



## 生物多样性公约

Distr.  
GENERAL

CBD/SBI/3/4/Add.1  
18 February 2021

CHINESE  
ORIGINAL: ENGLISH

执行问题附属机构  
第三次会议  
地点和日期待定  
临时议程\*项目5

### 2020年后全球生物多样性框架的宣传

执行秘书的说明

#### 一. 背景

1. 2020年后全球生物多样性框架预稿 ([CBD/POST2020/PREP/2/1](#)) 认识到，认识和宣传工作对其执行至关重要。草案指出，所有行为体都需要帮助提高人们对该框架的认识。它还谈到需要全社会参与执行工作。这包括需要在全世界、区域、国家、地方各级开展活动，也需要以支持其他相关国际进程和战略的方式执行该框架。

2. 在第14/34号决定中，缔约方大会决定，2020年后全球生物多样性框架应配套开展鼓舞和激励人心的2030年使命，作为实现2050年愿景“与自然和谐相处”的踏脚石，将采取协调一致、全面和创新的传播战略支持这一使命。预稿所载的2030年使命草案是：“在全社会采取紧急行动，使生物多样性走上恢复之路，以造福地球和人类。”

3. 以下文件代表了一个框架，可据此制定一项传播战略，以支持执行2020年后全球生物多样性框架及其行动的具体目标和战略目标，支持有待缔约方商定的2030年使命。需要根据2020年后全球生物多样性框架的最终商定案文和缔约方大会第十五届会议的相关决定，进一步制定该战略的最终形式。此后，需要按照下文第八节概述的程序，不断审查和定期更新该战略。

#### 二. 框架的范围和目的

4. 所有行为体和利益攸关方在就2020年后全球生物多样性框架的执行情况开展提高认识和宣传工作时，应使用以下框架来指导其行动和活动。这一初步指导旨在影响随后在全世界、区域、国家和国家以下各级以及土著人民和地方社区制定具体战略和行动计划，以期宣传2020年后全球生物多样性框架的2030年使命，支持其执行工作，提高对成功的认识。

\* CBD/SBI/3/1。

一旦2020年后框架获得通过，该框架应得到进一步发展，并在框架执行的十年期间接受定期审查和调整。

### 三. 目标

5. 这一战略背景下的宣传工作需要支持完成2030年使命的行动，包括那些将实现战略目标、行动目标和支撑框架的变革理论的行动。总体而言，该战略的宗旨不仅是支持完成2030年的使命，而且还支持实现《公约》的2050年愿景。在这方面，主要目标如下。

#### A. 宣传2020年后全球生物多样性框架的执行情况

6. 展示2020年后全球生物多样性框架及其2030年使命和战略目标与行动目标在全球、区域、国家和国家以下各级的执行情况。这些宣传应展示，在其他方，包括生物多样性相关公约、生物多样性议程上的其他行为体和其他相关行为体正在开展的行动背景下，框架的执行工作是如何进行的。这些工作将反映执行情况，鼓舞为力争实现2050年愿景采取进一步行动。

#### B. 敦促必要时采取额外行动

7. 关于第一个战略目标，如果就2020年后全球生物多样性框架的战略目标和行动目标开展的行动明显进展不足，宣传就需要促进对相关额外行动的支持。宣传应以积极的方式支持各种工作，就失败的后果提出告诫，或展示可以效仿其他领域的行动以取得进展力争完成使命的方式，从而促进行动。

#### C. 展示2020年后全球生物多样性框架与气候变化、土地退化、人类健康和可持续发展等全球主要挑战的相关性

8. 宣传工作将展示生物多样性和各种关键问题之间的相互联系。根据《联合国气候变化框架公约》发出的信息，这包括气候变化对生物多样性的影响，以及基于自然的气候变化解决方案。同样，该战略也将需要表明2020年后全球生物多样性框架下的工作如何促进《联合国防治荒漠化公约》下的工作。《生物多样性公约》的信息需要与《防治荒漠化公约》的议程和土地退化零增长信息宣传以及联合国生态系统恢复十年的目标联系起来。<sup>1</sup>

9. 人类健康问题也是一个关键领域，需要强调执行该框架对取得生物多样性议程之外的成果的贡献。工作与“一体化卫生”议程、大流行病预防和其他健康问题的联系，都是关键问题领域。

10. 2020年后全球生物多样性框架与《2030年可持续发展议程》<sup>2</sup>目标之间的密切联系也将是信息宣传和实现协同增效的一个重点。这两个议程的高度一致，将使这一努力更加容易。

11. 对于所有这些，重点是在各种宣传工作之间建立桥梁，并寻求协同增效作用。已经有例子提供了样板，例如生物多样性在可持续发展议程中的作用、生物多样性促进粮食安全、应对气候变化的基于自然的解决方案，以及关于生物多样性在健康中的作用的宣传。

---

<sup>1</sup> 大会第73/284号决议。

<sup>2</sup> 大会第70/1号决议。

#### **D. 支持主流化，增进该框架与传统生物多样性界以外的行为体的相关性**

12. 2020年后全球生物多样性框架需要“全社会”的参与才能执行。这包括需要在全球、区域、国家、地方各级开展活动，也需要以支持其他相关国际进程和战略的方式执行该框架。“因此，外联战略需要以各种行为体为目标，这些行为体迄今为止仍然远离《生物多样性公约》的目标，但它们的行动实际上却对生物多样性议程产生了影响。缔约方大会第十三届和第十四届会议确定的主流化部门均为应当成为吸引目标的社区实例。在吸引这些社区参与的过程中，重点应放在这些部门关注的核心问题以及生物多样性解决这些问题的方式上。

13. 这种方法也要求传播战略确保整个政府的行动办法。虽然某些关键部委已经涉足实现2050年愿景的计划，但仍有必要确保在所有政府部委中开展宣传，并确保这些工作能够促进行动。

14. 金融界和商界都是宣传工作中极其重要的受众。作为生物多样性及其生态系统服务的重要用户，企业支持可持续消费与生产的能力对于实现《公约》的目标至关重要。生物多样性养护和可持续利用与企业社会责任之间的联系非常重要。更重要的是宣传支持生物多样性行动的商业和金融案例。企业作为遗传资源使用者在遗传资源获取和惠益分享《名古屋议定书》背景中的作用也是一个重要因素。

#### **E. 确保主要利益攸关方得到代表**

15. 除了上述主流化受众之外，重要的是确保土著人民和地方社区、青年、妇女和民间社会的重要部门也成为宣传目标，并参与宣传工作。所有工作都需要纳入性别考虑因素。

#### **F. 监测执行情况以获得进一步支持**

16. 该战略还需要具备一支专门队伍，以确保框架执行情况监测透明，并易于向媒体和其他行为体宣传。目标将是进度宣传为一种工具，确保各级更充分地执行框架。《生物多样性公约》和国家行为体需要根据监测框架中的标题和其他指标，通过与信息交换所机制和《公约》交流平台相联的中央门户网站以及国家平台，提供透明而定期的最新进展情况。

17. 这些方面的数据应以易于传统媒体和在线媒体获取的格式提供，然后供媒体文章加工处理。把这种数据与数据可视化工具整合起来非常重要。与擅长这方面工作的媒体渠道建立伙伴关系是向前迈进的重要途径。所有指标的数据来源和基本理据应易于获取，并以专业和通俗的方式加以解释。为制定指标而设立的任何技术专家组也应包括关于这种宣传队伍的讨论。

18. 与监测队伍有关的宣传应每年或每两年有一个报告期，与国际生物多样性日或其他适当的活动挂钩。即将面世的《全球生物多样性展望》的编写与推出也应牢记宣传执行工作的需要。《全球生物多样性展望》的预算应该设有足够的资源以完成这项工作。

### **四. 关键信息**

19. 信息结构将根据本计划后面描述的迭代过程进行开发。将有一套适用于公众动员和宣传运动的总体信息，供所有行为体使用。在这种情况下，将有为特定受众量身定制的特定部门信息。这些将由与这些部门有接触的组织开发。信息宣传结构还将奉行“开源”运

动的原则，坚持核心信息宣传，但也允许不同的组织根据自己的品牌进行定制。这些信息也旨在为国家和国家以下各级设计迭代使用模板。下表概述了这种信息表的大致结构。此表中的信息不是最终信息，而是指明信息的类型。

顶层信息和“副标题”以及相关的标签 [#COP15和/或#ForNature]	
公众动员信息	宣传信息
[面向一般公众的保护信息]	[给政治决策者的信息]
[面向一般公众的行动目标信息]	[给林业部门的信息]
[生物多样性和气候变化的信息]	[给金融部门的信息]
[及其他]	[及其他]

20. 2020年后框架的信息需要与以前开发的信息宣传保持一致。这包括2050年愿景的信息宣传、关于可持续发展目标的信息宣传、基于自然的解决方案、联合国生态系统恢复十年、《全球生物多样性展望》第五版的结论以及《公约》的总体信息宣传。

21. 信息宣传需要以证据为基础，科学可信，借鉴生物多样性和生态系统服务政府间科学-政策平台的工作及其全球评估。信息宣传还需要符合并考虑到土著人民和地方社区的相关传统知识。

22. 信息宣传的要素如下：

(a) 总体而言，信息应传达人与生物多样性之间联系的一般要素，并支持人们生活的几乎所有方面都与生物多样性相关的现实；

(b) 信息应促进立即采取行动制止生物多样性丧失的紧迫感，并鼓励利益攸关方在2020年后全球生物多样性框架内采取行动，以此作为实现这一目标的手段；

(c) 信息还应突出较长的时间范围和里程碑，包括《2011-2020年生物多样性战略计划》的2050年愿景、<sup>3</sup>《2030年可持续发展议程》和气候进程的有时限的目标；

(d) 实现公平作为实现2050年愿景进程的一部分的重要性也应纳入其中；

(e) 信息还应将框架的目标与具体的国家发展优先事项联系起来，表明在国家一级实现可持续发展需要将生物多样性纳入这些活动；

(f) 具体的信息和活动应当顾及目标受众的价值观，应当在这些价值观的背景下表达生物多样性以及养护和可持续利用生物多样性的行动。因此，受众研究是任何信息定制的关键要素；

(g) 所有信息都需要一个公众动员轨道和一个与激励特定目标群体采取行动的相关轨道。

<sup>3</sup> 缔约方大会，第X/2号决定。

## 五. 受众与利益攸关方

23. 鉴于《公约》的全球受众，重要的是确定细分受众群体，并将与每个群体的交流与战略的不同目标联系起来，并相应地设计信息。对于以下受众群体，必须注意的是，他们既是接收信息的受众，也是将信息转化和/或传递给其他附属目标群体的群体。

### A. 《生物多样性公约》及其《议定书》的缔约方

24. 《公约》由各国政府在国家一级执行，因此，宣传的主要受众是缔约方。主要受众将不仅是《公约》及其《议定书》的联络点，还包括各部委、立法者和执行干事。《公约》及其《议定书》的国家联络点将需要这些工具，以便与各部委和其他政府部门联系，并建立宣传联盟，确保缔约方将生物多样性纳入其他部门工作的主流。这一群体包括国家以下各级政府和城市，它们越来越多地在执行种种生物多样性战略和行动计划。《公约》缔约方将需要组织国家宣传进程，包括相关的咨询委员会。

### B. 利益攸关方及《公约》核心受众和支持者的其他成员

25. 虽然缔约方是《公约》的主要关注点，但也有一些其他行为体和利益攸关方为缔约方提供支持，或者在执行《生物多样性公约》方面发挥单独的作用。因为这些行为体不是缔约方，面向他们的宣传将呈现不同的特点。同时，当这些行为体在国家一级开展支助活动时，可以把它们纳入这些运动。

26. 参与《公约》工作的联合国系统伙伴以及其他区域组织也很重要。这些行为体不仅将《公约》的工作传达给其他人，还将利用这一机会宣传他们自己的工作及其与可持续发展议程的相关性。将邀请全球传播部创建一个生物多样性宣传小组，该小组将与执行秘书合作，协调整个系统的宣传。还将邀请联合国环境规划署传播司设立一个专门的宣传协调中心。

27. 多边环境协定，无论是与生物多样性直接相关的协定，还是处理其他问题的协定，都将是重要的倍增因素和协调场所。为此，应邀请联合联络小组、生物多样性相关公约联络小组和环境管理小组确保议程宣传成为其年度议程上的一个常设项目，并应指定联络点。

28. 自然历史博物馆、植物园、动物园和水族馆属于其他团体，无论是在具体的保护行动还是在提高对生物多样性的认识方面，它们的工作对《公约》来说都至关重要。将邀请世界动物园和水族馆协会、欧洲动物园和水族馆协会以及欧洲科学中心和博物馆网络等大型协会协调宣传。

29. 设有国家分会的大型国际非政府组织也是工作的重要利益攸关方。国际自然保护联盟（自然保护联盟）和世界自然基金会就是这类组织的典型代表。秘书处和《公约》缔约方与这两个组织有着广泛的合作历史。这应在不影响与其他非政府组织关系的情况下继续下去。

30. 以保护为主题的非政府组织是一个核心支持群体，它们将再度传播《公约》的信息，推进保护议程。这些伙伴关系至关重要。

### C. 土著人民和地方社区

31. 必须加强与土著人民和地方社区的合作，宣传他们在养护和可持续利用生物多样性方面的作用，并展示他们的活动如何促进执行《公约》和其他与生物多样性有关的公约。在这方面，宣传应鼓励土著人民和地方社区在国家执行《公约》和2020年后全球生物多样性框架的背景下促进其活动。但是，也应当认为土著人民和地方社区的工作是养护和可持续利用生物多样性的原创和鼓舞人心的信息和做法的源头。在这方面，宣传应力求鼓励土著人民和地方社区在全球、区域、国家和地方各级庆祝、推广和传播与生物多样性的养护和可持续利用有关的传统知识。

### D. 公众和重要的利益攸关方群体

32. 人们常说，《公约》的工作需要以贴合“公众”的方式进行宣传。诚然，宣传的受众是全球性受众，因此应该包括每一个人，但同样明显的是，所有信息都可以传递给一个单一的公众，这一概念过于简单化，掩盖了细分受众群之间的一些重要差异。所谓的“公众”实际上是按国家、性别、社会经济水平和语言划分的若干不同细分受众群。因此，任何接触公众的尝试都需要采取一种适当的方法。

33. 对公众来说，最重要的细分仍然是在国家一级。理解生物多样性、环境功能和生态系统服务及其与广大公众的相关性，在很大程度上是由国情和各国关于人与自然以及生物多样性如何为他们提供价值的“叙述”所决定的。因此，任何争取公众参与的努力都需要在国家一级精心设计，并以总体叙述为基础。这意味着国家一级的运动是一个重要组织层级。

34. 接触公众的重要途径是通过协商、提高认识运动和媒体——广播、电视和印刷形式，特别是社交媒体。这样一来，就应当把媒体看作是一个倍增器和一个渠道，而不是受众本身。媒体力求制作能接触到公众的内容，因此，任何吸引媒体参与的工作都应当采取这种视角。

35. 应在国际和国家两级探索媒体伙伴关系，以发展和传播与执行战略计划有关的报道。应联系新闻机构，如蒙加贝、Now This、汤森路透、德国之声、新华社和英国广播公司。还应探索与国家地理、网飞和亚马逊等电影和电视制作组织的伙伴关系。

36. 媒体参与可能是一项极其广泛的工作。为确保资源的最佳利用，宣传工作应集中在与本战略中指明的一些参与群体相关的媒体若干部分，包括：

- (a) 报道环境政策的媒体；
- (b) 报道消费者问题（生活方式、生计和可持续性）的媒体；
- (c) 着眼保护问题的媒体；
- (d) 着眼科学的媒体；
- (e) 着眼商业的媒体；
- (f) 向更广大公众传播时事的媒体。

37. 还有一些特定的利益攸关方群体需要有重点地参与：

(a) 年轻人也是一群关键受众。可以通过联合国全系统与青年有关的活动开展工作，通过加强绿浪方案和其他类似举措作为实施十年的工具，通过利用社交媒体，包括脸书、推特、我的空间、YouTube，通过比赛竞赛，包括绘画、摄影和文章，来实现这一目标；

(b) 由于妇女是资源保护和可持续利用的主要利益攸关方，应特别关注将性别问题纳入所有参与活动的主流。

## E. 专家和机构

38. 这一细分受众群是不同科学技术领域的各种专家和机构群体，他们产生和传播支持执行《公约》的知识。联络他们对于确保产生和利用现有最佳科学知识支持《公约》十分重要。此外，这一专家群体受到公众的高度尊重，他们的信息可以为《公约》带来大量支持。确保他们传递的信息一致非常重要。这个群体在某些方面可能与《公约》的核心支持者重叠，但它有一个独特的身份。

## 六. 传播“舰队”与开源原则

39. 传播战略最好通过与“倍增器”共享开源材料的概念来实现，倍增器是能够向新区域、目标群体和传播空间转播信息和宣传工作的行为体。由于该战略的范围遍及全球，对国家和国家以下各级做了重要的细微分别，因此倍增器列表很广。上一节提到的群体是这些倍增器的一部分，但也可以确定其他群体。在2020年创建的“舰队”的工作中，可以找到一个例子，具体说明了应当组织该战略工作的动员工作。舰队的描述见下文。

40. 2019年11月21日和22日在科学、技术和工艺咨询附属机构第二十三次会议期间举行了专家会议，会议的结果之一是，一组一个由《公约》缔约方、联合国机构、多边环境协定秘书处、民间社会组织、青年、妇女及土著人民和地方社区联合成立了一个传播协调特设小组，称为“舰队”。这个名称来自2018年剑桥保护倡议会议。

41. 就人力资源而言，小组的参与成本较低，成员可以自由参与某些活动，而不参与其他活动。小组的共享产品遵循开源原则，注重包容性、透明性和中立性。重点始终是促进生物多样性/自然议程，目标是支持2020年后全球生物多样性框架的谈判。在这一年的会议和活动过程中，各组织正在群策群力，为小组编写信息。

42. 小组的协调和组织机制包括电子邮件列表、WhatsApp小组、小组每周会议和处理不同专题的特设小型工作组。如果有资源可用，那么可以动员工作人员担任筹备官员及其支持人员。小组确定了以下策略：

- (a) 伙伴启动时刻：包括国际日和其他纪念场合；
- (b) 制作开源内容（材料、帖子、图片、视频、故事）；
- (c) 确认成员实力，包括示范请愿、科学领袖、影响者网络、网络实力和教育团体；
- (d) 注重高峰时刻、重大事件和时刻；
- (e) 舰队成员将与媒体伙伴互动；



(f) 一些舰队成员可以编写白皮书，并开展其他倡导活动，支持2020年后全球生物多样性框架的一个强有力的传播目标；

(g) 推介新的和意外的声音；

(h) 针对特定目标的策略（如企业、信仰、议员）；

(i) 合并气候和生物多样性讨论。

## 七. 活动

43. 活动代表着重要的宣传机会，可以在通常媒体云集、各种社区都感兴趣的环境中把信息传播给各种受众。迄今为止，关于生物多样性议程的大型国际会议通常都是宣传的主要焦点。这些会议仍然是执行议程的重要机会，但它们不是仅有的机会。会议包括以下内容：

(a) 生物多样性公约缔约方大会会议；

(b) 联合国气候变化框架公约缔约方会议和联合国防治荒漠化公约缔约方会议；

(c) 其他生物多样性相关公约缔约方大会会议；

(d) 联合国大会年度会议，包括高级别政治论坛；

(e) 国际自然保护联盟会议；

(f) 世界经济论坛会议。

44. 可能与生物多样性议程相关但又有所不同的国家活动也是重要的宣传机会。国家文化庆典或独立庆典也应该用来显示生物多样性与国家认同的联系。

45. 联合国和其他重要的国际日也是可以注意到和庆祝《公约》工作的重要活动。就这些国际日来说，信息宣传应保持一致，以显示《公约》的执行如何有助于实现每个国际日的目标。要考虑的一些最重要的节日包括：世界湿地日、世界野生动植物日、世界水日、国际森林日、国际妇女节、世界卫生日、地球一小时、海洋日、地球日、地球母亲日、世界环境日、世界防治荒漠化日和世界粮食日。

46. 每年5月22日的国际生物多样性日也应当是进行任何宣传工作的一项极其重要的活动。以执行秘书确定的主题为指导，国家一级的行为体应利用这一天作为阐述国家愿景和对策的机会。

## 八. 战略的进一步发展和更新进程

47. 需要以参与、迭代和灵活的方式制定该战略，吸收不同组织和利益攸关方的意见，并在某些重要时刻做出调整。引导这一发展的应当是由执行秘书领导的国际一级的咨询和协商，然后国际一级的咨询和协商又会影响区域、国家和国家以下各级开展的进一步协商。在整个协商过程中，土著人民和地方社区的积极参与十分重要，同样重要的是需要确保充分纳入性别考虑因素。

48. 审查的职权范围如下：

(a) 不断审查根据缔约方大会决定商定的传播战略；



(b) 概述和评估已经开展的主要宣传活动，力求确定最佳做法、关于认识、影响和效力的基线数据的变化；

(c) 确定新的宣传领域，或调整现有战略的必要性；

(d) 针对具体目标、战略目标和2030年使命的进展跟踪宣传；

(e) 确定要接触的新行为体或合作伙伴；

(f) 确定资源需要。

49. 应定期、反复进行审查。建议包括以下时间。如果合适的话，也可以将其中某些时段组合起来：

(a) 紧接2020年后全球生物多样性框架文本通过之后；

(b) 执行问题附属机构会议之前；

(c) 缔约方大会会议之前；

(d) 在传播、教育和公众意识非正式咨询委员会的年度会议的某时；

(e) 作为生物多样性传播舰队定期会议的一部分，每年一次；

(f) 作为联合国生物多样性宣传小组的一部分，每年一次；

(g) 在联合联络小组会议、生物多样性相关公约联络小组会议和环境管理小组会议上，至少每两年一次；

(h) 在国家和国家以下各级，作为国家审查根据《公约》开展的行动的一部分，每年一次。

50. 后一点表明，缔约方需要在国家和/或国家以下各级创立审查机构。审查的任务也可以在现有的传播机构下确定，或作为国家报告现有工作或更新国家生物多样性战略和行动计划的一部分。

## 九. 社交媒体考虑因素

51. 该战略将需要利用现有的社交媒体和新技术。详尽列出要使用的技术是不合适的，因为这些技术的平台因区域而异，而且社交媒体领域的变化速度极快，随着时间的推移，某些平台已变得不相干了。然而，这一战略的实施应力求纳入最新的平台和技术，包括通过企业伙伴关系。需要考虑不同立法中涵盖的数据安全和对用户所有隐私权的保护。

## 十. 资源

52. 这一战略的指示性资源水平将随着计划的进一步制定而确定。国际一级将需要资源供执行秘书和相关国际行为体使用。国家和国家以下各级也需要资源用于开展国家一级的工作。

---