MAKT BAROMETERN 2022



Medieakademin

INNEHÅLL

Vad vi pratar om när vi pratar om makt 4

Mäktigast på Twitter 5

Mäktigast på Facebook 14

Mäktigast på Youtube 22

Mäktigast på Instagram 30

Mäktigast på Tiktok 38

Årets makthavare 43

Vår metod 65

Bli medlem 69

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 Medieakademins verksamhet. Vid citat av analys och siffror från Maktbarometern vänligen ange källa. Önskar du mer eller utförligare data om en särskild sektion, kontakta info@medieakademin.se

© Omslagsillustration: Mia Olofsson

Medieakademin



Emanuel Karlsten,
ordförande
Medieakademin

Medieakademin publicerar för sjätte året i rad Maktbarometern – en kartläggning av svensk mediemakt på de största digitala plattformarna. I år kan vi för första gången också visa vilka svenskar som lyckas bäst på Tiktok. Arbetet är helt i enlighet med det syfte som Medieakademin har: att bidra med kunskap och förståelse för ett förändrat medielandskap. När många känner sig vilsna vill vi försöka rita ut konturerna över hur mediemakt börjar födas på nytt och kanske till och med växa förbi gammal mediemakt.

Det är en inte perfekt, men helt unik karta över hur makt omfördelas.

Årets Maktbarometer är så klart starkt påverkad av att det har varit ett valår. Där politiker använt alla till buds stående medel – även viftande av falukorvar i radiodebatter – för att nå ut till väljare. Att försöka visa sig folklig och nära väljarna har varit viktig, vilket kanske blivit komiskt tydligt när partiledare maniskt velat äta och vifta med just korv i sociala medier. Men vad hade sociala medier egentligen för betydelse för valets utgång? Och hade Tiktok en särskild betydelse? Missa inte vår dataanalys av just det.

Vi hoppas du ska inspireras, utmanas och framför allt: lära dig något.

MEDIEAKADEMINS STYRELSE

Emanuel Karlsten (ordförande), Anna Rosenqvist, Lars Rundblom, Toivo Sjörén, Gustav Martner, Henrik Ekengren Oscarsson, Jonas Ohlsson, Josefin Meyer, Beata Jungselius, Therese Bohlin, Anna Serner, Johannes Gustavsson.

VAD VI PRATAR OM NÄR VI PRATAR OM MAKT

En karta i ständig utveckling

2017 tog vi i Medieakademin oss an det till synes omöjliga arbetet med att försöka rita en karta över ett medielandskap i ständig förändring. Vi ville förstå vilka aktörer som har störst inflytande i det nya digitala medielandskapet och indexerade därför vilka svenskar som når flest och engagerar mest i sociala medier. Vi har provat oss fram. Kartlagt, reviderat och provat igen. Ritat och ritat – på ett sätt som liknar hur de allra första kartorna konstruerades. Dessa baserades på observationsdata om kuster, landskap och miljöer gjorda av människor som besökt olika platser och återgav vad de sett. Trots de tekniska begränsningar som fanns blev dessa observationsbaserade kartorna förvånansvärt bra. Det blev förstås inte alltid helt rätt. Folk mindes saker på olika sätt, men ju fler som mindes och redogjorde för sina berättelser, desto bättre kunde man också göra kartorna. Med tiden kunde man göra kartor över allt större områden och på en annan detaljnivå, och kartorna blev då bättre och bättre. De första kartorna var inte perfekta, men de gjorde det möjligt att förstå mer om ett område som tidigare varit outforskat. Till skillnad mot i vår fysiska värld sker förändringen i den digitala världen snabbt. Nya plattformar tillkommer, andra faller bort. Beteenden skiftar och rörelsemönster utvecklas. Något som kunde observeras och rapporteras om för några år sedan är nu inte längre observerbart och man får som kartritare försöka hitta nya sätt att måla en bild. Vi tror att på samma sätt som de första kartorna över fysiska landskap blev bättre och bättre ju fler som bidrog med data, så blir bilden av ett digitalt landskap bättre och bättre ju fler datapunkter vi kommer över. Vi menar inte att Maktbarometern målar en fullständig bild, men vi tror att det är den bästa kartan som går att rita över ett nytt medielandskap – givet de förutsättningar som finns.

Hur vi använder maktbegreppet

I vårt arbete med att rita en karta över ett föränderligt medielandskap och visa vem och vilka som är mäktigast där, återkommer vi ofta till frågan om vad vi egentligen menar med "makt". I Maktbarometern handlar makt om inflytande och agendasättning. För att kartlägga de viktigaste aktörerna i dagens mest aktuella sociala kanaler, och det inflytande dessa har, så utgår vi från ett antal mätpunkter. Vi tittar till exempel på spridning, delning, interaktion, antal följare, hur inflytelserika följares följare är (för mer detaljerad redogörelse för vårt tillvägagångssätt, se "Vår metod"). För oss blir inflytande och makt synonymt i det här sammanhanget. Det finns förstås en mängd olika sätt att prata om makt på. Såväl de "gamla grekerna" som Michel Foucault och Charles Wright Mills har bidragit med definitioner och teoretiska ramverk som än idag används för att diskutera och förklara makt.

När vi i Medieakademin pratar om makt sätter vi såväl betvingande som formell makt åt sidan för att istället fokusera på en lite annan betydelse. Det vi framförallt pratar om när vi pratar om makt är kopplat till det som ibland beskrivs som "referentiell makt" (ibland även "karismatisk makt") vilket förenklat innebär att om A har vissa personliga egenskaper som B beundrar och vill identifiera sig med ger det A ett slags makt över B. Makt kan delas upp i att den *utövas på någon* (vilket innefattar att förmå någon annan att göra något denne egentligen inte vill) och att man blivet given *makt att utföra*. Referentiell makt handlar egentligen om båda de här formerna av makt, då begreppet refererar till en persons upplevda attraktionskraft, värde och rätt till andras respekt och möjligheterna att nyttja dessa egenskaper för att uppnå önskade resultat.

Makt kan i vår kontext även handla om räckvidd och agendasättande. För nog är det så att trots att man kan tycka att influencers och andra makthavare i sociala medier är vare sig attraktiva eller intressanta, så kommer ens flöden att strösslas med deras inlägg och vi kommer, på grund av deras räckvidd, att exponeras för deras innehåll vare sig vi väljer det eller inte. Den med stor räckvidd och brett engagemang kan helt enkelt sätta saker på agendan, oavsett vad omgivningen tycker om frågan, vilket ger dem ett inflytande och en form av makt.
I Maktbarometern görs ingen värdering av hur denna digitala makt används. Den gillamarkering eller delning statsministern får väger i det här sammanhanget lika tungt som den som fås av ett humorkonto. Maktbarometern är kort sagt en karta över hur ny mediemakt omfördelas till och bland nya aktörer, som i sin tur kan använda sin makt för att underhålla, provocera eller styra.

Oavsett vad de gör kommer de sannolikt att påverka dig och samhället.



TWITTER



Carl Bildt

Förändring: +1



Hanif Bali

Förändring: -1



Ebba Busch

Förändring: +20

I år är det tio år sedan Medieakademin började mäta Twitter, i vad vi då kallade Twitter-barometern. Det var också på den här plattformen vi först märkte hur högern i Sverige hittade en ny spets, en ny röst, men framför allt en digital nyckel till framgång. I år kan vi än en gång se hur politiken i allmänhet, men högern i synnerhet tar ett allt tydligare grepp om Twitter.

Samhällsdebattens avtryck syns också allra tydligast på Twitter. I år satte Ukraina sitt tydliga avtryck här. Rysslandsjournalisten Anna-Lena Laurén och försvarsdebattören Wiseman, klättrar på Twitterlistan.

Givetvis placerar sig alla partier också högt detta valår. Men märk väl hur Carl Bildt än en gång tagit sig upp till nummer ett. Ända sedan starten har han legat på pallplats, men guldplatsen har inte haft sedan 2017.

RANKING BASERAS PÅ:

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

STATSMINISTERKONTO

SwedishPM, alltså Sveriges vandrande statsministerkonto, är årets nykomling. Inte för att det är nytt för i år, utan för att vi inte tidigare indexerat kontot.

HOCKEYFALL

Ishockeymålvakten Henrik Lundqvist hamnade förvånande högt i förra årets mätning, vilket berodde på stor uppmärksamhet kring avslutet av karriären. Nu är nyhetens behag förbi och Lundqvist dalar.

Plac. 2019	Plac. 2020	Plac. 2021	Plac. 2022	Diff.	Namn	Kontonamn	Svenska följare (rank)	Följares följare (rank)	Svenska retweets (rank)	Svenska gilla-markeringar (rank)
2	2	2	1	1	Carl Bildt	carlbildt	2	7	5	25
6	3	1	2	−1	Hanif Bali	hanifbali	18	89	3	3
20	45	23	3	20	Ebba Busch	BuschEbba	29	33	55	38
10	5	4	4	0	Ivar Arpi	Ivarpi	42	56	49	39
9	11	6	5	1	Viktor Barth-Kron	viktorbk	35	26	83	48
22	21	13	6	7	Alice Teodorescu Måwe	alicemedce	54	59	52	44
27	10	7	7	0	Magnus Ranstorp	MagnusRanstorp	84	85	19	32
29	31	27	8	19	Moderaterna	moderaterna	32	105	48	45
1	6	11	9	2	Zara Larsson	zaralarsson	4	65	64	118
16	12	12	10	2	YB Södermalm	YB_Sodermalm	31	61	149	40
34	25	19	11	8	Göran Greider	GreiderDD	70	78	86	55
45	19	15	12	3	Agnes Wold	AgnesWold	56	63	111	60
8	1	3	13	−10	Greta Thunberg	GretaThunberg	40	15	65	188
5	4	5	14	−9	Jonas Sjöstedt	jsjostedt	30	52	121	108
19	18	16	15	1	Anders Lindberg	anderslindberg	95	40	81	103
11	9	14	16	−2	Expressen	Expressen	16	43	77	184
39	54	28	17	11	PM Nilsson	NilssonPM	120	62	66	94
21	13	8	18	−10	Peter Wolodarski	pwolodarski	14	11	143	176
12	14	10	19	−9	SVT Nyheter	svtnyheter	9	18	95	228
–	22	39	20	19	Richard Herrey	RichardHerrey	150	201	2	2
–	27	22	21	1	Magda Gad	gad_media	96	142	51	67
50	8	9	22	−13	Emma Frans	DrEmmaFrans	49	5	181	151
–	42	33	23	10	Johan Ingerö	JohanIngero	211	151	17	11
–	40	37	24	13	Johan Forssell	JohanForssell	151	187	36	20
15	30	21	25	−4	Erik Niva	ErikNiva	6	58	214	123
43	33	62	26	36	Sverigedemokraterna	sdriks	64	269	27	41
–	–	34	27	7	Owe Nilsson	owenil	140	47	124	92
24	15	31	28	3	Katerina Janouch	katjanouch	88	310	4	4
7	57	26	29	−3	Annie Lööf	annieloof	27	57	155	181
–	41	30	30	0	Isobel Hadley-Kamptz	isobelsverkstad	192	79	94	69
35	34	38	31	7	Rebecca Weidmo Uvell	RebeccaWUvell	128	278	28	22
–	56	47	32	15	Sofie Löwenmark	SofieLowenmark	182	220	42	49
60	37	25	33	−8	Ali Esbati	aliesbati	167	145	91	101
46	43	32	34	−2	Vänsterpartiet	vansterpartiet	63	111	129	221
–	370	42	35	7	Nooshi Dadgostar	dadgostarnooshi	122	116	139	149
–	83	79	36	43	Ann Linde	AnnLinde	216	129	57	127
–	–	–	37	Ny	SwedishPM	SwedishPM	73	45	144	268
14	28	48	38	10	Spotify	Spotify	19	423	18	73
51	48	40	39	1	Annika Strandhäll	strandhall	124	55	173	189
111	84	44	40	4	Anna Dahlberg	_annadahlberg	144	87	146	175
–	70	150	41	109	Lars Wilderäng	Cornubot	152	368	24	12
3	7	57	42	15	Zlatan Ibrahimović	Ibra_official	3	442	56	56
–	75	84	43	41	Patrik Oksanen	patrikoksanen	272	117	74	99
–	93	64	44	20	Daniel Swedin	danielswedin	242	28	108	210
–	95	91	45	46	Marcus Larsson	Skolinkvisition	383	178	8	21
–	114	108	46	62	Henrik Jönsson	jonsson_henrik	145	394	20	31
31	32	41	47	−6	Svenska Dagbladet	SvD	12	30	175	376
143	26	24	48	−24	Jimmie Åkesson	jimmieakesson	44	254	145	160
85	65	55	49	6	Expressen Ledare	ExpressenLedare	170	133	104	199
–	47	67	50	17	Lars Beckman	beckmansasikter	310	282	7	9

Plac. 2019	Plac. 2020	Plac. 2021	Plac. 2022	Diff.	Namn	Kontonamn	Svenska följare (rank)	Följares följare (rank)	Svenska retweets (rank)	Svenska gilla-markeringar (rank)
40	94	45	51	−6	Socialdemokraterna	socialdemokrat	50	86	186	290
–	310	252	52	200	Anna-Lena Lauren	AnnalenaLauren	348	37	102	126
–	67	109	53	56	Chang Frick	ChangFrick	138	448	22	10
–	–	35	54	−19	Steget Efter	StegetEfter	113	478	11	26
58	68	78	55	23	Kristdemokraterna	kdriks	90	19	236	292
37	24	36	56	−20	Aftonbladet	Aftonbladet	25	110	170	334
33	38	29	57	−28	SR Ekot	sr_ekot	41	25	183	408
49	16	17	58	−41	Alexander Bard	Bardissimo	47	153	204	260
32	116	18	59	−41	Henrik Lundqvist	HLundqvist	20	462	96	87
154	267	59	60	−1	Anna Kinberg Batra	KinbergBatra	68	34	299	265
44	74	82	61	21	SVT Sport	SVTSport	33	223	231	183
55	134	80	62	18	Sara Skyttedal	skyttedal	133	166	190	197
52	50	43	63	−20	Aron Flam	AronFlam	112	328	138	122
552	165	86	64	22	Oisín Cantwell	oisincantwell	178	99	273	161
36	46	50	65	−15	Sakine	Sakine	104	50	285	277
–	147	158	66	92	Wiseman	wisemanswisdoms	226	271	88	132
–	88	81	67	14	Anna Ekström	Anna_Ekstrom	201	94	184	240
–	–	282	68	214	Susanna Silfverskiöld	susannasilfver	222	501	1	1
–	58	85	69	16	Jan Ericson	Ericson_ubbhult	253	457	9	6
–	72	102	70	32	JensGanman	JensGanman	153	496	40	47
–	–	–	71	Ny	Krister Thelin	KristerThelin	333	371	21	16
99	187	94	72	22	Liberalerna	liberalerna	78	143	218	305
17	52	53	73	−20	Carl Bildt	CBildt	55	69	296	329
30	63	58	74	−16	Dagens Nyheter	dagensnyheter	10	14	247	478
–	69	93	75	18	Mustafa Panshiri	Panshiri_M	173	288	180	109
103	163	66	76	−10	Karin Pettersson	AB_Karin	121	21	260	352
77	92	54	77	−23	SvD Ledare	SvDledare	118	12	196	433
–	123	63	78	−15	Amanda Sokolnicki	A_Sokolnicki	313	125	161	167
23	20	46	79	−33	Emanuel Karlsten	emanuelkarlsten	110	38	275	347
–	335	162	80	82	Per Bolund	bolund	271	60	167	281
–	184	113	81	32	Adam Cwejman	adamcwejman	309	193	110	168
–	149	107	82	25	Jan Eliasson	JanKEliasson	243	31	210	298
91	59	49	83	−34	Edward Blom	Edward_Blom	117	141	286	244
42	39	51	84	−33	Fotbollskanalen	fotbollskanal	37	322	294	146
–	143	90	85	5	Ulf Bjereld	UlfBjereld	257	102	187	256
65	55	56	86	−30	Helle Klein	HelleKlein	169	109	241	286
–	–	182	87	95	Fredrik Kärrholm	FredrikKarrholm	298	446	35	29
70	82	76	88	−12	Jack Werner	kwasbeb	164	115	268	262
78	100	74	89	−15	Eric Rosén	detljuvalivet	228	22	229	333
–	86	121	90	31	Teodor Koistinen	TeodorKoistinen	362	404	26	24
–	98	98	91	7	Mattias Svensson	mattias_neo	261	77	262	225
–	–	92	92	0	Mårten Schultz	martenschultz	266	97	265	202
–	119	133	93	40	Josefin Utas	JosefinUtas	343	377	45	76
–	66	69	94	−25	Morgan Johansson	johanssonmorgan	129	144	243	335
–	202	103	95	8	Wisti	wistikent	300	233	174	144
101	229	75	96	−21	Tove Lifvendahl	ToveLifvendahl	147	66	295	345
150	262	104	97	7	Ulf Kristofferson	U_Kristofferson	184	82	270	322
–	97	70	98	−28	PJ Anders Linder	pjaxess	263	123	199	276
–	96	124	99	25	Gunnar Hökmark	ghokmark	402	264	92	105
–	247	136	100	36	Anders Holmberg	SVTHolmberg	224	156	266	234

Plac. 2019	Plac. 2020	Plac. 2021	Plac. 2022	Diff.	Namn	Kontonamn	Svenska följare (rank)	Följares följare (rank)	Svenska retweets (rank)	Svenska gilla-markeringar (rank)
113	145	114	101	13	Anders Ygeman	Ygeman	111	74	318	391
–	233	111	102	9	Jörgen Huitfeldt	JHuitfeldt	267	260	160	209
56	87	68	103	–35	Paulina Neuding	paulinaneuding	157	81	281	395
–	79	99	104	–5	Benjamin Dousa	BenjaminDousa	327	361	107	124
–	132	129	105	24	Carolin Dahlman	carolindahlman	317	331	136	139
–	156	175	106	69	Maria Hind Alias	mariahindalias	338	475	70	43
–	135	88	107	–19	Ulla Andersson	AnderssonUlla	405	334	97	111
–	73	118	108	10	Ledarsidorna.se	ledarsidorna_se	360	424	47	117
–	–	97	109	–12	Bulletin	Bulletin_Nu	236	509	58	148
–	220	117	110	7	Discovery+ sport	dplus_sportSE	154	687	79	34
–	107	95	111	–16	Kvartal	kvartalet	210	273	154	325
128	206	164	112	52	Marcus Leifby	leifby	89	181	417	289
–	85	131	113	18	Nils Karlsson	FilosofenNils	478	168	217	114
–	129	163	114	49	Granskning	avPublicService	247	647	30	53
373	339	148	115	33	Mats Qviberg	MatsQviberg	244	280	223	235
–	–	262	116	146	Linnea Lindquist	rektor_linnea	489	465	16	27
98	64	60	117	–57	Krisinformation.se	krisinformation	24	16	278	684
63	190	126	118	8	Miljöpartiet	miljopartiet	66	49	332	556
76	80	77	119	–42	Patrick Ekwall	Ekwall	60	196	473	274
–	–	101	120	–19	Gurra G	GustaveLund	325	299	244	137
–	–	–	121	Ny	Ola Spännar	olaspannar	779	118	38	71
–	365	257	122	135	Gulan Avci	GulanAvci	556	332	67	51
–	239	100	123	–23	Ardalan Shekarabi	shekarabi	218	27	346	420
–	111	176	124	52	Mattias Lindberg	lindbergpolemik	377	605	15	18
–	136	122	125	–3	Svensk Historia	svenskhistoria	290	320	133	272
–	142	198	126	72	Pontus Persson	PontusPersson5	264	731	14	7
–	189	193	127	66	Myra Åhbeck Öhrman	Myrannosaurus	404	405	128	80
–	110	127	128	–1	Erik Helmerson	Erik_Helmerson	314	29	338	338
–	131	209	129	80	Pär Holmgren	ParHolmgren	392	164	140	332
138	125	141	130	11	Paolo Roberto	paolorobertocom	132	506	216	177
–	101	171	131	40	Christer Sfeir	ChristerSfeir	468	409	72	89
74	195	153	132	21	Centerpartiet	Centerpartiet	93	93	307	548
189	203	152	133	19	Nicklas Andersson	Investeraren	92	382	387	182
177	317	210	134	76	Lars Ohly	OhlyLars	183	200	315	348
–	138	155	135	20	Luai Ahmed	JustLuai	301	708	23	19
25	23	52	136	–84	Niklas Svensson	niklassvensson	43	20	459	531
–	334	225	137	88	Tobias Billström	TobiasBillstrom	561	350	78	64
92	157	120	138	–18	Andrev Walden	AndrevWalden	225	32	438	359
–	122	185	139	46	Peppe	Peppe_Larsson	326	473	120	135
–	235	170	140	30	David Eberhard	EberhardDavid	258	421	179	203
–	251	196	141	55	Carl Melin	CarlMelin	650	160	116	140
93	278	125	142	–17	Säkerhetspolisen	SAPOsverige	39	17	351	661
–	479	232	143	89	Joakim Lamotte	HotLamotte	384	407	117	171
–	128	160	144	16	Mats Skogkär	Skogkar	457	537	39	46
68	144	112	145	–33	Sportbladet	sportbladet	72	403	339	269
61	49	71	146	–75	Glenn Hysén	Glenn_Hysen	23	308	493	267
–	112	134	147	–13	Fredrik Backman	Backmanland	176	239	437	241
–	–	–	148	Ny	Victor Pressfeldt	vpressfeldt	699	329	32	42
–	254	130	149	–19	Staffan Dopping	staffandopping	293	120	383	309
67	234	263	150	113	Netflix Nordic	NetflixNordic	303	529	119	155

Plac. 2019	Plac. 2020	Plac. 2021	Plac. 2022	Diff.	Namn	Kontonamn	Svenska följare (rank)	Följares följare (rank)	Svenska retweets (rank)	Svenska gilla-markeringar (rank)
–	–	200	151	49	Maria M Stenergard	MariaStenergard	487	500	61	59
–	–	–	152	Ny	Max V Karlsson	KarlssonMax	557	471	44	36
72	78	219	153	66	AIK Fotboll	aikfotboll	205	705	130	74
–	99	151	154	−3	Robert Klåvus	robertklavus	642	257	106	128
110	71	145	155	−10	Göteborgs-Posten	GoteborgsPosten	108	267	238	520
89	197	230	156	74	Olof Lundh	oloflundh	36	175	502	421
–	77	119	157	−38	Jennifer Wegerup	JenniferWegerup	304	259	363	214
208	105	214	158	56	Kjell Häglund	kjellhaglund	394	71	297	380
–	490	455	159	296	Johan Wiktorin	forsvarsakerhet	393	315	164	271
–	231	149	160	−11	Jenny Sonesson	JennySonesson	485	298	169	196
84	104	135	161	−26	Alexandra Pascalidou	pascalidou	207	136	401	405
108	281	191	162	29	Uppdrag granskning	granskning	97	121	298	638
86	240	132	163	−31	Mats Knutson	matsknutson	58	46	487	563
–	438	280	164	116	Markus Allard	Markus_Allard	275	725	69	86
–	133	142	165	−23	C More Hockey	cmorehockey	200	615	189	152
–	176	180	166	14	Edward af Sillén	EdwardafSillen	320	435	267	134
–	118	229	167	62	Therese Verdun	thereseverdun	341	777	34	5
–	307	259	168	91	Alex Voronov	alexvoronov	644	261	101	154
122	126	201	169	32	Leif Boork	LBoork	135	449	326	250
90	268	156	170	−14	Niklas Strömstedt	poptonten	74	104	600	390
–	53	72	171	−99	Acke	sauronlol	189	683	208	88
–	141	178	172	6	Emma Bouvin	emmlof	397	228	447	97
73	102	116	173	−57	Dagens industri	dagensindustri	75	80	369	646
–	391	243	174	69	K-G Bergström	K_GBergstrom	308	241	311	323
–	168	169	175	−6	Johannes Klenell	JohannesKlenell	425	242	264	261
–	121	203	176	27	Henrik Sundström	HenrikSundstrom	465	574	68	85
–	127	140	177	−37	Malin Lundgren	konsensuseliten	471	470	115	138
–	164	139	178	−39	widar andersson	widarandersson	414	266	206	310
117	208	168	179	−11	TT Nyhetsbyrån	ttnyhetsbyran	83	8	372	734
100	120	123	180	−57	Aftonbladet Debatt	ABDebatt	166	114	313	609
203	446	226	181	45	Magnus Betnér	Magnusbetner	8	51	535	610
13	51	20	182	−162	Johanna Franden	juanitafranden	51	131	592	431
–	201	177	183	−6	Antje Jackelén	BiskopAntje	390	101	312	409
–	–	3099	184	2915	Filippa Mannerheim	FMannerheim	652	525	25	13
–	–	325	185	140	Thomas Di Leva	ThomasDiLeva	421	665	76	58
262	185	96	186	−90	Daniel Ek	eldsjal	187	393	230	415
–	241	218	187	31	Lorentz Tovatt	LorentzTovatt	565	415	93	153
–	237	159	188	−29	Karin Olsson	OlssonKarin	277	68	373	516
202	301	144	189	−45	Ola Wenström	olawenstrom	85	352	465	340
–	214	2977	190	2787	Negra Efendić	NegraE	523	203	271	247
255	194	87	191	−104	David Sundin	davidsundin	141	42	688	381
–	366	404	192	212	Jägarchefen	Jagarchefen	371	597	127	157
–	–	251	193	58	Ridefixer	Ride_fixer	440	627	112	78
–	–	284	194	90	Talman Andreas Norlén	andreasostgote	363	285	319	296
–	–	234	195	39	Fredrik Johansson	FrHaJo	778	338	75	79
–	–	239	196	43	Jenny Maria Nilsson	jennymaria	770	359	59	84
–	295	195	197	−2	Stiftelsen Expo	StiftelsenExpo	278	184	197	615
123	217	187	198	−11	Daniel Kristoffersson	DKristoffersson	146	365	451	317
–	89	154	199	−45	Isak Skogstad	isakskogstad	446	392	222	219
–	–	425	200	225	Jessica Stegrud	JessicaStegrud	472	732	46	30



+20%

Gillaklick topp 100 konton fått i år, jämfört med förra året

+4%

Följare topp 100 konton har i år, jämfört med förra året

+9%

Retweets topp 100 konton fått i år, jämfört med förra året

METADATAANALYS:

TWITTER VÄXER

Till skillnad från nästan alla andra plattformar växer Twitter när vi mäter de hundra största kontona, år till år. Det beror delvis på svårigheten i att mäta inflytande på Twitter: här finns inget sätt att mäta vad som är en svarstweet och vad som är en trådstartartweet, varför vi inte kan göra snittvärden på hur stort avtryck en enskild tweet har. Men kanske handlar det också om att Twitters allt mer algoritmstyrda tjänst är till fördel för stora konton – och gör dem större. Det skulle alltså kunna vara så att det är lättare för Twitter-användare att uppfatta att Twitter "domineras" av några få personer. Alltså att det finns ett tydligare Twitter-etablissemang. Framför allt avslöjar metadatan något som länge varit tydligt: Twitter-användare går allt mer bort från retweets, till förmån för likes, när man vill uttrycka uppskattning för innehåll.

DEN POLITISKA HÖGERN REGERAR PÅ TWITTER

Twitter har med tiden blivit ett allt mer politiserat medium. Under valåret 2022 var den politiska dominansen större än någonsin. Av de 100 största svenska Twitter-kontona hade nästan två tredjedelar en uttalat politisk profil. Den stora merparten kan tillskrivas den politiska högern. Utträngningen av de icke-politiska kontona från den svenska Twitter-toppen är en av de tydligaste långsiktiga förändringarna i Medieakademins mätserier över det nya svenska medielandskapet.

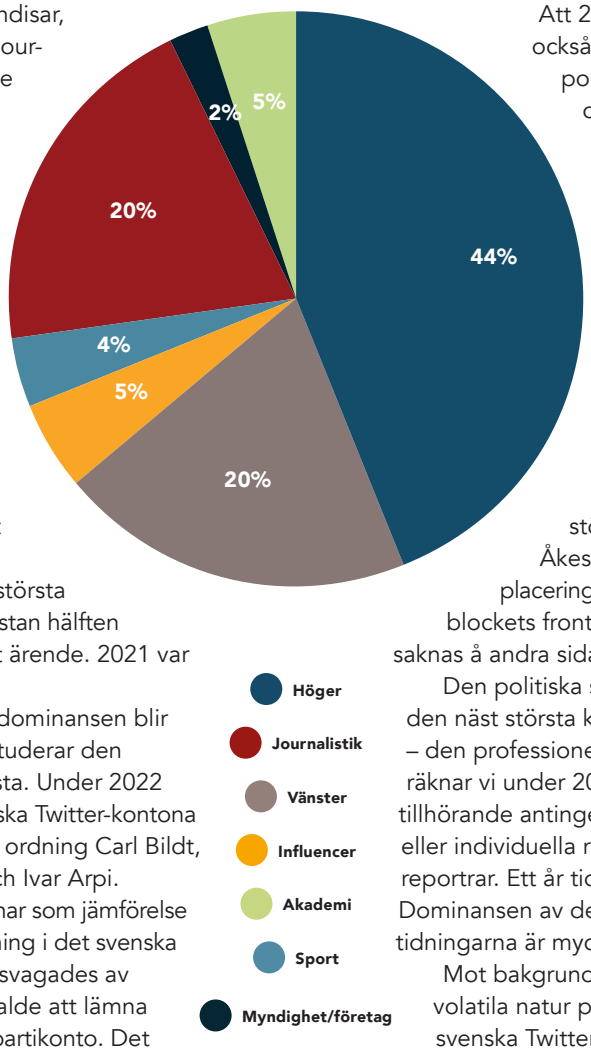
Medieakademin har under de senaste åren kunnat berätta om hur den politiska sfären kommit att stå för en allt större andel av de största svenska Twitter-kontona. Så sent som 2017 dominerades Twitter i Sverige fortfarande av kändisar, influencers, komiker och journalister. En minoritet av de hundra största kontona kom från den politiska sfären. Idag är situationen en helt annan. År 2022 drivs 64 av de 100 största kontona av en individ eller organisation med en uttalad politisk hemvist.

Att det framför allt är den politiska högern som skaffat sig en plattform på Twitter är mycket tydligt när vi analyserar årets resultat. Av de 100 största kontona har 44 – alltså nästan hälften – ett uttalat högerpolitiskt ärende. 2021 var antalet 37.

Den tilltagande högerdominansen blir än mer uppenbar om vi studerar den absoluta toppen av vår lista. Under 2022 rattas de fyra största svenska Twitter-kontona av högerprofiler, i tur och ordning Carl Bildt, Hanif Bali, Ebba Busch och Ivar Arpi.

Den politiska vänstern har som jämförelse en märkbart svagare ställning i det svenska Twitterlandskapet och försvagades av att Socialdemokraterna valde att lämna Twitter med sitt officiella partikonto. Det största vänsterkontot totalt sett – Göran Greiders – hittar vi på plats nummer elva, och den första vänsterpolitikern – Ali Esbati – först på plats 33. Totalt sett har 20 av de 100 svenska Twitter-kontona 2022 en avsändare med uttalad vänsterprofil. Det är ett mer än året före.

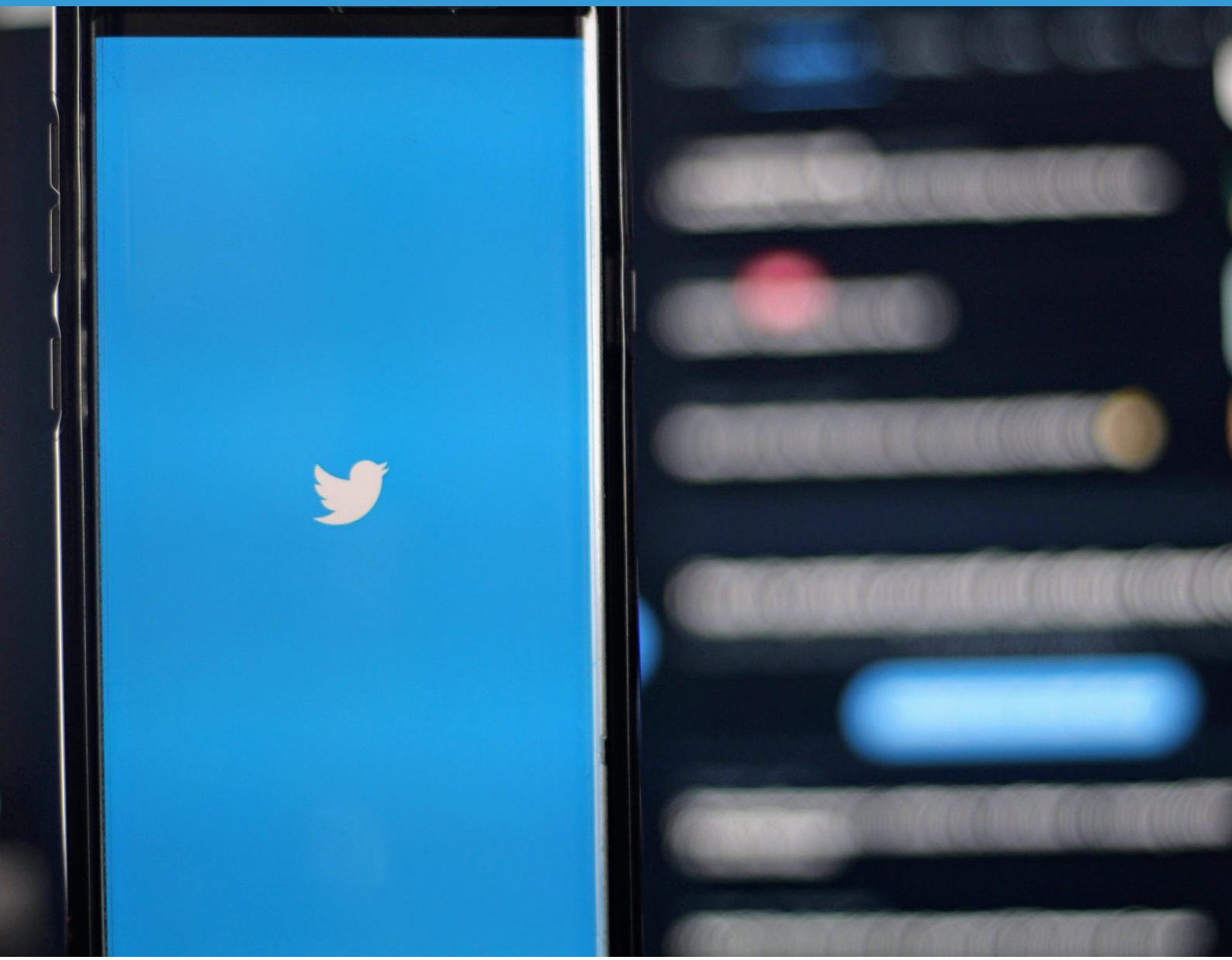
TWITTER 2022 TOPP 100



Att 2022 är ett valår märks också i utvecklingen för de politiska partiernas mer officiella kanaler. Av de sex riksdagspartier vars Twitter-konton intar en plats på topp 100 stärkte samtliga sin position under året. Högst placering totalt sett (8) hade Moderaterna. Även för partiledarna märks en motsvarande utveckling. Det lysande undantaget är riksdagsvalets största vinnare, Jimmie Åkesson, vars konto föll 24 placeringar till plats 48. Högerblockets frontfigur, Ulf Kristersson, saknas å andra sidan helt på Twitter.

Den politiska sfären överskuggar helt den näst största kategorin på topp 100 – den professionella journalistiken. Hit räknar vi under 2022 totalt 20 konton, tillhörande antingen nyhetsredaktioner eller individuella redaktörer och nyhetsreportrar. Ett år tidigare var antalet 22. Dominansen av de stora Stockholmstidningarna är mycket påtaglig.

Mot bakgrund av de sociala mediernas volatila natur präglas annars 2022 års svenska Twitter-lista av en jämförelsevis stor stabilitet. 76 av 100 största kontona var med på listan redan 2021.



De 24 nykomlingar som letat sig in på årets topplista förstärker samtidigt den trend som jämte politiseringen kan anses vara det viktigaste kännetecknet hos den svenska Twittertoppen under 2020-talet, nämligen den tilltagande personaliseringen. Twitter av idag är en utpräglat individualiserad kommunikationsplattform. 14 av de 15 största svenska Twitter-kontona 2022 drivs av enskilda individer. Av de hundra största kontona har endast 17 en organisation som avsändare. Resterande 83 är personliga.

RIKSDAGSPARTIERNA PÅ TOPP 200
(PLACERING 2022 SAMT FÖRÄNDRING FRÅN 2021)

	V	MP	S	C	L	M	KD	SD
Partiets konto	34 (–2)	118 (+8)	51 (-6)	132 (+21)	72 (+22)	8 (+19)	55 (+23)	26 (+36)
Partiledarens konto	35 (+7)	80 (+82)	37 (ny)	29 (–3)	–	–	3 (+20)	48 (–24)



FACEBOOK

Foto: Jonas Persson / jonaspersson.nu

1

Sverigedemokraterna

Förändring: +1

2

TTJ

The typical jag

Förändring: +5

3



Jimmie Åkesson

Förändring: +2

Facebook är fortfarande den plattform som är störst bland svenska användare på sociala medier. Ibland nästan bortglömd som maktfaktor. Kanske för att publiken här är åldrande och därmed mer etablerad. Men under ett valår har plattformen blivit allt viktigare inte minst för partierna själva. Statsminister Magdalena Andersson har tagit sig upp till en sjätteplats, strax före Sverigedemokraternas stjärnskott Jessica Stegrud. Vars parti för första gången intagit Facebooktronen.

Allt sammanfattar en tydlig trend: Facebook blir allt mer politiskt och allt mer högerlutande.

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

JOURNALISTER UPP OCH NER

Magda Gad ökar rekordartat och Marcus Oscarsson rasar. Det första beror på att Gad lämnade plattformen förra mätperioden – och har nu gjort comeback. Oscarsson har inte lämnat, men väl bytt strategi där han i huvudsak postar länkar till en egen nyhetssajt.

SOCIALDEMOKRATISK BULVAN

”Sverige inför verkligheten” är en av årets nykomlingar. Ett konto som indirekt finansieras av Socialdemokraternas tankesmedja Tiden. Ett konto som tankesmedjan plöjt ned hundratusentals kronor i annonspengar för att nå ut under valrörelsen.

NYGAMMAL MODERAT

Hanif Bali har länge funnits på Facebook, men först i år har han gjort sitt konto officiellt, vilket möjliggör för Medieakademin att samla in hans data. Och placerar honom högt direkt (plats 84).

Plac. 2019	Plac. 2020	Plac. 2021	Plac. 2022	Diff.	Namn på sida	Reaktioner (rank)	Reaktioner/ post (rank)	Kommen-tarer (rank)	Kommentarer/ post (rank)	Delningar (rank)	Delningar/ post (rank)
14	5	2	1	1	Sverigedemokraterna	4	25	11	46	3	32
13	1	7	2	5	The typical jag	52	10	13	4	49	20
64	31	5	3	2	Jimmie Åkesson	21	31	45	55	16	34
37	4	1	4	−3	Joakim Lamotte	105	8	48	8	33	4
1	6	4	5	−1	Newsner	1	69	4	82	1	65
340	78	66	6	60	Magdalena Andersson	54	35	35	20	66	59
–	114	21	7	14	Jessica Stegrud MEP	69	40	94	57	41	30
118	18	19	8	11	Kattjouren	92	77	84	51	19	14
17	9	6	9	−3	Tomas Gunnarsson	29	53	100	163	15	25
5	11	9	10	−1	Ett gott skratt	17	278	5	41	2	45
15	2	3	11	−8	Fredags fräckisen	163	71	98	29	27	8
79	35	27	12	15	Moderaterna	27	85	62	116	38	108
2	7	15	13	2	Uppskattat	10	183	12	159	5	145
19	16	18	14	4	Jesper Caron	39	56	170	240	11	13
–	–	41	15	26	Made in Sweden	285	181	8	2	50	18
162	96	37	16	21	Ebba Busch	96	45	164	76	109	68
8	15	28	17	11	Newsners bästa	8	210	10	193	4	144
57	12	30	18	12	Diyari	166	2	289	10	101	2
26	32	35	19	16	Socialdemokraterna	58	185	31	68	55	183
–	–	–	20	Ny	Frusna Tassar	76	174	77	128	42	86
35	20	11	21	−10	Newsner Djur	18	89	74	274	23	109
160	58	46	22	24	Jörgen Astonson Solidaritet Igen	142	99	157	80	70	43
49	24	45	23	22	Djurbibeln	41	65	133	189	63	102
54	13	8	24	−16	SVT Humor	26	207	47	242	9	63
–	22	39	25	14	Ett Positivt Sinne - Albin Karlsson	225	133	105	32	69	35
111	14	14	26	−12	Situationer	283	95	66	14	119	38
141	29	29	27	2	Polisen Huddinge	94	72	130	79	127	122
63	21	10	28	−18	Vid Din Sida	35	109	86	191	65	175
88	48	24	29	−5	Kungahuset	23	26	150	209	96	158
95	56	94	30	64	Politiskt Inkorrekt	112	103	221	169	47	37
112	57	38	31	7	Polisen	136	73	276	144	64	33
358	107	44	32	12	Ulf Kristersson	99	97	182	152	108	123
–	–	73	33	40	Nooshi Dadgostar	169	78	193	69	177	93
31	28	16	34	−18	Stöd svenska polisen	178	51	330	94	104	36
223	88	32	35	−3	Stefan Sauk	260	16	421	39	56	3
83	40	23	36	−13	Vänsterpartiet	141	156	142	121	106	133
7	8	12	37	−25	Djurens Rätt	56	203	88	286	36	131
45	23	22	38	−16	Newsner Guldkorn	82	86	114	90	189	240
–	27	42	39	3	Humorbibeln	53	487	23	129	12	105
38	26	40	40	0	Jonas Gardell	19	17	128	166	187	315
11	30	36	41	−5	SVT	40	224	54	194	62	272
34	118	65	42	23	Sportbibeln	2	98	7	149	32	572
93	34	17	43	−26	Stefan Löfven	154	34	233	47	280	115
68	47	5999	44	5955	Magda Gad	198	12	266	30	302	57
66	36	51	45	6	Herregud & Co	33	38	333	440	17	21
244	294	127	46	81	Kristdemokraterna	88	157	152	245	89	170
23	43	77	47	30	Newsner Familj	50	303	70	308	28	149
134	83	125	48	77	Aron Anderson	159	84	79	27	329	243
151	37	48	49	−1	Arga bibliotekstanten	63	68	287	356	67	80
–	72	34	50	−16	Charlie Weimers	232	41	432	88	113	22

Plac. 2019	Plac. 2020	Plac. 2021	Plac. 2022	Diff.	Namn på sida	Reaktioner (rank)	Reaktioner/ post (rank)	Kommen-tarer (rank)	Kommentarer/ post (rank)	Delningar (rank)	Delningar/ post (rank)
–	45	25	51	−26	Folkhälsomyndigheten	582	148	99	13	80	11
32	84	55	52	3	SVT Nyheter	15	378	6	78	25	451
–	25	33	53	−20	Den som skrattar förlorar	269	6	494	31	164	10
–	124	76	54	22	Nöjeslivet	7	140	15	173	43	600
6	41	43	55	−12	Aftonbladet	6	417	1	100	6	491
–	–	143	56	87	Sveriges roligaste barn	479	9	321	11	197	7
–	51	50	57	−7	Leif Mannerström	168	61	322	112	243	124
2866	543	123	58	65	Eddie Meduza	349	347	173	106	39	26
–	–	164	59	105	Gårdsjö Älgpark	84	15	490	232	168	71
–	–	13	60	−47	Jacke Sjödin	356	43	499	72	124	15
197	73	58	61	−3	Svenska kyrkan	204	199	208	157	170	180
335	70	52	62	−10	Polisen Stockholm - hundenheten	137	27	341	87	373	163
12	116	88	63	25	TV4	9	248	9	215	30	625
288	774	179	64	115	TV4 Sporten	13	37	111	378	130	484
–	184	85	65	20	Jerry gillar	193	642	2	7	85	256
30	19	26	66	−40	Matbibeln	277	88	232	49	371	172
–	235	59	67	−8	Arkitekturupproret - Låt oss bygga vackert igen	162	49	546	257	140	49
–	–	–	68	Ny	Läkaruppropet	200	250	292	301	79	83
586	131	78	69	9	Ardalan Shekarabi	109	305	89	201	155	381
629	659	587	70	517	Bondbönans blogg	89	70	415	395	139	138
96	119	128	71	57	Utan varandra är vi ingen	64	523	78	507	8	82
699	268	118	72	46	Nordiska museet	180	33	565	198	245	75
	104	113	73	40	Olle Thorell	215	375	181	247	110	181
765	259	154	74	80	Anders Ygeman	157	154	258	227	264	290
108	38	124	75	49	Slöseriombudsmannen	359	206	363	180	165	87
113	139	268	76	192	Newsner Musik	203	212	248	222	220	260
78	91	89	77	12	Hundstallet	189	106	507	323	160	90
179	77	63	78	−15	Wisti	102	150	396	589	60	85
–	–	–	79	Ny	Godiskristallen	357	152	291	86	331	173
–	–	–	80	Ny	Sverige inför verkligheten	187	521	113	256	90	229
221	210	80	81	−1	Annie Lööf	184	247	146	146	295	404
493	74	31	82	−51	Björn Ranelid (officiell)	404	36	485	44	408	58
503	331	131	83	48	Sanna Nielsen	118	60	286	153	466	377
–	–	–	84	Ny	Hanif Bali	361	66	514	97	346	84
40	314	191	85	106	SVT Sport	5	114	24	398	61	895
172	69	68	86	−18	Jonas Sjöstedt	234	132	361	186	349	237
279	87	64	87	−23	I allmänhetens tjänst - granskning av public service	138	249	311	489	118	214
9	33	92	88	4	Kärlek	48	1011	17	250	7	210
106	203	153	89	64	Frölunda HC	57	213	115	373	172	615
182	136	98	90	8	Alice Teodorescu	360	91	524	140	336	112
18	10	47	91	−44	Lucas Simonsson	712	7	575	12	278	5
–	–	60	92	−32	Pierre Hesselbrandt	196	170	138	85	502	541
470	733	184	93	91	Bakamedfrida	210	416	304	482	78	142
809	271	114	94	20	Carina Bergfeldt	44	50	155	182	465	744
496	299	103	95	8	Lena Philipsson	77	19	189	65	737	558
–	1102	671	96	575	Tareq Taylor	158	30	407	107	655	305
194	236	75	97	−22	Zlatan Ibrahimović	155	22	628	212	477	176
39	97	112	98	14	Världsnaturfonden	202	386	273	416	146	253
389	62	83	99	−16	Emanuel Karlsten	437	231	403	164	289	156
505	99	294	100	194	Sven Melander	442	1	434	1	809	6

Plac. 2019	Plac. 2020	Plac. 2021	Plac. 2022	Diff.	Namn på sida	Reaktioner (rank)	Reaktioner/ post (rank)	Kommen-tarer (rank)	Kommentarer/ post (rank)	Delningar (rank)	Delningar/ post (rank)
143	429	237	101	136	Aftonbladet Nöje	14	273	22	258	91	1027
293	217	186	102	84	Försvarsmakten	311	142	493	234	343	195
81	54	53	103	−50	Efterlyst	382	615	257	302	74	100
176	103	93	104	−11	Polisen Helsingborg	222	352	371	497	117	174
512	120	97	105	−8	Annika Strandhäll	310	307	203	134	381	399
28	50	49	106	−57	Greta Thunberg	398	52	763	167	323	54
–	79	120	107	13	Vi har kraften c/o Christian Wass	186	255	522	700	53	50
224	112	57	108	−51	Soheila Fors	247	189	449	329	301	252
440	180	273	109	164	Sebastian Stakset	459	123	599	170	334	94
408	153	121	110	11	Faktafabriken	110	478	198	647	76	288
–	–	133	111	22	Lena Hallengren	242	337	184	178	367	489
–	426	387	112	275	Fredrik Andersson	381	141	603	260	294	120
–	122	81	113	−32	Sungen	237	358	246	281	284	410
73	–	364	114	250	VILLFARELSER	128	220	489	823	71	125
20	3	20	115	−95	Marcus Oscarsson	314	195	191	77	594	490
43	345	231	116	115	Vi som hellre står själva än att ha falska vänner!!	248	547	134	225	241	483
25	149	129	117	12	Sportbladet	3	205	14	352	59	1260
114	108	104	118	−14	C More Hockey	68	475	52	291	157	865
	66	56	119	−63	Jonatan Alfvén	959	3	809	9	133	1
348	249	111	120	−9	Så mycket bättre	160	32	412	114	784	413
129	156	209	121	88	TittaPaVideon	32	801	43	604	22	416
80	55	67	122	−55	Sonjas sida	70	670	127	942	10	128
252	129	84	123	−39	Aldrig Ensam	378	18	891	123	487	56
109	80	157	124	33	Sverige mot särskrivning	205	261	418	494	254	323
–	106	130	125	5	Positiv	30	410	129	988	40	375
3	61	87	126	−39	Expressen	12	720	3	205	24	1015
84	145	71	127	−56	Kan den svenska flaggan få 1 000 000 likes?	38	697	57	612	46	542
978	82	145	128	17	Robert Gustafsson	406	58	639	115	616	162
–	198	109	129	−20	Fredriks Fika	80	405	302	1029	34	148
576	206	147	130	17	Sverigedemokraterna Stockholm	334	223	456	294	404	299
522	134	95	131	−36	Krisinformation.se	675	600	318	179	158	97
202	300	233	132	101	Färjestad BK	121	234	239	375	359	706
201	302	215	133	82	Miljöpartiet de gröna	430	507	176	120	386	420
154	101	122	134	−12	Gunhild Carling	101	434	271	858	81	295
132	85	100	135	−35	Galenskaparna och After Shave	451	42	825	141	516	77
–	49	135	136	−1	Småstadsliv	164	656	212	616	95	314
–	164	162	137	25	Linnéa Claeson	480	96	738	208	428	107
–	–	–	138	Ny	Djurhistorier - Sverige	93	314	283	738	163	473
–	–	152	139	13	Riks	85	864	91	742	29	263
241	110	161	140	21	Pågen Gifflar	592	90	217	16	917	246
–	189	74	141	−67	Tobias Baudin	313	362	329	312	355	417
–	–	182	142	40	Niiinis Kitchenlife	124	1009	102	739	13	111
507	316	238	143	95	Pågen	549	129	335	42	777	270
82	53	99	144	−45	Uppskattat Djur	78	400	238	832	111	461
174	626	150	145	5	Svensk fotboll	51	240	194	690	190	756
969	531	190	146	44	Björn Skifs	420	5	570	17	1038	74
77	65	432	147	285	Skrattemyndigheten	125	1094	64	484	37	324
1916	461	180	148	32	Arvingarna Officiella	172	93	303	147	757	657
464	767	227	149	78	Handbollslandslaget	47	164	255	697	233	746
317	242	239	150	89	Tre Änglar	134	563	20	36	319	1081

Plac. 2019	Plac. 2020	Plac. 2021	Plac. 2022	Diff.	Namn på sida	Reaktioner (rank)	Reaktioner/ post (rank)	Kommen-tarer (rank)	Kommentarer/ post (rank)	Delningar (rank)	Delningar/ post (rank)
121	478	250	151	99	Lindas bakskola	127	457	393	1100	18	61
655	1100	279	152	127	Sportbladet Ridsport	152	21	815	326	607	242
61	244	146	153	−7	Nyhetsmorgon	22	520	39	520	83	1032
277	347	134	154	−20	Zeinas Kitchen	224	387	453	676	185	292
387	171	117	155	−38	Rebecca Weidmo Uvell	289	427	462	609	179	255
331	391	220	156	64	Charlotte Kalla	133	4	332	25	1336	395
123	109	212	157	55	Vi som älskar kungafamiljen	132	92	319	241	691	758
301	59	175	158	17	Kommer du ihåg	351	317	376	290	460	443
–	–	211	159	52	Lilla Gumman	280	258	701	756	137	121
623	406	249	160	89	Di Leva	195	222	368	392	473	609
–	256	61	161	−100	Region Skåne	547	749	380	409	87	91
–	–	172	162	10	Min värld av teckningar och tavlor	183	366	566	1040	45	64
–	–	106	163	−57	Ankan	60	499	200	1117	52	345
225	320	194	164	30	C More	286	738	151	316	232	565
–	–	196	165	31	Exakt24	632	778	316	280	145	147
421	195	115	166	−51	Tina Politik	316	713	344	661	86	184
–	197	110	167	−57	Pontus Hugosson	815	226	679	148	368	72
–	–	192	168	24	Bulletin	59	775	61	578	72	771
967	321	208	169	39	Ulf Ivar Nilsson	641	128	937	272	296	47
5906	3376	3218	170	3048	Bollnäs-Martin	1082	110	106	3	931	96
168	130	107	171	−64	SPF Seniorerna	144	577	202	603	180	626
103	100	82	172	−90	Djurrättsalliansen	323	552	408	605	174	276
–	–	688	173	515	Norrsken	240	331	159	150	614	875
605	188	136	174	−38	Simon Häggström	449	191	702	351	458	225
–	123	431	175	256	Humorsidan	1147	514	210	26	387	98
145	178	204	176	28	Rockklassiker	243	1031	110	389	126	488
469	590	483	177	306	Berts Värld	713	473	562	299	224	118
142	113	137	178	−41	Nyheter Idag	120	888	68	391	128	802
120	225	54	179	−125	Morgan Alling	399	121	597	213	741	337
–	2345	873	180	693	Richard Herrey	231	873	178	528	138	464
210	270	176	181	−5	Ernst Kirchsteiger	302	20	593	75	1123	309
309	155	132	182	−50	Livrustkammaren	233	246	460	458	485	561
433	628	262	183	79	SVT Nyheter Norrbotten	113	679	131	610	156	760
158	220	285	184	101	Skrattsajten	73	956	96	967	26	334
7295	81	108	185	−77	Katerina Janouch	339	382	618	711	200	217
–	365	352	186	166	Ekotipset	665	193	786	273	429	126
1227	451	173	187	−14	Göran Greider	156	318	351	599	354	696
21385	421	79	188	−109	Guldkanten SVT	143	513	224	594	240	768
47	132	242	189	53	Existenz.se	95	725	44	259	208	1161
–	–	–	190	Ny	Axel Schylström	478	94	604	125	891	304
251	67	148	191	−43	Katrin Sundberg	617	54	1020	177	563	67
139	175	207	192	15	Cancerfonden	227	180	544	478	543	528
–	–	144	193	−49	Eva Rydberg	272	81	567	236	876	494
311	420	216	194	22	Liberalerna	324	740	294	539	199	435
229	502	342	195	147	Centerpartiet	340	872	185	365	231	547
255	213	96	196	−100	Dansbandssidan.com	270	951	119	348	196	656
–	–	86	197	−111	Vad skoj och så tokigt	333	1160	213	628	48	166
315	427	169	198	−29	ABBA	343	221	827	735	258	178
1115	503	360	199	161	Peter Johansson	249	146	512	309	743	605
159	76	62	200	−138	NB Nyhetsbyrån	241	753	265	645	181	514



-17%

Poster som de 100 största postat i år, jämfört med förra året

-28%

Delningar per post bland de 100 största i år, jämfört med förra året

-11%

Kommentarer per post bland de 100 största i år, jämfört med förra året

+7%

Reaktioner per post bland de 100 största i år, jämfört med förra året

METADATAANALYS:

MER PRECISION ÄN VOLYM

Antal följare har allt mindre betydelse för om en Facebooksida lyckas. Årets nykomling, Frusna tassar, har mindre än 30 000 följare, men lyckas ändå skapa mer engagemang än de flesta andra. I vår data-analys av Facebook topp 1000 kan vi genom tidsserier se att följare sedan två år tillbaka haft allt mindre betydelse. Vi ser också att de största Facebooksidorna postar allt mindre och fokuserar mer på precision än volym. Det har betalat sig genom att antalet reaktioner ökar. När det gäller övriga mättal så fortsätter den nedåtgående trenden. Både gällande delningar och kommentarer, där särskilt antal delningar per post tappat stort. Var fjärde delning har försvunnit det senaste året från de hundra största Facebook-kontona i Sverige.

NU ÄR ALLT
(FÖRUTOM INSPIRATIONSFÖRELÄSARE OCH KATTER)
POLITISKT I FACEBOOK-TOPPEN

Maktbarometern har i flera år pekat på politiseringen, och högervridningen, av både Twitter och Facebook. I år, när Sverigedemokraterna tagit sig upp på både första-, tredje- och sjundeplatsen, och raketerna är sossarnas Magdalena, vänsterns Nooshi och kristdemokraternas Ebba, så är det om möjligt än mer uppenbart att Facebook är partipolitik och partipolitik är Facebook. Men det växande engagemanget i katter – är det också politik?

Att Facebook är en viktig plattform för att driva opinion, inte minst för partierna, är ingen ny trend. Men det som nytt är att även det till synes opolitiska numera tvingas bli politiskt. Det är helt enkelt mycket svårt att lyckas hålla sig kvar på Facebook-toppen om det inte finns en politisk nerv att kittla. Till och med de största humorsajterna, som själva beskriver att de har fokus på "positiva nyheter som sprider bra känslor och uppdateringar som hjälper dig att koppla av i en stressig vardag", är nödgade att på senare tid främst bygga sina snabba skämt på energipriserna. Detta för att inte ramla ner alltför mycket på topplistan när raketer som "Made In Sweden" fullkomligt slaktar i tillväxt med kärnkrafts-kampanjande, raljanta skämt om de höga energipriserna och egensnickrade memes om att kasta ut Miljöpartiet från riksdagen.

Det finns egentligen bara två kategorier av sidor i Facebook-toppen som fortfarande växer utan att ta till politik: Inspirationsföreläsarna och de som räddar utsatta katter:

1. Mer engagemang kring katter än djur
De senaste fem åren har djurrättsorganisationen Djurens Rätt alltid varit toppnoterad på topplistan. Men i år får de se sig slagna av organisationer som fokuserar på tamkatter. Facebook har förändrats till en plats där solidariteten som visas mellan människor i första hand fokuseras på de som står en nära geografiskt och etniskt: Nu verkar det till och med spridit sig till djuren. Att rädda minkar, valar och burhöns känns mindre trängande medan utsatta tamkatter väcker alltmer engagemang.

Djurens rätt backar 24 placeringar nu på 36. Kattjouren ökar från 19 till 8. Ny raket på listan är Frusna Tassar som dundrar in på plats 20. Medan Newsner Djur backar till 21.

> **Det är helt enkelt mycket svårt att lyckas hålla sig kvar på Facebook-toppen om det inte finns en politisk nerv att kittla.**

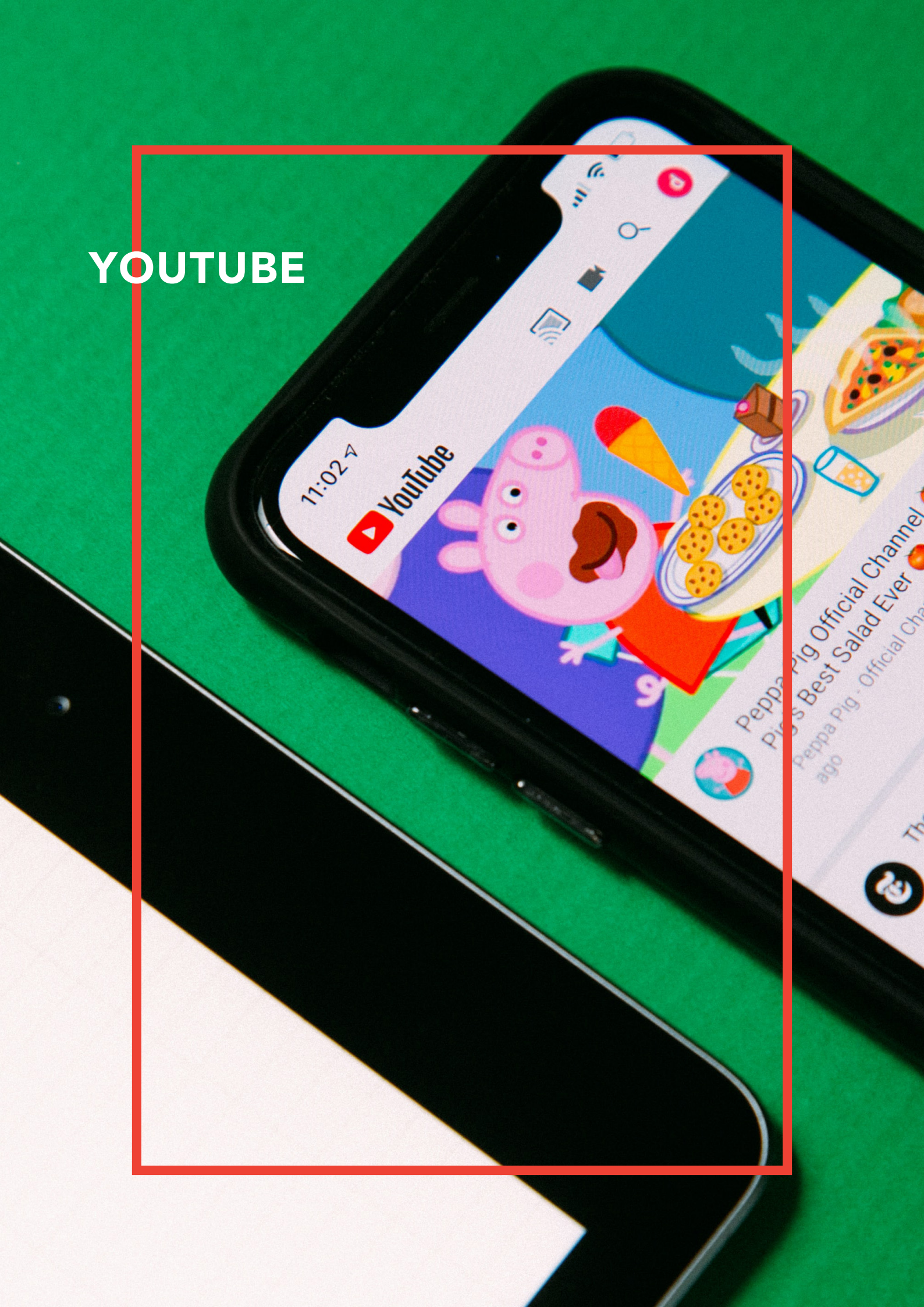
2. Partiernas storsatsningar verkar ha lönat sig.
Alla partier ökar utom Vänsterpartiet. Det ska nog åtminstone delvis härledas till att Vänsterpartiet är det parti som lagt minst pengar på att boosta sina inlägg. Men det är också det parti som var ett av riksdagsvalets stora förlorare.

På sätt och vis är det som om den klassiska Internet-kulturen från nätets barndom nu syns i en övertydlig version på Facebook: Det är polemik, yttrandefrihet och gulliga katter. Det som däremot är mer oväntat är den kraftiga högervridningen - mer om det längre fram.

PANDEMIN ÄR ÖVER ÄVEN PÅ FACEBOOK

En notering på Facebook-listan är att Jacke Sjödén, som kom in på listan med raketfart med sin pandemi-humor, tappat 47 placeringar. Intresset för Jackes innehåll har minskat i takt med att pandemin tagit allt mindre plats i människors vardag och Jacke (kan man tänka) får utlopp för sin skaparglädje på andra scener än de digitala. Även Folkhälsomyndigheten tappar, hela 25 placeringar och Krisinformation.se (-35).

YOUTUBE


11:02
YouTube
Peppa Pig Official Channel
Pig's Best Salad Ever
Peppa Pig - Official Cha
ago



Familjen Lundell

Förändring: +1



IJustWantToBeCool2

Förändring: +1



Therése Lindgren

Förändring: –2

Vi har haft samma tre konton i Youtube-toppen under mätningarna två år i rad. I år placerar sig återigen samma konton i topp tre, men har bytt plats med varandra. Familjen Lundell är mäktigast på Youtube 2022.

Jocke och Jonna fortsätter outtröttligt att imponera med produktion efter produktion. Paret har publicerat nästan dubbelt så många videos som de andra kontona i toppen på vår Youtube-lista. Årets fortsatta succé beror delvis på parets nu tvåfaldigt Kristallen-belönade tv-serie Spökjakt, nu inne på säsong 4.

IjustWantToBeCool och Therése Lindgren har ett jämnt snitt i antal visningar och likes per video. Men humortrion har legat i och publicerat runt 20 videos fler än Therése under året, och därmed lyckas de knuffa ner den forna Youtube-drottningen till en tredjeplats.

RANKING BASERAS PÅ:

- Antal svenska visningar per publicerad video
- Antal svenska likes per publicerad video
- Antal svenska kommentarer per publicerad video
- Totalt antal svenska visningar det senaste året.
- Totalt antal svenska likes det senaste året per publicerad video
- Totalt antal svenska kommentarer på videos det senaste året.

ALEX OCH ALVA (+154)

När Alex Ceesay pratade om kopplingen mellan gangsterrap och kriminalitet i SVT:s Aktuellt förra året kommenterade kulturskribenten Victor Malm att det var första gången han hörde någon tala offentligt om ämnet, och menade att kulturjournalistiken brustit i förhållande till gangsterrap.

Sedan dess har Alex och hans flickvän Alva utvecklat sin Youtube-kanal, där man får följa med i förhållandet och livet som kriminell gangster-rappare. Ett framgångskoncept, och kanalen hoppar upp hela 153 placeringar till en plats 19 i år. Kanske dags för kulturjournalistiken att haka på?

NYA GENERATIONENS SKAVLANS PÅ G

Ironiskt nog för Skavlan, som tappar 216 placeringar och är en av årets största förlorare, så är talkshow-formatet bland det hetaste just nu. Vi ser allt fler konton med ett format som liknar TV poppa upp på listan. Bland årets nykomlingar har vi FIVEISH som hoppar rätt in på plats 17 och Vem f*n bryr sig på plats 66. Dessutom klättrar Min fakking bror upp över 100 placeringar in på plats 16. Vad har dessa konton gemensamt? Språket är grovt, skratten är höga, och de drivs av ett gäng killar vars ålder knappt når upp till Skavlans tillsammans.

Plac. 2019	Plac. 2020	Plac. 2021	Plac. 2022	Diff.	Namn	Visningar (rank)	Visningar per video (rank)	Likes (rank)	Likes per video (rank)	Kommentarer (rank)	Kommentarer per video (rank)
3	2	2	1	1	Familjen Lundell	3	11	2	6	8	18
7	3	3	2	1	IJustWantToBeCool2	8	19	7	10	17	16
1	1	1	3	−2	Therése Lindgren	17	17	16	5	19	6
27	20	7	4	3	SampeV2	11	21	9	8	26	14
43	7	4	5	−1	Uppdrag: Mat	16	1	21	1	49	3
51	10	9	6	3	The swedish family	5	9	15	15	29	19
84	29	8	7	1	Emil Hansius	24	31	14	11	24	11
4	6	6	8	−2	JLC	13	12	11	3	53	26
13	5	15	9	6	Gordon Dewoon	27	43	12	12	18	8
10	13	11	10	1	Familjen Torsgården	37	56	22	14	20	7
11	11	10	11	−1	Tomu	4	81	4	38	3	27
171	12	5	12	−7	Pontus Rasmusson	34	27	39	20	34	10
–	84	24	13	11	Marcus Dübois	35	55	29	21	51	30
2	9	13	14	−1	PewDiePie	22	144	3	22	13	42
16	30	23	15	8	IJustWantToBeCool	56	23	44	7	92	25
	314	117	16	101	Min Fakking Bror	28	42	30	27	61	60
–	–	–	17	Ny	FIVEISH	45	45	32	17	70	39
–	–	17	18	−1	TaZer	115	34	62	4	35	2
468	205	172	19	153	Alex och Alva	20	108	17	45	27	48
5	8	12	20	−8	Anis Don Demina	14	67	13	35	42	104
6	14	147	21	126	Random Making Movies	113	13	48	2	112	5
–	–	42	22	20	IJustWantToBeCool GAMING	15	74	20	43	41	101
–	48	44	23	21	Duno	2	116	5	85	4	87
206	37	22	24	−2	Martin Rockström	129	47	83	16	28	1
14	17	16	25	−9	Antonija Mandir	21	87	35	60	39	74
–	253	36	26	10	Tomu Två	6	118	8	78	9	99
105	16	18	27	−9	iskall85	67	130	24	23	47	32
19	31	21	28	−7	Matkoma	32	73	45	53	57	72
48	91	33	29	4	Melodifestivalen	12	39	67	110	43	62
119	57	37	30	7	TeamOdiffat	64	109	46	41	60	55
100	39	34	31	3	NewPlay	88	57	56	19	115	41
–	247	26	32	−6	En Rullande Talkshow	50	102	47	51	66	88
315	2085	83	33	50	Let's Feast	31	179	25	82	22	73
–	65	25	34	−9	Rezdar	107	10	112	9	161	15
–	–	115	35	80	Topp 1 i Sverige	82	25	94	26	155	34
128	51	56	36	20	Familjen Arcombe	58	164	38	62	40	63
9	15	27	37	−10	Vlad Reiser	137	98	79	29	78	23
90	81	43	38	5	Ribecka	53	88	42	36	109	122
412	157	86	39	47	Grind gang music	39	8	133	34	191	49
134	85	41	40	1	Henrik Jönsson	128	209	43	40	23	12
18	35	31	41	−10	Cluee News	60	167	41	67	50	86
–	130	38	42	−4	Diyari	98	44	91	28	159	57
124	156	73	43	30	Johanna Ottosson	92	145	69	59	62	59
49	24	30	44	−14	Viktor Klemming	142	126	116	69	87	31
62	41	45	45	0	Yumi Gaming	26	248	36	189	7	66
78	54	19	46	−27	Yumi	145	69	145	50	137	29
63	4	14	47	−33	TADROS	94	160	81	86	77	89
53	110	54	48	6	Tone Sekelius	84	190	65	90	63	109
–	–	–	49	Ny	Klok uggla	23	166	33	127	56	219
–	143	51	50	1	Markus Aujalay	71	139	78	100	101	136

Plac. 2019	Plac. 2020	Plac. 2021	Plac. 2022	Diff.	Namn	Visningar (rank)	Visningar per video (rank)	Likes (rank)	Likes per video (rank)	Kommentarer (rank)	Kommentarer per video (rank)
28	27	47	51	−4	Linn Ahlborg	75	65	98	54	202	151
110	23	35	52	−17	Filip Dikmen	117	131	93	58	146	114
73	69	29	53	−24	Eliott Malhotra	101	220	64	80	85	131
59	42	68	54	14	Hampus Hedström	199	78	107	24	223	67
30	46	53	55	−2	Tomas och Malin	78	287	51	139	37	108
220	67	57	56	1	keebabb	18	364	10	193	5	111
322	43	48	57	−9	ANJO	114	296	55	101	52	100
120	63	28	58	−30	Johanna & Marcus	109	219	96	135	68	102
345	230	133	59	74	Margareta Grääs	46	375	34	205	6	78
–	66	59	60	−1	Martin Björk	80	91	106	84	197	186
8	26	32	61	−29	Ben Mitkus	140	206	92	91	116	121
89	38	60	62	−2	Anomaly	151	249	54	52	122	143
32	22	20	63	−43	Bianca Ingrosso	19	29	52	47	271	365
22	78	52	64	−12	Lea Wallin	165	403	66	129	12	20
85	72	119	65	54	EL Chilli	159	259	59	56	119	145
–	–	–	66	Ny	Vem f*n bryr sig	247	84	186	37	218	33
–	160	58	67	−9	Snabb Fakta	183	251	114	118	83	69
–	–	–	68	Ny	Mord Kanalen	157	234	126	138	86	91
40	50	46	69	−23	Matinbum	36	398	18	166	25	196
517	149	97	70	27	Tanbyklara	43	168	73	177	111	272
101	88	55	71	−16	Felicia Bergström	108	228	88	124	126	174
50	55	66	72	−6	LAKI	125	242	63	73	144	201
87	87	99	73	26	Konstiga bloggen	187	163	120	71	190	124
268	193	102	74	28	Beas liv	181	169	143	99	164	117
–	102	40	75	−35	Pontus Rasmusson 2.0	130	188	110	114	165	170
23	64	110	76	34	Moa Murderess	194	295	99	115	82	94
165	128	88	77	11	Mimi Höglin	87	277	61	145	88	223
–	182	75	78	−3	Kanalgratis	54	231	71	180	95	262
–	–	113	79	34	Riks	1	575	1	192	1	138
191	2048	243	80	163	Familjen Fröhlich	70	306	89	262	54	167
359	165	94	81	13	Lennart Matikainen	122	591	23	126	10	77
319	200	207	82	125	Sverigedemokraterna	38	456	26	236	21	198
978	219	149	83	66	Camilla Hamid	111	214	109	158	160	231
137	2873	286	84	202	Margaux Dietz	76	191	118	204	147	249
185	176	127	85	42	MattesMush	178	324	60	72	143	212
92	60	77	86	−9	Falken	235	264	125	88	163	127
–	–	–	87	Ny	Familjen Foliehatt	170	412	100	201	45	84
29	76	106	88	18	Kammi	211	238	136	103	182	144
94	53	50	89	−39	Alice Stenlöf	51	152	95	185	188	351
–	–	–	90	Ny	Roy Nader	180	267	185	233	80	81
–	74	85	91	−6	Einár	373	24	291	13	336	13
54	80	71	92	−21	Amanda Lundgren	200	155	184	116	241	156
296	196	134	93	41	Motornörd	123	246	108	170	168	248
126	47	82	94	−12	Anomaly & Papanomaly	249	318	102	79	166	149
–	–	98	95	3	Leif Mannerström	148	252	117	159	169	227
46	159	107	96	11	Familjen Reinhold	62	371	77	310	46	213
197	21	135	97	38	Dree Low	186	16	358	63	397	64
138	62	125	98	27	Bloodline	90	112	179	190	254	276
60	121	120	99	21	Wilma & Emil	201	225	148	123	213	192
–	–	39	100	−61	Haval	271	18	391	48	351	24

Plac. 2019	Plac. 2020	Plac. 2021	Plac. 2022	Diff.	Namn	Visningar (rank)	Visningar per video (rank)	Likes (rank)	Likes per video (rank)	Kommentarer (rank)	Kommentarer per video (rank)
–	309	141	101	40	Sofia Dalén	172	153	191	148	246	195
26	68	65	102	–37	L22	52	537	31	278	15	194
169	77	76	103	–27	GörDetMedRW	185	326	149	228	91	130
118	164	152	104	48	KulPåHjul	119	363	86	202	106	252
419	34	123	105	18	1 Cuz	239	48	309	66	369	97
	103	63	106	–43	CHRIPPA	91	551	40	238	32	189
83	59	81	107	–26	Tova Helgesson	367	185	197	49	268	75
189	115	10368	108	10260	Maurice Hill	369	288	196	95	151	44
68	142	72	109	–37	Bröderna Norberg - Daniel och Emil	259	133	251	107	278	116
108	148	159	110	49	Gurkis	320	142	226	64	295	103
17	61	64	111	–47	Misslisibell	131	269	113	184	176	280
241	297	105	112	–7	Tänk till	99	265	131	249	139	274
15	98	79	113	–34	STAMSITE	77	620	27	234	16	184
–	–	114	114	0	DiaLogiskt	150	319	174	320	81	139
159	28	49	115	–66	JeppeGaming	493	237	209	44	183	22
353	265	129	116	13	guldleo21	121	527	82	313	31	128
140	105	101	117	–16	Berts Värld	196	432	146	276	55	105
–	–	158	118	40	Grannen Måns	174	71	201	70	437	260
143	52	70	119	–49	Ant Wan	230	7	408	32	499	37
406	108	100	120	–20	Diana Baban	184	243	173	188	215	233
52	123	155	121	34	MonteFjanton	223	492	90	168	94	169
34	71	87	122	–35	Simon Lussetti	133	434	75	195	114	302
–	–	–	123	Ny	Simon Kafi	267	207	229	141	272	159
1205	1947	217	124	93	Charlotta Rexmark	202	707	70	239	11	52
194	299	335	125	210	Jon Olsson	149	313	115	199	198	335
86	122	146	126	20	Vendela Nilsson	126	297	129	235	194	347
309	306	227	127	100	Panda Reacts	134	416	37	89	187	469
386	262	137	128	9	Klippta Klipp	416	256	267	113	219	65
741	535	274	129	145	SaukTube	351	499	119	121	135	125
–	–	220	130	90	Rickards Garage	222	459	127	213	127	206
–	333	153	131	22	De Fria	191	666	74	251	36	142
–	–	706	132	574	Tim Liljegren	262	338	212	229	179	163
–	279	167	133	34	Emil Stegfeldt	242	497	155	265	90	147
599	415	263	134	129	SamTheMan	189	36	341	112	508	228
–	276	258	135	123	Sanna Jörnvik	213	193	210	169	331	299
–	–	–	136	Ny	Life of SWK	192	391	140	240	170	292
172	177	210	137	73	Mapadax	315	281	230	171	259	175
31	117	124	138	–14	Matgeek	112	376	137	354	131	323
–	941	161	139	22	Erik Grankvist	280	95	326	104	452	177
922	553	671	140	531	Victor Leksell	258	5	435	25	671	45
–	422	215	141	74	Klimatkarusellen Elsa Widding	532	468	182	87	136	36
170	2821	3428	142	3286	Mirabell	81	177	84	125	352	654
933	113	132	143	–11	Sevou	95	790	19	222	33	318
109	152	163	144	19	Jewanderz	169	444	124	266	152	328
107	173	109	145	–36	Felicia Aveklew	179	274	156	206	275	399
188	232	162	146	16	Systrarna Elfstrand	225	519	154	312	98	193
–	–	–	147	Ny	Tizer	600	159	299	30	378	35
136	131	264	148	116	Keku	595	230	260	42	330	56
–	–	–	149	Ny	Hooja	297	64	410	109	495	146
79	90	142	150	–8	Luddze	356	508	144	152	178	190

Plac. 2019	Plac. 2020	Plac. 2021	Plac. 2022	Diff.	Namn	Visningar (rank)	Visningar per video (rank)	Likes (rank)	Likes per video (rank)	Kommentarer (rank)	Kommentarer per video (rank)
218	250	156	151	5	Mackans Garage	237	503	168	304	117	205
153	181	278	152	126	De Vet Du	283	180	277	147	409	243
323	322	261	153	108	SCOAR	96	557	72	346	72	397
288	254	166	154	12	154	291	172	300	155	402	225
–	–	103	155	−52	A36	– 162	50	327	142	557	327
–	263	181	156	25	Roberto Vs The World	208	601	105	303	89	263
99	207	200	157	43	Olle Mcdulle	221	445	172	293	172	287
184	385	224	158	66	Gravid vecka för vecka	89	457	101	391	107	449
–	–	–	159	Ny	Söta Diana	49	395	76	381	125	584
192	132	266	160	106	Sabaton	188	342	176	277	238	401
–	220	160	161	−1	Samnytt	296	556	222	380	73	113
–	224	173	162	11	Allsvenskan Productions	104	369	189	494	142	369
–	272	255	163	92	David Kringlund	220	418	205	344	192	290
404	371	249	164	85	Johanna Johnson	124	487	134	418	118	392
44	56	104	165	−61	Daniel Norlin	353	596	192	287	105	140
–	3602	831	166	665	Lustiga Tankar	224	525	150	315	154	306
145	215	192	167	25	Sandra Lindahl	285	392	246	296	217	241
104	137	154	168	−14	Alexandra Nilsson	260	409	247	351	184	229
47	93	112	169	−57	Bente Daniela	460	410	211	122	290	188
82	44	116	170	−54	Lisa Anckarman	232	137	287	172	493	363
155	109	136	171	−35	Narins Beauty	345	516	142	163	237	296
204	86	95	172	−77	Filip Poon	256	380	221	288	247	317
1441	9181	11106	173	10933	Medina Medina	385	14	747	92	459	17
42	129	144	174	−30	Ida Warg	323	321	295	254	287	237
–	–	–	175	Ny	Kapten Mat	275	565	208	389	102	180
234	348	250	176	74	LaxTon Ghost Sweden	245	594	130	284	150	325
302	236	175	177	−2	Försvarsmakten	215	347	232	327	257	358
132	96	168	178	−10	Angry Foreigner	594	552	240	156	141	53
209	217	193	179	14	Josefin ASMR	161	566	132	411	110	367
395	2101	888	180	708	Theoz	295	201	411	279	350	211
–	–	–	181	Ny	Nu fan räcker det	500	669	175	182	121	106
358	404	373	182	191	Jireel	163	94	342	232	502	426
–	396	279	183	96	Tim & Danny	263	512	159	259	210	357
96	144	80	184	−104	Jonna Jinton	549	448	233	120	269	141
64	170	169	185	−16	Cactufee	– 136	723	80	415	59	350
–	–		186	Ny	Världen idag	193	473	220	485	133	267
71	184	186	187	−1	Wilma Holmqvist	269	330	228	237	327	380
–	327	185	188	−3	Maja Nilsson Lindelöf	328	203	333	186	443	281
–	283	240	189	51	Stefan Bergman	293	747	151	368	64	157
280	335	312	190	122	Småstadsliv Official	158	283	200	325	311	520
133	32	321	191	130	Deeper Than Music	476	173	444	151	436	135
162	273	202	192	10	Motorblog of Sweden	160	491	122	326	201	524
734	607	214	193	21	Anomaly 3	393	521	166	157	297	319
–	–	–	194	Ny	Mentour Pilot	311	393	271	306	276	298
65	114	251	195	56	Erpewijk	522	308	380	191	328	134
–	–	170	196	−26	Kammi vloggar	331	481	224	272	253	307
–	–	–	197	Ny	VärmlandsMetanol AB	667	156	493	75	442	47
453	483	433	198	235	Emelie Bergström	277	510	188	298	236	386
81	155	140	199	−59	Cattis Eklund	333	674	170	300	156	268
24	150	138	200	−62	Ufosxm	73	618	57	396	97	661



+24%

Fler videos postar topp 100 konton i år, jämfört med topp 100 förra året

-29%

Gillaklick per video som topp 100 konton fått i år, jämfört med topp 100 förra året

-40%

Kommentar per video som topp 100 konton fått i år, jämfört med topp 100 förra året

-23%

Visningar per video som topp 100 konton fått i år, jämfört med topp 100 förra året

METADATAANALYS:

FORTSATT RAS PÅ YOUTUBE

Youtube skapar allt mer huvudbry för svenska Youtubers. I år har vi sett Youtube-drottningen Therése Lindgren gång på gång beklaga sig över att hon tappar visningar. Vår jämförelse i metadata över de hundra största i år, jämfört med förra året, visar att det finns fog för oron. Sveriges mest framångsrika Youtubers har i år producerat fler videos, men fortsätter att tappa i visningar. Var fjärde visningar har förlorats det senaste året, nästan var tredje like och 40 procent av alla kommentarer är borta.

Det finns flera skäl till det, där den största förklaringen nog är Shorts: Youtubes Tiktok-utmanare. Som tagit allt mer fokus dels från kreatörerna, men kanske framför allt från Youtube-användarna.

EXPONERING AV BARN I SOCIALA MEDIER

Konton som kretsar kring familjeliv ökar i popularitet på Youtube, och i år hittar vi tio procent av de 100 mäktigaste Youtube-kontona under kategorin. I innehållet står barnen i fokus, ibland medverkar de i sin första video när de är bara minuter gamla. Vad gäller kring barnens integritet på nätet?

Debatten kring exponering av barn i sociala medier har blossat upp senaste mätperioden. Innehåll som har barn i fokus är populärt på Youtube. I tio procent av de 100 mäktigaste Youtube-kontona får man följa med i vardagen hos en familj. I årets största Youtube-konto är familjen Lundells två barn på två respektive tre år återkommande huvudrollsinnehavare, och de har redan nu sina egna officiella konton. I topp tio i årets mätning hittar vi även The Swedish Family – en svensk familj som bor i Portugal med tre barn under tio år i fokus, och Familjen Torsgården – vardagen i en familj med tre barn under fem år. Innehållet i alla dessa konton består till stor del av äventyr, skojiga utmaningar och skratt – men det kan också vara oro, gråt och annat material som kan anses utlämnande.

DE 10 STÖRSTA FAMILJEKONTONA PÅ YOUTUBE I VÅR MÄTNING 2022

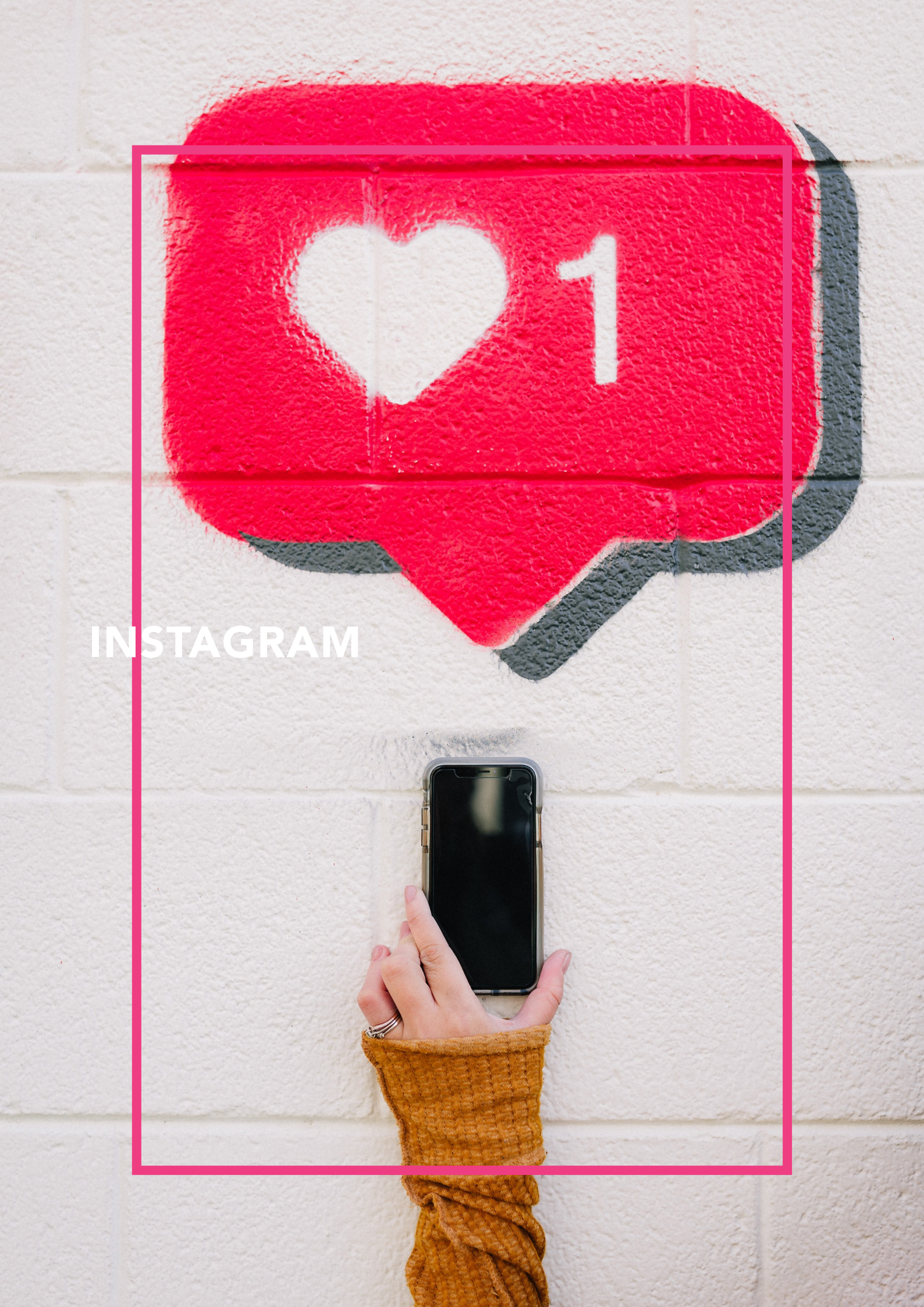
Familjen Lundell
The Swedish Family
Familjen Torsgården
Let's Feast
Familjen Arcombe
Mimi Höglin
Familjen Fröhlich
Margaux Dietz
Familjen Foliehatt
Familjen Reinhold

Margaux Dietz fick sitt stora genombrott på Youtube genom sin förlossningsvideo 2018, då på plats 18 i vår mätning. Sedan drabbades hon av att Youtube tog ett generellt beslut att stänga ned kommentarsfunktionen på många av plattformens familjekonton. Under årets mätperiod har hon varit tillbaka med full kraft, vilket gör henne till en av mätningens största raketer. Margaux ex-man Jacob Liebermann har under flera år varit öppet kritisk till hur hon exponerat deras son i sociala medier. Senast i början av 2021 sa han offentligt att han inte accepterar att sonen exponeras på ett så stort kommersiellt konto och att han är beredd att kämpa för honom. I början av året vände han, och Jacob och Margaux lanserade en ny gemensam Youtube-kanal, "Moderna familjen", med sonen som en av huvudpersonerna. Hans liv exponeras återigen för hundratusentals personer, senaste månaden bland annat med rubriken "Hjälp, jag behöver en barnpsykolog".

Att dela med sig av videos på sina barn är inget unikt för influencers. Fenomenet kallas för "sharenting", en sammanslagning av engelskans "share" och "parenting". Idag finns en genomsnittlig femåring på 1 500 bilder på nätet, enligt en mätning hos den brittiska kommunikationsmyndigheten Ofcom. I vår mätning av makthavare på Instagram hittar vi "Sveriges roligaste barn" på plats 4, ett konto helt tillägnat föräldrars roliga videos på sina barn. Kan videos på barn som gör tokiga saker anses vara integritetskränkande och utför barn som medverkar i sina föräldrars kanaler ett arbete? Sharenting väcker flera juridiska frågeställningar. Det finns en mängd straffrättsliga bestämmelser som kan göra publicering av material på barn olagligt – bland annat förtal, förolämpning och olaga integritetsintrång. En ytterligare aspekt är att föräldrarna kan tjäna stora summor på materialet. I Sverige råder en juridisk skillnad på när man delar videos i ett privat syfte mot när man kontinuerligt exploaterar sina barn mot en större publik i vinstsyfte. I det senare fallet blir även arbetsrättsliga bestämmelser aktuella. I Sverige får barn under 13 år inte arbeta, men med vissa undantag som skulle kunna vara tillämpliga för medverkan i influencersamarbeten. En helhetsbedömning ska göras i varje enskilt fall, och den svenska lagstiftningen har ännu inte prövats på området.

Frankrike var först i världen med att klassa ungas influencervideos som barnarbete, och föräldrarna måste numera söka tillstånd hos lokala franska myndigheter, samt se till att barnen får en större del av vinsten. Bakgrunden till lagändringen var flera uppmärksammade Youtube-kanaler med föräldrar bakom kameran och barn som influencers. Ett av de mest omtalade fallen var den franska kanalen Swan & Néo med sex miljoner prenumeranter, där det nio respektive 15-åriga barnet utmanades att inte lämna badrummet på 24 timmar.

Nu växer en första generation upp med sin barndom offentligt dokumenterad via sociala medier. Än har ingen som fått sin egen födsel direktsänd via Youtube hunnit bli myndig. Frågan om barns integritet kommer därmed sannolikt bli föremål för diskussion under lång tid framöver.


1
INSTAGRAM



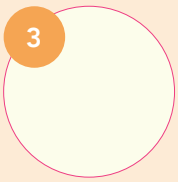
Joakim Lundell

Förändring: 0



Lucas Simonsson

Förändring: 0



Situationer

Förändring: 0

Instagram är i omgörning – igen. Först skapades Stories, som svar på Snapchats framgångar. Sedan kom Reels, som svar på Tiktoks framgångar. Men med Reels har Instagram haft det svårare. Inte bara att hålla kvar användare, utan också våra största kreatörer. Dels märks att fokus skiftar bort från Instagram, dels att kreatörer får allt svårare att få genomslag här.

I toppen är det helt intakt jämfört med tidigare år och den elit som länge funnits här bibehåller sin makt.

RANKING BASERAS PÅ:

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

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

EINAR-ENGAGEMANG

Einars död har engagerat enormt på Instagram och också gjort att artisten klättrat trots att han bara hann vara verksam under mätperiodens första månader. Mycket av engagemanget och sorgen har också hamnat hos hans flickvän Alexandra – som är årets raket.

POLITISERINGEN

Även Instagram börjar nu allt mer politiseras och årets största raket är Magdalena Andersson, som klättrat förbi Ebba Busch som största partiledare. Men Jan-Emanuel kniper platsen som största politiska konto.

Plac. 2019	Plac. 2020	Plac. 2021	Plac. 2022	Diff.	Namn	Kontonamn	Följare (rank)	Likes per post (rank)	Kommentarer per post (rank)
1	3	1	1	0	Joakim Lundell	joakimlundell	3	2	2
2	1	2	2	0	Lucas Simonsson	lucas_simonsson	6	1	12
5	4	3	3	0	Situationer	situationer	5	5	9
–	90	5	4	1	Sveriges Roligaste Barn	sverigesroligastebarn	8	9	7
3	2	4	5	−1	Therése Lindgren	therese	4	6	34
4	5	6	6	0	Jonna Lundell	jonnalundell	9	12	46
8	8	20	7	13	Jonas Fagerström	jonasfagerstrom	29	13	35
17	11	7	8	−1	Dyngbaggen	dyngbaggegalan	14	41	33
7	6	11	9	2	Carl Déman	carldeman	18	8	65
42	15	21	10	11	Einár	ns1einar	72	10	16
14	12	9	11	−2	Klas Eriksson	claerence	44	27	49
284	58	13	12	1	Ekotipset	ekotipset	11	91	25
56	30	19	13	6	Magnus Uggla	kunguggla	49	33	56
118	44	23	14	9	Vivi Wallin	mammasanningar	62	64	15
19	26	16	15	1	Helen Torsgården	helentorsgarden	64	14	66
62	51	29	16	13	Samuel Stronegger	sampev2	131	15	11
50	35	18	17	1	Stina Wollter	stinawollter	50	56	54
	54	17	18	−1	Hemnetknarkarna	hemnetknarkarna	12	74	89
6	33	27	19	8	Tova Helgesson	tovahelgesson	31	30	123
		30	20	10	Filmfabriken	filmfabriken	21	132	36
47	46	25	21	4	Pernilla Wahlgren	pernillawahlgren	10	39	141
54	37	10	22	−12	Antonija Mandir	aantonijamandir	43	16	143
	1208	50	23	27	Sveriges Roligaste Djur	sverigesroligastedjur	65	55	83
787	66	24	24	0	Mauri Hermundsson	mustigamauri	117	4	88
550	183	46	25	21	Tareq Taylor	tareqtaylor	55	67	90
1446	334	48	26	22	Jan Emanuel	janemanuels	124	23	78
68	25	14	27	−13	Carina Berg	carinalillyberg	33	44	157
49	75	73	28	45	Anders Bagge	andersbagge1	19	123	94
9	7	8	29	−21	Filip Dikmen	filipdikmen	32	32	174
51	20	12	30	−18	Ellen Bergström	ellenbergstrom	40	60	145
13	36	31	31	0	Zlatan Ibrahimović	iamzlatanibrahimovic	1	19	227
–	181	52	32	20	Camilla Hamid	camillahamid	26	84	138
10	10	15	33	−18	Mia Skäringer Lázár	miaskaringerlazar	15	104	134
32	50	26	34	−8	Julia Bergman	juliabergman_	112	53	99
37	45	38	35	3	Mirabell Lundgren	mirabell.lundgren	148	29	104
–	–	–	36	Ny	Yasin	twogunkid163	158	48	76
113	88	37	37	0	Leif GW Persson	leifgwperssonofficial	226	31	37
711	149	51	38	13	Carina Bergfeldt	cbergfeldt	163	68	68
2580	78	64	39	25	Nocco	nocco	63	224	14
39	55	34	40	−6	Johanna Nordström	johannanordstrm	37	21	259
1667	136	44	41	3	Benjamin Ingrosso	benjaminingrosso	36	59	229
38	84	102	42	60	Victor Beer	victorbeer	133	80	112
–	32	41	43	−2	Svenska Uttryck	svenskauttryck	76	114	137
2323	496	55	44	11	Elin Kjos	elin.kjos	232	71	30
96	53	45	45	0	Jenny Strömstedt	jennystromstedt	54	88	204
541	177	61	46	15	Manorkarjuinte	manorkarjuinte	99	208	39
44	28	28	47	−19	Kristina 'Keyyo' Petrushina	keyyo	23	38	287
–	7435	2644	48	2596	Magdalena Andersson	magdalenanderssons	184	98	72
139	73	68	49	19	Frida Karlsson	fridakarlsson	195	25	136
95	64	43	50	−7	Jonas Gardell	jonas.gardell	100	95	168

Plac. 2019	Plac. 2020	Plac. 2021	Plac. 2022	Diff.	Namn	Kontonamn	Följare (rank)	Likes per post (rank)	Kommentarer per post (rank)
74	56	71	51	20	Ant Wan	ant.wan1	307	20	43
1305	1728	1132	52	1080	A2	alexalexandras	376	7	8
298	130	59	53	6	Tips & Trix	tipsochtrix	69	293	31
–	301	151	54	97	Emil Hansius	hansius	323	28	45
197	91	168	55	113	Victor Leksell	victorleksell	334	18	44
22	18	33	56	−23	Bianca Ingrosso	biancaingrosso	2	22	395
200	157	103	57	46	Eva Röse	missevarose	161	137	121
–	13	36	58	−22	Ben Mitkus	benmitkus	60	179	192
131	120	69	59	10	Ebba Busch	buschebba	160	185	103
35	41	32	60	−28	Vlad Reiser	vladreiser	109	325	20
106	43	35	61	−26	Molly Sandén	m0llys	16	101	340
–	1199	218	62	156	Marcus Dübois	marcusdubois	442	24	3
223	267	95	63	32	TNKVRT (tänkvärt)	tnkvrt	179	73	220
–	111	79	64	15	Ribecka	ribecka	210	49	216
2883	3739	3695	65	3630	Peder Fredricson	pederfredricson	236	50	190
52	102	90	66	24	Charlotte Kalla	kalla_87	221	93	164
97	106	208	67	141	Emil Beer	eemilbeer	152	99	233
–	–	207	68	139	Björn Natthiko Lindeblad	natthiko	447	42	6
487	218	84	69	15	Arga Bibliotekstanten	argabibliotekstanten	86	134	277
55	59	80	70	10	Z.E	officialz.e	359	96	42
59	60	77	71	6	Linnéa Claeson	linneaclaeson	207	178	113
173	153	75	72	3	Marie Mandelmann	mariemandelmann	264	62	172
338	247	120	73	47	Nina Rung	ninarungs	280	118	117
94	68	100	74	26	Mjölbypartiet	mjolbypartiet	183	52	282
88	31	22	75	−53	Anis don Demina	anisdondemina	74	117	331
100	283	284	76	208	Joel Adolphson	joel_adolphson	187	261	80
–	–	179	77	102	Tone Sekelius	tonesekelius	127	141	263
–	–	88	78	10	Kammi Rosenskjold	kammiofficial	166	214	156
–	–	197	79	118	Per Andersson	peranderssonthereal	259	186	91
227	175	252	80	172	ADAAM	a.d.a.a.m	266	94	177
84	114	238	81	157	Sigrid Bernson	sigridbernson	206	159	175
231	146	202	82	120	Markoolio	markoolio123	139	190	212
220	180	93	83	10	Zeina Mourtada	zeinaskitchen	46	306	201
111	176	114	84	30	Fotbollskanalen	fotbollskanalen	101	89	374
–	443	105	85	20	Meme Lord Jeki	meme_lord_jeki	278	70	221
–	22	56	86	−30	Diyari Mahmoud	diyarimahmoud	198	234	149
69	82	47	87	−40	Alfred W Svensson	alfredws	199	148	238
–	–	–	88	Ny	Sveriges Roligaste Videor	sverigesroligastevideor	256	231	98
24	23	67	89	−22	Mirza Bico	ellentvshow	66	337	185
108	133	163	90	73	Stina Nilsson	stinanilssoons	316	61	222
480	74	106	91	15	Nina Glimsell Udovičić	ninaglimsell	377	90	135
157	49	74	92	−18	Nour El Refai	nourbilder	140	127	335
128	98	81	93	−12	Laila Bagge	lailabagge	35	256	312
1956	2196	361	94	267	Alexandra Bring	alexandrabring	34	169	402
271	135	66	95	−29	Jonna Jinton	jonnajinton	203	108	294
66	65	123	96	27	Håkan Hellström	hakanhellstrom	333	105	178
–	164	134	97	37	Anders Hansen	andersehansen	347	126	158
57	61	98	98	0	Existenz	existenzglobal	137	69	425
82	110	109	99	10	HOV1	hov1.se	536	46	53
45	34	57	100	−43	Lunabelle Lundell	lunabellelundell	147	36	457

Plac. 2019	Plac. 2020	Plac. 2021	Plac. 2022	Diff.	Namn	Kontonamn	Följare (rank)	Likes per post (rank)	Kommentarer per post (rank)
190	158	135	101	34	Victoria Skoglund	victoriaskoglund	144	225	276
257	162	112	102	10	Aftonbladet	aftonbladet	114	237	297
322	174	136	103	33	Gurkis	gurkis	549	83	17
–	–	–	104	Ny	Astrid!	astridnrdn	208	65	378
110	83	72	105	−33	Louise Edlund Winblad	hejhejvardag	178	314	161
1010	385	159	106	53	Emma Frans	emma_frans	339	145	170
261	143	99	107	−8	Rickard Söderberg	gaytenor	418	120	116
1141	1012	414	108	306	Mariette	marietteofficial	489	111	60
175	40	63	109	−46	One-Cuz	1.cuz	200	110	365
156	104	78	110	−32	Jonas Parandian	naprapatjonas	129	461	85
404	276	203	111	92	Linda Andersson	lindasbakskola	28	419	234
236	189	122	112	10	Hanna Hellquist	hannahellquist	182	113	391
64	71	82	113	−31	Kristin Kaspersen	kaspersen	96	227	366
266	141	126	114	12	Hanif Bali	hanifb	432	160	101
117	138	115	115	0	Camilla Läckberg	lackberg	78	307	318
78	105	110	116	−6	Rico Suave	rickyyrich	332	138	248
396	220	157	117	40	Mark Levengood	levengood.mark	255	176	289
79	101	92	118	−26	Tilde de Paula	tildedepaula	118	243	369
843	1517	195	119	76	Edvin Ryding	edvinrydings	546	26	176
208	144	177	120	57	Frida Skattberg	bakamedfrida	77	262	411
213	154	125	121	4	Herregud & Co	herregudco	159	87	505
15	16	62	122	−60	David Hellenius	davidhellenius	13	219	520
11	38	83	123	−40	Avicii	avicii	260	209	284
2750	197	118	124	−6	Mikael Persbrandt	mikaelpersbrandtofficial	121	168	475
–	405	138	125	13	Kalle och Brita	kalleochbritagrejar	302	174	300
65	70	107	126	−19	Dante	dantelindhe	572	51	154
245	369	253	127	126	Christine Meltzer	christinemeltzer	494	142	142
–	–	–	128	Ny	Rappakaljan	rappakaljan	582	156	41
4165	–	4120	129	3991	Diana Moseni	dianamoseni	322	353	107
1799	1388	277	130	147	TV Chef and Cookbook Author	jenniewallden	75	496	214
–	1982	250	131	119	The Typical Jag	thetypicaljag.se	487	253	47
221	131	96	132	−36	Woodie	elinwoodie	267	136	390
–	–	389	133	256	Marléne Eriksson	husmorstipset	115	362	317
189	96	89	134	−45	Kungahuset	kungahuset	42	125	634
34	62	104	135	−31	Felix Sandman	felixsandman	91	45	671
369	930	231	136	95	Omar Rudberg	officialomar	624	34	151
329	237	348	137	211	CEO	adel164	544	162	110
–	–	–	138	Ny	Paradise Sverige	paradisesverige	372	378	67
462	300	204	139	65	Zoe Collins	jagheterzoec	519	133	166
43	42	53	140	−87	Familjen Lundell	lundellhuset	145	75	599
258	168	127	141	−14	Lena Philipsson	lenaphilipsson	257	311	258
–	–	–	142	Ny	Gabriella Joss Possler	gabriellajpossler	202	457	171
126	178	91	143	−52	Alexandra Nilsson	alexandranilsson	95	415	332
219	128	116	144	−28	Prinsparet	prinsparet	344	121	382
1367	1336	236	145	91	Bianca	biancakronlof	391	235	225
–	87	85	146	−61	Danny Saucedo	dannysaucedo	68	341	449
60	95	65	147	−82	Jasmine 'Jasse' Gustafsson	jasminegustafsson	119	260	481
26	19	60	148	−88	PewDiePie	pewdiepie	103	43	715
824	287	176	149	27	David Sundin	davidsundin	381	167	323
85	119	143	150	−7	Ludwig Kronstrand	ludwigkronstrand	766	37	70

Plac. 2019	Plac. 2020	Plac. 2021	Plac. 2022	Diff.	Namn	Kontonamn	Följare (rank)	Likes per post (rank)	Kommentarer per post (rank)
63	125	86	151	−65	William Spetz	williamspetz	146	309	418
135	167	229	152	77	Castor	ponyhans	416	274	187
133	213	243	153	90	Sverigedemokraterna	sverigedemokraterna	285	277	319
246	277	142	154	−12	Carola Häggkvist	carolaofficiell	134	406	345
87	250	256	155	101	Narins Beauty	narins_beauty	521	308	58
80	462	–	156		Johannes Leonidas Ulmefors	johannesleonidas	197	377	315
307	477	184	157	27	Sweden Men's National Team.	swemnt	89	109	691
206	145	131	158	−27	Jimmie Åkesson™	akesson.jimmie	379	245	266
481	302	296	159	137	Disciple of Jesus Christ	sebastianstakset85	531	200	159
1957	1091	162	160	2	Lisa Maria Jönsson	lisamariajonsson	533	103	279
–	664	160	161	−1	Haval	havalofficiell	680	149	87
1261	731	276	162	114	Carin da Silva	dasilvacarin	263	321	339
–	–	–	163	Ny	Villa Wahlgren	villa_wahlgren	298	175	456
1857	2101	2657	164	2493	Princess Madeleine of Sweden	princess_madeleine_of_sweden	413	193	328
81	103	167	165	2	Ofoget	ofoget	290	382	264
183	69	664	166	498	Wilma Holmqvist	wilmaholmqvist	30	494	412
–	–	111	167	−56	Dag Tolstoy	dagtolstoy	375	453	109
277	228	137	168	−31	The Swedish Family	the_swedish_family	380	220	344
109	72	128	169	−41	Elliot bakar	elliotbakar	700	171	74
2123	2364	267	170	97	Patrick Ekwall	patrickekwall	746	128	75
–	129	158	171	−13	Rezdar	rezdar	631	271	50
158	186	285	172	113	Alex Schulman	alexschulman	251	631	79
46	117	187	173	14	Ida Warg	idawarg	88	157	723
529	458	234	174	60	Lisen Bratt Fredricson	lisenbrattfredricson	382	143	446
684	641	193	175	18	Att lyfta sig själv och andra	tomas_gunnarsson	363	343	270
–	762	–	176		Bettina Buchanan	bettinabuchanan	366	198	416
–	1110	379	177	202	PappaPappaDöttrar	pappapappadotter	620	291	69
222	249	175	178	−3	Filip Hammar	larsfiliphammar	261	229	498
93	81	194	179	15	Viktor Frisk	viktorfrisks	53	470	465
136	142	119	180	−61	Charlotte Perrelli	laperrelli	181	392	424
28	24	40	181	−141	Margaux Dietz	margauxdietz	38	86	873
–	672	133	182	−49	Karl Fredrik på Eklaholm	karlfredrik.se	300	281	427
70	86	140	183	−43	Roy Fares	royfares	214	424	375
1770	1775	565	184	381	Alexander Isak	alex_isak	742	77	195
1315	648	391	185	206	Sandra Friberg	sandra.friberg	284	535	196
1751	1318	349	186	163	Tramsfrans	tramsfrans	464	166	387
212	99	101	187	−86	HamzaCan	_asme	324	181	526
343	245	369	188	181	Portionen Under Tian™	portionenundertian	155	757	128
395	321	212	189	23	Ebba Andersson	ebbakristina	548	112	384
263	–	224	190	34	Eric Saade	ericsaadeofficial	272	205	572
618	537	260	191	69	Fredrik Nylén	fredriksfika	59	358	640
–	332	246	192	54	Hanna Öberg	hannaaoberg	685	66	308
303	517	235	193	42	Swedish Women's National team	swewnt	262	164	633
355	251	473	194	279	Gordon Dewoon	oscardewoon	793	195	81
172	187	145	195	−50	Jennys Matblogg	jennysmatblogg	90	855	126
–	–	–	196	Ny	Triplets	nadiakenza	749	183	139
153	314	280	197	83	Caroline Kejbert	carolinekejbert	387	144	553
–	5668	499	198	301	Melinda Jacobs	missmelinda_j	800	192	106
162	236	148	199	−51	Renée Nyberg	nybergrenee	291	357	451
1090	348	211	200	11	Att skriva, utan att bli galen	skrivaenbok	367	464	269



-10%

Gillaklick per post som topp 100 konton fått i år, jämfört med förra året

-26%

Kommentarer per post som topp 100 konton fått i år, jämfört med förra året

-4%

Följare bland de 100 största i år jämfört med förra året

METADATAANALYS:

INSTAGRAMS KRÄFTGÅNG

De hundra största på Instagram får allt svårare att locka likes och kommentarer från sina följare. Framför allt rasar antalet kommentarer per post. Var fjärde kommentar har försvunnit från postningarna bara det senaste året. Det kan bero på flera saker: ett skifte i beteenden hos användarna där man blir mer underhållen än indragen i diskussion, eller ett skifte från Instagram, där algoritmen premierar ett visst beteende.

Klart är att de lägereldar som Instagrams största influencers tidigare varit, minskar i storlek – på alla sätt vi kan mäta.

OLDFLUENCERS

Användningen av sociala medier har länge varit särskilt hög bland ungdomar. Men på senare år har sociala medier gått från ungdomsfenomen till samhällsfenomen. I takt med utvecklingen utvecklas också nya trender. En av dessa är framväxandet av så kallade "oldfluencers".

Världens äldre blir fler. Var femte svensk var enligt SCB:s befolkningsstatistik över 64 år 2021. 2070 beräknas den gruppen ha ökat och det antas att så många som var fjärde invånare då kommer vara över 64 år. SCB räknar även med en fortsatt ökad medelålder och det är tydligt att vi i rask takt går mot en åldrande befolkning.

Äldre generationer använder sociala medier i lägre utsträckning än yngre. Enligt Svenskarna och Internet 2021 har sju av tio internetanvändande 1920- och 30-talister använt sociala medier det senaste året. Tittar man istället på hela befolkningen så har 40 procent av de svenska 20- och 30-talisterna använt sociala medier det senaste året och var femte pensionär använder inte internet alls. Det här tycks dock vara i förändring.

Tittar vi på Maktbarometern 2022 är de yngre generationerna än så länge klart mer representerade på topplistorna än de äldre. Trots detta ser vi allt fler äldre influencers, sk. "oldfluencers" börjar ta mer plats. Det här fenomenet är tydligast på Instagram. Trots att vi har några representanter som drar upp medelåldern på topp 100 (såsom Magnus Uggla, Stina Wollter, Leif GW Persson, Jonas Gardell och Marie Mandelmann) så är det först på senare placeringar som vi ser representanter ur de äldsta användargrupperna. På plats 449 hittar vi exempelvis Christina Schollin, 84 år gammal. På plats 1906 hittar vi en annan 84-åring som enligt egen utsago "lever livet och brinner för träning". Anita Looström, eller Byladysilver som hon kallar sig på Instagram, som producerar träningscontent och gör samarbeten som vilken annan influencer som helst. Låter vi definitionen av "äldre" även inrymma en lite yngre generation hittar vi redan på plats 135 (efter en klättring med 254 platser i år!) den 66 år gamla Marléne Eriksson, på Instagram kallad @husmorstipset. Den vidgade definitionen av "äldre" till trots, så får vi leta oss vidare en bra bit längre ner på listorna för att hitta fler representanter ur de här åldersgrupperna. Vi hittar exempelvis Amelia Adamo, 75 år gammal, på plats 4182, Svante Nybyggars, 71 år gammal (på Instagram känd som @theurbanhippieswe) på plats 7020 och Ingemar Albertsson, även han 71 år gammal, (@vintagemannen) på plats 5844.



Magnus Uggla
68 år
Plats 13



Stina Wollter
58 år
Plats 17



Leif GW Persson
77 år
Plats 38



Jonas Gardell
58 år
Plats 50

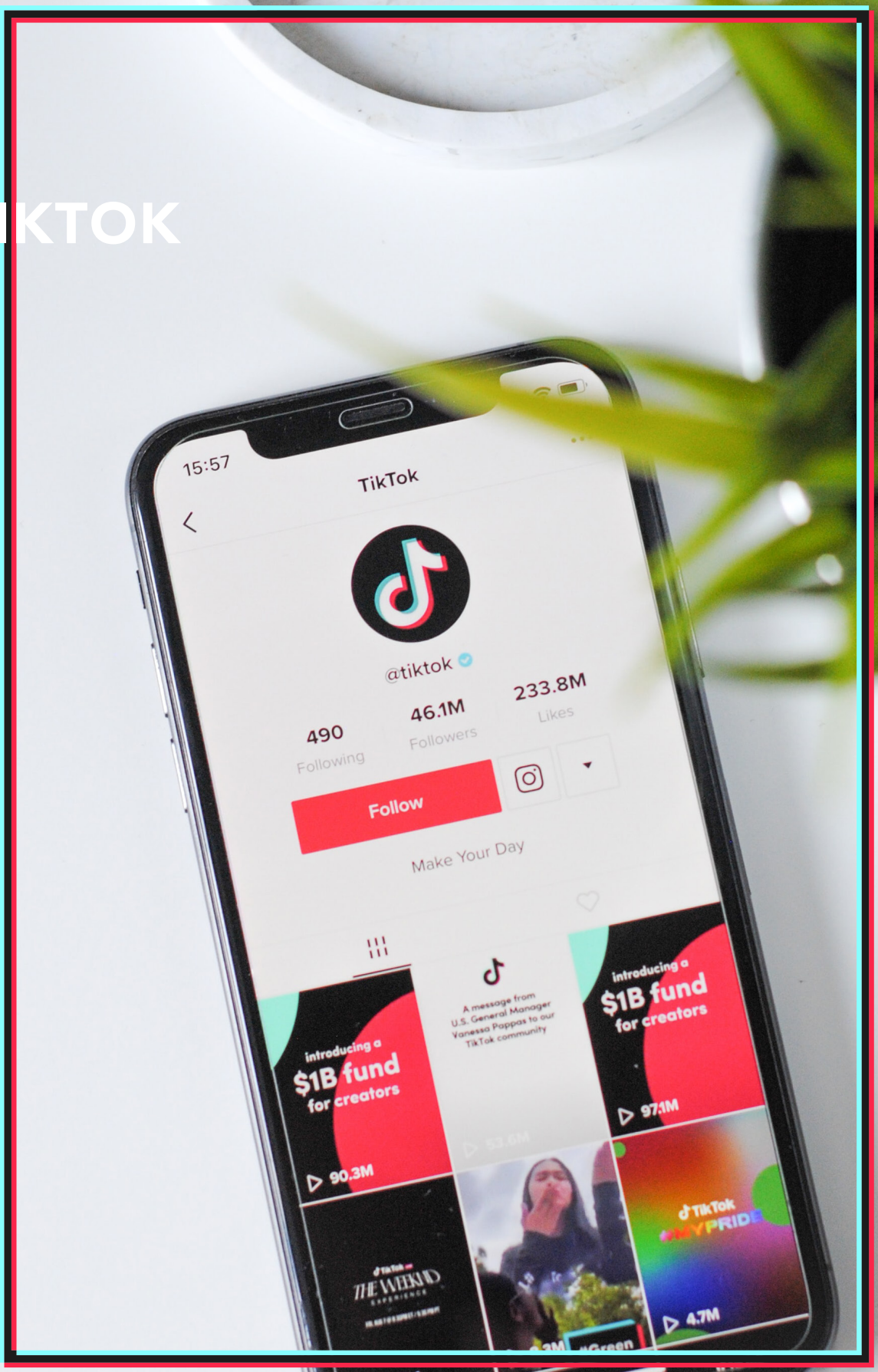


Marie Mandelmann
58 år
Plats 72

Vi må behöva leta oss bort från topplistan, där medelåldern ännu är ganska låg, men vi vill ändå påstå att vi ser ett potentiellt trendskifte börja ta plats här. De mest framträdande makthavarna på sociala medier är fortfarande yngre, men då svenska äldre blir fler, och då fler av dessa hittar till sociala medier, så är det också rimligt att anta att våra sk. "oldfluencers" kommer bli fler och börja kvala in högre på listan.

Vi tycker oss se en beteendeförändring där den utveckling som tidigare skett bland yngre nu även verkar ske i äldre åldersgrupper. Definitionen av vad en influencer är vidgas i och med att en större variation av intressen, utseenden, och nu även åldrar, representeras. Och när fler representeras, kommer fler även att känna igen sig och kunna relatera till det innehåll som delas vilket skapar nya möjligheter för den som vill nå ut med sina budskap till nya målgrupper.

TIKTOK


15:57
TikTok
@tiktok
490
Following
46.1M
Followers
233.8M
Likes
Follow
Make Your Day
introducing a
$1B fund
for creators
90.3M
A message from
U.S. General Manager
Vanessa Pappas to our
TikTok community
introducing a
$1B fund
for creators
97.1M
THE WEEKND
EXPERIENCE
TikTok
#MYPRIDE
4.7M
104.7M

1



Emil Henrohn

2



Kevin Bang

3



Vad är problemet?

För första gången mäter Medieakademin i år svenska konton på Tiktok. Det har varit den mest efterfrågade plattformen, trots att bara 13 procent av svenskarna använder Tiktok varje vecka (enligt Svenskarna och internet 2021).

Att mäta Tiktok är svårt, att mäta hur stort genomslag ett svenskt Tiktokkonto har bland andra svenskar är ännu svårare. I vårt arbete har vi arbetat med uppskattningar, språk-analyser av kommentarer och jämförelser med tredjepartstjänster.

Vi är stolta över att i år presentera resultatet av en första mätning och publicerar i denna rapport topp 100.

RANKING BASERAS PÅ:

- Antal svenska visningar det senaste året
- Antal svenska visningar i snitt per post det senaste året
- Antal svenska gillaklick
- Antal svenska gillaklick i snitt per post
- Antal svenska kommentarer
- Antal svenska kommentarer i snitt per post
- Antal svenska delningar
- Antal svenska delningar i snitt per post

TIKTOK-LÄNGD

På Tiktok kan man publicera upp till tio minuter långa videos, eller livesända. Appen kretsar till stor del kring ljudspår som används av användarna, allt från senaste musiken till populärkulturella referenser i form av filmer, TV-serier eller att återanvända andra Tiktok-användares ljudspår.

TIKTOK-STORLEK

Nyhetsrapporteringen gör gällande att det finns närmare 3 miljoner svenska Tiktok-användare, men här finns stor osäkerhet. De flesta är unga, men användandet börjar klättra uppåt i åldrarna. Appen, och dess kinesiska ägare ByteDance, har också varit omdebatterade. Dels i den säkerhets-politiska debatten, dels i samtalet om näthat och kroppshets.

Plac. 2022	Namn	Kontonamn
1	Emil Henrohn	emilhenrohn
2	Kevin Bang	kevinbang
3	Vad är problemet?	vadarproblemet
4	Sam Pettersson	samthemans
5	John Hedin	gingerjompa
6	Tiktokchrille	tiktokchrille
7	Martin Skålander	martinskalander
8	Helan Shabani	helanshabani
9	Filip Dikmen	filipdikmen
10	Winsent Wikman	winsentw
11	IJustWantToBeCool	ijustwanttobecool
12	Astrid Nordin	astridnrdn
13	Filip Pelas	ffilippelas
14	Hollywoodfruarna	hollywoodfruarnatiktok
15	Sam Darvish	juridiksam
16	Josefine Bäck	josefine.back
17	Janne Mattsson	jannemattsson01
18	Nikodemus Drömer	nikodemusdromer
19	Aftonbladet	aftonbladet
20	Expressen	expressen.se
21	Moa Lindgren	bishassmothafakka
22	Jasminkott	jasminkott
23	Foxy Mama	foxymamantower
24	Mammasanningar	mammasanningar
25	Alla Hatar Bell	allahatarbell
26	Merch Sweden	merchsweden
27	Daniel Sonidsson	sonidssondaniel
28	Annie Samuelsson	xannyh
29	Wulfs Liv	wulfsliv
30	Moaliin	moaliin
31	Mirabell Lundgren	snelabella
32	Birre Rahmani	birre.rahmani
33	Memetix	memetix_swe
34	Daniel Norlin	danielnorlin
35	Vendela Saajakisaa	vendelasaajakisaa
36	GigaWear	giga_wear
37	Simon Kafi	simonkafi
38	Faktatok	faktatok
39	Simon Frostner	frostnersvarld
40	Jessica Mithanja Ekström	mithanja
41	Sam Kabodvand	se.samsam
42	Ben Mitkus	benkaktus94
43	Julia Ringblom	juliaringblomm
44	Alicia Lauterbach	allanlauterbach
45	Emil Hansius	emil_hansius
46	Liam Mellberg	flottig_studentmat
47	Frida Jernspets	tiktokfrida
48	TV4 Nyheterna	tv4_nyheterna
49	Doktor Tracy	dr.tracy
50	Moé	moee.31

Plac. 2022	Namn	Kontonamn
51	Ikenna Abika	youknowike
52	Megic Mike	megicmike133
53	Von Tilander	vontilander
54	Fanny Josefine Ahlfors	fanny_josefine
55	Nasim & Simran	nasimxsimran
56	BOISAC	bo.isac
57	Hampus Hedström	hampushedstrom
58	Fredrik Broman	fredrik_broman
59	Pontus Rasmusson	pontusofficial
60	SVT Lilla Aktuellt	lillaaktuellt
61	ADAAM	adaamtrapsson
62	Sveriges Roligaste Barn	sverigesroligastebarn
63	Krispdemokraterna	krispdemokraterna
64	Matilda Strömstedt	stromstedtmatilda
65	Anna Cleesson	claessonpataket
66	Alan Max	alanmax
67	Hermanos	hermanos1337
68	Bukfetma	bukfetma
69	Paula Andersson	rosenlundhund
70	Björn Holmgren	bjornholmgren
71	TK Tycoon	tktycoon
72	Becky Wiggles	becky_wiggles
73	Camilla Hamid	camillahamid
74	Magnus Betnér	magnusbetner
75	Victor Beer	victorbeer
76	Philip Nguyen	philipnguy3n
77	Linnea Orvegård	linneaorvegaard
78	Malin Edengård	malinedengard
79	Matilda Allan	mitt_liv_med_en_hand
80	Theresé Lindgren	therese
81	Cocacolavanilj0	cocacolavanilj0
82	Netflix Sverige	netflixsverige
83	Kalorismart	kalorismart
84	Tone Sekelius	tonesekelius
85	Albdin	albdinthug16
86	Sommarkatten	sommarkatt1
87	Nadir Benkahla	nadirbenkahla
88	Ellinor Fischbein	ellinorfischbein
89	Mr Snoz	mrsnoz
90	Labbkillen	labbkillen
91	Isa Östling	isaostling
92	Fahim Feda	fahimfeda
93	TV4 Nyhetsmorgon	nyhetsmorgon
94	Mustaf Mohammed	mustaf.m.h
95	Tilda Törnqvist	tildurs
96	Jwan Rassuli	jwanra
97	Moderaterna	moderaterna
98	Daniel Riley	kaptenriley
99	1.Cuz	1.cuz762
100	Filip Poon	filippoon

HUMOR I TOPP - INTE BARA DANSANDE TONÅRINGAR PÅ TIKTOK

Det finns en utbredd uppfattning att Tiktok är en plattform för dansande 12-åringar. Det var den också – en gång i tiden. Då hette appen Musical.ly. Men när den 2017 förvärvades av ByteDance och slogs samman med Tiktok har den långsamt blivit något annat. Denna kartläggning av vilka som är störst på Tiktok borde slå hål på gamla föreställningar en gång för alla. På listan över vilka som har störst räckvidd och skapar mest engagemang hittar vi nämligen inte en enda flossande pre-teen. Istället en stor innehållsmässig mångfald. Ofta med fokus på humor och underhållning.

Högst upp listan hamnar Emil Henrohn som gjort succé med sin karaktär "mamman" ("40 plus, känner mig tuff"), följt av Kevin Bang som gör sketcher och "Vad är problemet?" som gör narr av vardagliga situationer. Ett återkommande format på listan är också intervjuer på stan. Här sticker kreatörer som John Hedin (@gingerjompa) och Chrille (@tiktokchrille) fram mikrofonen till främlingar på stan och ställer frågor om allt från skola och fritidsintressen till relationer och kärlek. Matlagning är ett annat återkommande tema, kanske på grund av att appens popularitet ökade under pandemin då allt fler lagade mat hemma, snarare än att gå ut på restaurang.

Oväntad blandning

Även mer oväntade ämnen får plats på Tiktok. Vi hittar bland andra läkaren Tracy Ghattas (@doktortracy), juridikstudenten Sam Darvish (@juridiksam), polisen Filip Pelas (@ffilippelas) och idrottsläraren Simon Frostner (@simonfrostner). De gör innehåll om sina respektive professioner i ett lättsamt och kärnfullt format. Veckorna som föregått den här rapporten har det bland annat väckts en debatt kring det moraliska i huruvida exempelvis poliser verkligen ska få prata om känsliga ärenden i sina kanaler. Det är nog en debatt som kommer att fortsätta så länge medielandskapet omformas.

Unga företagare och etablerade medier

Tiktok är också de unga småföretagarnas plattform. På Topp 100-listan hittar vi Merch Sweden (@merchsweden) och GigaWear (@giga_wear) som säljer sneakers respektive streetwear. Vi får följa med bakom kulisserna med att packa ordrar, sätta ihop marknadsföringskampanjer eller städa upp lagret efter ett inbrott. Flera av de som återfinns på listan har också sociala medier som sin huvudsakliga sysselsättning och inkomstkälla, så man skulle kunna argumentera för att större delen av kreatörerna på listan också är entreprenörer.

Vi hittar väldigt få företag eller organisationer på listan, bortsett från Netflix Sverige-konto (82). När det kommer till medierna börjar de hitta till Tiktok. Aftonbladet (19) och Expressen (20) ligger hack i häl på varandra, medan TV4 hamnar längre ner med TV4 Nyheterna (48) och Nyhetsmorgon (93). SVT återfinns med Lilla Aktuellt (60).

Valet som inte blev ett Tiktok-val

Partierna lyser med sin frånvaro från plattformen överlag, trots att mätperioden inkluderat ett valår. Undantaget är Moderaterna, som hamnar på 98. Några av ungdomsförbunden finns också representerade, men utanför topplistan. Krispdemokraterna [sic] är inget officiellt parti-konto, men drivs av en "sympatisör och tidigare anställd", enligt pressavdelningen. Desto vanligare är däremot att partiledare och politiker figurerar i Tiktok-flödet. Enligt vår genomgång har totalt åtta av användarna på topplistan intervjuat minst en partiledare under 2022. Ännu fler har gjort intervjuer exempelvis vid valstugor och pratat med partirepresentanter där. Vi kan därför anta att partierna inte är helt ointresserade av plattformen, men inte varit redo eller haft kunskap nog att själva ta steget dit ännu.

En avslutande notering är att vi hittar relativt få konton som också har stora följarskaror på Instagram och Youtube. Detta är intressant med tanke på att man på andra plattformar ser hur de som är stora på Youtube ofta är det även på Instagram och vice versa. På Tiktok ser vi istället allt fler användare som fått sitt stora genombrott först på Tiktok, så som Martin Skålander (@martinskalander), Astrid Nordin (@astridnrdn) och Alla Hatar Bell (@allahatarbell).

På vår topplista saknas också många av de användare som i media har omnämnts som "Sveriges största på Tiktok". De är förvisso några av de svenskar med flest följare på Tiktok, men som har övervägande delen internationell publik och dessutom inte längre är särskilt aktiva.


ÅRETS
MAKTHAVARE

1



Jocke & Jonna

Förändring: 0

2

Sverigedemokraterna

Förändring: +3

3



Foto: Splay One

JLC

Förändring: 0

Jocke och Jonna har toppat Maktbarometern under fem av de sex år som Medieakademin sammanställt vilka som har störst inflytande i sociala medier. Det är en unik maktposition som gång på gång manifesterats långt utanför internets gränser. Den tidigare makttrion, där även JLC och Therése Lindgren ingått, splittras i år, dels av familjekanalen The swedish family, men framför allt av Sverigedemokraterna som för första gången hamnar på pallplats. Det handlar så klart allra mest om att det varit ett valår, vilket har satt stort avtryck på vår lista. Den starkast lysande nya stjärnan har varit statsminister Magdalena Andersson som gjort en raketresa upp i toppen av listan.

Årets Maktbarometer räknar inte in Tiktok i totalen, eftersom den listan i år bara inkluderar de 100 största kontona.

RANKING BASERAS PÅ:

- Varje person, medium, organisation eller grupp får räkna ett konto/kanal.
- Det största kontot på varje kanal får poäng, som sedan viktas utifrån hur ofta den kanalen används i Sverige, per vecka enligt Svenskarna och internet 2020. En placering på Twitter får därför 9%, Instagram 54%, Youtube 56%, Facebook 62%.
- I de fall ett konto på en lista står bakom ett gemensamt konto på en annan lista får de en gemensam placering på totallistan (se JLC och Jocke & Jonna), eftersom en gemensam Youtube-kanal bara kan räknas en gång. Samma sak gäller för till exempel Newsner. – bara en sida per kanal räknas in på totallistan.

JOURNALIST-TAPP

Marcus Oscarsson faller tungt. Detta på grund av ett strategiskifte i att länka läsare bort från Facebook till Oscarssons nystartade nyhetssajt.

FÅ NYKOMLINGAR

Det är bara två nykomlingar på topp 200, vilket är ovanligt. Katt-sajten Frusna tassar finns här, enkom på grund av deras stora Facebook-genomslag. Den andra, FIVEISH, är ett samarbete mellan ett gäng framgångsrika influencers. Slutsatsen är därmed att det blir allt svårare att slå sig in som nykomling direkt i Maktbarometerns topp.

Plac. 2021	Plac. 2022	Diff.	Namn	Twitter	Youtube	Facebook	Instagram
1	1	0	Jocke och Jonna	–	Familjen Lundell	Familjen Lundell	Joakim Lundell
5	2	3	Sverigedemokraterna	Sverigedemokraterna	Sverigedemokraterna	Sverigedemokraterna	Sverigedemokraterna
3	3	0	JLC	–	JLC	Lucas Simonsson	Lucas Simonsson
2	4	–2	Therése Lindgren	Therese Lindgren	therese lindgren	Therése Lindgren	Therése Lindgren
9	5	4	IJustWantToBeCool	Victor Beer	IJustWantToBeCool2	IJustWantToBeCool	Victor Beer
22	6	16	Viral king	The typical jag	–	The typical jag	–
6	7	–1	Situationer	Situationer	–	Situationer	Situationer
13	8	5	Sampev2	sampev2	SampeV2	Sampev2	Samuel Stronegger
11	9	2	Jimmie Åkesson	Jimmie Åkesson	–	Jimmie Åkesson	Jimmie Åkesson™
7	10	–3	Newsner	–	NewPlay	Newsner	Den som skrattar förlorar
56	11	45	Aftonbladet	Aftonbladet	Uppdrag: Mat	Aftonbladet	Aftonbladet
12	12	0	Sveriges roligaste barn		Sveriges roligaste barn	Sveriges roligaste barn	Sveriges Roligaste Barn
231	13	218	Magdalena Andersson	SwedishPM	–	Magdalena Andersson	Magdalena Andersson
17	14	3	Helen Torsgården	Helen Torsgården	Familjen Torsgården	–	Helen Torsgården
4	15	–11	Joakim Lamotte	Joakim Lamotte	–	Joakim Lamotte	–
35	16	19	Ebba Busch	Ebba Busch	Ebba Busch	Ebba Busch	Ebba Busch
21	17	4	Diyari Mahmoud		Diyari	Diyari	Diyari Mahmoud
19	18	1	SVT Humor	SVT Nyheter	Melodifestivalen	SVT Humor	Husdrömmar SVT
27	19	8	Emil Hansius	Emil Hansius	Emil Hansius	–	Emil Hansius
26	20	6	The Swedish Family	–	The Swedish Family	The Swedish Family	The Swedish Family
63	21	42	Jessica Stegrud MEP	Jessica Stegrud	Jessica Stegrud	Jessica Stegrud MEP	–
16	22	–6	Tomas Gunnarsson	–	Tomas Gunnarsson	Att lyfta sig själv och andra - Tomas Gunnarsson	Att lyfta sig själv och andra
55	23	32	Moderaterna	Moderaterna	Moderaterna	Moderaterna	Moderaterna
53	24	29	Einár	–	Einár Ns1	–	NS1
14	25	–11	Antonija Mandir	–	Antonija Mandir	–	Antonija Mandir
67	26	41	Kattjouren	–	–	Kattjouren	Kattjouren
75	27	48	Marcus Dübois	Marcus Dubois	Marcus Dübois	–	Marcus Dübois
59	28	31	Gordon Dewoon	–	Gordon Dewoon	–	Gordon Dewoon
109	29	80	Hanif Bali	Hanif Bali		Hanif Bali	Hanif Bali
25	30	–5	PewDiePie	–	PewDiePie	PewDiePie	PewDiePie
48	31	17	Magnus Uggla	Magnus Uggla	Magnus Uggla Officiell	Magnus Uggla	kunguggla
42	32	10	Ekotipset	–	Ekotipset	Ekotipset	Ekotipsen du inte vill missa!
125	33	92	Tareq Taylor	–	Tareq Taylor	Tareq Taylor	Tareq Taylor
40	34	6	Uppskattat	–	Uppskattat	Uppskattat	uppskattat.se
24	35	–11	Dyngbaggegalan	Leovene Manaois	–	Dyngbaggegalan	Dyngbaggen
18	36	–18	Anis Don Demina	Anis Don Demina	Anis Don Demina	Anis Don Demina	Anis don Demina
23	37	–14	Pontus Rasmusson	Pontus Rasmusson	Pontus Rasmusson	Pontus Rasmusson	Pontus Rasmusson
61	38	23	Socialdemokraterna	Socialdemokraterna	Socialdemokraterna	Socialdemokraterna	Socialdemokraterna
57	39	18	Jesper Caron	–	Jesper Caron	Framsteg - Jesper Caron	Jesper Caron
15	40	–25	Filip Dikmen	Filip Dikmen	Filip Dikmen	Filip Dikmen	F I L I P D I K M E N
85	41	44	Camilla Hamid	–	Camilla Hamid	My Kitchen Stories	Camilla Hamid
50	42	8	Tomu	–	Tomu	–	Tomu
58	43	15	Tova Helgesson	tova helgesson	Tova Helgesson	–	Tova Helgesson
44	44	0	Jonas Gardell	Jonas Gardell	–	Jonas Gardell	Jonas Gardell
41	45	–4	Polisen	YB Södermalm	Polisen	Polisen Huddinge	Polisen
33	46	–13	Klas Eriksson	–	Jokemock!	Klas Eriksson	Klas Eriksson
45	47	–2	Zlatan Ibrahimović	Zlatan Ibrahimović	–	Zlatan Ibrahimović	Zlatan Ibrahimović
62	48	14	Stefan Sauk	–	SaukTube	Stefan Sauk	Stefan Sauk
38	49	–11	Kungahuset	–	Kungahuset	Kungahuset	Kungahuset
102	50	52	Vivi Wallin	–	Vivis Vardag	Mammasanningar	Vivi Wallin

Plac. 2021	Plac. 2022	Diff.	Namn	Twitter	Youtube	Facebook	Instagram
487	51	436	Alex och Alva	–	Alex och Alva	–	Alex Ceesay
490	52	438	Min Fakking Bror	–	Min Fakking Bror	–	MFB
37	53	−16	Vlad Reiser	–	Vlad Reiser	–	Vlad Reiser
60	54	6	Leif Mannerström	–	Leif Mannerström	Mannerström	Leif Mannerström
182	55	127	Made in Sweden	–	–	Made in Sweden	–
420	56	364	Random Making Movies	–	Random Making Movies	RandomMakingMovies	RandomMakingMovies
77	57	20	Ribecka	–	Ribecka	–	Ribecka
74	58	16	Carina Bergfeldt	Carina Bergfeldt	–	Carina Bergfeldt	Carina Bergfeldt
43	59	−16	Vänsterpartiet	Vänsterpartiet	vansterpartiet	Vänsterpartiet	Vänsterpartiet
70	60	10	Arga bibliotekstanten	Argabibliotekstanten	–	Arga bibliotekstanten	Arga Bibliotekstanten
39	61	−22	Ben Mitkus	Ben Mitkus	Ben Mitkus	Ben Mitkus	Över Hela Stan Ute 12/6
107	62	45	Tone Sekelius	–	Tone Sekelius	Thomas Sekelius	Tone Sekelius
207	63	144	Grind Gang Music	–	Grind Gang Music	–	Adaam
93	64	29	Ulf Kristersson	Ulf Kristofferson	–	Ulf Kristersson	Ulf Kristersson
31	65	−34	Djurens Rätt	Djurens Rätt	Djurens Rätt	Djurens Rätt	Djurens Rätt
138	66	72	Nooshi Dadgostar	Nooshi Dadgostar	–	Nooshi Dadgostar	Nooshi Dadgostar
79	67	12	TaZer	–	TaZer	–	TaZer
566	68	498	Magda Gad	Magda Gad	–	Magda Gad	Magda Gad
32	69	−37	Bianca Ingrosso	–	Bianca Ingrosso	–	Bianca Ingrosso
72	70	2	Stina Wollter	Stina Wollter	–	Stina Wollter Music	Stina Wollter
117	71	46	Ett Positivt Sinne - Albin Karlsson	–	–	Ett Positivt Sinne - Albin Karlsson	Albin Karlsson
	72	Ny	FIVEISH	–	Fiveish	–	Fiveish
96	73	23	Försvarsmakten	Försvarsmakten	Försvarsmakten	Försvarsmakten	Försvarsmakten
81	74	7	Herregud & Co	–	–	Herregud & Co	Herregud & Co
95	75	20	Svensk fotboll	Svensk Fotboll	svenskfotboll	Svensk fotboll	Sweden Men's National Team.
30	76	−46	Vid Din Sida	–	–	Vid Din Sida - Sverige	Jeanette
	77	Ny	Frusna Tassar	–	–	Frusna Tassar	–
178	78	100	Mirabell Lundgren	–	Mirabell	–	Mirabell Lundgren
71	79	−8	Rezdar	–	Rezdar	–	Rezdar
86	80	6	Zeina Mourtada	–	Zeina Mourtada	Zeinas Kitchen	Zeina Mourtada
145	81	64	Baka med Frida	–	Baka med Frida	Bakamedfrida	Frida Skattberg
202	82	120	Jörgen Astonson	–	–	Jörgen Astonson Solidaritet Igen	–
190	83	107	Let's Feast	Lets Feast	Let's Feast	Lets Feast	Lets Feast - Doris & Cristian
76	84	−8	Matkoma	–	Matkoma	Matkoma	Matkoma
103	85	18	Pernilla Wahlgren	Pernilla Wahlgren	–	Wahlgren & Wistam	Pernilla Wahlgren
122	86	36	Team Odiffat	–	TeamOdiffat	Team Odiffat	Team Odiffat
36	87	−51	Sebastian Tadros	Sebastian Tadros	Tadros	Sebastian Tadros	Sebastian Tadros
250	88	162	Kristdemokraterna	Kristdemokraterna	Kristdemokraterna	Kristdemokraterna	Kristdemokraterna
20	89	−69	Greta Thunberg	Greta Thunberg	Greta Thunberg	Greta Thunberg	Greta Thunberg
88	90	−2	Hemnetknarkarna	–	–	–	De Roligaste Bostadsannonserna
97	91	6	Ant Wan	–	Ant Wan	–	Ant Wan
166	92	74	Filmfabriken	–	Filmfabriken x ACME Gruppen	–	Filmfabriken
51	93	−42	Stefan Löfven	–	–	Stefan Löfven	Stefan Löfven
168	94	74	TV4	TV4	TV4	TV4	Masked Singer Sverige
293	95	198	Yasin	–	YasinTheDon	–	Yasin
78	96	−18	Annie Lööf	Annie Lööf	Annie Lööf	Annie Lööf	Annie Lööf
430	97	333	Victor Leksell	Victor Leksell	Victor Leksell	–	21:47
69	98	−29	Molly Sandén	Molly Sandén	Molly Sandén	Molly Sandén Official	Molly Sandén
267	99	168	Politiskt Inkorrekt	PK resistent	–	Politiskt Inkorrekt	Politiskt inkorrekt
133	100	33	Kammi	–	Kammi	–	Kammi Rosenskjold

Plac. 2021	Plac. 2022	Diff.	Namn	Twitter	Youtube	Facebook	Instagram
144	101	43	Johanna Ottosson	–	Johanna Ottosson	–	Johanna Ottosson
457	102	355	Sveriges radio	SR Ekot	Musiken i P3	Nyheter från Sveriges Radio Ekot	Morgonpasset i P3
171	103	68	Riks	Riksstudios	Riks	Riks	–
127	104	23	Linnéa Claeson	Linnea	–	Linnéa Claeson	Linnéa Claeson
301	105	196	Duno	Duno	Duno	–	–
294	106	188	Jan Emanuel Johansson	–	–	Jan Emanuel Johansson	Jan Emanuel
169	107	62	Charlotte Kalla	Charlotte Kalla	–	Charlotte Kalla	Charlotte Kalla
68	108	−40	Jonna Jinton	–	Jonna Jinton	Jonna Jinton	Jonna Jinton
92	109	−17	Lena Philipsson	Lena Philipsson	Lena Philipsson	Lena Philipsson	Lena Philipsson
94	110	−16	Benjamin Ingrosso	Benjamin Ingrosso	Benjamin Ingrosso	Benjamin Ingrosso	Benjamin Ingrosso
142	111	31	Samhällsnytt	Samnytt	Samnytt	Samhällsnytt	Samnytt
290	112	178	Sanna Nielsen	–	Sanna Nielsen	Sanna Nielsen	Sanna Nielsen
149	113	36	Småstadsliv	Småliv i storstan	Småstadsliv Official	Småstadsliv	Småstadsliv
90	114	−24	Julia Bergman	–	Julia Bergman	–	julia bergman
128	115	13	Martin Rockström	–	Martin Rockström	–	–
217	116	101	Familjen Arcombe	–	Familjen Arcombe	–	Familjen Arcombe
121	117	4	Bröderna Norberg - Daniel och Emil	Daniel Norberg	Bröderna Norberg - Daniel och Emil	Daniel Norberg Officiell	Daniel Norberg
64	118	−54	Carina Berg	Carina Berg	–	Carina Berg	Carina Berg
201	119	82	Lindas bakskola	–	Lindas bakskola	Lindas bakskola	Linda Andersson
152	120	32	Hundstallet	–	Hundstallet	Hundstallet	Hundstallet
156	121	35	Henrik Jönsson	Henrik Jönsson	Henrik Jönsson	–	Henrik Jönsson
118	122	−4	Fredriks Fika	–	Fredriks Fika	Fredriks Fika	Fredrik Nylén
46	123	−77	Ellen Bergström	–	Ellen Bergström	Ellen Bergström	Ellen Bergström
170	124	46	Hampus Hedström	Hampus Hedström	Hampus Hedström	Hampus Hedström	Hampus Hedström
98	125	−27	Viktor Klemming	–	Viktor Klemming	Viktor Klemming	Viktor Klemming
87	126	−39	Expressen	Expressen	Expressen	Expressen	Expressen
120	127	−7	LINN AHLBORG	–	Linn Ahlborg	–	Linn Ahlborg
260	128	132	Sebastian Stakset	SebbeStaxx_Kartellen	Heart Of Evangelism	Sebastian Stakset	Disciple of Jesus Christ
91	129	−38	Charlie Weimers MEP	Charlie Weimers MEP	Charlie Weimers	Charlie Weimers MEP	–
204	130	74	Frölunda HC	Frölunda HC	Frölunda HC	Frölunda HC	Frölunda HC
185	131	54	Johanna Nordström	johanna nordström	Torbjörn & Johanna	–	Johanna Nordström
100	132	−32	Iskall85	Iskall85	iskall85	–	–
364	133	231	Anders Bagge	–	–	Anders Bagge	Anders Bagge
157	134	23	En Rullande Talkshow	–	En Rullande Talkshow	–	En Rullande Talkshow
125	135	−10	Cluee News	–	Cluee News	–	CLUEENEWS
66	136	−70	Mia Skäringer	–	–	Mia Skäringer	Mia Skäringer Lázár
164	137	27	Darin	Darin	Darin	Darin	Darin
160	138	22	Nocco	–	Nocco	Nocco	Nocco
119	139	−20	1 Cuz	–	1 Cuz	–	One-Cuz
222	140	82	Gurkis	–	Gurkis	–	Gurkis
65	141	−76	Stöd svenska polisen	–	–	Stöd svenska polisen	–
285	142	143	Bert Karlsson	–	Berts Värld	Berts Värld	Berts Värld
198	143	55	Markus Aujalay	–	Markus Aujalay	–	Markus Aujalay
223	144	79	Nordiska museet	–	Nordiska museet	Nordiska museet	Nordiska museet
106	145	−39	Mandelmanns	–	–	Mandelmanns gård	Marie Mandelmann
176	146	30	Existenz.se	Existenz.se	–	Existenz.se	Existenz
113	147	−34	Felicia Bergström	Felicia Bergström	Felicia Bergström	–	Felicia Bergström
159	148	11	Svenska kyrkan	Svenska kyrkan	Svenska kyrkan	Svenska kyrkan	Svenska kyrkan
115	149	−34	Margaux Dietz	Margaux Dietz	Margaux Dietz	–	Margaux Dietz
111	150	−39	Eliott	–	Eliott Malhotra	–	Eliott

Plac. 2021	Plac. 2022	Diff.	Namn	Twitter	Youtube	Facebook	Instagram
73	151	−78	Folkhälsomyndigheten	Folkhälsomyndigheten	Folkhälsomyndigheten Sverige	Folkhälsomyndigheten	Folkhälsomyndigheten
146	152	−6	Lovisa "LAKI" Karlsson	Lovisa Karlsson	LAKI	Lovisa Karlsson - Lakidoris.	LAKI
208	153	55	Alice Teodorescu	Alice Teodorescu Måwe	–	Alice Teodorescu offentlig	–
221	154	67	Moa Murderess	Moa Murderess	Moa Murderess	MoaMurderess Army	moamurderess
75	155	−80	Yumi	–	Yumi Gaming	–	Yumi
274	156	118	Musikhjälpen	#ERR	Musikhjälpen	Musikhjälpen	Musikhjälpen
444	157	287	Fredrik Andersson		Fredrik Andersson	Fredrik Andersson	Fredrik Andersson
179	158	21	Martin Björk	martin björk	Martin Björk	–	Martin Björk
271	159	112	Håkan Hellström	Håkan Hellström	Håkan Hellström	Håkan Hellström	Håkan Hellström
195	160	35	Anomaly	Anomaly	Anomaly	Anomaly.	Anomaly
366	161	205	Aron Anderson	–	Aron Anderson	Aron Anderson	Aron Anderson
148	162	−14	Z.E	–	Z.e Official	Z.E	Z.E
150	163	−13	Emanuel Karlsten	Emanuel Karlsten	Emanuel Karlsten	Emanuel Karlsten	Emanuel Karlsten
110	164	−54	Naprapatjonas	–	naprapatjonas	Naprapatjonas	Jonas Parandian
132	165	−33	Wisti	Wisti	–	Wisti	wistikent
451	166	285	Margareta Grääs	–	Margareta Grääs	–	Margareta Grääs
84	167	−83	Hov1	gamberi	Hov1VEVO	Hov1	HOV1
99	168	−69	Haval	–	Haval	–	Haval
173	169	4	Fotbollskanalen	Fotbollskanalen	–	Fotbollskanalen	Fotbollskanalen
428	170	258	Carl Bildt	Carl Bildt	–	Carl Bildt	–
226	171	55	Omar Rudberg	–	Omar Rudberg	Omar Rudberg	Omar Rudberg
175	172	3	Leif GW Persson	–	–	Leif GW persson	Leif GW Persson Official
140	173	−33	Alexandra Nilsson	–	Alexandra Nilsson	Kissie	Alexandra Nilsson
162	174	−12	Bloodline	–	BL	–	HamzaCan
425	175	250	Frida Karlsson	–	–	Frida Karlsson	Frida Karlsson
333	176	157	Konstiga bloggen	–	Konstiga Bloggen	–	Konstiga Bloggen
548	177	371	Eddie Meduza	–	Eddie Meduza	Eddie Meduza	Eddie Meduza
2948	178	2770	Tim Liljegren Rally	–	Tim Liljegren	Tim Liljegren Rally	Tim Liljegren
378	179	199	Markoolio	Markoolio	–	Markoolio	Markoolio
530	180	350	Peder Fredricson	–	–	Peder Fredricson	Peder Fredricson
232	181	51	Narins beauty	–	Narins Beauty	Narins beauty	Narins Beauty
200	182	18	Tomas och Malin	–	Tomas och Malin	–	Tomas och Malin
108	183	−75	Kristina 'Keyyo' Petrushina	Keyyo	Keyyo	Keyyo	Kristina 'Keyyo' Petrushina
351	184	167	Färjestad BK	Färjestad BK	Färjestad BK	Färjestad BK	Färjestad BK
174	185	−11	C More	C More Hockey	C More Sport	C More Hockey	C More Hockey
230	186	44	Göran Greider	Göran Greider	–	Göran Greider	Göran Greider
214	187	27	Ardalan Shekarabi	Ardalan Shekarabi	–	Ardalan Shekarabi	Ardalan Shekarabi
165	188	−23	Carola Häggkvist	Carola Häggkvist	Carola Häggkvist	Carola (Official)	Carola Häggkvist
155	189	−34	Sungen	–	Sungen _Official	Sungen	Sungen
199	190	9	Ida Warg	IdaWarg	Ida Warg	Ida Warg	Ida Warg
161	191	−30	Maurice "L22" Hill	–	L22	–	Maurice Hill
158	192	−34	Mjölbypartiet	Mjölbypartiet	Mjölbypartiet	Mjölbypartiet	Mjölbypartiet
225	193	32	Carolina Gynning	–	Carolina Gynning	Carolina Gynning	Carolina Gynning
143	194	−51	Krisinformation.se	Krisinformation.se	Krisinformation se	Krisinformation.se	Krisinformation.se
129	195	−66	Alice Stenlöf	Bästa Alice	Alice Stenlöf	–	Alice Stenlöf
114	196	−82	Johanna Berg	–	Johanna & Marcus	–	Johanna Berg
141	197	−56	Pontus Hugosson	–	Pontus Hugosson	Pontus Hugosson	Pontus Hugosson
220	198	22	Kanalgratis.se	Kanalgratis.se	kanalgratisdotse	–	johanssonedvinn
49	199	−150	Jacke Sjödin	Jacke Sjödin	Jacke Sjödin	Jacke Sjödin	–
130	200	−70	Jonas Sjöstedt	Jonas Sjöstedt	–	Jonas Sjöstedt	–

GLOBALA INFLUENCERS

Maktbarometern fokuserar på svenskar som får genomslag nationellt. Men vår sammanställning visar också hur svenskar får enormt inflytande globalt – på fler språk än engelska.

En intressant vinkel i analysen av svenska makthavare är deras internationella framgångar. Maktbarometern utgår först och främst från svenskt engagemang, genom att tillämpa filter för svenskhet, men i detta avsnitt tillåter vi oss att bredda blicken utanför Sveriges gränser.

Utifrån totallistan kan vi rangordna konton efter mest engagemang totalt och därmed inte exkluderat till svenskars engagemang. Några av de som då toppar listan har internationella karriärer, som till exempel fotbollsspelaren Zlatan Ibrahimovic, gamern PewDiePie och artisten Zara Larsson. Det dröjer dock inte länge förrän man ser namn på listan som troligen är mindre kända för gemene svensk.

Att som svensk influencer lyckas internationellt är inte nödvändigtvis unikt, men det kräver en anpassning av innehållet. Dels behöver man överge sin lokala förankring och det svenska språket. Idag är det många profiler som skriver på engelska i sina poster och även pratar engelska i videoklipp. Men hur ser det ut för svenska influencers som lyckats nå en global publik genom andra språk än just engelska?

Ett exempel är systrarna Narin, Sherin och Cedra Ammara som är födda och uppvuxna i Sverige men idag utgår från Dubai. Deras innehåll kan beskrivas som livsstil med fokus på skönhet. På Youtube har Narinsbeauty 13,6 miljoner prenumeranter och på Instagram har hon 9,3 miljoner följare. Sherinsbeauty och Cedrasbeauty har 6 miljoner respektive 3 miljoner prenumeranter på Youtube och 4,6 miljoner respektive 2,9 miljoner följare på Instagram. I en svensk kontext är dessa siffror givetvis enorma. Deras framgångar kan dels förklaras av att de kommunicerar på arabiska i stället för svenska, men det är även uppenbart att deras innehåll har en estetik som tilltalar arabvärlden.

Sedan 2018 är arabiska Sveriges andra största modersmål, och i världen talas arabiska av drygt 300 miljoner människor. Att svensk-arabiska influencers är på uppgång kan därför ses som ett naturligt fenomen. Och det finns flera exempel på spännande profiler att ha koll på.

Vi ser paret Siamand & Shahad med sina snart 8 miljoner prenumeranter på Youtube och Nour och Essam med över 3 miljoner prenumeranter. Deras innehåll kan också kategoriseras som livsstil och fokuserar på just parrelationen och aktiviteter de gör i vardagen. Utöver familjer ser vi även en del showartister som Södertäljebon och sångerskan Faia Younan med sina 3 miljoner följare på Facebook samt komikern Mahmoud Bitar med sina 4,4 miljoner följare på Instagram. Största svensk-arabiska artisten och producenten på sociala medier är dock utan tvekan Maher Zein, som kom till Skellefteå från Libanon som åttaåring, och idag har 28 miljoner följare på Facebook.

I Maktbarometerns sammanställning fokuserar vi på vilket avtryck svenska aktörer får nationellt, men vi får heller inte glömma vilket avtrycka många svenskar sätter globalt. Eller rentav i lokala sammanhang.

FEM KONTON MED ENORM SPRIDNING PÅ ANDRA SPRÅK

1. **Dr Waleed Surhan**
   – Hälsotips med enorm spridning på alla plattformar
2. **Foreigners In Bollywood**
   – Två svenskar som fått miljongenomslag i Indien genom framför allt Facebook
3. **Feefal**
   – Konstnär vars manga-inspirerade bilder blivit stora genom Twitter.
4. **Khamzat Chimaev**
   – Den svenska MMA-fightern har hela sin sport i sin hand – och dominerar på den globala arenans sociala medier.
5. **Noonaswe**
   – Den thailand-svenska familjens olika kanaler är enorma – i Thailand.



MAKTBAROMETERN – KATEGORIUPPDELNING

Genom att kategorisera konton kan vi se vilka som är vinnare inom särskilda nischer. I detta kapitel kommer vi gå igenom dessa och titta på vilka som är mest framgångsrika i sin kategori. Vi gör inte heller här någon uppdelning mellan företag eller person, om inte kategorin uttryckligen handlar om en sådan uppdelning.

Den vanligaste kategorin bland Sveriges största digitala makthavare är humor. Och tar vi oss bort från de självklara och lite diffusa kategorierna "lifestyle", "vlogg" och "influencer", så är det partipolitik som är näst populärast. Alltså inte bara politik i allmänhet, utan att argumentera eller marknads-föra ett särskilt partis politik. Det har under det senaste valåret till och med blivit mer populärt än musik. Efter musik kommer debatterande konton. Här inkluderar vi allt från miljödebattörer till feminism, kroppsaktivister eller allmänt politiska debattörer. Mat är fortsatt väldigt populärt, följt av familj, sport och gaming. Notera också att vi samlat alla företag och myndigheter i en kategori, men att de trots det inte hamnar särskilt högt upp på listan. Det är fortsatt svårt för företag att nå ut i sociala medier.

STÖRSTA KATEGORIERNA I MAKTBAROMETERN

1. Humor
2. Partipolitik
3. Musik
4. Debatt
5. Mat
6. Familj
7. Företag/myndighet
8. Sport
9. Gamer
10. Motor

POLITIK

Medieakademin har för andra året i rad gjort en Maktbarometerriksdag. Vi plockar ut alla partipolitiskt knutna konton från Maktbarometern, viktar samman dem, räknar ut deras procent och fördelar därifrån mandat till partierna som klarar fyraprocents-spärren.

I år söker vi också efter hur många politiska konton det finns bland topp 1000 på respektive plattform. Detta för att se om högern eller vänstern växer eller minskar. Resultatet är fascinerande – för det är enorma skillnader. Här nedanför har statsvetaren och Medieakademins styrelseledamot Henrik Ekengren Oscarsson analyserat resultatet.

AVGJORDE DE SOCIALA MEDIERNA VALET 2022?

Trots att hundra års forskning om opinionsbildning och medieeffekter säger annat dominerar fortfarande idén om masskommunikationens omedelbara opinionspåverkan. Mekanismen man tänker sig liknar ett slags injektionsnål: Valbudskap och propaganda sänds och mottagaren tar emot, och dess påverkan är direkt. Den information som en människa exponeras för genom tidningarna, radion, televisionen och de sociala medierna, förväntas sprida sig intravenöst i blodomloppet och påverka alla direkt och likadant. De aningslösa offer som passivt blir matade med reels på Facebook och Instagram eller videos på Tiktok med ett politiskt parti som avsändare kommer påverkas i tänkt riktning.

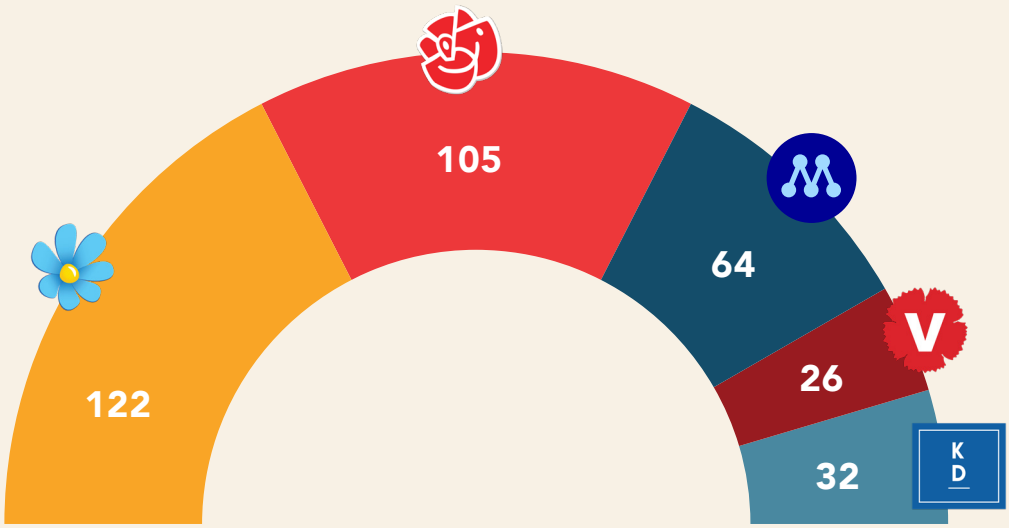
Alla vet egentligen att den verkliga mediemakten snarare handlar om att långsiktigt försöka påverka vad människor tänker om, och hur de tänker om saker. Partier är politiska aktörer som under vissa omständigheter kan påverka dagordningen och inramningen av politiska frågor så att vissa sätt att tänka blir mer vanliga, framträdande och gångbara. I varje väljare bor en närsynt kortsiktigt nyttomaximerande plånboksröstare, men också en ideologidriven visionär och altruistisk världsförbättrare. Politiska ledare och andra opinionsbildare kan locka fram dem.

För de allra flesta människor är ambivalens det normala tillståndet. Vi härbärgerar på en och samma gång många olika uppsättningar av överväganden som kan ges olika tyngd beroende på sammanhanget. På sätt och vis kan vi alltså samtidigt vara för och emot kärnkraft, eller för och emot att värna asylrätten, för och emot ett bibehållet utlandsbistånd. Vart vi landar just nu beror på summan av de överväganden som är aktuella för tillfället.

Sociala mediers valpåverkan kan knappast vara vare sig mindre eller större än annan typ av politisk information. Icke desto mindre är det tydligt att de politiska partiernas närvaro i olika sociala medier skiljer sig åt från vad man skulle förvänta sig utifrån deras parlamentariska makt. Innebär då detta en fördel för dessa partier när det gäller att kommunicera valbudskap och påverka människors sätt att tänka? Det enkla svaret är att det förstås beror på hur mycket annan politisk information som också når fram och behöver processas. Om samhällsdebatten normalt sett är en symfoni av politisk information är en valrörelse snarare en kakafoni av dito. Även om man skulle vilja är det förtvivlat svårt att skärma av sig och enbart följa den via vissa kanaler.

Hur skulle en riksdag byggd på politiska aktörers mediemakt i sociala medier egentligen se ut?

Forts. →



Tar vi utgångspunkt från en Maktbarometerriksdag skulle den domineras av fem större aktörer. Sverigedemokraterna skulle vara största parti med 122 mandat följt av Socialdemokraterna med 105 mandat – som av en händelse (?) de två partier som nådde framgångar i 2022 års val. Övriga tre är klart mindre med Moderaterna (64 mandat), Kristdemokraterna (32 mandat) och Vänsterpartiet (26 mandat). Partiernas styrkeförhållanden i sociala medier tycks vara mycket stabilt. När vi på Medieakademin gjorde motsvarande studie för ett år sedan 2021 var det dessa fem partier i topp även då, och deras inbördes rangordning var densamma sånär som på V och KD.

Övriga partier skulle inte nå fyraprocentspärren. Det blir inga mandat i mediemaktriksdagen för Miljöpartiet och Liberalerna. De delar detta öde med flera andra mycket mindre partier, som Alternativ för Sverige, Medborgerlig samling, Örebropartiet och Feministiskt initiativ.

Partiernas styrkeförhållanden i sociala medier tycks vara mycket stabilt.

Eftersom valet 2022 blev så jämnt går det att argumentera för att nästan vilken faktor som helst kan ha varit avgörande för valutgången. Frågan om huruvida unga manliga förstagångsväljare påverkades av framför allt Sverigedemokraternas kommunikation i sociala medier, kommer givetvis analyseras av statsvetare och forskare inom politisk kommunikation. Det är ingen liten utmaning att försöka isolera effekterna. Redan i utgångsläget är det också viss uppförsbacke för hypotesen. Inte ens unga män (!) konsumerar politisk information passivt eller kontextlöst. Och även den smalaste av medie-dieter rymmer stor variation av informationskällor.



Vi finner inget eller litet stöd för idén om att Sverigedemokraterna vunnit unga väljare genom Tiktok.

EFTERVALSDEBATTEN

Eftervalsdebatten 2022 handlade mycket om hur Sverigedemokraterna kunde bli Sveriges näst största parti totalt, och inte minst bland förstagångsväljarna. Teser drevs om att de unga fanns på Tiktok och att SD där varit särskilt framgångsrika.

Men det stämmer inte.

Medieakademins genomgång visar att SD snarare varit framgångsrika på andra plattformar. Och att vi där under flera år kan spåra trenden om hur högern fick fäste på svenska internet.

Medieakademin har gått igenom de tusen största kontona på de fyra plattformar vi bevakat i sex år: Facebook, Youtube, Instagram och Twitter. Vi har sedan kategoriserat kontona utifrån att kontot själv har uppgett sin politiska tillhörighet, eller att kontot tydligt representerar politiska frågor som under riksdagsvalet 2022 kunnat sorteras in som tydligt höger eller vänster. I de fallen där det varit gränsfall, har vi låtit bli att kategorisera.

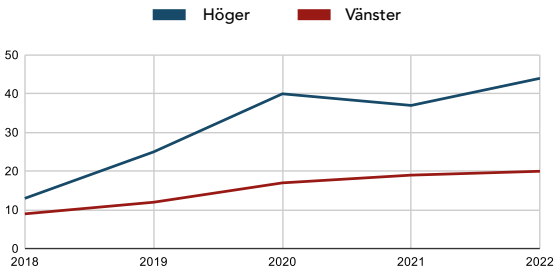
En sådan genomgång gör några saker tydliga.

1. Tiktok är ingen politisk plattform. Vi har ännu bara säkrat hundra av Sveriges största Tiktok-konton, men bland dessa är endast två politiska. "Krispdemokraterna" och Moderaterna. Vi finner inget eller litet stöd för idén om att Sverigedemokraterna vunnit unga väljare genom Tiktok. Tittar vi i det grovmaterial som finns utanför topp hundra ser vi förvisso några få konton kopplade till SD, men också konton kopplade till andra partier – även på vänstersidan. Inte minst SSU har här varit framgångsrika.

2. Det pågår dock en högersvängning. Vi har återkommande rapporterat om hur den skett på Twitter, men i år kan vi för första gången visa hur den är tydlig på fler plattformar. Och genom vår sex år långa tidsserie, kan vi visa utvecklingen över tid.

Forts. →

Twitter
Som vi berättat tidigare i denna och tidigare års rapporter har vi sedan 2016 kunnat se en tydlig profilering av högerpolitiker på svenska Twitter. Politiken har i praktiken helt tagit över Twitter, vilket gjort plattformen viktig. Medieakademin har flera gånger slagit fast att Twitter är en ankdamm med högröstade ankor. Det ger plattformen betydelse, eftersom de som är stora här har stor räckvidd på egna, etablerade plattformar eller genom sin formella makt.

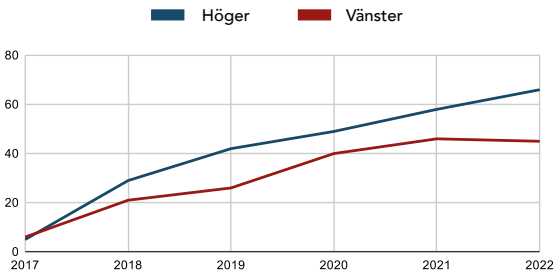


Antal politiska konton bland de hundra största på Twitter

> **Twitter är en ankdamm med högröstade ankor**

Facebook
Men även på Facebook kan vi nu, genom att gå tillbaka i vår tidsserie, se denna tendens. När vi analyserar de tusen största kontona på Facebook kan vi se att antalet högerpolitiska konton tiodubblats – på bara fem år. Även vänsterpolitiska konton har ökat, men inte i samma takt.

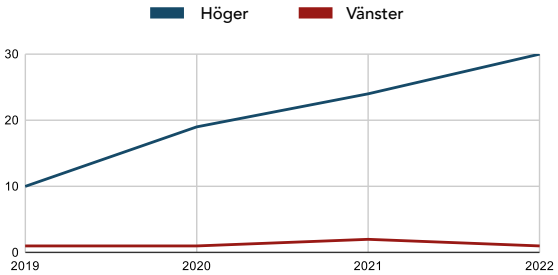
På den sociala plattform som alltså är störst i Sverige, har den svenska högern lyckats tveklöst bäst, både vid tiden för förra riksdagsvalet, men inte minst i år.



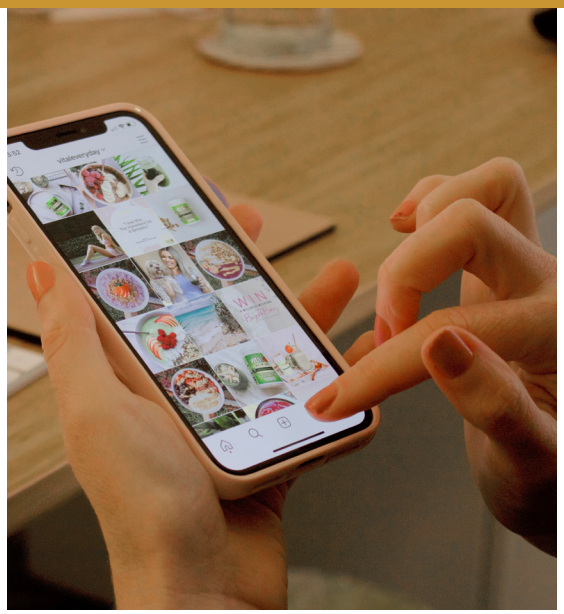
Antal politiska konton bland de tusen största på Facebook



Youtube
Men allra mest har Youtube ökat. På bara tre år har antalet högerprofilerade konton på Youtube-listans topp 1000 ökat från 10 till 30, medan vänstern pendlat mellan ett och två konton på topp 1000.

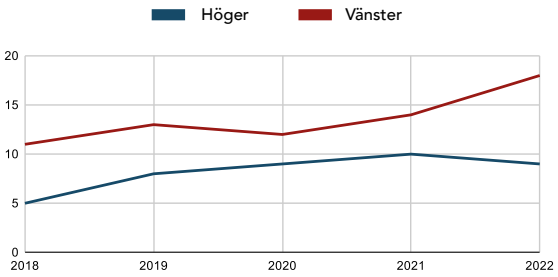


Antal politiska konton bland de tusen största på Youtube



Instagram

Men det finns en avvikande plattform. En plattform där högern inte dominerar. Och det är Instagram. Sedan 2018 har vänsterorienterade konton alltid varit fler än de högerorienterade. De har dessutom varit stora. Dyngbaggegalan, ständigt med udden riktad mot SD i synnerhet, men högern i allmänhet, har länge legat högt på Maktbarometerns Instagramlista. Tnkvrt och Nina Rungs likaså.



Antal politiska konton bland de tusen största på Instagram

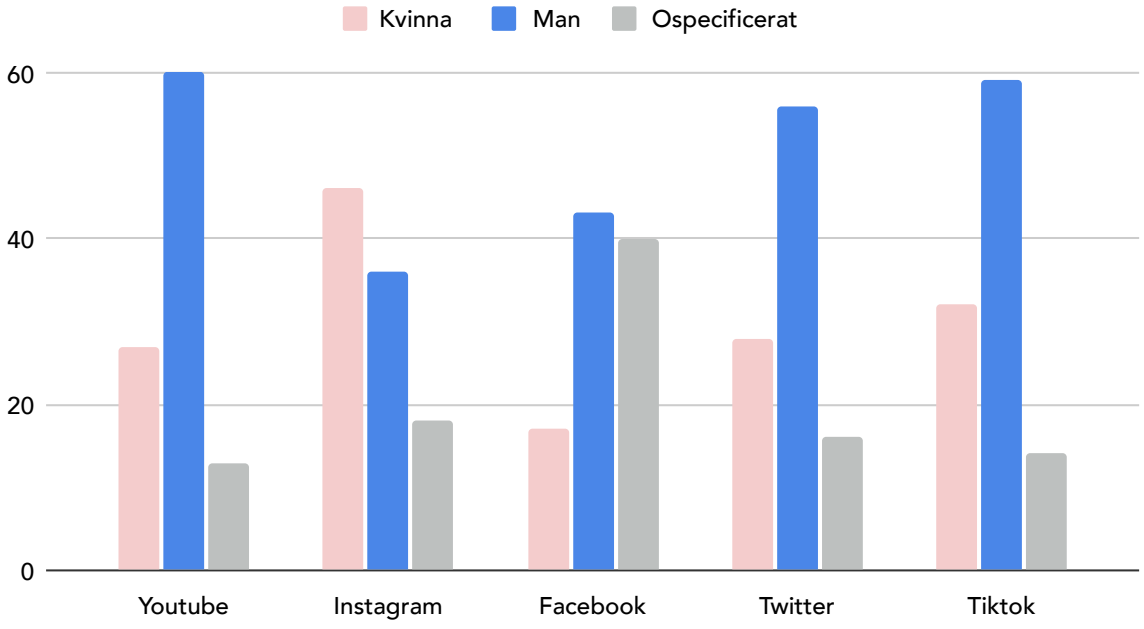
Så vad är skillnaden mellan Instagram och övriga plattformar? En tydlig skillnad är att Instagram är den plattform som lockar flest kvinnor som användare, något som Internetstiftelsens årliga rapport Svenskarna och internet visat under flera år.

När Medieakademin går igenom könsfördelningen bland de hundra mäktigaste på respektive plattform, är det också tydligt att Instagram är den enda plattform där kvinnliga kreatörer är representerade i större utsträckning än manliga.

Faktum är att topplistorna på Youtube, Twitter och Facebook alla är kraftigt dominerade av män.

I SVT ValU var det tydligt att om bara kvinnor gick till val, hade vänstern vunnit riksdagsvalet. Med reservation för att det handlar om relativt få konton är det ändå en tydlig tendens att det sker en högerförskjutning på flera plattformar, där högern dominerar mest och växer snabbast på Youtube.

Tiktok och Youtube är de två kanaler i Maktbarometern med yngst målgrupp. Även om vi ännu inte kan se samma högerförskjutning på Tiktok, kan den politiska tillväxten på flera plattformar vara en del av förklaringen till varför väljare i allmänhet och unga i synnerhet har förflyttat sig högerut.



Könsfördelning, kontoinnehavare/kreatörer på Topp 100-listan.

MÄKTIGASTE FÖRETAGEN OCH MYNDIGHETERNA

För andra året publicerar vi nu listan över vilka företag och myndigheter som går bäst i Maktbarometern. Vi räknar här inte in sportföretag eller medier, som får en egen kategori.

I år kniper Polisen förstaplatsen, men vi ser framför allt hur Gårdsjö älgpark tar älgkliv upp i listan. Att använda djur i marknadsföring är en fördel.



#	Namn
1	Polisen
2	Kungahuset
3	Försvarsmakten
4	NOCCO
5	Nordiska museet
6	Svenska kyrkan
7	Folkhälsomyndigheten
8	Världsnaturfonden WWF
9	Gårdsjö Älgpark
10	Kanalgratis.se
11	Libero Sverige
12	Livrustkammaren
13	Liseberg
14	Sweden Rock Festival
15	Sweden.se
16	Pågen Gifflar
17	ICA
18	Naturskyddsföreningen
19	Netflix
20	Kolmården
21	Godiskristallen
22	Köket
23	Spotify
24	Grufman Bil AB
25	Gröna Lund
26	Dansbandssidan.com
27	Djurrättsalliansen
28	Region Skåne
29	Kommunal
30	Glada Hudik-teatern
31	Princess Madeleine of Sweden
32	Mariann Grammofon
33	Lidl Sverige
34	Ving Sverige
35	Warner Music Sweden

#	Namn
36	LRF
37	Pinchos
38	Pantamera
39	Inet
40	Viaplay
41	SF Studios Sverige
42	Gekås Ullared
43	IKEA
44	Pennan & Svärdet
45	DOPEST
46	Söder Sportfiske
47	Minecraft
48	Tre Änglar
49	Malmö Opera
50	Saab
51	Coop
52	Klarna
53	Tallink Silja Sverige
54	Arla
55	Tyngre
56	Min Stora Dag
57	Järnkaminerna
58	Hemnet
59	TUI
60	Svenska Kennelklubben
61	SAS - Scandinavian Airlines
62	Diggiloo
63	Region Stockholm
64	UNICEF Sverige
65	Astrid Lindgrens Värld
66	Maskinkanalen
67	Prinsparet
68	Oatly
69	Universal Pictures
70	Skaraborgs flygflottilj F 7

#	Namn
71	Naturkompaniet
72	RobTop Games
73	Jollyroom.se
74	Dormy Golf
75	McDonald's
76	Avanza
77	Filmstaden
78	Rusta
79	Trafikverket
80	Svenska Djurambulansen
81	Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB)
82	Svanströms el och vvs
83	CAIA Cosmetics
84	Bandit Rock
85	Scania Sverige
86	Hästnet
87	Ferrita
88	Blomsterlandet
89	Svenska Jägareförbundet
90	ÖoB
91	Vardaga
92	Warner Bros. Pictures Sverige
93	Alfons Åberg
94	Estrella
95	Kläppen Ski Resort
96	MAX Burgers
97	Läkare Utan Gränser (MSF)
98	Ski Team Sweden Alpine
99	Nordens Ark
100	Tershine



MÄKTIGAST INOM MUSIK

Pop och rap är de två genrer som dominerar bland de artister och musiker som lyckats bäst i sociala medier. Just rapen har varit särskilt framgångsrik här, där artister ofta rundar traditionella aktörer och distribuerar och marknadsför direkt till lyssnare via sociala medier.

#	Namn	Genre
1	Einár Ns1	Rap
2	Magnus Uggla	Pop
3	Anis Don Demina	Rap
4	Grind Gang Music	Rap
5	Sebastian Tadros	Pop
6	Ant Wan	Rap
7	Yasin	Rap
8	Victor Leksell	Pop
9	Molly Sandén	Pop
10	Lena Philipsson	Pop
11	Benjamin Ingrosso	Pop
12	Sanna Nielsen	Pop
13	Bröderna Norberg	Pop
14	Sebastian Stakset	Rap
15	Anders Bagge	Pop

#	Namn	Genre
16	Darin	Pop
17	1 Cuz	Rap
18	Håkan Hellström	Pop
19	Z.E	Rap
20	Hov1	Rap
21	Haval	Rap
22	Omar Rudberg	Pop
23	BL	Rap
24	Eddie Meduza	Rock
25	Markoolio	Pop
26	Carola Häggkvist	Pop
27	Sungen	Rock
28	Jacke Sjödin	Revy
29	Zara Larsson	Pop
30	Peter Jöback	Pop



MÄKTIGAST INOM MAT

Gammal är äldst, när både Tareq Taylor och Leif Mannerström tar plats på topp 3 största matkonton i Sverige. Båda kockarnas konton är produkter av ett produktionsbolag, vars affärsidé är att lyfta kändiskockar in på digitala plattformar. I Matlistan gör vi – precis som i övriga listor – ingen skillnad mellan privatpersoner och företag.

#	Namn
1	Tareq Taylor
2	Camilla Hamid
3	Leif Mannerström
4	Zeina Mourtada
5	Baka med Frida
6	Matkoma
7	Lindas bakskola
8	Fredriks Fika
9	NOCCO
10	Markus Aujalay
11	Matgeek
12	Jennie Walldén
13	Niiinis Kitchenlife
14	Pågen Gifflar
15	ICA

#	Namn
16	Leila Lindholm
17	Jennys Matblogg
18	Köket
19	Filip Poon
20	Roy Nader
21	Tina Nordström
22	Vendela Nilsson
23	Simon Kafi
24	Edward Blom
25	Roy Fares
26	Portionen under tian
27	David Kringlund
28	Lidl Sverige
29	Phillipe Cohen
30	Kapten Mat



MÄKTIGAST INOM OFFENTLIG SEKTOR

I år har vi valt att lyfta ut offentlig sektor i en egen lista. Här samlar vi alla kommuner, regioner, myndigheter och statliga bolag.

#	Namn
1	Polisen
2	Kungahuset
3	Försvarsmakten
4	Nordiska museet
5	Folkhälsomyndigheten
6	Krisinformation.se
7	Livrustkammaren
8	Sweden.se
9	Region Skåne
10	Princess Madeleine of Sweden
11	Region Stockholm
12	Prinsparet
13	Trafikverket
14	Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB)
15	Polisen Södermalm

#	Namn
16	Naturhistoriska riksmuseet
17	Socialstyrelsen
18	Migrationsverket
19	Skatteverket
20	Malmö stad
21	Karlstads kommun
22	Akademiska sjukhuset
23	Region Örebro län
24	Polisen Haninge, Nynäshamn
25	Sjöfartsverket
26	Arbetsförmedlingen
27	Sundsvalls kommun
28	Sahlgrenska Universitetssjukhuset
29	Socialstyrelsen
30	Region Gävleborg



MÄKTIGAST INOM SPORT

För andra året i rad publicerar vi vår kategori sport. Där fotboll är den mest populära sporten. Notera också att det framför allt är klubbarna som når framgång, snarare än klubbarnas profiler.

#	Namn	
1	Zlatan Ibrahimović	Fotboll
2	Svensk fotboll	Fotboll
3	Charlotte Kalla	Längd
4	Frölunda HC	Fotboll
5	Frida Karlsson	Längd
6	Peder Fredricson	Häst
7	Färjestad BK	Hockey
8	Pontus Hugosson	Häst
9	IFK Göteborg	Fotboll
10	Djurgården Fotboll	Fotboll
11	Handbollslandslaget	Handboll
12	Hammarby Fotboll	Fotboll
13	AIK	Fotboll
14	Malmö FF	Fotboll
15	Kosovare Asllani	Fotboll
16	Djurgården Hockey	Hockey
17	Brynäs IF	Hockey
18	Ski Team Sweden X-Country	Längd
19	RÖGLE BK	Hockey
20	Tre Kronor	Hockey
21	Svenska Ridsportförbundet - Officiell sida	Häst
22	Luleå Hockey	Hockey
23	HV71	Hockey
24	Emil Johansson Page	Mtb
25	Leksands IF	Hockey

#	Namn	
26	Helsingborgs IF	Fotboll
27	Skellefteå AIK Hockey	Hockey
28	Stina Nilsson	Skidskytte
29	Dalkurd FF	Fotboll
30	Örebro Hockey	Hockey
31	IFK Norrköping	Fotboll
32	Svenskt Skidskytte	Skidskytte
33	Mondo Duplantis	Friidrott
34	Jens Burman	Längd
35	IF Elfsborg	Fotboll
36	Henrik Lundqvist	Hockey
37	Allsvenskan	Fotboll
38	Kalmar FF	Fotboll
39	SHL	Hockey
40	Linköping Hockey Club	Hockey
41	Jiloan Hamad	Fotboll
42	Anna Dyvik	Längd
43	Ski Team Sweden Alpine	Alpin
44	MoDo Hockey	Hockey
45	Calle Halfvarsson	Längd
46	Lisen Bratt Fredricson	Häst
47	Elin Rubensson	Fotboll
48	Johanna Lassnack	Häst
49	Alexander Isak	Fotboll
50	Svensk volleyboll	Volleyboll

MÄKTIGAST INOM GAMING

Pewdiepie är världens största youtuber och fortfarande Sveriges största gamer. Men i år kommer också Duno starkt och letar sig upp till en andraplats.

#	Namn
1	PewDiePie
2	Duno
3	Martin Rockström
4	Iskall85
5	Yumi Gaming
6	Anomaly
7	L22
8	Keebabb
9	Matinbum
10	Chris Whippit

#	Namn
11	Marcus "stamsite" Nyman
12	ArgaSkånskaMän
13	Jewanderz
14	Keku
15	DualD Gaming
16	BluePanda
17	Sevou
18	Olle Mcdulle
19	Ufosxm
20	Rasmus Björk

MÄKTIGAST INOM MOTOR

Entusiaster och rallyförare. Segmentet motor växer sig större, med både talkshows och instagramkonton. Och ohotat störst är Dubois och Team Odiffat.

#	Namn
1	Marcus Dübois
2	Team Odiffat
3	Tim Liljegren Rally
4	GörDetMedRW
5	Falken
6	KulPåHjul
7	Biltokig
8	Grufman Bil AB
9	Auto Motor & Sport Sverige
10	Motorblog of Sweden

#	Namn
11	Eddie Karlsson Racing
12	EMIL STEGFELDT
13	Linus ”SWK” Brostedt
14	Motornörd
15	Angelica Larsson
16	Mackans Garage
17	Vi Bilägare
18	Saab
19	FE MEDIA
20	Rickards Garage

MÄKTIGAST INOM TRÄNING/HÄLSA

#	Namn
1	Naprapatjonas
2	Elin Kjos
3	Kristin Kaspersen
4	Sandra Friberg
5	Anders Hansen
6	Rachel Brathen
7	Fabian G Lejonstål
8	Clara Henry
9	Johanna Toftby
10	Johannes Cullberg

#	Namn
11	Patric Persson
12	karolinepettersson.se
13	Paolo Roberto
14	Dr Sanna Ehdin
15	Linn Lowes
16	Tyngre
17	Tidningen MåBra
18	Simon Denver
19	Hanna Öberg
20	Linus Carlén

MÄKTIGAST INOM JAKT/FISKE

#	Namn
1	Kanalgratis
2	Jakt är Jakt
3	Sportfiskeprylar.se
4	Jaktpuls
5	Sportfiskarna
6	Naturkompaniet
7	Svenska Jägareförbundet
8	Shots & Pots
9	Madeleine Pettersson- SideBySide
10	Svensk Jakt – jägarnas tidning

#	Namn
11	FishEco
12	Svartzonker Sweden
13	Hylte Jakt & Lantman
14	Team Baitbox
15	Jakthumor
16	Jaktia
17	Tobias Fränstam
18	Jaktjournalen
19	Engelsons
20	Two Hunters

MÄKTIGASTE JOURNALISTER

#	Namn
1	Carina Bergfeldt
2	Magda Gad
3	Emanuel Karlsten
4	Jenny Strömstedt
5	Marcus Oscarsson
6	Erik Niva
7	Hanna Hellquist
8	Samir Abu Eid
9	Patrick Ekwall
10	Tilde de Paula

#	Namn
11	Ann Fernholm
12	Alexandra Pascalidou
13	Viktor Barth-Kron
14	Steffo Törnquist
15	Peter Wolodarski
16	Ebba Kleberg von Sydow
17	Jack Werner
18	Jessica Almenäs
19	Anders Pihlblad
20	Paulina Neuding

MÄKTIGAST INOM INREDNING/BYGG

#	Namn
1	Hemnetknarkarna
2	Ernst Kirchsteiger
3	Kalle och Brita
4	Michaela Byggmark Delér
5	Clara Lidström
6	IKEA Sverige
7	Hemnet
8	Lundellhuset
9	Gustav Ovland
10	Villa Wahlgren

#	Namn
11	LEVA&BO
12	Hannes Mauritzson
13	Erika Åberg
14	Ditte Svanfeldt
15	Lev Vackert
16	Svenskt Tenn
17	Kristin lagerqvist
18	Johanna Berglund
19	Jotex
20	Frida Ramstedt

MÄKTIGAST INOM TRÄDGÅRD

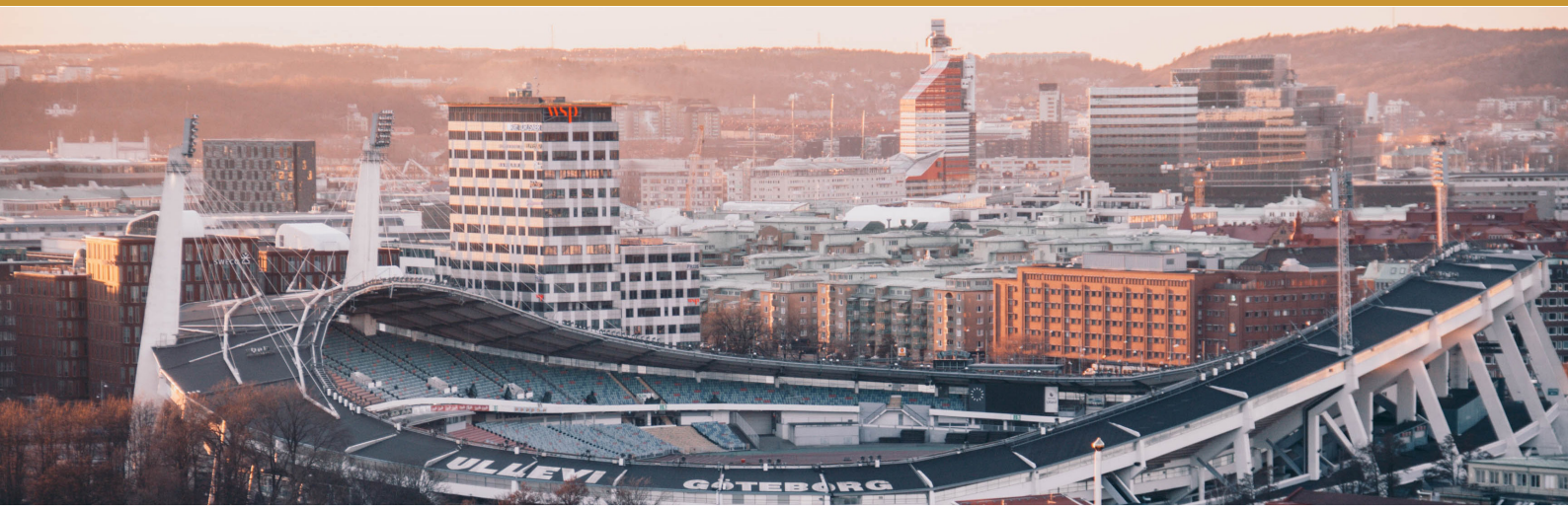
#	Namn
1	Mandelmanns gård
2	Victoria Skoglund
3	Skillnadens Trädgård - Sara Bäckmo
4	Karl Fredrik på Eklaholm
5	Blomsterlandet
6	Elin Lewenhaupt
7	Odlaren Lena Israelsson
8	Gustav Mandelmann
9	Göteborgs botaniska trädgård
10	Zetas

#	Namn
11	Plantagen Sverige
12	Farbror Grön
13	Johanna Vårt Lilla Gröna
14	Trädgårdstider
15	Marianne Torpfors
16	årstidens bästa
17	Norrvikens trädgårdar
18	Slottsträdgården Ulriksdal
19	John Taylor
20	Habblarp Trädgårdar

MÄKTIGAST INOM EKONOMI

#	Namn
1	Klarna
2	Dagens industri
3	Avanza
4	RikaTillsammans.se
5	IG
6	Ekonomigurun
7	100miljonersmannen
8	Oscar Fagler
9	SparaCash
10	EFN Ekonomikanalen

#	Namn
11	Günther Mårder
12	SEB
13	Framgångsjakten
14	Nordnet Bank
15	Marcus Hernhag
16	Kapitalmamman
17	Mohammedsvagtillmiljonen
18	Handelsbanken
19	Spargurun
20	Pengabingen__



MÄKTIGAST I GÖTEBORG

Medieakademin utgår från Göteborg och varje år tar vi fram en lista över de som har störst inflytande här. I år – precis som förra året – är det bara fem konton från Göteborg som kvalar in på Maktbarometerns topp 100. Bland de som klättrat mest syns Blomsterlandet och Tess.

När företagskonton är representerade i listan, utgår det från att företagets huvudkontor finns i Göteborg.

#	Namn
1	JLC
2	Joakim Lamotte
3	Leif Mannerström
4	Matkoma
5	Victor Leksell
6	Frölunda HC
7	Cluee News
8	Mia Skäringer
9	Håkan Hellström
10	Emanuel Karlsten
11	Asme
12	Pontus Hugosson
13	Joen Benediktusson
14	IFK Göteborg
15	Familjen Reinhold
16	Miriam Bryant
17	Liseberg
18	Arvingarna
19	Mattias Magnemyr
20	Marcus "stamsite" Nyman
21	Sanna Jörnvik
22	TNKVRT (tänkvärt)
23	keku
24	Björn Natthiko Lindeblad
25	A36

#	Namn
26	Aldrig Ensam
27	Karsten Torebjer Official
28	Simon Kafi
29	Portionen under tian
30	Isak Danielson
31	Galenskaparna och After Shave
32	Dead by April
33	Göteborgs-Posten
34	Amanda Strand
35	Inet
36	Johanna M Toftby
37	Karoline Pettersson
38	Pontus "Frolle" Frostvik
39	Kitty Lilleste
40	Mathilda Högberg
41	Jollyroom.se
42	Supporterklubben Änglarna [Officiell]
43	Svenska Djurambulansen
44	Malin Gabrielsson
45	ALLA VI SOM ÄLSKAR GÖTEBORG
46	Bullerboi
47	Hanna Öberg
48	Blomsterlandet
49	Estrella
50	Axel Nordberg

VÅR METOD

Maktbarometern är en årligen återkommande analysrapport baserad på räckvidds- och engagemangsdata från svenska sociala media-konton. Analysen görs i syfte att ta reda på vilka konton, personer och innehåll som har störst inflytande på andra svenskar, via de fem största sociala plattformarna i Sverige.

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

Vi som arbetat med Maktbarometern
Ansvariga för Maktbarometern är Medieakademins styrelse. Styrelsemedlemmarna Emanuel Karlsten, Johannes Gustavsson, Beata Jungselius och Gustav Martner har arbetat med att ta fram Maktbarometern 2022. Julia Agha, Henrik Oscarsson, Jonas Ohlsson och Anna Kuylenstierna har också bidragit med analys och text. Datainsamling har gjorts av arbetsgruppen i samarbete med data-analysföretaget TenFifty.

Verktyg, datakällor och analysarbete
I vårt arbete med Maktbarometern använder vi oss av ett flertal verktyg. Tredjepartstjänster som Exolyt och Crowdtangle har använts och kombinerats med manuellt arbete för hitta i sammanhanget intressanta konton. Detta arbete har till exempel inneburit att inhämta uppgifter från influencer-bolagens egna hemsidor, från artiklar om ämnet i branschpress samt via publikationer och rapporter från till exempel Internetstiftelsen och Statens Medieråd.

I arbetet med Maktbarometern utgår vi från 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 sociala medieplattformarnas API:er/tredjeparts-tjänster. 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.

2020 började vi att, utöver mäta bara den totala räckvidden och engagemanget också mäta det relativa: Hur mycket innehåll (videos eller poster) som publicerats under mätperioden och vad blir den genomsnittliga värdet. Detta eftersom vi vill tona ned frekvens som det viktigaste måttet och för att vi ser att en användandet av snittsiffran ger en mer rättvisande bild av inflytande och mediemakt.

Mätperiod
Datan som ligger till grund för Maktbarometern 2022 samlades in mellan 1 augusti 2021 och 1 augusti 2022. Detta tidsspann valdes dels för att ge oss ett gediget underlag, dels för att ge tid till databehandling, analys och kvalitetssäkring. Vi har försökt samla in data på ungefär samma tidsperiod tidigare år. Undantaget är Tiktok, som hämtade in data mellan september 2021, till september 2022.

Efter avslutad datainsamlingsperiod gjordes en manuell kontroll av de konton som hamnat i toppen av respektive lista.

Val av sociala media-plattformar
För Maktbarometern 2022 valdes likt föregående år att undersöka spridning och inflytande på Facebook, Instagram, Youtube och Twitter. Men en nyhet för i år är att vi på samma sätt mäter Tiktok. Valet av dessa plattformar är främst baserat på att det är de sociala plattformar som svenskarna i störst utsträckning uppger sig använda (källa: Svenskarna och Internet 2021), men dels på att dessa plattformars tekniska arkitektur gör olika konton och sidor mät- och jämförbara. Vår önskan och ambition är dock att i framtiden utöka Maktbarometern med mer komplex data från fler plattformar.

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

I vår datainsamlingsprocess 2022 söktes

101 941 321 konton igenom och av dessa konstaterades 1 414 371 konton vara svenska. Av dessa var det slutligen 3 006 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 svenska konton per tweet 4) antal likes från svenska konton 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 då det inte går att särskilja en öppen tweet från ett svar, varför den som är flitig på att svara/kommentera skulle påverkas negativt.

Rankingmetod, Facebook:
Datan från Facebook består av information från 31 740 Facebooksidor där sidan antingen uppger sig vara svensk eller där de helt enkelt skriver på svenska. Samtliga data från de kartlagda sidorna har samlats in via verktyget Crowdtangle. Antal reaktioner, delningar och kommentarer på de poster som publicerats under mätperioden har summerats, därefter gör vi en kartläggning av hur stor andel av reaktionerna som är svenska. I begreppet "reaktioner" inkluderar vi även likes och övriga reaktioner såsom "älska", "ledsen" och så vidare. Ett manuellt arbete görs 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 kan bedöma dem som svenska. Rankninganalysen följde därefter samma upplägg som för Twitter men utifrån sex följande rankningsmått; 1) antal reaktioner från svenskar 2) antal reaktioner från svenskar per post 3) antal delningar gjorda av svenskar 4) antal delningar gjorda av svenskar per post 5) antal kommentarer från svenskar och 6) antal kommentarer från svenskar per post. Vi mäter inte följare, eftersom det är ett allt mindre relevant mått för att mäta en Facebooksidas inflytande.

Rankingmetod, Youtube:
I arbetet med Youtube utgick vi ifrån de topplistor och korskörde om samma konton har en Youtubekanal. Vi hämtar sedan data om kanalen via Youtubes API. Andel svenskar bland tittarna för ett Youtube-klipp är mycket svårt att avgöra eftersom den datan inte finns publikt tillgänglig. Därför tvingas vi manuellt avgöra samtliga Youtubers huvudsakliga språkbruk som en utgångspunkt för dess betydelse i Sverige. Många Youtubers har konton även på till exempel Twitter och Facebook. I dessa fall kan vi överföra uppgifter om andel svenskar och genom det uppskatta kontots räckvidd i Sverige. Om vi inte kan hitta uppgifter om svenskhet genom dessa metoder gör vi istället en normalbedömning av kontons svenskhet utifrån ett medelvärde. I flera fall har vi också kontaktat ansvariga för Youtube-kanalen och erbjudit dem att bidra med sin egen statistik över antalet svenskar de når. Den används då som en kompletterande datapunkt.

Motsvarande metod som beskrivits för att ranka konton på Twitter och Facebook används även för Youtube, 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.

Youtube tillåter inte mätning av det nya formatet Shorts, varför vi inte har kunnat mäta det. Vi mäter inte heller antal prenumeranter, eftersom det är ett allt mindre relevant mått för att mäta en kanals inflytande.

Rankingmetod, Instagram:
Via vår övriga insamlade data och det manuellt kompletterande arbetet har vi genom åren skapat en bruttolista på drygt 10 713 Instagramkonton med 10 000 följare eller fler. Dessa konton aggregeras i verktyget Crowdtangle och exporteras en gång om året för att hämta ut all relevant information om kontonas räckvidd och engagemang. Även vad gäller Instagram är det svårt att få tag i information om ett kontos nationella tillhörighet, men med hjälp av samma metod som beskriven 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 rankning av konton på Twitter, Facebook och Youtube gjordes därefter även för Instagram, men utifrån följande tre rankingmått: 1) antal följare, viktat efter förmodad andel svenskar 2) antal kommentarer/post, viktat på samma sätt 3) antal likes/post, viktat på samma sätt.

Anledningen till att vi räknar antal följare på Instagram och inte på andra plattformar är att vi här saknar ett räckviddsmått och att detta sätt är det, under givna omständigheter, bästa att konstruera ett. Anledningen att vi inte räknar ackumulerat antal likes över ett år, är för att Stories har förändrat hur konton publicerar sig. Eftersom Meta själva inte tillgängliggör enskilda kontons

data från varken Stories eller Reels, blir detta vårt bästa sätt att mäta enskilda kontons relevans, betydelse och genomslag.

Rankingmetod, Tiktok

Vi har tagit hjälp av utvecklare på webbyrån Simma Lugnt och tillsammans tagit fram ett verktyg som upptäcker och samlar in data från svenska Tiktok-konton med hjälp av tredje-parts-API:et Scraptik. Vi identifierar svenska användare genom att söka efter inlägg som innehåller ordet "och" (som är unikt för svenska språket) samt emo-jin för den svenska flaggan "🇸🇪". När ett sådant inlägg upptäckts kontrollerar verktyget huruvida kontot som publicerat inlägget har angett "SE" (Sverige) som sin region. Om så är fallet, läggs användaren till i verktyget och kontot klassas därmed som svenskt. Vi har också gjort ett stort kompletterande manuellt arbete med att gå igenom ett stort antal inlägg, hashtags och användare.

Datan har samlats in under perioden maj 2022 till september 2022. Detta gav oss en bruttolista på totalt 958 konton, som vi bedömer är några av de största svenska användarna, varav 516 bedömdes vara relevanta för oss att ha med i kartläggningen. Vi har i urvalet inte tagit hänsyn till att konton måste ha x antal följare för att inkluderas i våra mätningar eftersom vi bedömer att följarantal har allt mindre betydelse. Många konton har fortfarande ett stort antal följare från tiden då Tiktok hette Musical.ly, men dessa följare har liten betydelse sedan appen sammanslagits med Tiktok.

Data om dessa 516 konton har hämtats via tredjepartstjänsten Exolyt. Vi har på så sätt fått ut ett uppskattat värde på totalt antal visningar, gilla-markeringar, kommentarer och delningar (enligt programmet egna beräkningar) under de senaste 365 dagarna. Det ska också nämnas att vi i denna data inte inkluderar statistik från Tiktok Stories eller Tiktok Now. Utöver dessa 516 konton har vi manuellt kontrollerat om konton som är stora på våra andra plattformar också är det på Tiktok. Vi har använt ytterligare tredjepartsjänster och Tiktoks eget sökverktyg för att via populära taggar hitta nya konton som kan vara relevanta. Totalt handlar det om tiotusentals konton som har sökts igenom. Det går, likt andra plattformar, inte att få ut infor-mation om kontons nationella tillhörighet, eller hur många svenskar ett konto når. Men genom att kontakta och be användarna om att dela hur många procentandelar svenskar de har bland sina följare, har vi tagit fram ett värde på svenskhet. Vi kan inte anta att procenten svenska följare korrelerar med procenten svenska användare som visat, gillat, kommenterat eller delat samma kontos inlägg, men svenskheten blir ett sätt för oss att avgöra relevansen i vår kartläggning. Om vi inte har fått svar har vi istället antagit att de har 85 % svenskhet om de skapar övervägande delen svenskspråkigt innehåll. Vi har också gjort en manuell kartläggning av varje konto för att se om de haft inlägg med miljontals visningar, vilket varit en indikation att kontot blivit viralt i andra länder och därför har lägre nivå av svenskhet bland interaktionerna.

Motsvarande metod som beskrivits vid rankning av konton på Twitter, Facebook och Youtube gjordes därefter även för Tiktok, men utifrån följande åtta rankingmått: 1) antal visningar, viktat efter förmodad andel svenskar 2) antal visningar/post, viktat på samma sätt 3) antal kommentarer, viktat efter förmodad andel svenskar. 4) antal kommentarer/post, viktat på samma sätt. 5) Antal likes, viktat efter förmodad andel svenskar 6) Antal likes/post, viktat på samma sätt och 7) antal delningar, viktat efter förmodad andel svenskar 8) Antal delningar/post, viktat på samma sätt.

Vi är medvetna om att tillvägagångssättet har vissa begränsningar och arbetar med att utveckla metoden. Vi utger oss inte för att ha kartlagt samt-liga betydande svenska konton. Vi har emellertid lagt mycket tid på att minimera riskerna med att missa relevanta konton genom att manuellt kontrollera om de konton som rankar högt i övriga listor i Maktbarometern 2022 också har ett Tiktok-konto. Vi publicerar i år de 30 största kontona, men ytterligare 70 konton i vår betalrapport, för de företag som under året möjliggjort att vi kunnat göra denna kartläggning.

Rankingmetod, totallistan

Rankingen på totallistan har gjorts utifrån den empiriskt bevisade statistiska principen "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 (källa: 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 totallistan. 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 Zipf's 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/(ranking ^ 0.5), vilket modellerar att inflytande faller enligt Zipfs lag. Exponenten 0.5 beräknades från hur likes/reaktioner faller med ranking på de olika medierna. Denna formel har använts för att modellera att någon som rankas #1 på ett medium och #100 på ett annat, rimligen har mer inflytande än någon som rankas #5 på första mediet och #95 på det andra.

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

För rankingen på totallistan tog vi fram en modell där inflytandet på varje plattform viktades utifrån uppgifter från Svenskarna och Internet 2021 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 0,62, Instagram 0,54 och Twitter 0,9. 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.

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

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.

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

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

MEDLEMMAR

GÖTEBORGS UNIVERSITET	Göteborgs-Posten	KANTAR SIFO	Länsförsäkringar Göteborg och Bohuslän
Johanneberg Science Park	MAQS LAW FIRM	pwc	Stena
Novare	ESS GROUP	GÖTEBORGS FAMILJEN	semcon
Svenska kyrkan	morris law.	STENDAHLS	thinc WE MAKE YOU SHINE
Svenska Filminstitutet	VÄSTSVENSKA HANDELSKAMMAREN	goodfellows	brainforest.
MUNCK	BUSINESS REGION GÖTEBORG	HÖGSKOLAN VÄST	CASTELLUM
go:teborg&co			