



大会

Distr.: General
7 February 2022
Chinese
Original: English

新闻委员会

第四十四届会议

2022 年 5 月 3 日至 2022 年 5 月 13 日

临时议程* 项目 7

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

本报告根据大会第 76/84 B 号决议编写，概述 2021 年 7 月 1 日至 2022 年 1 月 31 日期间全球传播部通过新闻服务在向全球受众宣传联合国工作方面所取得的进展。

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，该司以多种语文在多媒体平台上报道联合国的优先事项和工作，并与媒体单位和其他伙伴合作，以扩大其新闻和信息产品及服务的地域范围和使用。该司还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(即战略传播服务及外联和知识服务)的活动在秘书长的不同报告(分别为 [A/AC.198/2022/2](#) 和 [A/AC.198/2022/4](#))中说明。

* [A/AC.198/2022/1](#)。



一. 导言

1. 大会在第 76/84 B 号决议中表示注意到秘书长提交新闻委员会第四十三届会议审议的关于全球传播部活动的报告(A/AC.198/2021/2、A/AC.198/2021/3 和 A/AC.198/2021/4)，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其新闻服务的信息。
3. 本报告陈述传播部新闻和媒体司 2021 年 7 月 1 日至 2022 年 1 月 31 日期间的活动，报告概述了该司以联合国六种正式语文以及印地语、斯瓦希里语和葡萄牙语，通过音频、印刷、电视和数字平台等大众媒体，为全球受众和媒体合作伙伴制作并分发及时、准确、均衡的新闻和信息产品。
4. 报告介绍了传播部如何按照新闻委员会的优先事项和指导，通过定期进行影响评估和评价，并以适合不同受众的文献格式制作多语种材料，扩大放送渠道以及与媒体组织和其他扩大传播方发展伙伴关系，从而接触不同的人口群并加强对本组织的支持。受众人数、受众参与和媒体伙伴的稳步增加证明，传播部利用技术和数字工具向日益精明的全球受众提供相关新闻和媒体内容，成功地吸引了这些受众，并同时继续满足依赖传统媒体的社区的需求。

二. 应对冠状病毒病大流行

5. 从冠状病毒病(COVID-19)大流行开始，全球传播部新闻和媒体司就确保不间断地报道联合国的活动和关切，修订其工作方法，以应对这一大流行病造成的新现实，并满足相应的受众需求。2021 年，该司与大流行病有关的报道的重点转向强调援助复苏和实现疫苗公平的全球努力，特别是通过扩大整个联合国系统的公共卫生信息和支持世界卫生组织(世卫组织)来实现这一点。传播部加倍努力，对错误信息和虚假信息事件和情况进行报道，并为此目的利用了一系列通信工具来支持“经核实”的倡议，以打击关于这一病毒的错误信息的传播，并帮助人们认识权威信息来源，区分事实与虚构。
6. 在本报告所述期间，传播部继续发展其为应对大流行病背景下迅速变化的受众需求而设立的节目制作和报道服务，不过也恢复了大流行病前的某些做法。该司面对不断变化的情况和不断演变的会议形式作出调整，在这一大流行病造成的条件下报道了大会第七十六届会议以混合形式举行的主要会期的会议，包括在纽约联合国总部进行的现场采访。该司还为重大会议和活动制作视频并提供多媒体报道，例如《德班宣言和行动纲领》二十周年纪念活动、2021 年 10 月 31 日至 11 月 12 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以及在迪拜举行的 2020 年世博会。

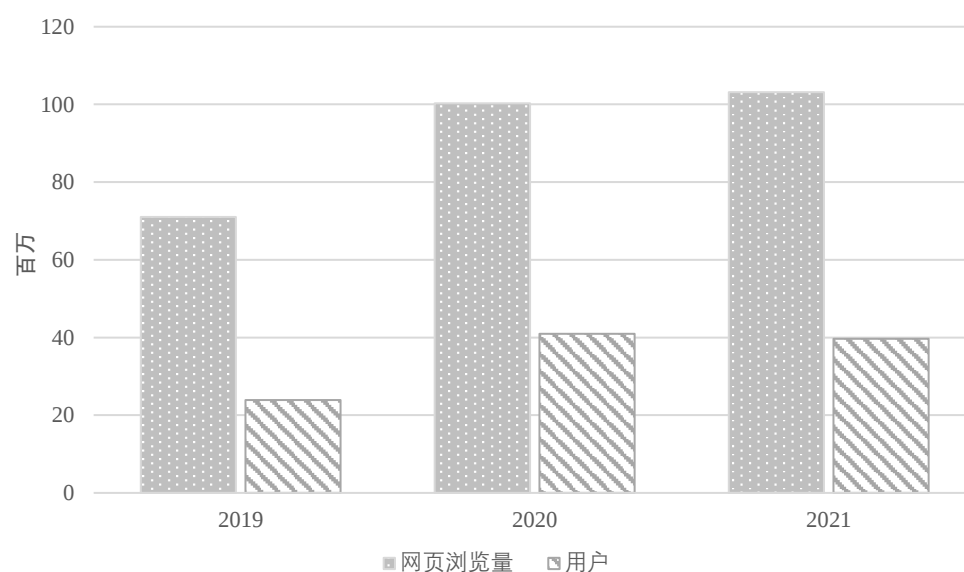
三. 数字服务

A. 联合国网站

7. 2021 年 7 月 1 日至 11 月 15 日期间，联合国主要网站(www.un.org)的联合国六种正式语文的用户超过 3 970 万，比 2020 年同期减少 3%。在此期间，网站受众的参与度提高，网页浏览量超过 1.03 亿。与 2020 年同期(当时大流行病将数字参与推向了前所未有的高度)相比，网页浏览量增加了 300 万，即 3%(见图一)。网站访问者停留在网站上的时间略长于 2020 年，总访问时间为 209 万小时，而 2020 年同期为 203 万小时(见图二)。

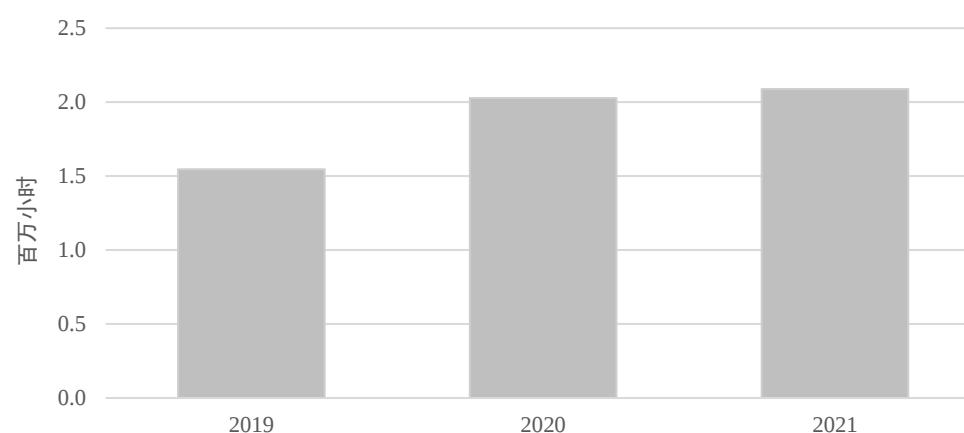
图一

按网页浏览量和用户计量的网站参与度，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



8. 由全球传播部管理的题为“为可持续发展目标采取行动”的可持续发展目标网站继续吸引大量受众。2021 年 7 月 1 日至 11 月 15 日期间，该网站的用户达到 440 万，比 2020 年同期增长 4%，网页浏览量为 1 380 万，参与度增长 3%。

9. 联合国国际纪念活动网站也继续吸引更多的受众，2021 年 7 月 1 日至 11 月 15 日期间用户达到 370 万，比 2020 年同期增加 46%。参与度提高 57%以上，网页浏览量超过 680 万。

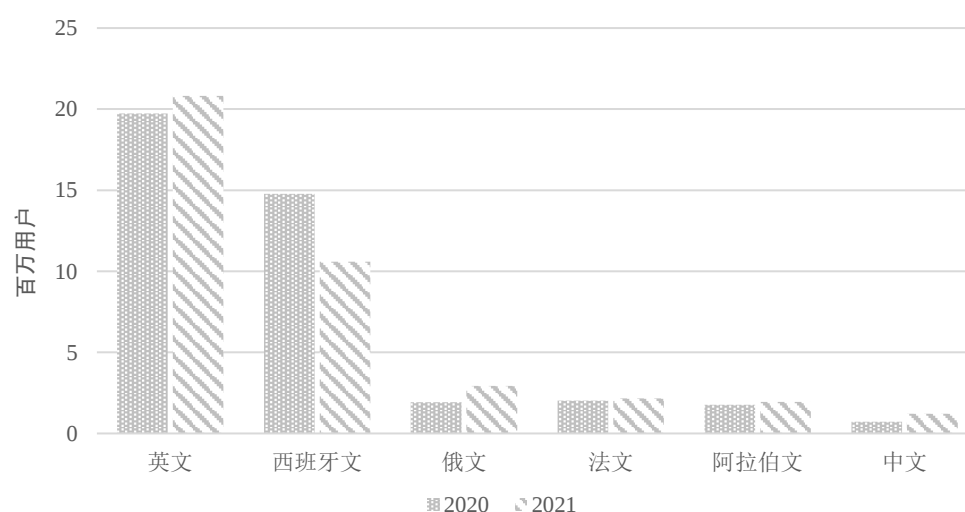
10. 虽然关于联合国应对 COVID-19 大流行病的综合实用信息的门户网站没有达到 2020 年的受众水平，但在 2021 年 7 月 1 日至 11 月 15 日期间仍然吸引了 130 多万用户并到达近 200 万网页浏览量。

11. 2021 年 7 月 1 日至 11 月 15 日期间，可持续发展目标网站、COVID-19 门户和联合国国际纪念活动网站的受众占 un.org 总访问量的 22%——略高于 2020 年同期，并占总网页浏览量的 24%，相当于增加了近 2%。

12. 2021 年 7 月 1 日至 11 月 15 日期间，就按语文分列的 un.org 总访问量而言，英文和俄文网站的用户均增加 100 多万。阿拉伯文、中文和法文网站的受众人数也有所增加，但增幅较小(见图三)。西班牙文网站的受众人数自 2019 年以来继续呈上升趋势；然而，由于受众行为的规范化，这一上升趋势与 2020 年大流行病首次出现并开始蔓延时看到的峰值不匹配。2021 年 7 月 1 日至 11 月 15 日期间，对西班牙网站的访问比 2019 年同期增加了 46%以上，表明长期趋势仍然是持续增长。

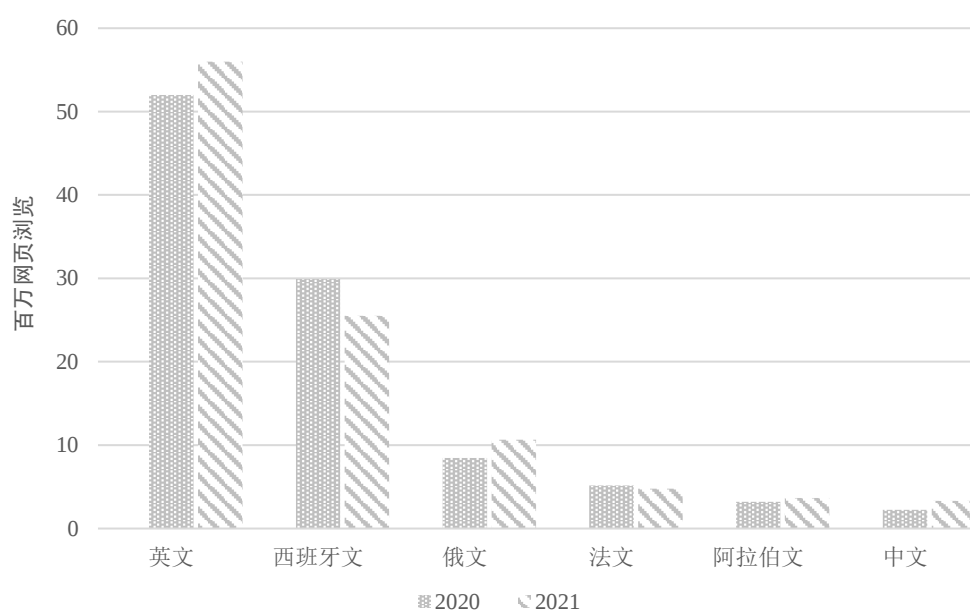
图三

各语文网站的受众数量，7 月 1 日至 11 月 15 日



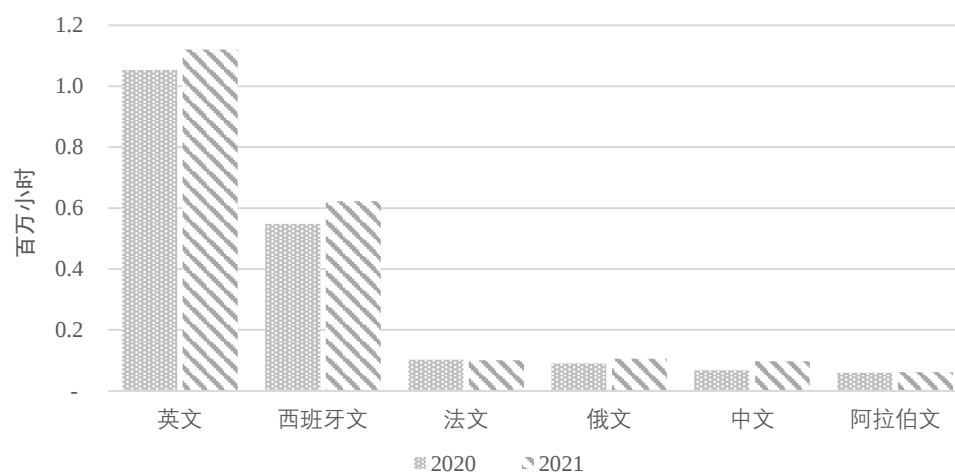
13. 以网页浏览量计量，参与度增长最大的是中文网站，2021 年 7 月 1 日至 11 月 15 日期间增加了 49%以上(见图四)。俄文和阿拉伯文网站也有显著增长，网页浏览量分别增加了 26%和 14%。在此期间，英文网站的网页浏览量也有所增加，但法文和西班牙文网站的网页浏览量则有所减少。

图四
各语文网站的网页浏览量，7月1日至11月15日



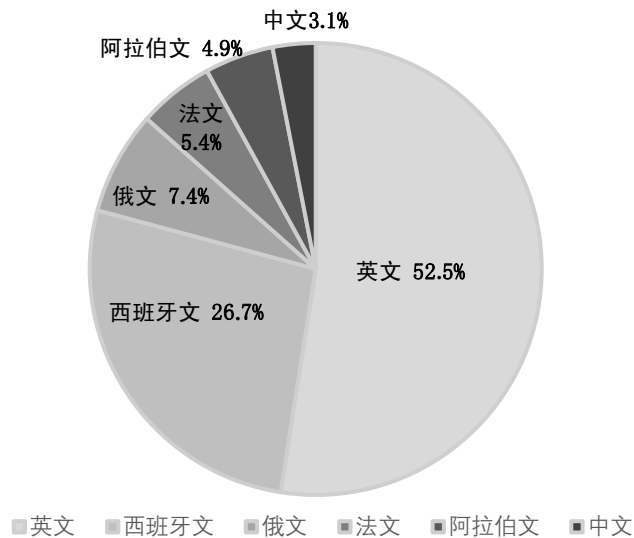
14. 除法文网站外，所有语文网站的总访问时间都有所增加，法文网站则略微下降了 2.5%(见图五)。中文网站上的总访问时间增长最快，在网站上花费的总时间增长了 43%以上。2021 年 7 月 1 日至 11 月 15 日期间，西班牙网站的总访问时间增加了 13.5%以上。

图五
各语文网站的总访问时间，7月1日至11月15日



15. 英文和西班牙文的 [un.org](https://www.un.org) 网站继续吸引最大的受众份额(见图六)，这两种语文网站的受众之和占总数的 79%以上。2021 年，俄罗斯文网站吸引的访问者比例增加，占总受众的 7.4%。阿拉伯文、法文和中文网站的受众份额也有所增加。

图六
各语文网站的受众份额，7月1日至11月15日



16. 在本报告所述期间，网站事务科继续支持战略传播运动，为网站用户创造引人入胜的数字体验。为《气候行动》网站和在格拉斯哥举行的联合国气候变化大会提供了支持，包括彻底改造了题为“行动倡议”、“改变世界的 17 个目标”、“COP26：同住地球，共助地球”和“气候行动事实一览”等气候行动微型网站，以及创建新的微型网站《什么是气候变化？》和《适应气候变化》。该科还重新配置了《即刻行动》网站，以提供更多关于行动呼吁的内容和关于个人可以为应对气候变化做些什么的信息。

17. 应会员国要求，传播部推出了一个会议网站，以支持《德班宣言和行动纲领》二十周年活动。传播部还以所有六种正式语文为#Fightracism(打击种族主义)运动创建了一个互动网站。截至 2021 年 12 月底，该网站的网页浏览量为 38 804。传播部还推出了一个网站来支持联合国反对仇恨言论的运动。

18. 为支持大会第七十六届会议，网站事务科以六种正式语文全面修订并出版了大会主席的在线新闻资料袋。该科还在一般性辩论期间提供了网络直播，包括发言者的相关详细情况。此外，该科开发了一个专门网站，列出联合国在 2021 年召开的所有主要国际首脑会议，并为将于 2022 年举行的国际移民问题审查论坛创建了一个专门网页，并更新了不扩散核武器条约缔约国第十次审议大会的网站。

19. 网站事务科继续为大会规定的所有联合国国际纪念活动提供支助，以六种正式语文提供专门的联合国纪念活动子网站。为新设立的非洲人后裔国际日(8 月 31 日)、世界棉花日(10 月 7 日)和世界湿地日(2 月 2 日)设立了分网站。该科还制作了阿拉伯文和英文网站，介绍联合国参加 2020 年世博会的情况，该网站定期更新相关活动和事件。

20. 作为确保联合国各正式语文在线平等这一承诺的一部分，传播部与经济及社会理事会密切合作，确保经社理事会网站以所有六种正式语文提供内容。

21. 该科为发布秘书长题为“我们的共同议程”的报告创建了一个专门网页，并以所有六种正式语文全面更新共同议程网站内容。该科还将支助性剥削和性虐待受害人信托基金的第三次年度报告作为一个独立的网页推出。

22. 为支持促进工作人员福祉的举措，该科改造了联合国系统工作场所心理健康和福祉战略网站，并定期更新 COVID-19 应对门户网站，提供联合国全系统 COVID-19 疫苗接种方案信息。传播部网站得到加强，增加了关于《联合国新闻》中心的部分，以及联合国外地办事处名录。此外，2021 年 8 月在一个专门的子网站上推出了主管全球传播事务副秘书长每周播客《夜不能眠》第四季。

四. 新闻和多媒体服务

23. 在本报告所述期间，COVID-19 大流行病的挑战为展示世界各地社区的创新和复原力创造了机会。传播部的新闻服务小组根据世界各地鼓舞人心的希望故事制作了内容，以九种语文成套提供给所有区域的全球受众。《联合国新闻》利用长期的在线受众，提供新闻发布会的实时信息，并通过社交媒体和消息应用程序分享关键点，重点是与公共卫生和气候变化这两个公众关心的主要领域有关的最新情况。在本报告所述期间，追随者和参与度大幅增加，可以看出在网站设计和以移动方式提供《联合国新闻》内容方面所作投资的好处，以及“解决方案”式新闻和以受众为重点的内容的价值。相应的着重点包括通过多媒体、播客和专门的视频产品报道大会第七十六届会议混合形式的开幕式、《德班宣言和行动纲领》二十周年活动以及格拉斯哥联合国气候变化大会。

A. 视频和电视

视频制作

24. 在本报告所述期间，在所有平台上观看和参与传播部视频产品的次数都有强劲和稳步的增长。为了方便越来越多地在移动设备上获得内容的受众，传播部继续制作更多的以移动和社会媒体为先的材料。为顾及受众的不同偏好，并确保联合国主要平台能够利用这些材料，传播部尽可能为不同的专题受众和人口群量身定制新闻和解说节目视频等产品。

25. 2021 年下半年的一个亮点是主管全球传播事务副秘书长对大韩民国总统和演唱组合防弹少年团(BTS)的采访；该节目在 YouTube 上获得了 560 万的点击量。

26. 在秘书长与处于不同恢复阶段的国家进行接触时，传播部录像科努力确保他对例如哥伦比亚和黎巴嫩的访问得到全面报道。

27. 该科制作了一个关于格拉斯哥联合国气候变化大会的独立视频系列，题为“我们能做到”，其中包括对气候行动和关于气候变化的《巴黎协定》作了阐述。该系列出场人物是世界各地的气候专家和活动家，内容重点是如何实现《巴黎协定》目标的积极愿景，这些节目收到了 300 多万次观看和参与。该科在格拉斯哥安排了一名制片人，他与《联合国新闻》和社交媒体小组合作，实时制作内容，从而确保不断有反映会议气氛的故事。联合国电视广播平台与广播公司和记者分享的新闻套

餐节目被广泛用于不同用途。在第一周终了时和会议结束时，录像科准备了新闻摘要，以强化会议首要讯息，并让非专家、较年轻的受众参与气候对话。

28. 该科与一个信息设计机构合作，制作了一个可视化数据视频，介绍联合国系统 COVID-19 大流行病对策以及通过 COVID-19 疫苗全球获取(COVAX)机制在世界各地提供 14 亿种疫苗的情况。该视频是传播部、世卫组织、联合国儿童基金会和联合国国家工作队之间的独特合作，旨在传递“除非人人安全，否则无人安全”的信息，并在联合国各平台上，包括在 Instagram TV、推特和 YouTube 上分享了该视频。

29. 对于本报告所述期间的另一个优先事项，录像科制作了六个以上视频，以支持《德班宣言和行动纲领》二十周年活动，包括活动的揭幕和关于奴隶制和贩卖奴隶历史的故事。还在联合国社交媒体平台上宣传了《联合国新闻》与《联合国新闻》中心合作的成果“德班+20 速写”微型网站。

30. 录像科还帮助为服务与牺牲运动制作视频，展示联合国维和人员所作的贡献，包括 2020 年年度军队性别平等倡导人奖获得者和 2021 年联合国年度女警官的视频肖像以及关于外地维和人员的简介，并为此对黎巴嫩和南苏丹进行了访问，以创建内容。该科还支持了防止联合国行动中的性剥削和性虐待的运动。

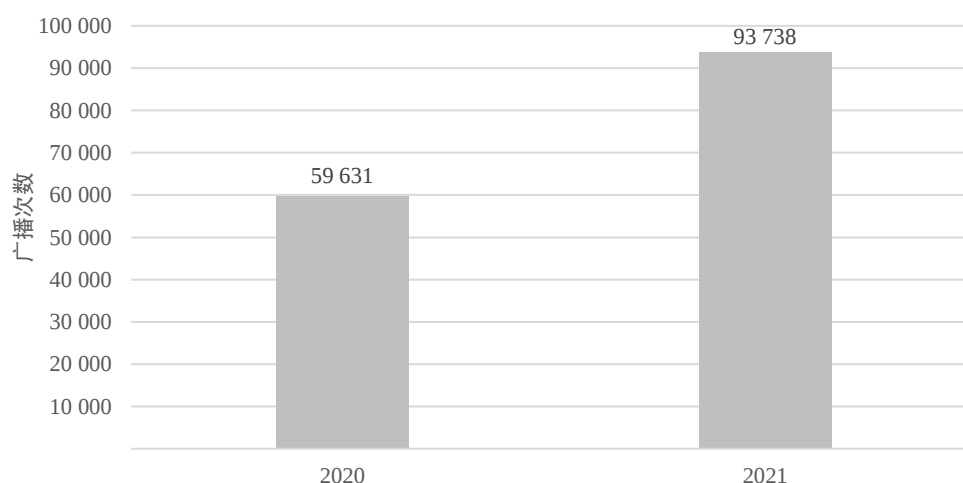
联合国电视广播平台

31. 在本报告所述期间，联合国电视广播平台(纽约联合国总部和维持和平特派团以及 30 个伙伴基金、方案和专门机构的视频新闻套餐辛迪加)向世界各地的广播公司提供了关于 COVID-19 大流行病、气候行动、冲突局势、维持和平、人权、经济和社会状况和发展等专题报道。

32. 联合国电视广播平台继续打破纪录，7 月 1 日至 11 月 15 日期间，使用率增加了 57.2%，在这几个月中进行了 93 738 次广播(见图七)。

图七

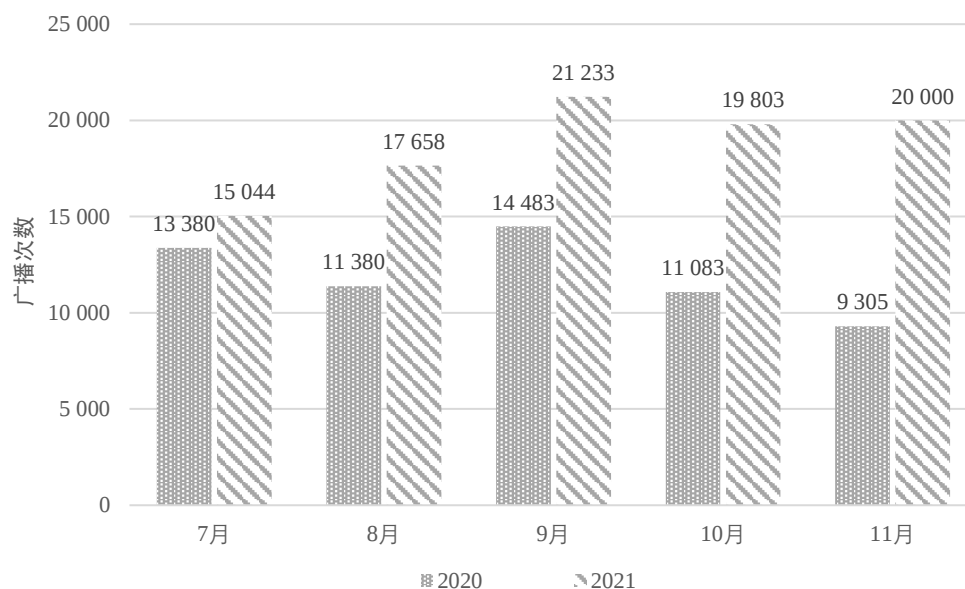
联合国电视广播平台套餐节目总播放量，7 月 1 日至 11 月 15 日



33. 该小组在 2021 年 9 月创下了一项月记录，关于大会第七十六届会议和联合国其他主要活动的报道在全世界播放了 21 233 次(见图八)。联合国电视广播平台对格拉斯哥联合国气候变化大会的报道在全世界播放了 2 500 多次。

图八

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



网播

34. 在本报告所述期间，传播部继续将其对联合国会议和活动的直播和点播(录制的节目)流媒体报道扩大到脸书和推特等其他数字平台，覆盖了广泛和多样化的全球受众。2021 年 7 月至 10 月，本组织的官方直播媒体平台、传播部的联合国网络电视和 YouTube 上的联合国频道及其相关的脸书和推特账户与 2020 年同期相比总共增长了 94%，235 个国家和地区的受众观看这些视频约 1.2 亿次。

35. 对多语种联合国网络电视网站作了重新设计，以采用最新的流媒体技术并利用新的云视频平台。新设计提供了多语言选项，改进了多屏幕和设备的用户体验，更好的视频质量和性能，以及更轻松的视频导航和搜寻。该网站提供在纽约、日内瓦和海牙联合国地点举行的联合国会议和活动的多种语文实况和点播流播。它还提供关于在世界各地举行的虚拟和混合形式联合国会议和活动的报道。该网站英文版已于 2021 年 6 月推出，其他正式语文版本预计将于 2022 年上半年推出。

YouTube 联合国频道

36. YouTube 上联合国频道的受众继续扩大，从 2020 年的 901 900 个订户增加到 2021 年底的 2 130 000 个订户。在大会第七十六届会议高级别部分和一般性辩论以及其他活动期间，大多数受众(约 60%)年龄在 18 至 35 岁之间。

现场报道、电视广播和设施

37. 联合国网络电视继续向世界各地的广播机构和客户提供在纽约联合国总部举行的面对面会议和混合形式会议，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机会的直播报道。对大会第七十六届会议高级别部分的报道与大流行病前的数字相匹配，通过联合国网络电视为广播公司提供了 1 700 多个小时的报道。

38. 联合国网络电视小组在 2021 年 7 月至 11 月期间协助举办了 50 多次混合和虚拟活动，包括 9 月英国广播公司黄金时间对秘书长的采访、秘书长参加的 10 月举行的 20 国集团阿富汗问题首脑会议和 10 月 11 日国际女童日活动。

39. 在本报告所述期间，联合国网络电视小组每周录制约 20 个视频，报道大会主席、秘书长、常务副秘书长和其他高级官员的致辞和讲话，这是他们虚拟参加会议和其他活动的一部分。该小组还满足了越来越多的录制播客节目以及宣传和虚拟培训视频的需求。

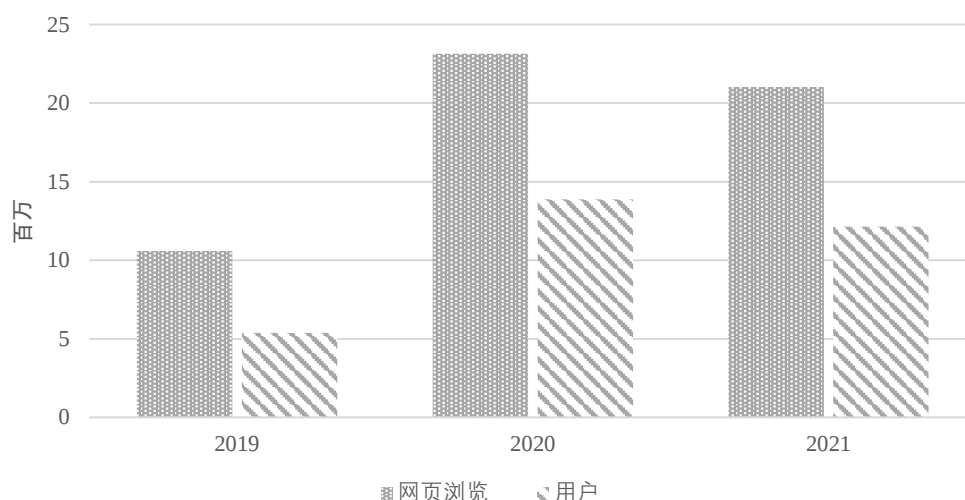
B. 《联合国新闻》

40. 随着 COVID-19 的封锁开始缓解以及疫苗的推出开始改变这一大流行病的趋势，《联合国新闻》加强了其作为世界各地和整个联合国系统的多语种内容可信来源的地位。无论是关于 COVID-19 和确保公平和可持续的恢复努力的途径，还是关于阿富汗、埃塞俄比亚或缅甸等国的冲突局势，或是关于气候变化或错误信息和虚假信息流行这些复杂问题，《联合国新闻》都以九种语言为全球受众汇集了关于联合国系统工作的信息。7 月 1 日至 11 月 15 日期间，与 2020 年同期相比，页面总浏览量减少 9%，减至 2 100 万，用户减少 12%，至 1 210 万(见图九)。同时，《联合国新闻》俄语和斯瓦希里语网站的访问量和用户增加了 100%以上。

41. 根据最终用户的反馈，修订了《联合国新闻》网站的报道形式，以迎合不断变化的受众偏好，并调整了内容，以吸引使用移动设备的年轻人。这方面例子包括“驻地协调员”博客、来自外地的第一人称叙述和故事系列，以此将当地鼓舞人心的故事带给全球受众，并使关于社区如何应对 COVID-19 等问题的叙述更加丰富多彩。《联合国新闻》各小组将努力打击错误信息和假信息的内容列为优先事项，包括展示一些具体国家和地区“经核实”举措。通过与区域伙伴和地方特约记者的合作，《联合国新闻》各小组以九种语文制作了大量多媒体内容，介绍世界如何规划通往复苏、可持续增长、正义和公平的道路。

图九

按网页浏览量和用户计量的网站参与度，7月1日至11月15日



42. 在格拉斯哥举行联合国气候变化大会之前，全部门协调一致的努力支持了一个《联合国新闻》小组对这一会议的整整两周的报道。这些报道的所有内容(包括着重于气候变化的时事通讯、播客系列和单项新闻报道)吸引了数百万受众，他们主要是25岁以下、在移动设备上获得信息的受众。在与主要平台(包括SoundCloud和Spotify)提供商的关系以及品牌图形的帮助下，音频材料的覆盖范围有了重大增长。联合国气候行动播客《不可否认》于2021年8月推出，传播由影响者推介的年轻气候活动家的声音，截至12月中旬，获得了约200万次收听和下载。

43. 在《德班宣言和行动纲领》二十周年之际，通过与联合国人权事务高级专员办事处、联合国各新闻中心以及多种语文特约记者和外地记者网络的伙伴关系，制作了大约25个原创多媒体专题节目，一些关于打击种族主义主题的播客，还有“德班+20速写”微型网站，介绍一系列致力于打击仇外心理、歧视和不容忍行为的鼓舞人心的人物。

44. 对于寻求关于联合国在中东和北非受冲突影响地区的活动和关切问题的权威信息的人，包括主要的阿拉伯媒体单位，《联合国新闻》阿拉伯语网站仍然是一个重要的资源。2021年7月1日至11月15日期间，《联合国新闻》阿拉伯语网站的网页浏览量为1 143 324，比2020年同期增长19%。截至2021年11月12日，《联合国新闻》阿拉伯语推特账户追随者数量为741 000，比2020年增加约17%，是《联合国新闻》追随者数量最多的账户。

45. 各种新闻机构利用了《联合国新闻》阿拉伯语小组制作的报道和视频，包括Alquds News、巴林通讯社、Belbalady News、德意志电波电台、阿联酋通讯社、巴勒斯坦新闻社、Rai Alyoum、沙特通讯社和Transparency News。

46. 《联合国新闻》阿拉伯语小组制作了一系列关于中东和北非地区的人文故事，以较少采用的COVID-19大流行病的角度进行报道。一个被广泛关注的故事

让人们注意到社区如何应对 COVID-19 的影响，并介绍了为土耳其境内叙利亚妇女难民提供的“经核实的”心理健康举措的受益者。

47. 为支持《德班宣言和行动纲领》二十周年，《联合国新闻》阿拉伯语小组介绍了两个区域性议题：移民家政工人的权利和保护埃及努巴人的习俗和文化。《联合国新闻》阿拉伯语小组还重点报道性别平等和增强妇女权能的故事，让青年妇女发声，例如让在约旦难民营工作的一名联合国促进性别平等和增强妇女权能署(妇女署)他为她运动的志愿者发声，消除妇女和女孩中关于 COVID-19 的错误信息。

48. 《联合国新闻》中文小组着重于公平获得疫苗和 COVID-19 准确信息的必要性。该小组宣传了秘书长关于疫苗公平以及更公平和更可持续地从大流行病中恢复的呼吁。《联合国新闻》中文小组着重报道了世卫组织的新闻发布会，以分享关于全球疫苗推出和 COVID-19(SARS-CoV-2)病毒来源研究的准确和平衡的报道。

49. 《联合国新闻》中文小组还制作并在其网站和社交媒体平台上发布了约 20 个与格拉斯哥联合国气候变化大会有关的短视频，包括关于可持续交通和城市的视频。在气候变化大会期间这些视频在微博上的浏览量超过 100 万。

50. 此外，《联合国新闻》中文小组制作了几项关于《德班宣言和行动纲领》二十周年的特别报道，包括播客和视频，探讨非洲裔和亚裔、土著人民以及男女同性恋、双性恋、跨性别者、性别奇异者和间性者(LGBTQI 人士)遭受歧视的问题。事实证明，这种多媒体报道在互联网和中国社交媒体平台上很受欢迎，仅在微博上就得到超过 200 000 的浏览量。在大会第七十六届会议一般性辩论期间，该小组制作了一些短视频剪辑，与 2020 年同期相比，微博上的参与增加了 284%。

51. 《联合国新闻》中文小组还积极报道了团结和希望的故事，突出了《夜不能眠》播客系列中的一些主题，并就联合国女性领导人的成就故事制作了新的版本。

52. 在本报告所述期间，《联合国新闻》英文网站的受众人口群发生了积极变化，2021 年 7 月至 11 月期间，18 至 24 岁年龄组增加了近 5.5%。在本报告所述期间，《联合国新闻》英文网站 51.8% 的读者来自 18 至 34 岁年龄组。女性用户也增加了 10%，并且妇女占受众的 51.2%。在社交媒体方面，《联合国新闻》英语受众有相当大的增长，截至 11 月中旬，推特上的追随者为 608 000 人(比 2020 年底增加 100 000 人)，9 月的参与率为 3.8%。

53. 2021 年 7 月 1 日至 11 月 15 日，《联合国新闻》英文网站的网页浏览量为 600 万，用户达 330 万。仅在 9 月份，该网站的网页浏览量就达到 160 万，因为该小组在该月制作了创纪录的 224 篇报道和 40 个音频产品。

54. 在本报告所述期间，题为“COVID-19: 新的 Mu 变异株可能对疫苗更具抗性”的故事业绩最好，吸引了寻找关于 COVID-19 权威信息的受众，到 2021 年 11 月中旬，这篇报道已获得大约 180 000 网页浏览量，读者在这个故事上平均花了 6 分钟的时间。第二个最受欢迎的故事题为“政府间气候变化专门委员会报告：人类驱动的全球变暖‘红色预警’——联合国秘书长发出警告”，该报道获得的网页浏览量超过 100 000，读者平均花在这个故事上的时间超过 8 分钟。

55. 《联合国新闻》英语小组继续制作高质量的音频内容。在格拉斯哥联合国气候变化大会期间，播客《掌控之中》(The Lid Is On)每天重点报道气候问题，深层次介绍本组织工作背后的人文故事，而播客《联合国追赶日期线：日内瓦》(UN Catch-Up Dateline Geneva)则定期报道联合国各实体及其在日内瓦和其他地方的伙伴的头条新闻。在本报告所述期间，最热门的音频采访是对政府间气候变化专门委员会发言人乔纳森·林恩的采访；该采访得到踊跃参与，自 2021 年 7 月初以来记录了约 300 万次音频互动。

56. 《联合国新闻》法语小组继续就 COVID-19、气候行动以及妇女和青年等热门话题与法语受众接触。访问最多的节目之一是关于非洲 19 人死于 COVID-19 的报道，网页浏览量超过 12 000，关于秘书长 8 月就政府间气候变化专门委员会(气专委)第六次评估报告发出“红色预警”的文章网页浏览量约为 9 755。法语小组常常采取注重受众的办法，为寻求关于非洲法语国家信息的人制作适合的内容，不仅报道联合国维持和平行动开展活动的中非共和国、刚果民主共和国和马里的和平与安全问题，而且报道三个受不稳定和气候变化影响的国家布基纳法索、马达加斯加和尼日尔的局势。该小组还每月制作一个与性别和青年有关的重要专题播客。

57. 在大会第七十六届会议高级别会议期间，《联合国新闻》法语小组制作了 43 个视频剪辑，包括秘书长和在一般性辩论中发言的所有讲法语的高级政府代表的视频剪辑。2021 年 7 月 1 日至 11 月 15 日期间，《联合国新闻》法文网站上的报道总浏览量约为 120 万，比 2020 年同期的 130 万减少 7%，但比 2019 年同期的 657 227 增加了 85%。

58. 当各类影响者在社交媒体上分享《联合国新闻》的法语报道时，受众作出了积极反应，这些影响者包括法国政府官员、刚果民主共和国总统副发言人、美利坚合众国国务院的法语账户；比利时、加拿大和法国的议员；广播媒体(包括 L'Important、法国国际广播电台和美国之音非洲频道)和许多娱乐界人士、非政府组织、公司以及教育和文化机构。

59. 在本报告所述期间，《联合国新闻》印地语小组就 COVID-19 制作了多媒体内容，以记录这一流行病对包括移民工人、妇女和难民在内的弱势群体的影响，并抗击错误信息的传播，包括特别报道一些“经核实”倡议的运动。为了强调 COVAX 机制对疫苗公平的重要性，该小组创建了关于该机制及其面临的挑战的新的阐述。该小组还制作了对尼泊尔一名活动家采访的节目，介绍残疾人在这一大流行病期间遇到的困难。

60. 《联合国新闻》印地语小组制作了许多报道《德班宣言和行动纲领》二十周年的多媒体产品，例如关于通过艺术抵制仇视亚裔和强调《宣言》重要性的多媒体产品。在格拉斯哥联合国气候变化大会前，该小组制作了几个关于气候变化的阐述节目，包括阐述青年倡导者的作用和应对气候变化创新解决方案的必要性。其他报道包括对诺贝尔奖获得者凯拉什·萨蒂亚特希的采访，以及关于阿富汗危机及其对阿富汗人，特别是妇女和女孩的影响的新闻报道和采访。

61. 《联合国新闻》印地语小组继续努力拓展印度和国外受众的覆盖范围，为此目的就内容建立了新的伙伴关系，包括与媒体公司 **Bhaskar Prakashan** 和数字门户网站 **eNavbharat** 的伙伴关系，这两个网站每月的受众分别为 150 万和 800 000 万。其他合作伙伴包括设在印度的新闻集成网站和数字新闻门户网站，如 **Banyan Infomedia** 和 **Fatafat Samachar**，以及加拿大的 **Pot Pourri** 电台。**Balvihar** 印地语学校是美国世界印度人理事会亚特兰大分会的一个非营利教育方案，该学校也协助了对讲印地语学生的接触。

62. 为了制作内容，该小组与新德里《联合国新闻》中心、驻印度的驻地协调员办公室和联合国国家工作队以及南亚和东南亚的其他联合国机构密切合作。该小组开展工作的第三年，《联合国新闻》印地语网站的读者群大幅增长，2021 年 7 月 1 日至 11 月 15 日的网页浏览量比 2020 年同期增加了 45%。网站用户从 79 000 增加到 132 000，增加了 67%。已作出努力，确保通过联合国在印度的数字存在定期分享《联合国新闻》印地语内容。

63. 《联合国新闻》斯瓦希里语小组继续寻找创新方法，通过有针对性的内容和平台使用，吸引东非各地的受众。新的媒体伙伴包括 **Malenga TV**，预计在本报告所述期间结束时还将与私营电视台 **Michuzi TV** 和 **Plus TV** 达成伙伴合作协议。

64. 除了这些电视广播公司外，《联合国新闻》斯瓦希里语小组还开始与 10 个新的调频广播电台和在线广播公司合作(其中大部分是在坦桑尼亚联合共和国大陆和桑给巴尔群岛)，并与当地博客和在线电视频道合作。通过新的合作伙伴增加了《联合国新闻》斯瓦希里语小组多媒体内容的受众和有效覆盖。该小组还继续通过与各新闻伙伴、联合国实体和新闻中心以及非洲经济委员会合作，将基层的声音纳入其新闻报道和专题报道。该小组的加强东非受众参与的以受众为重点的方案的一个关键要素是，突出当地联合国受益者的声音，包括来自维持和平特派团的受益者的声音。

65. 2021 年 7 月 1 日至 11 月 15 日期间，《联合国新闻》斯瓦希里语网站的网页浏览量增加了 114%，达到 100 万以上，2020 年同期为 490 506。7 月 1 日至 11 月 15 日期间，YouTube 上《联合国新闻》斯瓦希里语频道的订户人数增加了 20%，从 32 100 增加到 38 400。

66. 《联合国新闻》葡萄牙文网站保持了因全面报道 COVID-19 大流行病而取得的受众数量增长。该小组增加了对原创内容的委托制作，如由几内亚比绍和莫桑比克的特约记者制作的关于疫苗推出的短视频和采访。《联合国新闻》葡萄牙文小组采访了葡语国家元首和政府首脑，包括葡萄牙总统和佛得角总统以及圣多美和普林西比外长和莫桑比克外长。这些国家的媒体单位广泛使用《联合国新闻》葡萄牙文网站上的材料。

67. 在《德班宣言和行动纲领》二十周年之际，《联合国新闻》葡萄牙语网站的一个亮点是关于葡萄牙第一位黑人电视主播若昂·罗萨里奥的专题报道——他是来自佛得角的移民，该专题报道在多个平台上都最受欢迎。在本报告所述期间，《联合国新闻》葡萄牙语小组制作了数十次采访和材料，并用葡萄牙语和其他语言录

制了音频片段。其他亮点包括关于将于 2022 年年中在里斯本举行的联合国支持落实可持续发展目标 14 即保护和可持续利用海洋和海洋资源以促进可持续发展会议之前在葡萄牙开展的海滩清理举措的采访，以及关于在墨西哥和美国边境的海地寻求庇护者的报道。

68. 在包括 YouTube 和推特在内的所有平台上，《联合国新闻》葡萄牙文小组的视频、文本和音频产品得到了越来越多的受众。与 2020 年同期相比，2021 年 7 月 1 日至 11 月 15 日期间葡萄牙文网站的网页浏览量增长了 23%。根据 Agência Radioweb(巴西各地数百家广播电台枢纽合作伙伴)，2021 年 7 月，从《联合国新闻》葡萄牙语网站的下载数量比前一个月增加了一倍多。该小组继续通过最近推出的《联合国新闻》葡萄牙语推特账户制作和传播专题内容。在 YouTube 上，7 月 1 日至 11 月 15 日期间的浏览量比 2020 年同期增长了 114%。7 月 1 日至 11 月 15 日期间，通过 SoundCloud 访问《联合国新闻》葡萄牙语产品的人数也增加了 96%。

69. 在本报告所述期间，《联合国新闻》俄罗斯文小组保持了其报道全球议程首要问题的战略，同时突出这些问题与地方社区的相关性。该小组制作的内容讨论了联合国 COVID-19 应对措施、人权、气候变化和核裁军等问题，并介绍了在目标国家联合国领导开展的行动的成功例子。还参照受信赖的区域消息来源和根据在东欧和中亚的世卫组织专家解释了这一大流行病的持续影响。新闻文章、采访和阐述得到很高的浏览量，一些文章的网页浏览量超过 100 000。

70. 《联合国新闻》俄罗斯文小组对促进人权和保护移民和难民的报道得益于与联合国难民事务高级专员公署的成功合作。对专员公署亲善大使俄罗斯歌手 Manizha 进行了一系列采访，讨论的专题包括制止暴力侵害妇女行为和打击仇外心理和仇恨，包括针对移民和难民的仇外心理和仇恨，这些采访帮助吸引了新的受众访问《联合国新闻》俄罗斯文网站。

71. 在本报告所述期间，与影响者成功合作的另一个例子是对诺贝尔和平奖获得者、《新报》主编德米特里·穆拉托夫的独家采访。该采访最初以俄文发表，此后翻译并张贴在《联合国新闻》其他语文网站上，在网站和社交媒体上获得大量的浏览。《联合国新闻》俄罗斯文小组还发表了一系列广受欢迎的与错误信息和假信息有关的报道。在哈萨克斯坦和乌克兰聘用了有经验的特约记者，委托他们就候鸟和消除错误信息等一系列专题撰写深入的报道，由此推动了将区域层面纳入全球报道的努力。

72. 在本报告所述期间，《联合国新闻》俄罗斯文网站的受众数量稳步增长，达到近 150 万用户，增长了 163%，网页浏览量超过 200 万。该区域拥有数百万用户的主要新闻机构定期转载报道，包括阿塞拜疆国家通讯社、白俄罗斯国家通讯社、中亚新闻社、Forbes.kz、Informburo.kz、国际文传电讯社和 Kazakh Information Agency。

73. 在本报告所述期间，《联合国新闻》西班牙文网站在 9 个《联合国新闻》网站中受访最多。在此期间虽然用户数量低于 2020 年记录到的峰值，但仍比 2019 年水平高出 138%。同时，2021 年 7 月 1 日至 11 月 15 日期间，《联合国新闻》西

班牙文网站的网页浏览量比 2019 年同期增长了 200% 以上。2021 年 7 月至 11 月，《联合国新闻》西班牙语推文覆盖超过 1 100 万人，参与超过了 100 多万。

74. 《联合国新闻》西班牙文网站继续被认为是关于 COVID-19 大流行病的权威信息来源，这显然是因为该网站对世卫组织所有新闻发布会进行了大量阐述、采访和全面报道，西班牙文小组继续通过推特直播这些新闻发布会。由于先进的谷歌搜索引擎优化排名，该小组对格拉斯哥联合国气候变化大会的报道也引起了西班牙文受众的广泛关注。

75. 《联合国新闻》西班牙文小组与联合国区域办事处密切合作，联合制作原创特稿和采访，以及委托当地特约记者报道故事，内容包括哥斯达黎加的仇恨和歧视问题、墨西哥非洲裔美国人后裔争取承认的斗争以及印加果——正被用来培育哥伦比亚的和平的“超级种子”等等。

76. 在大会第七十六届会议一般性辩论期间，《联合国新闻》西班牙文小组在推特上直播了西班牙语国家代表的发言。分享了该小组推特的有：哥斯达黎加总统、总统办公厅和外交部长；洪都拉斯总统和第一夫人；秘鲁总统；委内瑞拉外交部长和传播部长；巴拿马总统以及拉丁美洲的许多联合国实体。

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

77. 通过阿曼政府的财政支助，得以将联合国视听档案数字化，将这些资料从脆弱和过时的格式转换为可上载到视听图书馆网站的数字格式，继续促进了对联合国历史收藏的全球查阅。

78. 自 2016 年该项目启动以来总共数字化了 42 500 件历史电影、视频和音频资产——约占被认为符合数字化条件的联合国历史视听资产的 64%；在 2021 年 7 月 1 日至 11 月 15 日期间，在此基础上又增加了约 6 700 件这类资产。视听图书馆在继续寻求资金，以支持剩余的非数字化馆藏的数字化。

79. 视听图书馆继续为会员国、广播公司、独立制作人、非政府组织以及世界各地的文化和教育机构提供查阅以往和当前内容的机会。COVID-19 大流行病增加了对档案录像、新闻和专题纪录片以及可通过传统媒体、社交媒体和移动设备提供的在线多媒体制作的需求。2021 年 7 月 1 日至 11 月 15 日期间，从视听图书馆网站下载的视听文档约为 78 500 个，观看的历史视频为 304 000 个，这表明人们对档案内容非常感兴趣。联合国视听档案藏品在世界各地被用于展览、在线多媒体项目以及新闻和媒体节目。

联合国照片和照片资料室

80. 国际媒体、出版商、电影制作者、教育和文化机构以及各常驻代表团和联合国办事处仍然对使用联合国照片非常感兴趣。联合国的照片经常出现在出版物、

展览、在线多媒体项目和社交媒体上，并出现在世界各地的介绍和研究项目中。在本报告所述期间，从联合国照片网站直接下载了约 82 000 张照片。此外，联合国照片资料室还分发了 2 000 多张照片。给约 12 000 张照片配上了标题，并增强了其元数据，以便在互联网上得到更准确的搜索结果并更有效地找出。

81. 在本报告所述期间，传播部成功实施了 **Orange Logic Cortex** 数字资产管理系统，用以管理联合国照片，使这些资产可得到更广泛的查阅，并为子孙后代保存这些资产。

B. 会议报道

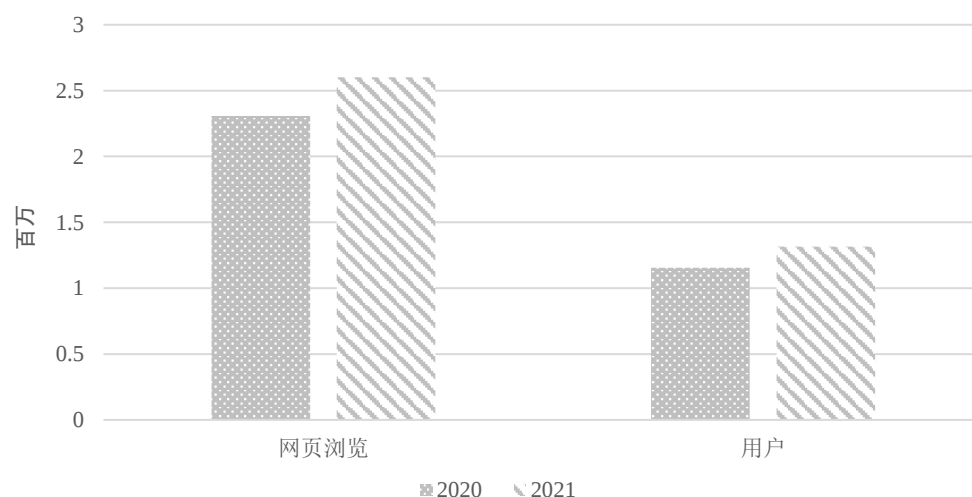
82. 会议报道科在 2021 年 7 月 1 日至 11 月 15 日期间制作了约 1 329 份新闻稿和 7 348 个页面，继续快速、准确和全面地报道经济及社会理事会、大会和安全理事会及其附属机构的活动以及秘书处在纽约联合国总部和国外的工作。在大流行病期间，鉴于联合国全系统努力打击错误信息和虚假信息，这样的报道就更加重要。在 COVID-19 限制仍然存在的情况下，传播部工作人员对面对面举行和虚拟举行的会议和活动进行远程报道，从而提高了那些不然受关注有限的机构的凸显度。

83. 会议报道科在 2020 年采取的适应措施基础上再接再厉，与不断变化的会议模式保持同步。随着大会进入第七十六届会议，该科扩大了远程报道，以涵盖六个主要委员会的所有活动，同时仍然遵守当日出版截止日期和既定的编辑标准。

84. 2021 年，242 个国家和领土的受众访问了英文和法文的会议报道和新闻发布网站。7 月 1 日至 11 月 15 日期间，这些网站的网页浏览量约为 260 万，用户约为 130 万，与 2020 年同期相比，均有所增加(见图十)。总体而言，与 2020 年相比，用户数量增长了约 14%，亚洲受众的占比最大。

图十

会议报道和新闻发布网站网页浏览量和用户，7 月 1 日至 11 月 15 日



C. 媒体核证和联络

85. 在本报告所述期间，媒体核证和联络股与联合国其他部门以及驻《联合国新闻》记者协会合作，以制定一项媒体返回纽约联合国总部的计划。为了确保尽可能安全的环境，经核证的媒体代表必须提供其疫苗接种状况证明方可获得媒体通行证和进入总部房地。

86. 随着该小组进入纽约联合国总部媒体核证 Indico 网络应用程序的最后实施阶段，与安全和安保部、信息和通信技术厅和 Indico 小组一起协调测试了核证模块。

87. 在 2021 年 9 月大会第七十六届会议高级别会议期间，媒体核证和联络股与各代表团合作，使人数有限的新闻机构代表能够报道政要的访问。2021 年，该股还与相关办公室合作，使记者能够在安全的环境中参加面对面简报会和媒体候访。

D. 伙伴关系

88. 在本报告所述期间，传播部与印度、尼日尔利亚、南非和美国的媒体单位(包括传统广播公司和在线新闻单位)签署了新的许可协议，由此传播部继续通过向主流广播和数字媒体发放内容许可来接触新的受众。这些协议确保了在这些媒体单位的专有平台上播放《联合国新闻》和《联合国视频》制作的内容。

89. 为宣传在格拉斯哥举行的联合国气候变化大会所进行的筹备工作是本报告所述期间的一个主要重点。为了培养公众兴趣并鼓励受众参与气候变化大会，伙伴关系小组取得了音频平台 Castbox、SoundCloud、Spotify 和 Stitcher 对该部新的气候问题播客系列《不可否认》进行宣传的承诺。虽然这四个平台都与本组织签订了许可协议，但这些关系的一个新要素是，合作伙伴不仅分发播客，而且在气候变化大会之前和期间宣传该系列节目。SoundCloud 为该播客持续作了 10 周的宣传活动，在每一集推出时都进行了宣传。因此，在该平台上《不可否认》的 10 集播放了 399 995 次，总共为 5 185 个收听小时。在气候变化大会的两周内，Spotify 在其主应用程序上展示了联合国制作的媒体内容，并在其 Greenroom 移动应用程序上播出了现场音频采访。《不可否认》播客系列也得到了数字媒体资深合作伙伴的推广，包括 iAfrica 和 Africa.com，它们在其网站和社交媒体频道上推广了该系列。

90. 此外，传播部在气候变化大会期间与设在美国的有线电视网络天气频道合作，该频道提供了从头到尾的现场报道，并开展了社交媒体活动，以帮助提高对会上所讨论的关键全球气候问题的认识。

六. 结论

91. 在整个 2021 年，全球传播部各新闻和媒体小组以多种语文并在各种平台上准确、及时和平衡地报道了联合国的工作。无论各种会议是远程举行还是以混合形式举行，是在纽约联合国总部还是在其他地方举行，全球受众都能够以许多传统方式和新的方式来关注本组织的活动。随着世界开始摆脱大流行病的影响，这些日益依赖数字平台的受众经常寻找联合国的信息来源，以获得有关本组织的广

泛的各种主题的准确信息，从气候变化和健康到和平与人权。虽然最初的预期可能是，这一年的参与很可能会减少，但事实与预期相反，受众对传播部所有语文的新闻和媒体平台的需求仍然很大。鉴于新受众的情况变化，特别是年轻人口群的出现，对传播部服务和产品的反应和参与表明，该部的总体传播战略成功地满足了用户的需要。
