

แนวทางการเขียนบทความสุขภาพเพื่อประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ Guidelines for Writing Health Articles to Publish on the Website

ชมกฤษณ์ ฉัตรนารัตน์^{*}
Chompunuch Chatnaparat^{*}

บทคัดย่อ

การจัดทำบทความเรื่อง “แนวทางการเขียนบทความสุขภาพเพื่อประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์” มีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายแนวทางและวิธีการเขียนบทความสุขภาพเพื่อประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ ในบทความนี้ ผู้เขียนจะกล่าวถึงความหมายของบทความ ประเภทของบทความ ลักษณะเฉพาะของบทความเพื่อการประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ ขั้นตอนการเขียนบทความ ซึ่งประกอบด้วย การเตรียมเนื้อหาบทความสุขภาพ และกระบวนการประชาสัมพันธ์บทความสุขภาพ พร้อมตัวอย่างการเขียนและบทสรุป เพื่อเป็นแนวทางในการจัดทำบทความสุขภาพที่มีคุณภาพเพื่อเผยแพร่ต่อไป

คำสำคัญ: การเขียน/ บทความ/ สุขภาพ/ ประชาสัมพันธ์/ เว็บไซต์

Abstract

“Guidelines for Writing Health Articles to publish on the website” is to explain guidelines and methods for health article writing to publish on the website: In this article, the author will discuss about the meaning, types and particularities of articles to publish on website including writing process consists of preparing health articles and the process of promoting health articles. It will provide examples and conclusion of writing as a guideline for creating high quality health articles for further dissemination.

Keyword: Writing/ Article/ Health/ Publish/ Website

นักประชาสัมพันธ์, งานบริการวิชาการ สำนักงานวิจัย วิชาการและนวัตกรรม, คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี มหาวิทยาลัยมหิดล

Public Relations Officer, Academic Affairs, Research Academic and Innovation Department, Faculty of Medicine Ramathibodi Hospital, Mahidol University

*Corresponding author: noi.023@gmail.com

Received : 9 กุมภาพันธ์ 2566/ Revised : 15 มิถุนายน 2566/ Accepted : 26 มิถุนายน 2566

1. บทนำ

ในอดีต ประชาชนสามารถรับข่าวสาร สารความรู้สุขภาพได้ทางสื่อต่าง ๆ อาทิ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ เป็นต้น แต่ปัจจุบัน อินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของทุกคน ซึ่งจากข้อมูลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตปี พ.ศ. 2565 พบว่า คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ย 7 ชั่วโมง 4 นาทีต่อวัน โดยเฉพาะคนกรุงเทพฯ ใช้มากกว่าจังหวัดอื่น เฉลี่ยวันละ 10 ชั่วโมง 5 นาที ซึ่งอาชีพที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือ ข้าราชการ เจ้าหน้าที่รัฐ วันละ 11 ชั่วโมง 37 นาทีต่อวัน ส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถรับข่าวสารได้จากช่องทางสื่อสารดิจิทัลและสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ตมากขึ้น [1] หรืออาจกล่าวได้ว่า อินเทอร์เน็ตเป็นปัจจัยหลักในการผสมผสานการใช้ชีวิตของคนไทยในปัจจุบัน ในมุมมองด้านการป้องกันและเฝ้าระวังภาวะสุขภาพที่ผู้ให้บริการสุขภาพเคยให้ความรู้ พูดคุย ส่งสารแบบหน้าต่อหน้ายังมีความจำเป็นสำหรับบางมิติที่ต้องให้ผู้รับบริการปฏิบัติตนอย่างเคร่งครัดเฉพาะเรื่องที่ส่งผลต่อโรค

สำหรับการให้ความรู้ในวงกว้าง เพื่อให้ความรู้ด้านสุขภาพเข้าถึงประชาชนได้มากที่สุด

การสร้างสื่อดิจิทัลด้านสุขภาพและสารสนเทศด้านสุขภาพ โดยใช้แพลตฟอร์มหรือเว็บไซต์เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ความรู้ น่าจะเกิดประสิทธิภาพมากกว่า ดังนั้น การจัดทำบทความสุขภาพเพื่อเผยแพร่ให้ความรู้แก่ประชาชนจึงมีรูปแบบที่แตกต่างไปจากเดิม กล่าวคือ บทความจะต้องมีความกระชับ รวดเร็ว เข้าใจง่าย ทันต่อยุคสมัย ซึ่งจะช่วยให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตาม บทความที่นำเสนอจะต้องมีเนื้อหาที่ถูกต้อง เพื่อประโยชน์สูงสุดแก่ผู้อ่าน

วัตถุประสงค์

เพื่ออธิบายแนวทางและวิธีการเขียนบทความสุขภาพเพื่อประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์

ความหมายของบทความ

ประกาศ ก.พ.อ. เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการพิจารณาแต่งตั้งบุคคลให้ดำรงตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ รองศาสตราจารย์ และศาสตราจารย์ พ.ศ. 2564 ให้นิยามของบทความทางวิชาการว่า หมายถึง งานเขียนทางวิชาการซึ่งมีการกำหนดประเด็นที่ต้องการอธิบายหรือวิเคราะห์อย่างชัดเจน ทั้งนี้ มีการ

วิเคราะห์ประเด็นดังกล่าวตามหลักวิชาการ โดยมีการสำรวจวรรณกรรมเพื่อสนับสนุนจนสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ประเด็นนั้นได้ อาจเป็นการนำความรู้จากแหล่งต่าง ๆ มาประมวลร้อยเรียงเพื่อวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ โดยที่ผู้เขียนแสดงทัศนะทางวิชาการของตนไว้อย่างชัดเจนด้วย [2]

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ให้ความหมายของบทความว่าหมายถึง ข้อเขียนซึ่งเป็นรายงานหรือการแสดงความคิดเห็น มักตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ วารสาร สารานุกรม เป็นต้น [3]

สุทธิ ชัดติยะ ให้ความหมายของบทความไว้ว่า บทความ คือ ข้อเขียนที่เขียนขึ้นเพื่อแสดงออกซึ่งความรู้สึก ความคิดเห็น หรือความรู้ในลักษณะเช่นเดียวกับการเขียนเรียงความ โดยส่วนมากมักเสนอข้อเขียนในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือต่อเหตุการณ์หนึ่ง เหตุการณ์ใดที่เกิดขึ้น โดยมีหลักฐานข้อเท็จจริงสามารถนำมาอ้างอิง เพื่อวิเคราะห์และวิจารณ์ และผู้เขียนต้องแทรกข้อคิดความเห็นในเชิงสร้างสรรค์ไว้ด้วย [4]

เกศินี จุฑาวิจิตร ให้ความหมายของบทความไว้ว่า บทความ คือ ความเรียงหรือเรื่องเล่าประเภทหนึ่งที่ผู้เขียนมุ่งแสดงความรู้ ข้อมูล ประสบการณ์ แนวคิด ทัศนะและความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง อันเป็นประเด็นที่คนทั่วไปในสังคมให้ความสนใจ หรือเป็นประเด็นที่ผู้เขียนมุ่งเสนอเพื่อให้สังคมหันมาสนใจ [5]

จากนิยามที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปว่า บทความ หมายถึง การเรียบเรียงเนื้อหาความรู้จากการทบทวนวรรณกรรมที่น่าเชื่อถืออย่างเป็นระบบ และมีการสอดแทรกประสบการณ์ที่ชีวิตปฏิบัติของผู้เขียนให้ผู้อ่านได้นำไปปฏิบัติที่ชัดเจนยิ่งขึ้น บทความประกอบด้วยชื่อเรื่อง คำนำ เนื้อเรื่องและสรุป

ประเภทของบทความเพื่อการประชาสัมพันธ์

บทความเพื่อการประชาสัมพันธ์ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ บทความประชาสัมพันธ์เชิงสาระ (Formal Article) และบทความประชาสัมพันธ์เชิงปฏิกิริยา (Informal Article)

บทความประชาสัมพันธ์เชิงสาระ เป็นบทความที่มีเนื้อหาเน้นหนักไปทางวิชาการ โดยที่ผู้เขียนต้องการอธิบายความรู้อย่างใดอย่างหนึ่งเป็นสำคัญ ไม่คำนึงถึงการใช้สำนวนโวหาร หรือความเพลิดเพลินของผู้รับสาร เพราะถือว่าผู้รับสารต้องการใช้ปัญญาความคิด เพื่อให้ได้รับความรู้และความคิดเห็นจากผู้เขียน

บทความประชาสัมพันธ์เชิงปกิณกะ เป็นบทความที่ไม่เน้นหนักทางวิชาการ แต่จะถือว่าการให้ความรู้แก่ผู้รับสารเป็นความมุ่งหมายรอง เพราะผู้รับสารจากบทความเชิงปกิณกะจะต้องการรับข้อมูลข่าวสารไปพร้อม ๆ กับการได้รับความรู้ที่สนุกสนานเพลิดเพลินจากการรับสารนั้น ๆ ด้วย [6]

บทความสุขภาพ เป็นบทความประชาสัมพันธ์เชิงสาระ ที่นำเสนอเรื่องราวความรู้ด้านสุขภาพที่ชัดเจน ตรงประเด็นและสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง

ลักษณะเฉพาะของบทความเพื่อการประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ มีดังนี้

1. ชื่อเรื่องต้องมีความทันสมัยหรือทันต่อเหตุการณ์ที่กำลังดำเนินอยู่ ซึ่งจะเป็นกระแสที่ผู้อ่านส่วนมากกำลังสนใจ ณ ช่วงเวลานั้น ๆ
2. มีสาระแก่นสารที่ครบประเด็น เต็มองค์ความรู้
3. มีการเรียบเรียงวิเคราะห์ความรู้และสอดแทรกทัศนะข้อคิดเห็น ข้อวินิจฉัยของผู้เขียนแทรกอยู่ด้วย และสรุปการวิธีการนำบทความไปใช้ประโยชน์
4. การใช้ภาษาทั้งวิชาการ มีวิธีเขียนชวนอ่าน ชวนให้คิด ใช้ภาพหรือดิจิทัลเสนอความรู้เป็นช่วง ๆ และทำให้เกิดความเพลิดเพลิน

ขั้นตอนการเขียนบทความสุขภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ มีดังนี้

ขั้นตอนการเขียนบทความสุขภาพเพื่อประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ ประกอบด้วย การเตรียมเนื้อหาบทความสุขภาพ และกระบวนการประชาสัมพันธ์บทความสุขภาพบนเว็บไซต์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. การเตรียมเนื้อหาบทความสุขภาพ

เป็นขั้นตอนแรกที่คุณเขียนจะต้องวางแผนเตรียมการ และลงมือปฏิบัติ ประกอบด้วย การเลือกเรื่อง การตั้งชื่อบทความ การกำหนดแนวคิดสำคัญของเรื่อง การหาแหล่งข้อมูลและการรวบรวมข้อมูล การใช้ภาษา การเรียบเรียง การตรวจสอบความถูกต้อง การอ้างอิงและการจัดทำภาพประกอบบทความ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 การเลือกเรื่อง

การเลือกเรื่องเพื่อเขียนบทความสุขภาพเพื่อประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ ควรเป็นเรื่องที่น่าสนใจ กำลังเป็นที่สนใจในสังคม หรือเรื่องแปลกใหม่ที่คนส่วน

ใหญ่ยังไม่รู้จัก เช่น การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019, โรคฝีดาษลิง, โรคซึมเศร้า, โรคฮิตของชาวออฟฟิศ, 5 โรคหายากที่ควรรู้จัก นอกจากนี้ การเลือกเรื่องในช่วงเวลาที่มีเหตุการณ์นั้น ๆ เกิดขึ้น เช่น วันวันโรคโลก ตรงกับวันที่ 24 มีนาคม, วันความดันโลหิตสูงโลก ตรงกับวันที่ 17 พฤษภาคม, วันงดสูบบุหรี่โลก วันที่ 31 พฤษภาคม, โรคติดเชื้อมาจากฤดูฝน, อีทิลโตรก อันตรายหน้าร้อนที่ต้องระวัง ก็จะทำให้บทความได้รับความสนใจมากยิ่งขึ้น

1.2 การตั้งชื่อบทความ

การตั้งชื่อบทความเป็นส่วนสำคัญของการเขียนบทความสุขภาพ เพราะเป็นสิ่งแรกที่ผู้อ่านเห็น และตัดสินใจว่าจะเลือกอ่านบทความนั้นหรือไม่ การตั้งชื่อเรื่องให้มีความโดดเด่น น่าสนใจ ก็จะเป็นสิ่งดึงดูดให้ผู้อ่านติดตามอ่านบทความนั้นต่อไป

กลวิธีการตั้งชื่อเรื่องมีหลากหลายวิธี ดังนี้

1.2.1 ตั้งชื่อเรื่องแบบบอกเนื้อหา คือ ชื่อเรื่องที่บ่งบอกเนื้อหาของบทความอย่างชัดเจน ตรงประเด็น เช่น 6 โรคติดเชื้อมากับฤดูฝน, อุบัติเหตุในบ้านที่ควรระวัง

1.2.2 ตั้งชื่อเรื่องแบบคำถาม เพื่อกระตุ้นความสนใจของผู้อ่านให้ต้องการหาคำตอบจากคำถามที่ตั้งไว้ เช่น รับมืออย่างไรกับ “โรคฝีดาษลิง”, ชอบกินหวานแล้วจะเป็นเบาหวานไหม

1.2.3 ตั้งชื่อเรื่องโดยการเล่นคำ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน อาจเป็นการซ้ำคำคำเดียวกันหรือกลุ่มคำ เพื่อช่วยเน้นเสียงและความหมายของคำให้หนักแน่นยิ่งขึ้น เช่น กินดี สุขภาพดี

1.2.4 ตั้งชื่อเรื่องแบบการใช้สำนวน โดยสำนวนที่ใช้ อาจเป็นสำนวนเดิมหรือสำนวนที่คุณเขียนบทความคิดขึ้นใหม่โดยเลียนแบบสำนวนเดิมก็ได้ ลักษณะการตั้งชื่อแบบนี้จะเป็นการเปรียบเทียบเพื่อให้ผู้อ่านมองเห็นภาพของสิ่งสองสิ่งที่ต้องการเปรียบเทียบได้ชัดเจนกว่าการใช้ถ้อยคำทั่วไป [7] เช่น รักวัวให้ผูก รักลูกให้พัง

1.2.5 ตั้งชื่อเรื่องโดยใช้คำคล้องจอง เพื่อให้สละดูตา และจำง่ายขึ้น เช่น ไม่ยาก ถ้าอยากสร้างกล้ามเนื้อ, ดูแลตนเองให้ห่างไกล โรคไข้เลือดออก

1.2.6 ใช้ถ้อยคำแปลกใหม่ เพื่อท้าทายความคิดของผู้อ่าน เช่น บุหรี่ : เพชฌฆาตเงียบที่ต้องบอกเล่า [8]

ตัวอย่างข้างต้นนี้เป็นเพียงบางส่วนของวิธีการตั้งชื่อเรื่องบทความ การตั้งชื่อเรื่องบทความสุขภาพที่ดี

ควรแสดงให้เห็นถึงวัตถุประสงค์ของเรื่องไว้อย่างชัดเจน ดึงดูดและชวนให้ผู้อ่านติดตามอ่านเนื้อหาของบทความ

1.3 การกำหนดแนวคิดสำคัญของเรื่อง

การเขียนบทความสุขภาพจะต้องกำหนดแนวคิดสำคัญของเรื่องว่าผู้เขียนต้องการนำเสนอความรู้ด้านใด เช่น รับมืออย่างไรกับ “โรคฝีดาษลิง” เป็นการนำเสนอบทความที่แสดงให้เห็นถึงอันตราย อาการเบื้องต้นที่ต้องพึงระวัง การรักษาและการป้องกัน เพื่อให้ผู้อ่านได้รับความรู้เกี่ยวกับโรคฝีดาษลิงอย่างครบถ้วน

1.4 การหาแหล่งข้อมูลและการรวบรวมข้อมูล

การหาข้อมูลและรวบรวมข้อมูลนับเป็นขั้นตอนที่สำคัญขั้นตอนหนึ่งของการเตรียมเนื้อหาบทความสุขภาพ ผู้เขียนควรหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่มีความน่าเชื่อถือ เช่น งานวิจัย ตำรา หนังสือวิชาการ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจนและทันสมัย มาใช้ประกอบการเขียนบทความ

1.5 การใช้ภาษา

การใช้ภาษาในการเขียนบทความสุขภาพ ควรเลือกใช้ภาษาที่วิชาการถึงภาษาระดับวิชาการ เนื่องจากเป็นงานเขียนทางวิชาการ การเลือกใช้คำ ประโยคและโวหารต่าง ๆ ต้องถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ไทย เพื่อให้เกิดความชัดเจนและน่าเชื่อถือ

1.6 การเรียบเรียง

ขั้นตอนนี้จะเป็นการใช้ทักษะทางภาษา เพื่อทำให้บทความสุขภาพที่ต้องการนำเสนออ่านเข้าใจง่าย น่าสนใจ น่าติดตาม และบรรลุวัตถุประสงค์ของการเขียนบทความ ซึ่งคือ การให้ความรู้และคำแนะนำเกี่ยวกับสุขภาพเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

1.7 การตรวจสอบความถูกต้อง

หลังจากที่เขียนบทความเรียบร้อยแล้ว ผู้เขียนควรตรวจสอบความถูกต้อง ทั้งในด้านเนื้อหา หากเป็นการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านนั้น ๆ ควรส่งให้ผู้สัมภาษณ์ตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง นอกจากนี้ควรตรวจสอบการใช้คำ การใช้ประโยคและการสะกดคำ เพื่อให้ได้บทความที่มีคุณภาพมากที่สุด

1.8 การอ้างอิง

ในการเขียนบทความสุขภาพเพื่อประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์นั้น ควรมีการอ้างอิงข้อมูลที่นำมาใช้ในบทความอย่างถูกต้อง การอ้างอิงมีหลายวิธี อาจอยู่ในเนื้อหา ซึ่งเป็นการกล่าวถึงความคิด ข้อความ หรือถ้อยคำจากงานเรื่องอื่น โดยผนวกเข้ากับเนื้อหาของ

บทความที่เขียน สามารถทำได้โดยการถอดความ ย่อความหรือคัดลอกข้อความ

เมื่อถอดความแล้ว ผู้เขียนต้องกำกับแหล่งที่มาของความคิดนั้นด้วย ซึ่งทำได้ 2 แบบ ดังนี้

1.8.1 แบบ integral เป็นการระบุแหล่งที่มาหรือเจ้าของงานในลักษณะเป็นส่วนหนึ่งของประโยค เช่น “ตามผลการวิจัยของกษิต พิทยวรรธ (2553) การเสียภาษีของธุรกิจชาวต่างชาติขึ้นอยู่กับประเภทของธุรกิจ”

1.8.2 แบบ non-integral เป็นการระบุแหล่งที่มาหรือเจ้าของงานในวงเล็บ ซึ่งอยู่นอกประโยคที่ถอดความ หรือใช้หมายเลขกำกับเหนือข้อความนั้น เช่น

– การเสียภาษีของธุรกิจชาวต่างชาติขึ้นอยู่กับประเภทของธุรกิจ (กษิต พิทยวรรธ, 2553)

– “งานวิจัยพบว่า การเสียภาษีของธุรกิจชาวต่างชาติขึ้นอยู่กับประเภทของธุรกิจ^[x]”

ทั้งนี้ ไม่ว่าจะเลือกใช้วิธีการใดอ้างอิง จะต้องแสดงข้อมูลทางบรรณานุกรมของแหล่งอ้างอิงในส่วนท้ายของบทความทุกกรณี เพื่อให้ผู้อ่านสามารถสืบค้นข้อมูลเพิ่มเติม [9]

1.9 การจัดทำภาพประกอบบทความ

หลักการถ่ายภาพประกอบบทความสุขภาพเพื่อประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ ผู้เขียนจะต้องเลือกภาพที่สื่อความหมายตรงกับเนื้อเรื่อง และควรเป็นภาพที่ผู้เขียนสร้างสรรค์ขึ้นเอง หรือหากเป็นภาพจากแหล่งข้อมูลอื่น ก็ต้องได้รับการอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์นั้น ๆ จึงจะสามารถนำมาใช้ประกอบบทความได้ และควรระบุที่มาของภาพไว้ใต้ภาพให้ชัดเจน

2. กระบวนการประชาสัมพันธ์บทความสุขภาพบนเว็บไซต์

กระบวนการประชาสัมพันธ์บทความสุขภาพบนเว็บไซต์ เป็นการสื่อสารจากผู้เขียนไปยังผู้รับสารโดยการเผยแพร่บนเว็บไซต์และแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

การประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์บทความสุขภาพในอดีต จะเป็นการสื่อสารด้วยการส่งข่าวประชาสัมพันธ์และการพึ่งพาสื่อมวลชนในการเผยแพร่ข่าวสาร ได้แก่ หนังสือพิมพ์และนิตยสาร ซึ่งเป็นการสื่อสารแบบทางเดียว ผู้เขียนไม่สามารถทราบ feedback จากกลุ่มเป้าหมาย แต่เมื่ออินเทอร์เน็ตเริ่มเข้ามามีบทบาทในสังคมไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2537 ส่งผลให้การ

ประชาสัมพันธ์บทความสุขภาพเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม กล่าวคือ มีการประชาสัมพันธ์บทความสุขภาพผ่าน อินเทอร์เน็ตเพิ่มอีกช่องทาง เนื่องจากใช้ต้นทุนการผลิตไม่มาก ไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาหรือสถานที่ สื่อสารได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย วัดผลได้ชัดเจน และไม่ยุ่งยาก ผู้รับสารมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในบทความได้ง่ายขึ้นและมากขึ้น อย่างไรก็ตาม การประชาสัมพันธ์ผ่านอินเทอร์เน็ตมีความรวดเร็ว จึงมักพบปัญหาข่าวสารที่ลอกเลียนกันมา ซึ่งเน้นความรวดเร็วแต่ไม่ถูกต้อง เนื่องจากการขาดตรวจสอบ [10]

ปัจจุบันและอนาคต การประชาสัมพันธ์บทความสุขภาพมีทั้งออฟไลน์และออนไลน์ เพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งการประชาสัมพันธ์แบบออนไลน์มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น ด้วยพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ใช้อุปกรณ์ดิจิทัล (Device) ไม่ว่าจะเป็นคอมพิวเตอร์แบบอยู่กับที่หรือเคลื่อนที่ในลักษณะแท็บเล็ต หรือสมาร์ทโฟน [11] เพิ่มมากขึ้น ดังนั้น การประชาสัมพันธ์บทความสุขภาพบนเว็บไซต์และแพลตฟอร์มออนไลน์ จะทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

ตัวอย่างการเขียนบทความสุขภาพเพื่อประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ ประกอบด้วย 2 ขั้นตอน ดังนี้

1. ขั้นตอนการเตรียมเนื้อหาบทความเรื่อง “โรคฝีดาษลิง” มีดังนี้

1. ตั้งชื่อเรื่อง เพื่อกำหนดทิศทางและเนื้อหาของบทความ

2. หาข้อมูลเรื่อง “โรคฝีดาษลิง” จากงานวิจัย ตำรา หนังสือวิชาการ วารสารทางการแพทย์ เป็นต้น แล้วนำมาเรียบเรียงเป็นบทความ ดังนี้

- บทความเรื่อง รับมืออย่างไรกับ “โรคฝีดาษลิง”
- คำนำ เกริ่นนำถึงโรคฝีดาษลิงที่กำลังระบาดไปทั่วโลกและเริ่มเข้ามาในประเทศไทย รวมถึงอุบัติการณ์ของโรค

- ส่วนของเนื้อเรื่อง เริ่มจากนิยามของโรคฝีดาษลิง สาเหตุและปัจจัยเสี่ยง อาการ อันตรายและภาวะแทรกซ้อน การวินิจฉัย การรักษา การดูแลตนเอง และการป้องกัน

- สรุปภาพรวมของโรคฝีดาษลิง

เมื่อได้ข้อมูลตามที่กล่าวมาข้างต้นครบแล้ว จึงนำมาเรียบเรียงเป็นบทความสุขภาพด้วยภาษาที่เข้าใจง่ายและวิชาการ ใส่เอกสารอ้างอิงให้ถูกต้องตามหลักการ ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา ตัวสะกด

การใช้คำและประโยคให้ถูกต้อง ทั้งนี้ บทความไม่ควรมีความยาวเกินไป เนื่องจากการรับข้อมูลทางจอคอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต หรือโทรศัพท์มือถือไม่สบายตาเหมือนการอ่านจากเอกสาร

จากนั้นดำเนินการหาภาพประกอบบทความจากเว็บไซต์ที่ให้บริการภาพฟรี หรือหากเป็นภาพถ่ายโดยบุคคล ก็ต้องได้รับการอนุญาตจากเจ้าของภาพจึงจะนำมาเผยแพร่ได้ โดยเลือกภาพที่สื่อความหมายถึงโรคฝีดาษลิง พร้อมระบุที่มาของภาพไว้ใต้ภาพ

2. กระบวนการประชาสัมพันธ์บทความ “เรื่องโรคฝีดาษลิง” บนเว็บไซต์และแพลตฟอร์มออนไลน์ มีวิธีการดังนี้

2.1 การประชาสัมพันธ์บทความ “เรื่องโรคฝีดาษลิง” บนเว็บไซต์ มีวิธีการโดยสรุป ดังนี้

2.1.1 เผยแพร่บทความบนเว็บไซต์ในช่วงที่มีการระบาดทั่วโลก และเริ่มแพร่เข้ามาในประเทศไทย

2.1.2 เผยแพร่บทความบนเว็บไซต์เกี่ยวกับสุขภาพ หรือคอลัมน์สุขภาพ จะทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น

2.1.3 เพิ่มปุ่มฟังก์ชัน share บนเว็บไซต์ของบทความเรื่อง “โรคฝีดาษลิง” จะทำให้บทความได้รับการเผยแพร่ออกไปอย่างรวดเร็ว โดยสามารถ share ไปยัง facebook, LINE และ Twitter

2.2. การประชาสัมพันธ์บทความ “เรื่องโรคฝีดาษลิง” บน facebook มีวิธีการโดยสรุป ดังนี้

2.2.1 Share link บทความบน facebook ของผู้เขียน พร้อมคำบรรยายสั้น ๆ ชวนอ่าน และเปิดโพสต์เป็นสาธารณะ

2.2.2 เว็บไซต์ที่เผยแพร่บทความ share link บทความบนเพจ facebook ของเว็บไซต์

2.2.3 ใส่ภาพประกอบเรื่อง “โรคฝีดาษลิง” และเขียนความนำด้วยประโยคง่าย ๆ ไม่เกิน 5 บรรทัด ส่วนรายละเอียดอื่น ๆ เว้นบรรทัดแล้วเขียนต่อด้านล่าง เพื่อให้ผู้อ่านกดอ่านเพิ่มเติม

2.3. การประชาสัมพันธ์บทความ “เรื่องโรคฝีดาษลิง” บน IG มีวิธีการโดยสรุป ดังนี้

2.3.1 ใส่ภาพประกอบเรื่องโรคฝีดาษลิงบน IG ของผู้เขียน, สรุปเนื้อหาสั้น ๆ ของบทความเรื่องโรคฝีดาษลิงแล้วโพสต์ไว้ใต้ภาพ, ติด # ที่เกี่ยวข้องกับโรคฝีดาษลิง และเปิดเป็นโพสต์สาธารณะ เพื่อให้ผู้อ่านเห็นบทความมากขึ้น

2.3.2 ใส่ภาพประกอบเรื่องโรคฝีดาษลิงลงใน IG story ของผู้เขียน พร้อมชื่อเรื่อง รับมืออย่างไรกับ

“โรคฝีดาษลิง” แบน link บทความเรื่องโรคฝีดาษลิง เพื่อให้ผู้อ่านคลิกอ่านบทความบนเว็บไซต์

2.3.3 ใส่ภาพประกอบเรื่องโรคฝีดาษลิงบน IG ของเว็บไซต์ที่เผยแพร่บทความ, สรุปเนื้อหาสั้น ๆ ของบทความเรื่องโรคฝีดาษลิงแล้วโพสต์ไว้ได้ภาพ, ติด # ที่เกี่ยวข้อง

2.4. การประชาสัมพันธ์บทความ “เรื่องโรคฝีดาษลิง” บน LINE มีวิธีการโดยสรุป ดังนี้

2.4.1 ใส่ข้อความ share link บทความเรื่องโรคฝีดาษลิงใน LINE VOOM ของผู้เขียน และเปิดโพสต์เป็นสาธารณะ

2.4.2 Share link บทความเรื่องโรคฝีดาษลิงในกลุ่มไลน์ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ

2.4.3 Share link บทความเรื่องโรคฝีดาษลิงใน LINE VOOM บน LINE Official ของเว็บไซต์ที่เผยแพร่บทความ พร้อมใส่ข้อความ

2.5. การประชาสัมพันธ์บทความ “เรื่องโรคฝีดาษลิง” บน Twitter มีวิธีการโดยสรุป ดังนี้

2.5.1 เขียนข้อความสั้น กระชับและชัดเจนเกี่ยวกับโรคฝีดาษลิง, ใส่ link บทความ, ติด # ที่เกี่ยวข้องกับโรคฝีดาษ และเปิดโพสต์เป็นสาธารณะ

2.5.2 เว็บไซต์ที่เผยแพร่บทความ share link บทความบน Twitter ของเว็บไซต์ โดยใส่ข้อความสั้น ๆ เกี่ยวกับโรคฝีดาษลิง และติด # ที่เกี่ยวข้องกับโรคฝีดาษลิง

2. บทสรุป

แนวทางการเขียนบทความสุขภาพเพื่อประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ การเตรียมเนื้อหาบทความสุขภาพ และกระบวนการประชาสัมพันธ์บทความสุขภาพบนเว็บไซต์

การเตรียมเนื้อหาบทความสุขภาพ ประกอบด้วย การเลือกเรื่อง การตั้งชื่อบทความ การกำหนดแนวคิดสำคัญของเรื่อง การหาแหล่งข้อมูลและการรวบรวมข้อมูล การใช้ภาษา การเรียบเรียง การตรวจสอบความถูกต้อง การอ้างอิงและการจัดทำภาพประกอบบทความ เมื่อจัดเตรียมเนื้อหาครบตามที่กล่าวมาข้างต้นแล้วจึงนำมาเรียบเรียงเป็นบทความสุขภาพด้วยภาษาทางวิชาการ จากนั้นจึงนำบทความไปประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์และแพลตฟอร์มออนไลน์ ได้แก่ facebook, LINE, IG และ Twitter เพื่อเผยแพร่บทความไปยังผู้อ่าน

ทั้งนี้การเขียนบทความสุขภาพที่มีคุณภาพเพื่อเผยแพร่ นั้น เนื้อหาจะต้องมีความทันสมัย ทันเหตุการณ์ อยู่ในกระแสของสังคมในขณะนั้นโดยนำมาเรียบเรียงเป็นบทความที่น่าสนใจ ถูกต้อง พร้อมความรู้ ความคิดหรือข้อแนะนำ ข้อปฏิบัติอันเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่าน เรียบเรียงด้วยภาษาทางวิชาการ เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจ รวมทั้งเสนอเนื้อหาตรงประเด็นตามที่ผู้เขียนกำหนดไว้

3. เอกสารอ้างอิง

1. ไทยรัฐออนไลน์. เปิดพฤติกรรมคนใช้อินเทอร์เน็ตปี 65 คนกรุงเทพมหานคร 10 ชั่วโมง [อินเทอร์เน็ต]. 2565 [เข้าถึงเมื่อวันที่ 20 ธันวาคม 2565]. เข้าถึงได้จาก <https://www.thairath.co.th/business/economics/2480711>
2. ราชกิจจานุเบกษา. ประกาศ ก.พ.อ. เรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการพิจารณาแต่งตั้งบุคคลให้ดำรงตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ รองศาสตราจารย์ และศาสตราจารย์ พ.ศ. 2564. (2565, 7 มกราคม). ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 139 ตอนพิเศษ 4 ง [อินเทอร์เน็ต]. 2565 [เข้าถึงเมื่อวันที่ 3 มิถุนายน 2566]. เข้าถึงได้จาก http://publishing.soc.go.th/DATA/PDF/2565/E/004/T_0022.PDF
3. ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 เฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสพระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 7 รอบ 5 ธันวาคม 2554. กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน; 2556.
4. สุทธิ ชัตติยะ. ศาสตร์การเขียน : ฉบับปรับปรุงแก้ไข (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สถาบันวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยเพื่อการศึกษา กรมประชาสัมพันธ์; 2552.
5. เกศินี จุฑาจิตร. การเขียนสร้างสรรค์ทางสื่อสิ่งพิมพ์ : Idea ดีๆ ไม่มีวันหมด (ฉบับปรับปรุง) (พิมพ์ครั้งที่ 2). นครปฐม: มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครปฐม; 2557.
6. สิริวรรณ นันทจินทุล. การเขียนเพื่อการสื่อสาร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์; 2543.
7. รุ่งฤดี ผ่องศรี. การเขียนบทความสำหรับสื่อสิ่งพิมพ์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย; 2557.

8. วัฒนา แซ่มวงษ์. การเขียนบทความ. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์; 2556.
9. สิทธิ อีรสรณ์. เทคนิคการเขียนบทความวิชาการ. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย; 2563.
10. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชานิเทศศาสตร์. เอกสารการสอนชุดวิชาการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ หน่วยที่ 1-7 (ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 1). นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช; 2555.
11. นภวรรณ ตันติเวชกุล. การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ หลักการและหลักปฏิบัติพื้นฐาน. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย; 2565.