



新闻委员会

第四十一届会议

2019年4月29日至5月10日

临时议程* 项目8

审议秘书长提交的报告

全球传播部的活动：新闻事务

秘书长的报告

摘要

本报告根据大会第 [73/102 B](#) 号决议编写，概述 2018 年 7 月至 2019 年 1 月全球传播部在通过新闻服务向全球受众宣传联合国的工作方面取得的主要进展。

新闻事务次级方案是全球传播部三个次级方案之一，由新闻和媒体司负责执行。该次级方案的目标是通过在多媒体平台以多种语文介绍本组织工作和优先事项的优质、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。该司还管理联合国网站和本组织具有历史意义的视听和照片资料馆，并提供一系列信息产品和服务。

全球传播部其他次级方案(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.198/2019/2](#) 和 [A/AC.198/2019/4](#))中作出说明。

* [A/AC.198/2019/1](#)。



一. 引言

1. 在其第 73/102 B 号决议中，大会表示注意到秘书长提交新闻委员会第四十届会议审议的关于新闻部(自 2019 年 1 月 1 日起更名为全球传播部)活动的报告(A/AC.198/2018/2、A/AC.198/2018/3 和 A/AC.198/2018/4)，并请秘书长继续就该部的活动向委员会提交报告。

2. 全球传播部特此提交所要求的关于新闻事务的信息。

3. 本报告述及全球传播部新闻和媒体司提供的服务，主要说明多种语文多媒体制作和正在进行的改革，这些改革扩大了对更多地方更多受众的外联活动。该部利用多个平台与青年接触，宣传本组织的优先问题，并通过信息，包括社交媒体、因特网、视频、摄影、印刷、电视和广播，增强人们采取行动的能力。该部还在其管理的网站及其为数字和传统媒体平台创建的其他内容方面，将使用多种语文的做法主流化。

二. 概览

4. 全球传播部以联合国六种正式语文以及斯瓦希里文和葡萄牙文，为全球受众以及包括音频、印刷、电视和数字平台在内的大众媒体合作伙伴制作和分发及时、准确和均衡的新闻和信息产品。在管理和交付新闻服务和产品时，该部坚持新闻委员会的优先事项和指导，包括定期进行影响评估和评价、制作格式适合不同受众的材料以及与媒体组织和其他推广单位发展伙伴关系，以最透明的方式加强对本组织活动的支持。

5. 在过去一年中，自新闻委员会第四十届会议以来，全球传播部在各个平台上始终坚定地致力于使用多种语文，并确保新兴技术的使用不影响使用传统的传播工具，包括其格式支持小型广播公司接入的广播、电视和视频。该部还加大与年轻受众沟通的力度，制作创新的内容，并利用传统的传播媒介和新的传播媒介进行传播。

三. 数字

A. 联合国网站

6. 在本报告所述期间，全球传播部继续坚持在联合国网站(www.un.org)上使用多种语文的原则，将此作为开发新站点、创建新内容和关键战略传播运动以及重新设计现有网站根本性的核心业务要求。

7. 鉴于联合国网站上常青内容以及与宣传运动有关的内容的受众参与度最高，本报告所述期间实施的内容开发举措包括在规划阶段就考虑到使用多种语文。这方面的例子包括新制作的关于联合国国际纪念日、条约、公约和协定以及三个全球问题(性别平等、消除贫穷和国际移民)的背景介绍。网站的主页经过升级，可用所有六种正式语文宣传气候行动、性别平等和消除贫穷等方面的优先事项，还

开辟了一个使用六种正式语文的新专栏,以支持消除性别暴力 16 天运动(11 月 25 日至 12 月 10 日)等各种运动。

8. 在本报告所述期间推出了五个使用六种正式语文的联合国国际纪念日新网站:世界创意和创新日(4 月 21 日)、世界蜜蜂日(5 月 20 日)、国际议会制度日(6 月 30 日)、国际手语日(9 月 23 日)和国际全民健康覆盖日(12 月 12 日)。

9. 在本报告所述期间,全球传播部与联合国系统各实体密切合作,确保它们的网络存在符合使用多种语文的要求。突出的项目包括:

(a) 安全理事会网站 (www.un.org/en/sc) 和安理会附属机构网站 (www.un.org/securitycouncil/content/committees-working-groups-and-ad-hoc-bodies);

(b) 《安全理事会惯例汇编》网站(www.un.org/securitycouncil/content/repertoire/structure);

(c) 反恐怖主义办公室网站(www.un.org/en/counterterrorism)。

10. 在本报告所述期间,全球传播部推出了若干其他使用多种语文的网站,包括一个新的联合国建设和平活动网站(www.un.org/peacebuilding/),该网站提供关于联合国建设和平工作的信息,并将关于建设和平委员会、建设和平基金和建设和平支助办公室的信息归入一个网站。

11. 联合国主网站最受欢迎的登陆点之一是可持续发展目标的专门网站 (www.un.org/sustainabledevelopment)。2018 年 1 月 1 日至 11 月 30 日,该网站的总页面浏览量达到 1 500 万次。“页面停留时间”指标增加了 7.43%,表明网络用户的参与率有所提高。该网站按照本组织的品牌标准重新命名,并以六种正式语文重新发布。

12. 2018 年 10 月推出了一个使用六种正式语文的新网站 (www.un.org/climatechange/),专门介绍气候行动和将于 2019 年 9 月举行的秘书长气候峰会的筹备工作,截至 2018 年 12 月,该网站的网页浏览量共计已达 228 889 次。

13. 全球传播部与大会和会议管理部、联合国促进性别平等和增强妇女权能署(妇女署)和人力资源管理厅合作,推出了一个使用六种正式语文的网站 (www.un.org/en/gender-inclusive-language/),为使用性别包容性语言提供指导和实用工具包。该倡议是联合国全系统性别均等战略的重要组成部分,该项目入围了 2018 年秘书长奖。

14. 为了确保透明度和提高对秘书长改革举措的认识,全球传播部与管理战略、政策和合规部(前管理事务部)和信息通信技术厅合作,推出了一个使用所有六种正式语文的网站(<http://un.org/reform>)。该网站介绍联合国改革三大支柱的背景信息、新闻和最新情况。

15. 全球传播部与负责国际移民问题秘书长特别代表办公室合作,开发了一个多语文网站(www.un.org/en/conf/migration/),专门用于 2018 年 12 月在摩洛哥马拉喀什举行的通过安全、有序和正常移民全球契约政府间会议。该网站于 2018 年 8 月

推出，载有关于会议和相关会外活动的信息，以及与视频和音频报道、新闻、新闻稿、照片和声明有关的链接和嵌入内容，并可用本组织六种正式语文浏览。截至 2018 年 12 月，该网站的网页浏览量共计达 269 855 次。

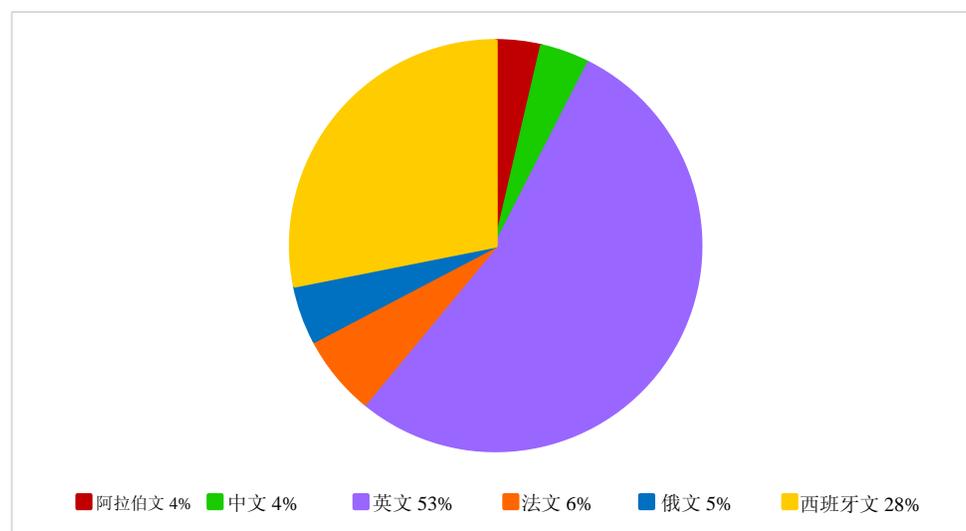
16. 为内部司法办公室推出了一个完全重新设计和重建的使用所有语文的网站 (www.un.org/en/internaljustice/)。新网站提供了关于联合国内部司法系统的深度信息，为用户提供了多媒体资源。

17. 访问次数最多的联合国专有数字平台是 un.org，它是在全球范围内进入联合国系统的多语文门户。2018 年 1 月 1 日至 11 月 30 日期间的受众测量显示，与 2017 年同期相比，覆盖率增长 2.9%，达到 4 370 万用户，在参与率方面页面浏览量增长 200 多万次，达到 1.47 亿次。

18. 各语文网站的受众比例保持稳定，阿拉伯文和英文的 un.org 网站的比例略有增加(见图 1)。

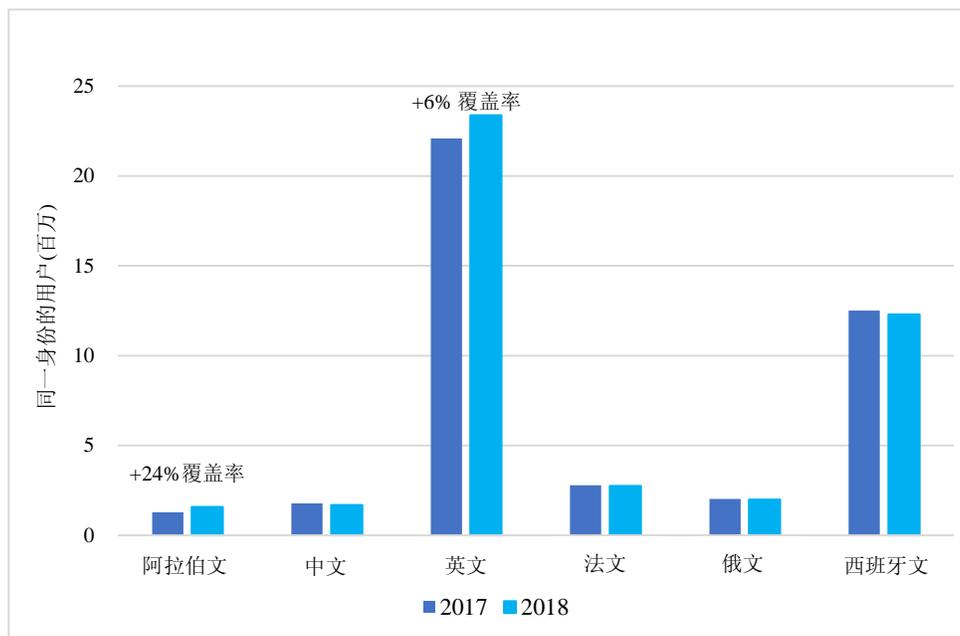
图 1

2018 年 1 月 1 日至 11 月 30 日按语文分列的受众比例



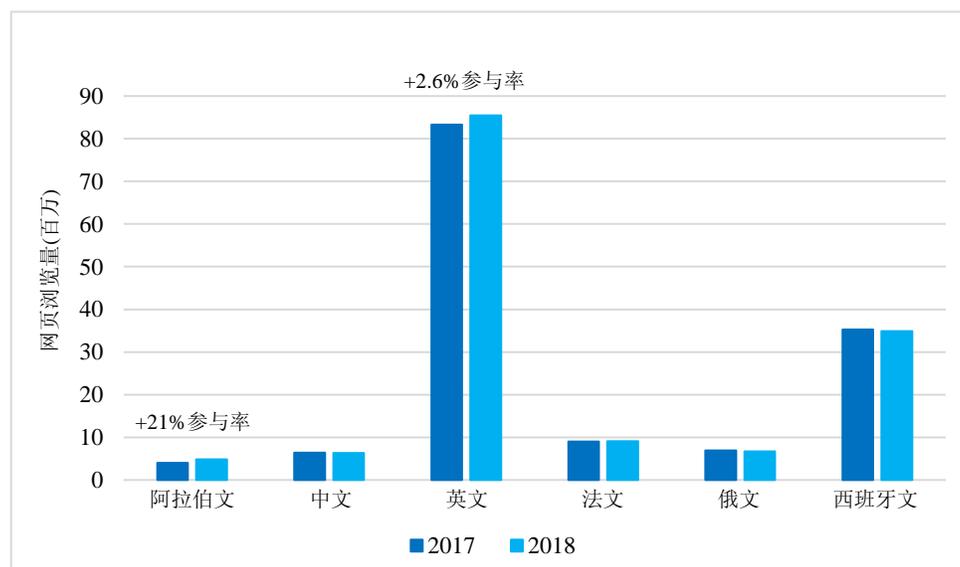
19. 阿拉伯文和英文的 un.org 网站在覆盖率增长方面表现最佳，阿拉伯文网站的覆盖率增长了 24%(见图 2)。

图 2
2018 年 1 月 1 日至 11 月 30 日按语文分列的总覆盖率(与 2017 年同期相比)



20. 在本报告所述期间，阿拉伯文和英文网站在参与率增长方面表现也最佳，阿拉伯文网站的参与率增长了 21%(见图 3)。

图 3
2018 年 1 月 1 日至 11 月 30 日按语文分列的参与率(与 2017 年同期相比)



21. 六个语文网站中，un.org 阿拉伯文网站的覆盖率和参与率百分比增幅最大，部分原因是该网站着力打造阿拉伯语受众特别感兴趣的材料。阿拉伯文 un.org 网站覆盖率和参与率的持续增长也反映在社交媒体等其他渠道的表现上。

22. 去年同期相比，会话的平均持续时间基本保持不变，各语文网站每个用户在每个网页上花费的平均时间保持略低于 3 分钟，这表明联合国网站继续得到直接受众的深度参与。

B. 社交媒体

23. 全球传播部的社交媒体旗舰账户继续在各社交媒体上建立强大的多语文内容。在本报告所述期间，全球传播部与社交媒体关注者互动，以八种语文(六种正式语文、斯瓦希里文和葡萄牙文)在全球主要社交媒体平台上及时提供关于本组织的工作和优先事项的最新报道。在脸书、Flickr、Instagram、领英、Snapchat、Tumblr、推特、VK、微信、新浪微博和 YouTube 等有影响力且广为人知的传播平台上都实现了稳定的受众增长。

24. 为了提高效率，全球传播部完善其多语文社交媒体总体战略，以适应不断变化的网上环境，并与整个秘书处和总部以外办事处的同事分享经验教训。该部在帮助形成关于气候变化、移民和本组织改革等优先问题的数字传播网上内容方面发挥着核心作用。

25. 在本报告所述期间，多语文社交媒体上浏览次数最多的帖子集中在下列主题：可持续发展目标；本组织对大规模难民和移民流动的应对；消除暴力侵害妇女的行为；应对刚果民主共和国的埃博拉危机；关于中非共和国、马里、阿拉伯叙利亚共和国和也门以及巴勒斯坦问题的最新情况。与国际和平日和《世界人权宣言》七十周年有关的帖子也很受欢迎。目前的一个优先事项是提高关于会员国对联合国维持和平行动的影响和贡献的认识。

26. 全球传播部在开展接触年轻受众的外联工作中，与秘书长青年问题特使办公室密切合作，为启动“联合国青年战略”创建可分享的特殊数字图像资产。截至 2018 年 12 月，以图像交换格式或位图图形格式呈现的这些图像资产在联合国 Giphy 频道上已被浏览超过 2 500 万次。该部在 Instagram 这个深受年轻人欢迎的平台上的影响力不断扩大。除了以照片为内容的贴子外，该部还在 Instagram 及其视频平台 IGTV 上制作互动报道。IGTV 上联合国内容的观看次数已经与使用该平台的媒体组织和其他组织的内容不相上下，在某些情况下还超过了主流电视机构在 IGTV 上播放的内容，这反映了一种通过快速适应新技术来接触青年观众的新方式。

27. 2018 年 1 至 10 月期间，所有语文的联合国官方社交媒体账户的关注者总数增加了 14%，在 10 个月内新增近 600 万关注者。在此期间，每种语文的旗舰账户上关注者人数均有所增长(见图 4 至 12)。

图 4
社交媒体关注者(2018 年 1 至 10 月)

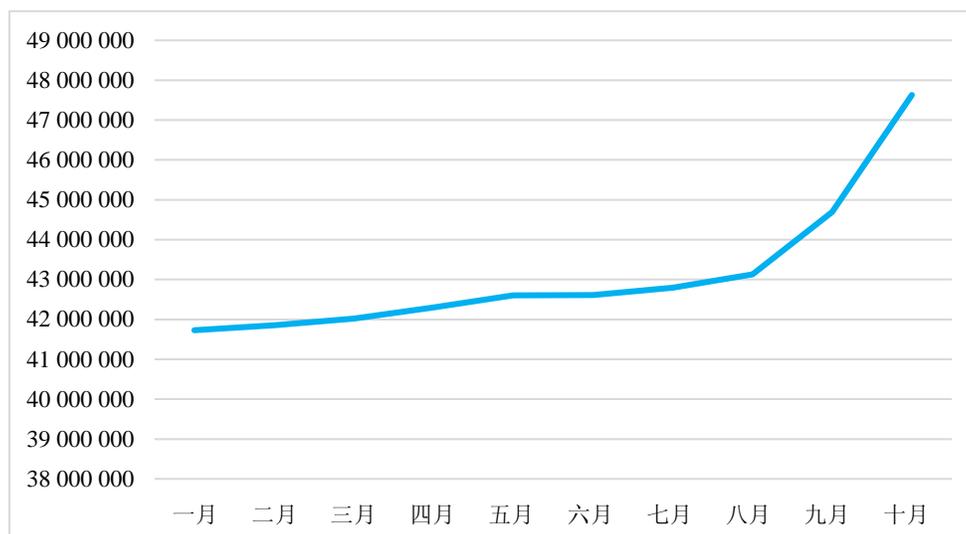


图 5
联合国社交媒体旗舰账户关注者(阿拉伯文)(2018 年 1 至 10 月)

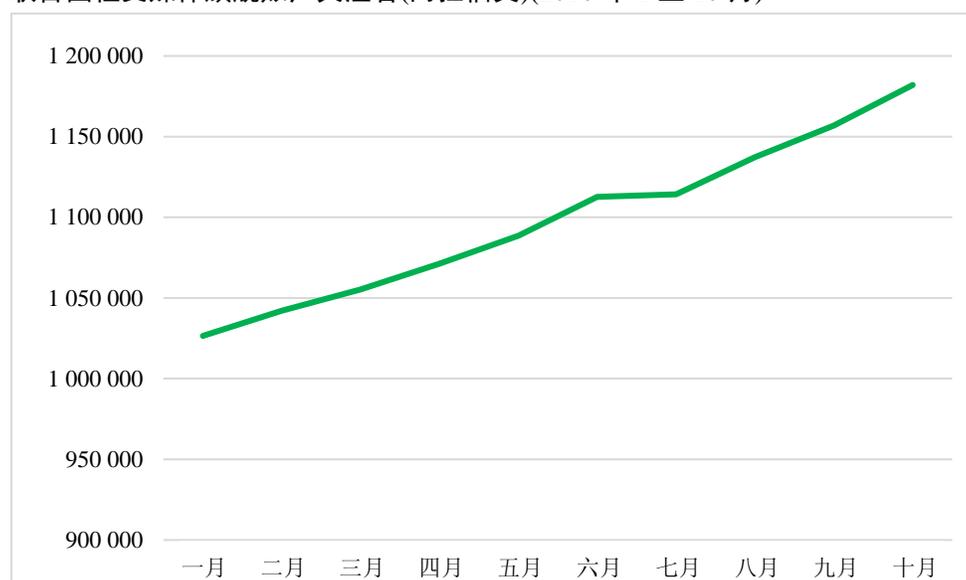


图 6
联合国社交媒体旗舰账户关注者(中文)(2018 年 1 至 10 月)

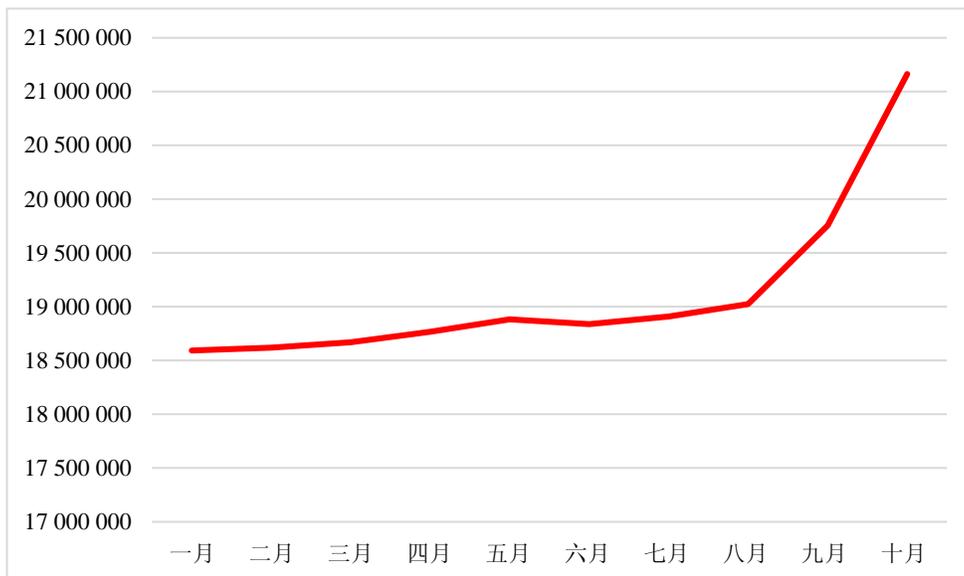


图 7
联合国社交媒体旗舰账户关注者(英文)(2018 年 1 至 10 月)

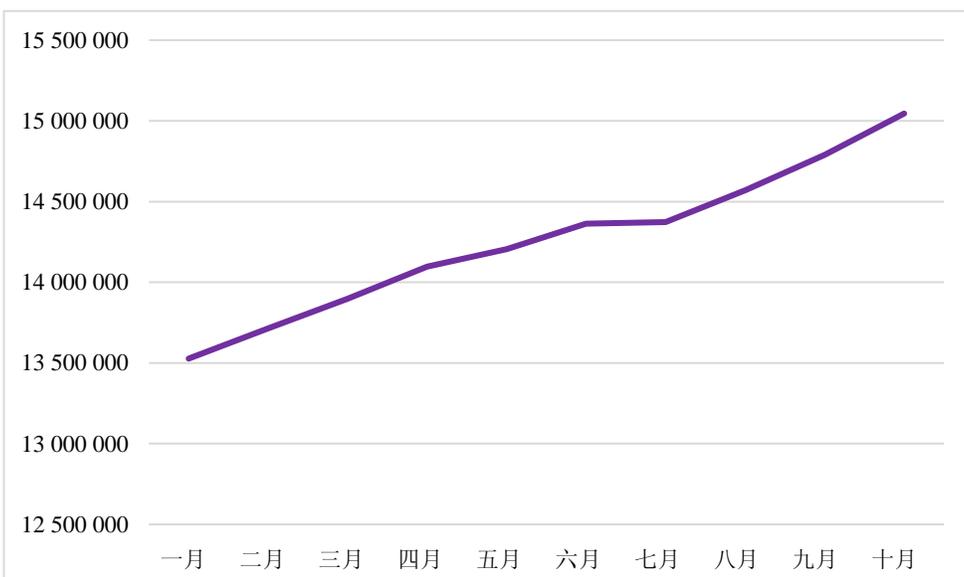


图 8
联合国社交媒体旗舰账户关注者(法文)(2018 年 1 至 10 月)

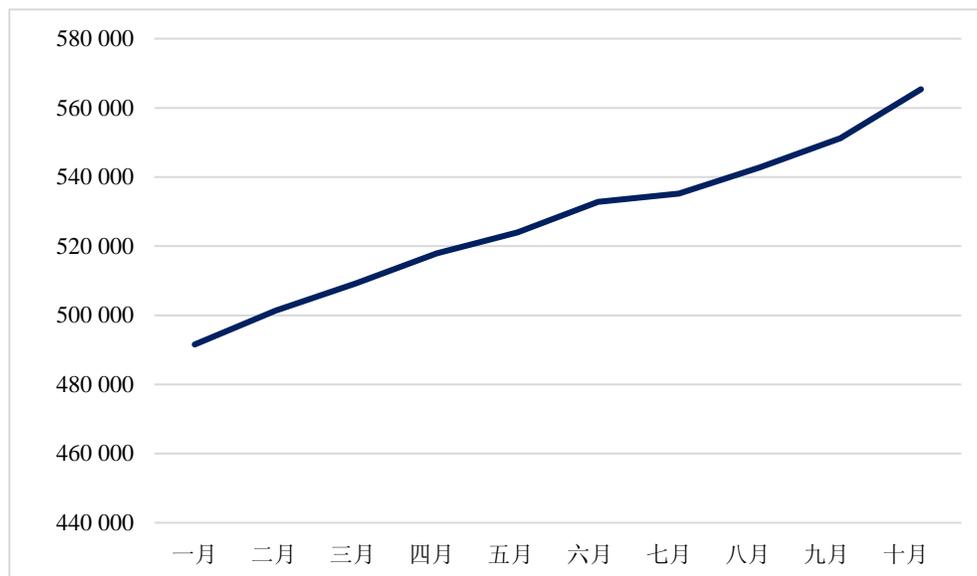


图 9
联合国社交媒体旗舰账户关注者(俄文)(2018 年 1 至 10 月)

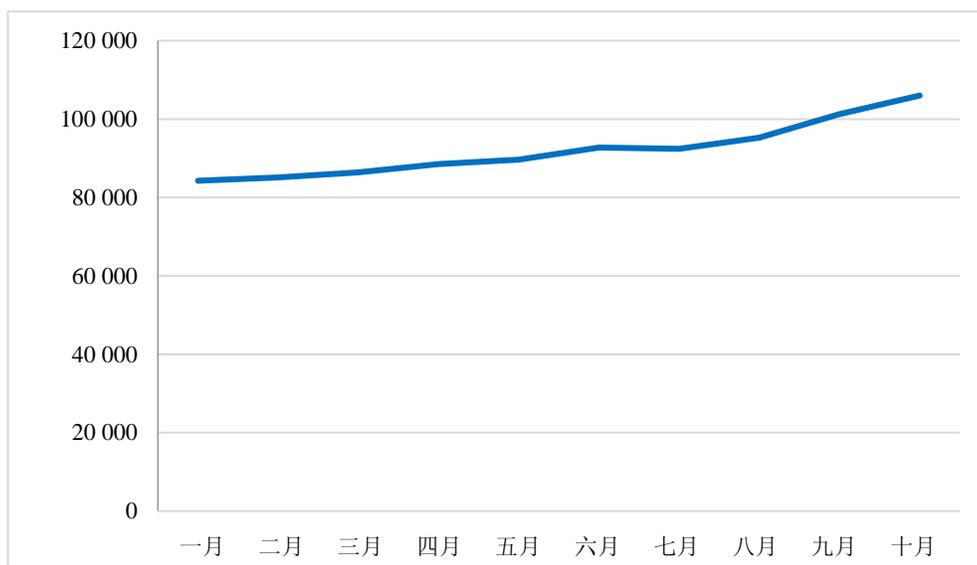


图 10
联合国社交媒体旗舰账户关注者(西班牙文)(2018 年 1 至 10 月)

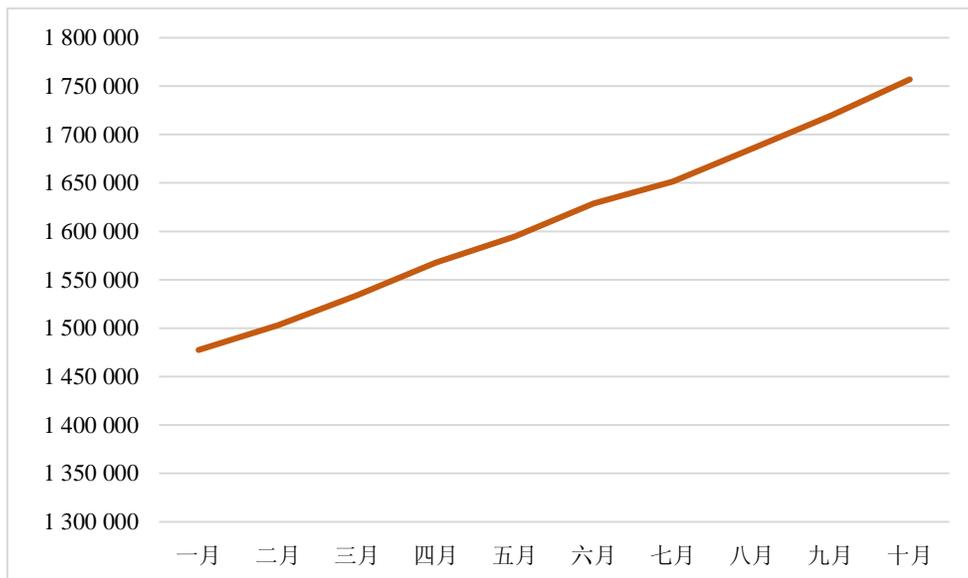


图 11
联合国社交媒体旗舰账户关注者(斯瓦希里文)(2018 年 1 至 10 月)

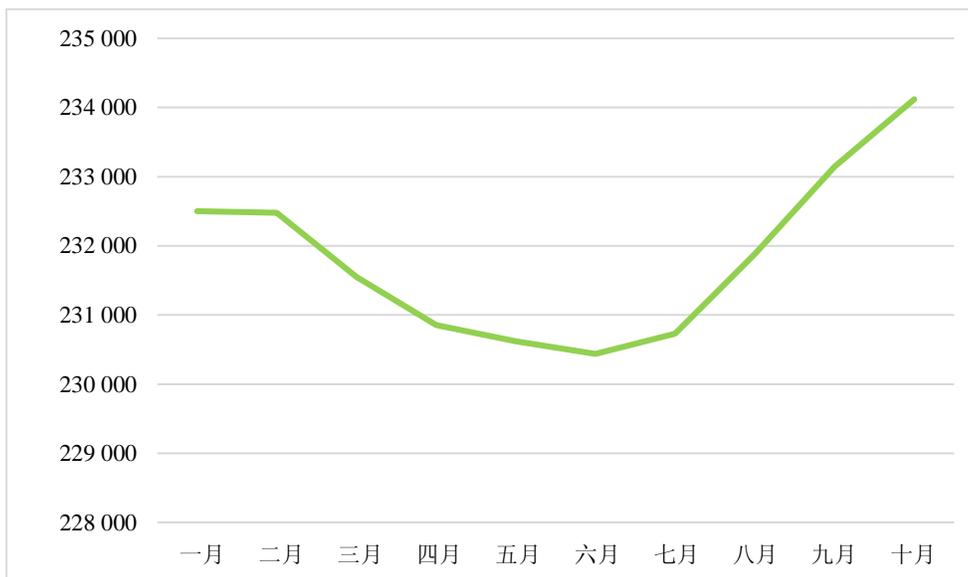
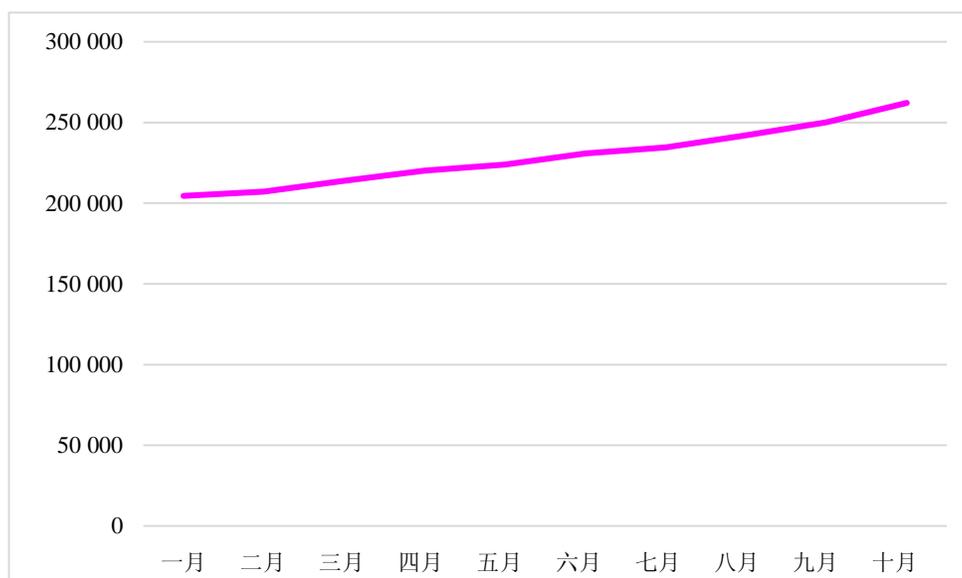


图 12
联合国社交媒体旗舰账户关注者(葡萄牙文)(2018 年 1 至 10 月)



28. 全球传播部与脸书、Instagram、Snapchat、推特、新浪微博和其他平台的代表定期接触，商讨如何以不增加费用的方式最大限度地扩大其全球外联活动和影响。在大会高级别会议期间，脸书和 Instagram 的代表帮助管理该部为高级别代表提供的社交媒体空间，供世界领导人和高级别与会者创建脸书、推特和 Instagram 的社交媒体内容。创建了超过 125 项独特的多语文内容，这些内容突出宣传了本组织以及与会领导人的优先事项。高级别会议期间在脸书直播工作室制作了以八种语文播放的视频，产生了 240 409 次互动。

四. 新闻服务

29. 全球传播部每天制作多种语文的多媒体内容，确保受众能够以传统媒体和新媒体形式及时、均衡和准确地获取信息。

A. 视频和电视

视频制作

30. 全球传播部录像科为其新闻、社交媒体和广播产品开发了新的格式，并一直在试验增强现实和虚拟现实、顺应移动设备的观看方式等多种格式。

31. 录像科与全球传播部的联合国新闻事务科和网站事务科密切合作，努力增加多语文视频内容的制作。

32. 录像科正在做出努力，通过 IGTV 等创新平台来接触青年受众。最近的一些视频短片介绍了多项主题，如哥伦比亚和科索沃的和解倡议、打击童工现象的努力、保护亚马逊雨林的举措、刚果民主共和国前战斗人员的经历、联合国在尼泊尔开展的生殖权利方面的工作以及农业投资帮助约旦农民脱贫。全球传播部与秘

书长任命的可持续发展目标青年领袖和秘书长青年问题特使办公室一道制作了视频内容。

33. 全球传播部的新闻小组和视频小组加强了在围绕主题活动制作多语文内容方面的协调。8月，制作了一个宣布秘书长“以行动促维和”新倡议的视频。同样，为通过安全、有序和正常移民全球契约政府间会议制作了一个六种正式语文、斯瓦希里文和葡萄牙文的视频。该部还帮助为联合国气候变化框架公约缔约方大会第二十四届会议制作了一个六种正式语文、斯瓦希里文和葡萄牙文的视频。12月，为宣传《世界人权宣言》七十周年制作了四个视频。这些视频介绍了埃莉诺·罗斯福及其对《宣言》的贡献；世界各地为《宣言》的制订做出贡献的妇女；“录制你的声音”视频项目；与年轻的 YouTube 变革创造者一起朗读《宣言》条款的视频。录像科还制作了一个题为“什么是安全理事会？”的解说视频，在重新设计的安全理事会网站上以六种正式语文、斯瓦希里文和葡萄牙文展播。

34. 为全球传播部各新闻平台制作的视频包括：对即将离任的联合国人权事务高级专员扎伊德·拉阿德·侯赛因的离职访谈；在人权专家到纽约总部大会第三委员会发言期间对他们的采访；对即将上任的人权事务高级专员米歇尔·巴切莱特的采访。在前秘书长科菲·安南逝世之后制作了多个悼念视频，包括一个传记视频和对葬礼及加纳和整个联合国系统的两项悼念活动的报道。视频小组还为在纽约举行的纪念仪式制作了一个视频。

35. 录像科提供了对秘书长公务旅行的报道。例如，该科利用从外地发来的录像，及时为“联合国新闻”各频道和社交平台提供他7月份访问孟加拉国和10月份访问印度的视频。该科协调了对秘书长10月份前往印度尼西亚帕鲁调查海啸造成的损失报道，派遣了一名摄影师，并利用收到的录像制作新闻报道。该科还制作了秘书长的视频致辞和对里程碑式讲话的报道，包括对7月份启动数字合作问题高级别小组、11月份他呼吁就也门问题采取行动以及11月份他在巴黎和平论坛上的讲话的报道。

36. 作为全球传播部对大会高级别会议期间的跨平台、多媒体多语文报道的一部分，在社交平台上制作和推送每日新闻视频短片，用73秒的时间展示大会第七十三届会议的焦点时刻，在覆盖范围方面取得重大成果，吸引了约131 000次观看，产生了170 000条推文。在脸书上，这些视频总计约有24 000次观看。

37. 一名录像制作员跟随拍摄常务副秘书长阿明娜·穆罕默德，制作了一系列社交媒体视频，展示她在高级别会议期间参与重大活动的幕后镜头。这段视频被分享给大众媒体平台 NowThis，该平台在其网站上制作了一段视频，获得了大约94 000次观看。

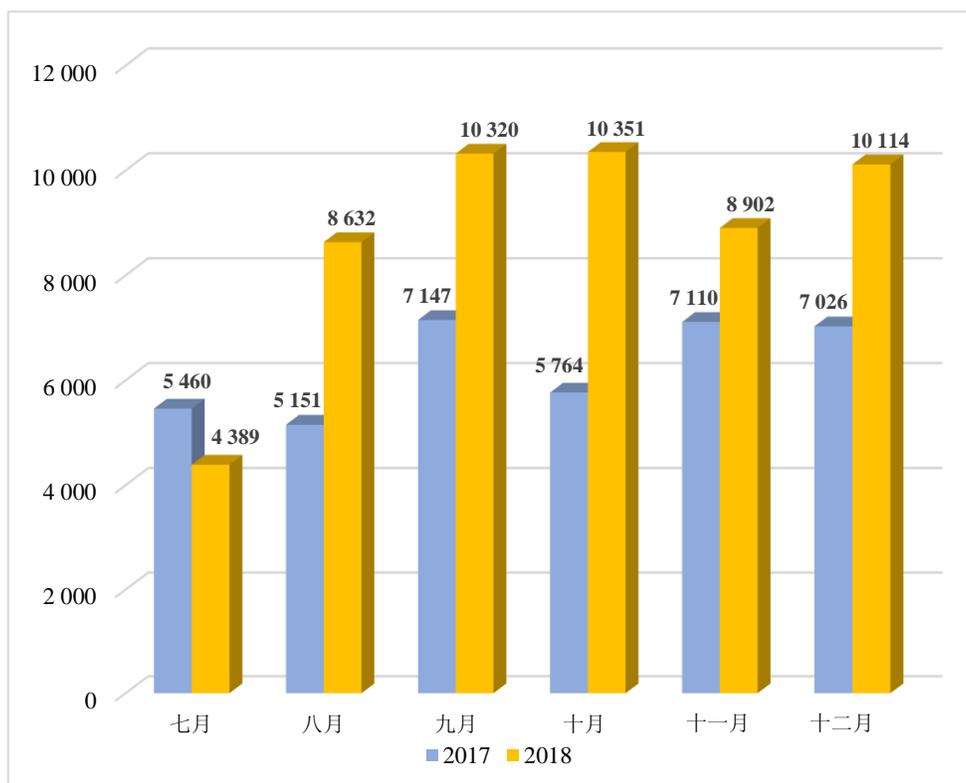
联合国电视广播平台

38. 在本报告所述期间，全球传播部的联合国电视广播平台业务达到高峰，该平台向世界各地的媒体机构提供了来自总部、外地业务以及大约40个伙伴机构、基金和方案的广播级质量的视频。

39. 2018年9月，联合国电视广播平台材料被世界各地的广播公司播放了10320次。与前一年的数字相比，9月份联合国电视广播平台材料的播放次数增加了44.4%，10月份增加了79.6%(见图13)。

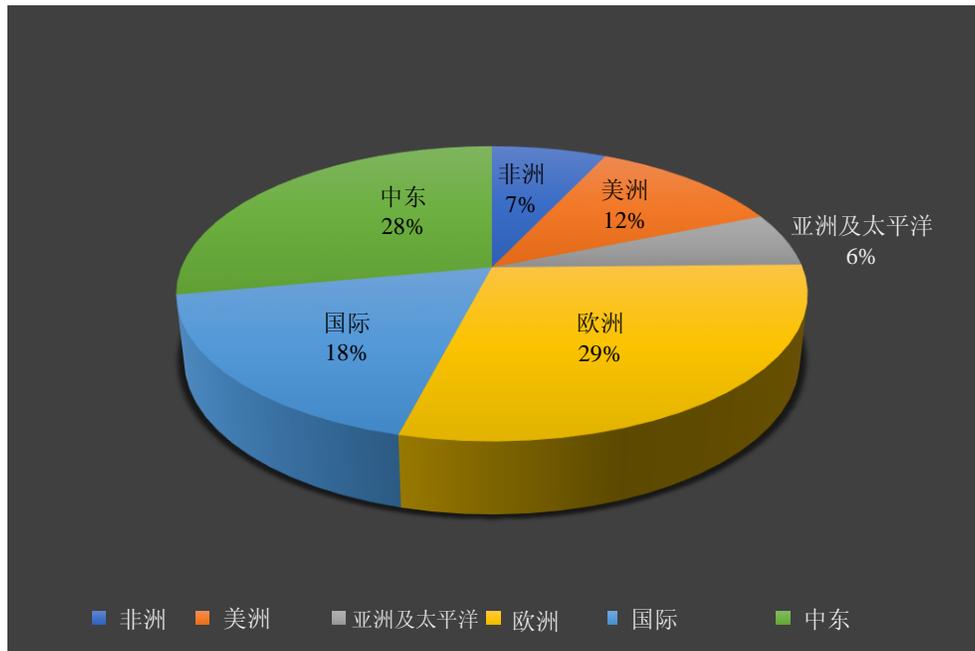
图13

2017至2018年联合国电视广播平台点击量的变化(7至12月)



40. 2018年7至12月，联合国电视广播平台的录像被各广播公司播放了52708次(上文图13和下文图14中称为“点击量”)。大多数点击量是欧洲(占总数的29%)和中东(占总数的28%)的广播公司(见图14)播放的。

图 14
2018 年 7 至 12 月联合国电视广播平台按区域分列的点击量

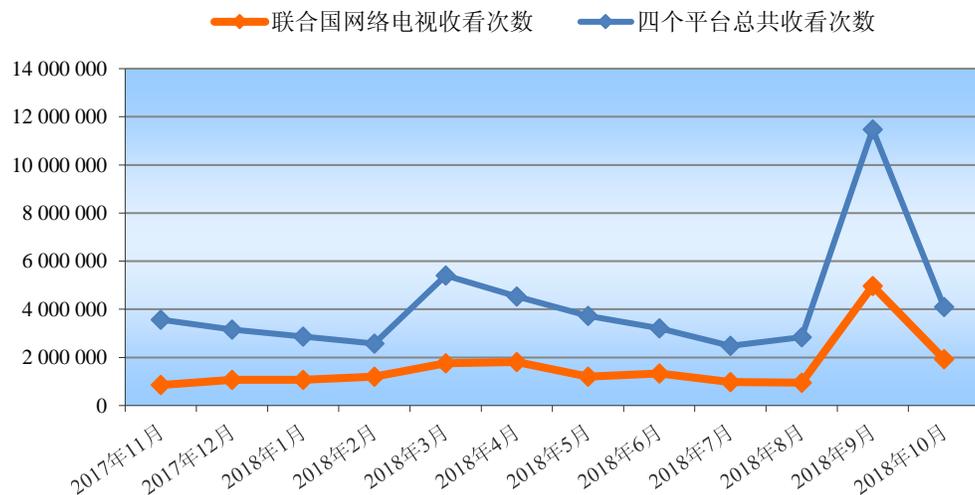


注：“国际”是指设有国际新闻台的广播公司。

网播

41. 全球传播部继续努力改进和扩大其网播服务的覆盖范围。全球观众可以通过四个不同平台——联合国网络电视网站以及 YouTube、脸书和推特上的联合国频道——收看实况流播，2017 年 11 月至 2018 年 10 月期间这四个平台覆盖 218 个国家和地区的约 5 000 万人(见图 15)。

图 15
实况流播收看次数(2017 年 11 月至 2018 年 10 月)



YouTube 上的联合国频道

42. YouTube 上的联合国频道 2018 年的订户数比前一年增加 118%，达到 332 000 个订户。在本报告所述期间，该频道的观看次数约为 2 200 万，同比增长 61%。除了订户和观看次数的增长，人们还花更多时间在频道上观看联合国视频，累计观看时间约为 6 700 万分钟，比前一年增加 85%。

现场报道、电视广播和设施

43. 联合国电视台继续向 480 多个广播客户提供大会全体会议、安全理事会会议、所有高级别会议、特别活动的实况广播报道以及拍摄秘书长的机会。

B. 多媒体报道

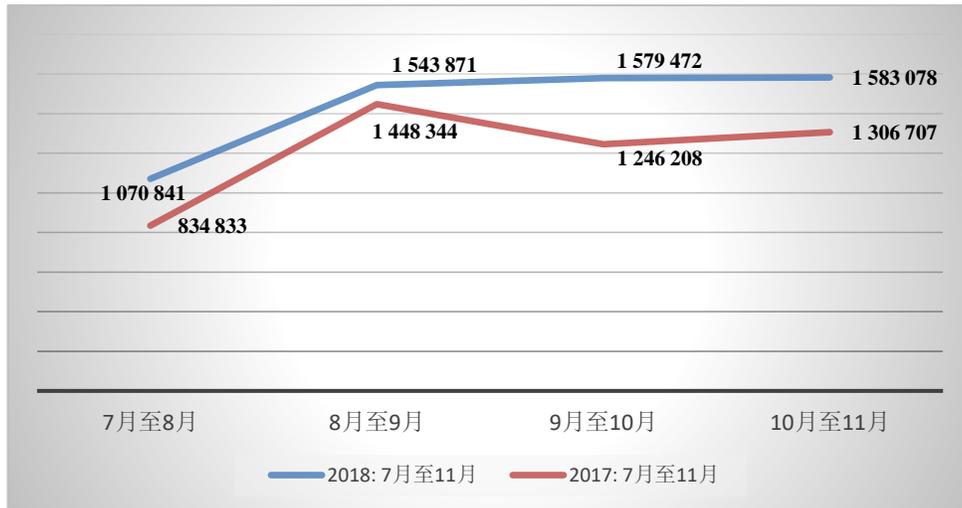
44. 2018 年初，全球传播部朝着整合各平台迈出了重要一步，通过协调和集中的“联合国新闻”在线门户网站提供新闻和多媒体内容，该门户网站报道整个联合国系统的工作，并介绍世界各地的受益者、年轻人和影响者。

45. 根据使用多种语文的原则，“联合国新闻”以六种正式语文、斯瓦希里文和葡萄牙文制作面向公众的每日新闻内容。内容以传统和数字两种格式创建，以适应不同受众的新闻消费方式。音频节目和播客由“联合国新闻”使用所有语文编制和重新调整，针对不同地区年轻受众的多媒体报道和社交媒体友好型内容也是如此。

46. 在本报告所述期间，对受众需求和数字趋势的响应能力一直是内容制作方法方面多项转变的标志。这种响应能力推动制作简单的讲解视频，以帮助受众了解政府间进程和移民等复杂问题的背景、大会的运作方式、人权理事会以及《防止及惩治灭绝种族罪公约》的重要性。作为其解释气候变化重要性的创造性方法的一部分，“联合国新闻”加强了专题报道的制作。制作的内容自动分发到许多主要网站。重新设计的安全理事会网站是最新一个纳入“联合国新闻”多语文内容的网站。“联合国新闻”还探索各种办法，通过分析和搜索引擎的优化，以及通过社交媒体指标进行跟踪，对内容进行定制，以提高绩效。

47. 大会第七十三届会议高级别阶段是由联合国新闻综合平台报道的第一个会议，绩效衡量情况令人印象深刻(见图 16)，联合国阿文新闻网页浏览量增幅最高，为 83%，其次是联合国中文新闻，为 47%。关于用移动设备访问内容的浏览用户，阿拉伯区域的移动浏览用户比例最高。总的说来，浏览用户来自 193 个会员国和其他地区，而联合国新闻受众中人数最多的年龄介于 25-34 岁之间以及 18-25 岁之间(共占联合国新闻受众的 50%以上)。对受众的细分情况显示，男女比例几乎持平，而女性人数最多的是葡语国家。

图 16
2017 年至 2018 年(7 月至 11 月)所有语文网页浏览量变动情况



48. 在本报告所述期间，联合国阿文新闻产生了值得注意和堪称典范的影响，包括半岛电视台、路透社、美联社、卫报、独立报、美利坚合众国 ABC 和英国广播公司 BBC 在内的主要媒体以阿文和英文广泛分享了阿文股访谈秘书长也门问题特使情况，其中宣布拟议与所有各方开始政治会谈。联合国阿文新闻成功地扩大和加强了与会员国的合作，包括与来自中东和北非区域的常驻团的合作。

49. 联合国阿文 YouTube 频道的浏览量呈指数级增长，与 8 月份相比，大会高级别期间增加了 1 000% 以上，同期联合国新闻账户推特关注者增加了 155%。一些引起热烈谈论的新闻内容有，奥地利外交部长用阿文给大会的致辞、一条关于妇女参与也门和平进程的推文以及对前人权事务高级专员扎伊德·拉阿德·侯赛因的离职访谈。中东和北非区域一些具影响力者和人权活动分子广泛分享了这些内容；那段视频被看了数万次。

50. 联合国中文新闻努力扩大与电视和报纸的伙伴关系，以便在受众中产生更大影响。大会第七十三届会议开幕时与中国全球电视网合作，说明了大会的职能，向中国受众提供了亮点。在防治结核病问题高级别会议期间，中国第一夫人彭丽媛制作并在新浪微博上发布的一段视频在 24 小时内点击量达 110 万次。中文股继续加强与中国几大广播电台的有效伙伴关系，包括向中国国家广播电台提供黄金时段直播节目，及时播给数百万人。该股与上海报业集团合作，为报道联合国在中国的活动、例如秘书长 2018 年 8 月出席中非合作论坛北京峰会情况，帮忙获取了照片和音像资料。

51. 中文股就人权问题与人权理事会促进和保护见解和言论自由权问题特别报告员以及宗教或信仰自由问题特别报告员进行了一系列访谈。中文股就全球变暖影响问题采访了政府间气候变化专门委员会第一工作组主席，有力地阐明了世界面临的严峻局势。2018 年 12 月，在波兰卡托维兹举行的联合国气候变化框架公约缔约方大会第二十四届会议期间，传播部的联合国新闻和社交媒体小组发起了一个摄影展，要求关注者使用新浪微博社交媒体平台提交他们拍摄的关于气候变

化主题的照片。在大会高级别会议期间，这两个小组还在社交媒体方面开展了合作，因而有大量受众浏览页面。

52. 在本报告所述期间，联合国英文新闻浏览量稳步增长，2018年7月至12月，页面浏览量有近360万次。与2017年相比，10天的高级别报道期间，排在前五名的报道的页面浏览量增长了47%。联合国英文新闻小组就一系列广泛主题制作了每日多媒体新闻片段以及深入的专题、访谈和解说。值得注意的是围绕大会一般性辩论的特别专题，例如大会期间使用的议事槌的历史以及高级别活动的背景材料，这些材料有印刷材料和视频材料，并在联合国新闻社交媒体频道上广为传播分享。联合国新闻平台利用脸书上的网上直播，将高级别会议直播嵌入新闻报道中，引发了观众的参与，例如，安全理事会关于朝鲜民主主义人民共和国的辩论看了11 000次。

53. 这一年受众感兴趣的其他主题有，联合国新闻对气候变化问题的报道，包括政府间气候变化专门委员会10月份的报告、《移民问题全球契约》的报道以及与人权、和平与安全有关的问题。

54. 与联合国英文新闻相关的社交媒体账户也继续增加，与上一报告所述期间相比，推特和脸书上的账户分别增加了11%和4%。联合国新闻对秘书长发起“联合国青年战略”(9月)、米歇尔·巴切莱特被任命为人权事务高级专员(8月)和世界人口日(7月)的报道是推特账户中推数最多的，并得到了高端舆论人士和决策者的分享和转推。联合国英文新闻报道经常是在谷歌上搜索涉及联合国各种问题的新闻时最热门搜索项目。

55. 在本报告所述期间，联合国法文新闻的浏览量也稳步增长，与前一年同期相比，页面浏览量增加了近26%。在大会一般性辩论期间，联合国法文新闻采访了科摩罗、马达加斯加、马里和瑞士的国家元首以及比利时和摩纳哥的外交大臣及科特迪瓦外交部长。这些报道也在法文新闻社交媒体上分享，获得了很大参与。法文新闻继续报道非洲优先问题，特别是布隆迪局势、秘书长启动气候变化战略情况以及和平与安全议题。

56. 据报，与联合国法文新闻有关的社交媒体账户稳步增长，推特粉丝比前一年增加了58%，脸书上有27 000名粉丝，较2017年增加了87%。关于刚果民主共和国和非洲其他维持和平特派团的内容得到了特别关注，高级决策者和舆论人士分享并转推了这些内容。法文股还致力于突出法语国家国际组织的举措，包括关于心理健康活动的播客、关于法语国家国际组织奖项获奖者的播客以及对法语国家国际组织前秘书长米夏埃尔·让的采访。

57. 联合国斯瓦希里语新闻仍然是东非区域受众和散居国外者的重要新闻和信息来源。斯瓦希里语股还着重介绍了包括肯尼亚、卢旺达和坦桑尼亚联合共和国在内的一些东非和中部非洲部队派遣国的维和努力。每周有不同主题，例如，周一的节目包括气候变化和环境；周二是性别和妇女问题；周三是青年问题；周四是可持续发展目标；周五是文化和土著问题。作为纪念《世界人权宣言》70周年系列活

动的一部分，该股制作了重要访谈、新闻报道和专题报道，介绍了特别报告员、独立专家、人权活动者、律师、非政府组织代表、侵犯人权行为受害者和立法者。

58. 2018 年共增加了 15 个新的合作伙伴，包括传统电台、电视台、博客、网络电视和网络电台。斯瓦希里语股在 YouTube 上的频道吸引了 2000 多新订户。斯瓦希里语小组还在努力与美国提供斯瓦希里语学位的 60 所大学建立网络伙伴关系，探讨开展协作，传播许多关键问题的报道。

59. 联合国葡语新闻一直在深入美洲、葡语非洲、欧洲、亚洲和散居国外、特别是美国各地的新受众。葡语股与联合国电视台合作制作的每日电视新闻节目称为“联合国新闻聚焦”(Destaque ONU News)，专门报道了对包括主管维持和平行动副秘书长、葡语大使和残疾人权利委员会的代表在内的几位高级官员的专题采访情况。其他专题包括实况活动，如安哥拉当选人权理事会成员。关于该活动，观众利用社交媒体工具参与了评论和提问。联合国葡语新闻 YouTube 频道主打短视频和特别报道，使得新粉丝人数高长，与前一年同期相比，订户增加了 30%，浏览量增加了 25%。

60. 联合国葡语新闻与传统媒体和新媒体建立了新伙伴关系，这些媒体包括佛得角的 Radiotelevisão Caboverdiana (RTC)、安哥拉的 TV Zimbo 以及 Associação Nova Escola、教育调频台 Educativa FM、Globo Rural、Magazine 和 Rádio Justiça。与总部设在巴西的全球国际组织 Globo International 的现有伙伴关系使联合国制作的更多报道在其网上播出。葡文股继续展示葡语使用情况，开办了一个广受欢迎的每周专题节目 Quarta de Empregos，汇总了在 Inspira 上或是由联合国各机构和基金公布的联合国职位空缺，吸引了数十万用户的关注。

61. 联合国俄文新闻制作了各种内容，以满足包括新闻机构、个人用户、非政府组织和学术界在内的不同部分目标受众的需求。俄文股制作的报道已被主要新闻机构以及区域和地方新闻机构转播、重播或进一步传播，如俄罗斯国际电视台(电视和互联网)、Forbes(哈萨克斯坦)、新时代(俄罗斯联邦)、Vesti(俄罗斯联邦)和 Obozrevatel(俄罗斯联邦)。此外还有 RT、RIA-Novosti、俄通社-塔斯社、Interfax、Echo Moskvi(俄罗斯联邦)、Belta(白俄罗斯)和 CA-News(中亚区域新闻平台)。

62. 俄文股最受欢迎的社交媒体产品之一是大会一般性辩论的视频日记，采用脸书实况格式报道每日要闻。作为维持和平行动部“服务和牺牲”运动的一部分，联合国俄文新闻报道了乌克兰维和人员在利比里亚完成任务情况以及最近向联合国驻黎巴嫩临时部队部署哈萨克斯坦特遣队情况。俄文股经常采访从该区域来总部的代表以及参加东欧和中亚国家在纽约总部组织的活动的代表。

63. 俄文股与俄罗斯联邦常驻团成功开展了一个俄文日联合项目，几位讲俄语的大使和联合国高级官员朗诵了他们最喜欢的亚历山大·普希金的诗歌。莫斯科普希金俄语研究所的一次特别讲座以及俄罗斯联邦最受欢迎的电视频道 1 播放了该活动的视频。

64. 联合国西文新闻的受众稳步增长，这是由于转向了新的多媒体平台，并在大会期间得到了宣传推动。在本报告所述期间，西文小组制作了每日多媒体新闻报

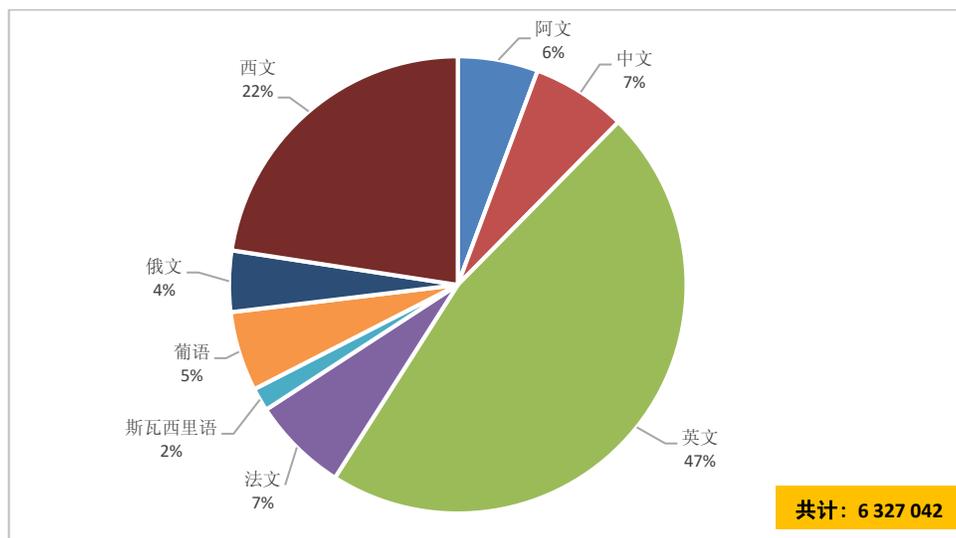
道和深入的专题报道。这些专题报道和新格式提高了观众的参与度和兴趣，平均观看时间稳步增加就反映了这一点。联合国西文新闻网站上最受欢迎的新闻报道涉及《移民问题全球契约》、政府间气候变化专门委员会的最新气候变化报告、塑料对海洋造成的问题以及秘书长 9 月份支持多边主义的大会讲话。

65. 在本报告所述期间，联合国西文新闻社交媒体账户表现强劲。推特账户粉丝超过了 10 万人大关，增长了 17%，脸书上的页面点赞量增长了 15%。一段有关委内瑞拉玻利瓦尔共和国与人权事务高级专员米歇尔·巴切莱特的视频在西文新闻推特平台上有 125 000 次浏览，被路透社援引，又被包括西文有线电视新闻网在内的多家媒体重新利用。

66. 总的说来，按语言分列的情况显示，英文和西文的联合国新闻网站的页面浏览量最高(见图 17)。

图 17

2018 年 7-12 月按语文分列的联合国新闻网页浏览量情况



五. 其他服务

A. 照片和视听资料档案

联合国照片和照片资料馆

67. 在本报告所述期间，照片资料馆回应了会员国、媒体、出版商、公众和联合国系统内部提出的 4 500 多项请求，分发了 85 000 多张高清照片。

68. 照片资料馆在推特上的影响力持续增长，深入新受众，现有 101 000 多名粉丝。

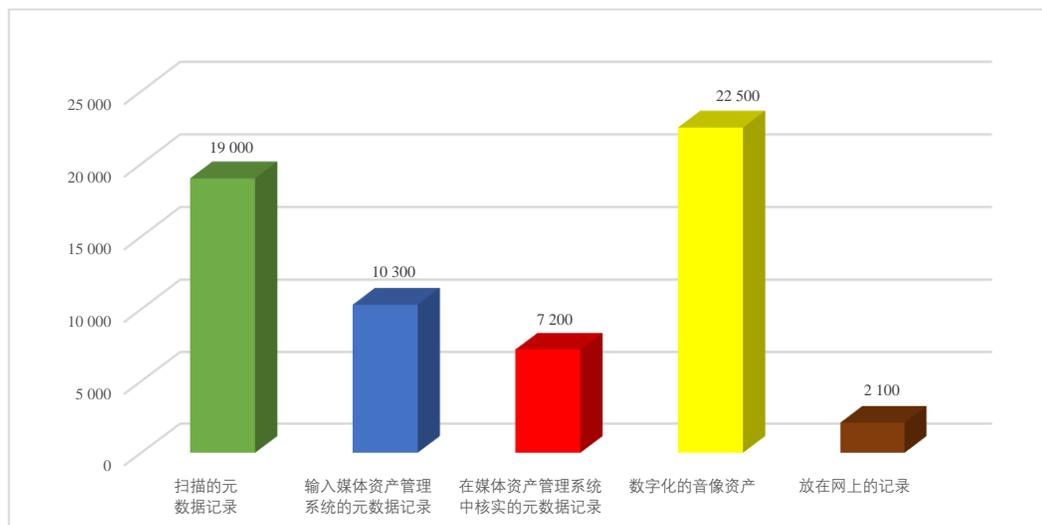
69. 本组织的 Flickr 账户累积浏览量为 4 500 万次。该平台使人们能够轻松找到和分享精选内容，欣赏总部和世界各地摄影师拍摄的大量照片。最受欢迎的专辑之一是每年大会高级别周的合集，其中包括联合国摄影师拍摄的“幕后”图片。

视听资料档案和图书馆服务

70. 传播部利用阿曼政府的慷慨捐助，继续在联合国视听资料档案数字化方面取得进展。迄今为止，全部资产约三分之一已经数字化，19 000 条元数据记录——包括照片目录卡片和视频脚本——已被扫描。其中包括：1945 年至 1960 年代末安全理事会、大会和经济及社会理事会主要会议的所有现存报道；1919 年至 1945 年国际联盟的所有现存录像；1945 年至 1960 年代末秘书长的录像；来自各维持和平行动和外地办事处的幕后花絮专题录像。

71. 已有 10 000 多条记录输入数字数据库系统，7 200 条记录已由专业档案管理员核实。其中约 2 100 件具有历史价值的物项现已选定，并在联合国视听图书馆网站上予以公布(见图 18)。

图 18
截至 2018 年 12 月的数字化项目产出



72. 在本报告所述期间，视听图书馆又打开了 1940 年代至 1970 年代期间存放在总部不同储存区的 37 000 份碟片录音，对碟片进行了审查，丢弃了复制品和损坏的材料，选出了约 16 000 个碟片，并进行了深度清洗。每张碟片都进行了清点和分类，以便进一步评估、甄选和数字化。

B. 会议报道

73. 传播部会议报道科继续快速、准确和全面地报道联合国主要机关及其主要附属机构的所有公开会议以及选定的新闻发布会和情况介绍会。

74. 2018 年 7 月 1 日至 12 月 31 日期间，该科制作了 1 979 份英文和法文新闻稿，共计 10 770 页。该产出包括会议摘要(772 份)、其他新闻稿(971 份)以及新闻发布会和记者招待会的摘要和记录(236 份)。其中，共有 412 份新闻稿关涉 2018 年 9 月中旬至 12 月末大会主要会期，包括各次全体会议和六个主要委员会的会议。

75. 共有 467 份新闻稿涉及安全理事会，包括关于核不扩散、气候变化、解决中东冲突和打击该区域恐怖主义威胁以及妇女与和平与安全问题的部长级会议。关

于安理会议程上所有项目的实质性辩论，包括平民与武装冲突、非洲和平与安全以及国际刑事法庭，在每个发言者的发言摘要中有所涵盖。安全理事会向新闻界发表的谈话也包括在内。另有 34 份新闻稿涉及经济及社会理事会，其中包括在本报告所述期间举行的实质性会议。另有 743 份新闻稿包括秘书长和常务副秘书长的发言、讲话和致辞，以及联合国其他部厅的材料。

76. 2018 年 1 月 1 日至 11 月 30 日期间，会议报道和新闻稿英文和法文网站 (www.un.org/press/en 和 www.un.org/press/fr) 的会话、用户和页面浏览量与 2017 年同期相比都有所增加(见表)。

表
2017 至 2018 年会话数、用户数和页面浏览量的变化

	日期范围	比较数据		
		会话	用户	网页浏览量
英文	2018 年 1 月 1 日至 11 月 30 日	3 017 872	2 073 628	4 686 840
	2017 年 1 月 1 日至 11 月 30 日	2 961 738	2 023 764	4 648 434
法文	2018 年 1 月 1 日至 11 月 30 日	501 591	360 994	766 297
	2017 年 1 月 1 日至 11 月 30 日	479 624	354 045	738 056

C. 媒体服务：媒体核证和联络

77. 2018 年 7 月 1 日至 12 月 31 日期间，传播部处理了为报道在总部举行的活动而提交的约 5 000 份核证申请。传播部还监督了 2018 年 12 月在摩洛哥举行的通过安全、有序和正常移民全球契约政府间会议的媒体核证事宜。

78. 在一般性辩论之前，传播部向媒体和会员国的代表简要介绍了媒体安排情况。在高级别周期间，工作人员管理了首次位于北草坪临时帐篷内的媒体中心，确保记者能够履行职责。

79. 在本报告所述期间，传播部为 3 500 名记者参加的约 300 次新闻候访和简报会提供了信息和后勤援助，还为约 180 次双边会议的媒体报道以及和秘书长合影活动提供了便利。

80. 媒体核证和联络股通过每日媒体提示向记者通报最新情况，提示中列出了主要会议、简报会和活动，该股还通过在线发布和通过电子邮件分发的新闻稿、报告和声明以及截至 2018 年 12 月有 41 000 多名粉丝的推特账户向记者通报最新情况。

D. 伙伴关系

81. 在本报告所述期间，传播部与几所大学建立了伙伴关系，目的是无偿翻译新闻材料。除了已经提供中文和西文翻译服务的大学外，传播部还与各大学签署了阿文(摩洛哥阿卜杜勒马立克·爱莎蒂大学)、法文(法国跨文化管理与通讯学院)和俄文(俄罗斯联邦莫斯科国立罗蒙诺索夫大学)的翻译服务协议。

82. 传播部认识到传统媒体的重要性和潜在影响，一直注重与非洲各广播公司建立伙伴关系，在本报告所述期间在非洲大陆建立了七个新伙伴关系，包括与将转播“联合国在行动中”的三个电视伙伴建立了伙伴关系。尼日利亚的非洲独立电视台是新的电视合作伙伴之一，每周一和周三播出“联合国在行动中”。非洲独立电视台是尼日利亚收视率第二高的电视频道，在 32 个州有该电视频道，在欧洲和北美也有卫星服务。根据调查平台 GeoPoll 衡量媒体情况，尼日利亚全国收看非洲独立电视台的日均观众占 13.9%。在本报告所述期间建立合作关系的电台伙伴包括尼日利亚的 Raypower 调频电台(DAAR 通讯公司的一部分)，该电台现在在节目编排中专门安排了联合国新闻音频节目。Raypower 是尼日利亚第二大最受欢迎的广播电台，GeoPoll 的调查显示，全国平均每天听众有 8%。

83. 在本报告所述期间，为实施扩大媒体产品和服务潜在受众的战略，传播部还扩大了对传统上与媒体广播、播放或发行无关的行业的外联。传播部代表出席了航空公司乘客体验协会的年会，以便更多了解其媒体内容所面向的较新市场，还开始全行业对话以支持联合国和可持续发展目标运动，并与多家航空公司的代表进行联系。因此，传播部正在更系统地向各航空公司更广泛地宣传自己的媒体内容。目前的航空公司伙伴，包括加拿大航空公司、全日空航空公司、国泰航空公司、芬兰航空公司、摩洛哥皇家航空公司和厦门航空公司，已经把联合国制作的内容和有关联合国的内容带给广大受众。例如，厦门航空公司所有飞机在每个航班的安全解说后播放一段宣传大会的公益插播视频，有 230 万乘客观看了这段视频。

E. 新闻监测

84. 传播部监测和分析了全球媒体对联合国以及与联合国任务有关的重大国际问题的报道。在本报告所述期间，传播部利用免费和商业监测工具加强了对社交媒体的监测和倾听。

85. 新闻监测股对六种正式语文的媒体报道的分析为传播部的新闻制作和战略传播工作提供了宝贵的投入。其中一项努力是，该股与联合国新闻中心合作，对大会第七十三届会议之前和高级别期间(2018 年 9 月 9 日至 30 日)的全球媒体报道情况(见图 20)进行了多语种分析(见图 19)。

图 19

大会第七十三届会议之前和高级别期间(2018年9月9日至30日)按语文分列的文章百分比

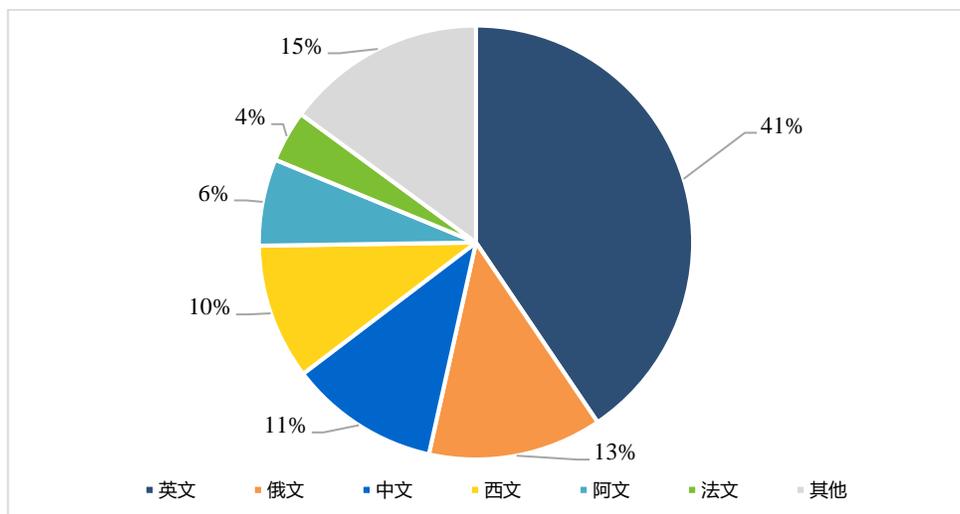
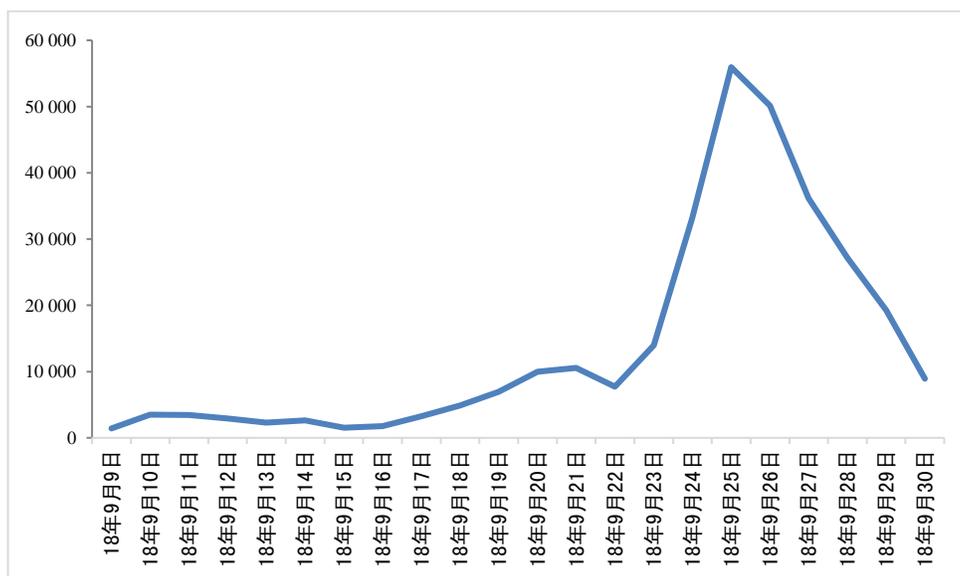


图 20

大会第七十三届会议之前和高级别期间(2018年9月9日至30日)的文章数目



六. 结论

86. 传播部继续寻找新的方式来深入目标受众。传播部的社交媒体影响力越来越大，所有语文不断提升，传播部同时还兑现了对使用多种语文和采用新通信技术的承诺。

87. 与此同时，为了向无法接入高带宽或第三方平台的地方提供服务，传播部继续努力通过为传统媒体制作内容来弥合数字鸿沟，包括对社交媒体友好以及吸引缺乏连通性的发展中世界利益攸关方的内容。

88. 通过与传统媒体和新兴数字媒体建立内容许可伙伴关系，传播部对全球媒体行业在维护传统基础设施的同时吸收新传播技术的持续趋势作出了回应。传播部就地为传统媒体继续占主导地位的市场以及内容消费已转向聚集播放、流播和点播的市场提供服务。

89. 在要求开发和推出许多新网站的一年中，为了宣传新的国际纪念日和新部门网站，传播部在主要网站域名(un.org)内以所有六种正式语文制作和推出了新网站和微型网站，显示了对使用多种语文的坚定承诺。

90. 尽管面临新旧挑战，传播部仍继续向客户提供授权服务。传播部与各部和秘书长办公厅合作，为服务于大会第七十三届会议高级别周期间数千名记者的媒体中心场地问题找到了一个切实可行的解决办法。传播部将与秘书处其他相关部门一道探索合作，寻求长期解决办法，满足新闻界的要求，因为新闻界的报道对本组织和会员国的工作至关重要。

91. 在媒体技术迅速变化的情势下，传播部一直在调整适应，探索新的工作方法和可能进行改革的领域，并投资于新的系统和应用程序，以帮助确保本组织在向公众传递信息方面保持效力和效率。
