



新闻委员会

第三十九届会议

2017年4月24日至5月5日

新闻部的活动：新闻事务

秘书长报告

摘要

本报告根据大会第 [71/101 A](#) 和 [B](#) 号决议编写，概述 2016 年 9 月至 2017 年 2 月新闻部通过新闻服务向全球受众宣传联合国工作方面取得的主要进展。

新闻事务是新闻部新闻和媒体司执行的三个次级方案之一，其目标是通过在多媒体平台以多种语文介绍本组织活动的优质、相关和及时的信息产品支持联合国，并加大媒体单位和其他用户使用其产品的地域范围和频率。

新闻部其他二个次级方案(即战略传播事务及外联和知识事务)的活动在秘书长的不同报告(分别为 [A/AC.198/2017/2](#) 和 [A/AC.198/2017/4](#))中作出说明。



一. 引言

1. 在第 71/101 A 和 B 号决议中，大会表示注意到秘书长提交新闻委员会第三十八届会议审议的关于新闻部活动的报告，并请秘书长继续就新闻部的活动向委员会提交报告。
2. 在同一决议中，大会呼吁新闻部提供其一系列活动的具体信息。新闻委员会主席团建议新闻部按照其三个次级方案，即战略传播事务、新闻事务及外联和知识事务，分三部分提供所要求的信息。
3. 本报告述及新闻部的新闻和媒体相关活动，主要说明电台、电视台、视频、摄影、印刷、因特网和社交媒体等多媒体制作领域取得的进展。报告还重点说明在新闻部网站和新闻部为数字或传统平台创作的所有内容中使用多种语文的情况。

二. 新闻服务

A. 概览

4. 新闻部已部分参照数字媒体领域的行业最佳做法，开始更新产品，通过传统和社交媒体平台，增加产品对多语种受众的影响。新闻部继续把多媒体技能纳入其工作流程，同时利用主要传播网络和培训机构的专长，以便更好地了解世界各地新闻编辑室采用的数字工具时。
5. 新闻部利用内容创作的新技术，包括图示资料、数据可视化、播放播客和其他数字工具，使其新闻报道更加顺应移动装置的需要、更加针对新的消费习惯。每种联合国正式语文以及斯瓦希里语和葡萄牙语的内容正迁往经改进的新闻平台；该平台将提供多层面、更直观、更有参与感的用户体验。新闻部不断探索新方法，力求将联合国对全球事务的观点带给各类受众。新闻部意识到，需要制定有针对性的内容，以便世界各地的联合国办事处，如联合国新闻中心等，易于分享、汇入和改编成正式和非正式语文。以即将上任的秘书长关于和平问题的元旦致词为例，在录制这一跨区域以多种语文传播的视频时，新闻部确保分享一个通用版本，该版本可以改编成非官方语言，供各数字和社交媒体平台使用。
6. 在本报告所述期间，新闻部为在总部以外召开的下列四次主要国际会议提供了传播支持：2016 年 10 月在基多举行的联合国住房和城市可持续发展大会；2016 年 11 月在马拉喀什举行的联合国气候变化框架公约缔约方大会第二十二届会议；2016 年 11 月在阿什哈巴德举行的全球可持续交通运输大会；2016 年 11 月在迪拜举行的联合国探索与和平利用外层空间成立五十周年会议。新闻部派遣了多媒体和多语种小组，以六种正式语文以及斯瓦希里语和葡萄牙语作报道，并为全球可持续交通运输大会提供了媒体核证等其他服务。

7. 2016年11月和12月,应新闻委员会的要求,新闻部进行了一次受众影响研究,了解新闻部与全球广播机构伙伴关系的情况,评估伙伴关系对潜在受众的倍增效应。联合国新闻小组采访了一系列广播伙伴,收集它们对新闻部产品的受众覆盖范围、使用和传播方法和程度的直接反馈,并衡量这些伙伴及其受众对新闻部产品的总体满意度。委员会成员如有兴趣,可索取这一研究的副本。

B. 电视

视频制作

8. 新闻部正在努力实现视频内容制作的现代化,通过更新视频报道的点播和实况转播以及制作及时新闻视频和适合社交媒体的视频,更好地为外部媒体单位服务。广泛而言,新闻部正在继续审查产品和传播模式,探讨加强伙伴关系和共同制作的备选办法,更多地利用关于联合国外地活动的说明以及本组织行动和方案受益人的陈述。

9. 新闻部在制作每一个长纪录片或特别节目时,均配有用于社交媒体的压缩版预告片。新闻部正在制作更多的关于活动、会议和采访的微视频,以便插入新闻报道中。针对联合国各主要庆祝日和纪念日,新闻部正在以六种正式语文制作更多的视频短片。新闻部正在加倍努力,以多种语文制作适合在社交媒体和移动装置上观看的秘书长致辞。许多这类视频与联合国新闻中心分享,通常不加解说,以便译成当地语文。

10. 新闻部继续制作长短两种视频节目,通过广播客户和万维网以及社交媒体通信平台向全球传播。这些视频特别节目反映联合国的优先事项,如气候变化、和平与安全、人权和可持续发展目标。这些节目的传播平台包括多种语文的社交媒体(如 YouTube、推特、脸书和新浪微博)、联合国电视频道(纽约市可通过 Spectrum、频道 228 收看)、联合国网络电视(www.webtv.un.org)、联合国电台、联合国新闻中心和其他内部渠道。

11. 联合国电视科与联合国系统内的伙伴密切合作,制作以人的故事为重点的相关最新内容,以突出本组织在这一领域的活动。电视科正在寻求更多的伙伴关系,包括与外部制作公司一起,为联合国电视创作内容。

12. 2016年,新闻部制作了旗舰系列“21世纪”的若干特集,以突出联合国的优先主题和活动。9月,制作了关于难民和移民问题的特别节目,提请全球对大会关于难民和移民大规模流动问题高级别会议的注意。除了采访联合国难民事务高级专员、解决难民和移民大规模流动问题峰会特别顾问等联合国高级官员之外,电视科还在阿富汗拍摄了一个故事,讲述人们如何决定是移民他国还是留在祖国。这一特别节目已作为联合国“在一起”活动的一部分在总部放映,以庆祝国际移民日。

13. 12月，为配合人权日和国际残疾人日，广播和社交媒体播放了关于残疾人权利的一个特别节目。这部长片讲述的是巴拉圭两名患有自闭症的年轻男子及其家庭的生活，摄制组跟踪拍摄了二十年。电影还在总部庆祝《残疾人权利公约》通过十周年的活动上放映。

14. 关于气候变化问题，新闻部制作了若干视频短片。其中一个视频是为2016年9月气候行动峰会开幕而作，在大会堂放映并由社交媒体广为分享。另一个视频汇集了会员国承诺批准《巴黎协定》的誓言，在9月峰会期间制作并放映。此外，一部纪念印度批准《巴黎协定》和《协定》生效转折点的视频短片在社交媒体平台上广泛分享，由于印度总理在推特上转发，短短时间内创造了数千次浏览量的记录。

15. 电视科继续以所有六种正式语文制作关于世界各地实现可持续发展目标相关活动的视频。这些视频配合联合国日历上的国际日，涵盖良好健康和福祉、气候行动、水下生命和陆上生命等问题，并由网站和社交媒体广泛分享。电视科还制作了广播专题节目，涵盖千年发展目标要素的各个问题，如寨卡病毒的健康风险、联合国对促进民主的支持、对濒危老虎的保护、保护公民免遭致命道路事故的全球努力等。

16. 电视科继续以六种正式语文制作下列常规节目：“联合国在行动中”、“联合国故事”、“年度回顾”。“年度回顾”2016年版制成不同长度，便于最大限度地扩大传播渠道和范围，特别是在社交媒体。“21世纪”系列节目目前有英文、中文和法文版，计划与新伙伴合制西班牙版。阿拉伯文和俄文版的制作伙伴仍在努力寻找中。新闻部还通过不断调整节目的周期和角度，更好地满足合作伙伴的需求。上述系列的传播渠道继续扩大，不断有新的广播伙伴加入。其中一个新伙伴是尼日利亚 Channels TV。这家非洲主要广播机构在邻近区域和海外有2500万受众。Channels TV在尼日利亚有最多的YouTube订户(超过25万)，2015年记录的浏览量接近2300万次。

17. 新闻部正在积极与维持和平行动部、外勤支助部和政治事务部合作，探讨如何通过视听手段最好地宣传联合国在调停、建立和平以及维持和平方面的工作。5月29日维持和平人员国际日前夕，新闻部计划将继续与各联合国和平行动的视听工作人员联手制作节目，确保向国际受众播放突出外地工作的重要报道。

18. 为纪念非洲人后裔国际十年，新闻部以所有六种正式语文制作并在各个平台上播放了若干视频，其中有巴西和印度的奴隶后裔视屏。新闻部视频制作的另一目标是展示联合国系统工作中鲜为人知的方面，例如，如何利用核医学消灭携带寨卡病毒。

19. 新闻部看齐最新技术，目前采用水印(Civolution)技术为电视产品打上数字水印，以便了解伙伴广播机构使用新闻部产品的情况。

现场报道

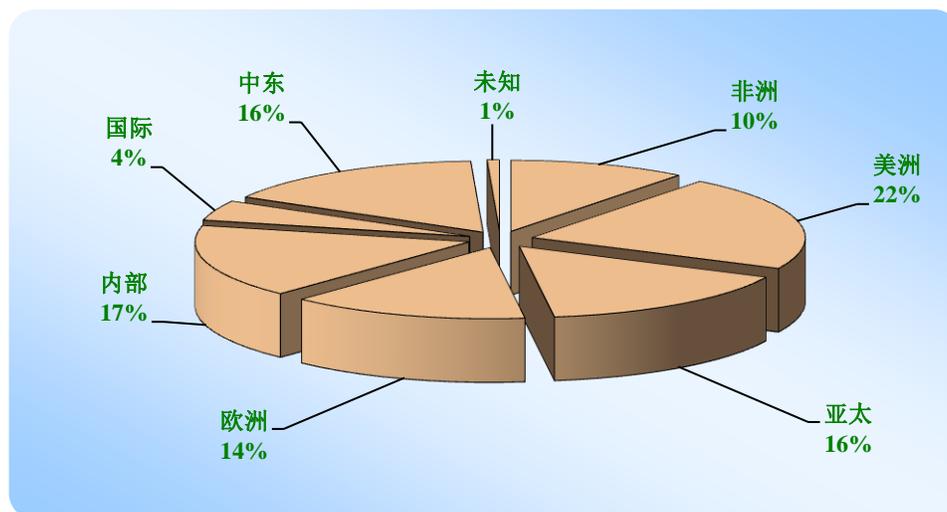
20. 对大会、安全理事会和其他政府间机构的会议和主要活动以及总部和联合国日内瓦办事处的记者会和见面会，新闻部向各广播机构进行了全场广播级质量的实况转播。新闻部还对联合国系统各实体举办的国际会议作了报道。此外，对大会和安全理事会的所有会议，联合国网络电视以所有六种正式语文、原文或现场用语作了实况转播。

联合国电视广播平台

21. 联合国电视广播平台及时提供来自整个联合国系统视频，这些视频的质量达到广播级。平台通过美联社电视新闻向全球 1 000 多个广播点传送视频新闻，节目内容来自总部、40 多个伙伴机构、各基金和方案以及维和特派团。部分节目还由路透社和欧洲广播联盟传送。路透社为 650 多家广播机构提供视频新闻节目，覆盖的潜在受众达 10 亿。欧洲广播联盟是一个联盟组织，由 56 个国家的 85 家广播机构和 37 家联营广播机构组成。

图一

按地区列的联合国电视广播平台客户，2016 年 11 月



22. 联合国电视广播平台网站为小型广播机构提供广播级质量的视频，这些机构大多位于非洲，并不是美联社电视新闻或路透社电视的订户。该平台的登记用户有媒体专业人员、政府机构、非政府组织和教育机构。从联合国电视广播平台下载的一些节目通过登记用户的在线和社交媒体平台作进一步传播。随着对简短节目需求的增长，正在积极寻求新的合作伙伴。

23. 据 Teletrax 的记录，各主要广播机构平均每月使用平台节目 6 335 次。使用量较前一年增加 32.1%。

24. 在本报告所述期间，联合国电视广播平台关于海地飓风“马修”的报道收视率极高，新秘书长的任命过程、寨卡病毒应急、南苏丹和阿拉伯叙利亚共和国的冲突等报道也是下载和重新利用最多的报道。

网播

25. 新闻部不断探索方法，力求改进和扩大联合国的实况和点播网播服务，便于多种网络平台和移动设备以多种语文直接传送给全球受众。在纽约、日内瓦和海牙召开的联合国所有主要会议以及新闻发布会、媒体候访、特别活动和会议都由联合国网络电视作实况和点播转播，部分网播配有六种正式语文。

26. 在本报告所述期间，联合国网络电视提供了 40 000 多个视频，世界各地的人们可通过台式、移动式和手持装置收看。

27. 新闻部努力加强联合国网络电视所提供的服务，特别是其多种语文能力。除了现有的所有语文的实况网播之外，新闻部在大会第七十一届会议(2016 年 9 月)期间，开始由网络电视网站提供大会和安全理事会会议所有六种正式语文的点播视频。新闻部还根据语文资源的可用性，继续努力在网播报道所有已获授权活动方面实现语文平等。

YouTube 联合国频道

28. 2016 年底，YouTube 联合国频道(www.youtube.com/unitednations)的受众超过 2 600 万，较上一年增加 33%。该频道的订户已增至 114 600 多人。该频道设有 24 小时实况直播频道，吸引已发表意见和交流看法的用户。

C. 照片和视听资料档案

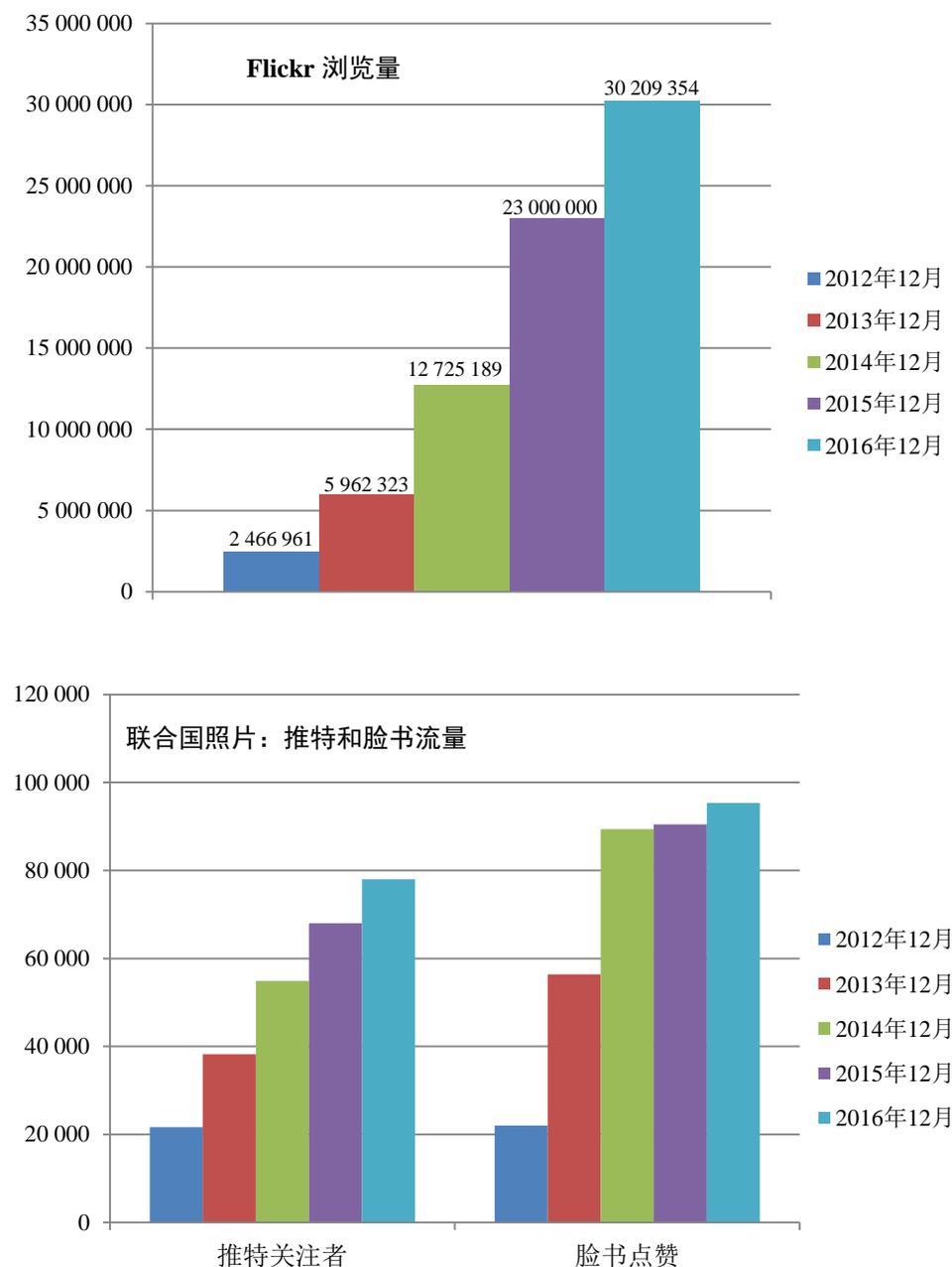
联合国照片

29. 在本报告所述期间，约有 5 700 张高分辨率图像被选定并公布在联合国照片网站上。照片数据库共新添约 29 000 张图像。

30. 世界各地访客下载了 140 000 多张高分辨率照片，用于进一步出版、传阅和其他用途。与上一个报告所述期间相比，下载率增加了 20%，原因是新闻部通过其社交媒体账户、联合国其他办事处如联合国新闻中心的账户以及各个正式语文的旗舰账户，对照片进行了推广。联合国照片资料馆每年收到常驻联合国代表团、出版公司和公众 8 000 多个索取馆藏照片的申请。

31. 在本报告所述期间，联合国照片网站的同一页面浏览量超过 300 万次，其社交媒体渠道继续是用户搜寻今昔事件照片的常用途径(见图二)。

图二
社交媒体平台上的联合国照片



视听资料档案和图书馆服务

32. 新闻部开始执行一项为期五年的数字化项目，旨在保存联合国独特的视听遗产，以便后世后代查阅。这一项目由阿曼捐款 450 万美元供资，对本组织约 70% 的视听档案进行大规模数字化处理。

33. 新闻部聘用档案保管员建立元数据管理工作流程和质量保证程序，将其纳入联合国媒体资产管理系统和视听图书馆网站的发布工作中。该网站将译成六种正式语文，以便全世界受众查阅视听档案。

34. 新闻部与信息通信技术厅商讨，确保建立一个安全的灾后恢复备用系统，以及实施支持可持续、合规的档案信息系统所需的关于视听档案迁移的长期政策和程序。

35. 新闻部将继续寻求创造性伙伴关系，旨在为全部档案的数字化提供资金，并确保本组织的视听档案得到长期、可持续的管理。

D. 多媒体新闻制作

36. 预计 2017 年初推出经过重新设计、配有一系列新功能的联合国新闻多媒体网站，这是反思如何打造联合国节目内容的一部分，使其在全球各媒体平台上满足多重受众包括会员国、记者和公众的消费需求。俄文和西文网站将率先推出，其他正式语文以及斯瓦希里语和葡萄牙语网站随后推出。新网站采用由联合国电台和联合国新闻中心等新闻部新闻小组制作的内容。新网站将整合以各种媒体格式(文字、音频、视频和照片)播报的联合国新闻，从而吸引受众全面参与。新网站将引入时间表和故事地图等新型数字工具，例如题为“万一错过”的内容。该内容对过去两周联合国系统内值得注意的新闻动态作出回顾，外部数字媒体渠道越来越多地引用该内容。此外，还将推出联合国新闻流的工作样板。互动网站则将实时展示联合国新闻产品，同时登出来自社交媒体渠道的综合观点。

联合国新闻报道中心

37. 在推出重新设计的综合网站前，多语种联合国新闻报道中心门户网站就联合国系统内的最新动态以所有六种正式语文作了及时、准确和平衡的新闻报道，并提供了一系列多媒体内容和具有深度的资料。门户网站为此与相关实务单位和部门以及秘书长发言人办公室进行了协调。

38. 新闻报道中心门户网站的一大构想是，协调一致地重点宣传联合国机构在外地的工作情况，包括：应对寨卡病毒危机或打击和防止性剥削和性虐待；“在一起”等宣传活动；克服针对难民和移民的仇外心理；联合国国家办事处和区域办事处正在开展的努力，特别是在即时新闻周期之外仍然延续的可持续发展目标等方面的工作。

39. 在本报告所述期间，联合国新闻报道中心门户网站所有六种正式语文的网页浏览量超过 1 330 万次，平均每月浏览量为 110 万次。新闻门户网站所有语种的同一访客全年超过 530 万人，平均每月约 435 000 人。在全年英文新闻报道中，浏览量最大的是任命安东尼奥·古特雷斯为秘书长，2016 年 10 月 13 日新闻发布之日起至年底，网页浏览量增至 44 500 多次。法文新闻门户网站的网页浏览量增幅最大，增长 6%，达到 536 886 人。西班牙文和英文新闻门户网站的用户人数也在稳步增长，与去年同期相比，增加了 7%。

40. 除突发新闻外，联合国新闻报道中心门户网站还报道一系列广泛的问题和动态。这些产出都在门户网站上发布，其中包括“焦点新闻”页面，该页面一直是关于各种联合国主题和问题的“一站式信息中心”。为难民和移民问题以及新的秘书长设立了“焦点新闻”页面，同时定期更新已有页面。

41. 关于联合国应对海地霍乱行动的“焦点新闻”页面包括一系列多语文内容，旨在通过硬新闻和多媒体特别节目，突出联合国系统就这一流行病在国际上和在地正在开展的工作。该专题也是一个实用的范例，展示了各新闻小组如何跨语种、跨平台开展协作，源源不断地提供以联合国应对行动为焦点的信息产品。

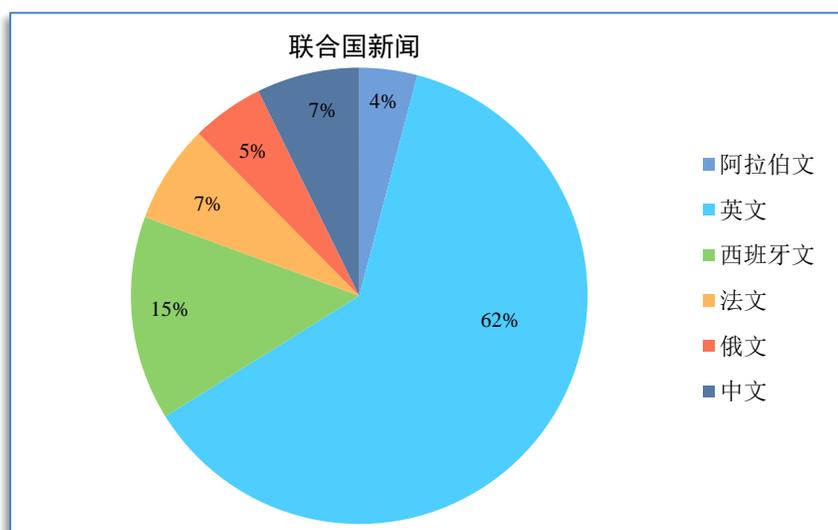
42. 新闻报道中心门户网站以各语文高规格访谈的形式聚焦联合国高级官员，介绍负责关键问题的新任命高级官员，并经常重点报道来自危机地区的联合国机构官员。作为突出妇女在联合国所发挥作用的努力的一部分，新闻报道中心门户网站努力确保定期刊载体现关键岗位上的妇女作用的重要内容，并尽可能纳入关于各种问题的性别平等视角。

43. 特别值得注意的是，用于新闻报道和为各种语文的社交媒体平台提供内容的微视频新闻产量增加了。这些短新闻作品被纳入了每日多媒体新闻报道中，因为它们为在社交媒体上突出联合国新闻发挥着重要作用。例如，阿文股快速制作了一个阿文版的来自阿拉伯叙利亚共和国的原始录像，这极大地增强了联合国在阿拉伯世界的信息。这些微视频被用于社交媒体，被大量“点赞”并在各种平台上转发。

44. 社交媒体的浏览量持续增长，联合国新闻报道中心(英文)的推特关注人数超过了 250 000 人的里程碑，脸书关注人数增加至 415 000 人。联合国新闻报道中心(英文)的脸书粉丝参与最多的是关于安东尼奥·古特雷斯任命程序的报道，超过 570 000 人。

图三

2016 年联合国新闻报道中心网页浏览量，按语文分列



联合国电台

45. 新闻部在非常重视增加数码制作内容的同时，继续向联合国电台合作伙伴提供服务，包括以六种正式语文以及斯瓦希里语和葡萄牙语制作各种新闻和专题报道，强调广播电台在接触许多国家和地区的受众方面有着重要作用。

46. 除这一努力外，还根据行业趋势和反馈意见，采取了一些举措，以探讨如何考虑到合作伙伴各自的媒体格局和受众需要以及媒体技术的发展情况，为这些伙伴提供最佳服务。利用不断变化的媒体技术，联合国音频内容越来越多地在脸书、SoundCloud 等平台上分享，包括以实况流媒体播放和新型集锦节目的方式，鼓励受众参与。鉴于受众倾向于使用移动装置，即使在数字媒体不那么普及的地方也是如此，联合国电台采用音频、视频和社交媒体等各种媒体形式，扩大了其各语文的产出。

47. 在这方面，新闻部于 2016 年 11 月和 12 月对联合国电台的合作伙伴及电视台的客户进行了调查，以更好地了解它们的需求以及如何最好地满足这些需求。该研究得到的初步反馈揭示了收听习惯的变化趋势、客户对于及时性的要求、叙事的重要性及其与人们生活的相关性以及多媒体的消费模式。

48. 该研究根据公平地域和语言代表性原则以及受众覆盖面，对 43 个国家的 56 个广播电台和 8 个国家的 8 个电视台的工作人员进行了访谈，了解联合国媒体产品和服务的使用情况及反馈意见。

49. 绝大多数客户对联合国广播产品表示满意，认为这些产品及时、质量高，是客观、多样化国际新闻的来源。他们要求与总部各语种的新闻小组建立更加密切、协作和互惠的关系。另一个重要的结论是，较短的音频及视频短片受到青睐，既可用于社交媒体，也可满足客户需要，可以根据受众的需求进行“混搭”。

50. 规模较小的广播电台报告称，由于缺少资源来制作自己的内容，联合国的内容至关重要，因为在许多情况下，这是唯一的国际新闻来源。

51. 提供联合国重要信息的音频仍然吸引着若干国家和区域以及维持和平特派团的大批受众，这些音频关注的重点是和平与安全、人道主义行动、人权以及可持续发展目标。阿文股扩大了对联合国活动的报道，尤其是那些与中东和北非区域有关的活动，其网站和社交媒体频道对主要媒体来说一直是一个可靠的阿文信息来源。许多传统的媒体机构越来越多地依靠联合国制作的新闻报道联合国的活动。该股制作的多媒体内容帮助扩大了本组织信息的覆盖面。该股还扩大了与各会员国常驻代表团的合作，彼此分享和转发内容。

52. 中文股与中央人民广播电台定期在全国广播黄金时段、在大会一般性辩论期间以及在安全理事会会议通过重要决议期间进行现场连线。该股还开始制作每日视频报道，特别是为社交媒体平台制作，得到了受众的积极反馈。

53. 英文股发起了一个新的播客系列片“说尽天下事”，以长音频全面讨论联合国的重要问题。各期节目关注暴力极端主义、艾滋病毒和艾滋病、移民和贩运人口等问题。该股继续与世界各地的网络 and 传统广播公司建立伙伴关系，尤其是在发展中国家。一些广播伙伴一天中多次转播报道，传送给数以千万计的人，在那些因特网连接薄弱或不存在的国家尤其如此。

54. 法文股继续与世界各地更多的广播公司建立伙伴关系，特别是在发展中国家，另外还通过与部署在法语区国家的联合国维持和平特派团协作的方式扩展伙伴关系。根据最近一项研究收集的首批可用数据，其音频节目已经传送给 2 000 多万法语人口。在本报告所述期间，联合国电台网站的法语音频节目被下载 301 000 多次，比 2015/16 年同期的 229 000 次有所增加。部分原因是更多地使用了 SoundCloud、脸书和推特等社交媒体平台。此外，该股还协助制作了联合国系统用于新闻和社交媒体平台的法文版视频。

55. 斯瓦希里文股通过在报道中更多地使用多媒体制作(录像和图片报道)以及在脸书上进行流媒体直播，取得了重大成果，在直至 2016 年 12 月的六个月期间，关注者数量增加了 160%，达到近 175 000 人。该股成功地与七个新的合作伙伴签约，包括目标地区和美利坚合众国的广播电台。虽然在目标地区仍存在技术挑战，但取得了稳步增长，斯瓦西里文电台网站页面下载量在 2015 至 2016 年间增加超过 100%。

56. 葡文股制作了一系列用于社交媒体的关于联合国各种问题的箴言卡和图片，被在葡语国家的联合国各机构、联合国亲善大使、特别报告员、各国外交部以及联合国人权事务高级专员办事处转发。世界各地受众的参与迅速增加，脸书上的关注者数量增加了 85% 以上。社交媒体方面的亮点之一是在联大进行的下一任秘书长安东尼奥·古特雷斯任命仪式的脸书直播活动。该股协助制作并在全系统分享关于新秘书长的联合国访谈和视频的葡语版本。

57. 在本报告所述期间，建立和振兴了超过 25 个伙伴关系，包括：与莫桑比克的 Rede HOPEM(“男子促进转变”)签订协议，这是一个促进消除暴力侵害妇女和女童行为的媒体网络；面向农民和农业部门的《环球农村杂志》；向海外葡语人口广播的全球国际电视台，该国际频道为 400 000 多个家庭服务，拥有 340 万社交媒体粉丝。

58. 作为更新联合国多媒体新闻制作工作的一部分，俄文股增加了对多媒体内容的利用，如视频、幻灯片和引用原声。该股与俄罗斯联邦以及澳大利亚、白俄罗斯、摩尔多瓦共和国和乌克兰的伙伴合作，通过传统手段提供内容。该股广泛报道了一系列问题和主题，包括可持续发展目标、气候变化、阿拉伯叙利亚共和国局势、也门局势和人权。据其合作伙伴称，该股关于前苏联加盟共和国存在的残割女性生殖器问题的报道在俄罗斯联邦导致人们对该问题的兴趣增加并公开进

行讨论。关于乌克兰局势的报道继续引起该股受众的兴趣，特别是因为现在的报道不仅包括新闻、专题报道和采访，而且还有照片和录像。

59. 此外，俄文股的社交媒体账户出现迅速增长。例如，仅 2016 年 11 月一个月中，该股脸书账户的实际总推数增长了 127%，页面“点赞”量增长 63%，贴文互动量增长 128%，视频浏览量增加 245%。推特关注者数量是前一年的两倍，该股在 VKontakte 以及 SoundCloud 的影响力也大大增强。关于《世界人权宣言》的一个项目尤其受欢迎，在筹备 2016 年 12 月 10 日人权日期间，该股的所有稿件都张贴在社交媒体上。俄文节目已经成为该区域关于联合国信息的一个主要来源，俄新社、国际文传电讯社和今日俄罗斯等俄罗斯媒体以及其他前苏联国家的主要新闻网站都在使用其资料。

60. 西文股的产出引起巨大关注，大会高级别部分期间，每天世界各地用户的下载次数超过 1 950 次。其网站在同一期间的网页浏览量为 42 600 次。引起受众最大兴趣的报道之一是哥伦比亚和平进程及联合国在这方面所发挥作用，引起关注的还有那些与主要全球危机有关的报道，如阿拉伯叙利亚共和国冲突、难民危机、寨卡病毒和联合国应对海地霍乱的行动等。西语音频节目的制作量和受众参与度都有所增加。由于更多地使用了脸书直播等社交媒体平台，覆盖的受众数量达到创纪录水平，每周平均下载量达到 7 924 次。作为更综合性办法的一部分，该股在脸书上直播了对出席大会高级别部分的一些讲西语的国家元首或政府首脑进行的访谈。社交媒体新闻平台显示了巨大的增长，脸书关注者的人数在 11 个月内增加了三分之一。

E. 新闻稿

61. 作为新闻事务的关键部分，新闻部会议报道科对在总部和其他地点举行的所有公开的政府间会议和部分记者会进行快速、准确、全面的报道。2016 年 7 月至 12 月期间，会议报道科共编写了 2 059 份新闻稿，英文和法文合计 10 007 页。这项产出包括会议报道概要(673)、其他新闻稿(1 162)以及情况通报会和新闻发布会概要和记录(224)。

62. 在总部提供报道的文字版，并通过网络和联合国各新闻中心向全世界受众传送，其中包括：

(a) 有关 2016 年 9 月中旬至 12 月大会主要会期、包括全体会议和主要委员会会议的 411 份新闻稿；

(b) 有关安全理事会的 376 份新闻稿，涉及关于许多国家的冲突和危机的部长级会议和实质性辩论、不扩散核武器、国际刑事法庭、保护平民、贩卖人口以及安理会向新闻界发表的谈话；

(c) 有关经济及社会理事会的至少 40 份新闻稿，包括 2016 年在联合国总部举行的实质性会议；

(d) 1 162 份其他新闻稿, 包括秘书长和常务副秘书长的讲话、发言和致辞, 以及联合国其他部门的材料。

表 1
会议报道科总产量

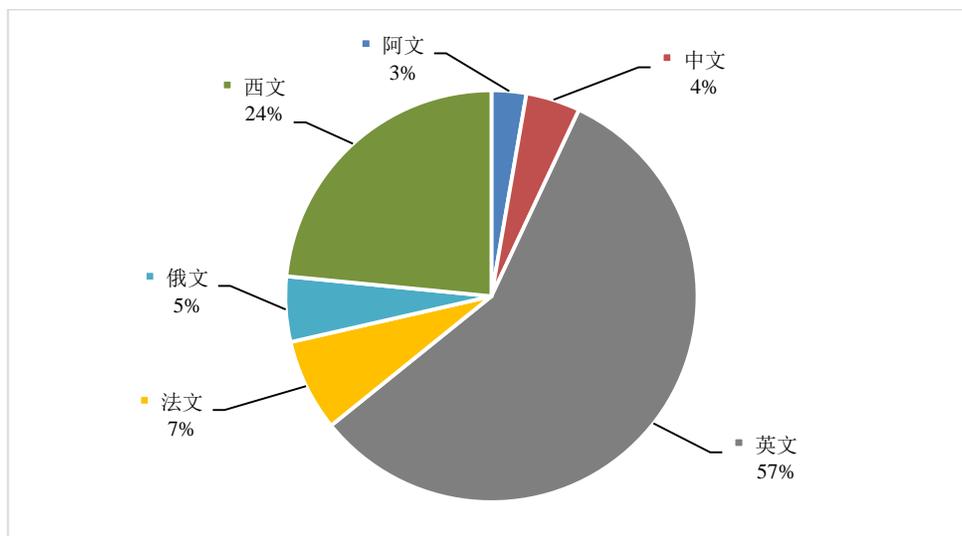
	2016 年 7 月 1 日至 12 月 31 日		2016 年 9 月 14 日至 12 月 23 日 第七十一届会议期间	
	新闻稿数	页数	新闻稿数	页数
大会会议	426	4 780	400	4 650
安全理事会会议	200	1 729	156	1 433
经济及社会理事会会议	40	413	10	17
其他会议	7	65	4	39
小计	673	6 987	570	6 139
大会新闻稿	15	34	11	11
安全理事会新闻稿	176	263	90	137
经济及社会理事会新闻稿	0	0	0	0
秘书长新闻稿	783	1 102	531	768
常务副秘书长	48	124	34	84
其他新闻稿	140	185	68	89
小计	1 162	1 708	734	1 089
午间情况通报会	212	1 283	128	787
新闻发布会	12	29	6	15
小计	224	1 312	134	802
共计	2 059	10 007	1 438	8 030

三. 联合国网站

表 2
2016 年 1 月 1 日至 11 月 29 日按语文分列的联合国网站页面浏览量

语文	届会	用户	网页浏览量	每次访问浏览页数
阿文	1 657 144	1 149 470	3 754 619	2.27
中文	2 150 650	1 618 697	5 860 906	2.73
英文	32 937 203	20 048 970	78 721 447	2.39
法文	4 403 150	2 896 474	9 954 026	2.26
俄文	3 187 769	1 991 335	7 056 471	2.21
西文	16 253 057	11 460 837	32 265 098	1.99
共计	60 588 973	39 165 783	137 612 567	2.31

图四
2016年1月1日至11月29日按语文分列的联合国网站页面浏览量



63. 在本报告所述期间，新闻部改进和增加了联合国主网站(www.un.org)所有六种正式语文的内容。新闻部努力推广全网站一致和统一的视觉品牌，并引入了新的特色，如在重新设计的大会主席网站上提供移动图片上传界面。在实行网站管理方面，新闻部发布了网站使用多种语文标准，涉及所有正式语文，以覆盖更广泛的受众。为促进联合国网站的语文平等，新闻部加强了关于译成中文的伙伴关系协议，与中国三所大学(苏州大学、上海外国语大学和华东师范大学)建立了新的伙伴关系。

64. 以建立所有六种正式语文的新网站的方式对新的联合国纪念日进行了报道，包括世界糖尿病日(11月14日)、世界海啸意识日(11月5日)、世界道路交通事故受害者纪念日(11月第三个星期日)和国际民航日(12月7日)。二十个现有联合国纪念日网站也进行了更新，以反映可无障碍访问的移动友好型联合国网站新品牌。新设计引入了 www.un.org 的“全球议题”版块经过重新设计和更新后的版本，深入说明了本组织处理全球议程上 18 个不同问题的方法，现已纳入最新数据、得到加强的多媒体和更好的插图，包括信息图。

65. 新闻部为联合国主要机构的网站提供持续的支助。焕然一新的大会网站在第七十一届会议开幕之即及时启用。该网站充分使用多种语文，并经过重新设计，便于使用移动设备访问，而且与新的联合国网站品牌定位保持一致。大会主席的网站也在更新设计后重新推出，新设计能更好地展示大会主席的重要优先事项，如实现可持续发展目标，以及任命秘书长的进程。后者在秘书长网站上也有所反映，秘书长网站进行了一次重大调整，采用了新的数字和设计元素，并确保以多种语文定期更新内容。新闻部还推出了新的安全理事会第 1540(2004)号决议所设委员会网站，网站被彻底重新设计，具有多语文版本。

四. 社交媒体(使用多种语文)

66. 鉴于视频作为一种联合国数字信息来源日益受到欢迎,新闻部继续注重以所有正式语文制作视频内容,特别是用于在各区域适当的社交媒体平台上传播的视频。例如,联合国 YouTube 俄文频道继续呈现坚实的增长,在过去 12 个月中浏览数量增加了两倍。联合国 YouTube 西文频道达到了 300 万次浏览这一里程碑,过去 12 个月中增长了 100%,法文频道每年稳步增长 8%,现已达到 864 000 次浏览。

67. 新闻部开始在社交平台上进行实况视频流播,这是一个受欢迎的以数字手段宣传联合国的方式。例如,观看秘书长职位候选人非正式对话的关注者“点赞”2 500 万次。800 多个视频短片被上传到智能手机应用程序微视、秒拍和美拍中,观看次数达 8 亿次。至少 1 600 个译成中文的联合国视频被上传到优酷网、土豆网、新浪视频、腾讯视频的联合国中文频道,观看次数约 5 200 万次。

68. 新闻部的多语文社交媒体活动继续创造数量可观的受众群。联合国官方阿文推特账户的关注者超过 280 000 人,增加了 40%以上,联合国官方阿文脸书账户的关注者已增至 376 000 人。在中国流行的微博客平台新浪微博,联合国公众账号已拥有超过 800 万名关注者,在联合国所有社交媒体渠道中居首位。此外,目前联合国微信订阅用户已超过 347 000 人。

69. 法文社交媒体正在以每年大约 5%的速度增长,联合国推特主账户讲法语的关注者现已超过 111 000 人,讲法语的脸书粉丝至少有 263 000 人。西文推特账户关注者达 672 000 人,即每年增加 26.7%,西文脸书账户关注者达 355 179 人,每年增加 15%。

五. 其他服务

向媒体提供的服务:媒体核证和联络

70. 2016 年 8 月至 12 月间,新闻部媒体核证和联络股处理了约 4 200 份媒体核证申请,报道在总部举行的活动的,包括大会第七十一届会议一般性辩论、大会关于难民和移民大规模流动问题的高级别会议和其他高级别活动。该股还处理了 300 多份报道全球可持续交通运输大会的媒体核证申请。

71. 8 月至 12 月,媒体核证和联络股为 200 多场媒体候访和新闻发布会提供了信息和后勤支持,大约 2 800 名记者出席了这些活动。该股协助媒体报道了 150 多次双边会议和与秘书长合影的活动。该股还通过电子邮件及推特账户向媒体成员和其他客户传播信息和重要文件,其推特账户目前约有 37 000 名关注者。

72. 鉴于持续需要支持记者团对联合国进行报道,媒体核证和联络股推出了一个新网站。网站充分使用各种语文,便于使用移动设备访问,而且符合联合国网站的最新品牌定位。为了简化核证申请程序,新闻部与大会和会议管理部合作扩大了电子核证系统能力,使媒体核证程序完全在网上完成。

新闻监测

73. 本着为本组织的各级工作提供参考和指导的目的，新闻部监测全球媒体对联合国及与其使命有关的主要国际问题的报道。关于世界最新动态的每日剪报和新闻公报被发送给秘书长、高级官员和秘书处工作人员并在 iSeek 上公布。

74. 新闻部正在审查其新闻监测产品和基础技术，以提高这些产品的相关性和及时性，并提供在办公室以外地点和外地的各种平台远程访问服务。

伙伴关系

75. 在本报告所述期间，新闻部与芬兰航空公司和厦门航空公司结成了伙伴关系。这两个航空公司都将在其飞行途中的娱乐服务中使用联合国电视台和其他联合国制作的媒体产品。厦门航空公司还同意在其机场休息厅展示联合国制作的内容，在其飞行杂志中纳入联合国内容，以及在一架最新的飞机上绘制能够反映其支持可持续发展目标的图案。此外，新闻部还与墨西哥伊比利亚美洲大学合作，制作了“21 世纪”的西文版，使新闻部能够接触到西语地区的新受众。新闻部继续探讨多种途径，以便共同制作阿文和俄文等其他语文版本的联合国电视节目。

六. 结论

76. 新闻部将继续审查其新闻和媒体服务，以确保达到最高质量标准，并保持以所有六种正式语文及斯瓦希里文和葡文进行及时、准确和平衡的新闻报道。由于行业标准和消费模式出现变化，新闻部将相应地调整其产品和服务，同时考虑到在世界许多地方，传统媒体仍然是重要的媒体形式。

77. 新闻部在使各语种新闻小组协调一致方面已经取得很大进展，以便对其受众产生最大影响，并继续致力于使用多种语文。广播和电视产品被转换成新的格式，在传统媒体和新媒体平台上分享，以传送给尽可能广泛的受众。

78. 新闻部最近进行的受众影响研究证实，在一些国家和地区，其产品往往是关于本组织工作唯一可用的信息来源。研究还证实，应对节目加以调整，以适应新闻消费方式以及合作伙伴的播出时间表，还应使节目更加短小、内容丰富并具有吸引力。新闻部将继续审查从研究中得出的建议以及广播伙伴的反馈意见，以确保其产品仍然有用和切合实际，同时将建立新的伙伴关系，向新的受众推广其新闻和媒体内容。

79. 本组织视听资料档案数字化的工作正在顺利进行，这对新闻部而言仍然是非常重要的工作。为了找到最有效的手段保存这些宝贵的档案，新闻部一直在研究以保存和归档专长著称的其他机构的最佳做法。