

Jakob Andersson

Frågor till videon

1. Vad är en influencer?
2. Kan man försörja sig med att jobba som influencer?
3. Varför är plattformar som Youtube så effektiva med tanke på målgrupp?
4. Varför följer människor bloggare och influencers, enligt Jakob?
5. Vad berättar Jakob om baksidan av sociala medier?
6. Hur blir man en framgångsrik medieperson enligt Jakob?
7. Vilka viktiga punkter lyfter Jakob fram vad gäller marknadsföring och synlighet?

Diskutera med din kompis

Diskutera följande ämnen tillsammans med din kompis. Vill du komma djupare in i temat, kan du börja med att kolla in Jakobs [Instagramkonto](#) och [Youtubkanal](#).

- Flera forskningar tyder på att sociala medier får oss att må dåligt men ändå tillbringar vi en stor del av vår tid där. Varför tror du det är så? Är vi beroende av sociala medier? Diskutera!
- Det sägs att sociala medier så som Instagram har en negativ påverkan speciellt på unga flickor. Varför tror du det är så? Kunde man kunna göra något åt det?
- Hur tycker du man ska behandla människor som skickar hatpost och osaklig post? Borde det finnas hårdare straff? Har ni kanske en lösning till hur man kunde förbättra situationen?
- Hur tror du sociala medier kommer att ändras i framtiden? Eller kommer de att göra det? Hur ser sociala medier ut om tio år? Spekulera!

Tips! [Här](#) hittar du hjälp för att uttrycka dina åsikter på svenska.

Andra övningar

1. [Skriv ett eget blogginlägg](#)

Exempel på ämnen du kan skriva om:

Berätta om din dag

Berätta om någon produkt du gillar speciellt mycket (marknadsföring för en produkt)

Skriv om något aktuellt ämne i samhället

Skriv om någon nyhet du har läst och berätta vad du tänker om saken

Hur skriver man ett blogginlägg? Instruktionerna hittar du [här](#).

2. [Skriv en kort sammanfattning om Jakobs tal.](#)

Börja med att skriva ner det centrala innehållet med några franska sträck. Skriv sedan de viktigaste punkterna till en enhetlig text. Läs till slut igenom texten noggrant och se till att språket är felfritt.

3. [Bekanta dig med olika bloggare och deras blogginlägg.](#)

Sök upp olika svenskspråkiga bloggare och bekanta dig med deras blogg. Skriv sedan en kort text om en av bloggen: vilka teman behandlas, vad skriver skribenten om, hurdan är stilen? Gör bloggaren marknadsföring för ett företag eller har bloggen ett politiskt syfte?

4. Planera marknadsföringen för en produkt på sociala medier:

Tänk på frågor som: via vilka medier når du din målgrupp? Hur skriver du om produkten? Skriv texten till produkten eller skriv en rapport om hur du tänker genomföra marknadsföringen. Tänk också noga på var du får mest synlighet.

5. Produktplacering på sociala medier: Skriv om problematiken med samarbete, marknadsföring och produktplacering på sociala medier:

I dag är det vanligt att många bloggare samarbetar med stora företag och marknadsför deras produkter, men produktplacering i bloggvärlden är inte helt oproblematiskt. Även om reglerna är desamma för reklamer i sociala medier och i tv och tidningar, kan läsarna och konsumenterna missledas när det inte tydligt markeras att det handlar om en reklam. Varför orsakar detta problem? Tycker du att företag drar nytta av detta? Har du förslag på hur man kunde ändra marknadsföringen på sociala medier?

6. Skriv en insändare om baksidan av sociala medier:

Hur kan man försäkra tryggheten på nätet? Hur lär man barn att surfa tryggt på nätet? Hur personlig vågar man vara (t.ex. om man bloggar) och vilka saker ska man ta hänsyn till? Hur ska man bete sig på nätet och hur kunde man eventuellt undvika baksidan av sociala medier?

Instruktioner för hur man skriver en insändare hittar du [här](#).

FACIT

Frågor till videon

1. Person som skriver och publicerar bilder på sociala median, t.ex. en bloggare eller en instagramanvändare
2. Ja.
3. Man når direkt till sin målgrupp.
4. För att älska eller för att hata.
5. Baksidan är lite skrämmande. Andersson har varit tvungen att tag emot hot och personangrepp.
6. Det finns inte något magiskt recept.
7. 1. Knyt personer som är relaterbara 2. gör bakgrundskoll 3. välj personer som genuint tycker om varumärket du representerar