Bilag 4.2:

## Forslag til opslag på sociale medier

Ordet “sociale medier” dækker over mange forskellige platforme, som i dag bruges til at kommunikere imellem mennesker. I 2023 brugte ni ud af ti borgere i Danmark sociale medier og 91% af befolkningen mellem 16-74 år er på mindst et socialt medie. Med andre ord, så er sociale medier noget, som mange gør brug af i det daglige.

Fælles for de tre platforme er, at man når langt ud til mange mennesker, hvis man formår at bruge #hashtag rigtigt. Der findes i dag forskellige #hashtag, som eksempelvis #sundpol og #dkpol, der er de største hashtags på X. Et hashtag bruger man foran et ord eller en sætning, og så bliver hashtagget et aktivt link, som bruges til billeder og opslag inden for samme kategori. I kan selv prøve at arbejde med at bruge forskellige hashtags.

**De platforme, som særlig bruges til politisk kommunikation, er:**

[**Facebook**](http://www.facebook.com/)**:**  
Platformen bliver i dag brugt af mange danskere til både af dele personlige historier, højdepunkter i livet, men også problemstillinger, som vedrører lokalsamfundet eller privatpersoner. Det er en god platform, som både kan rumme det personlige, formelle og uformelle. Læs videre nedenfor, hvordan I kan gøre jer mere synlige på FACEBOOK.

[**X**](https://x.com/?lang=da&mx=2) **(tidligere Twitter):**  
Platformen er i dag den platform, som primært bliver brugt til at debattere politik og andre samfundsforhold. Der er mange meningsdannere og politikere på platformen, hvor tonen også til tider kan være hård. Det kan være svært at “komme igennem” på platformen og nå jeres målgruppe, da det er en svær gruppe, som bruger platformen.

[**LinkedIn**](http://www.linkedin.com/)**:**

Er det sociale medie som har mest faglig tyngde. Det startede som et online CV, men har senere bevæget sig henimod også at være en faglig platform, hvor personer eksempelvis drøfter fagligt indhold.

Derudover er en fællesnævner for de tre platforme, at hvis I gør brug af billeder eller links, så er jeres opslag iøjnefaldende, og algoritmerne bag platformene hjælper også med til, at jeres opslag bliver mere synligt i det, som man kalder “feedet” (dvs. det der præsenteres for de andre brugere).

**Hvad sker der, når kræften er væk, men man stadig ikke føler sig rask?** 🤷‍♀️

Over 396.000 mennesker i Danmark lever med eller efter kræft, og for mange stopper udfordringerne ikke, når kræften er væk. 70 % oplever senfølger som træthed, angst og fysiske smerter, der kan være invaliderende i hverdagen.

I [indsæt navn på kommune] Kommune svarer det til [indsæt antal borgere] borgere, der lever med senfølger ❤

Alt for ofte står de alene uden den rette hjælp. Mange oplever, at der mangler forståelse for senfølger – både i mødet med sundhedssystemet, og når de skal tilbage i arbejde. Det vil vi ændre 👊

Derfor sætter vi i valgkampen fokus på et bedre liv efter kræft.

Vi kæmper for 👇

✔ Bedre kommunal hjælp til mennesker med senfølger

✔ Ingen skal presses tilbage i job, før de er klar

✔ En klar aftale i de nye sundhedsråd, der sikrer hjælp og opfølgning

Din stemme kan gøre en forskel! 🗳 Spørg din lokale kandidat, hvad de vil gøre for borgere med senfølger efter kræft i vores kommune.

Del opslaget og vær med til at sætte fokus på, at kræft sætter spor.

Det er en god ide at bruge jeres profil fra Kræftens Bekæmpelse til at kommunikere på FACEBOOK. Her har I måske allerede en række følgere, som har valgt at følge jeres lokalforening, fordi 1) de finder Kræftens Bekæmpelses arbejde relevant og/eller 2) de finder jeres initiativer vigtige. Det er en god følgerskare, som I kan gøre brug af ved fx, at I skriver i opslaget: “Ses vi tirsdag d. x.x.? Skriv I kommentarfeltet, hvad du ser frem til” eller “Oplever du senfølger? Skriv gerne i kommentarfeltet, hvordan det påvirker din hverdag” eller “Hvis du synes, det er vigtigt, at politikerne finder en løsning, så er du velkommen til at dele opslaget”.

Hvis I på den måde bruger platformene til at få folk til at interagere, vil algoritmerne hjælpe med til, at jeres opslag bliver mere synlige. I skal også huske at svare på de kommentarer, som kommer på jeres opslag, så kommer I højere op i “feedet”. Derudover kan I arbejde med at dele jeres opslag i lokale “Det sker i xxx by”-grupperne, som de fleste byer i Danmark efterhånden har.

Husk altid, at når I kommunikerer, så kommuniker med hjertefortællinger - tal til modtagerens hjerte. Hvordan påvirker et problem kræftpatienterne? Måske har I kendskab til en, som bliver påvirket af problemet, og som I må bruge som en case? Det rører noget i folk, når et problem påvirker folks hverdag – det kan få mange til tasterne. Og HUSK, at I er med til at bidrage til at opretholde den gode tone - også på de sociale medier.

Forslag til opslag

Du kan kopiere og tilpasse denne tekst og dele den på relevante sociale medier, fx på din lokalforenings Facebook-side: