

參加世界動物衛生組織（OIE）舉辦之「第4屆亞洲區域豬病控制研討會暨第3屆非洲豬瘟常設專家小組會議」（3rd Meeting of the Standing Group of Experts on African Swine Fever for Asia & 4th Regional Workshop on Swine Disease Control in Asia.）

出國報告

服務機關：行政院農業委員會動植物防疫檢疫局

出國人員：杜文珍副局長

徐榮彬組長

黃鈺婷專門委員

出國期間：108年11月25日至11月28日

參加世界動物衛生組織（OIE）舉辦之「第4屆亞洲區域豬病控制研討會暨第3屆非洲豬瘟常設專家小組會議」出國報告

目錄

一、 摘要.....	02
二、 會議背景與行程概要.....	04
三、 會議紀要.....	06
四、 心得與建議事項.....	12
五、 致謝.....	24
六、 附件.....	26

壹、摘要

世界動物衛生組織（OIE）及聯合國糧農組織（FAO）因應亞洲地區非洲豬瘟疫情，接續108年7月間假日本東京召開之常設專家小組會議後，緊接著於108年11月26日至28日續辦第三屆非洲豬瘟亞洲區常設專家小組、第四屆亞洲區域豬病研討會。本次會議有我國、日、韓、中(含香港)、泰、寮、澳、紐、菲、蒙古及越南11個國家計約50人參加，OIE及FAO各有6位官員，另有流行病學、經濟學、社會學之外惡病防控的專家各一位。我國由行政院農業委員會動植物防疫檢疫局杜文珍副局長（OIE我國常任代表及首席獸醫官）、動物防疫組徐榮彬組長及企劃組黃鈺婷專門委員與會。

此次會議的主軸可以區分為三個面向（1）各國疫情更新、（2）務實的防控策略以及（3）如何分眾並有效風險溝通。會議座次安排係依我國於OIE會籍以『T』排序，排於泰國旁。會中我代表團成員與OIE、FAO、專家及各國(包括中國)出席人員交流熱絡，無被排斥或矮化。這次會議我代表團依主題所選派個別專長之團員，於各討論議題均能切合重點並具體回應，獲致多方肯定。此外，在非洲豬瘟的專業議題上，由於我國獸醫防疫專業與跨部會之合作模式，再次成為專家列舉為成功案例；由於歷經三次常設專家小組會議，各會員瞭解無法能有一體適用的防疫策略，復以各國的經濟狀態不同，能投入或得到的經費與人力支持不同，OIE/FAO將會努力發揮影響力與各國高層溝通，期能將較多資源轉置支持非洲豬瘟的政策宣導與防控措施。OIE/FAO提醒各國應有自己最合適且務實的應變計畫，但，每個國家的防疫非僅事關自國，也至關他國及全球的動物防疫。

期待本小組未來的方向與重點工作包括：訂定場域化的操作指引、適用於小農的生物安全措施與防疫策略、請

OIE/FAO支持研究(病毒特性、診斷技術、疫苗、經濟社會影響評估...等)、疫情的透明化等。OIE/FAO會將各會員的建議與期待再綜整，列為下回開會的重點。預計下屆常設專家小組會議將於2020年春天於韓國召開，主題為疫情控制 Outbreak Management- 包括野豬、3 D(Depopulation, Disposal and Disinfection)及產業參與者。

貳、會議背景與行程概要

一、背景：

2018年8月3日中國大陸爆發非洲豬瘟之後，疫情迅速擴散至全境，緊接鄰近國家亦陸續發生。截至目前為止亞洲國家已有10國，包括中國大陸、蒙古、越南、柬埔寨、北韓、寮國、緬甸、菲律賓、韓國及東帝汶，向世界動物衛生組織(OIE)通報發生非洲豬瘟疫情，目前東亞國家僅日本及我國仍保持非洲豬瘟非疫區狀態。亞洲地區是豬肉亦是重要的動物性蛋白來源，飼養豬隻頭數佔全球50%以上，飼養密度極高，低生物安全之後院養殖場比例亦相當高，OIE及FAO對於本病在亞洲地區傳播極為憂心，爰參考歐洲模式，成立「亞洲地區非洲豬瘟常設專家小組會議」，藉此此運作機制，尋求適合亞洲地區對於該疾病之預防、檢測及控制之相關防檢疫對策。在跨國境動物疾病全球架構(Global Framework-Transboundary Animal Diseases, GF-TADs)下，前兩屆分別於本年4月及7月間在北京及東京舉行，本次第3屆會議於11月26日至28日假越南胡志明市京舉辦，對象為亞太區會員國常任代表及專家代表。本次會議的主軸可臚列為以下面向：

- (1) 2020年亞洲非洲豬瘟常設專家小組工作計畫審查與修訂
- (2) 全球及區域非洲豬瘟疫情狀況與影響
- (3) 對於此疾病的大眾整合溝通之整備事宜(包括溝通材料、宣傳策略、及如何有效預警)。

二、行程概要如下： 2019年11月25日至2019年11月28日，共計4天。

時間	行程概要
11月25日	啟程（台北→越南胡志明市） 自桃園國際機場搭乘中華航空公司班機CI873班次
11月26日	（越南胡志明市） 參加會議
11月27日	（越南胡志明市） 參加會議
11月28日	返程（越南胡志明市→台北） 參加會議；並 自越南胡志明市機場搭乘中華航空公司班機CI874班次

參、會議紀要

一、針對疫情防控部分

- (1) 「亞洲地區非洲豬瘟常設專家小組」感謝OIE成員針對及時與透明地通報ASF最新疾病情況所盡之義務。這種種疫情資訊將有助於提供個別國家有關之國際支援。
- (2) 透明共享區域內非洲豬瘟發生的現況與防控措施，例如：(1) 疫情爆發時之管理經驗 (2) 由於至今仍未有有效的疫苗，因此各成員應坦承面對，(3) 國內非法疫苗的存在及使用之可能性。(4) 任何可能助長疫情傳播之危險行為或作法 (5) 該疾病目前所安排檢驗之實驗室，及其技術能力之限制。長期下來各個區域層面，將提高對該疾病整體認識與控制能力。
- (3) 應嚴加全面性的調查，預防或停止任何使用非法疫苗

之情事。

- (4) 生物安全是非洲豬瘟控制和預防的主要支柱。不同規模養豬場的生物安全措施需要個別給予技術指導，才能有效針對亞洲地區特殊的生產系統中的風險，進行管理。各成員需要通過適當的成本效益分析，並因地制宜採行前揭原則。
- (5) 會議中成員咸對於應提高區域內社會經濟研究的能力，形成共識。包括疫情本身所帶來的成本效益分析，以評估預防和控制措施，並透過培訓等方式進行能力建構。
- (6) 感謝世界糧農組織和ACIAR /昆士蘭大學提供支持，協助評估疫情之各方面影響；感謝OIE參考實驗室以及CSIRO澳大利亞動物健康實驗室(OIE參考實驗室)提供疫情之確診診斷。

二、風險溝通建議

- (1) 「防止疾病傳播」(無論國境間或國內)是「亞洲地區非洲豬瘟常設專家小組」咸認所有OIE成員首要承擔之責任。
- (2) 「全面的風險溝通策略」應成為非洲豬瘟防控工作之必要部分。這些策略應以基於OIE國際傳播準則為之(OIE international Standards on communication ([Chapter 3.3 of the OIE Terrestrial Code](#)))，並遵循OIE獸醫服務溝通手冊(OIE Communication Handbook for Veterinary Services, available on www.oie.int/communication_handbook.)。要運用有效的策略與作法傳達「非洲豬瘟是豬的死神」這種警示，這樣才有可能帶來人類行為的改變。
- (3) 除了獸醫專業，需要整合如社會和經濟科學，風險評估等其他領域之作法，發展有效的風險溝通工具，從心生警示，到行為改變。這樣才有可能減少任何人為傳播非

洲豬瘟之風險。

- (4) 一面宣導更要一面調查瞭解公眾的意識，以及是否因為宣導而致生民眾行為之改變，適時調整風險溝通的策略，以為因應。
- (5) 尤其是重要節慶來臨期間，是人員流動與食品消費增加時，更要加強宣導力度，提高全民防疫意識，減少肇因旅人攜帶豬肉產品，而傳播非洲豬瘟病毒之風險。
- (6) 各成員應與國內相關權責單位跨機關橫向聯繫，強調旅人在非洲豬瘟病毒全球傳播中的決定性角色，並且全力防堵於境外。
- (7) 世衛組織聯合外部評估（第二版）的風險交流部分，特別是針對觀念，風險行為和錯誤信息的指標，強烈建議應參採作為風險溝通之策略。
- (8) 非洲豬瘟對於聯合國的「全球永續發展目標」（Sustainable Development Goals, SDGs）構成威脅。成員需要共同努力尋求決策者增強政治意識並承諾為ASF控制分配國家資源。

肆、會員國分享宣導範例

- 一、會中安排OIE公共關係部門官員（Dr Lucia ESCATI，OIE Outreach & Events communication officer）介紹渠對於防控非洲豬瘟所製作之相關宣傳策略與活動，透過及時有效地溝通風險協助防止疾病進一步傳播以及減輕疾病影響，經由不同的目標群眾（target audience, TA），達到每個人不僅被告知風險，還做出行為改變之最終目的。於是不同的TA就有不同的宣傳重點，基於這樣的前提，再去挑選合適的宣播管道，放大訊息。

例如：

- （一）小型豬場和商業豬場：確保生物安全措施。
- （二）旅行者：不要攜帶豬或豬肉製品。



(三) 邊境管制權責單位：確實知悉非洲豬瘟疫區和相關檢疫規定。

(四) 獵人：正確知悉預防野豬間、與家豬間之接觸途徑。

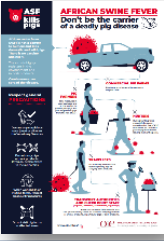



SMALL PIG FARMERS AND COMMERCIAL PIG FARMS	TRAVELLERS
<p>OBJECTIVE Respect biosecurity measures on farms and feed pigs responsibly</p> <p>Tools available</p>  <p>Posters</p>  <p>GIF animations</p>  <p>Biosecurity infographic</p> <p>www.oie.int/asf</p>	<p>OBJECTIVE Do not carry pigs or pork products</p> <p>Tools available</p>  <p>Poster</p>  <p>Leaflet</p>  <p>GIF animation</p>
TRANSPORT AUTHORITIES	
<p>OBJECTIVE Are informed of ASF infected countries and check all pork products</p> <p>Tool available</p>  <p>Poster</p> <p>www.oie.int/asf</p>	

HUNTERS

Tools available

<p>OBJECTIVE Correctly prevent contact between wild boar and domestic pigs or their products</p>	 <p>Poster</p>	 <p>GIF animation</p>
---	--	--

OTHER GENERAL TOOLS AVAILABLE

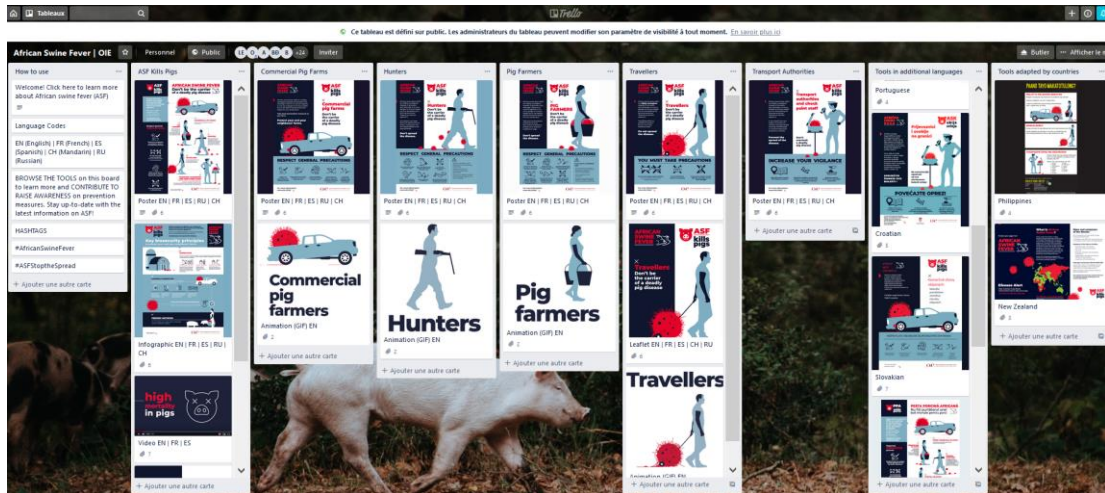
 <p>General poster</p>	 <p>Video</p>	 <p>Social Media Toolkit</p>	 <p>Email footer</p>
---	--	---	--

www.oie.int/asf

ASF kills pigs

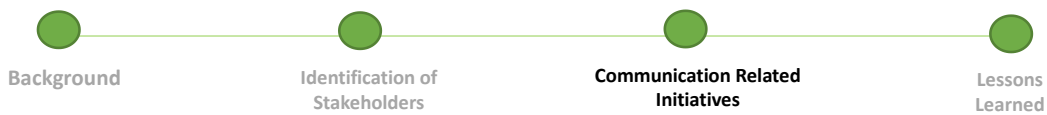
OIE awareness campaign

- Tools available in a [Trello board](#) in: **EN, FR, ES, CH and RU**
- Adapted/translated by countries/partners into more than **10 additional languages**
- More than **60 countries** used the campaign worldwide

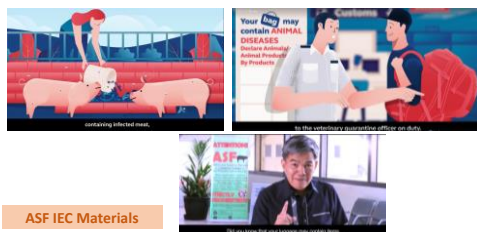


二、菲律賓分享宣傳媒材

菲律賓農部動物產業局官員 (Dr. Toni Rose M. Barroga, Department of Agriculture Bureau of Animal Industry) 分享該國在疫情爆發之後在第一時間所設定的宣傳重點(按: SOCO, single overarching communications outcome), SOCO是由所設定的單一溝通重點, 由於SOCO是個固定核心、結果, 因此宣傳部門必須瞄準觀眾的角度作表達, 從而因位革心而帶來行為的改變。為「吃豬肉很安全」、「非洲豬瘟不會傳給人類」、「拒絕廚餘養豬」、「向政府獸醫單位回報任何異常的豬死亡率」。



ASF IEC Materials



ASF IEC Materials



三、日本

日本由農林水產省動物健康部門的官員Sonoko KONDO介紹該國的對外溝通重點，由於日本與我國是目前仍是亞洲極少數非洲豬瘟的非疫區，原該國的宣傳重點除了確保國內豬場的生物安全之外，全力防堵於境外當然就是宣傳重點。另外，針對不同的TA，亦有不同的溝通重點。如對於獸醫：懷疑CSF / ASF的潛在臨床症狀要舉報（私人獸醫使用）；或進行抽樣（官方獸醫）；獵人與徒步旅行者：發現死/弱野豬時回報、勿將食物殘渣放置野外、（對於典型豬瘟CSF）不要將野豬肉帶出受CSF影響區域、（對於典型豬瘟CSF）請勿進入從事狩獵的養

豬場；對於國際旅客：即使您食用源自CSF感染豬的豬肉、切勿帶進或帶走肉類產品。在宣傳的過程當中要隨時滾動調整，如訊息是否正確傳達給目標受眾？我們是否有好的宣傳材料可以傳播？是否有效地傳遞訊息？，並且要結合有關機構和私營部門合作才能擴大宣傳的管道。

MAFF

Key messages to deliver and how?

For international travelers(cont.)
In collaboration with airlines and travel agencies

Information on the monitor at the check-in-counter

Leaflets or posters of Animal Quarantine information on the check-in-counters

MAFF

Key messages to deliver and how?

For international travelers(cont.)
In collaboration with consulates and embassies

In collaboration with private sectors

四、澳洲

澳洲由Dr. Phoebe Readford, (CSIRO Australian Animal Health Laboratory)介紹該國風險溝通之情況。同樣的也是將一般公眾、國際旅客、網上購物、養豬戶、豬獵人、獸醫等族群加以分眾，並且介紹其在機場的宣導影片、標語、海報等等。

International travellers

- Updated in-flight video and audio announcements
- In flight flyers
- Increased airport ASF signage
 - Banners
 - Digital
 - Signs
- Airport flyers
- Multiple languages

Specific traveller groups

African swine fever

Protect Australia from African swine fever.

Protect your health. When you arrive...

Helping good tourists and helping protect Australia.

We all share the responsibility to protect our country.

#banks swine, call us 1300 675 888.

26 November 2019

肆、心得與建議事項

有關本次派員參加會議，其中大會特別針對如何宣傳的議題作了很多細緻的安排，其中介紹OIE出版的獸醫服務宣導手冊（網路連結：https://www.oie.int/fileadmin/home/eng/Media_Center/docs/pdf/EN_Guide_de_Communication_FINAL.pdf），所有宣傳的核心策略就是「吸引、理解、行動」對於資訊的提供者來說想辦法讓資訊接觸溝通對象，吸引其目光，接著要讓他們理解其內容，最後就是希望被他們記住，或者是採取行動，這是最理想的目標。手冊中指出專家的發言，都是基於完整的科學證據以及邏輯推理之後，乃至得得到一個結論；但是人們接受新資訊的方式則是反過來的，先得到結論引起興趣，然後在後續補理由、解釋以及相關的推導過程。對於這樣容易依照原則所操作的模型，無疑是當代獸醫服務體系中對於政府部門重要的指導，對於政府部門如何在基於科學與專業的基礎之下，隨即展開對於不同群眾的風險溝通工作特別具有參考價值，爰本報告謹就前揭手冊之重要內容包括關於**群眾**、關於**風險**以及關於**風險溝通的7個C**分列說明，並期待吾人能夠在未來的日常的忠誠呈現對於這些良好指導之淋漓詮釋。

一、關於群眾

重點：根據每個不同的 SOCO（單一整體溝通成效預期），了解如何分類識別你的目標觀眾類型，運用神經學和成人教育的研究理解怎麼樣的方式能最有效的讓觀眾聽到、注意到、記住，甚至改變他們的行為。

成人具有特定學習和保留資訊的方式，以下為幾點溝通前的重要須知：

1. 腦袋的構成是用以忘記事物而非記得，涉及多感官

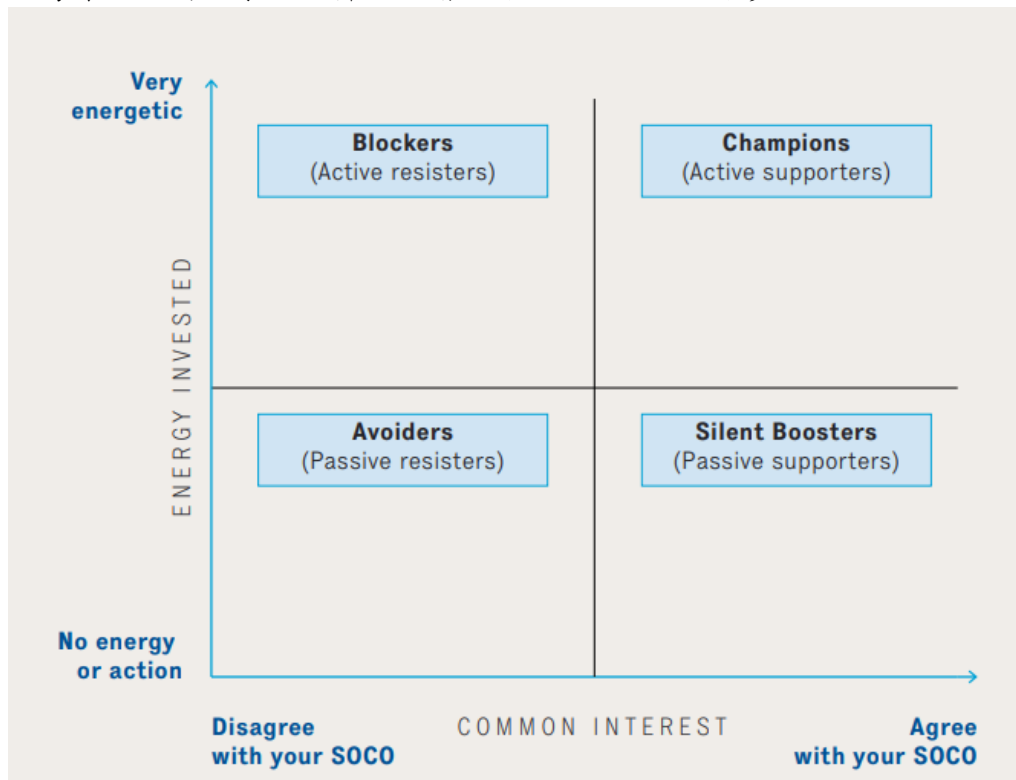
- 的溝通可以幫助減緩這個忘記的速度。
2. 多感官溝通能夠增進理解和資訊接收。
 3. 當人們有什麼**需要做的事情**（例如打電話、瀏覽網站、警惕某事物等）時，會比較容易記住資訊。
 4. 人們會記得對「**他們**」來說突出、或有特殊意義的事物。
 5. 人類的腦會將資訊處理成可以管理的大小，大多數人無法記得一次記得大於七件的資訊，甚至更少，預設人們只能記得五件事情比較保險，甚至，三件是最好的。
 6. 如果能有規律的「**休息時間**」的話，人們可以更好去理解和記住資訊。若可以的話，一次給予一個想法、然後休息。例如說：在給予一個想法後，歡迎大家提問，或一些反應時間，之後再繼續。
 7. 人們容易記得**開頭**和**結束**。

所以，基於以上的觀眾特性，在溝通之前就要埋些這些關鍵：

1. **一想好你的 SOCO 或在你開始傳遞訊息以前**，就花時間去分析你的觀眾。
2. 記得你的觀眾經常是分心、資訊量過大、甚至對你的主題感到困惑的狀態。
3. 嚴肅誠實地對待你的觀眾分析，定時重審它，或是有什麼事情發生時重審它。
4. 根據觀眾對 SOCO 的正面、負面影響力、聯絡難易，去**選擇**觀眾。
5. 記得溝通**只是**影響群眾要做的**其中一件事**而已。

分析觀眾：

思考策略以前，事先分析利益關係者，可以依照以下步驟：



步驟一、觀看此架構或利益相關人分析。

步驟二、寫下你的 SOCO。

步驟三、看 X 軸，然後想哪些利益關係人是支持你的 SOCO 的。

步驟四、看 Y 軸，然後思考你的利益關係人會願意付出多少精力來支持或是阻礙你的 SOCO。

步驟五、把任何有可能影響你的 SOCO 目標的群體或人放進表格，要誠實面對。

步驟六、了解每個人和群體的所處位置。是否隨時間改變、或可影響圖表內他人。

步驟七、決定哪些群體或哪些人是達成你 SOCO 最好的標的、思考當下需要完成哪些事情，這就是你溝通策略的開始。

步驟八、思考每個標的群體的需求和關心事物，如何接近他們？什麼樣的語言？什麼樣的訊息複雜度最好？什麼管道最好聯絡到他們？如何讓訊息吸引他們？

步驟九、固定時間重審你的分析，或有什麼事發生、某些原因造成改變時也是。

圖表各人物分析表格：

人物分析	分享目的	投入精力	建議溝通策略
Champions	會	公開支持 有聲量	→ 給予資訊 → 感謝+認知到他們的貢獻 → 讓他們擁護你的事業
Silent Boosters	會	沉默支持	→ 教育、賦予能力機會、通知、鼓勵 → 讓他們所憧憬的 Champions 成為激勵
Avoider	不會	沉默反對	→ 告知或是忽略 → 讓大量 Champions 影響他們
Blockers	不會	有聲反對	→ 若不構成影響，忽略 → 若影響甚重，正面對抗 → 用事實或徵召 Champions 抵銷 → 時刻注意他們說了什麼、誰在聽他們的

傳達策略	危機 vs 恐慌	危機舉例	處理	主旨	所需行動
倡導預防措施	危機大 恐慌小 (冷漠)	1. 過期獸醫用品 2. 放養犬 3. 拒絕預防接種 4. 效率低的生物防治方法。	提升民眾在意程度	注意！可能有事情會發生！	增加人們的情感連結。
危機傳達	危機大 恐慌大	1. 自然災害 2. 傳染病擴散 3. 動物產品污染 (事實或懷疑)	維持民眾恐慌意識，以讓民眾有所警覺、維持行動動力。	我們在一條船上	1. 盡快主動溝通 2. 解釋發生的事 3. 清楚表明所知、所不知的資訊。
恐慌管理	危機小 恐慌大	1. PPR 疫苗引起生育率降低 2. 牛肉皆可攜帶普里昂病毒 3. 網路爭議引起對獸醫服務決議的指控	試圖降低恐慌程度	很感激／了解你的擔憂，這些是我所知的事實	1. 盡快主動溝通 2. 聆聽並理解恐慌並提供證據與事實。 3. 解釋為何沒有危機。
動物健康及教育福利	危機小 恐慌小	1. 微量營養素不足 2. 驅蟲運動	無須動作	注意	1. 注意隨時注意情況 2. 及早識別危機可能

二、關於風險溝通

以下需要探討的是如何察覺風險以及如何傳達風險的四項策略。

風險感知：在動物健康和公共衛生裡，風險就是人類或動物暴露在危機（具造成物理或經濟傷害能力，好比傳染病等）裡的可能性。風險的大小與危機大小直接相關，同時視暴露在風險內者的脆弱程度而定。需注意的是，專家和「在風險內者」對風險的感知不盡相同。

#在**技術專家**眼裡，風險是直接與自然和**危機**大小相關。

#**大眾**（或其他有風險者）對風險的認知則基於許多其他因素，以及他們對此感受到的**負面情緒波動**（**恐慌**）程度（恐懼、擔憂、強烈情緒交戰等）。

風險評估專家觀察到了以下影響**風險感知**的因素，它們是可能誘使民眾恐慌的可能因素，當大眾發現以下狀況越嚴重時，越容易感到恐慌：

1. 非自願性施壓的。
2. 無法控制的。
3. 有害或是不熟悉的。
4. 人為的。
5. 不可逆的。
6. 規模慘重的（不論其可能性）。
7. 分配不公的。
8. 對孩童或是未來世代危險的。
9. 所知甚少的。

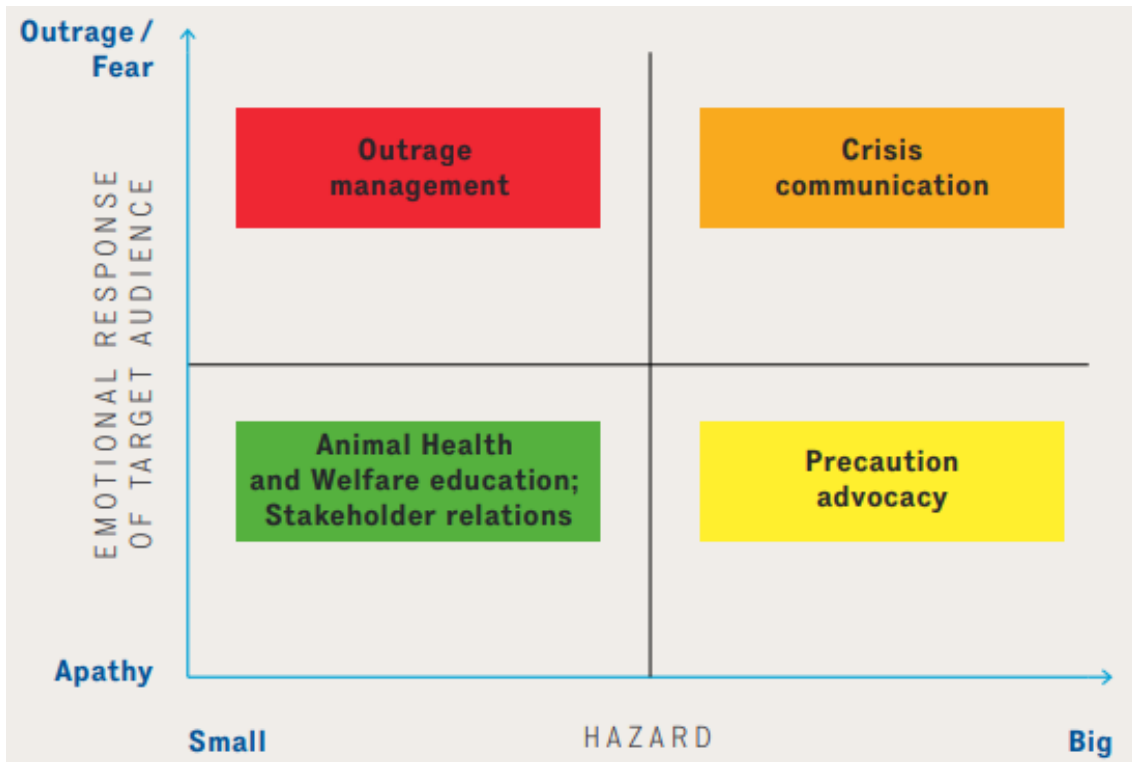
*溝通人員的工作是當縮小專家與民眾之間對風險定義落差的橋梁。

* 風險 = 危機 + 情緒波動。

風險傳達的構成要素：

1. 具專業性資訊：用以支持關鍵信息的事實資料。
2. 價值：需要訴求大眾／文化價值。
3. 信任：個體與獸醫服務必須是被信任的。(目前為止最重要的要素！)
4. 信譽度：傳遞者和獸醫服務的信譽度。
5. 關心／同理心的表現：若人們能感覺到傳遞者在乎他們的話，會比較願意去專心、用心聆聽你所要傳遞的訊息。

風險傳達策略：



【策略一：動物健康及教育福利（與利益關係人關係）】

當危機相對較小且情感聯繫較低或呈冷漠時。

目標：

1. 透過觀察監測溝通提早識別情緒失控（在情況變成情緒失控管理前）。
2. 維持持續中計畫裡對公共及利益關係者的約定。

注意事項：

1. 運用強勁的科學證據來組織訊息。
2. 傳遞基本資訊，通常已經足夠，不過要及早注意是否產生問題。
3. 依靠觀眾的不同個人動機去找尋使用適當的溝通產品。
4. 理解到這個危機很難靠自己實現什麼重大改變。

例子：

1. 使用網路報導或手機警示通知獸醫們鄰近區域最新的傳播疾病。
2. 有關於謹慎使用抗生素、可食用動物的醫藥停用期、以及人類和動物的狂犬病症狀等的宣傳手冊。

【策略二：倡導預防措施】

當危機很大，但人們對其沒有特別關心的時候，有可能顯得無動於衷。

目標：

使公眾的情緒提升起到你所需（不要超過）的程度，以讓他們開始有所作為。

注意事項：

1. 這是**唯一**一個你需要提起大眾情緒敏感度的情況，但在這個感度達到專家們的程度時，就讓它停止下來。
2. 不要過度戲劇化、恐嚇大眾，保持誠實和透明化。
3. 煽動人們為避免產生二次危機而作出行動。
4. 用通俗的方式傳遞具強烈科學性證據的訊息。

有時獸醫們在解決的動物健康問題構成嚴重威脅，但民眾情感上的連結卻不夠大到接受你的建議。

例子：

1. 有關動物識別、農場生物安全措施……等，的溝通。
2. 人們對新型威脅並不覺察，如野鳥傳播禽流感的風險。他們需要更多資訊去理解風險的嚴重度和保護家禽和自己的方法。
3. 開發中國家的狂犬病預防接種率低。人們沒有意識到給野狗、家犬預防接種可以消滅此種致命疾病，導致這些國家每年有數萬人死於狂犬病，且大多數為孩

童。

【策略三：恐慌管理】

當危機較小（或不構成危險），但人們對其太恐慌，不符合實際風險比例的時候。

目標：

1. 恭敬且合理地使大眾冷靜下來，先聆聽他們的擔憂，若任何負面情緒源於你的話，為你的服務曾犯下的這些錯誤道歉。
2. 以事實和證據溝通，有禮貌地了解憤怒和恐懼來源：告知真正的危險、引用可信的第三方（專家、科學研究等）。
3. 糾正錯誤資訊。
4. 解釋謠言。

注意事項：

行動上有時間壓力，必須盡早開始、積極不休的溝通。

例子：

1. 農夫擔心小反芻動物瘟疫（PPR）疫苗可能會影響羊隻生育率。
2. 對認為所有牛類肉品都會挾帶普里昂病毒（Prion）的恐懼。
3. 指控獸醫服謀同私人企業。

【策略四：危機傳達】

當危機大且緊迫，民眾緊張情緒也（在適當範圍內）很高的時候。

目標：

確保所有人彼此都獲得一致的資訊。

1. 盡早解釋發生了什麼，並維持頻繁地提供資訊。
2. 告訴大眾你所知的、什麼是已經做的、你接下來會傳達什麼。
3. 更正錯誤資訊、闢謠。
4. 訊息極有可能來自不確定的科學事實。
5. 保持透明化，承認有哪些事情是你所不知道的。當危機發生初期，可能有很多資訊不存在或是不確定。

控制行為：

1. 傳遞一個訊息去創造促進行為。
2. 讓人們有事情可做（讓危機看起來能夠被掌控）。

行動（有盡早和頻繁傳遞訊息的時間壓力）：

1. 處理情緒。
2. 展現同情心
3. **不要**做為了讓人放心的過度保證。

注意事項：

1. 混和使用方法：社會動員、社群媒體、一般媒體、值得信任的發言人等。
2. 每天更新資訊，甚至更快速即時更新。
3. 聆聽擔憂，主動解決它們；一定程度的恐懼／擔憂是推動大眾行動、保護自己健康的必要手段。
4. 沒有根據的錯誤保證會侵蝕未來的信任。
5. 傳遞一種「我們都在同一條船上」的感覺。

例子：

1. 多起在已除疫國家發現的狂犬病案例。
2. 在中國爆發的 H5N1 禽流感。
3. 南非爆發的口蹄疫（FMD）。

三、關於獸醫服務的7個C

為確保獸醫服務動物健康、福利交流和產品都在遵循著良好做法的清單七個C。

7Cs：

1 要求關注 Command attention：

信息成品要有效率的達成目的就需要被注意到，可以靠著迅速聚焦重點，並操作引人注目的議論、事實和富有情感表現力的圖像等。

2 闡明信息 Clarify the message：

當你取得人們的關注後，就需要闡明你的意思。這個數字是指什麼？誰在風險裡？如果什麼都不做會有什麼後果？能夠怎麼做某事？

3 談論效益 Communicate a benefit：

這是在交流過程中最容易犯下的錯誤，我們必須明確的向目標群眾表明好處所在。例如：你的母牛將能變得更健康、產出更多的牛乳；這將會保障你的牧群並確保農場收入等。

4 一致性的重要 Consistency counts：

我們要確保提供內容的一致性，包含數字、事實、號召行動。時間上和服務內容裡的每個部分都必須保持一致（除非你的交流主題是對獸醫服務提供的知識、建議的改變）。前後不一會快速損害名聲和信譽度，甚至破壞我們在其他重點領域的可能性。

5 迎合心與腦 Cater to the HEART and the HEAD：

我們通常都很擅長仔細檢查信息的內容，這個事實正確

嗎？背後有證據或協定支持嗎？但我們也必須要同等注意觀者情感上的需要。人們用眼睛、耳朵和心在接收訊息，吸引人心的議題與資訊將會有更多被聽見、理解、實踐的機會，並且引領行動和改變。

6 製造信任 Create trust：

聆聽專業內容、尊重觀眾的存在價值，獸醫服務、信息傳遞者、關心表現的信譽度都倚賴著信任。及早宣布情況，保持透明化和接受澄清都能穩固信任。真誠的關懷行動和同情也會幫忙維持信任。很多情況下，獸醫服務的 Logo 或是有獸醫資格（的醫生）也能提供信譽度。

7 號召行動 Call to action：

為了誘使期待的行為發生，信息必須帶有一個行動的號召，這可以是：洗手、辨明你的牧群、幫你的狗接種疫苗、聯繫你的獸醫、瀏覽一個網站等。

伍、致謝

此次本代表團有機會前往越南胡志明市參加會議，感謝世界動物衛生組織邀請及支持；並承蒙我國常駐越南胡志明代表處熱忱協助及接待，得以順利與會。並謹此致上最深謝意。同時並感謝農委會防檢局各級長官的支持，以及各組同仁在此一期間分擔業務之辛勞，得以心無旁騖的獲取學習機會，再次表示感謝。

陸、附件（附圖）

一、本次會議簡報資料電子連結：<https://rr-asia.oie.int/en/events/3rd-meeting-of-sge-on-afs-for-asia-4th-regional-ws-on-sd-in-asia/>

二、原預定於會議報告有關我國因應非洲豬瘟事宜，所向各界宣導之成果分享。

三、會議照片。