

MAKT BAROMETERN

2021



INNEHÅLL

Mäktigast på Twitter	4
Mäktigast på Facebook	13
Mäktigast på Youtube	22
Mäktigast på Instagram	29
Årets makthavare	39
Vår metod	52
Bli medlem	55

Observera! Detta är en betalversion av Maktbarometern. Den innehåller fördjupad analys och mer data. Den får inte spridas vidare. Detaljerna kring vilken användningsrätt du och din organisation har till Maktbarometern ska medfölja vid leveransen av rapporten. Betalversionen möjliggör Medieakademiens verksamhet. Vid citat av analys och siffror från Maktbarometern vänligen ange källa.

Maktbarometern är utgiven av den ideella organisationen Medieakademin. Medieakademin vill fördjupa mediedebatten och skapa mötesplatser för att öka förståelsen om hur medier påverkar samhället. Sedan starten 1997 har vi publicerat Förtroendebarmetern, Sveriges mest uppmärksammade mätning om förtroende för medier, politik och näringsliv. Sedan 2017 gör vi även Maktbarometern: En karta över vilka som har störst inflytande i det digitala medielandskapet. Maktbarometern är framtagen i samarbete med företaget TenFifty under ledning av Emanuel Karlsten, Gustav Martner, Anna Rosenqvist, Jonas Ohlsson och Henrik Ekengren Oscarsson.



Emanuel Karlsten
Ordförande, Medieakademin.
Journalist.
kontakt@emanuelkarlsten.se



Anna Rosenqvist
Vice ordförande Medieakademin.
Senior strateg, Valentin Experience.
anna.rosenqvist@valentin.se



Henrik Ekengren Oscarsson
Statsvetare och ledare av
svenska valforskningsprogrammet.
henrik.oscarsson@pol.gu.se



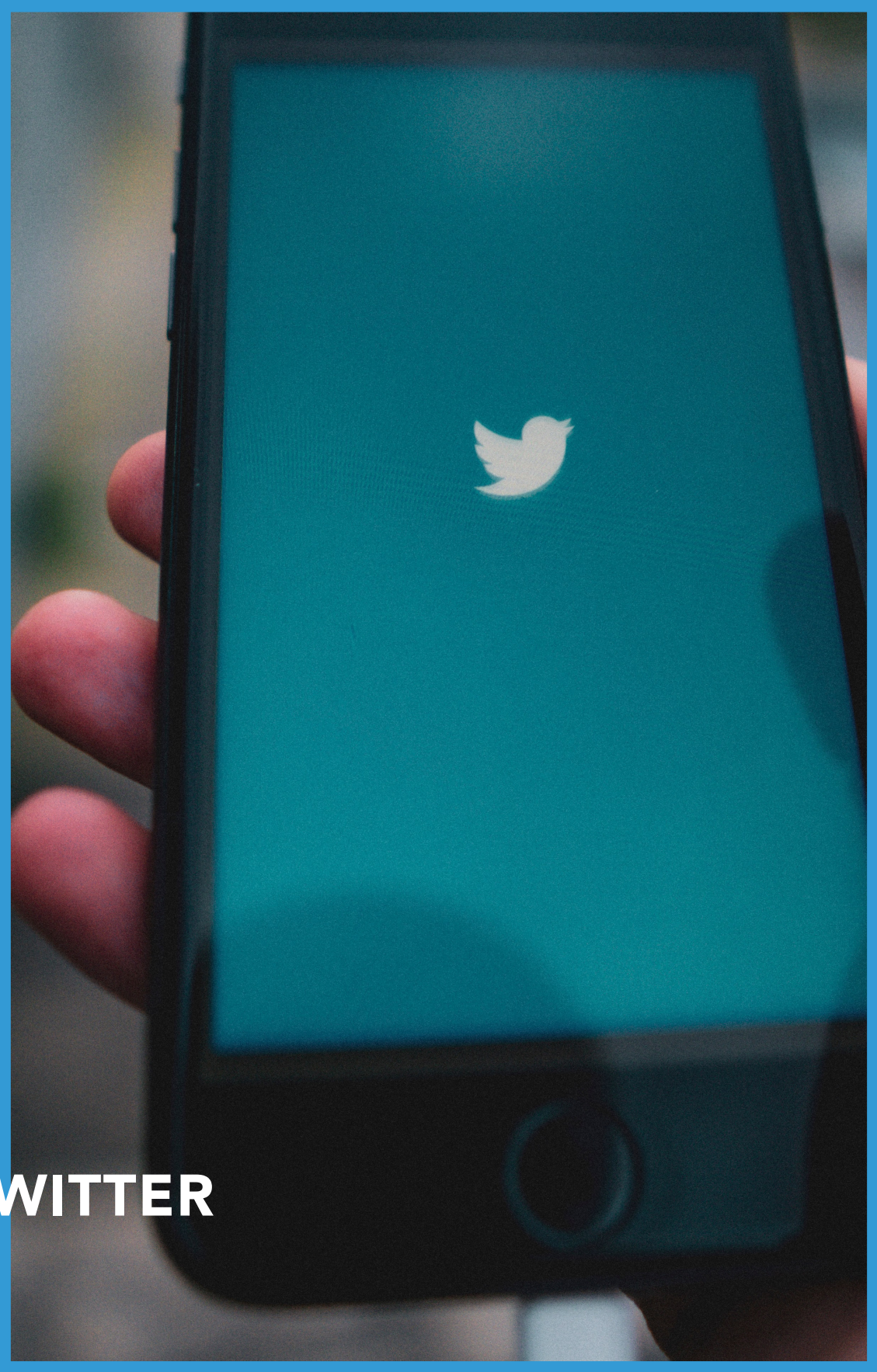
Gustav Martner
Head of Creative,
Greenpeace Norden.
gmartner@greenpeace.org



Jonas Ohlsson
Föreståndare Nordicom.
jonas.ohlsson@gu.se

MEDIEAKADEMINS STYRELSE

Emanuel Karlsten (ordförande), Anna Rosenqvist, Lars Rundblom, Toivo Sjören, Gustav Martner, Henrik Ekengren Oscarsson, Jonas Ohlsson, Åsa Ashjari, Josefin Meyer, Beata Jungselius, Therese Bohlin, Anna Serner, Erika Eriksson



TWITTER



Hanif Bali
Förändring: +2



Carl Bildt
Förändring: +/-0



Greta Thunberg
Förändring: -2

Twitter är vår minsta plattform, men också den som Medieakademin har bevakat längst – sedan 2012. Men trots att den är så liten (bara 11 procent av svenskarna använder Twitter varje vecka), har den stor betydelse både för den politiska debatten och dess styrning. Vi ser att det som händer här sprider sig och får stort genomslag på andra plattformar. I flera år har vi anat högerdebattörernas genomslag i offentligheten, eftersom det hände på Twitter först. Hanif Bali har varit fanbärare för genren och hamnar i år också på första plats. Även om högerens dominans i år inte ökar, är den fortfarande enorm: av topp 100 är 38 konton högerdebattörer.

RANKING BASERAS PÅ:

- Antal svenska följare
- Hur många följare ens följare har
- Retweets av svenskar
- Gilla-markeringar av svenskar

NOOSHI SWOOSHAR

Inget annat parti har klarat ett partiledarskifte så bra som Vänsterpartiet. Nooshi Dadgostar är framgångsrik på samtliga plattformar, inte minst på det politiskt viktiga Twitter. Det är också Anna Kinberg Batra, vilket möjligtvis är mer förvånande. Hennes sommarprat kan ha haft viss betydelse.

BILDT ORUBBLIG

I årets Twitterbarometer har vi fokuserat på att försöka säkerställa svenskhet, även bland reaktionerna. Det har gjort att konton med stor internationell publik tappar placeringar. Det inkluderar flera fotbollsklubbar och några av våra stora företag. Carl Bildt är dock orubblig och har legat i topp tre under alla de nio år som vi har gjort mätningen.

Plac. 2018	Plac. 2019	Plac. 2020	Plac. 2021	Diff.	Namn	Kontonamn	Svenska följare (rank)	Följares följare (rank)	Svenska retweets (rank)	Svenska gilla-markeringar (rank)
23	6	3	1	2	Hanif Bali	hanifbali	25	69	20	8
2	2	2	2	0	Carl Bildt	carlbildt	3	11	32	80
-	8	1	3	-2	Greta Thunberg	GretaThunberg	31	62	1	1
19	10	5	4	1	Ivar Arpi	lvarpi	51	50	78	55
17	5	4	5	-1	Jonas Sjöstedt	jsjostedt	30	26	134	93
7	9	11	6	5	Viktor Barth-Kron	viktorbk	38	32	99	65
104	27	10	7	3	Magnus Ranstorp	MagnusRanstorp	104	103	43	60
9	21	13	8	5	Peter Wolodarski	pwolodarski	17	2	149	165
49	50	8	9	-1	Emma Frans	DrEmmaFrans	49	57	182	118
4	12	14	10	4	SVT Nyheter	svtnyheter	14	23	113	267
1	1	6	11	-5	Zara Larsson	zaralarsson	4	213	10	7
25	16	12	12	0	YB Södermalm	YB_Sodermalm	32	128	143	41
41	22	21	13	8	Alice Teodorescu Măwe	alicemedce	60	68	138	139
3	11	9	14	-5	Expressen	Expressen	20	13	110	250
96	45	19	15	4	Agnes Wold	AgnesWold	65	77	246	126
69	19	18	16	2	Anders Lindberg	anderslindberg	111	83	131	158
24	49	16	17	-1	Alexander Bard	Bardissimo	54	147	91	116
18	32	116	18	98	Henrik Lundqvist	hlundqvist35	19	78	60	44
46	34	25	19	6	Göran Greider	GreiderDD	80	131	140	105
27	13	51	20	31	Johanna Frändén	juanitafranden	45	86	292	122
8	15	30	21	9	Erik Niva	ErikNiva	7	108	216	114
-	-	27	22	5	Magda Gad	gad_media	191	48	115	172
97	20	45	23	22	Ebba Busch	BuschEbba	48	90	226	198
121	143	26	24	2	Jimmie Åkesson	jimmieakesson	57	263	70	82
109	60	37	25	12	Ali Esbati	aliesbati	197	132	109	103
14	7	57	26	31	Annie Lööf	annielooof	28	29	322	331
-	29	31	27	4	Moderaterna	moderaterna	39	150	196	228
100	39	54	28	26	PM Nilsson	NilssonPM	139	39	209	285
16	33	38	29	9	SR Ekot	sr_ekot	42	20	200	509
-	-	41	30	11	Isobel Hadley-Kamptz	isobelsverkstad	232	89	176	117
78	24	15	31	-16	Katerina Janouch	katjanouch	106	339	15	21
81	46	43	32	11	Vänsterpartiet	vansterpartiet	70	152	163	264
-	-	42	33	9	Johan Ingerö	JohanIngero	273	159	65	58
-	-	-	34	Ny	Owe Nilsson	owenil	176	54	317	203
-	-	-	35	Ny	Steget Efter	StegetEfter	131	336	19	35
10	37	24	36	-12	Aftonbladet	Aftonbladet	29	70	191	384
-	-	40	37	3	Johan Forssell	JohanForssell	224	229	68	56
99	35	34	38	-4	Rebecca Weidmo Uvell	RebeccaWUvell	150	293	83	83
-	-	22	39	-17	Richard Herrey	RichardHerrey	215	316	39	23
-	51	48	40	8	Annika Strandhäll	strandhall	154	115	276	276
5	31	32	41	-9	Svenska Dagbladet	SvD	12	15	255	549
-	-	370	42	328	Nooshi Dadgostar	dadgostarnooshi	158	202	214	215
129	52	50	43	7	Aron Flam	AronFlam	123	304	137	123
132	111	84	44	40	Anna Dahlberg	_annadahlberg	180	118	221	256
22	40	94	45	49	Socialdemokraterna	socialdemokrat	56	36	320	511
58	23	20	46	-26	Emanuel Karlsten	emanuelkarlsten	113	33	390	458
-	-	56	47	9	Sofie Löwenmark	SofieLowenmark	263	266	85	90
21	14	28	48	-20	Spotify	Spotify	16	519	2	2
125	91	59	49	10	Edward Blom	Edward_Blom	122	235	305	237
33	36	46	50	-4	Sakine	Sakine	110	35	454	394

Plac. 2018	Plac. 2019	Plac. 2020	Plac. 2021	Diff.	Namn	Kontonamn	Svenska följare (rank)	Följares följare (rank)	Svenska retweets (rank)	Svenska gilla-markeringar (rank)
43	42	39	51	-12	Fotbollskanalen	fotbollskanal	41	443	128	62
15	25	23	52	-29	Niklas Svensson	niklassvensson	37	16	484	490
52	17	52	53	-1	Carl Bildt (svenskt konto)	CBildt	67	44	398	427
95	77	92	54	38	SvD Ledare	SvDledare	125	12	306	594
93	85	65	55	10	Expressen Ledare	ExpressenLedare	194	64	238	419
118	65	55	56	-1	Helle Klein	HelleKlein	178	75	422	399
11	3	7	57	-50	Zlatan Ibrahimović	lbra_official	2	577	3	3
6	30	63	58	5	Dagens Nyheter	dagensnyheter	10	7	315	628
76	154	267	59	208	Anna Kinberg Batra	KinbergBatra	73	53	547	421
30	98	64	60	4	Krisinformation.se	krisinformation	27	5	347	774
-	-	167	61	106	Jonna Sima	jonnasima	310	142	269	322
61	43	33	62	-29	Sverigedemokraterna	sdriks	77	355	181	270
-	-	123	63	60	Amanda Sokolnicki	A_Sokolnicki	418	30	307	291
-	-	93	64	29	Daniel Swedin	danielswedin	278	140	282	397
-	-	180	65	115	Hammarby Fotboll	Hammarbyfotboll	370	110	252	125
50	103	163	66	97	Karin Pettersson	AB_Karin	126	43	372	475
-	-	47	67	-20	Lars Beckman	beckmansasikter	403	318	44	51
63	56	87	68	19	Paulina Neuding	paulinaneuding	166	98	350	487
-	-	66	69	-3	Morgan Johansson	johanssonmorgan	155	139	379	480
-	-	97	70	27	PJ Anders Linder	pjaxess	286	113	333	459
32	61	49	71	-22	Glenn Hysén	Glenn_Hysen	24	272	434	191
-	-	53	72	-19	acke	saaronlol	196	486	170	74
-	-	35	73	-38	Hamid	rektorhamid	199	397	257	212
114	78	100	74	26	Eric Rosén	detljuvalivet	242	72	476	468
120	101	229	75	154	Tove Lifvendahl	ToveLifvendahl	162	93	489	522
103	70	82	76	6	Jack Werner	kwasbeb	175	127	538	447
83	76	80	77	3	Patrick Ekwall	Ekwall	61	184	543	258
117	58	68	78	-10	Kristdemokraterna	kdriks	108	187	400	529
-	-	83	79	4	Ann Linde	AnnLinde	373	143	79	234
-	55	134	80	54	Sara Skyttedal	skyttedal	151	199	445	451
-	-	88	81	7	Anna Ekström	Anna_Ekstrom	233	114	461	479
45	44	74	82	-8	SVT Sport	SVTSport	33	412	313	231
-	-	146	83	63	JohanHilton	JohanHilton	309	101	491	316
-	-	75	84	-9	Patrik Oksanen	patrikoksanen	486	167	155	248
-	-	58	85	-27	Jan Ericson	Ericson_ubbhult	362	469	31	26
-	552	165	86	79	Oisín Cantwell	oisincantwell	217	149	510	375
292	255	194	87	107	David Sundin	davidsundin	177	41	679	425
-	-	135	88	47	Ulla Andersson	AnderssonUlla	534	211	148	150
-	-	76	89	-13	Carina Bergfeldt	carinabergfeldt	189	153	609	372
-	-	143	90	53	Ulf Bjereld	UlfBjereld	282	92	448	558
-	-	95	91	4	Marcus Larsson	Skolinkvisition	544	280	49	101
-	-	-	92	Ny	Mårten Schultz	martenschultz	312	81	537	441
-	-	69	93	-24	Mustafa Panshiri	Panshiri_M	255	365	324	229
108	99	187	94	93	Liberalerna	liberalerna	84	120	474	642
-	-	107	95	12	Kvartal	kvartalet	258	283	233	467
113	262	185	96	89	Daniel Ek	eldsjal	204	102	95	178
-	-	-	97	Ny	Bulletin	Bulletin_Nu	267	454	135	244
-	-	98	98	0	Mattias Svensson	mattias_neo	308	97	532	412
-	-	79	99	-20	Benjamin Dousa	BenjaminDousa	411	374	130	143
-	-	239	100	139	Ardalan Shekarabi	shekarabi	249	146	473	463

Plac. 2018	Plac. 2019	Plac. 2020	Plac. 2021	Diff.	Namn	Kontonamn	Svenska följare (rank)	Följares följare (rank)	Svenska retweets (rank)	Svenska gilla-markeringar (rank)
-	-	-	101	Ny	Gurra G	GustaveLund	381	135	516	317
-	-	72	102	-30	JensGanman	JensGanman	229	606	77	100
-	-	202	103	99	Wisti	wistikent	377	317	300	238
142	150	262	104	158	Ulf Kristofferson	U_Kristofferson	210	65	582	621
174	26	36	105	-69	Robyn	robynkonichiwa	59	55	294	312
35	38	140	106	34	Jan Björklund	bjorklundjan	95	10	809	568
-	-	149	107	42	Jan Eliasson	JanKEliasson	293	275	290	369
-	-	114	108	6	Henrik Jönsson	jonsson_henrik	265	554	116	127
-	-	67	109	-42	Chang Frick	ChangFrick	266	597	103	75
-	-	1270	110	1160	Niklas Orrenius	niklasorrenius	76	14	571	689
-	-	233	111	122	Jörgen Huitfeldt	JHuitfeldt	344	268	316	383
64	68	144	112	32	Sportbladet	sportbladet	74	471	336	262
-	-	184	113	71	Adam Cwejman	adamcwejman	389	220	329	436
56	113	145	114	31	Anders Ygeman	Ygeman	119	8	638	789
26	59	44	115	-71	SR Nyheter	SR_Nyheter	40	134	470	773
38	73	102	116	-14	Dagens industri	dagensindustri	81	47	557	880
-	-	220	117	103	discovery+ sport	dplus_sportSE	287	650	81	61
-	-	73	118	-45	Ledarsidorna.se	ledarsidorna_se	417	432	94	236
-	-	77	119	-42	Jennifer Wegerup	JenniferWegerup	323	260	519	336
134	92	157	120	37	Andrev Walden	AndrevWalden	247	37	675	551
-	-	86	121	-35	Teodor Koistinen	TeodorKoistinen	496	435	111	89
-	-	136	122	14	Svensk Historia	svenskhistoria	331	313	281	466
102	100	120	123	-3	Aftonbladet Debatt	ABDebatt	170	96	452	852
-	-	96	124	-28	Gunnar Hökmark	ghokmark	476	279	265	284
116	93	278	125	153	Säkerhetspolisen	SAPOsverige	52	38	528	977
57	63	190	126	64	Miljöpartiet	miljopartiet	69	58	591	832
-	-	110	127	-17	Erik Helmersson	Erik_Helmerson	345	121	535	519
138	155	191	128	63	familjeliv_txt	familjeliv_txt	174	312	385	530
-	-	132	129	3	Carolin Dahlman	carolindahlman	432	399	207	233
-	-	254	130	124	Staffan Dopping	staffandopping	332	104	652	524
-	-	85	131	-46	Nils Karlsson	FilosofenNils	527	191	444	296
48	86	240	132	108	Mats Knutson	matsknutson	62	34	718	825
-	-	119	133	-14	Josefin Utas	JosefinUtas	493	445	117	188
-	-	112	134	-22	Fredrik Backman	Backmanland	198	347	624	318
65	84	104	135	-31	Alexandra Pascalidou	pascalidou	214	82	673	655
-	-	247	136	111	Anders Holmberg	SVTHolmberg	313	148	706	523
-	-	172	137	35	Markus Uvell	markus_uvell	438	192	503	460
-	-	173	138	35	Nadim Ghazale	Gzale	466	369	335	243
-	-	164	139	25	widar andersson	widarandersson	478	290	284	428
-	-	127	140	-13	Malin Lundgren	konsensuseliten	509	530	75	87
88	138	125	141	-16	Paolo Roberto	paolorobertocom	135	421	551	396
-	-	133	142	-9	C More Sport	cmoresport	251	617	243	206
-	-	109	143	-34	Anne Ramberg	anneramberg	360	210	440	556
173	202	301	144	157	Ola Wenström	olawenstrom	86	371	594	389
79	110	71	145	-74	Göteborgs-Posten	GoteborgsPosten	114	238	356	778
-	28	62	146	-84	Margot Wallström	margotwallstrom	89	74	584	651
86	48	29	147	-118	Sweden.se	swedense	206	244	188	356
119	373	339	148	191	Mats Qviberg	MatsQviberg	271	335	395	379
-	-	231	149	82	Jenny Sonesson	JennySonesson	529	338	301	290
-	-	70	150	-80	Lars Wilderäng	Cornubot	444	535	159	177

Plac. 2018	Plac. 2019	Plac. 2020	Plac. 2021	Diff.	Namn	Kontonamn	Svenska följare (rank)	Följares följare (rank)	Svenska retweets (rank)	Svenska gilla-markeringar (rank)
-	-	99	151	-52	Robert Klåvus	robertklavus	712	270	144	183
-	189	203	152	51	Nicklas Andersson	Investeraren	117	578	507	255
91	74	195	153	42	Centerpartiet	Centerpartiet	100	228	552	827
-	-	89	154	-65	Isak Skogstad	isakskogstad	483	418	310	275
-	-	138	155	-17	Luai Ahmed	JustLuai	382	746	35	34
59	90	268	156	112	Niklas Strömstedt	poptonten	72	126	925	636
160	104	139	157	-18	Veronica Palm	veronicapalm	228	28	731	830
-	-	147	158	-11	Wiseman	wisemanswisdoms	386	319	352	499
-	-	237	159	78	Karin Olsson	OlssonKarin	319	73	616	811
-	-	128	160	-32	Mats Skogkär	Skogkar	568	555	64	69
-	69	181	161	20	SvD Debatt	SvDDebatt	46	66	541	1002
-	-	335	162	173	Per Bolund	bolund	365	182	511	659
-	-	129	163	-34	Granskning	avPublicService	349	737	84	132
112	128	206	164	42	Marcus Leifby	leifby	92	239	816	537
31	116	158	165	-7	Özz Nüjen	ozznujen	63	3	846	923
13	66	248	166	82	Jonas Gardell	Jonas_Gardell	1	95	843	686
-	-	130	167	-37	Evin	evinbnya	495	566	165	136
90	117	208	168	40	TT Nyhetsbyrån	ttnyhetsbyran	88	105	592	1077
-	-	168	169	-1	Johannes Klenell	JohannesKlenell	499	320	401	366
-	-	235	170	65	David Eberhard	EberhardDavid	351	420	387	453
-	-	101	171	-70	Christer Sfeir	ChristerSfeir	601	436	183	185
214	160	148	172	-24	Johan Norberg	johanknorberg	394	194	249	545
-	-	160	173	-13	Thomas Wilbacher	Wilbacher	252	647	417	145
106	80	106	174	-68	Johan Svensson	MrMadhawk	101	573	533	263
-	-	156	175	-19	Maria Hind Alias	mariahindalias	502	590	186	97
-	-	111	176	-65	Mattias Lindberg	lindbergpolemik	521	654	45	66
-	-	201	177	24	Antje Jackelén	BiskopAntje	427	109	569	711
-	-	141	178	-37	Emma Bouvin	emmlf	513	265	717	214
29	94	186	179	7	DN Debatt	DNDebatt	11	51	627	1072
-	-	176	180	-4	Edward af Sillén	EdwardafSillen	420	477	375	220
145	115	183	181	2	SportExpressen	SportExpressen	195	482	475	504
-	-	-	182	Ny	Fredrik Kärholm	FredrikKarrholm	614	552	104	111
-	-	124	183	-59	Maria Abrahamsson	M_Abrahamsson	367	217	602	569
-	-	162	184	-22	Fadde Darwich	detkanvarafadde	322	628	451	181
-	-	122	185	-63	Peppe	Peppe_Larsson	450	511	220	227
-	-	152	186	-34	Paula Bieler Eriksson	PaulaBieler	298	354	671	481
179	123	217	187	30	Daniel Kristoffersson	DKristoffersson	169	480	565	446
-	-	137	188	-51	Nille af Ekenstam	nilrod	419	285	665	408
-	-	199	189	10	Muralgranskaren	Muralgranskaren	454	524	312	328
-	-	179	190	-11	Dagens Samhälle	dagenssamhalle	227	123	575	1133
105	108	281	191	90	Uppdrag granskning	granskning	112	166	629	1109
170	184	280	192	88	Försvarsmakten	Forsvarsmakten	213	267	501	767
-	-	189	193	-4	Myra Åhbeck Öhrman	Myrannosaurus	487	437	418	344
154	133	204	194	10	Jonas Dahlquist	jonas_dahlquist	141	351	769	485
-	-	295	195	100	Stiftelsen Expo	StiftelsenExpo	300	226	388	983
-	-	251	196	55	Carl Melin	CarlMelin	804	163	344	385
-	-	253	197	56	Tomas Ramberg	TomasRamberg	269	111	834	835
-	-	142	198	-56	Pontus Persson	PontusPersson5	460	825	34	17
-	-	418	199	219	Japans Ambassadör i Sverige	japanisverige	356	465	589	360
-	-	-	200	Ny	Maria M Stenergard	MariaStenergard	705	546	100	92



DATAANALYS:

FRÅN RETWEET TILL LIKES

Vi retweetar mindre, men klickar like oftare. Det är slutsatsen när vi analyserat de hundra största kontona i år – jämfört med förra året.

Länge hade Twitter inte någon knapp för att klicka "like". Det började med en "favorit"-stjämmärkning, som sedan övergick till ett klassiskt like-hjärta. Och därmed så skedde också en förflyttning: Likes blev både vanligare och viktigare än retweets. Trenden

har kunnat uppfattas tidigare, men blir extra tydlig när vi analyserar de hundra största på Twitter i år, jämfört med förra året.

Antalet retweets minskar med

två procent, medan antalet likes har ökat med 18 procent.

Det här är ett skifte som mest verkar bygga på användarnas vanor och beteenden, inte så mycket på att Twitter ändrat i någon algoritm. För det går samtidigt att se en tydlig korrelation mellan återkommande retweets och ökande följarskara. Det

handlar alltså mer om att användare passivt följer, kanske klickar på like, men inte själva vill förmedla vidare och därmed skapa diskussion i sina egna flöden.

+18%
Fler likes, jämfört med förra året

+6
Fler följare, jämfört med förra året

-2%
Färre retweets, jämfört med förra året

HÖGERDOMINANSEN BESTÅR PÅ TWITTER

Politik (främst från höger) och journalistik (främst från Söder). Lägg därtill lite fotboll, forskning och några röststarka influencers. Så kan vi snabbt sammanfatta listan över Sveriges hundra mäktigaste Twitterkonton. Samtidigt konstaterar vi att den svenska klimatrörelsen lyser med sin frånvaro på den svenska Twitter-toppen. Med ett undantag, ska genast tilläggas.

Medieakademin har under de senaste åren kunnat berätta om en vaktavlösning på listan över de mäktigaste svenska Twitterkontona. Skiftet har gått snabbt. 2017 dominerades Twitter fortfarande av kändisar, influencers, komiker och journalister.

En minoritet av de hundra största kontona kom från den politiska sfären. Bara några år senare hade de här förhållandena helt kastats om. Och katalysatorn har suttit till höger på den politiska arenan. Även om den politiska vänstern har ökat sin närvaro på topp 100 är det högerflanken som varit mest framgångsrika i sin mobilisering av de svenska Twitter-användarna.

Twitter är idag ett i stora delar politiserat medium. Åtminstone om vi utgår från profilen på de hundra mäktigaste svenska Twitter-kontona, där 55 procent har en uttalad politisk profil. 38 av dessa konton kan tillskrivas den politiska högerhalvan. Knappt hälften så många – 17 – förespråkar en vänsterpolitik. Storleksförhållandena är ungefär desamma som året före, vilket innebär att den högerdominans som vuxit fram under senare år har stabiliserats. Twitter tycks åtminstone för stunden ha hittat sin form och sin prägel i det svenska medielandskapet.

De politiska kontona uppvisar samtidigt en relativt stor mångfald. Här finns såväl officiella konton tillhörande partier, partiledare, ministrar, EU-parlamentariker och riksdagsledamöter, som konton drivna av personer som utan en formell maktposition skapat sig en plattform och en röst i det politiska samtalet via Twitter. En tredje kategori utgörs av tidigare

framträdande politiker som valt att stanna kvar på offentlighetens scen. Hit hör inte minst Carl Bildt på Twitterlistans plats nummer 2. Till detta kommer ett antal skribenter från landets ledarredaktioner.

Den politiska sfären överskuggar storleksmässigt den näst största kategorin på topp 100 – den professionella journalistiken. Hit räknar vi totalt 25 konton, tillhörande antingen nyhetsredaktioner eller individuella redaktörer och nyhetsreportrar.

Stockholmsdominansen är här mycket påtaglig.

Om vi även inkluderar ledarsidornas skribenter och kolumnister (som vi i den övergripande kategoriseringen fört till den politiska sfären) kan 31 av totalt 45 journalistiska konton på hundralistan hänföras till de stora

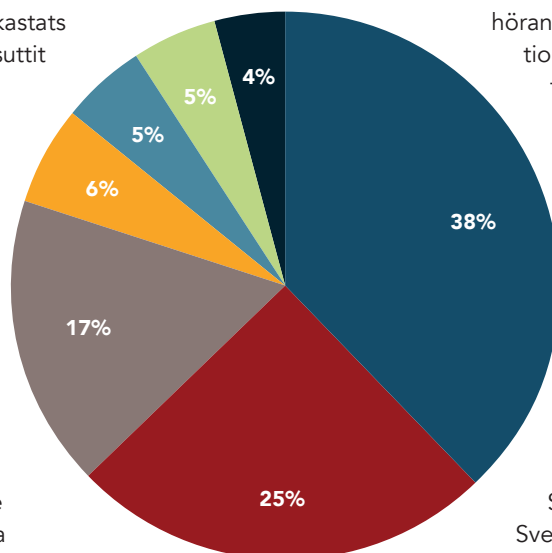
Stockholmstidningarna DN, Svenska Dagbladet, Expressen, Aftonbladet och Dagens industri

samt SVT:s och Sveriges Radios respektive huvudredaktioner. Mest framträdande är Aftonbladet, med sammanlagt åtta konton på topp 100, följt av Expressen med sju.

En växande maktfaktor i samhället som däremot saknas i princip helt på den svenska Twitter-toppen är klimatrörelsen. Det lysande undantaget är Greta Thunberg, som på årets lista intar plats nummer 3. Men därefter är det tomt. Särskilt noterbart är att Miljöpartiet är det enda av riksdagens åtta partier som inte finns representerat på topp 100-listan över Sveriges största Twitterkonton.

Twitter är en i hög grad individualiserad kommunikationsplattform. De nio mäktigaste kontona drivs i samtliga fall av enskilda individer.

TWITTER 2021 TOPP 100













Av de hundra mäktigaste kontona har endast 20 en organisation som avsändare. Resterande 80 är personliga.

I linje med detta kan noteras att det offentliga Sverige – staten, myndigheterna och universiteten – spelar en blygsam roll på den svenska Twitter-toppen. Det enda kontot med en myndighet som avsändare på topp 100 är krisupplysningstjänsten

krisinformation.se. Den hittar vi på plats 60. Huruvida detta utfall ska ses som ett misslyckande för det offentliga Sveriges externa kommunikation eller resultatet av en medveten prioritering låter vi vara osagt. Men vi konstaterar att Twitter också fortsättningsvis bara används av omkring 10 procent av den svenska befolkningen på veckovis basis.

								
Partiets konto	32	-	45	-	94	27	78	62
Partiledarens konto	42	-	-	26	-	-	23	24



FACEBOOK



Joakim Lamotte

Förändring: +3



Sverigedemokraterna

Förändring: +3



Fredags fräckisen

Förändring: -1

Facebook är helt väsensskild från övriga plattformar. Här finns de traditionella företagen och mediehusen uppblandat med mer traditionella profiler och humorsidor. Det är två år efter varandra vår största sociala medier-plattform – 68 procent av svenskarna använder Facebook varje vecka – men det är också plattformen med högst snittålder. Det märks. Facebook speglar det breda Sverige, den breda humorn och de upprörande eller lättsmälta politiska lösningarna.

Vi ser i år en oväntad flykt från två läger: Dels influencers, som helt verkar tröttna på Facebook, och dels klassiska viralsajter. Flera av de nya (men anonyma) medieföretag som uppstått de senaste åren verkar ha gett upp. Men lika snabbt som de lämnar, ersätts de av nya (anonyma) viralsajter som hoppas göra enkla pengar genom att dra trafik från Facebook till en annonsdriven hemsida.

RANKING BASERAS PÅ:

- Totalt antal svenska delningar av innehåll från sidan
- Antal svenska delningar per post
- Totalt antal svenska reaktioner på innehåll (likes, hjärta, arg emoji och så vidare)
- Antal svenska reaktioner per post
- Totalt antal svenska kommentarer på sidan
- Antal svenska kommentarer per post

SD DOMINERAR

Sverigedemokraterna har ett exceptionellt bra läge inför valåret 2022. De fullkomligt krossar allt motstånd och dominerar med partiledare och flera andra politiskt aktiva. Här finns uppenbarligen en strategi att hålla koll på inför riskdagsvalet.

PANDEMI-MUSIK

Två oväntade artister har dykt upp i toppen: Jacke Sjödin och Donnez. Medan den förra har fått större spridning, har dansbandet Donnez kanske tjänat mest pengar. De har sänts konserter via Voyd och dämed kunna ta inträde och få en intäkt mitt i all pandemi-misär.

Plac. 2018	Plac. 2019	Plac. 2020	Plac. 2021	Diff.	Namn på sida	Reaktioner (rank)	Reaktioner/post (rank)	Kommentarer (rank)	Kommentarer/post (rank)	Delningar (rank)	Delningar/post (rank)
41	37	4	1	3	Joakim Lamotte	69	4	45	9	32	3
34	14	5	2	3	Sverigedemokraterna	4	23	17	88	4	35
15	15	2	3	-1	Fredags fräckisen	35	102	13	20	6	12
2	1	6	4	2	Newsner	1	61	5	81	1	51
70	64	31	5	26	Jimmie Åkesson	22	18	64	66	20	24
14	17	9	6	3	Att lyfta sig själv och andra - Tomas Gunnarsson	13	22	61	142	7	20
12	13	1	7	-6	The typical jag	57	93	8	10	47	70
88	54	13	8	5	SVT Humor	19	119	24	104	9	44
9	5	11	9	2	Ett gott skratt	18	226	4	36	2	34
291	63	21	10	11	Vid Din Sida - Stockholm	15	34	46	98	36	95
28	35	20	11	9	Newsner Djur	10	40	39	173	12	61
6	7	8	12	-4	Djurens Rätt	20	79	41	134	14	50
-	-	-	13	Ny	Jacke Sjödin	102	13	162	32	26	5
1147	111	14	14	0	Situationer	157	54	12	3	85	32
4	2	7	15	-8	Uppskattat	3	101	9	115	5	124
36	31	28	16	12	Stöd svenska polisen	34	47	80	102	48	62
105	93	34	17	17	Stefan Löfven	60	39	70	52	89	73
17	19	16	18	-2	Framsteg - Jesper Caron	25	29	128	193	13	18
120	118	18	19	-1	Kattjuren	88	118	84	89	24	26
21	20	3	20	-17	Marcus Oscarsson	47	5	100	21	199	68
-	-	114	21	93	Jessica Stegrud MEP	81	64	126	83	67	48
58	45	23	22	1	Newsner Guldkorn	30	56	72	140	62	127
116	83	40	23	17	Vänsterpartiet	70	84	83	84	78	93
74	88	48	24	24	Kungahuset	26	12	136	106	111	104
-	-	45	25	20	Folkhälsomyndigheten	255	49	106	18	69	10
35	30	19	26	-7	Matbibeln	108	87	57	34	131	114
98	79	35	27	8	Moderaterna	50	58	116	143	74	92
11	8	15	28	-13	Newsners bästa	6	165	14	245	3	109
162	141	29	29	0	Polisen Huddinge	75	59	121	93	123	117
-	57	12	30	-18	Diyari	162	2	280	14	141	7
694	493	74	31	43	Björn Ranelid (officiell)	225	14	294	26	57	4
3394	223	88	32	56	Stefan Sauk	238	21	281	31	49	6
-	-	25	33	-8	Den som skrattar förlorar	180	20	256	44	116	22
-	-	72	34	38	Charlie Weimers MEP	177	45	232	60	101	29
65	26	32	35	-3	Socialdemokraterna	49	187	31	87	71	236
13	11	30	36	-6	SVT	32	216	40	188	29	160
581	162	96	37	59	Ebba Busch	97	55	152	95	156	113
81	112	57	38	19	Polisen	153	60	277	124	40	15
-	-	22	39	-17	Ett Positivt Sinne - Albin Karlsson	179	183	97	85	66	60
50	38	26	40	-14	Jonas Gardell	16	7	92	80	207	271
-	-	-	41	Ny	Made in Sweden	339	174	20	8	117	45
-	-	27	42	-15	Humorbibeln	82	460	27	94	21	91
3	6	41	43	-2	Aftonbladet	2	261	1	109	8	404
886	358	107	44	63	Ulf Kristersson	98	80	177	144	152	139
81	49	24	45	-21	Djurbibeln	36	96	143	332	60	137
326	160	58	46	12	Jörgen Astonson Solidaritet Igen	159	153	197	175	65	55
7	18	10	47	-37	Lucas Simonsson	398	3	212	6	187	2
171	151	37	48	-11	Arga bibliotekstanten	65	83	239	324	61	75
-	28	50	49	1	Greta Thunberg	141	33	401	147	125	38
-	-	51	50	1	Mannerström	124	41	312	137	197	106

Plac. 2018	Plac. 2019	Plac. 2020	Plac. 2021	Diff.	Namn på sida	Reaktioner (rank)	Reaktioner/post (rank)	Kommentarer (rank)	Kommentarer/post (rank)	Delningar (rank)	Delningar/post (rank)
68	66	36	51	-15	Herregud & Co	39	36	355	440	25	25
317	335	70	52	18	Polisen Stockholm - hundenheten	119	16	341	82	276	96
1012	81	54	53	1	Efterlyst	214	304	169	208	27	28
416	120	225	54	171	Morgan Alling	206	38	219	45	346	125
30	32	84	55	29	SVT Nyheter	17	354	7	90	31	492
-	-	66	56	10	Jonatan Alfvén	472	1	430	4	94	1
330	224	112	57	55	Soheila Fors	203	97	362	180	139	71
235	197	73	58	15	Svenska kyrkan	158	170	185	171	179	214
-	-	235	59	176	Arkitekturupproret - Låt oss bygga vackert igen	106	53	431	319	106	64
-	-	-	60	Ny	Pierre Hesselbrandt	140	186	62	59	244	390
-	-	256	61	195	Region Skåne	275	377	159	163	56	54
-	159	76	62	14	NB Nyhetsbyrån	40	370	53	328	34	262
209	179	77	63	14	Wisti	61	125	265	530	41	77
379	279	87	64	23	I allmänhetens tjänst - granskning av public service	91	139	254	367	103	146
31	34	118	65	53	Sportbibeln	7	231	6	139	33	689
225	340	78	66	12	Magdalena Andersson	247	109	201	63	309	177
86	80	55	67	-12	Sonjas sida	62	452	69	451	11	63
203	172	69	68	1	Jonas Sjöstedt	130	107	251	200	220	228
60	69	90	69	21	Norrland. Ett eget land	9	50	109	690	35	247
98	62	46	70	-24	Jag Älskar Sverige	126	144	195	212	200	278
55	84	145	71	74	Kan den svenska flaggan få 1 000 000 likes?	23	359	50	494	19	230
-	-	44	72	-28	Bara Svenska Memes	497	179	183	37	215	69
-	-	-	73	Ny	Nooshi Dadgostar	176	133	278	211	195	189
-	-	189	74	115	Tobias Baudin	233	156	373	227	153	90
237	194	236	75	161	Zlatan Ibrahimović	76	9	443	121	431	169
-	-	124	76	48	Nöjeslivet	11	146	25	246	81	774
25	23	43	77	-34	Newsner Familj	42	393	85	621	17	132
476	586	131	78	53	Ardalan Shekarabi	163	336	103	187	166	338
420	2135	421	79	342	Guldkanten SVT	38	217	77	364	110	502
321	221	210	80	130	Annie Lööf	192	175	138	108	326	385
-	-	122	81	41	Sungen	195	289	139	176	217	366
136	103	100	82	18	Djurrättsalliansen	103	400	132	442	73	239
377	389	62	83	-21	Emanuel Karlsten	290	275	272	207	185	173
175	252	129	84	45	Aldrig Ensam	314	6	760	43	288	11
-	-	184	85	99	Jerry gillar	368	886	3	7	68	118
-	-	-	86	Ny	Vad skoj och så tokigt	249	921	29	71	46	142
1	3	61	87	-26	Expressen	8	561	2	162	16	716
8	12	116	88	28	TV4	14	374	15	243	51	776
108	78	91	89	2	Hundstallet	218	120	511	358	169	101
742	1040	117	90	27	Jon Henrik Fjällgren	197	31	311	62	618	273
-	-	326	91	235	Donnez	308	547	54	51	202	333
5	9	33	92	-59	Kärlek	55	900	22	273	15	235
212	176	103	93	10	Polisen nordvästra Skåne	80	250	176	472	138	386
115	95	56	94	-38	Politiskt Inkorrekt	100	319	207	583	79	222
696	522	134	95	39	Krisinformation.se	381	507	216	204	104	102
377	255	213	96	117	Dansbandssidan.com	92	635	34	168	96	510
-	512	120	97	23	Annika Strandhäll	372	205	190	61	432	275
202	182	136	98	38	Alice Teodorescu offentlig	319	42	610	127	367	80
87	82	53	99	-46	Uppskattat Djur	29	220	134	779	55	346
199	132	85	100	-15	Galenskaparna och After Shave	441	28	733	96	249	23

Plac. 2018	Plac. 2019	Plac. 2020	Plac. 2021	Diff.	Namn på sida	Reaktioner (rank)	Reaktioner/post (rank)	Kommentarer (rank)	Kommentarer/post (rank)	Delningar (rank)	Delningar/post (rank)
214	171	148	101	47	Uppdrag granskning	409	322	231	122	290	225
-	-	137	102	35	Lappland Photo	183	62	419	185	472	306
608	496	299	103	196	Lena Philipsson	78	26	245	119	641	542
106	114	108	104	4	C More Hockey	74	411	51	184	178	765
-	-	343	105	238	Däckteam i Sverige AB	963	189	377	27	102	8
-	-	-	106	Ny	Ankan	67	337	199	807	50	218
226	168	130	107	23	SPF Seniorerna	104	429	118	415	137	478
3388	7295	81	108	-27	Katerina Janouch	272	224	465	402	175	144
-	-	198	109	89	Fredriks Fika	64	278	273	942	28	103
-	-	197	110	87	Pontus Hugosson	778	241	309	46	263	58
222	348	249	111	138	Så mycket bättre	138	43	349	149	629	436
61	39	97	112	-15	Världsnaturfonden WWF	146	271	331	596	146	269
-	-	104	113	-9	Olle Thorell	332	473	268	312	170	217
-	809	271	114	157	Carina Bergfeldt	45	51	189	261	458	784
-	421	195	115	80	Tina Politik	148	550	206	673	52	171
723	368	205	116	89	Uppskattats bästa	94	444	104	429	157	582
567	387	171	117	54	Rebecca Weidmo Uvell	220	298	388	508	173	246
1555	699	268	118	150	Nordiska museet	259	72	663	311	374	155
-	949	390	119	271	Mandelmanns Gärd	202	15	242	25	1002	356
-	-	79	120	-41	Vi har kraften c/o Christian Wass	160	381	382	806	38	82
-	408	153	121	32	Faktafabriken	90	403	204	736	88	329
173	154	101	122	-21	Gunhild Carling	112	413	224	714	93	298
-	2866	543	123	420	Eddie Meduza	616	519	221	111	230	162
247	108	38	124	-86	Slöseriombudsmannen	509	188	508	165	353	138
254	134	83	125	-42	Aron Anderson	246	71	473	161	604	310
113	107	68	126	-58	Birgittas-Blandning	151	282	428	785	80	143
556	244	294	127	167	Kristdemokraterna	253	324	408	481	198	256
92	96	119	128	-9	Utan varandra är vi ingen	107	774	122	730	23	164
20	25	149	129	20	Sportbladet	5	221	16	408	63	1214
-	-	106	130	-24	Positiv	43	405	147	934	54	381
519	503	331	131	200	Sanna Nielsen	115	68	315	214	628	628
423	309	155	132	23	Livrustkammaren	187	206	334	381	384	516
-	-	-	133	Ny	Lena Hallengren	281	315	213	182	460	559
-	277	347	134	213	Zeinas Kitchen	169	330	307	581	205	433
-	-	49	135	-86	Småstadsliv	142	605	163	615	108	422
-	605	188	136	52	Simon Häggström	479	124	721	247	389	110
139	142	113	137	-24	Nyheter Idag	79	688	66	484	105	657
360	524	179	138	41	Kolmården	446	163	452	141	595	290
-	146	63	139	-76	Roliga skämt	114	554	255	940	42	183
3259	3980	445	140	305	Tina Nordström	248	121	567	349	481	331
251	232	162	141	21	FriaTider.se	274	732	120	251	211	513
910	732	706	142	564	Sverigedemokraterna Stockholms stad	350	177	615	385	363	213
-	-	-	143	Ny	Sveriges roligaste barn	542	383	551	374	172	88
-	-	-	144	Ny	Eva Rydberg	210	98	561	386	500	361
569	978	82	145	-63	Robert Gustafsson	317	17	636	77	878	193
54	61	244	146	98	Nyhetsmorgon	21	451	36	533	87	993
-	576	206	147	59	Sverigedemokraterna Region Stockholm	310	252	500	433	331	308
-	251	67	148	-81	Katrin Sundberg	385	76	792	262	501	141
1080	1825	230	149	81	Mustasch	581	113	442	57	759	210
227	174	626	150	476	Svensk fotboll	71	238	240	694	224	696

Plac. 2018	Plac. 2019	Plac. 2020	Plac. 2021	Diff.	Namn på sida	Reaktioner (rank)	Reaktioner/post (rank)	Kommentarer (rank)	Kommentarer/post (rank)	Delningar (rank)	Delningar/post (rank)
1852	992	310	151	159	Trädgårdstider	363	37	674	123	774	192
-	-	-	152	Ny	Riks	250	759	252	650	76	196
127	106	203	153	50	Frölunda Indians	72	262	172	544	266	867
725	765	259	154	105	Anders Ygeman	419	256	450	233	484	344
683	466	292	155	137	Medborgerlig Samling	232	434	449	761	132	216
-	449	269	156	113	Björn Söder	127	674	170	750	91	415
83	109	80	157	-77	Sverige mot särskrivning	260	232	512	516	349	369
-	-	277	158	119	Bluebox	864	1039	90	53	114	78
565	2418	568	159	409	Kikki Danielsson	58	432	102	649	161	851
-	1318	335	160	175	Tomas Tobé	587	143	666	169	536	152
323	241	110	161	-51	Pågen Giffjar	593	95	220	19	1026	303
-	-	164	162	2	Linnéa Claeson	406	129	631	225	614	266
10	10	39	163	-124	skratta	116	1486	19	230	30	399
-	-	-	164	Ny	Gårdsjö Älgpark	236	27	1029	422	467	129
-	1459	208	165	43	Fonus	461	57	988	278	448	85
67	126	125	166	-41	HBO Nordic	117	331	124	303	408	1041
436	388	161	167	-6	Kommunal	591	580	520	444	115	74
387	135	193	168	25	Alternativ för Sverige	341	503	376	464	265	375
-	315	427	169	258	ABBA	379	112	964	487	296	89
405	266	168	170	-2	Sandgrund Lars Lerin	235	25	702	192	864	315
-	-	336	171	165	Svenska memes	529	1048	141	194	165	272
-	-	-	172	Ny	Min värld av teckningar och tavlor	336	294	749	809	99	67
-	1227	451	173	278	Göran Greider	128	302	288	618	305	730
353	445	698	174	524	Polisen i Örebro län	656	593	566	448	84	40
300	301	59	175	-116	Kommer du ihåg	353	116	714	335	591	279
396	210	270	176	94	Ernst Kirchsteiger	261	30	580	126	1009	388
2315	2744	781	177	604	Tobias Karlsson	299	114	587	290	691	416
627	790	165	178	-13	Glada Hudik-teatern	221	204	510	566	417	488
241	288	774	179	595	TV4Sporten	28	110	243	765	295	969
1583	1916	461	180	281	Arvingarna Officiella	194	88	457	275	768	632
42	44	174	181	-7	TV4 Nyheterna	44	971	26	425	64	904
-	-	-	182	Ny	Niiinis Kitchenlife	87	1002	133	1102	10	105
144	86	187	183	4	RIX MorronZoo	66	516	44	267	246	1309
-	470	733	184	549	Bakamedfrida	276	729	322	706	127	288
-	-	186	185	1	Skratta ihjäl	514	1352	74	159	107	259
328	293	217	186	31	Försvarsmakten	449	185	645	327	567	296
-	-	-	187	Ny	MalmöKurd	77	358	458	1471	22	83
-	-	323	188	135	Billy Opel	662	169	820	248	461	115
386	361	224	189	35	Pondus Sverige	186	214	700	1091	136	166
458	969	531	190	341	Björn Skifs	433	11	634	33	1249	174
46	40	314	191	123	SVT Sport	12	239	32	447	183	1622
-	-	-	192	Ny	Bulletin	101	753	93	627	149	816
-	-	215	193	22	Helena Lindahl, C, Västerbotten	737	318	644	260	424	167
159	225	320	194	126	C More	279	835	153	373	252	662
-	-	-	195	Ny	Nyamko Sabuni	485	476	359	280	477	484
-	-	-	196	Ny	Exakt24	340	913	317	692	95	207
331	185	368	197	171	Let's dance på TV4	167	74	217	103	1046	966
-	-	167	198	-31	Runar Sögaard	563	485	483	338	385	319
126	56	102	199	-97	Land	190	816	253	902	83	337
52	52	133	200	-67	Viralking	348	589	395	553	281	439



DATAANALYS:

SVENSKARNAS FACEBOOK- ANVÄNDANDE ALLT MER PASSIVT

Svenskarna betraktar mer, skriver och delar allt mindre. Det är slutsatsen av vår dataanalys över de hundra största Facebooksidorna i år, jämfört med förra året. Nästa var tredje delning har försvunnit – på ett år.

Resultatet går i linje med andra studier där svenskarna fått uppskatta sitt Facebook-beteende. I Internetstiftelsens "Svenskarna och internet" har det under

flera år rapporterats om en stadig minskning i antal som delar vidare en post. Särskilt de yngre delar mindre, vilket gjort att de som delar poster på Facebook ofta varit de över 65 år. I vår data-sammanställning blir det här

5%

Fler antal reaktioner per post, jämfört med förra året

tydligt: Vi gillar mer, men kommenterar mindre. Årets hundra mäktigaste på Facebook ser också ett kraftigt ras i antal genomsnittliga delningar per post. Drygt var tredje delning har försvunnit – på bara ett år. Det kan delvis vara en pandemi-effekt: Under förra mätperioden, i mars 2020, Facebookade svensken mer än hon någonsin gjort tidigare. Allt eftersom pandemin pågått har vi sett en återgång till ett mer passivt Facebookande. Där man umgås mer i Facebookgrupper, direktmeddelanden och mindre med stora Facebooksidor.

-18%

Färre kommentarer per post, jämfört med förra året

-35%

Färre delningar per post, jämfört med förra året

ÅSIKTSKORRIDOREN BREDDAS – FÖR VISSA

Den 10 december 2013 myntade Henrik Ekengren Oscarsson, styrelseledamot i Medieakademin, det numera väletablerade begreppet "åsiktskorridoren" i ett blogginlägg på forskarbloggen Politologerna. Med utgångspunkt i SOM-undersökningen och Valdimer O Keys tankar om att väljare inte alls är så korkade som de mer socialpsykologiskt inspirerade forskarna antydde, beskrev Henrik debattklimatet i Sverige som tämligen extremt:

"Åsiktskorridoren – det vill säga den buffertzonen där du fortfarande har visst svängrum att yttra en åsikt utan att behöva ta emot en dagsfärsk diagnos av ditt mentala tillstånd – är mycket smal i Sverige."

Begreppet åsiktskorridoren fyller snart åtta år, och mycket har under denna tid förändrats. Som vi beskrivit i såväl För- och Maktbarometerens och Maktbarometerens analyser har stora förskjutningar skett i det politiska samtalet – men faktiskt inte så mycket i människors attityder.

Ofta talar vi om framväxten av sociala medier som något som förändrat åsikter och attityder i samhället, men mycket tyder på att det i första hand är **de folkvaldas åsikter som förändrats** på grund av sociala medier - inte väljarnas.

Sociala medier har raserat, eller iallafall breddat, delar av åsiktskorridoren. Ta till exempel attityden till invandring och flyktingar: Ungefär 40 procent av väljarna tyckte att Sverige skulle ta emot färre flyktingar långt innan tågstationerna fylldes av flyktingar under 2015, långt innan Reinfeldt pratade om att "öppna våra hjärtan" och långt innan Socialdemokraterna svängde om och tog över stora delar av Sverigedemokraternas flyktingpolitik. Som Maktbarometern visat i flera år är det just Sverigedemokraterna som är outstanding på att bygga upp räckvidd och engagemang i de sociala medierna, och vad vi nu ser är hur åsiktskorridoren kring vad som är möjligt att säga och föreslå inom flyktingpolitiken breddats från trång korridor till en formidabel motorväg: Idag finns nästan ingen gräns för vad som är möjligt att föreslå i ämnet. Slutsatsen måste vara att framväxten av de sociala

”

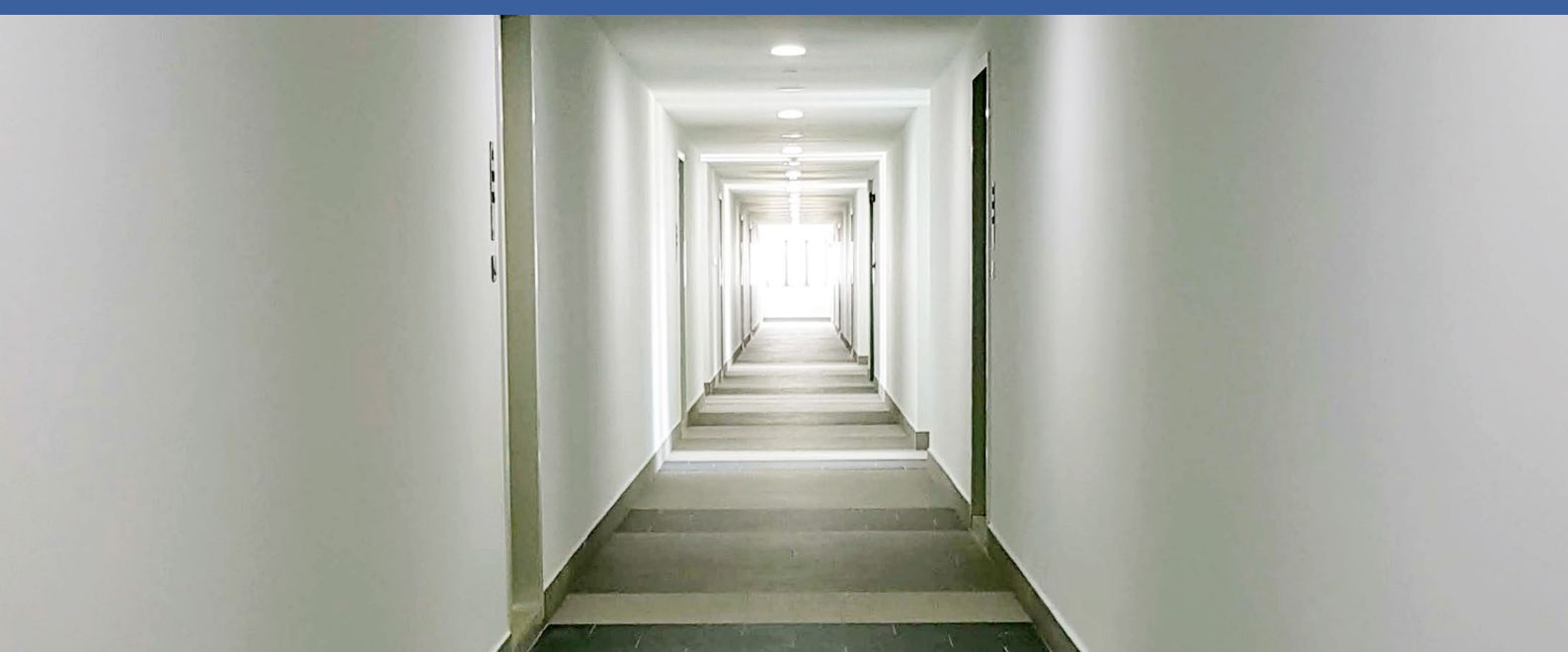
"Åsiktskorridoren – det vill säga den buffertzonen där du fortfarande har visst svängrum att yttra en åsikt utan att behöva ta emot en dagsfärsk diagnos av ditt mentala tillstånd – är mycket smal i Sverige."

medierna gav Sverigedemokraterna en möjlighet att linjera det politiska klimatet med väljarattityderna. De tog den chansen och vann stort. Om det nu var så - att sociala medier var det som raserade åsiktskorridoren inom flyktingpolitik - så uppstår två intressanta följdfrågor: Varför förändras inte politiken på andra områden med samma diskrepans mellan väljarattityder och politik? Och har det skett en överkorrigering inom vissa områden på grund av sociala medier?

Är klassisk svensk lobbyism fortfarande en starkare politisk kraft än digitalisering?

I den ursprungliga beskrivningen av åsiktskorridoren nämnde Henrik Ekengren Oscarsson ett antal områden där diskrepans mellan opinion och politisk agenda var synnerligen stor. Han exemplifierade med flyktingar, religion, vargfrågan, abortgräns, dödsstraff och djurrätt. Det sistnämnda är ett intressant område att kika närmare på med Maktbarometer-glasögon.

Ända sedan Maktbarometern startade har djurrättsorganisationer och djurrättsintresserade influencers haft en relativt stark ställning i våra topplistor. Djurens Rätt har till exempel haft en ständigt hög och stadig plats på totalistan och influencern Therése Lindgren, också topplacerad, inspirerar sina följare till vegansk kosthållning och har vid flertalet tillfällen lyft fram Djurrättsalliansens granskningar av bristande djurhållning. Stödet för starkare djurskydd är mycket stort bland svenska väljare och detta går långt tillbaka i tiden: Astrid Lindgrens 70-årspresent från Socialdemokraterna



var ett förbud mot burhöns (tyvärr blev presenten aldrig levererad). Med flyktingfrågan som modell borde väl då politiken inom djurrätt förändras i rekordfart nu när sociala medier river åsiktskorridoren?

Minkfrågan visar att så inte är fallet. Bland svenskarna är skyhöga 80 procent för ett förbud mot minkuppfödning, men trots detta är endast tre partier (V, MP och L) för en avveckling av farmerna. Djurrätt engagerar alltså stort på sociala medier, men trots det verkar inga positioner flyttas i politiken. Fram till pandemin var en tes att detta kunde förklaras med att det helt enkelt är en fråga om agendasättning och prioritet hos väljare (bara för att det finns en åsikt hos människor kanske den inte är tillräckligt viktig för att sättas på agendan). Flyktingfrågan har trots allt, till skillnad från minkfrågan, varit mycket dominerande på agendan sedan flyktingkrisen 2015 för både vanligt folk och politiker. När då plötsligt nyheten kom att pandemin sannolikt orsakats av dålig djurhållning i Kina och att coronan spreds av just minkar på svenska minkfarmer, hamnade plötsligt djurrätt och minkfarmning på agendan. Danmark la ner alla minkfarmer, och om teorin med att sociala medier kan riva åsiktskorridorer stämmer borde det nu ha skett en politisk förflyttning i frågan om minkarna. Så skedde inte.

Förklaringen till detta är svår att fastslå. Men en teori är helt enkelt att det handlar om hur starka olika intressegrupper är i sitt lobbyarbete. Det fanns kanske inga hundraåriga lobbygrupper med starka ekonomiska muskler och täta band till de folkvalda som ville se en fortsatt generös flyktingpolitik. Det gör det för lantbrukarna där minkuppfödarna ingår. Kanske är den traditionella svenska

lobbyismen helt enkelt ett så starkt inslag i svensk politik att inte ens digitaliseringen rår på den?

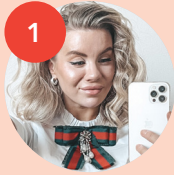
Vi bygger våra egna ekokammare

Ett annat möjligt fenomen som uppstått i rivningsdammet av åsiktskorridoren är överkorrigering. Likt piloter får se mer av solen än oss andra så exponeras politiker betydligt mer för aktuell politik än oss andra. Den politiska arenan är numera sociala medier och inte minst den jämförelsevist lilla sociala medie-plattformen Twitter. Ovanpå att våra folkvalda har en lite annorlunda mediekonsumtion än oss andra, så förvärras fenomenet av de nya kurateringsmodellerna. Förr kunde en politiker få en överblick av debatten och agendan i samhället genom att läsa några tidningar, lyssna på ekot och se på TV-nyheterna – i dagens enorma informationsflöde måste politikern själva sätta upp en metod för att sälla och prioritera kring vilka nyheter, debattartiklar, poddar och Youtube-klipp hen ska konsumera. Det är inte ovanligt att detta automatiseras med hjälp av sökordsbaserade bevakningstjänster. Att varje morgon läsa nyhetsflöden och debattinlägg baserat på sina egna valda preferenser och sökord riskerar naturligtvis att förstärka förutfattade meningar om vilka frågor som engagerar människor därute.

Ekokammare och åsiktskorridoren är två viktiga begrepp i dagens politiska arkitektur. Genom att studera insamlad data från såväl sociala medier som attitydundersökningar kan de bli begripligare. Den som vet hur de fungerar – eller har en stark lobbyorganisation – kommer ha en stor fördel i den kommande valrörelsen.

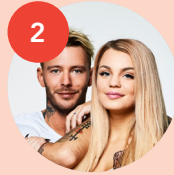


YOUTUBE



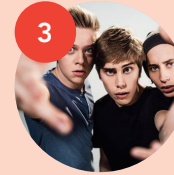
Therése Lindgren

Förändring: +/- 0



Jocke & Jonna

Förändring: +/- 0



IJustWantToBeCool2

Förändring: +/- 0

Therese Lindgren toppar för tredje året i rad som Sveriges mäktigaste Youtuber. För varje år lyckas hon hitta nya sätt att utvecklas med sin samtid och använda digitala kanaler på bästa sätt. Ett år när de flesta andra tappat engagemang och visningar går Lindgren mot strömmen och ökar snittvisningar och engagemang.

Tuffare har det varit för svensk rap, som förra året började göra svenska Youtube till sitt eget MTV. Men i år rasar nästan samtliga på listan. I några fall för att de sitter inlåsta, men intresset verkar också dalat.

Desto bättre har det gått för Mange Makers, som 2011 gjorde humorlåten "Fest hos Mange" som blev en av tidernas mest virala Youtubeklipp. Nu är de tillbaka, utan skivbolag, för en reunion som tagit Youtube med storm.

RANKING BASERAS PÅ:

- Antal svenska visningar per publicerad video
- Antal likes per publicerad video
- Antal kommentarer per publicerad video

TAZER NY PÅ LISTAN

Tazer är årets nykomling, direkt upp på plats 17. En ung kille som kommenterar nyheter och dramaten som utspelar sig bland svenska youtubers. Genom åren dyker den här typen av konton upp och försvinner ofta lika snabbt: Idén att dessa samtiden är inte lukrativ i längden.

FÖRSTA- OCH ANDRA-KANALER

En trend i år har varit att starta gaming-kanaler. Två stora konton som gjort just det är JLC och IJWBC. Båda dessa nya kanaler har letat sig upp på topp 200 under året. Sedan tidigare är det vanligt att ha en andra-kanal för mer oseriöst eller vardagligt innehåll. Detta för att renodla första-kanalen och tydliggöra vad ens primära identitet är. Motsägelsefullt nog får ofta andra-kanalen större engagemang än förstakanalen.

Plac. 2018	Plac. 2019	Plac. 2020	Plac. 2021	Diff.	Namn	Visningar (rank)	Visningar per video (rank)	Likes (rank)	Likes per video (rank)	Kommentarer (rank)	Kommentarer per video (rank)
2	1	1	1	0	Therese lindgren	3	17	4	3	9	6
1	3	2	2	0	Jocke & Jonna	6	19	10	5	11	8
6	7	3	3	0	IJustWantToBeCool2	4	32	5	8	15	19
-	43	7	4	3	Uppdrag: Mat	20	4	30	1	39	1
-	171	12	5	7	Pontus Rasmusson	24	41	26	11	12	4
9	4	6	6	0	JLC	12	23	19	7	44	28
32	27	20	7	13	SampeV2	22	50	22	16	23	13
	84	29	8	21	Emil Hansius	21	54	16	15	24	17
20	51	10	9	1	THE SWEDISH FAMILY	7	36	31	43	18	15
7	11	11	10	1	Tomu	2	96	3	37	2	23
11	10	13	11	2	FAMILJEN TORSGÅRDEN	37	66	18	9	27	11
-	5	8	12	-4	Anis Don Demina	10	75	7	21	31	50
3	2	9	13	-4	PewDiePie	5	143	1	17	4	35
-	63	4	14	-10	Sebastian Tadros	29	38	37	22	52	30
-	13	5	15	-10	Gordon Dewoon	36	82	23	18	34	21
-	14	17	16	1	Antonija Mandir	14	68	25	40	30	42
-	-	-	17	Ny	TaZer	101	60	38	4	22	2
-	105	16	18	-2	iskall85	59	100	24	13	32	14
-	78	54	19	35	Yumi	40	57	54	47	37	16
-	32	22	20	2	Bianca Ingrosso	11	40	41	56	72	97
-	19	31	21	10	Matkoma	33	88	49	71	54	58
-	206	37	22	15	Martin Rockström	111	105	72	42	28	5
26	16	30	23	7	IJustWantToBeCool	103	48	64	10	114	29
-	-	84	24	60	Marcus Dübois	70	113	39	32	75	67
-	-	65	25	40	Rezdar	75	119	55	60	56	47
-	-	247	26	221	En Rullande Talkshow	35	125	36	72	53	93
7	9	15	27	-12	Vlad Reiser	109	121	50	30	67	45
-	120	63	28	35	Johanna Berg	60	137	65	89	38	34
-	73	69	29	40	Eliott Malhotra	52	145	34	48	62	98
-	49	24	30	-6	Viktor Klemming	119	95	99	52	63	25
-	18	35	31	4	Cluee News	56	190	40	85	36	56
4	8	26	32	-6	Ben Mitkus	27	257	11	83	14	76
-	48	91	33	58	Melodifestivalen	16	77	89	159	48	83
-	100	39	34	5	NewPlay	114	51	81	19	154	54
67	110	23	35	-12	Filip Dikmen	81	129	60	66	71	68
-	-	253	36	217	Tomu Två	17	172	29	121	33	117
-	119	57	37	20	TeamOdiffat	110	144	68	58	64	48
-	-	130	38	92	Diyari Mahmoud	100	34	104	20	177	57
-	-	-	39	Ny	Haval	69	2	214	14	213	9
-	-	102	40	62	Pontus Rasmusson 2.0	74	149	53	75	78	95
-	134	85	41	44	Henrik Jönsson	130	224	52	69	35	22
-	-	-	42	Ny	IJustWantToBeCool GAMING	85	133	69	77	84	90
-	90	81	43	38	Ribecka	66	128	51	63	107	137
-	-	48	44	4	Duno	13	291	15	171	3	63
-	62	41	45	-4	Yumi Gaming	32	235	45	176	16	65
26	40	50	46	4	Matinbum	18	296	9	129	10	112
31	28	27	47	-20	Linn Ahlborg	62	58	83	46	184	147
-	322	43	48	-5	ANJO	129	177	80	73	76	55
-	159	28	49	-21	JeppesGaming	174	180	90	53	73	33
-	94	53	50	3	Alice Stenlöf	43	118	78	114	112	165

Plac. 2018	Plac. 2019	Plac. 2020	Plac. 2021	Diff.	Namn	Visningar (rank)	Visningar per video (rank)	Likes (rank)	Likes per video (rank)	Kommentarer (rank)	Kommentarer per video (rank)
-	-	143	51	92	Markus Aujalay	79	151	88	108	89	115
20	22	78	52	26	Lea Wallin	86	316	44	136	13	38
18	30	46	53	-7	Tomas och Malin	115	216	71	99	60	74
36	53	110	54	56	Tone Sekelius	84	239	56	123	49	89
41	101	88	55	33	Felicia Bergström	112	218	75	109	59	87
-	128	51	56	-5	Familjen Arcombe	87	267	47	117	43	100
-	220	67	57	10	keebabb	19	345	12	173	7	109
-	-	160	58	102	Snabb Fakta	136	225	97	119	47	43
-	-	66	59	7	Martin Björk	77	80	114	84	170	150
70	89	38	60	-22	Anomaly	121	244	42	62	85	135
-	581	3419	61	3358	Hov1VEVO	138	9	231	24	280	31
-	20	18	62	-44	Hydra	205	174	110	55	123	52
-	-	103	63	40	CHRIPPA	48	392	21	142	21	129
35	17	61	64	-3	Misslisibell	72	223	58	131	93	189
9	26	68	65	3	L22	28	404	20	204	8	107
43	50	55	66	-11	LAKI	131	256	57	90	95	145
-	-	116	67	49	Top Guyz Records	126	16	257	49	295	51
53	59	42	68	-26	Hampus Hedström	219	135	134	38	194	75
-	106	147	69	78	Skavlan	176	164	162	118	122	60
-	143	52	70	-18	Ant Wan	157	12	275	35	304	37
-	54	80	71	9	Amanda Lundgren	177	150	103	44	209	139
61	68	142	72	70	Bröderna Norberg - Daniel och Emil	147	158	151	125	140	103
-	124	156	73	83	Johanna Ottosson	223	153	160	80	174	80
-	-	7283	74	7209	Mange Makers	281	102	168	31	248	59
-	-	182	75	107	kanalgratisdotse	50	272	61	198	77	242
-	169	77	76	1	GörDetMedRW	178	288	126	158	70	82
-	92	60	77	-17	Falken	210	236	116	92	137	113
47	37	36	78	-42	ManfredErlandsson	261	91	192	39	259	64
17	15	98	79	19	STAMSITE	51	462	27	197	19	158
-	96	144	80	64	Jonna Jinton	319	162	172	41	180	41
68	83	59	81	-22	Tova Helgesson	286	138	144	27	257	85
-	126	47	82	-35	Anomaly & Papanomaly	206	318	77	96	105	136
5	315	2085	83	2002	Let's Feast	23	171	17	65	169	500
-	-	183	84	99	Chris Whippit Vloggar	137	317	94	174	80	149
-	-	74	85	-11	Einár Ns1	265	6	334	6	342	7
-	412	157	86	71	GRIND GANG MUSIC	156	59	217	93	305	140
16	34	71	87	-16	Simon Lussetti	94	365	48	163	69	233
-	165	128	88	40	Mimi Höglin	97	293	62	154	111	256
-	712	317	89	228	Miriam Bryant	175	8	322	26	404	39
-	-	135	90	45	Preme	412	154	211	34	158	12
-	-	-	91	Ny	JLC GAMING	334	87	216	28	284	40
-	61	75	92	-17	The Verz Cast	314	254	157	78	141	49
-	213	1792	93	1699	Isak Danielson	249	183	125	50	239	148
-	359	165	94	71	Lennart Matikainen	179	524	43	144	29	77
-	204	86	95	-9	Filip Poon	134	277	122	193	106	173
-	58	25	96	-71	Emma och Konrad	290	252	137	74	163	96
-	517	149	97	52	Tanbyklara	46	197	92	203	143	334
-	-	-	98	Ny	Leif Mannerström	128	261	115	168	135	210
-	87	87	99	-12	Konstiga Bloggen	241	207	136	81	212	142
-	406	108	100	8	Diana Baban	116	280	105	187	120	216

Plac. 2018	Plac. 2019	Plac. 2020	Plac. 2021	Diff.	Namn	Visningar (rank)	Visningar per video (rank)	Likes (rank)	Likes per video (rank)	Kommentarer (rank)	Kommentarer per video (rank)
-	140	105	101	4	Berts Värld	145	388	106	227	51	121
-	268	193	102	91	Beas liv	197	206	150	122	201	169
-	-	-	103	Ny	A36	180	11	300	33	458	78
-	44	56	104	-48	Daniel Norlin	188	394	86	156	82	161
-	241	297	105	192	Tänk till	106	240	141	240	130	230
39	29	76	106	-30	Kammi	193	260	123	126	188	199
24	46	159	107	52	Familjen Reinhold	65	370	87	330	45	192
-	496	267	108	159	SINAN	190	13	344	51	437	69
-	107	173	109	64	Felicia Aveklew	104	241	109	180	165	318
12	23	64	110	-46	Moa Murderess	285	340	159	150	121	92
-	-	-	111	Ny	La Rosy	298	92	306	86	303	71
52	47	93	112	-19	Bente Daniela	270	324	135	120	160	152
-	-	-	113	Ny	Riks	15	711	2	253	1	180
-	-	-	114	Ny	Dialogiskt	152	281	165	257	129	183
-	-	-	115	Ny	Topp 1 i Sverige	385	52	311	25	367	32
-	82	44	116	-72	Lisa Anckarman	158	196	155	152	244	275
-	-	314	117	197	Min Faking Bror	144	338	100	181	145	281
-	142	83	118	-35	SketchMakers	274	259	158	106	224	170
44	85	72	119	-47	Joen	184	299	133	160	172	247
46	60	121	120	1	Wilma & Emil	170	251	148	161	215	252
-	202	49	121	-72	Fivestar Records	203	67	292	115	365	162
15	12	82	122	-40	ChrisWhippit	47	507	28	233	41	348
-	419	34	123	-89	1 Cuz	313	46	349	54	406	53
23	31	117	124	-7	Matgeek	92	331	119	311	97	279
-	138	62	125	-63	BL	120	126	199	196	291	300
-	74	40	126	-86	Jasse	171	290	178	244	153	201
60	185	176	127	49	matte	245	400	101	135	152	211
-	-	-	128	Ny	Nino&Julia	273	423	161	212	87	111
-	353	265	129	136	guldleo21	143	525	84	291	46	181
-	113	94	130	-36	Don V	316	160	244	91	331	133
94	272	241	131	110	Sherin Amara	300	382	107	97	197	195
-	933	113	132	-19	Sevou	61	690	8	192	26	304
-	345	230	133	97	Margareta Gräås	139	567	85	364	20	108
-	296	196	134	62	Motornörd	155	305	147	228	166	297
-	197	21	135	-114	Dree Low	277	84	338	105	386	120
66	155	109	136	-27	Narins Beauty	294	463	108	140	133	177
13	24	150	137	13	Ufosxm	31	386	32	260	81	530
-	386	262	138	124	Klippta Klipp	532	106	329	29	307	18
-	264	97	139	-42	Levinho	45	692	6	206	25	352
-	81	155	140	15	Cattis Eklund	182	483	98	232	91	245
-	-	309	141	168	Sofia Dalén	222	179	219	155	320	238
-	79	90	142	-52	Luddze	292	503	118	167	99	154
-	141	45	143	-98	KARAKTÄRER	376	69	314	36	470	86
33	42	129	144	-15	Ida Warg	199	289	181	219	211	262
-	554	99	145	-46	Kevzter	88	660	46	373	17	182
-	86	122	146	-24	Vendela Nilsson	133	385	117	272	132	342
28	6	14	147	-133	Random Making Movies	663	25	319	2	372	3
-	231	158	148	10	Life Of Momo	398	214	274	100	302	106
-	978	219	149	70	Camilla Hamid	224	350	174	230	185	250
-	164	206	150	56	Agge	207	532	130	323	58	164

Plac. 2018	Plac. 2019	Plac. 2020	Plac. 2021	Diff.	Namn	Visningar (rank)	Visningar per video (rank)	Likes (rank)	Likes per video (rank)	Kommentarer (rank)	Kommentarer per video (rank)
49	56	100	151	-51	JOYJ	437	355	250	148	164	66
-	118	164	152	12	KulPåHjul	186	434	129	262	128	283
-	-	333	153	180	De Fria	243	662	96	264	42	128
-	104	137	154	-17	Alexandra Nilsson	221	329	209	292	167	225
47	52	123	155	-32	MonteFjanton	363	426	187	172	155	141
-	218	250	156	94	Mackans Garage	202	471	140	305	100	234
36	88	203	157	46	GGFrolle	269	544	146	274	74	146
-	-	-	158	Ny	Grannen Måns	451	193	258	61	381	116
-	108	148	159	-11	Gurkis	468	248	297	101	275	73
-	-	220	160	60	Samnytt	246	549	152	349	55	123
-	-	941	161	780	Erik Grankvist	330	157	327	132	379	155
58	188	232	162	70	Systrarna Elfstrand	217	475	153	312	103	222
-	109	152	163	-11	Jewanderz	169	464	121	284	127	324
50	147	187	164	23	Fotbollstuben	431	72	522	113	343	27
-	806	1091	165	926	Omar Rudberg	632	152	249	12	417	46
-	288	254	166	88	154	389	375	253	188	198	125
-	-	279	167	112	Emil Stegfeldt	307	528	191	304	83	126
-	132	96	168	-72	Angry Foreigner	458	540	185	162	119	81
-	64	170	169	1	Cactufee	142	612	82	372	57	284
-	-	-	170	Ny	Kammi VLOGGAR	213	395	149	242	203	351
40	67	146	171	-25	Kimmy POWER	173	541	112	337	90	308
-	-	224	172	52	Allsvenskan Productions	93	328	167	450	149	414
-	468	205	173	32	Alex Ceesay	322	238	365	259	265	153
-	-	379	174	205	JONNY & JOSSI	309	349	207	200	267	271
-	302	236	175	61	Försvarsmakten	244	292	264	278	254	276
30	33	202	176	26	DualDGaming	53	495	35	273	108	644
-	339	246	177	69	Kitty Lilleste	302	431	252	339	148	168
-	-	-	178	Ny	YasinTheDon	406	62	476	95	519	84
223	123	269	179	90	ZaraLarssonMusicVEVO	214	266	179	183	355	454
-	41	163	180	-17	RASK	288	636	143	294	92	200
-	-	263	181	82	Roberto Vs The World	165	623	111	402	66	291
-	135	169	182	-13	Viafree Sverige	185	229	352	435	223	239
75	222	186	183	3	RoomieOfficial	163	726	63	318	61	341
-	-	-	184	Ny	Felicia Brundin	355	413	190	164	286	287
-	-	327	185	142	Maja Nilsson Lindelöf	234	245	222	202	382	411
42	71	184	186	-2	Wilma Holmqvist	212	310	180	224	317	460
-	-	145	187	-42	advokatsnack	441	556	263	276	98	79
-	76	101	188	-87	Linnea & Viola	211	435	169	350	178	378
62	199	428	189	239	Splay Sverige - Sveriges största YouTubers på en kanal	324	79	405	116	606	193
-	542	245	190	55	cÖmparn	201	794	74	359	50	254
-	-	79	191	-112	Phillipe Cohen	311	194	346	194	433	260
-	145	215	192	23	Sandra Lindahl	238	406	203	343	218	346
-	209	217	193	24	Josefin ASMR	271	494	195	366	157	274
-	330	255	194	61	Svanströms EL & VVS AB	259	323	279	308	270	319
-	121	112	195	-83	Stadsbild TV	187	234	286	342	326	397
-	738	1192	196	996	Tvillingarna Lindberg	374	498	225	268	202	213
22	39	168	197	-29	SoftisFFS	189	670	79	300	113	430
-	98	89	198	-109	vivalajulian	450	680	171	211	126	144
-	-	421	199	222	Håkan Bergmark TV	108	1076	13	374	6	207
-	99	207	200	7	Olle Mcdulle	266	496	189	338	179	330

HAR YOUTUBE PEAKAT I SVERIGE?

De mest spännade insikterna från årets Youtube-barometer kommer inte från topplistan, utan från meta-datan. För i år ser vi att Sveriges 100 mäktigaste Youtubers producerar färre videos, men får också lägre tittning och lägre engagemang i snitt. Har Youtube nått sin topp i Sverige?

När Internetstiftelsen förra året (2020) släppte sin stora rapport över hur svenskar använder internet minskade för första gången Youtube i daglig användning. Detta trots att det var pandemi-år och nästan alla andra medier slog rekord. Det var samtidigt ett dubbelt budskap: Uppdelat i ålderskategori ökade Youtube i alla kategorier, utom för de 16-25 år. Det vill säga de som växt upp med Youtube och gjort det till sin huvudsakliga tv-tittarvana. Totalt tappade Youtube fyra procentenheter i åldersgruppen, ner till 68 procent som dagligen tittade på Youtube. Alla övriga åldersgrupper ökade sin dagliga tittning

-17%

Gillaklick per video, jämfört med förra året

markant, men det var förvillande: Varför lämnar de unga? Under hösten 2021 har flera youtubers vittnat om att trenden eskalerat. De ser i sin statistik att de tappar visningar, kommentarer och likes. Det här

är existentiellt för youtubers. De vet att de lever på andras villkor, på en Google-ägd Youtube-plattform som styrs av algoritmer. En ägare som i sin tur skruvar utifrån en rad antaganden om vad som är gångbart eller populärt just nu. Genom åren har youtubers många gånger behövt anpassa sitt innehåll till det. Man har gjort sig mer eller mindre clickbaitiga, skapat kortare eller längre videos eller vad som nu fungerat bäst. Men nu är det annorlunda. En genomgående trend har varit att backa tillbaka, publicera färre videos, försöka lista ut vad de gör fel, vad de kan göra bättre. De hundra största kanalerna har i år publicerat 17 procent färre videos än förra året. Men ingenting verkar ha hjälpt. För det är inte bara på totalen som visningar, kommentarer och likes har försvunnit – även snittsiffrorna

minskar. 22 procent färre visningar per uppladdad video, 17 procent färre gillaklick och hela 25 procent färre kommentarer än vad de 100 största samlade in föregående år.

Vad är det som händer?

Det finns teorier om att det beror på minskat pendlande. Att ledtider där Youtube varit populärt har försvunnit under pandemin.

Men några tydliga sådana mönster går inte att hitta när de jämförs med Sveriges öppnande och stängande av till exempel skolor. Den bästa teorin är istället ett förändrat beteende.

För under 2020 skedde en annan förflyttning: 16-25 åringarna minskade sitt dagliga tittande på Youtube, men kastade sig över Tiktok. Bara under ett halvår ökade Tiktok från 24 till 29 procent i åldersgruppen 16-25 år. Det är en eskalering och förflyttning i tv-beteende som är unikt.

-25%

Kommentarer per video, jämfört med förra året

I USA har den i sammanhanget ansedda analysfirman App Annie släppt rapporter om att Tiktok passerat Youtube i genomsnittlig tittartid – ett av de nyckeltal som varit viktigast för Youtube. Vilket i sin tur har gjort att Youtube försökt svara och lanserade under våren 2021 "Youtube shorts", en egen Tiktok-klon. Flera av de konton som Medieakademin har varit i kontakt med ser en direkt korrelation till minskat engagemang och lanseringen av Youtube shorts i Sverige.

I vår analys kan vi inte direkt mäta genomslaget av Youtube shorts – inte heller har vi i år haft ekonomisk kapacitet att mäta Tiktoks svenska genomslag.

Men klart är att något är på väg att förändras i tittarbeteenden som rubbar den maktbalans som funnits i många år.

-17%

Videos som topp 100 publicerat i år, jämfört med förra året

-22%

Visningar per video, jämfört med förra året

INSTAGRAM





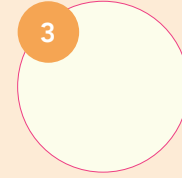
Joakim Lundell

Förändring: +2



Lucas Simonsson

Förändring: -1



Situationer

Förändring: +1

Instagram är fortfarande den sociala mediekanal som har högst tillväxt. För många influencers har den blivit navet i den digitala närvaron. Trots konkurrensen från Snapchat och Tiktok har plattformen hittills lyckats behålla både relevans och unga användare. Men det skapar också en viss snedvridning. Många influencers använder sig mest av stories och närmast i undantagsfall av det vanliga flödet. Samtidigt förväntar sig många annonsörer att deras samarbeten ska synas längre än ett dygn. Därför blir det allt vanligare att kreatörernas flöde blir annonser, medan deras organiska innehåll syns i stories. Här uppstår en obalans, där kreatörer allt mer tvingas posta saker i flödet för att det inte bara ska bli en plats för annonser.

RANKING BASERAS PÅ:

- Antal svenska följare
- Antal svenska kommentarer per post
- Antal svenska likes per post

Instagram är den enda plattformen där vi använder följare som en mät punkt. Detta för att Instagram har så få andra möjligheter att mäta ett kontos räckvidd.

MAMMA GÅR OM

Bianca Ingrosso passeras i år av mamma Pernilla Wahlgren. I vår data ser vi att Bianca får fler följare och fler likes – men färre kommentarer. Kort sagt: Vi betraktar Bianca på avstånd, men engageras inte lika mycket av hennes innehåll.

NYKOMLINGAR

Filmfabriken seglar upp som en nykomling, men är i själva verket en gammal räv i sammanhanget. Tidigare år har kontot varit låst, vilket gjort det omöjligt att mäta. När de nu öppnat kan vi se att de direkt kvalar in på topp 30. Bland andra rookies kan vi notera komikern Dag Tolstoy.

Plac. 2018	Plac. 2019	Plac. 2020	Plac. 2021	Diff.	Namn	Kontonamn	Följare (rank)	Likes per post (rank)	Kommentarer per post (rank)
1	1	3	1	2	Joakim Lundell	joakimlundell	2	1	1
7	2	1	2	-1	Lucas Simonsson	lucas_simonsson	7	2	4
5	5	4	3	1	Situationer	situationer	6	4	3
-	3	2	4	-2	Therése Lindgren	therese	4	5	10
-	-	90	5	85	Sveriges Roligaste Barn	sverigesroligastebarn	11	14	5
-	4	5	6	-1	Jonna Lundell	jonnalundell	8	8	51
209	17	11	7	4	Dyngbaggen	dyngbaggegalan	15	39	27
11	9	7	8	-1	Filip Dikmen	filipdikmen	28	16	41
23	14	12	9	3	Klas Eriksson	claerence	49	19	24
72	54	37	10	27	Antonija Mandir	aantonijamandir	40	9	46
15	7	6	11	-5	Carl Déman	carldeman	20	6	82
79	51	20	12	8	Ellen Bergström	ellenbergstrom	33	40	35
-	284	58	13	45	Ekotipsen du inte vill missa!	ekotipset	16	86	9
51	68	25	14	11	Carina Berg	carinalillyberg	31	18	69
14	10	10	15	-5	Mia Skäringer Lázár	miaskaringerlazar	13	41	64
16	19	26	16	10	Helen Torsgården	helentorsgarden	60	13	49
-	-	54	17	37	De Roligaste Bostadsannonserna	hemnetknarkarna	14	48	62
64	50	35	18	17	Stina Wollter	stinawollter	54	51	19
82	56	30	19	11	Magnus Ugglå	kunguggla	67	24	42
13	8	8	20	-12	Jonas Fagerström	jonasfagerstrom	27	10	101
-	42	15	21	-6	Einár Ns1	ns1einar	88	25	37
344	88	31	22	9	Anis don Demina	anisdondemina	65	42	45
-	118	44	23	21	Vivi Wallin	mammassanningar	68	77	15
-	787	66	24	42	Mauri Hermundsson	mustigamauri	130	3	34
49	47	46	25	21	Pernilla Wahlgren	pernillawahlgren	12	37	119
58	32	50	26	24	Julia Bergman	juliabergman_	98	36	50
4	6	33	27	6	Tova Helgesson	tovahelgesson	29	29	128
30	44	28	28	0	Kristina 'Keyyo' Petrushina	keyyo	24	26	140
-	-	-	29	Ny	Filmfabriken	filmfabriken	26	136	36
87	62	51	30	21	Samuel Stronegger	sampev2	160	20	18
6	13	36	31	5	Zlatan Ibrahimović	iamzlatanibrahimovic	1	17	184
25	35	41	32	9	Vlad Reiser	vladreiser	83	115	6
27	22	18	33	-15	Bianca Ingrosso	biancaingrosso	3	11	195
74	39	55	34	21	Johanna Nordström	johannanordstrm	41	22	157
88	106	43	35	8	Molly Sandén	m0llys	17	62	141
-	-	13	36	-23	Ben Mitkus	benmitkus	47	73	108
-	113	88	37	51	Leif GW Persson	leifgwperssonofficial	212	7	12
45	37	45	38	7	Mirabell Lundgren	mirabell.lundgren	146	33	56
336	256	57	39	18	Marcus Oscarsson	oscarssonmarcus	74	93	78
-	-	32	40	-8	Svenska Uttryck ©	svenskauttryck	71	82	102
67	28	24	41	-17	Margaux Dietz	margauxdietz	35	35	186
-	16	9	42	-33	Greta Thunberg	gretathunberg	10	44	219
168	95	64	43	21	Jonas Gardell	jonas.gardell	100	72	112
1152	1667	136	44	92	Benjamin Ingrosso	benjamingrosso	36	64	189
119	96	53	45	8	Jenny Strömstedt	jennystromstedt	55	91	151
480	550	183	46	137	Tareq Taylor	tareqtaylor	140	89	71
93	69	82	47	35	Alfred W Svensson	alfredws	194	63	44
-	1446	334	48	286	Jan Emanuel	janemanuels	137	58	107
-	-	1208	49	1159	Sveriges Roligaste Djur	sverigesroligastedjur	111	100	91
-	30	27	50	-23	Karaktärer	karaktarer	118	43	142

Plac. 2018	Plac. 2019	Plac. 2020	Plac. 2021	Diff.	Namn	Kontonamn	Följare (rank)	Likes per post (rank)	Kommentarer per post (rank)
1067	711	149	51	98	Carina Bergfeldt	cbergfeldt	173	65	68
-	-	181	52	129	Camilla Hamid	camillahamid	43	118	168
45	43	42	53	-11	Familjen Lundell	lundellhuset	122	97	116
40	125	97	54	43	Zara Larsson	zaralarsson	5	27	312
-	2323	496	55	441	Elin Kjos	elin.kjos	282	60	8
-	-	22	56	-34	Diyari Mahmoud	diyirimahmoud	150	112	89
-	45	34	57	-23	Lunabelle Lundell	lunabellelundell	120	15	222
-	114	108	58	50	Johanna Öholm	johanna	108	74	187
-	298	130	59	71	Tips & trix för alla	tipsochtrix	73	273	39
27	26	19	60	-41	PewDiePie	pewdiepie	95	21	272
-	541	177	61	116	Manorkarjuinte	manorkarjuinte	129	234	29
9	15	16	62	-46	David Hellenius	davidhellenius	9	181	211
-	175	40	63	-23	Bank Robber	1.cuz	195	45	163
1502	2580	78	64	14	Nocco	nocco	82	312	23
156	60	95	65	30	Jasmine 'Jasse' Gustafsson	jasminegustafsson	90	84	257
427	271	135	66	69	Jonna Jinton	jonnajinton	198	67	166
18	24	23	67	-44	Mirza Bico	ellentvshow	57	271	105
828	131	120	68	52	Ebba Busch	buschebba	193	172	76
1597	139	73	69	4	Frida Karlsson	fridakarlsson	171	30	240
-	-	47	70	-23	Killen med skylten	killenmedskylten	360	23	59
176	110	83	71	12	Louise Edlund Winblad	hejhejvardag	162	213	72
-	74	56	72	-16	Ant Wan	ant.wan1	341	47	60
31	49	75	73	2	Anders Bagge	andersbagge1	22	205	225
197	157	49	74	-25	Nour El Refai	nourbilder	119	102	232
243	173	153	75	78	Marie Mandelmann	mariemandelmann	289	68	114
1316	1743	52	76	-24	Janemarina	janemarina	273	144	58
90	59	60	77	-17	Linnéa Claeson	linneaclaeson	168	161	152
435	156	104	78	26	Jonas Parandian	naprapatjonas	123	315	48
-	-	111	79	32	Ribecka - vanlife in europe	ribecka	261	104	124
-	55	59	80	-21	Z.E	officialz.e	272	66	162
101	128	98	81	17	Laila Bagge	lailabagge	32	242	230
112	64	71	82	-11	Kristin Kaspersen	kaspersen	86	169	255
25	11	38	83	-45	Avicii	avicii	240	96	182
-	487	218	84	134	Arga Bibliotekstanten	argabibliotekstanten	106	156	262
-	-	87	85	2	Danny Saucedo	dannysaucedo	50	197	278
83	63	125	86	39	William Spetz	williamspetz	115	111	304
-	262	203	87	116	Gustaf Skarsgård	gustafskarsgard	197	124	212
-	-	-	88	Ny	Kammi Rosenskjold	kammiofficial	141	188	206
95	189	96	89	7	Kungahuset	kungahuset	42	122	379
43	52	102	90	12	Charlotte Kalla	kalla_87	133	81	330
81	126	178	91	87	Alexandra Nilsson	alexandranilsson	85	199	268
92	79	101	92	9	Tilde de Paula Eby	tildedepaula	103	208	252
297	220	180	93	87	Zeina Mourtada	zeinaskitchen	59	265	239
21	23	29	94	-65	Nathalie Danielsson	nattid	96	76	396
463	223	267	95	172	TNKVRT (tänkvärt)	tnkvrt	189	88	291
-	221	131	96	35	Elin Woodie	elinwoodie	227	79	265
-	520	113	97	16	Sebastian Tadros	sebastiantadros	406	157	11
169	57	61	98	-37	Roliga grejer och så...	existenzglobal	127	98	370
263	261	143	99	44	Rickard Söderberg	gaytenor	414	107	87
-	94	68	100	-32	Mjölbypartiet	mjolbypartiet	185	71	354

Plac. 2018	Plac. 2019	Plac. 2020	Plac. 2021	Diff.	Namn	Kontonamn	Följare (rank)	Likes per post (rank)	Kommentarer per post (rank)
-	212	99	101	-2	HamzaCan	_asme	325	175	111
19	38	84	102	-18	Victor Beer	victorbeer	117	95	400
319	200	157	103	54	Eva Röse	missevarose	220	193	202
54	34	62	104	-42	Felix Sandman	felixsandman	105	53	459
-	-	443	105	338	Meme Lord Jeki	meme_lord_jeki	297	121	201
-	480	74	106	-32	Nina Glimsell Udovičić	ninaglimsell	432	123	67
109	65	70	107	-37	Dante Lindhe	dantelindhe	506	34	88
424	393	118	108	10	Ludvig	luddzee	475	145	13
166	82	110	109	1	HOV1	hov1.se	561	54	26
-	78	105	110	-5	Ricky Rich	rickyrich	352	83	207
-	-	-	111	Ny	Dag Tolstoy	dagtolstoy	243	344	57
456	257	162	112	50	Aftonbladet	aftonbladet	131	262	253
2078	3552	179	113	66	Lisa Anckarman	lisaanckarman	178	229	242
192	111	176	114	62	Fotbollskanalen	fotbollskanalen	107	110	441
107	117	138	115	23	Camilla Läckberg	lackberg	78	280	301
379	219	128	116	12	Prinsparet	prinsparet	278	103	279
-	141	134	117	17	Lilla Al-Fadji	lillaalfadjiii	326	227	115
1681	2750	197	118	79	Mikael Persbrandt	mikaelpersbrandtofficial	135	154	382
259	136	142	119	23	Charlotte Perrelli	laperrelli	159	283	233
523	338	247	120	127	Nina Rung	ninarungs	304	176	196
34	36	14	121	-107	Samir Badran	samirbadrans	23	130	533
286	236	189	122	67	Hanna Hellquist	hannahellquist	214	139	342
63	66	65	123	-58	Håkan Hellström	hakanhellstrom	314	180	205
-	-	-	124	Ny	Tanja Ingebretsen Kallin	trubbeltanja	303	158	244
318	213	154	125	29	Herregud & Co	herregudco	174	101	431
1046	266	141	126	15	Hanif Bali	hanifb	370	190	147
277	258	168	127	41	Lena Philipsson	lenaphilipsson	254	253	210
-	109	72	128	-56	Oscar, Hanna, Elliot, Oliver	elliottbakar	510	106	106
-	224	222	129	93	Mandelmanns Trädgårdar	mandelmannstradgardar	448	129	145
105	196	280	130	150	Gabriella Joss	gabriellajoss	181	447	95
-	206	145	131	14	Jimmie Åkesson™	akesson.jimmie	402	200	133
258	249	278	132	146	Carolina Gynning	carolinagynning	77	240	418
-	-	672	133	539	Karl Fredrik på Eklaholm	karlfredrik.se	301	174	260
-	-	164	134	30	Anders Hansen	andersehansen	388	194	161
151	190	158	135	23	Victoria Skoglund	victoriaskoglund	145	198	402
-	322	174	136	38	Gurkis	gurkis	657	85	7
771	277	228	137	91	The Swedish Family	the_swedish_family	359	214	178
-	-	405	138	267	Kalle och Brita	kalleochbritagrejar	319	150	296
68	53	152	139	13	Felicia Bergström	fellsis	110	244	417
78	70	86	140	-54	Roy Fares	royfares	184	246	341
305	226	489	141	348	Morgan Alling	morganalling	366	286	122
244	246	277	142	135	Carola Häggkvist	carolaofficiell	134	361	281
50	61	76	143	-67	Daniel Norlin	danielnorlin	206	473	98
113	85	119	144	-25	Ludwig Kronstrand	ludwigkronstrand	720	32	25
127	172	187	145	42	Jennys Matblogg	jennysmatblogg	87	549	146
-	91	124	146	-22	Tom Ljungqvist	tomljungqvist	397	216	176
141	92	77	147	-70	Johanna Ottosson	johannaottossons	480	120	191
177	162	236	148	88	Renée Nyberg	nybergrenee	262	247	286
38	165	67	149	-82	Alexander Hermansson	rackaralex	39	189	567
-	-	1195	150	1045	Tousin "Tusse" Chiza	tusseofc	557	128	110

Plac. 2018	Plac. 2019	Plac. 2020	Plac. 2021	Diff.	Namn	Kontonamn	Följare (rank)	Likes per post (rank)	Kommentarer per post (rank)
-	-	301	151	150	Emil Hansius	hansius	632	70	96
-	205	226	152	74	Don Capo	realdonv	390	141	270
-	-	-	153	Ny	Ida Ellinor Carlsson	idacarlsson	603	153	47
234	252	126	154	-28	Darin	darinofficial	364	261	185
-	313	89	155	-66	Top Class Music	dreelow	269	80	461
-	768	330	156	174	Broderauttexten	broderauttexten	276	237	307
622	396	220	157	63	Mark Levengood	levengood.mark	296	206	319
-	-	129	158	-29	Rezdar	rezdar	493	299	30
929	1010	385	159	226	Emma Frans	emma_frans	342	211	271
-	-	664	160	504	Haval	havalofficiell	669	92	75
-	357	223	161	62	Josephine Bornebusch	jbornebusch	509	185	149
1095	1957	1091	162	929	Lisa Maria Jönsson	lisamariajonsson	514	108	221
185	108	133	163	-30	Stina Nilsson	stinanilssons	309	90	453
-	-	370	164	206	Jordan Larsson	jordanlarsson23	554	99	203
61	75	109	165	-56	Amanda Lundgren	amandaalundgren	253	126	480
-	-	80	166	-86	Greekazo	greekazo	405	210	251
123	81	103	167	-64	Ofoget	ofoget	256	334	277
-	-	-	168	Ny	Bente Daniela Fielding	bentedaniela	202	87	579
397	197	91	169	-78	Victor Leksell	victorleksell	382	49	437
59	104	140	170	-30	Danjal	danjalxclusive	196	349	329
159	207	210	171	39	Paradise Hotel Sverige	paradisehotelse	267	424	183
130	98	100	172	-72	Liam Pitts	liampitts03	386	55	442
194	202	173	173	0	Agneta Sjödin	agnetasjodin	242	369	274
398	211	132	174	-42	Kosovare Asllani	asllani9	318	152	424
138	222	249	175	74	Filip Hammar	larsfiliphammar	226	370	300
1000	824	287	176	111	David Sundin	davidsundin	460	219	223
264	208	144	177	-33	Frida Skattberg	bakamedfrida	99	278	527
380	296	224	178	46	Victor Lindelöf	victorlindelof	114	59	736
-	-	-	179	Ny	Tone Sekelius	tonesekelius	121	320	477
-	132	127	180	-53	Livet i text	livetitext	544	224	155
400	76	93	181	-88	Josefin Ottosson	josefinottossons	277	151	496
-	-	184	182	2	Grannen Måns	grannenmans	732	114	84
104	127	148	183	-35	Kenza Zouiten Subosic	kenzas	25	50	856
173	307	477	184	293	Sweden Men's National Team.	swemnt	102	155	674
334	152	48	185	-137	Yasin	yasinthedon	136	105	691
-	-	200	186	14	Joen	joenbenediktusson	622	220	93
76	46	117	187	-70	Ida Warg	idawarg	75	168	693
8	21	39	188	-149	Linn Ahlberg	linnahlberg	18	12	916
1881	2304	2551	189	2362	Amanda Strand	amandastrand	144	38	774
373	491	395	190	205	Steffo Törnquist	steffo56	328	348	280
391	427	274	191	83	Niklas Strömstedt	poptonten	430	236	294
454	123	123	192	-69	Torbjörn Averås Skorup	torbjornaverasskorup	499	116	346
-	684	641	193	448	Att lyfta sig själv och andra	tomas_gunnarsson	387	330	245
62	93	81	194	-113	Viktor Frisk	viktorfrisks	46	375	543
-	843	1517	195	1322	Edvin Ryding	edvinrydings	701	75	193
341	150	172	196	-24	Polisen	polisen	163	359	464
-	-	-	197	Ny	Per Andersson	peranderssonthereal	526	324	153
-	83	185	198	-13	Diana Baban	dianababan	153	109	747
-	-	406	199	207	Pierre Louis	pierree.louis	491	401	117
-	145	156	200	-44	Alex D'Rosso	alexdroso	411	476	123



DATAANALYS:

INSTAGRAM STYR MER MOT KOMMENTARER ÄN LIKES

Kommentarer blir allt viktigare på Instagram. I en analys av hur engagemanget förändrats för de hundra största syns en kraftig ökning av kommentarer under det senaste året.

De hundra största på Instagram fick betydligt fler kommentarer i år, jämfört med de hundra största förra året.

I samma data ser vi att antal likes per bild har minskat. Alltså att våra hundra största influencers får färre likes per bild i år, än vad de hundra största fick förra året. Samtidigt har antalet följare ökat.

Det går att dra några olika slutsatser av detta: Antingen har våra största influencers märkt att de blir mer relevanta och intressanta med innehåll som skapar diskussion, samtal och reaktioner. Eller så har Instagram valt att styra sin algoritm allt mer

+11%

Fler följare, jämfört med förra året

mot kommentarer – det vill säga belöna konton som genererar diskussioner.

Mest troligt är kanske att det är en kombination. Våra största

influencers har givetvis stor koll på hur bra det går för deras innehåll. I takt med att funktionerna Stories och Reels blivit en allt viktigare del av Instagram, differentierar de sitt innehåll tydligare.

Det man publicerar i flödet är det material som passar bäst för flödet. Där har det – uppenbarligen – blivit svårare att generera likes, men betydligt enklare att generera kommentarer. Och givet att samtliga följjarantal stigit dramatiskt finns här en kausalitet: Kommentarer ger större synlighet och fler följare.

Samtidigt ska varken Reels eller Stories underkastas. Vi kan inte specifikt särskilja dessa två funktioner i vår mätning, men det är allt mer uppenbart att delningsfunktionen via stories under året gjort att användare upptäckt allt fler konton utanför våra bubblor.

+22%

Fler kommentarer per bild, jämfört med förra året

-6%

Färre likes per bild, jämfört med förra året



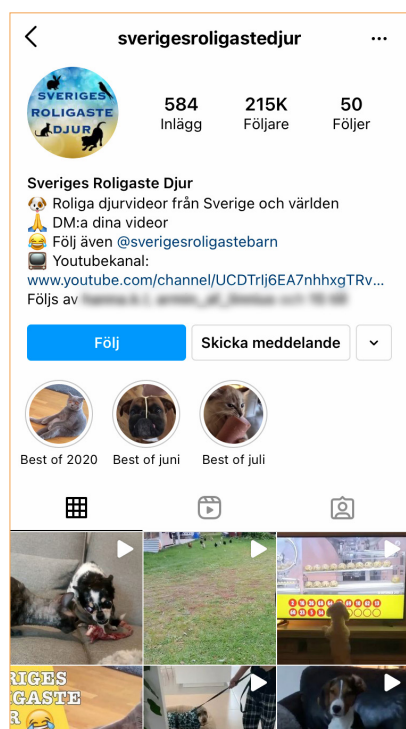
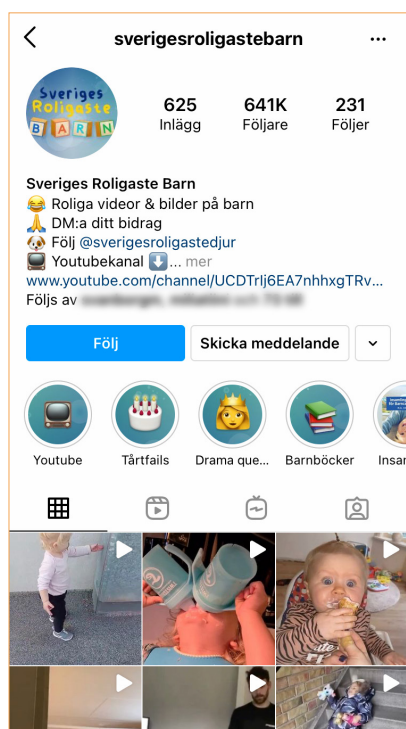
MANNEN BAKOM SVERIGES ROLIGASTE BARN – SEBASTIAN WIDMAN

På plats fem på Maktbarometerns Instagram-lista hittar vi kontot "Sveriges roligaste barn" med nästan 650.000 följare. Många vet säkert inte vem det är det som ligger bakom det här extremt populära kontot, så vi tog ett snack med Sebastian Widman.

Du är verkligen årets Instagram-raket. Dina konton "Sveriges roligaste barn" och "Sveriges roligaste djur" har klättrat 85 respektive 1158 placeringar på årets lista. Men hur började det hela?

– Jag har allt att tacka mina söner. Mina äldsta var väl tre och fem år då och de lekte kurragömma här hemma, när jag upptäckte att de var jättedåliga på att gömma sig. Man såg hur fötterna stack ut bakom gardinen. Så jag tog bilder på dem och la upp på mitt eget Instagramkonto, och märkte hur kul folk

tyckte att det var. Jag insåg att "Shit, här har jag någonting" och då startade jag först ett konto som hette KurragömmaKids, och det gick jättebra. Men jag förstod snart att jag behövde bredda mig och då bytte jag namn på kontot till Sveriges roligaste barn. Jag tänkte att föräldrar älskar ju att filma sina barn, så det måste finnas tusentals roliga klipp ute i folks mobiler. Kan jag samla dem här så kommer det att bli jättebra. Det var så det hela började.



Vad är det som gör just dina konton så intressanta?

– Framför allt så handlar det om att barn och djur gör så oväntade saker, saker som vi vuxna aldrig skulle tänka på. De är ofrivilligt roliga och det är det som är så kul.

Hur mycket tid lägger du på att driva kontona "Sveriges roligaste barn" och "Sveriges roligaste djur" – är det ett heltidsjobb?

– Jag har varit pappaledig nu så jag har kunnat jobba med det en hel del. Kanske inte ett heltidsjobb, men jag lägger flera timmar varje dag. Det som tar mest tid är att kolla igenom alla klipp som kommer in och varsamt välja ut vilka jag ska publicera. Ca 90 procent av det som jag publicerar är klipp som följare har skickat in. Jag tror att jag har fått över 100 000 inskickade videos sedan jag började.

Har du kunnat dra några slutsatser om vilken typ av inlägg som går bäst respektive sämst hos svenska folket?

– När jag får ett klipp som består av en konversation mellan två barn så känner jag alltid "Yes!" för det vet jag går väldigt bra. Snubbelhumor är också kul, men jag försöker att hitta en bra balans, så om jag har lagt upp ett snubbelklipp på måndag så måste det vara något annat på tisdag. Sen finns det såklart klipp som jag väljer bort. Märker jag att barnen gör sig illa skulle jag aldrig publicera det.

Hur märker du av den "makt" eller det inflytande som kommer av att ha så många följare?

– Om jag startar ett nytt konto imorgon så vet jag att jag inom några månader kommer att ha över 100 000 följare. Och det är ju makt. Men jag har aldrig velat att mina konton ska handla om mig. De flesta av mina följare har ingen aning om vem Sebastian Widman är.

Först Sveriges roligaste barn, sen Sveriges roligaste djur – vad blir nästa steg?

– Det är på gång, men jag kan inte avslöja vad det handlar om ännu. Men det kommer ett nytt konto inom några månader och det kommer att bli jätteroligt!

Har du funderat på att satsa på en internationell publik?

– Ja, självklart finns det sådana tankar, men jag har inte riktigt tiden just nu.

Vilka konton följer du själv – kan du tipsa om några favoriter?

– Jag följer framförallt mina vänner, men tre större konton som jag tycker gör bra innehåll är Karaktärer, JLC-grabbarna och Mammassanningar.



breathe

NU VILL VI HA FEELGOOD PÅ INSTAGRAM

Hälsa och "wellness" är en stor trend just nu. Funktionsläkare och kändisar som Gwyneth Paltrow och Yoga Girl får oss alla att vinterbada, meditera och "bio-hacka" med mat, sömn och kosttillskott. En del i den här trenden handlar också om att sakta ned, stressa av och minska vår skärmtid.

I förra årets Maktbarometer-rapport skrev vi bland annat om hur flera svenska influencers de senaste åren har kommit ut med sin Instagram-ångest och högtidligt deklarerat att de tar en paus från plattformen, raderar appen helt eller till och med byter ut sin smartphone till en gammal Nokia.

Kanske är det samma wellness-trend som är anledningen till att topplistan på Instagram ser ut som den gör i år. Topp 100 domineras av humor, matlagning, eko-tips och "vanliga" människor som visar upp sin vardag med både svåra diagnoser och barn med funktionsvariation. Främlingsfientlighet, politik och även de rent ytliga och utseendefixerade konton som Instagram annars gjort sig känt för finns naturligtvis på plattformen, men lyser med sin frånvaro på den svenska topplistan.

Kan det vara en medveten motreaktion som vi ser, där de svenska följarna premierar mer och mer positivt innehåll? Innehåll som får oss att må bra istället för dåligt. Innehåll som inspirerar, representerar och skapar igenkänning.

Eller finns det andra orsaker till varför Instagram-toppen skiljer sig så mycket från topplistan på Twitter och Facebook? Det ligger nära till hands att peka på det faktum att Instagram är en ganska kvinnodominerad plattform, med allt vad det innebär. 70 procent av svenska kvinnor är på Instagram varje vecka och 61 procent varje dag, jämfört med män 49 procent och 40 procent, enligt "Svenskarna och Internet" (2020). Kanske är det då inte konstigt

att familj, relationer och liknande kvinnokodat innehåll länge har dominerat på plattformen.

Men borde vi då inte rimligtvis se en liknande trend på Facebook, där fördelningen mellan män och kvinnor liknar den på Instagram? Om vi letar efter demografiska orsaker så är det mer troligt att det handlar om ålder, då cirka 80 procent av unga (16–25 år) är på Instagram dagligen, jämfört med endast ca 20 procent av den äldre målgruppen 65+.

En annan bidragande orsak torde vara hur plattformen har designats. Instagram är fortfarande mer bild än text, även om rena textinlägg och långa captions ökar alltmer. Och kanske ännu viktigare är det faktum att delningsmöjligheterna är betydligt mer

begränsade på Instagram än på Twitter och Facebook, där man lättare kan dela vidare en bild eller artikel med ett klick och en kommentar. Instagram har blivit lite mer åsiktsbefriat i det avseendet.

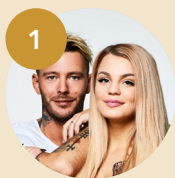
Även pandemin kan antas ha bidragit till årets topplista, då vi sett ett generellt ökat sug efter feelgood-innehåll och online video, som ger människor något annat att tänka på när världen känns otrygg och nyheterna dystra.

Teorierna är många, men helt oavsett varför, så känns den svenska Instagram-toppen som ett ovanligt skönt gäng att hänga med i år. Så alla ni som har Instagram-paus – det är dags att komma tillbaka nu!

Topp 100 domineras av humor, matlagning, eko-tips och "vanliga" människor som visar upp sin vardag med både svåra diagnoser och barn med funktionsvariation.



**ÅRETS
MAKTHAVARE**



Jocke & Jonna

Förändring: +2



Therése Lindgren

Förändring: +/- 0



JLC

Förändring: -2

Det är åter familjen Lundell som är i topp när vi sammanställer de fyra sociala medieplattformarna till en totallista. Sedan starten har paret i stort sett varje år legat i toppen tillsammans med Therése Lindgren och JLC. Det är rättvist att kalla dessa tre aktörer för vår tids största digitala makthavare.

Bakom dem ser vi hur debattören Joakim Lamotte klättrat uppåt. Genom framförallt Facebook har han skapat en plattform som gett honom explosionsartat inflytande – ofta utanför den etablerade sfären.

Året präglas också av en kultur-död – för alla utom Jacke Sjödin: revyartisten som sett en möjlighet i att göra humorklättring av pandemisären. Med en vinnande mix av videos, humor och samhällskommentarer har han skapat sig en unik position och klättrat 6 818 placeringar.

RANKING BASERAS PÅ:

- Varje person, medie, organisation eller grupp får räkna ett konto/kanal.
- Det största kontot på varje kanal får poäng, som sedan viktas utifrån hur ofta den kanalen används i Sverige, per vecka enligt Svenskarna och internet 2020. En placering på Twitter får därför 11%, Instagram 60%, Youtube 57%, Facebook 68%.
- I de fall ett konto på en lista står bakom ett gemensamt konto på en annan lista får de en gemensam placering på totallistan (se JLC och Jocke & Jonna), eftersom en gemensam Youtubekanal bara kan räknas en gång. Samma sak gäller för till exempel Newsner. – bara en sida per kanal räknas in på totallistan.

TREND: SAMARBETE

En av årets raketer, "En rullande talkshow", är ett samarbete mellan två youtubers, Manfred Erlandsson och Hampus Hedström. Det är en trend som syns allt oftare: Kreatörer saknar inspiration, men får en ny kick när man slår sig samman med en kollega och skapar ett gemensamt, tydligt koncept.

NYHETER MED EN TWIST

Sverigedemokraterna är framgångsrika, inte bara med partikanaler och ledamöter, utan också med sin nya mediesatsning Riks. Det är en Youtubekanal som stöper partipropaganda i nyhetskläder och därmed kan kommentera dagsaktuella händelser med en partipolitisk twist.

Plac. 2020	Plac. 2021	Diff.	Namn	Twitter	Youtube	Facebook	Instagram
3	1	2	Jocke & Jonna	–	Jocke & Jonna	Jocke & Jonna	joakimlundell
2	2	0	Therése Lindgren	Therese Lindgren	therese lindgren	Therése Lindgren	therese
1	3	-2	JLC	–	JLC	Lucas Simonsson	lucas_simonsson
13	4	9	Joakim Lamotte	Joakim Lamotte	–	Joakim Lamotte	joakimlamotteoffentlig
9	5	4	Sverigedemokraterna	Sverigedemokraterna	Sverigedemokraterna	Sverigedemokraterna	sverigedemokraterna
6	6	0	Situationer	–	–	Situationer	situationer
12	7	5	Newsner	–	NewPlay	Newsner	densomskrattarforlorar
17	8	9	Mauri Hermundsson	Mauri Hermundsson	Uppdrag: Mat	–	mustigamauri
8	9	-1	IJustWantToBeCool	Victor Beer	IJustWantToBeCool2	IJustWantToBeCool	victorbeer
5	10	-5	Viral king	–	–	Fredags fräckisen	–
40	11	29	Jimmie Åkesson	Jimmie Åkesson	–	Jimmie Åkesson	akesson.jimmie
604	12	592	Sveriges Roligaste Barn	–	Sveriges roligaste barn	Sveriges roligaste barn	sverigesroligastebarn
31	13	18	Samuel Stronegger	sampev2	SampeV2	Sampev2	sampev2
27	14	13	Antonija Mandir	–	Antonija Mandir	–	aantonijamandir
10	15	-5	Filip Dikmen	Filip Dikmen	Filip Dikmen	Filip Dikmen	filipdikmen
22	16	6	Tomas Gunnarsson	–	Tomas Gunnarsson	Att lyfta sig själv och andra - Tomas Gunnarsson	tomas_gunnarsson
21	17	4	Helen Torsgården	–	FAMILJEN TORSGÅRDEN	–	helentorsgarden
15	18	-3	Anis don Demina	Anis Don Demina	Anis Don Demina	Anis Don Demina	anisdondemina
24	19	5	SVT	SVT	SVT	SVT Humor	svthumor
7	20	-13	Greta Thunberg	Greta Thunberg	Greta Thunberg	Greta Thunberg	gretathunberg
11	21	-10	Diyari Mahmoud	–	Diyari Mahmoud	Diyari	diyariamahmoud
37	22	15	Pontus Rasmusson	–	Pontus Rasmusson	Pontus Rasmusson	pontusrasmusson
28	23	5	Dyngbaggen	–	–	Dyngbaggegalan	dyngbaggegalan
14	24	-10	PewDiePie	–	PewDiePie	PewDiePie	pewdiepie
26	25	1	The Swedish Family	–	THE SWEDISH FAMILY	The Swedish Family	the_swedish_family
81	26	55	Emil Hansius	–	Emil Hansius	–	hansius
5	27	-22	Marcus Oscarsson	–	–	Marcus Oscarsson	oscarssonmarcus
53	28	25	Vid Din Sida - Stockholm	–	–	Vid Din Sida - Stockholm	tunnelbanenettan
18	29	-11	Djurens Rätt	–	Djurens Rätt	Djurens Rätt	djurensratt
23	30	-7	Bianca Ingrosso	–	Bianca Ingrosso	–	biancaingrosso
36	31	5	Klas Eriksson	–	Jokemock!	Klas Eriksson	claerence
61	32	29	Ebba Busch	Ebba Busch	Ebba Busch	Ebba Busch	buschebba
12	33	-21	Sebastian Tadros	–	Sebastian Tadros	Sebastian Tadros	sebastiantadros
25	34	-9	Vlad Reiser	–	Vlad Reiser	–	vladreiser
56	35	21	Kungahuset	–	Kungahuset	Kungahuset	kungahuset
20	36	-16	Ben Mitkus	–	Ben Mitkus	Ben Mitkus	benmitkus
19	37	-18	Uppskattat	–	Uppskattat	Uppskattat	uppskattat.se
45	38	7	Polisen	YB Södermalm	Polisen	Polisen Huddinge	polisen
143	39	104	Ekotipset	–	Ekotipset	Ekotipset	ekotipset
57	40	17	Vänsterpartiet	Vänsterpartiet	vansterpartiet	Vänsterpartiet	vansterpartiet
33	41	-8	Jonas Gardell	Jonas Gardell	–	Jonas Gardell	jonas.gardell
46	42	4	Zlatan Ibrahimović	Zlatan Ibrahimović	–	Zlatan Ibrahimović	iamzlatanibrahimovic
64	43	21	Ellen Bergström	–	Ellen Bergström	Ellen Bergström	ellenbergstrom
55	44	11	Magnus Uggle	Magnus Uggle	Magnus Uggle Officiell	Magnus Uggle	kunguggla
6863	45	6818	Jacke Sjödin	–	Jacke Sjödin	Jacke Sjödin	–
38	46	-8	Tomu	–	Tomu	–	hejtomu
79	47	32	Stefan Löfven	–	–	Stefan Löfven	stefanlofven
65	48	17	Zara Larsson	Zara Larsson	ZaraLarssonMusicVEVO	Zara Larsson	zaralarsson
34	49	-15	Einár	–	Einár Ns1	–	ns1einar
52	50	2	Moderaterna	Moderaterna	Moderaterna	Moderaterna	moderaterna

Plac. 2020	Plac. 2021	Diff.	Namn	Twitter	Youtube	Facebook	Instagram
42	51	-9	Aftonbladet	Aftonbladet	Aftonbladet	Aftonbladet	aftonbladet
44	52	-8	Jesper Caron	-	Jesper Caron	Framsteg - Jesper Caron	jespercaron
51	53	-2	Tova Helgesson	-	Tova Helgesson	-	tovahelgesson
16	54	-38	Gordon Dewoon	-	Gordon Dewoon	-	oscardewoon
128	55	73	Leif Mannerström	-	Leif Mannerström	Mannerström	mannerstromofficiell
59	56	3	Socialdemokraterna	Socialdemokraterna	Socialdemokraterna	Socialdemokraterna	socialdemokraternas
177	57	120	Stefan Sauk	-	SaukTube	Stefan Sauk	stefansauk
513	58	455	Jessica Stegrud	Jessica Stegrud	Jessica Stegrud	Jessica Stegrud MEP	-
107	59	48	Carina Berg	Carina Berg	-	Carina Berg	carinalillyberg
94	60	34	Stöd svenska polisen	-	-	Stöd svenska polisen	-
29	61	-32	Mia Skäringer Lázár	-	-	Mia Skäringer	miaskaringerlazar
85	62	23	Jonna Jinton	-	Jonna Jinton	Jonna Jinton	jonnajinton
54	63	-9	Kattjouren	-	-	Kattjouren	kattjouren
75	64	11	Arga Bibliotekstanten	-	-	Arga bibliotekstanten	argabibliotekstanten
71	65	6	Molly Sandén	Molly Sandén	Molly Sandén	Molly Sandén Official	m0llys
105	66	39	Rezdar	-	Rezdar	-	rezdar
168	67	101	Stina Wollter	Stina Wollter	-	Stina Wollter Music	stinawollter
96	68	28	Folkhälsomyndigheten	Folkhälsomyndigheten	Folkhälsomyndigheten Sverige	Folkhälsomyndigheten	folkhalsomyndigheten
170	69	101	Carina Bergfeldt	Carina Bergfeldt	-	Carina Bergfeldt	cbergfeldt
499	70	429	Marcus Dübois	-	Marcus Dübois	-	marcusdubois
86	71	15	Matkoma	-	Matkoma	Matkoma	matkomaofficial
116	72	44	Ribecka	-	Ribecka	-	ribecka
109	73	36	Annie Lööf	Annie Lööf	Annie Lööf	Annie Lööf	annie_loof
-	74	Ny	TaZer	-	TaZer	-	xdtazer
122	75	47	Yumi	-	Yumi	-	hejyumi
62	76	-14	Herregud & Co	-	-	Herregud & Co	herregudco
348	77	271	Morgan Alling	Morgan Alling	-	Morgan Alling	morganalling
259	78	181	Hov1	gamberi	Hov1VEVO	Hov1	dantelindhe
172	79	93	Camilla Hamid	-	Camilla Hamid	My Kitchen Stories	camillahamid
345	80	265	Zeina Mourtada	-	Zeina Mourtada	Zeinas Kitchen	zeinaskitchen
49	81	-32	Expressen	Expressen	Expressen	Expressen	expressen
381	82	299	Hemnetknarkarna	-	-	-	hemnetknarkarna
167	83	84	julia bergman	-	Julia Bergman	-	juliabergman_
317	84	233	Charlie Weimers	Charlie Weimers MEP	Charlie Weimers	Charlie Weimers MEP	-
310	85	225	Lena Philipsson	-	Lena Philipsson	Lena Philipsson	lenaphilipsson
186	86	100	Ulf Kristersson	Ulf Kristofferson	-	Ulf Kristersson	kristerssonulf
824	87	737	Benjamin Ingrosso	Benjamin Ingrosso	Benjamin Ingrosso	Benjamin Ingrosso	benjamingrosso
375	88	287	Svensk fotboll	Svensk Fotboll	svenskfotboll	Svensk fotboll	swemnt
95	89	6	Försvarmakten	Försvarmakten	Försvarmakten	Försvarmakten	forsvarmakten
63	90	-27	Viktor Klemming	-	Viktor Klemming	Viktor Klemming	viktorklemming
67	91	-24	Ant Wan	-	Ant Wan	-	ant.wan1
2764	92	2672	HAVAL	-	Haval	-	havalofficiell
74	93	-19	Iskall85	-	iskall85	-	-
140	94	46	Vivi Wallin	-	-	Mammasanningar	mammasanningar
200	95	105	Pernilla Wahlgren	Pernilla Wahlgren	-	Wahlgren & Wistam	pernilawahlgren
39	96	-57	KARAKTÄRER	-	KARAKTÄRER	-	karaktarer
416	97	319	Mandelmanns Gärd	-	-	Mandelmanns Gärd	marimandelmann
190	98	92	Tone Sekelius	-	Tone Sekelius	Thomas Sekelius	tonesekelius
100	99	1	Kristina 'Keyyo' Petrushina	Keyyo	Keyyo	Keyyo	keyyo
111	100	11	Hanif Bali	Hanif Bali	-	-	hanifb

Plac. 2020	Plac. 2021	Diff.	Namn	Twitter	Youtube	Facebook	Instagram
247	101	146	Jonas Parandian	–	naprapatjonas	Naprapatjonas	naprapatjonas
164	102	62	Eliott Malhotra	–	Eliott Malhotra	–	eliott
178	103	75	Melodifestivalen	Melodifestivalen	Melodifestivalen	–	melodifestivalen
134	104	30	Felicia Bergström	Felicia Bergström	Felicia Bergström	–	fellsis
231	105	126	Johanna Berg	–	Johanna Berg	–	bergjohanna
60	106	-46	Albin Karlsson	–	–	Ett Positivt Sinne - Albin Karlsson	albinkarlssons
306	107	199	Fredrik Nylén	–	Fredriks Fika	Fredriks Fika	fredriksfika
104	108	-4	Margaux Dietz	–	Margaux Dietz	–	margauxdietz
41	109	-68	1 Cuz	–	1 Cuz	–	1.cuz
35	110	-75	Linn Ahlborg	–	Linn Ahlborg	–	linnahlborg
287	111	176	Daniel Norberg	–	Bröderna Norberg - Daniel och Emil	Daniel Norberg Officiell	danielnorbergs
132	112	20	Team Odiffat	–	TeamOdiffat	Team Odiffat	team_odiffat
285	113	172	Jonatan Alfvén	–	–	Jonatan Alfvén	jonatanalfven
82	114	-32	Jasmine 'Jasse' Gustafsson	–	Jasse	–	jasminegustafsson
549	115	434	Tareq Taylor	–	By Tareq Taylor	Tareq Taylor	tareqtaylor
327	116	211	Björn Ranelid	–	–	Björn Ranelid (officiell)	–
101	117	-16	Linnéa Claeson	–	–	Linnéa Claeson	linneaclaeson
180	118	62	Martin Rockström	–	Martin Rockström	–	–
78	119	-41	Jonas Sjöstedt	Jonas Sjöstedt	–	Jonas Sjöstedt	–
90	120	-30	Alice Stenlöf	–	Alice Stenlöf	–	alicestlenlof
83	121	-38	Lisa Jonsson	–	Misslisibell	Misslisibell	misslisibell
153	122	31	Kent Wisti	Wisti	–	Wisti	wistikent
120	123	-3	Kammi Rosenskjold	–	Kammi	–	kammiofficial
117	124	-7	Mikael Hallström (Cluee News)	–	Cluee News	–	clueenews
250	125	125	Miriam Bryant	–	Miriam Bryant	Miriam Bryant	miriambryant
148	126	22	Gustav & Johanna Öholm	–	Gustav & Johanna	–	johanna
15723	127	15596	Nooshi Dadgostar	Nooshi Dadgostar	–	Nooshi Dadgostar	nooshidadgostar
173	128	45	Alexandra Nilsson	–	Alexandra Nilsson	Kissie	alexandranilsson
99	129	-30	Samhällsnytt	Samnytt	Samnytt	Samhällsnytt	samnytt.se
771	130	641	Pontus Hugosson	–	Pontus Hugosson	Pontus Hugosson	pontushugosson
151	131	20	Krisinformation.se	Krisinformation.se	Krisinformation se	Krisinformation.se	krisinformation
153	132	21	Johanna Ottosson	–	Johanna Ottosson	–	johannaottossons
234	133	101	Frida Skattberg	–	Baka med Frida	Bakamedfrida	bakamedfrida
106	134	-28	Lovisa Karlsson - LAKI	Lovisa Karlsson	LAKI	Lovisa Karlsson - Lakidoris	laki
115	135	-20	Amanda Lundgren	–	Amanda Lundgren	–	amandaaalundgren
47	136	-89	Z.E	–	Z.e Official	Z.E	officialz.e
66	137	-71	Småstadsliv	–	Småstadsliv Official	Småstadsliv	smastadslivofficial
73	138	-65	Emanuel Karlsten	Emanuel Karlsten	Emanuel Karlsten	Emanuel Karlsten	emanuelkarlsten
138	139	-1	Hundstallet	–	–	Hundstallet	hundstallet
145	140	5	Efterlyst	Efterlyst	–	Efterlyst	efterlystse
69	141	-72	Avicii	Tim Bergling	Avicii	Avicii	avicii
175	142	33	Sungen	–	SUNGEN _OFFICIAL	Sungen	sungen666
346	143	203	Henrik Jönsson	Henrik Jönsson	Henrik Jönsson	–	henrikjonssn
1129	144	985	En Rullande Talkshow	–	En Rullande Talkshow	–	–
114	145	-31	Mjölbypartiet	Mjölbypartiet	Mjölbypartiet	Mjölbypartiet	mjolbypartiet
156	146	10	Svenska kyrkan	Svenska kyrkan	Svenska kyrkan	Svenska kyrkan	svenskakyrkan
–	147	Ny	Filmfabriken	–	–	–	filmfabriken
257	148	109	NOCCO	–	NOCCO	NOCCO	nocco
135	149	-14	Maurice Hill	–	L22	–	l22pics
665	150	515	Asme	–	BL	–	_asme

Plac. 2020	Plac. 2021	Diff.	Namn	Twitter	Youtube	Facebook	Instagram
121	151	-30	Darin	Darin	Darin	Darin	darinofficial
455	152	303	Carola Häggkvist	Carola Häggkvist	Carola Häggkvist	Carola (Official)	carolaofficiell
68	153	-85	Hampus Hedström	Hampus Hedström	Hampus Hedström	Hampus Hedström	hampushedstrom
92	154	-62	Lisa Anckarman	-	Lisa Anckarman	-	lisaanckarman
148	155	-7	TV4	TV4	TV4	TV4	tv4
261	156	105	Charlotte Kalla	-	-	Charlotte Kalla	kalla_87
-	157	Ny	Riks	-	Riks	Riks	-
48	158	-110	Hydra	-	Hydra	-	hydragem
230	159	71	Fotbollskanalen	Fotbollskanalen	-	Fotbollskanalen	fotbollskanalen
142	160	-18	C More	C More Sport	C More Sport	C More Hockey	cmorehockey
417	161	256	Leif GW Persson	-	-	Leif GW persson	leifgwperssonofficial
93	162	-69	Existenz.se	Existenz.se	-	Existenz.se	existenzglobal
262	163	99	Henrik Lundqvist	Henrik Lundqvist	Henrik Lundqvist	Henrik Lundqvist	hlundqvist35
225	164	61	Mirabell Lundgren	-	Mirabell	-	mirabell.lundgren
119	165	-46	Martin Björk	martin björk	Martin Björk	-	martinbjork
127	166	-39	Danny Saucedo	Danny Saucedo	Danny Saucedo	Danny Saucedo	dannysaucedo
725	167	558	Region Skåne	-	Region Skåne	Region Skåne	regionskane
-	168	Ny	Made in Sweden	-	-	Made in Sweden	-
82	169	-87	Daniel Norlin	-	Daniel Norlin	-	danielnorlin
161	170	-9	Matinbum	-	Matinbum	-	matinbum
252	171	81	Johanna Nordström	johanna nordström	-	-	johannanordstrm
124	172	-48	Luddze	-	Luddze	-	luddzee
103	173	-70	Katerina Janouch	Katerina Janouch	-	Katerina Janouch	katjanouch
226	174	52	Skavlan Talkshow	-	Skavlan	Skavlan Talkshow	skavlantvshow
445	175	270	Lets Feast - Doris & Cristian	-	Let's Feast	Lets Feast	lets_feast
229	176	53	I allmänhetens tjänst - granskning av public service	Granskning	I allmänhetens tjänst - granskning av public service	I allmänhetens tjänst - granskning av public service	-
112	177	-65	Rickard Söderberg	-	Rickard Söderberg	Rickard Söderberg	gaytenor
275	178	97	Christofer Berg	-	CHRIPPA	-	christoferberg
97	179	-82	Anomaly	-	Anomaly	Anomaly.	anomalyxd
129	180	-51	Chris Whippit	ChrisWhippit	Chris Whippit Vloggar	Chris Whippit	chriswhippit
251	181	70	Jörgen Astonson Solidaritet Igen	-	-	Jörgen Astonson Solidaritet Igen	-
468	182	286	Markus Aujalay	-	Markus Aujalay	-	markusaujalay
126	183	-57	Ida Warg	-	Ida Warg	Ida Warg	idawarg
123	184	-61	Tomas och Malin	-	Tomas och Malin	-	tomasochmalin
353	185	168	Lindas bakskola	-	Lindas bakskola	Lindas bakskola	lindasbakskola
188	186	2	Frölunda Indians	Frölunda Indians	Frölunda HC Official	Frölunda Indians	frolunda_hc
144	187	-43	David Falk	-	Falken	-	falkensofc
243	188	55	Bente Daniela Fielding	-	Bente Daniela	-	bentedaniela
183	189	-6	Diana Baban	-	Diana Baban	-	dianababan
253	190	63	ADAAM	-	GRIND GANG MUSIC	-	a.d.a.a.m
272	191	81	Alice Teodorescu Måwe	Alice Teodorescu Måwe	-	Alice Teodorescu offentlig	-
246	192	54	Lea Wallin	-	Lea Wallin	-	wallinlea
70	193	-123	Manfred Erlandsson	Manfred	ManfredErlandsson	Manfred Erlandsson	manfrederlandsson
179	194	-15	Don V	-	Don V	-	realdonv
280	195	85	Alternativ för Sverige	-	Alternativ för Sverige	Alternativ för Sverige	afs_riks
166	196	-30	Johan Hedberg	Johan Hedberg	Matgeek	Matgeek	johanhedberg
435	197	238	Ardalan Shekarabi	Ardalan Shekarabi	-	Ardalan Shekarabi	shekarabiardalan
264	198	66	Liseberg	-	Liseberg	Liseberg	lisebergab
49	199	-150	Dree Low	-	Dree Low	-	dreelow
196	200	-4	Familjen Arcombe	-	Familjen Arcombe	-	familjenarcombe

POLITIK PÅ SOCIALA MEDIEPLATTFORMAR INFÖR VALÅRET 2022

Varje riksdagsval beskrivs på förhand som ett stort genombrott för sociala medier i den politiska kommunikationen. Valet 2022 blir förstås inget undantag. Det är nu partierna ska skraddarsy budskap direkt till anhängare och potentiella sympatisörer för att skapa den entusiasm som kan omsättas till röster på valdagen.

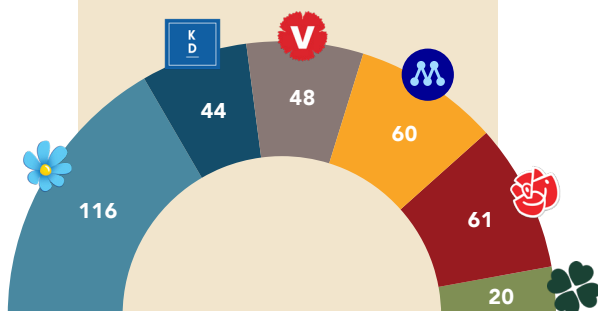
Sociala medieplattformar bedöms bli en allt viktigare del av partiernas opinionsbildning. Men något stort genombrott är kanske inte att vänta den här gången heller. Erfarenheten säger att partiernas valrörelseaktiviteter förändras gradvis. Det är fortfarande en mycket begränsad del av väljarkåren som följer valrörelser via sociala medier. Valundersökningen 2018 visade att endast 2-3 procent av väljarkåren följde något parti eller någon politiker via Twitter under de sista veckornas kampanjande. Motsvarande andel för Facebook var något högre, omkring tio procent. Få väljare – bara ett par procent – visar engagemang i form av gillanden, delningar eller kommenterande. Och det allra mesta av innehållet kommer inte från partierna utan emanerar från medier och nyhetstjänster.

Liten publik spelar kanske ingen roll om det är rätt publik. De sociala medieplattformarnas politikpublik är ideologiskt mobiliserade och hyser oftast ett starkt anhängarskap till identiteter, partier eller rörelser. Det är "pratarna" i befolkningen som partierna vill åt: centralt placerade, inflytelserika väljare genom vilka man kan nå fram med berättelser och budskap som därefter kan spridas vidare.

Politiska aktörers mediemakt har rimligen betydelse för vilka kampanjframgångar i sociala medier som kan förväntas inför valåret 2022. Maktförhållandena i sociala medier speglar dåligt partiernas faktiska styrkeförhållanden. Det politiska landskapet i de sociala medieplattformarna ser nämligen dramatiskt annorlunda ut jämfört med vad vi är vana vid från den folkvalda Riksdagen.



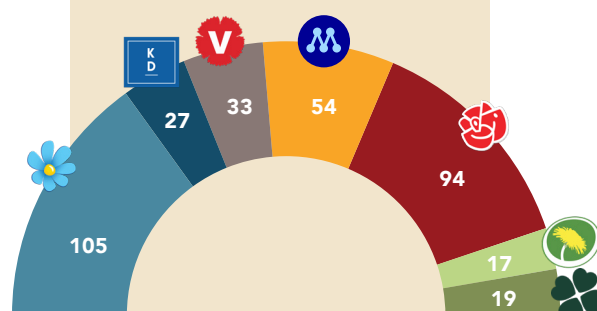
RIKSDAGEN ENLIGT FACEBOOK



Vi mäter hur riksdagen skulle se ut baserat på snittreaktioner på partiernas och partiledarnas officiella Facebooksidor. Vi mäter också hur många totala reaktioner/delningar/kommentarer dessa sidor får. Märta Stenevi och Per Bolund kommer inte upp i 10 000 följare, varför deras Facebooksidor inte räknas av Medieakademin.

Källa: Maktbarometern 2021.

RIKSDAGEN TOTALT ALLA SOCIALA MEDIEPLATTFORMAR



Vi mäter hur riksdagen skulle se ut baserat på partiernas och partiledarnas totalpoäng i Maktbarometerns mätning av de fyra största sociala medieplattformarna. Utöver dessa konton räknar vi också in poängen från partipolitiskt aktiva som kvalar in på Maktbarometerns topp 1 000. Där räknar vi också in partipolitiska organisationer (som Kommunal eller Riks).

Källa: Maktbarometern 2021.

Vi frågade oss hur en riksdag byggd på politiska aktörers sociala mediemakt egentligen skulle se ut? En riksdag baserad på makten i den största plattformen – Facebook – skulle ge en sexpartisriksdag med stort övertag för partier till höger. Sverigedemokraterna är i särklass störst med 116 mandat. Tillsammans med Moderaternas 60 mandat och Kristdemokraternas 44 samlar det konservativa partiblocket en betryggande riksdagsmajoritet på 220 mandat. Miljöpartiet och Liberalerna är så pass frånvarande på Facebook att de inte klarar vår fyraprocentsspärr.

Maktbalansen för alla undersökta sociala medieplattformar är något mer balanserad, men bekräftar att det är en stark högerlutning i svenska sociala medier. Sverigedemokraterna är största parti även om Socialdemokraterna klarar sig bättre när vi också lägger till Youtube, Twitter och Instagram i analysen. Det konservativa partiblocket samlar egen majoritet med 186 mandat. Ser vi till partier som missar fyraprocentsspärren är det fördel nationalismen framför liberalismen: Alternativ för Sverige når 3,5 procent och Liberalerna 2,5 procent.

TOPP GÖTEBORG

Bara fem personer på Maktbarometerens topp 100 bor i Göteborg. En enorm majoritet bor istället i Stockholm. Därefter kommer Göteborg, och en rad mindre städer. Maktkoncentrationen i huvudstaden har ökat eftersom pengar, annonsörer och kontakter finns där. Men eftersom Medieakademin utgår från Göteborg vill vi gärna lyfta fram vår hemstad lite extra. Här är därför de 40 största i Göteborg, utifrån deras placering på Maktbarometerens totallista.

#	Total	Namn	Genre
1	3	JLC	Humor
2	4	Joakim Lamotte	Debattör
3	56	Leif Mannerström	Mat
4	62	Mia Skäringer Lázár	Humor
5	72	Matkoma	Mat
6	125	Mikael Hallström (Cluee News)	Redaktörskonto
7	139	Emanuel Karlsten	Journalist
8	151	Asme	Musik
9	188	Frölunda Indians	Sport
10	200	Liseberg	Företag/myndighet
11	209	IFK Göteborg	Sport
12	211	Joen	Youtuber
13	225	Nathalie Danielsson	Influencer
14	245	Charlie Eriksson	Inspiration
15	247	Marcus "stamsite" Nyman	Gamer
16	251	Håkan Hellström	Musik
17	286	Familjen Reinhold	Familj
18	291	Uppdrag granskning	Tvprogram
19	320	Isak Danielson	Musik
20	346	Arvingarna	Musik
21	352	Dead by April	Musik
22	374	A36	Musik
23	418	Margareta Gräås	Styling
24	429	Mustasch	Musik
25	432	Victor Leksell	Musik
26	443	INTERSPORT Sverige	Företag/myndighet
27	446	Mattias Magnemyr	Influencer
28	449	Amanda Strand	Modell
29	452	Sanna Jörnvik	Influencer
30	477	Pontus "Frolle" Frostvik	Gamer
31	506	KAPTEN RÖD	Musik
32	509	TNKVRT (tänkvärt)	Debattör
33	528	Tess	Influencer
34	536	keku	Gamer
35	547	Göteborgs-Posten	Medieföretag
36	557	Robin mos Andersson	Youtuber
37	613	Hanna Ferm	Musik
38	636	Jollyroom.se	Företag/myndighet
39	968	Kreativa Karin	Diy
40	985	Björn Natthiko Lindeblad	Debattör



KATEGORIER MAKTBAROMETERN

En nyhet för i år är att vi gör topplistor utifrån en rad olika kategoriseringar. Detta för att tydliggöra hur till exempel företag, influencers och musiker arbetar med olika förutsättningar och tävlar i olika ligor.

Företag/myndigheter topp 100

Att myndigheter toppar under ett krisår är kanske inte förvånande, men Polisen har legat högt flera år tidigare. De har också legat högt på Medieakademiens Förtroendebarmeter. Genomgående är det tydligt hur flera av våra mest lönsamma företag har svårt att nå fram på sociala medier. De flesta har gett upp och betalar sig till räckvidd, men några är fortsatt kreativa: Fiskebutiken Kanalgratis har gjort en Youtubekanal som ger inspiration, men framför allt positionerar deras butik som den man ska söka sig till om man vill ha den bästa fiskeutrustningen. Vi ser i år även Polarbröd klättra upp, till följd av den sympati-skjuts företaget fick efter fabriksbranden.

#	Tot	Namn
1	36	Kungahuset
2	39	Polisen
3	69	Folkhälsomyndigheten
4	90	Försvarsmakten
5	132	Krisinformation.se
6	149	Nocco
7	168	Region Skåne
8	200	Liseberg
9	205	Kanalgratis
10	208	Nordiska museet
11	236	Livruskammaren
12	242	Kolmården
13	307	sweden.se
14	311	Battlefield
15	331	Gröna Lund
16	369	ICA Sverige
17	373	Sandgrund Lars Lerin
18	383	Glada Hudik-teatern
19	404	Saab
20	408	Spotify
21	410	Libero Sverige
22	421	Pågen Sverige
23	443	Intersport Sverige
24	458	Däckteam i Sverige AB
25	486	Hemnet
26	489	Bluebox
27	548	Ving Sverige
28	568	Gekås Ullared
29	585	Arla Sverige
30	586	Mariann Grammofon
31	591	Malmö Opera
32	593	Mathem
33	605	Minecraft
34	616	LRF
35	625	Vitamin Well Sverige
36	629	Grimfrost
37	630	Blomsterlandet
38	631	Partykungen.se
39	633	Inet
40	636	Jollyroom.se
41	642	Kläppen Ski Resort
42	644	Diggiloo
43	651	Gårdsjö Älgpark
44	654	Fonus
45	658	IKEA Sverige
46	661	Marabou
47	679	DollarStore Sverige
48	685	TUI Sverige
49	699	Dope Snow
50	701	estrellasverige

#	707	Namn
51	707	lineahemma.se
52	710	Pinchos Sverige
53	716	Idre Fjäll
54	723	Granngården
55	725	Svanströms El & VVS
56	728	NOBE aloe vera
57	749	SJ AB
58	763	Polarbröd
59	769	SAS - Scandinavian Airlines
60	774	Region Örebro län
61	775	Falkenberg Strandbad
62	776	Trafikverket
63	781	Dormy Golf
64	783	Rusta Sverige
65	800	NetOnNet Sverige
66	806	NA-KD.com
67	813	Volvo Trucks Sverige
68	825	Hemmakväll (officiell)
69	830	Läraryrskommittén
70	835	Beridna Högvakten
71	838	Paradox Interactive
72	848	Region Gävleborg
73	852	Skansen
74	866	Mjau
75	871	Avanza
76	875	Havshotellet - Limhamns eget designhotell
77	876	Samsung Sverige
78	877	Nordisk Film Sverige
79	878	Falkenbergsrevyn
80	880	Ninetone Group
81	881	Ystad Saltsjöbad
82	882	Region Östergötland
83	886	Warner Music Sweden
84	891	Region Värmland
85	894	Pantamera
86	896	Tre Änglar
87	898	Maria Åkerberg
88	900	Filmstaden
89	901	Skaraborgs flygflottilj F 7
90	902	Lokalpolisområde Norrmalm
91	906	The Museum of Photography
92	918	Viking Line Sverige
93	921	Sweden Rock Festival
94	923	Dopest
95	925	Nordens Ark
96	932	Blocket
97	933	Koenigsegg
98	935	Coop Sverige
99	936	MAX Burgers
100	949	Celsius Sverige

Ideell sektor topp 10

#	Tot	Namn
1	29	Vid Din Sida - Stockholm
2	30	Djurens Rätt
3	64	Kattjouren
4	140	Hundstallet
5	147	Svenska kyrkan
6	218	Djurrättsalliansen
7	227	Världsnaturfonden WWF
8	305	Cancerfonden
9	351	Naturskyddsföreningen
10	368	SPF Seniorerna

Journalister topp 10

#	Tot	Namn
1	28	Marcus Oscarsson
2	70	Carina Bergfeldt
3	139	Emanuel Karlsten
4	254	Jenny Strömstedt
5	314	Erik Niva
6	332	Peter Wolodarski
7	456	Tilde de Paula
8	464	Hanna Hellquist
9	531	Magda Gad
10	556	Viktor Barth-Kron

Medier topp 20

Medier har historiskt dominerat Facebook och Twitter, men i takt med att strategin mer och mer flyttas över till betalväggar har offensiven minskat. Idag är det istället nya medieföretag, antingen med en politisk agenda, eller som fokuserar på annonsfinansierad viraltrafik, som ligger i topp.

#	Tot	Namn
1	7	Newsner
2	10	Viral King
3	19	SVT
4	38	Uppskattat
5	52	Aftonbladet
6	82	Expressen
7	130	Samnytt
8	156	TV4
9	158	Riks
10	161	C More
11	223	Rix FM
12	234	Fria Tider
13	252	Dansbandssidan
14	277	NB Nyhetsbyrån
15	343	HBO Nordic
16	367	Snabb Fakta
17	375	Dagens Nyheter
18	411	discovery+
19	422	Bulletin
20	428	Netflix Nordic

Programledare topp 10

#	Tot	Namn
1	8	Mauri Hermundsson
2	60	Carina Berg
3	166	Martin Björk
4	233	Kristin Kaspersen
5	278	Agneta Sjödin
6	279	Ernst Kirchsteiger
7	302	Alexander Pärleros
8	338	Anders Bagge
9	349	Clara Henry
10	360	David Hellenius

Radio/tvprogram topp 10

#	Tot	Namn
1	104	Melodifestivalen
2	141	Efterlyst
3	175	Skavlan Talkshow
4	177	TV4 Nyhetsmorgon
5	203	Så Mycket Bättre
6	204	Paradise Hotel
7	253	Musikhjälpen
8	291	Uppdrag granskning
9	294	Morgonpasset i P3
10	295	Let's Dance på TV4

Politik topp 20

Vi är på väg in i valår och politikens startpositioner blir viktiga. Det är tydligt att SD har ett övertag, men ju längre ner på listan över partipolitiskt aktiva vi går, desto tydligare blir det att övriga partier har en större bredd av företrädare och organisationer.

#	Tot	Namn	
1	5	Sverigedemokraterna	SD
2	11	Jimmie Åkesson	SD
3	33	Ebba Busch	KD
4	41	Vänsterpartiet	V
5	48	Stefan Löfven	SD
6	51	Moderaterna	M
7	57	Socialdemokraterna	S
8	59	Jessica Stegrud	SD
9	74	Annie Lööf	C
10	85	Charlie Weimers	SD
11	87	Ulf Kristersson	M
12	101	Hanif Bali	M
13	120	Jonas Sjöstedt	V
14	128	Nooshi Dadgostar	V
15	197	Alternativ för Sverige	Afs
16	199	Ardalan Shekarabi	S
17	213	Annika Strandhäll	S
18	216	Magdalena Andersson	S
19	232	Kristdemokraterna	KD
20	255	Rebecca Weidmo Uvell	M

Debattörer/opinionsbildare topp 20

Partipolitik i all ära, men valåret avgörs också av debattörer och opinionsbildare. Dessa är våra största i sociala medier.

#	Tot	Namn
1	4	Joakim Lamotte
2	20	Greta Thunberg
3	58	Stefan Sauk
4	61	Stöd svenska polisen
5	68	Stina Wollter
6	114	Jonatan Alfvén
7	117	Björn Ranelid
8	118	Linnéa Claeson
9	123	Kent Wisti
10	144	Henrik Jönsson
11	162	Leif GW Persson
12	174	Katerina Janouch
13	178	I allmänhetens tjänst - granskning av public service
14	183	Jörgen Astonson Solidaritet Igen
15	193	Alice Teodorescu Måwe
16	214	Göran Greider
17	228	Simon Häggström
18	244	Soheila Fors
19	246	Politiskt inkorrekt
20	257	Arkitekturupproret

Sport topp 10

#	Tot	Namn	
1	43	Zlatan Ibrahimović	fotboll
2	89	Svensk fotboll	fotboll
3	157	Charlotte Kalla	skidor
4	164	Henrik Lundqvist	hockey
5	188	Frölunda Indians	hockey
6	209	IFK Göteborg	fotboll
7	288	Djurgården	fotboll
8	317	Hammarby Fotboll	fotboll
9	322	Kosovare Asllani	fotboll
10	327	Färjestad BK	hockey

Jakt/fiske topp 10

#	Tot	Namn
1	582	Jakt Är Jakt
2	609	Jaktjournalen
3	663	Peter Persson
4	666	Erik Grankvist
5	713	jaktpuls
6	865	Svensk Jakt – jägarnas tidning
7	1023	Shots & Pots
8	1132	Team Baitbox
9	1226	Svenska Jägareförbundet
10	1265	svartzonker

Styling/beauty topp 10

#	Tot	Namn
1	155	Lisa Anckarman
2	217	Narins beauty
3	347	Sherin Amara
4	418	Margareta Grääs
5	660	Lisette Alfredsson
6	715	Johanna Johnson
7	1101	Jonas Hallberg
8	1255	Linda Hallberg
9	1307	Julia Dang
10	1356	Michael & Frisörerna

VÅR METOD

Maktbarometern är en årligen återkommande analysrapport baserad på räckvidds- och engagemangsdatabaser från stora, svenska sociala medierkonton. Analysen görs i syfte att ta reda på vilka konton, personer och innehåll som har störst inflytande på de fyra största sociala plattformarna i Sverige; Facebook, Instagram, Youtube och Twitter.

Maktbarometern är en oberoende analys

Medieakademien är en ideell organisation som är politiskt obunden och oberoende gentemot olika kommersiella aktörer. Vi har sponsorer som stödjer våra verksamhetsmål, men vi låter givetvis inte dessa påverka vårt arbetssätt, vår analys eller våra slutsatser. I Medieakademins styrelse sitter journalister och forskare såväl som analytiker och representanter för olika delar av näringslivet.

Vi som arbetat med Maktbarometern

Ansvariga för Maktbarometern är Medieakademins styrelse. Styrelsemedlemmarna Emanuel Karlsten, Gustav Martner, Anna Rosenqvist, Jonas Ohlsson och Henrik Ekengren Oscarsson har arbetat med att ta fram årets Maktbarometer. Datainsamling och analys har gjorts av arbetsgruppen i samarbete med dataanalysföretaget TenFifty.

Verktyg, datakällor och analysarbete

I vårt arbete med Maktbarometern använder vi oss av ett flertal verktyg. Tredjepartstjänster som Social Bakers och CrowdTangle har använts och kombinerats med manuellt arbete för att sammanställa kompletterande listor över i sammanhanget intressanta konton. Detta arbete har till exempel inneburit att inhämta uppgifter från influencerbolagens egna hemsidor, från artiklar om ämnet i branschpress samt via publikationer och rapporter från till exempel Internetstiftelsen (Svenskarna och Internet) och Statens Medieråd.

I arbetet med Maktbarometern utgår vi ifrån en lista på stora svenska konton (här avses "stora" som konton med 10 000 följare eller mer). Vi utger oss inte för att ha kartlagt samtliga svenska konton i denna kategori då arbetet med att hitta konton endast delvis kunnat baseras på data direkt från de sociala medieplattformarnas API:er/tredjepartstjänster. I och med den manuella kompletteringen vi gjort på grund av tjänsternas begränsning av API- och data-access finns naturligtvis en risk att vi missat att inkludera konton som skulle kunnat vara relevanta.

Mätperiod

Datan som ligger till grund för Maktbarometern 2021 samlades in mellan 1 augusti 2020 och 1 augusti 2021. Detta tidsspänn valdes dels för att ge oss ett gediget underlag, dels för att ge tid till databehandling, analys och kvalitetssäkring. Vi har även försökt samla in data under ungefär samma tidsperioder som tidigare år. Efter avslutad datainsamlingsperiod gjordes en manuell kontroll av de konton som hamnat i toppen av respektive lista.

Val av sociala medier

För Maktbarometern 2021 valdes likt föregående år att undersöka spridning, inflytande och engagemang på Facebook, Instagram, Youtube och Twitter. Valet av dessa plattformar är dels baserat på att de är sociala plattformar som svenskarna i störst utsträckning uppger sig använda (Svenskarna och Internet 2020) och dels på att deras tekniska arkitektur gör olika konton och sidor mät- och jämförbara. Vår önskan och ambition är dock att i framtiden utöka Maktbarometern med mer komplexa data från fler plattformar.

Rankingmetod, Twitter

Twitter är den plattform som Medieakademien arbetat med längst. När vår första rapport kom ut 2012 hette den just Twitterbarometern och syftet var, likt idag, att undersöka spridning och inflytande. När vi övergick till att arbeta med Maktbarometern utgick vi från de konton som hamnat på topplistan i Twitterbarometern 2016 (cirka 300 stycken), laddade ned data om dessa och även alla data om användare som dessa i sin tur följer.

I vår datainsamlingsprocess söktes 113 666 144 konton igenom och av dessa konstaterades 1 439 791 278 konton vara svenska. Av dessa var det slutligen 3 184 konton som klassificerades som stora nog (fler än 10 000 följare) för att analyseras vidare. För dessa konton räknade vi ut: 1) antal svenska följare 2) antal följare ens följare har 3) retweets av svenskar per tweet 4) antal likes från svenskar per tweet. Rankingen gjordes därefter utifrån ett summerat resultat av dessa mätningar (rankingplacering 1 + rankingplacering 2 + rankingplacering 3 + rankingplacering 4 = total ranking). På så sätt har vi fått en sammanvägd bild av hur många följare en person har, hur "viktiga" dessa följare är samt hur Twitters användare värderar det som personen skriver. Vi har valt bort möjligheten att mäta antal likes per tweet. Detta gör vi då det inte går att särskilja en öppen tweet från en reply, varför den som är flitig på att svara/kommentera skulle påverkas negativt.

Rankingmetod, Facebook

Datan från Facebook består av information från 28 000 Facebooksidor där man antingen uppger sig vara svensk eller där innehållet skrivs på svenska. Samtliga data från de kartlagda sidorna har samlats in, antal reaktioner på de poster som publicerats under mätperioden har summerats, därefter gjordes en kartläggning av hur stor andel av reaktionerna som var svenska. I begreppet "reaktioner" inkluderar vi även likes och övriga reaktioner, till exempel "älska" och "ledsen". Ett manuellt arbete gjordes därefter för att komplettera informationen om de konton som inte uttalat sitt ursprung, men där vi med hjälp av faktorer som språk, följares nationalitet och kontots aktualitet i Sverige kunde bedöma dem som svenska. Rankninganalysen följde därefter samma upplägg som för Twitter men utifrån sex följande rankningsmått: 1) antal reaktioner från svenskar 2) antal reaktioner från svenskar per post 3) antal delningar gjorda av svenskar 4) antal delningar gjorda av svenskar per post 5) antal kommentarer från svenskar och 6) antal kommentarer från svenskar per post. Vi väger inte in följare, eftersom det har allt mindre betydelse för ett kontos inflytande.

Rankingmetod, Youtube

I arbetet med Youtube utgick vi ifrån de topplistor vi tagit fram för övriga plattformar och listade de största Youtubekontona i Sverige sett till antal visningar. Andel svenskar i publiken för ett Youtubeklipp är mycket svår att avgöra, eftersom denna data inte finns publikt tillgänglig, varför vi tvingats att manuellt avgöra samtliga Youtubers huvudsakliga språkbruk som en utgångspunkt för spridning bland svenskar. Många Youtubers har konton även på till exempel Twitter och Facebook. I dessa fall överförde vi uppgifter om andel svenskar från dessa konton och kunde genom detta uppskatta räckvidd i Sverige på Youtube. Om vi inte kunde hitta uppgifter om svenskhet genom denna metod gjordes istället en normalbedömning av kontons svenskhet utifrån ett medelvärde. I flera fall har vi också kontaktat ansvarig för Youtubekanalerna och erbjudit dem att bidra med sin egen statistik över antalet svenskar de når. Motsvarande metod som beskrivits för att ranka konton på Twitter och Facebook gjordes även för Youtube, men baserat på följande sex rankingmått: 1) antalet likes 2) antalet likes per post, viktat efter förmodad andel svenskar 3) antal kommentarer 4) antal kommentarer, viktat efter förmodad andel svenskar 5) antal visningar 6) antal visningar, viktat efter förmodad andel svenskar.

Rankingmetod, Instagram

Via våra övriga insamlade data och det manuellt kompletterande arbetet fick vi fram en bruttolista på drygt 9 700 Instagramkonton (även dessa med 10 000 följare eller fler). Även vad gäller Instagram är det svårt att få tag i information om kontons nationella tillhörighet, men med hjälp av samma teknik som beskrivits för Youtube ovan kompletterad med en manuell språkkontroll av kommentarer på inlägg har vi kunnat kartlägga procentandel svenskar bland följare och reaktioner. Motsvarande metod som beskrivits vid ranking av konton på Twitter, Facebook och Youtube användes därefter även för Instagram, men utifrån följande sex ranking-mått: 1) antal följare, viktat efter förmodad andel svenskar 2) antal kommentarer/post, viktat på samma sätt 3) antal likes/post, viktat på samma sätt. Anledningen till att vi räknar antal följare på Instagram och inte på andra plattformar är att vi här saknar ett räckviddsmått och att detta sätt är det, under givna omständigheter, bästa att konstruera ett. En brist i vår lista är att vi ännu saknar uppgifter om Instagrammets användning av Instagram Stories eftersom vi, som så många andra, inte lyckats få tillgång till data från den delen av plattformen.

Rankingmetod, totalistan

Rankingen på totalistan har gjorts utifrån den empiriskt visade statistiska lagen "Zipfs lag". Zipfs lag säger att frekvensen av ett värde i en stor mängd data ofta står i proportion till värdets plats i rangordningen och att det vanligaste värdet vanligtvis är ungefär dubbelt så vanligt som det näst vanligaste, ungefär tre gånger så vanligt som det värde som är nummer tre på listan, och så vidare (läs gärna mer om Zipfs lag här: <https://it-ord.idg.se/ord/zipfs-lag/>).

I vår poängberäkning har vi använt oss av denna lag för ranking av inflytande. Vi ville att måttet skulle vara flexibelt i den mening att om någon aktör är väsentligt mycket större än resten på en plattform, så ska det inte spela in för mycket och ge alltför stort utslag på totalistan. Därför valde vi att sätta placeringspoäng, vilka vi sedan kunnat vikta efter plattform. Själva placeringspoängen är baserad på det faktum att Zipfs lag visat sig fungera väl vid rankingar av annan samhällsdata. Generellt följer en mängd samhällsfenomen Zipfs lag. Klassiskt är till exempel att det vanligaste ordet i ett språk är ungefär dubbelt så vanligt som det näst vanligaste, och detsamma gäller ofta storlek på länder i förhållande till andra, storlek på städer, trafik till världens och Sveriges största sajter och tidningar med mera.

För varje rankinglista på de fyra sociala medieplattformarna, delades en poäng ut, enligt $1/(\text{ranking} \wedge 0.5)$, vilket modellerar att inflytande faller enligt Zipfs lag. Exponenten 0.5 beräknades från hur likes/reaktioner faller med ranking på de olika medierna. Denna formel har använts för att modellera att någon som rankas #1 på ett medium och #100 på ett annat, rimligen har mer inflytande än någon som rankas #5 på första mediet och #95 på det andra.

Vi parade sedan, delvis manuellt, samman samma kreatörs konton på de fyra olika sociala medieplattformarna för att kunna summera ihop poängen på en totallista. Vi har manuellt säkerställt att till exempel en Youtuber som kallar sig något annat på Instagram får en totalpoäng som stämmer med deras totala räckvidd. I de fall som en person agerar med eget Instagramkonto men är del av till exempel en humorgrupp med flera medlemmar på Youtube så har vi valt att koppla samman de största kontona på respektive platt-

form. En person fick alltså dels poäng per plattform, dels en sammantagen poäng för samtliga konton.

För rankingen på totallistan tog vi fram en modell där inflytandet på varje plattform viktades utifrån uppgifter från Svenskarna och Internet 2020 om hur stor andel svenskar som använder respektive plattform minst en gång per vecka. Enligt denna modell fick Youtube ett värde på 0,57, Facebook 0,68, Instagram 0,6 och Twitter 0,11. I detta viktade slutresultat sätts alltså inflytande i form av placering på respektive plattform i förhållande till vilken räckvidd plattformen som sådan har bland svenskarna.

Frågor och synpunkter

Har du frågor om vår metod eller förslag på förbättringar? Eller vill du ha en större insyn i våra mätdata och få en djupare insikt i hur makt och inflytande distribueras i sociala medier? Kontakta oss gärna!


BLI MEDLEM

Medieakademin är en politiskt och religiöst oberoende ideell förening, vars syfte är att sprida kunskap om medielandskapet och fördjupa samtal och analyser av samhälle, politik och kultur. Våra rapporter finansieras av våra stödmedlemmar som jobbar mot samma mål: ökad kunskap och bättre samtal om media och makt.

Huvuddragen i våra rapporter är tillgängliga för alla, men till våra medlemmar ger vi djupare analyser och mer data. Vidare innebär medlemskap i Medieakademin att man bjuds in till våra middagar där vi diskuterar politik, mediemakt och framtidsscenarios (ofta med speciellt inbjudna gäster). Vi erbjuder även våra medlemmar föreläsningar i anslutning till att rapporterna släpps.

Om du och ditt företag/organisation vill bli en del av vårt initiativ och gynna ett mer informerat och datadrivet samtal om makt och medier – bli medlem nu! Kontakta Anna Rosenqvist (anna.rosenqvist@valentin.se).

MEDLEMMAR

 GÖTEBORGS UNIVERSITET	