



United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization

Diversity of
Cultural Expressions

Organisation
des Nations Unies
pour l'éducation,
la science et la culture

Diversité
des expressions
culturelles

Organización
de las Naciones Unidas
para la Educación,
la Ciencia y la Cultura

Diversidad
de las expresiones
culturales

Организация
Объединенных Наций по
вопросам образования,
науки и культуры

Разнообразие форм
культурного
самовыражения

منظمة الأمم المتحدة
للتربية والعلم والثقافة

تنوع أشكال التعبير
الثقافي

联合国教育、
科学及文化组织

文化表现形式
多样性

5 CP

CE/15/5.CP/13

2015年3月25日，巴黎

原文：英语

《保护和促进文化表现形式多样性公约》缔约国大会

第五次例行会议

巴黎联合国教科文组织总部第二会议厅

2015年6月10-12日

临时议程第13项：提高《公约》知名度

保护和促进文化表现形式多样性政府间委员会在其第8次例行会议上通过其8.IGC 17号决定向缔约国大会建议，应将《公约》知名度问题纳入第5次例行会议议程中。本文件包括理事机构的辩论摘要、决定和决议以及有关秘书处为提高《公约》知名度而采取的行动的其他相关信息。

需作出的决定：第31段

1. 保护和促进文化表现形式多样性政府间委员会（以下简称“委员会”）在其第 8 次例行会议上举行了关于《公约》知名度的辩论。委员会在其 8.IGC 17 号决定中向缔约国大会建议，应将《公约》知名度问题纳入大会第 5 次例行会议的议程中。委员会确认理事机构已举行了多次辩论并做出了各种决定和决议，同时请秘书处总结所有相关信息并提交给缔约国大会进行讨论。委员会还请所有缔约国和民间社会组织将他们计划于 2015 年组织的《公约》10 周年庆祝的各种活动信息通报给秘书处。

理事机构的各种决议和决定

2. 根据《保护和促进文化表现形式多样性公约》（以下简称“《公约》”）第 23.6 (a) 条的规定，要求委员会推进《公约》的各项目标并对《公约》的执行情况进行监督。委员会在其第 2 次例行会议（2008 年 12 月 8-12 日）上，决定将有关增强《公约》知名度各项措施的审查事项纳入其第 2 次特别会议的议程中（见 2.IGC 9 号决定）。

3. 委员会在其第 2 次特别会议上（2009 年 3 月 23-25 日）对知名度问题首次进行了辩论，涉及教育、信息、传播和国际合作等主题。此次辩论表明，《公约》的知名度和推广与以下方面密切相关：

- 认可战略：该战略鼓励各缔约国和民间团体继续努力，广泛传播与良好做法和认可《公约》的益处有关的信息，从而推动《公约》的认可，尤其是在亚太地区和阿拉伯国家这些代表性不足的地区¹；
- 在《公约》的运作阶段，通过对包含相关框架和机制的指南的审议，使各缔约国可以交流经验、最佳实践、数据和信息；
- 国际文化多样性基金（IFCD 基金）。

4. 在首次辩论结束后，委员会请秘书处与《公约》各缔约国进行战略框架方面的磋商，该战略框架用于制订有关增强《公约》知名度和推广方面的操作指南，特别提到了良好做法。委员会还请秘书处通过非政府组织——联合国教科文组织联络委员会与民间团体进行这方面的磋商（见 2.EXT.IGC7 号决定）。在此次会议上，委员会对标识的确立进行了首次讨论，并请秘书处与各缔约国和民间团体进行磋商（见 2.EXT.IGC 7 号决定）。

5. 在其第 2 次例行会议上（2009 年 6 月 15-16 日），缔约国大会请“委员会继续工作，并在下次缔约国大会上提交[...]以便审批，增强《公约》知名度和推广《公约》的各种措施的操作指南草案”（见 2.CP7 号决议）。缔约国大会还请委员会对提名一个或多个公共人物负责《公约》推广的适当性和可行性进行审查，将各项目标、方式、任务和费用考虑在内，并将此事报告给缔约国大会第 3 次会议（见 2.CP 7 号决议）。

6. 虽然《公约》中有许多条款强调需要促进文化表现形式的多样性并在地方、国家和国际层面加大对其价值的认识，却没有明确强调制定一项知名度战略的必要性。但是与所有国际文书一样，《公约》已根据其正文内含的各项原则和理念制定了一个战略框架。例如：尊重人权和基本自由；各国采纳并实施促进文化表现形式多样性的各种政策的主权权利；在文化产品和服务的流通以及艺术家和文化专业人才的流动方面的公平机会、开放性和平衡性；文化活动、产品和服务的双重性质及其为可持续发展和国际合作做出的贡献。

7. 根据 2.EXT.IGC 7 号决定，秘书处于 2009 年 7 月 6 日向各缔约国和非政府组织联合国教科文组织联络委员会发出了一份调查问卷，确保与民间团体代表进行协调。这些回复都转载

¹ 有关执行认可战略所采取的具体活动的更多信息，请见 CE/15/5.CP/INF 7 号资料性文件。

在 CE/09/3.IGC/211/INF.5 号资料性文件中，并在委员会第 3 次例行会议（2009 年 12 月）上进行了分发传阅。

8. 这些回复强调了：

- (i) 制定一个战略框架的必要性，所有与执行《公约》宣传措施相关的利害关系人都必须参与制定该框架；
- (ii) 确定各种宣传活动类型的必要性；
- (iii) 为《公约》选定一个标识的意愿及有待选定的附带宣传语的性质；
- (iv) 为宣传活动提供专用专项资金的必要性。

9. 回复还显示，为了推广《公约》并提高其知名度，各缔约国有必要通过明确定义的宣传语来推广《公约》。在此方面，回复强调这些宣传语应着眼于文化表现形式多样性的概念，根植于《公约》的各项规定，尤其是《公约》的各项目标和原则，针对目标公众进行适当调整。回复还强调应聘用专业人士协助秘书处开展此项活动。

10. 在其第 3 次例行会议上（2009 年 12 月），委员会原则上决定设立一个标识，使委员会的各项活动及各缔约国为推进《公约》目标和原则而开展的各项活动具有更大的知名度。委员会还邀请秘书处对《公约》标识的设立开展可行性研究和成本分析。委员会也邀请秘书处编写一份关于使用标识的操作指南草案初稿（3.IGC 6 号决定）。

11. 在其第 3 次例行会议上（2011 年 6 月），缔约国大会批准了关于确保《公约》知名度和推广活动各项措施的《操作指南》（3.CP 7 号决议），该指南提供了这个战略框架。指南概述了各缔约国在国家、地区和国际层面的各项措施、民间团体的贡献以及联合国教科文组织秘书处的作用。例如，鼓励各缔约国在其地域范围内制定具体措施，如动员政策制定者和各个不同领域的意见领袖加强机构间的合作与对话。还鼓励缔约国为公众、私营部门和民间团体在实施知名度宣传活动时提供支持，增强传播工具的可用性，鼓励并推动媒体宣传活动等。秘书处应收集和分享信息并促进信息交流，开发各种工具传播《公约》的关键信息，促进宣传知名度的组织的发展，并对那些在 IFCD 基金框架内开展的项目和活动进行宣传。

12. 在其第 4 次例行会议上（2010 年 12 月），委员会对于任命一位公众人物负责《公约》推广的针对性举行了第一次辩论。CE/10/4.IGC/205/6 号工作文件指出，可以采用一名或负责不同任务的多名发言人的形式，并且如果采用一位发言人，每年的最低费用将是 151413 美元，如果是六位发言人，费用为 327846 美元。文件还指出，在每位发言人的精确任务和能力方面可能存在困难，将很难对预期的结果进行监测。委员会决定，任命一位公众人物负责提高《公约》的知名度还为时过早并且费用过高，并且“各个缔约国有权选择其认为合适的机制来推广《公约》的各目标，包括任命一位发言人的可能性。”（4.IGC 6 号决定）。委员会指出，指定的《公约》国家联络点可以作为代言人组织并参与《公约》的推广活动。

采取的行动

13. 秘书处为了提高《公约》知名度而采取的各项行动是建立在理事机构的各项操作指南、决议、决定和辩论基础上的。这些行动得到了西班牙政府的支持，这些支持包括：

- 编制了一项策略并进行了测试，发给世界不同地区的各种利益相关群体；
- 将成果用于制作新的宣传工具，提高《公约》的知名度，包括针对特定受众——尤其是年轻人——的新信息工具包及工具；
- 制作并分发宣传材料，以便更好地宣传 IFCD 基金的成果和影响；

- 为旨在加强《公约》知名度并提高《公约》认可度的各种研讨会/活动提供支持。

信息和传播工具

14. 秘书处聘用了传播领域的专业人才对将要使用的宣传语提供建议。例如，Small World Stories 传播公司设计了 this 标语：“创意投资：社会转型”（Investing in Creativity: Transforming Societies）。该宣传语表达了秘书处的所有传播行动，并以宣传《公约》执行活动的形式（语言和视觉宣传）对决策产生影响，一方面强调了现代化的创意表达形式，另一方面又强调了为推动转型变革所采取的行动的影响。

15. 联合国教科文组织各个外地办事处基于能直接传达给当地受众的宣传语一直在积极开发各种工具。其中一些实例包括：

- “CULTRIP”²（一个以视频游戏为表现形式的 5 分钟宣传片）是由联合国教科文组织哈瓦那办事处和古巴的圣安东尼奥德洛斯巴诺斯国际电影电视学校制作的。制作模式为一支由年轻的插画家、制片人、编剧、编辑和后期制作人员组成的团队将其电影制作理论知识应用于实践培训，从而使这些文化专业人才的能力得以提高。这个宣传片为他们提供了一个学习《公约》主要内容的过程，并帮助他们增强了对一个事实的认识：即《公约》的主要利益相关者之一就是像他们一样的艺术家和文化专业人士，从而使他们变成《公约》的坚决拥护者。这些视频现在常用于提高对《公约》认识的研讨会上。
- “Experimenta. Aprende. Crea.”（四分钟视频）是在厄瓜多尔的联合国教科文组织青年论坛举行期间制作的。这部宣传片是由青年论坛的参与者构思、开发和创作的，是一种强大的工具，它从年轻人的视野解释了保护和促进文化表现形式多样性的重要性。《公约》利益相关者正将其用于增强对《公约》的认识的宣传活动。
- “联合国教科文组织青年多样性工具包”（UNESCO Diversity Kit for Youth）是一款根据联合国教科文组织《2014-2017 年青年操作战略》而开发的在线游戏，它以青少年为目标对象，具有教育性和创新性。该游戏旨在授权并促进年轻人参与《公约》的执行过程。除了西班牙语版本之外，该游戏还提供巴斯克语和加泰罗尼亚语版本。该游戏是由联合国教科文组织和一个由教育专家和平面设计师组成的团队共同开发的，具有交互性，使青少年可以通过个人途径探索《公约》的主题。在西班牙和整个拉丁美洲，培训师研讨会已采用该工具包进行培训，对工具包的信息进行测试，并指定教师来教学生如何使用。
- 西班牙语儿童杂志“ele”专门制作了一期针对《公约》的特刊，使年轻读者能够接触到文化表现形式多样性、价值链和文化政策等概念。
- 一种新的信息工具包为大量利益相关者提供了经缔约国认定的，有关《公约》与优先主题之间相关性的基本信息。该工具包提供了有关《公约》影响的切实证据，预计将不仅用于提高对《公约》的认识及促进其获得认可，而且也将阐明如何进一步执行《公约》。

16. 最后，这种信息传播方式已塑造了IFCD基金的所有推广活动，包括企业宣传片、IFCD 基金项目纪录片、被称为e-updates的电子简讯（可以通过不同的电子设备，包括智能手机和平板电脑访问这些简讯）、三份ICFD基金宣传册等。这些传播工具被定义为IFCD基金筹资战略的一部分，证明那些为了提高IFCD基金知名度和认识的活动也可以间接地促进对《公约》的认识。

² “CULTRIP”指一次文化产业之旅，是《公约》主要概念和总体信息的视觉化呈现，即文化不仅有利于经济，也有利于人类的发展，需要制定更多政策和措施来加强文化治理，联合国教科文组织是文化行业的一个国际合作平台。

17. 在 2010–2015 年期间,《公约》网站 <https://en.unesco.org/creativity/>经历了自身的转型,正在成为信息和知识共享的重要来源。随着不断改进和扩展内容,网站使用英语、法语和西班牙语为缔约国、合作伙伴和广大公众提供丰富的信息。

为推广《公约》创造一个视觉形象

18. 委员会在其第3次例行会议上(2009年12月)做出一项决定,即创建一个标识,为委员会的各种活动及缔约国开展的《公约》原则和目标推广活动提供视觉支持(3.IGC 6号决定)。

19. 缔约国大会在其第4次例行会议上(2013年6月),选择了一个标识,并批准了有关标识使用的《操作指南》(4.CP 9号决议)。会议决定可以独立使用标识(独立标识)或与联合国教科文组织的标识一起使用(联合标识)(4.CP 12号决议)。

20. 选定的标识灵感来自于为了推广《公约》而制定的核心信息——创意和转型变革——现有的“公约圈”以及属于《公约》原则和联合国教科文组织任务核心的国际合作的视觉形象。标识设计的出发点为地球仪,尤其是位于联合国教科文组织总部花园中由 Erik Reitzel 构思的象征性地球仪(Symbolic Globe)作品。该标识的经纬线用彩色圆圈标识。线条、标记以及一些具有动感的圆圈——所有这些都表现了人类的姿势,采用艺术形式说明了“文化表现形式”的概念。所选颜色的细微差别和深浅不同以及断裂的线条和圆圈共同象征着生生不息的“多样性”,所有这些集合和结构最终形成一个单独的体系:地球。

信息共享

21. 信息的传播和交流,特别是在《公约》执行的具体措施方面的信息传播和交流,被视为是一项优先活动,旨在提高对人们《公约》的认识,并阐述在委员会辩论时表达的关切,即要理解《公约》的核心关键概念会面临挑战。

22. 秘书处为收集这些信息而开展的主要活动包括:四年一次的定期报告、收集政策方面的良好做法、分析 IFCD 基金资助的各种项目的影响、分析技术援助的政策影响结果、通过一系列文化发展指标而收集的各种定量和定性信息,以及理事机构为了更加了解《公约》对于从艺术家地位到数字化问题这些关键主题方面的影响而要求的各种政策分析演习。

23. 分发这些信息的机制包括线上和线下两种。秘书处开发的主要的线上分发机制为《公约》网络平台,该平台正被改造成一个更加全面的知识管理系统。秘书处还制定并管理有关第 21 条的专门在线数据库,其中包括各种关键文件的链接,该数据库被《公约》的利益相关方视为是一种独特的资源,“文化表现形式多样性国际律师网络”尤其如此。线下分发机制具体的全球报告的形式呈现,这些报告是秘书处采用大量良好做法及收集的有关《公约》实施的其他信息编制的,这些信息有:《联合国 2013 年创意经济报告》特别版;《联合国教科文组织关于性别平等、遗产和创意的报告》(2014 年);《关于 2015 年后文化与发展对话最终报告》(2015 年);以及《2005 年公约全球监测报告》(即将发布)。

24. 秘书处收集到的消息和信息通过各种交流会、研讨会以及由秘书处组织或合作举办的各种活动进行传播,从而提供机会突出强调《公约》的原则和目标,使《公约》在文化领域方面与联合国教科文组织其他规范性文书相比,具有其特殊性。在国际、区域和国家层面,交流会带来特定的目标和结果,包括从有关《2015年后发展议程中的文化和可持续发展》(2014 年)的联合国特别专题辩论,到产生《文化表现形式多样性达卡部长宣言》(2012年)等行动计划的高级别区域会议。此外,新举措还包括组织能力建设和关键利益相关方的培训,如在布宜诺斯艾利斯开设的针对南方共同市场成员国国家联络处的《公约》培训班、在阿比让为非洲各个全国委员会开设的培训班(2012年)、或在曼谷举行的亚太地区国家联络处区域会议(2014年)。这些研讨会的目的是提高人们对《公约》关键概念的认识以及如何通过使用秘书处收集的实际案例研究和良好做法范例来落实这些概念。

《公约》十周年纪念

25. 在其第 7 次例行会议上（2013 年 12 月），委员会邀请各缔约国和民间团体在地方、国家、区域和国际层面庆祝《公约》十周年，并采用在线形式将他们希望组织的各种活动告知秘书处（7.IGC 13 号决定）。在整个 2015 年期间都将举行《公约》十周年纪念活动，并且已建立了一个专门的网页来传播在全球范围内举行活动的信息，作为帮助推广《公约》的一种手段。

26. 总干事也会参与纪念活动，其已录制了视频信息并向各缔约国发出通函，鼓励他们开展《公约》十周年纪念活动并随时向秘书处通报。三十个政府和非政府机构也已录制了视频信息向十周年致敬（可以在《公约》网站上访问这些信息）。在信息包方面，正在准备一个有关《公约》的新宣传视频，包括英语、法语和西班牙语版本。

关键成果、存在的问题及下一步工作

27. 秘书处在西班牙政府支持下开展的各种活动所取得的关键成果包括：

- *已经采取重要步骤阐明《公约》的主要目的。*自《公约》通过以来，《公约》经常被误解为是一种确保整体文化多样性的工具。开展的各项行动有助于将《公约》定位为一部国际法律，能创造各种环境，使世界各地的艺术家、文化工作者和公民可以在这些环境中创造、制作、传播并享受广泛的文化产品、服务和活动；表达出这一信息：可以通过引入文化政策和措施来实现这个目标，培养创意，为创作者提供机会参与国内国际市场，并确保广大公众能接触到艺术作品；
- *《公约》的关键定义、概念和信息已经被广泛传播，*使《公约》的主要利益相关者包括各个全国委员会、常驻代表团和民间社会组织的代表能够更好地理解《公约》；
- *一个富有现代感又干净利落的《公约》视觉形象*已经通过由项目开发的各种宣传资料（如 Cultrip 宣传片、IFCD 基金 e-updates（电子简讯）和宣传册、公约标识和网络平台）得以创建；
- *年轻人，尤其是讲西班牙语的年轻人，已经对《公约》有所了解，*并经过动员成为《公约》的倡导者；
- *不同利益相关者*包括政策制定者、民间团体、艺术家和文化专业人士已经意识到他们在执行《公约》中的辅助作用；
- *已经在各个层面积极倡导文化对发展的重要性，*包括将文化纳入未来全球可持续发展议程的 2015 年后辩论。

28. 各缔约国通过其四年一次的定期报告、各种调查以及在委员会第 8 次例行会议上开展的辩论而指出的，关于在采取下一步措施提高《公约》知名度的过程中需要处理的各种问题包括：

- *有必要在各个国家建立不同部委和利益相关者之间更好的协调机制，*以便增强执行《公约》的责任大于文化职责的认识；

- 有必要继续开展能力建设和传播厘清《2005 年公约》和《2003 年非物质文化遗产保护公约》之间持续存在的困惑问题的资料；
- 有必要找到并采用媒体传播渠道（包括各种传统媒体和新媒体渠道）广泛宣传迄今为止为《公约》开发的各种宣传工具；
- 有必要为那些致力于《公约》推广但缺乏资金的民间组织提供更多支持，使他们在提高对《公约》认识的工作上全力以赴；
- 有必要与沟通和筹款方面的专业人士共同努力，加大《公约》知名度，并确保他们能获得任何执行战略所必需的资金和人力资源；
- 有必要与《公约》的主要利益相关者建立伙伴关系，包括在各大洲举行的国际艺术节活动，这些活动可使艺术家和文化专业人才相关性的问题得到高度关注；
- 有必要更加深入地了解《公约》知名度推广活动的影响以及用于推广《公约》的宣传工具的有效性。

29. 《公约》已有十年历史，正处于运行阶段，缔约国大会在其第4次例行会议上，批准了委员会今后议程的几项工作重点，所有这些重点都集中在提高《公约》知名度的方面：开发知识管理系统；能力建设活动；以及IFCD基金筹款和宣传战略。

30. 在其第5次例行会议上，缔约国大会将审议并概述委员会今后的活动。有关《公约》实施的所有活动都集中在提高其知名度方面，而能影响成果实现的具体因素可能包括：

- 加强《公约》知名度与 IFCD 基金的宣传和筹款活动之间的联系；
- 与在《公约》所涵盖的领域富有经验的地方层面战略执行合作伙伴一起设计、实施和评估知名度宣传活动；
- 广泛分发传播工具，同时对于以围绕《公约》具体主题进行针对性说明为目标的更大范围的宣传活动，确定这些工具如何能够成为该活动的一部分；
- 与新闻记者和媒体专业人士一起宣传与《公约》有关的重要性问题，并传达这方面的准确信息；
- 广泛散布和推广《公约》的良好做法；
- 为全球能力建设活动提供支持，尤其是研讨会；
- 设计出目前还没有的，用于评估《公约》知名度宣传活动和工具影响的各种机制。

31. 缔约国大会可能希望通过如下决议草案：

5.CP 13 号决议草案

缔约国大会：

1. 审议了 CE/15/5.CP/13 号文件；
2. 注意到 委员会的 8.IGC 17 号决定；
3. 回顾了 确保 IFCD 基金筹款和宣传战略方面的信息传播和活动与《公约》整体推广活动之间协调配合的必要性；

4. 邀请各缔约国和民间团体利益相关者参与《公约》推广活动，并全面贯彻用于确保《公约》知名度和推广措施的操作指南，尤其是与《公约》十周年纪念活动有关的措施指南；
5. 请各缔约国和民间团体利益相关者继续支持《公约》知名度方面的工作，尤其是与专业人士合作并确定执行提议活动所必需的各种资源；以及
6. 邀请秘书处继续开发和传播执行《公约》的良好做法，并将这些做法归纳为有针对性的说明用于《公约》推广，并且鼓励秘书处接触范围广泛的能提供平台用于提高《公约》知名度的《公约》利益相关者，并研究可行方式，用于评估到目前为止提高知名度工作和宣传工具的影响。