

出國報告（出國類別：其它/國際會議）

國防部政治作戰局 112 年赴美參加 2023 年國家戰略溝通峰會觀察紀要

服務機關：國防部政治作戰局

國防大學政戰學院

姓名職稱：中校心戰參謀官 張俊敏

中校助理教授 孫復威

派赴國家：美國

出國期間：民國 112 年 4 月 29 至 5 月 5 日

報告日期：民國 112 年 7 月 10 日

摘要

「戰略溝通世界會議（Strategic Communication World，簡稱StratCommWorld）」舉辦迄今已有數十年的成功經驗，每年定期於美國華頓特區召開會議，藉由邀集企業、軍隊、政府、情報界，以及非政府組織的高階主管及研究人員，分享最新的傳播科技、媒體經營策略、目標群眾分析，以及公共關係發展等專題報告。

2023 年戰略溝通世界會議，主題為「建立正向的聯繫：傳達正向的世界觀」，與會國家包含美國、臺灣及新加坡等 11 個國家 80 多位貴賓參加，希望透過各領域的傳播與公共事務專家，相互交流並汲取彼此經驗，以面對充滿挑戰的世界中取得成功的戰略，厚植未來競爭實力。本觀察紀要將區分「目的」、「會議行程與專家介紹」、「觀摩紀要」、「心得與建議」及「結論」等部分進行報告，希冀能將此次赴美觀摩心得與體認，提供產、官、軍、學界等相關部門參考，瞭解當前全球戰略傳播的最新趨勢，奠定未來在媒體經營、戰略溝通布局方面的基礎，持續用創新思維、與時俱進的態度，努力與實現國家總體戰略目標。

目次

壹、目的.....	4
貳、會議行程與會專家介紹.....	7
參、觀摩紀要.....	38
肆、心得及建議.....	59
伍、結語.....	63

壹、目的

每年度戰略溝通峰會號召公部門、學界、國際間不同領域與產業成員共同參與討論，本次論壇內容設計聚焦全球成功企業的戰略溝通經驗分向，希冀透過成功案例讓更多企業、組織或團體受惠；進一步而言，戰略溝通與一般大眾傳播不同之處，戰略溝通注重的是媒體經營之策略、設定預期效果，以及個體接受訊息之後的行為改變，因此戰略溝通與媒體經營密不可分，透過有效的媒體經營，可以增加民眾對於組織的理解和支持，相對地，戰略溝通則為媒體提供了重要的資訊來源和溝通對象，彼此形成互補的關係。

國軍執行戰略溝通的目的在於有效地傳達訊息、宣揚政策、建立軍隊形象，以及建構國人支持國防的公眾意識，透過戰略溝通可以增進民眾對於國家安全和國防事務的認知，凝聚社會共識，提高軍隊的形象和信任度，並保持民眾對於國軍任務的支持和配合，以確保國家安全和穩定。為此，國防部政治作戰局每年遴選適員赴美參加年度戰略溝通世界會議，其目的在藉由汲取不同領域專家學者的成功經驗，同時觀摩國際上戰略溝通運用的成功方法，瞭解當前最新傳播科技與趨勢(例如 AI 人工智慧的運用與發展)，期為中華民國國軍建軍備戰奠定良好基礎與紮實根基。

貳、會議行程與專家/學者簡介

一、行程概要（5月1日起至5月2日止，共計2日）：

本次訪團由政戰局張俊敏中校及國防大學政戰學院助理教授孫復威中校陪同前往美國華盛頓特區與會，2023 年「戰略溝通世界會議」議程共計 2 日，會中邀集各工作領域的專業人士共計 31 位，分享個人實務經驗與心得，與會來賓共計 11 國家 86 位，會議行程如下表：

2023 年「戰略溝通世界會議」行程表

日期	時間	主 題
5月1日 (一)	12:00 12:50	人員報到
	12:50 13:00	開場致詞暨來賓介紹
	13:00 13:45	2023 年及未來 10 年戰略傳播趨勢
	13:45 14:20	複雜世界的新參與規則
	14:20 14:45	中場休息
	14:45 15:25	危機傳播的殘酷省思－伊恩颶風災難
	15:25 16:10	互動式領導：女性如何領導及其重要性
	16:10 16:20	主席閉幕致詞

2023 年「戰略溝通世界會議」行程表

日期	時間	主 題
5 月 2 日 (二)	08 : 00 08 : 45	人員報到
	08 : 45 09 : 00	第二日開場致詞暨課程簡介
	09 : 00 09 : 45	真相或後果：後真相社會的危險
	09 : 45 10 : 20	重新定義媒體：記者（及其消息來源）如何獲益
	10 : 20 10 : 40	中場休息
	10 : 40 11 : 20	客戶至上戰略：你能聽到我嗎？在虛擬世界中消除雜音
	11 : 20 12 : 00	ESG(環境、社會、管理) 未來的自主權
	12 : 00 13 : 00	工作午餐與交流
	13 : 00 13 : 45	全球團隊的工作運作
	13 : 45 14 : 30	在分裂的全球秩序中建立地緣政治彈性
	14 : 30 14 : 45	中場休息
	14 : 45 15 : 25	創造招募、聘用和留住最優秀人才的文化
	15 : 25 16 : 30	釋放人工智慧的力量
	16 : 30 16 : 50	2023 年戰略溝通世界課後總結：將想法和策略轉化為行動
	16 : 50 17 : 00	主席致閉幕詞

二、專家/學者簡介


專家/學者	背景簡介
 <p data-bbox="209 1245 469 1529"> GEVEL (RET.) STANLEY A. MCCHRISTAL 退役將軍 集團創始人 兼首席執行官 </p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 現職： <ul style="list-style-type: none"> ➢ Stanley 是耶魯大學傑克遜全球事務研究所的高級研究員，負責教授領導統御課程。 ➢ Navistar International Corporation 汽車公司、Siemens Government Technology 和 JetBlue Airways 的董事會成員。 ➢ Stanley 也是一位廣受歡迎的演講者，在全國各地的組織中發表有關領導力的演講。 ➢ 現任兵役聯盟委員會主席，是國民服役和退伍軍人問題的熱情倡導者。 ■ 學歷： <ul style="list-style-type: none"> ➢ 美國西點軍校和海軍戰爭學院(期間曾獲得哈佛大學約翰肯尼迪政府學院和外交關係委員會為期一年的研究經費支助)。 ■ 經歷： <ul style="list-style-type: none"> ➢ Stanley 是一名退役的四星上將，曾是美國和國際安全援助部隊 (ISAF) 阿富汗的前指揮官，也是該國首屈一指的軍事反恐部隊聯合特種作戰司令部 (JSOC) 的前指揮官，並以在阿富汗規劃和執行反叛亂戰略計畫，以及創建一個澈底改變機構間運作文化的優秀反恐組織而聞名。 ➢ 在 Stanley 的整個軍旅生涯中，曾指揮過許多精英組織，包括第 75 遊騎兵團。2009 年 6 月，美國總統和北約秘書長任命他為駐阿富汗美軍和北約國際安全援助部隊司令，包括來自 45 個盟國，超過 15 萬名士兵的部隊，直到 2010 年 8 月 1 日才從美國陸軍退役。 ➢ 2013 年，Stanley 出版了個人回憶錄《我的任務分擔》，登上紐約時報暢銷書榜單；並也是 2015 年紐約時報的暢銷書 Team of Teams: New Rules of Engagement for a Complex World 的作者。


專家/學者	背景簡介
 <p data-bbox="240 1292 432 1330">Roela Santos</p> <p data-bbox="158 1364 520 1467">AMENTUM 行銷與傳播高級副總裁</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 現職： <ul style="list-style-type: none"> ➢ Roela 現在是 Amentum 的高級副總裁兼首席行銷和傳播官，Amentum 是國防、情報和民用機構客戶管理和現代化關鍵基礎設施、物流、業務流程和工程解決方案的全球先驅，主要負責 Amentum 的行銷傳播、廣告、員工敬業度、行政傳播、數位社群媒體以及貿易展/活動計劃的執行策略。 ➢ Roela 是一位全球傳播和行銷主管，在推廣業務戰略和打造品牌形象方面擁有 28 年的經驗，尤其在行銷、數位社群媒體、公共關係和宣傳、併購傳播、危機管理、企業社會責任方面擁有豐富的經驗，也因為提升企業名譽、創造品牌影響力、成功培養員工發展敬業心而受到國際認可。 ■ 學歷： <ul style="list-style-type: none"> ➢ 喬治敦大學公共關係和企業傳播碩士學位、加州大學歐文分校工商管理碩士學位、洛約拉馬利蒙特大學工商管理學士學位。 ■ 經歷： <ul style="list-style-type: none"> ➢ 2020 年，Roela 曾被「華盛頓執行委員會」授予年度首席行銷/傳播官稱號，並被評為當年度全球最值得關注的 25 位形象包裝大師。 ➢ 2021 年，世界上最大的 IT 安全組織「國際訊息系統安全認證協會(ISC)2」表揚她在擴大全球網絡安全、人才培育方面的卓越領導能力和貢獻，同時也是 (ISC)2 網絡安全和教育中心的董事會成員 ➢ Roela 曾擔任 BAE Systems Intelligence & Security 的傳播副總裁，該公司是美國政府國防技術和系統集成領域的全球先驅，也是世界上最大的航空航天和國防產業公司之一 ➢ Roela 也是亞裔美國人和太平洋島民的全國性傳播組織 VOICES 的聯合創始人之一。

專家/學者	背景簡介
 <p data-bbox="209 1227 466 1379"> Patricia Ratulangi 尼爾森全球 傳播副總裁 </p>	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="560 241 1453 584"> <p>■ 現職：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="624 293 1453 584">➤ Patricia 是尼爾森公司全球傳播副總裁，也是尼爾森的 AANHPI 社交專家和發言人。負責尼爾森多元化、公平和包容性的內部和外部溝通，對不同受眾的意見進行主動的外部溝通，並透過大數據分析來擴大宣傳效益，將尼爾森的企業故事融入每個人的生活中。 <li data-bbox="560 595 1453 707"> <p>■ 學歷：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="624 663 1139 707">➤ 麻省理工學院傳播學系碩士 <li data-bbox="560 719 1453 1402"> <p>■ 經歷：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="624 775 1453 1066">➤ Patricia 擁有超過 20 年的企業傳播經驗，他領導的團隊透過敘事傳播、數據分析和社群媒體來吸引利益相關者，過去曾在公共關係機構和內部企業傳播團隊工作，從事媒體戰略關係、創新管理、併購傳播、社群媒體和戰略調整等複雜的工作。 <li data-bbox="624 1099 1453 1234">➤ Patricia 是一位經驗豐富的內部溝通專家，例如她與人力資源和 DE&I 團隊合作，成功提升員工對公司的敬業度。 <li data-bbox="624 1267 1453 1402">➤ 2022 年，Patricia 因其在推動商業溝通平等，獲得 PRSA Chicago 的多元化與包容性團隊冠軍獎。

專家/學者	背景簡介
 <p data-bbox="209 1211 467 1249">Brigadier General</p> <p data-bbox="220 1288 456 1326">Patrick S. Ryder</p> <p data-bbox="189 1361 491 1400">國防部軍事發言人</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 現職： <ul style="list-style-type: none"> ➢ Ryder 將軍現在是美國國防部軍事發言人，負責向民眾、國會和新聞媒體提供即時準確的國防相關訊息。 ■ 學歷： <ul style="list-style-type: none"> ➢ 佛羅里達大學空軍後備軍官訓練隊 ■ 經歷： <ul style="list-style-type: none"> ➢ 過去曾擔任過空軍公共事務主任、參謀長聯席會議主席公共事務特別助理、美國中央司令部公共事務主任、駐巴基斯坦國防代表辦公室公共事務主任等職務，在 Ryder 將軍的軍旅業生涯中，曾經多次參與海外應急任務，摘列如下： <ul style="list-style-type: none"> ◆ 1995 年，參與維和任務“聯合奮進行動”期間，於匈牙利塔斯扎爾空軍基地擔任空軍公共事務官，策劃公共事務工作。 ◆ 1999 年，科索沃空襲伊拉克期間，為支持伊拉克自由行動，配合北約部隊負責第 48 戰鬥機聯隊公共事務工作。 ◆ 2004 年 3 月至 7 月，在巴格達擔任聯盟臨時權力機構的戰略傳播規劃師。 ◆ 2010 年，在巴基斯坦洪災期間，成功對外宣傳美軍人道主義救援的形象。 ◆ 2014 年至 2016 年，負責空軍司令部公共事務工作，主要協助打擊 ISIS 行動。


專家/學者	背景簡介
 <p data-bbox="201 1205 477 1400"> Katie McBreen 藍十字藍盾協會 傳播副總裁 </p>	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="560 237 1453 577"> <p>■ 現職：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="624 286 1453 577">➤ McBreen 是藍十字藍盾協會 (BCBSA) 的傳播副總裁，該協會由 39 家獨立經營的藍十字藍盾地區醫保公司組成，是美國歷史悠久、規模最大、知名度最高的專業醫療保險服務機構，就醫網路涵蓋全美 90% 以上的醫院和 80% 以上的註冊醫師。 <li data-bbox="560 589 1453 745"> <p>■ 學歷：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="624 656 1453 745">➤ 華盛頓州沃拉沃拉的惠特曼學院政治學士學位，輔修西班牙語。 <li data-bbox="560 757 1453 1400"> <p>■ 經歷：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="624 824 1453 1059">➤ McBreen 憑藉 20 年的協會、政治和代理經驗，並以競選發展和思想領導方面的工作而聞名。現在負責 BCBSA 的綜合傳播業務，包括公共事務、戰略傳播、創意服務、數位分析和問題管理。 <li data-bbox="624 1093 1453 1283">➤ 在 2021 年 9 月加入該協會之前，McBreen 曾擔任消費品品牌協會傳播與戰略副總裁、全國零售聯合會擔任傳播和公共事務主席，負責美國商會戰略傳播活動規劃。 <li data-bbox="624 1317 1453 1400">➤ 曾在白宮擔任副總統助理秘書，協調國內和國際重要活動。

專家/學者	背景簡介
 <p data-bbox="229 1200 448 1238">Blake Simpson</p> <p data-bbox="150 1279 531 1435">ADTALEM GLOBAL EDUCATION 高級副 總裁/首席傳播事務官</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 現職： <ul style="list-style-type: none"> ➢ Simpson 目前是 Adtalem 的高級副總裁、首席傳播和企業事務官，Adtalem 是一間高等教育集團營利機構，負責企業品牌和傳播戰略的規劃和實施，向全球客戶、股東、員工和團隊，分享 Adtalem 教育機構成功的形象故事。 ■ 學歷： <ul style="list-style-type: none"> ➢ 波士頓大學新聞學碩士、加州大學戴維斯分校政治學學士。 ■ 經歷： <ul style="list-style-type: none"> ➢ 曾擔任 Under Armour, Inc. 高級創意傳播副總裁。 ➢ 曾擔任 CKE Restaurants, Inc. 公共事務和傳播副總裁，負責開發和管理品牌行銷，公司、內部和員工溝通，危機和變革管理溝通，以及社群媒體策略。 ➢ 曾擔任 Levi Strauss & Co.、雅虎和 NBC 新聞等品牌的戰略傳播主管等職務。 ➢ 是 TEDx 演講者 CHIEF 的創始成員之一，曾入選 PRWeek 的 2021 年女性名人堂。

專家/學者	背景簡介
 <p data-bbox="236 1249 440 1285">Tucker Eskew</p> <p data-bbox="178 1323 501 1422">GOODWIN HOUSE INC.公關長</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 現職： <ul style="list-style-type: none"> ➤ Tucker 目前在 Goodwin House Inc. 的董事會任職公關長。 ➤ 在弗吉尼亞州亞歷山大市的聖保羅公會擔任志工，負責指導查爾斯頓學院的傳播諮詢委員會成員。 ■ 學歷： <ul style="list-style-type: none"> ➤ 美國南方大學政治學學士學位。 ■ 經歷： <ul style="list-style-type: none"> ➤ Tucker 擅長在重要的公共議題中引導輿論(例如競選活動)。 ➤ 90 年代中期開始從事技術行銷和網絡傳播工作，並與友人共同創立一家電子商務公司，後續在南卡羅萊納州也創辦了一家商業諮詢公關公司。 ➤ 2001 年至 2003 年，Tucker 擔任總統副助理，負責媒體事務和全球傳播。911 事件 之後在倫敦擔任總統駐唐寧街 10 號的戰時通訊代表。 ➤ 曾擔任 8 年的南卡羅萊納州州長新聞秘書。


專家/學者	背景簡介
 <p data-bbox="225 1144 451 1182">Doreen Maciak</p> <p data-bbox="164 1223 515 1379">TAKEDA PHARMACEUTICAL COMPANY</p> <p data-bbox="181 1413 497 1456">全球品質傳播主管</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 現職： <ul style="list-style-type: none"> ➢ Maciak 是 Takeda (武田製藥)全球品質溝通主管，負責管理全球品質團隊的內部和外部溝通，同時是一名兼職教授，線上教授傳播學和商業課程。 ➢ 作為全球品質溝通的負責人，負責制定計劃以推動高品質產品路線、危機管理、人才和創新管理活動。 ■ 經歷： <ul style="list-style-type: none"> ➢ 她熱衷於透過講述與整個組織的主要利益相關者產生共鳴的故事，以及為製藥和監管團體宣傳。 ➢ Maciak 職業生涯一開始在雜誌、出版公司和公共關係機構工作，並在企業傳播、行銷和新聞領域擁有 30 年的經驗，曾於各種企業和初創技術、政府和製藥組織工作過。

專家/學者	背景簡介
 <p data-bbox="220 1205 456 1397"> Suzanne Bouhia 安永美洲 前首席傳播官 </p>	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="560 271 1449 730"> <p>■ 現職：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="624 338 1449 730">➤ Suzanne 目前是安永聯合會計事務所的傳播顧問，負責安永美洲區的員工敬業度和溝通訓練，以及公司在市場、客戶和新員工中的企業聲譽。她的團隊與屢獲殊榮的機構合作，為整個組織內外提供文宣、啟發、教育和推動變革。「安永」擁有 28 萬名員工和百萬名會員，提供客戶審計、稅務、諮詢、策略及法律等多元服務。 <li data-bbox="560 741 1449 853"> <p>■ 學歷：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="624 808 1310 853">➤ 特拉華大學傳播與公共關係學士學位。 <li data-bbox="560 864 1449 1435"> <p>■ 經歷：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="624 909 1449 1155">➤ Suzanne 在行銷和傳播領域擁有超過 25 年的領導經驗，曾領導過美國、拉丁美洲、加拿大和以色列的安永傳播團隊，工作內容包括媒體關係、數位和社群媒體、危機和聲譽管理以及品牌傳播工作。 <li data-bbox="624 1178 1449 1312">➤ 在她 25 年的行銷和傳播領導經驗中，曾擔任安永在美國多個地區的品牌、行銷和傳播工作。 <li data-bbox="624 1335 1449 1435">➤ 曾擔任 Reznick Group 的全國行銷和傳播總監。


專家/學者	背景簡介
 <p data-bbox="245 1207 432 1245">Brett Kunkle</p> <p data-bbox="269 1283 408 1321">MAVEN</p> <p data-bbox="221 1357 456 1395">創始人兼總裁</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 現職： <ul style="list-style-type: none"> ➤ Brett 是 MAVEN 的創始人兼總裁，MAVEN 宗旨是培養下一代認識真理、追求善和創造美的機構。 ➤ Impact 360 Institute 的助教。 ■ 學歷： <ul style="list-style-type: none"> ➤ 比奧拉大學獲得基督教教育學士學位、塔爾伯特神學院宗教哲學和倫理學碩士學位。 ■ 經歷： <ul style="list-style-type: none"> ➤ Brett 擁有超過 25 年的與初中、高中、大學生和家長打交道的經驗。曾任教學研究聖經的副主編，著有摩門教大使指南、文化實用指南：幫助下一代駕馭當今世界。 ➤ Brett 是一位充滿活力的溝通者，常在全國各地的教堂、研討會、會議和大學校園發表演講，並開發了一種開創性的培訓體驗，讓參與者可以沉浸在現實生活中的世界觀中。


專家/學者	背景簡介
 <p data-bbox="204 1258 474 1451"> Annie Scranton PACE 公共關係 創始人兼總裁 </p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 現職： <ul style="list-style-type: none"> ➤ Annie 是 Pace PR 創辦人，是總部位於紐約的全方位服務媒體關係和傳播機構，為客戶制定戰略性的傳播計畫，提高媒體曝光度。目前該已在全球 40 多國成立跨國企業公司，包括 CNBC、Fox News、HLN、MSNBC、Fox Business Network、Bloomberg TV 等都是其客戶。 ➤ 任職紐約史密斯學院俱樂部的董事會和天主教執行委員會。 ➤ 是紐約女性傳播協會、The Step Up Network、Ladies Who Launch、PR Council、PRSA、PRBI 和 Diversity Action and Alliance 的成員。 ■ 學歷： <ul style="list-style-type: none"> ➤ 史密斯學院、紐約大學公共關係碩士學位 ■ 經歷： <ul style="list-style-type: none"> ➤ 2010 年 Annie 以個體企業家的身份創辦 Pace PR，公司從只有她一名員工的辦公室，發展迄今成為一家價值數百萬美元的企業，負責媒體宣傳戰略、發展和公共關係，並具有強大的廣播電視背景。 ➤ 電視製作是 Annie 的專長，曾經擔任近十年的電視製作人，為 CNN、福克斯新聞、CNBC、MSNBC 和 ABC 等主要網絡製作節目。 ➤ 曾擔任週報 The Sophian 的主編，寫作經驗豐富，包括阿斯伯里公園出版社、赫芬頓郵報、Law360、公關新聞等。 ➤ 製播 Podcast 節目—The PR Pace，目前正在撰寫一本書《媒體勝利指南》，將於今(2023)年由 Kogan Page 出版。

專家/學者	背景簡介
 <p data-bbox="242 1256 432 1294">Eric Koefoot</p> <p data-bbox="164 1330 515 1431">公共中繼總裁兼首席 執行官</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="560 271 722 309">■ 現職： <li data-bbox="624 338 1437 577">➤ Eric 是 PublicRelay 的總裁兼首席執行官。PublicRelay 是一家市場領先的企業軟件公司，負責複雜品牌及其傳播策略的人員分析媒體，以創新、卓越的數據品質和據提建議而聞名，為每一位客戶客制化專屬方案。 <li data-bbox="560 607 722 645">■ 學歷： <li data-bbox="624 674 1437 763">➤ 麻省理工學院的工程學位、麻省理工學院斯隆商學院的工商管理碩士學位 <li data-bbox="560 775 722 813">■ 經歷： <li data-bbox="624 842 1437 976">➤ Eric 是一位經驗豐富的軟件高管和網路先驅，早期自 1996 年起，曾擔任網路公司的高級管理人員。 <li data-bbox="624 1010 1437 1144">➤ US News Ventures 的創始首席執行官和出版商，該公司是一家網路品牌出版公司，資金由美國新聞與世界報導資助。 <li data-bbox="624 1178 1437 1312">➤ 創立並領導「五星聯盟」，該公司是一家電子商務初創公司，後來成為全球最大的豪華酒店獨立預訂商。 <li data-bbox="624 1346 1437 1536">➤ 曾在 Washington Post Newsweek Interactive (WPNI) 擔任過各種行政職務，包括首席財務官、業務發展副總裁、戰略副總裁、運營和技術副總裁以及該部門的銷售副總裁。 <li data-bbox="624 1570 1437 1760">➤ 曾在福特汽車公司擔任產品開發部財務主管，在德勤諮詢公司擔任顧問，並創立一家初創公司 PrimeSource，為全球財富 500 強客戶提供財務和策略諮詢服務。

專家/學者	背景簡介
 <p data-bbox="225 1249 448 1503"> Jessamyn Katz HEYMAN ASSOCIATES 總裁 </p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 現職： <ul style="list-style-type: none"> ➤ Jessamyn 是 Heyman Associates 的總裁，負責為各行各業的客戶提供客製化的具體方案，包含技術、醫療保健、金融服務、非營利組織和高等教育等項目。 ■ 學歷： <ul style="list-style-type: none"> ➤ 巴克內爾大學心理學和教育學學士學位。 ■ 經歷： <ul style="list-style-type: none"> ➤ Jessamyn 在溝通職能方面擁有超過 15 年的經驗，就讀大學時期，曾於 Abernathy MacGregor 和 Burson-Marsteller 實習，培養其對公共關係的興趣，全心投入在建立品牌和維護聲譽的工作領域。 ➤ 是 Arthur W. Page Society 的 Page Up 協會運營委員會的成員，阿拉巴馬大學 Plank 公共關係領導力中心的董事會成員，並被 PRWeek 評為 2020 年值得關注的女性之一。

專家/學者	背景簡介
 <p data-bbox="181 1279 496 1469"> Zana Carbajal 德克薩斯州奧斯汀 高級銷售經理 </p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 現職： <ul style="list-style-type: none"> ➢ Zana 目前在 GEICO 擔任主管和培訓師，GEICO 是美國知名、普及率高的一間保險公司。 ➢ 德克薩斯州奧斯汀市企業銷售團隊的高級經理。 ■ 學歷： <ul style="list-style-type: none"> ➢ 夏威夷太平洋大學廣告和公共關係學士學位、佛羅里達大學攻讀全球戰略傳播碩士學位 ■ 經歷： <ul style="list-style-type: none"> ➢ 2012 年起，在佛羅里達州擔任保險行銷員。 ➢ 製播 PODCAST -The Strong Sunflowers，並與家人創作一個名為 Casa Carbi 的 YouTube 頻道。

專家/學者	背景簡介
 <p data-bbox="245 1263 432 1301">Eric Schmitt</p> <p data-bbox="181 1339 496 1377">紐約時報高級記者</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 現職： <ul style="list-style-type: none"> ➢ Eric 是紐約時報資深記者，負責採訪、報導國防新聞。 ■ 學歷： <ul style="list-style-type: none"> ➢ 威廉姆斯學院獲得國際關係學士學位 ■ 經歷： <ul style="list-style-type: none"> ◆ 自 2007 年起，在西非、中東、巴基斯坦、阿富汗和東南亞等地區，報導國家安全和恐怖主義問題。 ◆ 1990 年 5 月，首次被任命為時報的五角大廈記者，擔任該職位至 1996 年 2 月。 ◆ 2001 年 9 月 11 日起再次任職至 2006 年，負責報導國家安全問題。 ◆ 1996 年至 2001 年期間，擔任國內記者，報導內容包括國會和移民議題。 ◆ 從 1983 年到 1984 年，擔任詹姆斯·雷斯頓 (James Reston) 的書記員，是資深專欄作家。 ◆ 1982 年 9 月至 1983 年 9 月在華盛頓州肯納威克市的 The Tri - City Herald 擔任教育記者。 ◆ 1991 年，參加哈佛大學的國家和國際安全執行計劃，並在 2006-07 學年獲得斯坦福大學的奈特新聞獎學金。 ◆ 生平榮獲 4 次普立茲新聞獎如下： <ul style="list-style-type: none"> ◆ 1999 年，時任紐約時報記者，報導向中國轉讓敏感軍事技術。 ◆ 2009 年，時任紐約時報記者，報導阿富汗和巴基斯坦衝突。 ◆ 2017 年，時任普利茲團隊成員，研究俄羅斯總統普丁如何公開和秘密地擴張權力。 ◆ 2022 年，時任普利茲團隊成員，揭露美國領導的空襲伊拉克、敘利亞和阿富汗造成的巨大平民傷亡。

專家/學者	背景簡介
 <p data-bbox="252 1211 424 1249">Jill Bruning</p> <p data-bbox="156 1285 520 1384">AMENTUM 工程、科學與技術總裁</p>	<p data-bbox="555 255 660 293">現職：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="624 304 1449 544">➤ Jill 是 Amentum 工程、科學和技術集團的總裁，在整個工程生命週期中提供工程和技術服務，支持科學研究和開發、技術集成、數位工程、C5I、培訓、數據分析、網絡安全和業務流程外包。 <p data-bbox="555 555 724 593">■ 學歷：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="624 622 1449 712">➤ 麻省理工學院機械工程碩士學位、伊利諾伊大學機械工程學士學位， <p data-bbox="555 723 724 761">■ 經歷：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="624 790 1449 931">➤ 曾是 Amentum 的智慧、系統工程、安全、服務和解決方案 (IS4) 戰略業務部門的總裁，管理數千名員工和分包商。 <li data-bbox="624 958 1449 1099">➤ 曾擔任 AECOM 的 IS4 戰略業務部門和 AECOM 的智慧傳播服務的執行副總裁兼總經理。 <li data-bbox="624 1126 1449 1216">➤ 領導 URS 聯邦服務部下的「\$1B+」全球安全小組 (GSG)。 <li data-bbox="624 1243 1449 1332">➤ 曾擔任 NJVC 的首席運營官(NJVC 是一家面向情報、政府和商業客戶的技術服務提供商)。 <li data-bbox="624 1359 1449 1599">➤ 曾在 CSC 工作 20 年，最初是在 Nichols Research (1999 年被 CSC 收購) 擔任低溫技術研究員，最後擔任機密業務的副總裁，擁有兩項與能源系統相關的專利，並在低溫技術方面發表了超過 27 篇論文。


專家/學者	背景簡介
 <p data-bbox="233 1211 443 1245">Jerilan Greene</p> <p data-bbox="156 1285 523 1442">NEW CAPACITY PARTNERS LLC 負責 人兼創始人</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 現職： <ul style="list-style-type: none"> ➢ Jerilan 是 New Capacity Partners LLC 的負責人和創始人，擁有透過戰略性綜合傳播和民眾參與領導大規模國際轉型的職業記錄。 ➢ Jerilan 主掌「百勝」集團的環境、社會和治理 (ESG) 戰略和問題的委員會，並且是該公司推動社會責任的首席規劃師。 ■ 學歷： <ul style="list-style-type: none"> ➢ 西北大學凱洛格管理學院的工商管理碩士學位、傳播學院的理學學士學位 ■ 經歷： <ul style="list-style-type: none"> ➢ Jerilan 是百勝的全球首席傳播和公共事務官、Brands, Inc. 和百勝集團董事長兼首席執行官。 ➢ 早期曾擔任 Edelman 的執行副總裁，並在 Deloitte、Burson-Marsteller 和 Willis Towers Watson 擔任高階主管。

專家/學者	背景簡介
 <p data-bbox="240 1218 432 1256">J.D. Maddox</p> <p data-bbox="164 1294 512 1451">INVENTIVE INSIGHTS LLC 首席 執行官</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 現職： <ul style="list-style-type: none"> ➢ Maddox 是一位政治戰略專家，也是一位學者、作家和前政治候選人，現在是 Inventive Insights LLC 的首席執行官，負責戰略溝通能力諮詢服務，並是喬治梅森大學國家安全研究的兼職教授。 ■ 學歷： <ul style="list-style-type: none"> ➢ 聖約翰學院學士學位、喬治大學碩士學位 ■ 經歷： <ul style="list-style-type: none"> ➢ 曾擔任中央情報局分局局長 ➢ 美國全球參與中心副協調員 ➢ 國土安全部部長顧問 ➢ 美國陸軍心理戰小組組長

專家/學者	背景簡介
 <p data-bbox="199 1218 475 1256">Robert T. Hastings</p> <p data-bbox="178 1294 501 1451">ROBERT T HASTINGS & ASSOCIATES 校長</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="560 259 724 297">■ 現職： <li data-bbox="624 327 1449 566">➤ Robert T. Hastings 目前是 Robert T Hastings & Associates 的負責人和創始人，是一家負責航空航天、國防和移動市場的領導力和溝通諮詢公司，在 C-Suite 擁有 40 多年的經驗，主要從事戰略、傳播、行銷和政府事務的交流工作。 <li data-bbox="560 577 724 616">■ 學歷： <li data-bbox="624 645 1449 728">➤ 馬里蘭大學政府研究理學學士學位、沃頓商學院和密歇根大學碩士。 <li data-bbox="560 739 724 777">■ 經歷： <li data-bbox="624 806 1449 1001">➤ Robert 是一名退休的美國陸軍軍官，擁有超過 35 年的聯邦和州軍事經驗，並是一名持有執照的商業飛行員，在軍用和民用飛機方面擁有豐富的經驗。 <li data-bbox="624 1023 1449 1167">➤ 曾在貝爾擔任戰略傳播執行副總裁，領導公司的內部和外部傳播、行銷傳播、品牌推廣、企業捐贈和社區事務。 <li data-bbox="624 1189 1449 1332">➤ 曾被喬治·W·布希總統任命為負責公共事務的助理國防部長，是國防部長和高級政府官員所有戰略溝通的首席參謀顧問。 <li data-bbox="624 1355 1449 1438">➤ 曾擔任 BAE Systems, Inc. 的參謀長和溝通副總裁。 <li data-bbox="624 1460 1433 1520">➤ 2009 年，他被授予國防部傑出公共服務獎章。 <li data-bbox="624 1543 1449 1626">➤ 曾獲得美國公共關係協會 Lloyd B. Dennis 傑出領導獎和銀鑽卓越獎。

專家/學者	背景簡介
 <p data-bbox="248 1245 427 1283">Anita Iriarte</p> <p data-bbox="148 1319 531 1420">公共訊息官，利縣 (FL) 警長辦公室</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 現職： <ul style="list-style-type: none"> ➤ Iriarte 目前是佛羅里達州利縣 (FL) 警長辦公室的公共訊息官。 ■ 學歷： <ul style="list-style-type: none"> ➤ 佛羅里達墨西哥灣沿岸大學刑事司法學士學位、霍奇斯大學管理學碩士學位。 ■ 經歷： <ul style="list-style-type: none"> ➤ Anita 上尉於 2006 年加入李縣警長辦公室，是從事任務規劃和研究部門的文職人員，後於 2007 年成為一名合格的警長。 ➤ 2008-2015 年，Iriarte 上尉在 West District/West District Criminal Investigation Division 擔任副手和偵探。 ➤ 2015 年被分配到東區巡邏隊擔任夜班主管。 ➤ 2016 年調任新聞處工作。

專家/學者	背景簡介
 <p data-bbox="204 1218 475 1451"> Ben Feller 合作夥伴， MASLANSKY + PARTNERS </p>	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="560 259 1453 779"> <p>■ 現職：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="624 327 1453 510">➤ Ben 目前是美聯社顧問，是一位屢獲殊榮的作家和宣傳策略師，為公司、企業和領導者提供溝通諮詢和製作強有力的宣傳計畫，幫客戶解決複雜的問題。 <li data-bbox="624 544 1453 779">➤ Ben 目前也是一位主持人、民眾演說家、寫作教練和一本兒童讀物的作者，講述父親和兒子如何共同解決生活中的各項挑戰，認為人生的主要使命，就是讓他的孩子們每天都能開懷大笑。 <li data-bbox="560 797 1453 902"> <p>■ 學歷：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="624 864 1453 902">➤ 賓夕法尼亞州立大學新聞學學位 <li data-bbox="560 913 1453 1554"> <p>■ 經歷：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="624 981 1453 1171">➤ Ben 是美聯社顧問和前首席白宮記者。在負責報導歐巴馬總統和布希總統新聞的六年期間，曾乘坐空軍一號數百次，到訪 25 個國家，被譽為「截稿大師」。 <li data-bbox="624 1193 1453 1440">➤ 2010 年曾因報導文章獲得兩次榮譽表揚，一次是獲得杰拉爾德·R·福特獎，評委們稱他為「截稿大師」，其次是報導歐巴馬總統「向戰爭歸來的士兵致敬」的扣人心弦報導，獲得梅里曼·史密斯新聞報導獎。 <li data-bbox="624 1462 1453 1554">➤ 2018 年，因其在新聞領域的成就，被選為賓州立大學傑出校友。

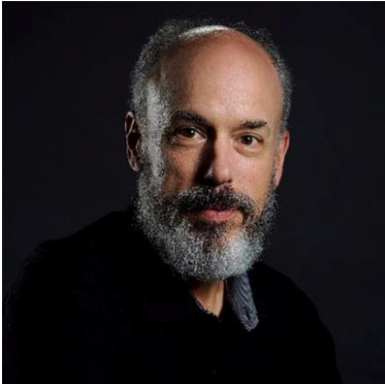
專家/學者	背景簡介
 <p data-bbox="146 1272 502 1395"> Michelle Russo 美國商會首席傳播官 </p>	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="560 257 1453 450"> <p>■ 現職：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="624 309 1453 450">➤ Michelle 於 2019 年 4 月加入美國商會，該商會是世界上最大的商業倡導組織，成為其第一位首席商務官。 <li data-bbox="560 459 1453 674"> <p>■ 學歷：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="624 524 1453 674">➤ 加州大學洛杉磯分校傳播研究文學學士學位、南加州大學傳播與新聞學院傳播管理文學碩士學位。 <li data-bbox="560 683 1453 1422"> <p>■ 經歷：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="624 748 1453 1086">➤ 在新冠病毒大流行期間，商會執行了一項快速發展且影響深遠的溝通策略，並提供緊急資金援助小型企業主，以解決雇主面臨諸多的經濟挑戰，在此期間，商會社群媒體曝光度飆升 400%，網絡流量激增超過 1,000%，每週舉辦 500 多場線上的虛擬活動，成功吸引成千上萬的觀眾。 <li data-bbox="624 1115 1453 1256">➤ Michelle 曾在倫敦擔任 Discovery, Inc. 全球傳播執行副總裁四年，負責公司首次在歐洲轉播冬季奧運會的宣傳規劃。 <li data-bbox="624 1285 1453 1422">➤ 曾擔任 2 次總統競選活動的媒體顧問，並在民主黨和共和黨領導下的聯邦溝通委員會 (FCC) 擔任媒體發言人。

專家/學者	背景簡介
 <p data-bbox="268 1227 416 1267">JP Fielder</p> <p data-bbox="233 1301 448 1344">英國石油 BP</p> <p data-bbox="151 1377 464 1420">美國傳播部負責人</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="560 257 724 297">■ 現職： <li data-bbox="624 324 1449 712">➤ Fielder 是英國石油 BP 美國傳播部負責人，負責監督媒體關係、演講稿撰寫、數位溝通、內部員工溝通和特殊項目，是一位屢獲殊榮的全球傳播領導者，在企業傳播、投資者關係和公共事務活動方面具有專業知識，擁有近 20 年的傳播經驗，在新聞、媒體關係、消息獲得、社群媒體參與和危機傳播方面擁有深厚的背景，此外還有多項企業和產品品牌推廣計劃。 <li data-bbox="560 728 724 768">■ 經歷： <li data-bbox="624 795 1449 936">➤ 曾位於華盛頓特區的 BP 擔任領導職務期間，制定了 BP 在美國的傳播策略，向目標受眾行銷 BP 的品牌形象。 <li data-bbox="624 963 1449 1055">➤ 曾是Exact Sciences 公司的企業事務主管，該公司以篩檢出腸道癌而聞名。 <li data-bbox="624 1081 1449 1223">➤ 曾是 Philip Morris International 的全球外部傳播負責人、美國商會傳播部高級主管以及全國製造商協會戰略傳播部高級主管。

專家/學者	背景簡介
 <p data-bbox="245 1207 432 1245">Erin Streeter</p> <p data-bbox="150 1279 531 1442">美國製造商協會執行副總裁兼首席傳播和公共事務官</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="560 255 724 293">■ 現職： <li data-bbox="624 304 1449 448">➤ Erin 擔任全國製造商協會的執行副總裁，與 NAM 總裁兼首席執行官共同制定協會的戰略方向，並擔任協會的首席傳播和公共事務官。 <li data-bbox="560 459 724 497">■ 學歷： <li data-bbox="624 521 1139 560">➤ 堪薩斯大學新聞學學士學位 <li data-bbox="560 571 724 609">■ 經歷： <li data-bbox="624 640 1449 931">➤ Erin 對 NAM 的公共關係和行銷部門進行了改造，改善 NAM 的定位和品牌。她屢獲殊榮的團隊，使製造商能夠在華盛頓特區內、外有說服力地宣傳品牌的故事，為各種規模的 NAM 成員公司提供一個平臺，並透過各種管道分享訊息。 <li data-bbox="624 958 1449 1151">➤ 她曾 2 次被評為 PR News 公關領域的傑出女性之一，曾榮獲 2020 年 NAM 年度報告的協會趨勢金獎和 NAM 大流行反應的 2021 年公關新聞獎。 <li data-bbox="624 1178 1449 1319">➤ Erin 曾在國土安全部公共事務辦公室任職，負責監督 Ready Campaign，是該部門為加強美國的應急準備而開展的主要外展工作。 <li data-bbox="624 1346 1449 1487">➤ 曾擔任美國基督教青年會媒體關係總監，並擔任參議員阿倫·斯佩克特 (R-PA) 的副新聞秘書。 <li data-bbox="624 1514 1449 1655">➤ 曾在華盛頓特區、堪薩斯州和密蘇里州的多家新聞媒體擔任過電視主播、記者、製片人和作家。

專家/學者	背景簡介
 <p data-bbox="177 1207 496 1245">John Byron Hanby IV</p> <p data-bbox="150 1283 531 1442">INTERNAL TECHNOLOGIES 總裁 兼首席執行官</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 現職： <ul style="list-style-type: none"> ➤ Hanby 是 Iternal Technologies 的創始人兼首席執行官，Iternal Technologies 是一家高科技人工智慧和自動化公司，主要服務全球財富 500 強；同時是一位充滿激情的創新者和創造者，負責領導公司的技術開發，以改變與公民、員工和客戶的互動，將人、知識、想法和體驗聯繫起來。 ■ 學歷： <ul style="list-style-type: none"> ➤ 德州大學奧斯汀分校穆迪傳媒學院電影系學士學位 ■ 經歷： <ul style="list-style-type: none"> ➤ Hanby 曾在得克薩斯州奧斯汀創立頂級電影製作公司近 10 年，並曾在 SXSW 電影節，獲頒 65 個國際電影獎項。 ➤ Hanby 曾獲得世界 Tukong Moosul 聯合會的黑帶 3 段學位。

專家/學者	背景簡介
 <p data-bbox="252 1214 427 1249">Jane Randel</p> <p data-bbox="162 1285 513 1447">社會影響力顧問兼 KARP RANDEL 聯合 創始人</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 現職： <ul style="list-style-type: none"> ➢ Jane 是 Karp Randel 的社會影響力顧問和聯合創始人，Karp Randel 是一家諮詢公司，主要在幫助企業、基金會和個人實現其業務和個人目標，同時對社會產生積極影響。 ➢ 目前擔任 NFL 和 NASCAR 的顧問，幫助解決其組織內的家庭暴力和性侵犯問題，並為廣大民眾服務。 ➢ NO MORE 的聯合創始人，致力於透過提高意識、鼓勵行動和推動文化變革來結束家庭暴力和性侵犯的國際組織。 ➢ 擔任 Chazen Fund 基金會的顧問委員會成員，負責解決家庭暴力問題。 ➢ 擔任 Temple Sharey-Tefilo Israel 的董事會成員，擔任傳播副總裁。 ■ 學歷： <ul style="list-style-type: none"> ➢ 衛斯理大學企管系學士學位 ■ 經歷： <ul style="list-style-type: none"> ➢ Jane 是 Kate Spade & Company（前身為 Liz Claiborne Inc.）的企業傳播和企業社會責任主管，負責透過外部和內部傳播管理公司的企業聲譽，主導公司、商業和危機媒體關係和監督內部溝通，並率先發起 Love Is Not Abuse 的公益行銷計劃，目的在提高認識、教育民眾並防止對婦女的暴力行為。 ➢ Jane 服務於在 Fifth & Pacific Foundation（前身為 Liz Claiborne Foundation）董事會任職主席。 ➢ 曾擔任 The Seminar 研討會的主席，該研討會是世界上最有影響力的公司、非營利組織、學術機構和公共關係機構中最高級別的傳播和公共事務主管的首要組織。

專家/學者	背景簡介
 <p data-bbox="245 1247 432 1285">Bob Pearson</p> <p data-bbox="148 1323 528 1422">NEXT PRACTICES GROUP 創始人兼主席</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 現職： <ul style="list-style-type: none"> ➤ Bob Pearson 是 The Next Practices Group 的首席技術官、創始人兼主席，該公司由七家子公司組成，服務項目包含數據分析、科學、數位媒體、技術服務、軟體和達成企業社會目的，為客戶創造競爭優勢。 ➤ 現任南加州大學的顧問，也是美國國務院行銷學院的客座講師，主要研究數位媒體及如何反制虛假訊息和極端主義。 ➤ 他目前也是作家、網路行銷專家、演說家，亦是德克薩斯大學麥庫姆斯學院的兼任教授。 ■ 經歷： <ul style="list-style-type: none"> ➤ Bob 曾在瑞士巴塞爾的諾華製藥公司擔任全球製藥傳播主管，並在製藥執行委員會任職。 ➤ 曾擔任法國化學製藥 Rhone-Poulenc Rorer 公司的媒體和公共事務副總裁。 ➤ 曾撰寫四本書—PreCommerce、Storytizing、Countering Hate 和 Crafting Persuasion，目前正在撰寫第一部科技驚悚小說。

專家/學者	背景簡介
 <p data-bbox="156 1238 523 1413"> Rebecca Lowell Edwards 美國公民自由聯盟 首席傳播官 </p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 現職： <ul style="list-style-type: none"> ➢ Rebecca 是美國公民自由聯盟 ACLU 的首席戰略溝通事務官，該聯盟成立目的是為了「捍衛和為戶美國憲法和其他法律賦予的、每個公民享有的個人權利和自由」，聯盟透過訴訟、推動立法，以及社區教育達到其目標。 ➢ 非裔美國人研究所、哥倫比亞大學奈特-白芝浩獎學金和佩奇協會的董事會成員。 ■ 學歷： <ul style="list-style-type: none"> ➢ 喬治敦大學外交學院的人文學學士學位、福特漢姆大學的媒體管理 MBA 學位。 ■ 經歷： <ul style="list-style-type: none"> ➢ 曾擔任施耐德電氣全球傳播高級副總裁。 ➢ 曾擔任國際奧委會戰略傳播和公共事務總監、GE 石油天然氣公司和 GE 撒哈拉以南非洲地區的首席傳播。 ➢ 曾在公共關係公司 Ruder Finn 和 Douglas Gould & Co 擔任傳播顧問。 ➢ 曾在道瓊斯新聞通訊社擔任文案編輯，並在華爾街日報擔任記者。

專家/學者	背景簡介
 <p data-bbox="161 1229 520 1267">Rear Admiral Paula Dunn</p> <p data-bbox="260 1301 419 1346">美國海軍</p> <p data-bbox="220 1377 459 1422">訊息處副處長</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="560 257 724 295">■ 現職： <li data-bbox="624 309 1449 450">➤ Dunn 是美國海軍訊息處副處長，隸屬於五角大廈海軍部長辦公室，負責海軍的全球公共事務。 <li data-bbox="560 474 724 512">■ 學歷： <li data-bbox="624 539 1449 680">➤ 密西根大學傳播學學士學位、奧克拉荷馬大學傳播藝術碩士學位和德州大學工商管理碩士學位。 <li data-bbox="560 694 724 732">■ 經歷： <li data-bbox="624 759 1449 1055">➤ 過去曾歷練的公共事務職務，包括日本橫須賀的美國第七艦隊海軍訊息辦公室；聖地亞哥西部海軍公共事務支持分隊；美國海軍中央司令部海軍資訊辦公室，主要負責參謀長聯席會議主席辦公室、五角大廈的美國海軍訊息辦公室和珍珠港的美國太平洋艦隊。 <li data-bbox="624 1079 1449 1375">➤ 曾多次派遣至外國執行軍隊公共事務，包括伊拉克的阿拉伯半島聯合特種作戰特遣部隊處、土耳其安卡拉的游牧影子行動、韓國平澤天安艦沉沒聯合調查組、在日本發生大地震和海嘯以及在中東執行兩次危機應急任務後的軍事行動。 <li data-bbox="624 1400 1449 1541">➤ 曾獲得海軍戰爭學院和聯合部隊參謀學院的高級行政研究項目；美國公共關係協會的公共關係和軍事傳播 (APR+M) 認證。

專家/學者	背景簡介
 <p data-bbox="240 1227 440 1420"> Shona Sabnis 泰森食品 首席傳播官 </p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 現職： <ul style="list-style-type: none"> ➤ Shona 是泰森食品公司的全球傳播總裁，泰森食品公司是世界上最大的食品公司之一，其零售品牌包括泰森雞肉、Hillshire Farms、Jimmy Dean 和 Ball Park。 ■ 經歷： <ul style="list-style-type: none"> ➤ 曾負責總部位於倫敦和墨爾本的全世界第二大多元化礦業公司力拓 (Rio Tinto) 的全球品牌與形象宣傳工作。 ➤ 曾擔任力拓集團的永續發展和氣候變化指導委員會成員。 ➤ 曾擔任美國鋁業公司 Arconic 全球媒體關係副總裁，在 Alcoa Corporation 與 Elliott Management 有爭議的代理權競爭期間，負責媒體傳播和財政事務。 ➤ 曾擔任 Entergy Corporation 綜合能源公司的媒體關係主管，以及世界最大公共關係公司 Edelman 的企業和公共事務高級副總裁。 ➤ 曾擔任聖保羅的艾德曼巴西公司高級副總裁，專門從事能源和基礎設施行業

專家/學者	背景簡介
 <p data-bbox="213 1227 464 1267">Robert W. Grupp</p> <p data-bbox="150 1301 528 1462">STRATCOMMWORLD 總監；佛羅里達大學 新聞與傳播學院講師</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 現職： <ul style="list-style-type: none"> ➢ Grupp 是 Grupp Global Partners LLC 的總裁，是一家負責戰略傳播和國際公共關係的管理諮詢公司。 ➢ Grupp 擔任華盛頓特區 StratCommWorld 的主席，已連續 12 年舉辦戰略溝通會議，邀請專家學者們，分享企業、軍隊和政府傳播和公共事務方面寶貴經驗。 ➢ 現任佛羅里達大學新聞與傳播學院全球戰略傳播專業大眾傳播藝術碩士研究生課程的講師。 ■ 學歷： <ul style="list-style-type: none"> ➢ 南伊利諾伊大學新聞學學士學位。 ■ 經歷： <ul style="list-style-type: none"> ➢ 三十年來，Grupp 一直領導公司、跨國組織和非營利機構的溝通團隊和管理公共事務。 ➢ 曾在國際生物製藥公司 Cephalon, Inc. 擔任企業和公共事務副總裁。 ➢ 在美國醫藥製藥公司 Eli Lilly and Company、陶氏化學公司 Dow Corning Corporation 和 消費者能源 Consumers Energy 擔任企業傳播主管。 ➢ 曾擔任佛羅里達州和伊利諾伊州日報的編輯，並獲頒「國家頭條新聞獎」。 ➢ Grupp 是美國公共關係協會的認可會員和前分會主席，亦是 IPRA 和 Arthur Page 協會的會員。

參、觀摩紀要

一、第一天（5月1日）議程概述：

（一）2023年及未來10年戰略傳播趨勢

1. 專題簡介：

全球戰略溝通發展趨勢演變快速，企業領導者在面對經濟不確定性、勞動力不足、資源不均的壓力下，必須要認真、創新思考，還可以再為企業做些什麼？唯有真實性、關鍵性和正確性的管道，才是傳播策略的成功關鍵。在這堂課程中，專家們分享他們如何規劃傳播與行銷團隊的策略，以預判、應對快速變化的現實環境。

2. 主講者：

JP Fielder—英國能源公司(BP)華盛頓特區傳播部負責人，擁有近20年的傳播經驗，在新聞、媒體關係、社群媒體參與和危機傳播方面具豐富經驗，此外還負責多項企業和產品品牌推廣計劃。主要工作內容為監督媒體關係、演講稿撰寫、內部員工溝通等項目。

Erin Streeter—美國製造商協會執行副總裁兼首席傳播和公共事務官，負責訂定協會策略溝通方向，透過公共關係和行銷部門，改善協會定位和品牌形象，並為協會內不同規模的公司、成員提供溝通平臺，透過各種傳播管道分享彼此訊息。

3. 議程內容：

本議程主要內容在分享主講者對於未來戰略（策略）傳播的發展趨勢與重點。會中提到內部溝通的重要性，並強調每位組織成員都是獨一無二的「傳播管道」，意味著個體有各自不同的資訊傳遞方式與對象，單位必須善用各種傳播網絡與資源，透過透明化的雙向溝通，強化

領導層與員工之間的互動（例如瞭解所屬人員希望組織是什麼樣子？他們如何看待這一點？他們的想法是什麼？他們真正關心的問題為何？）讓所屬成員能夠瞭解公司（組織、單位）的願景、文化、發展方針、當前事件、關鍵問題、發展狀況等，才可能產生共識，進而具備一致的方向與目標，讓所屬人員為單位發聲。如同主講人所述，領導階層必須思考：

「如果您嘗試與他們溝通，您想傳達哪些資訊？您希望獲得的及時性是什麼？反過來說，如果你想讓他們成為溝通者，告訴他們你想讓他們溝通什麼。」

而在內部溝通後，則開始進行外部溝通，並在訊息發布後，瞭解、追蹤受眾的反應，適時進行調整與說明。其中針對不同的傳播平臺（如 Facebook、Twitter 等），則需要擬定不同的傳播策略與內容，以發揮其整體功效；此外，重視第三方驗證者和影響者的角色，對組織來說亦相當重要，唯有透過傳播管道與受眾之間不斷的發送訊息、意見回饋、反應與評論，才能期望建立組織整體公信力（credibility）。

（二）複雜世界的新參與規範

1. 專題簡介：

Stanley McChrystal 將軍是一位優秀的指揮官，分享成功的領導者必須具備獨特的包容性，並建立一個讓部屬願意奉獻心力完成的團隊目標。當既有的工作運作或制度失效時，他認為真正的領導者必須尋找創新和變革的方法。Stanley 將軍引用他軍旅生涯中所吸取的教訓，以及他在參與全球活動中所觀察到的個人經驗，分享他的管理策略，其中最重要的重點是領導者必須具備開放、聯繫、團隊合作和前瞻性思維。

2. 主講者：

General (RET.) Stanley A. McChrystal—McChrystal 集團創始人兼首席執行官。Stanley McChrystal 為一名退役的四星上將，曾任美國和國際安全援助部隊 (ISAF) 阿富汗的前指揮官，也是該國首屈一指的軍事反恐部隊聯合特種作戰司令部 (JSOC) 的前指揮官。

3.議程內容：

此議程主講人為退役四星上將 Stanley McChrystal，以在阿富汗制定和實施全面的反叛亂戰略，以及創建具凝聚力的機構間運作文化而聞名，因此會議中主要講授重點即置於組織間的訊息傳遞、溝通與協調。McChrystal 先生提及，軍隊與一般單位、公司的運作基礎是相同的，因為都是與「人」有關；他也提到了領導力在戰略溝通以及組織一致性中的重要性。領導階層即為典範、榜樣，若以行銷角度來看，亦代表著品牌；針對內、外部需要宣達、宣導的訊息，必須重複地傳播與溝通，落實資訊傳遞，並引導員工思考，而不僅是僵化官僚的「是／不是」思維。他舉例：

「你在軍隊裡。你必須能夠四處走動，問所屬我們要做什麼（目標）？如果他們不能以可以理解的方式對你說出來，那麼代表你的資訊就沒有真正傳達給正在執行你的戰（策）略的人。」

另外，領導階層還需設定直接、清楚明瞭的組織目標、期望與價值觀，不然有可能會使員工或所屬人員無所適從，對於單位未來產生疑慮，甚至失去其忠誠度。此外，McChrystal 先生還強調了效率與紀律之於團隊運作的重要性，他更引用了一段曾閱讀過的話來說明，即使只是微小的差距，但極有可能就是因為這樣細微的差別，就成為了影響成敗的關鍵：

「當 3%效率的軍隊擊敗 2%效率的軍隊時，戰爭就贏了。」

(三) 危機傳播的殘酷省思

1. 專題簡介：

颶風伊恩於 2022 年 9 月 28 日在美國佛羅里達州西南部登陸，為 5 級風暴，風速超過 150 英里/小時，海浪高達 15 英尺。僅在佛羅里達州的李縣，就有 36 人死亡，5,000 多座建築物被摧毀。颶風伊恩成為該州歷史上損失最慘重的風暴（1090 億美元），在美國災害損失排行第三大。這場風暴所經之路沖毀道路、橋樑、汽車、船隻和房屋，導致數百萬人受斷電之苦，同時帶給政府官員、救難人員巨大的應處壓力。在這一場危機處理中，身為一名公共資訊官如何透過親身參與、協調、聯繫，獲得即時、準確、有用的災害資訊，成為處理這次危機極為重要的關鍵。

2. 主講者：

Captain Anita Iriarte—公共資訊官，於 2006 年加入李縣（Lee County）警長辦公室，並於 2007 年成為一名經過認證的警長，而後於 2016 年調任新聞處工作至今，主要負責所屬地區公共資訊、新聞應處與危機傳播等工作。

3. 議程內容：

此階段為主講人針對其過往處理 2022 年伊恩颶風（Hurricane Ian）的親身經歷，以危機傳播的視角分享其參與災害應處的實務經驗。伊恩颶風發生於 2022 年 9 月，為 5 級大西洋颶風，對美國東南部和古巴西部造成了嚴重破壞，總共造成了至少 137 人死亡，而 Captain Iriarte 所處的佛羅里達州李縣也是首當其衝。Captain Iriarte 表示，在處理伊恩颶風災難的期間，經常出現謠言與假新聞，甚至連當地媒體都會在沒有核實其消息來源時出現錯誤的推論與報導，而公共資訊官即需不斷召開新聞發布會及運用各項傳播工具與管道如 Twitter、YouTube，甚至 TikTok 進行澄清與闢謠，並且盡量以公開、透明的方式傳遞相關資訊，避免民眾產生不

必要的恐慌與臆測。值得一提的，這樣的方針在災害、危機發生時，並不僅限於公共事務或公共資訊官，而是所有參與單位、人員都必須秉持與堅守的原則。

(四) 女性如何領頭及其重要性

1. 專題簡介：

如今在一個充滿不確定性的時代，許多職場上的性平問題，陷入長期的惡性循環。從過去研究經驗發現，如果一個團隊可以採用更趨近所有人都認同、支持的意見，那這支團隊將會激發出更多具有創意、嶄新的觀點來解決商業和政治上的種種挑戰。在本堂課程中，有來自公、私營部門的女性領導者，分享她們如何讓自己在團隊或組織中所提出的意見或策略，從一開始大家只是認為的“沒有錯”到人人都稱讚“聰明”的戰略決策。

2. 主講者：

Jill Bruning – AMENTUM 工程、科學與技術總裁，提供工程和技術服務，支持科學研究和開發、數據分析、網絡安全和業務流程外包。

Rear Admiral Paula Dunn – 美國海軍訊息處副處長，隸屬於五角大廈海軍部長辦公室，領導海軍全球公共事務預備役部隊，曾多次部署和突發事件中領導公共事務，包括伊拉克的阿拉伯半島聯合特種作戰特遣部隊；土耳其安卡拉的游牧影子行動；韓國平澤天安艦沉沒聯合調查組等。

Shona Sabnis – 前 Tyson 食品首席傳播官，負責公司的全球傳播工作，曾領導公司的全球企業行銷團隊，負責推展品牌故事與建立企業形象；另外也曾擔任 Arconic 全球媒體關係副總裁。

3. 議程內容：

性別平等一直是現代社會中各界的倡議，然在職場上，「性別歧視」的情形卻依然存在，以國內為例，2022 年所做的民調顯示，仍然有 69.1% 的民眾曾遇過與男性同仁「同工不同酬」的狀況，且有 57.7% 的受訪者認為「職場性別歧視」情形嚴重。此階段議程即邀請三位各自在業界表現傑出的女性為主講人，分別就其過往經驗與所遭遇過的問題進行分享，其中包含了工程公司總裁、美國海軍訊息處副處長，以及前品牌首席溝通官等。會中提到，要消除不平等的現象首先必須由上而下地打破過往的刻板印象，例如出差、外派時刻意避開女性，加薪、升遷機會一致等；而員工亦要對性別平等有所認同。此外，在個人層面亦需時時檢視是否表現出自覺的性別偏見，例如詢問女性所屬人員如何兼顧家庭與工作，而不會問男性同仁類似問題；而在單位組織運作方便，則需避免類似同工不同酬或加薪、升遷機會失衡的現象發生，如此才能營造、落實兩性平權的環境。

二、第二天（5 月 2 日）議程概述：

（一）後真相社會的險境

1. 專題簡介：

究竟什麼是真理？從政治上層出不窮的假訊息到社群媒體上的謊言，我們是否生活在後真相的世界，所謂「後真相」，不單單只是說謊的委婉說法，同時包含了忽視真相、不在乎事實的謠言，以各種似是而非和斷章取義的言論，把真相放在強調的先後順序後面，最終達到弄假成真的效果；重要的是即使所有證據都指向相反的論述方向，今日社會上的大部分人也願意相信其中的某些想法是正確的。因為很多時候人們會選擇相信直覺而不是事實。

在本次堂課程中，Brett Kunkle（Maven 創始人兼總裁）將探討什麼是（和不是）真相，並分享如何處理人們針對謬誤或虛假捏造的事理，選擇相信直覺、個人看法或偏見時的經驗。

2.主講者：

Brett Kunkle—Maven 創始人兼總裁。Maven 是一項旨在培養下一代認識真理、追求善和創造美的計畫，Brett Kunkle 開發了一種開創性培訓體驗，讓參與者能夠沉浸在現實生活中的世界觀中。

3.議程內容：

主講人 Kunkle 先生演講經驗豐富，也是 Impact 360 Institute 的助教，著作有摩門教大使指南，並與人合著文化實用指南。現今後真相除了媒體也深入政治，是「事實勝於雄辯」的相反，即是「雄辯勝於事實」的價值觀成為社會的主流，主觀意見重於客觀事實，立場決定是非，不同派系的人被劃入群體塑造對立；人們把情感和感覺的評論放在首位，評價證據、事實和真相淪為次要（甚至毫不重要），各種角度斷章取義的解讀，偏激的價值觀越來越多；政治人物說謊更具巧思，不再是為了單純瞞騙和矇混事實，而是鞏固目標群眾的偏見，換取共鳴與支持。此外，主流媒體的政治偏見與訊息的傳遞過快，民眾及政治人物不再信任媒體的報導，社群媒體中人人都能成為新聞創作者，各種片面的言論難以求證，是造成後真相政治出現的部分原因。

Kunkle 先生認為要著眼於對外在事物的「理解」，並提出了「相對主義」進行說明。「相對主義」主張沒有客觀的真理，所有的真理、真相都是相對於個人而言的。換言之，我們所處的環境是一種文化情境，是一種後真相文化，當中最重要的是個人現在的內在權威或感受；而溝通則是建立在不矛盾法則，其中心為真相，但必須注意的是，真相不是被

決定的，而是被發現的，如果沒有邏輯思考的能力，則可能陷入尷尬的謬誤之中。

（二）重新定義媒體：記者（及其消息來源）如何獲益

1. 專題簡介：

近年美國民眾對新聞媒體的信任度再度下滑，民調結果顯示有三分之一的美國人回答不出「憲法第一修正案保障的權利」，認為新聞自由「弊大於利」，更否認新聞自由是保障民主的堡壘。逾七成美國民眾將假新聞與主流媒體劃上等號，媒體信任度創下歷年來新低。仔細檢視，政治傾向及意識形態不僅影響民眾對政治新聞來源的態度，記者與民眾對於新聞價值的認知差異，間接造就「信任鴻溝」。而在這個政治、黨派紛爭的世界裡，假訊息環繞在每一個場域和人們的生活中。人們對於新聞報導的批評和對消息來源可信度的攻擊更甚以往，也就是指大眾對“媒體”的信任度很低。但如果你是“媒體”，請不要讓受眾不信任媒體，重新定義媒體的功能與角色，而是要勇敢站出來，糾正其它新聞同業的錯誤，同時建立受眾對媒體報導的信任。在本堂課程中，主要以聚焦推動媒體變革，探索職業道德和價值觀的轉變，並深入瞭解新聞機構如何應對文化的變革。

2. 主講者：

Ben Feller—MASLANSKY + PARTNERS 合夥人、前美聯社白宮首席記者。但人記者期間為記者團奠基，並經常在新聞發布會上獲得第一個發問的機會，在報導歐巴馬總統和布希總統期間，被譽為「截止日期報導大師」(master of deadline reporting)。

Eric Schmitt—紐約時報報導國家安全的資深記者，自 2007 年以來，他在西非、中東、巴基斯坦、阿富汗和東南亞等地報導國家安全和恐怖主義

問題，其特殊海外任務包括 1990 年波多黎各的 HUD 調查、1991 年波斯灣戰爭、1992 年索馬利亞戰爭以及 1994 年的海地衝突。

Brig. Gen. Patrick S. Ryder—國防部首席發言人，向民眾、國會和新聞媒體提供及時準確的訊息，曾多次於海外應急行動中（如 1999 年科索沃空襲、2010 巴基斯坦水災期間的人道主義支持等）領導過公共事務行動。

3.議程內容：

此議程主要重點在於企業、單位、組織如何與媒體互動與建立關係，其中主講人都不約而同提到「建立信任」的重要性，例如國防部首席發言人即提到兩者間建立互信機制，並且要盡可能地提供必要且全般的資訊，才能向閱聽眾傳遞正確的訊息；反之，媒體可能會設法找其它資訊來源來完成報導，而導致內容面向的偏頗。而紐約時報資深記者亦提及，不管是對單位或對民眾，建立關係、信任和信譽，才能讓產出的訊息內容更可信、更真實、更準確，閱聽眾也會較為信服。

此外，Brig. Gen. Patrick S. Ryder 認為，身為發言人，必須思考單位的目標，並同時考慮到受眾感受。例如你想讓他們聽到什麼？大眾想要知道的是什麼？當面對鏡頭，你要怎麼說？用什麼語氣表達？。

而從另一方面來看，紐時記者 Schmitt 先生則提到了自己身為全球新聞機構一份子的職責與職業道德，認為記者的信譽與名聲，是成就單位權威性的一環。因此，釐清事實和真相，盡可能地落實查證工作，並以客觀的角度分析、呈現其內容相對重要。試想，若記者寫了一個糟糕的故事或錯誤地引用了某人的話，受眾反應會是如何？日後還會有人相信其報導嗎？

主講者認為新聞從業人員更該肩負教育民眾的重擔、善盡社會責任。面對這樣的信任危機，曾有近 400 間新聞組織挺身捍衛民主時代的新聞自

由，同時美國奧瑞岡大學（University of Oregon）新聞系教授 Todd Milbourn 和 Lisa Heyamoto 也發起活動，探究公民如何定義「信任」、力邀各界人士參與共話，提出以下五項措施協助新聞機構重拾大眾信任。

(1) 聘用更多公共編輯（Public editor）

任何有餘裕的新聞機構都應僱用公共編輯或監察人員，盡可能大量招募人才來把關新聞專業，降低報導中草率的錯誤，並重建與受眾間的信任。

(2) 從「看門狗」到「好鄰居」

記者除自問在「新聞媒體信任危機」中扮演何種角色，也應從自身做起修補閱聽眾的信任感。例如在社群平臺上分享新聞素養相關議題，或至教育機構、青年團體談論新聞本質等，記者應看見民眾需求，投入時間、金錢甚至精力，與受眾建立深厚的互惠關係。

(3) 打開新聞產製「黑盒子」

呼籲新聞機構與記者應「打開天窗說亮話」，正視受眾和新聞從業人員間存在的認知差異，在報導中加入闡釋性內容（如：內容來源連結、標註廣告贊助商、刊登新聞價值專題等），讓閱聽眾適度參與決策和新聞產製流程。

(4) 跳脫同溫層、廣納多元聲音

「多樣性是贏得信任的基礎」，曾有一說「新聞編輯室組成的同質性越高，便傾向於產製同溫層的內容」，有色人種和偏鄉地區經常在報導中被忽略，不僅會導致特定群體對新聞媒體的不信任，也剝奪所有閱聽眾擁抱差異的機會。

(5) 散播正面消息

如今犯罪、車禍等腥羶色事件，經常攻佔新聞版面，但此現象不利經營受眾的長期信任。事實上，民眾對於負面新聞充斥的抱怨層出不窮，不少參與討論的閱聽眾，期望新聞報導能夠呈現正向、樂觀、積

極的內容。此外，閱聽眾更指出報導應側重問題的解決方式，而非過度渲染問題本身。

「新聞如一段關係，而不是一項商品」，若新聞媒體想重獲民眾信任，保持公開透明、正向真實是不二法門，尊重多樣性及建立共同使命感更是媒體需不斷自我叩問、反覆經營的課題。

(三) 能聽見我嗎？在虛擬世界中消除雜音!

1. 專題簡介：

今日政治人物與選民、老闆與客戶，建立面對面聯繫管道的傳統方法已不再適用。據調查顯示，絕大多數買家、賣家和公民都表示，他們更喜歡數位化的自助服務和遠端人工參與，而不是面對面的互動。隨著社交媒體的普及和生活中的一切都可以在網路上獲得，受眾的聲音往往就存在龐大的社群媒體反應與回饋中。本堂課分享如何在資訊爆炸的環境下，如何針對選民或消費者精準傳達訊息，並在數位時代優先的世界中，建立雙方牢固的關係。

2. 主講者：

Eric Koefoot—PublicRelay 總裁兼首席執行官。PublicRelay 為企業軟體公司，負責為品牌及其傳播策略提供媒體分析，以其創新、卓越的數據品質和可行的見解而聞名，為客戶提供和製定策略商務計劃。

Patricia Ratulangi—尼爾森（Nielsen）全球傳播副總裁，擁有超過 20 年的企業傳播經驗，為一實務閱歷豐富的內部溝通專家，負責監督尼爾森公司專注於多元化、公平，與包容性的內、外部溝通。

Annie Scranton—Pace 公共關係創始人兼總裁，專注於業務策略、發展和公共關係等項，曾於 CNN、福克斯新聞和 ABC 等主要電視臺擔任電視製作人，具備專業媒體背景。

3. 議程內容：

隨著科技進步與數位傳播的迅速發展，現在大眾所處的是一個資訊爆炸的時代，然而，也因為這樣的特性，許多訊息會很快地被「淹沒」。面對這樣的環境與挑戰，公司、單位、組織如何傳遞資訊，讓（內、外部）受眾能夠接收是一項重要課題。會中主講人即認為，單位必須辨識主要受眾以及欲聯繫的對象，而後依照其喜好或習慣來選擇使用的傳播工具進行相應的訊息傳遞。例如議程中談到，若對象是虛擬的遠端，則可能可以透過數據計算結果進行廣泛傳播；但當傳播對象是媒體、記者、製片人等的人際傳播時，則必須考慮到如何互動並建立聯繫的關係。此外，還必須考量訊息內容是否能產生共鳴，進而吸引閱聽眾有接收與回應的動力。尤其社交媒體的出現已經改變了傳播業的格局，並且有越來越多的消費者開始面臨訊息過度負荷的問題。因此，在數位化時代，「少即是多」絕對是至理名言，要增加更多願意長期傾聽企業聲音的追隨者，行銷人員必須展現出令人印象更加深刻的訊息傳播方式，達到口耳相傳之效，並對受眾具有強烈的影響力。當然不管你是透過何種途徑傳播訊息或產品，最重要的「不是你說了什麼，而是是否有人在聽」。

（四）ESG（環境、社會、治理）未來的自主權

1. 專題簡介：

任何組織都必需要在良好的企業經營和社會變革之間取得適當的平衡。許多投資者、員工和消費者均表示，他們通常會比較偏愛具有良好工作環境和社會認證的企業。如今的產品銷售趨勢，越來越依賴消費者使用後的真實回饋意見。當投資者、員工或消費者在選擇向誰購買或與誰做生意時，通常會優先考慮該產品是否會破壞自然生態及產品使用的可持續性。這樣的概念，意味著每個企業或組織都需要對外傳達完善的產品生成與使用計劃，並以實際行動來減少任何可能產生負面影響的風險。

本堂課以針對商業永續發展中最關鍵重要的要素與問題，提供企業和組織相關的經營策略和建議。

2.主講者：

Rebecca Lowell Edwards－美國公民自由聯盟（American Civil Liberties Union）首席傳播官，負責監督媒體關係、品牌形象與溝通策略等職。

Jerilan Greene－New Capacity Partners LLC 負責人兼創始人，曾擔任百勝餐飲集團（Yum! Brands, Inc.）全球首席傳播和公共事務官，領導傳播策略、政府事務與公民間的發展策略等工作。

3.議程內容：

對於主講人來說，公司、單位、組織就像是朋友或鄰居，使用相同的公共道路與供水。換句換來說，為共用擁有者提供價值非常重要，因為這些擁有者能夠提供寶貴的資源來支援企業，因此必須瞭解這些利益相關者（stakeholders）的意見與看法，若與單位理念或目標相左，身為處理公共事務的人員，作為溝通者和信譽建立者，必須居中協調，才有可能讓雙方達成共識。

過往的商業的思維模式較著重於提供價值，但現在必須提供社會和環境價值，關心與在地與社區的實際聯繫，以及投資可持續發展項目的必要性。要達到此目的，傾聽並不斷參與、參考地方意見至關重要，因為如此才能實際瞭解那些需要保持聯繫的受眾所表達的意涵與需求。

（五）全球團隊的工作運作

1. 專題簡介：

過去幾年，新冠肺炎全球大流行帶給世界各國醫療保健行業莫大的壓力。各國在面對不斷上升的通貨膨脹、勞動力和消費者行為的轉變，以及尋找有效的醫療方式都更加增加了許多困難與挑戰。但我們要翻轉思

維，每一個挑戰也是一個機會！企業為了能夠在商業環境中競爭，一間成功的公司必須靠來自世界各地的人才提供專業知識與技術，同時結合深厚的在地知識，共同打造一支優秀的團隊。如此的經營策略與運作模式，將會給企業帶來創新思維與發展，同時為客戶、患者和股東創造無限的價值。「溝通」可以提高生產品質、公司形象、滿足市場期望，以及在全球各地建立良好的人脈，進而改善個人與企業的整體市場銷售度與健康度。

2.主講者：

Doreen Maciak – Takeda Pharmaceutical Company 傳播部門主任，透過講述與組織主要利益相關者共鳴的故事進行與管理團隊的內部和外部溝通，並負責制定計劃以推動產品路線圖、危機管理、人才和變革管理等活動。

3.議程內容：

傳播科技的進步使得去疆域化的跨國公司得以存在，而此議程主要內容在於探討是類公司如何進行聯繫與運作。其中最重要的是文化部分，由於全球性的公司常會跨國家，以主講人所屬的公司來說，即橫跨日本、美國及英國，而 Maciak 女士身為傳播部門主管，也就是單位溝通者的角色，亦常需要與不同人種溝通協調，她認為嘗試瞭解彼此背景與差異並予以尊重是基本的條件；再者，要建立有品質的組織文化，才能夠使不同地區、國家且使用不同語言的單位、部門能夠產生聯繫，並具有一致的信念與價值。

而在單位溝通協調部分，要鼓勵所屬人員勇於發表意見，並善用各項傳播科技與平臺進行資訊傳遞與溝通，例如主講人提到：

「公司內不會有員工害怕告訴我們(高層)他們內心在想什麼，因此，當我們在召開團隊會議時，人人都能勇於表達意見，這時您就能在群體中聽到獨特、具建設性的觀點。」

「根據我們長期觀察團隊溝通效率得知，當團隊使用 Zoom 進行遠距視訊時，與實體的面對面會議比較，雖然只能獲得 30% 的通聯效果，但這個效果仍是比用電話通聯來的好。」

上述這兩個觀點就是我們說的，在任何企業或組織、團隊內部的溝通協調，上級要鼓勵所屬人員勇於發表個人想法與意見，並善用各項傳播科技與平臺進行資訊傳遞與溝通，如此才能進行有效率的溝通，提整體企業、組織或團隊的工作效能與發展淺潛力。

(六) 在分裂的全球秩序中建立地緣政治彈性

1. 專題簡介：

幾十年來，“邁向全球化”這句話意味著企業發展靈活、高效的供應鏈。區域安全和政治緊張局勢通常會阻礙跨國公司的運營。儘管公司希望避免捲入地緣政治，但因為跨國企業的運營規模過於龐大，仍無法避免涉入政治的問題。在後疫情時代，全球的地緣政治、經濟和文化正在發生變化，快速變遷的世界局勢，導致企業誤判商業情勢的可能性，大大增加了風險。公司如果相要盈利運作，必須做好企業外交，促進跨國企業、上下游產業和地緣區域之間的聯繫。商業領袖、傳播和公共事務官員則需要具備駕馭複雜的全球局勢的能力，並擁有對企業的使命感、未來願景和價值觀的理想與抱負。

2. 主講者：

Gatherine Mellor – UPS 國際貿易副總裁，負責監督公共政策和政府事務、溝通、永續發展，以及社群關係。

3. 議程內容：

此議程主要在講述地緣政治彈性，以及跨國公司和組織與外部團體和公司建立合作、聯繫與企業外交所需為何。討論內容包括了政府和私營公司、部門如何達成互利、從供應鏈到經濟賦權、從數位創新和醫療保健等。另外，Mellor 小姐還以自身公司 UPS 為例，在世界各地和國際團隊中，大約有 30 名美國員工遍佈於全球 12 個不同的國家，團隊主要專注於政策分析和宣導，並依照各地經濟狀況進行瞭解與認識，以利公司因地制宜地擬定營運策略，例如面對新冠疫情期間公司的應處以及如何擬定支援政府個人防疫裝備與疫苗的運輸計畫等，讓公司在逆流中仍然保有營利與行銷額，順應市場需求，創造更多的收益與企業價值。

尤其近年來，COVID-19 的肆虐全球，以及美中貿易戰、科技戰的開打，加深了全球經濟發展的不確定性。疫情的控制、貨幣政策的擬定、財政政策的紓困、美中科技戰的因應，雖然都是政府的施政範疇與責任。但是，在此多變的大環境下，企業也應該持續改革、創新，因為在快速變遷的時代，企業應該做什麼，或不應該做什麼，攸關企業在後疫情時代的競爭力。以下提供幾個大方向參考：

(1)企業不應該做的

- A.不可過度財務槓桿：在泡沫逐漸形成之際，企業應該守住自己的核心競爭力，不可過度投資本業以外的領域，才不會在泡沫崩跌後受到拖累，拖垮公司的財務。
- B.不可盲目裁員、停止投資：新冠肺炎造成不少企業面臨困境。但不可盲目裁員，因為員工是公司的競爭力來源，可以適度縮小規模，但透過教育訓練保持公司的元氣。例如過去美國的惠普（HP）公司在 2000 年代購併康柏（Compaq），並大幅擴張亞太通路，但缺乏聚焦，反而衝擊公司的長期競爭力。反之，美國 Target 公司雖然縮減若干實體門市，但擴張線上投資，並和亞馬遜公司合作，也因而在新冠肺炎後，營收不減反增，股價不斷上揚。

C.千萬不要原地踏步：在數位時代，跨域競爭成為常態，對手不是來自本業，甚至來自異業，不斷革新、進步、建構更深的護城河，才能因應挑戰。

(1)企業應有的作為

A.持續的變革創新：尤其在 COVID-19 之後，去全球化之後的短鏈發展、去實體化大幅提高線上營運模式、透過組織再造因應去弱存強，以及追求綠色化、乾淨、寬敞社交空間的去污減碳。這些趨勢都應該深入了解，作為公司變革創新的基礎與鞭策的方向。

B.加強跨域的合作：在數位經濟時代來臨之際，平臺經濟、共享經濟等逐漸蔚為趨勢。企業應掌握上述趨勢，進行策略的調整。但公司資源有限，投入不同領域有其風險，因此，進行跨域合作，尋求夥伴合作，可以創造雙贏，並擴大公司的影響力。

C.透過折扣、補貼、共同研發、共同環保，鎖住客戶及合作夥伴：由於新冠肺炎之後，企業的營收會有一定的減損，很多客戶流失，可透過折扣、補貼、優惠來吸引忠實客戶回流，鎖住忠實客戶相當重要。同時，有些上游大廠透過和下游客戶的共同研發、共同進行節能減碳的活動，也可以增加彼此休戚與共的革命情感，進而留住客戶。

D.加速數位轉型迎接數位時代：數位化在後疫情時代已經成為顯學，也是公司競爭力不可或缺的環節。中型企業因為資源不多，可以尋求政府，或是法人機構的協助，掌握數位投資前後效益的變化，才能積極投入。大型企業雖然資源比較多，但是數位轉型成功與否，取決於公司組織再造、人才的訓練、商業模式的調整等，這些努力都有賴公司高層的企圖心與決心。

E.了解未來產業的趨勢，也攸關公司競爭力：未來十年的產業發展趨勢，包括人口老化／少子化、節能減碳、數位經濟的發展趨勢，均值得企業高層重視，並有效融入公司的經營策略。

F.重視環境的永續、社會責任與公司治理（ESG）：重視 ESG 不但公司的形象可以提升，有利於公司招募人才，同時在資本市場也有加分的作用。而且，透過綠色、ESG 的加值、投入，也可以創造公司的差異化，進而提升企業的出口競爭力。

（七）創造招募、聘用和留住優秀人才的文化

1. 專題簡介：

隨著全球通貨膨脹的激升，許多企業雇主面臨必須降低成本和提高績效的雙重壓力。本堂課由美國商會首席執行官分享，企業如何改變吸引和留住人才的策略。身為企業的領導者應提出具體、有效的方案，包括如何提供員工一個具靈活與彈性的工作內容、如何營造誘人的工作環境、如何提升對工作的熱誠與使命感，以及如何培育公司人才等。

2.主講者：

Michelle Russo—美國商會首席傳播官，對其內、外部的溝通進行了轉型和現代化，以製定整合傳播和數據驅動的策略，從而形塑民眾輿情的框架，聚焦商界重要問題並提升商會成員價值。

Blake Simpson—Adeptem 全球教育高級副總裁、首席傳播和企業事務官，負責企業品牌和傳播策略的開發和實施，向全球客戶、股東、所屬員工、消費者和社區分享品牌故事。

3.議程內容：

對於公司、企業、組織來說，人才招聘是維持其長久運作的首要考量之一，但在招募到屬意、適合的人員後，如何留住優秀人才又是另一項重要課題。本議程即在討論如何創造招募優勢以及人才留用等議題。會中主講人提到，建立健全完整的晉升管道與模式是當中的核心，也必須讓員工或所屬人員瞭解其模式，才能依照這些職能與績效，對員工進行長期評鑑，提高評估結果的正確性，並讓其看到在組織中的未來發展性。

此外，營造良好的組織文化與價值觀，對於人才留用亦相當重要。不管是領導階層或是員工，對單位的使命、願景和目標都具有良好體認與一致性，才能建立堅強的組織文化。

（八）釋放人工智慧力量

1. 專題簡介：

如今人工智慧 (AI) 正在改變世界，同時也為企業和個人帶來前所未見的新成就。在本次戰略溝通年會中，由 Iternal Technologies 總裁兼首席執行官介紹有關最新 AI 技術的實用經驗，並分享如何運用 AI 來大規模創造內容。未來 AI 人工智慧的運用，對商業、政府和軍隊的影響將越來越深遠，越來越成熟。雖然目前 AI 人工智慧對社會的影響備受爭議，但卻與人們未來的生活與日常息息相關，在開發 AI 的也同時要確保使用的安全與隱私，才能人機共生，在各個領域創造無可限量的便利與更高的成就。

2. 主講者：

John Byron Hanby, IV – Iternal Technologies 總裁兼首席執行官，主要領導技術開發，以維繫外部民眾、內部員工與客戶間的互動。

J.D. Maddox – Inventive Insights LLC 首席執行官，提供戰略溝通諮詢服務，曾擔任中央情報局分局局長、美國全球參與中心副協調員、國土安全全部部長顧問，以及美國陸軍心戰小組組長，為一政治作戰專家。

3. 議程內容：

AI 人工智慧 (Artificial intelligence) 近年來的應用與發展不言可喻，舉凡大數據分析、資料探勘 (data mining)、機器學習，到計畫、生產等面向，在不遠的未來可望有更穩定的輸出，協助人類、單位、企業進行相關決策分析。主講人表示，要成為一名人工智慧專家，必須先成為瞭解問題所在，並且可以找出解決這些問題方式的溝通者。換言之，即便 AI

能夠透過不斷校正與進化而具備解讀、分析的能力，但以現有技術來說，仍有賴「人」的初始操作與應用，才能用在正確、重要的癥結點。會中 Maddox 先生還以此次俄烏戰爭（Russia-Ukraine war）為例，透過 AI 以及換臉的技術，有心人士可以輕易地創造出深度偽造訊息或虛構的影片，將擇倫斯基或普丁設為主角播送虛構訊息，造成不必要的臆測、恐慌，甚至影響戰爭局勢與走向。簡言之，AI 人工智慧既有建設性、具發展性的用途，但若不當或惡意使用（例如假訊息、詐欺等），則極有可能對個人、社會，乃至國家造成危害，閱聽眾在接收外在訊息時也需要更加留意與小心，並培養識讀意識，才能降低被誤導的可能。

Iternal Technologies 執行長約翰·拜倫·漢比（John Byron Hanby）認為：

「數位時代已經結束，取而代之的是智慧時代。」

以下是 Iternal Technologies AI 人工智慧協助企業提升競爭優勢的幾個運用效益：

- (1)專利認證的人工智慧，可提供企業智慧化、自動化管理。
- (2)人工智慧協助員工快速創造高品質的內容，讓員工有更多時間專注在重要任務上，提高團隊工作效率，並且能在更短的時間內完成更多工作，一個人就可以完成許多的工作。
- (3)任何媒體格式都可透過人工智慧拆解原始碼、更新、複製和重新創建。
- (4)透過 AI 人工智慧自動化處理，可輕鬆快速、翻譯任何文語言、文字。
- (5)透過人工智慧，員工只需要設計五個簡單的問題，AI 就能根據這些關鍵元素，在事幾秒鐘內生成影片、提案、幻燈片、電子郵件、培訓內容和報表等，且品質和效果等同花費數萬美元的文案。
- (6)利用 AI 人工智慧模擬商品的定價，透過消費者意願與使用回饋，重新校正成本商品成本，衡量投資報酬率，量身打造一個新的、可接受度高的合理價位，增加商品的銷售利潤。

（九）將想法和策略轉化為行動

1. 專題簡介：

主辦方利用最後一堂課，簡明扼要地將這兩天戰略溝通年會上課重點，逐一向出席人員報告，期待未來大家能將本次年會中，專家學者分享的寶貴經驗與觀點，帶回各自國家、工作領域傳承與分享，並密切關注新興趨勢，為戰略溝通這門學問，創造與時俱進的革新作為與建設性的絕佳良策。

2. 主講者：

Bob Pearson—The Next Practices Group 創始人兼主席。The Next Practices Group 由七家公司共同組成，提供客戶分析和數據科學、技術、軟體服務等，為其創造競爭優勢。

3. 議程內容：

作為議程的總結，主講人 Pearson 先生除了將兩日的講授內容做了簡單的綜整，同時認為若要將想法和策略轉化為具體的行動，你必須不斷的練習。以演講為例，不是每個人天生就能夠在團隊中侃侃而談，在他 20 歲出頭時，對於簡報、開會、發表也是心生恐懼，但透過不斷地練習，使其累積信心，進而達到了今天的成就，並且能夠輕鬆地在臺上分享自身的經驗，Pearson 先生最後也以此案例與全場與會來賓共勉之。

肆、心得及建議

綜觀本次戰略溝通年會，主辦方首先闡述戰略溝通的意涵，探討溝通模式的歷史及現況，分析「由上令下」溝通模式的盲點與挑戰，提出橫向溝通、平等協商的機制與精神，並再次詮釋所謂「戰略溝通」（Strategic Communication）的意涵，認為所有溝通都應具備策略性，例如針對媒體溝通，有時需要主動對外傳散特定訊息，有時則必須被動針對問題做出回應，以達溝通目的與原則。正如同 StratCommWorld 峰會主辦人 Robert W. Grupp 提到，戰略溝通也可透過「對象」、「行為」、「內容」、

「傳散」、「評估」等 5 項原理來達成目的，並舉例自身處理媒體關係經驗，強調制定訊息內容時，必須內外口徑確定一致，在與相關單位協調時，內部也須進行跨組協調合作，預想可能發生的狀況及問題，謹慎處置，才能奠定溝通的良好基礎。綜合由本次戰略溝通年會，來自各方的專家、學者們，分享不同領域的經驗與建議，反思國軍在指揮體制內，或許也可建立任職交流管道，擴大單位間橫向聯繫、平等商議機制，以提升行政效率；體制外，則可由軍民教育互動、設立軍官短期赴民間智庫研究等方式，建立國防部多元溝通管道。另為增進國軍戰略溝通效益與量能，以下幾點建議事項提供參考：

一、明確溝通目標對象 科學分析制定策略

鑒於不同的受眾有不同的需求和傾向，根據受眾的特點和需求，調整溝通策略和訊息傳遞方式，以確保訊息能夠被準確理解和接受。國軍可以透過大數據分析、市場調查、民意調查、焦點小組討論等方式，深入瞭解國內民眾、國軍官兵和國際社會對於國軍的關注點和期望，透過了解受眾的需求和反饋，更有針對性地制定溝通策略，以增進溝通效果，提升民眾對國軍的認同和支持。

二、系統化內部溝通 強化訊息傳遞效能

國軍目前雖然有上對下、平行聯繫的溝通管道，例如透過定期舉行簡報、會議和培訓，可提升內部人員的溝通技巧和理解能力；透過定期舉行指揮層級會議和部門間的協調會議，可確保每個人都瞭解整體戰略和任務，並能夠相互配合；惟國軍更應建立人性化、系統化的內部溝通平臺和機制，例如內部網站或即時溝通工具，使不同單位和官兵間能快速共享訊息，同時確保關鍵訊息能夠快速、準確地傳遞到相應的單位和官兵，進而使戰時能統一戰術思想，達成作戰目標的一致性。

三、多元外部溝通管道 建立軍民良性互動

在數位化時代，國軍應充分利用數位化媒體平臺，如社群媒體、網站、APP 軟體等，以擴大訊息的覆蓋範圍和傳播效果，包括定期更新和優化官方網站，發布具吸引力、易於分享和可讀性高的影片、圖片或具故事性的文案內容，並建立官方的社群媒體帳號，適切回答受眾的問題和評論，與受眾建立良好的互動關係。

四、建立危機溝通機制 即時傳遞正確訊息

危機時刻是戰略溝通的重要挑戰之一。國軍應該建立完善的危機溝通應對機制，包括預擬危機消息發布清單、指定經驗豐富的發言人處理媒體查詢和培訓危機溝通團隊，以迅速發布正確和即時的訊息，並及時回應民眾的疑問和關切議題。惟這必須要事先準備與計畫，並進行模擬和演練，以確保在危機發生時能夠迅速有效應對、準確地向外界傳遞訊息，維護國軍的形象和信譽。

五、人工智慧溝通平臺 虛實結合軍事體驗

(一)隨著科技的快速發展，國軍可以積極採用數位化工具和平臺來進行戰略溝通，創建一個互動性強、能夠提升參與感的戰略溝通平臺，包括網絡社區、社交媒體專頁或應用程式，讓民眾和官兵能夠直接參與討論、提出問題和分享意見；同時結合人工智慧和自然語言處理技術，自動識別和回應受眾的需求，幫助國軍快速處理和回應大量的訊息查詢，提供客制化的訊息和建議，增強溝通的即時性和個性化。例如國軍可以透過舉辦線上論壇、與民眾進行實時互動、舉辦線上投票等方式，增加參與感和民眾對國軍事務的參與度。

(二)利用虛擬實境或增強現實技術，創建虛擬的軍事場景或演練情境，讓民眾能夠身臨其境地體驗國軍的執行任務，這樣的互動體驗不但可以增加民眾的參與感和興趣，吸引年輕一代的關注，並提供更豐富、互動的訊息傳遞方式，也使受眾可以更了解和感受國軍的工作，進而支持國軍。

六、跨界合作網路紅人 提高國軍曝光熱度

- (一)與具有影響力的社群媒體用戶或網絡紅人合作，將國軍的訊息傳播到更廣泛的受眾中，透過這些影響者可以在社群媒體上分享與國軍相關的內容，並透過自身的影響力吸引更多的關注和討論
- (二)與其它部門和組織進行跨界合作，共同開展戰略溝通項目，包括與媒體機構、藝術家、科技企業等合作，利用不同媒體和創意形式進行溝通，提高國軍官兵形象的曝光度和影響力。

七、故事形式傳達情感 深入受眾心理共鳴

以故事的形式傳達國軍成就和價值觀，將國軍的訓練、使命和價值融入具有情感共鳴的故事中，並在不同媒體平臺上廣泛分享。藉由創作官兵的真實故事，透過短影片、文字、動畫或漫畫等形式傳播出去，這樣的故事手法不僅能夠打動受眾的情感，讓民眾更能深入地理解和關注，更能記住國軍的努力和貢獻。

八、建立軍隊品牌形象吸引國際受眾注意

透過有效的軍隊品牌建立和形象宣傳，提升國軍在國際上的影響力和認可度，包括國防部與國際媒體和影音製作公司合作，共同創作具有國際影響力的內容，建立一個獨特的國際形象，強調國軍的專業素養、可靠性和責任感，並透過宣傳活動、國際展覽、國際演習等方式展示其能力和價值，或優機會與國際組織合作參與國際維和、人道援助等任務，以彰顯國軍在國際事務中的重要角色。

九、整合傳播外交策略 加強友盟交流合作

配合國家整體外交政策，持續拓展友盟實質關係，除美、日等國家外，更應強化區域及友邦國家軍事交流，尤其是韓國、東南亞及中、南美洲等國之實質關係，與其軍方共同舉辦活動、交換資訊和分享經驗，從中學習和借鑒最佳實踐，為國軍的戰略溝通帶來更多資源和支援。同時，國軍可以透過外交手段對外解釋國防政策和行動，消除誤解和

疑慮，樹立良好的國際形象。

十、緊密產官學界互動 積極國際合作研究

- (一)與媒體、學術界、非政府組織和國際組織建立夥伴關係，可以增加國軍的戰略溝通影響力，透過舉辦工作交流、專題演講、合作研究等方式實現，藉此夥伴關係可以提供更多的溝通渠道和資源，同時增加國際社會對國軍的關注。
- (二)積極參與國際合作研究項目，與友盟國家的學術機構、智庫和專家進行交流和合作，幫助國軍獲得國際最新的戰略溝通研究成果和創新理念，並將其應用到實際操作中，並透由國際合作研究獲取多元化的觀點和專業意見，豐富國軍的思維和決策。

伍、結語

國軍在執行「戰略溝通」上，可區為「內部溝通」與「外部溝通」，就內部溝通而言，正如同美國 BP 能源公司華盛頓特區傳播部負責人 JP Fielder 強調「每位組織成員都是獨一無二的『傳播管道』，每個個體有各自不同的資訊傳遞方式與對象，必須善用各種傳播網絡與資源」，近年來，國軍亦與時俱進，透過透明化的雙向溝通，強化領導層與官兵之間的互動，增進官兵對軍隊的信任感與認同感，期使每一位官兵都能為國軍發聲的「小發言人」。就外部溝通而言，當前我國面對中共不斷對我灰色地帶侵擾與認知作戰威脅，企圖影響我軍民心士氣，國軍持續透過軍媒報導正向文宣，展現官兵戮力戰訓、積極應處中共威脅的努力成果，據實傳達給各界，向國際社會、向敵人傳達全民的韌性，讓世界看見國軍守護國家安全的實力與決心，達成嚇阻戰爭、預防戰爭的目的，亦是不戰而屈人之兵的最高境界。