

## Hashtagy

Účastníci se dozví, jak efektivní jsou hashtagy ve spojitosti s podporou sociálních hnutí. Účastníci také zjistí, jak mohou hashtagy v sociálních médiích pomoci zvýšit povědomí o propagaci iniciativ, a vymyslí svůj vlastní hashtag a způsoby propagace určitého účelu, který jim je blízký.

# Aktivismus s využitím hashtagů

## 1. část

### Řekněte studentům

Přestože jednotlivci často používají k podpoře iniciativ z určitých důvodů konkrétní platformy sociálních médií, tyto platformy mají určité společné rysy. Jedním z nich je právě hashtag. Hashtagy umožňují přilákat pozornost k našim myšlenkám, a to tak, že spojují naše příspěvky s jinými příspěvky na stejné téma. Pokud například chceme sdílet videa z posledního fotbalového zápasu, při kterém útočník předvedl hattrick, můžeme do popisu videa uvést „#fotbal“ a „#hattrick“. Umožníme tak i jiným lidem, kteří hledají videa na téma fotbal, aby si video zobrazili. Tímto způsobem navíc můžeme zvýšit pravděpodobnost, že naše videa zhlédnou profesionální sportovní skauti.

Hashtagy jsou obzvlášť užitečné při projektech podporujících určitou iniciativu. Když například na Floridě v USA došlo ke střelbě, při které vinou policisty zemřel chlapec jménem Trayvon Martin, spousta lidí začalo psát příspěvky na téma rasových vztahů ve Spojených státech, ke kterým přidávali hashtag #BlackLivesMatter. Díky narůstající popularitě hashtagů si mohlo čím dál víc lidí prohlížet příspěvky s osobními zkušenostmi z běžného života Afroameričanů a příspěvky o jejich vztazích s policií ve Spojených státech. Stačilo vyhledat „#BlackLivesMatter“. Díky aktivitě na sociálních médiích se z výrazu „Black Lives Matter“ („na životech černých záležití“) stalo silné hnutí, které získalo podporu vlivných lidí.

Hashtag je prvek sociálních médií, který je účinný v globálním měřítku. Když teroristická organizace Boko Haram unesla 276 dívek ze střední školy v Chiboku v Nigérii, snažili se lidé v Nigérii zvýšit povědomí o tomto problému na sociálních médiích tak, že na internetu zveřejňovali obsah s hashtagem „#BringBackOurGirls“ („vraťte nám naše dívky“). Tato problematika rychle vyvolala celosvětový zájem a vlivné celebrity a veřejně známé osobnosti jí vyjádřily svoji podporu.

Existuje mnoho dalších příkladů toho, jak hashtagy používat ve spojitosti s propagací iniciativ po celém světě. Například studenti univerzity v Mexiku používali během prezidentských voleb v roce 2012 hashtag „#YoSoy132“, studenti univerzity v Hongkongu se během prodemokratických demonstrací v roce 2014 spojili pod hashtagem „#umbrellarevolution“ a studenti z univerzity v Chile používali hashtag „#MovimientoEstudiantil“ k obhajobě vzdělávací reformy.

Když propagujete nějakou iniciativu, použití hashtagů je skvělý způsob, jak můžete svými myšlenkami oslovit okruh uživatelů. V následujícím cvičení prozkoumáme použití hashtagů v sociálních médiích.

# Zadání

## 1. část

### Interakce ve třídě

Rozdělte účastníky do dvojic.

### Řekněte studentům

Ve dvojicích najděte hashtag, který byl nedávnou použitý k podpoře určitého účelu.

Až takový hashtag najdete, podívejte se, jakou diskuzi to vyvolává. V rámci týmu stručně shrňte, o čem se diskutuje. Toto shrnutí potom ústně přednesete zbytku skupiny.

Na nalezení hashtagu a shrnutí budete mít 15 minut.

### Interakce ve třídě

Dejte účastníkům na práci 15 minut. Až budou hotoví, dejte každé dvojici 15 minut, aby shrnutí přednesla zbytku skupiny.

### Zeptejte se studentů

Jaký obsah se sdílí pomocí hashtagů?

Najdeme u různých hashtagů podobné konverzace? Proč myslíte, že tomu tak je?

Jsou některé hashtagy efektivnější (tj. je pravděpodobnější, že budou znovu zveřejněné) než jiné? Které konkrétně? Proč?

## 2. část

### Řekněte studentům

Teď se zamyslete, jaká problematika je pro vaši dvojici důležitá a:

1. Vytvořte pro ni hashtag.
2. Vytvořte obrázek, infografiku, mém, tabulku nebo graf, kterými svůj hashtag podpoříte.
3. Proberte se svým partnerem různé způsoby, kterými můžete svůj hashtag na síti šířit. Jaké úspěšné strategie jsme odhalili při zkoumání jiných hashtagů?

K dokončení tohoto cvičení budete mít 30 minut.

### **Interakce ve třídě**

Dejte účastníkům 30 minut na to, aby se do tohoto cvičení se svým partnerem zapojili. Potom dejte dvojicím 20 minut na to, aby se zbytkem skupiny prodiskutovaly svůj hashtag (doplňný o vizuální stránku) a nápady na rozšíření hashtagu na síti.