

網路洪流中的牙橋團體

公元2000年初，台灣宣稱有超過500萬的網路人口，網路衝擊政府傳統稅基，國家界限，也顛覆了人性價值。雖然眾多優秀人才投入這個新興行業，但整體來說，目前還只是國際網路的美國西部開拓時代，不知誰才是真正的主人。

牙醫是個以手工操作為主的職業，對網路世界的變動相對遲鈍，有時簡直像是巴里島上的木雕工人，單憑一支鑿子，可以不知今夕是何夕，可是一個五十歲的木雕工人丟掉飯碗時，和他那二十五歲

的兒子不同的是，他完全缺乏適應數位化工作方式的彈性。但假如今天有個秘書丟掉工作，至少他還熟悉數位世界，因此擁有可以轉換的工作技能。牙醫師幾乎都是數位世界的化外之民，當引以為戒。

牙醫團體，包含公會、學會、校友會...等，由於會員上網率低，對於牙醫網路化的興趣普遍不高，雖然每一個團體都有其專屬網頁，但可以看得出來都是因應時勢，聊備一格而已。其實為會員提昇網路IQ，以期不被新環境淘汰，是各牙醫團體應有的使命感。至少，多利用網路的方便性服務會員，並推展口腔衛生，是很容易做到的。

牙醫網路不夠活絡，還有一個原因，就是牙醫團體都屬非營利機構。我們以研發「虛擬實境」技術為例，美國國家太空總署(NASA)耗費了二十萬美元，才發展出勉強可以應用的類似技術，但一九九四年十一月，任天堂已推

出了價格只有一九九美元的虛擬實境電子遊戲，原因無他，是商業利益造就了效率。所以牙醫界讓網路動起來，不必排斥商業行為。目前有許多醫療網路公司為了拓展資訊平台，紛紛要求與各牙醫團體連結或合作，得到的反應是疑慮躊躇，因為連結的結

果，網路公司可能得到廣告利益、電子商務利益，甚至股票上漲利益，其中牙醫團體得到什麼？

在牙醫團體與網路公司的合作關係初期，是網路公司靠牙醫團體壯大體質，但到一定的規模以後，牙醫團體的資訊卻也要靠熱絡的入口網站來散佈，這種互相依存的關係，在不同的時期，有不同的對價。既然拒絕遊戲只有終老一生無人問問，倒不如及早評估合理對價，積極投入資本主義的網路世界中，最大的損失，不過是為人作嫁，少賺了一些錢。而如果因而造就口腔衛教的推廣，民眾認知的普及，就診率的提高，卻都不是可計算的利益。

