

計畫編號：MOHW108-CDC-C-315-124805

衛生福利部疾病管制署 2019 年署內科技研究計畫

計畫名稱：從傳統媒體過渡到新媒體宣導之探討-
以新型 A 型流感防治為例

2019 年 度 研 究 報 告

執行單位：疾病管制署公關室

計畫主持人：曹凱玲主任

研究人員：彭美珍 楊淑真

 魏涵寧 邱顯喬

 林偉霖 許宛婷

 游舒涵 郭又瑄

 戴妤珊 蔡柔欣

執行期間：2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日

目錄

中文摘要	P.2
中文關鍵字	P.2
英文摘要	P.3
英文關鍵字	P.3
壹、前言	P.4
貳、材料與方法	P.5
參、結果	P.8
肆、討論	P.14
伍、結論與建議	P.16
陸、重要研究成果與具體建議	P.17
柒、參考文獻	P.18
捌、圖、表	
附圖	P.19
附表	P.38
玖、附件	
附件 1：疾管署辦理不實訊息處理之標準作業程序	P.41
附件 2：新型 A 型流感民意調查問卷	P.48
附件 3：新型 A 型流感民意調查問卷結果	P.54
拾、經費使用情形	P.63

中文摘要

全球化影響下，新興疾病病原可藉由交通運輸傳播至世界各地，將正確防疫資訊以最快速度傳達給民眾，並將損害降到最低，是極為重要的課題。近 2 年雖全球新型 A 型流感疫情趨緩，但鄰近我國的中國大陸仍有 H7N9、H9N2 等輕重症散發病例通報，不可不慎。本計畫以新型 A 型流感防治為研究主題，透過建立緊急疫情事件輿情處理機制，運用不同宣導素材，分析傳統媒體與新媒體在傳染病防治宣導上之效果與差異，以期發揮最大效果。

本年度除透過本署社群平台發布貼文及防疫宣導廣告外，更結合傳統及新媒體兩種不同媒介，出版「疾病擬人」實體桌曆及「小喜與朋友們」中英文雙語繪本，分眾觸及青少年及幼兒族群與其照顧者。以多樣化的素材及通路提升民眾對防疫宣導興趣。本年度民調結果顯示，民眾對新型 A 型流感的感染方式及可能傳染途徑皆有成長，聽過本署臉書及疾管家的民眾更皆成長 10% 以上，顯示目前宣導模式民眾接受度高且對政府防疫措施有感，本計畫有持續執行之必要與價值，以期未來研究成果可運用於其他重大疾病之宣導。

關鍵詞：新型 A 型流感、防治、新媒體、傳統媒體

英文摘要

In light of globalization, emerging pathogens can be spread across the world by today's diverse and accessible mass transportation systems. It is extremely important to deliver accurate health information to the public as soon as possible. This project focuses on the prevention and control of novel influenza A infection. With revise the mechanisms of risk communication for public health emergency response and develop new tools and employ various channels for health messaging and effectiveness assessment so as to understand and compare public uptake and response of public health messaging through traditional media and new media.

This year, we not only shared health messages on our social media, but also combined traditional media and web-based media, like published the “Disease Personification” calendar, and “CHELEA AND FRIENDS” picture book, to promoted discussions and awareness about diseases among young people and children.. In addition, comparing surveys conducted this year and last year, the public's knowledge of novel influenza A has increased, indicating that the project is proceeding in the right direction and could be continued.

Keywords: Novel Influenza A, Prevention, New Media, Traditional Media

壹、前言

全球化影響下，國際觀光旅遊、商務參訪等往來日益頻繁，疾病傳播打破國界藩籬，易透過便捷的交通工具及人員交流傳播。新型 A 型流感全球迄今人類病例共 2,493 例（H7N9 共 1,568 例；H5N1 共 861 例；H5N6 共 24 例；H9N2 共 39 例；H7N4 共 1 例），死亡率依病毒型別不同，在 2% 至 67% 之間。我國鄰近新型 A 型流感主要疫區之中國大陸，近 2 年仍持續有 H7N9、H7N4 及 H9N2 流感之病例通報，除政府落實防治作為，尚需提高民眾對疾病之正確認知及防護觀念，才能有效防堵新疾病於境外，保障國民財產人身安全。而防疫工作成敗關鍵之一是掌握宣導時效，政府需打破過去侷限傳統媒體的宣導模式，並因應數位化時代來臨及新媒體的傳播趨勢，衡量及組合不同媒體類型的使用比重，整合現有資源進行傳染病防治宣導。

2018 年度計畫執行成果顯示，新媒體通路反應快速，不受時間、地點限制，且廣告成本較低，可即時應對疫情及民眾需求；同時藉由自有社群平台如臉書、LINE@疾管家、IG、Youtube、Twitter 等進行傳染病防治宣導，可培養穩定受眾、擴大觸及廣度。配合不同通路運用多樣化宣導素材，如「疾病擬人」系列等創新企劃，可增加民眾對新型 A 型流感等新興傳染病之興趣，進而主動接觸相關防疫資訊。因此本年度以新媒體平台為主要宣導通路，並輔以實體出版品，增加宣導多元性並加強觸及分眾目標對象如青少年族群及幼兒、低年級學童等，提供民眾正確新型 A 型流感相關防疫資訊，最後透過辦理民意調查及數據分析進行效益評估，以瞭解民眾對新型 A 型流感防治相關知能以及對政府在新 A 型流感防治信心度之變化，作為未來宣導方式參考。

貳、材料與方法

本計畫為 3 年期計畫，2019 年為計畫執行第 2 年，延續 2018 年執行成果，透過製作、運用各種形式之創意宣導素材，並比較不同媒體平台之宣導成效為主要目標。具體執行方式如下：

一、滿意度調查結果分析：

為了解民眾對於新型 A 型流感的認知程度，及對政府相關宣導防治政策之信心度、滿意度與知曉度，委託民意傳播顧問股份有限公司於本年度 9 月 20 日至 10 月 4 日間辦理「新型 A 型流感防治」民意調查，共完成有效樣本數 1,080 份，其中民眾對新型 A 型流感感染途徑和可能感染情境皆有成長。

二、文宣製作：

2019 年度共製作新型 A 型流感文宣共 21 款，詳細如下：

- (一) 單張 8 款：「養成衛生好習慣 預防流感/新型 A 型流感」、「大火給他開下去 雞鴨魚肉都煮熟」、「新 A 流防疫密技 看準吃雞好食機」、「小心新型 A 型流感跟著回來」、「選一個人最容易被新型 A 型流感 A 到?」、「疾病擬人四格漫畫-給白靜 2 分鐘，搞懂流感、新型 A 型流感」、「不想被新 A 流 A 到啦!」、「新型 A 型流感怎麼傳染」。(圖 1 至圖 8)
- (二) 圖組 3 款：「疾病擬人-新型 A 型流感人物設定」、「12 生肖農民曆 新型 A 型流感預防小撇步」、「預防新型 A 型流感 闖關大冒險」。(圖 9 至圖 11)

- (三) 海報 6 款：「咳嗽記得遮口鼻！」、「聰明防疫 出遊安心」、「真雞不怕火煉 但病毒怕！」、「防新 A 流護健康」、「留意新型 A 型流感 類流感症狀莫輕忽」、「禽畜業者！工作防護最要緊」。(圖 12 至圖 17)
- (四) 影片 2 支：「小喜與朋友們」新型 A 型流感防疫影片中文篇及英文篇。(圖 18 至圖 19)
- (五) 繪本 1 式共 4 本：編印「CHELSEA AND FRIENDS 小喜與朋友們」中英文雙語防疫繪本，以新型 A 型流感「是我的！」、腸病毒「來玩吧！」、病毒性腸胃炎「你好棒?!」及流感疫苗「好痛?!」等幼兒常見疾病為主題，用簡單、活潑的圖文進行衛教宣導，使幼童及照顧者在閱讀的同時能接觸防疫資訊。(圖 20)
- (六) 桌曆：印製「DISEASE 疾病擬人」2020 年度實體桌曆，以新型 A 行流感擬人及疾病管制署形象角色白靜等共 13 位角色，配合各月份流行傳染病宣導製作成桌曆，將防疫資訊與民眾之日常生活結合。(圖 21)

三、 宣導貼文發布：

透過本署新媒體平台發布疾病宣導訊息並分析成效，2019 年度至 11 月 15 日為止，於臉書發布 7 則、IG 發布 10 則、疾管家 4 則。
(表 1 至表 3)

四、 宣導活動辦理：

本年度運用本署外牆設置戶外看板辦理傳統宣導活動 1 場、並於本署社群平台辦理網路宣導活動「Disease x Fans 拍照打卡打疾大利」、「十二生肖農民曆—新型 A 型流感預防小撇步」、「預防新型

A 型流感 闖關大冒險」、「和小喜一起學防疫」共 4 場。(表 4)

五、疾管家新功能設置：

建置各縣市疫情查詢、傳染病週報、孕婦與嬰幼兒傳染病預防及幼兒疫苗資訊功能。(圖 22)

六、完成數據分析：

運用「infominer 即時輿情分析平台」蒐集各月份新型 A 型流感輿情資料，並匯集本年度各官方新媒體社群平台(如：臉書、疾管家、IG 等) 後台數據，進行分析及比較。

七、修正與調整緊急事件處理機制：

本年度以 2018 年度制定之「媒體不實謠言澄清之回應機制」流程為基礎，進一步調整為「疾病管制署辦理不實訊息處理之標準作業程序」，以符合實際需求(附件 1)。

參、結果

本(2019)年度除持續透過新媒體通路發布多元化宣導素材及貼文、辦理網路宣導活動，以提升民眾對新型 A 型流感防治之正確認知外，更運用廣受好評的「疾病擬人」系列，出版衛生防疫領域首創之實體桌曆，以及配合雙語國家政策，針對幼兒及低年級兒童與照顧者推出中英文防疫繪本，運用書局販售通路增加防疫訊息觸及廣度。民意調查結果顯示，民眾對政府防治措施滿意度及信心度皆有成長。

一、新媒體宣導成果：

(一) 社群平台經營成果：

根據調查，89%以上的臺灣民眾擁有社群媒體帳號〔1〕，且隨媒體閱聽習慣變化，透過社群媒體獲得傳染病或防疫相關資訊的民眾比例也日益提高(圖 31-圖 32)。顯示社群媒體在防疫宣導上的地位不容小覷。

1. 臉書—「疾病管制署 - 1922 防疫達人」：

截至 11 月 15 日止，粉絲人數為 135,270 人，本年度成長 28%(29421 人)，其中 8 月份經日本網路媒體報導「疾病擬人」系列後，本國媒體亦跟進報導，在國內引發新一波討論風潮，臉書粉絲亦顯著增加(表 5)。

本年度於臉書發布宣導貼文共 7 則，總觸及人數 274,879 人(表 1)，其中自然觸及數最好者為 8 月 22 日發布之「疾病擬人 | 白靜 Time—流感 vs. 新 A 流」四格漫畫(圖 23)，以「疾病擬人」系列中的流感與新型 A 型流感角色為主角，以趣味劇情向民眾解釋兩者之不同。此則貼文觸及數達 48,796 人，按讚

數達 2,138 次，並有 172 名民眾分享。

2. IG—「1922 防疫達人」：

截至 11 月 15 日止，粉絲人數為 4,511 人，本年度成長 36% (1,191 人)(表 5)，6 至 9 月份透過發布宣導貼文並配合廣告，提升貼文可見度，觸及更多民眾，吸引其加入。本年度於 IG 發布宣導貼文共 10 則，總觸及人數 18,894 人(表 2)，其中觸及數最好者為 3 月 1 日發布之「預防新型 A 型流感，請遠離禽鳥」貼文，此篇貼文為民眾自主扮演「疾病擬人」新型 A 型流感角色，並授權本署於 IG 分享照片(圖 24)，提升喜愛動漫的年輕族群關注及分享本署防疫宣導。此則貼文觸及數達 4,572 次，按讚數達 546 次，並有 11 位民眾留言討論。

3. LINE@疾管家：

截至 11 月 15 日止，粉絲人數為 89,196 人，本年度成長 13% (10,548 人)(表 5)，5 月建置新功能後當月份粉絲增加人數顯著成長(增加 3,512 人)，顯示新功能符合民眾需求，使其願意加入或推廣給親友。本年度於疾管家發布宣導貼文共 4 則(表 3)，並建置國內外及各縣市疫情查詢、疫情週報訂閱、嬰幼兒疫苗接種查詢及提醒等功能。

(二) 網路活動成果：

本年度透過本署社群平台中粉絲數量最高，且互動機制相較完善之臉書，結合留言、分享及標註親友等功能及多元化宣導素材，辦理網路宣導活動共四場(表 4)，總觸及人次達 327,420 人。

1. 「Disease X Fans 拍照打卡打疾大利」：

於 2018 年 12 月 21 日至 2019 年 1 月 20 日辦理。在本署大樓張貼宣導戶外看板期間，同時運用臉書「活動」頁面辦理「Disease X Fans 拍照打卡打疾大利」活動，邀請民眾與戶外看板拍照打卡（圖 25），共觸及 5.9 萬人，並有 52 位民眾上傳照片參加活動。

2. 「十二生肖農民曆－新型 A 型流感預防小撇步」：

於 2019 年 4 月 9 日至 4 月 22 日間辦理。本活動透過於臉書發布結合十二生肖之趣味宣導素材（圖 10），邀請民眾標註親友並分享貼文以參加抽獎。本活動貼文共觸及 3.2 萬人，並有 3,318 名民眾留言參加活動。

3. 「預防新型 A 型流感 闖關大冒險」：

於 2019 年 7 月 17 日至 8 月 7 日間辦理。本活動於本署臉書發布趣味宣導素材（圖 11），並連結活動網站，民眾至活動網站回答「禽鳥、豬的流感病毒是不是有機會傳染給人類呢？」等防疫相關問題後即可參加抽獎。並透過臉書廣告功能推廣貼文，使活動訊息進一步擴散。

本活動貼文觸及總數為 15.2 萬人，參加活動人數為 5,134 人，其中透過手機參加者共 3,756 人、透過電腦者 1,378 人，顯示國人以手機上網者比例甚高，未來可依手機介面設計相關活動及宣導；貼文成效亦較同月平均觸及數提高約 3 倍、分享數提高約 7.6 倍、按讚數提高 3 倍、留言數提高 6.3 倍，顯示多元化活動及獎勵誘因可有效提升民眾對防疫宣導興趣。

4. 「和小喜一起學防疫」：

於 2019 年 10 月 31 日至 11 月 11 日間辦理。透過臉書發步「小喜與朋友們」之新型 A 型流感繪本中文及英文防疫影片（圖 18 至 19），請民眾留言回復影片中提出的防疫小知識問答，並提供繪本套書等作為抽獎獎品。

本活動觸及總數為 8.2 萬人，影片觀看次數 38,528 次，總計有 963 人留言參加活動。並針對「學齡前幼兒」、「低年級學齡兒童」家長及對「子女教育」話題有興趣之民眾投放廣告，增加觸及目標受眾。臉書廣告數據顯示，女性為本次防疫宣導活動高度觸及對象，可推測女性對此「兒童防疫」較感興趣。

二、傳統媒體宣導成果：

（一）戶外廣告：

去（2018）年「疾病擬人」系列文宣於本署臉書發布後，受到民眾與媒體好評，為延續其效應，於 2018 年 12 月 21 日至 2019 年 1 月 20 日利用本署大樓外牆，設置疾病擬人角色：新型 A 型流感、流感、登革熱與腸病毒共 4 張戶外看板，並搭配宣導語標牌，使往來民眾可接觸到防疫宣導訊息（圖 25）。

（二）中英文雙語防疫繪本：

為響應雙語國家政策，並提升幼兒與照顧者的防疫意識，疾病管制署於 2019 年 9 月 24 日正式發表中英文防疫雙語繪本「CHELSEA AND FRIENDS 小喜與朋友們」（圖 20）及中英文雙語影片，以新型 A 型流感、腸病毒、病毒性腸胃炎及流感疫苗等常見疾病主題，向幼兒及學童宣導自我保護及正確防疫觀

念。中英文影片公開於本署全球資訊網及 Youtube 頻道，供民眾自由觀看運用；繪本除透過書局通路販售外，於 9 月 28 日至 29 日於五南台中親子館辦理「傳染病防疫最前線」親子活動，安排故事媽媽帶領幼童閱讀繪本、欣賞影片及帶動唱，共有 12 個家庭參與活動（圖 26）；另外還提供全國 956 所偏鄉小學、故事媽媽團體及各衛生單位等運用，至 11 月底已經有 40 餘所小學於晨間時間、英語課程或故事媽媽時間運用此套繪本進行衛生教育宣導，並回饋使用狀況及相片（圖 27）。

（三）疾病擬人系列—2020 年度桌曆：

本年度製作「DISEASE 疾病擬人」2020 年度實體桌曆（圖 21），以「新型 A 型流感」及疾病管制署形象角色白靜為首的 13 位角色為主題，每個月包含 1 位疾病擬人角色及當月月曆，並加入傳染病介紹、預防方法等宣導語，以提醒民眾可能流行的傳染病及防範措施，讓民眾使用月曆記事同時能獲得重要防疫知識，預購 1,000 份桌曆在開賣 1 小時 8 分內即販售完畢（圖 28），正式開賣後至 11 月底亦已賣出 1,800 本以上。

三、民意調查結果分析：

於 2019 年 9 月 20 日至 10 月 4 日間辦理民意調查（題目及結果見附件 2 至附件 3）。本年度民意調查結果顯示，對於感染途徑及可能傳染情境的正確認知皆有成長（圖 29 至圖 30），民眾獲得疾病相關訊息之管道排序沒有特殊變化（圖 31 至圖 32），聽過本署臉書（圖 33，成長 10.2%，達 21.2%）及疾管家（圖 34，成長 10.1%，達 20%）的民眾皆有成長。在對政府防治措施滿意度

(圖 35，成長 0.4%，達 54.5%) 及信心度 (圖 36，成長 4.4%，達 69.2%) 方面，兩項目皆有略微成長。

四、輿情監測分析：

本年度運用「infominer 即時輿情分析平台」，以「新型 A 型流感」、「禽流感」、「禽傳人」為關鍵字，搜尋本年度各月份討論聲量並進行比較 (圖 37 至圖 47)。結果顯示，本年度新型 A 型流感疫情趨緩，民眾討論多以禽流感及民生需求相關新聞為主。

而本年度 1922 與新型 A 型流感相關之民眾進線共 145 通，多為詢問流感及新型 A 型流感之差別，及至疫區旅遊時應注意甚麼防疫措施等，可做為未來宣導重點。

肆、討論

一、宣導成效分析

(一) 亮點素材：

本年度針對幼兒常見傳染病，透過結合實體出版品及網路影片，推出「小喜與朋友們」中英文防疫繪本及影片系列，讀者可藉此繪本同時學習英語及防疫知識，更透過提供全國偏鄉小學及故事媽媽團體、縣市衛生單位等管道，增加可觸及本套繪本的受眾；另外，本年延續 2018 年度廣受民眾喜愛之「疾病擬人」系列，持續製作四格漫畫等相關宣導素材及實體桌曆，迴響皆相當熱烈，顯示系列既有知名度可提升民眾對宣導內容興趣及接受度，並提升民眾對於防疫資訊之關注。上述二項成果皆為結合防疫宣導及本土創作，並同時跨足傳統及新媒體通路，除提升討論度外，還可觸及多樣化群眾，成效斐然。未來可將此模式運用於其他疾病宣導，增加防疫宣導多元性，並增加本土文創可見性。

(二) 社群平台運用分析：

本年度社群平台粉絲成長幅度達 13%至 36% (表 5)，宣導貼文及網路活動總觸及數達 60 萬人次以上，並透過各平台廣告功能，擴大宣導素材觸及並分析 (表 6)。點擊達成率最高素材分別為臉書之「疾病擬人細部人設—新型 A 型流感」及 IG 之「選一個人被新型 A 型流感 A 到？」，前者為廣受民眾好評之疾病擬人系列素材，透過公開角色設定細節，吸引民眾進一步理解疾病資訊；後者則拋出問題，吸引民眾點擊貼文了解並於留言互動。

另比較本年度辦理之宣導活動（表 4），「Disease X Fans 拍照打卡打疾大利」活動網路觸及率雖高，然因需至本署與戶外廣告拍照，受限時間地點，實際參加民眾數量不多。後續則採取純網路平台進行，並運用社群平台功能，即時分享給親友，使防疫訊息有效擴散。如 7 月份「新型 A 型流感闖關大冒險」活動，結合外部活動網站，提升互動趣味性，為本年度成效最佳活動。

二、民意調查結果及輿情分析

和 2018 年度民意調查結果比較，本年度民眾對新型 A 型流感感染途徑及可能傳染情境的正確認知皆有成長，顯示針對上述資訊之宣導頗有成效，但認為政府針對新型 A 型流感相關資訊宣導仍不足夠的民眾尚有 57.2%，未來將持續透過多元化管道，加強宣導觸及的廣度及深度，全面提升民眾對疾病理解及警覺。另聽過本署臉書及疾管家的民眾則皆有成長，有鑑於臉書、LINE 為民眾主要獲得資訊之網路平台（圖 33），將持續提升平台可見度，並持續透過臉書發布多樣化宣導貼文、於疾管家建置實用功能，以提升民眾加入本署社群平台意願。

另本年度運用「infominer 即時輿情分析平台」，搜尋各月份新型 A 型流感討論聲量並進行比較。結果顯示，由於本年新型 A 型流感疫情趨緩，下半年度至 11 月底皆無新增病例；而禽流感疫情則和往年集中於冬春不同，全年皆有發生，因此民眾對新型 A 型流感關注度降低，討論聚焦於禽流感及民生需求相關新聞。1922 與新型 A 型流感相關之進線共 145 通，民眾多詢問流感及新型 A 型流感之差別，及至疫區旅遊時應注意甚麼防疫措施等，顯示未來宣導可加強新型 A 型流感及流感之不同，以及疫區旅遊防疫相關事宜。

伍、結論與建議

由於近 2 年全球人類新型 A 型流感疫情趨緩，病例皆為散發，且無出現本土或境外移入病例，民眾對疾病討論度相對較低，但國內禽類禽流感全年皆有疫情發生〔2〕（圖 48），防疫單位仍須加強警戒與禽類流感息息相關之新型 A 型流感疫情，而民調結果則顯示，對政府防治新型 A 型流感的滿意度為 54.5%，仍有持續努力空間，未來將透過持續進行宣導，強化禽畜業者工作防護及一般大眾日常生活防疫認知，以建立正確防疫意識。而有鑑於本年度將原透過網路平台進行發布的疾病擬人系列文宣結合實體通路推出桌曆後熱賣，引起新一波討論聲量，成效極佳，明年度可持續延伸推廣，藉由創意文宣結合多元化宣導管道，吸引民眾關注傳染病訊息。

為快速因應可能發生之重大疫情，明年度本署除延續本年度宣導模式外，將透過多元化宣導及經營自有社群平台，如臉書、IG 等，建立有效快速的輿情因應管道，持續增加穩定受眾，平時提供民眾正確防疫資訊，提升民眾對防疫資訊知悉度及對本署信任度，疫情發生時則讓快速發布正確訊息觸及大眾，並抑止錯誤訊息散佈，是未來計畫之重要任務。

陸、重要研究成果及具體建議

一、重要成果：

- (一) 完成宣導素材共 21 款
- (二) 於本署社群平台發布新型 A 型流感宣導貼文共 21 則。
- (三) 辦理宣導活動共 4 場。
- (四) 完成建置疾管家國內疫情查詢、疫情週報訂閱、嬰幼兒疫苗提醒等功能。

二、具體建議：

- (一) 結合運用傳統媒體及新媒體進行防疫宣導，以增加素材效益及觸及廣度。
- (二) 針對禽畜業者工作防護及大眾生活防疫原則加強宣導。
- (三) 經營自有社群平台，擴大訊息發布時可觸及受眾，並提升民眾對本署信任度。
- (四) 持續提升輿情回應能力，以在疫情發生時即時因應。

柒、參考文獻

[1] Hootsuite (2019) · Digital 2019 Taiwan · 取自

<https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2019-taiwan-january-2019-v01>

[2] 農委會動植物防疫檢疫局 (2019) · 禽流感資訊展示介面 · 取自

<https://twai.baphiq.gov.tw/AI/>

捌、圖、表

附圖-宣導單張

圖 1：養成衛生好習慣 預防流感/新型 A 型流感



圖 2：大火給他開下去 雞鴨魚肉都煮熟



圖 3：新 A 流防疫密技 看準吃雞好食機



圖 4：小心新型 A 型流感跟著回來



附圖-宣導單張

圖 5：選一個人最容易被新型 A 型流感 A 到？



圖 6：給白靜 2 分鐘，搞懂流感、新型 A 型流感



圖 7：不想被新 A 流 A 到啦！



圖 8：新型 A 型流感怎麼傳染



附圖-宣導圖組

圖 9：疾病擬人-新型 A 型流感人物設定

〔角色資料〕

名稱：新型 A 型流感
種稱：新 A 流
性別：男
身高：185
體重：75
生日：7/1
星座：巨蟹座
個性：看起來不好相處，極度自戀，跟他講話會受不了想翻白眼，擁有一隻鳥類朋友(?)
喜歡：禽鳥類、蛋、自己
討厭：肥皂、口罩、打針

〔整體設定〕

新型 A 型流感與禽鳥類息息相關，因此融入許多鳥類特徵，其寵物-雞仔，也是以鳥姿態的具體出現，生日為新型 A 型流感列入法定傳染病的日子。

● #41395
● #445484
● #41395



新型 A 型流感

Novel Influenza A Virus Infections



〔雞仔〕

原本是一隻精神抖擻的黑羽大公雞，因緣際會成為新 A 流的寵物兼朋友，外觀也被轉化成鳥體。

〔外觀設定〕

抓出鐘形造型的紫髮，右側有部分白髮是羽毛，形似鳥眼的淺紫色眼睛，羽毛刺青環繞在右手臂上，鳥面具遮掩五官，象徵新型 A 型流感的未知及不確定性。

〔服裝設定〕

配合角色自戀愛美的個性，造型為整套西裝搭配與新型 A 型流感有關的配件；整體採用奢華的紫金配色。



新型 A 型流感

Novel Influenza A Virus Infections



〔HN 胸針〕

新 A 流專屬特製 HN 胸針。

〔鳥嘴面具〕

發想參考中世紀瘟疫醫生的面具，並結合口罩的概念，除了預防角色眼接觸傳染外，也顯示戴口罩是預防新型 A 型流感其中一個方法。

〔羽毛領帶〕

特別訂製的領帶，為了將好朋友雞仔身體一部份留作紀念，專門請師傅將他的羽毛編在領帶上。



新型 A 型流感

Novel Influenza A Virus Infections

附圖-宣導圖組

圖 10：12 生肖農民曆 新型 A 型流感預防小撇步



附圖-宣導圖組

圖 11：預防新型 A 型流感 闖關大冒險



附圖-海報

圖 12：咳嗽記得遮口鼻！



圖 13：聰明防疫 出遊安心



圖 14：真雞不怕火煉 但病毒怕！



圖 15：防新A流護健康



附圖-海報

圖 16：留意新型 A 型流感 類流感 症狀莫輕忽」



圖 17：禽畜業者！工作防護最要緊



附圖-影片

圖 18：小喜與朋友們系列繪本 新型 A 型流感 中文篇

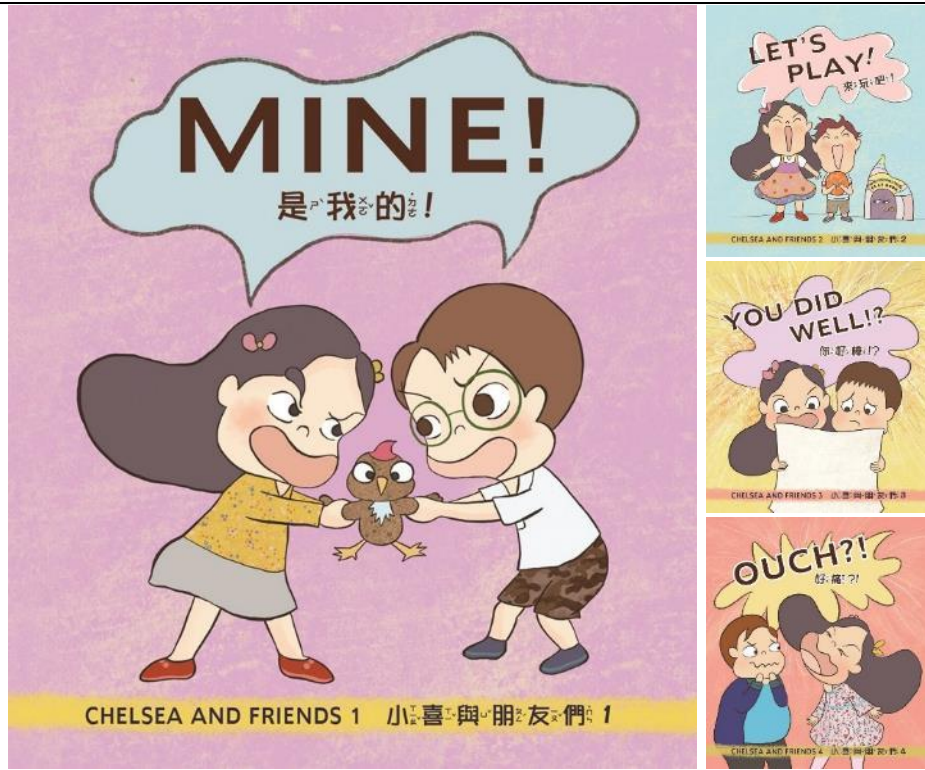


圖 19：小喜與朋友們系列繪本 新型 A 型流感 英文篇



附圖-繪本

圖 20：CHELSEA AND FRIENDS 小喜與朋友們



附圖-桌曆

圖 21：「DISEASE 疾病擬人」2020 年度實體桌曆



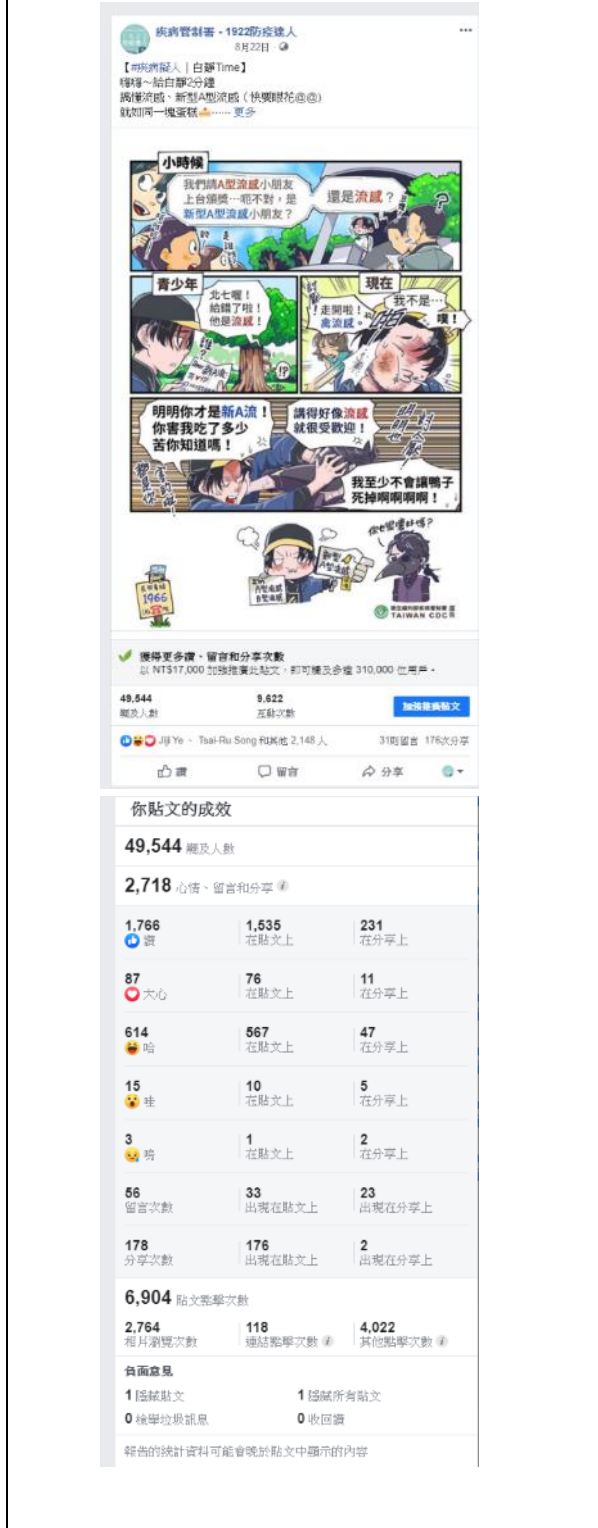
附圖-疾管家功能

圖 22：疾管家傳染病週報查詢



附圖-社群平台經營成效

圖 23：「疾病擬人 | 白靜 Time一流感 vs.新 A 流」臉書貼文



附圖-社群平台經營成效

圖 24：「預防新型 A 型流感，請遠離禽鳥」IG 貼文



附圖-宣導成果

圖 25：疾病擬人系列牆貼及參加活動民眾貼文



附圖-宣導成果

圖 26：五南台中親子館「傳染病防疫最前線」親子活動



圖 27：國小學童運用繪本及影片學習防疫知識



圖 28：「DISEASE 疾病擬人」2020 年度實體桌曆預購售罄公告

感謝大家熱烈支持
預購 1000 份桌曆
全數售罄
11/12(二) 中午 12 點 正式開賣

1922防疫達人
www.facebook.com/TWCCD

衛生福利部疾病管制署
TAIWAN CDC

疾病管制署 - 1922防疫達人
市海路路路伍 19
11月1日

【#疾病擬人 | 重大公告】
感謝大家對疾病擬人桌曆的熱烈支持，預購的1000份桌曆#已全數售罄
沒買到的朋友別灰心，別忘記「11/12(二)中午12點」#正式開賣，那會是誰超英雄之後會另行公告，這是有入手的機會囉！
#疾病擬人桌曆 #小確也沒想到 #幫QQ

標註者月 標示地點 編輯

22,280 3,536
觸及人數 互動次數 [新增推薦帖文](#)

👍👎🗨️ 902 79則留言 60次分享

👍 留言 分享

從舊到新

檢視另45則留言 6/51

王舜翰 郭陳文甘 感謝 沒了款!!!
讚 回覆 發送訊息 2個
2則回覆

Ya Huang
讚 回覆 發送訊息 2個

雨鴻陳 沒買到
讚 回覆 發送訊息 2個

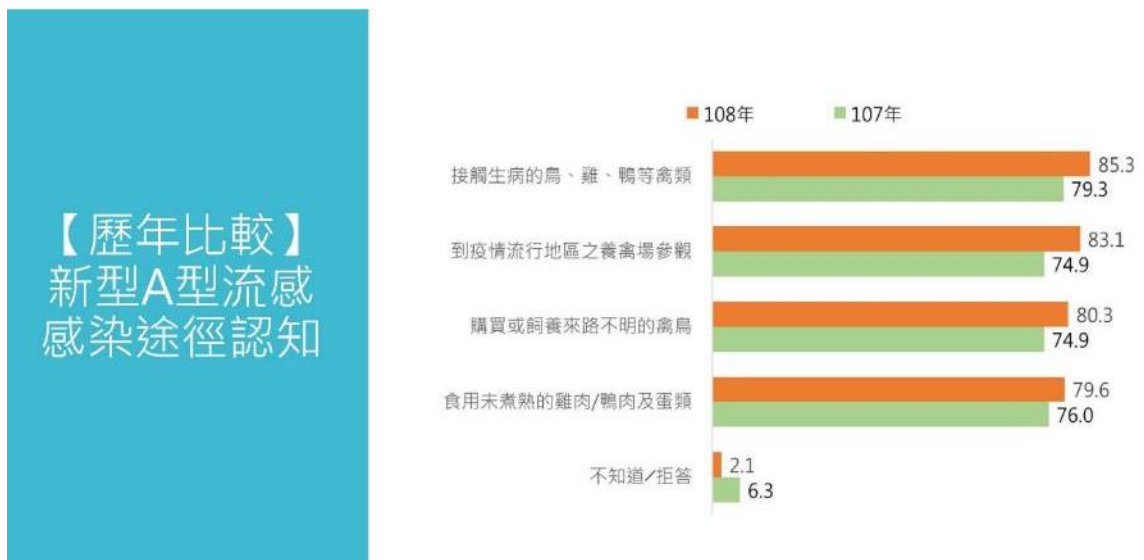
Comment as 疾病管制...

附圖-民意調查結果

圖 29：民眾對新型 A 型流感傳染方式認知變化比較



圖 30：民眾對新型 A 型流感可能傳染途徑認知變化比較



附圖-民意調查結果

圖 31：民眾獲知新型 A 型流感等疾病傳播管道變化比較

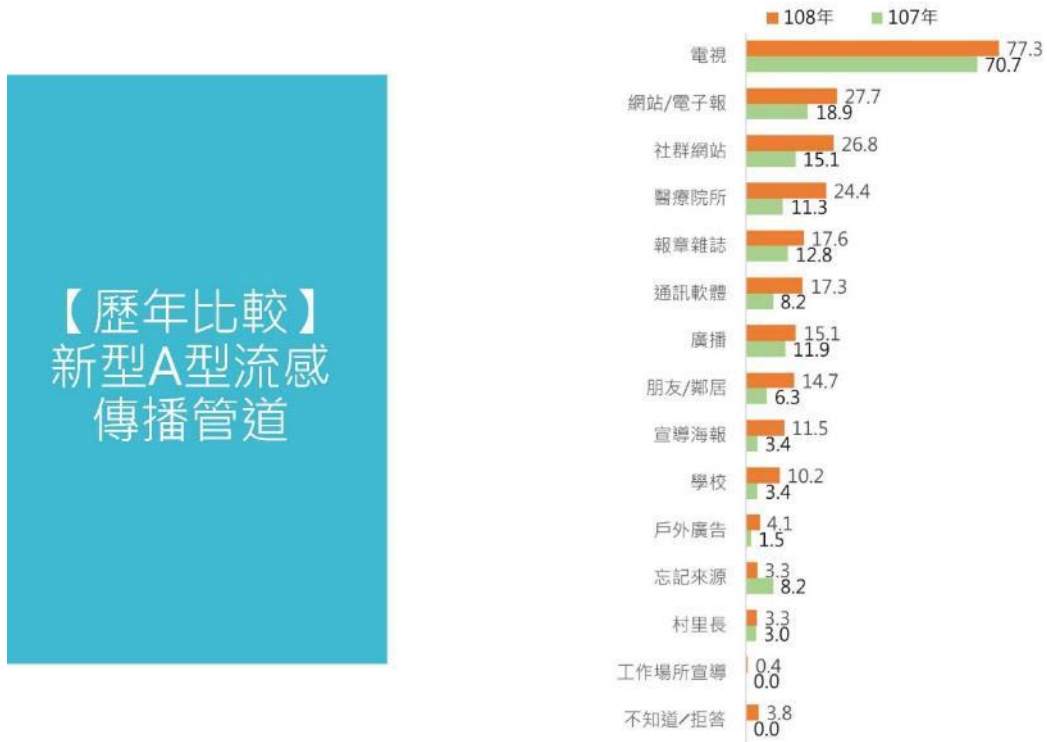


圖 32：民眾獲知新型 A 型流感等疾病網路資訊管道變化比較



附圖-民意調查結果

圖 33：民眾對本署臉書粉絲專頁認知度變化比較

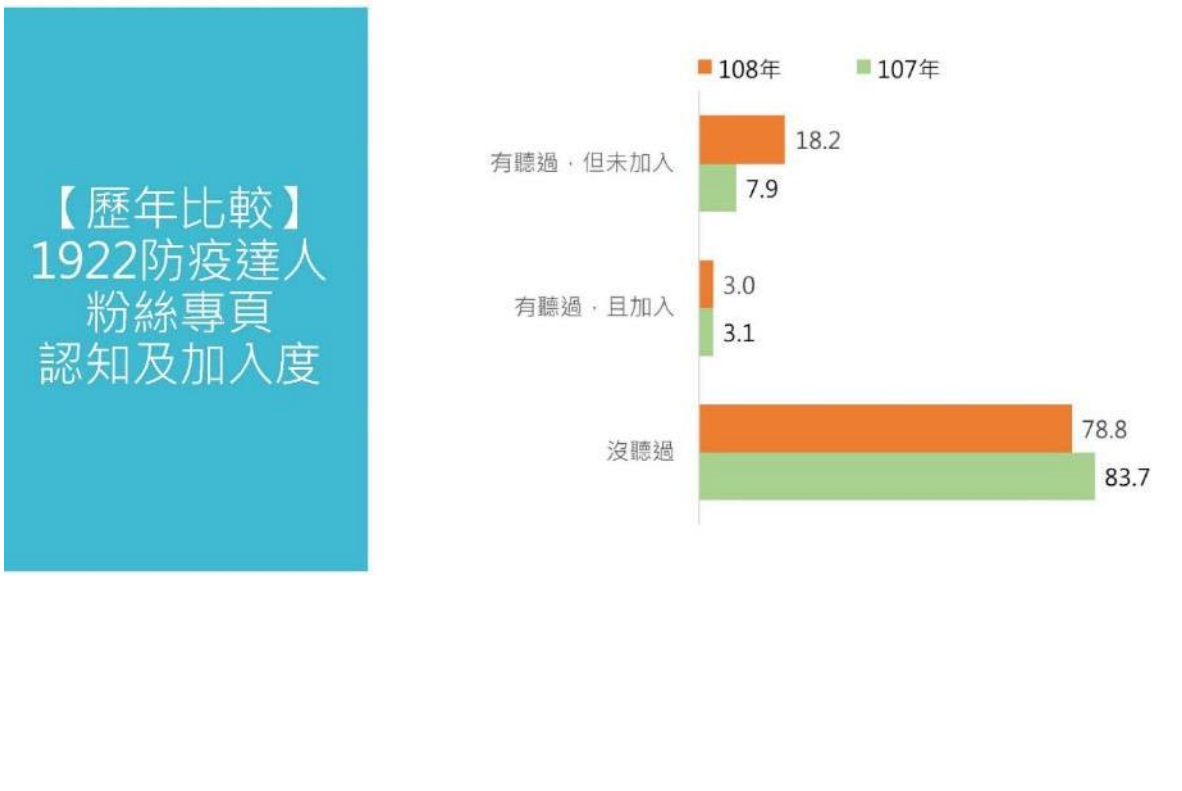
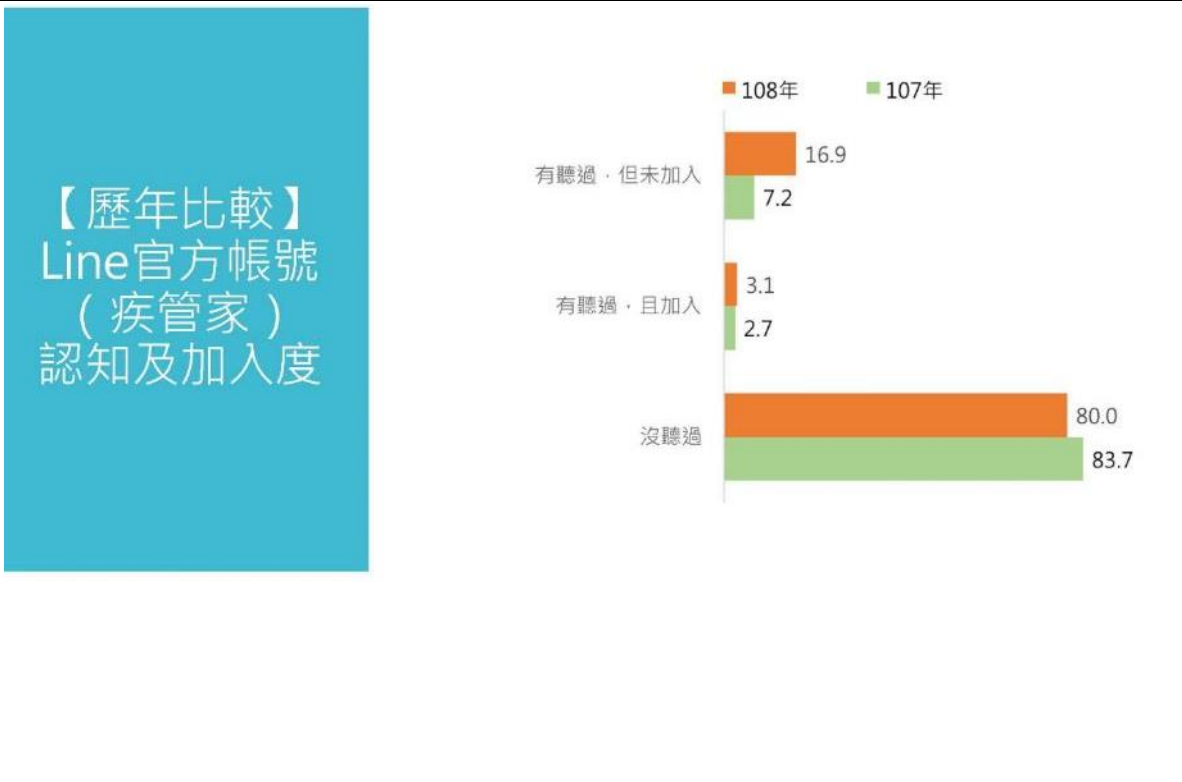


圖 34：民眾對本署疾管家認知度變化比較

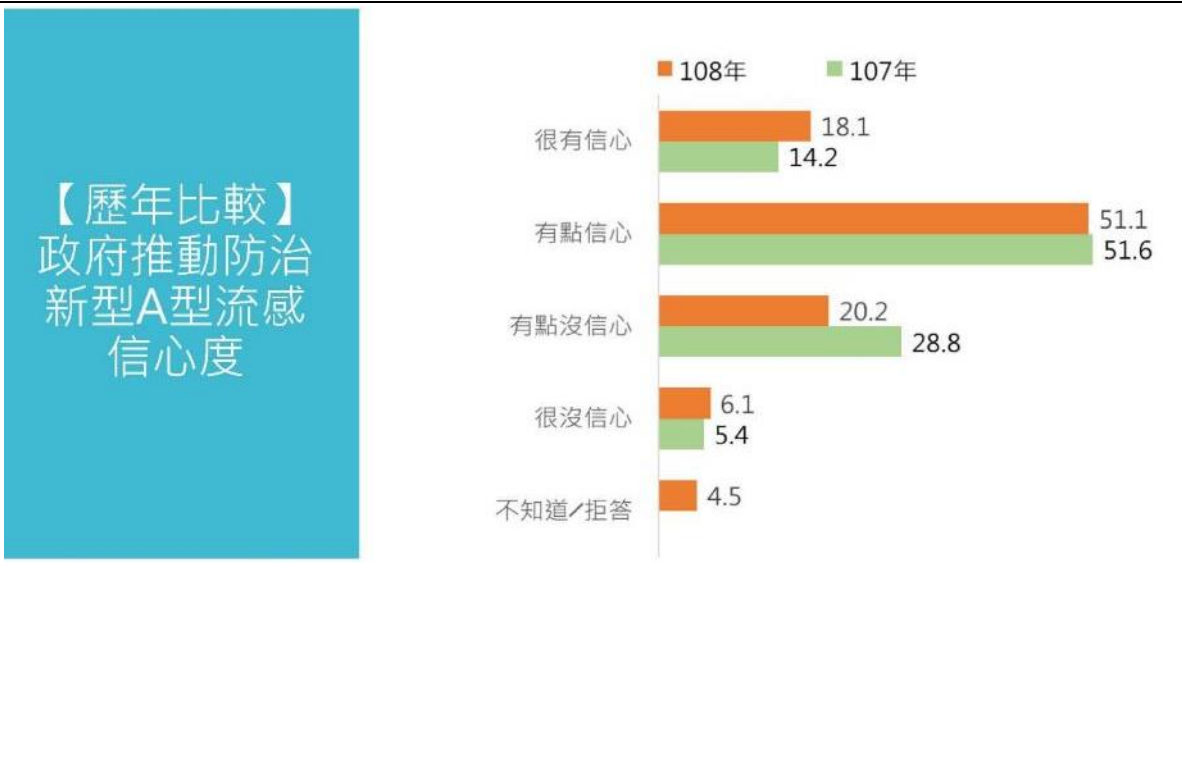


附圖-民意調查結果

圖 35：民眾對政府防治滿意度變化比較



圖 36：民眾對政府防治信心度變化比較



附圖-輿情討論曲線圖

圖 37：2019 年 1 月份輿情討論曲線圖

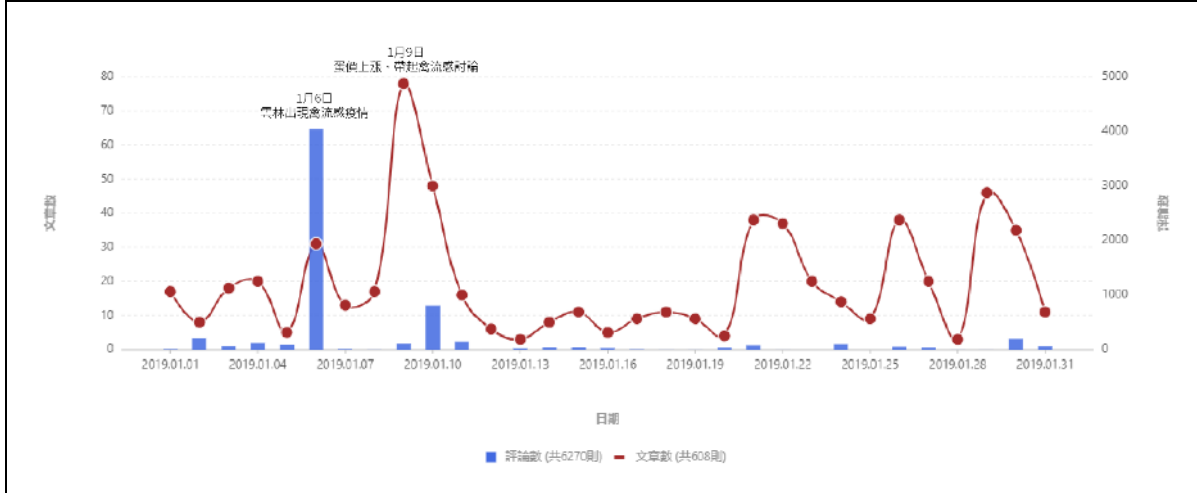


圖 38：2019 年 2 月份輿情討論曲線圖

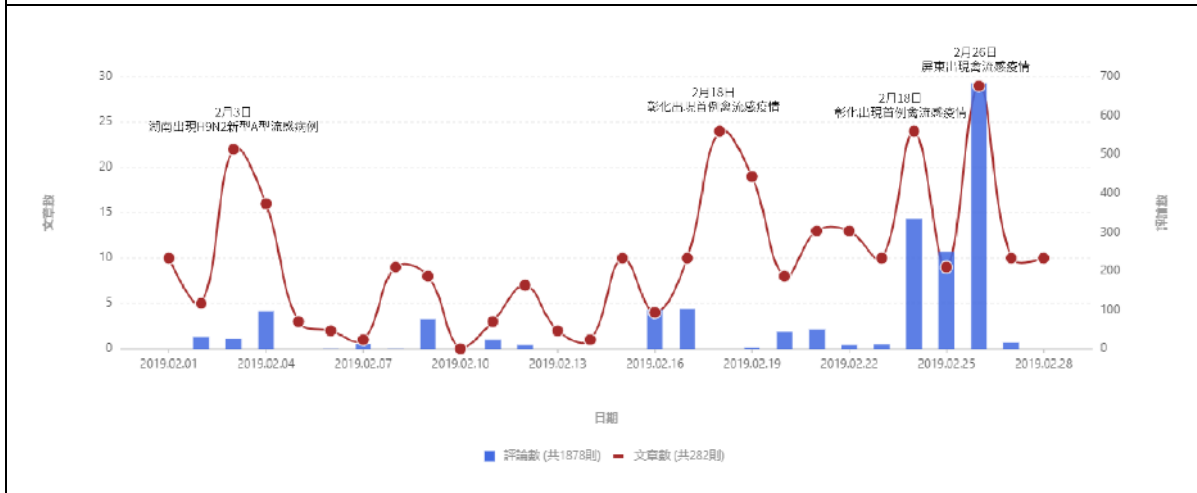
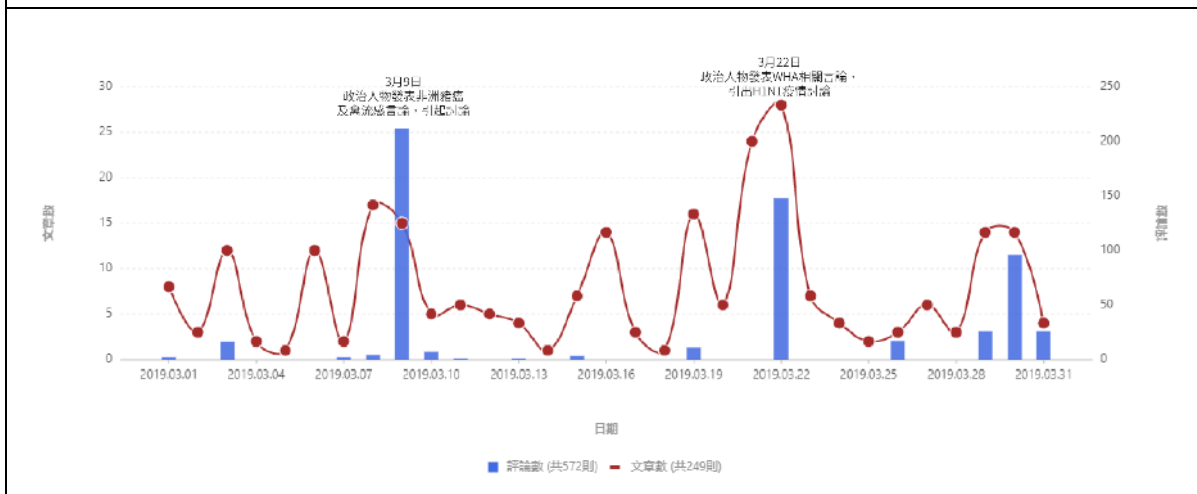


圖 39：2019 年 3 月份輿情討論曲線圖



附圖-輿情討論曲線圖

圖 40：2019 年 4 月份輿情討論曲線圖

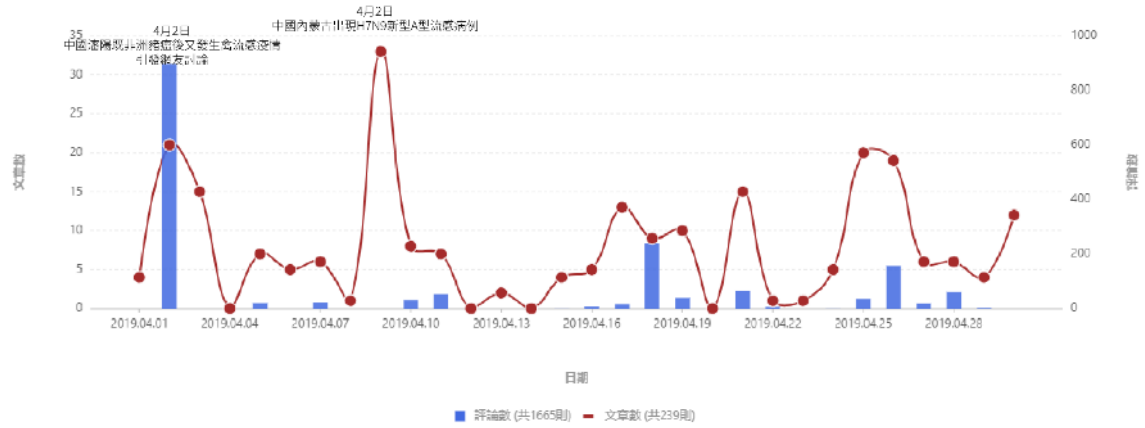


圖 41：2019 年 5 月份輿情討論曲線圖

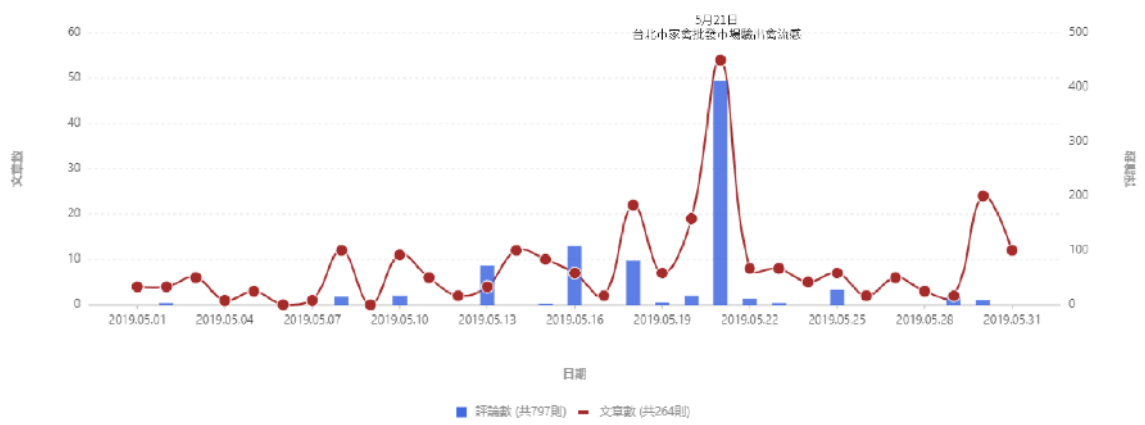
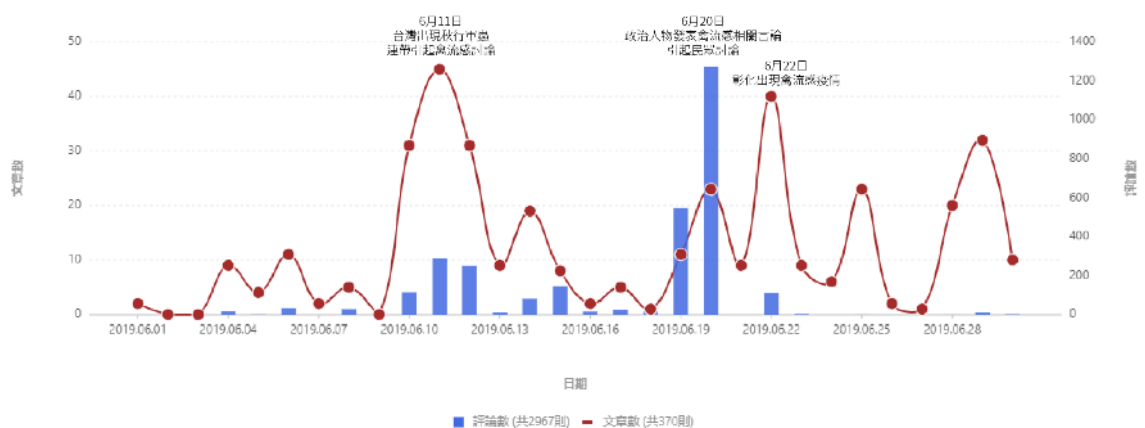


圖 42：2019 年 6 月份輿情討論曲線圖



附圖-輿情討論曲線圖

圖 43：2019 年 7 月份輿情討論曲線圖



圖 44：2019 年 8 月份輿情討論曲線圖

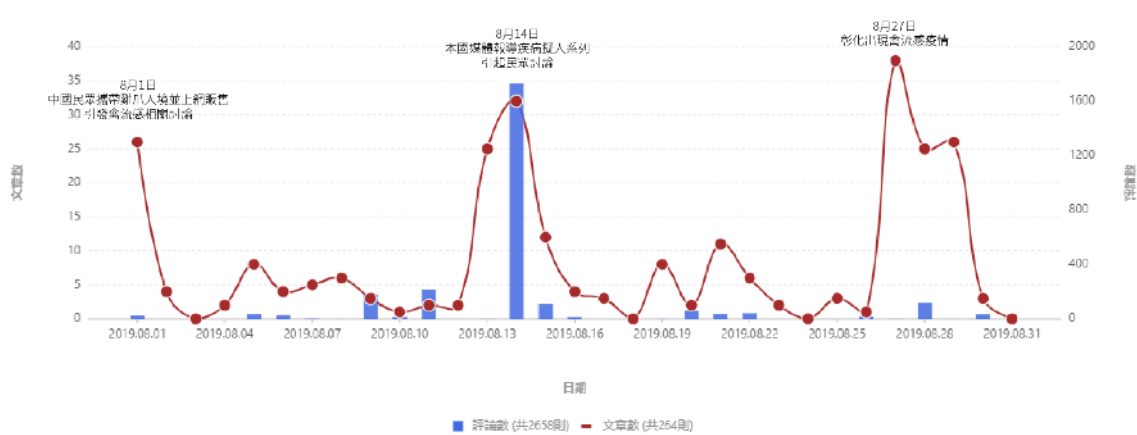


圖 45：2019 年 9 月份輿情討論曲線圖



附圖-輿情討論曲線圖

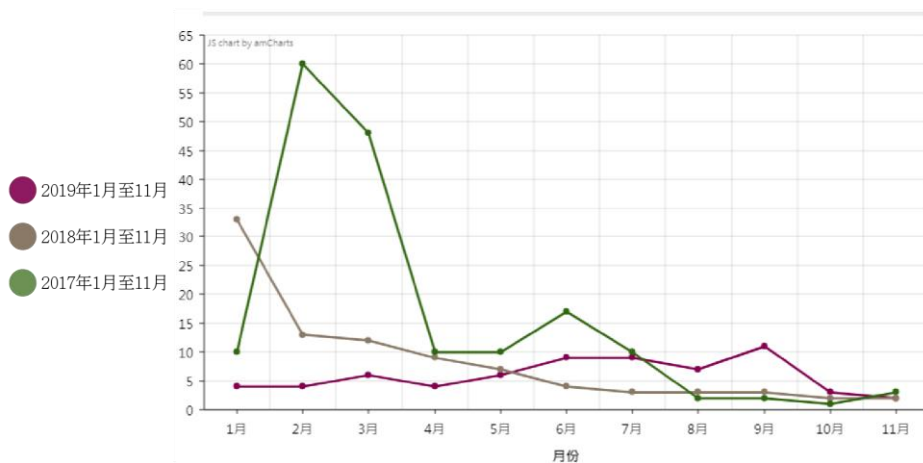
圖 46：2019 年 10 月份輿情討論曲線圖



圖 47：2019 年 11 月份輿情討論曲線圖 (至 15 日)



圖 48：近三年禽流感發生案例同期比較圖



附表：本署新媒體社群平台經營成效

日期	圖文主題	觸及次數	按讚數	分享	留言	互動數
1/8	養成衛生好習慣 預防流感/新型 A 型流感	31,308	245	166	0	2,390
2/8	大火給他開下去 雞鴨魚肉都煮熟	10,368	91	12	1	290
4/8	做好防護四招保健康	12,569	117	62	4	693
5/13	疾病擬人細部人設—新型 A 型流感	89,208	2,568	244	58	20,906
6/12	小心新型 A 型流感跟著回來	46,650	1,908	200	13	2,986
8/22	疾病擬人白靜 Time— 流感 vs. 新 A 流	48,796	2,138	172	33	9,567
10/23	不想被新 A 流 A 到啦	35,980	477	168	7	1,761

日期	圖文主題	觸及次數	按讚數	留言
2/27	新 A 流防疫密技 看準吃雞好時機	2,360	106	0
3/1	預防新型 A 型流感，請遠離禽鳥	4,572	546	11
4/29	雞冠舞	1,709	86	0
5/21	洗澎澎 煮全熟 再入口	1,378	1,338	1
6/3	不要裝熟！	1,207	1,079	1
7/16	選一個人會被新型 A 型流感 A 到	1,547	3,617	10
8/23	出國旅遊 不近禽鳥	1,772	1,941	16
8/27	路邊野花不要採 野鴿野鳥更不要餵	1,526	2,415	7
9/13	遠離新型 A 型流感 料理達人兩大招	1,493	86	0
10/22	請勿靠近	1,330	100	0

日期	圖文主題	按讚數	分享	留言
3/25	旅遊洽公小心鳥事	2	1	0
4/16	新型 A 型流感防治宣導 秦博士篇	7	0	0
6/4	遠離新型 A 型流感	7	2	0
9/25	小喜與朋友們	2	15	0

附表：本署新媒體社群平台經營成效

日期	圖文主題	觸及次數	按讚數	分享	留言	互動數
12/21 1/20	Disease X Fans 拍照打 卡打疾大利	59,000	1,029	-	52	-
4/9 4/22	十二生肖農民曆—新型 A 型流感預防小撇步	32,604	3,089	2,021	3,318	11,879
7/17 8/7	新型 A 型流感闖關大冒 險	152,833	4,603	1,378	1,043	19,723
10/30 11/11	和小喜一起學防疫-新型 A 型流感	82,983	1,177	828	963	5,909

平台 月份	臉書粉絲成長數		疾管家粉絲成長數		IG 粉絲成長數	
	粉絲總數	增加數	粉絲總數	增加數	粉絲總數	增加數
2018 年 12 月	105,849	-	78,648	-	3,320	-
1 月	107,084	1,235	79,789	1,141	3,390	70
2 月	107,485	401	80,035	246	3,433	43
3 月	108,187	702	80,325	290	3,472	39
4 月	110,348	2,161	80,929	604	3,535	63
5 月	112,294	1,946	84,441	3,512	3,622	87
6 月	115,330	3,036	85,144	703	3,803	181
7 月	119,778	4,448	85,911	767	3,946	143
8 月	131,173	11,395	86,846	935	4,313	367
9 月	132,791	1,618	87,370	524	4,457	144
10 月	134,163	1,372	88,323	953	4,491	34
11 月	135,270	1,107	89,196	873	4,511	20
總成長數	29,421		10,548		1,191	
成長率	28%		13%		36%	

附表：本署新媒體社群平台經營成效

表 6-2019 年度社群平台貼文推廣效益					
媒體	加強推廣貼文	目標 點擊	觸及數	實際 點擊	達成率
facebook	疾病擬人細部人設—新型 A 型流感	1,050	80,220	1,690	161%
	小心新型 A 型流感跟著回來	1,050	29,365	1,563	149%
instagram	洗澎澎 煮全熟 再入口	1,000	9,308	1,257	126%
	不要裝熟！	1,000	5,067	1,013	101%
	選一個人會被新型 A 型流感 A 到？	1,800	33,189	3,682	205%
	出國旅遊 不近禽鳥	1,800	25,205	1,822	101%
	路邊野花不要採 野鴿野鳥 更不要餵	1,800	32,057	2,386	133%

玖、附件

附件 1、疾病管制署辦理不實訊息處理之標準作業程序

一、目的

為避免不實訊息誤導民眾，影響疫情防治、政策目的及機關形象，爰成立「不實訊息處理應變小組」，執行即時回應及處理輿情等事宜。

二、辦理依據：

依 108 年 10 月 31 日第 303 次署務會議主席提示辦理。

三、法令依據：

- (一) 傳染病防治法第 9、63、64 及 64-1 條。
- (二) 傳染病防治法施行細則第 5 條之 1。
- (三) 社會秩序維護法第 63 條第 5 款。

四、作業內容：

- (一) 流程圖：附件 1。
- (二) 流程說明：附件 2。

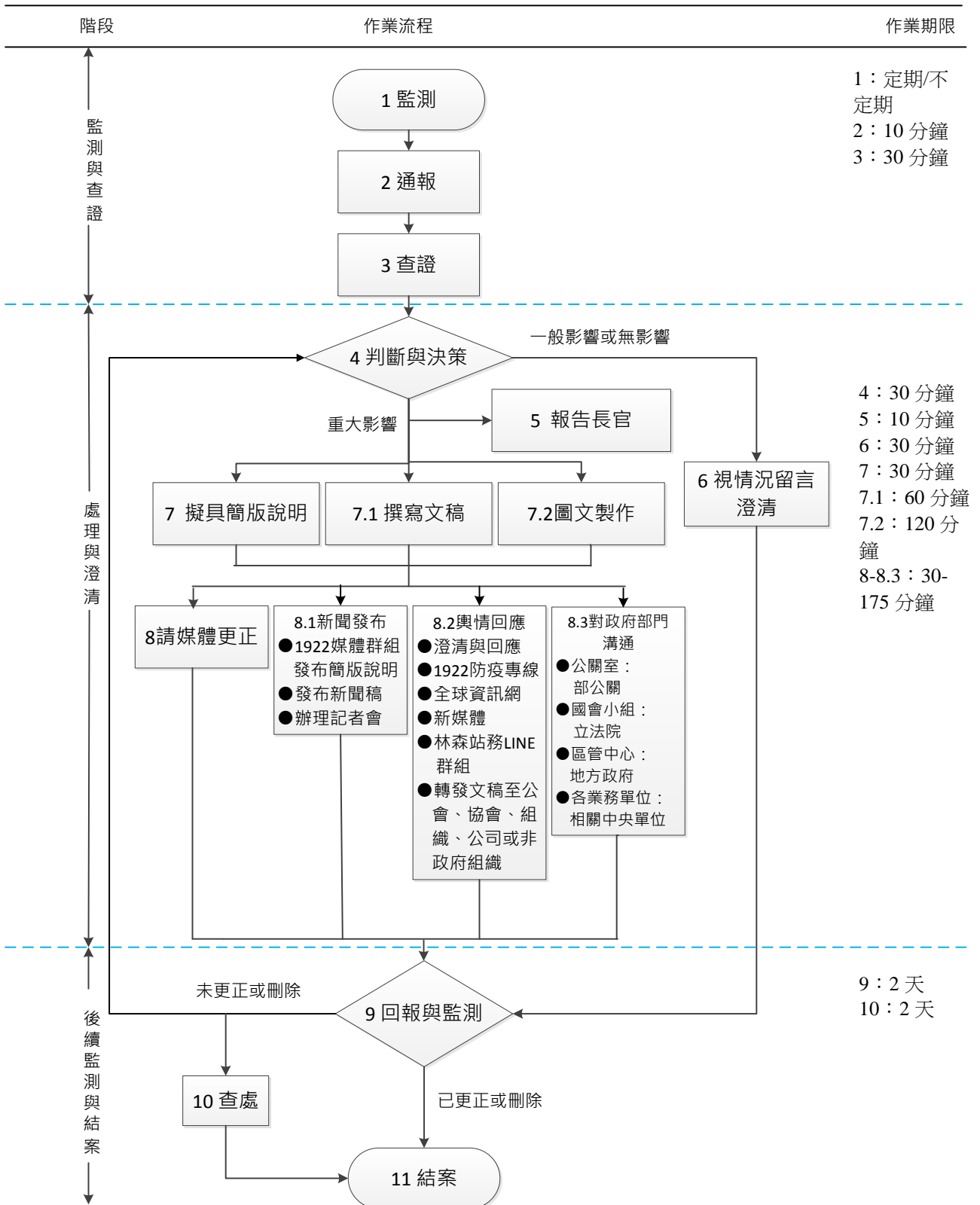
五、相關表單：

略。

六、其他：

- (一) 本小組業務分工(附件 3)。

附件 1：衛生福利部疾病管制署辦理不實訊息處理之流程圖



附件 2：衛生福利部疾病管制署辦理不實訊息處理之流程說明

階段	流程	說明	權責	作業期限
監測與查證	1 監測	1. 公關室之媒體訊息室定期監看或收集各訊息，包含：新聞、文章、照片、影片等，是否有登載、報導、轉載錯誤或不實之本署政策及傳染病疫情訊息。 2. 各單位不定期就本署相關業務內容監看或收集公會、協會、組織、公司、非政府組織群組及社群網站，包含 Facebook、Line 及 PTT 等，是否有登載、報導、轉載錯誤或不實之本署政策及傳染病疫情訊息。	公關室 各單位	定期 /不定期
	2 通報	1. 發現疑有登載、報導、轉載錯誤或不實之本署政策及傳染病疫情訊息(下稱訊息)，應通報公關室，另可於「LINE 林森站務群組」提醒。 2. 公關室接獲訊息後，立即通報戰務副署長及業務單位。	各單位 公關室	10 分鐘
	3 查證	1. 由業務單位查證訊息是否有錯誤或不實，查證結果應即時回報公關室，並由公關室報告戰務副署長。 2. 業務單位如無法於 30 分鐘內完成查證，應主動告知原因及所需時間。 3. 必要時，由公關室向台灣事實查核中心進行查證。	業務單位 公關室	30 分鐘
處理與澄清	4 判斷與決策	1. 戰務副署長接獲訊息或業務單位查證結果後，研判訊息對民眾或疫情之影響程度，決策及定調訊息處理方針。 2. 依影響程度分階段處理： (1) 訊息如為一般影響或無影響，得由業務單位視情況於社群媒體留言或向社群媒體檢舉。 (2) 訊息如為重大影響，且有誤導民眾之虞，依戰務副署長指示進行分眾溝通，統一製作對外資料，及核定相關文稿、圖文。	戰務副署長	30 分鐘

階段	流程	說明	權責	作業期限
處理與澄清	5 報告長官	1. 由戰務副署長向一層長官(署長、政務副署長)報告訊息內容、處理方式及進度。 2. 處理完成之事件說明、新聞稿、澄清稿、222 澄清稿，及相關圖文亦向署長報告。	戰務副署長	10 分鐘
	6 視情況留言澄清	1. 訊息如為一般影響，可由業務單位以民眾的角度，且用平易近人的口吻撰寫中立的澄清內容，經單位主管核准後，於社群媒體下方留言或向社群媒體檢舉。 2. 業務單位留言內容或向社群媒體檢舉之辦理情形，應截圖備份，並回報公關室，由公關室報告戰務副署長。	業務單位 公關室	30 分鐘
	7 擬具簡版說明	視情況研擬 50 字簡版說明文字。	業務單位 公關室	30 分鐘
	7.1 撰寫文稿	1. 業務單位或公關室視情況撰寫文稿： (1) 澄清稿。 (2) 新聞稿。 (3) 採訪通知。 (4) 致醫界通函。 2. 文稿撰寫單位權責劃分： (1) 不實訊息涉及專業性、政策面及數據資料者，由業務單位撰寫。 (2) 不實訊息為本署曾發布新聞稿，由公關室撰寫。	業務單位 公關室	60 分鐘
	7.2 圖文製作	視情況製作 222 澄清稿、圖文、單張或表格。	公關室	120 分鐘
	8 請媒體更正	1. 由公關室聯絡媒體，請新聞媒體更正或刪除訊息： (1) 電子媒體：停止報導訊息，並更正或刪除訊息。 (2) 平面媒體：如有電子新聞，更正或刪除訊息；必要時，請平面媒體於次日(期)或指定日期另發一則澄清或說明文。 (3) 網路媒體：更正或刪除訊息。 2. 更正或刪除訊息情形後，截圖備份並回報。	公關室	30-175 分鐘

階段	流程	說明	權責	作業期限
處理與澄清	8.1 新聞發布	<ol style="list-style-type: none"> 1. 如有 50 字簡版說明，於「1922 媒體全組」發布說明，讓媒體第一時間獲得正確訊息。 2. 發布澄清稿或新聞稿。 3. 召開記者會，說明完整事由及接受媒體聯訪。 	公關室	
	8.2 輿情回應	<ol style="list-style-type: none"> 1. 提供免付費 1922 防疫專線，由客服人員解說民眾問題。 2. 於疾管署全球資訊網放置新聞稿或於「澄清專區」放置澄清內容，並請衛福部公關室協助將相關稿件放置於衛福部全球資訊網。 3. 分階段於疾管署新媒體平台（FB、LINE@、IG、Twitter）發布相關文稿。 4. 同步轉知衛福部新媒體，請衛福部轉知各司署及行政院協助轉發。 5. 將相關文稿傳到「林森站物 LINE 群組」，請業務單位協助轉發至業務相關之公會、協會、組織、公司、非政府組織等，以擴散訊息傳播。 6. 如為網路、社群媒體、論壇等平台，處理方式如下： <ol style="list-style-type: none"> (1)於其下張貼正確說明，截圖並回報。 (2)向社群媒體檢舉該貼文，截圖並回報。 (3)提供謠言澄清予臺灣事實查核中心，協助澄清說明及降低錯誤訊息露出等。 	公關室 各單位	
	8.3 對政府部門溝通	<p>各單位視情況向政府部門溝通及說明：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 公關室分階段向部公關報告，並請其依規向行政院或相關單位說明。 2. 如為立委辦公室及民意代表，由國會聯絡組溝通及說明。 3. 如涉地方政府，由區管中心溝通及說明。 4. 相關中央單位由業務單位溝通及說明。 	各單位	

階段	流程	說明	權責	作業期限
後續 監測 與 結案	9 回報與監測	1. 業務單位或公關室應將相關截圖備份隨時回報戰務副署長。 2. 業務單位及公關室繼續監視訊息是否已更正或刪除。 3. 如訊息未刪除或更正，且持續或輿情擴大，依戰務副署長指示撰寫文稿。	業務單位 公關室	2天
	10 查處	如訊息未刪除或更正，且涉及第三人利益，得由業務單位依傳染病防治法或社會秩序維護法等相關規定查處或移送警察機關進行調查。	業務單位 公關室	2天
	11 結案	如訊息已刪除或更正，業務單位已依規查處，或經戰務副署長指示，則結案。	公關室	

附件 3：不實訊息處理應變小組業務分工

權責單位	工作事項
一層長官 辦公室	1. 戰務副署長： (1) 擔任本小組之召集人。 (2) 決策訊息處理方針。 (3) 向一層長官(署長等)報告訊息內容及處理進度。 (4) 核定相關文稿。 2. 一層長官：向上級機關報告，並宣達上級指示事項。
業務單位	1. 監測：不定期就本署相關業務內容監看或收集訊息。 2. 查證：查證訊息是否有錯誤或不實。 3. 撰寫文稿：訊息涉及專業性、政策面及數據資料者，由業務單位擬具簡版說明及撰寫文稿。 4. 輿情回應：依流程 8.2 及 8.3 辦理相關事宜，並向戰務副署長回報處理情形與進度。 5. 後續監測與處理：依流程 9 及 10 辦理相關事宜。
公關室	1. 監測：定期監看或收集訊息。 2. 報告：向戰務副署長報告訊息及業務單位查證結果。 3. 撰寫文稿：訊息如為本署曾發布新聞稿，由公關室擬具簡版說明、撰寫文稿及製作圖文。必要時，協助業務單位製作圖文。 4. 輿情回應：依流程 8 至 8.3 辦理相關事宜，並向戰務副署長回報處理情形與進度。 5. 後續監測與處理：依流程 9 辦理相關事宜。
國會聯絡 小組	1. 必要時，向立委辦公室及民意代表溝通及說明。 2. 向戰務副署長回報處理情形與進度。
秘書室	支援記者室資訊系統及其他相關事務。
資訊室	支援記者室資訊系統及其他相關事務。

附件 2、新型 A 型流感民意調查問卷

您好，這裡是衛生福利部疾病管制署委託的執行單位，目前正在進行「新型 A 型流感防治滿意度調查」，耽誤您一些時間，謝謝！

這份問卷是受政府機關委託執行，您的意見將成為政府決策時的重要參考，僅作為分析之用，並且所有資料與意見都將受到最嚴密的保護，請您放心。

若您有任何疑問，查詢電話為衛生福利部疾病管制署疫情通報及諮詢專線 1922！

【調查平台過濾機制】

- A. 受訪者須年滿 18 歲
- B. 受訪者須居住於本國
- C. 受訪者僅限填答一次

1. 請問您現在大約幾歲？

- (01) 18-19 歲
- (02) 20-24 歲
- (03) 25-29 歲
- (04) 30-34 歲
- (05) 35-39 歲
- (06) 40-44 歲
- (07) 45-49 歲
- (08) 50-54 歲
- (09) 55-59 歲
- (10) 60-64 歲
- (11) 65-69 歲
- (12) 70 歲以上

2. 請問您目前居住的縣市是？

- (01) 基隆市 (02) 台北市 (03) 新北市 (04) 桃園市 (05) 新竹市
- (06) 新竹縣 (07) 苗栗縣 (08) 台中市 (09) 南投縣 (10) 彰化縣
- (11) 雲林縣 (12) 嘉義市 (13) 嘉義縣 (14) 台南市 (15) 高雄市
- (16) 屏東縣 (17) 台東縣 (18) 花蓮縣 (19) 宜蘭縣 (20) 澎湖縣
- (21) 金門縣 (22) 連江縣

3. 請問您有沒有聽過新型 A 型流感(或禽流感、豬流感)?【只要聽過一個即可】
 - (01) 有聽過
 - (02) 沒有聽過
4. 請問您是否知道禽流感病毒透過雞、鴨或豬等家畜所傳染之流感已被政府合併為新型 A 型流感?
 - (01) 知道
 - (02) 不知道
5. 請問您知道新型 A 型流感是透過什麼方式傳染嗎? (複選題)
 - (01) 接觸傳染
 - (02) 飛沫傳染
 - (03) 食物傳染
 - (04) 血液傳染
6. 您認為下列哪些症狀，是新型 A 型流感的主要症狀? (複選題)
 - (01) 上呼吸道症狀 (如咳嗽、流鼻涕、喉嚨痛)
 - (02) 結膜炎
 - (03) 腸胃道症狀 (如噁心、嘔吐、腹瀉)
 - (04) 都不知道
 - (05) 以上都不正確
7. 請問您認為下列哪些情況可能會感染新型 A 型流感嗎? (複選題)
 - (01) 食用未煮熟的雞肉/鴨肉及蛋類
 - (02) 接觸生病的鳥、雞、鴨等禽類
 - (03) 到疫情流行地區之養禽場參觀
 - (04) 購買或飼養來路不明的禽鳥
8. 請問您認為有哪些措施可以預防新型 A 型流感? (複選題)
 - (01) 勤洗手
 - (02) 避免到新型 A 型流感流行的地區
 - (03) 避免到養殖或宰殺禽鳥場所
 - (04) 避免接觸禽鳥及禽鳥排泄物
 - (05) 避免購買及食用來路不明的禽鳥肉品及其相關製品 (包括蛋類)
 - (06) 避免生食禽鳥肉品及其相關製品 (包括蛋類)
 - (07) 出現發燒、咳嗽、喉嚨痛等呼吸道症狀時，戴口罩並儘速就醫
 - (09) 沒有任何方式可以預防
9. 請問有關新型 A 型流感，您較想獲得那些知識/訊息? (複選題)
 - (01) 感染症狀

- (02) 感染地區/疫區
- (03) 傳染方式
- (04) 治療方式
- (05) 預防方式
- (94) 其他【紀錄內容】

10. 請問您是否知道目前政府在防疫新型 A 型流感進行了那些措施？（複選題）

- (01) 加強機場、港口入出境檢疫
- (02) 有疫情時隨時召開記者會公佈最新消息
- (03) 提供 24 小時全年無休的免費民眾通報及諮詢專線 1922
- (04) 定期在電視、廣播、網路社群媒體上向民眾做宣導
- (05) 於疾病管制署全球資訊網提供新型 A 型流感疾病介紹及預防方式
- (06) 與醫院合作設置旅遊醫學門診
- (94) 其他【紀錄內容】

11. 請問您認為，政府在宣導新型 A 型流感的資訊、症狀、流行地區及預防方法是否足夠？

- (01) 非常足夠
- (02) 足夠
- (03) 不太足夠
- (04) 非常不足夠

12. 請問您過去一年，曾透過那些管道獲得傳染病(如流感/新型 A 型流感/腸病毒/登革熱/麻疹等)的相關訊息？（複選題）

- (01) 電視(新聞/廣告/節目)【跳答 Q15】
- (02) 廣播(新聞/廣告/節目)【跳答 Q15】
- (03) 報章雜誌【跳答 Q15】
- (04) 網站/電子報【續答 Q13，後跳答 Q15】
- (05) 通訊軟體(Ex Line、wechat..)【續答 Q13、Q14】
- (06) 社群網站(Ex 臉書 Facebook、PTT...等)【續答 Q13、Q14】
- (07) 宣導海報【跳答 Q15】
- (08) 朋友/鄰居【跳答 Q15】
- (09) 村里長【跳答 Q15】
- (10) 醫療院所【跳答 Q15】
- (11) 戶外廣告【跳答 Q15】
- (12) 學校【跳答 Q15】
- (94) 其他【紀錄內容】【跳答 Q15】
- (97) 忘記來源【跳答 Q15】

13. 請問您主要是透過哪些網站，包含即時通訊軟體和社群網站，得到傳染

病(如流感/新型 A 型流感/腸病毒/登革熱/麻疹等)的訊息？

- (01) Line
- (02) 臉書 Facebook
- (03) Youtube
- (04) Instagram
- (05) 推特 Twitter
- (06) 各大搜尋引擎 (如 Google、Yahoo)
- (07) 疾病管制署官方網站
- (08) 微信 WeChat
- (09) 網路新聞網 (如 udn 聯合新聞網, NOWnews 今日新聞網等)
- (10) BBS (如台大批踢踢)
- (11) 網路論壇 (如 mobile01、背包客棧等)
- (12) 電子報
- (94) 其他【紀錄內容】
- (97) 忘記來源

14. 現在民眾較常使用的通訊軟體及社群網站有：Line、FB、Instagram、Youtube，請排列您使用的優先順序？

- (01) Line
- (02) FB
- (03) Instagram
- (04) Youtube
- (05) 都沒有使用【跳答 Q15】

15. 請問您有聽過或有加入疾病管制署專門用來宣導傳染病的 **1922 防疫達人** 臉書粉絲專頁嗎？

- (01) 有聽過，但未加入
- (02) 有聽過，且加入
- (03) 沒聽過

16. 那麼，請問您有聽過或有加入疾病管制署的 **Line 官方帳號 (疾管家)** 嗎？

- (01) 有聽過，但未加入
- (02) 有聽過，且加入
- (03) 沒聽過

17. 整體來說，請問您對目前政府在防治新型 A 型流感表現是否滿意？

- (01) 非常滿意
- (02) 滿意
- (03) 不太滿意

(04) 非常不滿意

18. 請問您對於政府未來推動新型 A 型流感防治，有沒有信心？

(01) 很有信心

(02) 有點信心

(03) 有點沒信心

(04) 很沒信心

19. 請問您的最高學歷是什麼？

(01) 國小及以下

(02) 國初中

(03) 高中職

(04) 專科

(05) 大學

(06) 研究所及以上

20. 為了整體統計的關係，請問您個人平均每月收入大約是多少？

(01) 目前無收入

(02) 不到 20,000 元

(03) 20,000 元至 29,999 元

(04) 30,000 元至 39,999 元

(05) 40,000 元至 49,999 元

(06) 50,000 元至 59,999 元

(07) 60,000 元至 79,999 元

(08) 80,000 元至 99,999 元

(09) 100,000 元至 149,999 元

(10) 150,000 元至 199,999 元

(11) 200,000 元以上

(97) 不一定/很難說

21. 請問您的職業是什麼？

(01) 自營商、雇主、企業家、民意代表

(02) 高階主管及經理人員

(03) 專業人員（律師、醫師、會計師、建築師等）

(04) 技術員及助理專業人員

(05) 事務支援人員（郵局銀行行員、辦公室事務工作、公司櫃台接待、總機等）

(06) 服務及銷售工作人員（空服員、保全、褌母、看護、攤販等）

(07) 技藝、機械設備操作及體力技術工（司機、水電工、油漆工、清潔工等）

(08) 農、林、漁、牧、礦業生產人員

- (09) 軍警公教
- (10) 家庭主婦
- (11) 學生
- (12) 自由業
- (13) 退休
- (14) 待業中/無業
- (94) 其他【紀錄內容】

22. 受訪者性別：

- (01) 男性
- (02) 女性

訪問到此結束 謝謝您接受訪問!!

附件 3、新型 A 型流感民意調查問卷結果

各項調查數據均為加權後的調查結果，因採四捨五入的緣故，所以合計可能不等於 100.0%；同時各項議題之次數合計或併項處理，亦由於加權調整與四捨五入，會偶爾產生與總樣本數不一致情形，但並不會影響整體調查結果，特此說明。

1、 請問您有沒有聽過新型 A 型流感(或禽流感、豬流感)？

	新型 A 型流感認知度	
	人數	百分比
有聽過	950	87.9
沒有聽過	130	12.1
總計	1080	100.0

2、 請問您是否知道禽流感病毒透過雞、鴨或豬等家畜所傳染之流感已被政府合併為新型 A 型流感？

	禽流感併入新型 A 型流感認知度	
	人數	百分比
知道	496	45.9
不知道	584	54.1
總計	1080	100.0

3、 請問您知道新型 A 型流感是透過什麼方式傳染嗎？（複選題）

	新型 A 型流感傳染方式認知	
	人數	百分比
飛沫傳染	826	76.4
接觸傳染	645	59.8
食物傳染	481	44.5
血液傳染	227	21.0
都不知道	57	5.3

4、 您認為下列哪些症狀，是新型 A 型流感的主要症狀？（複選題）

	新型 A 型流感症狀認知	
	人數	百分比
上呼吸道症狀	873	83.6
腸胃道症狀	649	62.1
結膜炎	229	22.0
都不知道	104	9.6
以上都不正確	4	0.4

請問您認為下列哪些情況可能會感染新型 A 型流感？（複選題）

	新型 A 型流感感染途徑認知	
	人數	百分比
接觸生病的鳥、雞、鴨等禽類	921	85.3
到疫情流行地區之養禽場參觀	897	83.1
購買或飼養來路不明的禽鳥	868	80.3
食用未煮熟的雞肉／鴨肉及蛋類	860	79.6
不知道／拒答	22	2.1

5、 請問您認為有哪些措施可以預防新型 A 型流感？（複選題）

	新型 A 型流感預防措施認知	
	人數	百分比
勤洗手	683	63.3
避免到新型 A 型流感流行的地區	661	61.2
出現發燒、咳嗽、喉嚨痛等呼吸道症狀時， 戴口罩並儘速就醫	654	60.5
避免接觸禽鳥及禽鳥排泄物	631	58.4
避免生食禽鳥肉品及其相關製品（包括蛋類）	625	57.9
避免購買及食用來路不明的禽鳥肉品及其相關製品（包括蛋類）	617	57.1
避免到養殖或宰殺禽鳥場所	580	53.7
不知道／拒答	15	1.5
沒有任何方式可以預防	1	0.1

6、 請問有關新型 A 型流感，您較想獲得那些知識／訊息？（複選題）

	新型 A 型流感所需資訊	
	人數	百分比
預防方式	767	71.0
感染症狀	658	60.9
治療方式	647	59.9
傳染方式	638	59.1
感染地區／疫區	626	58.0
不知道／拒答	98	9.1

7、 請問您是否知道目前政府在防疫新型 A 型流感進行了那些措施？（複選題）

	新型 A 型流感政府防治措施認知	
	人數	百分比
加強機場、港口入出境檢疫	671	62.1
定期在電視、廣播、網路社群媒體上向民眾做宣導	528	48.8
於疾病管制署全球資訊網提供新型 A 型流感疾病介紹及預防方式	441	40.9
有疫情時隨時召開記者會公佈最新消息	430	39.8
提供 24 小時全年無休的免費民眾通報及諮詢專線 1922	384	35.6
與醫院合作設置旅遊醫學門診	341	31.6
疫苗接種	15	1.4
環境消毒	3	0.3
不知道／拒答	145	13.5

8、 請問您認為，政府在宣導新型 A 型流感(禽流感)的資訊、症狀、流行地區及預防方法是否足夠？

		政府宣導防治新型 A 型流感足夠度		
		人數	百分比	小計
足夠	非常足夠	56	5.2	36.5
	足夠	338	31.3	
不足夠	不太足夠	486	45.0	57.2
	非常不足夠	132	12.2	
不知道／拒答		68	6.3	
總計		1080	100.0	

9、請問您過去一年，曾透過那些管道獲得傳染病(如流感／新型 A 型流感／腸病毒／登革熱／麻疹等)的相關訊息？(複選題)

	新型 A 型流感傳播管道	
	人數	百分比
電視	835	77.3
網站／電子報	299	27.7
社群網站	289	26.8
醫療院所	264	24.4
報章雜誌	191	17.6
通訊軟體	187	17.3
廣播	164	15.1
朋友／鄰居	159	14.7
宣導海報	124	11.5
學校	111	10.2
戶外廣告	44	4.1
忘記來源	36	3.3
村里長	35	3.3
工作場所宣導	5	0.4
不知道／拒答	41	3.8

10、請問您主要是透過哪些網站，包含即時通訊軟體和社群網站，得到傳染病(如流感／新型 A 型流感／腸病毒／登革熱／麻疹等)的訊息？(複選題)

	新型 A 型流感網路資訊管道	
	人數	百分比
臉書 Facebook	309	65.1
Line	239	50.4
各大搜尋引擎	191	40.2
網路新聞網	155	32.6
Youtube	99	20.9
疾病管制署官方網站	96	20.1
電子報	44	9.2
Instagram	24	5.1
BBS	21	4.5
網路論壇	18	3.8
微信 WeChat	7	1.5
學校網站	7	1.4
推特 Twitter	2	0.5
不知道／拒答	2	0.5
忘記來源	2	0.4

11、 現在民眾較常使用的通訊軟體及社群網站有：Line、FB、Instagram、Youtube，請問您最常使用的是？【第一序位】

常用通訊軟體及社群網站(第一序位)		
	人數	百分比
Line	254	58.7
FB(臉書)	138	31.8
Instagram(IG)	13	3.1
Youtube	25	5.8
都沒有使用	1	0.1
不知道／拒答	2	0.5
總計	433	100.0

12、 那麼，在 Line、FB、Instagram、Youtube（排除前項答案）當中，第二常使用的是？【第二序位】

常用通訊軟體及社群網站(第二序位)		
	人數	百分比
Line	45	10.7
FB(臉書)	250	59.9
Instagram(IG)	39	9.3
Youtube	68	16.2
都沒有使用	15	3.5
不知道／拒答	1	0.4
總計	417	100.0

13、 那麼，在 Line、FB、Instagram、Youtube（排除前二項答案）當中，第三順位使用的是？【第三序位】

常用通訊軟體及社群網站(第三序位)		
	人數	百分比
Line	18	4.3
FB(臉書)	53	13.0
Instagram(IG)	110	26.8
Youtube	180	43.9
都沒有使用	48	11.7
不知道／拒答	1	0.3
總計	409	100.0

14、 最後，向您確認 Line、FB、Instagram、Youtube（排除前三項答案）是您使用的第四順位？【第四順位】

	常用通訊軟體及社群網站(第四順位)	
	人數	百分比
Line	19	5.8
FB(臉書)	27	8.3
Instagram(IG)	80	24.5
Youtube	75	22.8
都沒有使用	124	37.8
不知道／拒答	2	0.7
總計	328	100.0

15、 請問您有聽過或有加入疾病管制署專門用來宣導傳染病的【1922 防疫達人】臉書粉絲專頁嗎？

	1922 防疫達人粉絲專頁認知及加入度	
	人數	百分比
有聽過，但未加入	197	18.2
有聽過，且加入	33	3.0
沒聽過	851	78.8
總計	1080	100.0

16、 那麼，請問您有聽過或有加入疾病管制署的 Line 官方帳號（疾管家）嗎？

	Line 官方帳號（疾管家）認知及加入度	
	人數	百分比
有聽過，但未加入	182	16.9
有聽過，且加入	33	3.1
沒聽過	864	80.0
總計	1080	100.0

17、 整體來說，請問您對目前政府在防治新型 A 型流感表現是否滿意？

	政府防治新型 A 型流感滿意度		
	人數	百分比	小計
滿意	非常滿意	78	7.2
	滿意	511	47.3
不滿意	不太滿意	336	31.1
	非常不滿意	75	6.9
不知道／拒答	80	7.4	
總計	1080	100.0	

18、 請問您對於政府未來推動新型 A 型流感(禽流感)防治，有沒有信心？

		政府防治新型 A 型流感信心度		
		人數	百分比	小計
有信心	很有信心	195	18.1	69.2
	有點信心	552	51.1	
沒信心	有點沒信心	218	20.2	26.3
	很沒信心	66	6.1	
不知道／拒答		49	4.5	
總計		1080	100.0	

【基本資料】

19、 請問您目前居住的縣市是？

		居住縣市	
		人數	百分比
基隆市		17	1.6
台北市		117	10.9
新北市		189	17.5
桃園市		102	9.5
新竹市		19	1.7
新竹縣		24	2.2
苗栗縣		27	2.5
台中市		128	11.9
南投縣		20	1.9
彰化縣		57	5.3
雲林縣		33	3.1
嘉義市		12	1.2
嘉義縣		23	2.1
台南市		89	8.2
高雄市		130	12.0
屏東縣		38	3.6
台東縣		10	0.9
花蓮縣		13	1.2
宜蘭縣		19	1.7
澎湖縣		5	0.4
金門縣		6	0.6
連江縣		1	0.1
總計		1080	100.0

20、 請問您最高的學歷？

	教育程度	
	人數	百分比
國小及以下	88	8.2
國初中	91	8.5
高中職	288	26.7
專科	164	15.2
大學	369	34.1
研究所及以上	77	7.1
拒答	2	0.2
總計	1080	100.0

21、 為了整體統計的關係，請問您每個月包括薪資的所有收入，平均大概是多 少錢？

	月收入	
	人數	百分比
目前無收入	236	21.9
不到 20,000 元	90	8.3
20,000 元至 29,999 元	163	15.1
30,000 元至 39,999 元	201	18.6
40,000 元至 49,999 元	126	11.6
50,000 元至 59,999 元	90	8.4
60,000 元至 79,999 元	71	6.6
80,000 元至 99,999 元	29	2.7
100,000 元至 149,999 元	28	2.6
150,000 元至 199,999 元	2	0.2
200,000 元以上	7	0.6
不一定／很難說	6	0.5
不知道／拒答	32	3.0
總計	1080	100.0

22、 請問您的職業是什麼？

	職業	
	人數	百分比
自營商、雇主、企業家、民意代表	37	3.4
高階主管及經理人員	43	4.0
專業人員	69	6.4
技術員及助理專業人員	76	7.1

事務支援人員	88	8.2
服務及銷售工作人員	120	11.1
技藝、機械設備操作及體力技術工	86	8.0
農、林、漁、牧、礦業生產人員	30	2.8
軍警公教	89	8.2
家庭主婦	152	14.1
學生	49	4.5
自由業	55	5.1
退休	143	13.2
待業中／無業	30	2.8
拒答	13	1.2
總計	1080	100.0

23、 請問您現在大約幾歲？

	年齡	
	人數	百分比
18-19 歲	31	2.9
20-24 歲	84	7.7
25-29 歲	85	7.9
30-34 歲	86	8.0
35-39 歲	110	10.2
40-44 歲	107	9.9
45-49 歲	97	8.9
50-54 歲	99	9.2
55-59 歲	101	9.3
60-64 歲	90	8.4
65-69 歲	73	6.7
70 歲以上	117	10.8
總計	1080	100.0

24、 性別

	性別	
	人數	百分比
男性	531	49.2
女性	549	50.8
總計	1080	100.0

拾、經費使用情形

項 目	本年度核定金額	支 用 狀 況
研究助理薪資	673,614	因應研究助理由派遣人員轉約用人員，薪資支付規則改變，本年度支出 12 個月薪資及保險費共 583,356 元、加班費 6,916 元，剩餘款項釋出至一層統籌款。
宣導活動	4,428,386	辦理本年度傳統媒體與新媒體宣導活動共 4 場，及辦理新媒體宣導規劃及執行、宣導貼文推廣等，共支用 2,432,500 元。
民意調查	300,000	完成辦理本年度計畫民意調查 1 次，共支用 300,000 元。
製作平面文宣 素材	900,000	製作文宣素材共 21 款，並包含雙語防疫繪本及疾病擬人實體桌曆印刷及寄送，共支用 2,867,500 元，超支部分由其他項目餘額勻支。
資料蒐集費	30,000	辦理本計畫所需匯集官方新媒體社群平台後台數據及其他資料，共支出 30,000 元。
文具紙張	50,000	實施本計畫所需油墨、碳粉匣、文具等費用，共支用 86,786 元，超支部分由其他項目餘額勻支。
出席費	10,000	辦理本計畫之期中、期末成果報告審查費用，共支用 10,000 元。
其他	10,000	修理及保養本計畫所需辦公設備，共支出 1,600 元。
設備費	86,000	購買製作影音及平面素材所需之字體軟體，及輿情蒐集彙整所需之掃描機，共支出 86,000 元。
總計	6,488,000	本年度共計支用 6,488,000 元。