



# INNEHÅLL

<b>Förord: Att rita en karta</b> .....	4
<b>Mäktigast på Twitter</b> .....	5
<b>Mäktigast på Facebook</b> .....	13
<b>Mäktigast på Youtube</b> .....	22
<b>Mäktigast på Instagram</b> .....	29
<b>Årets makthavare</b> .....	37
<b>Vår metod</b> .....	49
<b>Bli medlem</b> .....	52

**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 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, Beata Jungselius och Fredrik Idestål.**

## OM MEDIEAKADEMIN

Medieakademin 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 Medieakademin även Förtroendebarmetern, en årlig rapport som mäter svenskarnas förtroende för organisationer, företag, partier och samhällsinstitutioner. Förtroendebarmetern görs av Medieakademin styrelsemedlemmar professor Henrik Ekengren Oscarsson, verksam vid Göteborgs Universitet och Toivo Sjören, Kantar SIFO i samråd med övriga styrelsemedlemmar.

Medieakademin är vidare en av initiativtagarna till nu nedlagda 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)  
Anna Rosenqvist  
Lars Rundblom  
Toivo Sjören  
Gustav Martner  
Henrik Ekengren Oscarsson  
Jonas Ohlsson  
Åsa Ashjari  
Fredrik Idestål  
Josefin Meyer  
Beata Jungselius  
Therese Bohlin  
Anna Serner  
Erika Eriksson



**GUSTAV MARTNER**

Head of Creative, Greenpeace Norden  
[gustav@digitalreliance.org](mailto:gustav@digitalreliance.org)



**BEATA JUNGSELIUS**

Doktor, tillämpad IT  
[beata.jungselius@hv.se](mailto:beata.jungselius@hv.se)



**EMANUEL KARLSTEN**

Ordförande, Medieakademin  
[kontakt@emanuelkarlsten.se](mailto:kontakt@emanuelkarlsten.se)



**FREDRIK IDESTÅL**

Youtuber, @figgehn  
[dualdgameingextra@gmail.com](mailto:dualdgameingextra@gmail.com)



## ATT RITA EN KARTA

Om man ritar en karta över ett nytt landskap – hur vet man då att man gjort rätt? Varje år ställer vi oss den frågan, för varje år inser vi hur unik Maktbarometern är.

I tre år har vi använt ungefär samma modell och mätpunkter för att visa vilka det är som når ut bäst och äger svenskarnas engagemang. Men alltid med stark, självkritisk blick: Kan vi göra det bättre? Kan vi rita konturerna skarpare och skapa en ännu större förståelse för ett nytt medielandskap?

Ja, det kan vi.

Och därför har vi i år adderat ett antal nya mätpunkter.

Istället för att bara mäta den totala mängden visningar, delningar, likes och kommentarer ett konto genererar – tittar vi också på den relativa mängden. Alltså hur mycket reaktioner man skapar per uppdatering.

När vi granskade vår metod upptäckte vi en brist i att aktörer som postade flitigt under året belönades mer än den som fokuserat på färre poster.

Ta till exempel Expressen. Varje år gör de mer än 10 000 Facebookstatusar, vilket ackumulerar enorma mängder likes och delningar. Men det är rimligt att anta att en övervägande del av dessa kommer från samma personer. Samma tendens ser vi bland gamers på Youtube: De postar enorma

mängder videos, som därför skapar ett berg av visningar, som riskerar att skapa en illusion av att de har större räckvidd och inflytande än de faktiskt har.

Samtidigt är det viktigt att titta på totalen. Den som postar flitigt och ändå har en trogen följarskara har rimligtvis en väldigt lojal publik, något som i sin tur signalerar inflytande. Och ännu viktigare: Idag betyder algoritmer betydligt mer för hur mycket spridning någon får, än hur många följare man har.

Därför är vår slutsats att dessa mätpunkter måste väga lika tungt:

Det totala engagemanget per år, liksom engagemanget som skapas per uppdatering är båda lika viktiga mätpunkter för att förstå någons makt och inflytande.

Det innebär att de som tidigare år belönats för att ha postat enorma mängder innehåll i år kommer få en något lägre placering.

Men inte per automatik.

Med våra nya mätpunkter ser vi istället ett nytt slags mediehus träda fram – som redan förstått och anpassat sig till en verklighet där både en stor mängd poster och uppskattning per post är avgörande för framgång.

I denna djupanalys av årets Maktbarometer ska vi försöka förklara allt det här. Det är viktiga insikter för alla som arbetar med opinionsbildning och räckvidd i ett nytt medielandskap.

A close-up photograph of a man with short brown hair, wearing a dark blue button-down shirt under a black leather motorcycle jacket. He is smiling slightly and looking towards the camera. A green foam microphone is positioned in front of him, and a clear glass of water is visible at the bottom of the frame. The background is a bright blue wall with a white Twitter bird logo partially visible. The entire image is framed by a thin blue border.

# TWITTER

## MODERATERNA TAR ÖVER

Tendensen att Twitter är blått blir allt tydligare. Men framför allt har ett parti lyckas särskilt väl. Årets lista visar hur Moderaterna börjar dominera, tack vare flera moderata nykomlingar, som Richard Herrey.



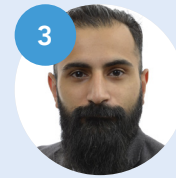
**Greta Thunberg**

Förändring: +7



**Carl Bildt**

Förändring: +/- 0



**Hanif Bali**

Förändring: +3

Twitters plats i den digitala floran blir allt tydligare. Som motor för samtal om politik, samhälle och nyheter har den hittat sin särprägel. Vi ser det internationellt, men minst lika tydligt i Sverige.

Årets lista toppas självklart av Sveriges största profil: Greta Thunberg. Men nästan alla nykomlingar på listan har politisk prägel. Vi ser också hur pandemin satt sitt avtryck genom att två av coronans nya kändisar placerar sig högt: Agnes Wold och Emma Frans.

Generellt går det att se att Twitter prioriteras av de som tycker att de sociala elementen i digitala medier är för personliga. Många av sveriges mäktigaste väljer bara Twitter. Och som arena för politiskt samtal går det knappast att underskatta Twitters position, varken internationellt eller nationellt.

Det vi har sett de senaste åren på Twitter är en födsel av ett nytt politiskt språk för en svensk höger. Mer om det i årets fördjupning.

#### RANKING BASERAS PÅ:

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

#### KONFLIKTER GÖDER FRAMGÅNG PÅ TWITTER

Alexander Bard fick i år lämna som programledare för Talang efter sitt utspel mot Black lives matter. Och den excentriske Minecraftskaparen "Notch" lämnade istället frivilligt Twitter, i utbyte mot att en journalist han följde skulle "drop the politics". De båda höll sitt löfte. "One step towards the old internet", avslutade Notch.

#### ETABLERADE FÖRSVINNAR

Flera traditionella aktörer tappar på Twitter. DN tappar (-33) liksom DI (-32) och Miljöpartiet (-133). Möjligtvis handlar det om prioritering, där Twitter fortfarande inte primärt handlar om att nå många väljare, eller fånga in trafik. Fortfarande är Twitter litet, bara 12 procent av svenskarna använder Twitter varje vecka.

Plac. 2017	Plac. 2018	Plac. 2019	Plac. 2020	Diff.	Namn	Kontonamn	Svenska följare (rank)	Följares följare (rank)	Retweets (rank)	Gilla- markeringar (rank)
-	-	8	1	7	Greta Thunberg	GretaThunberg	51	46	2	1
1	2	2	2	0	Carl Bildt	carlbildt	2	15	55	131
70	23	6	3	3	Hanif Bali	hanifbali	26	153	25	16
28	17	5	4	1	Jonas Sjöstedt	jsjostedt	34	29	90	73
46	19	10	5	5	Ivar Arpi	lvarpi	57	96	53	44
2	1	1	6	-5	Zara Larsson	zaralarsson	3	204	22	25
6	11	3	7	-4	Zlatan Ibrahimović	ibra_official	4	302	9	7
83	49	50	8	42	Emma Frans	DrEmmaFrans	54	48	144	84
10	3	11	9	2	Expressen	Expressen	23	34	92	193
-	104	27	10	17	Magnus Ranstorp	MagnusRanstorp	124	135	36	53
20	7	9	11	-2	Viktor Barth-Kron	viktorbk	42	54	164	95
40	25	16	12	4	YB Södermalm	YB_Sodermalm	36	197	96	31
7	9	21	13	8	Peter Wolodarski	pwolodarski	15	6	155	189
12	4	12	14	-2	SVT Nyheter	svtNyheter	20	18	107	244
150	78	24	15	9	Katerina Jan	katjanouch	110	230	26	41
128	24	49	16	33	Alexander Bard	Bardissimo	50	111	124	135
9	36	54	17	37	Notch	notch	115	231	71	13
-	69	19	18	1	Anders Lindberg	anderslindberg	123	77	120	117
198	96	45	19	26	Agnes Wold	AgnesWold	65	59	208	109
59	58	23	20	3	Emanuel Karlsten	emanuelkarlsten	116	41	163	188
60	41	22	21	1	Alice Teodorescu Măwe	alicemedce	63	118	162	166
-	-	-	22	Ny	Richard Herrey	RichardHerrey	244	200	46	34
11	15	25	23	2	Niklas Svensson	niklassvensson	33	8	248	271
27	10	37	24	13	Aftonbladet	Aftonbladet	29	57	161	318
73	46	34	25	9	Göran Greider	GreiderDD	96	79	220	187
158	121	143	26	117	Jimmie Åkesson	jimmieakesson	68	240	141	141
-	-	-	27	Ny	Magda Gad	gad_media	212	63	166	154
5	21	14	28	-14	Spotify	Spotify	18	568	5	6
-	86	48	29	19	Sweden.se	swedense	218	90	117	177
16	8	15	30	-15	Erik Niva	ErikNiva	8	161	276	168
-	-	29	31	-2	Moderaterna	moderaterna	43	125	224	227
127	61	43	32	11	Sverigedemokraterna	sdriks	84	354	89	123
13	5	31	33	-2	Svenska Dagbladet	SvD	14	17	189	433
-	99	35	34	1	Rebecca Weidmo Uvell	RebeccaWUvell	177	237	112	132
-	-	-	35	Ny	Hamid	rektorhamid	175	306	145	78
72	174	26	36	-10	Robyn	robynkonichiwa	48	13	329	332
167	109	60	37	23	Ali Esbati	aliesbati	206	103	227	192
99	43	42	38	4	Fotbollskanalen	fotbollskanal	44	307	245	133
-	-	-	39	Ny	Johan Forssell	JohanForssell	315	284	76	58
26	16	33	40	-7	SR Ekot	sr_ekot	49	21	168	495
-	-	-	41	Ny	Isobel Hadley-Kamptz	isobelsverkstad	233	88	272	153
-	-	-	42	Ny	Johan Ingerö	JohanIngero	295	165	150	137
71	81	46	43	3	Vänsterpartiet	vansterpartiet	78	50	241	384
48	26	59	44	15	SR Nyheter	SR_Nyheter	39	74	213	443
140	97	20	45	-25	Ebba Busch	BuschEbba	59	114	310	290
80	33	36	46	-10	Sakine	Sakine	108	39	335	309
-	-	-	47	Ny	Lars Beckman	beckmansasikter	441	310	27	32
-	-	51	48	3	Annika Strandhäll	strandhall	183	85	289	270
232	129	52	49	3	Aron Flam	AronFlam	134	373	171	151
34	32	61	50	11	Glenn Hysén	Glenn_Hysen	24	245	392	169

Plac. 2017	Plac. 2018	Plac. 2019	Plac. 2020	Diff.	Namn	Kontonamn	Svenska följare (rank)	Följares följare (rank)	Retweets (rank)	Gilla- markeringar (rank)
33	27	13	51	-38	Johanna Frändén	juanitafranden	47	51	454	295
69	52	17	52	-35	Carl Bildt	CBildt	61	23	378	388
-	-	-	53	Ny	Acke	saaronlol	236	424	121	92
131	118	65	54	11	Helle Klein	HelleKlein	178	126	305	315
-	100	39	55	-16	PM Nilsson	NilssonPM	159	62	306	398
-	-	-	56	Ny	Sofie	SofieLowenmark	313	344	156	125
-	-	-	57	Ny	Jan Ericson	Ericson_ubbhult	407	468	30	35
18	14	7	58	-51	Annie Lööf	annielooof	27	24	478	417
136	125	91	59	32	Edward Blom	Edward_Blom	128	185	370	299
41	42	47	60	-13	Johanna Nordström	jonielol	31	629	225	104
49	84	64	61	3	Tim Bergling	Avicii	69	1	344	576
-	-	28	62	-34	Margot Wallström	margotwallstrom	93	58	304	542
15	6	30	63	-33	Dagens Nyheter	dagensNyheter	12	25	324	654
23	30	98	64	34	Krisinformation.se	krisinformation	28	11	264	748
-	93	85	65	20	Expressen Ledare	ExpressenLedare	189	87	297	492
-	-	-	66	Ny	Morgan Johansson	johanssonmorgan	191	146	334	420
-	-	-	67	Ny	Chang Frick	ChangFrick	357	545	110	85
160	117	58	68	-10	Kristdemokraterna	kdriks	119	19	437	536
-	-	-	69	Ny	Mustafa Panshiri	Panshiri_M	293	448	234	161
-	-	-	70	Ny	Lars Wilderäng	Cornubot	433	495	111	121
116	79	110	71	39	Göteborgs-Posten	GoteborgsPosten	117	149	262	643
-	-	-	72	Ny	Jens Ganman	JensGanman	263	594	148	175
-	-	-	73	Ny	Ledarsidorna.se	ledarsidorna_se	408	446	105	234
54	45	44	74	-30	SVT Sport	SVTSport	30	268	469	438
-	-	-	75	Ny	Patrik Oksanen	patrikoksanen	474	95	256	381
-	-	-	76	Ny	Carina Bergfeldt	carinabergfeldt	230	151	482	354
-	-	-	77	Ny	Jennifer Wegerup	JenniferWegerup	335	313	309	261
187	123	72	78	-6	AIK Fotboll	aikfotboll	237	656	204	136
-	-	-	79	Ny	Benjamin Dousa	BenjaminDousa	456	440	181	162
119	70	62	80	-18	Erik Karlsson	ErikKarlsson65	146	206	473	423
74	83	76	81	-5	Patrick Ekwall	Ekwall	55	169	659	366
-	-	-	82	Ny	Ann Linde	AnnLinde	478	227	195	360
-	103	70	83	-13	Jack Werner	kwasbeb	179	137	511	434
-	-	-	84	Ny	Teodor Koistinen	TeodorKoistinen	545	458	137	124
-	-	-	85	Ny	Nils Karlsson	FilosofenNils	505	207	363	191
-	132	111	86	25	Anna Dahlberg	_annadahlberg	210	160	399	499
-	63	56	87	-31	Paulina Neuding	paulinaneuding	197	152	358	566
-	-	-	88	Ny	Anna Ekström	Anna_Ekstrom	247	129	448	454
-	-	-	89	Ny	Isak Skogstad	isakskogstad	465	411	210	200
161	147	79	90	-11	Malmö FF	Malmö_FF	221	762	222	97
-	-	53	91	-38	Christopher Alesund	GeT_RiGhT	420	658	173	51
-	-	-	92	Ny	Marcus Larsson	Skolinkvisition	722	377	78	138
-	-	-	93	Ny	Gunnar Hökmark	ghokmark	471	264	257	325
-	-	-	94	Ny	Daniel Swedin	danielswedin	268	35	429	586
68	95	77	95	-18	SvD Ledare	SvDledare	132	80	390	717
36	22	40	96	-56	Socialdemokraterna	socialdemokrat	52	89	484	695
-	-	-	97	Ny	PJ Anders Linder	pjaxess	282	113	388	546
-	-	-	98	Ny	Mattias Svensson	mattias_neo	317	81	463	472
-	-	-	99	Ny	Robert Klävus	robertklavus	658	257	232	197
-	-	-	100	Ny	Christer Sfeir	ChristerSfeir	631	430	149	146



Plac. 2017	Plac. 2018	Plac. 2019	Plac. 2020	Diff.	Namn	Kontonamn	Svenska följare (rank)	Följares följare (rank)	Retweets (rank)	Gilla-markeringar (rank)
-	114	78	101	-23	Eric Rosén	detljuvalivet	241	86	520	512
137	106	80	102	-22	Johan Svensson	MrMadhawk	112	492	500	263
-	153	208	103	105	Kjell Häglund	kjellhaglund	398	91	425	455
-	140	82	104	-22	Isabella Lövin	IsabellaLovin	245	144	372	608
93	38	73	105	-32	Dagens industri	dagensindustri	82	53	466	770
132	65	84	106	-22	Alexandra Pascalidou	pascalidou	193	26	595	559
-	-	-	107	Ny	Kvartal	kvartalet	289	352	263	474
47	101	83	108	-25	Polisen Stockholm	polisen_sthlm	38	170	529	652
-	-	-	109	Ny	Anne Ramberg	anneramberg	367	186	376	463
-	-	-	110	Ny	Erik Helmersson	Erik_Helmerson	346	49	496	509
-	-	-	111	Ny	Mattias Lindberg	lindbergpolemik	627	661	45	71
-	194	126	112	14	Djurgården Fotboll	DIF_Fotboll	294	837	201	86
-	-	-	113	Ny	Henrik Jönsson	jonsson_henrik	389	606	206	218
-	-	-	114	Ny	Fredrik Backman	Backmanland	202	285	623	313
-	216	81	115	-34	The Nobel Prize	NobelPrize	926	457	14	28
30	18	32	116	-84	Henrik Lundqvist	HLundqvist30	21	540	438	432
-	-	-	117	Ny	Jan Sjunnesson	sjunnedotcom	649	678	40	67
-	-	-	118	Ny	Therese Verdun	thereseverdun	510	844	52	29
-	-	-	119	Ny	Josefin Utas	JosefinUtas	539	462	203	237
-	-	-	120	Ny	Henrik Sundström	HenrikSundstrom	579	625	125	116
-	-	-	121	Ny	Peppe	Peppe_Larsson	458	508	250	232
134	102	100	122	-22	Aftonbladet Debatt	ABDebatt	165	102	420	767
-	-	-	123	Ny	Amanda Sokolnicki	A_Sokolnicki	461	145	408	441
-	-	-	124	Ny	Maria Abrahamsson	M_Abrahamsson	347	171	464	481
196	88	138	125	13	Paolo Roberto	paolorobertocom	135	392	544	393
170	189	122	126	-4	Leif Book	LBook	140	497	479	350
-	-	-	127	Ny	Malin Lundgren	konsensuseliten	482	543	212	233
-	-	-	128	Ny	Mats Skogkär	Skogkar	689	584	97	101
-	-	-	129	Ny	Granskning	avPublicService	415	754	130	174
-	-	-	130	Ny	Evin	evinbdya	502	580	228	173
-	-	-	131	Ny	C More Sport	cmoresport	278	685	277	250
-	-	-	132	Ny	Pär Holmgren	ParHolmgren	403	191	319	577
-	-	-	133	Ny	Carolin Dahlman	carolindahlman	576	425	219	273
-	-	55	134	-79	Sara Skyttedal	skyttedal	164	205	573	565
-	-	-	135	Ny	Ulla Andersson	AnderssonUlla	665	289	270	284
-	-	-	136	Ny	Svensk Historia	svenskhistoria	360	315	313	531
-	-	-	137	Ny	Nille af Ekenstam	nilrod	388	296	502	340
-	-	-	138	Ny	Luai Ahmed	JustLuai	565	857	59	47
-	-	-	139	Ny	Pontus Persson	PontusPersson5	644	856	29	17
-	160	104	140	-36	Veronica Palm	veronicapalm	220	36	609	683
124	35	38	141	-103	Jan Björklund	bjorklundjan	104	158	739	547
-	-	-	142	Ny	Emma Bouvin	emmlof	517	279	593	164
86	64	68	143	-75	Sportbladet	sportbladet	74	490	563	428
-	-	-	144	Ny	Ulf Bjereld	UlfBjereld	279	112	485	680
-	-	-	145	Ny	Wiseman	wisemanswisdoms	375	314	382	494
-	-	-	146	Ny	JohanHilton	JohanHilton	312	117	637	500
104	56	113	147	-34	Anders Ygeman	Ygeman	125	70	646	729
-	214	160	148	12	Johan Norberg	johanknorberg	350	143	362	718
-	-	-	149	Ny	Jan Eliasson	JanKEliasson	351	357	400	466
-	-	-	150	Ny	Micke K	MickeK69	682	718	67	110

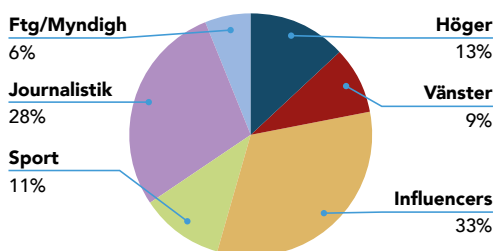
Plac. 2017	Plac. 2018	Plac. 2019	Plac. 2020	Diff.	Namn	Kontonamn	Svenska följare (rank)	Följares följare (rank)	Retweets (rank)	Gilla- markeringar (rank)
-	-	176	151	25	Seth Everman	SethEverman	967	608	6	4
-	-	-	152	Ny	Paula Bieler Eriksson	PaulaBieler	297	393	483	415
-	-	119	153	-34	olofmeister	olofmeister	485	620	396	103
-	-	-	154	Ny	sannarayman	sannarayman	285	33	541	746
-	176	164	155	9	The Local Sweden	TheLocalSweden	521	55	298	738
-	-	-	156	Ny	Maria Hind Alias	mariahindalias	725	648	151	88
-	-	-	157	Ny	Carla Filt	HALLONSA	747	587	143	144
-	-	-	158	Ny	Thomas Wilbacher	Wilbacher	276	650	523	179
-	134	92	159	-67	Andrev Walden	AndrevWalden	250	38	740	604
-	198	105	160	-55	Ninjas in Pyjamas at Home	NiPGaming	369	1096	109	59
38	31	116	161	-45	Özz Nüjen	ozznujen	56	166	634	783
-	-	-	162	Ny	Fadde Darwich	detkanvarafadde	368	659	426	194
-	-	-	163	Ny	August Strindberg	_Strindberg	446	512	326	371
-	-	-	164	Ny	Widar Andersson	widarandersson	526	297	340	493
-	-	552	165	387	Oisín Cantwell	oisincantwell	227	124	717	596
62	50	103	166	-63	Karin Pettersson	AB_Karin	127	37	705	798
-	-	-	167	Ny	Jonna Sima	jonnasima	394	68	522	688
-	-	-	168	Ny	Johannes Klenell	JohannesKlenell	534	305	444	390
174	183	124	169	-45	IFK Göteborg	IFKGoteborg	219	921	311	225
-	-	-	170	Ny	Roger större än Expressen o Aftonbladet Sahlström	ROGSAHL	794	814	35	39
-	-	-	171	Ny	Margret Atladottir	atladottir	348	203	686	446
-	-	-	172	Ny	Markus Uvell	markus_uvell	421	180	624	470
-	-	-	173	Ny	Nadim Ghazale	Gzale	683	514	288	214
-	-	-	174	Ny	Kent Ekeroth	kentekeroth	516	638	216	336
-	-	-	175	Ny	Stefan Jämtbäck	fembarnsfarsan	820	311	312	265
-	-	-	176	Ny	Edward af Sillén	EdwardafSillen	489	442	450	327
-	-	-	177	Ny	Hasse Brontén	hassebronten	364	473	501	373
-	-	-	178	Ny	Dana Pourkomeylian™	Pourkomeylian	759	380	332	240
-	-	-	179	Ny	Hammarby Fotboll	Hammarbyfotboll	366	905	285	167
-	-	-	180	Ny	Fnordspotting	Fnordspotting	654	700	187	190
-	-	-	181	Ny	Dagens Samhälle	dagenssamhalle	225	147	424	936
188	145	115	182	-67	SportExpressen	SportExpressen	199	524	495	519
-	-	-	183	Ny	Adam Cwejman	adamcwejman	413	265	457	610
-	-	69	184	-115	SvD Debatt	SvDDebatt	45	42	600	1062
-	113	262	185	77	Daniel Ek	eldsjal	216	3	742	800
-	-	-	186	Ny	Myra Åhbeck Öhrman	Myrannosaurus	532	475	439	323
25	29	94	187	-93	DN Debatt	DNDebatt	11	40	629	1093
221	235	134	188	-54	Adam Friberg	fribergCS	434	244	790	307
-	-	-	189	Ny	Jacob Gudiol	JacobGudiol	607	792	180	196
-	-	-	190	Ny	Ingrid Altino	baconfjaril	523	624	419	213
152	138	155	191	-36	Familjeliv_txt	familjeliv_txt	171	368	574	670
91	108	99	192	-93	Liberalerna	liberalerna	89	122	707	866
210	224	159	193	-34	Frölunda Indians	frolunda_hc	281	677	560	269
-	292	255	194	61	David Sundin	davidsundin	196	327	791	477
107	80	109	195	-86	SanNy Lindström	SanNylindstrom	83	465	771	476
65	57	63	196	-133	Miljöpartiet	miljopartiet	67	60	728	942
-	-	-	197	Ny	Muralgranskaren	Muralgranskaren	455	531	427	386
101	91	74	198	-124	Centerpartiet	Centerpartiet	107	116	658	922
63	85	89	199	-110	Olof Lundh	oloflundh	32	98	975	700
-	-	-	200	Ny	Johan Hedberg	JohanHedberg	552	254	653	349

# SVENSKA TWITTER BÖRJAR DOMINERAS AV POLITISK HÖGER

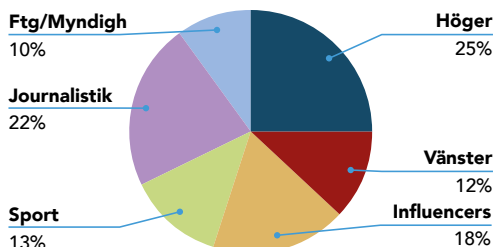
**57 av Sveriges 100 största twitterkonton är politiska. Och en stor majoritet av dem är höger röster. Den höger-gir vi redan förra året kunde konstatera, har alltså krängt ännu mer. Och framför allt är det moderata röster som lyckats särskilt bra. Årets fördjupning ger en unik insikt i hur Twitter blivit platsen både för ett nytt manér och språk för svensk höger i allmänhet och Moderaterna i synnerhet.**

Det är inte lätt att minnas hur Twitter en gång i tiden var, men när Medieakademin för första gången mätte svenska Twitter, 2012 var den full av kändisar, komiker och artister. Jonas Gardell släppte bok om sitt twittrande och här fanns något som kanske bäst kan förklaras som ett slags nyförälskelse i det skrivna ordets begränsningar. Ett slags utmaning att säga vad man önskade på 140 tecken. Med tiden blev Twitter något annat. När allt fler vanligt folk hittade fram, lämnade kändisar, vilket vi kunde berätta förra året. Då gjorde vi en första kategorisering och kartläggning över de 100 mäktigaste på Twitters maktbarometer från 2017 och framåt. Mellan 2017 och 2019 halverades nästan antalet kändisar och influencers. Istället tog politiska röster tagit plats.

## TWITTER 2017 TOPP 100



## TWITTER 2019 TOPP 100



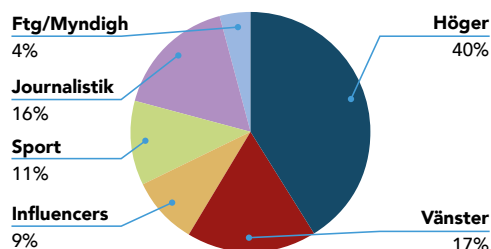
När vi år gör samma kartläggning ser vi en kraftig acceleration av den här trenden. Den förändring vi tidigare såg på två år, ser vi nu på ett år. Antalet högerpolitiska profiler har gått från 25 procent till 40 procent bland de hundra mäktigaste på Twitter.

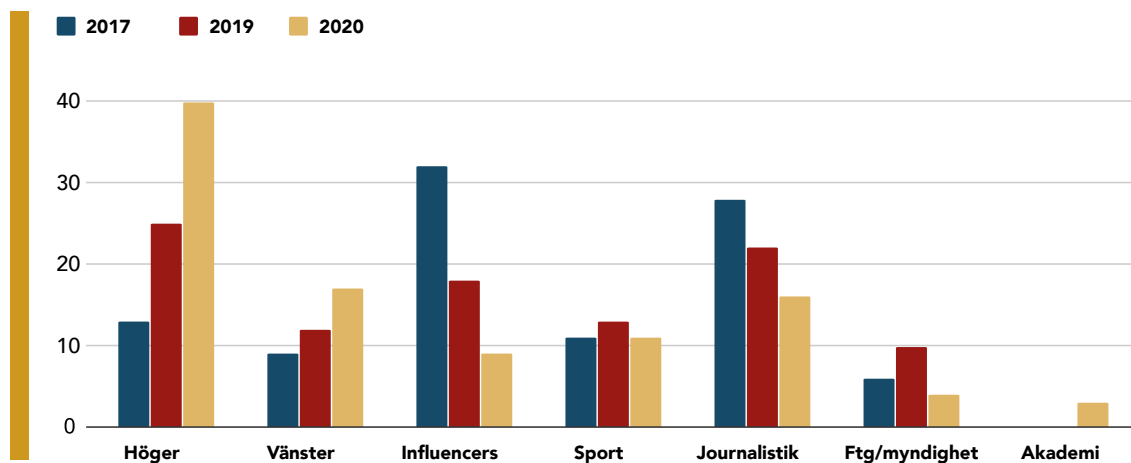
## DEFINITIONER

- Höger röster\* – personer eller partier som tydligt deklarerat politisk hemvist som höger.
- Vänster röster – personer eller partier som tydligt deklarerat politisk hemvist som vänster.
- Journalistik – journalister eller redaktioner som inte har en uttalad politisk hemvist (exklusive sport).
- Sport – Utövare, personer eller redaktioner som har en sport-profil.
- Influencers – Artister, komiker eller internetpersonligheter utan uttalad politisk hemvist.
- Företag/myndighet – Organisation, företag eller myndighet utan uttalad politisk hemvist.

*\*Här rymms både Sverigedemokrater och Centerpartister, Carl Bildt och Hanif Bali, Annie Lööf och Katerina Janouch. Det finns alltså inom höger rösterna en bredd från liberala till starkt invandringskritiska.*

## TWITTER 2020 TOPP 100





Tittar vi på rörelsen över tid blir det ännu tydligare. Alla politiska konton har ökat och står totalt för över hälften av de hundra mäktigaste på Twitter. Det är framför allt på bekostnad av kändisar, influencers och företag/myndigheter.

Ökningen beror framför allt på att vi fått flera nykomlingar på årets barometer. Till exempel Kristdemokraternas policyansvarige, Johan Ingerö (plats 42), Göteborgspartiet Demokraternas Sofie Löwenmark (56) och debattören Jens Ganman (72). Men det är framför allt moderata politiker som gjort entré: Richard Herrey (22) och Johan Forssell (39) är båda nya på topp 100. Faktum är att det nu finns fler Moderater på topp 100 än vad det finns influencers.

Längst fram i ledet går Carl Bildt (2). Twitter har varit hans plattform sedan någon annan svensk knappt ens hade hittat hit. Sedan våra mätningar började har han prenumererat på förstaplaceringar på denna lista. Men det är strax nedanför honom som twitter-högerns reformator finns: Hanif Bali (3).

Den moderata riksdagsledamoten har i flera år varit partiets gossen ruda. Men det har också – nästan helt parallellt med Trumps intåg på Twitter – blivit en karriärklättrare. Åtminstone på Twitter

där han alltså långsamt gått från ingenting till en tredjeplats på fyra år. Han har skapat en helt unik plattform med poddar (God ton) och webbshoppar som genererar hundratusentals kronor om året från sympatisörer. Hans vassa, provocerande sätt har gjort att moderater och en svensk höger skaffat sig samma vassa språk som vänstern har haft under internets tidiga år. Då var det "Vita kränkta män", "Alliansfritt Sverige" och "Inte rasist men" som firade framgångar med en nedlåtande, vass debattstil. Nu har Bali alltså hittat samma språk. Och med det har han fått med sig allt fler moderater - som agerar utifrån sina förutsättningar. Jan Ericson (ny, 57) är moderat riksdagsledamot, men kallar sig "politisk influencer" och erkänner sig som klimatskeptiker på sin blogg. Lars Beckman (ny, 47) är också riksdagsledamot för partiet och ökad på Twitter för sin ständigt hårda kritik mot public service.

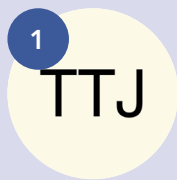
Allt detta sker medan vi ser ett nytt högeralternativ formas i riksdagen, en allians mellan Moderater, Kristdemokrater och Sverigedemokrater. Att alla tre partierna är särskilt lyckosamma på sociala medier kommer säkert få stor betydelse i åren som är kvar till valet.



# FACEBOOK

## **BROTT OCH STRAFF ÖKAR**

Lyckas du skapa sådant som förargar och skapar ilska når du ut. I årets lista ser vi flera sådana förändringar och vårt skruvande på mätmetoden pekar ut hur dessa får allt större makt.



## The typical jag

Förändring: +12



## Fredags fräckisen

Förändring: +13



## Marcus Oscarsson

Förändring: +17

Årets vinnare och förlorare är de som försöker vinna den virala publiken. När Medieakademien i år valt att lägga in ytterligare tre mätpunkter som alla mäter engagemang per post, tydliggörs att de som på ytan kan se ut som vinnare – kanske egentligen inte har så stort inflytande.

Expressen och Aftonbladet har i många år legat högt upp på listan eftersom de postar över 10 000 poster per Facebooksida och år. Det gör att deras ackumulerade siffror blir höga, men det skulle också kunna innebära att de når samma personer flera gånger. Därför har vi i år, utöver den ackumulerade siffran, också viktat in hur mycket engagemang man får – per postning. Snittsiffran skapar ett viktigt komplement, eftersom vi därför mäter både den totala räckvidden och vilket avtryck man lyckas skapa sig vid varje postning.

Det tydliggör också hur brett framför allt traditionella medier skjuter. Medan nya medier som Newsner och Viral king också trycker ut tusentals poster om året, har de en betydligt starkare träffsäkerhet än till exempel Aftonbladet och Expressen.

Det tydliggör än bättre ett skifte i vilka som har och får relevans på Facebook och därmed får störst makt och inflytande.

### 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

### MAXTAK IDENTIFIERAT

De nya virala företagen dominerar fortfarande i Facebooks topp, men det är tydligt att de också har ett maxtak för hur många poster de skjuter ut per år. Både Newsners och Uppskattats olika sajter postar max 5 000 poster per år, oftast runt 2000-3000. Expressen ligger i år på 11 000.

### RAKETER

Kattjournen har haft ett bra år och klättrar hundra placeringar. Men starkast är Albin Karlsson som kommer från ingenstans upp till plats 22. Newsner har ett antal nya sidor i toppen: Den som skrattar förlorar och Humorbibeln. Och Polisen i Huddinge är Sveriges starkaste polisfacebookside.

Plac. 2017	Plac. 2018	Plac. 2019	Plac. 2020	Diff.	Namn på sida	Reaktioner (rank)	Reaktioner/post (rank)	Kommentarer (rank)	Kommentarer/post (rank)	Delningar (rank)	Delningar/post (rank)	Distribuerar
-	12	13	1	12	The typical jag	10	30	1	4	21	56	Viralking
-	15	15	2	13	Fredags fräckisen	13	69	12	33	5	17	Viralking
20	21	20	3	17	Marcus Oscarsson	28	8	43	29	38	20	Influencer
61	41	37	4	33	Joakim Lamotte	67	7	53	13	29	5	Influencer
55	34	14	5	9	Sverigedemokraterna	6	31	20	85	8	51	Politiskt parti
2	2	1	6	-5	Newsner	1	47	8	119	1	49	Newsner
3	4	2	7	-5	Uppskattat	2	60	6	96	3	71	se.Laowl.com
7	6	7	8	-1	Djurens Rätt	15	42	30	100	14	42	Ideell organisation
14	14	17	9	8	Att lyfta sig själv och andra - Tomas Gunnarsson	18	43	45	127	11	34	Influencer
6	7	18	10	8	Lucas Simonsson	129	3	54	3	96	8	Influencer
10	9	5	11	-6	Ett gott skratt	8	155	13	89	2	38	ettgottskratt.se
-	-	57	12	45	Diyari Mahmoud	94	1	143	8	75	2	Halal Comedy
-	88	54	13	41	SVT Humor	29	126	23	80	15	65	SVT
-	1147	111	14	97	Situationer	142	19	36	10	120	28	Blandat
15	11	8	15	-7	Newsners bästa	4	92	14	171	4	80	Newsner
-	17	19	16	3	Framsteg - Jesper Caron	25	35	86	195	12	22	Influencer
-	109	36	17	19	Worldstar Sweden	166	106	10	2	66	35	viralking.se
-	120	118	18	100	Kattjouren	82	70	91	81	40	26	Kattjouren
36	35	30	19	11	Matbibeln	55	87	34	50	71	120	Newsner
24	28	35	20	15	Newsner Djur	12	45	60	218	19	66	Newsner
-	291	63	21	42	Vid Din Sida - Stockholm	27	40	50	112	63	148	Vid Din Sida
-	-	-	22	Ny	Ett Positivt Sinne - Albin Karlsson	57	134	48	110	31	62	Influencer
78	58	45	23	22	Newsner Guldkorn	16	34	70	166	44	113	Newsner
-	81	49	24	25	Djurbibeln	14	58	57	227	23	75	Newsner
-	-	-	25	Ny	Den som skrattar förlorar	156	15	166	32	93	16	Newsner
23	50	38	26	12	Jonas Gardell	19	10	108	122	98	125	Influencer
-	-	-	27	Ny	Humorbibeln	50	237	29	123	16	55	Humorbibeln.se
-	36	31	28	3	Stöd svenska polisen	33	81	74	179	48	127	Blandat
-	162	141	29	112	Polisen Huddinge	65	49	130	116	90	93	Blandat
12	13	11	30	-19	SVT	21	188	25	178	20	155	SVT
80	70	64	31	33	Jimmie Åkesson	90	39	203	128	94	59	Politiker
73	65	26	32	-6	Socialdemokraterna	80	119	61	74	110	191	Politiskt parti
8	5	9	33	-24	Kärlek	36	385	9	54	17	151	Nuntium
102	105	93	34	59	Stefan Löfven	105	53	137	78	167	115	Politiker
167	98	79	35	44	Moderaterna	61	86	121	168	89	142	Politiskt parti
63	68	66	36	30	Herregud & Co	41	26	253	321	33	23	Influencer
-	171	151	37	114	Arga bibliotekstanten	39	66	149	304	50	98	Influencer
-	247	108	38	70	Slöseriombudsmannen	119	62	213	136	106	70	Skattebetalarna
9	10	10	39	-29	Skratta	44	472	11	60	18	138	Nuntium
155	116	83	40	43	Vänsterpartiet	113	101	152	131	124	124	Politiskt parti
4	3	6	41	-35	Aftonbladet	3	243	2	155	6	346	Aftonbladet
-	415	98	42	56	Roliga	106	250	5	9	119	268	Viralking.se
37	25	23	43	-20	Newsner Familj	20	201	49	416	9	92	Newsner
-	-	-	44	Ny	Bara Svenska Memes	184	234	37	34	149	172	Influencer
-	-	-	45	Ny	Folkhälsomyndigheten	300	50	263	47	133	19	Myndighet
-	98	62	46	16	Jag Älskar Sverige	58	104	111	207	111	235	viralking.se
67	91	68	47	21	Magda Gad	135	68	182	103	199	141	Influencer
33	74	88	48	40	Kungahuset	38	16	197	216	172	198	Kungahuset
-	-	-	49	Ny	Småstadsliv	63	251	75	225	56	168	smastadsliv.se
-	-	-	50	Ny	Mannerström	178	76	196	95	193	106	Influencer

Plac. 2017	Plac. 2018	Plac. 2019	Plac. 2020	Diff.	Namn på sida	Reaktioner (rank)	Reaktioner/post (rank)	Kommentarer (rank)	Kommentarer/post (rank)	Delningar (rank)	Delningar/post (rank)
-	-	28	51	-23	Greta Thunberg	46	63	185	327	81	143
58	48	51	52	-1	Öppet arkiv	265	73	294	88	114	25
-	87	82	53	29	Uppskattat Djur	11	98	76	471	30	187
-	1012	81	54	27	Efterlyst	148	283	157	266	26	30
-	86	80	55	25	Sonjas sida	48	367	64	363	13	81
-	115	95	56	39	Politiskt Inkorrekt	30	274	51	409	22	163
62	81	112	57	55	Polisen	197	75	335	151	143	57
-	326	160	58	102	Solidaritet Igen	141	202	218	312	42	43
-	300	301	59	242	Kommer du ihåg	93	165	215	375	55	74
-	22	42	60	-18	Gilla sidan eller sk*t i det	181	319	148	209	61	73
1	1	3	61	-58	Expressen	5	380	4	177	10	448
175	377	389	62	327	Emanuel Karlsten	183	203	244	279	80	72
-	-	146	63	83	Roliga skämt	77	353	106	421	32	111
-	262	181	64	117	Roliga katter	51	32	396	482	84	86
-	84	77	65	12	Skrattemyndigheten	72	657	26	187	24	171
-	-	-	66	Ny	Jonatan Alfvén	582	2	412	5	138	1
-	-	251	67	184	Katrin Sundberg	242	41	478	125	219	52
-	113	107	68	39	Birgittas-Blandning	35	212	122	632	27	131
185	203	172	69	103	Jonas Sjöstedt	97	152	200	305	162	255
-	317	335	70	265	Polisen Stockholm - hundenheten	117	9	390	79	466	121
-	-	-	71	Ny	Ölbibeln	676	144	99	17	213	33
-	-	-	72	Ny	Charlie Weimers MEP	213	137	344	242	157	99
-	235	197	73	124	Svenska kyrkan	138	124	267	275	194	205
-	694	493	74	419	Björn Ranelid (officiell)	409	18	560	53	171	12
128	97	117	75	42	WZUP	354	424	89	65	158	144
-	-	159	76	83	NB Nyhetsbyrån	53	418	68	405	41	254
-	209	179	77	102	Wisti	74	85	400	557	59	64
-	225	340	78	262	Magdalena Andersson	287	167	258	130	252	147
-	-	-	79	Ny	Vi har kraften c/o Christian Wass	104	309	195	507	43	97
65	83	109	80	29	Sverige mot sarskrivning	137	94	349	290	215	181
-	3388	7295	81	7214	Katerina Janouch	206	180	347	310	145	119
210	569	978	82	896	Robert Gustafsson	439	17	655	64	127	7
99	254	134	83	51	Aron Anderson	205	83	31	15	590	387
47	30	32	84	-52	SVT Nyheter	31	491	18	217	45	527
-	199	132	85	47	Galenskaparna och After Shave	316	46	561	124	250	48
-	130	161	86	75	Älska Sverige	96	71	365	382	212	228
-	379	279	87	192	I allmänhetens tjänst - granskning av public service	100	162	278	465	132	220
-	3394	223	88	135	Stefan Sauk	376	27	690	106	153	13
-	-	764	89	675	Svenska fräckisar	174	460	178	367	67	128
-	60	69	90	-21	Norrland. Ett eget land	7	67	135	792	54	324
97	108	78	91	-13	Hundstallet	189	113	502	360	137	84
40	59	3224	92	3132	Nalle Puh	233	36	740	270	91	15
-	-	46	93	-47	Fräckisar	87	786	38	288	25	176
38	29	29	94	-65	Vi gillar olika	123	82	301	239	347	315
-	273	272	95	177	Inte rasist men Realist	228	398	221	348	87	129
-	581	162	96	66	Ebba Busch	167	149	271	254	282	288
31	61	39	97	-58	Världsnaturfonden WWF	76	159	269	548	116	251
-	-	-	98	Ny	Vafan, klart att vi ska få sjunga Nationalsången	70	569	67	376	51	291
-	155	505	99	406	Sven Melander	284	4	938	72	126	4
-	136	103	100	3	Djurrättsalliansen	81	346	160	538	70	257



Plac. 2017	Plac. 2018	Plac. 2019	Plac. 2020	Diff.	Namn på sida	Reaktioner (rank)	Reaktioner/post (rank)	Kommentarer (rank)	Kommentarer/post (rank)	Delningar (rank)	Delningar/post (rank)
-	173	154	101	53	Gunhild Carling	62	268	192	651	64	218
-	126	56	102	-46	Land	56	465	100	679	28	166
-	212	176	103	73	Polisen nordvästra Skåne	66	233	163	491	139	416
-	-	-	104	Ny	Olle Thorell	262	466	224	325	101	153
-	-	-	105	Ny	SamhällsNytt	89	681	77	442	37	208
-	-	-	106	Ny	Positiv	84	221	279	669	82	203
-	886	358	107	251	Ulf Kristersson	200	168	318	263	323	301
-	106	114	108	6	C More Hockey	73	351	62	228	185	692
152	167	123	109	14	Vi som älskar kungafamiljen	43	37	189	251	420	653
214	323	241	110	131	Pågen Giffjar	366	48	116	21	815	258
-	-	-	111	Ny	Kod 291	254	450	240	355	140	199
-	330	224	112	112	Soheila Fors	235	179	467	357	230	175
-	139	142	113	29	Nyheter Idag	64	603	72	478	58	371
-	-	-	114	Ny	Jessica Stegrud MEP	353	213	382	213	306	189
-	-	-	115	Ny	Utvisa kriminella invandrare	415	301	295	172	286	201
5	8	12	116	-104	TV4	24	520	19	311	57	776
-	742	1040	117	923	Jon Henrik Fjällgren	192	44	401	137	625	316
44	31	34	118	-84	Sportbibeln	17	614	7	147	49	884
-	92	96	119	-23	Utan varandra är vi ingen	83	615	124	684	35	196
-	-	512	120	392	Annika Strandhäll	396	161	393	140	455	215
-	-	-	121	Ny	Carl Stanley	817	28	624	31	259	10
-	-	-	122	Ny	Sungen	194	360	174	260	287	495
-	-	-	123	Ny	Humorsidan	780	304	275	71	262	78
-	-	-	124	Ny	Nöjeslivet	22	194	44	341	165	1024
180	67	126	125	1	HBO Nordic	92	206	107	215	390	831
-	-	354	126	228	Dyngbaggegalan	378	754	109	150	176	281
320	745	435	127	308	Morgonpasset i P3	524	154	364	94	553	209
-	-	-	128	Ny	Peter & Bruno	473	153	225	57	688	305
-	175	252	129	123	Aldrig Ensam	231	11	909	158	517	76
-	226	168	130	38	SPF Seniorerna	168	405	248	531	180	375
-	476	586	131	455	Ardalan Shekarabi	290	419	241	292	304	376
16	18	47	132	-85	Existenz.se	42	537	17	144	136	1049
51	52	52	133	-81	Viralking	151	613	142	468	128	436
-	696	522	134	388	Krisinformation.se	457	626	334	359	97	103
-	584	316	135	181	SVT Barn	413	401	372	313	265	236
148	202	182	136	46	Alice Teodorescu offentlig	480	52	861	169	397	61
-	-	-	137	Ny	Lappland Photo	164	89	366	248	630	546
130	135	101	138	-37	Språkföralla	801	122	324	35	638	126
78	85	113	139	-26	Newsner Musik	186	321	452	702	159	234
-	1562	383	140	243	Avgå Stefan Löfven	214	695	206	541	102	298
-	128	209	141	68	Fixasjäl	260	733	66	118	272	619
108	335	306	142	164	UNICEF Sverige	249	151	643	458	339	230
-	368	2551	143	2408	Vi som gillar öl	865	310	418	105	298	77
-	489	497	144	353	Magnus Carlsson	121	95	405	361	524	572
-	55	84	145	-61	Kan den svenska flaggan få 1 000 000 likes?	49	484	165	1079	36	267
-	-	-	146	Ny	Örebropartiet	601	220	754	317	163	40
-	-	683	147	536	Lotta på Liseberg	298	176	522	309	479	320
-	214	171	148	23	Uppdrag granskning	548	517	233	167	348	295
17	20	25	149	-124	Sportbladet	9	492	21	524	53	1017
-	599	553	150	403	Kalmar	768	131	880	189	144	14

Plac. 2017	Plac. 2018	Plac. 2019	Plac. 2020	Diff.	Namn på sida	Reaktioner (rank)	Reaktioner/post (rank)	Kommentarer (rank)	Kommentarer/post (rank)	Delningar (rank)	Delningar/post (rank)
-	268	230	151	79	Vita Kränkta Kvinnor	136	479	243	712	154	423
-	93	4	152	-148	Expressen Story	26	944	15	323	34	808
-	-	408	153	255	Faktafabriken	79	557	169	847	79	429
-	-	-	154	Ny	Love and Hope	645	109	859	208	296	46
-	423	309	155	154	Livrustkammaren	124	138	457	543	392	525
-	-	129	156	-27	TittaPaVideon	23	574	87	1284	7	214
-	535	300	157	143	Ett gott skratt förlänger både livet och mungiporna	463	556	496	502	100	89
-	-	1620	158	1462	Filip Dikmen	1272	6	373	1	552	6
206	344	667	159	508	Rickard Söderberg	329	14	576	61	1019	219
-	305	200	160	40	Karsten Torebjer Official	1273	175	314	24	421	37
-	436	388	161	227	Kommunal	398	324	669	555	187	123
-	251	232	162	70	FriaTider.se	407	687	242	343	240	348
-	1081	873	163	710	Maria Åkerberg	346	596	217	296	327	490
-	-	-	164	Ny	Linnéa Claeson	294	189	533	345	535	407
-	627	790	165	625	Glada Hudik-teatern	145	125	545	566	431	501
-	490	192	166	26	Rättvisa bilskatter	527	322	582	342	344	206
-	-	-	167	Ny	Runar Sögaard	608	331	557	277	366	192
-	405	266	168	98	Sandgrund Lars Lerin	144	22	702	333	745	399
-	-	-	169	Ny	Nettbuss Bus4You	459	93	819	249	560	167
-	186	190	170	20	Ryttarinspiration	332	432	354	370	396	469
-	567	387	171	216	Rebecca Weidmo Uvell	239	357	519	671	246	326
-	-	-	172	Ny	Linea	699	386	448	186	427	221
46	75	4291	173	4118	Disney	913	390	375	104	429	157
52	42	44	174	-130	TV4 Nyheterna	45	963	28	501	60	774
92	137	139	175	-36	Cancerfonden	207	187	592	599	399	412
-	-	-	176	Ny	Maria Rashidi	430	279	799	575	208	116
-	-	-	177	Ny	Bubbelbibeln	1275	142	147	6	753	87
-	133	145	178	-33	Rockklassiker	202	740	187	536	189	560
177	360	524	179	345	Kolmården	420	169	569	244	666	354
-	-	440	180	260	Sebastian Stakset	317	223	729	568	341	249
-	364	263	181	82	Göteborgshumor	253	816	272	670	122	308
-	198	184	182	2	Hundar Utan Hem	308	443	505	603	260	323
-	-	328	183	145	Diggiloo	325	117	581	250	750	419
-	-	-	184	Ny	Jerry gillar	381	1256	3	7	224	582
-	279	233	185	48	Dag Öhrlund Författare	88	627	173	886	99	580
-	-	-	186	Ny	Skratta ihjäl	195	1265	117	592	47	244
165	144	86	187	-101	RIX MorronZoo	109	714	33	176	261	1179
-	-	605	188	417	Simon Häggström	476	157	928	439	377	132
-	-	-	189	Ny	Tobias Baudin	338	292	726	672	269	224
79	169	278	190	88	Musikhjälpen	261	147	597	366	658	494
-	1430	2027	191	1836	Krossa Jantelagen	564	495	672	559	146	94
-	-	-	192	Ny	Pinchos	377	150	179	49	1082	696
-	387	135	193	-58	Alternativ för Sverige	433	485	466	443	361	367
101	111	338	194	144	Solsidan	557	209	346	109	871	472
-	-	421	195	226	Tina Politik	198	741	308	875	105	344
30	249	716	196	520	Mia Skäringer	872	20	992	59	612	24
-	-	-	197	Ny	Pontus Hugosson	1112	163	635	69	543	67
-	-	-	198	Ny	Fredriks Fika	147	587	415	1201	62	182
-	447	394	199	195	Max Gustafson	392	499	629	711	181	185
-	428	494	200	294	Polisen Uppsala län	340	425	623	697	243	271

# DET VAR BÄTTRE FÖRR OCH SKRATT FUNKAR PÅ FACEBOOK

Den nya algoritmen för vår Facebook-ranking betyder alltså i praktiken att den som gör "starkt content" numera premieras lite mer än de som i första hand trycker ur sig många postningar. Det har i sin tur gjort att personer som väcker starka känslor - oavsett om det är upprördhet och indignation eller hjärtliga skratt - tar större plats på listan, och de traditionella mediehusen som kommunicerar ett nyhetsflöde till sina följare fått lite svårare att ta plats. En sån som Joakim Lamotte åker upp och Expressen ner.

När de med starkast poster premieras blir det än mer slående hur formuladrivet det innehåll som fungerar på Facebook är. Inte sällan lånar dessutom innehållsskaparna av varandra och ett lyckat meme återföds ofta i respektive sidskapares egna design.

Här är några exempel på det som engagerar på topplistan:

## Tänkvärda ord

Klokord, citat och tänkvärdheter. Att Facebook har en äldre demografi än många andra sociala medier märks tydligt här. Personan som engageras av

detta har ofta både barn och barnbarn. Producenterna av den här typen av innehåll kan antingen göra det för att bygga en reklamintäktsaffär (klokorden blandas upp med artiklar som publiceras på viralsajt) eller för att bygga sitt personliga varumärke (åtminstone två av Sveriges största distributörer av klokord och citat gör det för att bygga sina varumärken som inspirationsföreläsare).

## Humor, memes och nostalgi

Snabba skämt, igenkänningshumor och samtidskommenterande memes flödar både från influencers och viralsajter. Även här märks den äldre demografien - ett klassiskt knep för att få upp engagemanget är att posta en bild på t ex Tjorven och Båtsman och be följarna att trycka dit en like om "dom minns".





Joakim Lamotte

19 maj · 🌐



### VARNING FÖR KVINNOMISSHANDLARE

I helgen misshandlades en 20-årig tjej av en 32-årig man i Kiruna. Händelsen utreds just nu av polisen och jag har pratat med tjejen som utsattes. Både hon och hennes mamma tycker att det här filmklippet skall spridas och delas för att varna andra kvinnor.

Jag har försökt få tag på mannen men han håller sig borta.... [Visa mer](#)



👍👎👤 12 tn

4 tn kommentarer 13 tn delningar

### Brottsbekämpning, busar och polishjältar

Opixlade efterlysningar av misstänkt kriminella, indignerade känslöyttringar från "helt vanliga" poliser och hyllningar av deras hundar är tre innehållstyper som engagerar stort. Denna typ av innehåll kan komma från officiella polis-konton som "Polisen i Huddinge" eller från anonyma sidor som "Stöd Svenska Polisen" som alltså inte har någon officiell koppling till polisen, media eller myndighet. Möjligheten för publiken att sprida efterlysningar av misstänkt kriminella ger en känsla av att "hjälpa till" samtidigt som det också visar att man tar avstånd och visar avsky för de beskrivna handlingarna. Sammantaget är det därför en växande kategori som belönas av Facebooks algoritmer.

I värderingen av innehåll att publicera verkar flera på topplistan vara ointresserade eller okunniga om etiska avväganden. Saker som tas på stort allvar i andra medier – källkritik, undvikanden av stereotyper, försök att balansera rapporteringen – är i princip obefintligt bland flera av sidorna på topplistan. Det är Facebooks publik och algoritmer som styr vad som publiceras, inget annat.

### TOPP-TIO, GAMLA MÄTMETODEN

Vi menar att den nya algoritmen vi använder oss av för att mäta Facebook ger en bättre bild av maktdistribution. En baksida av förändringen är att jämförbarheten i tidslinjen försämras. Därför har vi även en jämförande lista här - baserat på den gamla algoritmen, med årets data:

1. (1). Newsner
2. (6). Aftonbladet
3. (2). Uppskattat
4. (3). Expressen
5. (8). Newsners bästa
6. (5). Ett gott skrott
7. (15). Fredagsfräckisen
8. (13). The typical jag
9. (14). Sverigedemokraterna
10. (7). Djurens Rätt

Med den gamla rankingen skulle vi framhålla hur Aftonbladet, Fredagsfräckisen, The typical jag och Sverigedemokraterna klättrat, men utan att hota den ständiga ettan Newsner. Lite längre ned på listan, på plats 13, hittar vi en riktig raket i SVT Humor. Kanalen med public service-humor har lyckats klättra hela 41 placeringar, vilket får anses vara mycket bra jobbat.

# DE ETABLERADE MEDIEHUSEN HAR ÖVERGETT KLICKBETES-AFFÄREN

**När vi jämför vilka som hade makten över Facebook-trafiken för tre år sedan när vi släppte Maktbarometern för första gången ser vi stora skillnader - inte minst bland mediehusen.**

De etablerade mediehusen verkar ha övergett idén om att driva trafik till klickbetes-sajter för att där dra in pengar på digitala annonser. Istället satsar man nu på sina egna premiumtjänster och betalväggar. På topplistan syns detta bland annat genom att Bonnier helt övergett topprankade klickbetes-sidor som "Vi som älskar fredagsmys" och att tidningen KIT rasat över 800 placeringar. TV4 har i sin tur rasat 144 placeringar och satsar på sin egna


Premium-affär istället för att driva trafik från Facebook. Schibstedt har i sin tur gett upp sitt clickbait-flaggskepp Lajkat.se som trots hyfsad omsättning inte kom upp i plus-resultat. De etablerade mediehusens trafik och placeringar på topplistan har istället övertagits av sidor från mindre etablerade mediehus som Newsner och Viral King som uppenbarligen lyckas hitta ett lönsamt sätt driva den här typen av affär.

## TOPPLISTAN 2017

1. **Expressen**
2. Newsner
3. Uppskattat
4. **Aftonbladet**
5. **TV4**
6. Lucas Simonsson
7. Djurens Rätt
8. Kärlek
9. skratta
10. Ett gott skratt
11. **SportExpressen**
12. SVT
13. **Vi som älskar fredagsmys**
14. Att överlista Jante
15. Newsners bästa

## TOPPLISTAN 2020

1. Newsner
2. **Aftonbladet**
3. Uppskattat
4. **Expressen**
5. Newsners bästa
6. Ett gott skratt
7. Fredagsfräckisen
8. The typical jag
9. Sverigedemokraterna
10. Djurens Rätt
11. Kärlek
12. SVT
13. SVT Humor
14. skratta
15. Sportbibeln

 Aktörer som satsat på betalvägg / egna premiumtjänster



# YOUTUBE

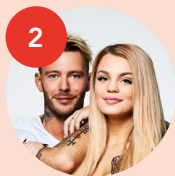
## PRENUMERANTEN ÄR DÖD

Therese Lindgren toppar Youtube, men även hon behöver ta till allt mer extrema åtgärder för att behålla den miljon följare som redan prenumererat på hennes kanal. Det skapar ett ängsligt youtube-klimat.



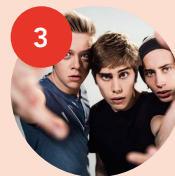
## Therése Lindgren

Förändring: +/- 0



## Jocke & Jonna

Förändring: +1



## IJustWantToBeCool2

Förändring: +4

Youtube i Sverige har fått sin elit, med Therese Lindgren, familjen Lundell, JLC och Ijustwanttobecool. Men vi ser också tendenser till ett generationsskifte.

Framför allt ser vi hur de som satsar på musik lyckas använda plattformen särskilt framgångsrikt. Mariestadsbon Sebastian Tadros är en av årets stora raketer, men också Pontus Rasmusson, Dree Low och 1cuz. Och trots att toppen domineras av etablerade aktörer kan fortfarande nykomlingar utmana. Duno är en svensk gamingkanal som kommit från ingenstans upp på topp 50.

Förändringen i toppen handlar istället om att flera av de stora börjar hitta nya affärsmodeller.

Familjen Joakim och Jonna Lundell beslutade under året att lämna Youtube och istället satsa på ett (betydligt mer lönsamt) samarbete med Dplay – något som senare gav dem Kristallen för Årets program. När pandemin kom beslutade de att återgå till Youtube och testade där en rad nya påkostade format som haft miljonpublik: Splash och Kurragömma. Mot Dplay vandrar nu också JLC och flera av de andra i toppen har börjat bygga nya bolag med försäljning av produkter, som ger en större långsiktighet och framför allt högre lönsamhet.

### RANKING BASERAS PÅ:

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

### GAMERS FÖRLORARE MED NYA MÄTPUNKTER

Årets barometer har tre nya mätpunkter, som tar hänsyn till likes per video. Eftersom gamers tendererar att posta väldigt många videos per år har de tidigare premierats när vi bara räknat totala antal visningar och engagemang. När vi är räknar in hur mycket räckvidd man får per video, hamnar de längre ner. Vi menar att det skapar en mer rättvis bild av deras inflytande.

### YOUTUBE STOPPAR KOMMENTARER

Förra året började Youtube stänga av kommentarer på kanaler där barn ofta figurerade. Detta efter att det upptäcktes hur det användes av pedofiler. Förändringen har drabbat flera stora familjekonton på listan – bland annat Margaux Dietz (-2833) – eftersom kommentarer är en viktig mätpunkt när Medieakademin ska förstå ett kontos inflytande.

Plac. 2017	Plac. 2018	Plac. 2019	Plac. 2020	Diff.	Namn	Visningar (rank)	Visningar per video (rank)	Likes (rank)	Likes per video (rank)	Kommentarer (rank)	Kommentarer per video (rank)
3	2	1	1	0	Therese Lindgren	7	31	5	10	11	9
2	1	3	2	1	Jocke & Jonna	32	15	22	2	2	1
5	6	7	3	4	IJustWantToBeCool2	9	34	4	7	16	16
-	-	63	4	59	Sebastian Tadros	17	25	12	4	25	10
-	-	13	5	8	Gordon Dewoon	30	48	11	6	14	4
41	9	4	6	-2	JLC	4	26	3	8	29	46
-	-	43	7	36	Uppdrag: Mat	26	7	29	1	58	5
-	-	5	8	-3	Anis Don Demina	3	69	2	19	5	29
1	3	2	9	-7	PewDiePie	1	104	1	12	1	11
	20	51	10	41	The Swedish Family	6	36	28	52	20	33
32	7	11	11	0	Tomu	12	101	6	41	7	24
-	-	171	12	159	Pontus Rasmusson	65	84	27	16	6	2
9	11	10	13	-3	Familjen Torsgården	50	94	15	17	38	28
13	28	6	14	-8	Random Making Movies	44	57	31	18	54	40
7	7	9	15	-6	Vlad Reiser	61	75	38	20	42	18
-	-	105	16	89	iskall85	36	143	13	44	10	15
-	-	14	17	-3	Antonija Mandir	13	83	18	54	31	65
-	-	20	18	2	Hydra	59	117	23	31	21	17
-	-	21	19	2	Verz	91	125	17	11	19	6
27	32	27	20	7	SampeV2	42	113	20	43	23	34
-	-	197	21	176	Dree Low	14	3	88	27	114	31
-	-	32	22	10	Bianca Ingrosso	11	45	37	57	51	80
88	67	110	23	87	Filip Dikmen	49	79	41	39	46	38
-	-	49	24	25	Viktor Klemming	77	49	81	37	47	7
-	-	58	25	33	Emma och Konrad	72	106	40	32	39	19
6	4	8	26	-18	Ben Mitkus	47	127	19	38	30	47
22	31	28	27	1	Linn Ahlborg	37	47	39	24	87	76
-	-	159	28	131	JeppeGaming	76	129	26	23	34	23
-	-	84	29	55	Emil Hansius	53	118	25	40	40	44
17	26	16	30	-14	IJustWantToBeCool	96	37	61	9	103	21
-	-	19	31	-12	Matkoma	19	82	45	81	43	62
-	-	133	32	101	SS TV	51	1	147	3	153	3
-	-	112	33	79	Z.e Official	58	5	120	15	157	20
-	-	419	34	385	1 Cuz	73	2	162	13	169	8
-	-	18	35	-17	Cluee News	56	178	34	76	33	64
26	47	37	36	1	ManfredErlandsson	129	78	90	42	94	30
-	-	206	37	169	Martin Rockström	104	184	71	100	15	12
23	70	89	38	51	Anomaly	81	173	42	55	59	78
-	-	100	39	61	NewPlay	107	71	74	35	149	84
-	-	74	40	34	Jasse	52	123	79	130	69	106
-	-	62	41	21	Yumi Gaming	40	215	50	178	18	67
31	53	59	42	17	Hampus Hedström	152	95	91	36	151	60
-	-	322	43	279	ANJO	185	194	78	49	60	27
-	-	82	44	38	Lisa Anckarman	45	148	52	113	79	178
-	-	141	45	96	Karaktärer	176	29	143	14	222	41
-	18	30	46	-16	Tomas och Malin	125	254	55	90	45	56
-	-	126	47	79	Anomaly & Papanomaly	143	224	60	62	70	66
-	-	-	48	Ny	Duno	18	299	24	213	4	69
-	-	202	49	153	Fivestar Records	108	16	196	46	216	49
-	26	40	50	-10	Matinbum	29	333	14	155	9	92



Plac. 2017	Plac. 2018	Plac. 2019	Plac. 2020	Diff.	Namn	Visningar (rank)	Visningar per video (rank)	Likes (rank)	Likes per video (rank)	Kommentarer (rank)	Kommentarer per video (rank)
-	-	128	51	77	Familjen Arcombe	113	273	56	117	36	58
-	-	143	52	91	Ant Wan	93	32	190	79	189	71
-	-	94	53	41	Alice Stenlöf	57	138	67	123	113	191
-	-	78	54	24	Yumi	158	146	132	97	107	53
15	43	50	55	-5	LAKI	80	234	51	109	72	158
-	-	44	56	-12	Daniel Norlin	132	276	48	77	68	108
-	-	119	57	62	TeamOdifat	151	166	100	86	123	91
-	-	239	58	181	SaliBoyOfficial	195	10	249	22	228	13
16	68	83	59	24	Tova Helgesson	256	153	128	47	120	26
-	-	92	60	32	Falken	120	269	59	114	67	120
20	35	17	61	-44	Misslisibell	87	190	85	152	91	154
-	-	138	62	76	BL	117	58	170	85	210	125
-	-	120	63	57	Johanna Berg	149	251	104	154	57	52
-	12	23	64	-41	Moa Murderess	189	235	105	112	75	54
-	-	-	65	Ny	Rezdar	78	354	44	164	26	114
-	-	-	66	Ny	Martin Björk	112	74	140	87	207	162
-	-	220	67	153	keebabb	39	404	21	206	8	107
-	9	26	68	-42	L22	21	449	8	211	3	101
-	-	73	69	4	Eliott Malhotra	118	231	54	88	121	189
52	85	333	70	263	Teo	121	262	53	89	97	183
-	16	34	71	-37	Simon Lussetti	54	335	35	175	35	174
12	44	85	72	13	Joen	169	277	68	84	98	130
-	-	80	73	7	Crash Brothers	196	176	129	94	141	94
-	-	-	74	Ny	Einár Ns1	225	12	299	25	269	14
-	-	61	75	-14	The Verz Cast	327	204	126	45	119	25
-	39	29	76	-47	Kammi	124	217	76	104	136	207
-	-	169	77	92	GörDetMedRW	137	258	111	187	73	99
-	20	22	78	-56	Lea Wallin	105	345	77	207	37	100
-	-	-	79	Ny	Phillipe Cohen	172	102	151	61	247	146
-	-	54	80	-26	Amanda Lundgren	111	192	92	144	135	205
-	-	90	81	9	Ribecka	90	207	80	137	137	245
73	15	12	82	-70	ChrisWhippit	41	470	7	168	17	215
-	-	142	83	59	SketchMakers	164	219	101	115	152	176
-	-	-	84	Ny	Marcus Dübois	141	197	102	118	167	211
-	-	134	85	49	Henrik Jönsson	223	373	96	139	55	51
-	-	204	86	118	Filip Poon	85	293	86	240	63	173
-	-	87	87	0	Konstiga Bloggen	235	164	139	67	208	132
14	41	101	88	13	Felicia Bergström	200	264	127	148	109	103
-	-	98	89	9	vivalajulian	182	483	58	141	28	63
-	-	79	90	-11	Ludze	166	430	70	157	49	88
-	-	48	91	-43	Melodifestivalen	38	134	122	275	126	266
-	-	376	92	284	Freudian Slip Productions	366	42	212	5	319	22
37	52	47	93	-46	TheBentish	261	314	109	96	111	77
-	-	113	94	19	Don V	243	139	179	74	240	122
-	-	148	95	53	Svensk Webbtv	88	441	62	257	24	136
-	-	132	96	36	Angry Foreigner	319	386	108	95	64	37
-	-	264	97	167	Levinho	35	431	10	167	44	324
21	17	15	98	-83	Stamsite	63	491	30	219	22	186
-	-	554	99	455	Kevzter	64	523	36	260	12	126
59	49	56	100	-44	JOYJ	241	358	107	133	90	93

Plac. 2017	Plac. 2018	Plac. 2019	Plac. 2020	Diff.	Namn	Visningar (rank)	Visningar per video (rank)	Likes (rank)	Likes per video (rank)	Kommentarer (rank)	Kommentarer per video (rank)
-	-	76	101	-25	Linnea & Viola	110	256	103	209	125	236
-	-	-	102	Ny	Pontus Rasmusson 2.0	345	177	201	71	190	57
-	-	-	103	Ny	Bröderna Berg 2.0	155	472	65	185	48	116
-	-	36	104	-68	Gustav & Johanna	215	208	173	149	163	134
-	-	140	105	35	Berts Värld	135	348	113	258	62	127
-	-	57	106	-49	Kapten Riley	397	119	199	26	261	48
-	-	93	107	-14	Amanda Strand	146	205	138	174	170	222
-	-	406	108	298	Diana Baban	134	193	117	156	192	267
33	66	155	109	46	Narins Beauty	221	368	83	107	124	159
4	36	53	110	-57	Thomas Sekelius	187	324	118	191	100	145
-	-	38	111	-73	Bröderna Berg	201	406	95	182	78	135
-	-	121	112	9	Stadsbild TV	114	170	168	226	174	253
-	-	933	113	820	Sevou	68	546	16	195	27	254
-	-	65	114	-49	Erpewijk, Melissa & Co	204	266	161	186	140	149
-	-	189	115	74	Maurice Hill	250	364	136	162	102	104
-	-	-	116	Ny	Top Guyz Records	191	24	294	69	410	131
-	23	31	117	-86	Matgeek	70	313	89	301	77	271
-	-	-	118	Ny	Bencu Recordz	290	44	342	68	330	50
-	-	-	119	Ny	Vanja Engström	337	107	269	72	279	61
-	-	699	120	579	Dollar TV	251	18	374	50	387	45
-	46	60	121	-61	Wilma & Emil	140	200	130	163	209	290
-	-	86	122	-36	Vendela Nilsson	102	409	64	228	74	256
42	47	52	123	-71	MonteFjanton	231	407	110	169	92	128
-	-	146	124	22	Tjafs !	270	137	349	201	146	36
-	-	-	125	Ny	Teknikens Värld	184	39	397	172	278	70
62	148	505	126	379	ToveLoVEVO	192	157	148	99	282	265
-	-	95	127	-32	Drimse	248	246	163	127	193	168
-	-	165	128	37	Mimi Höglin	138	352	82	180	129	274
-	33	42	129	-87	Ida Warg	122	236	125	212	168	294
-	-	-	130	Ny	Diyari	322	56	251	34	408	86
-	-	136	131	5	Keku	368	328	141	80	159	89
-	-	192	132	60	Sabaton	175	229	155	177	195	249
-	-	307	133	174	Snoh Aalegra	339	46	265	28	435	75
-	-	25	134	-109	zaitrOs	89	565	43	253	32	214
-	-	-	135	Ny	Preme	479	221	228	56	181	32
-	-	115	136	-21	Eskil Grahn	234	260	159	143	200	208
-	-	104	137	-33	Alexandra Nilsson	127	282	150	287	128	237
-	-	-	138	Ny	Unga Scener	284	112	297	116	303	112
-	-	648	139	509	Oliver Nordin	48	30	187	145	404	440
-	-	244	140	104	Jönssonsquaden	186	443	134	291	65	137
-	-	460	141	319	Robert Gustafsson - Official	341	35	282	21	502	81
72	61	68	142	-74	Bröderna Norberg - Daniel och Emil	232	132	236	120	336	224
-	-	-	143	Ny	Markus Aujalay	334	222	227	119	245	140
-	-	96	144	-48	Jonna Jinton	361	303	175	105	203	141
-	-	-	145	Ny	advokatsnack	312	396	208	222	99	73
25	40	67	146	-79	Kimmy POWER	174	485	97	254	93	239
-	-	106	147	-41	Skavlan	203	343	209	319	115	156
-	-	108	148	-40	Gurkis	145	175	75	60	366	530
-	-	517	149	368	Tanbyklara	100	255	116	259	188	438
11	13	24	150	-126	Ufosxm	34	377	33	245	96	580

Plac. 2017	Plac. 2018	Plac. 2019	Plac. 2020	Diff.	Namn	Visningar (rank)	Visningar per video (rank)	Likes (rank)	Likes per video (rank)	Kommentarer (rank)	Kommentarer per video (rank)
-	-	263	151	112	Skogssjön	331	471	169	196	101	98
-	-	109	152	-43	Jewanderz	136	461	87	264	104	321
-	-	-	153	Ny	Critical	291	185	273	179	275	172
-	33	72	154	-82	Katja Jensen	161	533	114	342	56	170
-	-	81	155	-74	Cattis Eklund	219	501	106	232	105	219
-	-	124	156	-32	Johanna Ottosson	441	141	285	63	357	97
-	-	412	157	255	Adaam	336	63	353	75	452	109
-	-	231	158	73	Life Of Momo	390	237	231	102	280	150
35	24	46	159	-113	Familjen Reinhold	109	413	112	372	88	300
-	-	-	160	Ny	Snabb Fakta	289	399	203	242	132	129
-	28	75	161	-86	Talang på TV4	83	244	144	307	183	437
29	38	35	162	-127	Dplay Sverige	5	186	47	333	117	713
-	-	41	163	-122	RASK	260	520	124	214	112	180
-	-	118	164	-46	KulPåHjul	206	489	121	267	108	227
-	-	359	165	194	Lennart Matikainen	313	563	133	208	85	118
-	-	187	166	21	Ida Karlsson	226	245	156	134	308	353
-	-	151	167	-16	Fotboll24	236	274	219	236	220	240
19	22	39	168	-129	SoftisFFS	147	525	66	235	106	351
-	-	135	169	-34	Viafree Sverige	97	210	233	437	160	299
-	-	64	170	-106	Cactufee	131	628	63	306	50	261
123	106	221	171	50	SethEverman	569	199	222	29	350	72
-	-	-	172	Ny	Dafina Zeqiri	148	13	386	111	588	216
-	-	107	173	-66	Felicia Aveklew	177	250	197	252	244	345
-	-	-	174	Ny	Tarzan Extra	497	329	237	101	227	87
-	-	117	175	-58	Lisette Alfredsson	224	444	146	256	147	263
48	60	185	176	9	matte	468	385	154	70	250	160
85	62	172	177	-5	Mapadax	369	265	226	129	301	203
-	-	380	178	202	juicy	213	283	207	255	232	309
-	-	1098	179	919	Molly Sandén	399	120	341	98	414	138
-	-	103	180	-77	buller	370	556	160	200	116	121
-	71	153	181	-28	De Vet Du	367	171	292	126	385	193
-	-	-	182	Ny	kanalgratisdotse	128	418	131	362	139	386
-	-	-	183	Ny	Chris Whippit Vloggar	362	463	172	181	187	213
39	42	71	184	-113	Wilma Holmqvist	193	288	167	230	266	435
-	-	-	185	Ny	Mathilda Hogberg	247	432	224	334	143	201
49	75	222	186	36	RoomieOfficial	156	640	69	289	81	347
-	50	147	187	-40	Fotbollstuben	259	196	266	198	365	306
-	14	55	188	-133	Amir Akrouti	163	454	149	351	138	344
-	-	381	189	192	Lil J TV	377	225	303	173	334	200
-	-	193	190	3	Smith & Thell	218	103	328	189	471	308
-	-	301	191	110	Diego Mami	303	331	223	203	270	287
-	-	149	192	-43	Anna & Kristian	157	391	184	387	156	350
-	-	268	193	75	Beas liv	295	302	216	193	307	317
-	-	122	194	-72	OzzardHoHD	471	317	268	147	283	153
-	-	-	195	Ny	Philip Nguy3n	498	478	234	165	176	105
-	-	296	196	100	Motornörd	208	344	205	304	230	373
-	-	-	197	Ny	Adam von Friesendorff	526	67	367	33	603	82
-	-	226	198	28	Linda-Marie Nilsson	162	280	257	436	205	343
-	-	417	199	218	Jimmie Man	62	702	72	610	13	232
-	-	319	200	119	Sverigedemokraterna	153	625	98	401	80	337

# PRENUMERANTENS FÖRLORADE VÄRDE

En Youtubekanalns prenumeranter används ofta som en nyckel för att förstå hur stor en kanal är. Det är fel. Med åren har det istället blivit allt viktigare för kanaler att förstå och anpassa sig till Youtubes ständigt förändrade algoritmer. Det ställer nya krav på svenska Youtubers – även när de bara vill nå ut till den egna prenumeranten.

Kanske är det på ett sätt logiskt. Den som började prenumerera på en kanal för fem år sedan har kanske växt ifrån kanalen idag. Kanske har Youtube redan sett det i sin data, att tittare tröttnar på sina favoriter och riskerar att försvinna från video-plattformen om den inte upptäcker något nytt. Kanske är det därför kanaler man prenumererar på inte längre får en förstaplats när man loggar in på Youtube. Istället presenteras tittaren för klipp som Youtube tror att den vill se baserat på vad den tidigare sett. Visst, här dyker också klipp upp från prenumererade kanaler, men bara om klippen har fått många klick eller lång visningstid från andra prenumeranter. Om inte?

Då försvinner de ner i en katalog som bara den som letar aktivt hittar.

Samtidigt går det åt båda hållen: Den med få prenumeranter kan kontinuerligt få långt många fler visningar än prenumeranter. Ta till exempel Aftonbladets Youtube-kanal "Uppdrag Mat". Det har letat sig upp till toppskikket på årets barometer och har 380 000 prenumeranter. Men vad som är ännu mer imponerande är att kanalen har i snitt 1 056 000 visningar - per klipp. Alltså nästan tre gånger fler än de har prenumeranter.

Eller ta Pewdiepie, som har över 107 miljoner prenumeranter och fortfarande är världens största Youtuber. I alla fall mätt i just prenumeranter. För mätt i visningar når han bara några enstaka miljoner per klipp: Det senaste året mellan fem och sju miljoner. Det är alltså inte ens tio procent av hans prenumeranter som nås av (eller ser mer än 30 sekunder av) hans klipp.

**Den med få prenumeranter kan kontinuerligt få långt många fler visningar än prenumeranter.**

Exemplena är kanske extrema, men det visar hur svårt det är att bedöma en kanals storlek. Enligt den stickprovsmätning Medieakademin har gjort får svenska kanaler idag bara 40 procent av sina visningar från prenumeranter. Resten kommer alltså från Youtubes algoritmer som belönar just hög visningstid och klick. Alltså: att någon engageras av klippet eller klickar sig in.

Det får också svenska Youtubers att allt mer fokusera på rubriker och tummnaglar (den startbild som syns innan man klickat igång ett klipp) som sticker ut. Eftersom det första klicket är så viktigt för om videon ska överleva, blir alla sådana detaljer avgörande.

**ORGANISERINGS-P\*RR**  
10:46  
458 604 visningar • för 5 dagar sedan

**EN KLIMATSMART HAUL**  
13:55  
**Ni är väl inte intresserade av hållbarhet? Eller?!**  
256 714 visningar • för 1 månad sedan

Allt detta skapar också ett ängsligt Youtube-klimat. Eftersom kreatörer inte längre kan förlita sig på att deras fans kommer att titta på just deras klipp måste de hela tiden hitta nya sätt att chocka, överdriva eller förvåna för att nå ut.

Vi ser hur det här påverkar våra största Youtubers, som Therese Lindgren, liksom de nya som växer fram.

En av årets raketer är till exempel Pontus Rasmusson som under året testat nya gränser. Tendensen är inte ny, men den skapar en stress även för de mest etablerade på Youtube.

Uppdrag mat



**Har hittat Sveriges bästa skolmat**

1,2 mn visningar • för 11 månader sedan

Pewdiepie



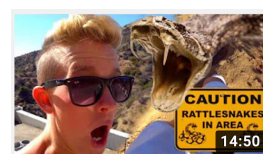
**I play a forbidden Amnesia mod**

3,3 mn visningar • för 11 månader sedan



**DEN SOM SIST LÄMNAR SPABADET VINNER 25 000...**

239 013 visningar • för 1 vecka sedan



**HÖLL PÅ ATT DÖ - SKALLERORMS BETT I USA**

134 235 visningar • för 6 månader sedan



# INSTAGRAM

LUCAS SIMONSSON I TOPP – NÄR  
VI TYDLIGGÖR VAD FRAMGÅNG PÅ  
INSTAGRAM BETYDER.



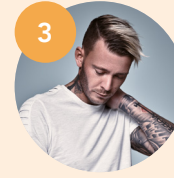
**Lucas Simonsson**

Förändring: +1



**Therése Lindgren**

Förändring: +1



**Joakim Lundell**

Förändring: -2

En av Maktbarometerns stora utmaningar är att det inte finns något sätt att mäta Instagrams "händelser". Denna nu fyra år gamla funktion har blivit allt mer bärande, men Facebook släpper inte ifrån sig någon data om funktionen.

Instagram har, jämfört med Facebook, få möjligheter för innehåll att bli viralt och Medieakademin – som varje år också mäter vilka svenska poster som blir mest virala – ser att det bara är i extremfall som ett konto med få följare får viral framgång. Istället sker byggandet av framgång organiskt och ofta långsamt. Händelser blir då en del av relationsbyggandet och poster i flödet en markör för när man har något att dela med sig som är mer viktigt.

Därför har vi i år skruvat på mätningen för att inte missgynna den som använder "händelser" mer än det vanliga flödet. Vi mäter därför inte totalt antal svenska likes och kommentarer, utan bara hur många kommentarer och likes ett konto får i snitt, per post.

Vi mäter också antal följare. Detta eftersom framgång på Instagram nästan uteslutande korrelerar med växande följartal. Till skillnad från Facebook och Youtube kan användare här inte förvänta sig att bäst material serveras via algoritmer, vilket skapat ett beteende där man direkt följer ett konto man tipsas om eller råkar snubbla över. I år är nykomlingarna Killen med skylten (45) och Hemnetknarkarna (54) två exempel på det: konton som skapar snackisar, vilket i sin tur snabbt bygger stora följarskaror.

### RANKING BASERAS PÅ:

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

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

### RAPPARES FRAMGÅNG

Instagram är den primära plattformen för rappsverige. Einar, 1.cuz, Greekazo, Dree low, når alla enorm framgång. Deras konton är centrala vid albumsläpp och ofta raderar man alla tidigare bilder inför ett sådant – för att skapa koncentration kring den nya musiken. Instagram blir här alltså mer som ett verktyg för att push, än dokumentation över vem man är.

### REDAKTÖRSKONTON

Så kallade "redaktörskonton", dvs konton där innehåll från andra webbsidor, sociala och traditionella medieplattformar kureras och delas igen, är heta i år. Exempel på det är att vi på årets lista hittar Situationer, Dyngbaggegalan, hemnetknarkarna, ellentvshow, existenzglobal med flera ganska högt på listan.

Plac. 2017	Plac. 2018	Plac. 2019	Plac. 2020	Diff.	Namn	Kontonamn	Följare (rank)	Likes per post (rank)	Kommentarer per post (rank)
10	7	2	1	1	Lucas Simonsson	lucas_simonsson	5	1	3
-	-	3	2	1	Therése Lindgren	therese	4	2	6
1	1	1	3	-2	Joakim Lundell	joakimlundell	6	3	4
-	5	5	4	1	Situationer	situationer	7	5	1
-	-	4	5	-1	Jonna Lundell	jonnalundell	8	9	29
39	15	7	6	1	Carl Déman	carldeman	18	8	21
29	11	9	7	2	Filip Dikmen	filipdikmen	24	16	8
71	13	8	8	0	Jonas Fagerström	jonasfagerstrom	20	7	33
-	-	16	9	7	Greta Thunberg	gretathunberg	11	11	52
52	14	10	10	0	Mia Skäringer Lázár	miaskaringerlazar	10	28	37
-	209	17	11	6	Dyngbaggen	dyngbaggegalan	19	58	20
26	23	14	12	2	Klas Eriksson	claerence	51	41	16
-	20	20	13	+7	Ben Mitkus	benmitkus	41	43	25
12	34	36	14	22	Samir Badran	samirbadrans	13	79	30
-	-	42	15	27	Einár	ns1einar	68	14	44
5	9	15	16	-1	David Hellenius	davidhellenius	9	54	75
13	10	12	17	-5	Språk För Alla	sprakforalla	38	72	31
41	27	22	18	4	Bianca Ingrosso	biancaingrosso	3	10	131
67	27	26	19	7	PewDiePie	pewdiepie	81	13	50
46	79	51	20	31	Ellen Bergström	ellenbergstrom	40	39	70
14	12	18	21	-3	Linnéa Claeson	assholesonline	59	68	26
-	-	40	22	18	Diyari Mahmoud	diyarimahmoud	109	29	18
-	18	24	23	1	Mirza Bico	ellentvshow	25	119	14
-	67	28	24	4	Margaux dietz	margauxdietz	29	15	129
-	51	68	25	43	Carina Berg	carinalillyberg	37	34	105
74	16	19	26	-7	Helen Torsgården	helentorsgarden	56	20	101
-	-	30	27	3	Karaktärer	karaktarer	97	31	54
7	30	44	28	16	Kristina 'Keyyo' Petrushina	keyyo	28	55	110
-	21	23	29	-6	Nattid	nattid	52	25	118
146	82	56	30	26	Magnus Uggla	kunguggla	89	52	56
-	344	88	31	57	Anis don Demina	anisdondemina	77	61	64
4	4	6	32	-26	Tova Helgesson	tovahelgesson	23	22	163
-	-	-	33	Ny	Svenska Uttryck ©	svenskauttryck	53	75	80
28	6	13	34	-21	Zlatan Ibrahimović	iamzlatanibrahimovic	2	27	185
-	-	45	35	10	Lunabelle Lundell	lunabellelundell	93	12	109
91	64	50	36	14	Stina Wollter	stinawollter	61	87	66
-	72	54	37	17	Antonija Mandir	aantonijamandir	110	24	85
221	25	11	38	-27	Avicii	avicii	125	38	57
-	-	175	39	136	Förmögen ute 24/7 #FFF	1.cuz	196	26	2
6	8	21	40	-19	Linn Ahlborg	linnahlborg	14	6	204
36	25	35	41	-6	Vlad Reiser	vladreiser	55	98	81
-	45	43	42	1	Familjen Lundell	lundellhuset	85	40	117
32	88	106	43	63	Molly Sandén	m0llys	12	57	175
-	45	37	44	-7	Mirabell Lundgren	mirabell.lundgren	136	23	96
-	-	-	45	Ny	Killen Med Skylten	killenmedskylten	171	37	48
-	-	118	46	72	Vivi Wallin	mammasanningar	92	143	22
42	49	47	47	0	Pernilla Wahlgren	pernillawahlgren	16	63	178
-	334	152	48	104	MadeNiggaMusic	yasinthedon	183	17	67
115	197	157	49	108	Nour El Refai	nourbilder	108	60	104
-	58	32	50	-18	Julia Bergman	juliabergman_	95	48	132

Plac. 2017	Plac. 2018	Plac. 2019	Plac. 2020	Diff.	Namn	Kontonamn	Följare (rank)	Likes per post (rank)	Kommentarer per post (rank)
148	87	62	51	11	Samuel Stronegger	sampev2	197	35	53
385	1316	1743	52	1691	Janemarina	janemarina	213	76	5
99	119	96	53	43	JenNy Strömstedt	jenNystromstedt	57	121	121
-	-	-	54	Ny	De Roligaste Bostadsannonserna	hemnetknarkarna	27	161	115
-	-	74	55	19	Ant Wan	ant.wan1	282	18	15
283	74	39	56	-17	Johanna Nordström	johannanordstrm	86	56	176
225	336	256	57	199	Marcus Oscarsson	oscarssonmarcus	78	144	107
-	-	284	58	226	Ekotipsen du inte vill missa!	ekotipset	33	252	47
-	-	55	59	-4	Z.E	officialz.e	211	36	106
-	90	59	60	-1	Linnéa Claeson	linneaclaeson	135	107	116
-	169	57	61	-4	Meme God	existenzglobal	123	62	177
25	54	34	62	-28	Felix Sandman	felixsandman	63	53	260
-	115	122	63	59	Jonas Ahlborg	jonasahlborg	192	21	173
220	168	95	64	31	Jonas Gardell	jonas.gardell	120	128	159
66	63	66	65	1	Håkan Hellström	hakanhellstrom	277	99	36
-	-	787	66	721	Mauri Hermundsson	mustigamauri	296	32	86
-	-	94	67	27	Mjölbypartiet	mjolbypartiet	210	73	136
58	38	165	68	97	Alexander Hermansson	rackaralex	32	168	219
-	109	65	69	-4	HOV1	dantelindhe	408	19	7
-	-	109	70	39	Oscar Hanna Elliot Oliver	elliottbakar	362	49	27
-	-	480	71	409	Nina Glimsell Udovičić	ninaglimsell	350	45	43
11	33	183	72	111	Wilma Holmqvist	wilmaholmqvist	36	81	324
-	1597	139	73	66	Frida Karlsson	fridakarlsson	267	47	130
133	112	64	74	-10	Kristin Kaspersen	kaspersen	83	155	206
23	31	49	75	-26	Anders Bagge	andersbagge1	22	216	209
-	50	61	76	-15	Daniel Norlin	danielnorlin	146	230	84
-	141	92	77	15	Johanna Ottosson	johannaottossons	383	46	35
-	-	-	78	Ny	Gör nu, tänk sen ute nu	greekazo	317	65	87
106	162	142	79	63	Henrik Schyffert	schyffert	153	154	162
98	1502	2580	80	2500	Nocco	nocco	84	328	61
-	93	69	81	-12	Alfred W Svensson	alfredws	265	156	55
-	176	110	82	28	Louise Winblad	hejhejvardag	207	211	58
79	62	93	83	10	Viktor Frisk	viktorfrisks	35	194	249
80	78	70	84	-14	Roy Fares	royfares	150	164	166
-	-	-	85	Ny	DanNy Saucedo	danNysaucedo	42	220	223
418	59	77	86	-9	Henrik Lundqvist	hank30Nyr	133	89	263
19	19	38	87	-49	Victor Beer	victorbeer	102	84	300
-	-	113	88	25	Leif GW Persson Official	leifgwperssonofficial	240	152	100
-	-	313	89	224	Top Class Music	dreelow	248	42	205
-	-	-	90	Ny	Sveriges Roligaste Barn	sverigesroligastebarn	182	275	40
-	397	197	91	106	Victor Leksell	victorleksell	337	71	94
9	36	31	92	-61	Lisa Jonsson	misslisibell	15	50	450
-	400	76	93	-17	Josefin Ottosson	josefinottossons	244	83	200
-	126	102	94	8	Robin mos Andersson	robinmos	247	207	82
-	156	60	95	-35	Jasmine 'Jasse' Gustafsson	jasminegustafsson	113	113	319
100	95	189	96	93	Kungahuset	kungahuset	43	115	388
59	40	125	97	28	Zara Larsson	zaralarsson	26	67	453
116	130	98	98	0	Liam Pitts	liampitts03	356	51	144
-	101	128	99	29	Laila Bagge	lailabagge	31	267	254
-	-	212	100	112	Asme	_asme	287	74	192



Plac. 2017	Plac. 2018	Plac. 2019	Plac. 2020	Diff.	Namn	Kontonamn	Följare (rank)	Likes per post (rank)	Kommentarer per post (rank)
76	92	79	101	-22	Tilde de Paula	tildedepaula	82	202	275
-	123	81	102	-21	Ofoget	ofoget	220	232	113
64	43	52	103	-51	Charlotte Kalla	kalla_87	114	80	375
-	-	78	104	-26	Ricky Rich	rickyrich	332	70	168
-	435	156	105	51	Jonas Parandian	naprapatjonas	164	362	46
24	43	97	106	-9	Emil Beer	eemilbeer	140	97	350
-	166	82	107	-25	HOV1	hov1.se	505	77	11
666	1841	2278	108	2170	Alice Stenlöf	alicesstenlof	50	30	515
-	-	114	109	5	Johanna Öholm	johanna	94	66	440
-	-	-	110	Ny	Ribecka	ribecka	339	95	167
-	61	75	111	-36	Amanda Lundgren	amandaalundgren	204	104	294
-	-	-	112	Ny	Spread memes not chlamydia	ungdomsmottagningen	457	109	39
-	-	520	113	407	Sebastian Tadros	sebastianfadros	448	135	28
112	137	129	114	15	RandomMakingMovies	officialrmm	395	181	41
-	113	84	115	-31	Sigrid Bernson	sigridbernsen	172	141	309
35	132	168	116	52	Hampus Hedström	hampushedstrom	98	166	360
-	424	393	117	276	Ludvig	luddzee	483	133	9
-	76	46	118	-72	Ida Warg	idawarg	47	92	489
-	113	85	119	-34	Ludwig Kronstrand	ludwigkronstrand	595	33	10
-	454	123	120	3	Torbjörn Averås Skorup	torbjornaverasskorup	488	91	65
341	828	131	121	10	Ebba Busch	buschebba	225	236	184
-	-	91	122	-31	Tom Ljungqvist	tomljungqvist	380	167	99
-	234	252	123	129	Darin	darinofficial	492	132	23
-	65	41	124	-83	YouTuber - Influencer	moamurderess	130	217	306
-	47	58	125	-67	Villfarelser	villfarelser	60	219	374
135	83	63	126	-63	William Spetz	williamspetz	104	173	380
-	-	132	127	5	Livet i text	livetitext	401	180	78
-	-	-	128	Ny	Rez-Dar	rezdar	382	136	146
-	379	219	129	90	Prinsparet	prinsparet	251	116	301
-	-	298	130	168	Tips & Trix För Alla	tipsochtrix	129	455	88
-	-	221	131	90	Woodie	elinwoodie	189	124	372
139	398	211	132	79	Kosovare Asllani	asllani9	231	93	362
-	-	141	133	8	Lilla Al-Fadji	lillaalfadji	365	224	98
-	185	108	134	-26	Stina Nilsson	stinanilssons	254	96	344
-	427	271	135	136	Jonna Jinton	jonnajinton	292	148	255
-	1152	1667	136	1531	Benjamin Ingrosso	benjaminingrosso	103	106	490
-	149	67	137	-70	Kammi Husum Rosenskjold	danskhelvetet	121	162	417
-	-	144	138	6	Filip Dikmen	fint_som_fagel	378	112	222
77	107	117	139	-22	Camilla Läckberg	lackberg	72	310	330
-	59	104	140	-36	Danjal	danjalexclusive	173	197	348
459	1046	266	141	125	Hanif Bali	hanifb	371	199	148
-	263	261	142	119	Rickard Söderberg	gaytenor	487	146	95
-	259	136	143	-7	Charlotte Perrelli	laperrelli	154	322	256
-	-	206	144	62	Jimmie Åkesson™	akesson.jimmie	412	185	138
113	224	231	145	86	Markoolio	markoolio123	203	285	252
-	264	208	146	62	Frida Skattberg	bakamedfrida	132	270	340
-	155	107	147	-40	ToppJodels	toppjodels	386	151	208
-	-	-	148	Ny	Noel Flike	noelflike	664	69	24
-	1067	711	149	562	Carina Bergfeldt	cbergfeldt	417	218	125
-	-	-	150	Ny	Lil Gemi	adamlinard	349	126	289

Plac. 2017	Plac. 2018	Plac. 2019	Plac. 2020	Diff.	Namn	Kontonamn	Följare (rank)	Likes per post (rank)	Kommentarer per post (rank)
27	104	127	151	-24	Kenza Zouiten Subotic	kenzas	21	44	699
22	68	53	152	-99	Felicia Bergström	fellsis	100	304	371
-	243	173	153	20	Marie Mandelmann	mariemandelmann	422	123	231
529	22	29	154	-125	theoz	theozofficial	360	294	126
-	318	213	155	58	Herregud & Co	herregudco	232	138	414
-	-	145	156	-11	Alex D'Rosso	alexdroso	372	341	72
-	319	200	157	43	Eva Röse Offentlig	missevarose	253	308	232
-	151	190	158	32	Victoria Skoglund	victoriaskoglund	193	250	354
-	138	116	159	-43	Hanna Ferm	hannaferms	249	122	430
338	111	73	160	-87	Rachel Brathen	yoga_girl	17	324	460
307	456	257	161	96	Aftonbladet	aftonbladet	176	380	251
95	136	308	162	146	Rebecca Stella Dion	rebecca_stella	112	280	416
-	-	-	163	Ny	Anders Hansen	andersehansen	459	190	164
153	190	115	164	-49	Linn Lowes - Workouts	linnlowes	49	337	427
-	99	33	165	-132	Bishara Morad	bisharamorad	329	175	316
-	193	135	166	-31	Castor	poNyhans	355	283	183
129	70	89	167	-78	Lets Feast - Doris & Cristian	lets_feast	148	465	214
-	128	124	168	-44	Petter Egnefors	petteregnefors	477	169	181
-	277	258	169	89	Lena Philipsson	lenaphilipsson	259	305	267
-	-	322	170	152	Gurkis	gurkis	650	117	68
-	213	151	171	-20	Veronica Maggio	veronicamaggio	405	159	273
18	42	90	172	-82	Manfred Erlandsson	manfrederlandsson	87	351	401
-	-	227	173	54	Is i orden	a.d.a.a.m	508	94	240
137	194	202	174	28	Agneta Sjödin	agnetasjodin	246	364	233
192	341	150	175	-25	Polisen	polisen	205	335	304
154	192	111	176	-65	fotbollskanalen	fotbollskanalen	198	233	420
-	-	541	177	364	Manorkarjuinte	manorkarjuinte	266	511	74
-	81	126	178	-52	Alexandra Nilsson	alexandranilsson	101	234	523
-	2078	3552	179	3373	Lisa Anckarman	lisaanckarman	143	129	588
-	-	191	180	11	Saliboy	saliboyofficial	629	108	124
-	480	550	181	369	Tareq Taylor	tareqtaylor	318	336	216
-	297	220	182	38	Zeina Mourtada	zeinaskitchen	91	397	382
-	-	-	183	Ny	Camilla Hamid	camillahamid	139	396	336
-	-	-	184	Ny	Grannen Måns	grannenmans	726	85	63
75	97	158	185	-27	Alex Schulman	alexschulman	186	492	211
-	-	83	186	-103	Diana Baban	dianababan	141	64	684
-	127	172	187	-15	JenNys Matblogg	jenNysmatblogg	73	577	243
-	1204	2199	188	2011	Jacob Öman	jacoboman	397	212	285
171	53	99	189	-90	Johanna Ljungqvist	yayanaomi	99	177	621
89	90	155	190	-35	Hydra	hydragem	480	272	157
185	286	236	191	45	Hanna Hellquist	hannahellquist	366	215	331
-	349	265	192	73	Linda-Marie Nilsson	lindamariie	403	273	241
-	-	324	193	131	Melissa Fröhlich®	frohlichmelissa	632	200	92
-	145	48	194	-146	Nicci Hernestig	niccihernestig	274	149	503
-	218	291	195	96	Mia Parnevik	miaparnevik	151	300	486
332	450	379	196	183	Nikki Amini	nikki_amin	532	137	272
-	-	112	197	-85	Only Good Vibez	diegoxmami	338	329	284
-	453	283	198	85	Konstiga Bloggen	konstigabloggen	558	276	127
-	-	-	199	Ny	Joen	joenbenediktusson	542	222	198
178	296	105	200	-95	Martin Björk	martinbjork	221	334	415

# SOCIALA MEDIER-PAUSER PÅ DISPLAY

**Redan 2015 fick Henrik Schyffert stor uppmärksamhet efter att han fått nog av att känna sig beroende av sin telefon och därför bestämde sig för att "downsiza" genom att byta ut sin smartphone mot en Doro Liberto 650, en telefon av det betydligt enklare slaget vilken endast tillät tre funktioner; att smsa, att ringa och ta emot samtal. Därefter har flera liknande exempel följt.**

Isabella Löwengrip (på plats 291 i år) har genom åren både tagit och berättat om sina sociala medier-pauser vid ett flertal tillfällen. I ett inlägg på Instagram från 2017 meddelade hon exempelvis att "I'm taking my first week of (sic) from social media in many many years. Crazy and a bit scary to go offline, but it's needed ☺". Dock blev det en till synes kort vecka, då hon postade en bild bara tre dagar senare. I slutet av 2019 meddelade Anna Toledano Book (på plats 1147 på årets lista), via Instagram, att hon skulle sluta med Instagram och avaktiverade sitt konto - för att två månader senare återuppta sin aktivitet. Ännu ett exempel står Alexander Pärleros (plats 252) för, som under sensommaren 2019 meddelade att de tre timmar skärmtid han fått reda på att han kom upp i varje dag var "alldeles för högt": "Jag ligger på runt tre timmar varje dag, jag missar ju tre timmar av livet varje dag" sa han i ett Instagraminlägg och proklamerade att nu är det slut med det och att det vidare skulle bli max en timma per dag. I år har även hans partner Ida Warg (plats 118) med jämna mellanrum - via Instagram - meddelat att hon valt bort telefonen för sådant som känns viktigare i livet, och berättat om vilka positiva effekter det haft på hennes skärmtid. 8 september i år postade Anis don Demina ett Instagraminlägg där han meddelade att han skulle "radera den här appen i några dagar" och skrev även att han "rekommenderar fler att göra samma, det är bra för en". Två dagar senare postade han ett inlägg och skrev bland annat: "att logga ut och rensa huvudet är aldrig en dum idé". Och kanske har han rätt, han kniper nämligen plats 31 på årets lista.

Under de senaste åren har vi sett otaliga memes och oneliner-tweets som fångat det komiska i att göra en grej av att ta paus från sociala medier för att sedan vara tillbaka igen inom bara ett par dagar. Fenomenet att ta en paus från sociala medier

är i sig inte något nytt, men det vi tycker oss se tydligare i år är hur allt fler inte bara meddelar att de tar en paus, utan hur de även nyttjar sociala medier för att informera om det sunda och riktiga i att ta en paus från sociala medier. Forskning har visat att när användare av sociala medier själva ska försöka beskriva sina känslor kring sin användning så är berättelserna ofta mångbottnade, snåriga och motsägelsefulla. Man uppger till exempel att man tycker sociala medier är kul och att man vill vara där, men att man känner att man "borde" göra något bättre med sin tid, "borde" reagera mer på sina vänners inlägg - men att man inte hinner (Jungselius (2019), Tiidenberg et al. (2017)).

Som i många andra sociala sammanhang utvecklas efter en tid sociala regler som ger oss ett slags rättesnöre för hur vi ska bete oss och normer för vad som är rätt respektive fel sätt att bete sig på. Tidigt i en sådan process är det oftast enklare att beskriva det som avviker, men ju mer etablerade dessa normer blir, desto enklare blir det att även uttrycka hur dessa faktiskt ser ut. Ett exempel på det är hur underliggande normer blivit allt mer tydliga när vi pratar om skärmtid och hur olika vi värderar olika former av skärmtid. På samma sätt som det anses finnas fin- respektive fulkultur så tycks normer kring fin- respektive fulskärmtid hålla på att etableras. Tidigare har det ansetts finare och mer värdefullt att konsumera vissa slags medier framför andra och kanske är det vi ser nu en liknande trend - men för våra

**Fenomenet att ta en paus från sociala medier är i sig inte något nytt, men det vi tycker oss se tydligare i år än tidigare är hur allt fler inte bara meddelar att de tar en paus, utan hur de även nyttjar sociala medier för att informera om det sunda och riktiga i att ta en paus från sociala medier.**

sociala medier. Att "umgås på riktigt" är fortfarande bra, men att umgås via en skärm ses generellt som mindre värdefullt. Att jobba på distans via en skärm är effektivt och bra, men att planlöst scrolla Instagram är det inte. Och så som det tidigare nsetts vara finare och mer värdefullt att läsa en god bok än att se på en dokusåpa så ser vi nu kanske en förskjutning av dessa normer kring



konsumtion av traditionella medier till att även gälla sociala medier i allt större utsträckning. Kanske är Instagram det tydligaste exemplet på etablerat sig som ett förströelsemedium och att det idag därför kan anses viktigt att positionera sig genom att ta lite avstånd ifrån det. Att själv aktivt gå ut och uppleva världen utan skärm sätts i förhållande till att sitta och passivt scrolla igenom det innehåll Instagrams algoritm förser en med och då blir helt enkelt det ena mer värt än det andra.

Det blir spännande att följa hur skärmtidsdebatten kommer att utvecklas i ljuset av att vi under det senaste året inte hade kunna arbeta och bedriva studier hemifrån. om det inte vore för just vår skärmbaserad och uppkopplad teknologi. Hur kommer det att se ut nästa år efter att vi varit så beroende av det vi tycker är "bra" skärmtid? Kanske kommer våra attityder ha skiftat – igen.

**Källor:**

Jungselius, B. (2019). *Using social media. Doktorsavhandling. Institutionen för tillämpad IT. Göteborgs universitet.*

Tiidenberg, K., Markham, A., Pereira, G., Rehder, M. M., Dremljuga, R.-R., Sommer, J. K., & Dougherty, M. (2017). "I'm an addict" and other sensemaking devices: a discourse analysis of self-reflections on lived experience of social media. *Proceedings of the 8th International Conference on Social Media & Society*, 21.



# ÅRETS MAKTHAVARE

JLC ÄR MÄKTIGAST I SVERIGE



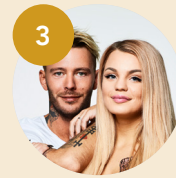
**JLC**

Förändring: +2



**Therése Lindgren**

Förändring: -1



**Jocke & Jonna**

Förändring: -1

**JLC är mäktigast i Sverige. Humortrion har sedan Maktbarometerens start prenumererat på pallplatser innan de i år alltså hamnar i topp. Alla tre – Lucas Simonsson, Jonas Fagerström och Carl Déman – har starka plattformar var för sig, men regeln för Maktbarometern är att varje företag eller grupp bara får tillgodogöra sig ett konto per plattform på Totalistan. I JLC:s fall är det Lucas Simonssons Instagram-konto, men framför allt Facebooksida som gör att gruppen tar totalsegern.**

**Vi ser också hur politik fått en allt tydligare plats. Sverigedemokraterna ökar, liksom Greta Thunberg och den politiske kommentatorn Marcus Oscarsson. Mariestadsbon Sebastian Tadros gör ett enormt hopp upp i toppen på listan efter ett starkt år på Youtube. Även Aftonbladetanställda Mauri Hermundsson, med sin satsning "Uppdrag mat", har gjort ett stort lyft.**

**Vi ser även flera redaktörskonton som drivs av privatpersoner ligga högt upp på listan. Situationer drivs av en anonym örebroare, Dyngbaggen av Stockholmaren Leo Vene. Båda hamnar alltså högre upp än stora mediehus, med långt mycket mer resurser.**

**Med allt detta kommer också en ny ekonomi, vilket vi kommer att djupdyka i, i detta avsnitt.**

### **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 2019. En placering på Twitter får därför 12%, Instagram 51%, Youtube 56%, Facebook 64%.
- I de fall ett konto på en lista står bakom ett gemensamt konto på en annan lista får de en gemensam placering på totalistan (se JLC och Jocke & Jonna), eftersom t ex en gemensam Youtubekanal bara kan räknas en gång. Samma sak gäller för till exempel Newsner. – bara en sida per kanal räknas in på totalistan.

### **GYNNATS AV NYA MÄTPUNKTER**

I och med att Maktbarometern i år nästan fördubblat antalet mätpunkter för att bättre spegla hur många unika svenskar som engageras, syns större förändringar i toppen. Förlorare är de som postar mycket under året utan att hålla hög nivå av tittare och engagemang. Pewdiepie tappar därför, liksom Aftonbladet och Expressen. Men i övrigt är det inga avgörande skillnader – de som skulle hamnat högt i det gamla sättet att mäta har gått ännu bättre nu. Läs mer under metodavsnittet.

### **PONTUS RASMUSSEN RAKET**

Årets stora raket är Pontus Rasmusson. En ung tiktoker, som fått stor uppmärksamhet på Youtube senaste året. Men inte särskild positiv sådan. Det har handlat om att han till exempel lurat sin unga publik att ringa ett betalnummer. För detta gjorde han en förlåt-video som fick nästan lika mycket uppmärksamhet – för att sedan tas bort.

Plac. 2018	Plac. 2019	Plac. 2020	Diff.	Namn	Twitter	Youtube	Facebook	Instagram
4	3	1	2	JLC	–	JLC	Lucas Simonsson	lucas_simonsson
3	1	2	-1	Therése Lindgren	Therese Lindgren	Therese Lindgren	–	therese
1	2	3	-1	Jocke & Jonna	–	Jocke & Jonna	Jocke & Jonna	joakimlundell
42	27	4	23	Viral King	–	–	The typical jag	thetypicaljag.se
73	38	5	33	Marcus Oscarsson	–	–	Marcus Oscarsson	oscarssonmarcus
34	13	6	7	Situationer	–	–	Situationer	situationer
–	12	7	5	Greta Thunberg	Greta Thunberg	Greta Thunberg	Greta Thunberg	gretathunberg
9	14	8	6	Ijustwanttobecool	–	IJustWantToBeCool2	IJustWantToBeCool	victorbeer
78	16	9	7	Sverigedemokraterna	Sverigedemokraterna	Sverigedemokraterna	Sverigedemokraterna	sverigedemokraterna
32	25	10	15	Filip Dikmen	Filip Dikmen	Filip Dikmen	Filip Dikmen	filipdikmen
–	54	11	43	Diyari Mahmoud	–	Diyari	Diyari	diyariamahmoud
7	4	12	-8	Newsner	–	Newplay	Newsner	Den som skrattar förlorar
–	208	13	195	Sebastian Tadros	–	Sebastian Tadros	Sebastian Tadros	sebastiantadros
181	147	14	133	Joakim Lamotte	Joakim Lamotte	–	Joakim Lamotte	–
5	5	15	-10	Pewdiepie	–	PewDiePie	PewDiePie	pewdiepie
1452	11	16	-5	Anis Don Demina	–	Anis Don Demina	Anis Don Demina	anisdondemina
–	42	17	25	Gordon Dewoon	–	Gordon Dewoon	–	oscardewoon
–	183	18	165	Mauri Hermundsson	–	Uppdrag: Mat	–	mustigamauri
19	9	19	-10	Djurens Rätt	–	Djurens Rätt	Djurens Rätt	djurensratt
16	6	20	-14	Uppskattat	–	Uppskattat	Uppskattat	uppskattat.se
6	10	21	-11	Ben Mitkus	–	Ben Mitkus	Ben Mitkus	benmitkus
15	15	22	-7	Helen Torsgården	–	Familjen Torsgården	–	helentorsgarden
67	35	23	12	Tomas Gunnarsson	–	Tomas Gunnarsson	Att lyfta sig själv och andra - Tomas Gunnarsson	tomas_gunnarsson
225	32	24	8	Bianca Ingresso	–	Bianca Ingresso	–	biancaingrosso
253	24	25	-1	SVT	SVT	SVT	SVT Humor	svthumor
13	19	26	-7	Vlad Reiser	–	Vlad Reiser	–	vladreiser
62	148	27	121	The Swedish Family	–	The Swedish Family	The Swedish Family	the_swedish_family
524	30	28	2	Anonija Mandir	–	Antonija Mandir	–	aantonijamandir
1030	56	29	37	Dyngbaggegalan	–	–	Dyngbaggegalan	dyngbaggegalan
74	37	30	7	Mia Skäringer Lázár	–	–	Mia Skäringer	miaskaringerlazar
53	21	31	-10	RandomMakingMovies	–	Random Making Movies	RandomMakingMovies	officialrmm
61	53	32	21	Samuel Stronegger	–	SampeV2	SampeV2	sampev2
23	26	33	-7	Språk För Alla	–	Språk för alla	Språkföralla	sprakforalla
60	49	34	15	Jonas Gardell	Jonas Gardell	–	Jonas Gardell	jonas.gardell
–	115	35	80	Einar	–	Einár Ns1	–	ns1einar
17	34	36	-2	Linn Ahlberg	Linn Ahlberg	Linn Ahlberg	–	linnahlberg
38	38	37	1	Klas Eriksson	–	Jokemock!	Klas Eriksson	claerence
–	15595	38	15557	Pontus Rasmusson	–	Pontus Rasmusson	Pontus Rasmusson	pontusrasmusson
18	47	39	8	Tomu	–	Tomu	–	hejtomu
–	91	40	51	Karaktärer	–	KARAKTÄRER	–	karaktarer
196	104	41	63	Jimmie Åkesson	Jimmie Åkesson	–	Jimmie Åkesson	akesson.jimmie
–	430	42	388	1.Cuz	–	1 Cuz	–	1.cuz
8	8	43	-35	Aftonbladet	Aftonbladet	Aftonbladet	Aftonbladet	aftonbladet
–	402	44	358	Dree Low	–	Dree Low	–	dreelow
68	62	45	17	Jesper Caron	–	–	Framsteg - Jesper Caron	jespercaron
557	521	46	475	Polisen	Polisen Stockholm	Polisen	Polisen Huddinge	polisen
21	24	47	-23	Zlatan Ibrahimović	Zlatan Ibrahimović	–	Zlatan Ibrahimović	iamzlatanibrahimovic
–	118	48	70	Z.e	–	Z.e Official	Z.E	officialz.e
133	65	49	16	Hydra	–	Hydra	–	hydragem
2	7	50	-43	Expressen	Expressen	Expressen TV	Expressen	expressen

Plac. 2018	Plac. 2019	Plac. 2020	Diff.	Namn	Twitter	Youtube	Facebook	Instagram
-	119	51	68	Verz	-	Verz	-	verz
10	20	52	-32	Tova Helgesson	-	Tova Helgesson	-	tovahelgesson
112	101	53	48	Moderaterna	Moderaterna	Moderaterna	Moderaterna	moderaterna
856	252	54	198	Vid Din Sida	-	-	Vid Din Sida - Stockholm	tunnelbanenettan
356	371	55	317	Kattjouren	-	-	Kattjouren	kattjouren
103	202	56	147	Magnus Uggla	Magnus Uggla	Magnus Uggla Officiell	Magnus Uggla	kunguggla
122	117	57	61	Kungahuset	-	Kungahuset	Kungahuset	kungahuset
193	106	58	49	Vänsterpartiet	Vänsterpartiet	vansterpartiet	Vänsterpartiet	vansterpartiet
3112	155	59	97	Samir Badran	-	Samir Badran	Samir & Viktor	samirbadrans
99	46	60	-13	Socialdemokraterna	Socialdemokraterna	socialdemokraterna	Socialdemokraterna	socialdemokraternas
-	10112	61	10062	Albin Karlsson	-	-	Ett Positivt Sinne - Albin Karlsson	albinkarlssons
404	120	62	59	Ebba Busch	Ebba Busch	Ebba Busch	Ebba Busch	buschebba
167	128	63	66	Herregud & Co	-	-	Herregud & Co	herregudco
-	158	64	95	Viktor Klemming	-	Viktor Klemming	Viktor Klemming	viktorklemming
423	200	65	136	Ellen Bergström	-	Ellen Bergström	Ellen Bergström	ellenbergstrom
12	33	66	-32	Zara Larsson	Zara Larsson	ZaraLarssonMusicEVO	Zara Larsson	zaralarsson
1992	2514	67	2448	Småstadsliv	-	Småstadsliv Official	Småstadsliv	smastadslivofficial
-	165	68	98	Ant Wan	-	Ant Wan	-	ant.wan1
81	129	69	61	Hampus Hedström	Hampus Hedström	Hampus Hedström	Hampus Hedström	hampushedstrom
25	40	70	-29	Avicii	Tim Bergling	Avicii	Avicii	avicii
54	70	71	0	Manfred Erlandsson	Manfred	ManfredErlandsson	Manfred Erlandsson	manfrederlandsson
379	283	72	212	Molly Sandén	-	Molly Sandén	Molly Sandén Official	m0llys
882	110	73	38	Jasmine 'Jasse' Gustafsson	-	Jasse	-	jasmingustafsson
323	254	74	181	Emanuel Karlsten	Emanuel Karlsten	Emanuel Karlsten	Emanuel Karlsten	emanuelkarlsten
-	601	75	527	Iskall85	-	iskall85	-	-
577	296	76	221	Arga Bibliotekstanten	-	-	Arga bibliotekstanten	argabibliotekstanten
4805	16825	77	16749	David Hellenius	-	-	Hellenius Hörna	davidhellenius
373	162	78	85	Magda Gad	Magda Gad	-	Magda Gad	magda_journalist
-	169	79	91	Jonas Sjöstedt	Jonas Sjöstedt	-	Jonas Sjöstedt	-
274	201	80	122	Stefan Löfven	-	-	Stefan Löfven	stefanlofven
20	27	81	-53	Nuntium	-	-	Kärllek	kaerlek
-	511	82	430	Emil Hansius	-	Emil Hansius	-	hansius
412	78	83	-4	Daniel Norlin	-	Daniel Norlin	-	danielnorlin
36	31	84	-52	Lisa Jonsson	-	Misslisibell	Misslisibell	misslisibell
180	56	85	-28	Nathalie "Nattid" Danielsson	-	Nathalie Danielsson	-	nattid
442	97	86	12	Jonna Jinton	-	Jonna Jinton	Jonna Jinton	jonnajinton
-	71	87	-15	Matkoma	-	Matkoma	Matkoma	matkomaofficial
275	251	88	163	Håkan Hellström	-	Håkan Hellström	Håkan Hellström	hakanhellstrom
22	41	89	-48	Moa Murderess	-	Moa Murderess	MoaMurderess Army	moamurderess
5470	415	90	325	Alice Stenlöf	-	Alice Stenlöf	-	alicestenlof
1833	239	91	148	Konrad Ydhage	-	Emma och Konrad	-	ydhage
5951	394	92	302	Lisa Anckarman	-	Lisa Anckarman	-	lisaanckarman
58	58	93	-35	Existenz	-	-	Existenz.se	existenzglobal
156	123	94	29	Stöd svenska polisen	-	-	Stöd svenska polisen	-
293	143	95	48	Försvarsmakten	Försvarsmakten	Försvarsmakten	Försvarsmakten	forsvarsmakten
-	-	96	ny	Folkhälsomyndigheten	Folkhälsomyndigheten	Folkhälsomyndigheten Sverige	Folkhälsomyndigheten	folkhalsomyndigheten
160	457	97	360	Anomaly	-	Anomaly	Anomaly.	anomalyxd
1301	683	98	585	Robert Gustafsson	-	Robert Gustafsson - Official	Robert Gustafsson	-
-	6609	99	6510	Samhällsnytt	-	Samhällsnytt	Samhällsnytt	samnytt.se
57	138	100	38	Kristina 'Keyyo' Petushina	Keyyo	Keyyo	Keyyo	keyyo



Plac. 2018	Plac. 2019	Plac. 2020	Diff.	Namn	Twitter	Youtube	Facebook	Instagram
597	289	101	188	Linnéa Claeson	–	–	Linnéa Claeson	linneaclaeson
123	141	102	39	Mirza Bico	–	–	Mirza Bico - ellentvshow	ellentvshow
632	795	103	692	Katerina Janouch	Katerina Janouch	–	Katerina Janouch	katjanouch
28	86	104	–18	Margaux dietz	–	Margaux Dietz	–	margauxdietz
–	–	105	105	Rezdar	–	Rezdar	–	rezdar
50	225	106	119	Lovisa "Laki" Karlsson	Lovisa Karlsson	LAKI	Lovisa Karlsson - Lakidoris.	laki
223	353	107	246	Carina Berg	Carina Berg	–	Carina Berg	carinalillyberg
–	414	108	306	Adel164	–	Fivestar Records	–	adel164
148	131	109	22	Annie Lööf	Annie Lööf	Annie Lööf	Annie Lööf	annie_loof
–	757	110	647	Katrin Sundberg	–	Katrin Sundberg	Katrin Sundberg	katrin_sundbergs
463	298	111	187	Hanif Bali	Hanif Bali	–	–	hanifb
930	335	112	223	Rickard Söderberg	–	Rickard Söderberg	Rickard Söderberg	gaytenor
–	356	113	243	Saliboy	–	SaliboyOfficial	–	saliboyofficial
–	382	114	268	Mjölbypartiet	–	Mjölbypartiet	Mjölbypartiet	mjolbypartiet
474	102	115	–13	Amanda Lundgren	–	Amanda Lundgren	–	amandaalundgren
1676	241	116	125	Ribecka	–	Ribecka	–	ribecka
–	83	117	–34	Cluee	–	Cluee News	–	realcluee
943	234	118	116	Tom & Petter	–	Tom & Petter	Tom & Petter	tomljungqvist
1307	636	119	517	Martin Björk	martin björk	Martin Björk	–	martinbjork
75	64	120	–56	Kammi Husum Rosensköld	–	Kammi	–	danskhelvetet
1062	288	121	167	Darin	–	Darin	Darin	darinofficial
1808	230	122	108	Yumi	–	Yumi Gaming	–	yumihime
48	144	123	21	Tomas och Malin	–	Tomas och Malin	–	tomasochmalin
1667	250	124	126	Luddzee	–	Luddzee	–	luddzee
–	775	125	650	Jeppe Gaming	–	JeppeGaming	–	–
51	63	126	–63	Ida Warg	–	Ida Warg	Ida Warg	idawarg
313	6867	127	6740	Danny Saucedo	–	Danny Saucedo	Danny Saucedo	dannysaucedo
–	–	128	ny	Leif Mannerström	–	–	Mannerström	mannerstromofficiell
27	43	129	–86	ChrisWhippit	Chris Whippit	ChrisWhippit	Chris Whippit	chriswhippit
779	418	130	288	Slöseriombudsmannen	–	–	Slöseriombudsmannen	–
–	92	131	–39	Johanna Öholm	–	Gustav & Johanna	–	johanna
–	350	132	218	Team Odiffat	–	TeamOdiffat	Team Odiffat	team_odiffat
234	99	133	–34	Felix Sandman	FELIX SANDMAN	FELIX SANDMAN	FELIX SANDMAN	felixsandman
59	111	134	–23	Felicia Bergström	Felicia Bergström	Felicia Bergström	–	fellsis
24	94	135	–41	Maurice Hill	–	L22	–	l22pics
826	179	136	43	Johanna Ottosson	–	Johanna Ottosson	–	johannaottossons
79	193	137	56	Joen Benediktusson	–	Joen	–	joenbenediktusson
245	150	138	12	Hundstallet	–	–	Hundstallet	hundstallet
49	180	139	41	Wilma Holmqvist	–	Wilma Holmqvist	–	wilmaholmqvist
–	543	140	403	Vivi Wallin	–	–	Mammasanningar	mammasanningar
332	271	141	130	Politiskt inkorrekt	–	–	Politiskt Inkorrekt	polinkorrekt
431	249	142	107	C More Hockey	C More Sport	C More Sport	C More Hockey	cmorehockey
–	1203	143	1060	Ekotipset du inte vill missa!	–	–	Ekotipset	ekotipset
1455	265	144	121	David Falk	–	Falken	–	falkensofc
1945	323	145	178	Efterlyst	–	–	Efterlyst	efterlystse
1268	306	146	160	En arg blatte talar	–	Angry Foreigner	En Arg Blatte Talar V2.0	–
3903	4963	147	4816	Carl Stanley	–	Carl Stanley	Carl Stanley	carlstanleyy
14	23	148	–125	TV4	TV4	TV4	TV4	tv4
890	497	149	348	Freudian slip productions	–	Freudian Slip Productions	Freudian Slip Productions	–
–	115	150	–35	SS TV	–	SS TV	–	–

Plac. 2018	Plac. 2019	Plac. 2020	Diff.	Namn	Twitter	Youtube	Facebook	Instagram
316	432	151	281	Krisinformation.se	Krisinformation.se	Krisinformation se	Krisinformation.se	krisinformation
-	1854	152	1702	Nina Glimseel Udovičić	-	Nina Glimsell	-	ninaglimsell
679	624	153	471	Kent Wisti	Wisti	-	Wisti	wistikent
35	52	154	-102	Kanal 5	-	Dplay Sverige	Kanal 5	kanal5sverige
217	184	155	29	Kristin Kaspersen	Kristin Kaspersen	-	Kristin Kaspersen	kaspersen
762	656	156	500	Svenska kyrkan	Svenska kyrkan	Svenska kyrkan	Svenska kyrkan	svenskakyrkan
117	173	157	16	Narins Beauty	-	Narins Beauty	Narins beauty	narins_beauty
220	147	158	-11	Malmö FF	Malmö FF	MFFtv	Malmö FF	malmö_ff
190	85	159	-74	Världsnaturfonden WWF	VärldsnaturfondenWWF	Världsnaturfonden WWF	Världsnaturfonden WWF	wwfsverige
-	-	160	ny	Bara Svenska Memes	-	-	Bara Svenska Memes	-
76	177	161	16	Matinbum	-	Matinbum	-	matinbum
1754	240	162	78	Konstiga bloggen	-	Konstiga Bloggen	-	konstigabloggen
1555	321	163	158	Morgonpasset i P3	Morgonpasset i P3	Morgonpasset i P3	Morgonpasset i P3	morgonpassetip3
-	227	164	63	Eliott Malhotra	-	Eliott Malhotra	-	eliott
1710	1709	165	1544	Phillipe Cohen	-	Phillipe Cohen	-	flippcohen
52	108	166	-58	Johan Hedberg	Johan Hedberg	Matgeek	Matgeek	johanhedberg
460	109	167	-58	Julia Bergman	-	Julia Bergman	-	juliabergman_
495	300	168	132	Stina Wollter	-	-	Stina Wollter Music	stinawollter
143	163	169	-6	Musikhjälpen	Musikhjälpen	Musikhjälpen	Musikhjälpen	musikhjalpen
-	1783	170	1613	Carina Bergfeldt	Carina Bergfeldt	-	Carina Bergfeldt	cbergfeldt
-	246	171	75	Jag älskar Sverige	-	-	Jag Älskar Sverige	-
2670	734	172	562	Camilla Hamid	-	Camilla Hamid	My Kitchen Stories	camillahamid
432	168	173	-5	Alexandra Nilsson	-	Alexandra Nilsson	Kissie	alexandranilsson
-	578	174	404	Familjen Arcombe	-	Familjen Arcombe	-	familjenarcombe
4584	4773	175	4598	Sungen	-	SUNGEN_OFFICIAL	Sungen	sungen666
70	247	176	71	Carl Bildt	Carl Bildt	-	Carl Bildt	-
5214	422	177	245	Stefan Sauk	-	SaukTube	Stefan Sauk	-
252	68	178	-110	Melodifestivalen	Melodifestivalen	Melodifestivalen	-	melodifestivalen
-	248	179	69	Don V	-	Don V	-	realdonv
-	911	180	731	Martin Rockström	-	Martin Rockström	-	-
1466	261	181	80	Linda-Marie Nilsson	-	Linda-Marie Nilsson	Linda-Marie Nilsson	lindamariie
209	182	182	0	Djurgården Fotboll	Djurgården Fotboll	DIF Play	Djurgårdens IF	dif_fotboll
-	267	183	84	Diana Baban	-	Diana Baban	-	dianababan
739	372	184	188	Så Mycket Bättre	-	Så mycket bättre	Så mycket bättre	samycketbättre
361	293	185	108	Viktor Frisk	-	Viktor Frisk	Viktor Frisk	viktorfrisks
537	75	186	-111	Ulf Kristersson	Ulf Kristofferson	-	Ulf Kristersson	kristerssonulf
33	139	187	-48	Simon Lussetti	-	Simon Lussetti	Simon Lussetti	simonlussetti
215	127	188	-61	Frölunda Indians	Frölunda Indians	Frölunda HC Official	Frölunda Indians	frolunda_hc
618	98	189	-91	Daniel Riley	-	KaptenRiley	KaptenRiley	kaptenriley
43	130	190	-60	Thomas Sekelius	-	Thomas Sekelius	Thomas Sekelius	thomassekelius
545	1211	191	1020	Sven Melander	-	Drakteve med Sven Melander	Sven Melander	sven.melander
1364	171	192	-21	Paradise Hotel Sverige	-	Paradise Hotel	Paradise Hotel SE	paradisehotelse
-	17515	193	17322	BL   BloodLine	-	BL	-	_blofficial
-	1090	194	896	Sebastian Stakset	-	Sebastian Stakset	Sebastian Stakset	sebastianstakset85
-	-	195	ny	Svenska uttryck	-	-	-	svenskauttryck
-	475	196	279	Snoh Aalegra	Snoh	Snoh Aalegra	Snoh Aalegra	snohaalegra
-	13612	197	13415	Gör det med RW	-	GörDetMedRW	Gördetmedrw	gordetmedrw
166	237	198	39	Seth Everman	Seth Everman	SethEverman	Seth Everman	setheverman
653	156	199	-43	Tobias Erpewijk	-	Erpewijk, Melissa & Co	-	erpewijk
228	245	200	45	Pernilla Wahlgren	Pernilla Wahlgren	-	Wahlgren & Wistam	pernillawahlgren

# NU TAR KREATÖRERNA MAKTEN OCH PENGARNA I EGNA HÄNDER

**Vad ska de mäktigaste göra med all sin makt? I flera år har vi sett hur ett slags elit etablerat sig på våra digitala plattformar. Men vi har också sett hur de tröttnat på att vänta på att annonsintäkterna ska öka. Så istället byter de inriktning eller skapar produkter själv – istället för att sälja andras.**

Våra mäktigaste influencers är miljonärer sedan länge på att göra innehåll och företagssamarbeten. Men jämfört med vilka intäkter samma räckvidd hade gett i till exempel Kanal 5, är det som olika universum. Det är kanske rimligt: annonser i Kanal 5 hamnar i ett kontrollerat medie med tydliga och etablerade verktyg för hur räckvidd ska räknas, medan det på till exempel Instagram fortfarande är vilda västern. Men oavsett det är den räckvidd och påverkan som dessa nya, enskilda makthavare har kraftigt underskattad. De når fler – men betalas mycket mindre pengar.

Utifrån det går det att se tre huvudspår i utvecklingen.

- 1) TV-sammanslagningen
- 2) Löpsedelsaffären
- 3) Produktägandet

## TV-sammanslagningen

Under året som gått beslutade familjen Joakim och Jonna Lundell att lämna sin Youtubekanal. Paret slet hårt med sitt innehåll för att nå några hundra tusen visningar, men var till slut ändå offer för vad Youtubealgoritimen tyckte de skulle få för spridning. Som tack för slitet fick de kaffevedspengar. De fick nog och satsade istället på ett samarbete med Discovery och deras streamingtjänst Dplay. Det var inte första gången paret tackat ja eller samarbetat med en etablerad aktör, men den här gången lovades de större del och kontroll i produktionen. De skulle inte bara lånas in som internetprofiler vars följare skulle kapitaliseras på, utan få påverka programmet.

Resultatet blev ett slags realityformat som följde familjen i vardagen, "Familjen Lundell". Joakim och Jonna var stolta över produkten, pushade den hårt i sina kanaler och när programmet hade premiär slog streamingtjänstens rekord. Det blev en god affär för samtliga inblandade och Lundells har sedan dess gjort tre nya format för Dplay, varav formatet Spökjakt i år fick en Kristall för Årets program. Plötsligt kunde Lundells jobba mindre än någonsin och samtidigt tjäna bättre än någonsin.

Under pandemin pausades tv-verksamheten och Lundell valde att återvända till Youtube, nu med en ny ambition: Istället för att tjäna fettiga pengar på Youtubes annonser, skulle kanalen användas som en testbädd för nya format, format som sedan kunde säljas till streamingtjänster. Resultatet blev, fram till september 2020, "Kurragömma" och "Splash" varav det förstnämnda formatet redan sålts vidare till Discovery.

Detta är den första tydliga offensiven från internet till att börja närma sig tv-bolagen, där tv-bolag inte ser dem som inkräktare, utan samarbetspartners.

## Löpsedelsaffären

Den kanske mest uppenbara och den som syns allra tydligast i Maktbarometern: företag som på en ny marknad agerar som kvällstidningar gjorde under papperstidningens era. Det vill säga paketera om nyheter så att de chockar och väcker starka känslor, och sedan kapitalisera på trafiken.

Det här har inte varit tillräckligt lukrativt för traditionella kvällstidningar, vars ambition att göra riktig journalistik är för kostsam för att kompenseras av banner-annonser. Men för viralsajter, med några få anställda, är det en enkel kalkyl. Genom att ansluta sig till annonsnätverk eller använda programmatisk annonsering blir det en bra affär. Med åren har dessa företag blivit mästare på att optimera sina rubriker och artiklar för detta ändamål, men det blir också allt tydligare att de har noll övriga ambitioner med deras innehåll. De skriver inte för att det är intressant eller bra, utan för att det ger trafik som skapar affär.

Men löpsedelsaffären behöver inte alltid handla om att vara lönsam i första ledet. Det kan också handla om att dra trafik till sin tv-kanal, mediehus och produktförsäljning genom att visa upp de alster som genererar mest trafik. Här finns till exempel SVT och Sverigedemokraterna som lysande exempel. Men också mer okonventionella som Joakim Lamotte (hoppas på Swishpengar) eller Marcus Oscarsson (bygger varumärke).



CAIA heter Bianca Ingrossos sminkvarumärke. Egna varumärken är en väg för influencers att tjäna pengar på sin följarskara.

### Produktägandet

Den tydligaste förflyttningen är den där man tröttnat på att sälja andras produkter och försöker hitta större marginal genom att sälja egna produkter. Här finns ofta en trappa som börjar med att ge ut en bok eller musik. Både bok- och musikförlagen har hittills varit snabba på att samskapa de här produkterna. Även om det finns undantag är oftast både musiken och böckerna spökskrivna av någon annan, men där resultatet blir att influencern nu kan sälja något eget till sin publik. Även gemensamma kollektioner med klädes- eller smyckesföretag är vanligt.

Men allt vanligare är att influencers i nästa steg vill äga hela kedjan av skapande.

Utvecklingen har gått snabbt. Under 2018 lanserade Therese Lindgren Indy beauty, Bianca Ingrosso Caia cosmetics och Ida Warg släppte hårvårdsprodukter under eget namn. De två förstnämnda varumärken har redan nått enorm framgång. Indy beauty gjorde under sitt första år en blygsam vinst, men 2019 ökade både vinsten och omsättningen stort: 3,2 miljoner kronor vinst (EBIT) med en omsättning på 28 miljoner. Och Caia cosmetics ägare sålde under året hälften av bolaget

för 200 miljoner, varav Bianca Ingrosso uppges ha fått 60 miljoner.

Men bara under Maktbarometerns senaste mätperiod har vi sett ännu fler exempel: Margaux Dietz har skapat X by Margaux och Linn Ahlborg klädmärket LXA. Vi ser till och med att konton som kurerar innehåll börjar sälja produkter: Det populära kontot Dyngbaggelagan har börjat sälja t-shirt med tryck på citat från de klipp de publicerar på Instagram. Och utöver nämnda exempel försöker en rad influencers med mindre räckvidd göra mer eller mindre lyckade försök till företag, där de köper in produkter via kinesisk grosshandel som sedan brandas om som influencerns produkt.

Alla tendenser pekar på en förflyttning där de enskilda individerna betar sig allt mer som storföretag och mediehus. Och där de gamla, stora journalistiska mediehusen får en allt mer otydlig kontur i en sociala medier-kontext. Vad ska de vara och var ligger deras primära affär? För även om annonspengarna ännu inte helt flyttat ut till de medieprofiler är även det bara en tidsfråga. Vad ska gamla medier överleva på då?

Det kommer att bli en ödesfråga.

# INFLUENCERS SOM TJÄNADE MEST

Medieakademin har i år sammanställt ett urval av de kreatörer som ligger i topp, och kartlagt deras bolags omsättning och vinst. Här ska noteras att Therese Lindgren har flera bolag, varav ett moderbolag som under 2019 redovisade enbart vinst (EBIT) på 12 miljoner kr, vilket ger en total vinst på 27 miljoner. Det är därmed en högre sammanlagd vinst än Bianca Ingrosso. Även Pernilla Wahlgren har flera bolag med hög omsättning och vinst, slår vi ihop alla hennes bolag blir den totala omsättningen 21 miljoner och vinsten (EBIT) 15 miljoner.

I sammanställningen nedan räknar vi alltså intäkter från det största bolaget som är registrerat på personen, vilket innebär att intäkterna ofta kan komma från många fler saker än bara digitala kanaler. I några fall finns också olika verksamheter i bolaget, värt att notera är till exempel att Joakim Lamottes bolag drivs ihop med hans fru, som jobbar med kiropraktik.

	Namn	Omsättning	EBITA
1	Newsner	106046	8845
2	Bianca Ingrosso	34092	27614
3	Therése Lindgren	18149	15855
4	Isabella Löwengrip	16883	476
5	Mia Skäringer Lázár	16093	3450
6	Margaux Dietz	15582	10531
7	Pernilla Wahlgren	14635	9180
8	Jocke Jonna	11619	2096
9	Ebba Kleberg Von Sydow	9793	4679
10	Carolina Gynning	8629	6795
11	Alexander Pärleros	7908	4006
12	Ida Warg	7321	5958
13	Alice Stenlöf	6453	4923
14	Kenza Zouiten Subosic	6435	4578
15	Uppskattat	5593	1227
16	Johan Hedberg	5525	1348
17	Anders Bagge	5421	236
18	Lucas Simonsson	5364	3930
19	Carl Deman	3438	1766
20	Jonas Fagerström	4297	3187
21	Laila Bagge	5291	494
22	Jesper Caron	5265	-586
23	Tomas Gunnarsson	4955	125
24	Anis Don Demina	4916	2266
25	Z.e	4630	-49
26	Carola Häggkvist	4365	-3201
27	Hanna Öberg	4224	3649
28	Sara Bäckmo - Skillnadens	3896	65
29	Joakim Lamotte	3855	2302
30	Paolo Roberto	3854	644
31	Vivi Wallin	3791	1509
32	Linnéa Claeson	3640	2135
33	Matilda Djerf	3634	773
34	Chris Whippit	3510	617
35	Julia Bergman	3344	2171
36	Samir Badran	3328	2542
37	Dree Low	3314	2060
38	Viktor Frisk	3305	666
39	RandomMakingMovies	3025	1117

	Namn	Omsättning	EBITA
40	Helen Torsgården	2994	1725
41	Sp4zie	2667	1130
42	Linn Ahlborg	2655	1346
43	The Swedish Family	2450	1153
44	Filip Dikmen	2358	819
45	Clara Henry	2207	57
46	Alexandra Nilsson	2195	256
47	Denice Moberg	2078	1097
48	Ellen Bergström	2052	1184
49	Stina Wollter	2045	1032
50	Matkoma	2006	503
51	Edward Blom	2005	356
52	Sven Melander	1981	634
53	Lisa Anckarman	1864	496
54	Maurice Hill	1786	726
55	Mirza Bico	1688	459
56	Johnny Edlind †	1614	99
57	Angelica Blick	1610	491
58	Hampus Hedström	1487	490
59	Felicia Aveklew	1296	503
60	Alex Schulman	1292	2784
61	Sampev2	1277	930
62	En Arg Blatte Talar	1236	-286
63	Carl Stanley	1192	113
64	Frida Skattberg	1185	675
65	Vlad Reiser	1076	143
66	Nattid	970	81
67	Daniel Norlin	921	44
68	Språk För Alla	840	335
69	Jasmine 'Jasse' Gustafsson	770	okänd
70	Kent Wisti	735	168
71	Jonna Jinton	735	105
72	Manfred Erlandsson	552	42
73	Lowette Jallow	546	230
74	Pontus Rasmusson	500	okänd
75	Ben Mitkus	451	1
76	Hydra	325	okänd
77	Dyngbaggen	10	okänd

# VARIFRÅN KOMMER SVERIGES MÄKTIGASTE INFLUENCERS?

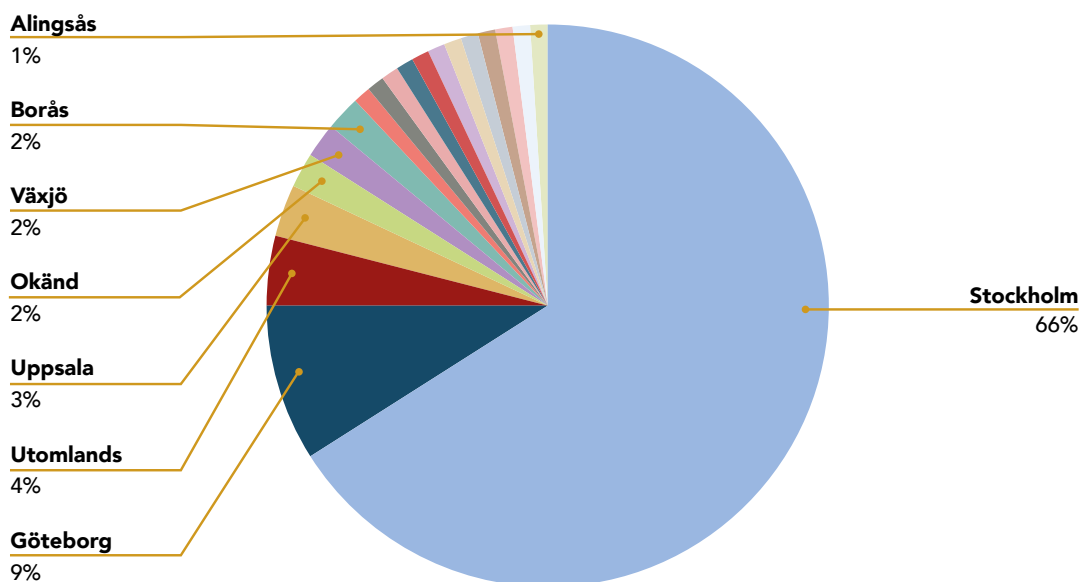
Även i år har Maktbarometern kartlagt vilka bostadsorter som dominerar bland de 100 största influencers (personer) på nätet.

Förra året var Stockholm bostadsort för 51 av Sveriges hundra mäktigaste influencers. I år har den siffran ökat till 66. Göteborg har minskat från 12 till 9 och sedan är det jämnt utspritt mellan städerna. Tendensen är tydlig: Den som vill verka och kapitalisera på sina kanaler upplever att de behöver flytta till Stockholm för att lyckas.

Med det sagt: räknat bland topp tio är bara fyra från Stockholm och sedan är det allt mer spritt. Men även här är tendensen tydlig: Filip Dikmen är på väg att flytta till Stockholm och det är inte orimligt att anta att årets raket, unge Mariestadsbon Sebastian Tadros är på väg till huvudstaden också.

1.	JLC	Göteborg
2.	Therése Lindgren	Stockholm
3.	Joakim Lundell	Norrköping
5.	Marcus Oscarsson	Stockholm
6.	Situationer	Örebro
7.	Greta Thunberg	Stockholm
8.	Ijustwanttobecool	Stockholm
10.	Filip Dikmen	Göteborg
11.	Diyari Mahmoud	Linköping
12.	Sebastian Tadros	Mariestad

## BOSTADSORT TOPP 100 MÄKTIGASTE INFLUENCERS





## TOPP GÖTEBORG

För andra året i rad presenterar Medieakademien en topplista för Göteborg. Göteborg är enda staden utanför Stockholm som har tillräckligt många stora konton för att kunna göra en sådan här lista, varken Malmö eller Uppsala är i närheten. I årets topplista är det flera namn som säkert är okända för många. Men hela humorgruppen JLC finns här representerad (Lucas, Carl och Jonas – liksom Carls flickvän, Sanna Jörnvik), liksom Göteborgs-Posten och namn som känns igen därifrån (Joakim Lamotte, Emanuel Karlsten). Mindre kända är kanske Youtubern Cluee, som gör nyheter om Youtube eller gamingkanalen Stamsite. Artisterna Victor Leksell och Kapten Röd gör också entré på listan, liksom Miriam Bryant och Mustasch.

1.	(0)	Lucas Simonsson	16.	(ny)	Miriam Bryant
2.	(+3)	Filip Dikmen	17.	(+5)	Liseberg
3.	(+13)	Joakim Lamotte	18.	(+3)	IFK Göteborg
4.	(-2)	Carl Déman	19.	(ny)	Kapten Röd
5.	(+3)	Mia Skäringer Lázár	20.	(ny)	Victor Leksell
6.	(-3)	Jonas Fagerström	21.	(ny)	Robin mos Andersson
7.	(+18)	Emanuel Karlsten	22.	(-4)	Jennifer Reinhold
8.	(-1)	Nathalie "Nattid" Danielsson	23.	(ny)	Uppdrag granskning
9.	(+1)	Matkoma	24.	(+5)	Tess Gustafsson
10.	(+14)	Håkan Hellström	25.	(-9)	Göteborgs-Posten
11.	(0)	Cluee news	26.	(+4)	Intersport
12.	(ny)	Leif Mannerström	27.	(ny)	Eskil Grahn
13.	(+7)	Joen Benediktusson	28.	(-5)	Jiar "Tarzan" Raza
14.	(-1)	Frölunda HC	29.	(ny)	Sanna Jörnvik
15.	(-7)	Stamsite	30.	(ny)	Mustasch

# MÄKTIGASTE FÖRETAG

I toppen av Maktbarometern dominerar influencers, men om vi istället sorterar ut vilka företag/myndigheter, sport och medier som går bäst blir listan annorlunda.

Här är en sådan utbrytning av fyra kategorier:

## FÖRETAG/MYNDIGHET

1. (plac. 51) Polisen
2. (plac. 64) Kungahuset
3. (plac. 109) Försvarsmakten
4. (plac. 110) Folkhälsomyndigheten
5. (plac. 170) Krisinformation.se
6. (plac. 254) Minecraft
7. (plac. 257) Nocco
8. (plac. 264) Liseberg AB
9. (plac. 267) sweden.se
10. (plac. 284) Livrustkammaren

## POLITIK

1. (plac. 10) Sverigedemokraterna
2. (plac. 45) Jimmie Åkesson
3. (plac. 59) Moderaterna
4. (plac. 65) Vänsterpartiet
5. (plac. 67) Socialdemokraterna
6. (plac. 69) Ebba Busch
7. (plac. 88) Jonas Sjöstedt
8. (plac. 89) Stefan Löfven
9. (plac. 125) Annie Lööf
10. (plac. 127) Hanif Bali

## IDEELL SEKTOR

1. (plac. 20) Djurens Rätt
2. (plac. 60) Vid din sida
3. (plac. 61) Kattjouren
4. (plac. 147) Slöseriombudsmannen
5. (plac. 157) Hundstallet
6. (plac. 177) Svenska kyrkan
7. (plac. 181) Världsnaturfonden WWF
8. (plac. 268) Djurrättsalliansen
9. (plac. 298) UNICEF Sverige
10. (plac. 311) Cancerfonden

## SPORT

1. (plac. 52) Zlatan Ibrahimović
2. (plac. 180) Malmö FF
3. (plac. 204) Djurgården Fotboll
4. (plac. 210) Frölunda Indians
5. (plac. 261) Charlotte Kalla
6. (plac. 262) Henrik Lundqvist
7. (plac. 295) IFK Göteborg
8. (plac. 299) Allsvenskan
9. (plac. 362) AIK
10. (plac. 365) Kosovare Asllani



# VÅR METOD

Maktbarometern är en årligen återkommande analysrapport baserad på räckvidds- och engagemangsdata från stora, svenska sociala medier-konton. 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, Beata Jungselius och Fredrik Idestål har arbetat med att ta fram Maktbarometern 2020. 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, Guldtubens vinnarlistor, 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.

I arbetet med Maktbarometern 2020 har vi

adderat tre nya mått och presenterar i år en analys där vi utöver de parametrar vi tidigare studerat nu även inkluderar ett antal relativa mått (mer om dessa under respektive plattform nedan). Detta har vi gjort i en strävan efter att helt enkelt ge en så god beskrivning som möjligt av ett ständigt föränderligt medielandskap, samtidigt som vi velat tona ned frekvens som det viktigaste måttet.

## Mätperiod

Datan som ligger till grund för Maktbarometern 2020 samlades in mellan 15 augusti 2019 och 15 augusti 2020. 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 (för Maktbarometern 2019 samlades data in mellan 15 juli 2018 och 15 juli 2019 och för Maktbarometern 2018 var datainsamlingsperioden 26 juni 2017 till 26 juni 2018). Efter avslutad datainsamlingsperiod gjordes en manuell kontroll av de konton som hamnat i toppen av respektive lista för att, inför presentationen av Maktbarometern i oktober 2020, kontrollera så att inga radikala förändringar skett.

## Val av sociala medier

För Maktbarometern 2020 valdes likt föregående år att undersöka spridning, inflytande och makt på Facebook, Instagram, Youtube och Twitter. Valet av dessa plattformar är dels baserat på att de är de sociala plattformar som svenskarna i störst utsträckning uppger sig använda (Svenskarna och Internet 2019) 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, men då endast med en plattform i fokus. 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 99 689 943 konton igenom och av dessa konstaterades 1 392

278 konton vara svenska. Av dessa var det slutligen 2 698 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 38 000 Facebooksidor där man antingen uppger sig vara svensk eller där man helt enkelt skriver på svenska. Sidorna har i de fall det varit möjligt sorterats utifrån andel svenska gillare/följare. 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 såsom "älska", "ledsen" etc. 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.

### **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. Konton som gjort färre än två videos under året räknades bort. Andel svenskar i publiken för ett Youtubeklipp är mycket svårt 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 7 500 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 rankingmått: 1) antal följare 2) antal följare, viktat efter förmodad andel svenskar 3) antal kommentarer/post 4) antal kommentarer/post, viktat på samma sätt 5) likes/post 6) 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 instagrammarens användning av Instagram Stories eftersom vi, som så många andra, inte lyckats få tillgång till data från den delen av plattformen. Detta är dock något vi jobbar på att försöka lösa inför arbetet med framtida barometrar.

### **Rankingmetod, totallistan**

Rankingen på totallistan 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 t.ex. 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 individs 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 plattform. En person fick alltså dels poäng per plattform, dels en sammantagen poäng för samtliga konton.

För rankingen på totalistan tog vi fram en modell där inflytandet på varje plattform viktades utifrån uppgifter från Svenskarna och Internet 2019 om hur stor andel svenskar som använder respektive plattform minst en gång per vecka. Enligt denna modell fick Youtube ett värde på 0.56, Facebook 0.64, Instagram 0.51 och Twitter 0.12. 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). Medlemskapet innebär också att man får biljetter till 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](mailto:anna.rosenqvist@valentin.se)) eller Gustav Martner ([gustav@digitalreliance.org](mailto:gustav@digitalreliance.org))

## VÅRA SPONSORER

 GÖTEBORGS UNIVERSITET	