

MAKTBAROMETERN

2018



INNEHÅLL

Introduktion	3
Mäktigast på Twitter	4
Mäktigast på Facebook	9
Mäktigast på Youtube	14
Mäktigast på Instagram	19
Årets makthavare	24
Vår metodik	28
Bli medlem	30

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 Medieakademien som sedan 1997 arbetar för att fördjupa mediedebatten och ge mer utrymme för fria diskussioner om samhälle, politik och kultur. Maktbarometern är framtagen i samarbete med företaget TenFifty under ledning av Emanuel Karlsten, Gustav Martner och Anna Rosenqvist.

OM MEDIEAKADEMIN

Medieakademien är en ideell förening, politiskt oberoende, vars syfte är att sprida kunskap om medielandskapet och öka kvaliteten på samtal och analyser av samhälle, politik och kultur. Vid sidan av Maktbarometern, rapporten som du just nu håller i din hand eller läser på din skärm, så gör Medieakademien även Förtroendebarmetern, en årlig rapport som mäter svenskarnas förtroende för organisationer, företag, partier och samhällsinstitutioner. Förtroendebarmetern görs av Medieakademins styrelsemedlemmar professor Henrik Ekengren Oscarsson, verksam vid Göteborgs Universitet, och Toivo Sjören, Kantar SIFO i samråd med övriga styrelsemedlemmar.

Medieakademien är vidare en av initiativtagarna till Mediedagarna i Göteborg (MEG) och arrangerar kontinuerligt nätverksmiddagar för att gynna samtal, kunskapsbildning och innovation inom medievärlden. Kontakta oss om du vill veta mer.

Medieakademins styrelse

Emanuel Karlsten (ordförande)
Adam Wladis
Lars Rundblom
Anna Rosenqvist
Anders Westgårdh
Carin Hjulström
Toivo Sjören
Gustav Martner
Linda Hörnfeldt
Josefin Meyer
Henrik Ekengren Oscarsson



GUSTAV MARTNER

Digital Reliance

gustav@digitalreliance.org



ANNA ROSENQVIST

Planner, Valentin Experience

anna.rosenqvist@valentin.se



EMANUEL KARLSTEN

Ordförande, Medieakademien

kontakt@emanuelkarlsten.se

MÄKTIGAST PÅ TWITTER



EXPRESSEN

» Mycket har hänt under året, men vi kan se att Twitter primärt fortsätter positionera sig som platsen för information om nyheter och politik.



DN.

Hanif Bali
@hanifbali

Nu är det ju tur att jag tar upp det - 3:e land hade ju kunnat spinna loss med konspirationsteorier med sitt "avslöjande" annars.

svt NYHETER

SvD



Emma Knyckare
@Knyckare

Vad tror ni om att vi styr ihop en asfet festival dit bara icke män är välkomna som vi kör tills ALLA män har lärt sig hur en betar sig?

Translate from Swedish

7:20 PM - 2 Jul 2017

58 Retweets 323 Likes



51 58 323

"Att hänga på Twitter är som allt med mobiltelefonerna, beroendeframkallande. Tummens vana att scolla varannan minut, ni vet, det har helt enkelt tagit tid att vänja sig av. Nu är jag färdig."

Jonas Gardell



Sedan 2012 har Medieakademin kartlagt svenska Twitter. Det har varit unikt och viktigt eftersom det har kunnat klarlägga maktförhållanden och beskriva hur makt sprids och uppstår. Det är en av få globala plattformar som är öppna med sin data, men är samtidigt spretig och svår att sortera och hitta i. Vår Twitterbarometer fokuserar på räckvidd i form av svenska retweets och vilka som är svenska följare. Både de direkta följarna och vilka svenskar som följer de svenska följarna. Är det krångligt? Kort sagt: Vilket svenskt inflytande som finns på svenskar på den globala plattformen Twitter.

Mycket har hänt under året, men vi kan se att Twitter primärt fortsätter positionera sig som platsen för information om nyheter och politik. Nyhetsuppdateringar fungerar särskilt väl just här.

Viktigt att notera i årets lista är hur förra årets bronsmedaljör, Pewdiepie, tappat rejält. Det beror på att den svenska youtubern regelbundet raderar alla sina tweets, vilket gör att hans räckvidd i år inte går att mäta på ett rättvist sätt.

Ranking baseras på:

- Antal svenska följare
- Följares följare
- Retweets bland svenskar

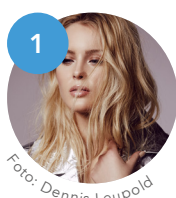


Foto: Dennis Leupold

1 Zara Larsson

Kontonamn: zalararsson
Svenska följare: 350041
Svenska följares följare: 56368649
Retweets: 579662
Förändring: +1



4 Svenska Dagbladet

Kontonamn: SvD
Svenska följare: 153529
Svenska följares följare: 33124138
Retweets: 27010
Förändring: +8



Foto: Riksdagen

2 Carl Bildt

Kontonamn: carlbildt
Svenska följare: 345264
Svenska följares följare: 52944755
Retweets: 107231
Förändring: -1



4 SVT Nyheter

Kontonamn: svtnyheter
Svenska följare: 101290
Svenska följares följare: 30089223
Retweets: 50131
Förändring: +8



3 Expressen

Kontonamn: Expressen
Svenska följare: 134867
Svenska följares följare: 34822556
Retweets: 58289
Förändring: +7



6 Dagens Nyheter

Kontonamn: dagensnyheter
Svenska följare: 163022
Svenska följares följare: 31281838
Retweets: 26149
Förändring: +9

Placering 2016	Placering 2017	Placering 2018	Förändring 2017/2018	Namn	Kontonamn	Svenska följare	Svenska följares följare	Retweets
	2	1	1	Zara Larsson	zalararsson	350041	56368649	579662
2	1	2	-1	Carl Bildt	carlbildt	345264	52944755	107231
	10	3	7	Expressen	Expressen	134867	34822556	58289
15	13	4	8	Svenska Dagbladet	SvD	153529	33124138	27010
	12	4	8	SVT Nyheter	svtnyheter	101290	30089223	50131
	15	6	9	Dagens Nyheter	dagensnyheter	163022	31281838	26149
	20	7	13	Viktor Barth-Kron	viktorbk	102208	28693526	49129
	16	8	8	Erik Niva	ErikNiva	247209	28290919	25374
6	7	9	-2	Peter Wolodarski	pwolodarski	164912	36811202	17971
	27	10	17	Aftonbladet	Aftonbladet	90683	30561161	27744
8	6	11	-5	Zlatan Ibrahimović	lbra_official	276997	18867410	960507
	17	12	5	Niklas Orrenius	niklasorrenius	76973	29473364	34975
2	4	13	-9	Jonas Gardell	Jonas_Gardell	414809	39776369	9949
	18	14	4	Annie Lööf	annielooof	92165	29657546	23756
11	11	15	-4	Niklas Svensson	niklassvensson	92713	36953341	14697
	26	16	10	SR Ekot	sr_ekot	64941	28798466	31101
	28	17	11	Jonas Sjöstedt	jsjostedt	77496	24706975	36038
	30	18	12	Henrik Lundqvist	HLundqvist30	204648	24775001	13477
	46	19	27	Ivar Arpi	lvarpi	61983	24763576	62732
	31	20	11	Nya Moderaterna	nya_moderaterna	80930	23555731	26280
12	5	21	-16	Spotify	Spotify	212732	13304852	684224
	36	22	14	Socialdemokraterna	socialdemokrat	62198	30623190	13318
	70	23	47	Hanif Bali	hanifbali	66564	18230266	179885
	128	24	104	Alexander Bard	Bardissimo	61415	22206832	40565
	40	25	15	YB Södermalm	YB_Sodermalm	108821	17115913	37830
	48	26	22	SR Nyheter	SR_Nyheter	98945	23401173	11315
	33	27	6	Johanna Frändén	juanitafranden	87042	22224040	15420
	44	28	16	Clara Henry	glasklart	118979	22212124	10217
	25	29	-4	DN Debatt	DNDebatt	187543	30799283	4293
	23	30	-7	Krisinformation.se	krisinformation	76320	28228712	7635
13	38	31	7	Özz Nüjen	ozznujen	95768	27547741	6844
	34	32	2	Glenn Hysén	Glenn_Hysen	172642	25864670	5069
	80	33	47	Sakine	Sakine	44198	22960654	35071
1	8	34	-26	Soran Ismail	Soranismail	331843	34626873	3215
	124	35	89	Jan Björklund	bjorklundjan	45937	22697846	31056
	35	37	-2	Gudrun Schyman	gudschy	104498	22234724	8052
	9	36	-27	Notch	notch	62291	15006842	76786
	93	38	55	Dagens industri	dagensindustri	48485	28432270	10762
14	32	39	-7	Gina Dirawi	anaginas	163855	27319130	3975
	3	40	-37	PewDiePie	pewdiepie	271871	7618807	107840
	60	41	19	Alice Teodorescu	alicemedce	57083	19619164	22132
	41	42	-1	skitjobbig	jonielol	120057	10043667	37675
	99	43	56	Fotbollskanalen	fotbollskanal	114618	8815121	93284
		44	ny	Ingrosso	Ingrosso	26544	41003943	46793
	54	45	9	SVT Sport	SVTSport	125793	13149320	17512
	114	47	67	Glenn Strömberg	Glenn_Stromberg	139317	25329252	3806
	73	46	27	Göran Greider	GreiderDD	51864	19850176	20895
	64	48	16	Mats Knutson	matsknutson	73170	28315938	4437
	83	49	34	Emma Frans	DrEmmaFrans	52277	18589449	24641
	62	50	12	Karin Pettersson	AB_Karin	53206	25756359	7704
	55	51	4	Fredrik Strage	fredrikstrage	102096	28899648	3193
	69	52	17	Carl Bildt	CBildt	63860	18099661	13262
	39	54	-15	Birgitta Ohlsson	birgittaohlsson	87434	27851720	3606
	96	53	43	@sweden	sweden	35439	22117165	33847
	42	55	-13	DN Kultur	DNKultur	76963	24301771	4612
	65	57	8	Miljöpartiet	miljopartiet	66388	22173947	6415
	104	56	48	Anders Ygeman	Ygeman	40369	29398040	7803
	59	58	1	Emanuel Karlsten	emanuelkarlsten	37479	26333282	11865
	37	59	-22	Niklas Strömstedt	poptonten	79637	24759544	3962
	67	60	7	Kulturnyheterna SVT	KULTURNYHETERNA	62010	23626235	5256

INLÄGGSTOPPEN

Av svenskar på svenska

Poster inom mätperioden, engagemangssiffror avläst i september 2018.
Resultatet är totalsiffror och inkluderar därmed eventuell internationell publik.

1

Alexander Johansson
@LelleVa

Följ

Om Sverige slår ut Italien och går till VM, så hyr jag en buss och bjuder med mig alla som RT:ar denna till Ryssland 2018.

08:09 - 17 okt. 2017

8 058 Retweetar 2 134 gilla-markeringar

Sverige låg illa till inför herrarnas kval till fotbolls-VM, så Alexander ville understryka hur omöjligt det såg ut. När Sverige otippat vann fick Alexander, med 315 följare, se sin tweet explodera. Men några bussar blev det aldrig. Däremot en av tidernas mest retweetade svenska tweets.

2

Jesper Sipola
@Jspipola

Följ

Leon - ohotad vinnare i VM i självsäkerhet.

0:46 285 tn visningar

07:01 - 7 juni 2017

6 645 Retweetar 9 112 gilla-markeringar

Jesper Sipola, med 176 följare, la ut en video som han hade snott från SVT:s Vem vet mest junior. En självsäker Leon spexade i klippet och tweeten blev årets näst mest retweetade.

3

IKEA Sverige
@IKEASverige

Följ

Ingvar Kamprad har i stillhet somnat in i sitt hem i Småland. Han föddes 1926 i Småland och redan som 17-åring grundade han IKEA. Ingvar kommer att vara mycket saknad och varmt ihågkommen av sin familj och av IKEA-medarbetare över hela världen.

02:22 - 28 jan. 2018

5 564 Retweetar 16 480 gilla-markeringar

Ingvar Kamprad somnade in och när svenska Ikea la ut nyheten på Twitter fick det givetvis stor spridning. Rimligtvis fick denna tweet även hjälp av internationella retweets.

TWITTER HAR BLIVIT EN VIKTIG POLITISK PLATTFORM – FÖR EN NY HÖGER

Twitter är en svår plattform som få behärskar – eller ens längre tycker om. Och det är viktigt att förstå. Att titta på förändringarna i årets Twitterbarometer är att se ett skifte ta plats.

Twitter har haft några tuffa år bakom sig, Trump har blivit dess viktigaste användare – på gott och ont. I Sverige är känslan sedan länge att "något har hänt". Det är inte längre trevligt på Twitter. Tvärtom, tonen är hård, polariseringen hög. Flera av de som varit störst på Twitter har aviserat att de vill lämna. Flera av de komiker och kändisar som länge åtnjutit höga positioner på denna lista, har i år halkat ner. Mest bara för att de slutat twittra. Jonas Gardell gjorde en högljudd sorti, menade att han nu lämnar plattformen och slutar göra unikt innehåll för Twitter. Han menar att Twitter blivit "hopplöst infekterat, besudlat och förvanskat och står bortom räddning".

Samtidigt är Twitter outhärligt när det handlar om realtidsuppdateringar: debatter, opinion och stora händelser. Det är fortfarande så. Men som plattform för gamla tiders kändisar är det inte längre lika tacksamt. Twitter har blivit något annat. En tydligare politisk plattform. Framför allt för en ny höger.

Det märks genom Trump, men även i Sverige har trenden varit tydlig de senaste åren. Det handlar framför allt om politiska åt höger på skalan som har hittat ett nytt språk, nya frågor och nya tonlägen och vunnit allt större mark på Twitter. I Sverige ser vi för andra året i rad hur borgerliga ledarskribenter fortsätter att vinna mycket mark: Alice Teodorescu (+19 platser), Ivar Arpi (+27). Även Sverigedemokraterna ökar kraftigt (+66) och Moderate riksdagsledamoten Hanif Bali är en raket, på två år har han gått från ingenstans till plats 23.

Det finns fler exempel, och de är alla i den absoluta toppen. De med tung slagsida åt genuskritik, som Alexander Bard (+104), Aron Flam (+103) och Paolo Roberto (+108). Eller författaren Katerina Janouch (+72) som blivit ytterst politisk, med stor, egen sajt och invandringskritiska frågor högst på agendan. Men här finns också andra som forskarna Agnes Wold (+102), Emma Frans (+34) och Alexandra Pascalidou (+67).

Gemensamt är kanske att man kan kalla dem "sanningssägare". De säger som det är och är trötta på krusiduller. De tar plats i debatten och är tydliga och kompromisslösa i sina ställningstaganden. Antingen håller man med, eller inte, men det minsta man tvingas göra är att förhålla sig till rösterna.

Nyhetsmedier positionerar sig

En tidigare trend har varit att varje stor tidning har haft en journalist som haft större påverkan än tidningen de verkar på. I år ser vi en förändring av det och det är bara Aftonbladet som ännu inte gjort skiftet: Erik Niva är fortfarande större än sin arbetsgivare.

Årets största förlorare

De som rasat mest i toppen är alla etablerade kändisar som av olika skäl minskat sin aktivitet. Det är inte alltid att de valt att lämna, många är kvar, men ansträngningarna har minskat. För många av dem har det blivit ett fönster att trycka ut sina poddar, youtubeklipp eller biljettköpslänkar. Det gör att de faller på listan.

MÄKTIGAST PÅ FACEBOOK



Newsner



"Vi står inför en rad viktiga problem gällande integritet. Det är tydligt att vi inte gjorde tillräckligt för att förhindra att dessa verktyg används. Det var ett stort misstag och jag ber om ursäkt. Jag skapade Facebook och är ansvarig."

Mark Zuckerberg

EXPRESSEN

Fake news!



Du behöver inte vara perfekt. Du är värdefull som du är.

Djurens Rätt.

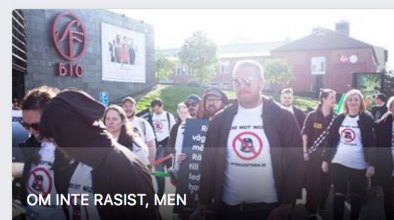


Inte rasist, men @irm.se

Startsida

- Om
- Inlägg
- Foton
- Videoklipp
- Livesändningar
- Evenemang
- Community

Ideell organisation
4,1 ★★★★★



Our Story

"Inte rasist, men..." granskar Sverigedemokraterna och visar upp den outömliga källa till humor och f...

Visa mer

Community

Visa allt

Bjud in dina vänner att gilla den här sidan

214 501 personer gillar detta

201 528 personer följer detta

AFTONBLADET

Kärllek
Kaerlek

Facebook är den mest självklara arenan för sociala medier, men har de senaste åren också blivit en avgörande trafikälla för etablerade medier. Det har varit enkelt att konvertera Facebookbesökare till annonsvisningar och därför också enkelt att räkna på hur man kan köpa sig till Facebook-trafik – och sälja samma trafik dyrare till den egna sajtens annonsörer.

I vår topplista tar vi inte hänsyn till hur "köpt" trafiken eller gillaklicken är. Däremot om den är svensk – varför fejkade följare eller engagemang ofta inte påverkar aktörens placering på listan. Vi menar också att engagemang, oavsett om det är köpt eller inte, är det bästa sättet att mäta en aktörs inflytande och makt.

Vi ser få dramatiska förändringar på årets lista, men kan återigen konstatera att Facebook framför allt har blivit platsen för medier och företag, snarare än "influencers". På topp 50 finns bara fyra "personliga" Facebooksidor.

Värt att notera är att detta är en mätning av officiella sidor eller verifierade personprofiler, inte "grupper". En grupp är konstruerad så att alla medlemmar kan posta och därför blir dess makt och inflytande svårare att jämföra med sidor.

Ranking baseras på:

- Antal svenskar som "gillar" sidan
- Antal svenska delningar av innehåll från sidan
- Antal reaktioner på innehåll från sidan (likes, hjärta, arg emoji och så vidare)
- Antal svenska kommentarer på sidan.



Expressen

Svenska gillare: 415112
Svenska reaktioner: 11492008
Svenska delningar: 1002599
Svenska kommentarer: 1488490
Förändring: 0



Uppskattat

Svenska gillare: 344152
Svenska reaktioner: 5152306
Svenska delningar: 1262644
Svenska kommentarer: 661252
Förändring: -1



Newsner

Svenska gillare: 388807
Svenska reaktioner: 13995317
Svenska delningar: 2929532
Svenska kommentarer: 1005781
Förändring: 0



Kärlek

Svenska gillare: 335774
Svenska reaktioner: 2038679
Svenska delningar: 495784
Svenska kommentarer: 1253396
Förändring: +3



Aftonbladet

Svenska gillare: 345228
Svenska reaktioner: 8464734
Svenska delningar: 2929532
Svenska kommentarer: 1005781
Förändring: 1



Djurens Rätt

Svenska gillare: 360889
Svenska reaktioner: 3302490
Svenska delningar: 693127
Svenska kommentarer: 226349
Förändring: +1

Plac. 2017	Plac. 2018	Förändring	Namn på sida	Svenska gillare	Svenska reaktioner	Svenska delningar	Svenska kommentarer	Distribuerar	Ägare
1	1	0	Expressen	415112	11492008	1002599	1488490	Expressen	Bonnier
2	2	0	Newsner	388807	13995317	2929532	1005781	Newsner	Nyheter365
4	3	1	Aftonbladet	345228	8464734	673927	1116121	Aftonbladet	Schibstedt
3	4	-1	Uppskattat	344152	5152306	1262644	661252	Laowl.se	Okänd utgivare
8	5	3	Kärlek	335774	2038679	495784	1253396	Nuntium.se	Okänd utgivare
7	6	1	Djurens Rätt	360889	3302490	693127	226349	Djurens Rätt	Ideell förening
6	7	-1	Lucas Simonsson	446919	1460538	189761	793990	Influencer	N/A
5	8	-3	TV4	363778	2746177	179287	432783	Tv4	Bonnier
10	9	1	Ett gott skratt	231934	4041795	1932693	733098	Newsner	Nyheter365
9	10	-1	skratta	334263	860164	340289	804570	Nuntium.se	Okänd utgivare
15	11	4	Newsners bästa	229200	7196265	1337209	464380	Newsner	Nyheter365
	12	ny	The typical jag	223969	4732178	343994	2157724	ViralKing.se	Okänd utgivare
12	13	-1	SVT	287294	1972441	236764	282985	SVT	Public Service
14	14	0	Att lyfta sig själv och andra - Tomas Gunnarsson	251871	2473753	580570	150548	Influencer	N/A
	15	ny	Fredags fräckisen	184726	3050984	1377762	1060911	viralking.se	Okänd utgivare
11	16	-5	SportExpressen	233057	4398211	135876	447038	Expressen	Bonnier
	17	ny	Framsteg	262899	2641994	877669	86584	Influencer	N/A
16	18	-2	Existenz.se	200032	2114372	92324	1179450	existenz.se	Okänd utgivare
54	19	35	Jerry	314893	477873	101745	486574	Notisar.se	Okänd utgivare
17	20	-3	Sportbladet	202154	4181378	105321	200577	Aftonbladet	Schibstedt
20	21	-1	Marcus Oscarsson	338231	979699	77346	97318	Influencer	N/A
	22	ny	Gilla sidan eller sk*t i det	157229	1891460	871136	249322	N/A	Okänd utgivare
18	23	-5	Vi som älskar hundar!	191706	1410113	194311	134825	Aftonbladet	Schibstedt
13	24	11	Vi som älskar fredagsmys	248432	730957	81532	242472	Expressen	Bonnier
37	25	12	Newsner Familj	134897	3306400	1089526	270083	Newsner	Nyheter365
19	26	-7	Vi som älskar att mysa <3	261601	576267	65591	239503	Expressen	Bonnier
21	27	-6	Svenska klipp	208930	392515	135545	707793	Aftonbladet	Schibstedt
24	28	-4	Newsner Djur	142259	2628196	494714	148326	Newsner	Nyheter365
38	29	9	Vi gillar olika	447724	1117144	73851	37016	Aftonbladet	Schibstedt
47	30	17	SVT Nyheter	136256	2025588	171066	267162	SVT Nyheter	Public Service
44	31	13	Sportbibeln	119724	2678565	317200	1226512	Sportbibeln.se	Nyheter365
32	31	1	Nyheter24	192498	540350	69022	560718	Nyheter24.se	Nyheter24-gruppen
	33	ny	VILLFARELSER	153899	1532969	272096	72792	Influencer	N/A
55	34	21	Sverigedemokraterna	140245	1641598	262331	100054	Sverigedemokraterna	Politiskt parti
36	35	1	Matbibeln	160790	443140	154770	244118	Matbibeln.se	Nyheter365
	36	ny	Stöd svenska polisen	173184	1027513	107283	72237	N/A	Okänd utgivare
435	37	398	Svenska Postkodlotteriet	186048	598323	57535	217103	Postkodlotteriet	Postkodlotteriet
27	38	-11	KIT	196401	530585	130767	70353	Kit.se	Bonnier
53	39	14	Lajkat	123924	870978	164275	886065	Lajkat.se	Schibstedt
26	40	-14	Hembakat	230534	591294	121296	44655	Hembakat	Bonnier
61	41	20	Joakim Lamotte	131307	987563	285329	140853	Influencer	Lamotte Sverige AB
52	42	10	TV4 Nyheterna	137704	962192	107639	148411	Tv4.se	Bonnier
49	43	6	Metro Sverige	136538	883506	107063	151251	Metro.se	Metro
43	44	-1	Dagens Nyheter	143473	935235	96854	112449	Dn.se	Bonnier
	45	ny	Jennys Matblogg	213920	554515	68123	68644	Jennysmatblogg.nu	N/A
25	46	-21	SVT Sport	189176	2245280	36582	95259	SVT Sport	Public Service
48	47	1	Expressen TV	114424	1694753	160955	165404	Expressen.se	Bonnier
58	48	10	Öppet arkiv	120507	701851	204267	178513	Öppet Arkiv	Public Service
60	49	11	Pennan & Svärdet	145335	523676	349267	61395	SMB.nu	Svenskt Militärhistoriskt Bibliotek
23	50	-27	Jonas Gardell	246792	1556275	33212	37433	Influencer	Jonas Gardell Produktion AB
	51	ny	Sveriges roligaste klipp	123446	505510	77766	457966	N/A	Okänd utgivare
51	52	-1	ViralKing.se	123478	719943	304887	65346	viralking.se	Okänd utgivare
45	53	-8	Fotbollskanalen	140394	1147800	36061	144203	Fotbollskanalen.se	Bonnier
59	54	5	Nyhetsmorgon	127781	1278409	55769	102188	tv4.se	Bonnier
	55	ny	Kan den svenska flaggan få 1 000 000 likes?	141117	838155	143556	38437	gillat.net	Okänd utgivare
29	56	-27	Inte rasist, men	197391	551278	60286	35670	irm.se	Ideell förening
42	57	-15	Tänkvärda ord	127253	476945	143270	90973	Tänkvärda ord	Okänd utgivare
78	58	20	Newsner Guldkorn	83128	4264309	1061459	233547	Newsner	Nyheter365
40	59	-19	Nalle Puh	198294	532826	190685	22848	Disney.com	Disney
	60	ny	Norrland. Ett eget land	102409	2734737	146868	66105	N/A	Okänd utgivare

INLÄGGSTOPPEN

Poster inom mätperioden, engagemangssiffror avläst i september 2018. Resultatet är totalsiffror och inkluderar därmed eventuell internationell publik.

Av svenskar på svenska

1



PÅ JAKT MED STRIDSBÅT 90 ...
 Upplagt av: Pennan & Svärdet
 Visningar: 15 174 467
 Reaktionen: 56 000 +

Pennan och svärdet är "Sveriges största militärhistoriska upplevelseklubb" och säljer böcker och medlemskap. På sociala medier har de extremt framgångsrikt samlat exakt rätt målgrupp. I detta fall med en båtjakt till havs, ett klipp som givet sin stora spridning också nådde globalt.

2



FILM FRÅN GÅRDAGENS ÄLGRÄDDNING ...
 Upplagt av: Räddningstjänsten Karlstadsregionen
 Visningar: 3 380 654
 Reaktionen: 129 000 +

Facebook när det är som mest fascinerande: Ett enkelt klipp om en vardaglig insats från den lokala räddningstjänsten i Karlstad. Den lilla Facebooksidan fick se sin video explodera och bli en riksnyhet för några dagar.

3




JAG BÄCKAR JIMMY DURMAZ!
 #BACKADURMAZ

Vi har alla ett ansvar att inte vara tysta ...
 Upplagt av: Vi har inte plats för rasister
 Reaktionen: 44 000 +

Det finns många antirasistiska sidor på Facebook. Den här, med sin tydliga om än inte vackra, formgivning blev viral. Ett slags "socialt objekt" vi delade vidare för att ta ställning efter rasistattackerna mot fotbollsspelaren Jimmy Durmaz.

Av svenskar oavsett språk

1



I UNITED it Manchester United
 Upplagt av: Zlatan Ibrahimović
 Reaktionen: 802 000 +

Under Maktbarometers mätperiod gick Zlatan till världens populäraste fotbollslag, Manchester United. Hans offentliggörande av det blev årets största post.

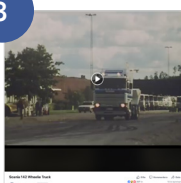
2



Kulning - Ancient Nordic Herdingcall ...
 Upplagt av: Jonna Jinton
 Visningar: 18 000 000 +
 Reaktionen: 416 000 +

Jonna Jinton flyttade 2010 från Göteborg till lilla byn Grundtjärn. Hon hittade sig själv och ett liv som konstnär och bloggare. Hon gör vackra klipp om norra Sverige som når stor global spridning. Som detta, när hon kular.

3



Scania 142 Wheelie Truck
 Upplagt av: Scania Group
 Visningar: 8 000 000 +
 Reaktionen: 267 000 +

Det finns en stor publik lastbilsfantaster i världen. Som är mycket fanatiska och älskar se lastbilar göra konstiga eller häftiga saker. Som i detta klipp från Scania.

OANSVARIGA UTGIVARE FORTFARANDE STORA PÅ FACEBOOK

Redan 2017 kunde vi konstatera att det var svårt att ta reda på vilka som faktiskt stod bakom flera av de sidor på Facebook som har störst räckvidd och engagemang bland svenskarna. Facebook-sidor som "Skratta" och "Kärlek", med sina hundratusentals gillare/följare, distribuerar till exempel i praktiken endast material från sajten Nuntium. se som saknar angiven utgivare, kontaktuppgifter eller adress. De svarar inte heller på meddelanden från oss på Medieakademien när vi ställer frågor via Facebook Messenger.

I tabellen över makt på Facebook har vi listat denna typ av mediedistributör som "Okänd utgivare". Kontaktpersoner bakom vissa av dessa sidor kan naturligtvis hittas genom mer eller mindre ambitiösa efterforskningar, till exempel genom WayBack-Machine eller att titta på vem som står registrerad på domäner, men eftersom ett sådant förfarande skiljer sig mycket från den svenska publicistiska traditionen med öppenhet, tydliga kontaktvägar och namngiven ansvarig utgivare bedömer vi att dessa sidor i praktiken har okänd utgivare. På topp 60 finns 14 stycken sådana sidor. Räknar man ihop det totala antalet som gillar sidorna de har uppgår de till nästan 1,6 miljoner (observera att samma person kan gilla flera av dessa sidor, så det är alltså inte nödvändigtvis 1,6 miljoner unika svenskar, men räckvidden är oaktat det väldigt stor).

Det största mediehuset på topp 60, Bonnier, har via sina bolag (Expressen, TV4, KIT, med flera) cirka 2,4 miljoner "gillare". Bland public servicebolagen har endast SVT sidor på topp 60 och dessa fyra (SVT, SVT Nyheter, SVT Sport och Öppet Arkiv)

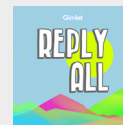
samlar 730 000 gillare. Det säger något om makten kring nyhetsdistributionen på Facebook.

Logiken bakom sidorna i kategorin "Okända utgivare" är snarlik. Sidornas innehåll är generellt ompaketerade och/eller översatta artiklar och postningar (så kallade clickbaits eller länkbeten)

som redan bevisats ha stor spridningspotential, till exempel i amerikanska liknande publikationer. Vid klick på dessa postningar leds läsaren till en webbsajt där artikeln kan läsas i sin helhet och på denna sida publiceras även annonser från globala annonsnätverk som ger utgivaren intäkter.

Problemen med dessa publikationer är uppenbara: De har obefintlig faktagranskning, de följer inga pressetiska regelverk, de bryter systematiskt mot lagar och konsumentriktlinjer inom marknadsföring och upphovsrätt. Vidare är de i och med detta lättare att göra till distributörer av påverkanskampanjer från främmande makt.

Problemet med oansvariga utgivare i sociala medier har påtalats och debatterats länge nu, men ännu har ingen politisk vilja lyckats ta ett lösningsförslag till beslut och det avspeglas i våra siffror.



LYSSNINGSTIPS:

I poddavsnittet "#123 - An Ad for the Worst Day of Your Life" från Reply-All får vi följa med bakom kulisserna i den globala clickbait-industrin som i Sverige representeras av några av sidorna på den här listan.

Att lyfta sin föreläsarkarriär

Två av de mest framgångsrika sidorna på vår lista tillhör föreläsare som bygger sitt varumärke och sin publik genom att systematiskt posta och sprida "kloka ord" och motiverande citat på Facebook. Sidorna är Framsteg som drivs av Jesper Caron och Att lyfta sig själv och andra som drivs av Tomas Gunnarsson (som för övrigt också driver en Facebook-grupp med 70 000 medlemmar). På sidorna skriver de även om sina slutsålda föreläsningsturnéer runt om i landet.

Gammal är äldst

Facebook var den första globala sociala plattformen som slog igenom. Sedan dess har åren gått och de ursprungliga medlemmarna på Facebook har blivit äldre. Det i kombination med att nya sociala medier i hög grad lockat de yngre bort från Facebook har skapat en totalt sett äldre användarbas – och det är tydligt att de sidor som riktat in sig på äldre målgrupper lyckas bra. Flera av sidorna på vår topplista har ett innehåll som tydligt riktar sig till en målgrupp om 55+ och det är uppenbarligen en bra strategi.

MÄKTIGAST PÅ YOUTUBE



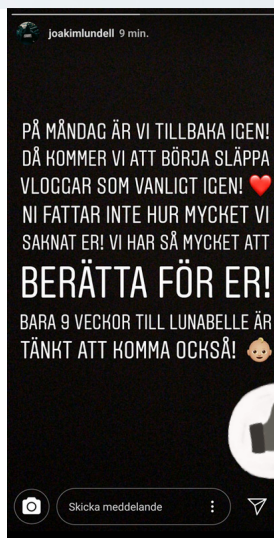
"Vi slutar idag med Jocke och Jonna! Den kanal läggs ner helt! Detta slutar aldrig och jag har fått nog. All terror av att vara störst på Youtube har fått sin gräns! Jag håller på att bli något jag inte vill.."

Joakim Lundell



"Trots att det inte var min avsikt förstår jag att de här skämten var kränkande"

PewDiePie



#Elsagate



Margaux Dietz intervjuar samtliga partiledare

Publicerat den 6 mars 2018

MEDIA Influencern Margaux Dietz är aktuell som deltagare i Let's Dance och har hundratusentals dagliga följare i sina kanaler. Nu lanserar hon ett nytt koncept till sin Youtube-kanal. "Partitempen" kommer hon intervjuva samtliga partiledare.



Ny programsatsning: Therese Lindgren intervjuar partiledare

Publicerat den 20 augusti 2018

MEDIA Youtube-stjärnan Therese Lindgren intervjuar Stefan Löfven och Ulf Kristersson när Splay One kommer med en ny programsatsning som ska engagera förstagångsväljare.

Dela sidan: Facebook, Twitter, LinkedIn, Dailymotion, Email

Splay och Nice One slogs ihop till Splay One har arbetet med att ta fram ett nytt gemensamt märke och organisation varit i full gång.



Youtube är den kanske viktigaste plattformen för dem vi kommit att kalla "influencers", för det är här det är lättast att få betalt. Inte för att det behöver vara svårt att få annonsörer att betala för att synas på Instagram, men på Youtube finns ett färdigt ekosystem för kreatörer att få betalt beroende på hur mycket engagemang och exponering de skapar.

Därför har vi i vår lista fokuserat på just det. Inte på hur många prenumeranter de har, utan på hur den faktiska svenska räckvidden ser ut. Hur många svenskar ser på klippen – och engageras. Vi mäter och väger alltså samman visningar, gillaklick och kommentarer.

Detta innebär att en aktör som Babblarna inte är med på topp 100, trots att de har tveklöst flest svenska visningar. Babblarna engagerar mest svenskar i åldrarna upp till tre år, vilket ger dem räckvidd, men inte inflytande eller makt. Det innebär också att en person som inte har en stor kanal, men ändå återkommande lyckas engagera sin publik har högre position på den här listan. Vi tror att det är ett bra sätt att definiera Youtube-makt.

Ranking baseras på:

- Antalsvenska visningar på klippen från kanalen
- Antal svenska likes på klippen
- Antal svenska kommentarer på klippen



1

Jocke & Jonna

Kontonamn: jonnalundell
Svenska visningar: 78336688
Svenska likes: 2298071
Svenska kommentarer: 470524
Förändring: +1



4

Ben & Nicci

Kontonamn: duvetben
Svenska visningar: 34164850
Svenska likes: 1434675
Svenska kommentarer: 253103
Förändring: +2



2

Therese Lindgren

Kontonamn: thereselindgren
Svenska visningar: 69015914
Svenska likes: 1940004
Svenska kommentarer: 242947
Förändring: +1



5

Let's Feast

Kontonamn: letsfeastsweden
Svenska visningar: 34253119
Svenska likes: 1086217
Svenska kommentarer: 205893
Förändring: +5



3

PewDiePie

Kontonamn: PewDiePie
Svenska visningar: 36780226
Svenska likes: 2066991
Svenska kommentarer: 182570
Förändring: -2

Foto: ZumaPress



6

IJustWantToBeCool2

Kontonamn: ijustwanttobecool2
Svenska visningar: 31927596
Svenska likes: 934084
Svenska kommentarer: 106319
Förändring: -1

Foto: Paul Edwards

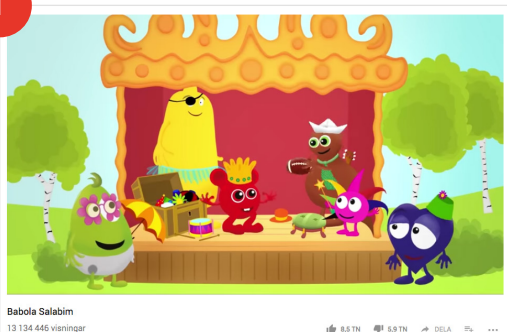
Placering 2017	Placering 2018	Förändring	Namn	Svenska visningar	Svenska likes	Svenska kommentarer
2	1	1	Jocke & Jonna	78336688	2298071	470524
3	2	1	Therese Lindgren	69015914	1940004	242947
1	3	-2	PewDiePie	36780226	2066991	182570
6	4	2	Ben & Nicci	34164850	1434675	253103
10	5	5	Let's Feast	34253119	1086217	205893
5	6	-1	IJustWantToBeCool2	31927596	934084	106319
32	7	25	Tomu	25112326	516418	120405
7	8	-1	Vlad Reiser	20275412	776761	118809
	9	ny	L22	16874927	687240	164729
41	9	32	JLC	34571650	962602	47286
9	11	-2	Familjen Torsgården	18669937	789055	105363
	12	ny	Moa Murderess	17613118	495385	140980
11	13	-2	Ufosxm	26944347	601587	60151
	14	ny	Amir Akrouti	24537561	590855	65538
73	15	58	Chris Whippit	18743904	581610	71056
	16	ny	Simon Lussetti	17119969	506046	52908
21	17	4	Stamsite	15360756	474680	84521
	17	ny	Tomas och Malin	12156709	408203	110902
	19	ny	Margaux Dietz	20555541	410604	38456
	20	ny	Lea Wallin	13884071	305271	132923
	21	ny	The Swedish Family	21274770	221788	91241
19	22	-3	SoftisFFS	13146405	438675	51426
	23	ny	Matgeek	14091206	329638	47740
35	24	11	Familjen Reinhold	17386475	266443	46987
30	25	6	Idol Sverige i TV4	42473203	261218	22097
17	26	-9	IJustWantToBeCool	15667856	415842	30467
	27	ny	Matinbum	11470847	307107	76125
13	28	-15	RandomMakingMovies	14651274	431230	26417
	29	ny	Talang i TV4	30472812	234082	27013
18	30	-12	DualDGaming	13940397	364590	32087
22	31	-9	Linn Ahlborg	16400273	386324	20421
27	32	-5	SampeV2	9186897	333338	67277
	33	ny	Ida Warg	12549432	315608	28597
	34	ny	Katja Jensen	11300691	190088	94515
20	35	-15	Misslisibell	11409391	245768	40616
4	35	-32	Thomas Sekelius	9993262	270589	33671
24	37	-12	GGFrolle	6158410	314782	56090
	37	-9	Kammi & Nico	37992328	128990	10000
29	39	ny	Kanal 5	11409012	314369	20976
25	40	-15	Kimmy POWER	9453275	230149	40921
14	41	-27	Felicia Bergström	9092452	230417	38668
39	42	-3	Wilma Holmqvist	11416153	241303	13120
15	43	-28	LAKI	7366307	274238	24318
12	44	-32	EL Chilli	5632728	216327	42118
185	45	140	AviciiOfficialVEVO	15367017	164455	7577
	46	ny	Wilma & Emil	9263338	208580	13506
26	46	-21	Manfred Erlandsson	6381501	168322	24972
42	48	-5	MonteFjanton	5293718	200056	32069
59	49	10	JOYJ	4849395	163461	33742
	50	ny	Fotbollstuben/Intersport	9859721	100928	13047
	51	ny	Lek med oss	39233733	30212	4270
37	52	-15	TheBentish	4081593	162837	23030
31	53	-22	Hampus Hedström	4340040	151214	12271
74	54	20	Jennifer Bratt	3624382	128223	15955
50	55	-5	BluePanda	2680970	60760	35268
78	56	22	Ex on the Beach Sverige	9957987	39403	6953
80	57	23	Viktoria Harrysson	3996945	74438	14915
66	58	8	Systrarna Elfstrand	3123053	95825	16612
86	59	27	ENT	6020701	83327	4743
48	60	-12	MattesMush	2773378	107237	10681

INLÄGGSTOPPEN

Av svenskar på svenska

Poster inom mätperioden från de 60 största svenska kontona på listan. Engagemangssiffror avläst i september 2018. Resultatet är totalsiffror och inkluderar därmed eventuell internationell publik. Visar de inlägg med flest visningar.

1



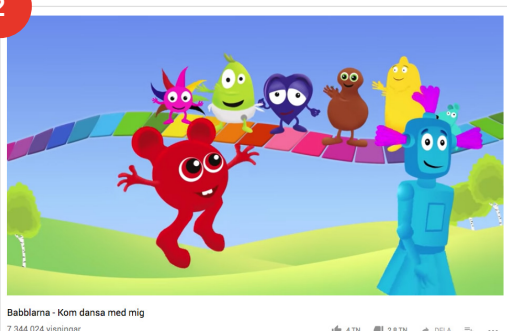
Babola Salabim
Upplagt av: Babblarna
Antal visningar: 13 134 446

4



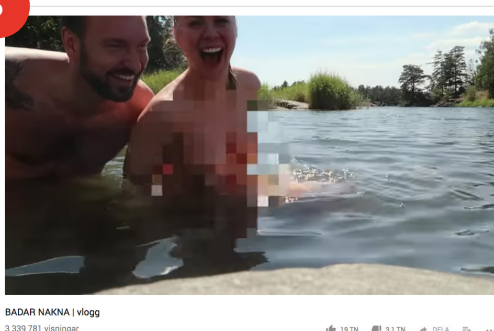
Chris Kläffords mäktiga tolkning av "Imagine" i Idol 2017 (TV4)
Upplagt av: Idol Sverige i TV4
Antal visningar: 3 878 012

2



Babblarna - Kom dansa med mig
Upplagt av: Babblarna
Antal visningar: 7 344 024

5



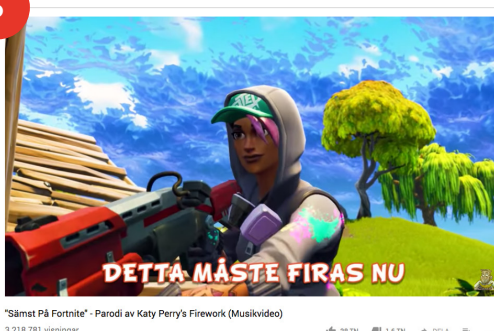
BADAR NAKNA | vlogg
Upplagt av: Therese Lindgren
Antal visningar: 3 339 781

3



Five year old rapper amazes the jury of swedish Talent 2018
Upplagt av: Talang i TV4
Antal visningar: 5 664 458

6



"Sämst På Fortnite" - Parodi av Katy Perry's Firework (Musikvideo)
Upplagt av: Matinbum
Antal visningar: 3 218 781

YOUTUBERS BYGGER NYA MEDIEHUS

Precis som att det är logiskt att topplistan på Facebook domineras av företag och medier, är det logiskt att medier och företag nästan helt uteblir på Youtube. Här finns ingen trafik att kanalisera och mängden pengar som tjänas via Youtube är jämförelsevis låg. Men för en youtuber är den ekonomiska ersättningen en chans att kunna börja leva på sitt innehåll. Det börjar genom att Youtube betalar per strömmad video och fortsätter med att nätverk (Splay, United screens, ENT) hjälper de största kreatörerna till samarbeten med företag.

Det är inte självklart att den youtuber som har störst publik är den som lyckas bäst ekonomiskt. 2018 kan vi till exempel se att den svensktalande youtubern Therese Lindgren är den som tjänat bäst. Lindgren, som tidigare arbetat som säljare, nästan dubblade sitt bolags omsättning under 2017 till 19,5 miljoner kronor. Familjen Lundells bolag omsatte knappt hälften, 8,7 miljoner kronor. Andra ligger betydligt lägre. Humorgruppen I just want to be cool uppges omsätta omkring 3 miljoner och exempelvis Lucas Simonsson (del av gruppen och kanalen JLC) omsätter 2,6 miljoner, Margaux Dietz 2,5 miljoner. Flera andra har aktiebolag så nya att offentliga siffror ännu inte är tillgängliga.

Den gemensamma nämnaren är att i nästan samtliga fall är en majoritet av omsättningen vinst och omsättningen (och vinsten) har ofta ökat minst hundra procent från året innan. Det är en bransch i kraftig tillväxt och som fortfarande söker sina konturer för var pris-sättningen går och vad ett format är.

Dessa youtubers har uttalade visioner om att bygga egna mediehus. De anställer klippare, assistenter och kameramän. De lägger upp direktsändningar och snickrar på programkoncept. De når engagemangssiffror som traditionella aktörer bara kan drömma om.

Därför är det rimligt att jämföra dessa youtubers och bolag med andra TV-bolag i nöjesindustrin – och därmed förstå att bolagens omsättningar kommer att fortsätta öka dramatiskt. Lika dramatiskt kommer de största kanalernas ersättningsnivåer för marknadsföring öka. Det är logiskt. Och efterfrågan tycks knappast mättas. World federation of advertisers (WFA) gjorde under 2018 en undersökning som visade att 65 procent av globala annonsörer planerar att öka sin investering i det som kallas "influencer marketing" de kommande tolv månaderna.

Under tidig höst 2018 började två av Sveriges största influencers experimentera med egna direktsända, dygnslånga tv-format. De nådde miljonpublik direkt. Paret Lundell lockade 30 miljoner tittarminuter på 1,6 miljoner starter. Snittåldern var 27 år och totalt nåddes en snitt-tittartid på 18 minuter. Tittaren stannade alltså 18 minuter varje gång de klickade! Det är ofattbara siffror för en maratonsändning utan minutstrukturerat innehåll eller direkt klimax. Men det säger också något om var de nya mediehusen håller på att byggas.

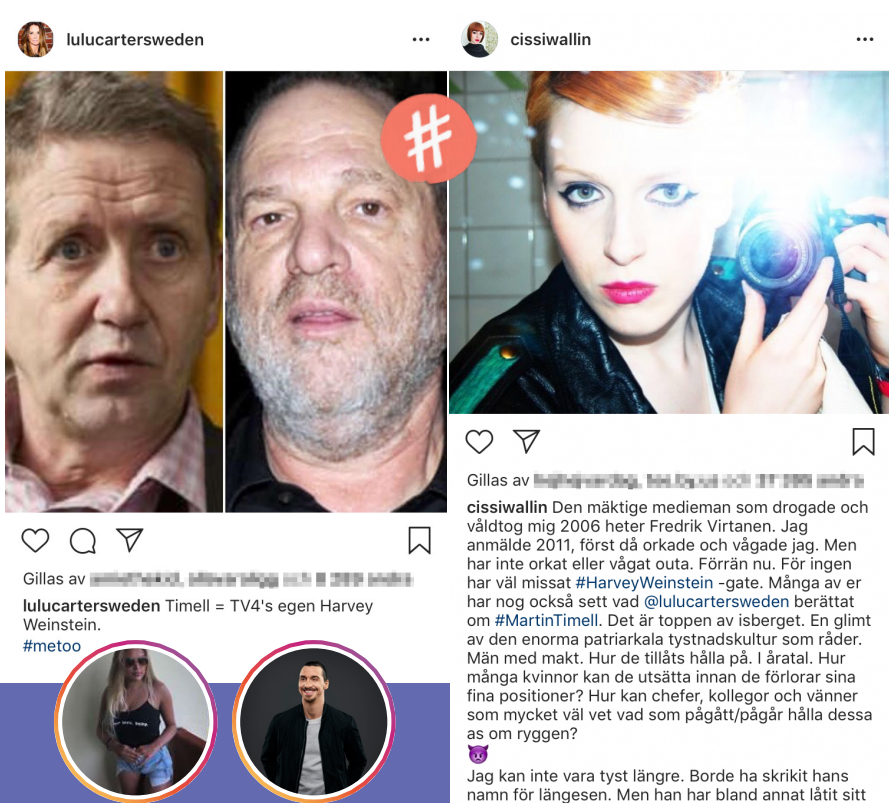
Företagen på topplistan

Bara ett traditionellt företag finns med på topplistan. Intersport har, genom ett samarbete med youtube-nätverket Splay, skapat Fotbollstuben som samlar de största youtube-profilerna i ett antal sketcher/videos på Fotbollstuben. Allt för att indirekt marknadsföra Intersport. I övrigt är det TV4 som lyckas bäst med sina två talangprogram, där man rubriksatt på engelska för global, viral spridning.

Youtubers under valåret

Flera youtubers har profilerat sig under valåret 2018. Vinnaren av MEG:s och Medieakademiens "Årets raket", Margaux Dietz, har gjort flera välproducerade partiledarintervjuer, liksom listans tvåa Therese Lindgren. Båda har varit noga med sitt oberoende och att inte själva ta ställning för ett enskilt parti.

MÄKTIGAST PÅ INSTAGRAM

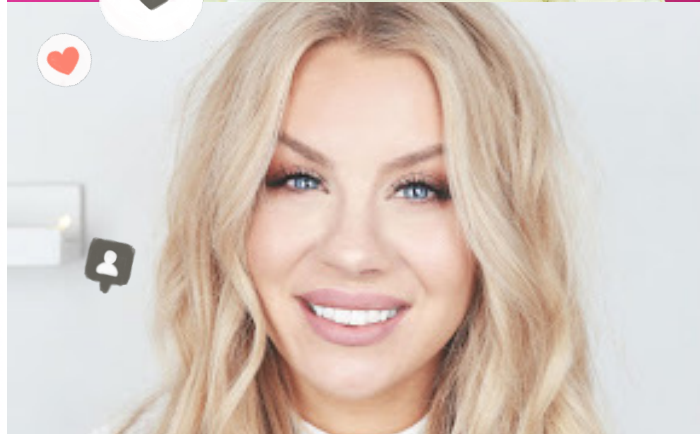


Gillas av [#metoo](#), [#vågaberätta](#) och [#bryttystnaden](#)

cissiwallin Den mäktige medieman som drogade och våldtog mig 2006 heter Fredrik Virtanen. Jag anmälde 2011, först då orkade och vågade jag. Men har inte orkat eller vågat outa. Förrän nu. För ingen har väl missat [#HarveyWeinstein](#) -gate. Många av er har nog också sett vad [@lulucartersweden](#) berättat om [#MartinTimell](#). Det är toppen av isberget. En glimt av den enorma patriarkala tystnadskultur som råder. Män med makt. Hur de tillåts hålla på. I årtal. Hur många kvinnor kan de utsätta innan de förlorar sina fina positioner? Hur kan chefer, kollegor och vänner som mycket väl vet vad som pågått/pågår hålla dessa as om ryggen?

Jag kan inte vara tyst längre. Borde ha skrikit hans namn för längesen. Men han har bland annat låtit sitt ombud ringa mina chefer osv och dubba mig till galen mytoman. Priset, för inte bara min utan mängder av andra kvinnor han också utsatt för sitt kvinnohat... Priset för vår rättvisa har känts för högt. Men nu finns det inget pris längre. Kan jag se mig i spegeln om jag inte varnar andra, rentav räddar andra från en av alla dessa gränslösa män mitt ibland oss? Nej det kan jag faktiskt inte. Och han får väl kontra med en stämning om han vill. Väljer rättsväsendet att prioritera det, samtidigt som anmälningar om mäns sexuella våld läggs ner på löpande band, då visar samhället sitt svek än en gång. Sveket i att inte ta våra berättelser på allvar. Att inte ens ge oss ens ett värdigt försök till upprättelse.

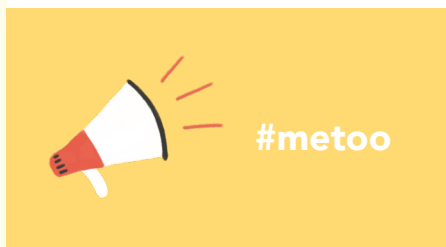
Hur många sexuellt ofredande män finns det i världen? Well, jag drar i alla fall fram en till av dom i ljuset. Och jag gör det som mängder av så kallade branschkollegor borde gjort för längesen - agerar. För min historia är verkligen inte den enda. Det finns så mycket smuts, så mycket polerad feighet bara man hackar lite i isberget. Och framförallt - så mycket väldigt tydliga signaler om att man överlag värderar vita mäktiga män och deras "anseende" mer än kvinnor de bestämt sig för att göra vad de vill med. Det stora sveket kommer därifrån. Från de som vetat men inget gjort... //stängt kommentarsfält enb pga vill ej ge underlag att säga att jag driver hatmobbs/drev. Min historia, hans brott [#hansskam](#) [#metoo](#) [#vågaberätta](#) [#womenspeakingup](#) [#bryttystnaden](#)



» Stories har idag 400 miljoner användare vilket innebär 40% av alla Instagramanvändare. Nyligen gjorde Facebook en undersökning som visar att det som användarna gillar mest med Stories är att man får ta del av vad som händer just nu och att innehållet känns mer genuint och lekfullt.



Min kille frågar alltid vart hans grejer är och jag svarar alltid "men huuuur ska jag veta var diina saker är" men sen vet jag ju ALLTID? Varför vet jag vart hans saker är men inte han...?



Isabella Löwengrip lät Annie Lööf ta över Instagram

Publicerad 9 sep 2018 kl 10.24



Annie Lööf och Isabella Löwengrip träffades tidigare i veckan också.

Foto: KATE GABOR

Entreprenören och bloggaren Isabella Löwengrip lämnade i dag över sitt Instagramkonto till Annie Lööf där Centerledaren i en 15-20 minuter lång livesändning talade till Löwengrips 436 000 följare.

Att kartlägga Instagram är mycket svårt. API:er och tillgång till data är begränsat för utomstående. Kanalen är visuell snarare än textbaserad och de kreativa sätt som svenskar använder Instagram på ger en rejäl utmaning till den som vill kategorisera och mäta. Notera till exempel Ellentv och Cohmedy, två konton i världsklass när det handlar om underhållning och som drivs av svenskar och har en global publik. De har stor räckvidd även i Sverige. Eller kontona Situationer och Svenska uttryck, svenska så kallade "redaktörskonton", som som enbart riktar sig till en svensk publik och varit enormt framgångsrika här. Instagram är ofta roligt och lekfullt, visuellt och lättsamt, samtidigt är det på Instagram som vi hittar de två publiceringar som kan anses ha startat #metoo i Sverige.

Ranking baseras på:

- Antal svenskar som följer kontot
- Antal svenska gillamarkeringar på postningarna
- Antal svenska kommentarer



Foto: Kristofer Lönnå

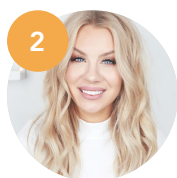
1 Joakim Lundell

Kontonamn: joakimlundell
Svenska följare: 717112
Antal svenska "gilla" per post: 54153
Svenska kommentarer: 2055
Förändring: 0



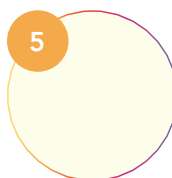
4 Tova Helgesson

Kontonamn: tovahelgesson
Svenska följare: 484489
Antal svenska "gilla" per post: 44403
Svenska kommentarer: 3462
Förändring: 0



2 Therése Lindgren

Kontonamn: thereselindgren
Svenska följare: 642825
Antal svenska "gilla" per post: 40092
Svenska kommentarer: 2108
Förändring: 0



5 SITUATIONER

Kontonamn: situationer
Svenska följare: 472206
Antal svenska "gilla" per post: 37323
Svenska kommentarer: 2534
Förändring: ny

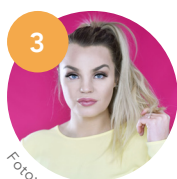


Foto: Maria Östlin

3 Jonna Lundell

Kontonamn: sessano
Svenska följare: 648596
Antal svenska "gilla" per post: 48118
Svenska kommentarer: 1286
Förändring: +1



Foto: Pressbild, Bethard

6 Zlatan Ibrahimović

Kontonamn: iamzlatanibrahimovic
Svenska följare: 1755697
Antal svenska "gilla" per post: 36421
Svenska kommentarer: 610
Förändring: +22

Placering 2017	Placering 2018	Förändring	Namn	Kontonamn	Svenska följare	Antal svenska "gilla" per post	Svenska kommentarer
1	1	0	Joakim Lundell	joakimlundell	717112	54153	2055
2	2	0	Therése Lindgren	thereselindgren	642825	40092	2108
3	2	1	Jonna Lundell	sessano	648596	48118	1286
4	4	0	Tova Helgesson	tovahelgesson	484489	44403	3462
	5	ny	Situationer	situationer	472206	37323	2534
28	6	22	Zlatan Ibrahimović	iamzlatanibrahimovic	1755697	36421	610
10	7	3	Lucas Simonsson	lucas_simonsson	484089	22665	1516
6	8	-2	Linn Ahlberg	linnahlberg	465565	45287	514
5	9	-4	David Hellenius	davidhellenius	645579	22135	451
13	10	3	Språk För Alla	sprakforalla	276582	13211	932
29	11	18	Filip Dikmen	filipdikmen	239945	14253	1039
14	12	2	Linnéa Claeson	assholesonline	221369	18642	622
71	13	58	Jonas Fagerström	jonasfagerstrom	267823	14693	406
52	14	38	Mia Skäringer Lázár	miaskaringerlazar	350278	13692	295
39	15	24	Carl Déman	carldeman	246417	13232	484
74	16	58	Helen Torsgården	helentorsgarden	190393	24237	565
8	17	-9	Batman Lundell	hundenbatman	308583	24298	197
	18	ny	Mirza Bico	ellentvshow	287200	8585	955
19	19	0	Victor Beer	victorbeer	209233	14768	399
16	20	-4	Ben Mitkus	benmitkus94	242565	11921	384
	21	ny	Nattid	nattid	181868	20079	414
529	22	507	theoz	theoofficial	176464	17130	513
26	23	3	Klas Eriksson	claerence	214913	12394	359
15	24	-9	HundenAffe	hundenaaffe	216928	23865	200
36	25	11	Vlad Reiser	vladreiser	188414	12657	388
221	25	196	Avicii	avicii	486741	7336	280
41	27	14	Bianca Ingrosso	biancaingrosso	622902	26517	120
67	27	40	PewDiePie	pewdiepie	284367	14896	159
	29	ny	Svenska Uttryck ©	svenskaouttryck	172608	12906	490
7	30	-23	Kristina 'Keyyo' Petrushina	keyyo	376859	14438	141
23	31	-8	Anders Bagge	andersbagge1	378714	8974	170
17	32	-15	LAKI	lovisak97	231231	11674	196
11	33	-22	Wilma Holmqvist	wilmaholmqvist	412301	20057	112
12	34	-22	Samir Badran	samirbadrans	518672	10911	136
20	35	-15	Thomas Sekelius	thomassekelius	219282	11944	161
9	36	-27	Lisa Jonsson	misslisibell	443966	8778	143
60	37	23	Alexander Petrovic	grannenalex	201197	8793	205
58	38	20	Alexander Hermansson	rackaralex	369872	10064	134
48	39	9	Marabou	marabousverige	207348	5261	521
59	40	19	Zara Larsson	zaralarsson	287839	16238	95
33	41	-8	Amanda Edmundsson®	amandaedmundsson	128532	15727	269
18	42	-24	Manfred	manfrederlandsson	246800	7349	156
24	43	-19	Emil Beer	eemilbeer	175052	11524	163
64	43	21	Charlotte Kalla	kalla_87	155688	13855	170
	45	ny	Familjen Lundell	lundellhuset	119413	20278	295
	45	ny	Mirabell Lundgren Stenhoff	mirabell.lundgren	125305	13688	295
	47	ny	VILLFARELSER™	villfarelser	199567	8661	155
47	48	-1	Clara Henry	glasclara	303152	15840	85
42	49	-7	Pernilla Wahlgren	pernillawahlgren	308782	9167	98
	50	ny	BLIN	danielnorlin	126839	6815	630
	51	ny	Carina Berg	carinalillyberg	224636	7383	109
55	52	3	Britt Johanna Öholm	jhuannas	161196	14872	104
171	53	118	Johanna Ljungqvist	yayanaomi	233006	9368	89
25	54	-29	Felix Sandman	felixsandman	136307	8442	204
61	55	6	Gustav Björklund	bjorklundgustav	158374	11693	123
101	56	45	Jonte Borg	jonteborg	178324	8096	134
230	57	173	relatable and funny posts	cohmedy	184597	7876	125
	58	ny	julia bergman	juliabergman_	131096	10854	152
	59	ny	Danjäl Malaka	danjalxclusive	103018	8892	339
418	60	358	Henrik Lundqvist	hank30nyr	161435	12047	98

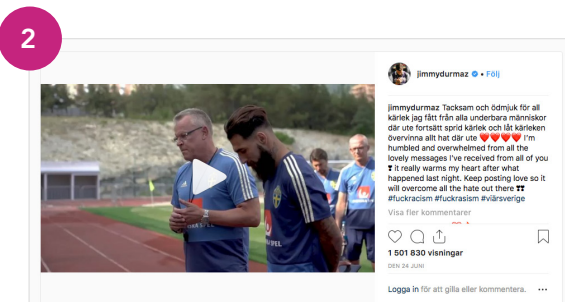
INLÄGGSTOPPEN

Poster inom mätperioden, engagemangssiffror avläst i september 2018. Resultatet är totalsiffror och inkluderar därmed eventuell internationell publik. Mätt i antalet totala reaktioner (kommentarer+likes).

Av svenskar på svenska



In med bollen i mål
Upplagt av: iamzlatanibrahimovic
Antal visningar: 5 936 513
Antal gillamarkeringar: 774 359

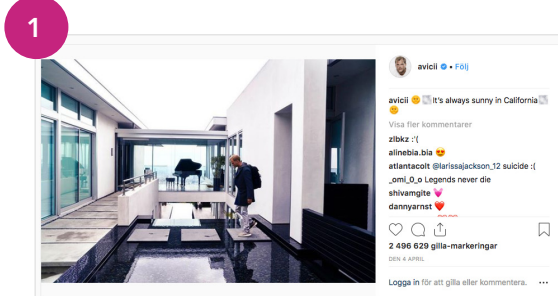


Tacksam och ödmjuk för all kärlek jag fått ...
Upplagt av: jimmydurmaz
Antal visningar: 1 501 830
Antal gillamarkeringar: 143 268

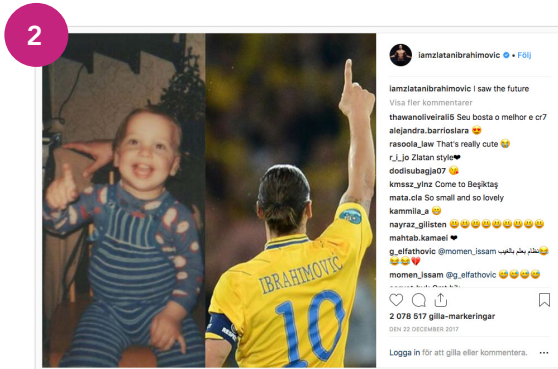


Plötsligt händer det!
Upplagt av: joakimlundell
Antal gillamarkeringar: 135 858

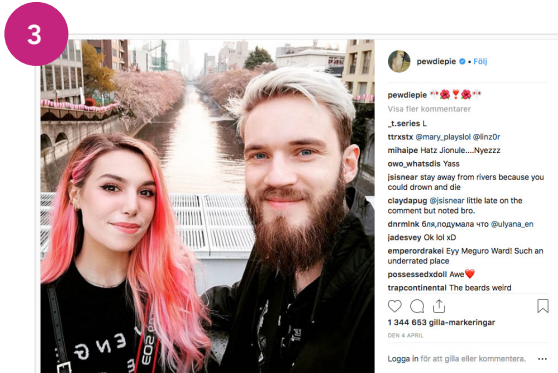
Av svenskar oavsett språk



It's always sunny in California
Upplagt av: avicii
Antal gillamarkeringar: 2 496 629



I saw the future
Upplagt av: iamzlatanibrahimovic
Antal likes: 2 078 517



Upplagt av: pewdiepie
Antal gillamarkeringar: 1 344 653

ALLT FÄRRE POSTER NÄR LIVET INTE LÄNGRE ANSES "INSTAGRAM-VÄRDIGT"

En titt på siffrorna från Instagram avslöjar att antal poster per dag har sjunkit lavinartat på flera konton, bara det senaste året. Att posta ett inlägg har blivit ett komplicerat projekt; ingen frukost känns snygg nog, inget resmål tillräckligt exotiskt för att imponera. Men trots det hänger vi kvar på Instagram. Vi har bara flyttat vår dagliga aktivitet till mer personliga och kravlösa Stories.

I augusti 2016 lanserade Instagram den nya funktionen Stories, som innebär att användare kan lägga upp videos och bilder som per automatik försvinner 24 timmar efter att de publicerats. Funktionen var dock ingen nyhet för sociala medier-användare och Instagram fick en hel del kritik för att ha kopierat konkurrenten Snapchat mer eller mindre rakt av.

Men medan Snapchat används framförallt för privata foto- och videomeddelanden har Instagram Stories varit bra på att dra nytta av sina miljontals användares redan uppbyggda nätverk av såväl vänner som företag, kändisar och influencers.

Anledningen till Stories succé ligger inte i att Instagram nu uppfyller yngre generationers krav på att kunna vara mer "privat", utan snarare i att man lyckats göra det dagliga postandet enklare och mer kravlöst.

Under de senaste åren har vi alla märkt en trend mot extremt kurerade flöden. Bilder på riktiga människor och riktiga platser, men som känns mer

som foton ur ett kreddigt magasin. Gränsen för vad som anses vara "Instagram-värdigt" höjs hela tiden, samtidigt som det är få människor som äter middag i Eiffeltornet eller lyckas med en superkomplicerad yoga-pose varje dag.

Möjligheten att kunna skapa proffsiga bilder var ju det som från början lockade oss till Instagram. Valencia-filtret kändes så enkelt, jämfört med hur komplicerat det var att lära sig fotografera och redigera "på riktigt". Men någonstans på vägen blev det enkla svårt och kravfyllt. Pressen att dela fantastiska bilder har helt enkelt blivit för stor för att man ska orka posta varje dag.

Då har Stories blivit en flyktväg. Här är de estetiska reglerna betydligt mer tillåtande. Dina stories ska vara spontana och realistiska. Lite skakigt och suddigt spelar ingen större roll. Det är en inblick i det verkliga livet, och du kan posta 10-20 klipp om dagen utan att det anses konstigt.

Med Stories har Instagram lyckats gå från att vara en plats för höjdpunkterna i ditt liv, till att nu även rymma de vardagliga stunderna. Fritidsresor hävdade för många år sedan att allt handlar om dagarna man minns, men just nu verkar vi inte få nog av dagarna som bara passerar.

» Stories har idag 400 miljoner användare vilket innebär 40% av alla Instagramanvändare. Nyligen gjorde Facebook en undersökning som visar att det som användarna gillar mest med Stories är att man får ta del av vad som händer just nu och att innehållet känns mer genuint och lekfullt.

Exempel på hur antalet poster per år har minskat

Namn	2016/17	2017/18	Förändring
Zara Larsson	508	198	-310
Joakim Lundell	275	122	-153
Anna Nyström	444	376	-68
Carolina Gynning	1209	1141	-68
Kenza	462	406	-56

Mätperiod: 365 dagar i juni 2016 – juni 2017 respektive juni 2017 – juni 2018.



ÅRETS MAKTHAVARE

Intervju med Joakim Lundell

Hur märker ni av er makt?

– Man märker inte av det på det sättet, mycket för att gammelmmedia inte tar upp det. De förstår inte att det ser ut såhär och det gör det svårare att känna av att man har makt. För oss är det nog ändå lättare eftersom vi har fått mycket utrymme i medier, men för många andra som är stora så är det nog ännu svårare att förstå eftersom de aldrig får uppmärksamhet av traditionella medier.

Men känner ni att ni har påverkan?

– Ja, absolut, men vi försöker att inte påverka så mycket. Jag tyckte det var hemskt inför valet när alla influencers sa vad folk skulle rösta på. Folk röstade utan att tänka själva, det fanns så lite politisk kunskap, man skulle bara rösta som någon sa åt en att rösta. Vi berättade först när valet var över för vi

vill inte påverka folk (Joakim berättade då att han röstade på Moderaterna, reds anm). Visst ska man vara förebild, men man kan inte blanda in för mycket som gynnar en själv. Vi vill mer visa hur ett vanligt liv ser ut.

Ser ni på er själva som ett mediehus?

– Ja, lite, just nu förbereder vi en 24 timmar lång livesändning, där vi köpt in bildmixer, massor av program och ska testa. Målet är att få en miljon tittare, så vi vill bygga ett mediehus, testa oss fram.

– I framtiden vill vi testa att göra långfilm, fler musikvideos, producera andra, göra mer än dra klick till en enskild youtubekanal. Vi kan tänka oss att både producera andra youtubers, eller långfilmer. Just nu håller vi på med en långfilm till SF bio som bygger på min självbiografi, Monster. Sen kanske det blir en skräckfilm?

Hur tror ni framtiden för traditionella medier ser ut?

– Gamla medier måste förstärka vad det är som håller på att hända, som det är nu kan de inte berätta för människor vilka som är relevanta. Det fungerar inte att alla pengar ska ligga i deras plånbok, det fungerar inte att de ska bestämma vilka folk ska lyssna på. Det här är det jag pratar om så ofta, att de mörkar. Att när folket själva får bestämma så är det helt andra som de lyssnar på och som visar sig vara relevanta. Man tror att medier representerar vad som händer i det här landet, men de representerar en liten klick branschfolk. Se bara en sådan sak som valet, hur många i branschen röstade SD? Vi youtubers representerar nog mer den breda massan.

För andra året i rad publiceras nu den totala Maktbarometern. Genom att slå ihop placeringarna respektive aktör fått på de olika topplistorna och vikta dessa utifrån hur flitigt plattformen används av svenskarna, får vi fram en totallista. Det gör att de som har närvaro på flera plattformar premieras, vilket vi menar är rimligt. Lyckas någon etablera sig på flera plattformar pekar det tydligt ut aktören som någon med makt och kunskap att engagera många.

Vi kan i år, för första gången, jämföra hur aktörerna har klättrat upp och ner på listan och ser framför allt hur få förändringar det är i den absoluta toppen. Än en gång är det internet-fenomenet Joakim och Jonna Lundell som hamnar i topp. Detta trots, eller kanske tack vare, att paret under året bestämde sig både för att "göra slut" och lägga ned sin Youtubekanal. För att sedan bli med barn och dra igång sin kanal igen.

Viktigt är att varje aktör bara får räkna ett konto per plattform. Medieakademin väljer automatiskt aktörens största konto på respektive plattform vid sammanräkning. Eftersom paret Lundell är så tätt sammanflätade har de fått dela på förstaplatsen.

Ranking baseras på:

- Ranking på övriga listor i Maktbarometern
- Viktat mot respektive plattforms bedömda räckvidd bland svenskarna (Youtube 86%, Facebook 74%, Instagram 53% och Twitter 25%*)

*Källa: Svenskarna och internet 2017



1 Jocke & Jonna

Placering Twitter: -
Placering Youtube: 1
Placering Facebook: 1247
Placering Instagram: 1
Förändring 2017/2018: 0



4 Lucas Simonsson/JLC

Placering Twitter: -
Placering Youtube: 9
Placering Facebook: 7
Placering Instagram: 7
Förändring 2017/2018: +1



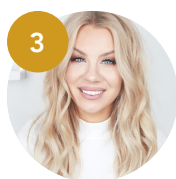
2 Expressen

Placering Twitter: 3
Placering Youtube: 84
Placering Facebook: 1
Placering Instagram: 798
Förändring 2017/2018: +1



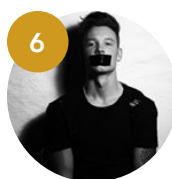
5 PewDiePie

Placering Twitter: 40
Placering Youtube: 3
Placering Facebook: 2202
Placering Instagram: 27
Förändring 2017/2018: -3



3 Therese Lindgren

Placering Twitter: 222
Placering Youtube: 2
Placering Facebook: -
Placering Instagram: 2
Förändring 2017/2018: +1



6 Ben Mitkus

Placering Twitter: -
Placering Youtube: 4
Placering Facebook: 3493
Placering Instagram: 20
Förändring 2017/2018: +6

Plac. 2017	Plac. 2018	Förändring	Namn	Twitter	Youtube	Facebook	Instagram
1	1	0	Jocke och Jonna	lundellmusic	jonnalundell	JockeJonnaAB	joakimlundell
3	2	1	Expressen	Expressen	expressentv	expressen	expressen
4	3	1	Therese Lindgren	thereselindgren	thereselindgren	-	thereselindgren
5	4	1	Lucas Simonsson/JLC	-	jlcsweden	lucassimonssons	lucas_simonsson
2	5	-3	Pewdiepie	pewdiepie	pewdiepie	pewdiepie	pewdiepie
12	6	6	Ben Mitkus	benmitkus94	duvetben	benmitkusmusic	benmitkus94
7	7	0	Newsner	newsner	Newsner	newsner	Newsner djur
11	8	3	Aftonbladet	Aftonbladet	aftonbladet	aftonbladet	aftonbladet
9	9	0	I Just want to be cool	-	ijustwanttobecool2	ijustwanttobecool	victorbeer
10	10	0	Tova Helgesson	-	tovahelgesson	-	tovahelgesson
25	11	14	Lets feast	lets_feast	letsfeastsweden	lets feast	lets_feast
15	12	3	Zara Larsson	zalararsson	zalararssonmusicvevo	zalararssonofficial	zalararsson
13	13	0	vladreiser	vladreiser	Vlad Reiser	-	vladreiser
8	14	-6	tv4	tv4	tv4	tv4	tv4
19	15	4	Helen Torsgården	-	HiiLen	-	helentorsgarden
31	16	15	Uppskattat	uppskattatse	Uppskattat	UppskattatSE	uppskattat.se
14	17	-3	Linn Ahlborg	linnahlborg	linnahlborgoutubee	-	linnahlborg
64	18	46	Tomu	-	tomuu	-	imtomu
23	19	4	Djurens rätt	djurensratt	DjurensRatt	djurensratt	djurensratt
63	20	43	Zlatan Ibrahimović	lbra_official	-	ZlatanIbrahimovic	iamzlatanibrahimovic
32	21	11	Kärlek	-	-	Kärlek	kaerlek
	22	ny	Moa Murderess	-	Moa Murderess	1415037655473971	moamurderess
47	23	24	Språk för alla	-	sprakforalla	sprakforallasverige	sprakforalla
	24	ny	L22	L22swe	l22swe	-	l22pics
187	25	162	Avicii	Avicii	aviciiofficialvevo	avicii	avicii
28	26	2	TV4 idol	tv4idol	tv4idol	tv4idol	tv4idol
159	27	132	Chris Whippit	chriswhippit	chriswhippit	whippits	chriswhippit
	28	ny	Margaux Dietz	-	Margaux Dietz	-	margauxdietz
	29	ny	Amir Akrouti	-	amirakrouti90	-	amirakrouti
55	30	25	SVT nyheter	svtnyheter	-	svtnyheter	svtnyheterstockholm
32	31	1	Ufosxm	ufosxm	ufosxm	ufosxm	dualdgamingofficial
185	32	153	Filip Dikmen	filipdikmen96	filipdikmen	dikmenfilip	filipdikmen
	33	ny	Simon Lusetti	-	simonlusetti1	Lusetti	simonlusetti
	34	ny	Situationer	-	-	situationer	situationer
26	35	-9	Kanal 5	kanal5sverige	kanal5	kanal5	kanal5sverige
17	36	-19	MissLisibell	-	MissLisibell	misslisibell	misslisibell
41	37	4	Ett gott skratt	-	-	GottSkratt	-
20	38	-18	Klas Eriksson	klasgorans	jokemock	klaserikssonfilm	clarence
43	39	4	Stamsite	stamsites	STAMSITE	stamiste	stamsites
37	40	-3	SVT	svt	svt	svt	svt
44	41	3	Clara Henry	glasklart	tahultsbarn	clarahenryofficial	glasclara
	42	ny	The typical jag	-	-	TheTypicalJag	thetypicaljagofficial
6	43	-37	Thomas Sekelius	thomassekelius	thomassekelius	thomas sekelius	thomassekelius
35	44	-9	Skratta	-	-	skratta	-
42	45	-3	SoftisFFS	DDGSoftis	softisffs	-	SoftisFFS
39	46	-7	Sportbladet	sportbladet	-	sportbladet	sportbladet
54	47	7	Dagens nyheter	dagensnyheter	dn	dn.se	dagens_nyheter
	48	ny	Tomas och Malin	-	rwaish	-	Tomas Lundberg
31	49	-18	Wilma Holmqvist	-	WilmasBeauty	-	wilmaholmqvist
21	50	-29	Lakidoris	lakidoris1	lakidoris	lovisa karlsson - lakidoris	lovisak97
	51	ny	Ida Warg	-	idawarg	wargpower	idawarg
	52	ny	Matgeek	johanhedberg	matgeek	matgeekse	johanhedberg
29	53	-24	Random making movies	-	RandomMakingMovies	randommakingmovies	officialrmm
27	54	-27	Manfred Erlandsson	magiskemanfred	manfrederlandsson	manfred erlandsson	manfrederlandsson
	55	ny	Lea Wallin	-	Lea Wallin	-	wallinlea
36	56	-20	Sportexpressen	SportExpressen	-	sportexpressen	sportexpressen
22	57	-35	Keyyo	Keyyos	verycoolninja	keyyo	keyyo
34	58	-24	Existenz	existenzse	-	existenz.se	existenz.se
18	59	-41	Felicia Bergström	Fellsis	fellsisblogg	-	fellsis
24	60	-36	Jonas Gardell	Jonas_Gardell	-	jonasgardell	jonas.gardell

EN SKUGGREGERING MED RIKTIG MAKT

Totallistan är själva hjärtat i Maktbarometern. Den är kartan över debatten som samhället saknar och även bilden av ett nytt medielandskap. Den borde vara obligatorisk för alla företag och medier att studera, lära sig utantill. Åtminstone kunna namnet på de tio största och veta vad dom producerar för innehåll. För det är här mediemakt finns idag, och ännu mer imorgon.

För oss som studerat den här världen har maktförflyttningen varit uppenbar länge. Problemet är att bevisföringen kring den blivit anekdotisk och svår att mäta. Någon förstår att "Jocke och Jonna" är stora först när de av sina barn släpas med på någon boksignering eller ser att paret fått miljontals visningar på något Youtubeklipp. Nästan ingen begriper sammanhanget, hur stort genomslaget egentligen är, vad det går att jämföra med: Att det är en helt ny medieverklighet. När Joakim Lundell släpper skivor och bok säljer de slut direkt. Under 2017 sålde han 15 000 förhandsexemplar av sin bok – på två dygn. Det är rekord. Ingen svensk bok har någonsin fått fler förhandsbeställningar. Det var en aha-upplevelse då, men borde inte kunna komma som en chock för den som har hela bilden, hela kartan. Den har du i handen nu.

Det här är en karta som pekar ut att traditionella och etablerade medier får kämpa hårt för att vara relevanta i våra digitala och sociala kanaler. Det är också en karta som tydligt visar hur information demokratiserats: Sju av de tio största svensktalande influencers på listan bor och verkar utanför Stockholm. De bor i Gävle, Norrköping och glesbygd. Det är människor som nästan aldrig får tillgång till etablerade medier. Det skapar ofta en diskrepans där aktörerna känner sig förfördelade av etablissemang. Likadant tvärtom: Etablissemang och medier distanserar sig från dem och målar upp dem som fenomen, en viral trend, inte som en maktfaktor.

Trots, eller kanske på grund av det, har de byggt upp en enorm publik – parallellt och oberoende av det de kallar för "gammelmедier". Det här är en ny typ av kändisar och makthavare som inte längre är beroende av att leva i symbios med journalister. Det här kommer innebära allt större och mer intressanta konflikter, ju längre tiden går. Därför är denna karta viktig. Den är viktig att förstå för företag som försöker etablera sig på en marknad, liksom för medier som försöker begripa sin omvärld. Eller för offentlig förvaltning eller politiker som försöker styra den.

Det är en mediemakt i kraftig förändring.

Facebook och Youtube-framgång premieras

Eftersom Maktbarometerens totala lista sammansätts utifrån hur populär en kanal är hos svenskarna, får de som är framgångsrika på Youtube och Facebook särskilt hög placering. I några fall har aktören bara en Facebooksida, men placerar sig ändå högt på totalen, eftersom 74 procent av svenskarna har Facebook.

Årets raketer

Filip Dikmen, Handelsstudenten från Göteborg med rötter i Landskrona, har klättrat 154 platser. Margaux Dietz kommer från ingenstans, upp till 27. Och Norrköpingsfamiljen Lets feast lyckas med bedriften att klättra 14 placeringar i den allra tuffaste konkurrensen. Flera andra är också nya, men annars är topplistan intakt, vilket pekar på att de digitala makthavarna blivit relativt etablerade.

Väl värt att notera är också att bara 15 företag/medier/organisationer finns representerade på topp 60. Resten är olika typer av influencers.

VÅR METODIK

Maktbarometern är en statistisk analys av räckvidds- och engagemangsdata från sociala media-konton. Analysen görs i syfte att ta reda på vilka konton, personer och innehåll som har störst spridning i fyra av de största sociala plattformarna i Sverige.

Maktbarometern är en oberoende analys

Medieakademien är en ideell organisation som är politiskt obunden och är oberoende och neutrala mot olika kommersiella aktörers intressen. Vi har sponsorer som stödjer våra verksamhetsmål, men låter naturligtvis inte dessa på något sätt påverka metodik eller slutsatser. I styrelsen för Medieakademien sitter journalister och forskare liksom analytiker och representanter för olika delar av mediebranschen.

Vi som arbetat med Maktbarometern

Ansvariga för Maktbarometern är Medieakademiens styrelse. Styrelsemedlemmarna Emanuel Karlsten, Gustav Martner och Anna Rosenqvist har varit styrgrupp för Maktbarometern 2018. Datainsamling och dataanalys har gjorts av styrgruppen i samarbete med företaget TenFifty.

Datakällor

För att göra Maktbarometern använder vi oss av ett flertal datakällor. Tredjeparts-tjänster som Social Bakers och CrowdTangle har kombinerats med egen så kallad "skrapning" för att kvalitetssäkra och komplettera rådatan. I de fall som dessa tjänster inte kunnat ge oss komplett och kvalitativ data över konton har vi manuellt sammanställt kompletterande listor på konton, till exempel genom att titta på influencerbolagens egna hemsidor, Guldtubens vinnarlistor, artiklar om ämnet i branschpress, influencerkonton som nämns i undersökningar, eller andra publikationer av till exempel Svenskarna och Internet och Statens Mediaråd. Vi bedömer det som att vi har en komplett lista på samtliga stora svenska konton (med runt 10 000 följare eller mer), men vill alltså understryka att arbetet att hitta konton bara delvis baseras på data direkt från sociala medier-plattformarnas API:er/tredjeparts-tjänster och i och med den manuella kompletteringen vi tvingats till att göra på grund av tjänsternas begränsning av API- och data-access finns naturligtvis en risk att vi missat att ta med relevanta konton i bedömningen.

Mätperiod

När vi i metodik-beskrivningen säger "under 2018" syftar vi på perioden vi har tankat in rådata från.

Mer exakt är tidsperioden mellan 26 juni 2017 till 26 juni 2018. Detta för att ge oss tid till data-behandling och kvalitetssäkring samt för att följa vår tidsserie (föregående Maktbarometer mätte juni 2016 till juni 2017). Värt att notera: För de konton som slutligen hamnade i toppen av respektive lista gjordes en manuell kontroll inför presentationen av Maktbarometern i september 2018 för att kontrollera att inga radikala förändringar skett.

Val av sociala media-plattformar

För Maktbarometern 2017 valde vi att undersöka Twitter, Facebook, Instagram och Youtube. Valet av dessa plattformar baseras på att de är bland de största när svenskarna anger vilka sociala medier de använder (källa: Svenskarna och Internet) och att de har en arkitektur som gör att olika konton/sidor är mätbara och jämförbara. Vår ambition och önskan är att i framtiden utöka Maktbarometern med fler plattformar.

Rankingmetod, Twitter:

Twitter är den plattform som Medieakademien arbetat med längst (se Twitter-barometern som gjorts sedan 2012). I Maktbarometern utgick vi från topplistan från Twitterbarometern 2016 (cirka 300 konton), laddade ned data för dessa och även alla användare som dessa i sin tur följer. Vi tog sedan de svenska användare med flest totalt antal följare och laddade ned deras följare.

Denna process gav oss några miljoner potentiella svenska användarkonton. För de konton med flest antal svenska följare räknade vi sedan ut: 1) Antal svenska följare 2) Antal svenska följares följare 3) Retweets av svenskar som personen fått det senaste året.

Topplistan räknades sedan ut som summan av de tre rankingarna, där våra tre rankingmått vägdes samman (rankingplacering 1 + rankingplacering 2 + rankingplacering 3 = total ranking). På så sätt har vi fått en sammanvägd indikation av hur många följare en person har, hur "viktiga" dessa följare är samt hur Twitter-gemenskapen värderar det som personen skriver.

Rankingmetod, Facebook:

Vi har kartlagt tiotusentals Facebooksidor som antingen anger att de är från Sverige, eller skriver på svenska. Vi sorterade sedan dessa, i de fall det var möjligt, utifrån andel svenska gillare/följare. Vi samlade samtliga data från de kartlagda sidorna, summerade antal reaktioner på de poster som

publicerats under mätperioden och gjorde en bedömning av hur stor andel av reaktionerna som var svenska. I begreppet "reaktioner" inkluderar vi såväl likes som andra emojis man kan välja som reaktion på en post. En manuell kompletterande mätning gjordes sedan för att täcka upp för konton som inte är angivna som "svenska" men som vi via manuell analys av språk och antal svenskar bedömer som viktiga distributörer av svenskt innehåll.

Motsvarande metod som beskrivits för att ranka på Twitter gjordes sedan för Facebook, men de tre rankingmått vi använder oss av var: 1) Antal svenska gillare 2) Antal reaktioner från svenskar 2) antal delningar gjorda av svenskar 3) antal kommentarer från svenskar.

Rankingmetod, Youtube:

Vi utgick från våra datakällors topplistor och listade de största Youtube-konton i Sverige baserat på antal visningar. Konton som gjort färre än två videos under året räknades inte. Andel svenskar i publiken för ett Youtube-klipp är mycket svårt att avgöra, eftersom denna data inte gjorts tillgänglig för oss. Därför har vi manuellt avgjort samtliga Youtubers huvudsakliga språkbruk som en utgångspunkt för räckvidd bland svenskar. Vidare har många Youtubers konton även på till exempel Twitter och Facebook, och i de fallen överförde vi andel svenskar därifrån och viktade räckvidd på Youtube på det sättet. Om vi inte kunde hitta svenskhet på det sättet gjorde vi istället en normalbedömning utifrån ett medelvärde, där vi har ett sådant värde för klipp på svenska och ett annat värde för klipp på engelska och andra språk. I flera fall har vi också kontaktat ansvarig för Youtube och erbjudit dem att bidra med sin egen statistik över antalet svenskar de når.

Motsvarande metod som beskrivits för att ranka på Twitter gjordes sedan för Youtube, men de tre rankingmått vi använder oss av var: 1) Antalet likes, viktat efter förmodad andel svenskar 2) Antal kommentarer, viktat på samma sätt 3) Antal visningar, viktat på samma sätt.

Rankingmetod, Instagram:

Via olika datakällor och manuellt arbete fick vi fram en bruttolista på över 4 700 Instagram-konton som vi kunde sluta oss till är de största bland svenskar. Även i fallet med Instagram är det svårt att få tag i data kring vilka av dessa som är svenska, så med hjälp av samma metod som beskriven på Youtube, kompletterad med en manuell "sampling" av språkkommentarer på inlägg, så har vi gjort en bedömning av procentandel svenskar bland följare och reaktioner.

Motsvarande metod som beskrivits för att ranka på Twitter gjordes sedan för Instagram, men de tre rankingmått vi använder oss av var: 1) Antalet följare, viktat efter förmodad andel svenskar 2) Antal kommentarer/post, viktat på samma sätt 3) Antal likes/post, viktat på samma sätt. Vi valde här att vikta följare eftersom de har större betydelse för vilken spridning ett instagramkonto får, och därmed dess inflytande.

Rankingmetod, totalistan

För varje rankinglista för de fyra sociala medierna, delades en poäng ut, enligt $1 / (\text{ranking} ^ 0.5)$, 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 används 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 kopplade sedan, delvis manuellt, ihop konton från de fyra sociala medierna, för att summera ihop poängen till en totalista. Vi har alltså 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 Instagram-konto 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 plattform.

I slutpoängen viktades varje plattform enligt statistik från Svenskarna och Internet 2017, som beskriver hur stor andel svenskar som använt olika tjänster på Internet. Youtube fick en vikt på 86%, Facebook 74%, Instagram 53% och Twitter 25%.

Har du frågor om vår metodik eller förslag till förbättringar? Eller vill du ha en större insyn i vår mätdata och få en djupare insikt i hur makt distribueras i sociala medier – kontakta oss gärna.

BLI MEDLEM

Medieakademin är en ideell förening, politiskt och religiöst oberoende, vars syfte är att sprida kunskap om medielandskapet och fördjupa kvalitativa 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). Medlemskapet innebär också att man får biljetter till MEG/Bok & Biblioteksmässan och 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) eller Gustav Martner (gustav@digitalreliance.org)

VÅRA SPONSORER



ESS GROUP

go:teborg&co

Svenska kyrkan 

SEMCON

