

Hvad kommunikerer vi på de sociale medier og hvornår?

CULINN OG SOCIALE MEDIER




CULINN projektet har et stort fokus på videndeling i forhold til at fastholde processen og den viden, der udvikles gennem de innovative forløb. Både i forhold til de deltagende partnere i projektet, flygtningene og en bredere kreds af interessenter vil videndelingen blive designet, så der er størst mulig transparens i de dele af projektet, som har indflydelse på, hvordan de deltagende kulturinstitutioner tilrettelægger deres del af projektet.


Videndelingen vil foregå løbende på møder i forskellige konstellationer, gennem en række seminarer, artikler, video pod-casts - og via de sociale medier. På de sociale medier er det særligt vigtigt at videndelingen sker i øjenhøjde og i et sprog som både er præcist, let at forstå og let at kommunikere til de forskellige målgrupper.


I CULINN vil vi særligt anbefale at der arbejdes med en lille håndfuld forskellige sociale medier, fordi de hver i sær kan noget særligt i forhold til at kommunikere projektets indhold, erfaringer og metoder.

De sociale medie platforme vi vil anbefale er:

 Facebook: Som er det suverænt største sociale medie i Danmark og det langt hovedparten af de deltagende partnere enten professionelt og/eller privat er vant til at benytte. Facebook har den fordel at det er operativt og meget brugervenligt og kompatibelt med såvel YouTube og Instagram.

 Instagram: Er tilsvarende det mest udbredte billeddomæne på internettet, hvor billeder kan uploades, kommenteres på og knyttes til en lang række andre medier gennem afsendernes @ og billedernes rubricering under forskellige hashtags #. På den måde kan billeder og videoer spredes til Twitter, Pinterest og lignende sider.

 WhatsApp: Er det mest udbredte sociale medie i den arabisktalende verden – og dermed det medium langt hovedparten af projektets målgruppe er mest trygge i forhold til. Som platform er der nogle kommunikative begrænsninger i forhold til at nå bredt ud med information. Til gængæld er mediet uovertruffet til lukkede og semi-åbne chat forums og til sikker billeddeling.

 Snapchat: Som medie er Snapchat hurtigt, flygtigt, en 'appetizer', en smagsprøve eller et stemningsbillede, som kan give lyst til mere. På den måde kan Snapchat pege på de andre platforme og give både deltagere og interesserede et hint om, hvor der er mere information at hente.

På de følgende sider giver vi dig lidt hjælp til at sondre mellem mulighederne på de forskellige platforme.

GENERELT

Når vi arbejder med sociale medier som en måde til at skabe en flerstemmig inddragelse i CULINN projektet, så er der en række overvejelser og anbefalinger, det kan være værd at tænke over:

- Tænk I billeder frem for skrift, billedet er fri for sprog og gør det lettere at "snakke" sammen på tværs
- Når der knyttes en tekst til et opslag obs. på at skrive det både på dansk, engelsk og arabisk (hvis muligt, kan der være en tolk med, som oversætter opslag løbende → meget ressourcekrævende)
- Forsøg på så tidligt et stadie som muligt at inddrage slutbrugerne. Inkluder evt. folk fra frivillige netværk som Frivillignet, Venligboerne, Welcome House el. lign. til at bistå jer i udviklingen af jeres specifikke lokale formidlingsstrategi.
- Stil åbne spørgsmål på de sociale medier, som brugerne kan besvare gennem lyd, billeder og tekst (og som derfor gør det lettere at tage del i projektet, fordi der er noget konkret at tage fat på og del i)
 - F.eks: Hvad er medborgerskab for dig? Beskriv medborgerskab med et billede/tre ord/10 sekunders lyd? Hvornår føler du dig som medborger? Hvad er forskellen mellem aktivt og passivt medborgerskab? Hvad skal der til for at du føler dig som en medborger (i Danmark)? Hvordan kan medborgerskab komme til udtryk? Hvornår er man medborger? Hvordan bliver man medborger? Hvad kan udfordringerne være ved medborgerskab? Hvem er din medborger?

WHATSAPP

Med WhatsApp er der:

- Mulighed for at lave et åbent chat-forum, hvor man kan inviteres ind i gruppen og dele billeder, små videoer og lydbidder (kan måske være et forum, hvor man kan hoppe ind og komme med sit input ift. hvad man selv forbinder med begrebet "medborgerskab" - evt. også i relation til Danmark og også der, hvor man har rødder, hvis man har flere nationaliteter, og hvordan der er ligheder/forskelle mellem forskellige krav og forståelser ift. medborgerskab ved forskellige lokale kontekster)
 - → ville også fungere godt som dokumentation til den endelige rapport
- Mulighed for at lave en lukket gruppe for partnere, hvor man løbende opdateres på de andres arbejdsproces og deler umiddelbare ideer, tanker, udfordringer etc.
 - → OBS: Whatsapp kan hurtigt komme til at svømme over med beskeder og notifikationer

FACEBOOK

Med Facebook foreslår vi følgende:

- Lav video-opslag hvor forskellige personligheder på (fx) max 30 sekunder beskriver deres forståelse af "medborgerskab" (kan både være kendte og ukendte ansigter, men med en mangfoldig baggrund og bosat forskellige steder i Danmark, og som kan afføde inspiration hos dem, der følger opslagene, f.eks. En kioskejer fra Glostrup, en frisør fra indre København, en bager fra Nordvest, en buschauffør fra 5A, en bådebygger fra Århus, en uni-studerende fra SDU, en folkeskoleelev fra Skanderborg
 - → OBS på at repræsentationen af de forskellige mennesker ikke bliver stigmatiserende, OG at udtalelserne kan afføde en konstruktiv debat)
- Lav opslag der fortæller om det danske begreb "medborgerskab", ift. historisk kontekstualisering OG hvor svært det er at oversætte dette begreb
- Lav i den forbindelse også et opslag om det arabiske begreb "Muwaatinia" og hvad der forstås ved dette



- → i den forbindelse kan følgere også kommentere på, hvad de forstår ved begrebet "muwaatinia" og hvordan det adskiller sig/lægger sig opad den enkelte persons forståelse af begrebet "medborgerskab", - indbyd evt. til konkrete eksempler ved den enkeltes udsagn
- Lav opslag, der forklarer, hvordan man som nyankommet i Danmark, skal underskrive en "medborgerskabskontrakt"
 - → læg op til debat iff. til dette og få evt. enkeltpersoner til at kommentere på dette - både nogle som har underskrevet sådan en kontrakt, og andre som ikke har, da de er født og opvokset i Danmark



INSTAGRAM

På Instagram foreslår vi at arbejde med:

- Hashtags (#CULINN, #together, #muwaatinia, #citizenship, #medborger, #sawasawa, #dinmedborger #medborgerskab...)
- Billeder både fra brugere som bidrager med umiddelbare input fra deres hverdag iff. oplevelser og tanker i relation til begrebet "medborgerskab" OG fra deltagende partnere, som dokumenterer deres arbejde undervejs, og som dermed giver et transparent billede af arbejdsprocessen med CULINN projektet til interesserede følgere
- Små videoer og lignende kan også med fordel distribueres via forskellige hashtags for på den måde at få et kategoriseret bibliotek af relevante film og billeder, som er let at navigere i
- Alle gode billeder og film kan med de deltagendes godkendelse lægges op på projektets Facebook side.



SNAPCHAT

På Snapchat kan man arbejde med:

- Snaps fra hverdagen, hvor den enkelte på den ene eller anden måde har en oplevelse af "medborgerskab" (evt. også mangel på samme?)
- Snaps både fra brugere iff. oplevelser og tanker i relation til begrebet "medborgerskab" OG fra deltagende partnere, som dokumenterer deres arbejde undervejs, og som dermed giver et transparent billede af arbejdsprocessen med CULINN projektet til interesserede følgere

Vi har lavet 7 simple dogme regler, som sikrer at alle kan være med:

1. Alle kan tage del; projektet er baseret på at brugerne er med til at forme projektet
2. Opslagene kan både tjene som kanal for at lufte sine tanker og til at afføde inspiration hos andre
3. Lydfiler må max være mellem 30 - 45 sek.
4. Video-opslag må max være 2 min. 30 sek.
5. Alle opslag skal have en relation til "medborgerskab", kan være iff. egne tanker, andres udsagn, personlige oplevelser, politiske diskussioner eller tidligere opslag (OBS på at der er en eller anden form for filter lokalt, så en diskussion el.lign. ikke løber løbsk)
6. Der skal være en person som holder øje med de sociale medier undervejs i forløbet, så de ikke løber over styr og tager en negativ og ekskluderende retning. Hver partner udpeger en til at være i dialog med CKI om dette.
7. Det er OK at være politisk samt kritisk og beskrive komplikationer ved at skulle indgå et "medborgerskab" i Danmark – dette kan bidrage til fordybende indsigter for projektets udvikling og for dem, som følger med i projektet (OBS på at vinkle kritikken på en konstruktiv måde som kan afføde en inkluderende og indsigtsfuld debat)

God fornøjelse

Sofie Bervild & Niels Righolt

7. marts 2017

