



大会

Distr.: General
12 February 2024
Chinese
Original: English

新闻委员会

第四十六届会议

2024 年 4 月 29 日至 5 月 10 日，纽约

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：新闻服务

秘书长的报告

摘要

本报告系根据大会第 [78/80](#) B 号决议编写，概述 2023 年 7 月 1 日至 2024 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的主要进展情况。

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。该司的目标是：通过多媒体平台以多种语文提供优质、相关、及时的信息产品，报道联合国的工作和优先事项，以此支持联合国；使媒体机构和全球受众在更广的地域范围内、更经常地使用其产品。该司管理联合国网站以及本组织的视听图书馆和照片资料室。该司提供对联合国工作的电视和图片报道以及网播流媒体服务。

传播部其他次级方案(即传播运动和国家业务事务以及外联和知识服务)的活动在秘书长的其他报告(分别为 [A/AC.198/2024/2](#) 和 [A/AC.198/2024/4](#))中予以说明。

* [A/AC.198/2024/1](#)。



一. 引言

1. 大会在第 78/80 B 号决议中表示注意到秘书长提交新闻委员会第四十五届会议审议的关于全球传播部活动的报告(A/AC.198/2023/2、A/AC.198/2023/3 和 A/AC.198/2023/4)，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 2023 年 7 月 1 日至 2024 年 1 月 31 日期间的活动，概述了新闻和媒体司在音频、印刷、电视和数字平台开展工作，为全球受众和媒体伙伴提供及时、准确和平衡的新闻和信息产品的情况。
4. 报告介绍了传播部执行新闻委员会优先事项和指导意见的情况，包括制作多语种材料，以加强不同受众对本组织工作的支持。对使用情况和媒体采用情况的计量结果表明，世界各地的受众始终如一地向联合国寻求清晰可靠的新闻和信息。传播部在继续制作传统的多语种音频、电视和印刷材料的同时，还试行了博客直播等新模式。

二. 数字服务

联合国网站

网站的业绩计量情况

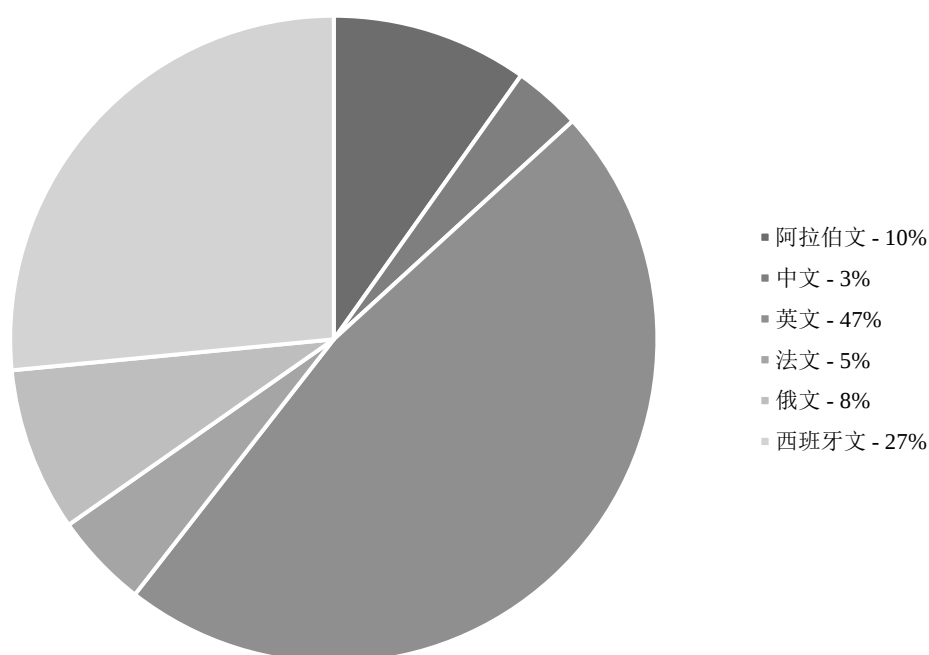
5. 在本报告所述期间，联合国主网站(www.un.org)开始使用“谷歌分析 4”数据计量工具，取代了先前使用的“谷歌通用分析”工具。由于这两种工具跟踪业绩指标的方式不同，因此无法将上一年报告所载的使用已停用的“谷歌通用分析”平台收集的数据与本报告所载的使用“谷歌分析 4”收集的数据进行比较。新闻和媒体司预计将在以后的报告中提供比较数据。
6. 2023 年 7 月 1 日至 11 月 1 日期间，www.un.org 网站的联合国六种正式语言合计访客数量超过 3 730 万，网站的单次访问次数超过 5 590 万次。在同一时期，网站的网页浏览量超过 8 680 万次。
7. 2023 年 7 月 1 日至 11 月 1 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 www.un.org 受众总数的近 32%。在此期间，这些网站合计贡献了 www.un.org 总参与度的 30% 以上。
8. 气候行动网站的访客数量达 360 万，他们进行了 480 多万次访问，在该网站上浏览网页超过 580 万次。
9. 2023 年 7 月 1 日至 11 月 1 日期间，可持续发展目标网站的访客数量超过 430 万。这些访客进行了 720 多万次访问，在该网站上浏览网页超过 1 300 万次。
10. 2023 年 7 月 1 日至 11 月 1 日期间，联合国国际纪念活动网站的访客数量达到 390 万。这些访客进行了 540 多万次访问，在各纪念活动网站上浏览网页超过 710 万次。

11. 2023 年 7 月 1 日至 11 月 1 日期间，在 www.un.org 上浏览人数最多的单个网页是标题为“什么是气候变化？”的网页，该网页以所有语文合计共吸引 180 多万个访客，占本报告所述期间访客总数的 5%；其次是专门介绍《世界人权宣言》的网页，该网页以联合国所有六种正式语文合计共吸引 140 万个访客，占同期访客总数的 3.7%。

12. 2023 年 7 月 1 日至 11 月 1 日期间，www.un.org 的最大受众为英文和西班牙文使用者。英文网站的访客占访客总数的 47% 以上，西班牙文网站的访客占访客总数的近 27%。阿拉伯文受众占总数的 10%；俄文受众占 8%；法文受众占 5%；中文受众占总数的 3%(见图一)。

图一

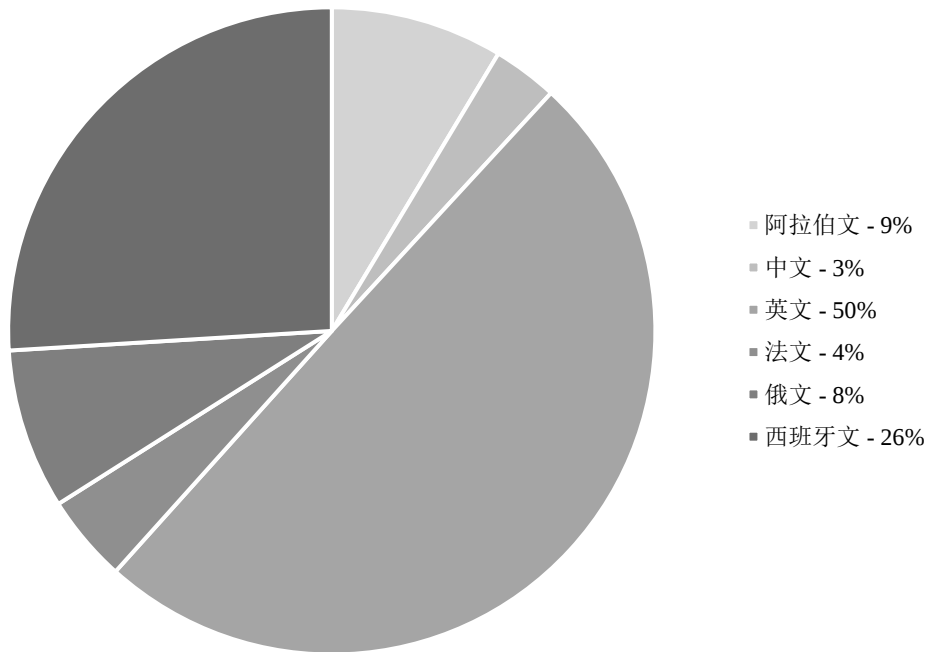
按访客数计量的网站各语文受众触达量，2023 年 7 月 1 日至 11 月 1 日



13. 如按访问次数计量触达量，得出的数据类似：对 www.un.org 的所有访问中，以英文进行的访问占 50%，西班牙文占 26%，阿拉伯文占 9%，俄文占 8%，法文占 4%，中文占 3%(见图二)。

图二

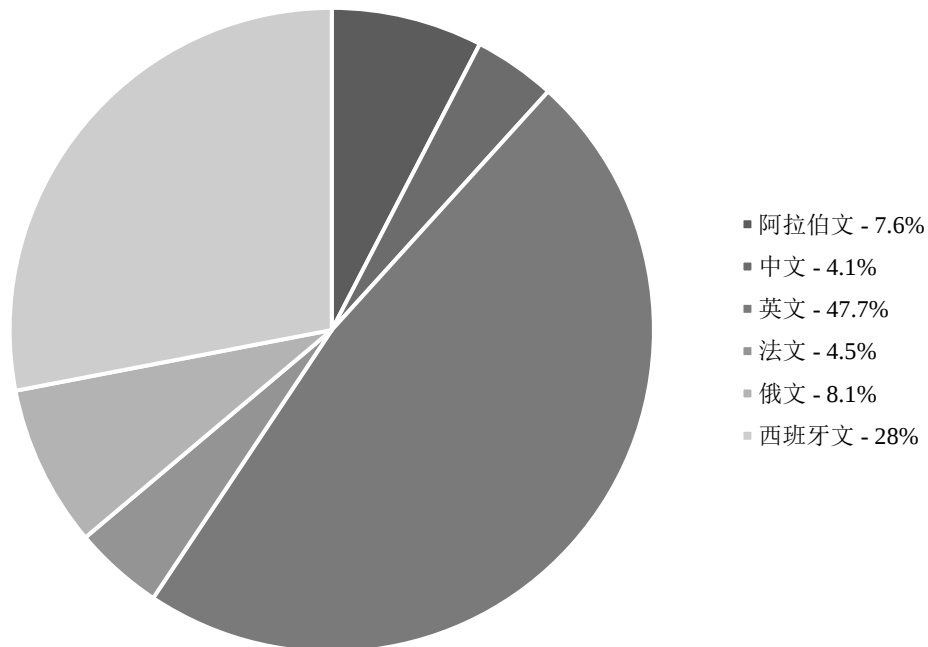
按访问次数计量的网站各语文受众触达量，2023 年 7 月 1 日至 11 月 1 日



14. 以浏览量衡量，英文用户的参与度也最高，在本报告所述期间占总浏览量的 47.7%。西班牙文的参与度位居第二，占总浏览量的 28%，其次是俄文，占 8.1%，以及阿拉伯文，占 7.6%。法文和中文的浏览量分别占总浏览量的 4.5%和 4.1%(见图三)。

图三

按网页浏览量计量的网站各语文参与度，2023 年 7 月 1 日至 11 月 1 日



网站开发

15. 2023 年 9 月 13 日，在大会第七十八届会议开幕前夕，全球传播部网站事务科推出了一个新网站，展示秘书长关于联合国工作的报告(www.un.org/en/annualreport)。该网站按照联合国品牌标准，对以前的版本进行了全面重新设计，为访客提供引人入胜的沉浸式体验。

16. 为支持大会第七十八届会议高级别部分，该科创建了一个新的现场辩论网站，它汇集了关于正在、已经和即将发言的发言者的实况视频馈送和实时更新。该网站设有每个会员国的专栏，提供视频和音频点播以及发言稿、摘要和官方照片。该网站以联合国所有六种正式语文发布，在高级别部分期间触达的访客数超过 157 000 个，网页浏览量超过 617 000 次，表明访客的参与度很高。

17. 2023 年 10 月，该科针对以色列和巴勒斯坦被占领土的持续局势推出了一个专门的危机应对网站。该网站综合汇总了来自整个联合国系统的相关报道。在本报告所述期间，该网站一直出现在搜索列表的首页，使访客更容易找到。截至 11 月 1 日，该网站的网页浏览量已超过 68 000 次。

18. 在本报告所述期间，该科用联合国所有六种正式语文制作了新的网站，介绍大会授权的下列新的国际纪念活动：国际防治沙尘暴日(7 月 12 日)；世界钢鼓日(8 月 11 日)；警务合作国际日(9 月 7 日)；照护与扶助国际日(10 月 29 日)；防止儿童性剥削、性虐待和性暴力及促进受害者疗愈世界日(11 月 18 日)；世界可持续交通运输日(11 月 26 日)；以及世界篮球日(12 月 21 日)。

19. 2023 年 7 月 1 日至 11 月 1 日期间，该科创建了多个新的多语种网站，以支持联合国的举措、优先事项和传播运动，详情如下。

20. 该科支持传播部加强信息完整性的工作，为此开发和推出了一个含联合国六种正式语文版本的专门网站。

21. 在定于 2024 年 9 月 22 日和 23 日举行的未来峰会之前，传播部推出了一个专门网站，以所有六种正式语文介绍峰会的背景、情况以及相关的“未来契约”。

22. 为提供秘书长于 2023 年 10 月成立的人工智能高级别咨询机构的相关信息，推出了一个含六种正式语文版本的新网站。该网站提供相关信息、背景情况、相关文件和咨询机构成员信息。

23. 该科还创建了一个新网站(www.un.org/en/famine-prevention-and-response)，以支持预防和应对饥荒协调员开展工作，领导和组织联合国全系统协调一致地应对日益严重的粮食不安全状况和饥荒风险。

24. 为支持使用多种语文，传播部与反恐怖主义委员会合作，创建该委员会网站的联合国所有正式语文版本。

25. 传播部在联合国气候变化网站(www.un.org/climatechange)上发布了一个新栏目，专门介绍 2023 年 11 月 30 日至 12 月 12 日在阿拉伯联合酋长国迪拜举行的

《联合国气候变化框架公约》缔约方会议第二十八届会议。该网站还推出了以下新栏目：气候雄心峰会、谣言终结、非国家实体净零排放承诺问题高级别专家组和全民预警倡议。

三. 新闻和多媒体服务

26. 在本报告所述期间，世界各地发生了多个危机，包括在海地、以色列和巴勒斯坦被占领土、卡拉巴赫地区、苏丹和乌克兰发生的危机；与此同时，人们对气候危机等全球问题感到关切。除这些问题外，世界还面临错误信息、虚假信息 and 仇恨言论带来的挑战，受众希望从可核实的来源获得平衡、权威的内容。

27. 全球传播部新闻和媒体司越来越侧重于制作清晰、解释性的新闻报道，利用联合国的专门知识创造原创内容。该司向多语种受众和媒体伙伴提供最适合其需要的材料，并采用从传统媒体到新数字媒体(如实时博客报道)的多种形式。在本报告所述期间，该司各科和各办公室的新闻和媒体制作者密切合作，找到了更好地协调产出和触达受众的途径。

A. 视频和电视

视频制作

28. 根据联合国的全球传播战略，并考虑到打击错误信息、虚假信息和仇恨言论以及充当经核实信息来源的需要，传播部录像科把工作重点重新放到制作解释类视频上，这些视频涵盖一系列主题，包括仇恨言论、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)和全球贩毒活动加剧的问题(与联合国毒品和犯罪问题办公室合作制作)。

29. 为应对危机激增的情况，录像科扩大了新闻制作，以报道联合国在巴勒斯坦被占领土的人道主义工作、海地局势、卡拉巴赫地区危机和乌克兰武装冲突等复杂问题。

30. 录像科继续以多种语文制作秘书长的视频致辞，供发布在社交媒体和传统平台上。在本报告所述期间，该团队制作了秘书长关于世界人道主义日(8月19日)和国际和平日(9月21日)的致辞，以及关于多极化和气候变化等问题的讲话。这些视频在 Instagram 和 X(前 Twitter)等平台上获得了两周内高达 75 万次的观看。为了发掘受众对有记录的历史事实的兴趣，该科推出了“来自联合国档案的故事”，这是一个以本组织视听档案为基础的视频系列，其中许多档案得到了保存和数字化。此外，该科还制作了关于联合国工作的专题视频，主题包括：气候变化；在刚果民主共和国设立法庭；人工智能；以及联合国牵头的一项工作，以避免停靠在也门沿海、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。

31. 在 2023 年 12 月 5 日和 6 日在阿克拉举行维持和平部长级会议前夕，全球传播部与和平行动部合作制作了一段视频，介绍一名加纳维和人员在被派驻到联合国驻黎巴嫩临时部队之前和期间的情况。

32. 在大会第七十八届会议前夕，录像科制作了 26 个视频，它们被使用在联合国 YouTube、X、Instagram 和脸书等社交媒体账户发布的 39 个帖子中。在大会第七十八届会议高级别部分期间，这些视频获得了 170 多万次观看，提高了人们对可持续发展和气候行动等重要问题的认识。联合国新闻对秘书长的年度采访视频片段在各平台上获得了 80 万次观看。

33. 在本报告所述期间制作的表现最好的视频中，有一部关于美利坚合众国水危机的 17 分钟纪录片，题为《水困局：气候变化冲击美国》，该视频的观看时间超过平均时长。在解释类视频中，“什么是黑海倡议？”在 18-24 岁年龄组中获得了很高的观看量，在全球范围内、尤其是在印度传播较广。2023 年 7 月 1 日至 11 月 1 日期间在社交媒体上观看量最高的视频包括：“秘书长在拉法口岸”，它在 Instagram 上录得 310 万次观看；以及在 X 上发布的秘书长就加沙人道主义危机发表讲话的视频，它在该平台上录得 210 万次观看。

34. 在本报告所述期间，该团队找到了在短片中突出呈现联合国优先事项的创新方法。联合国 YouTube 短片系列使订阅人数增加了 30%，其中包括与格莱美奖获奖歌手、作曲家 Ciara 进行的关于妇女健康问题的访谈。

联合国电视广播平台

35. 在本报告所述期间，联合国电视广播平台作为联合国总部或世界各地联合国实体工作人员拍摄的视频新闻资料整合平台，向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。

36. 无论是各大国际广播公司还是资源有限的记者和媒体机构，都依赖于联合国电视广播平台提供的视频资料，特别是在危机期间。7 月 1 日至 11 月 1 日期间，联合国电视广播平台的资料被全世界 2 719 家广播公司播放了 82 773 次(见表)。

按区域分列的联合国电视广播平台内容播出情况，2023 年 7 月 1 日至 11 月 1 日

区域	播出次数
非洲	4 128
美洲	15 189
亚太	7 006
欧洲	29 393
国际	7 708
中东	19 349
共计	82 773

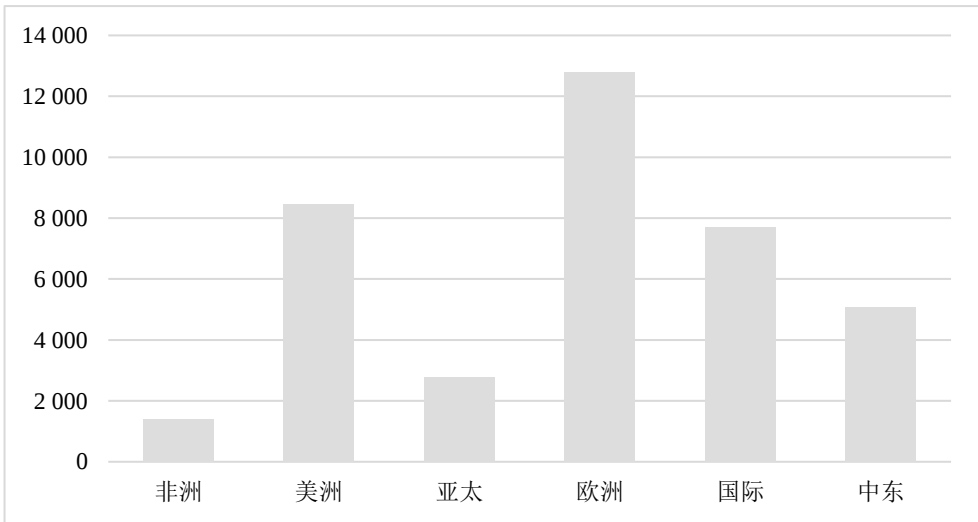
37. 2023 年 10 月，联合国电视广播平台的视频资料被播出 33 510 次，创下历史新高，主要可归因于以色列和巴勒斯坦被占领土的危机。各广播公司积极表达了对来自实地的影像素材的兴趣，这加强了全球传播部的编辑伙伴关系。

38. 2023 年 9 月中旬，水印系统 Teletrax 开始监测联合国电视广播平台内容在与广播公司和其他主要媒体账户有关的数字平台上的使用和传播情况，这相当于对跟踪系统进行了重大改进。此前，跟踪系统只监测电视广播。

39. 使用水印技术发现，2023 年 10 月播出情况的地理分布如下：非洲，播出 1 395 次；美洲，播出 8 470 次；亚洲和太平洋，播出 2 763 次；欧洲，播出 12 786 次；中东，播出 5 084 次；国际范围播出 3 012 次，其中包括受众遍布全球的各大广播公司的播出次数(见图四)。

图四

联合国电视广播平台视频资料播出的地域分布情况，2023 年 10 月



40. 根据使用该系统收集的数据，2023 年 7 月 1 日至 11 月 1 日期间媒体关注的主要议题是**以色列和巴勒斯坦被占领土的危机**，10 月 7 日至 11 月 1 日期间，151 家广播公司以数字方式使用了联合国电视广播平台的 80 套相关视频。

网播

41. 联合国网络电视是本组织的官方多语种视频流播平台，它继续扩大对在不同地理位置和时区举行的联合国会议和活动的现场直播和点播报道。实况流播报道覆盖联合国在纽约、日内瓦、维也纳、海牙、罗马和内罗毕的办事处，并直接从主办联合国会议的国家发出。

42. 联合国网络电视平台提供 136 000 多个关于各种议题的视频，供全球观众通过网络和移动设备选择观看。

43. 自 2023 年初以来，联合国网络电视网站提供所有六种正式语文版本。从 2022 年初开始举行的大会、安全理事会和联合国经济及社会理事会全体会议的**视频包含所有语文的可搜索元数据**。

44. 2023 年 7 月 1 日至 11 月 1 日，共有 4 860 万人在多语种联合国网络电视网站、@UNWebTV X 账户和 YouTube 联合国频道上观看了联合国会议和活动的流

媒体直播和点播报道，视频观看总时长为 1.852 亿分钟。观看最多的是关于以色列和巴勒斯坦被占领土危机、大会第七十八届会议高级别部分和乌克兰武装冲突的会议和活动视频。

YouTube 联合国频道

45. YouTube 联合国频道的观众群继续扩大，订阅人数到 2023 年 10 月达到了 280 万。大多数观众的年龄在 18 至 35 岁之间。

现场报道、电视广播和视频制作

46. 联合国电视台继续向半岛电视台、英国广播公司(BBC)、中国中央电视台(CCTV)、有线电视新闻网(CNN)、日本广播协会(NHK)和南非广播公司(SABC)等 70 多个国际电视网络以及欧洲电视台等广播联盟——它们有自己的区域客户网络——播出纽约总部的实况活动。例如，每当世界上任何地方的观众看到关于安全理事会的多机拍摄的新闻报道，该影像一定来自联合国电视台，因为它提供唯一的多机位视频流。

47. 在本报告所述期间，联合国电视台团队还提供会议后勤和演播室录制服务，并继续在纽约 Spectrum 有线电视的联合国频道上编排每周 7 天、每天 24 小时的节目。这些节目包括每日实况直播、重要活动重播和来自整个联合国系统的视频。这些节目还在联合国网络电视平台和 YouTube 联合国频道上进行流播。

48. 在本报告所述期间，联合国电视台指导和播出了对大会和安全理事会会议以及首脑会议、新闻简报会、特别活动和可持续发展目标媒体区的报道，其中媒体区活动的一个特色是全球传播部组织的专题小组讨论和对话。在大会第七十八届会议高级别部分期间，在可持续发展目标演播室制作每日实况新闻节目。联合国电视台团队还为其他混合和面对面节目提供了便利，包括经济和社会事务部组织的全球政策对话，以及联合国开发计划署推出的关于性别平等经济的“平等经济”(Equanomics)系列全球学习实验室。

49. 总体而言，2023 年 7 月 1 日至 11 月 1 日期间，联合国电视台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。

B. 联合国新闻

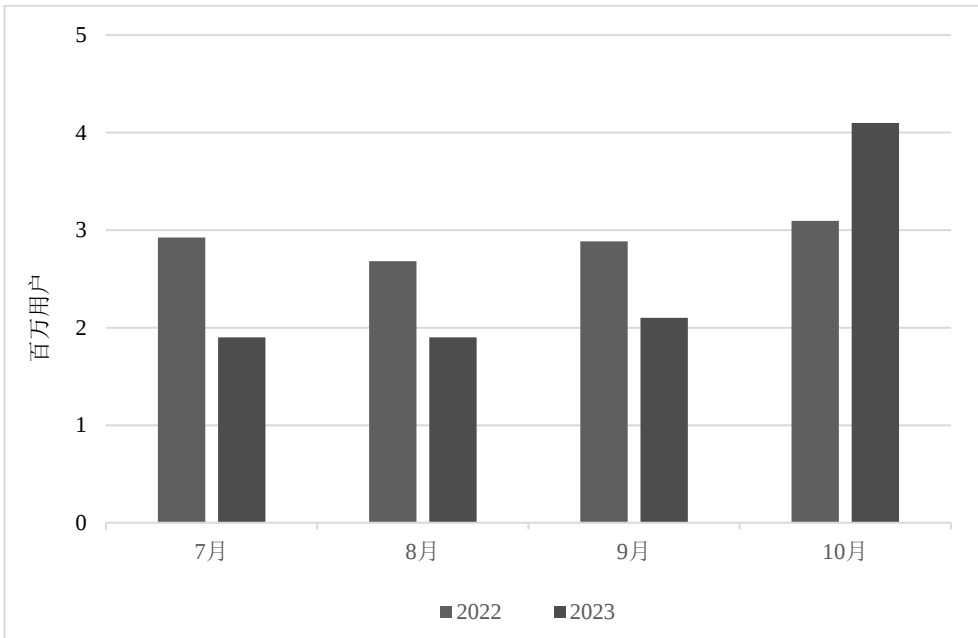
50. 联合国新闻是联合国的多媒体平台，提供及时、平衡和基于事实的危机报道，同时重点关注可持续发展和人权问题。在错误信息、虚假信息和仇恨言论大量出现之时，联合国新闻为读者和观众提供源源不断的事实和见解。

51. 为了提高参与度，传播部启动了一项战略，包括发布更多的突发新闻、来自实地的原创视频和音频访谈；每天在 X 上发布视频；以及对重要会议和活动进行实时发布。全球受众对与乌克兰武装冲突以及以色列和巴勒斯坦被占领土危机有关的报道有浓厚兴趣，他们转向多语种的联合国新闻以寻找权威信息。2023 年 9 月推出了具有新功能的改版联合国新闻应用程序，加强了促进受众参与和建立信任的努力。

52. 为了计量受众的实际人数，联合国新闻在两年前采用了新的“谷歌分析 4”计量工具，因此能够提供年同比数据；到 2024 年，新闻和媒体司的所有数字产品都将提供这类比较数据。2023 年 7 月 1 日至 11 月 1 日期间，联合国新闻获得了 990 万名用户的 1 790 万次网页浏览，他们浏览的网页涵盖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发布的内容，以及部分以乌尔都语发布的重点内容(见图五和图六)。

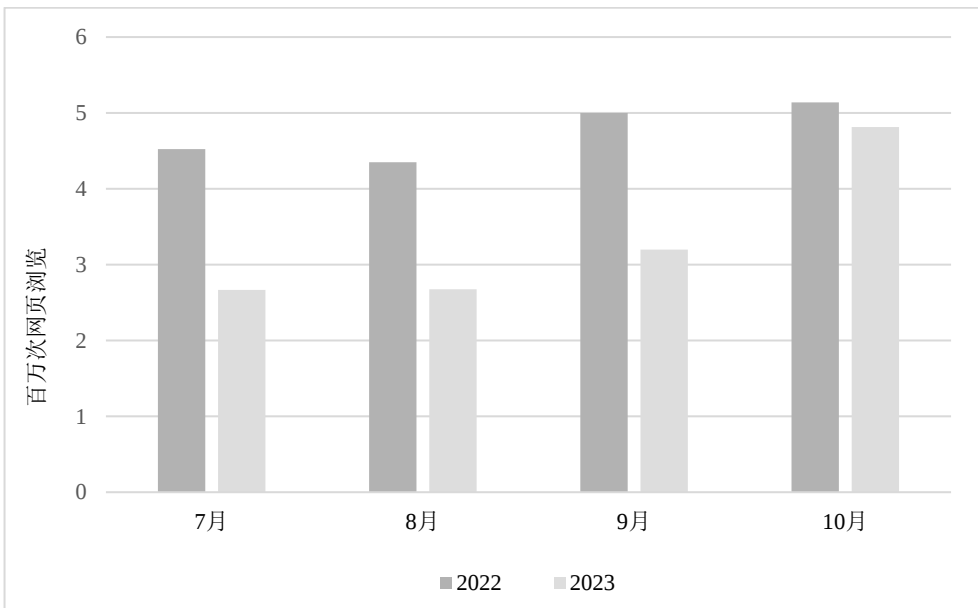
图五

联合国新闻的用户增长情况，2023 年 7 月 1 日至 11 月 1 日



图六

联合国新闻的网页浏览量，2023 年 7 月 1 日至 11 月 1 日



53. 在大会第七十八届会议高级别部分期间，联合国新闻各语文网站共获得 103 万名用户的 184 万次网页浏览。

54. 联合国新闻各语文团队制作了近 100 个关于气候行动的多媒体报道和专题报道，获得了 351 000 名用户的 55 万次浏览；与此同时，围绕人工智能议题也制作了一系列吸引人的新内容。

55. 为了抓住受众的兴趣，各语文团队通过“实时博客”网页实时更新关于重大事件的信息。这类内容通过社交媒体被迅速分享。另外，各团队还制作了关于国际人道法以及冲突局势中如何交付人道主义援助的专题内容。

56. 联合国新闻一如既往地捕捉官员的声音。这方面的例子包括采访世界气象组织首位女秘书长塞莱斯特·绍洛；国际原子能机构总干事拉斐尔·格罗西；以及秘书长驻刚果民主共和国特别代表兼联合国组织刚果民主共和国稳定特派团团长宾图·凯塔。

联合国新闻各语文团队

57. 在中东和北非发生重大危机的背景下，联合国新闻阿拉伯文团队提供经过核实且准确及时的新闻故事、原创报道和视频短片。半岛电视台和阿拉伯电视台等阿拉伯文媒体以及沙特通讯社、科威特通讯社和约旦通讯社等国家官方通讯社都援引并采用了这些内容。诺贝尔和平奖获得者、原子能机构前总干事穆罕默德·巴拉迪在其个人平台上引用并与他的大量粉丝分享了联合国新闻多篇关于苏丹和巴勒斯坦被占领土的阿拉伯文社交媒体帖子。

58. 在本报告所述期间，联合国新闻阿拉伯文网站的网页浏览量与上年同期相比有所增加，在脸上触达的受众数量和联合国新闻阿拉伯文 YouTube 网页的浏览量也有所增加。2023 年 7 月 1 日至 11 月 1 日期间，联合国新闻阿拉伯文团队制作了约 134 篇关于以色列和巴勒斯坦被占领土危机的报道和 63 篇关于苏丹冲突的报道。该团队还对变革者进行了原创性采访，受采访者包括前来总部参加联合国促进性别平等和增强妇女权能署(妇女署)组织的活动并就关于妇女与和平与安全的第 1325 号决议在安全理事会发言的苏丹著名妇女活动家。在大会第七十八届会议高级别部分期间，该团队对中东和北非区域的政治领导人和官员进行了访谈。这些访谈引起了国家和区域媒体机构的极大兴趣，一些媒体对访谈进行了专题报道，或制作了电视节目讨论访谈内容。

59. 2023 年 7 月 1 日至 11 月 1 日期间，联合国新闻中文团队制作了 800 篇新闻和多媒体专题报道。这些报道经常被中国主流媒体转载和引用，包括新浪新闻、《澎湃新闻》、中国环球电视网、《人民日报》、《环球时报》、中国新闻社和中国海峡之声广播网。区域性问题引起的关注度较高。

60. 联合国新闻中文团队还进一步传播秘书长对气候行动的呼吁，包括为此报道了秘书长参加 2023 年 10 月 17 日和 18 日在北京举行的第三届“一带一路”国际合作高峰论坛的情况。该团队制作了关于社交媒体如何放大中国国内的虚假信息 and 错误信息的深度专题报道，以及从以人为本的视角关注发展挑战解决方

案的报道。关于目标受众对视频内容的消费情况，举例而言，该团队在 2023 年 7 月 1 日至 11 月 1 日期间制作的 42 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共获得约 5 060 万次观看。

61. 2023 年 7 月 1 日至 11 月 1 日期间，联合国新闻英文网站的网页浏览量为 610 万次，用户数为 340 万。以色列和巴勒斯坦被占领土危机爆发后，随着人们寻求权威信息，网站参与度大幅提升，仅 10 月份就有 170 万用户浏览网页 280 万次。在上述期间，英文新闻音频内容的听众数量增加到 50 000 人，网页浏览量达 98 000 次。2023 年 11 月 1 日，联合国新闻在 X 上的英文账号的关注人数达到 75.7 万。一条关于大会就以色列和巴勒斯坦被占领土危机通过决议的帖子获得了 23 000 多次转发。《纽约时报》、英国广播公司和《卫报》等媒体援引并链接了联合国新闻报道。

62. 联合国新闻英文团队尝试新的报道风格，包括在 X 上进行博客直播和实时发布，并引入了更多解释类新闻内容，以提供有价值的见解、背景信息和基本事实，说明联合国是如何运作的，以及联合国如何能够解决问题，并为当前的危机和全球关切问题提供解决方案。该团队还致力于与受众互动，并聘请有影响力人士和活动家帮助宣传其工作，如巴西歌手、演员 Anitta，法国前职业足球运动员 Patrice Evra，以及联合国人口基金亲善大使、演员 Ashley Judd。

63. 2023 年 7 月 1 日至 11 月 1 日期间，联合国新闻法文网站的网页浏览量超过 111 万次，比 2022 年同期增加 7.4%，用户超过 64.9 万，增加 15.6%。分享法文报道的有：社交媒体上的有影响力人士；政府官员；比利时、加拿大和法国的议员；美国国务院的法文 X 账户；各种广播和线上媒体，如 L'important、法国国际广播电台和美国之音非洲频道。

64. 联合国新闻法文团队制作的每月播客向受众介绍有关气候、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。在大会第七十八届会议高级别部分期间，该团队制作了 38 个视频短片，包括每日总结和法语会员国代表的发言。该团队还为法语受众制作内容，重点关注中非共和国、刚果民主共和国、马里共和国和萨赫勒地区的和平与安全问题以及人权问题。在 X 上发布的一条关于大会 [ES-10/21](#) 号决议(涉及在以色列和巴勒斯坦被占领土保护平民和履行法律和人道主义义务)的帖子获得了 32 700 多次参与。

65. 联合国新闻印地语团队继续与新德里联合国新闻中心和驻地协调员办公室密切合作，制作有关南亚地区的内容。在本报告所述期间，该团队增添了几个新的合作伙伴，包括国际印地语协会、HindiUSA、设有印地语-乌尔都语课程的哥伦比亚大学以及剑桥大学亚洲和中东研究学院。印度主要新闻网站之一 Webdunia 也成为了合作伙伴。

66. 联合国新闻印地语团队在 2023 年 7 月 1 日至 11 月 1 日期间的报道包括：秘书长访问新德里参加 2023 年 9 月 9 日和 10 日在新德里 Bharat Mandapam 举行的二十国集团峰会，以及印度政府参与主办的首届世界卫生组织传统医学全球峰会于 2023 年 8 月 17 日和 18 日在印度甘地讷格尔市举行。该团队还制作了关于

妇女牵头倡议——从教育和创业到基层领导——的印地语报道。该团队广泛报道了全球问题和危机，包括关于以色列和巴勒斯坦被占领土危机的印地语版解释类新闻。乌克兰持续的武装冲突和联合国推动的黑海谷物倡议及其对全球粮食安全的影响也仍然是关注焦点。

67. 在本报告所述期间，联合国新闻斯瓦希里语团队扩大了受众范围，并获得了 30 个来自肯尼亚和坦桑尼亚联合共和国媒体和民间社会的新合作伙伴，这些伙伴将通过广播、电视、社交媒体、在线渠道、印刷品和博客以及在大学里使用该团队制作的内容。网页浏览量稳步上升，2023 年 7 月 1 日至 11 月 1 日期间的浏览量为 539 000 次，而 2022 年同期为 504 000 次。用户数量和 YouTube 订约人数也继续增加。

68. 联合国新闻斯瓦希里语网站的最大受众来自德国、肯尼亚、荷兰、坦桑尼亚联合共和国和美国。受众对有关全球重大问题的报道感兴趣，其中包括有关以色列和巴勒斯坦被占领土危机的约 160 个新闻故事和访谈，以及有关苏丹冲突的 55 个多媒体产品。非洲领导人在大会第七十八届会议高级别部分发表的国家声明引起了受众的共鸣。

69. 联合国新闻葡萄牙文团队对大会第七十八届会议高级别部分进行了广泛报道，以满足葡语受众的兴趣。该团队在高级别部分期间对各国总统和总理进行了六次采访。相关报道还包括对青年领袖、有影响力人士和国际机构负责人的采访。联合国新闻葡萄牙文团队的一名成员接受了有线电视新闻网葡萄牙文频道的采访，简要介绍大会高级别会议开幕后几天的情况。高级别部分期间制作的视频在 YouTube 上吸引了超过 27 000 次观看。2023 年 9 月 18 日至 26 日期间，联合国新闻葡萄牙文 YouTube 频道吸引了 113 000 次观看，显著高于 2022 年高级别期间的观看数。

70. 根据新出现的趋势，联合国新闻葡萄牙文团队推出了一系列视频，与有影响力人士进行有关联合国优先事项的访谈。2023 年 7 月 1 日至 11 月 1 日期间还继续报道各种危机。该团队与联合国人道主义事务协调厅合作，在乌克兰卡霍夫卡大坝坍塌后的几个月里制作了原创多媒体内容。对苏丹的报道包括对一名从受影响地区撤离的巴西维和人员的独家采访。关于以色列和巴勒斯坦被占领土危机，联合国新闻葡萄牙文团队的报道包括在巴西担任安全理事会主席期间就该局势采访巴西外交部长，以及突出介绍联合国实地救济活动的短视频报道。

71. 在本报告所述期间，联合国新闻俄文团队为寻求有关全球事件的及时信息的受众提供了准确的报道，并发表了引起该区域受众共鸣的新闻故事。乌克兰武装冲突和联合国帮助减轻当地民众痛苦的努力仍然是该团队报道的重点。俄文团队还报道了卡拉巴赫地区的局势以及以色列和巴勒斯坦被占领土危机。2023 年 7 月 1 日至 11 月 1 日期间，联合国新闻俄文网站的网页浏览量达到 160 万次，独立用户超过 110 万。相关报道获得了 AZERTAC(阿塞拜疆国家新闻社)、BelTA(白俄罗斯国家通讯社)、Forbes.kz 和 Kazinform 等新闻机构以及欧洲新闻台和德国之声等媒体俄文网站的定期转载。

72. 在以往合作的基础上，联合国新闻俄文团队采访了联合国难民事务高级专员公署亲善大使、歌手/作曲家、有影响力人士 **Manizha**，她在采访中谈到了对难民和家庭暴力受害者的援助问题。对安全理事会和大会中东问题会议的及时报道吸引了成千上万的独特用户访问网站。该团队对下列联合国官员进行了视频访谈：主管人道主义事务副秘书长兼紧急救济协调员马丁·格里菲思；负责阿富汗问题秘书长特别代表兼联合国阿富汗援助团团长萝扎·奥通巴耶娃；联合国埃塞俄比亚驻地兼人道主义协调员拉米兹·阿拉克巴罗夫。

73. 2023 年，联合国新闻西班牙文网站是联合国新闻九种语文网站中访问量第二大的网站，2023 年 7 月 1 日至 11 月 1 日期间的网页浏览量约为 420 万次，平均网页浏览时间接近 1 分 21 秒。根据新的流量模式，每个用户的网页浏览量增加了近 6%。人权和气候变化是最受访客欢迎的话题。

74. 访问联合国新闻西班牙文网站人数最多的 10 个国家按降序排列依次为墨西哥、哥伦比亚、西班牙、秘鲁、阿根廷、厄瓜多尔、智利、美国、危地马拉和玻利维亚。与以往报告所述期间一样，联合国新闻西班牙文团队与联合国外地办事处密切合作，制作原创专题报道，并委托联合国机构和当地特约记者进行合作报道。西班牙文团队与联合国布宜诺斯艾利斯新闻中心合作，发表了对泛美卫生组织主任贾尔巴斯·巴博萨博士等高级官员的采访。

75. 联合国乌尔都语网站“UN Khabarnama”（联合国通讯）于 2022 年推出，是联合国新闻系列的最新成员，已开始建立受众基础。这个一人团队对大会一般性辩论、难民的困境以及妇女和女童权利进行了广泛报道。该网站的网页浏览量和参与度稳步上升。

四. 其他服务

A. 照片和视听档案

数字化与联合国视听图书馆

76. 全球传播部继续开展联合国历史视听收藏数字化工作。截至 2023 年 11 月 1 日，共有 55 600 份符合条件的音频、视频和影片资料实现了数字化，同时有 14 000 条相关元数据条目被录入数字化数据库系统，其中 10 000 条已由专业档案工作人员核实。在经过处理的档案材料中，约 8 000 份材料被选中用于在联合国视听图书馆网站上发布。不符合数字化条件的材料包括备用剪辑片段和原始影像。

77. 由于数字化项目的资金已全部用完，视听记录的批量数字化工作已经停止，还剩下约 20% 符合条件的历史记录有待数字化。目前正在根据会员国和其他客户的要求有选择地进行数字化。

78. 音频光盘的现场数字化工作也在继续。截至 2023 年 11 月 1 日，在 15 000 多张历史音频光盘，9 254 张已由一名专业技术人员完成数字化。

79. 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。永久保存的数字化收藏囊括丰富的历史资料，其中包括关于国际联盟和建造纽约联合国总部的影像资料以及对知名演员和其他知名人士的音频采访。

联合国照片和照片资料室

80. 联合国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、在纽约市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。

81. 自 2020 年 11 月启动联合国照片数字资产管理系统以来，照片收藏已增加至 892 000 多张数字照片。该资产管理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、有效地访问、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而独特的联合国历史照片收藏。

82. 截至 2023 年 11 月 1 日，联合国照片 X 账户的粉丝人数已增至 124 350 多人；与此同时，联合国照片 Flickr 账户的图片浏览量不断增加，自该账户于 2009 年 7 月创建以来，累计浏览量共计 72 335 385 次。

83. 2023 年 7 月 1 日至 11 月 1 日期间，客户从联合国照片网站下载了超过 100 000 张高分辨率图片。此外，联合国照片资料室回应了 1 285 多项请求，分发了 3 200 张照片，同时处理了超过 2 900 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。

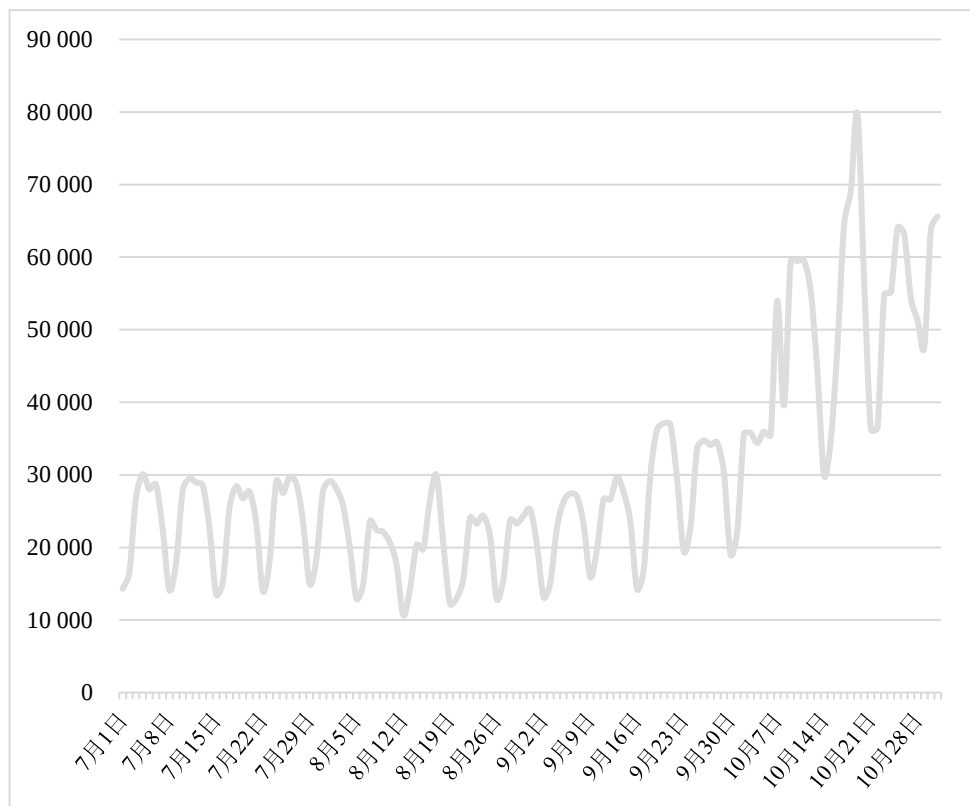
B. 会议报道

84. 全球传播部会议报道科继续以英文和法文提供准确、及时和全面的纽约总部政府间公开会议新闻稿。2023 年 7 月 1 日至 11 月 1 日期间，传播部发布了约 1 167 份新闻稿，共计 8 090 页。例如，该科报道了大会社会、人道主义和文化委员会(第三委员会)的 666 次发言，这是有记录以来的最高数字。

85. 2023 年 7 月 1 日至 11 月 1 日期间，英文和法文版会议报道和新闻稿网站的访问量分别为 2 309 347 和 337 105 次。这两个网站分别吸引了 1 581 505 和 252 216 个用户，网页浏览量分别达 3 085 235 和 429 489 次。网页浏览量随着大会第七十八届会议开幕而增加，并从 10 月 7 日开始在大会和安全理事会活动期间迅速增加(见图七)。

图七

会议报道科英文和法文网站每天的网页浏览量，2023 年 7 月 1 日至 11 月 1 日



86. 在本报告所述期间，来自 241 个国家和领土的浏览者访问了英文和法文版会议报道和新闻稿网站，它们中包括人口稀少的偏远岛屿，如圣皮埃尔岛和密克隆岛、南乔治亚岛和南桑威奇群岛以及托克劳。

C. 媒体核证和联络

87. 全球传播部媒体核证和联络股审查和批准媒体核证申请，以便记者报道总部的会议、简报会、合影机会和其他活动。2023 年 7 月 1 日至 11 月 1 日期间发出了约 3 000 张媒体通行证。

88. 在大会第七十八届会议高级别部分之前，全球传播部与秘书处其他部门合作设立了一个临时媒体中心，并提供其他服务，以促成对一般性辩论、高级别峰会和会外活动的报道。

89. 传播部通过该股的媒体文件中心分发联合国报告、政府间会议上的发言、表决记录和联合国全系统的新闻稿，提供关键问题的背景情况。

D. 伙伴关系

90. 全球传播部继续扩大在得不到充分服务的受众中的传播范围，与文莱达鲁萨兰国、印度、肯尼亚、莫桑比克、索马里、南非、西班牙、大不列颠及北爱尔兰联合王国和美国的新媒体伙伴签署了内容许可协议。新的合作伙伴包括从传统广播公司到线上新闻机构的各种类型，它们将在各自平台上提供传播部制作的一系列新闻和专题内容。

91. 传播部伙伴关系股继续推动各项传播运动，并支持传播部在重大问题上的工作，包括在阿拉伯叙利亚共和国和土耳其地震后，在联合国主要网站和联合国新闻中宣传危机后的恢复工作，并就应对错误信息和虚假信息(“打击虚假信息”网页的谷歌广告导入流量占每月访问量的 45%)以及开展气候行动(气候行动网页的谷歌广告导入流量占每月总访问量的 49%至 75%)进行宣传。

五. 结论

92. 在本报告所述期间，全球传播部的新闻和媒体团队努力为世界各地的受众制作动态和具有相关性的多语种内容。新闻和媒体司努力改善新闻输出和服务，并扩大受众群体。传播部的一部分战略涉及探索如何在最适合国际市场的时间发布材料，并利用分析工具得出洞察，以指导传播部多语种平台的报道方法。传播部侧重于视觉和解释类新闻和原创内容，并强调在错误信息、虚假信息和仇恨言论泛滥的时代突出展示事实。该部寻求与联合国在世界各地的办事处建立更密切的工作联系，以扩大传播范围，并在传统媒体和数字平台上创造融合全球不同来源的及时且吸引人的多语种内容。