

計畫編號：MOHW110-CDC-C-315-114602

衛生福利部疾病管制署 110 年署內科技研究計畫

計畫名稱：多元化媒體宣導之探討-以新型 A 型流感為例

110 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

研究人員：柯海韻、魏涵寧、蘇冠人、戴妤珊、林秀品

執行期間：110 年 1 月 1 日至 110 年 12 月 31 日

目錄

中文摘要.....	p.3
英文摘要.....	P.4
壹、前言.....	P.6
貳、材料及方法.....	p.7
參、結果.....	p.10
肆、討論與建議.....	p.24
伍、結論.....	p.28
陸、參考文獻.....	p.29
柒、圖表.....	p.30
捌、附錄.....	p.37

中文摘要

新興傳染病具有突發性、不確定性，易大流行等特性，其發生及影響層面難以預測，為使疫情損害降到最低，「如何將正確防疫資訊以最快速度傳達給民眾」是防疫宣導工作中極為重要的課題。本計畫以新興傳染病中「新型 A 型流感防治多元化媒體宣導」為研究主題，以製作各類宣導素材，並配合多元媒體通路發布防疫資訊方式，進一步分析傳染病防治宣導之效果與差異，作為未來政策參採。

本(110)年度計畫完成宣導素材共 19 款、發布相關貼文總觸及數達 4,172,408 人次、辦理 3 場宣導活動，總觸及數達 446,784 人次。另，透過民意調查結果發現，過去一年民眾曾接受過新型 A 型流感訊息較去(2020)年增加 0.8%；同時受訪民眾能完全答對新型 A 型流感的預防措施，較去(2020)年增加 34.2%，惟民眾對於新型 A 型流感基本知識、獲取相關資訊的需求、以及對政府防治新型 A 型流感的宣導評價、整體作為評價及信心均呈現下降情形；經評估可能係受 COVID-19 本土疫情邊際效益影響，讓民眾增加對傳染病防治重視，促使其對於政府防疫能力與表現等標準提高，而造成滿意度與信心度下降。因此，未來除正確宣導傳染病知識外，也應展現政府的防疫成果，增加民眾對於政府防疫的滿意度與信心。

後續將持續視各項新型 A 型流感宣導成效，滾動式調整新媒體經營模式，以維持與民間既有的良好風險溝通管道；另將適時加入傳統媒體的衛教宣導，以提高相關資訊在各族群的觸及率，進而提升民眾的新型 A 型流感知能、增進民眾對政府在新型 A 型流感防治的信任與信心，降低突發疫情對社會造成的各項衝擊，確保人民生命財產安全。

關鍵字：新型 A 型流感、防治、多元媒體、防疫宣導

Abstract

Emerging infectious diseases have the characteristics of suddenness, uncertainty, and easy transmission. It is difficult to predict their occurrence and impact. To minimize the damage of outbreak events, effective public health communication strategies that facilitate the fastest public access to accurate disease prevention information are keys to successful disease awareness campaigns. This study assesses disease awareness campaigns launched through multimedia channels for an emerging infectious disease, novel influenza A virus infections, in order to further analyze the effectiveness and differences of various promotion materials and ways of dissemination using multimedia channels, which can serve as a reference for future policies.

In 2021, a total of 19 promotion materials were planned for production, and the number of impressions for related posts was 4,172,408, and 3 awareness activities were organized, which reached a total of 446,784 individuals. On the other hand, the results of public opinion surveys found that the people who had received information concerning novel influenza A virus infections in the past year increased by 0.8% compared to the previous year (2020). Simultaneously, the percentage of the respondents who were able to correctly answer the prevention measures for novel influenza A virus infections increased by 34.2% compared to the previous year. However, public demand for basic knowledge of novel influenza A virus infection and access to relevant information, the evaluation of the government's efforts at increasing awareness and its overall performance as well as public confidence in government all declined. Assessments revealed that the public might have paid more attention to infectious diseases as a result of marginal effects due to the local COVID-19 outbreak, raising their expectation of the government's capacity and performance to tackle infectious diseases and leading to a decline in the level of their satisfaction and confidence in government. Therefore, in addition to correctly disseminating knowledge about infectious diseases in the future, the results of the government's

disease prevention efforts should also be promoted to improve public satisfaction and confidence in the government's capacity and performance to tackle infectious diseases.

In the future, the government will keep evaluating the effectiveness of various awareness campaigns for novel influenza A virus infections, and adjust the new media management model on a rolling basis to maintain the existing good risk communication channels with the public. In addition, public health campaigns through traditional media will be included when appropriate to improve the reach of relevant information among all ethnic groups, bolstering public awareness of novel influenza A virus infections and increasing public trust and confidence in the government's prevention and control of novel influenza A virus infections, while reducing the impact of a sudden outbreak on the society and ensuring personal and property safety of the people.

Keywords: Novel influenza A virus infections, prevention, multimedia, disease awareness campaign

壹、前言

在全球化的影響下，疾病的傳播已無遠弗屆；透過觀光旅遊、貿易活動等大量且密集地人際活動，疾病可迅速擴散至全球各地。自 2019 年底中國爆發 COVID-19 疫情後，全球健康、民生與經濟受到嚴重影響，世界各國與區域的公衛、醫療系統也面臨嚴峻考驗，顯見新興傳染病一旦爆發，將對經濟與社會造成重大衝擊。

近年各國陸續發生禽流感疫情，導致染疫禽鳥均遭撲殺，對全球經濟造成影響，而多次的禽流感疫情，也使得全球新型 A 型流感的案例隨之增加。依據世界衛生組織(WHO)統計資料顯示，截至今(2021)年 12 月 6 日止，全球人類 H7N9 病例累計 1,568 例，616 例死亡；H5N1 病例累計 863 例，456 例死亡；H5N6 病例累計 57 例，27 例死亡；H9N2 病例累計 60 例，2 例死亡；H7N4 累計 1 例，無死亡〔1〕。我國於今年 3 月也曾出現 1 例新型 A 型流感本土病例，個案並無國內外旅遊史，但家中從事禽畜養殖業，故可能係曾接觸遭病毒感染的禽畜所致，屬於非人傳人的偶發案件〔2〕。考量鄰近我國的中國地區近 4 年持續有 H7N9、H5N6 及 H9N2 散發病例發生，而我國與其經貿往來密切，加上臺灣地處候鳥南遷北返的主要路徑，且島內地狹人稠、易有人與禽畜混居的情形發生，這都大幅提高了新型 A 型流感的傳播風險。

為保障國民財產及人身安全，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，所以一個良好的風險溝通策略及宣導管道，將在「防疫」及「抗疫」的過程中佔有關鍵角色。若能有效提升正確防疫資訊的擴散速度及觸及範圍，就能掌握疾病防治的先機，進而有效防堵疫情擴散、降低人員的傷亡及財產的損失，守住國人的健康家園。

貳、材料及方法

本計畫除依據健康傳播理論行為改變三階段—「建立風險意識、促成行為動機、採取有效作法」作為設計基礎，以「新型 A 型流感防治」為宣導主軸，分別針對一般大眾、醫事人員及禽畜產業/動物防疫人員等不同風險族群，設計製作多元素材(包括：單張、懶人包、動態圖片及影片等)，並透過本署自營新媒體平臺：臉書、Line@疾管家及 Instagram(以下簡稱 IG)，進行衛教宣導；同時，為提升民眾對於傳染病防治的興趣，亦會不定期舉辦各式實體或網路活動，以藉由實際參與過程強化民眾防疫知能並加深印象。最後，透過民意調查進行計畫效益評估，以瞭解民眾對於新型 A 型流感防治相關知能及對政府防疫信心度之變化，作為未來宣導模式調整參考。

一、多元素材製作

以「新型 A 型流感防治」為宣導主題，分別針對一般大眾、醫事人員及禽畜產業/動物防疫人員等不同風險族群，設計製作多元素材(包括：單張、懶人包、動態圖片及影片等)，並透過本署自營新媒體平臺：臉書、Line@疾管家及 IG，進行宣導。

二、新媒體平臺宣導效益評估：依據過去觀察新媒體貼文，民眾觀看貼文約維持 14 天關注度即減少，故以發布後 14 天數據作為統計。

(一) 臉書：以貼文發布後第 14 天的「觸及人數(觸及帳號數)」、「按讚數」、「分享次數」、「留言數」及「互動數(按讚數+分享+留言+點擊數)」進行單篇貼文的效益分析；另，以本署帳號的「追蹤人數」評估發布模式之正確性及宣導效益。

(二) Line@疾管家：以貼文發布後第 14 天的「曝光次數」、「按讚數」、「分享次數」、「留言數」及「點擊數」進行單篇貼文的效益分析；另，以 Line@疾管家的「粉絲人數」評估發布模式之正確性及宣

導效益。

(三) IG：以貼文發布後第 14 天的「觸及人數(觸及帳號數)」、「按讚數」、「分享次數」、「留言數」及「互動數(按讚數+儲存次數+分享+留言)」進行單篇貼文的效益分析；另，以本署帳號的「追蹤人數」評估發布模式之正確性及宣導效益。

三、網路/實體宣導活動效益評估：依據過去觀察網路/實體活動，因活動具時效性，民眾約維持 7 天關注度即減少，故以活動發布/舉辦後 7 天數據作為統計。

(一) 臉書問答抽獎活動：以活動結束後第 7 天的「觸及人數(觸及帳號數)」、「按讚數」、「分享次數」、「留言數」、「互動數(按讚數+分享+留言+點擊次數)」及「參加抽獎的人數」進行活動效益分析。

(二) 臉書直播活動：同時透過本署及藝人廖威廉的臉書帳號進行直播，並以活動結束後第 7 天之前述 2 帳號的「總觸及人數(觸及帳號數)」、「直播高峰同時在線人數」、「觀眾總分享數」及「參加抽獎的人數」進行活動效益分析。

四、民意調查

為瞭解民眾對新型 A 型流感防治的認知與需求程度、相關防疫資訊的獲取管道，以及對政府防疫的宣導評價、信心度及滿意度，委由全國公信力量民意調查股份有限公司於 110 年 9 月 15 日至 9 月 23 日期間，透過市內電話(電話訪問時間為每日 18-22 點)及網路 2 方式，針住在臺閩地區年滿 18 歲以上之民眾進行調查。市內電話調查方式係採用 2 階段方式進行抽樣(自中華電信住宅電話號碼簿進行系統抽樣，再以隨機亂數方式取代中選號碼的最後 2 碼)，並依據 22 縣市人口比率進行樣本配置。另，網路調查樣本使用入選機率調整法(Propensity

Score Adjustment: PSA)計算修正係數調整後與電話調查樣本合併，並以「多變數反覆加權(raking)」的方式進行加權，使合併後樣本結構分布與母體一致，以增進樣本代表性，並視資料特性使用次數分配分析(Frequency Analysis)及卡方考驗分析 Chi-square Test Analysis)進行統計分析。另，本年民調結果將與 2020 年新型 A 型流感民調報告成果進行比較分析，以評估本年宣導成效。

參、結果

本年度研究自 1 月 1 日至 11 月 30 日止，共完成宣導素材製作 19 款；於本署自營的新媒體平臺發布宣導貼文 17 則，總觸及數達 4,172,408 人次；辦理宣導活動 3 場，總觸及數達 446,784 人次。另辦理民意調查結果中，過去一年民眾曾接受過新型 A 型流感訊息達 93.0%，較去(2020)年增加 0.8%；同時有 66.5% 的受訪民眾能完全答對新型 A 型流感的預防措施，較去(2020)年增加 34.2%。

詳細執行情形，分述如下：

一、多元素材製作

依據各新媒體平臺特性、使用者習慣及新型 A 型流感不同風險族群，共計製作 19 款宣導素材，各類素材之宣導對象及主題如下(表 1)：

(一) 單張 11 款(圖片如附圖 1-11)：

1. 一般大眾(9 款)：「迷思終結者 新 A 流不等於流感」、「大家知道新型 A 型流感是什麼嗎」、「新 A 流防疫措施要做好 保護自己保護家人」、「世界動物日 注意人畜傳染」、「新 A 流不要來! 請避免接觸禽鳥」、「感冒、流感和新 A 流名字長得像，實則大不同!」、「賞鳥保持最美的距離」、「主動告知禽畜禽鳥接觸史」及「遠離新 A 流」。
2. 禽畜/動物防疫相關工作人員(2 款)：「禽畜動物相關工作者 看過來」及「人與禽畜的距離」。

(二) 動態圖片 4 款(圖片如附圖 12-15)：

1. 一般大眾(2 款)：「肉蛋要煮熟 預防新 A 流」及「5 要 6 不 防範新 A 流」。

2. 禽畜/動物防疫相關工作人員(1款)：「跟著我這樣做 遠離新 A 流」。

3. 醫護人員：「做好防護措施 防範新 A 流」。

(三) 懶人包圖組 2 款(圖片如附圖 16-17)：「認識新 A 流 - 好康抽一波(網路問答抽獎活動)」及「預防人畜共通傳染病，防疫糾察隊出動!(網路問答抽獎活動)」；宣導對象均為一般大眾。

(四) 影片 1 支(圖片如附圖 18)：「跟著我做 成為新 A 流防疫達人」。

(五) 中英文防疫兒歌 1 首：「新型 A 型流感防疫兒歌」(配合中英文防疫繪本)。

表 1. 2021 年新型 A 型流感素材列表

素材類型	發布平臺	圖文主題	宣導對象
單張	臉書	迷思終結者 新 A 流不等於流感	一般大眾
	臉書	大家知道新型 A 型流感是什麼嗎	一般大眾
	臉書	新 A 流防疫措施要做好 保護自己保護家人	一般大眾
	臉書	世界動物日 注意人畜傳染	一般大眾
	臉書	新 A 流不要來! 請避免接觸禽鳥	一般大眾
	臉書	禽畜動物相關工作者 看過來	禽畜/動物防疫相關工作人員
	Line@ 疾管家	人與禽畜的距離	禽畜/動物防疫相關工作人員
	Line@ 疾管家	感冒、流感和新 A 流名字長得像，實則大不同!	一般大眾
	Line@ 疾管家	賞鳥保持最美的距離	一般大眾
	Line@ 疾管家	主動告知禽畜禽鳥接觸史	一般大眾
動態 圖片	IG	遠離新 A 流	一般大眾
	IG	肉蛋要煮熟 預防新 A 流	一般大眾
	IG	跟著我這樣做 遠離新 A 流	禽畜/動物防疫相關工作人員

	IG	做好防護措施 防範新 A 流	醫護人員
	IG	5 要 6 不 防範新 A 流	一般大眾
懶人包	臉書	認識新 A 流 - 好康抽一波(網路問答抽獎活動)	一般大眾
	臉書	預防人畜共通傳染病，防疫糾察隊 出動!(網路問答抽獎活動)	一般大眾
影片	Line@ 疾管家 /IG	跟著我做 成為新 A 流防疫達人 (202102 製)	一般大眾
歌曲	Youtube	新型 A 型流感防疫兒歌	一般大眾

二、新媒體平臺宣導成果

(一) 臉書：截至 2021 年 11 月 30 日止，共發布 14 篇新型 A 型流感的貼文，其中 6 篇為宣導貼文、3 篇為網路宣導活動貼文、餘 5 篇為網路活動得獎公告；其中 9 篇宣導相關貼文之總觸及次數為 1,539,232，而按讚、分享、留言及點擊等總互動數為 41,525；其中以 10 月 6 日針對一般大眾宣導的「新 A 流不要來! 請避免接觸禽鳥」貼文觸及數(584,143)最高，並有 1,641 人按讚、144 人分享、40 人留言及 3,597 次點擊。該篇宣導素材除以簡單大方的設計與扼要的標語告訴民眾「避免接觸禽鳥可預防新型 A 型流感」外，亦於貼文中清楚說明新型 A 型流感的預防方法，並提到這些方法亦可預防 COVID-19，達一文多用的效果。

表 2. 2021 年臉書新型 A 型流感宣導成果

日期	圖文主題	素材類型	宣導對象	觸及次數	按讚數	分享數	留言數	點擊數
1/8	迷思終結者 新 A 流不等於流感	單張	一般大眾	172,287	2,943	282	177	4,338
4/26	大家知道新型 A 型流感是什麼嗎	單張	一般大眾	72,598	417	82	12	784
5/3	認識新 A 流 - 好康抽一波(網路問答抽獎活動)	懶人包	一般大眾	92,622	1,628	754	1,311	2,802
8/16	預防人畜共通傳染病，防疫糾察隊 出動!(網路	懶人包	一般大眾	143,150	4,821	2,025	4,143	3,238

	問答抽獎活動)							
9/3	新 A 流防疫措施要做好 保護自己保護家人	單張	一般大眾	243,065	642	21	35	423
10/4	世界動物日 注意人畜 傳染	單張	一般大眾	80,041	506	28	5	847
10/6	新 A 流不要來! 請避免 接觸禽鳥	單張	一般大眾	584,143	1,641	144	40	3,597
11/3	禽畜動物相關工作者 看過來	單張	禽畜/動物 防疫相關 工作人員	92,302	397	35	3	275
11/18	2021 新型 A 型流感(新 A 流)直播	影片	一般大眾	59,024	1,571	807	1,290	3,668

(二) Line@疾管家：共發布 5 篇新型 A 型流感的宣導貼文，總曝光次數為 2,863,571，而按讚、分享、留言及點擊等總互動數為 43,220；其中以 10 月 21 日針對一般大眾宣導的「賞鳥保持最美的距離」貼文觸及數(858,082)最高，並有 633 人按讚、176 人分享、28 人留言及 5,713 次點擊。另外，9 月 2 日針對一般大眾宣導的「感冒、流感和新 A 流名字長得像，實則大不同！」貼文點擊率(15,092)最高，並有 814 人按讚、551 人分享、243 留言，這篇貼文藉由當下民眾最關注的流行病吸引其點閱相關宣導連結，也同步間接向其衛教了新型 A 型流感的防疫知能，在無形間達到了新型 A 型流感的宣導效益。

表 3. 2021 年 Line@疾管家新型 A 型流感宣導成果

日期	圖文主題	素材 類型	宣導 對象	觸及 次數	按讚 數	分享 數	留言 數	點擊數
3/15	跟著我做 成為新 A 流防疫 達人 (202102 製)	影片	一般大眾	118,103	108	34	1	1,789
6/21	人與禽畜的距離	單張	禽畜/動物 防疫相關 工作人員	322,343	667	274	27	6,665
9/2	感冒、流感和新 A 流名字 長得像，實則大不同！	單張	一般大眾	782,557	814	551	43	13,684

10/21	賞鳥保持最美的距離	單張	一般大眾	858,082	633	176	28	4,876
11/4	主動告知禽畜禽鳥接觸史	單張	一般大眾	782,486	521	159	20	8237

(三) IG：共發布 6 篇新型 A 型流感的宣導貼文，總觸及數為 64,401，而按讚、分享、留言及儲存等總互動數為 2,005；其中以 9 月 7 日針對禽畜/動物防疫相關工作人員宣導的「跟著我這樣做 遠離新 A 流」貼文觸及數(15,858)最高，貼文中簡要說明了何謂新型 A 型流感，並附有 1 款由 4 張說明禽畜/動物防疫相關工作人員如何預防新型 A 型流感的圖片所組成的動態素材，並有 399 人按讚、3 人分享、1 人留言及 5 次儲存。

表 4. 2021 年 IG 新型 A 型流感宣導成果

日期	圖文主題	素材類型	宣導對象	觸及次數	按讚數	分享數	留言數	點擊數
1/12	遠離新 A 流	單張	一般大眾	9,565	312	8	26	5
1/26	肉蛋要煮熟 預防新 A 流	動態圖片	一般大眾	7,803	227	19	21	7
2/23	跟著我做 成為新 A 流防疫達人 (202102 製)	影片	一般大眾	6,012	214	2	1	225
9/7	跟著我這樣做 遠離新 A 流	動態圖片	禽畜/動物防疫相關工作人員	15,858	399	3	1	5
10/12	做好防護措施 防範新 A 流	動態圖片	醫護人員	13,742	375	2	4	5
11/2	5 要 6 不 防範新 A 流	動態圖片	一般大眾	11,421	351	0	0	10

三、新媒體平臺粉絲人數成長情形

今年臉書粉絲數達 1,032,419 人，較去年 12 月底增加 636,639 人，成長率為 160.9%；Line@疾管家好友數為 10,149,654 人，較去年 12 月底增加 7,942,690 人，成長率為 359.9%；IG 粉絲數為 99,861 人，較去年 12 月底增加 65,265 人，成長率為 188.7%。

受今年 5 月中旬爆發大規模 COVID-19 本土疫情影響，各平臺追蹤數/粉絲數均在 5 月時驟增，而 Line@疾管家配合行政院推動實聯制掃碼政策，在 APP 內建實聯制掃碼功能，使得好友數在 5 月 19 日至 20 日間暴增 1,959,113 人。3 平臺因 COVID-19 疫情持續、民眾為即時獲得防疫資訊，追蹤數/粉絲數持續增加迄今。

表 5. 2021 年本署自營新媒體平臺粉絲人數成長表

平 臺 月 份	臉書粉絲成長數		Line@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
2020 年 12 月	395,780	-	2,206,964	-	34,596	-
2021 年 1 月	400,775	4,995	2,210,568	3,604	35,956	1,360
2 月	450,065	49,290	2,236,997	26,429	40,485	4,529
3 月	454,613	4,548	2,249,668	12,671	41,969	1,484
4 月	459,543	4,930	2,265,397	15,729	42,360	391
5 月	608,985	149,442	8,469,138	6,203,741	69,270	26,910
6 月	961,333	352,348	9,205,693	736,555	78,492	9,222
7 月	997,411	36,078	9,655,912	450,219	84,421	5,929
8 月	1,011,297	13,886	9,821,413	165,501	90,331	5,910

9 月	1,019,757	8,460	9,988,034	166,621	96,655	6,324
10 月	1,028,569	8,812	10,098,016	109,982	99,194	2,539
11 月	1,032,419	3,850	10,149,654	51,638	99,861	667
總成長數	636,639		7,942,690		65,265	
成長率	160.9%		359.9%		188.7%	

四、宣導活動成果

共舉辦 3 場網路宣導活動如下(表 6)：

(一) 認識新 A 流 - 好康抽一波

5 月 3 日至 5 月 10 日期間辦理「認識新 A 流-好康抽一波」網路問答抽獎活動，透過發布宣導素材圖組並結合抽獎為誘因，促使民眾接觸防疫資訊並思考內化運用於日常生活。

活動運用懶人包形式的套組素材，簡潔扼要地向介紹民眾新型 A 型流感的傳染途徑、症狀及預防方法等相關防治知識，再以「連連看」的形式，請民眾使用懶人包內最後一頁的連連看答案紙，將正確的防疫行為連接起來，再於該則貼文留言處回復正確答案，並留言該正確行為，即可參加抽獎。本次活動未使用臉書付費推廣機制，亦未要求民眾標記好友，以觀察貼文原始擴散力。

本次活動貼文之觸及次數為 92,622 人次，並有 1,628 人按讚、754 人分享、1,311 人留言及 2,802 次點擊；與去年同性質活動「預防新型 A 型流感，防疫小偵探出任務！」相比，觸及數成長約 2.8 倍。

(二) 預防人畜共通傳染病，防疫糾察隊出動！

8 月 16 日辦理「預防人畜共通傳染病，防疫糾察隊出動！」

留言抽獎互動活動。本活動以糾察隊為主題，邀請民眾扮演防疫糾察隊，協助找出圖片中不同角色的各種日常生活習慣是否有不符合防疫規範之處，並提供生活、防疫用品作為參與活動的抽獎品。本次活動貼文觸及次數為 143,611 人次，並有 4,172 民眾留言參與活動，另有 4,821 人按讚、2,025 人分享及 3,238 人點擊。

(三) 2021 新型 A 型流感(新 A 流)直播

11 月 18 日舉辦「預防新 A 流 我與禽豬的社交距離」直播活動，邀請藝人廖威廉與本署陳婉青防疫醫師一起宣導新型 A 型流感的防疫知識；節目包含疾病介紹、傳染途徑、預防方法及線上 QA 時間等橋段。

直播係透過藝人廖威廉藉由自身主持外景美食節目的經驗分享帶出防疫醫師專業且平易近人的衛教宣導，並同時舉辦線上抽獎活動，民眾只要在活動期間於直播貼文寫下指定留言並標記 1 位好友，即有機會在 11 月 25 日抽獎日當天獲得超市禮券或超商禮物卡。

本次活動貼文之觸及次數為 59,024 人次，並有 1,571 人按讚、807 人分享、1,290 人留言及 3,668 次點擊。而直播影片的總觸及人數達 211,012 人，直播高峰同時在線人數為 193 人，觀眾的總分享數為 787 則；與去年同主題直播「5 要 6 不 遠離新 A 流」相比，觸及數增加 7.8%。

表 6. 2021 年 3 場網路宣導活動

日期	活動主題	宣導對象	觸及次數	按讚數	分享數	留言數	點擊數
5/3	認識新 A 流 - 好康抽一波	一般大眾	92,622	1,628	754	1,311	2,802

8/16	預防人畜共通傳染病，防疫糾察隊 出動!	一般大眾	143,611	4,821	2,025	4,172	3,238
11/18	2021 新型 A 型流感(新 A 流)直播	一般大眾	6,012	214	2	1	225

五、民意調查結果

於 2021 年 9 月 15 日至 23 日間辦理民意調查(問卷題目詳如附錄 1、調查結果詳如附錄 2 及附錄 3)，共取得 1,121 份有效樣本(其中包括 587 份電話調查樣本及 534 份網路調查樣本)，以 95%信賴度估計，抽樣誤差約為 ± 2.9 個百分點。本次調查結果發現，過去一年民眾接受過新型 A 型流感訊息較去(2020)年增加 0.8%；同時受訪民眾能完全答對新型 A 型流感的預防措施，較去(2020)年增加 34.2%，惟民眾對於新型 A 型流感基本知識、獲取相關資訊的需求、以及對政府防治新型 A 型流感的宣導評價、整體作為評價及信心均呈現下降情形。各項詳細項目及與 2020 年相關民調之比較 [3] 詳細說明如下：

(一) 民眾對於新型 A 型流感認知與需求情形

1. 接受訊息：93.0%受訪者表示有聽過新型 A 型流感(或禽流感、豬流感)，較 2020 年增加 0.8%；而 40.2%受訪者表示知道人感染禽流感已被政府併入新型 A 型流感，較 2020 年減少 1.2%。
2. 自身防護認知：新型 A 型流感「預防措施」認知度，以選擇「避免到新型 A 型流感流行的地區」(85.5%)的人最多，其他依序為「勤洗手、戴口罩」(84.8%)、「避免到養殖或宰殺禽鳥場所」(84.3%)、「避免接觸禽鳥及禽鳥排泄物」(84.0%)、「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)」(81.9%)、「出現發燒、咳嗽、喉嚨痛等呼吸道症狀時，戴口罩並儘速就

醫」(81.7%)及「避免生食禽鳥肉品及其相關製品(包括蛋類)」(81.2%)。與 2020 年調查相比，今年回答完全正確者(66.5%)增加 34.2%，顯示民眾對於新型 A 型流感預防措施認知正確性有提升的情形。

3. 新型 A 型流感基本知識：

(1)對於新型 A 型流感「傳染途徑」認知度，以選擇「飛沫傳染」(65.0%)的人最多，其他依序為「接觸傳染」(52.0%)、「食物傳染」(51.5%)及「血液傳染」(31.7%)，另有 16.7%的受訪者表示都不知道。與 2020 年相比，今年回答完全正確者(11.1%)與部分正確者(71.7%)分別下降 3.2%及 7.0%，而回答完全錯誤者則維持在 0.5%，另表示不知道者(16.7%)則上升 10.2%。

(2)新型 A 型流感「主要症狀」認知度，以選擇「上呼吸道症狀」(70.7%)的人最高，其次為「腸胃道症狀」(64.8%)、「結膜炎」(28.2%)，另有 2.7%的受訪者選擇前述症狀都不正確、17.0%表示都不知道；與 2020 年調查比較，今年回答完全正確者(2.3%)、部分正確者(74.0%)與錯誤認知者(6.8%)分別下降 0.7%、6.5%及 3.2%，而表示不知道(17.0%)者則上升 10.5%。

(3)民眾認知新型 A 型流感「感染途徑」方面，以選擇「接觸生病的鳥、雞、鴨等禽類」(82.4%)的人最多，其他依序為「購買或飼養來路不明的禽鳥」(81.9%)、「食用未煮熟的雞肉/鴨肉及蛋類」(80.3%)及「到疫情流行地區之養禽場參觀」(78.5%)。與 2020 年調查比較，今年回答完全正確者(63.8%)

與部分正確者(29.3%)分別下降 3.6%及 1.5%，表示不知道/拒答(6.9%)者則上升 5.1%。

4. 民眾對新型 A 型流感防治知識的需求，以希望獲了解「預防方式」(62.8%)的人最多，其他依序為「傳染方式」(56.7%)、「感染症狀」(56.7%)、「治療方式」(56.1%)、「感染地區/疫區」(54.7%)、「好發季節」(0.1%)；與 2020 年調查比較，今年民眾對於各項資訊需求皆呈現減少的情形。

(二) 民眾對於政府防治新型 A 型流感措施認知與宣導評價

受訪者對政府宣導措施最為有感的是「有疫情時，即時召開記者會或發布新聞稿公布最新消息」(60.9%)，其他依序為「加強機場、港口入出境檢疫」(59.8%)、「提供 24 小時全年無休的免費民眾通報及諮詢專線 1922」(59.5%)、「定期在電視、廣播、網路社群媒體上向民眾做宣導」(57.9%)、「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」(52.6%)、「與醫院合作設置旅遊醫學門診」(41.1%)；另有 23.9%的受訪者表示不知道/拒答。與 2020 年調查比較，今年民眾對於各項政府宣導措施認知度皆有提升，並以「有疫情時，即時召開記者會或發布新聞稿公布最新消息」上升最多(24%)，其次為「與醫院合作設置旅遊醫學門診」(16.7%)及「提供 24 小時全年無休的免費民眾通報及諮詢專線 1922」(16.3%)，但回答不知道/拒答者也增加 11.6%。

針對政府對新型 A 型流感防治的宣導，有 42.8%的受訪者傾向足夠，但有 47.4%的受訪者是傾向不足夠；另有 9.8%的受訪者表示不知道/拒答。此外，受訪者認為不足夠的原因以「傳染方式宣傳不足」(70.6%)最多，其他依序為「預防方式宣傳不足」(68.0%)、

「感染地區/疫區宣傳不足」(66.1%)、「感染症狀宣傳不足」(62.8%)、「治療方式宣傳不足」(56.7%)。與 2020 年調查比較，今年受訪者回答不知道/拒答的百分比增加(6.0%)；另，雖傾向宣導足夠者的百分比下降 0.7，但傾向宣導不足夠的下降幅度卻達 5.2%。

(三) 民眾獲得新型 A 型流感相關訊息之管道

在 2021 年，有 83.4%的受訪者是透過「電視」獲得新型 A 型流感的相關訊息，其次為「社群網站」(42.1%)、「網站/電子報」(41.4%)、「通訊軟體」(37.6%)、「朋友/鄰居」(13.4%)及「報章雜誌」(13.2%)。與 2020 年調查相比，今年受訪者透過「通訊軟體」獲得傳染病訊息的增幅最大(增加 14.6%)，其次為「社群網站」(11.1%)及「電視」(10.3%)，而透過「醫療院所」獲取資訊的減幅最大(下降 9.6%)，其次為「宣導海報」(5.1%)及「廣播」(4.1%)；另有 5.1%的受訪者忘記獲取來源，也較 2020 年增加 3.4%。

此外，針對會使用網路管道獲取傳染病相關資訊的受訪者，進一步詢問資訊主要獲取來源，其中以選擇「Line」(61.8%)的比率最高，其次為「臉書」(54.0%)、「各大搜尋引擎」(34.8%)、「網路新聞網」(30.5%)、「Youtube」(26.2%)、「疾病管制署官方網站」(17.5%)及「IG」(8.3%)。與 2020 年調查比較，今年民眾透過「Line」獲得傳染病訊息增幅最大(增加 10.8%)，而透過「電子報」的減幅最大(5.2%)。另由通訊軟體(Line)及社群網站(臉書、Youtube、IG)管道獲取資訊方面，受訪者以使用「Line」(60.6%)比率最高，其他依序為「臉書」(24.2%)、「Youtube」(11.0%)及「IG」(4.1%)。與 2020 年調查相比，「Line」仍是受訪者最常使用的新媒體管道，比率增加 2.4%；「臉書」居次，但使用比率較去年減少 1.6%；

「Youtube」居三，增加 4.5%；「IG」為最後，且較去年減少 3.9%。

另有關本署自營的臉書-1922 防疫達人粉絲專頁與 Line@疾管家，分別有 36.8%及 28.4%的受訪者表示「有聽過，但未加入」，另有 14.1%及 48.1%的受訪者表示「有聽過，且加入，並未退追蹤/刪除好友」，而還有 0.9%及 3.5%的受訪者表示「有聽過，曾加入但後來退追蹤/刪除好友」。受訪者中，有 48.2%的人沒聽過臉書-1922 防疫達人粉絲專頁，而只有 20%的人沒聽過 Line@疾管家。和 2020 年民調相比，2 平臺的「有聽過，但未加入」百分比約呈持平情況，但「有聽過，且加入，並未退追蹤/刪除好友」的百分比則分別增加 4.2%及 27.3%，與實際平臺粉絲的增幅情形大略一致。由於今年 5 月發生 COVID-19 本土疫情，使得本署自營的臉書-1922 防疫達人粉絲專頁與 Line@疾管家粉絲數大增，故有較 2020 年增加詢問是否有受訪者是曾為粉絲、但後來退出的情況；由結果顯示，有 0.9%的受訪者已退臉書追蹤、3.5%的受訪者已刪除 Line@疾管家好友，但其退追蹤/刪好友的主要原因不盡相同。臉書退追蹤的主要因素為「有其他類似功能的平臺可使用(如 Line@疾管家)」(35.0%)、「使用不便」(24.7%)及「無關 COVID-19 的貼文太多」(23.5%)；而刪除 Line@疾管家好友的主要因素則為「使用不便」(38.6%)、「訊息更新發布速度太慢」(32.1%)及「有其他類似功能的平臺可使用(如 Line@疾管家)」(28.2%)。值得注意的是，臉書與 Line@疾管家退追蹤/刪好友的第四個因素均為「貼文太多造成困擾」，且均約為 23%。

(四) 民眾對於政府防治「新型 A 型流感」之整體評價與信心

有 58.1%的受訪者對於政府防治新型 A 型流感的表現傾向滿

意，而有 23.4% 傾向不滿意；另有 18.4% 表示不知道/未回答。進一步了解受訪者感到不滿意的原因主要為「宣導不足夠」(76.5%)、「感受不到政府有什麼防治措施」(57.3%)及「訊息更新發布速度太慢」(33.9)；另有 3.3% 的受訪者表示不知道/拒答。與 2020 年調查比較，今年受訪者傾向滿意的比率下降 9.2%，但傾向不滿意的比率亦下降 3.2%；此外今年調查無明確回應的比率增加 12.4%。

有關民眾對於政府未來推動防治新型 A 型流感的信心程度方面，有 66.1% 的受訪者傾向有信心，20.8% 傾向沒有信心；另有 13.1% 表示不知道/未回答。進一步了解受訪者感到沒有信心的原因主要為「感受不到政府有什麼防治措施」(73.4%)、「宣導不太足夠」(63.4%)及「訊息更新發布速度太慢」(40.6%)；另有 4.0% 的受訪者表示不知道/拒答。與 2020 年調查相比，今年調查受訪者傾向有信心的比率減少 19%，而沒有信心的比率增加 7.5%；此外今年調查無明確回應的比率增加 11.4%。

肆、討論與建議

一、宣導族群調整

整體而言，今年民調顯示民眾對於新型 A 型流感的傳染途徑正確認知率及對政府防疫能力的信心及滿意度均較去年下降，但民眾對預防措施的正確認知率卻有顯著的提升，可能係受 COVID-19 本土疫情邊際效益影響，讓民眾對於傳染疾病相關議題關注度增加，同時願意去注意傳染病的正確預防方法，以維護自身健康；惟也因民眾對傳染病防治的重視，可能促使其對於政府防疫能力與表現等標準提高，而造成滿意度與信心度下降。因此，未來除正確宣導傳染病知識外，也應展現政府的防疫成果，增加民眾對於政府防疫的滿意度與信心。

藉由各題問卷間的交叉分析發現，60 歲以上的族群對於新型 A 型流感的相關知能會較 30 歲以下的族群不足，而且男性會略差於女性，另外東部縣市的民眾也會較差於西部的縣市，故未來須調整宣導族群，特別加強上述族群的宣導力度。

此外，雖然全民為預防 COVID-19，對於個人衛生及防護措施的重視度以較過去大幅提升，但考量醫護人員及禽畜/動物防疫相關人員等族群的感染風險仍較一般大眾為高，且其預防要點、防護裝備措施等防疫需求均較一般大眾嚴格，故於非新型 A 型流感好發季節時，可針對高風險族群設計相關宣導素材，以維持其對新型 A 型流感的警戒。

二、納入傳統媒體的必要性

透過民調發現，民眾最常用來獲取傳染病防治資訊的管道是「電視」，其次才是社群媒體、網站及通訊軟體等新媒體，而且選擇使用新媒體獲取防疫資訊者的年齡較輕，不像選擇「電視」者的年齡分布較為平均，故未來進行傳染病防治宣導時，可增加「電視」的宣導素材及曝光頻率，

以擴大宣導族群、提升宣導效益。另考量禽畜業的從業人員的平均年齡較高，且生活型態具特殊性(如禽畜販售業之工作時間為深夜至凌晨)，故應將傳統媒體(廣播、宣傳車、傳單及海報等)納入其宣導規劃，以提高該族群的宣導效益。

三、新媒體與社群平臺發布模式

今年 5 月下旬，國內發生大規模本土疫情，民眾對於 COVID-19 的防疫需求增加，受其邊際效益影響，本署自營之各項新媒體的追蹤數及好友人數較去年同期(11 月底)至少增加超過 60%，其中 Line@疾管家的好友人數更已突破 1 千萬人，係全國好友數最多的官方 LINE 帳號，同時今年在各社群平臺發布的新型 A 型流感宣導貼文之整體觸及率及互動數，因此，均較去年大幅增加，顯見社群的粉絲人數及活躍程度，與宣導效益息息相關，故「如何維持社群粉絲數及其黏著度」，將為永續經營的重要課題。

經參考張玉琳、吳惠萍、Chang, Yu-ling、Wu, Hui-pin 著作之《社群價值和人際吸引力對虛擬社群意識與黏著度之影響：兼論虛擬社群意識完全中介與社群類型調節效果，行銷評論》〔4〕發現，透過建立良好的品牌形象、創造該品牌的特有價值、使社群成員對其產生認同感與歸屬感，可有效提升社群黏著度，而這部分可自今年本署自營的新媒體平臺粉絲增加數獲得驗證。由於全球 COVID-19 疫情持續延燒，加上今年本土疫情嚴峻，導致致民眾對於 COVID-19 防疫資訊的需求大幅提升；同時，也因為去(2020)年政府防疫成效良好，使得民眾對本署自營新媒體持續有較高的信任度及好感度，故本署新媒體平臺可維持粉絲數的增加。

但依據今年民調結果發現，部分民眾在加入 1922 防疫達人臉書專頁或 Line@疾管家好友後有退追蹤或解除好友的情況，而其中主因有：

使用不便(不習慣)、訊息發布太慢、貼文訊息太多以及無關 COVID-19 的訊息太多等。透過進一步分析後發現，兩平臺使用者的新媒體使用習慣大相逕庭。民眾解除臉書追蹤的前 3 因素是「使用不便/以其他社群取代」(59.7%)、「無關 COVID-19 的貼文太多」(23.5%)及「貼文訊息太多造成困擾」(22.9%)，顯示臉書的追蹤者，可能本身對於社群的功能性與特定目的性較高，當社群的發文內容不夠專一性(如：無關 COVID-19 的訊息(非使用者關心的議題)，民眾將會失去使用意願。而民眾解除 Line@疾管家好友的前 3 因素則是「使用不便/以其他社群取代」(66.8%)、「訊息發布太慢」(32.1%)及「貼文訊息太多造成困擾」(23.2%)，由此顯示 Line@疾管家的使用者較要求即時且快速的資訊傳遞，且不像臉書使用者對平臺的目的性及功能性這麼高。

綜上所述，為避免 COVID-19 疫情趨緩致大量追蹤者/粉絲流失，各社群平臺的經營方式應依追蹤者的使用需求調整發文頻率及內容主題，並且搭配時事、各傳染病疫情趨勢或各時節的疫病防治宣導推出相關宣導主題，然後透過定期的發文及多元的素材或網路活動來穩定各平臺的使用者人數、討論熱度及強化粉絲黏著度，以因應未來突發疫情之風險溝通所需。

四、藉同時期流行病熱度或輿論聲量提升新型 A 型流感宣導效益

民眾對於 COVID-19 疫情的關注度使得本署自營新媒體平臺粉絲數及追蹤數大幅增加，故今年度各類貼文的觸及數及互動數均較往年為多。此外，在 COVID-19 疫情較為嚴峻期間、或防疫政策有重大調整時，民眾對於相關資訊的關注度及需求增加，連帶提升了該期間發布的其他傳染病貼文之觸及數及互動數，顯見同時期流行病熱度或輿論聲量等均會牽動平臺追蹤者人數，進而影響宣導成果。未來進行宣導規劃時，可

納入流行病/時事議題進行宣導素材的設計，並配合話題熱度即時推出
新型 A 型流感宣導，以提高宣導效益。

伍、結論

依據本年度執行結果，本署自營之各項新媒體平臺粉絲數皆有增加，且民眾對於接受疾病正確訊息及預防方法認知上均有提升，顯示本計畫執行的宣導廣度和內容，有一定成效；惟在疾病基礎知識、滿意度、信心上仍需調整策略，以強化對政府宣導的認同。另，歸納出下列未來計畫規劃方向，做為後續執行參考：

- 一、為提升民眾對於新型 A 型流感之認知正確性及宣導效益，可搭配 COVID-19 或其他民眾較為關注之傳染病議題進行衛教宣導，以提高曝光度及觸及數。
- 二、為維持宣導效益，將調整新媒體與社群平臺發布模式，以維持「現有粉絲數」、「粉絲黏著度」及「提高活躍粉絲佔比」擬定發文策略，以使防疫宣導資訊可更有效觸及目標族群。
- 三、考量禽畜業市場相關工作人員之族群特性(如：年齡、教育程度、性別等)及生活型態(區域分布、活動場域及工作時間等)，除新媒體宣導外，應規劃傳統媒體(包括：傳單、海報、廣播及電視等)宣導案並適時推出，以增加防疫資訊之可近性及觸及率。
- 四、為提高整體民眾對傳染病的防疫知能，可針對電視、LINE 及臉書加強相關宣導，以提高資訊的曝光度、增進宣導效益，同時提升民眾對政府防疫的信心及滿意度。

陸、參考文獻

[1] WHO WPRO 網站：

<https://www.who.int/westernpacific/emergencies/surveillance/avian-influenza>

[2] 衛生福利部疾病管制署全球資訊網：

<https://www.cdc.gov.tw/Category/ListContent/YOV9UFS6G0mxK6hM1NARmg?uaid=6GaA6f7NZJ4vssTWjn2lsg>

[3] 曹凱玲、彭美珍、楊淑真、詹旻華 許宛婷、游舒涵、戴妤珊。2020。

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。衛生福利部疾病管制署 109 年度科技研究發展計畫(MOHW109-CDC-C-315-133702)。

[4] 張玉琳、吳惠萍、Chang, Yu-ling、Wu, Hui-pin (民 104)，社群價值和

人際吸引力對虛擬社群意識與黏著度之影響：兼論虛擬社群意識完全中介與社群類型調節效果，行銷評論，頁 323-357。

單張

附圖 1-迷思終結者 新 A 流不等於流感



附圖 2-大家知道新型 A 型流感是什麼嗎



附圖 3-新 A 流防疫措施要做好 保護自己保護家人



附圖 4-世界動物日 注意人畜傳染



附圖 5-新 A 流不要來！請避免接觸禽鳥



附圖 6-禽畜動物相關工作者 看過來



附圖 7-人與禽畜的距離



附圖 8-感冒、流感和新 A 流名字長得像，實則大不同！



附圖 9-賞鳥保持最美的距離



附圖 10-主動告知禽畜禽鳥接觸史



附圖 11-遠離新 A 流



動態圖片

附圖 12-肉蛋要煮熟 預防新 A 流



附圖 13-跟著我這樣做 遠離新 A 流



附圖 14-做好防護措施 防範新 A 流



附圖 15-5 要 6 不 防範新 A 流



懶人包(組圖)

附圖 16-認識新 A 流-好康抽一波



1



2



3



4



5



6



7

附圖 17-預防人畜共通傳染病，防疫糾察隊 出動!



1



2



3



4



5



6



7

附圖 18-跟著我做 成為新 A 流防疫達人(影片畫面截圖)



附圖 19-「預防新 A 流 我與禽豬的社交距離」直播活動



捌、附錄

附錄一、2021 年「新型 A 型流感防治」民意調查題目

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 型流感防治調查」，耽誤您一些時間，謝謝！

【電話調查】請問您年滿 18 歲了嗎？【若未滿 18 歲，請找家中滿 18 歲者接受訪問】

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！

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 |
| (98) 不清楚/不知道【中止訪問】 | | |

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 | (98) 不清楚/不知道【中止訪問】 | |

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)【電話調查：請逐一提示選項】

*說明*正確答案為(01)、(02)、(03)

- (01) 接觸傳染
- (02) 飛沫傳染
- (03) 食物傳染
- (04) 血液傳染
- (98) 都不知道

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)【電話調查：請逐一提示選項】

*說明*正確答案為(01)、(02)

- (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

※網路調查問卷列示「不知道」之選項，以調查民眾認知情形。

7、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)【電話調查：請逐一提示選項】

*說明*正確答案為(01)、(02)、(03)、(04)

- (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
- 【電話調查】(98) 不知道／拒答
【網路調查】(98) 不知道

※網路調查問卷列示「不知道」之選項，以調查民眾認知情形。

8、請問您認為有哪些措施可以預防新型 A 型流感？(複選題)【電話調查：請逐一提示選項】

*說明*正確答案為(01)、(02)、(03)、(04)、(05)、(06)、(07)

- (01) 勤洗手、戴口罩
- (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
- (97) 沒有任何方式可以預防

【電話調查】(98) 不知道／拒答

【網路調查】(98) 不知道

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)【電話調查：請逐一提示選項】

- (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
- (92) 都沒有想獲得的知識／訊息，其他【紀錄內容】

【電話調查】(98) 不知道／拒答

※網路調查問卷列示「不知道」之選項，以調查民眾認知情形。

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)

【電話調查：請逐一提示選項】

- (01) 加強機場、港口入出境檢疫
- (02) 有疫情時，即時召開記者會或發布新聞稿公布最新消息
- (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
- (90) 其他【紀錄內容】

【電話調查】(98) 不知道／拒答

【網路調查】(98) 不知道

※網路調查問卷列示「不知道」之選項，以瞭解民眾可能無法評價之情形。

1 1、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【跳答 Q12】

(02) 足夠【跳答 Q12】

(03) 不太足夠【續答 Q11a】

(04) 非常不足【續答 Q11a】

【電話調查】(98) 不知道／拒答【跳答 Q12】

【網路調查】(98) 不知道【跳答 Q12】

1 1 a、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不足夠的原因是什麼？(複選題)【電話調查：請逐一提示選項】

(01) 感染症狀宣傳不足

(02) 感染地區/疫區宣傳不足

(03) 傳染方式宣傳不足

(04) 治療方式宣傳不足

(05) 預防方式宣傳不足

(90) 其他【紀錄內容】

【電話調查】(98) 不知道／拒答

※網路調查問卷不列示「不知道/拒答」之選項。

1 2、請問您過去一年，曾透過那些管道獲得傳染病(如 COVID-19 新冠肺炎/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、PTT、Instagram、Youtube...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】

(90) 其他【紀錄內容】【跳答 Q15】

(97) 忘記來源【跳答 Q15】

【電話調查】(98) 不知道／拒答【跳答 Q15】

※網路調查問卷不列示「不知道/拒答」之選項。

1 3、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 COVID-19 新冠肺炎/流感/新型 A 型流感/腸病毒/登革熱/麻疹等)的訊息?(複選題)

- (01) Line
- (02) 臉書
- (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
- (90) 其他【紀錄內容】
- (97) 忘記來源
- 【電話調查】(98) 不知道/拒答

※網路調查問卷不列示「不知道/拒答」之選項。

1 4、現在民眾較常使用的通訊軟體及社群網站有：Line、FB、Youtube，請問您最常使用的是?【第一序位】

- (01) Line
- (02) FB
- (03) Instagram
- (04) Youtube
- (05) 都沒有使用【跳答 Q15】
- 【電話調查】(98) 不知道/拒答【跳答 Q15】

※網路調查問卷不列示「不知道/拒答」之選項。

1 4 a、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】

- (01) Line (02) FB (03) Instagram
- (04) Youtube (05) 都沒有使用【跳答 Q15】
- 【電話調查】(98) 不知道/拒答【跳答 Q15】

※網路調查問卷不列示「不知道/拒答」之選項。

1 4 b、那麼，在 Line、FB、Instagram、Youtube(排除前二項答案) 當中，第三順位使用的是？【第三順位】

- (01) Line (02) FB (03) Instagram
- (04) Youtube (05) 都沒有使用【跳答 Q15】
- 【電話調查】(98) 不知道／拒答【跳答 Q15】

※網路調查問卷不列示「不知道/拒答」之選項。

1 4 c、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】

- (01) Line (02) FB (03) Instagram
- (04) Youtube (05) 都沒有使用【跳答 Q15】
- 【電話調查】(98) 不知道／拒答【跳答 Q15】

※網路調查問卷不列示「拒答」之選項。

1 5、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？【有聽過者請追問是否追蹤加入粉絲專頁；有追蹤加入者追問是否維持追蹤或已退追蹤】

- (01) 有聽過，但未加入【跳答 Q16】
- (02) 有聽過，且加入，並未退追蹤【跳答 Q16】
- (03) 有聽過，曾加入但後來退追蹤【續答 Q15a】
- (04) 沒聽過【跳答 Q16】
- 【電話調查】(98) 拒答【跳答 Q16】

1 5 a、請問您曾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，但後來退追蹤的原因是什麼？(複選題)

- (01) 已不再需要知道 COVID-19 防疫資訊
- (02) 無關 COVID-19 的貼文訊息太多
- (03) 使用不便
- (04) 貼文訊息太多造成困擾
- (05) 訊息更新發布速度太慢
- (06) 錯誤資訊太多
- (07) 加入太多類似粉專，如：各地方政府衛生局臉書
- (08) 比較喜歡其他功能類似的臉書粉專，如：衛福部 FB
- (09) 有其他功能類似的平臺可以取代，如 Line@Line@疾管家\
- (90) 其他【紀錄內容】
- 【電話調查】(98) 不知道／拒答

※網路調查問卷不列示「拒答」之選項。

1 6、那麼，請問您有聽過或有加入疾病管制署的 Line 官方帳號(Line@Line@疾管家)嗎？【有聽過者請追問是否加入好友；有加入好友者追問是否維持好友或已解除好友】

- (01) 有聽過，但未加入【跳答 Q17】
 - (02) 有聽過，且加入，並未解除好友【跳答 Q17】
 - (03) 有聽過，曾加入但後來解除好友【續答 Q16a】
 - (04) 沒聽過【跳答 Q17】
- 【電話調查】(98) 拒答【跳答 Q17】

1 6 a、請問您曾加入疾病管制署的 Line 官方帳號(Line@Line@疾管家)，但後來解除好友的原因是什麼？(複選題)

- (01) 已不再需要知道 COVID-19 防疫資訊
 - (02) 無關 COVID-19 的貼文訊息太多
 - (03) 貼文訊息太多造成困擾
 - (04) 使用不便
 - (05) 訊息更新發布速度太慢
 - (06) 錯誤資訊太多
 - (07) 有其他功能類似的平臺可以取代，如：疾管署臉書
 - (90) 其他【紀錄內容】
- 【電話調查】(98) 不知道／拒答

※網路調查問卷列示「不知道」之選項，以瞭解民眾可能無法評價之情形。

1 7、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【跳答 Q18】
 - (02) 滿意【跳答 Q18】
 - (03) 不太滿意【續答 Q17a】
 - (04) 非常不滿意【續答 Q17a】
- 【電話調查】(98) 不知道／未回答【跳答 Q18】
- 【網路調查】(98) 不知道【跳答 Q18】

1 7 a、請問您對目前政府在防治新型 A 型流感表現感到不滿意的原因是什麼？(複選題)

- (01) 感受不到政府有什麼防治措施
 - (02) 宣導不足夠 (03) 訊息更新發布速度太慢
 - (90) 其他【紀錄內容】
- 【電話調查】(98) 不知道／拒答

※網路調查問卷列示「不知道」之選項，以瞭解民眾可能無法評價之情形。

1 8、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【跳答 Q19】
- (02) 有點信心【跳答 Q19】
- (03) 有點沒信心【續答 Q18a】
- (04) 很沒信心【續答 Q18a】

【電話調查】(98) 不知道／未回答【跳答 Q19】

【網路調查】(98) 不知道【跳答 Q19】

1 8 a、請問您對未來推動新型 A 型流感防治感到沒有信心的原因是什麼？(複選題)

- (01) 感受不到政府有什麼防治措施
- (02) 宣導不足夠
- (03) 訊息更新發布速度太慢
- (90) 其他【紀錄內容】

【電話調查】(98) 不知道／拒答

※網路調查問卷不列示「拒答」之選項。

1 9、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

【電話調查】(98) 拒答

※網路調查問卷不列示「不知道/拒答」之選項。

2 0、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

【電話調查】(98) 不知道/拒答

※網路調查問卷不列示「拒答」之選項。

2 1、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、褓母、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
- (90) 其他【紀錄內容】
- 【電話調查】(98) 拒答

2 2、受訪者性別：【請訪員自行輸入】

- (01) 男性
- (02) 女性

我們的訪問到此結束，謝謝您接受我們的訪問!!

附錄二、民調問卷各題項次數分配與百分比

題 1、請問您現在大約幾歲？		
	個數	%
18-19 歲	27	2.4
20-24 歲	82	7.3
25-29 歲	89	8.0
30-34 歲	89	7.9
35-39 歲	103	9.1
40-44 歲	114	10.1
45-49 歲	100	8.9
50-54 歲	101	9.0
55-59 歲	102	9.1
60-64 歲	95	8.5
65-69 歲	83	7.4
70 歲以上	137	12.3
總和	1121	100.0
題 2、請問您目前居住的縣市是？		
	個數	%
基隆市	18	1.6
台北市	122	10.9
新北市	194	17.3
桃園市	106	9.4
新竹市	20	1.8
新竹縣	26	2.3
苗栗縣	26	2.3
台中市	132	11.8
南投縣	24	2.1
彰化縣	60	5.4
雲林縣	33	2.9
嘉義市	13	1.1
嘉義縣	25	2.2
台南市	90	8.0
高雄市	133	11.9
屏東縣	40	3.5
台東縣	10	0.9
花蓮縣	16	1.4
宜蘭縣	22	1.9
澎湖縣	5	0.5
金門縣	7	0.6
連江縣	1	0.1
總和	1121	100.0

題 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】

	個數	%
有聽過	1042	93.0
沒有聽過	79	7.0
總和	1121	100.0

題 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?

	個數	%
知道	451	40.2
不知道	670	59.8
總和	1121	100.0

題 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)

	個數	%
飛沫傳染	729	65.0
接觸傳染	583	52.0
食物傳染	577	51.5
血液傳染	356	31.7
都不知道	187	16.7
總和	2431	216.8

說明：本題有效回答人數為 1,121 人。本題為複選題，每個人可能回答不只一項，故回答次數可能會超過有效回答人數。本表百分比的計算，是以有效回答人數為計算的分母，因此百分比加總會超過 100%。

題 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)

	個數	%
上呼吸道症狀	793	70.7
腸胃道症狀	726	64.8
結膜炎	317	28.2
以上都不正確	30	2.7
都不知道	190	17.0
總和	2056	183.4

說明：本題有效回答人數為 1,121 人。本題為複選題，每個人可能回答不只一項，故回答次數可能會超過有效回答人數。本表百分比的計算，是以有效回答人數為計算的分母，因此百分比加總會超過 100%。

題 7、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)

	個數	%
接觸生病的鳥、雞、鴨等禽類	923	82.4
購買或飼養來路不明的禽鳥	918	81.9
食用未煮熟的雞肉/鴨肉及蛋類	900	80.3
到疫情流行地區之養禽場參觀	880	78.5
不知道／拒答	78	6.9
總和	3699	329.9

說明：本題有效回答人數為 1,121 人。本題為複選題，每個人可能回答不只一項，故回答次數可能會超過有效回答人數。本表百分比的計算，是以有效回答人數為計算的分母，因此百分比加總會超過 100%。

題 8、請問您認為有哪些措施可以預防新型 A 型流感？(複選題)

	個數	%
避免到新型 A 型流感流行的地區	958	85.5
勤洗手、戴口罩	950	84.8
避免到養殖或宰殺禽鳥場所	945	84.3
避免接觸禽鳥及禽鳥排泄物	942	84.0
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）	918	81.9
出現發燒、咳嗽、喉嚨痛等呼吸道症狀時，戴口罩並儘速就醫	916	81.7
避免生食禽鳥肉品及其相關製品（包括蛋類）	910	81.2
沒有任何方式可以預防	1	0.1
不知道／拒答	52	4.7
總和	6593	588.2

說明：本題有效回答人數為 1,121 人。本題為複選題，每個人可能回答不只一項，故回答次數可能會超過有效回答人數。本表百分比的計算，是以有效回答人數為計算的分母，因此百分比加總會超過 100%。

題 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)

	個數	%
預防方式	704	62.8
傳染方式	636	56.7
感染症狀	635	56.7
治療方式	629	56.1
感染地區/疫區	614	54.7
好發季節	1	0.1
都沒有想獲得的知識／訊息	163	14.5
不知道／拒答	17	1.5
總和	3398	303.1

說明：本題有效回答人數為 1,121 人。本題為複選題，每個人可能回答不只一項，故回答次數可能會超過有效回答人數。本表百分比的計算，是以有效回答人數為計算的分母，因此百分比加總會超過 100%。

題 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)

	個數	%
有疫情時，即時召開記者會或發布新聞稿公布最新消息	683	60.9
加強機場、港口入出境檢疫	670	59.8
提供 24 小時全年無休的免費民眾通報及諮詢專線 1922	667	59.5
定期在電視、廣播、網路社群媒體上向民眾做宣導	649	57.9
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	590	52.6
與醫院合作設置旅遊醫學門診	461	41.1
不知道／拒答	268	23.9
總和	3989	355.9

說明：本題有效回答人數為 1,121 人。本題為複選題，每個人可能回答不只一項，故回答次數可能會超過有效回答人數。本表百分比的計算，是以有效回答人數為計算的分母，因此百分比加總會超過 100%。

題 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？

	個數	%
非常足夠	86	7.6
足夠	394	35.1
不太足夠	380	33.9
非常不足	151	13.5
不知道／拒答	110	9.8
總和	1121	100.0

題 11a、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不足夠的原因是什麼？(複選題)

	個數	%
傳染方式宣傳不足	375	70.6
預防方式宣傳不足	361	68.0
感染地區/疫區宣傳不足	351	66.1
感染症狀宣傳不足	334	62.8
治療方式宣傳不足	301	56.7
不知道／拒答	14	2.7
總和	1737	326.9

說明：本題有效回答人數為 531 人。本題為複選題，每個人可能回答不只一項，故回答次數可能會超過有效回答人數。本表百分比的計算，是以有效回答人數為計算的分母，因此百分比加總會超過 100%。

題 12、請問您過去一年，曾透過那些管道獲得傳染病(如 COVID-19 新冠肺炎/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)

	個數	%
電視	935	83.4
社群網站	472	42.1
網站/電子報	464	41.4
通訊軟體	422	37.6
朋友/鄰居	150	13.4
報章雜誌	148	13.2
廣播	105	9.4
醫療院所	103	9.2
村里長	49	4.3
宣導海報	39	3.5
學校	26	2.3
戶外廣告	21	1.9
家人	4	0.4
政府機關公文	1	0.1
工作場所宣導	1	0.1
衛生所	0	0.0
忘記來源	57	5.1
不知道/拒答	7	0.6
總和	3006	268.1

說明：1.本題有效回答人數為 1,121 人。本題為複選題，每個人可能回答不只一項，故回答次數可能會超過有效回答人數。本表百分比的計算，是以有效回答人數為計算的分母，因此百分比加總會超過 100%。

2.個數顯示為 0 或百分比顯示為 0.0，係因加權後四捨五入所致。

題 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 COVID-19 新冠肺炎/流感/新型 A 型流感/腸病毒/登革熱/麻疹等)的訊息？(複選題)

	個數	%
Line	429	61.8
臉書	375	54.0
各大搜尋引擎	242	34.8
網路新聞網	212	30.5
Youtube	182	26.2
疾病管制署官方網站	122	17.5
Instagram	58	8.3
BBS	33	4.8
電子報	27	4.0
網路論壇	13	1.8
推特 Twitter	6	0.9
微信 WeChat	5	0.7
噗浪 Plurk	1	0.2
縣市政府官方網站	1	0.1
忘記來源	5	0.7
不知道／拒答	1	0.1
總和	1711	246.4

說明：本題有效回答人數為 695 人。本題為複選題，每個人可能回答不只一項，故回答次數可能會超過有效回答人數。本表百分比的計算，是以有效回答人數為計算的分母，因此百分比加總會超過 100%。

題 14、現在民眾較常使用的通訊軟體及社群網站有：Line、FB、Instagram、Youtube，請問您最常使用的是？【第一序位】

	個數	%
Line	355	60.6
FB	142	24.2
Youtube	65	11.0
Instagram	24	4.1
都沒有使用	1	0.1
不知道／拒答	0	0.1
總和	587	100.0

說明：1.本題有效回答人數為 587 人。

2.個數顯示為 0，係因加權後四捨五入所致。

題 14a、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】

	個數	%
FB	222	37.9
Youtube	146	25.0
Line	140	24.0
Instagram	39	6.7
沒有使用	37	6.3
不知道／拒答	1	0.2
總和	585	100.0

說明：本題有效回答人數為 585 人。

題 14b、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】

	個數	%
Youtube	172	31.4
FB	112	20.4
Instagram	59	10.8
Line	44	8.0
沒有使用	161	29.4
總和	547	100.0

說明：本題有效回答人數為 547 人。

題 14c、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？【第四序位】

	個數	%
Instagram	116	30.1
Youtube	47	12.3
FB	31	8.0
Line	18	4.7
沒有使用	173	44.9
總和	386	100.0

說明：本題有效回答人數為 386 人。

題 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？

	個數	%
有聽過，但未加入	412	36.8
有聽過，且加入，並未退追蹤	158	14.1
有聽過，曾加入但後來退追蹤	10	0.9
沒聽過	540	48.2
總和	1121	100.0

題 15a、請問您曾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，但後來退追蹤的原因是什麼？(複選題)

	個數	%
有其他功能類似的平臺可以取代，如 Line@疾管家\	3	35.0
使用不便	2	24.7
無關 COVID-19 的貼文訊息太多	2	23.5
貼文訊息太多造成困擾	2	22.9
比較喜歡其他功能類似的臉書粉專，如：衛福部 FB	1	11.2
錯誤資訊太多	1	7.6
訊息更新發布速度太慢	1	7.4
加入太多類似粉專，如：各地方政府衛生局臉書	0	0.8
總和	13	133.0

說明：1.本題有效回答人數為 10 人。本題為複選題，每個人可能回答不只一項，故回答次數可能會超過有效回答人數。本表百分比的計算，是以有效回答人數為計算的分母，因此百分比加總會超過 100%。

2.個數顯示為 0，係因加權後四捨五入所致。

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

	個數	%
有聽過，但未加入	318	28.4
有聽過，且加入，並未解除好友	540	48.1
有聽過，曾加入但後來解除好友	39	3.5
沒聽過	224	20.0
總和	1121	100.0

題 16a、請問您曾加入疾病管制署的 Line 官方帳號(Line@疾管家)，但後來解除好友的原因是什麼？(複選題)

	個數	%
使用不便	15	38.6
訊息更新發布速度太慢	13	32.1
有其他功能類似的平臺可以取代，如：疾管署臉書	11	28.2
貼文訊息太多造成困擾	9	23.2
錯誤資訊太多	2	5.2
無關 COVID-19 的貼文訊息太多	2	4.8
總和	52	132.2

說明：本題有效回答人數為 39 人。本題為複選題，每個人可能回答不只一項，故回答次數可能會超過有效回答人數。本表百分比的計算，是以有效回答人數為計算的分母，因此百分比加總會超過 100%。

題 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？

	個數	%
非常滿意	122	10.9
滿意	529	47.2
不太滿意	199	17.8
非常不滿意	63	5.7
不知道／未回答	207	18.4
總和	1121	100.0

題 17a、請問您對目前政府在防治新型 A 型流感表現感到不滿意的原因是什麼？(複選題)

	個數	%
宣導不足夠	201	76.5
感受不到政府有什麼防治措施	150	57.3
訊息更新發布速度太慢	89	33.9
不知道／拒答	9	3.3
總和	449	171.0

說明：本題有效回答人數為 263 人。本題為複選題，每個人可能回答不只一項，故回答次數可能會超過有效回答人數。本表百分比的計算，是以有效回答人數為計算的分母，因此百分比加總會超過 100%。

題 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？

	個數	%
很有信心	198	17.7
有點信心	543	48.4
有點沒信心	145	12.9
很沒信心	88	7.9
不知道／未回答	147	13.1
總和	1121	100.0

題 18a、請問您對未來推動新型 A 型流感防治感到沒有信心的原因是什麼？(複選題)

	個數	%
感受不到政府有什麼防治措施	171	73.4
宣導不足夠	148	63.4
訊息更新發布速度太慢	95	40.6
政治紛擾影響防治政策	3	1.3
防治重點只關注在 COVID-19	1	0.4
訊息太過混亂	1	0.3
民眾配合度不佳	0	0.2
不知道／拒答	9	4.0
總和	428	183.7

說明：1.本題有效回答人數為 233 人。本題為複選題，每個人可能回答不只一項，故回答次數可能會超過有效回答人數。本表百分比的計算，是以有效回答人數為計算的分母，因此百分比加總會超過 100%。

2.個數顯示為 0，係因加權後四捨五入所致。

題 19、請問您的最高學歷是什麼？

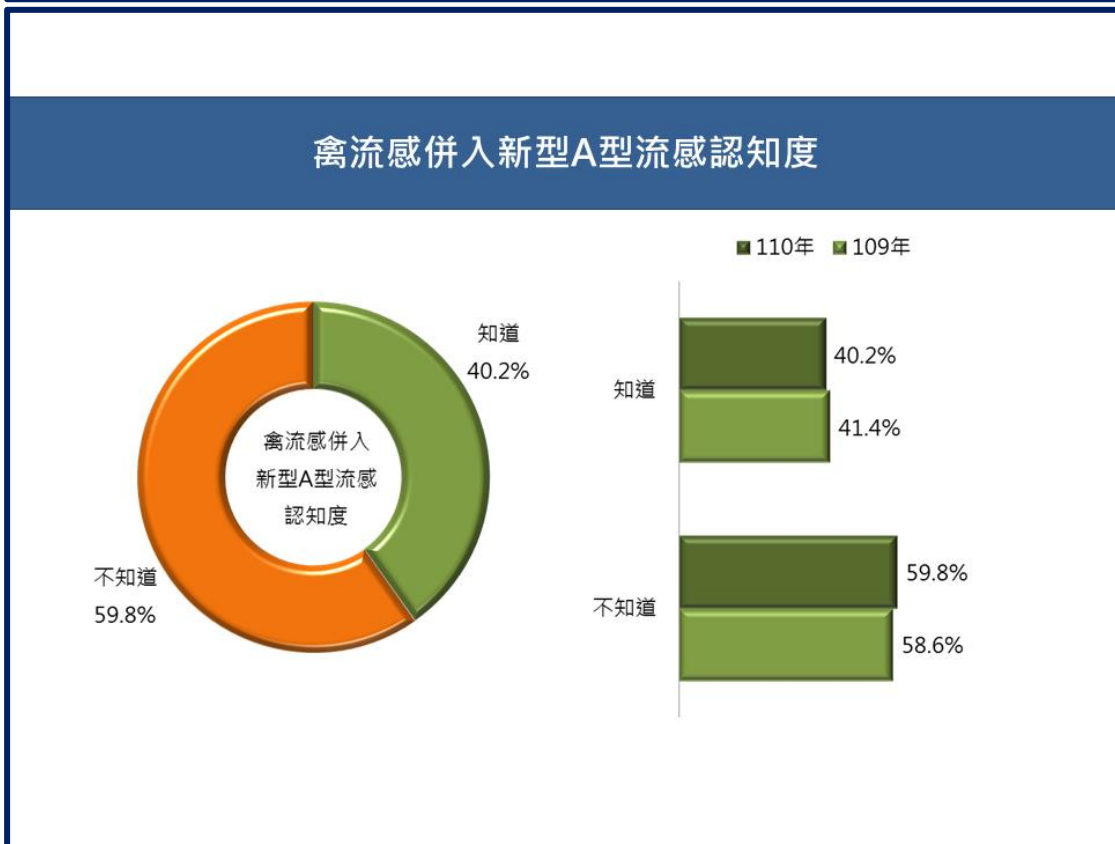
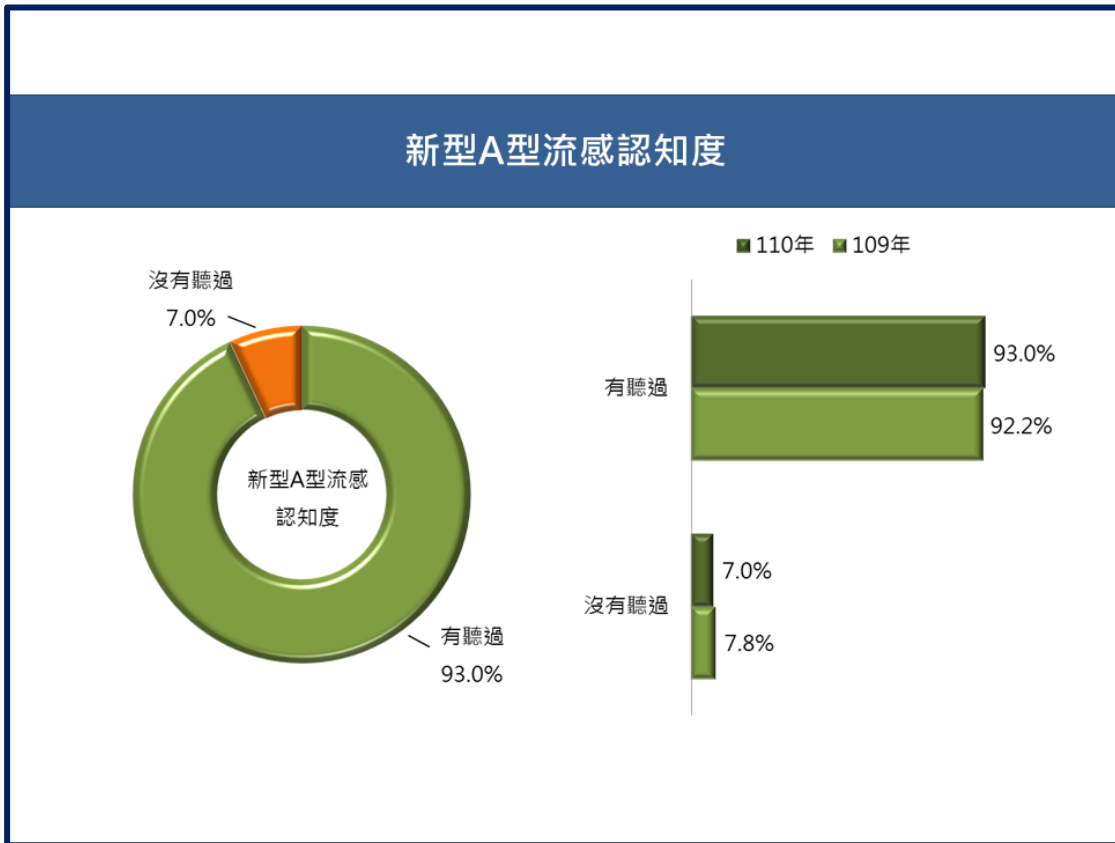
	個數	%
國小及以下	131	11.7
國初中	129	11.5
高中職	309	27.5
專科	131	11.7
大學	329	29.4
研究所及以上	89	8.0
拒答	3	0.3
總和	1121	100.0

題 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？

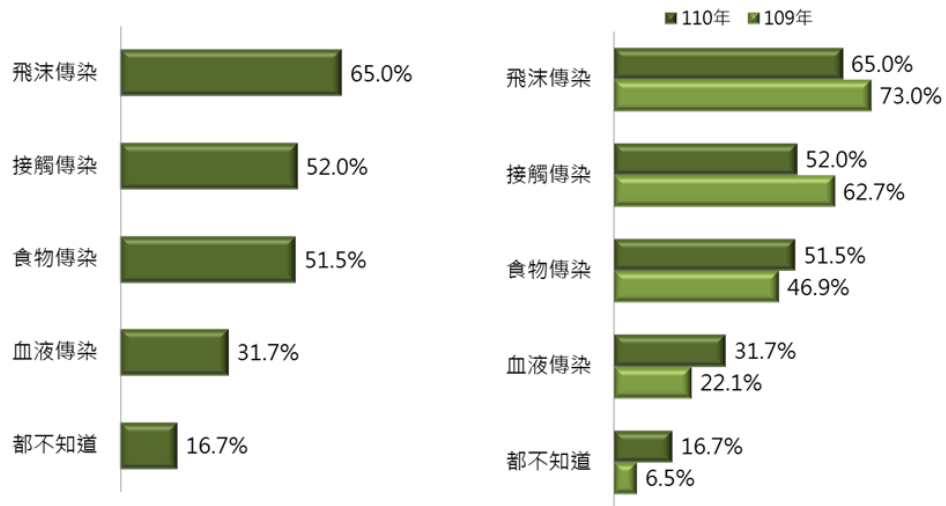
	個數	%
目前無收入	143	12.8
不到 20,000 元	209	18.6
20,000 元至 29,999 元	184	16.4
30,000 元至 39,999 元	191	17.0
40,000 元至 49,999 元	116	10.4
50,000 元至 59,999 元	90	8.0
60,000 元至 79,999 元	53	4.8
80,000 元至 99,999 元	23	2.1
100,000 元至 149,999 元	37	3.3
150,000 元至 199,999 元	7	0.6
200,000 元以上	10	0.8
不一定/很難說	30	2.7
不知道/拒答	26	2.3

總和	1121	100.0
題 21、請問您的職業是什麼？		
	個數	%
自營商、雇主、企業家、民意代表	71	6.4
高階主管及經理人員	49	4.4
專業人員	25	2.2
技術員及助理專業人員	69	6.2
事務支援人員	164	14.6
服務及銷售工作人員	87	7.8
技藝、機械設備操作及體力技術工	131	11.7
農、林、漁、牧、礦業生產人員	30	2.7
軍警公教	46	4.1
家庭主婦	177	15.8
學生	62	5.6
自由業	3	0.2
退休	151	13.5
待業中/無業	48	4.3
拒答	7	0.6
總和	1121	100.0
題 22、受訪者性別：		
	個數	%
男性	550	49.1
女性	571	50.9
總和	1121	100.0

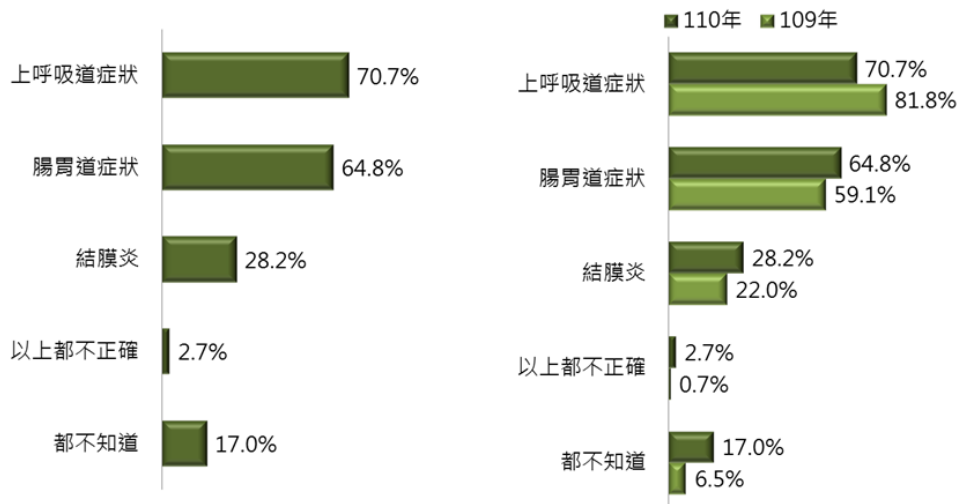
附錄三、民調問卷各題項分配百分比及歷年比較



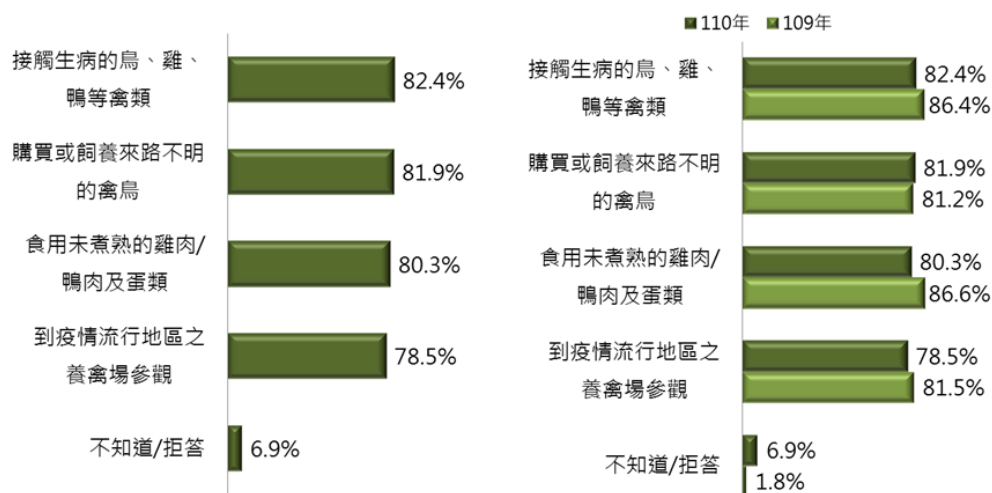
新型A型流感傳染方式認知



新型A型流感主要症狀認知



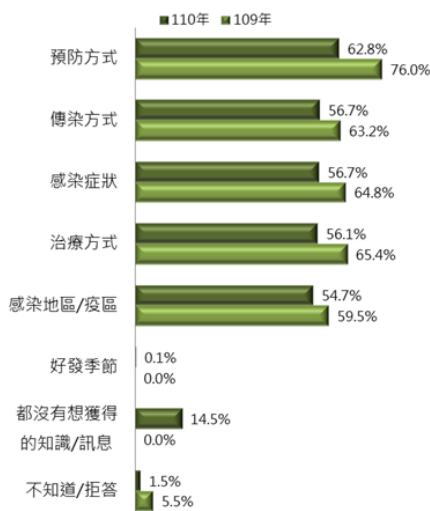
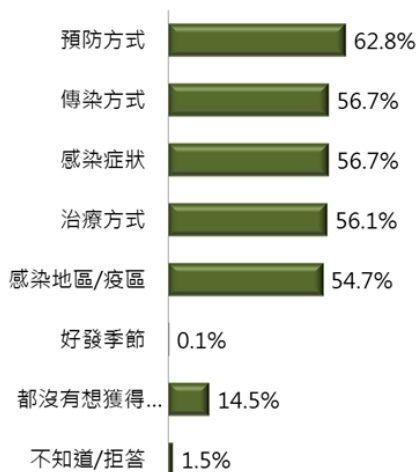
新型A型流感感染途徑認知



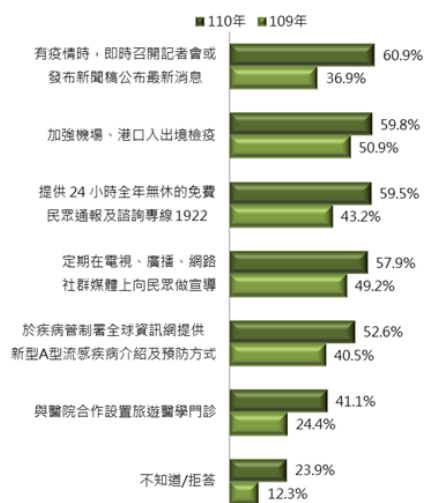
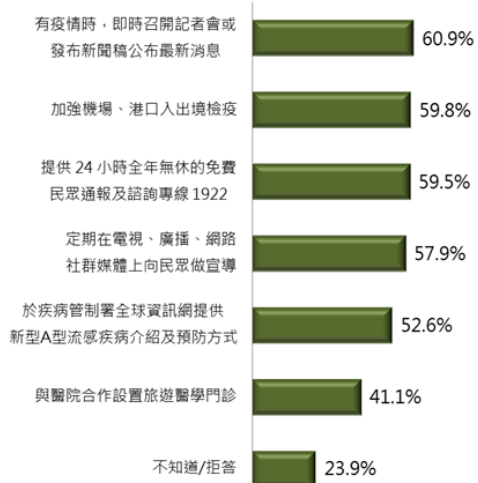
新型A型流感預防措施認知



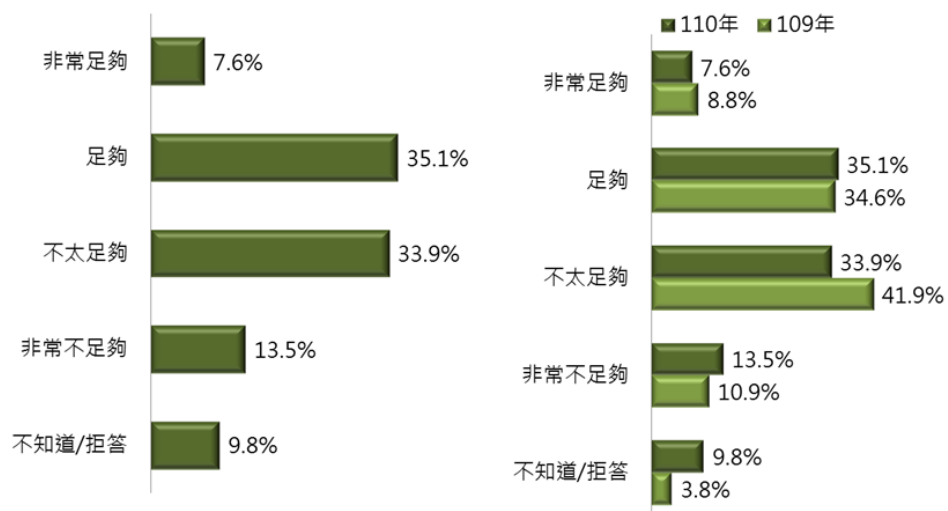
新型A型流感所需資訊



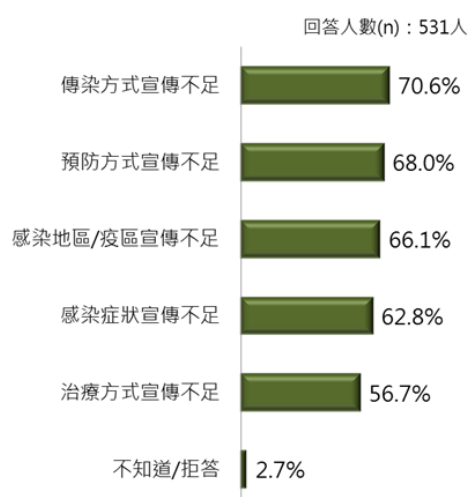
新型A型流感政府防治措施認知



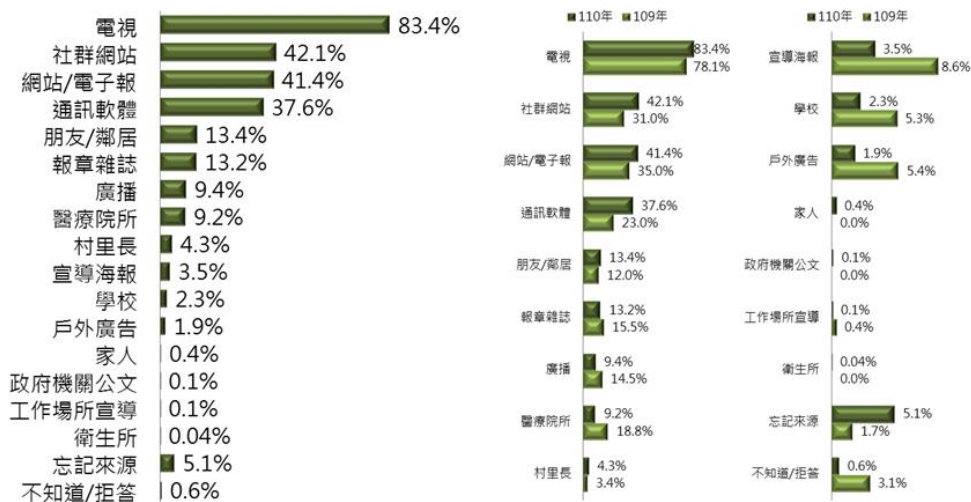
政府宣導防治新型A型流感足夠度



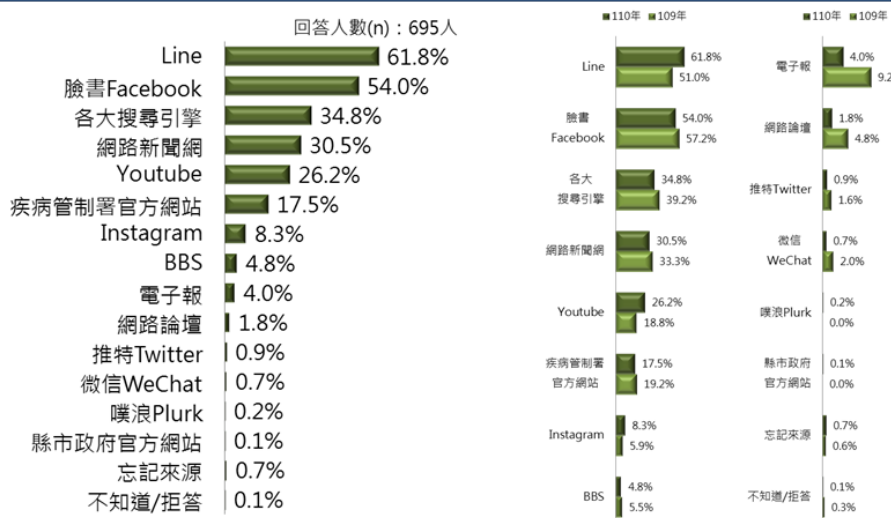
政府宣導防治新型A型流感不足原因



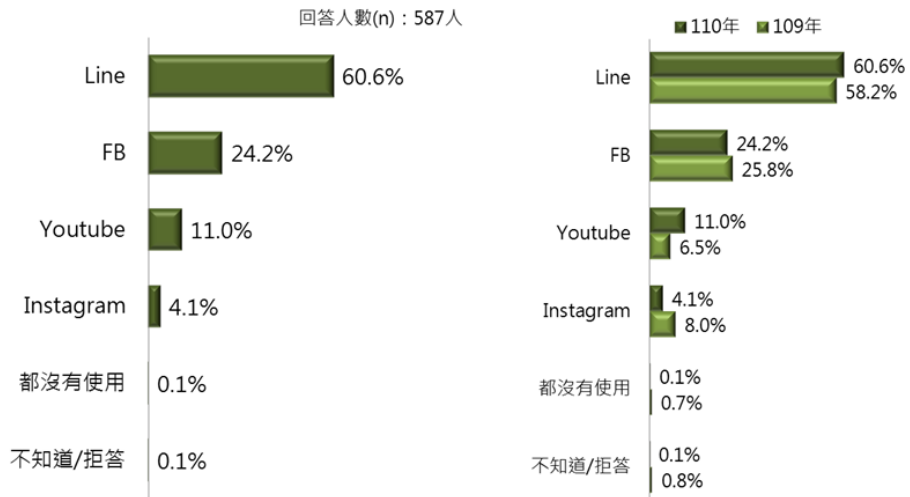
獲得傳染病訊息管道



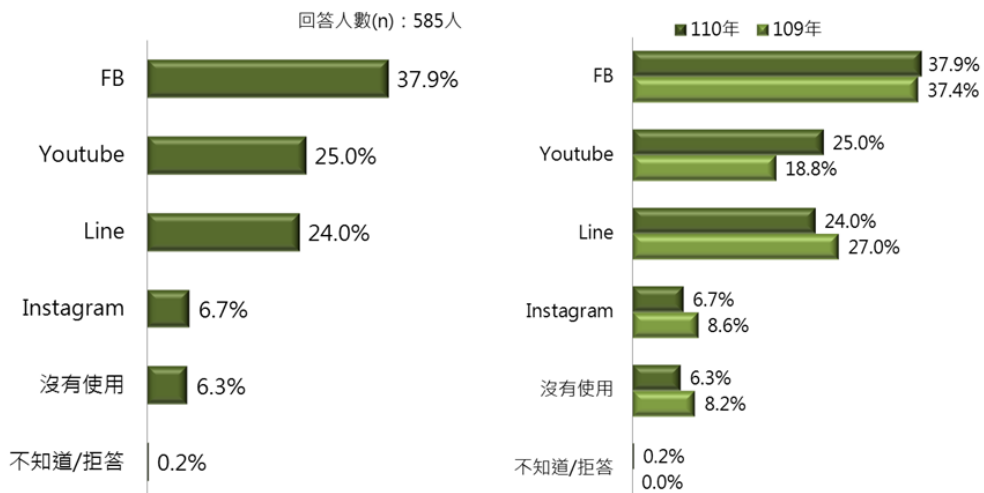
傳染病網路資訊管道



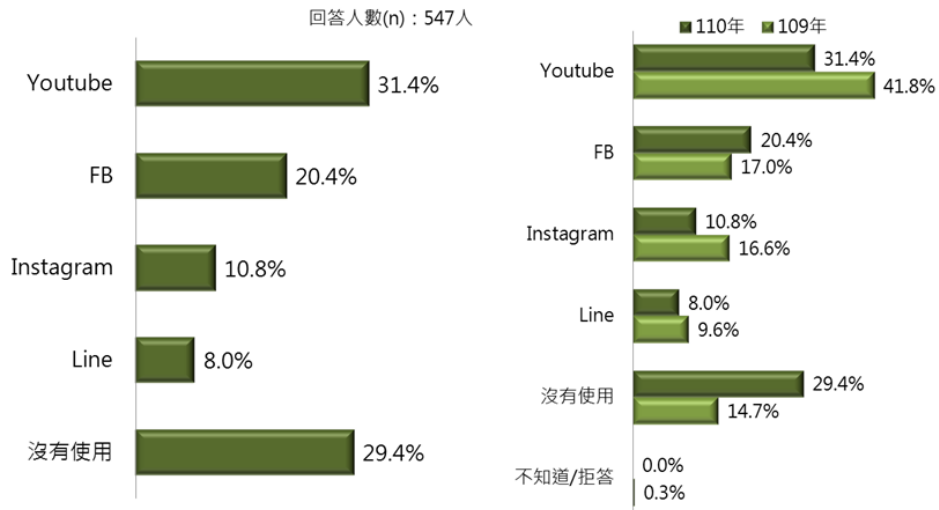
常用通訊軟體及社群網站 (第1順位)



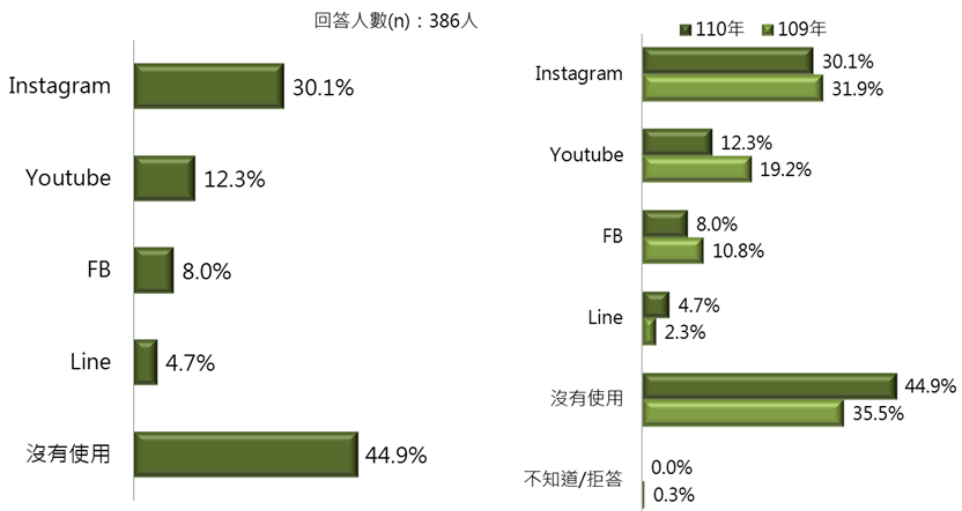
常用通訊軟體及社群網站 (第2順位)



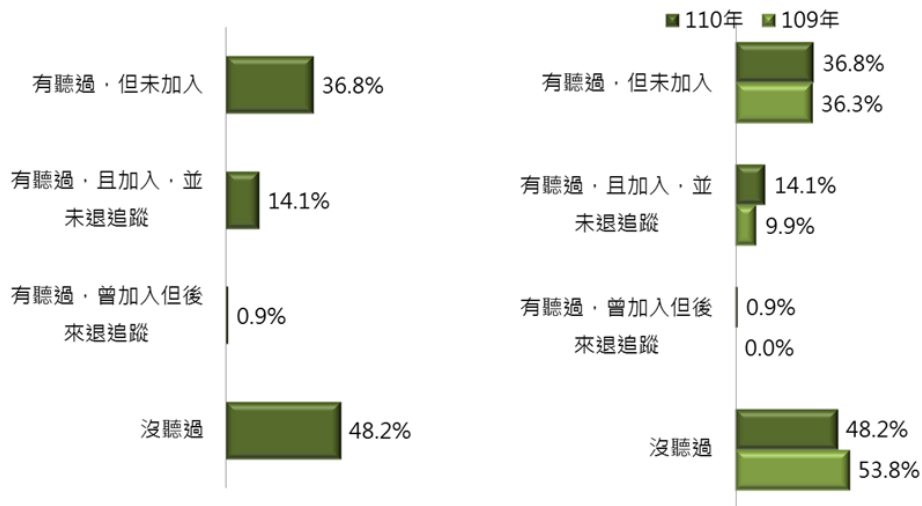
常用通訊軟體及社群網站 (第3順位)



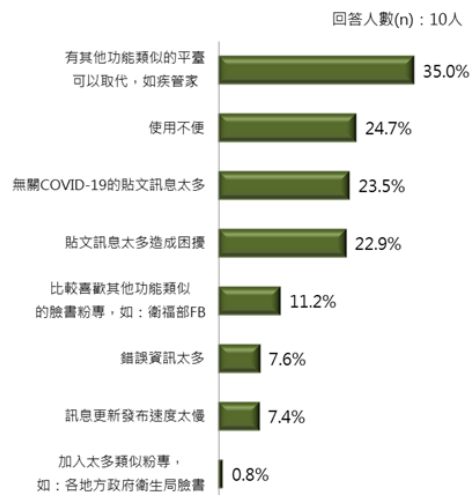
常用通訊軟體及社群網站 (第4順位)



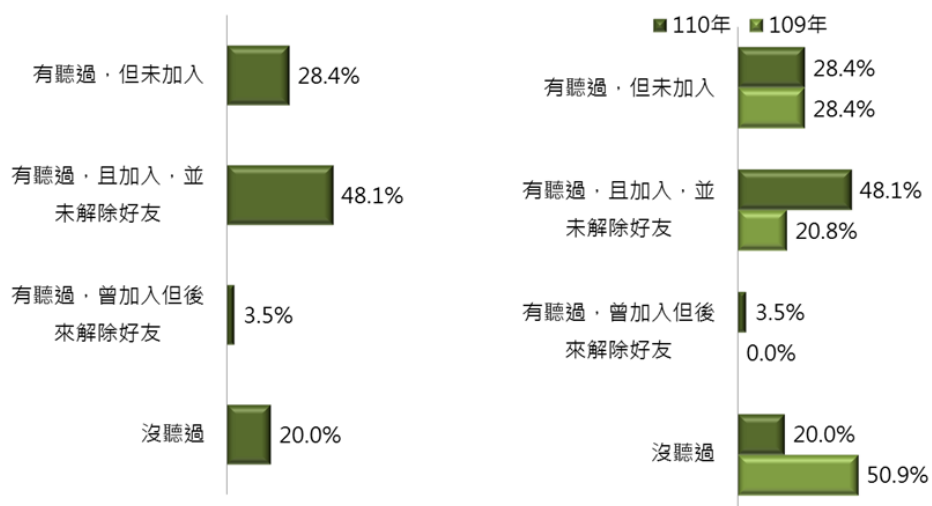
1922防疫達人粉絲專頁認知及加入狀況



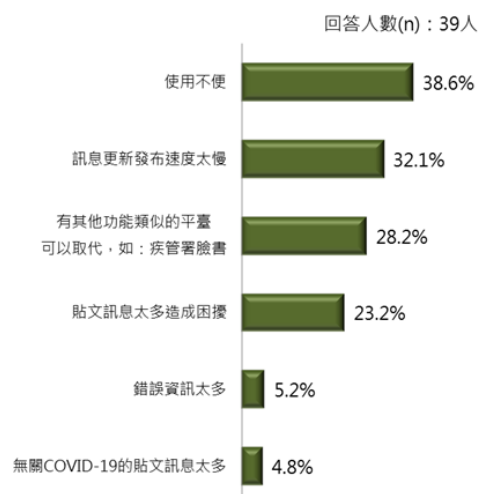
曾加入1922防疫達人粉絲專頁後退追蹤之原因



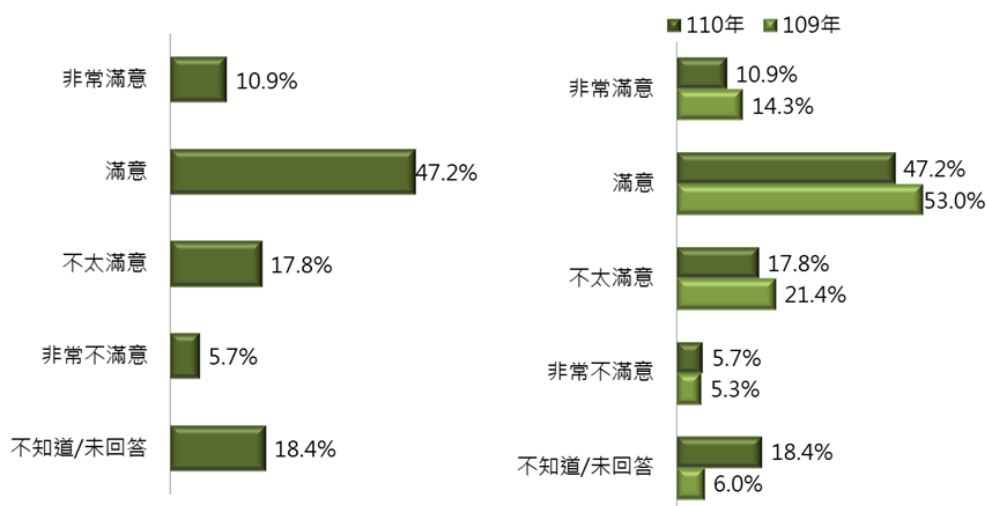
疾管家認知及加入狀況



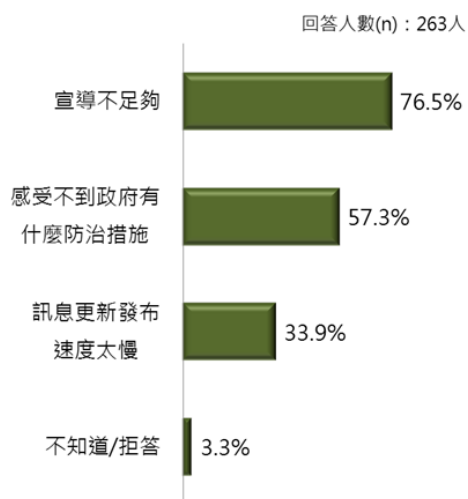
曾加入疾管家後解除好友之原因



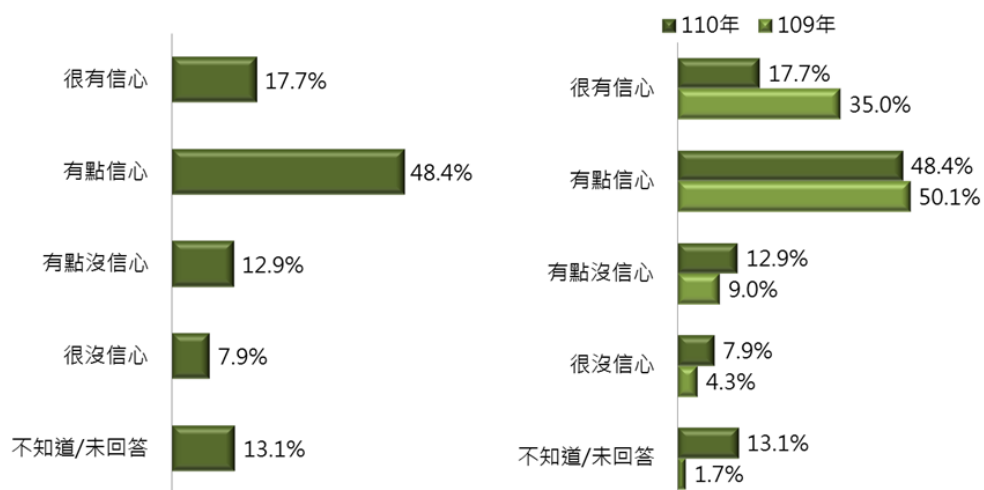
政府防治新型A型流感滿意度



對於政府防治新型A型流感感到不滿意的原因



政府防治新型A型流感信心度



對於政府防治新型A型流感沒有信心的原因

