

האשטאגים

המשתתפים ילמדו כיצד האשטאגים מועילים בקידום תנועות חברתיות. המשתתפים יזהו גם כיצד האשטאגים במדיה החברתית יכולים לסייע בהגברת המודעות לסוגיית תמיכה ויפתחו האשטאג משלהם ושיטות קידום למטרה שמעניינת אותם.

אקטיביזם באמצעות האשטאגים

חלק ראשון

ספר לתלמידים שלך

אנשים משתמשים לעתים קרובות בפלטפורמות סוציאליות של מדיה חברתית בקמפיינים של סינגור מסיבות שונות, אך הפלטפורמות האלה חולקות מאפיינים מסוימים. תכונה משותפת מועילה היא ההאשטאג. האשטאגים מאפשרים לנו להסב את תשומת הלב לרעיונות שלנו על ידי חיבור הפוסטים שלנו לפוסטים אחרים באותו נושא. לדוגמה, אילו רצינו לשתף סרטונים ממשחק הכדורגל האחרון שלנו שבו החלוץ כבש שלושער, היינו יכולים לכלול את ההאשטאגים "#כדורגל" ו"#שלושער" בתיאור הסרטון כדי לאפשר לאנשים אחרים שמחפשים סרטוני כדורגל לראות אותם. כך נוכל להגדיל את הסיכויים שצידי כישרונות מקצועיים בתחום הספורט יצפו בסרטונים שלנו.

האשטאגים מועילים במיוחד בפרויקטים של תמיכה במטרות. לדוגמה, לאחר ששוטר ירה בטרייבון מרטין בפלורידה, ארה"ב, כמה תומכים התחילו לכתוב פוסטים על יחסי גזע בארצות הברית ולכלול את ההאשטאג #BlackLivesMatter. ככל שהפופולריות של ההאשטאג הלכה וגברה, יותר ויותר אנשים ראו פוסטים על חוויותיהם האישיות של אנשים שאינם לבנים ועל מעורבותם עם המשטרה בארצות הברית כיום על ידי חיפוש ההאשטאג Black Lives Matter תנועת, החברתיות ברשתות אקטיביזם דרך "#BlackLivesMatter". התפתחה והפכה לתנועת סינגור חזקה הנתמכת על ידי אנשים רבי-עוצמה.

ההאשטאג הוא ביטוי חזק של המדיה החברתית בקנה מידה עולמי. כשארגון הטרור בוקו חראם חטף 276 נערות מבית הספר התיכון שלהן בצ'יבוק, ניגריה, אנשים בניגריה ניסו להעלות את המודעות לסוגיה במדיה החברתית על ידי פרסום תוכן מקוון עם ההאשטאג דעה ומובילי וידוענים העולם ברחבי תמיכה במהירות צבר הנושא "#BringBackOurGirls". רבים הביעו תמיכה במטרה.

יש דוגמאות נוספות רבות לשימוש בהאשטאגים לסינגור ברחבי העולם. לדוגמה, סטודנטים מקסיקנים השתמשו ב-"#YoSoy132" בבחירות לנשיאות בשנת 2012, סטודנטים בהונג-קונג התלכדו סביב ההאשטאג "#umbrellarevolution" במהלך מחאות הדמוקרטיה בשנת 2014, וסטודנטים בצ'ילה השתמשו ב-"#MovimientoEstudiantil" כדי לתמוך ברפורמה בחינוך.

כשאתה פועל למען מטרה, השימוש בהאשטאגים הוא דרך נהדרת להגיע לקהל עם הרעיונות שלך. בתרגיל הבא, נגלה את השימוש בהאשטאגים במדיה חברתית.

משימה

חלק ראשון

אינטראקציה בכיתה

חלק את המשתתפים לזוגות.

ספר לתלמידים שלך

בצוותים של שניים, מצאו האשטאג ששימש לאחרונה לקידום מטרה.

לאחר שתמצאו האשטאג, עיינו בשיחות שהתקיימו וערכו בצוות סיכום קצר של הנושאים שנדונו. בהמשך תציגו את הסיכום בפני שאר הקבוצה.

יעמדו לרשותכם 15 דקות כדי למצוא האשטאג וליצור סיכום.

אינטראקציה בכיתה

תן למשתתפים 15 דקות לעבודה. לאחר שסיימו, הקצה לכל זוג 15 דקות כדי להציג את הסיכום לקבוצה.

שאל את התלמידים שלך

איזה סוג תוכן משותף באמצעות ההאשטאגים?

האם מתקיימות שיחות דומות תחת ההאשטאגים השונים? מדוע לדעתך זה קורה/לא קורה?

האם נראה שחלק מההאשטאגים יעילים יותר (לדוגמה, יש סבירות גבוהה יותר שיפורסמו מחדש) בהשוואה לאחרים? אילו האשטאגים? למה?

חלק שני

ספר לתלמידים שלך

עכשיו, חשבו על סוגיה שחשובה לזוג ולאחר מכן:

1. צרו עבודה האשטאג.

2. עצבו תמונה, אינפוגרפיקה, מם, תרשים או גרף שמטרתם לקדם את ההאשטאג.

3. עם השותף שלך, דונו בדרכים שונות שבאמצעותן תוכלו להפיץ את ההאשטאג שלכם ברשת. אילו אסטרטגיות מצליחות למדנו מבדיקת האשטאגים אחרים?

יעמדו לרשותכם 30 דקות להשלמת התרגיל הזה.

אינטראקציה בכיתה

תן למשתתפים 30 דקות לביצוע התרגיל עם שותפיהם. לאחר מכן, הקצה לזוגות 20 דקות כדי לדון עם כלל הקבוצה בהאשטאג שלהם, בעזרים החזותיים הנלווים וברעיונות להפצת ההאשטאג.