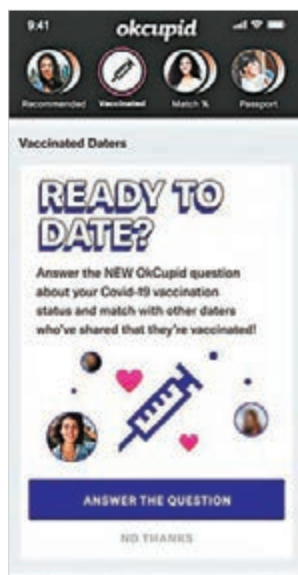


# 交友 app 推「接種功能」 網約車平台免費接載

美國早於上月中開放為所有成年人口接種新冠疫苗，但近日打針人數大幅下降，其中年輕組別的接種意願普遍較低。為此，華府和各州政府均想方設法鼓勵民眾打針，除了以抽獎等作利誘，白宮早前已與網約車平台 Lyft 與 Uber 合作，向接種人士提供免費接載服務，Lyft 已宣布接種者可透過網站或手機應用程式，取得專用「乘車代碼」方便出行。白宮上週四更首次宣布與多個網上交友平台合作，推出接種相關的活動，包括為已打針用戶提供收費內容等。但有專家指出，利誘方式可以是「雙面刃」，可能適得其反，反而最重要是讓民眾尤其年輕人明白接種疫苗的重要性。



OKCupid 指出已打針或計劃打針用戶的配對邀請多 14%。網上圖片

## 打完歎住玩 社交平台谷針 吸年輕人

在 白宮最新公布的計劃中，政府會與 Match、Tinder、OKCupid 和 Bumble 等多個熱門的交友平台合作，為已接種的用戶提供特別功能。除了能在個人資料顯示已打針的標籤外，這些用戶還可享有免費推廣等收費內容；Tinder 亦會提供「Super Like」功能，助用戶提高配對成功的機會。此外，接種疫苗也會成為平台篩選功能的一部分，用戶可選擇只與已打針的人士配對，還可直接在應用程式上預約接種。

一劑疫苗。雖然美國的確診和死亡人數較年初顯著下跌，但根據官方數據，新冠死者中有過半數是 18 歲至 34 歲的年輕人，專家相信近日感染個案上升，也與年輕組別抗拒打針有關。

### 專家：利誘打針或有反效果

為提高接種率，早前俄亥俄州、紐約州和馬里蘭州分別推出抽獎，作為打針誘因；新澤西州則為接種者提供免費啤酒；紐約洋基和紐約大都會等棒球隊，還為到球隊練習場接種的球迷送出賽事免費門票。然而英國倫敦大學學院健康心理學教授米基表示，提供誘因無疑可促使部分年輕人打針，但若採取利誘方式則可能產生反效果，只為取得實際利益而接種疫苗，而非基於保護自己和家人的動機。她認為政府應確保民眾出於自身意願打針，明白為何需要接種疫苗，否則日後若不再有實際利益吸引，他們或不再願意接種加強劑。 ●綜合報道

### 用戶料 5000 萬 配對邀請高 14%

美國的交友程式平台用戶估計有多達 5,000 萬人，白宮引述 OKCupid 的最新調查指出，已打針或計劃打針的用戶收到的配對邀請，較未接種用戶高出 14%。旗下有多個交友平台的 Match Group Inc 已確認參與計劃，預計在數週內正式啟動，有效期會直至 7 月 4 日國慶假期。華府目標是在國慶前，為全國 70% 成年人口接種至少



▲ Tinder 用戶可在個人資料顯示已打針的標籤。網上圖片

### twitter

於 3 月開設「twitter Q&A」問答活動，邀請白宮傳染病專家福奇等多名專家參與，用戶可透過活動連結提問，疫苗專家會定期為民眾解答疑問。

### facebook

與全球多國政府合作，透過即時通訊應用程式 WhatsApp，向各國民眾發送 30 億個新冠疫情及接種疫苗資訊。fb 亦與全球超過 170 個國家的衛生部門合作，免費分享廣告和健康指引，鼓勵民眾打針。

### Google

本月初在搜索主頁推出「接種疫苗」動畫，用戶點擊即可進入「新冠疫苗」搜索結果。該頁面亦提供疫苗詳細資訊，包括相關新聞、安全性及副作用，並告知用戶如何前往接種疫苗。

### TikTok

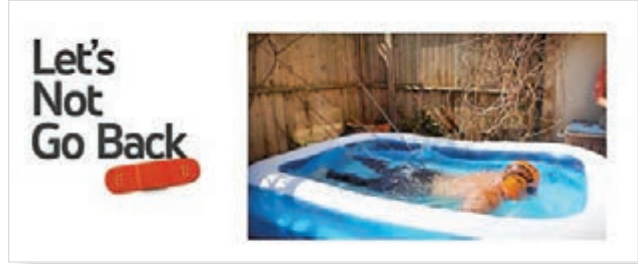
上月推出「為了什麼而接種疫苗」(#VaccinatedFor) 標籤，鼓勵用戶使用標籤，分享自己的打針原因。上月底「全球疫苗接種周」期間，平台亦展開直播活動，邀請世界衛生組織免疫、疫苗及生物製品主管奧布萊恩主講，回答用戶關於疫苗的提問。

### 社交平台谷針招數多

#### YouTube

上月與倫敦衛生與熱帶醫學院合作發布系列廣告，鼓勵民眾積極接種疫苗，日後還將面向全球用戶，透過電視及廣播等途徑播放。

▼廣告中的男子只能在充氣泳池游泳。網上圖片



### 英夥拍 YouTube 播廣告 警戒「不要回到過去」

英國國家醫療服務 (NHS) 近日與影片分享平台 YouTube 合作，在平台上播放民眾打針後才能恢復正常生活的廣告，鼓勵年輕人接種。公共衛生專家相信，廣告有助抗拒接種的年輕人了解疫苗成效，支持當局推動接種計劃。

英國正逐步放寬疫苗接種年齡限制，不過國家統計局 (ONS) 3 月的統計顯示，16 歲至 29 歲是最抗拒打針的年齡組別，當中更有 23% 不認同新冠病毒會威脅個人安全。在這組名為「不要回到過去」的廣告中，一名男子只能在充氣泳池中游泳，民眾需以視像形式舉辦派對，而若要避免英國再次封城，接種疫苗便是最佳方式。YouTube 英國主管威爾遜指出，英國 16 歲至 34 歲人士中，98% 都會使用 YouTube，在鼓勵年輕人接種方面可發揮作用，而認識疫苗的好處，對年輕人是十分重要。

YouTube 在全球共有逾 20 億用戶，但在疫情初期，平台一度成為散播虛假訊息的工具。該平台表示從去年 3 月至今，已刪除逾 80 萬條有疫情虛假訊息的影片，亦積極打擊有關疫苗的謠言資訊。 ●綜合報道

### 青少年視頻創意賽 說服同輩打針

美國馬里蘭州蒙哥馬利縣本月中啟動名為「來打疫苗」(Take Your Shot) 的青少年視頻大賽，邀請初中及高中生分享對新冠疫苗的認識，以此動員 12 歲以上的青少年接種，參賽即可獲得社區服務學分，25 名得獎者的作品也將上載至縣政府的社交平台。

聯邦疾病控制及預防中心 (CDC) 早前批准 12 歲至 15 歲青少年接種輝瑞/BioNTech 疫苗，為鼓勵青少年接種，蒙哥馬利縣舉行視頻大賽，邀請學生就「為何每個人都應該打新冠疫苗」、「什麼原因促使你接種新冠疫苗」以及「像我們這樣的年輕人，接種新冠疫苗後，將能……」3 個主題，擇一錄製長 30 至 45 秒的視頻，參加比賽。評審將分別評出前 3 名的初中和高中生，此外，前 25 名作品的英文和西班牙語版本，將上載至縣政府社交平台。

蒙哥馬利縣縣長埃爾里奇表示，年輕人更願意聆聽同齡人的分享，也更容易被說服，視頻大賽讓成年人了解青少年的想法，也能激發學生的思考和創意，是一次關於疫情的教育機會。 ●綜合報道



▼「轉風車」舞蹈吸引不少人模仿。網上圖片



### 自創 TikTok「轉風車」舞 紓緩針後手臂酸痛

美國目前已允許 12 歲至 15 歲青少年接種輝瑞/BioNTech 疫苗，不少年輕人紛紛利用社交平台轉載疫苗資訊，又或組織已打針好友積極分享接種經驗。還有年輕人在影音分享平台 TikTok 上載自創舞蹈，教大家如何紓緩接種後手臂酸痛的情況，鼓勵更多合資格年輕人打針。

佛羅里達州青年機構 I'm a Star Foundation 便與當地報刊合作，拍攝一段鼓勵打針影片，收集青少年講述自己打針的經歷，鼓勵其他人盡快打針。17 歲的機構成員巴特勒表示，她身邊也有朋友抗拒打針，但通常是因為他們對疫苗尚欠了解，她認為需要事實依據，打消大家對疫苗的負面心理，「你不告訴他們，他們便不會知道疫苗的好處。」

還有 TikTok 用戶在平台上分享名為「轉風車」的自創舞蹈，教大家如何通過搖擺手臂，讓血液流到接種處，有效減輕接種疫苗的肌肉酸痛，受到不少年輕人歡迎。巴特勒相信，年輕人能夠更好帶動同輩的接種意願，「最能影響年輕人的便是同齡人。」 ●綜合報道