

Uppgift 10: Kommunicera din idé - online

1) Skapa en hemsida, blogg eller en annan digital resurs som kommunicerar ditt projekt eller din idé. (Med "digital resurs" menar vi en film, en facebook-sida/grupp eller liknande)

Om du redan har en sida/resurs kan du istället utveckla eller förändra med nytt innehåll eller nya funktioner.

Använd i första hand uppgiften för att skapa saker i praktiken. Om du inte har möjlighet att arbeta med riktiga resurser kan du istället beskriva och skissa det du skulle vilja skapa.

Omfattning: I relation till behoven i ditt projekt/din idé.

Inlämning: 3 april. Med inlägg i forumet för uppgiften.

- Skriv en kort kommentar som introducerar det du har skapat. Berätta om det är något man ska tänka på som mottagare, eller om det är någon fråga du vill ha feedback på.
- Länka till din sida/resurs. Om du behöver ladda upp en fil kan du göra det på kursens plattform, och länka dit. August kan assistera!

2) Feedback

En indelning i grupper för kommentarer presenteras tisdagen 4 april.

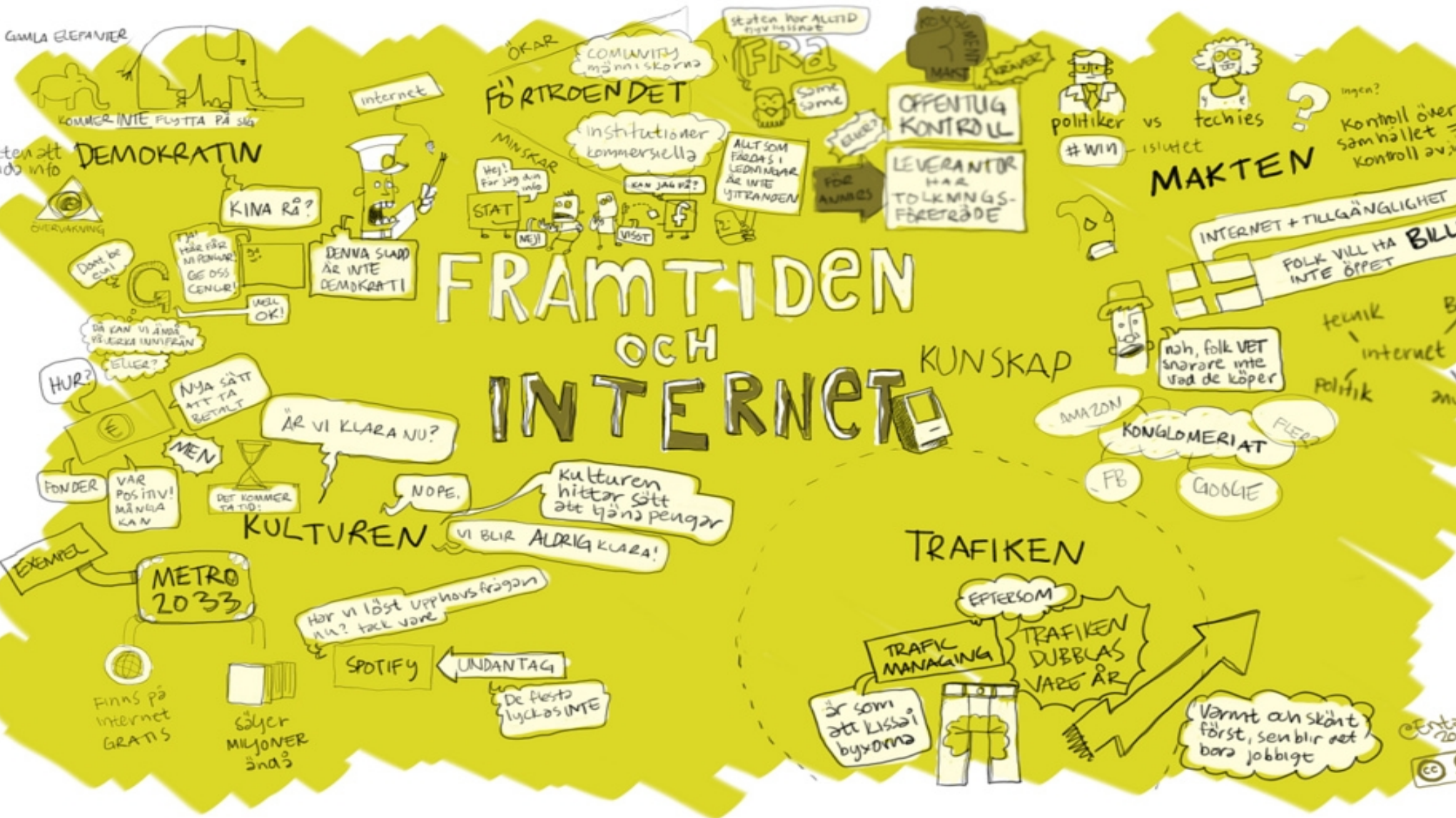
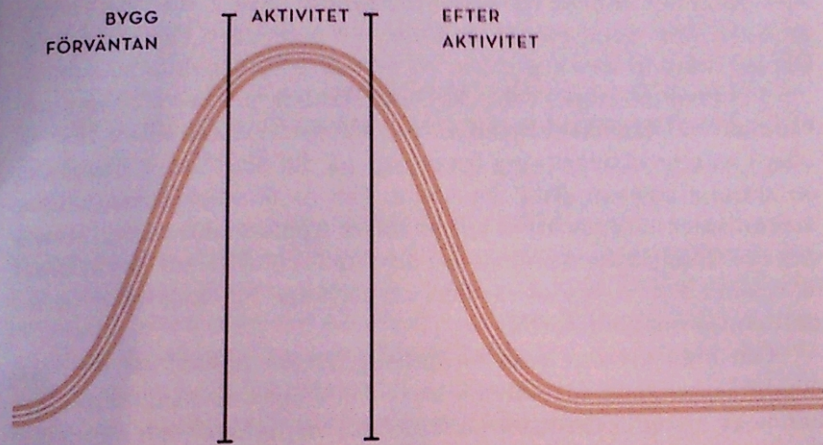


Foto: CC-BY-SA entapir <http://www.flickr.com/photos/inkninja/>

FIG II

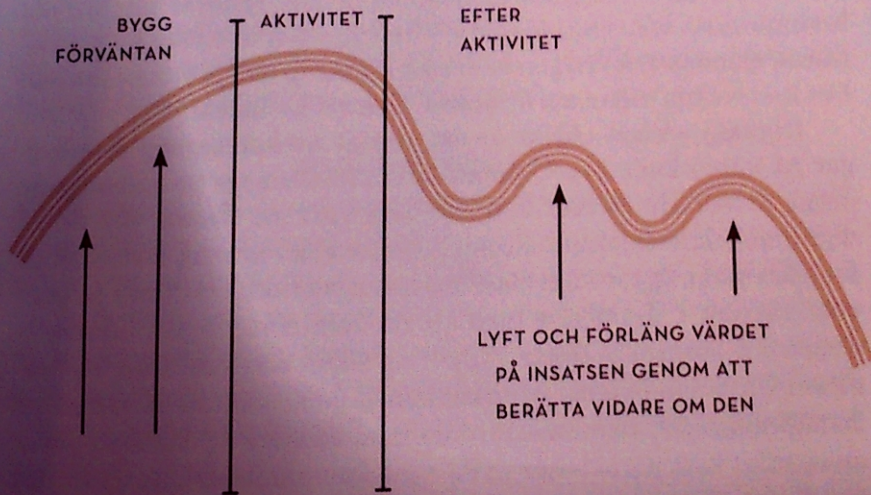
KOMMUNIKATIONSINSATS 1.0



»GILLA!«, BRIT STAKSTON, 2011

FIG III

KOMMUNIKATIONSINSATS 2.0



COLLEGE



A4



70



70g

Ur "Gilla! – dela engagemang, passion och idéer via sociala medier"
Brit Stakston, 2012.
Idealistas förlag.

Kommunicera och involvera?

- **Sparad energi blir till pizza**

Lekfullt kampanjande i en förort till Köpenhamn när företaget Vestforbrænding bad en kommunikationsbyrå om hjälp med att öka medvetenheten om energibesparingar: <http://www.youtube.com/watch?v=8SRYzQnCSSk>



Kommunicera och involvera?

- **Somebody App - A messaging service**

Appen där meddelandet framförs muntligt och live, av någon annan än du själv...

somebodyapp.com

<https://youtu.be/iz13HMsvb6o>



Kommunicera och involvera?

- Bikes vs. Cars

Dokumentärfilm → crowdfunding-kampanj → app → en rörelse

Tydligt arbete med involvering genom processen med att skapa filmen. Lansering av ny app i samband med filmens premiär.

Ny dokumentärfilm med crowdfunding-kampanj lanseras 14 mars 2017: "Dead Donkeys Fear No Hyenas"

Kickstarter-kampanjen hösten 2013:

<https://www.kickstarter.com/projects/fredrik-gertten/bikes-vs-cars-we-are-many>

Appen: <http://www.bikes-vs-cars.com/app>



**Don't worry about tools - the two most important ones
are always with you, your head and your heart.**

Evonne Benedict, @evonnebenedict

Verktygen: Möjligheter att väva ihop olika digitala resurser

Olika funktioner – kopplade till samma projekt



Dela bilder genom Instagram / Pinterest / Flickr



Videoklipp genom Youtube / Vimeo



Snapchat: Dela uppdateringar, bilder. Nätverkande.



Twitter för att följa intressanta personer/verksamheter och själv sprida uppdateringar eller kommentera



Facebook: Nätverkande, annonsering, events



Blogg/hemsida genom t ex Wordpress / Tumblr



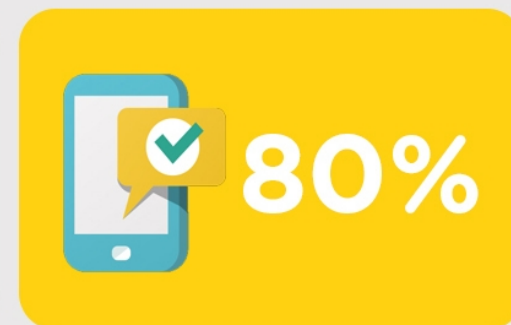
”If this then that” eller ”Hootsuite” – tjänster som kopplar ihop olika resurser, och automatiskt gör saker i ditt ställe.

Strategi för valet av kommunikation?

- Vilket eller vilka budskap vill vi arbeta med, utifrån verksamhetens vision/mål?
- Vilka kanaler vill vi finnas i och varför?
- Vilken form, ton, tilltal?
- Tidsperspektiv och ambitionsnivå, när ska kommunikationsinsatser ske och hur ofta?
- Hur följer vi upp och utvecklar?



51% of Instagram users access the platform daily, and 35% say they look at the platform several times per day.



Almost 80% of time spent on social media platforms happens on mobile.



Over 400 million snaps are shared on Snapchat per day, and almost 9,000 photos are shared every second.

Bild: <https://blog.red-website-design.co.uk/2017/01/10/32-stats-guide-social-media-marketing-strategy-2017-infographic/>

(Länk: Ett exempel på kommunikationsplan)

Hemsidor/bloggar: Wordpress, Tumblr ...

- Ett snabbt sätt att skapa en snygg och funktionell sida - två av de mest populära verktygen:

- **Wordpress.com** / .org

- **Tumblr.com**

- *Fatta-kampanjens hemsida* - som använder wordpress

- Tre andra exempel på tjänster för att skapa en egen sida:

Strikingly.com // Weebly.com //
Squarespace.com (kostar)

FATTA MAN avslutningskonferens + fest 10 mars!

🕒 30 januari, 2017 📍 Event, Fatta Man 🧑 Svante



- *Boodla*, lekfullt illustrerat
- *Stoptellingwomentosmile*, avskalat, video på förstasidan
- *Nifty Jeans*, produktfokus, känsla/identitet

STOP TELLING
WOMEN
TO SMILE

[About](#) [Press](#) [Contact](#) [Blog](#) [Shop](#)



STOP TELLING
WOMEN
TO SMILE



Hemsidor/bloggar
– stil och form?





Alexandra Muresan: *The Paper Pie Chart*; various paper products such as tissue, cardboard, writing paper, and newsprint are used in corresponding amounts to make a pie chart representing the breakdown of paper production in the United States in 2000

Infografik

Visual Storytelling: New Language for the Information Age

Piktochart - verktyg för att själv skapa infografik: piktochart.com

Visuellt berättande

Bilder online: *Instagram* eller *Flickr* eller *Picasa* eller *Pinterest*

- Instagram, snabbt och socialt delande.
- Flickr är en plattform för att skapa bildarkiv. Smarta funktioner för att automatiskt få bilder i olika storlekar och för att skapa bildspel.
- Picasa är Google:s alternativ.
- Pinterest, samlar på bilder, organisera dem och dela egna. Länk till artikel: "Pinterest som marknadsföringskanal"

"Visionen var att skapa ett demokratiserande verktyg"

Publicerad 2012-02-24 07:39

Video: Vimeo
eller Youtube
Sända live:
Bambuser,
Facebook,
Youtube

- "4 steg hur du lyckas med Facebook Live – från mobil till studio"

Intro till livesändning på facebook



Foto: Peter Claesson

Sponsrade länkar

Upproret i Egypten innebar genombrottet för Bambuser. Nu är videotjänsten ett av de viktigaste

Fakturering
Vänd dig till Drakoh vi har

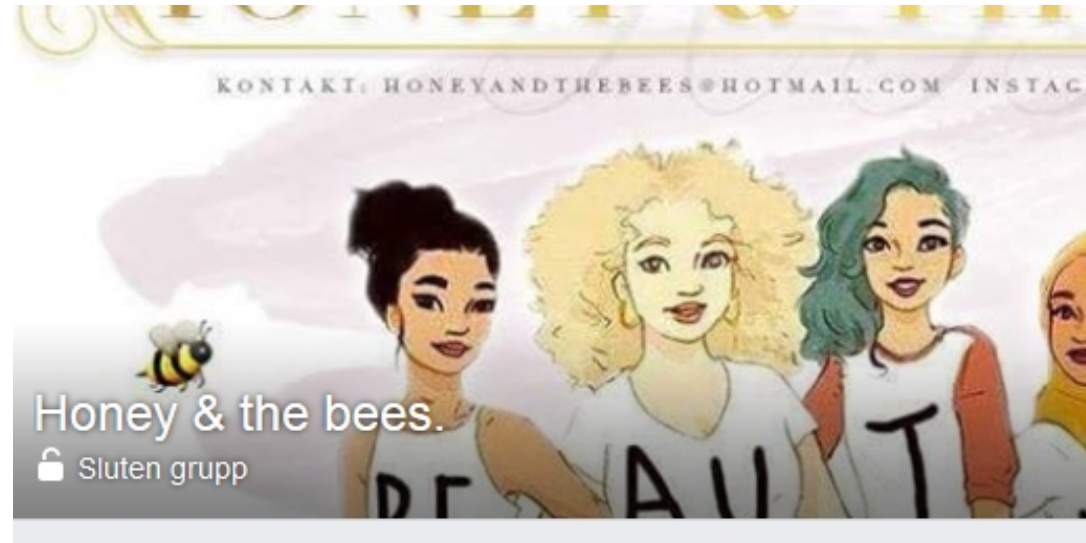
"Företaget som står bakom tjänsten startades 2007 av Måns Adler och fick sitt stora internationella genombrott förra året, när egyptiska aktivister började använda tjänsten för att sända ut bilder från demonstrationerna och regimens försök att stoppa revolutionen.

– Valsöndagen 28 november 2010 såg vi en fördubbling av videor som laddades upp och tiotusentals kom från Egypten. Det var ett sätt för folk att själva monitorera det val där internationella valobservatörer inte tilläts komma in i landet." [Länk till artikel](#)

Facebook

- Skapa en sida och låt sympatisörer "gilla".
- Skapa en grupp för involverade.
- Skapa evenemang som person eller med en sida som arrangör, bjud in!
- Prova att annonsera för att nå fler

- Lyssna, intervju med Lina Taha:
"Facebookgruppen utan hat och hot"
(Medierna i P1, 5 december 2016)
- Artikel med perspektiv och förslag till förhållningssätt:
"Five social media tips for social entrepreneurs"



Gå med i den här gruppen om du vill se diskussioner, inlägg och kommentarer.

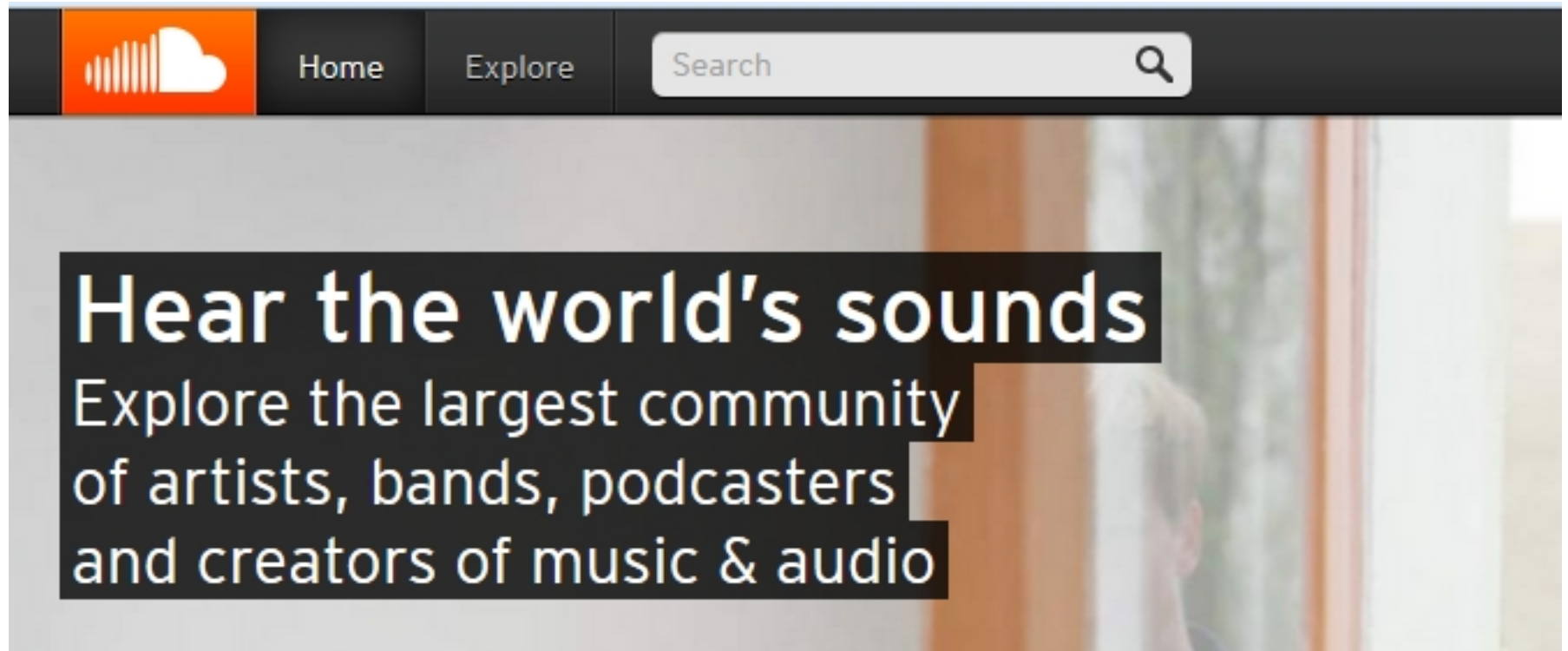
[+ Gå med i grupp](#)

Medlemmar (103 460)

[Visa alla](#)

Ljud eller musik: *Soundcloud* eller ...

- Soundcloud.com är en tjänst för att ladda upp och dela ljudinspelningar/musik. En liknande tjänst är mixcloud.com

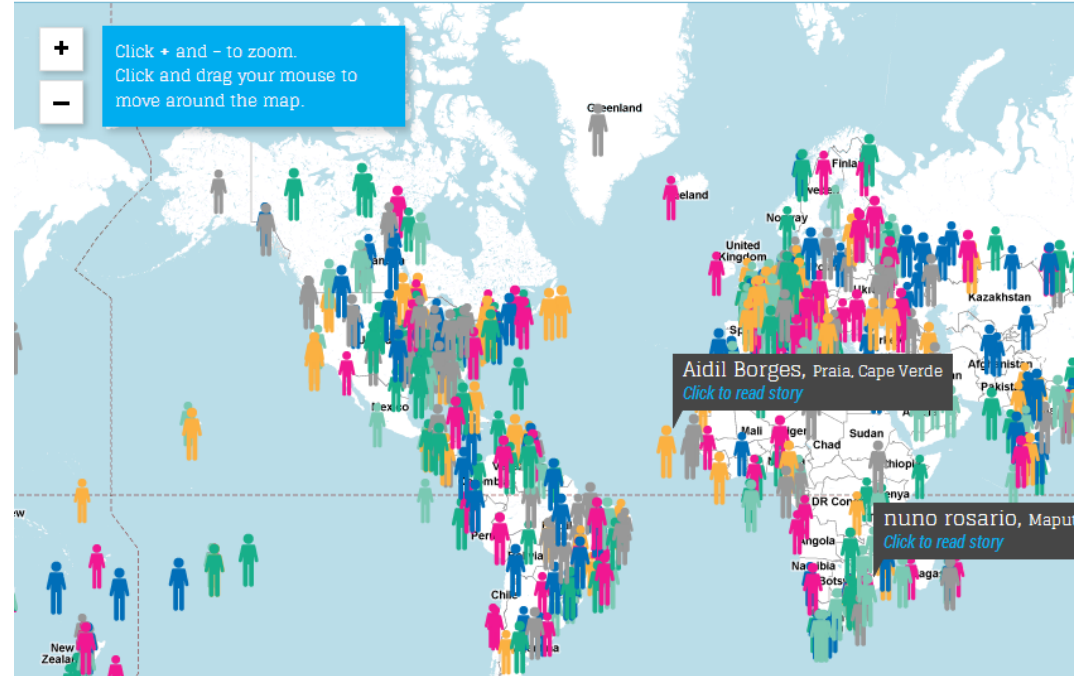


Aktivism online – exempel: *Min Kampanj*, *Avaaz*, *Change.org*, *Thunderclap*

- Skapa upprop som är lätta att ansluta sig till och sprida.
- Thunderclap: När tillräckligt många har anslutit sig skickas budskapet ut som facebook-inlägg eller tweets.

AVAAZ.ORG
THE WORLD IN ACTION

Stories of Us
Celebrating 20 Million Avaaz Members

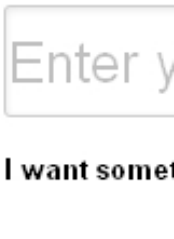


**THUNDERCLAP
AMPLIFIES YOUR
MESSAGE WITH THE
POWER OF THE CROWD**

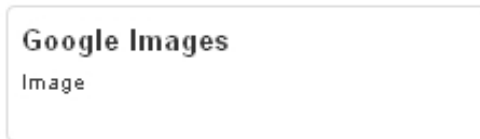
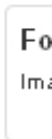


Creative Commons

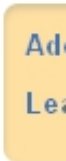
- Skapades 2001 för att möjliggöra skapare att dela verk – och låta andra använda dem!
- Sök upp material från andra, eller ge ditt material en licens
- *Intro i video - länk*
- Bilder: Sök på flickr (klicka i creative commons)
- Musik: Sök på *soundcloud* eller *jamendo*
- Creative Commons söksida: search.creativecommons.org
- *Creative Commons Sverige*



Search using:



Please note that search.creativecommons.org is *not a search engine*, but rather offers convenient access to search services provided by other independent organizations. CC has no control over the results that are returned. *Do not assume that the results displayed in this search portal are under a CC license.* You should always verify that the work is actually under a CC license by following the link. Since there is no registration to use a CC license, CC has no way to determine what has and hasn't been placed under the terms of a CC



Aktivistgrupp lurade Mediesverige

Hemliga dokument om vapenaffärer riskerade att läcka ut sedan fredsaktivister gjort intrång på kontoret hos Inspektionen för strategiska produkter. Det berättade medier på onsdagsmorgonen. Men nyheten var fejkad, iscensatt av en ny aktivistgrupp.

TT lurades att kabla ut en fejkad nyhet i dag. På onsdagsmorgonen fick nyhetsbyrån ett pressmeddelande som verkade komma från Inspektionen för strategiska produkter, ISP. I det stod att polisen avhyst en grupp aktivister som tagit sig in på myndighetens kontor i syfte att komma över sekretessbelagda dokument om internationella vapenaffärer. Det fanns ett telefonnummer till generaldirektören Christer Ahlström, som bekräftade historien för TT.

Ett telegram gick ut och flera medier publicerade nyheten. Men det var en bluff. Nystartade Aktivistgruppen Yes Men Sverige låg bakom det fejkade pressmeddelandet och medlemmen Pelle Sunvinsson utgav sig i telefon för att vara Christer Ahlström.

– Viktigast är att vi vill få upp frågan om vapenexporten till någon slags allmän diskussion. Eftersom den inte kommer upp får vi kupa in den. Vi vill också belysa att dagens mediesituation inte är hållbar. Det verkar som att möjligheterna för någon sorts grävande journalistik och förklarande reportage är väldigt små, och då blir det så här, säger Pelle Sunvinsson, som också är med i fredsnätverket Ofog.

PR och pressutskick

- *Artikel – länk: "Hur man skriver ett pressmeddelande"*
- *Westanders pr-handbok. Länk till westander.se*
- *MethodKit, pr-mall. Länk till trello.com*

Artikel - länk: "Aktivistgrupp lurade Mediesverige"

9 tips for social entrepreneurs who want to tell stories of social change

Nelson Vinod Moses | December 07, 2013 at 10:15 pm

54 15 36 0 3 Like Tweet +1 Share Share



- Artikel: Nio tips för att skapa en historia

”The message is loud and clear. All organizations that need to reach out to an audience need to be able to tell a compelling tale. Just sharing data or putting a press release does not cut it anymore. Most social enterprises have intriguing stories to share /.../”

Länk till social.yourstory.com

Tillbaka till lägerelden: Vilka historier vill du berätta?

- Sex förslag på olika typer av berättelser från Start some good (crowdfunding-plattform)

”What’s the story you’re telling about your vision of the future and how do you think we can get there? How do you articulate your work, place it in a broader social change context and inspire us to want to contribute? /.../”

<http://tumblr.co/ZPkp1yZFPRHA>



Möjligheter?

Med utgångspunkt i idén

Hur kan kommunikationen vara ett verktyg eller stöd i det vi vill göra? Vilken berättelse är viktig att nå ut med?

Skapa insyn i en pågående process för att öka intresse och kännedom.

Berätta genom bild, video och ljud. Sinnliga upplevelser.

Möjlighet till deltagande och interaktion med många fler än de som ingår i till exempel en projektgrupp.

Nå ut till intresserade som annars inte hade hört talas om verksamheten.

Nätverkande: Skapa, behålla och utveckla kontakter.