



Sociala medier

25 oktober 2021

Ulla Persson

Sociala medier

- Det här är sociala medier
- Bakgrund
- De vanligaste kanalerna
- Så här fungerar de olika kanalerna
- Statistik
- För- och nackdelar
- Att tänka på
- Nya yrkesgrupper har skapats

Det här är sociala medier

Sociala medier är ett samlat begrepp för kommunikationskanaler som tillåter användare att kommunicera direkt med varandra genom exempelvis text, bild eller ljud.

Till skillnad från vanliga massmedier bygger sociala medier på ett innehåll som **produceras av dem som använder dem.**

Bakgrund

I slutet av 90-talet började olika publiceringssystem och t ex Wordpress lanserades.

Runt 2005 blev bloggen, eller nätdagboken, en maktfaktor. Via olika diskussionforum, communities, chattar och bloggar formades det som vi i dag kallar sociala medier.

Först 2011 var året då de sociala medierna på allvar slog igenom i de traditionella medierna.





Facebook



Instagram



Youtube



Teams



Snapchat



Linkedin



Messenger



Pinterest



TikTok



Twitter



Whatsapp



Bloggar

Mer om olika kanaler



Facebook

Den absolut största kanalen bland **sociala medier** – 76 % av internetanvändarna i Sverige är redan anslutna och 53 % av oss använder Facebook varje dag.

Lanserades av Mark Zuckerberg 2004 som TheFacebook, avsett för studenter vid Harvard, blev snabbt marknadsförd över hela världen som Facebook.

Facebook och dess grundare har på senare tid fått en mängd kritik då de har sålt vidare information om sina användare till företag som har arbetat med riktad reklam.



Messenger

Kopplat till Facebook, kräver numera ett facebook-konto.

Så här används kanalen



Facebook

Med Facebook kan du hålla kontakt med vänner, bekanta och familj även om ni bor långt ifrån varandra.

Du kan gå med i grupper där dina intressen diskuteras och du kan följa – och föra dialog med – företag, föreningar, tidningar och organisationer som du vill få information ifrån.



Messenger

Med Messenger kan du umgås digitalt med nära och kära!

Du kan skicka meddelanden och bilder men även ringa över internetuppkopplingen istället för mobilnätet. Du kan ha både röstsamtal och videosamtal.

Mer om olika kanaler



Instagram

Instagram är en gratis mobilapp för foto- och filmdelning som lanserades 2010. Sedan 2012 ägs **Instagram** av Facebook.

Med **Instagram** kan du ta bilder, justera dem med olika filter och dela med dig av dem på olika sociala medier.



Pinterest

Pinterest kan beskrivas som den digitala versionen av att sitta och bläddra i inspirerande magasin om t.ex. inredning, mode, recept och klippa ut allt du gillar och sätta in det i en pärm eller i en scrapbook. Dessutom välorganiserat under olika flikar med tydliga teman.

Det kan även jämföras med att inför ett projekt göra en moodboard där du letar bilder, artiklar, typografi eller vad som helst och sätter ihop detta på en stor anslagstavla för att ge en visualisering av de känslor och tankar du har inför projektet.

Så här används kanalen



Instagram

Varje gång du öppnar och laddar Instagram kommer du automatiskt till ditt nyhetsflöde, som är fyllt med foton och videor från personer du valde att följa på Instagram. du kan dubbelklicka på deras foton eller videor för att gilla dem; Du kan trycka på chattbubbla under deras foton för att lämna en kommentar, och du kan direktmeddelanden till dem. (För att dirigera meddelanden till någon, tryck på pilikonen bredvid chattbubbla-ikonen.) Du kan också tagga personer i foton, svara på kommentarer med taggar och lägga till och använda hashtags över Instagram.

Längst ner i hela appen finns ett menyfält det är där direktmeddelanden kan hittas, plus en snabbänk till IGTV, Instagrams fristående tjänst för videor i längre form.

När det gäller menyraden har den fem flikar: Hem, Sök / upptäckt, kamera / uppladdning, aktivitet och profil.



Pinterest

I ditt startflöde s k hittar du förslag på pins, personer och företag som du kanske kommer att gilla baserat på din senaste aktivitet. Här visas även pins från de personer och anslagstavlor som du har valt att följa.

Du kan också söka efter pins genom att skriva in sökord i sökfältet. Om du t ex skriver "födelsedagsfest" i sökfältet kommer du att få se idéer för festdekorationer, recept och presenter.

Mer om olika kanaler



Youtube

Youtube är en videogemenskap, det vill säga en webbplats med videoklipp som laddas upp av dess användare, med tillhörande diskussioner och sociala medier-funktioner.

Webbplatsen öppnades den 14 februari 2005.



TikTok

Det sociala mediet TikTok (tidigare Musical.ly) är stort bland barn och unga idag. TikTok plattformen där de tittar på och skapar mer offentligt innehåll.

Så här används kanalen



Youtube

Du kan söka och ta del av innehåll på Youtube utan att ha ett eget konto. När du har ett konto på Youtube kan du **prenumerera på olika youtubekanaler** och även **själv skapa innehåll**.

Genom att prenumerera på en kanal så får du notiser när en ny video på den kanalen publiceras. När du är inloggad kan du också göra tummen upp för en video!



TikTok

En stor del i Musical.ly och sedan TikToks stora framgång är möjligheten att **filma klipp till snuttar av musik eller annat ljud** som du kan hämta från ett stort ljudbibliotek.

På andra sociala medier är det vanligt att titta på video utan ljud. Inte heller på Snapchat är ljud eller musik någon stor grej. På TikTok däremot är ljudet mer eller mindre avgörande och ofta det som en video bygger på.

Bland barn så handlar TikTok mycket om att göra särskilda danser eller synkroniserade rörelser till olika populära ljudklipp och låtar. Någon börjar och laddar upp en video till en viss låt och sen gör fler och fler samma rörelser eller dans till låten och laddar upp på sitt eget konto.

Mer om olika kanaler



Microsoft Teams

Microsoft Teams är en del av Microsoft. Du kan ringa video- och röstsamtal, utbyta chattmeddelanden och göra mycket mer med **Teams**-programmet.



Twitter

En tjänst som tillåter sina användare att dela meddelande med max 140 tecken till varandra.

Idag har Twitter över 500 miljoner användare globalt.

Så här används kanalen



Teams

Det är kostnadsfritt att **använda Teams** – och både att skicka meddelanden och ringa röst- och videosamtal med grupper på upp till 50 personer!

Om du betalar lite kan du göra ännu mer, på fler sätt, med fler personer – såsom att **ringa till telefoner** eller **skicka SMS**. Du kan betala efter behov eller köpa ett abonnemang beroende på vad som passar dig bäst.



Twitter

Används inte på samma sätt som Facebook, utan deras nisch är istället att ge politiker, kändisar, lobbyister och andra personer att delta i ett offentligt samtal var de än befinner sig.

I sina inlägg kan man länka och tagga personer, det går också att följa olika twittrare.

Mer om olika kanaler



Snapchat

Snapchat är en mobilapp för Android- och iOS-enheter.

Ett av appens kärnkoncept är att alla bilder eller videoklipp eller meddelanden du skickar - som standard - görs **tillgängliga för mottagaren under en kort tid** innan den blir otillgänglig. Denna tillfälliga eller kortvariga karaktär av appen var ursprungligen utformad för att uppmuntra ett mer naturligt flöde av interaktion.



Whatsapp

WhatsApp använder din telefons Internetanslutning (4G/3G/2G/EDGE eller Wi-Fi, om tillgängligt) för att du **ska** kunna meddela och **ringa** dina vänner och din familj, så att du inte behöver betala för varje meddelande eller samtal. Du kan också skicka meddelanden och bild/film via Whatsapp.

Så här används kanalen



Snapchat

Snapchat används för en rad olika uppgifter som t ex att skicka korta videor, livevideochatt, meddelanden, skapa karikätyrliknande Bitmoji-avatarer och dela en kronologisk "Story" som sänds till alla dina följare.

Snapchat handlar om omedelbar kommunikation med omvärlden via din mobiltelefon.



Whatsapp

Med **WhatsApp** kan du både prata och se den du pratar med. Tjänsten går att använda på din smarttelefon, surfplatta eller dator. Meddelanden skickar du på samma sätt som t ex sms och Messenger.

Du kan också skapa grupper i WhatsApp där ni kan dela innehåll.

Mer om olika kanaler



LinkedIn

LinkedIn är världens största professionella nätverk på nätet med över 500 miljoner användare. Över 30 % av de svenskarna finns på LinkedIn och de som är mest aktiva är mellan 36-45 år.

LinkedIn har traditionellt främst används som en plattform för att söka jobb eller för att hitta kompetens. Det är fortfarande ett stort användningsområde på LinkedIn men på senare tid har företag och individer fått upp ögonen för hur LinkedIn kan användas på andra sätt, exempelvis för marknadsföring, för att nätverka eller för att inleda dialoger med fler potentiella kunder med hjälp av sin personlig profil.

LinkedIn var tidiga med sin struktur som har återkommit i flera andra sociala medier.



Bloggar

En **blogg** eller webblogg (på engelska **blog** eller weblog) är en webbplats som uppdateras ungefär som en dagbok på nätet och där läsarna har möjlighet att kommentera inläggen.

Privatpersoner använder oftast **bloggar** för att publicera sina tankar och reflektioner inom olika intresseområden.

Så här används kanalen



LinkedIn

Du skapar din egen yrkesprofil i LinkedIn, söker andra användare med samma profil eller som jobbar på visst företag, knyter kontaktnät och kan få referenser på din profilsida.

Företag som rekryterar söker efter intressanta profiler, tar del av referenser och marknadsför även sin egen verksamhet för jobsökande.



Bloggar

- Bestäm vad du **ska blogga** om.
- Ha bloggen på din egen domän, det finns många webbhotell att välja mellan.
- Uppdatera bloggen regelbundet.
- Ha sidor för kontakt och information om dig själv.
- Använd dig av sociala medier för att sprida din blogg.

Länkar och hashtags



Hashtag - ett sätt att sortera inlägg på sociala medier efter olika ämnen



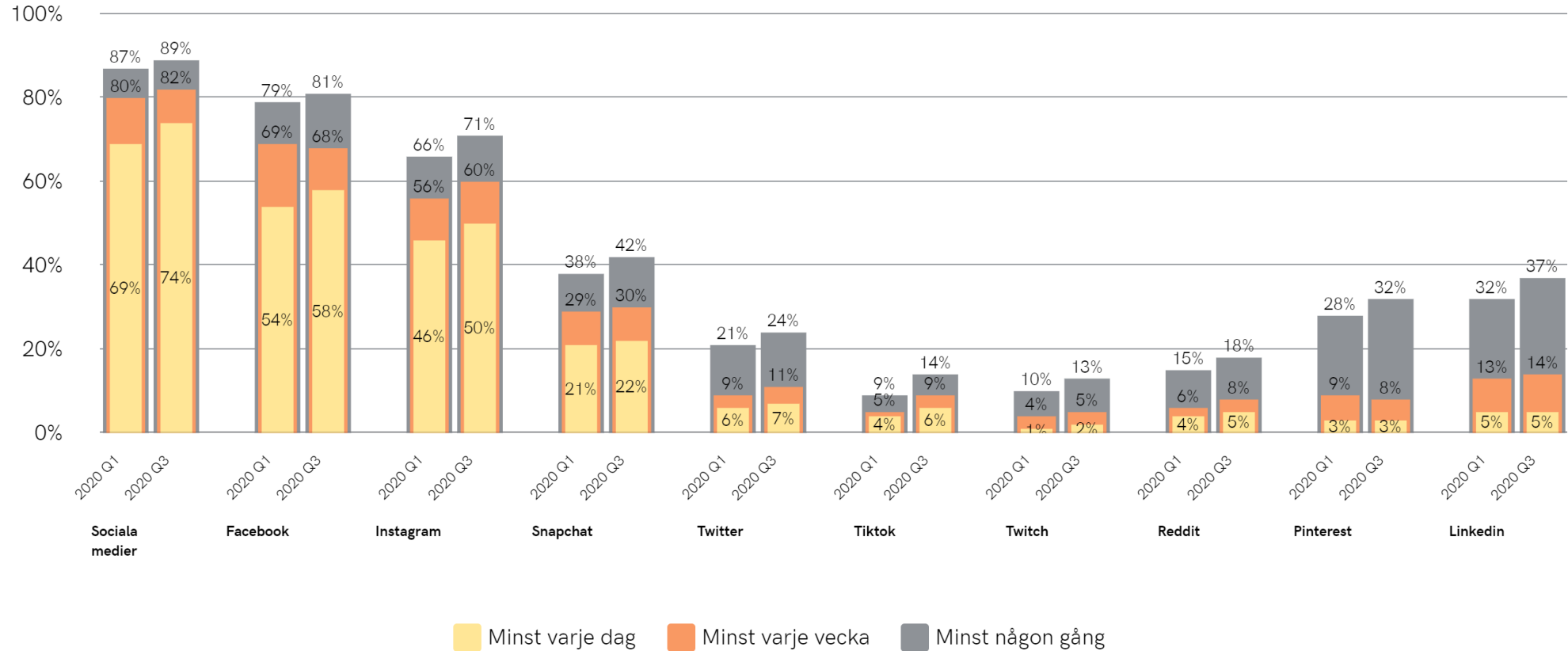
Länkar - ett sätt att styra läsaren vidare till mer information, kan publiceras med eller utan bild och ingress



Paus 10 minuter

Så här använder svenskarna sociala medier

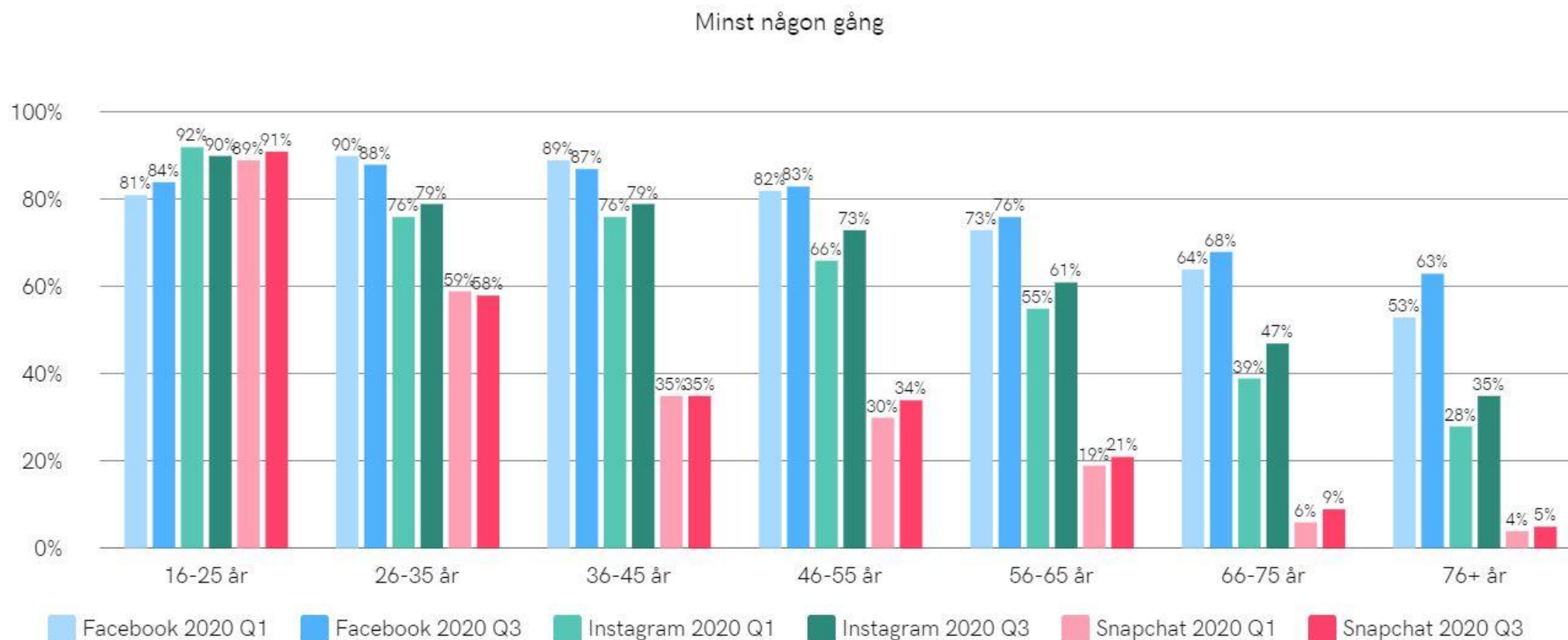
Källa: Internetstiftelsen



Så här använder svenskarna sociala medier

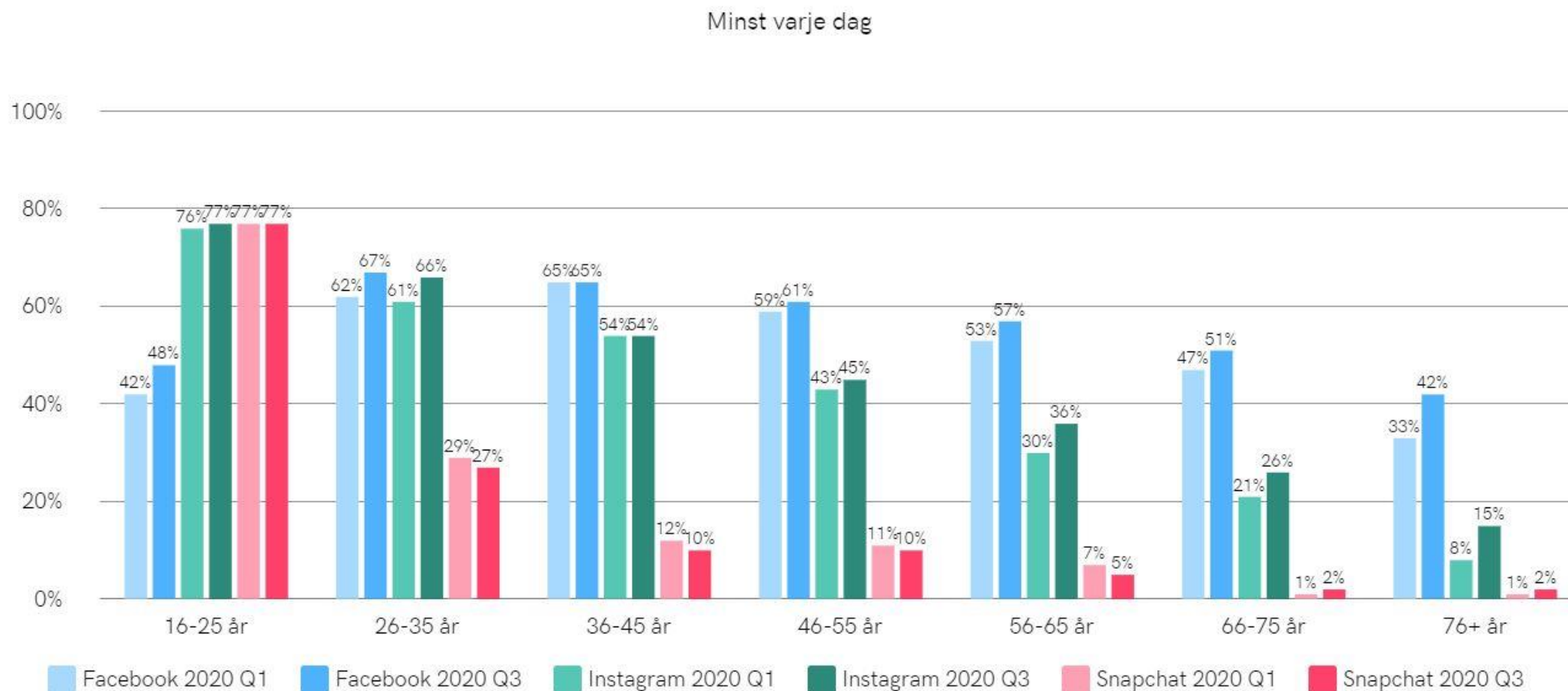
Källa: Internetstiftelsen

Diagram 7.5 Andel av internetanvändarna (16+ år), Använder olika sociala medier minst någon gång respektive dagligen, Ålder, år 2020 Q1-Q3.



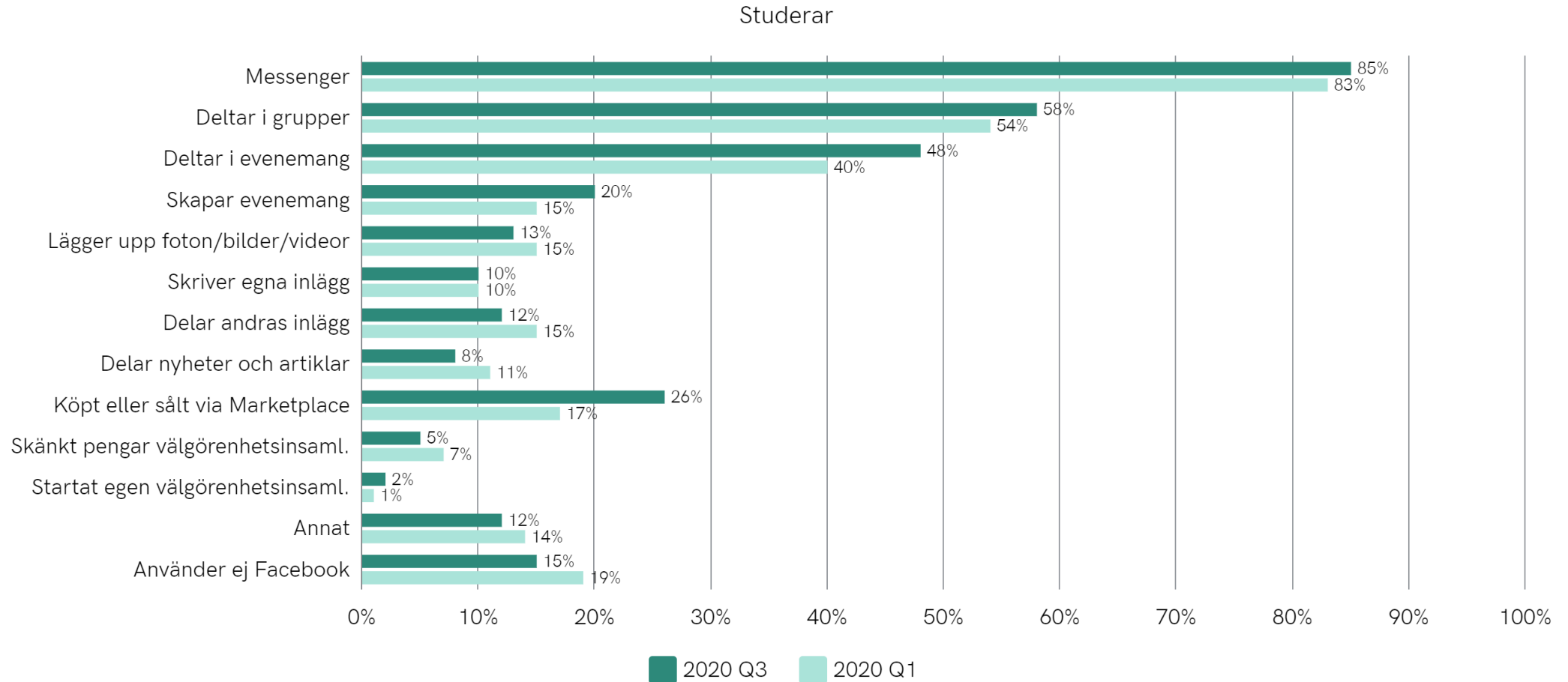
Så här använder svenskarna sociala medier

Källa: Internetstiftelsen



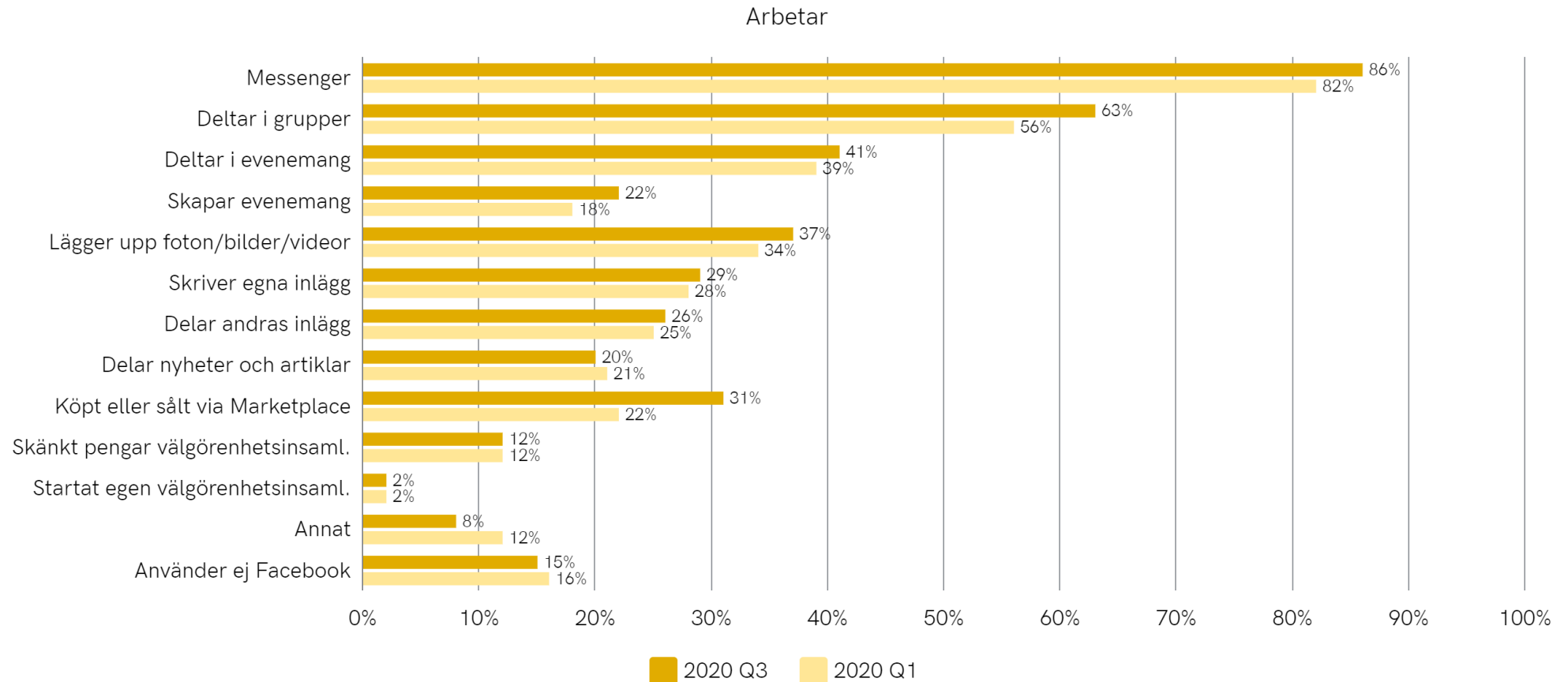
Så här använder svenskarna sociala medier

Källa: Internetstiftelsen



Så här använder svenskarna sociala medier

Källa: Internetstiftelsen



Gammelmедier lockade unga under pandemin

Under pandemin har barn och unga litat mer på etablerade medier som SVT, enligt en rapport från Statens medieråd. Samtidigt ökar även deras användning av sociala medier.

Traditionella medier som SVT, SR och TV4 har högt förtroende bland barn och unga när det gäller nyheter om pandemin.

Under 2020 tittade drygt hälften av 9–12-åringarna på nyheter i SVT minst en gång i veckan.

Barn och ungdomar har också högt förtroende för de etablerade medierna samt Folkhälsomyndigheten och 1177, enligt rapporten.

När det gäller olika influerare på sociala medier är bilden mer delad. Många unga följer en eller flera inflytelserika personer på sociala medier, men ser dem inte som trovärdiga nyhetskällor.

I gruppen 13–16 år uppger bara 14 procent att de litar helt eller delvis på influerarna.

21 procent uppger däremot att de följt något coronaråd från en influencer.

”Unga vet vilka källor som brukar vara tillförlitliga när det gäller nyheter och information. Men det är paradoxalt att fler svarar att de följt någon rekommendation från en influencer, än som uppger att de litar på informationen de får via influencers”, säger Yvonne Andersson, analytiker på Statens medieråd, i ett pressmeddelande.

Källa: Expressen 23 september

Fördelar med sociala medier

- Meddelandeappar som Facebook, Messenger och Whatsapp skapar ökade kontaktnät.
- Olika intressegrupper kan sammanstråla i sociala medier och dela erfarenheter, innehåll och bilder.
- Sociala medier bidrar till att personer som har få vänner känner sig bättre till mods, främst då det är lätt att skaffa nya vänner via sociala medier.
- Sociala medie-plattformar bidrar till att äldre personer får en god möjlighet att bredda sin bekantskapskrets, vilket medför att personer i denna åldersgrupp inte känner sig lika isolerade.
- Det är lättare att hitta jobb och knyta nya arbetsrelaterade kontakter t ex på LinkedIn vilket gynnar arbetssökande, men även företag samt arbetsmarknaden i stort.
- Ökar möjligheten att även personer som tidigare inte tagit del av "gammelmedia" blir mer upplysta, något som på sikt gynnar demokratin.
- Myndigheter kan nå ut till stora grupper av människor på samma gång, vilket kan vara behjälpligt vid exempelvis katastrofer eller kriser som t ex Covid-19.
- Sociala medie-användning kan bidra till att personer som lider av psykisk ohälsa söker hjälp för sina besvär online. Sociala medier kan bidra till en avstigmatisering gällande känsliga ämnen som depression samt ångest.
- Sociala medier bidrar till ett ökat lärande, både på grundskole- och universitetsnivå. Detta då samtliga medlemmar får möjlighet att prata och dela information med experter inom specifika områden.

Nackdelar med sociala medier

- Det är svårt att "sudda ut" ett inlägg som gjorts på sociala medier. Varken Facebook eller Twitter tar bort inlägg i sin helhet bara för att du klickar på "ta bort"-knappen. Utöver det kan övriga medlemmar ha tagit en skärmbild på ditt inlägg och därefter spridit det vidare.
- Den anonymitet som sociala medie-tjänster möjliggör kan ibland leda till negativa konsekvenser. Det dyker upp "troll" i sociala medier.
- En för hög sociala medie-användning är starkt sammankopplat med psykisk ohälsa, främst på grund av risken för social isolering.
- Elever som använder sociala medie-tjänster frekvent har i regel sämre betyg.
- Unga personer som använder sociala medie-tjänster kan komma i kontakt med vuxna som vill dem illa.
- Hot och trakasserier, i folkmun kallat "näthat", är vanligt förekommande inom sociala medie-sfären, vilket främst ger upphov till psykisk ohälsa.
- Bedrägerier och nätfiske är vanligt förekommande.
- Det tar tid att vara aktiv på sociala medie-plattformar. De cirka 6 timmar i veckan som genomsnittsanvändaren spenderar på sociala medie-tjänster skulle kunna användas till någonting mer konstruktivt, exempelvis studier.
- En hög sociala medie-användning kan ge upphov till narcissism samt ADHD, främst hos yngre användare.
- Drogförsäljning underlättas på grund av att somliga sociala medie-appar erbjuder full anonymitet.

Att tänka på...

- Var försiktig med att publicera bilder och namn på personer som inte godkänt det!
- Lämna inte ut alla uppgifter om dig själv, berätta t ex inte om att du ska åka hemifrån, då bjuder du hem tjuven!
- Undvik att publicera innehåll och bilder på barn om du inte har en skyddad sida
- Allt du läser på nätet är inte sant! Många falska nyheter sprids
- Klicka inte på länkar eller reklam du inte litar på!

Nya yrkesgrupper har skapats

En influencer, eller influenser, är en känd person som använder sig av sitt nätverk av följare på sociala medier till att nå ut med ett specifikt budskap, marknadsföra en produkt eller ett varumärke.

Det vill säga en person som lägger upp inlägg eller poster videor (eller annat innehåll) i utbyte mot pengar från företaget bakom den marknadsförda produkten eller tjänsten.

I princip alla med tillgång till internet och en dator eller smartphone kan bli en influencer. Det krävs ingen utbildning eller arbetserfarenhet, men däremot massor av skaparlust och framåtanda till att skapa content att dela med sina följare. Har du känsla för mode, design och fotografering så är det alltid ett plus.

Det spelar ingen roll vilken stil du har, hur gammal du är eller hur du ser ut. Det viktiga är att du har koll på hur plattformen som du vill använda fungerar samt hur du skapar innehåll som andra vill se, like:a och kommentera.

Du ska också kunna bjuda på dig själv och, i takt med att dina följare blir fler, kommunicera med många olika sorters människor.

Källa: Make influence

Nya yrkesgrupper har skapats

TORS DAG 16 SEPTEMBER 2021 • DAGENS NYHETER.

Sociala medier.

En klassfråga vem som blir framgångsrik influera

Dyra kläder och hus, flärdfulla resor, champagne – det tillhör scenografin i de populäraste influerarnas flöden. Kommer man från fattigare förhållanden är oddsen sämre för att bli framgångsrik i sociala medier – om man inte fejkar livsstilen.

Framgångsrika influencers som har en privilegierad bakgrund har redan 30 procents försprång, och kommer alltid ha det.

Clara Lindström, bloggare och författare.

Den som ständigt behöver fundera på hur de ska få mat på bordet har av naturliga skäl inte samma förutsättningar.

Julia Lundin, reporter på Resumé

Så mycket tjänar influencerare - Pewdiepie i topp

Felix "Pewdiepie" Kjellberg hade intäkter på 172,5 miljoner kronor i fjol – och gjorde en vinst på 125,6 miljoner. Men i fråga om vinstmarginal får han storstryk av Bianca Ingrosso.

Dagens industri har sammanställt inkomsterna hos 30 svenska influencerare, med hänvisning till siffror från Bolagsverket. Den 31-årige Youtube-stjärnan "Pewdiepie" hamnar därmed i inkomsttoppen. Men han är långt ifrån ensam om att göra miljonvinster på sin verksamhet.

En annan som tjänar bra är **Bianca Ingrosso**. Under 2020 var hennes intäkter totalt 34,6 miljoner kronor med en vinst på 33,1 miljoner – en vinstmarginal på 95,6 procent.

Therese Lindgren, som har över en miljon följare på både Instagram och Youtube, drog in 19,3 miljoner kronor. Vinsten skrevs till 15 miljoner, alltså 77,7 procent i marginal.

Artisten **Zara Larsson**, som samlar 6,7 miljoner följare på Instagram, redovisar intäkter på 21,4 miljoner. Vinsten på 7,1 miljoner gör att marginalen skrivs till 33,1 procent.

En som hade det ekonomiskt tuffare ifjol är **Isabella Löwengrip**. Efter en avbruten USA-satsning och flera nedlagda bolag landade hennes resultat på minus 7,8 miljoner kronor.

Källa: Aftonbladet 16 oktober



VINNARE Felix "Pewdiepie" Kjellberg drog in mest...
Felix "Pewdiepie" Kjellberg, 31, hade intäkter på 172,5 miljoner kronor i fjol och gjorde en vinst på 125,6 miljoner. Men i fråga om vinstmarginal får han storstryk av Bianca Ingrosso.

Dagens industri har sammanställt inkomsterna hos 30 svenska influencerare, med hänvisning till siffror från Bolagsverket.

Youtube-stjärnan "Pewdiepie" ligger i inkomsttoppen. Men han är långt ifrån ensam om att göra miljonvinster på sin verksamhet.

33,1 miljoner

En annan som tjänar bra är Bianca Ingrosso, 26.

Förra året var hennes intäkter totalt 34,6 miljoner kronor med en vinst på

33,1 miljoner, en vinstmarginal på 95,6 procent.

Therese Lindgren, 34 som har över en miljon följare på både Instagram och Youtube, drog in 19,3 miljoner kronor. Vinsten skrevs till 15 miljoner, alltså 77,7 procent i marginal.

Artisten Zara Larsson, 23, som samlar 6,7 miljoner följare på Instagram, redovisar intäkter på 21,4 miljoner. Vinsten på 7,1 miljoner gör att marginalen skrivs till 33,1 procent.

Tufft ekonomiskt

En som hade det ekonomiskt tuffare ifjol är Isabella Löwengrip.

Efter en avbruten USA-satsning och flera nedlagda bolag landade hennes resultat på minus 7,8 miljoner kronor.

(CTT-Aftonbladet)



Therese Lindgren.



Zara Larsson.

Skatteverket – ”Främst unga som inte förstår”

Enligt Skatteverket beror det sannolikt på att unga människor inte vet att de ska deklarerar inkomsterna.

– Det är den stora problematiken, att man inte funderar på att man har några skyldigheter med pengarna, säger Pia Blank Thörnroos, rättslig expert på Skatteverket.

Fenomenet kring att livesända när man spelar tv- och datorspel är ett relativt nytt fenomen, där många tjänar jättesummor på plattformar som Twitch och Youtube. Pengarna tjänar man genom exempelvis prenumerationer och donationer på sina kanaler.

Dessa pengar går i dagsläget raka vägen in på personernas konton, utan några uppgifter från streamingjättarna kring hur mycket de har tjänat. Detta har blivit en huvudvärk för Skatteverket, som misstänker att okunskap leder till att många inte beskattar sina inkomster.

- Det är framför allt att många unga människor kanske inte förstår. Det är den stora problematiken, att man inte funderar på att man har några skyldigheter med pengarna. Det är svårt att nå ut till målgruppen, berättar Pia Blank Thörnroos, rättslig expert på Skatteverket.
- Många tror att det finns särskilda regler för de som tjänar pengar på plattformar, men så är det ju inte.

Hon menar att det delvis kan bero på den förenklade processen när det gäller att deklarerar. Det har gått från att man själv fyller i en tom blankett till att i dag kunna godkänna sin deklaration med ett enkelt sms, för att få skattepengarna lagom till påsk.

- Då blir det ju helt ofattbart för många att man inte bara kan trycka på knappen, utan att du måste gå in själv elektroniskt och lägga in alla uppgifterna i systemet.

Nytt EU-direktiv på väg

Källa: Expressen 23 september

Sociala medier har skapat nya yrkesgrupper

- det här är Fredrik Nyléns resa...



2013

Utbildad kock, jobbar som HR-generalist, bor på Lidingö. Deltog i "Hela Sverige bakar" och kommer tvåa.

2014

Utses till årets matbloggare i kategorin "Folkets val".

2021

Amatörfotograf, matstylist, författare och bloggare, bor i Hofors



Frågor,
funderingar?





Tack!