

健康媒體·閱聽眾的第一線資訊站—經期健康

Health media · The first-line information platform for audience—
Menstrual Health

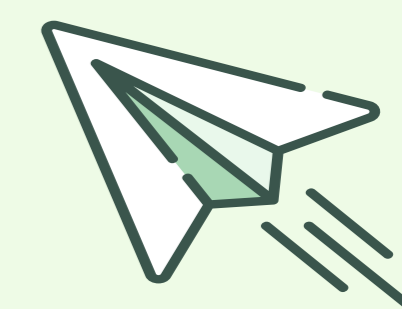


實習單位：TVBS數位事業部 [健康2.0]



實習學生：楊佳珉

指導老師：張齡尹



實習單位介紹

TVBS成立於1993年，《健康2.0》為台內IP，以健康傳播為使命，數位事業部負責經營《健康2.0》的官網，月訪客數近700萬，在網路具一定影響力及關注度，是許多人獲得醫療健康資訊的管道來源。

實習內容

· 新聞稿改寫

學習新聞寫作，根據對象特性下標、寫導言，以閱聽眾的視角去傳播資訊，熟悉圖文形式的衛教傳播。

· 官網上稿

獨立操作官網後台，上架發布自己撰寫的文章。

· 節目文章撰寫

將節目精華影音撰寫成文稿，讓民眾在官網上閱讀文章，就能直接理解、吸收內容。

· 名醫觀點、醫藥媒體工作坊

參與名醫觀點的拍攝採訪，以及醫藥媒體交流講座，接觸更多元的衛教方式及公衛領域。

· Google Analytics

學習使用Google Analytics分析數據，觀察網站使用者分布及喜好，或是依據不同條件來篩選文章。

經期健康

官網策展

· 背景介紹

根據國民健康署統計，我國正常發育的女性，平均初經發生於10~16歲；停經年齡為45~55歲，由此可見，女性在人生中有近一半的時間都需與月經相處，然而月經並非百依百順，許多人常有經期異常、經痛不適或經血過多等問題，卻不知該如何減緩、改善，甚至不小心忽略身體所發出的警訊。

因此，我們以經期健康為主題進行官網策展，將資訊分類整理成懶人包，讓閱聽眾快速找到適合的改善方法，並更加認識月經。

· 策展製作

1. 找到使用者想解決的問題

以Kparser網站分析月經相關之關鍵字，得知「月經不正常」、「月經前的症狀」等為網路搜尋排名前面的關鍵字，藉此了解網路使用者真正好奇、關注的問題是甚麼，才能提供他們所需要的資訊，訂定適合的欄目。

2. 篩選文章

將這些關鍵字透過Google Analytics先初步篩選出符合的官網文章，再以衛教目標、欄目等標準評估，挑選出適合使用者的內容。

3. 組織架構、撰寫內容

利用實習所學，將所有資訊內容消化理解後，在不扭曲改變原意的前提下，轉換成民眾可以快速了解的語言，以及寫出能引起好奇的標題導言。

· 策展內容

1. 月經異常有端倪

月經異常的相關問題，包含經血過多、月經不規律等，並指出可能暗藏的疾病警訊及可以改善的方法。

2. 經期前後飲食

提供月經前後的營養對策，以補鐵、補血為主，列出適合的補血聖品。

3. 經前症狀

針對頭痛、冒痘和水腫等經前症候群，提供營養、運動和中醫穴位多方改善途徑。

4. 舒緩經痛方法

排除止痛藥，列出專家所建議從飲食、穴道按摩等方面著手的舒緩方法。

· 策展頁面示意圖



實習心得

實際製作經期健康的策展懶人包後，更能理解衛教傳播的要點，包括目標方向的訂定、內容資訊的篩選或語言架構的組織等，也藉此能發揮實習期間所學，非常感謝一路上幫助過我的所有人。