

第三屆國際感染控制學會紀實： 社群媒體在感染管制上的應用

盤松青

臺大醫院 感染科

第三次的國際感染學會 (International conference on prevention and infection control, ICPIIC) 於今年 6 月在瑞士的日內瓦舉辦，大會主題在探討抗藥性細菌的全球議題及感控措施，跟一般醫學性或是感染症的其他會議相比，由於感控牽涉到更多的健康促進的活動或是行為模式的改變，所以也包含了較多關於社群媒體/網路或者是行為模式的專題。所以就社群媒體的相關部分做介紹。

在社群媒體的使用上面有一個名詞叫做「八秒鐘的屏蔽效益」(8 seconds filter) [1]，意即針對現在這個年輕的世代，如果要使用社群媒體來做行銷活動的時候，一般建議不要使用太長的時間。在過去有些人認為這個所謂「八秒屏蔽效益」是來自於年輕人可能在無法長時間的保持專注，但是有些新的理論認為這個現象其實來自於「這件事是否值得注意」。主要的差別是在現在的年輕人必須有能

力快速地掌握相當多資訊，所以相對而言對於每件新的事物他們能夠被分配的時間相對也會比較少，所以這也是為什麼我們目前在大部分的社群媒體上面看到的一些影像的資訊，一般建議的時間都會維持在五十秒到八分鐘之內[2]。

關於所謂「年輕族群」的定義，其實在很多文獻上面都可以找到。一個是「Generation X」，指的是在 1966 年到 1976 年出生的族群，以現在而言的年紀大概就是介於 40 歲到 50 歲之間。有人認為這個族群就是所謂的「失落的世代」，開始會接受到很多關於家庭或是生活的模式改變。

X 世代有幾個特點：第一個目前認為他是在各個 Generation 當中投票率最低的一個族群，有一些新聞媒體指出 Generation X 會傾向於對一般的社交事物或是新聞關注度較低；第二個特色是他們具有較高的懷疑論；

第三個是他們具有較高的教育水準。29% 的人在這個族群都得到了學士的學位，相較於前一個世代大概高了6% 左右；第四個特點是在工作之餘他們也希望對自己的家庭生活更有規劃，避免自己在生涯規劃上反而面臨家庭破碎或者是跟小孩子生活環境相脫離的一個狀態。

新的族群我們指的就是 Generation Y，一般指出生在 1977 年到 1994 年的這個族群，目前的年齡層大約是介於 20 歲到 40 歲左右，這個應該是在嬰兒潮之後的最大的一個 Generation。

Generation Y 的一個特性是他們相當的具有社交性且對於目前現今的各種科技有較高的接受度，對傳統的一些行銷法比較有免疫性；其二、Generation Y 的特性是他們接觸了大量的電視新聞網，有線、無線、網路，或是電子化的雜誌。第三個特性是因為他們接受了大量的訊息，因此具有比較低的品牌忠誠度，對於各式各樣的 brand 接受度或者是潮流比較有變化性；第四個就是大部分的 Generation Y 都是生長在雙薪家庭裡，比較會參加到家庭的經濟活動，每 9 個 Generation Y 就有一個是用父母所提供的信用卡，因此對於未來我們要面對 Generation Y 在行銷的操作或是希望影響 Generation Y 的方法可能會與過去有所不同[3]。至於 Generation Y 比較會使用到的 social media 到底是什麼呢？其中一個相當

好的參考文獻是：「青少年眼中的社交媒體」。這篇是由一位青少年寫成的網路文章，其中非常精闢的探討各式各樣的社群網路媒體對 Generation Y 來說有什麼樣的不同，例如說 Facebook、Twitter、Instagram 等等[4]。

另一個 Generation Y 跟其他世代不一樣的地方，在 2006 年有一個 McCrindle Research Study [5]，他們發現在過去的族群裡面只有 10% 認為自己在社會上有相當的重要性；但是 Generation Y 之中有 80% 的人認為他們對這個社會來說是重要的，所以對於擁有自我品牌 (Ownership) 及「參與而非追隨」，對這個世紀的族群來講是一個相當重要的概念。在目前有一篇新的研究發現，利用社群媒體的號召，鼓勵新一代年輕的醫學生一起來參加一項關於手術安全衛生的議題，也引起了相當多的迴響[6]。

除了主動於網路或社群媒體進行行銷或推廣活動，另一個對感控界重要的影響也包含了被動式的監視，google flu trend 在 2008 年開始測試，並成功的預測了 2009~2010 年的流感趨勢[7]，google flu trend 的作法為偵測網路上跟「flu」相關的搜尋字串，以預測流感的地區分布，作為即時的疫情偵測，當然此種偵測方式一定會受到網路上不一定具有意義的噪音 (noises) 的干擾，但是也值得作為傳統「定點醫師」或「通報資訊」為主的疫情監測方法之外，更即時性的一

種疫情參考。

就這次大會的與會者而言，在會前大會的統計就發現 14% 的與會者有使用 twitter，而且 7% 的與會者是持續性 twitter 使用者，大會結束的時候，統計發現在這段開會的期間，在 twitter 上與大會相關的訊息傳遞共有 4,058 篇，且這些訊息的傳遞總計已經傳達給七百萬的 twitter 使用者（遠超過實際與會者）（表一）。所以相較於我們傳統上所使用的海報或者手冊，在這次會議的一種嶄新的溝通模式，也可以在未來我們自己的學會活動上作為參考。

所以若是您對社群媒體在感控上面的應用有興趣的話，在這次的大會中有兩個有相關的 poster 是您可以參考的，一個是 WHO 的海報「利用現在的概念來進行公衛的行銷」(P106) [7]，以及臺大醫院的研究「使用社群媒體來促進手部衛生活動」(P165) [8]。

參考文獻

1. Weinreich H, Obendorf H, Herder E, et al: Not quite the average: An empirical study of Web use. *ACM Trans Web*. 2008;2:1-31.
2. Finch J. What Is Generation Z, And What Does It Want? 2015 [cited 2015 June 22]; Available from: <http://www.fastcoexist.com/3045317/what-is-generation-z-and-what-does-it-want>
3. Schroer WJ. Generations X,Y, Z and the Others - Cont'd. [cited 2015 June 22]; Available <http://www.socialmarketing.org/newsletter/features/generation1.htm>
4. A Teenager's View on Social Media (2015 June 22). Available <https://medium.com/backchannel/a-teenagers-view-on-social-media-1df945c09ac6>
5. Research M: New generations at work: Attracting, Recruiting, Retraining & Training Generation Y. Australia: McCrindle Research 2006.
6. Henderson D, Carson-Stevens A, Bohnen J, et al: Check a box. Save a life: How student leadership is shaking up health care and driving a revolution in patient safety. *J Patient Saf* 2010;6:43-7.
7. Kilpatrick C, Agostinho A, Storr J, et al: Using modern concepts to engage the world in an annual public health campaign. *Antimicrob Resist Infect Control* 2015;4:P106.
8. Pan SC, Tien KL, Sheng WH, et al: Promoting hand hygiene program via social media. *Antimicrob Resist Infect Control* 2015;4:P165.

表一 ICPIC 會議期間相關 twitter 使用量

Twitter 使用量	訊息刊登數	平均每日刊登數	平均每小時刊登數	總觸及人數	單一觸及人數
2015/6/16-2015/6/19	4,058	1,015	26	7,312,830	973,945