

Hashtags

Deltagerne vil lære, hvordan hashtags kan være effektive i promoveringen af sociale bevægelser. Deltagerne vil også identificere, hvordan hashtags på sociale medier kan medvirke til at øge kendskabet til en sag, og de vil udvikle deres eget hashtag samt egne promoveringsmetoder for en sag, som interesserer dem.

Aktivismе ved hjælp af hashtags

Del 1

Fortæl dine studerende følgende

Der er ofte bestemte årsager til, at folk vælger at bruge et specifikt socialt medie i støttekampagner, men platformene har visse fælles karakteristika. En nyttig funktion, de har til fælles, er hashtagget. Hashtags giver os mulighed for at tiltrække andres opmærksomhed omkring vores ideer ved at knytte vores opslag til andre opslag om samme emne. Hvis vi f.eks. gerne vil dele videoer fra den seneste fodboldkamp, hvor vores angriber scorede hatrick, kan vi inkludere #fodbold og #hatrick i videoens beskrivelse for at gøre det muligt for andre, der leder efter fodboldvideoer, at se den. På denne måde kan vi øge chancerne for, at professionelle talentspejdere lægger mærke til vores videoer.

Hashtags er særligt nyttige til støtteprojekter. Efter Trayvon Martin blev skudt i Florida, USA, af en politibetjent, begyndte en række fortalere f.eks. at skrive opslag om racerelationer i USA, som brugte hashtagget #BlackLivesMatter. Hashtagget blev mere og mere populært og ved at søge efter #BlackLivesMatter kunne flere og flere se opslag om enkeltpersoners oplevelser som sorte og deres sammenstød med politiet i USA. Gennem aktivisme på sociale medier udviklede Black Lives Matter en stærk støttebevægelse, der blev hjulpet frem af betydningsfulde personer.

Hashtagget er en effektiv funktion på sociale medier verden over. Da terrororganisationen Boko Haram kidnappede 276 piger fra deres skole i Chibok i Nigeria, forsøgte folk i Nigeria at udbrede kendskabet til problemet på de sociale medier ved at lave onlineopslag med hashtagget #BringBackOurGirls. Problemet fik hurtigt støtte i hele verden, og indflydelsesrige berømt heder og offentlige personer støttede sagen.

Der er mange andre eksempler på brug af hashtags til støtte af en sag rundt omkring i verden. For eksempel brugte de mexicanske universitetsstuderende hashtagget #YoSoy132 ved præsidentvalget i 2012, de universitetsstuderende i Hongkong stod sammen omkring hashtagget #umbrellarevolution under demonstrationerne i 2014 og chilenske universitetsstuderende brugte #MovimientoEstudiantil til at kæmpe for en uddannelsesreform.

Når du kæmper for en sag, gør brugen af hashtags det nemmere at nå ud til en større målgruppe med dine ideer. I følgende opgave vil vi udforske brugen af hashtags på sociale medier.

Opgave

Del 1

Interaktion i klassen

Inddel deltagerne i par.

Fortæl dine studerende følgende

I skal parvis finde et hashtag, der for nylig er blevet brugt til at promovere en sag.

Når I har fundet et hashtag, skal I se på samtalerne om emnet og lave et kort resumé af debatten. I skal fremlægge resuméet mundtligt for resten af gruppen.

I har 15 minutter til at finde et hashtag og lave et resumé.

Interaktion i klassen

Giv deltagerne 15 minutter til at arbejde i. Når de er færdige, afsætter du 15 minutter til, at hvert par kan fremlægge deres resumé for gruppen.

Spørg dine studerende om følgende

Hvilken slags indhold deles ved hjælp af hashtags?

Findes der lignende samtaler med andre hashtags? Hvorfor tror I, at dette sker/ikke sker?

Virker nogen hashtags til at være mere effektive (f.eks. blive genopslået oftere) end andre? Hvilke? Hvorfor?

Del 2

Fortæl dine studerende følgende

Nu skal I tænke på en sag, som betyder noget for jeres par, og I skal:

1. lave et hashtag til den.
2. designe et billede, en infografik, et meme, et diagram eller en graf til at promovere jeres hashtag.
3. tale med jeres partner om forskellige måder, hashtagget kan udbredes på via et netværk. Hvilke succesrige strategier har vi set, da vi undersøgte andre hashtags?

I har 30 minutter til at færdiggøre opgaven.

Interaktion i klassen

Giv deltagerne 30 minutter til at lave denne opgave med deres partner. Giv efterfølgende 20 minutter til, at parrene kan tale med den store gruppe om deres hashtag, visuelle materialer og ideer til at udbrede hashtagget.