

Emneknagger

Deltakerne vil lære hvordan emneknagger har bidratt til å promotere sosiale bevegelser. Deltakerne skal også identifisere hvordan emneknagger på sosiale medier kan bidra til å øke bevisstheten om en kampsak, og de skal utvikle sin egen emneknagg og egne metoder for å promotere en merkesak som interesserer dem.

Aktivismen ved bruk av emneknagger

Del én

Fortell elevene dine

Selv om enkeltpersoner ofte velger spesifikke sosiale medieplattformer til bestemte formål for sine påvirkningskampanjer, har disse plattformene enkelte egenskaper felles. Én nyttig funksjon de har felles, er emneknaggen. Med emneknagger kan vi rette oppmerksomheten mot våre ideer ved å koble innleggene våre til andre innlegg om samme emne. Hvis vi for eksempel ønsker å dele videoer fra den siste fotballkampen der spissen vår gjorde hat trick, kunne vi ta med «#fotball» og «#hatrick» i beskrivelsen av videoen, slik at andre som leter etter fotballvideoer, får se den. På denne måten øker vi sjansen for at profesjonelle talentspeidere kanskje ser videoene våre.

Emneknagger er spesielt nyttige for påvirknings- og støtteprosjekter. Etter at Trayvon Martin ble skutt av politiet i Florida i USA, begynte en rekke påvirkere å skrive innlegg om raseforhold i USA – innlegg med emneknaggen #BlackLivesMatter. Etter som emneknaggens popularitet økte, kunne flere og flere se innlegg om enkeltpersoners opplevelser som «person of color» og deres erfaringer med politiet i USA i dag, ved å søke etter «#BlackLivesMatter». Via aktivisme i sosiale medier har Black Lives Matter utviklet seg til en sterk støttebevegelse som har fått tilslutning fra mennesker med makt.

Emneknaggen er en effektiv form for sosialt medium i global skala. Da terroristorganisasjonen Boko Haram kidnappet 276 jenter fra skolen de gikk på i Chibok i Nigeria, forsøkte folk i Nigeria å øke oppmerksomheten rundt saken på sosiale medier ved å publisere innholdet på nettet med emneknaggen «#BringBackOurGirls». Saken oppnådde raskt et globalt omfang med blant annet støtte fra mektige kjendiser og offentlige personer.

Det finnes mange andre eksempler på bruk av emneknagger for å oppnå støtte for saker rundt om i verden. Under presidentvalget i 2012 brukte for eksempel mexikanske universitetsstudenter «#YoSoy132», under demokratiprotestene i 2014 sluttet Hongkongs universitetsstudenter opp om emneknaggen «#umbrellarevolution», og Chiles universitetsstudenter brukte «#MovimientoEstudiantil» for å kjempe for en utdanningsreform.

Når du kjemper for en sak, er bruk av emneknagger en fantastisk måte å nå ut til publikummet ditt på med ideene dine. I følgende øvelse skal vi utforske bruken av emneknagger på sosiale medier.

Oppgave

Del én

Klasseaktivitet

Organiser deltakerne i par.

Fortell elevene dine

Hvert lag skal så finne en emneknagg som nylig har blitt brukt til å promotere en merkesak.

Når dere har funnet en emneknagg, går dere gjennom samtalene som foregår rundt emneknaggen, og hvert lag lager et kort sammendrag av det som blir diskutert. Dette sammendraget skal fremføres for resten av gruppen.

Dere har 15 minutter på dere til å finne en emneknagg og lage et sammendrag.

Klasseaktivitet

Gi deltakerne 15 minutter til å arbeide. Når de er ferdige, gir du hvert lag 15 minutter til å fremføre sammendraget sitt for gruppen.

Spør elevene dine

Hvilken type innhold deles ved å bruke emneknagger?

Finnes det lignende samtaler for disse forskjellige emneknaggene? Hvorfor tror du dette skjer / ikke skjer?

Virker det som om noen emneknagger er mer effektive (dvs. er det større sannsynlighet for at de publiseres på nytt) enn andre? Hvilke? Hvorfor?

Del to

Fortell elevene dine

Nå skal dere finne frem til en merkesak som er viktig for laget, og gjøre følgende:

1. Opprett en emneknagg for saken.
2. Design et bilde, en informasjonsgrafikk, en meme, et diagram eller en graf for å promotere emneknaggen deres.
3. Sammen med partneren skal dere diskutere ulike måter dere kan spre

emneknaggen på via et nettverk. Fant vi noen gode strategier under vår undersøkelse av andre emneknagger?

Dere har 30 minutter til å fullføre denne øvelsen.

Klasseaktivitet

Gi deltakerne 30 minutter til å jobbe med øvelsen sammen med partneren sin. Etterpå får hvert lag 20 minutter der de sammen med resten av gruppen kan diskutere emneknaggen sin, visuelle effekter og ideer for å spre budskapet om emneknaggen.