



## 生物多样性公约

Distr.  
GENERAL

CBD/COP/DEC/XIII/22  
13 December 2016

CHINESE  
ORIGINAL: ENGLISH

生物多样性公约缔约方大会  
第十三届会议  
2016年12月4日至17日，墨西哥坎昆  
议程项目12

### 生物多样性公约缔约方大会通过的决定

#### XIII/22. 传播战略框架

生物多样性公约缔约方大会，

回顾联合国大会第65/161号决议，其中，大会宣布2011-2020年为“联合国生物多样性十年”，

回顾第XI/2号决定及其对审查公约执行情况不限成员名额特设工作组第四次会议所审查的“联合国生物多样性十年”战略的支持，

回顾传播、教育和公众意识工作方案，

注意到自然保护联盟2016年世界自然保护大会第93号决议“将全球人民与自然联结起来”，以及该决议呼吁通过“人人享有自然”运动等途径为落实爱知生物多样性指标1提供支持，

1. 欢迎本决定附件所载执行秘书编制的全球传播战略框架；<sup>1</sup>
2. 邀请各缔约方在寻求制定本国国家战略和在通过信息交换所机制报告其工作结果时利用该框架；
3. 邀请联合国各机构和各多边基金，包括本决定附件提到的机构和多边基金在寻求制定各自机构的战略时也利用该框架；

<sup>1</sup> UNEP/CBD/COP/13/14。

4. 请执行秘书继续努力，包括与联合国秘书长办公室等“联合国生物多样性十年”现有合作伙伴进行合作和视资金情况发展新的伙伴关系，进一步执行和支持执行该框架，并向缔约方大会下一届会议报告结果；

5. 还请执行秘书，敦促各缔约方，并邀请其他国家政府和相关组织，根据缔约方大会关于与其他公约和国际组织合作的第 XIII/24 号决定，在协助和开展传播活动，包括网络战略中所设想的活动时，促进协同作用。

## 附件

### 一. 传播战略框架

#### A. 范围和宗旨

1. 下述战略旨在用作灵活的框架，指导执行秘书、《生物多样性公约》缔约方以及参与“联合国生物多样性十年”的其他合作伙伴、利益攸关方和行为体的行动和活动。其结果和结论应作为进一步制定和阐述执行秘书、各缔约方、利益攸关方和其他方面今后拟订的具体战略和行动计划指南。同时，还应不断审查该战略。

2. 《生物多样性公约》下传播框架的宗旨，是指导秘书处、各缔约方、其他国家政府和相关组织拟定以具体的全球、区域和国家利益攸关方为目标的有效的传播战略，以便推进《公约》的三项目标、方案、倡议和各项《议定书》。

#### B. 目标

3. 传播工作有必要持续地支持《生物多样性公约》、《2011-2020 年生物多样性战略计划》及其 2050 年愿景的执行工作。这些工作不仅应对“2011-2020 年联合国生物多样性十年”的剩余年份产生影响，而且应影响直至 2050 年之前的几十年。在此背景下，主要目标如下：

#### 宣传《2011-2020 年生物多样性战略计划》及其 2050 年愿景的执行情况

4. 传播工作有必要展现《2011-2020 年生物多样性战略计划》及其爱知生物多样性指标的执行情况。传播工作应明确地说明在国家和全球一级取得进展的领域以及需要采取额外行动的情况。这类工作还应说明《2011-2020 年生物多样性战略计划》的实施如何有助于实现生物多样性相关公约中其他与生物多样性有关的目标。

5. 传播工作的目标是准确地展现执行情况，同时激励各方进一步采取行动，以此实现激励各方为 2050 年愿景持续采取行动这一更广泛的目标。虽然“联合国生物多样性十年”过去四年内的传播工作侧重于实现《2011-2020 年生物多样性战略计划》，但为实现《生物多样性战略计划》2050 年愿景提供支持也很重要。

#### 敦促在需要时采取额外行动

6. 关于第一个目标，传播工作需要推动加大支持力度，以针对缔约方看来不能如期实

现的《生物多样性战略计划》目标和具体目标采取额外行动。传播工作的性质应是促进行动，其形式可以是积极地支助各种努力和告诫不能实现具体目标会带来的消极后果。

7. 缔约方在这方面将有一个特定的目标，即说明它们将如何在国家一级实现爱知生物多样性指标。其他利益攸关方则需要宣传其行动可如何为额外行动提供支持。

向多元受众证明生物多样性和《公约》工作与可持续发展和其他全球性  
优先事项的相关性

8. 《生物多样性公约》的三项目标明显地同其他国际性可持续发展目标相关关联。在证明生物多样性与这些不同问题的关联时，应该首先重点分析每个领域的核心关切，然后从生物多样性有助于解决这些挑战角度引入生物多样性。

9. 在这方面，气候变化议程尤为重要。需要努力展示生物多样性与气候变化之间的相互联系，包括在全球层面和在特定情况下气候变化对生物多样性的影响。强调生物多样性对气候变化缓解和适应努力（包括基于生态系统的适应和基于生态系统的减少灾害风险）的贡献同样重要。

10. 因此，需要努力说明《公约》下的工作如何有助于《联合国防治荒漠化公约》（《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》土地退化零增长的议程和信息传递联系起来。

11. 其他问题领域同样蕴藏着可供生物多样性为有效解决不同挑战作出显著贡献的机会。粮食和水安全以及公共卫生议程就是与之相关的战略性问题。

12. 此外，还有必要将信息普及到那些看似与《生物多样性公约》目标相去甚远、但实际上其行动会对《公约》工作产生影响的行为体。运输部、能源部、财政部和基础设施部应列为接触目标。在接触这些群体时，重点应放在这些部门所关切的核心问题以及生物多样性如何解决这些问题上面。

13. 企业界是新传播工作极为重要的一个受众群。作为生物多样性及其生态系统服务的重要用户群，企业向可持续消费模式转变的能力对于实现《生物多样性公约》的目标至关重要。生物多样性保护和可持续利用与企业社会责任之间的联系固然重要，但宣传生物多样性保护的商业案例更为重要。企业作为《关于获取和惠益分享的名古屋议定书》所指遗传资源的使用者的作用也是一个重要要素。

14. 青年也是一个重要的受众群体。只要存在某种全球青年文化或这种文化的区域变体，那么，对这个群体进行信息普及就会对未来几十年的行动产生重要意义。

提供能力发展工具

15. 要实现《生物多样性战略计划》的目标，许多《公约》缔约方必须额外增强本国的能力，很多情况下，需要发展能力予以实现。缔约方已频频表示，能力发展作为秘书处及其他行为体应该开展以确保实现爱知生物多样性指标的一项活动十分重要。因此，向行为

体传播这些工具并确保其全面发展将是一个重要的传播目标。这些工具与其他能力发展举措的联系以及与教育促进可持续发展议程的联系也很重要。

### C. 核心信息传递：核心信息的结构和要素

#### 信息传递的一般办法

16. 鉴于与“联合国生物多样性十年”有关的所有信息传递的受众是全球人民，而其应用能力各异，最好的信息结构是上有一整套总括性信息，下可以拟定和传输独立的具体信息。这是 2010 年“国际生物多样性年”的总体战略，该战略制定一项核心信息，并将之作为其他信息的模板，以适应不同受众的需求。

17. 为“联合国生物多样性十年”拟制的信息需要符合《生物多样性公约》进程所产生的核心文件。这包括第 X/2 号决定附件所载《2011-2020 年生物多样性战略计划》的信息传递，特别是目标、任务和愿景；《全球生物多样性展望》的结论，特别是第四版的结论；以及，“联合国生物多样性十年”门户网站上登载的信息。

18. 信息传递需要做到循证且科学上可信，同时，还应力求鼓舞人心。在生物多样性和生态系统服务政府间科学政策平台的概念框架（政府间科学政策平台第 2/4 号决定）中可以找到据以确立信息不同要素之间关系的重要依据。除此之外，信息还应基于其他出版物的结论，应继续以《全球生物多样性展望》为一个主要来源；但也可以参考经秘书处和缔约方大会审查的其他出版物。

19. 中期（从现在到 2020 年）的总体信息将会根据要实现的政策目标杂糅积极和消极信息。积极信息传递需兼具实用和“奇迹”要素。积极信息传递的一个层面是强调生物多样性或自然的作用，即人类所面临的可持续发展挑战的解决方案。因此，信息传递需要摒弃生物多样性是发展的受害者这种观念，转而侧重于生物多样性的丧失。积极信息的另一个层面是宣传自然的奇迹——物种和生态系统的魅力，以及生物多样性自身的复杂性和启发性。

20. 如上所述，传播战略的目标既是庆祝执行《2011-2020 年生物多样性战略计划》取得的成功，也是为鼓励采取必要的额外行动。如下所示，背景的概念对于为不同受众设计不同的信息十分重要。

21. 积极的信息将重点说明执行《生物多样性战略计划》的进展情况。此外，在述及成功时，还有必要强调实现该战略计划带来的惠益。应从实现该战略如何有助于提升人类福祉、实现可持续发展目标等的角度对这些惠益进行表述。谨建议各国政府在强调其成功时，将这些成功与本国可持续发展战略联系起来。

22. 应谨慎地使用消极的信息，但有时可能的确有必要阐述不能实现爱知生物多样性指标招致的后果。应从不采取行动就会丧失促进人类福祉的机会，或从不作为将导致导致复原和恢复生态系统服务所需成本增加的角度，对消极的信息加以表述。

23. 总括性信息旨在提供一个框架，供缔约方和其他行为体据以制作强调其具体执行成果的信息。

#### 品牌塑造

24. 信息传递的一个重要方面是品牌塑造。前后一致、构思妥善且具有吸引力的品牌塑造，可以显著提升核心信息传递的影响力。“生物多样性十年”就是一个明显的例证，其成功要归因于富于吸引力的标识和对生物多样性相关视觉元素的融合。在《公约》及其《议定书》的更广泛背景下，《生物多样性公约》的标识及其准则目前是《生物多样性公约》品牌塑造政策的核心。我们一直致力于将这一核心品牌塑造扩展为一项完全成熟的品牌塑造政策，目的是将之始终如一地贯彻于所有信息传递和传播渠道。《生物多样性公约》核心品牌塑造要素概述载于资料文件。

#### 信息传递的要素

25. 总体来说，信息传播的一般性内容应该是人与生物多样性之间的联系：

(a) 所传递的信息应帮助人们形成其生活的所有方面几乎都与生物多样性不可分割的认知；

(b) 传播工作应帮助人们更好地认识生物多样性丧失的威胁和保护生物多样性的惠益；

(c) 所传递的信息应增强采取行动以遏制生物多样性丧失的紧迫感，并鼓励人们现在就行动起来。

26. 信息还应突出强调《2011-2020年生物多样性战略计划》在更长时期内的愿景：

(a) 虽然现在就应该采取行动，但最重要的行动时机是本世纪中叶；

(b) 到二十一世纪中叶，人类应以维持生态系统服务为出发点，重视、保护、恢复并明智地利用生物多样性；

(c) 所采取的行动应力求维持一个健康的星球，并为所有人提供重要的惠益。

27. 信息还应将《2011-2020年生物多样性战略计划》的目标与具体的国家发展优先事项联系起来，以此表明在国家一级实现可持续发展如何将生物多样性纳入这些活动。

28. 所传递的信息清楚地表明生物多样性与其他可持续发展问题的联系，重点是可持续发展目标：

(a) 由联合国 193 个会员国共同商定的《2030年可持续发展议程》，确立了由普遍性目标和指标组成的宏伟框架，旨在应对一系列全球性社会挑战；

(b) 生物多样性、环境功能和生态系统服务直接有助于人类福祉和发展的优先事项。世界上近半人口直接依靠自然资源维持生计。最脆弱群体中有许多人直接依靠生物多

样性来满足其日常生活需要；

(c) 生物多样性还是许多经济活动（包括与农业、林业、渔业和旅游业有关的活动）的中心。生物多样性和生态系统的重要性在多项可持续发展目标和具体目标中均有体现；

(d) 因此，各国在着手实施《2030年可持续发展议程》及其可持续发展目标和落实国家可持续发展主要优先事项期间，务必要考虑到生物多样性和生态系统。

29. 所传递的信息应敦促目标受众采取行动。在作此敦促时，要确保这些信息列明目标群体可采取的保护生物多样性的具体行动，并就如何采取行动提供指导意见。

30. 具体的信息和运动应对目标受众的价值观具有敏感认识，并结合这些价值观来表述生物多样性以及保护和可持续利用生物多样性的行动。因此，受众研究是一切信息定制的一个关键要素。

#### D. 受众

31. 考虑到《公约》的受众遍布全球，必须首先确定受众群体，然后针对战略的不同目标将传播与各个群体联系起来，并据此拟制信息。对于以下受众群体，有必要指出，他们将既是接收信息的受众，又是将信息转换和/或传输到其他子目标群体的群体。

##### 《生物多样性公约》及其《议定书》的缔约方

32. 《生物多样性公约》在国家一级是由各国政府负责执行，因此，秘书处和其他国际一级行为体传播工作的主要对象是缔约方。在这一层级，《公约》及其《议定书》的联络点是主要受众。而在缔约方本身一级，《公约》及其《议定书》的国家联络点不仅是受众，它们还需要与通常参与生物多样性管理问题的部委和其他政府部门进行沟通，以确保缔约方将生物多样性纳入其他部门工作的主流。这些部位和部门包括国家以下各级政府和城市，它们正越来越多地执行生物多样性战略和行动计划。

##### 利益攸关方和《生物多样性公约》其他核心受众和对象

33. 缔约方是《生物多样性公约》的重中之重，但其他一些行为体和利益攸关方也很重要，它们为缔约方提供支助，或者还在《生物多样性公约》执行工作中发挥不同的作用。但这些行为体不是缔约方，故针对它们开展的传播工作性质有所不同。与此同时，这些行为体在国家一级开展支助活动时，可能会被列为某些传播工作的对象。

34. 《生物多样性公约》工作所涉联合国系统合作伙伴以及其他区域组织也很重要。这些行为体不仅将向其他行为体传播《公约》的工作，而且还将借机宣传自身的工作及其与可持续发展议程以及《2011-2020年生物多样性战略计划》的相关性。

35. 自然历史博物馆、植物园、动物园和水族馆是另一对象群体，其工作是《公约》的关键，无论从具体的保护行动还是从提高对生物多样性的认识的角度来看都是如此。

36. 自然保护联盟也是一个独一无二的组织。鉴于其在制定《公约》方面的作用及其在保护自然方面的核心作用，该联盟既是《公约》的主要受众，也是一个重要的增倍因素。

37. 从事保护工作的非政府组织是一个核心对象群，它们将二次传播《公约》的信息。

#### 土著人民和地方社区

38. 必须加大对土著人民和地方社区的工作力度，宣传其在养护和可持续利用生物多样性方面的作用，并展示其活动如何有助于执行《生物多样性公约》和其他生物多样性相关公约。在这方面，传播工作应鼓励土著人民和地方社区结合国家层面的《生物多样性公约》和《2011-2020 年生物多样性战略计划》执行工作促进其活动。但是，土著人民和当地社区的工作也应当被看作是保护和可持续利用生物多样性的富有创造性和启发性的信息和做法的来源。在这方面，传播工作应努力鼓励土著人民和地方社区称赞、推广和传播与在地方、国家、区域和全球各级保护和可持续利用生物多样性有关的传统知识。

#### 公共和重要利益攸关方团体

39. 人们经常提到，在传播《公约》工作时，需要将其与“公众”联系起来。确实，传播的受众是全球人民，应该包括每一个人，但那种将公众作为所有信息传递的单一受众的观念显然过于简单化，且掩盖了受众群之间的一些重要差异。所谓的“公众”实际上包括多个按照国家、性别、社会经济水平和语言细分的不同受众群。因此，任何与公众接触的尝试都需要采取一种适当的做法。

40. 其中国家一级公众的细分最为重要。对生物多样性、环境功能和生态系统服务及其与广大公众的相关性的理解在很大程度上取决于国家情况和关于人和自然以及生物多样性如何为人类提供价值的国家“叙事”。因此，任何试图吸引公众的努力都需要在国家一级精心筹备，并立足于总体性的叙述。

41. 协商、提高认识活动和媒体，特别是广播、电视和印刷品，都是影响公众的重要渠道。因此，媒体应被视为一种增倍因素和渠道，而不是受众本身。媒体力求制作出能够打动公众的内容，因此任何动员媒体参与的工作都应从这一视角出发。媒体动员应侧重于细分的媒体部分，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) 侧重于保护的媒体；
- (d) 基于科学的媒体；
- (e) 侧重于企业和绿色技能的媒体；
- (f) 侧重于向更广大民众进行传播的媒体。

42. 一些特定的利益攸关方群体也需要重点动员：

- (a) **企业**是极其重要的群体。传播工作应设法动员企业家协会，鼓励进一步发

展生物多样性的商业案例，并推动增加与生物多样性友好型企业的接触；

(b) **青年**也是关键的受众群。与青年进行接触的途径包括：通过联合国全系统青年有关的活动开展工作；加强“绿色浪潮”方案和其他类似倡议，并将之作为执行“生物多样性十年”的工具；使用社交媒体，包括脸书、推特、聚友网和 YouTube 等等；以及举办比赛和竞赛，包括绘画、摄影、作文等等；

(c) **妇女**是保护和可持续利用资源的关键利益攸关方，因此应特别注重将性别平等纳入所有参与活动的主流。

#### 资源人和资源机构

43. 这个受众部分包括不同科学和技术领域内的各类专家和机构群，他们所创造和传播的知识可为《公约》执行工作提供支持。与这些群体进行接触对于确保最先进的科学知识源源不断地涌现并被用于支助《生物多样性公约》十分重要。此外，这个专家群体值得公众高度尊重，其信息可为《公约》赢得大量支持，故确保其信息的一致性十分重要。这个群体在某些方面可能与《生物多样性公约》的核心对象群重叠，但它们具有独特的身份。

#### E. 资源

44. 在开展传播活动时，应依据下列资源拟制信息。此列表虽非详尽无遗，但这些资源应优先考虑。

#### 正式国家报告和战略

45. 缔约方根据缔约方大会的决定提交的支持《生物多样性公约》的正式来文是一项关键性传播资源。这些来文属于正式文件，其中报告了《生物多样性公约》在国家一级的执行情况并说明了各缔约方关于执行工作的意向。所有正式国家报告和战略在表述行动和国家目标时都应以商定的指标为背景。

(a) **国家生物多样性战略和行动计划**。国家生物多样性战略和行动计划代表缔约方的政策意向。现实情况是，根据《公约》进程制定的国家生物多样性战略和行动计划仅部分载有战略愿景和行动计划。其中一些可能纯粹是关于国家一级生物多样性的报告，特别是几年前制定的那些。然而，那些确实内载行动计划的国家生物多样性战略和行动计划应当用来传播国家一级的行动。此外，国家生物多样性战略和行动计划还应包括一项传播战略。在可能的情况下，国家生物多样性战略和行动计划的制定进程也应包括一项传播和外联战略。应该利用把传播工作纳入主流和就传播工作提出报告的工具，例如德国国际合作署（GIZ）和秘书处开发的在线爱知宣传海报工具；

(b) **国家报告**。秘书处和缔约方本身都应更多地利用国家报告中的信息。这些信息可用于说明执行工作取得的成功，以及查明需要加大工作力度的领域。还应努力从报告中获得结构化数据并加以利用。

### 《生物多样性公约》正式文件

46. 包括会前文件和会议报告在内的正式文件表明《生物多样性公约》的政策方向，因此这是一项重要资源，阐明《公约》项下问题的事态发展。缔约方大会的决定尤其重要。任何传播都需要据此展开，而且需要确保所传递的信息与之一致。

### 《生物多样性公约》出版物和其他资源

47. 有若干技术资源和出版物提供与《公约》执行有关的科学和技术咨询意见。这些资源的准确性是其赢得专家以及公众认可的基础，而这一准确性源于同行审议。因此，任何信息传递都应利用这些资源，以表明《公约》工作的科学基础。

48. 这些资源都具有技术性质，但各自又有其特定的格式、目标和语言。因此，在编制每一种资源时，都应牢记其所针对的具体社群，并采用适当的结构和叙述，没有统一的格式可循。然而，所有资源都应该具备特定的元数据。

## F. 渠道和增倍因素

49. 目前有多种渠道可借以向受众传送信息。本节简要概述了其中部分渠道，以及一些可充当信息增倍因素的行为体。

### 信息交换所机制及其相关信息服务

50. 信息交换所机制兼具渠道和增倍因素的功用。信息交换所机制旨在成为生物多样性知识网络的一个关键要素。根据《2011-2020年生物多样性战略计划》第22段，信息交换所机制将成为一个借以提供生物多样性业界知识和专门技术以促进和支助加强《公约》执行工作的渠道。还将在信息交换所机制中建立和维持国家信息交换所机制联络点，包括开通有效网站的专家网络。这些联络点将与秘书处维持的中央信息交换所机制相链接。《生物多样性公约》网站是该网络的中心联络点。此外，还有专门针对专业受众的其他要素，例如，生物安全信息交换所和获取和利益分享信息交换所。

51. 必须指出，信息交换所机制不仅被认为是《生物多样性公约》的网站和门户，还被理解为由缔约方维持的网站和信息服务共同结成的网络。目前仍需进一步开展工作，以确保资料和信息在整个网络中的传输。

52. 当前正在制定的《生物多样性公约》网络战略应当提供一个便利和支持本传播战略各个要素的平台并且应当规定大力发展基础设施，为针对不同行为体开展传播工作提供支持。该网络战略还应确保将社交媒体纳入和并入一切网站开发。任何网络和软件开发都应该将重点放在如何确保与联合国其他机构和联合国系统网络标准相协调上面。

### 社交媒体和社交网络

53. 社交媒体是指允许用户创建和共享内容或参与社交网络的网站和应用程序。虽然社交媒体应用程序因国家和地区而异，但使用最广泛的平台包括脸书、推特、Instagram、Snapchat、YouTube 和 LinkedIn。近年来，社交媒体和社交网络已成为促进集体行动的一

个极为重要的工具。事实上，秘书处在过去 24 个月中增幅最大的外联活动就是在社交媒体领域。

54. 社交媒体是所有传播战略的重要组成部分，秘书处将采用一套核心社交媒体信息，供其他行为体进行二次传递和调整。秘书处还将每年发布一项社交媒体计划，以待共享。2016 年，执行秘书发出通知，指出缔约方应通过其信息交换所机制等渠道与生物多样性公约秘书处社交媒体建立联系。虽然所有行为体都可以拥有独立的社交媒体策略来为其独特的社群服务，但必须协调好这些平台上的信息传递。此外，社交媒体的优势在于跨平台和行为体的内容共享。因此，共享内容和转发来自其他行为体的内容是一项重要策略。

55. 不同的社交媒体平台服务于不同的目的。部分指示性社交媒体平台如下：

(a) **脸书**。主要平台当属“生物多样性十年”的脸书页面 [www.facebook.com/UNbiodiversity](http://www.facebook.com/UNbiodiversity)。所有参与《生物多样性公约》和“生物多样性十年”的人都应设法链接到该页面。该页面的受众呈多样化——包括科学专家，以及世界各地的公众。因此，该页面上的内容不仅包括关于《生物多样性公约》的正式进程的信息，还包括更为通俗的信息；

(b) **推特**。秘书处的推特信息源页面是 [www.twitter.com/cbdnews](http://www.twitter.com/cbdnews)，这个页面上的推文是由秘书处在活动和事件的基础上编写而成。这个页面的主要受众同样是《生物多样性公约》进程的代表和参与者，以及其他国际谈判所涉人员。在相关情况下，各合作伙伴应努力转发该信息源的内容；

(c) **Instagram**。这一平台正日渐成为青少年的重要社交媒体工具，用户可通过附带叠加文本的图像来分享想法和体验。它是一种视觉媒介，而非文本媒介。秘书处一直在努力壮大 Instagram 的受众群。本传播战略的参与者可将该平台作为借助图像分享想法的一条途径；

(d) **Snapchat** 是青少年的另一个重要交流平台。用户可借助该平台共享简短的视频和文本，但这些视频和文本会稍纵即逝。这类内容可促进用户共享在某项活动或某一地点的即时体验；

(e) **LinkedIn** 是一个专业平台，越来越多地用于在脸书显得不够正式的情形下构建实践社区。该平台上有多个与生物多样性有关的专业和技术社区。该工具可用于促进与生物多样性政策有关的技术和科学行为体之间的交流。

#### 其他合作伙伴和增倍因素

56. 一些组织对本战略的执行具有重要作用。这些组织不仅是信息增倍因素，还代表着从《生物多样性战略计划》执行工作中获益的对象群组。它们包括但不限于以下组织：

(a) **生物多样性相关公约**。生物多样性相关公约的战略计划与《生物多样性战略计划》的目标相似，甚至在某些情况下还明确存在关联。应当协调好各公约之间的信息传递，包括其关于“世界湿地日”、“世界野生动物日”等国际日的信息传递。

(b) **联合国新闻部**是将《生物多样性公约》和生物多样性议程的工作与《2030年可持续发展议程》及其他活动联系起来的一条重要途径。新闻部还包括与联合国新闻中心的联系，后者可为《公约》区域工作提供支助；

(c) **联合国环境规划署（环境规划署）及其传播和新闻部**是一个重要的信息增倍因素。环境规划署的议程中包括一个重要的生物多样性组成部分，而且传播和新闻司的传播覆盖面具有全球性。《生物多样性公约》以往报告（包括《全球生物多样性展望》）的发行均获益于传播和新闻司的支助和通信基础设施。

(d) **联合国气候变化框架公约（气候变化框架公约）和联合国防治荒漠化公约（荒漠化公约）秘书处传播小组**是传播生物多样性、气候变化和土地退化议程执行之间协同增效的重要合作伙伴。这包括通过里约公约展馆等平台和其他联合传播活动。

(e) **全球环境基金（全环基金）秘书处**是传播工作的一个重要合作伙伴，因为全环基金相当于《公约》的资金机制。

(f) **国际自然及自然资源保护联盟（自然保护联盟）**是本传播战略的关键合作伙伴，因为自然保护联盟的工作对《生物多样性公约》的发展起到了推动作用。除自然保护联盟秘书处不断传递信息外，其自愿委员会也正在开展重要工作，其中最值得注意的是：

- (一) **自然保护联盟教育和传播委员会（教育和传播委员会）**。教育和传播委员会携手世界保护区委员会（保护区清单见下文）发起了“人人享有自然”倡议，该倡议是在“生物多样性国际年”以及“是爱，不是丧失”运动和“激励新一代”运动之后展开。该运动发挥着重要的载体作用，可传递关于与生物多样性和自然接触的信息。教育和传播委员会是实施爱知生物多样性指标 1 的重要合作伙伴；
- (二) **世界保护区委员会**。世界保护区委员会固然是“人人享有自然”倡议的合作伙伴，但它首先是一个致力于确保根据《生物多样性公约》落实爱知生物多样性指标 11 的委员会。因此，世界保护区委员会的信息传递需要鼓励实现关于保护区的目标，但它还需要传递信息说明这一目标的实现如何为各种其他可持续发展目标提供支持。
- (三) **物种生存委员会**。自然保护联盟危急清单是旨在显示爱知生物多样性指标 12 现状的一项重要传播工具；

(g) **教科文组织**是生物多样性科学领域和教育促进可持续发展领域的关键合作伙伴。为此，该组织工作可大大增强针对从事正规和非正规教育教育群体的信息和宣传；

(h) **动物园和水族馆**是一个重要的增倍因素，因为它们每年要接待数亿游客，普及面覆盖全球。世界动物园和水族馆协会之前曾开展了提高生物多样性认识的运动并大获成功，此外还开展了“这将大有作为”等运动；

(i) **植物园和自然历史博物馆**的作用与动物园和水族馆类似。植物园保护国际组织曾组织了一次支助生物多样性和“联合国生物多样性十年”的大规模运动，并将考虑进一步与它们合作；

(j) **世界自然基金会**作为主要工作队与传播、教育和公众意识非正式咨询委员会的成员，是“联合国生物多样性十年”的核心合作伙伴，其传播载体（包括地球生命力指数和地球一小时等项目）是将信息放大并推介给更多公众的有力工具。

(k) **媒体**及其与公众的关系详见本文件其他部分，但这里也应该被视为一个增倍因素。与选定媒体组织之间的战略合作伙伴关系可以发挥重要的杠杆和倍增效应；

(l) 联合国大使和其他知名发言人也是重要的增倍因素。

### 活动

57. 活动是重要的传播机会，那些媒体云集且吸引各类社群关注的活动能够将信息传播至各种各样的受众。迄今为止，关于生物多样性议程的大型国际会议通常是传播的重中之重，这些会议始终是实施该议程的重要机会，但并非唯一的机会。其中部分会议如下：

- (a) 生物多样性公约缔约方大会的会议；
- (b) 气候变化框架公约和荒漠化公约缔约方大会的会议；
- (c) 其他生物多样性相关公约缔约方大会的会议；
- (d) 联合国大会年度会议；
- (e) 国际自然保护联盟的会议。

58. 在所有这些会议上，应当抓住机会宣传本传播战略的目标，并展现联系。

59. 那些可能与生物多样性议程相关但又与之不同的国家活动也是重要的传播机会。国家文化庆祝活动或独立庆祝活动也应被用来展现生物多样性与民族特性的联系。

60. 联合国及其他重要国际日也是让人们注意到和庆祝《公约》工作的重要活动。这些国际日期间的信息传递应该协调统一，以表明《公约》的执行如何有助于实现每一天的目标。可予考虑的一些最重要的国际日包括：世界湿地日、世界野生动物日、世界水日、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。

61. 每年5月22日的“国际生物多样性日”也应成为开展传播工作的一项极其重要的活动。国家一级行为体应以执行秘书确定的主题为指导，借这一天来阐明国家愿景和应对努力。

## G. 主要作用和行动

62. 鉴于上述所有要素，按照设想，各方为执行本战略而拟预开展的活动和发挥的作用如下。下文概述的作用是指示性的，应根据最新资料进行调整。

63. **生物多样性公约秘书处。**执行秘书和秘书处工作人员将在制定传播框架、不断审查传播现状以及设法协调其他行为体并向其提供咨询方面发挥作用。除此之外，秘书处还将提供侧重于本战略所述主要目标的总括性信息，并将协助缔约方和其他利益攸关方实施该计划，协助形式是通过已成立的传播工作队进行协调，这些工作队除其他外包括环境规划署的区域新闻干事、联合国新闻部传播工作队和生物多样性相关公约联络小组传播工作队。可加大工作力度的一些关键机会分列如下。

64. **联合国机构。**各类联合国行为体在执行本战略方面发挥着关键作用，不仅要设法将其信息传递与全球生物多样性议程联系起来，而且还要查明生物多样性议程可通过哪些方式为其活动提供信息和内容。应进一步努力开展传播生物多样性的协调运动，例如：

(a) **联合国秘书长：**按照联合国大会第 65/161 号决议的要求，在整个联合国系统内提升“生物多样性十年”和生物多样性的受关注程度；

(b) **新闻部：**为与《2030 年可持续发展议程》有关的生物多样性相关活动以及其他活动提供信息传递支持，包括使之与世界各地的联合国新闻中心建立联系；

(c) **教科文组织：**将生物多样性纳入其关于教育促进可持续发展的工作、其在科学部门的生物多样性工作和传播支助，以此提供支持；

(d) **环境规划署：**动员其传播和新闻部和其区域新闻干事网络支持生物多样性传播工作，以此提供支持。协调可持续消费和生产形态方案十年框架的活动；设法利用“世界环境日”来强调生物多样性问题；

(e) **开发计划署：**宣传将生物多样性纳入国家一级工作的方式；

(f) **联合国旅游组织：**协调关于可持续旅游业的信息传播；

(g) **粮农组织：**酌情使其信息传递与“生物多样性十年”相协调。

65. 生物多样性公约**缔约方**将是传播各国版全球信息传递的主要手段。因此，它们将：

(a) 根据国情和国家受众定制信息；

(b) 组织开展有助于本传播战略的大小活动；

(c) 说明本国执行《生物多样性战略计划》的情况；

(d) 为全球传播运动提供资源；

(e) 跟踪记录公众对生物多样性及其价值的认识水平；

(f) 与其他“非生物多样性”部委搭建传播桥梁，包括将其他部委纳入国家生物多样性战略和行动计划的活动。

66. **国际非政府组织**。在实地致力于自然保护、可持续发展和其他环境工作的非政府组织是主要合作伙伴。它们将努力宣传其工作在实现《2011-2020年生物多样性战略计划》方面的相关性，并利用其传播工作为该《战略计划》提供支持。

67. **土著人民和地方社区**。土著人民和地方社区作为养护和可持续利用生物多样性相关传统知识保管人是《公约》的一个关键群体。其作用是展现：

(a) 传统知识对国家和全球一级生物多样性保护和可持续利用的贡献；

(b) 对《2011-2020年生物多样性战略计划》执行工作的贡献。

68. **国家民间社会组织**。这些团体在国家一级的《公约》执行中以及在国际层面都大有可为。它们应表明支持《公约》的工作，并应努力获得公众支持。

69. **自然历史博物馆、动物园和水族馆、植物园**。这些群体应继续其传播工作，包括任何行为改变活动；

70. **青年**将宣传他们在生物多样性保护和可持续利用方面的作用，包括通过青年组织。

71. **企业界**将宣传它们保护和可持续利用生物多样性的方式，包括通过支持生物多样性的新的商业案例和可持续性举措。

72. 其他组织和行为体只要认同并参与生物多样性议程，就可以将其添至此列。

---