

战略和标准。此外，网站事务科还审查了联合国秘书处其他实体在 un.org 域名之下创建的所有网站，以协助相关实体遵守联合国全秘书处网站发布行政指示(ST/AI/2022/2)所载的网站传播标准。

17. 在本报告所述期间，网站事务科按照联合国视觉形象标准，更新了联合国六种正式语文的新闻委员会网站，并将联合国和平与发展信托基金网站迁移至 un.org，以六种正式语文发布。为进一步优化传播部的网站组合，网站事务科重新设计了堪培拉、西班牙港和华盛顿特区的联合国新闻中心网站，并将其整合纳入 un.org。

18. 传播部还以六种正式语文推出了关于打击仇恨言论的联合国#对仇恨说不#运动网站。

网站开发

19. 网站事务科推出了专门介绍秘书长题为“我们的共同议程”报告(A/75/982)的新网站。该网站设有联合国六种正式语文版本，全面概述报告要点及其所载建议的最新执行情况。

20. 2022 年 7 月，秘书长宣布设立联合协调中心，以协助执行关于从乌克兰港口安全运输谷物和食品的倡议(黑海谷物倡议)。应联合协调中心的请求，网站事务科创建了一个门户网站，提供关于黑海谷物倡议的详细信息，包括关于从乌克兰各港口运送商品的数据和统计资料。事实证明，该门户网站是获取关于黑海谷物倡议准确信息的可靠资源，在 7 月 1 日至 11 月 15 日期间，网站浏览量达到约 218 039 次。

21. 同样在 7 月，网站事务科为联合国牵头的一项运动创建了六种正式语文的网站，该活动旨在防止停靠在也门沿海、已处于高度腐朽状态的“Safer”号超级油轮浮式储存装卸设施发生可能具有灾难性后果的漏油事件。该网站提供最新数据、文件、媒体资源和面向捐助方的信息，为联合国的众筹活动提供支持，助力该活动实现了初步筹资目标，以帮助避免环境威胁。

22. 为支持大会第七十七届会议，网站事务科以六种正式语文发布了在线新闻资料袋和关于大会主席的综合网站。针对一般性辩论，网站事务科以六种正式语文创建了全面、综合的门户网站，并为每个会员国单设网页；不断更新门户网站的每日发言名单；直播辩论发言并发布发言文稿；提供一系列媒体资源。在一般性辩论期间，该门户网站吸引访客 249 890 人次，与 2021 年同期相比增长 180%，网页浏览量达到 659 739 次，增长了 344%。

23. 传播部数字支助股与秘书长办公厅合作，以六种正式语文制作了宣传网站，以介绍秘书长关于联合国工作的年度报告(A/77/1)。该网站突出介绍了报告当中概述的联合国主要成就。

24. 针对 2022 年 9 月举行的教育变革峰会，传播部开发了以六种正式语文发布内容的网站，提供峰会背景资料，并为与会者和利益攸关方提供资源。

25. 在气候行动网站上，传播部为 2022 年 11 月 6 日至 11 月 20 日在埃及沙姆沙伊赫举行的联合国气候变化框架公约缔约方大会第二十七届会议创建了一个新的板块。此次会议的网站以六种正式语文制作，提供相关背景资料、资源和新闻资讯。此外，传播部还以六种正式语文创建了专门介绍秘书长设立的非国家实体净零排放承诺高级别专家小组的子网站。

26. 传播部通过建立专门网站介绍关键信息，为秘书长启动《境内流离失所问题行动议程》提供了支持。此外，传播部还为解决境内流离失所问题特别顾问办公室开设了网站，为这一新设立的办公室提供支持。传播部按照联合国视觉形象和无障碍标准设计和建设网站。

27. 传播部为支助性剥削和性虐待受害人信托基金开发了一个网页，使用专门的格式和模板发布该信托基金的年度报告。该网站按照联合国无障碍标准，以吸引读者的形式呈现相关信息。

28. 自 1966 年以来，安全理事会根据《联合国宪章》第七章设立了 30 项制裁制度，以维持或恢复国际和平与安全。在本报告所述期间，传播部继续维护安全理事会附属机构的网站，并为安全理事会关于海地的第 2653(2022)号决议所设委员会创建了六种正式语文版本的新网站。

29. 2022 年 11 月 15 日，世界人口增至 80 亿，达到了一个重要的里程碑节点。为纪念这一事件，全球传播部创建了六种正式语文版本的网站，号召人们以此为契机弘扬多样性，庆祝人类进步，倡导对地球的共同责任。该网站发布重要资源，如经济和社会事务部的政策简报，其中提出了在实现关于气候变化的《巴黎协定》目标的同时为人口规模和组成变化制定规划的建议，网站上还发布了人口司题为“全球人口增长和可持续发展”的报告。

30. 全球传播部数字支助股负责将联合国新闻以及联合国会议报道和新闻发布网站迁移到了 Drupal 9 内容管理系统软件。该项目对于预防网站漏洞十分必要，因为自 2023 年 11 月起，这两个网站的技术将不再受到支持。

四. 新闻和多媒体服务

31. 联合国新闻和多媒体服务继续以六种正式语文以及印地语、斯瓦希里语和葡萄牙语报道本组织的工作，并以乌尔都语提供重点内容概要。

32. 除了提供关于联合国工作的信息外，传播部还通过多种语言的亲身讲述，在多个平台上提供关于应对自然灾害和气候事件的内容，以应对围绕气候变化出现的大量错误信息和虚假信息以及否认气候变化的问题。

33. 新闻和多媒体服务通过实例，突出介绍整个联合国系统如何作出努力，以应对因乌克兰武装冲突而加剧的粮食、能源和金融方面相互关联的冲击。传播部经常需要对秘书长等联合国高级官员的差旅进行实时实地的多媒体报道，包括秘书长 2022 年 8 月对乌克兰的访问，当时，秘书长访问了参与黑海谷物倡议的一个港口，传播部为此创建门户网站，提供了详细信息(见上文第 20 段)。联合国新闻

的各语文版本网站广泛报道了这一协定的签署，包括为此发布科普文章，在整个联合国系统内得到了广泛传播。

A. 视频和电视

视频制作

34. 根据联合国全球传播战略，特别是关于消除错误信息和虚假信息及促进可靠信息的战略，全球传播部录像科制作了重在解决问题、围绕人物展开的故事和科普内容。录像科达到了行业标准，特别在观众参与度和采用新格式、图像画面、互动方式和算法方面。

35. 在本报告所述期间，录像科围绕对联合国具有重要意义的广泛问题制作了十分受欢迎的视频，其中包括关于联合国维持和平和联合国关于反对仇恨言论的#对仇恨说不#运动科普视频，并与联合国不同文明联盟合作，同青年电影制片人制作了关于不容忍、歧视和仇外问题的视频系列。

36. 在大会第七十七届会议一般性辩论之前，录像科制作了旨在提高公众对多边主义和大会工作价值的认识的科普视频。题为“联合国能阻止战争吗？”的视频，得到了联合国系统各办事处的采用，并且制作了多种语文版本。2022 年 8 月 1 日至 11 月 15 日，英文版视频发布在 Instagram 和 YouTube 联合国频道之后，播放量和参与度达到了 50 万次。关于猴痘病毒的科普视频在 Instagram 联合国频道上表现最佳，仅 8 月份就有约 210 万次观看和参与。

37. 为支持由联合国和欧洲联盟支持的关于消除暴力侵害妇女和女孩行为的全球聚光灯倡议，录像科制作了题为“你穿的是什么？”的视频，其中展示了由性侵犯罪幸存者和联合国高级官员贡献的内容。该视频是纽约联合国总部的一次展览的相关内容，展览呈现了幸存者在遭受袭击时所穿的服装，说明了罪责是如何从肇事者上身悄然转移到受害者身上的。2022 年 7 月 1 日至 11 月 15 日期间，该视频在 YouTube 和社交媒体联合国频道上的观看量和参与度达到了 616 000 次。

38. 在大会第七十七届会议高级别部分之前，录像科指导制作了联合国新闻对秘书长的年度采访视频，截至 2022 年 11 月 15 日，该视频在联合国社交媒体平台上获得了 343 022 次观看和参与。在高级别部分会议期间，录像科团队制作了重点介绍全球问题的每日总结视频；截至 11 月 15 日，这些视频在脸书、推特和 YouTube 联合国频道上的观看量和参与度达到 60 000 次。9 月，对诺贝尔和平奖获得者马拉拉·尤萨夫扎伊的采访视频，也在 Instagram、TikTok、推特和 YouTube 联合国频道的社交媒体上发布，获得了约 408 074 次观看和参与。

39. 录像科还制作了一系列重点介绍气候危机解决办法的视频，尤其注重介绍妇女领导力和增强妇女权能。录像科制作了动画故事，讲述了世界各地数百万人如何因气候变化造成的干旱、洪水、野火和其他自然灾害而被迫流离失所。

40. 关于沙姆沙伊赫联合国气候变化大会重大意义的视频内容，吸引了大批观众的关注。在为期两周的气候大会期间，录像科团队为不同社交媒体平台制作了 16 个不同形式的专题内容，涵盖一系列领域、活动和重大时刻。截至 11 月底，这些

视频在联合国 YouTube 和社交媒体频道上获得了近 170 万次观看和参与。关于秘书长在气候大会上的讲话和活动的视频在社交媒体上表现最佳，其中以青年为重点的视频吸引了大批观众参与。例如，秘书长向一群年轻人讲话的视频在 Instagram、TikTok 和推特等联合国频道上获得了 358 000 次观看和参与。

41. 录像科团队报道了秘书长的公务差旅，包括前往巴基斯坦、苏里南和萨赫勒地区的差旅，通过实地拍摄、编辑、制作社交媒体视频以及为新闻机构和广播公司制作视频资料，突出了关键问题和优先事项。录像科团队还制作了秘书长在联合国国际日等场合的视频致辞。

42. 录像科科还为“服务与牺牲”宣传活动制作了视频，突出介绍了联合国维和人员以及部队和警察派遣国所作的贡献。在本报告所述期间，该宣传活动重点介绍了冈比亚、希腊、挪威、波兰、塞拉利昂、土耳其和津巴布韦所作的贡献。

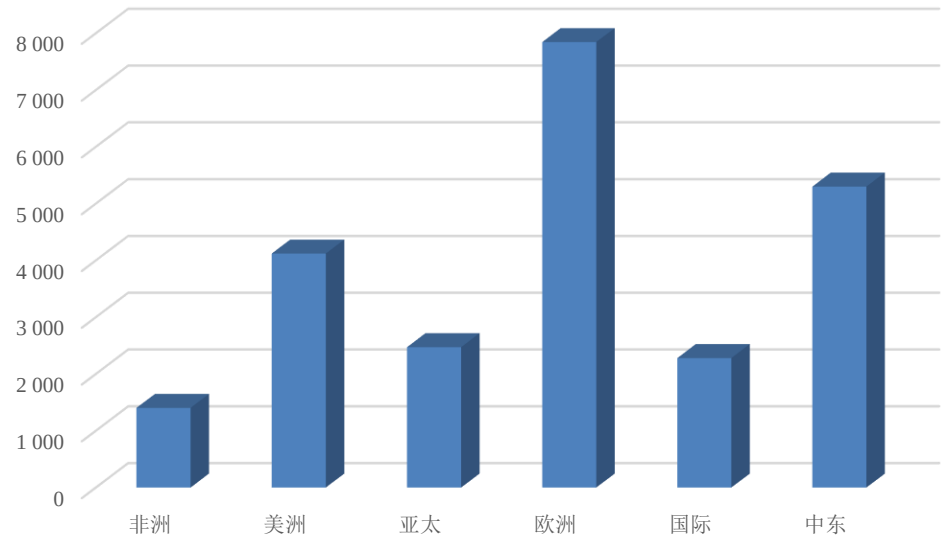
联合国电视广播平台

43. 在本报告所述期间，联合国电视广播平台作为联合国系统 30 个合作伙伴的视频新闻资料整合平台，向世界各地的广播公司提供了气候行动、维持和平、人权、发展、经济和社会状况以及冲突局势等专题的报道，包括关于乌克兰境内局势的内容。

44. 主要国际广播公司经常使用联合国电视广播平台制作的套餐节目，这些套餐节目也是资源有限的记者和媒体机构的重要资源。2022 年 7 月 1 日至 11 月 15 日，联合国电视广播平台的材料播出达 98 241 次，打破了联合国电视广播平台的播出记录(见图六)。

图六

联合国电视广播平台套餐节目播出的地域分布情况，2022 年 9 月



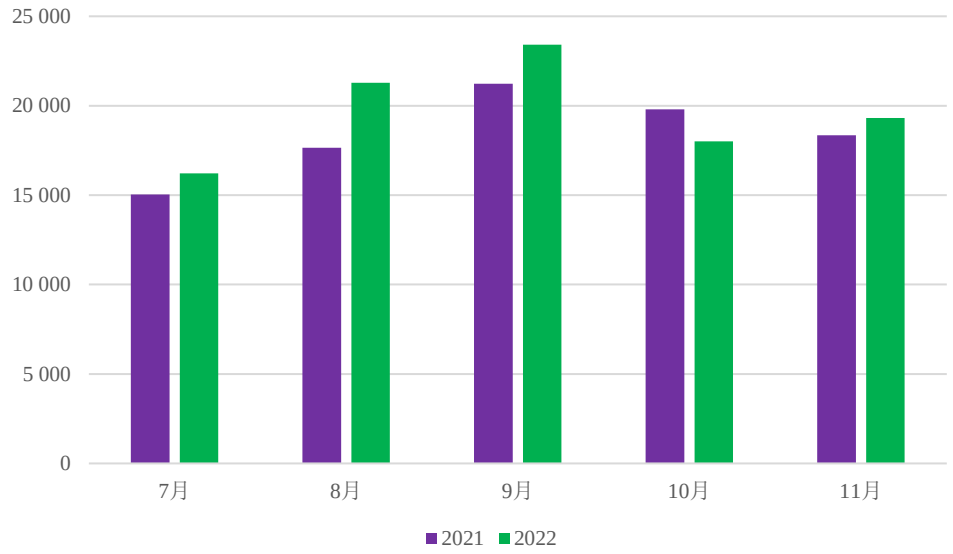
45. 9 月，联合国电视广播平台套餐节目播出量达到历史最高水平，主要原因是大会第七十七届会议高级别部分，以及秘书长在巴基斯坦发生历史性洪灾之后对

该国进行的声援访问。当月，联合国电视广播平台套餐节目在全世界播出 23 418 次，其中近 800 次涉及秘书长的访问(见图七)。根据数字水印技术提供商 Teletrax 的分析，9 月份播出情况的地理分布如下：非洲播出 1 402 次；美洲播出 4 120 次；亚太播出 2 472 次；欧洲播出 7 844 次；中东播出 5 300 次；国际播出 2 280 次，其中包括具有国际影响力的主要广播公司的播出次数。

46. 全球主要电视网络对联合国电视广播平台关于沙姆沙伊赫联合国气候变化大会的报道十分关注，相关内容在全世界播出 7 100 多次。这一数字是 2021 年 10 月 31 日至 11 月 13 日在大不列颠及北爱尔兰联合王国格拉斯哥举行的联合国气候变化框架公约缔约方会议第二十六届会议获得的 2 500 次报道的近三倍之多。

图七

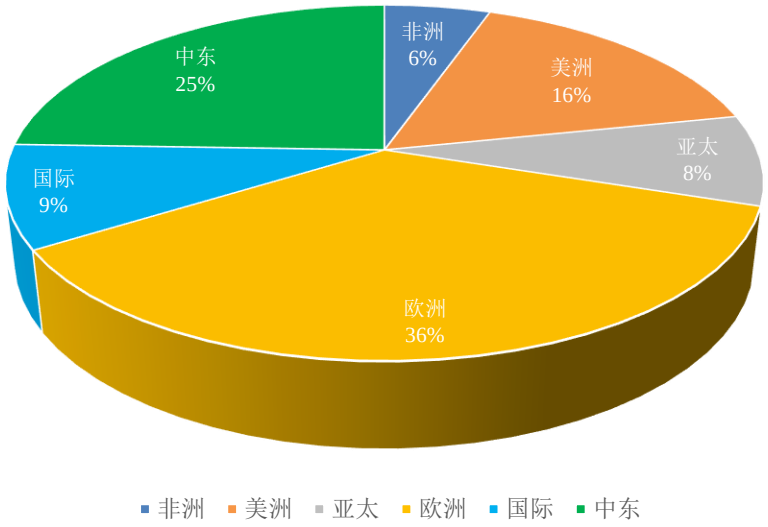
联合国电视广播平台套餐节目月播放量，7 月 1 日至 11 月 15 日



47. 2022 年 7 月 1 日至 11 月 15 日，欧洲和中东广播公司接收了联合国电视广播平台所有节目的 61% (见图八)。

图八

按区域分列的联合国电视广播平台内容播出情况，2022 年 7 月 1 日至 11 月 15 日



网播

48. 为了覆盖更多全球受众，由全球传播部负责管理的联合国官方视频流媒体平台联合国网络电视继续扩大其在新地点和联合国系统新伙伴的覆盖面。2022 年期间，该平台在对纽约联合国总部、联合国日内瓦办事处和海牙国际法院进行流媒体报道的基础上，增加了对罗马联合国粮食及农业组织、日内瓦国际劳工组织和联合国维也纳办事处举行的会议和活动的多语种直播和点播流媒体报道。截至 11 月底，联合国网络电视上已有 123 000 多个视频，可供全球通过网络和移动设备点播。

49. 此外，联合国网络电视团队还对世界各地举行的联合国会议进行流媒体直播，包括：2022 年 8 月 15 日和 16 日在土库曼斯坦土库曼巴希举行的内陆发展中国家部长级交通会议；2022 年 10 月 28 日和 29 日在孟买和新德里举行的安全理事会关于反恐怖主义的第 1373(2001)号决议所设委员会特别会议；2022 年 11 月 23 日和 24 日在摩洛哥非斯举行的第九届联合国不同文明联盟论坛。网络电视团队还对秘书长访问阿尔及利亚、奥地利、柬埔寨、加拿大、埃及、埃塞俄比亚、印度、日本、蒙古、摩洛哥、巴基斯坦、葡萄牙、瑞典、苏里南、土耳其、乌克兰和越南期间的讲话和公开发言进行现场直播。

50. 在本报告所述期间，全球 236 个国家和地区的观众在联合国网络电视网站、相关脸书和推特账户以及 YouTube 联合国频道上观看了联合国会议和活动的现场直播和点播报道，观看量共计 5 550 万次。

51. 联合国网络电视英文网站提供多语种音频。传播部正在开发联合国其他五种正式语文的网站，以实现联合国网络电视的全面多语呈现。这些网站预计将于 2023 年推出，每个网站均包含自己的视频和可搜索的语言元数据。

YouTube 联合国频道

52. YouTube 联合国频道的受众继续扩大，订阅者从 2021 年的 210 万增至 2022 年 11 月 15 日的 260 万，其中大多数受众年龄在 18 至 35 岁之间。

现场报道、电视广播和设施

53. 在本报告所述期间，联合国电视台继续提供现场报道、广播和设施以及会议后勤服务。

54. 联合国电视台团队向世界各地的广播机构和客户提供联合国面对面会议和混合会议的直播报道，包括大会全体会议和安全理事会会议的直播报道，以及其他高级别会议、新闻简报会和与秘书长合影时间的直播报道。在大会第七十七届会议一般性辩论期间，广播公司接收的上述报道为 1 700 多小时，达到了疫情之前的水平。

55. 联合国电视台团队每周平均录制秘书长、常务副秘书长、大会主席和联合国其他高级官员为各种会议和活动发表的 20 次视频致辞和讲话。网络电视团队还响应日益增长的节目制作需求，录制了播客、视频播客和远程学习培训视频。

56. 新的可持续发展目标工作室制作了 90 个涉及大会第七十七届会议高级别部分与会者的成果。工作室还专门负责纽约联合国总部的与会者同世界各地现场活动虚拟连线的工作。这些活动包括发布旗舰出版物《2021/2022 年人类发展报告》，通过远程连线和实地现场报道，重点介绍人类发展指数的各个方面，以及英国广播公司电视台就应对气候变化问题对秘书长进行长达一小时的采访。工作室的技术能力也提供了探索试验的机会，例如，作为“联合国博物馆——UN Live”举措的一部分，让气候专家和青年活动家进行虚拟连线，与国际劳工组织合作，共同录制联合国官员在国际会议上的全息影像致辞。

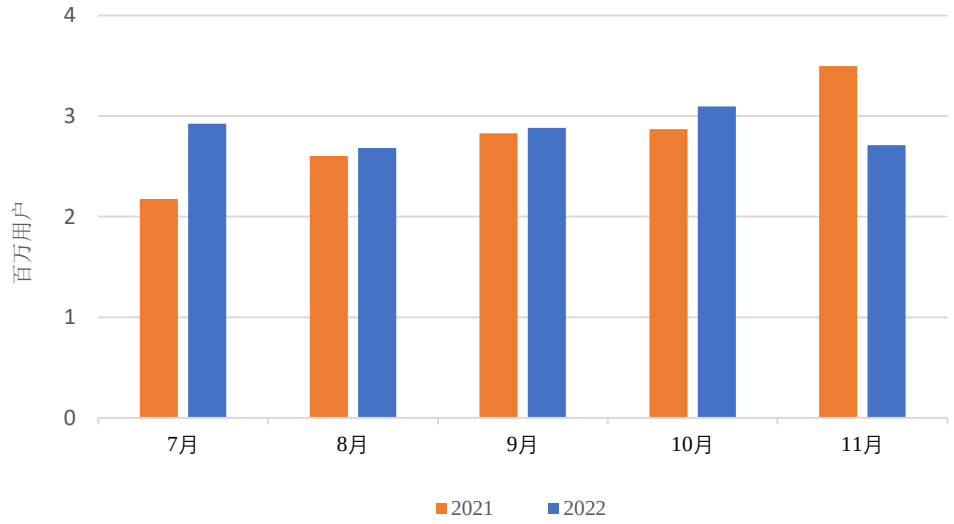
57. 联合国电视台团队策划了位于纽约的 Spectrum 电视频道全天候直播节目，该节目也在联合国网络电视平台和 YouTube 联合国频道上播出。节目包括每日实况直播、重要活动重播和联合国系统录像。

B. 联合国新闻

58. 在本报告所述期间，联合国新闻的影响力继续提升，成为人们可信赖的新闻来源，就各种问题提供基于事实的新闻和令人振奋的故事，以激励人们采取行动支持联合国的目标。2022 年 7 月 1 日至 11 月 15 日，联合国新闻的 9 个语文版本平台约有 1 400 万用户，网页浏览量近 2 300 万次(见图九和图十)。与 2021 年同期相比，以用户数计，联合国新闻的英文、俄文和西班牙文网站覆盖面有所增加，而以网页浏览量计，中文网站的参与度上升了约 30%。在联合国新闻所有 9 个语文版本网站的总网页浏览量中，英文和西班牙文网站加起来所占的份额大幅增长，这两个语种网站的参与度占比也大幅提升。

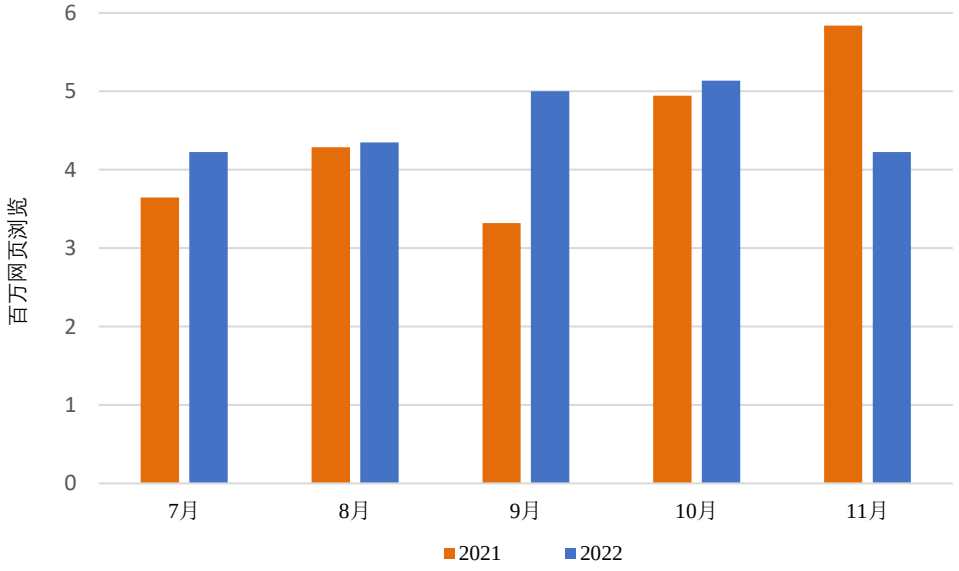
图九

联合国新闻用户增长情况，7 月 1 日至 11 月 15 日



图十

联合国新闻网页浏览量增长情况，7 月 1 日至 11 月 15 日



59. 虽然冠状病毒病(COVID-19)大流行疫情、气候变化和冲突仍是人们重点关注的领域，但联合国新闻也在继续报道人权、性别平等问题、可持续发展和联合国议程上其他议题方面的情况。

60. 大会第七十七届会议高级别部分吸引了 220 万次网页浏览，与 2021 年同期相比增长 33%。这是大会自 2019 年以来首次举行面对面会议，当时的报道内容包括 800 多条新闻故事、180 条音视频报道和 53 封群发电邮资讯，共有订阅者 53 000 名，产生了 50 多万次音频、视频和社交媒体互动。

61. 针对乌克兰武装冲突及其对全球粮食供应的影响的报道受到了广泛关注。在本报告所述期间，几乎每周制作 50 多篇此类报道，吸引约 200 万次网页浏览，其中四分之一来自讲俄语的受众。“聚焦”乌克兰的多语种网页集合了源自官方文件和人物亲身讲述的内容，在 2022 年 7 月 1 日至 11 月 15 日期间，访问量达到近 100 万；其中四分之一是访问俄文网站。在同一时期，在所有九种语文版本网站上，近 300 万人浏览了关于猴痘的科普报道，还发布了一系列气候行动专题报道，着重介绍哥伦比亚珊瑚礁恢复工作、新闻记者在气候报道中的作用等各种解决方案，产生了近 10 万次网页浏览，平均网页浏览时间为 4.5 分钟。

62. 联合国新闻团队的会议报道继续受到欢迎，在孟买和新德里举行的安全理事会关于反恐怖主义的第 1373(2001) 号决议所设委员会特别会议和在摩洛哥非斯举行的第九届联合国不同文明联盟论坛的相关报道尤其受欢迎，其中许多报道主题涉及打击仇恨言论、歧视、仇外和暴力极端主义。

联合国新闻的语文团队

63. 对于主要的阿拉伯媒体单位和那些寻求关于联合国在中东和北非受冲突影响地区活动的权威信息的受众而言，联合国新闻阿拉伯文网站仍是一个重要资源。该区域的多个媒体组织都采用了联合国新闻阿拉伯文团队制作的报道和录像，这些媒体组织包括 Asharq al-Awsat、Al-Akhbar、Al-Sharq、Al-Rakoba、Ardwatalab、Elakhbar Gate、Pressbee、《Jusoor 邮报》和 Noursat 电视网络。2022 年 7 月 1 日至 11 月 15 日，联合国新闻阿拉伯文网站的网页浏览量为 1 066 975 次，访客增加 9%，访客在该网站上平均花费 2.5 分钟或以上。截至 2022 年 11 月 15 日，联合国新闻阿拉伯文团队的推特账号拥有 858 824 名粉丝，与 2021 年同期相比增长 16%。

64. 在本报告所述期间，联合国新闻阿拉伯文团队的报道重点虽然仍是全球疫情之后的复苏情况和联合国为确保公平分配疫苗所作的努力，但很大一部分报道也涉及联合国开展的冲突调解和解决工作。制作了约 350 篇关于伊拉克、利比亚、阿拉伯叙利亚共和国、乌克兰和中东和平进程等问题的报道。阿拉伯文团队还制作了 120 多篇关于气候变化的新闻报道、访谈和专题报道，包括关于沙姆沙伊赫联合国气候变化大会的报道。有两个报道尤其引起了读者的强烈共鸣：第一个是关于气候变化大会的科普性报道，吸引了 26 000 多次网页浏览；第二个是对世界气象组织 11 月发布《2022 全球气候状况》临时报告的报道，获得了近 10 000 次网页浏览。

65. 2022 年 7 月 1 日至 11 月 15 日，联合国新闻中文网站的网页浏览量增长了约 30%，而 2021 年同期的增长幅度为 11%。在本报告所述期间，中文网站全面报道了乌克兰武装冲突，包括联合国的政治辩论、人道主义和人权问题、核安全、对全球粮食和能源安全的影响以及黑海谷物倡议。联合国新闻中文团队还继续广泛宣传秘书长关于采取气候行动的呼吁，包括对秘书长访问遭受洪灾的巴基斯坦和倡导清洁能源进行报道，获得了广泛好评。中文团队还制作了关于非洲之角严重粮食不安全和社会动荡问题以及海地和斯里兰卡局势的专题报道。

66. 除了每天对以人为本的主题和解决办法进行专题报道之外，联合国新闻中文团队还利用录像科从外地采集的素材和来自世界各地联合国办事处的素材制作每日短视频。2022 年 7 月 1 日至 11 月 15 日期间，制作了约 115 个短视频，在联合国新闻微博账户以及联合国微博和微信频道上被观看约 4 600 万次。一则关于世界卫生组织总干事宣布 COVID-19 大流行终结在望的报道，在微博上吸引了约 167 万次浏览。

67. 2022 年 7 月 1 日至 11 月 15 日，联合国新闻英文网站吸引了 650 万次网页浏览，覆盖用户 370 万，与 2021 年同期相比，网页浏览量和用户人数均增加约 50 万。在大会第七十七届会议高级别部分的推动下，仅 9 月份，英文网站的网页浏览量就达到 160 万次。各种分析数据都显示了较高的受众关注度和参与度。例如，在 9 月份，针对一则关于享有洁净、健康环境权利的报道，读者的平均阅读时间为 5 分钟。关于和平与安全挑战及相关人道主义后果的报道，吸引了 100 多万次网页浏览，其中埃塞俄比亚提格雷州和乌克兰冲突受到的关注最多。在本报告所述期间，一则关于猴痘的科普性报道表现最佳，截至 2022 年 11 月 15 日，其网页浏览量达到 221 000 次。截至同日，联合国新闻音频产品的下载、分享和播放量超过了 230 000 次。

68. 联合国新闻英文团队制作了一系列与气候有关的多媒体产品，深入报道了在沙姆沙伊赫举行的联合国气候变化大会，其中包括关于气候行动的新闻通讯系列和题为《掌控之中》的每日播客系列。首次为联合国网络电视和 YouTube 联合国频道制作了《掌控之中》视频版本。截至 2022 年 11 月 15 日，关于气候变化大会活动的报道和专题获得了超过 120 560 次浏览，而此次大会期间的通讯订阅人数从 1.2 万人增加到了 1.6 万人。截至 11 月底，英文团队还制作了两个播客系列：一个系列着重介绍来自世界各地的女音乐家，题为“放大她的声音”；另一个系列则是为了支持联合国制止仇恨言论的#对仇恨说不#运动，题为“团结起来反对仇恨”。

69. 2022 年 7 月 1 日至 11 月 15 日，联合国新闻法文网站的网页浏览量超过 107 万次。一则关于猴痘的科普性报道吸引了 43 500 多次网页浏览，而一则关于秘书长在大会第七十七届会议上就联合国工作报告(A/77/1)所作讲话的新闻报道，吸引了 18 436 次网页浏览。在社交媒体上分享联合国新闻法文报道的有影响力的人士包括：法国政府官员；刚果民主共和国总统副发言人；比利时、加拿大和法国的议员；美利坚合众国国务院的法文推特账户；Ukrinform、L’Important、法国国际广播电台和美国之音非洲频道等各个广播和在线媒体。

70. 联合国新闻法文团队制作了关于妇女与和平与安全的每月播客，并向受众介绍有关卫生健康、气候、战争给人类造成的代价以及受冲突影响社区的救济工作等内容。在大会第七十七届会议高级别部分期间，法文团队制作了 15 个视频片段，包括每日总结、专题视频和访谈。法文团队还面向法语国家受众制作内容，关注联合国派驻维持和平行动的中非共和国、刚果民主共和国和马里的和平与安全问题，以及受不稳定问题影响尤为严重的其他国家。

71. 在本报告所述期间，联合国新闻印地语团队继续与驻新德里联合国国家工作队合作，制作采集自南亚的内容。当印度达到接种 20 亿剂 COVID-19 疫苗的里程碑时，印地语团队就与政府机构的合作采访了派驻印度的驻地协调员。10 月，印地语团队报道了秘书长访问古吉拉特邦 Modhera 村的情况，这是印度第一个完全使用太阳能供电的村庄。另一则专题报道介绍了拉贾斯坦邦的“生态女性主义”村庄 Piplantri。

72. 联合国新闻印地语团队继续缔结伙伴关系协议，包括与亚洲广播网络公司在北美的第一个全天候南亚频道亚洲电视台签订了伙伴关系协议。为了扩大印地语受众覆盖面，印地语团队还与加拿大 Connect FM、阿曼 Chaska 电台和美国 Rukus Avenue 电台签订了伙伴关系协议。

73. 在本报告所述期间，联合国新闻斯瓦希里语团队继续寻找创新方法，通过有针对性的内容并与媒体开展合作，吸引东非及其他区域的受众。制作了约 165 个关于 COVID-19 疫情的多媒体新闻产品，另有 175 则报道重点关注气候问题，159 则报道涉及冲突，包括非洲各地和乌克兰的冲突。

74. 联合国新闻斯瓦希里语团队与派驻卢旺达的驻地协调员办事处合作，以建立在线广播和电视平台，扩大传播来自联合国驻该国机构和纽约联合国总部的新闻。为了扩大联合国斯瓦希里语多媒体内容的受众和覆盖面，斯瓦西里语团队还与坦桑尼亚联合共和国的 Mviwata FM 和 Pemba TV 开展合作。

75. 联合国新闻葡萄牙文团队进一步扩大了其在葡萄牙语国家的影响力，制作了知名人士、音乐家、政府官员、青年和土著人民的访谈和报道。在本报告所述期间，报道的对象包括巴西艺术家 Eduardo Kobra，由其创作的一幅关于气候变化的壁画，9 月在纽约联合国总部展出。

76. 联合国新闻葡萄牙文团队制作了关于联合国组织刚果民主共和国稳定特派团部队指挥官的短视频片段，该指挥官在视频中谈到了刚果民主共和国东部的危险安全局势。葡萄牙文团队还制作了关于阿拉伯叙利亚共和国问题独立国际调查委员会主席的短视频，该委员会主席在视频中介绍了委员会调查 2011 年 3 月以来阿拉伯叙利亚共和国境内所有违反国际人权法行为指控的任务。

77. 在气候变化方面，联合国新闻葡萄牙文团队与派驻东帝汶的驻地协调员合作，广泛报道了该国的洪灾，包括为此采集录像资料。葡萄牙文团队还就气候挑战问题采访了派驻巴西与圣多美和普林西比的驻地协调员。在沙姆沙伊赫联合国气候变化大会期间，葡萄牙文团队制作了面向葡萄牙语国家的内容，包括采访青年和土著活动家，如秘书长设立的气候变化问题青年顾问组成员 Paloma Costa；巴西出席气候变化大会代表团成员、青年活动家 Taily Terena；倡导保护亚马逊雨林免遭毁林的青年活动家 Txai Suruí。

78. 2022 年 7 月 1 日至 11 月 15 日，联合国新闻俄文网站的网页浏览量达到 230 万次，与 2021 年同期相比增长 10%，其中比较受关注的话题为乌克兰。对乌克兰武装冲突的报道内容包括人道主义救济和联合国的外交努力。对黑海谷物倡议进行了广泛报道，包括为此发布了科普性内容及相关影像资料。联合国新闻俄文

团队也对人权问题进行了报道。10 月，俄文团队发布了广受关注的访谈内容，访谈对象包括人权组织“纪念”负责人、2022 年诺贝尔和平奖获得者 Alexander Cherkasov，以及促进和保护意见和表达自由权特别报告员。

79. 联合国新闻俄文团队制作的报道常被 AZERTAC(阿塞拜疆国家新闻社)、BelTA(白俄罗斯国家通讯社)、CentralAsia.media、Forbes.kz、Interfax-Ukraine、Kazinform 和 Tajikistan 24 等各大主要新闻机构转载。

80. 由于受众对大会第七十七届会议一般性辩论的持续关注，联合国新闻俄文网站的用户数与 2021 年同期相比增长了 70%。关于卫生保健的新闻和专题报道很受区域受众欢迎，相关内容包括就猴痘、结核病和糖尿病对世界卫生组织官员进行的采访。俄文团队还发表了对联合国难民事务高级专员公署亲善大使、俄罗斯歌手、知名人物 Manizha 的采访，以提高人们对难民和家庭暴力受害者的认识。

81. 联合国新闻西班牙文网站连续第三年成为联合国新闻各语文版本网站中访问量最大的网站，2022 年 7 月 1 日至 11 月 15 日期间，网页浏览量约为 700 万次，平均网页访问时间近 5 分钟，与 2021 年同期相比，网页浏览量增加了 10.8%。用户数量增加了 12.8%，达到 420 万。联合国新闻西班牙文网站继续作为权威的信息来源，特别是在 COVID-19 疫情和猴痘信息方面。西班牙文团队在 5 月份制作的一则猴痘科普报道，截至 11 月 15 日，仅西班牙文版本的网页浏览量就超过了 200 万次。气候变化和人权是最受西班牙文网站访客欢迎的话题，此外，乌克兰冲突特别是乌克兰冲突对全球和拉丁美洲经济的影响也很受关注。

82. 联合国新闻西班牙文团队与联合国外地办事处密切合作，共同制作原创专题节目，并委托当地特约自由记者撰写报道，内容涉及哥伦比亚前战斗人员融入和平进程、打击对该区域土著人民的歧视、打破男性刻板印象帮助男性成为更好的父亲，以及墨西哥记者冒着生命危险为维护新闻自由而进行的斗争。智利总统、洪都拉斯总统和古巴常驻联合国代表团等分享了西班牙语国家代表在大会第七十七届会议一般性辩论期间发言的实时推文。

83. 11 月，全球传播部推出了乌尔都语联合国网站，称为“UN Khabarnama”(联合国通讯)，通过精选新闻报道向全世界数百万人提供资讯。该网站正在帮助受众获取关于联合国议程优先工作方面的信息，就乌尔都语受众特别关注的问题提供相关信息，如巴基斯坦洪灾等。

五. 其他服务

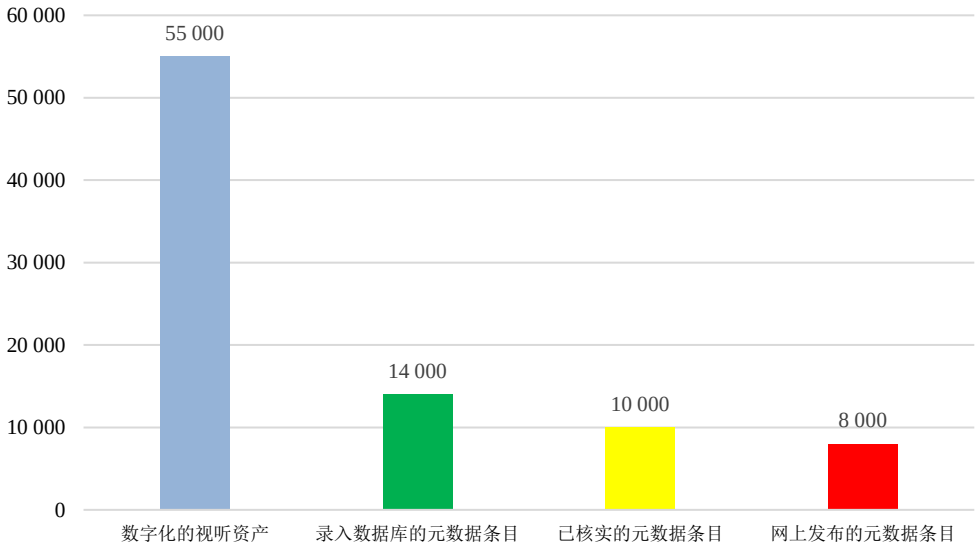
A. 照片和视听档案

数字化与联合国视听图书馆

84. 全球传播部继续努力将联合国的历史性视听收藏数字化，这项工作获得了阿曼政府的捐赠。截至 2022 年 11 月 15 日，共有 5.5 万份符合条件的音频、视频和影片资料实现了数字化，同时，有 1.4 万条相关元数据条目被录入了数字化数据库系统，其中有 1 万条已由专业档案工作人员进行核实。在经过处理的档案材料中，约有 8 000 份材料被选中用于在联合国视听图书馆网站上发布(见图十一)。不符合数字化条件的材料包括备用剪辑片段和原始影像。

图十一

视听数字化项目累计产出，截至 2022 年 11 月 15 日



85. 成本不断上升，原始元数据不完整，COVID-19 疫情造成的干扰以及技术限制，如无法批量处理，只能逐一进行，影响了最初制定的五年期时间进度和预计的数字化产出。截至 2022 年 11 月 15 日，一名专业技术人员已将阿曼资助项目抢救的 15 000 多张遗留音频光盘中的 8 200 张数字化。需要更多资金来完成该项目的这一阶段，为子孙后代保存这些无价的收藏资料。

86. 在本报告所述期间，直接得益于数字化项目，视听图书馆每天都在回应查阅、检索和传播档案材料的请求。截至 2022 年 11 月 15 日，永久保存的数字化收藏囊括丰富的历史资料，其中包括国际联盟的影像资料、纽约联合国总部标志性建筑的建造以及演员马龙·白兰度、丽塔·海华丝和劳伦斯·奥利维尔、导演阿尔弗雷德·希区柯克和表演明星艾萨·凯特的音频采访。

联合国照片和照片资料室

87. 联合国官方摄影师继续报道本组织的工作，包括大会和安全理事会的会议、在纽约境内外举行的会议和活动、秘书长的公务差旅和联合国外地行动。

88. 自 2020 年 11 月启动联合国照片数字资产管理系统以来，截至 2022 年 11 月 15 日，照片收藏不断增加，已超过 861 000 张数字照片资产。该系统可通过网络浏览器和移动设备在世界各地访问，具有灵活、可扩展的特点，事实证明已取得较大成功，为及时、有效访问、检索和下载照片提供了便利。该系统还有助于长期保存丰富、独特的历史性联合国照片收藏。

89. 截至 11 月 15 日，联合国照片推特账户的粉丝人数已增至 124 955 人，联合国照片 Flickr 账户的图片浏览量不断增加，自该账户创建以来，累计浏览量共计 69 758 020 次。

90. 2022 年 7 月 1 日至 11 月 15 日，客户从联合国照片网站下载的高分辨率图片达到 56 000 多张。此外，联合国照片资料室回应了 1 480 多项请求，发出了 3 360 图片，同时处理了超过 4 842 张照片，包括建立相关元数据和解说文字，以确保照片资料室可供搜索、照片可供检索。

B. 会议报道

91. 会议报道科继续以英文和法文准确、及时、全面地报道在纽约联合国总部及以外地区举行的政府间会议。2022 年 7 月 1 日至 11 月 15 日，会议报道科共发布新闻稿约 1 480 份，总计 9 350 页，与 2021 年同期相比，新闻稿份数增加 10.3%，页数增加 21.4%。

92. 在本报告所述期间，来自 234 个国家和地区的访客访问了英文和法文会议报道和新闻稿网站，受众参与度显著提高。例如，与 2021 年同期相比，单次网页浏览量增长 18.5%，平均每次浏览时间增长 41%。

C. 媒体核证和联络

93. 全球传播部媒体核证和联络股根据纽约联合国总部职业安全和健康管理系统指导方针开展工作，为大约 2 500 名媒体人员参加 2019 年以来首次举行的面对面大会高级别部分提供了便利。核证股与秘书处各部门合作，提供了临时媒体中心，以报道面对面会议、新闻发布会和拍照时间。核证股还广泛分发联合国全系统的报告、声明和新闻稿，介绍关键问题的背景情况。

D. 伙伴关系

94. 在本报告所述期间，全球传播部伙伴关系股通过与澳大利亚、印度、伊拉克、荷兰、尼日利亚、阿曼、菲律宾、瑞典、坦桑尼亚联合共和国和美国的大众媒体伙伴新签订内容许可协议，进一步扩大了向得不到充分服务的受众提供服务的能力。与传统广播公司和在线新闻平台缔结了关于发布和传播本组织新闻和视频内容的新协议。

95. 传播部还与 Dailymotion 签订了内容使用协议，Dailymotion 是一个视频共享平台，每月以 183 种语言为超过 3.5 亿用户提供服务，特别受非洲、欧洲和中东受众的欢迎。根据该协议，传播部将可以在 Dailymotion 平台上发布视频。

96. 11 月，联合国新闻与其长期媒体伙伴 SoundCloud 合作，推出了题为“放大她的声音”的音乐播客系列。传播部授权许可该系列节目，利用苹果播客、Castbox 和 Spotify 等几个主要的播客平台，扩大受众范围。

六. 结论

97. 在本报告所述期间，全球传播部的新闻媒体团队作出坚定努力，以多种语文制作和分享关于本组织工作及其所处理的复杂全球问题的有趣内容。各个团队还努力通过制作权威、平衡的新闻、科普和专题报道，帮助受众抵御普遍存在的错误信息和虚假信息。受众参与度数字和建立的媒体伙伴关系显示，人们一直十分关注和信任联合国的全球传播工作。采取创新办法，缔结伙伴关系，正日益成为传播部扩大其多语文、多媒体全球足迹的手段，从而通过受众青睐的平台、以受众能够理解的语言向其开展传播工作。