

# Redaktionel profil

Høj kvalitet og faglig dybde går hånd i hånd med brugervenlig formidling

## Dansk Psykolog Forenings borgerportal skal:

- Inspirere danskerne til psykisk sundhed og trivsel
- Brande psykologerne og psykologernes viden som en akademisk profession med høj faglighed
- Stille kompetente, troværdige og lettilgængelige informationer til rådighed
- Være et site, som medlemmerne er stolte af

## Vision

Vores vision er at få en ledende position i markedet og blive det naturlige valg, når danskerne søger kvalificeret information om psykologi, psykiske lidelser og psykisk sundhed.

## Mission

Dansk Psykolog Forenings psykologiguide:

- Brander psykologerne og psykologernes viden som en akademisk profession med høj faglighed
- Er brugervenlig, lige ved hånden og din guide til psykisk sundhed
- Opleves som det bedste, mest substantielle og mest troværdige site om psykologi i Danmark
- Giver alle danskere adgang til kvalificeret viden om almene psykologiske problemstillinger, som man kan møde igennem et helt liv.

**På længere sigt** er håbet, at platformen kan bidrage til at sætte forebyggelse og kvalitet i behandlingen af psykiske lidelser på dagsordenen og nedbryde tabuer om psykiske lidelser.

Når vi udvikler hjemmesiden tager vi udgangspunkt i borgernes behov. Sitet opleves som værdifuldt og får mange besøg, når det er det indlysende svar på de udfordringer, som borgerne sidder med. Vi skal gøre livet nemmere for vores brugere.

## Der er brug for os, fordi vi kan

- + Lyse vej igennem junglen af information og løsningsforslag
- + Rådgive om almene psykologiske problemstillinger
- + Give inspiration til psykisk sundhed
- + Give adgang til ny viden om psykologi
- + Give perspektiv på psykiske lidelser og mental sundhed
- + Hjælpe med at finde frem til den rigtige behandling

Dette sker blandt andet ved at udvælge det rigtige indhold og sikre at dette indhold har høj kvalitet. Alt indhold på den nye portal er båret af både faglig og kommunikativ kvalitet.

Sitet forklarer emner, begreber og temaer i øjenhøjde, men altid ud fra et kompetent og kvalificeret udgangspunkt. Sproget på sitet er ligetil, almindeligt dansk, og fagtermer oversættes så vidt muligt altid til almindeligt forståeligt dansk. Dette betyder samtidig, at sitet altid tager udgangspunkt i konkret viden og/eller forskning, for eksempel rapporter, studier eller eksperter med dokumenteret specialviden.

## Målgrupper

Portalen skal kunne bruges af alle, der har interesse for eller behov for psykologisk informationer og vejledning. Der er dog identificeret tre primære målgrupper:

- 18-29 årige mænd og kvinder - søger svar på egne udfordringer
- 30-65 årige kvinder - vil hjælpe andre
- 30-45 mænd (og kvinder) - brug for selvhjælp

Der vil være mange sammenfald mellem disse målgrupper og deres definerede behov. Portalen kan derfor med fordel arbejde med disse målgrupper i stedet for de alders- og kønsdefinerede målgrupper:

Alternativ definition af målgrupper:

- Læsere, der søger svar på egne udfordringer
- Læsere, der vil hjælpe andre
- Læsere, der har brug for selvhjælp

De to målgruppe-definitioner kan bruges til indsnævring, hvilket indhold der skal laves til den nye site:

Første definition kan give svar på, **hvilke** emner og situationer, der er vigtige for målgrupperne. Det kan f.eks. være familie, job, forhold, eksamen, etc.

Anden definition kan give svar på, **hvordan** emnerne skal præsenteres. Det kan f.eks. være indhold om at identificere problemer som stress, at komme med gode råd til løsninger og at forklare de psykologiske begreber.

## Hvordan kommunikerer vi? I hvilken tone?

Tone of voice på den nye portal er i øjenhøjde med læserne:

- Portalen er proaktiv i sin kommunikation
- Portalen er med til at afstigmatisere problemer og vise, at du ikke er alene, og det er OK ikke altid at være OK
- Portalen tager udgangspunkt i læsernes hverdag og deres problemer, men er aldrig omklamrende
- Indhold på sitet er proaktivt og skal kunne bruges praktisk af læserne i deres hverdag
- For at komme tæt på læserne er vi du's med læserne
- Når vi skriver generelt på sitet, omtaler vi os selv med "vi"
- Når det er specialister, der skriver artikler, er afsenderen enten vi eller jeg (brugen af Jeg styrker skribentens troværdighed)
- I fakta-artikler kan man bruge 3. person eller "man"

Interessen for psykologi og psykisk sundhed er stor blandt almindelige borgere, og der er mange aktører, der gerne vil kommunikere psykologi og tilbyde perspektiv, løsningsforslag og rådgivning. I har som psykologer særlige forudsætninger for at tilbyde en nuanceret forståelse af alle de komplekse begreber og forhold, som danskerne i dag skal forholde sig til i deres liv.

Udover at insistere på høj kvalitet, kan Dansk Psykolog Forenings borgerportal skille sig ud ved at afstå fra at komme med håndfaste svar og nemme løsninger, men netop anerkende, at det kan være komplekst at håndtere livet, og der er mange måder at gå til det på.

Vi byder ind med et nuanceret, velunderbygget perspektiv, kommunikeret på en måde, så almindelige mennesker kan forstå det.

## Letforståeligt dansk

Artiklerne skrives i et letforståeligt og letlæseligt dansk med en så enkel sætningsopbygning som muligt. De vigtigste ord eller emner bruges først i sætningen, så sætningen er aktiv og ikke passiv.

Billeder bruges kun, hvis de understreger budskabet.

Eksempler:

### Tidligere lidt knudret tekst:

Det er nærliggende at forestille sig, at belastningen forbundet med at leve med diabetes i barne- og ungdomsalderen kunne være forbundet med en øget risiko for psykologiske problemer som angst, depression og adfærdsforstyrrelser.

### Ny tekst:

Har børn og unge med diabetes større risiko for at udvikle angst, depression eller adfærdsforstyrrelser?

### Tekst med vigtigste ord skjult til sidst

De kliniske implikationer af vores undersøgelse er således, at behandlere bør være opmærksomme på, om børn og unge med diabetes har psykologiske vanskeligheder, især af internaliserende art, samt tilbyde hjælp til de børn og unge, der har disse problemer.

### Ny tekst:

Børn og unge med diabetes kan have psykologiske vanskeligheder. Det er vigtigt, at behandlere er opmærksomme og tilbyder hjælp til de børn og unge, der har brug for det.

## Indhold

Der er primært to typer indhold på sitet:

- SEO indhold – det indhold brugerne søger efter, som skal findes via Google og bruges på sociale medier.
- Basis indhold – det indhold der skal være der og som oftest er fagligt indhold med stor væsentlighed, men uden stor søgevolumen

SEO-indhold er som oftest betegnet af følgende:

- Sæson-relaterede emner
- Tematiske emner
- Emner med stor almen interesse
- Sager med stor almen interesse

Basis-indhold er ofte betegnet af følgende:

- Diagnose-beskrivelser
- Mærkesager
- Fakta
- Interne nyheder

SEO- og basis-indhold kan godt være samme indhold; fx hvis et emne har stor almen interesse og hvor samme emne også er en mærkesag for Dansk Psykolog Forening, opfylder emnet både formålet med at blive fundet ved en søgning og tegner samtidig DP som forening.

## Emner

Portalen skal være danskernes foretrukne psykologiske digitale portal samtidig med, at den skal brande psykologerne som kompetente og kvalificerede rådgivere.

Begge formål kræver, at de emner, der publiceres på portalen, har så stor almen interesse, at der kommer en stor mængde søgetrafik, og at flere og flere derigennem lærer at bruge portalen. Derfor prioriterer vi i første omgang at producere og publicere indhold, der først og fremmest har stor interesse for de potentielle brugere.

## Almene emner

Der er gennemført en SEO-analyse (søgeordsanalyse), som har identificeret en række almene emner, som bør være på portalen ved premieren. Disse er vurderet ud fra antal månedlige søgninger (volumen) og konkurrencen fra andre sites (potentialitet):

### **Overordnede emner som siden lanceres med**

Overordnede kerne-emner og områder, som siden lanceres med:

- Depression
- Bipolar lidelse
- Stress
- Angst

- Borderline
- Spiseforstyrrelser
- Misbrug
- ADHD
- Demens
- OCD
- Mental retardering
- Fobi
- Personlig udvikling
- Psykose
- Skizofreni
- Børns udvikling
- Sorg
- Skilsmisse - som en del af større tema om familieliv, som også kan indeholde artikler om parforhold, teenagere etc.
- Selvskade – som en del af et tema om unge
- Neuropsykologisk perspektiv – fx erhvervet hjerneskade

SEO-analysen angiver en del underordnede emner til hver af disse top-emner. Disse underemner har alle flere end 500 månedlige søgninger. Disse underordnede emner bør enten have selvstændige artikler eller indgå tydeligt som emneord i en anden eller flere artikler. Se under-emnerne i bilag 1.

Søgeordsanalysen fungerer som et centralt redskab i indholdsprioriteringen. Derudover prioriterer redaktionen emner med udgangspunkt i input fra skribenter og redaktionsgruppe, sæson-relaterede emner, mærkesager og interne nyheder.

### **Diagnose-emner (ICD10):**

Disse ICD10-emner er de vigtigste ifølge SEO-analysen (top 20 i prioriteret rækkefølge):

1. F41 - Andre angsttilstande
2. F42 - Obsessiv-kompulsiv tilstand
3. F09 - Ikke specificeret organisk eller symptomatisk mental lidelse eller personlighedsforstyrrelse
4. F50 - Spiseforstyrrelser
5. F20 - Skizofreni
6. F10 - Psykiske lidelser og adfærdsmæssige forstyrrelser forårsaget af brug af alkohol

7. F02 - Demens ved andre sygdomme klassificeret andetsteds
8. F03 - Ikke specificeret demens
9. F60 - Specifikke forstyrrelser af personlighedsstrukturen
10. F40 - Fobiske angsttilstande
11. F61 - Forstyrrelser i personlighedsstruktur af blandet og anden type
12. F12 - Psykiske lidelser og adfærdsmæssige forstyrrelser forårsaget af brug af cannabis (husk at de fleste søgninger bruger Hash i stedet for cannabis)
13. F79 - Mental retardering uden nærmere specificering
14. F53 - Psykiske lidelser i barselsperioden IKA
15. F55 - Misbrug af ikke-afhængighedsskabende stoffer
16. F31 - Bipolar affektiv lidelse.
17. F83 - Blandede udviklingsforstyrrelser af specifikke færdigheder
18. F00 - Demens ved Alzheimers sygdom
19. F04 - Organisk amnestisk syndrom ikke forårsaget af alkohol eller psykoaktive stoffer
20. F06 - Andre psykiske lidelser som følge af hjerneskade, hjernedysfunktion eller legemlig sygdom

Det skal være muligt på sitet at finde en leksikal/faktuel oversigt med beskrivelser af de mest gængse psykiske lidelser. Samtidig er det vigtigt at supplere diagnosebeskrivelserne med temasider og supplerende artikler, så vi får mulighed for at folde problematikkerne nuanceret ud og undgå sygeliggøres og selvdiagnosticering.

## Redaktionel kvalitetssikring

Det er essentielt for portalen, at der udelukkende publiceres indhold af høj kvalitet. Læsere og brugere af portalen skal allerede efter få besøg være trygge ved alt indhold på portalen.

Dette sker bl.a. ved, at det primært er psykologer, der skriver artikler, laver video'er eller udgiver podcasts. Eftersom portalens mål er at blive danskernes foretrukne portal om psykologiske forhold, skal indholdet være letlæseligt og tilgængeligt for læsere uden psykologisk viden og forudsætninger.

Der er en redaktionsgruppe, der sikrer, at alle artikler på portalen er tjekket og opfylder de kvalitetskrav, DP har fastlagt. I spidsen for denne gruppe er der en redaktør.

Redaktionen arbejder med en redaktionel årsplan. Det er redaktørens ansvar at opdatere og justere denne. Årsplanen tager udgangspunkt i både sæson-relaterede emner (f.eks. emner som eksamen, vinter-depression. etc.) og de SEO-analyser, der ligger til grund for indholdsprioriteringerne (f.eks. emner som bipolar lidelse og familieliv).

## Indholdsformater

Portalen anvender disse indholdsformater:

- Artikler
- Brevkasse
- Faktabokse
- Landingpage

Efter lanceringen bør redaktionen afprøve følgende formater:

- Infografikker
- Video
- Audio/podcasts
- Tests

## Artikler

Der er tre typer artikler: Fakta-artikler, de mere subjektive artikler og nyheder.

Fælles-elementer:

- Overskrift
- Byline, på alle artikler, på nær nyheder, er der altid mindst en psykolog med navn og titel.
- Manchet/underrubrik (ikke nødvendigt for lille nyhed)
- Brødtekst
- Faktaboks (ikke altid på en nyhed)
- Relevans integration
- Udfyldelse af metabeskrivelsen
- Altid SEO-optimeret (se senere afsnit)





Den grundlæggende forskel er skrivestilen, hvor den subjektive artikel er langt mere fortællende og personlig (f.eks. ved brugen af jeg-formen og egne erfaringer). Det kan f.eks. være artiklen "Er jeg selv skyld i stress" eller "Når angst ødelægger en familie".

Fakta-artikler og nyhederne forholder sig neutralt til emnet, men forklarer det udelukkende i almindeligt sprog.

En fakta-artikel er basis-artiklen på portalen om f.eks. OCD, Angst eller Bipolar.

Basis-artiklerne beskriver emnet i relation til både læsernes hverdag ("nå ja, det kan jeg godt genkende") og i forhold til samfundet ("du er ikke alene").

### Fakta- og subjektive artikler er mellem 1100 og 1500 ord.

Nyheder er kortere artikler, der oftest bruges som trækplaster på sociale medier eller i et nyhedsbrev for portalen. Nyheder fra andre medier er ikke nødvendigvis nyheder i den klassiske forstand, men kan også være aktuelle tema-artikler fra andre medier, f.eks. "Forsigtige forældre risikerer børn med angst" (fra Berlingske).

### Brevkasse

En brevkasse er målrettet kvalitetsindhold for den nye portal. Alle spørgsmål/svar i en brevkasse er i sin grundform SEO-optimerede.

Spørgsmål/svar underbygger portalens ambition om at levere psykologisk indhold af meget høj kvalitet: Alle svar er skrevet af navngivne psykologer, der besvarer spørgsmål inden for deres egne specialer.

Samtidig kan så godt som alle disse spørgsmål/svar bruges på tværs af portalen både sammen med artikler, temaer og landingpages.

Endvidere er en synlig brevkasse med til at engagere læserne i høj grad end ellers. Dette vil yderligere underbygge portalens ambition om at være proaktiv og tilstede for brugerne.

(Vi arbejder på at finde den rigtige form på brevkassen)



## Faktabokse

Faktabokse samler kortfattet og præcist op på konkrete eller komplicerede forhold eller fortæller, hvorfra viden til den pågældende artikel stammer ("Videnskaben bag").

Faktabokse bør ikke overstige 80 ord.

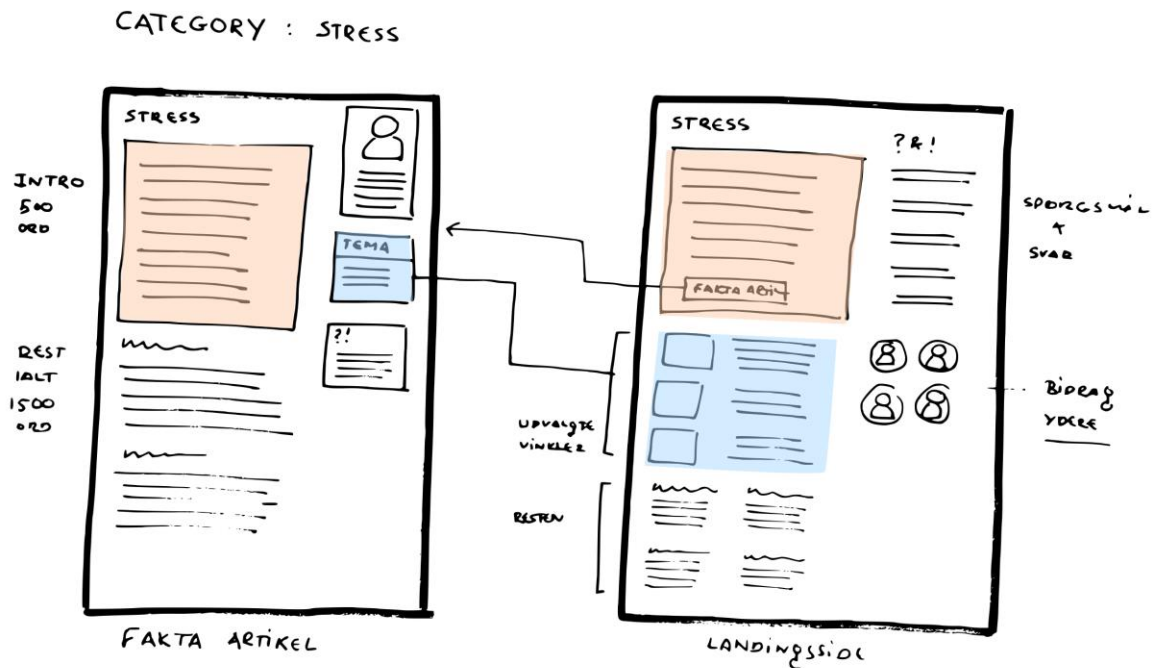
Faktabokse skal kunne bruges på tværs af portalen.

## Landingpage/temaside

En landingpage er "forsiden" til et tema.

Et tema er i sig selv ikke et indholdsformat, men består af flere artikler og evt. flere forskellige indholdsformater.

Et tema består af 4-6 artikler (gerne flere med tiden), spørgsmål/svar, profiler og faktabokse, der er samlet i en fælles sammenhæng.



Temaerne indeholder følgende:

- En fakta-artikel (basis-artikel) med summary + dybdegående tekst, f.eks. OCD
- 2-3 vinklede artikler om emnet, f.eks. "Jeg tror mit barn har OCD"
- 2-3 faktabokse, f.eks. Videnskaben bag og "Sådan kan du få hjælp"
- 2-3 spørgsmål/svar fra Brevkassen

På baggrund af erfaringen med de 3 første temaer tilpasses de efterfølgende artikler/temaer.

Artikler, video'er eller tests hører nødvendigvis ikke sammen som udgangspunkt. F.eks. hører en artikel eller video om depression hjemme under Depression, men kan med fordel også bruges i et tema om Skilsmisse.

Når et tema når et bestemt antal, f.eks. 8, oprettes en landingpage. Fokus bør i begyndelsen være på emner, der trækker enten trafik eller opmærksomhed (og deraf trafik).

Landingpagen/temasiden har to primære formål:

- Skal være en forside, der fortæller læseren, hvad der er af indhold i temaet
- Skal være en SEO-magnet for at fange søgninger på området

Emnelisten fra SEO-analysen kan hjælpe med at definere hvilke temaer/emner, der er store nok til at få sin egen landingpage.

## Trafik til portalen

Indholdet på den nye portalen skal bruges - ellers er portalen ikke en succes. Derfor skal der arbejdes målrettet med at trække brugere til portalen.

Der er grundlæggende tre måder, redaktionen bag portalen selv kan styre trafikken til portalen:

- SEO (som skribenter selv kan påvirke)
- Sociale medier (som redaktionen varetager)
- Nyhedsbreve (som redaktionen varetager)

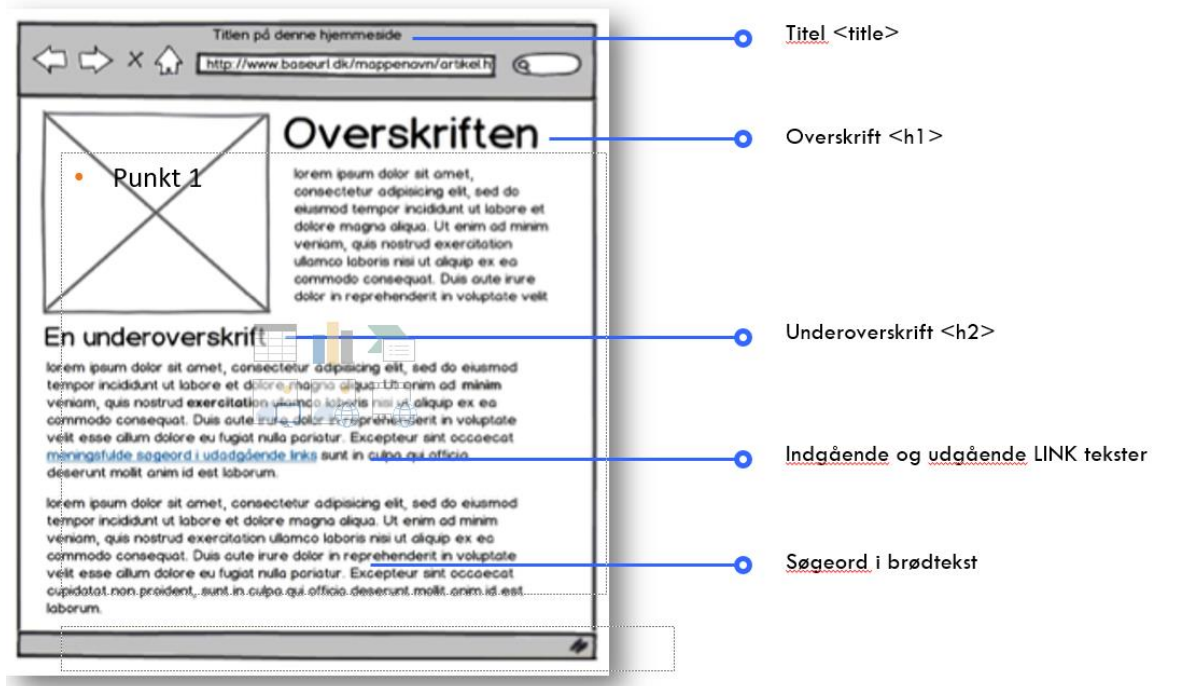
## SEO

For at sikre at det nye sitet bliver fundet skal der være markant fokus på at søgemaskine-optimere (SEO) alt indhold på sitet. Dette skal ske hver gang, en artikel publiceres på portalen.

SEO-fokus sikrer, at portalen rammer de brugere/læsere, som ikke selv går ind på portalen, enten fordi de ikke kender portalen eller fordi de, som alle andre, søger først.

**Indhold, der skal SEO-optimeres, bør altid optimeres således:**

- Emnet eller søgeordet skal indgå i overskriften
- Emnet eller søgeordet skal omtales 2-3 gange i løbet af de første 10-15 linjer i teksten
- Teksten bør altid være mindst 300 ord lang (gerne længere)
- Video og audio bør altid ledsages af en tekst, der fortæller, hvad der er i video'en eller audio'en/podcasten.
- Teksten skal skrives, så den kan forstås.
- Der bør være links i teksten, gerne eksterne links
- Beskrive artiklen i metabeskrivelsen



Det er vigtigt, at indholdet ikke kopieres 1:1 fra andre sites, da Google så vil opfatte dette som *duplicate content* (kopieret indhold) og derfor ikke ranke det særligt højt.

Hvis portalen vælger at samarbejde om indhold fra andre sites, skal portalen fortælle dette til Google. Forudsætningerne for at SEO-optimere effektivt ændres sig konstant, derfor er dette ikke fyldestgørende liste, men en tjekliste, der skal opdateres løbende.

Portalen vil som standard have SEO-featureen Yoast installeret. Denne feature hjælper skribenter og redaktører til at optimere indhold ud fra konkret SEO-viden, som Yoast løbende opdaterer.

## Bilag 1 - Under-emner

Nedenstående emner er underemner med rimelig høj søgevolumen (gns. over 50 om måneden) samlet under de hoved-emner, der er prioriteret i contentplanen.

Det er ikke nødvendigt, at alle emner her beskrives på portane.

Listen bør bruges som inspiration til at uddybe hovedemnerne.

- Bipolar
  - bipolar
  - bipolar type 2
  - biopolar
- Depression
  - depression
  - maniodepressiv
  - depression symptomer
  - antidepressiv medicin
  - fødselsdepression
  - selvmordstanker
  - tegn/symptomer på depression
  - depression behandling
  - rastløs
  - diagnosticeret
- Stress
  - stress symptomer
  - stress test
  - symptomer på stress
  - posttraumatisk stress
  - tegn på stress
  - udbændthed
  - stresstest
  - stresscoach
  - hvad er stress
  - uro i kroppen
- Familieterapi
  - rygestop
  - parterapi
  - jalousi
  - mobning

- ensomhed
- selvværd
- kognitiv psykologi
- familierådgivning
- børnepsykolog
- traumer
- Angst
  - angst
  - angstanfald
  - angst symptomer
  - social angst
  - panikangst
  - eksamensangst
  - fobi
  - generaliseret angst
  - tvangstanker
  - trykken for brystet
- Borderline
  - borderline
  - personlighedsforstyrrelse
  - emotionel
  - borderline symptomer
  - narcissistisk personlighedsforstyrrelse
  - ængstelig
  - dyssocial personlighedsforstyrrelse
  - humørsvingninger
  - borderline personlighedsforstyrrelse
  - histrionisk personlighedsforstyrrelse
- Spiseforstyrrelser
  - anoreksi
  - spiseforstyrrelser
  - bulimi
  - spiseforstyrrelse
  - ortoreksi
  - overspisning
  - henvisning til psykolog
- Misbrugslidelser
  - alkoholiker
  - abstinenser
  - misbrug
  - alkoholbehandling
  - afhængig

- alkoholmisbrug
- misbrugscenter
- socialpsykiatri
- personlig udvikling
- skizotypi
- ADHD
  - adhd
  - adhd symptomer
  - add symptomer
- Demens
  - demens
  - dement
  - alkoholdemens
  - demens symptomer
  - alzheimers demens
  - demens test
- OCD
  - ocd
  - ocd symptomer
  - ocd foreningen
  - tankemylder
- Mental retardering
  - autisme
  - infantil autisme
  - komorbiditet
  - retarderet
  - udviklingshæmmede
  - atypisk autisme
  - oligofreni
- Fobi
  - agorafobi
  - tankefeltterapi
  - hypnotisøren
  - sorg
  - hypnoterapi
  - araknofobi
  - klaustrofobi
  - tandlægeskræk
- Personlig udvikling
  - konflikthåndtering
  - livskvalitet
  - vrede

- kompetenceudvikling
- motiverende samtale
- selvværd og selvtillid
- præsentationsteknik
- mentaltræning
- selvtillid og selvværd
- konfliktløsning
- Psykose
  - psykose
  - psykiatri
  - vrangforestillinger
  - hallucinationer
  - seponering
  - symptomer psykose