Sverige i världen

Svenska institutet 75 år

Sverige i världen

Svenska institutet 75 år

Trycksakshantering
på Svenska institutet,
Stockholm, 1960-tal.

Foto: Svenska institutet/Lennart Nilsson

Foto: Luca Lomazzi

Swedish Fashion Now, Svenska institutet i Paris, 2017.

Foto: Melker Dahlstrand

Network For Future Global Leaders, kickoff, Stockholm, 2019.

Young Connectors of the Future, Stockholm, 2018.

Foto: Margareta Bloom Sandebäck

Foto: Arkivbild Svenska institutet/Ume bild

Diplomatresa, rödingfiske, 1960-tal.

Foto: Magnus Liam Karlsson

Swedish Institute Management Programme Africa, Stockholm, 2014.

Foto: Mattias Edwall

Swedish Fashion Stories, Stockholm, 2016.

Foto: Laetitia d'Aboville

Midsommarfirande med Adna på Svenska institutet i Paris, 2018.

Foto: Arkivbild: Svenska institutet/Svenskt Pressfoto

Sverigebokhandeln
i Sverigehuset.
Stockholm, 1985.

DiveSMART Baltic,
Karlskrona skärgård, 2015.

Foto: Valdemar Lindekrantz, Kustbevakningen

Young Connectors
of the Future,
Stockholm, 2016.

Foto: Moa Karlberg

Foto: Vinciane Verguethen

José González på "Håll-BAR" under COP-21 i Paris, 2015.

Foto: Magnus Liam Karlsson

Baltic Leadership Programme, Stockholm, 2018.

Foto: Melker Dahlstrand

Stockholm Forum on Gender Equality, 2018.

Förord

För Sverige är samarbete mellan länder, individer och organisationer en självklarhet. Detta är en förutsättning för vår utveckling, välfärd och tillväxt. Om Sverige ger relevanta och intressanta associationer blir det lättare för svensk internationell politik att få genomslag, för svenska företag att göra affärer och för svensk kultur att få spridning. När Svenska institutet grundades 1945 var just uppgiften att utveckla det internationella samarbetet och att bygga förtroende för Sverige i världen.

1995 firade SI 50 år. I samband med det togs också en jubileumsskrift fram. I år fyller SI 75 år. Det vill vi uppmärksamma genom att berätta om myndigheten av i dag med tillbakablickar på vår historia, utveckling och roll. Mycket har hänt under SI:s livstid. Utvecklingen i Sverige och omvärlden har gått i rekordfart. Att göra Sverige synligt har krävt ständigt nytänkande: från tryckt material till digitalt, större fokus på exportfrämjande i takt med ökad globalisering, förbättrade metoder att nå studenter och talanger som är intresserade av Sverige, ett allt närmare samarbete med svenska ambassader utomlands och en utvecklad förmåga att följa och analysera bilden av Sverige i världen.

”Utvecklingen i Sverige och omvärlden har gått i rekordfart. Att göra Sverige synligt har krävt ständigt nytänkande.”

Den globala utvecklingen är återigen utmanad, denna gång av klimathot, pandemi, stängda gränser, desinformation och minskad respekt för de mänskliga rättigheterna. Här ser SI sin roll nu som då: att oförtrutet fortsätta att skapa förtroende för Sverige internationellt.

Jag vill rikta ett stort tack till alla som bidragit till den här skriften och som delat med sig av sina berättelser och sin kunskap om SI. Skriften är inte bara en berättelse om SI, den är också en historia om Sverige i världen. Jag hoppas att innehållet ska vara intressant både för den som redan känner till SI och för den som vill veta mer.

Madeleine Sjöstedt,
Generaldirektör

Innehåll

Att kommunicera svenska kompetenser och erfarenheter

Förtroende är första steget 14

Svenska farsor på export 24

Resan från analogt till digitalt 28

”Yttrandefrihet i praktiken” 32

Sveriges egen bildbank 34

Att följa och analysera bilden av Sverige

Inte landet lagom 36

”SI har större muskler” 44

”Sverige blev en schysst polare” 46

Sverigebilden tar form 48

Att stärka talanger, opinionsbildare och beslutsfattare i andra länder

En vinn-vinn-situation 50

”En webbplattform för våra älskade” 58

”Samarbetet gynnade båda länderna” 60

Biståndet tar nya vägar 62

Att utveckla nätverk för långsiktiga relationer

Låt oss hålla kontakten 64

”Språkkunskaper ökar förståelsen mellan länderna” 72

”Vi förstår öppenhet och jämställdhet” 74

Från handslag till digitala nätverk 76

Kulturhuset mitt i Paris 78

SI:s Sverigekommunikation bygger på att sprida kunskap och skapa förtroende så att mottagaren och Sverige kommer närmare varandra.

Att kommunicera svenska kompetenser och erfarenheter:

Förtroende är första steget

Sverigebildsstrategin innebar att SI skulle främja Sverige som varumärke, men med tiden har dialogen i Sverigefrämjandet blivit allt viktigare.

Foto:Simon Paulin/imagebank.sweden.se

Den 30 maj 2007 klippte utrikesminister Carl Bildt invigningsbandet till Second House of Sweden – världens första virtuella ambassad. Byggnaden var en kopia av Sveriges ambassad i USA, men i stället för i Washington befann den sig i den tredimensionella digitala världen Second Life.

I den här virtuella världen – som då hade drygt tio miljoner användare – kunde den som ville traska runt bland tavlorna på Nationalmuseum, fira midsommar tillsammans med andra ”avatarer” eller ladda ner fakta om Sverige från den nya webbplatsen sweden.se.

Foto: Janerik Henriksson/TT

Utrikesminister Carl Bildt inviger Second House of Sweden med hjälp av sin avatar i Second Life. Till höger Olle Wästberg, dåvarande generaldirektör.

Men framför allt resulterade Svenska institutets digitala satsning i mer än tusen tidningsartiklar i 40 länder som förmedlade bilden av Sverige som ett innovativt land i digital framkant – just de sidor av landet som skulle lyftas enligt den så kallade Sverigebildsplattformen.

– Plattformen kom länge att prägla hela SI:s verksamhet. Om vi skulle kommunicera att Sverige var progressivt, så måste vi själva våga vara det, säger Thomas Carlhed. Han började på SI som Sverigekommunikatör 1998 och slutade som ställföreträdande och tillförordnad generaldirektör 2011.

Sverigebildsplattformen var en indirekt följd av 1990-talets ekonomiska kris, när utrikesdepartementet tillsammans med SI och andra främjandeorganisationer bildade Nämnden för Sverigefrämjande i utlandet (NSU) för att samordna sin kommunikation så att den skulle få ett större genomslag.

Thomas Carlhed var avdelningschef för Analys och samordning 2006–2011 samt ställföreträdande och tillförordnad generaldirektör 2010–2011.

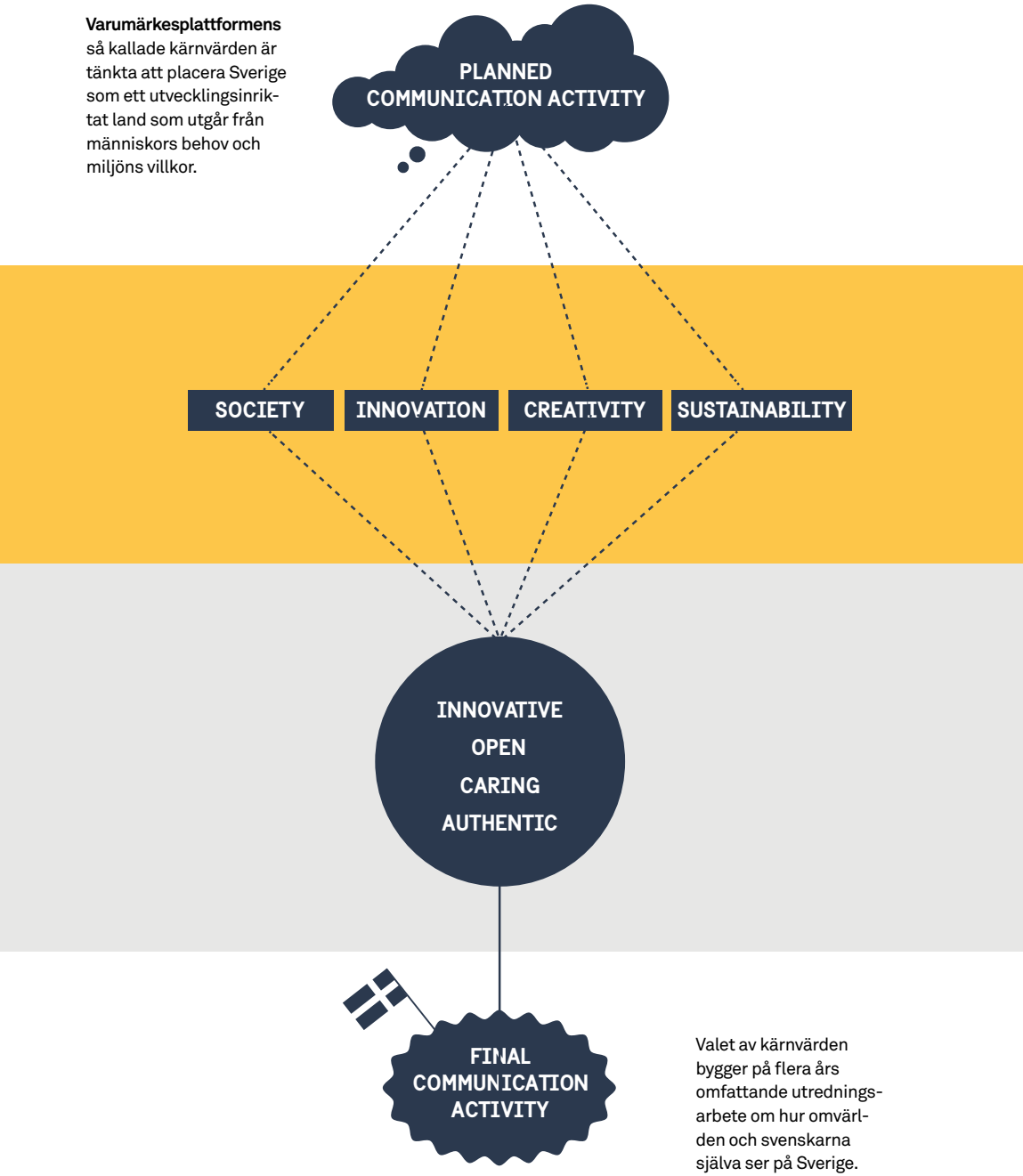
Nämnden, där SI fick en framträdande roll, tog fram en gemensam grafisk profil och samlade aktuell kommunikation om landet på sweden.se. Men en viktig pusselbit saknades länge.

– Det fanns en förväntan om att vi skulle kommunicera Sverige, men när vi väl hade skapat verktygen för det blev det uppenbart att det inte fanns någon strategi för vad vi skulle kommunicera om Sverige. Därför började vi på SI driva frågan

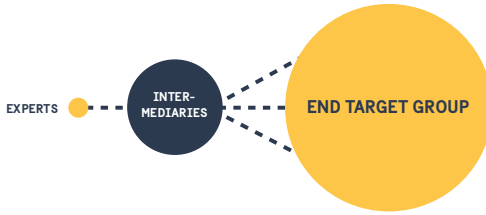
”Det fanns en förväntan om att vi skulle kommunicera Sverige, men när vi väl hade skapat verktygen för det blev det uppenbart att det inte fanns någon strategi för vad vi skulle kommunicera om Sverige.”

Thomas Carlhed

Varumärkesplattformens så kallade kärnvärden är tänkta att placera Sverige som ett utvecklingsinriktat land som utgår från människors behov och miljöns villkor.



Valet av kärnvärden bygger på flera års omfattande utredningsarbete om hur omvärlden och svenskarna själva ser på Sverige.



Sverigekommunikationen riktas särskilt till personer vars kontaktnät eller intressen kan ge den en större spridning.

att det måste finnas en kommunikativ plattform, säger Thomas Carlhed.

Resultatet blev NSU:s varumärkesplattform från 2007, som ville sätta Sverige på kartan genom att få omvärlden att associera landet med kärnvärdena nytänkande, öppenhet, omtänksamhet och äkthet – värden som sammanfattades med begreppet ”progressivitet”.

Kommunikationsvetaren James Pamment, som forskar om strategisk kommunikation och internationella relationer, säger att tankarna bakom plattformen gick tillbaka till en diskussion i 1990-talets Storbritannien om att till exempel schweiziska klockor sålde mer på grund av de värden som förknippas med ursprungslandet.

– Tidigt på 2000-talet började Sverige samarbeta med brittiska varumärkesexperter, och SI tog på sig en ny roll som PR-byrå som skulle utveckla landets varumärke. För Sverige, som hade en stor export och en lång tradition av att bevaka Sverigebilden, kom det rätt i tiden, säger han.

James Pamment är forskare vid institutionen för strategisk kommunikation vid Lunds universitet och författare till boken *New Public Diplomacy in the 21st Century.*

Det ledde enligt James Pamment till att SI – som länge hade identifierat sig som ett kulturinstitut – till stor del blev en stödfunktion för exporten. År 2006 lades avdelningen för kultur och samhälle ner, och året därpå flyttades SI över från UD:s kommunikationsenhet till enheten för främjande och EU:s inre marknad, som låg under handelsministern.

När Svenska institutet bildades 1945 var det visserligen just för att främja utrikeshandeln genom att förbättra Sveriges internationella relationer med framför allt USA. Bakgrunden var att Sverige befarades ha ett skamfilat rykte efter sin neutralitet under andra världskriget.

Men enligt 1978 års statliga utredning om kultur och information över gränserna, som låg till grund för SI:s verksamhet i flera decennier, skulle institutet främst ägna sig åt information, kulturutbyten och akademiska utbyten, medan det direkta handelsfrämjandet sköttes av Exportrådet.

– Kulturevenemangen var också exportfrämjande, men på ett väldigt indirekt sätt genom att de skapade ett allmänt intresse

för Sverige. Med digitaliseringen kom verksamheten mer att handla om kommunikation som syftade till att uppnå ett direkt mål. Man kan tycka att det var lite trist, men samtidigt nådde det en större grupp, säger James Pamment.

Thomas Carlhed beskriver det som att SI blev en mer samverkande myndighet och att dess verksamhet blev proaktiv snarare än efterfrågestyrd. Kommunikationen och den gemensamma strategin kom också att fungera som ett förenande kitt för myndighetens mångskiftande verksamhet, som tidigare ibland hade kallats för en ”diversehandel”.

Thomas Carlhed betonar dock att arbetet med den kommunikativa plattformen handlade om mycket mer än bara ekonomiskt främjande. På SI började man tala om ”offentlig diplomati”, som innebär att en stat försöker förstå, informera, påverka och främja relationer och samarbeten direkt med allmänheten och det civila samhället i andra länder.

– Målet var att Sverige skulle framstå som en relevant och intressant aktör att samarbeta med på alla områden och inom alla SI:s uppdrag. Då var det första steget att se till att det fanns kunskap om och intresse för landet och vad det stod för, säger Thomas Carlhed.

Den strategiska kommunikationen innebar att Sverigefrämjandet började rikta sig mer till tillväxtområden utanför Europa, där kunskapen om Sverige var låg. För att få ett så stort genomslag som möjligt såg generaldirektören Olle Wästberg till att evenemangen koncentrerades till tolv utvalda städer med ett ekonomiskt, medialt och kulturellt inflytande.

Annika Rembe, SI:s generaldirektör 2010 till 2018, tycker att det var en god tanke att lägga resurserna där värdet av en ökad kännedom om Sverige var störst. Problemet var att effekterna var svåra att belägga samtidigt som SI hade få resurser kvar till att stödja utlandsmyndigheterna i andra städer.

– UD var inte nöjda med det, och vi såg att det inte var hållbart att köra runt stora dyra utställningar mellan några få städer. I stället började vi producera ett material som alla utlandsmyndigheter kunde använda i sin lokala kontext. Det var ett stort skifte, säger hon.

Resultatet blev så kallade toolkits – nedladdningsbara material som kunde användas till utställningar och evenemang.

Hallå där Olle Wästberg, generaldirektör för SI 2005–2010. Varför skapade ni Second House of Sweden?

– Vi såg att Second Life hade flera miljoner registrerade användare, samtidigt som vi hade medarbetare som var duktiga på det digitala. Vid den tiden låg Sverige långt framme i digitaliseringen, med ett stort användande av mobiltelefoner och datorer. Det var det vi försökte marknadsföra. Vi fick också stor medial uppmärksamhet: *Time Magazine* gjorde till och med en förstasida om Sveriges digitalisering. Bakgrunden till projektet var att det fanns ett allmänt behov av en stark Sverigebild. Om man till exempel som svensk företagare ska presentera sin produkt på tio minuter, så ska man inte behöva lägga tid på att visa att Sverige är ett pålitligt land.

Inför Linnés 300-årsjubileum skapade SI ett Linnérum i den digitala ambassaden Second House of Sweden. Rummet innehöll en Linnéträdgård och länkar till webbplatsen Linnaeus300.com.

Vid det laget, säger Annika Rembe, kunde fokuset på Sverigebildsplattformens kärnvärden – som hade blivit en del av SI:s ryggmärg – bli lite begränsande.

För henne var det viktigt att kommunikationen verkligen skulle spegla hela Sverige: geografiskt, befolkningsmässigt och ekonomiskt. I framtiden hoppas hon att SI kommer att fortsätta att etablera kontakter i Sverige utanför Stockholm – ett arbete där hon inte tycker att hon hann hela vägen fram.

– Sveriges ekonomi, samhällsutveckling och kulturyttringar förutsätter varandra. Näringslivets innovationskraft hänger till exempel ihop med vår jämställdhet och barnomsorg, och ekonomisk tillväxt ger skatteintäkter till kulturlivet. Jag menar att

Foto: Anne-Gaëlle Amiot

Annika Rembe var generaldirektör 2010–2018. I dag är hon Sveriges generalkonsul i New York.

SI är den organisation som har bäst förutsättningar att kommunicera Sverige i ett samlat perspektiv.

Under 2010-talet har SI också enligt Annika Rembe, sakta men säkert blivit mer medvetet om att det måste finnas en ömsesidig nytta i Sverigefrämjandet för att det ska bli intressant för mottagaren.

”I dag är det en självklarhet att allt relationsskapande bygger på ömsesidighet och långsiktighet.”

Annika Rembe

– Vi måste förstå den lokala kontexten och fråga oss hur vi kan bygga aktiviteter tillsammans. I början av 2000-talet talade man inte så mycket om dialog. I dag är det en självklarhet att allt relationsskapande bygger på ömsesidighet och långsiktighet, säger hon.

2010 lanserades SI:s första toolkit-utställning *Facing the Climate* som ville stimulera till debatt och ge nya perspektiv på klimatfrågor. Utställningen spreds via SI:s digitala plattformar och sågs sammanlagt av uppemot en halv miljon besökare. Bilden visar *Facing the climate* i Minsk 2011.

James Pamment tycker att SI under de senaste fem åren har hittat en god balans mellan att stödja utlandsmyndigheter och att utveckla webbplatser på flera språk med fakta som läsarna själva kan ta ställning till. Och om mycket av kommunikationen på 00-talet gick ut på att visa hur bra Sverige var, så menar han att myndigheten i dag har lärt sig att lyssna.

– Strategisk kommunikation handlar om att förstå hur andra tänker och sedan anpassa kommunikationen efter det – även om man alltid ska säga saker som man står för. Det är så man jobbar med reklam, och det har blivit allt vanligare att arbeta så även för stater, säger han.

Därför tror han att SI framöver i allt högre grad kommer att basera sin kommunikation på analysverktyg som undersöker vad som händer i andra länder och vilka budskap om Sverige som sprids där – något som han gissar kommer att leda till stora omprioriteringar i organisationen.

– Folk tänker inte på Sverige hela tiden. Men om man skapar en bra analys, använder den för att anpassa budskapet så att det blir relevant för målgruppen och kommunicerar det i rätt kanaler, så tror jag att man har väldigt bra förutsättningar för att nå ut, säger James Pamment. ■

Nationaldagen live

Sommaren 2020 arrangerade SI ett digitalt nationaldagsfirande. Den 24 timmar långa sändningen, som även sändes av ett sjuttiotal utlandsbeskickningar, bjöd på kulturevenemang och hemma-hos-inslag. Bland gästerna märktes statsminister Stefan Löfven, kronprinsessan Victoria, artisten Oscar Zia och kocken Camilla Hamid.

Johan Bävmans bilder visar hur roligt och jobbigt det är att vara förälder. Här designern och illustratören Nils Jarlsbo med sina barn Bibi och Doris.

Foto: Johan Bävman

Svenska farsor på export

I Israel blev utställningen *Swedish Dads* ett sätt att samtidigt främja Sverigebilden, förbättra de bilaterala relationerna och arbeta med värderingsfrågor.

Israels största konstmässa, paneldiskussioner om stadsplanering i Tel Aviv, en utställning i Knesset – det är bara några av de ställen där fotografen Johan Bävmans fotoutställning *Swedish Dads* med bilder av föräldralediga pappor har visats.

– Varje gång vi har känt att vi är klara, så har det kommit någon mer som vill visa utställningen. Bilderna har träffat djupt i den israeliska folksjälen, säger Christine Björk på svenska ambassaden i Tel Aviv.

Hon tror att en del av förklaringen är bildernas konstnärliga styrka: det handlar inte om några glamorösa porträtt utan om opretentiösa och komiska vardagssituationer som visar hur roligt och jobbigt det kan vara att vara förälder.

Men hon tror också att intresset beror på att Israel är ett barnvänligt samhälle med hög nativitet – och att utställningen kom just 2016 när det pågick en debatt om att ge nyblivna pappor åtta dagars ledighet.

– Bilderna gav oss en fin plattform för att prata om det svenska välfärdssystemet och för Sverige viktiga värderingsfrågor på ett roligt, vackert och inspirerande sätt, säger Christine Björk.

I samband med utställningen publicerade ambassaden debattartiklar, deltog i seminarier och lät en expert från Försäkringskassan berätta om det svenska systemet med föräldraförsäkring och förskola.

Dessutom hörde tv-kanalen Channel 12 av sig och ville göra ett program om ämnet. Det resulterade i intervjuer med svenska pappor tre kvällar i rad i Israels motsvarighet till nyhetsprogrammet Agenda.

– Det här är en fråga där Sverige och

Israel kan mötas och ha konstruktiva diskussioner i en annars ganska komplex relation. Det är otroligt viktigt för oss att hitta sådana öppningar, säger Christine Björk.

Men det handlar också om att visa att Sverige är en modern välfärdsstat där det är gott att leva – inte minst för den som funderar på att arbeta eller studera där. Att främja jämställda värderingar har dessutom varit en viktig del av Sveriges feministiska utrikespolitik.

I samarbete med FN:s kvinnoorganisation UN Women visades utställningen även i Ramallah i Palestina, där den kom att fungera som ett led i kampen mot våld mot kvinnor.

I Israel är det inte särskilt kontroversiellt att män är hemma med sina barn. Faktum är också att förslaget om pappors rätt till ledighet vid sina barns födelse gick igenom i Knesset.

– Det vore magstarkt att säga att det är Sveriges förtjänst. Men jag tror ändå att *Swedish Dads* på ett blygsamt sätt bidrog till att fördjupa och nyansera den inhemska debatten, säger Christine Björk. ■

***Swedish Dads* inspirerade till samarbeten mellan ambassader och lokala fotografer. Här från utställningen *Bosnian Dads*, 2019.**

Foto: Almir Panjeta

Foto: UN Women/Ameen Saeb

En av de fotografe-rade papporna var svensk-palestinier, vilket ökade intresset för *Swedish Dads* i Palestina.

Stor spridning av svensk jämställdhet i bild

Utställningen *Swedish Dads* består av 25 bilder med tillhörande texter. Den har visats på 80 utlandsmyndigheter i 76 länder och är därigenom ett av SI:s mest använda så kallade toolkits – ett koncept som innebär att användaren själv laddar ner materialet från nätet för utskrift och visning. Till utställningen hör även en liten film där fotografen Johan Bävman berättar om sina tankar med projektet. Filmen har nått 35 miljoner personer genom SI:s Sverigekanaler.

Foto: Johan Bävman

Johan Bävman (född 1982) är en prisbelönt fotograf bosatt i Malmö. När Johan var nybliven pappa väckte den föråldrade bilden av föräldrarollen ett behov av förebilder. Det resulterade i en serie porträtt av pappor som tar hand om sina barn. Utställningen *Swedish Dads* visar sidor av det svenska jämställdhetsarbetet och ställer frågor om könsroller.

Resan från analogt till digitalt

Sverigekommunikationen har gått från förlag och bokhandel till webbplatser och sociala medier.

Foton: Arkivbilder, Svenska institutet

1947

SI börjar producera tryck-saker i massupplaga för att möta efterfrågan på information om Sverige från brevskrivare och studie-besökare.

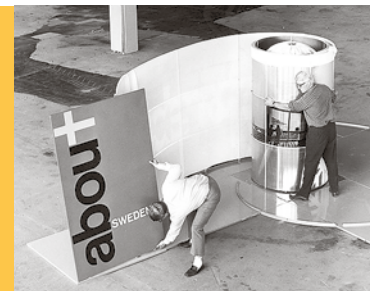
Facts about Sweden i fickformat kommer ut på flera språk mellan 1949 och 1969.

1961

Faktablad om specifika ämnen börjar tryckas efter engelskt mönster. Formatet kommer att dominera SI:s information i 40 år.

Kappsäcksutställningar

SI har producerat både stora och små utställningar, men en hörnsten har varit små och lätthanterliga så kallade kappsäcksutställningar, som monteras på skärmar och moduler. I dag kallas de för toolkits. Kappsäcksutställningen *About Sweden* visas mellan 1965 och 1979.



2015

Sharingsweden.se lanseras med nedladdningsbart Sverigematerial. *Facing the Climate*, där Magnus Bard och fyra andra svenska tecknare ger sin syn på klimatfrågan, är den första toolkit-utställningen som läggs ut på webbplatsen.

Illustration: Magnus Bard

2009

SI gör sitt intåg på sociala medier med Facebook-inlägg och tweetar som lyfter olika Sverigerelaterade ämnen.

2002

eriges första officiella ebbplats **sweden.se** mlar information om ndet på ett ställe. Under cennierna som följer mmer versioner på kineska, arabiska och ryska.

Många trycksaker förmedlar bilden av ett modernt och öppet samhälle. Bilderboken *Love in Sweden* från 1970 är ett tidstypiskt exempel.

Den första datorn på SI kommer i bruk 1981.

1983

Sverigebokhandeln, med faktaböcker om Sverige, svensk skönlitteratur i översättning och svensk musik på CD och band, flyttar in i Sverigehuset.

2020

Sweden.se + sociala medier

SI:s officiella webbplatser berättar om Sverige på engelska, ryska, kinesiska och arabiska, och når ut till många miljoner årligen.

- **8 miljoner följer** SI:s officiella Sverige-konton i sociala medier
- **SI:s arabiska Facebooksida** har över 800 000 följare.
- **Sverige är det** första landet i världen med ett aktivt konto på VKontakte, Rysslands största sociala medie-nätverk.

Image Bank Sweden

Sveriges egen bild-bank har över 4 000 bilder och är öppen för alla.
imagebank.sweden.se

Foto: Björn Olin/Folio/imagebank.sweden.se

Learning Swedish

Mer än 50 000 personer använder årligen SI:s svenskakurs på webben, och ungefär lika många använder appen baserad på samma kurs.
learningswedish.se

Sharingsweden.se

Webbplatsen innehåller 250 kostnadsfria publikationer, videoklipp, posters och annat kommunikations-material om Sverige på 18 teman. Här finns också mer än 30 toolkits – tematiska kommunikations-paket för utställning-ar, seminarier och evenemang.
sharingsweden.se

Foto: Medtryck Sverige AB

Studyinsweden.se + sociala medier

Studyinsweden.se erbjuder fakta och inspiration till internationella studenter som funderar på att studera i Sverige. Digitala kampanjer når ca 2 miljoner årligen.
studyinsweden.se

Trycksaker i bruk

Det tryckta materialet är fortfarande viktigt i byggandet och stärkandet av både varumärket Sverige och varumärket Svenska institutet. Genom trycksaker kan SI erbjuda fördjupning, öka trovärdigheten i kommunikationen och förmedla en känsla av beständighet.

Foto: Laetitia d'Aboville, Svenska institutet i Paris. *Festival Créateurs en mouvement*, april 2019

Närproducerat Sverigefrämjande

Med hjälp av en nedladdningsbar ritning och en lokal snickare producerar utlandsmyndigheterna själva den träkonstruktion, modul, som hör till SI:s tematiska utställningar. Tillsammans med lättillgängliga filer på **sharingsweden.se** möjliggör modulen lokalt producerade utställningar där kostsamma och miljöovänliga frakter undviks.

”Yttrandefrihet i praktiken”

Trots inledande kritik blev beslutet att lämna över Sveriges officiella Twitterkonto till vanliga svenskar en framgångssaga.

”Hur kan vissa människor hata judar när det inte ens går att avgöra vem som är vem så länge man inte har tittat efter om de är omskurna?”

Med den aningslösa frågan – som förmodligen var tänkt som ett skämtsamt avståndstagande från rasism – utlöste den 27-åriga bloggaren Sonja Abrahamsson en internationell mediestorm sommaren 2012.

Det känsliga uttalandet hade nämligen skett inom ramen för SI:s och Visit Swedens projekt *Curators of Sweden,* där vanliga svenskar helt ocensurerat fick ta över det officiella Twitterkontot @sweden.

Tanken var att ge en osminkad och mångfacetterad bild av Sverige – samtidigt som initiativet skulle vittna om svenskt nytänkande och öppenhet. Med en ny ”kurator” varje vecka blev det 356 röster om Sverige på sju år.

Men trots protesterna lät SI:s ledning Sonja Abrahamsson twittra vidare, och när utländska journalister förstod att projektet i själva verket handlade om yttrandefrihet blev tongångarna mer positiva.

– Vi erbjöd en plattform där det var okej att uttrycka sig fritt inom lagens ramar. I stället för att bara prata om det, så omsatte vi tanken om öppenhet i praktiken, säger Frida Roberts som initialt ledde projektet på SI.

Mediestormen gjorde *Curators of Sweden* så känt att den amerikanske talkshowvärden Stephen Colbert enträget bad om att få bli kurator. Projektet fick också många efterföljare och priser – bland annat ett Grand Prix i Cannes Lions, reklamvärldens motsvarighet till en Oscarsstatyett.

– Idén att bygga den komplexa bilden av Sverige bit för bit tycker jag fortfarande håller. Det är svårt att kommunicera ett land, eftersom det betyder så många olika saker för olika människor, säger Frida Roberts. ■

@rivalg I guess I'm drinking a lot of coffee, lighting my face up with my laptop and hanging out w friends. Oh and, you know, masturbation.

5:54 pm · 16 dec. 2011

Journalisten **Jack Werner**, som var först ut som kurator, svarar på frågan om vad man kan göra under de långa svenska vinterkvällarna.

We don't believe in God. We trust state more than family. We eat sweet jam together with meat.

7:10 am · 20 sep. 2017

Läraren **Sara Perssons** bild av vad som utmärker svenskarna i jämförelse med andra länder.

Hey Don, this is @Sweden speaking! It's nice of you to care, really, but don't fall for the hype. Facts: We're ok!...

3:25 am · 20 feb. 2017

22-årige **Max Karlsson** gav Donald Trump svar på tal när denne påstod att svenskarna hade fått problem "som de inte hade kunnat föreställa sig" på grund av det stora flyktingmottagandet.

Whats the fuzz with jews. You can't even see if a person is a jew, unless you see their penises, and even if you do, you can't be sure!?

2:41 am · 12 juni 2012

Den första av **Sonja Abrahamssons** olycksaliga tweetar om judar, som ledde till anklagelser om antisemitism och smaklöshet.

Twitterstorm

I maj 2017 blockerades ett stort antal följare på @sweden-kontot. Syftet var att främja ett gott samtalsklimat. Men blockeringarna blev av misstag för omfattande – i flera fall rent felaktiga, vilket skapade negativa reaktioner. Blockeringarna hävdes och SI tillsatte en extern utredning, som resulterade i kritik mot SI:s agerande. Även JO hade synpunkter på SI:s hantering. Curators of Sweden lades ner 2019.

Foto: David Sandström

Foto: Melker Dahlstrand

Sveriges egen bildbank

År 2004 fick SI i uppdrag att lansera och driva NSU:s bildbank Image Bank Sweden, som syftade till att öka medieintresset för det moderna Sverige i utlandet genom att erbjuda ett genomtänkt urval av kostnadsfria nedladdningsbara bilder. Bildbanken, som i dag administreras av SI och Visit Sweden, är en viktig del av SI:s Sverigekommunikation.

Foto: Maskot/Folio

Foto: Tina Axelsson

Foto: Carolina Romare

Foto: Margareta Bloom Sandebäck

Foto: Per Lundström

Foto: Melker Dahlstrand

Foto: Susanne Walström

Att utveckla nätverk för långsiktiga relationer

Att följa och analysera bilden av Sverige:

Inte landet lagom

SI:s Sverigebildsanalyser visar att Sverige sticker ut på flera områden – något som både attraherar och provocerar omvärlden.

Foto: Cecilia Larsson/imagebank.sweden.se

Sverigebildsanalyserna visar att Sverige uppfattas som ett kompetent och demokratiskt land med jämställdhet som en av de centrala värderingarna.

”Svensk forskare föreslår kannibalism för att bekämpa klimatproblem.” Så lyder rubriken på en artikel på den högerpopulistiska amerikanska mediesajten Breitbart, som enligt SI:s rapport *Sverigebilden 2019* blev en av de tio mest delade engelskspråkiga artiklarna om Sverige i sociala medier det året.

Nyheten hade sitt ursprung i ett seminarium där en professor från Handelshögskolan ställde frågor om olika tabun om mat, men fick snabbt internationell spridning i en allt mer förvanskad form – ofta kryddad med syrliga kommentarer om klimatalarmism och svensk politisk korrekthet.

– Många gånger är det artiklar där Sverige framstår som extremt som delas mest i sociala medier. I omvärldens ögon är Sverige absolut inte ”landet lagom”, säger Sofia Bard, som leder SI:s nya enhet för Sverigebildsanalys och har arbetat med frågorna på SI sedan 2010.

Den nya enheten är ett resultat av att regeringen har utökat SI:s uppdrag att följa och analysera bilden av Sverige i andra länder. Enligt den uppdaterade instruktionen från 2019 ska analyserna särskilt fokusera på att identifiera tendenser i informationsflöden och desinformation om Sverige.

– Jag tolkar det som att vi ska undersöka informationsflödena mer i realtid. Förra året började vi ge ut kvartalsrapporter. Framöver kommer vi kanske att kunna rapportera ännu oftare, så att UD kan reagera snabbt när diskussionerna om Sverige drar iväg, säger Sofia Bard.

Sofia Bard är tf chef för SI:s nya enhet för Sverigebildsanalys.

UD har bevakat den utländska medierapporteringen om Sverige ända sedan 1968. Men i samband med att Sverigebildsplattformen skapades på 00-talet började SI göra egna Sverigebildsanalyser, som var tänkta att fungera som underlag för utformning och utvärdering av varumärkesstrategin.

Analyserna grundade sig till stor del på Nation Brands Index, en årlig webbenkät där 20 000 respondenter från 20 länder rankar andra länders attraktionskraft inom olika områden. Resultaten visade att Sverige hade ett mycket gott anseende – särskilt i fråga om landets samhällsstyre.

SI:s analyser av sociala medier visar vilka som är de mest delade artiklarna om Sverige på engelska, spanska, ryska och arabiska.

حزب سويدي يطالب بقوات حفظ سلام بقيادة السويد لحماية الأكراد

أكتوبر 30, 2019

طالب حزب الشباب الخضر السويدي، اليوم الخميس، بنشر قوات لحفظ السلام في شمال سوريا لوقف الحملة التركية على الأكراد.

Has Sweden Found the Right Solution to the Coronavirus?

By JOHN FUND & JOEL HAY | April 4, 2020 6:30 AM

LISTEN TO THIS ARTICLE

A street with less pedestrian traffic than usual as a result of the coronavirus outbreak in Stockholm, Sweden, April 1, 2020 (11 [illegible]

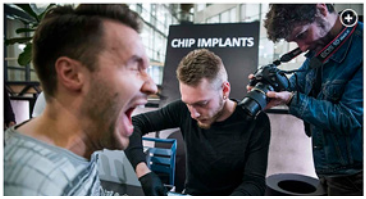
Church Of Sweden Parish Announced Greta Thunberg 'Successor' Of Jesus

By Amanda Prestigiacomo | DailyWire.com

Swedes are getting implants in their hands to replace cash, credit cards

By Lee Brown

July 14, 2019 | 11:13pm | Updated



Sweden Provides Free Higher Education, Universal Healthcare, Free Daycare — Why Can't the U.S.?

STORY DECEMBER 05, 2019 Watch Full Show

Related

WEB EXCLUSIVE APR 20, 2020

COVID-19 Sacrifice Zones Coronavirus Black Communities Historically Denied Healthcare

Listen

Media Options

This is viewer supported news. Please do your part today.

DONATE

TOPICS

Sweden

Healthcare

Medicare

Medicare for All and tuition-free universities have been at the core of the 2020 Democratic presidential campaigns, creating a stark division between progressive candidates and their centrist counterparts.

DAILY NEWS DIGEST

Our Daily Digest Series Delivered to your Inbox each Morning

EMAIL

Recent News

Suicide rates fall after gay marriage legalised in Sweden and Denmark

Rate among those in same-sex unions falls by 46%, but still 'worryingly high', say researchers

Swedish city to dump tonne of chicken manure in park to deter visitors

Lund council hoping 'stink' keeps people away on Walpurgis Night

- Coronavirus - latest updates
- See all our coronavirus coverage

PEOPLE.COM > ROYALS

Princess Sofia of Sweden Scrubs in at Hospital to Clean and Cook During Coronavirus Outbreak

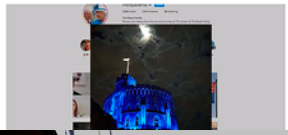
After completing a intensive training program online, Sofia started working at Sophiahemmet Hospital

By Stephanie Petit | April 16, 2020 12:29 PM

FB

Tweet

More



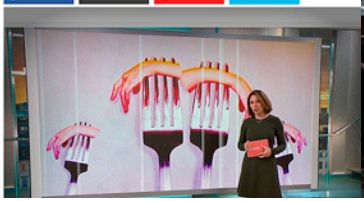
Sweden's 100 explosions this year: What's going on?

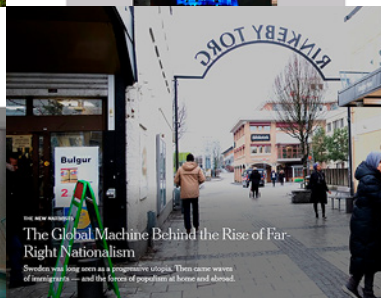
By Maddy Savage
Stockholm

12 November 2019

SWEDISH SCIENTIST PROPOSES CANNIBALISM TO FIGHT CLIMATE CHANGE

180,719 | EMAIL | SHARE | TWEET





THE NEW NATIONALIST

The Global Machine Behind the Rise of Far-Right Nationalism

Sweden was long seen as a progressive utopia. Then came waves of immigrants — and the forces of populism at home and abroad.

Swedish Prime Minister Says Rapper ASAP Rocky Won't Get Special Treatment Because of Donald Trump

NOT SO FAST

Barbie Laura Nadeau Correspondent-At-Large

Updated Jul. 20, 2019 6:14PM ET | Published Jul. 20, 2019 10:34AM ET

Mark Arcyan/Reuters

Julian Assange: Sweden drops rape investigation

19 November 2019

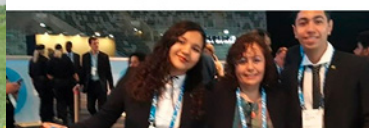
Share

Swedish PM hits back at China over literature prize threat

Medio ambiente

Dos chicos de la Técnica 1 de Ituzaingó llevaron a Suecia su invento para purificar el agua de los ríos

Valentín Maiolo y Ariana Terenzi viajaron a Estocolmo para participar del Mundial del Agua, un encuentro en el que estudiantes de varios países presentaron sus proyectos.



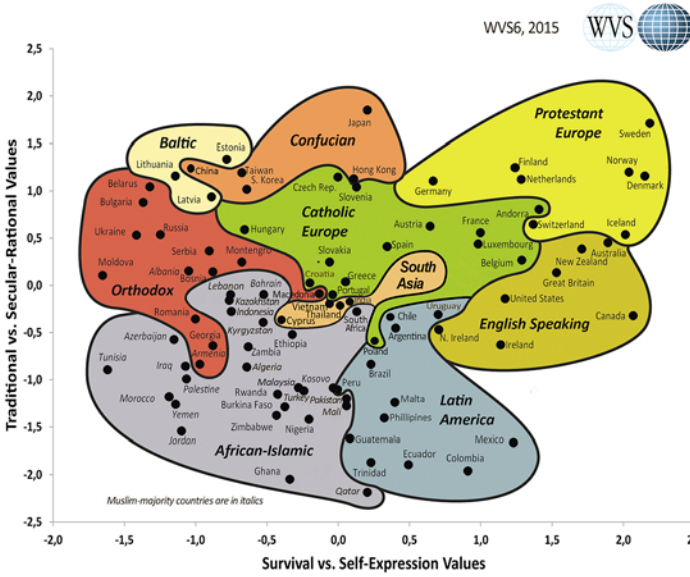
Så är det fortfarande. Både i internationella index och i SI:s egna undersökningar värderas Sverige högt när det gäller demokrati, miljö- och klimatfrågor, innovation och bidrag till internationell fred och säkerhet. Däremot rankas landet något lägre som kultur- och turistnation.

– Analyserna gör att vi kan se vilka som är Sveriges styrkor och använda dem i vår kommunikation. Vi har varken Eiffeltorn eller tulpaner – våra tulpaner är snarare vårt samhällsstyre. Det är också just samhällsstyret som uppmärksammas om Sverige i sociala medier, säger Sofia Bard.

Efter att ha prenumererat på Nation Brands Index under några år slutade SI att använda tjänsten, eftersom resultaten var ganska lika år efter år och inte gick att använda för att utvärdera Sverigefrämjandet. Men enligt Henrik Selin, dåvarande avdelningschef för Sverigekommunikation, fick Sverigebildsanalyserna en nytändning i mitten av 2010-talet.

– Vi märkte att det fanns en efterfrågan från ambassaderna, som ofta hade en ganska anekdotisk bild av synen på Sverige i sina respektive länder. Dessutom hade vi tappat förmågan att se trender och utveckling. Med relativt blygsamma resurser kunde vi fylla en viktig uppgift, säger han.

Henrik Selin var avdelningschef för Sverigekommunikation 2012–2020. I dag är han strategichef på SVT.



Det internationella forskningsprojektet World Values Survey undersöker graden av sekulära och frihetliga värderingar i olika länder. Sverige, längst upp till höger, är ett ytterlighetsland i båda avseendena.

Hallå där Gabriella Augustsson, chef för UD:s enhet för främjande och hållbart företagande. Hur använder utrikesdepartementet SI:s Sverigebildsanalyser?

– Tillsammans med rapporter från utlandsmyndigheterna och vår kommunikationsenhet går informationen vidare till våra geografiska enheter och används för att ge den politiska ledningen en samlad lägesbild. Analyserna av sociala medier hjälper oss också att fånga upp varningssignaler som vi kan behöva agera på och se vad som fungerar i Sverigefrämjandet. Vårt arbete baseras inte enbart på informationen från SI, men den gör oss till en intelligentare organisation och är en viktig pusselbit för att förstå hur Sverige uppfattas i världen.

Därmed började SI satsa mer på egna tematiska och geografiska enkätundersökningar, som gav en fördjupad information om hur kunskapen om och attityden till Sverige skilde sig mellan olika länder och olika frågor – eller mellan landsbygd och stad i samma land.

Utvecklingen sammanföll med att diskussioner på sociala medier fick allt större uppmärksamhet. Därför var SI också tidigt ute med att – först tillsammans med UD – använda nya mätmetoder som gjorde det möjligt att analysera stora mängder data från bland annat Twitter.

– Analyserna av vad som diskuterades på sociala medier kompletterade den traditionella mediebilden av Sverige. Plötsligt kunde vi se vad vanligt folk pratade om: vilka frågor som var störst, om diskussionen var positiv eller negativ och hur den skilde sig mellan olika språkområden, säger Henrik Selin.

Det gjorde det lättare för SI att se vilka frågor som var mest intressanta för mottagarna och få en samlad bild av kritiska röster. Under migrationskrisen 2015 handlade det ofta om grova överdrifter eller ren desinformation, som att Sverige hade infört sharialagar eller befann sig på gränsen till inbördeskrig.

Att negativa artiklar om Sverige – ofta i engelskspråkiga alternativmedier – länkades vidare i stor skala på sociala medier var ett fenomen som inte hade gått att se tidigare. Samtidigt visade SI:s enkäter att Sverigebilden i USA trots allt var övervägande god, och de som hade ändrat sin bild tycktes snarast ha gjort det i positiv riktning.

– Det behövs fler studier för att dra säkra slutsatser, men vi kan i alla fall konstatera att kritiken mot Sverige inte verkar ha fått fotfäste. Det visar att negativ medierapportering inte alltid behöver påverka människor negativt och att bilden av Sverige är stark, säger Henrik Selin.

Historikern Carl Marklund, som forskar om den internationella Sverigebilden, hävdar att en annan förklaring till resultatet är att Sverige helt enkelt inte är relevant för så många människor. När landet väl uppmärksammas är det ofta för att det fyller olika inrikespolitiska behov.

– Om konservativa grupper i USA är förbaskade på Sverige så är det inte främst på grund av Sverige som sådant, utan för

att landet sedan länge har varit en retorisk resurs för vänsterdemokrater. För de senare har kritiken påverkat deras bild av landet, men då snarast i positiv riktning eftersom den kommer från den politiska högern, säger han.

Enligt Carl Marklund förutsätter kritiken dessutom att det finns en positiv grundbild av Sverige – annars skulle det inte vara värt att bråka om landet för vissa grupper. För att förstå kritiken måste man därför först förstå hur den positiva bilden har uppkommit.

Han säger att bilden grundlades under 1930-talets depression när Sverige framstod som en framgångsrik medelväg mellan kapitalism och socialism, som lyckades förena individuell frihet och ekonomisk utveckling med ett väl utvecklat socialt skyddsnät. Sveriges internationella engagemang under det kalla kriget bidrog till att stärka detta intryck.

Carl Marklund är forskare vid Samtidshistoriska institutet på Södertörns högskola med ett särskilt intresse för bilden av de nordiska välfärdsstaterna utomlands.

I USA ledde det till att Sverige sågs som en förebild av vänstern – och därmed som ett hot av de konservativa, som fick intresse av att visa att landet inte var så bra som det verkade. Detta är enligt Carl Marklund bland annat en av förklaringarna till att myten om svenskarnas höga självmordsfrekvens fick en sådan spridning.

– På 1970-talet fick den svenska välfärdsstaten både negativ och positiv uppmärksamhet internationellt. I dag handlar kritiken snarare om att välfärdsstaten har försämrats som en följd av alltför progressiva värderingar. Då är det inte förvånande att de som tycker illa om sådana värderingar intresserar sig särskilt för Sverige, säger han.

På liknande sätt tycker han att SI:s Sverigebildsanalyser behöver fördjupas, särskilt när det gäller vilka behov bilden av Sverige fyller i olika länder. Men han skulle också vilja se riktade undersökningar till grupper som är specifikt intresserade av landet, till exempel amerikanska nyhetsredaktörer.

– Om man ska jobba proaktivt med Sverigekommunikation så måste man veta vilken förväntan som finns hos mottagaren. Det är en tolkningsfråga som måste förstås samhällsvetenskapligt och journalistiskt, säger Carl Marklund.

Sofia Bard säger att det är just den sortens kontextuella analyser som är nästa stora utmaning i arbetet med Sverigebildsanalys. Därför har SI slutit ett samarbetsavtal med Utrikes-

Foto: Simon Paulin/imagebank.sweden.se

Artiklar där Sverige framstår som ett föredöme får ofta en stor spridning. Den mest delade artikeln om Sverige på spanska 2019 handlade till exempel om svensk sopåtervinning.

politiska institutet, som har större kännedom om den politiska situationen i de länder som undersökts.

Hon hoppas också att SI ska kunna göra fler målgruppsspecifika studier av till exempel unga människor eller vissa yrkesgrupper. Och om Sverige ska attrahera spetskompetens är det naturligtvis intressant att veta hur landet uppfattas av personer som har just den kompetensen.

Dessutom hoppas Sofia Bard att det ska gå att utveckla en teoretisk förståelse för de mekanismer som styr bilden av ett land, en kunskap som kan vara värdefull för Sverigefrämjandet. Däremot tror hon inte att det går att se några mätbara effekter av främjandet på Sverigebilden.

– Många blandar ihop Sverigebildsanalysen med resultatuppföljning, men det är alldeles för långt mellan insats och effekt för att göra den kopplingen. Det går inte att PR-mässigt påverka bilden av ett land, utan Sverigefrämjandet måste grunda sig i den bild som redan finns, säger hon. ■

Monica Enqvist är pressråd på svenska ambassaden i Tyskland och har tidigare haft samma befattning på Sveriges ambassad i Washington DC.

Foto: Tomas Enqvist

”SI har större muskler”

Pressrådet Monica Enqvist använder SI:s Sverigebildsanalyser för att planera både informationskampanjer och främjandeaktiviteter.

När USA:s president Donald Trump 2017 uttryckte sin bestörtning över vad som hade hänt ”last night in Sweden” – trots att det inte hade hänt något särskilt – fick Sverige stor uppmärksamhet i amerikanska medier.

För Monica Enqvist, då pressråd på den svenska ambassaden i Washington DC, ledde det till en omfattande informationskampanj om migrationen till Sverige, som Trumps uttalande hade refererat till.

Efteråt ville hon och hennes kollegor se vilket genomslag diskussionen om Sverige hade haft. Därför gjorde SI i dialog med ambassaden en studie av Sverigebilden i USA och Kanada 2017.

– Det mest intressanta var att folk verkade ha läst mer om Sverige och fått en mer positiv bild av landet efter det som hade hänt, säger hon.

Studien gav också ambassaden tillfälle att bjuda in amerikanska journalister till ett samtal om Sverigebilden. Dessutom gav den matnyttig information om vad amerikanerna kände till om Sverige på olika områden.

– Det är väldigt värdefullt för oss att veta hur landet vi verkar i ser på Sverige och hur det varierar geografiskt. Det har vi i bakhuvudet när vi planerar våra resor och främjandeevenemang, säger Monica Enqvist.

Ambassaden har även fått hjälp av SI att undersöka genomslaget i sociala medier vid andra kampanjer, till exempel så kallade Twitter Town Halls, där ambassadören besvarar frågor om ett visst ämne på Twitter.

I dag är Monica Enqvist pressråd på svenska ambassaden i Tyskland, och hon hoppas att SI kommer att göra en liknande landsstudie där.

– Det skrivs mycket om Sverige i Tyskland, och vi hinner inte ta del av allt. SI har större muskler för omvärldsbevakning och kan mäta sociala medier på ett sätt som vi inte kan, säger hon. ■

”Sverige blev en schysst polare”

Millenniumtrilogin fick Sverige att framstå som mindre perfekt, men också som mer spännande. Det visade en rapport från SI år 2012.

Rapporten, som analyserade artiklar om trilogin i utländsk press, konstaterade att många läsare uppfattade Stieg Larssons berättelser om extremism, kvinnoförtryck och korruption som en realistisk beskrivning av Sverige.

Det ledde enligt rapporten till att den stereotypa bilden av Sverige som ett konfliktfritt, oklanderligt och lite tråkigt land nyanserades, samtidigt som intresset för landet ökade – inte minst bland turister.

Översättaren och svensklektorn Martin Lexell, som har översatt Millenniumböckerna till spanska i samarbete med en kollega, tror att Sverigebilden i Spanien bidrog till bokseriens enorma framgång där.

– I Spanien finns en bild av svenskar som lite tillbakadragna och sega, men Lisbeth Salander är den mest explosiva figur som man kan föreställa sig. Jag tror att det kom som en stor överraskning, säger han.

Bakom framgången anar han också en skadeglädje över att även Sverige, vars rykte som idealt välfärdssamhälle fortfarande lever kvar i Spanien, visade sig kämpa mot samma sociala problem som andra länder.

– Jag tror att skadeglädjen övergick i en lättnad över att ”ni” är likadana som ”vi”. Det land som man tidigare hade tyckt betraktade världen lite från ovan visade sig nu vara en ganska schysst polare.

Resultatet blev enligt Martin Lexell att intresset för att studera svenska ökade betydligt i Spanien, samtidigt som förlagen upplevde en boom för översättningar av svenska böcker – även smalare litteratur.

– Sverige borde lägga större vikt vid språk och kultur. Jag tror inte att det går att överskatta betydelsen av kulturella upplevelser för bilden av ett land. Problemet är bara att det är så svårt att mäta, säger han. ■

Foto: Mary Evans Picture/TT

Stieg Larssons romanfigur Lisbeth Salander bröt mot klichébilden av behärskade och tillbakadragna svenskar.

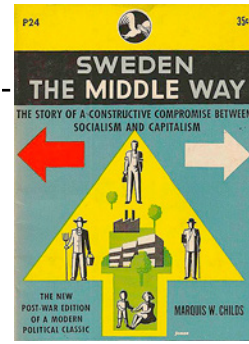
Sverigebilden tar form

Sverige har länge engagerat människor i omvärlden. På 2000-talet har metoderna att undersöka deras bilder av landet förfinats.

Foton: Arkivbilder: Svenska institutet

1936

Den amerikanske journalisten Marquis Childs bok *Sweden, the Middle Way*, skapar internationellt intresse för den svenska modellen.



1960

USA:s president Dwight D. Eisenhower sprider missuppfattningen att Sverige har den högsta självmordsfrekvensen i världen.

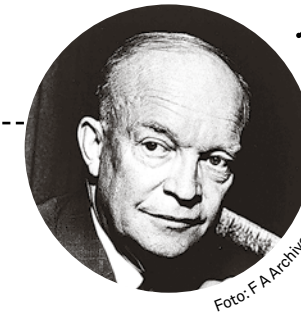


Foto: F A Archive/REX/TT

1968

1968 UD:s press-, informations- och kommunikationsenhet UD-PIK börjar göra årliga sammanställningar av bilden av Sverige i utländsk press.

2005

UD:s rapport *Bilder av Sverige i utlandet* rekommenderar regelbundna mätningar av Sverigebilden som underlag för marknadsföringen av Sverige utomlands.

Foto: Andrew Matthews/TT

2020

Under coronapandemin utökar SI bevakningen av samtalet om Sverige i både traditionella och sociala medier.

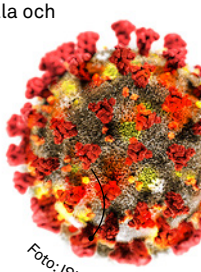


Foto: IStockPhoto

2019

SI börjar ge ut Sverigebilds-rapporter varje kvartal. Den mest delade länken om Sverige i sociala medier under januari–mars 2019 handlar om Greta Thunberg.

2017

President Donald Trump förvånar världen med sitt yttrande ”Titta vad som hände i går kväll i Sverige! Sverige, vem hade kunnat tro det?”

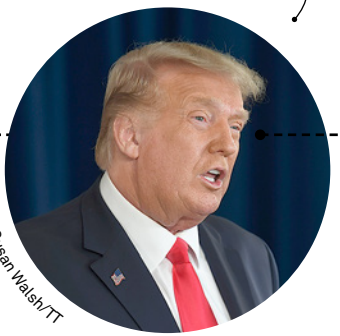


Foto: Susan Walsh/TT

2016

SI gör en pilotstudie av samtalet om Sverige på sociala medier, vilken påvisar kritiken mot landet i samband med migrationskrisen 2015.

2007

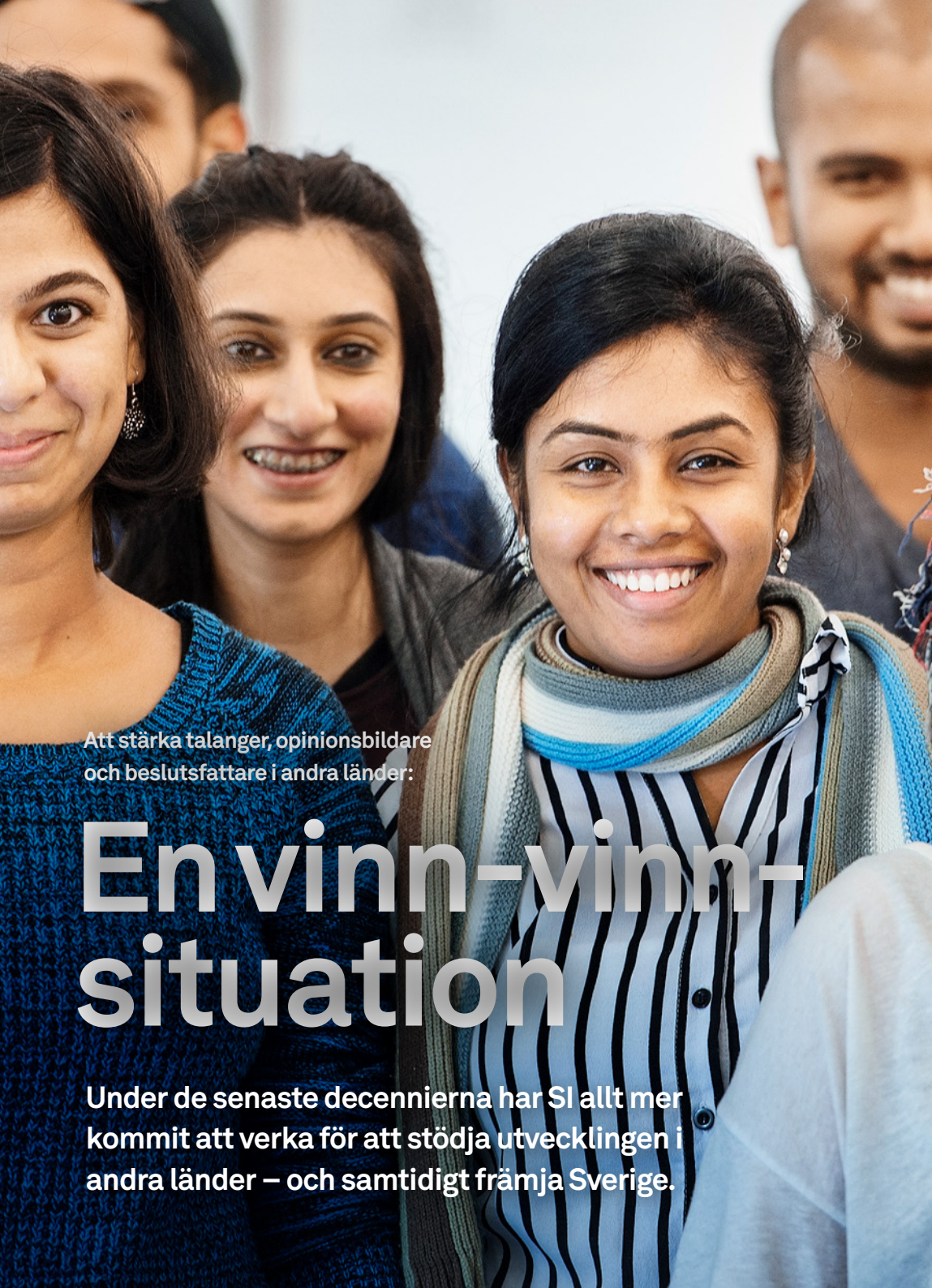
SI gör sina första Sverige-bildsanalyser baserade på den internationella undersökningen NBI (Nation Brands Index) och egna enkäter i tolv prioriterade städer.

Top 25 Country Brands

01	CANADA	14	SPAIN
02	AUSTRALIA	15	SINGAPORE
03	NEW ZEALAND	16	MALDIVES
04	UNITED STATES	17	IRELAND
05	SWITZERLAND	18	BERMUDA
06	JAPAN	19	DENMARK
07	FRANCE	20	AUSTRIA
08	FINLAND	21	MAURITIUS
09	UNITED KINGDOM	22	GREECE
10	SWEDEN	23	INDIA
11	GERMANY	24	ICELAND
12	ITALY		

2010

SI:s första Afrikastudie tyder på att det finns en låg kännedom om Sverige och en mindre positiv bild av landet där än i världen i stort.



Att stärka talanger, opinionsbildare och beslutsfattare i andra länder:

En vinn-vinn-situation

Under de senaste decennierna har SI allt mer kommit att verka för att stödja utvecklingen i andra länder – och samtidigt främja Sverige.

Foto: Moa Kalberg

I ledarskapsprogrammet Young Connectors of the Future 2016 lärde sig unga asiatiska förändrings-aktörer att arbeta för jämlikhet och hållbarhet.

Natten till den 10 november 1989 vällde tusentals frihetsrusiga östtyskar in i Västberlin efter att Berlinmurens gränskontroller plötsligt hade öppnats. Händelsen har blivit en symbol för den demokratiseringsvåg som på bara ett par år ledde till det kalla krigets slut och Sovjetunionens upplösning.

För att stödja övergången till demokrati och marknadsekonomi i de tidigare kommunistregimerna i Östeuropa inledde många västeuropeiska stater ett omfattande biståndsarbete, som för Sveriges del främst kom att rikta sig till Baltikum, Polen och nordvästra Ryssland.

En viktig del av det svenska biståndet utgjordes av akademiska utbyten, som skulle överföra demokratiska värden och kunskaper om ekonomi och hållbar utveckling. Den uppgiften föll på Svenska institutet – den organisation som hade bäst erfarenhet av att administrera stipendier och tidigare hade haft hand om utbyten med Östeuropa.

Historikern Andreas Åkerlund, som forskat om SI:s stipendier, hävdar att detta förändrade SI i grunden. Plötsligt blev majoriteten av stipendierna biståndsfinansierade, och SI förväntades verka i enlighet med målen för svensk utrikespolitik i stället för de mer öppna biståndsmålen hos de tidigare gäststipendierna.

– SI hade haft biståndsuppdrag innan, men inte som en del av det centrala uppdraget. Nu blev det mycket större volymer på biståndet samtidigt som SI förväntades agera mer självständigt. SI blev också tvungen att bygga upp en större Östeuropakompetens än vad man hade haft tidigare.

SI:s betydelse för den svenska Östeuropapolitiken återspeglades i kraftigt ökade anslag och ett allt större östligt fokus. År 1993–1994 var hälften av stipendierna biståndsfinansierade och drygt en tredjedel av SI:s budget öronmärkt för Öst- och Centraleuropa. Fyra år senare upptog de tidigare kommunistländerna hela 58 procent av budgeten.

Då hade SI just sjösatt det stora Visbyprogrammet, som omfattade stipendier såväl som anslag till forskningssamarbe-

Andreas Åkerlund är docent i historia vid Södertörns högskola och författare till boken *Public Diplomacy and Academic Mobility in Sweden,* som handlar om SI:s stipendieverksamhet.

Foto: Martin Cejie Hegardt/TT

Berlinmurens fall 1989 bidrog till att SI:s verksamhet riktades mot Öst- och Centraleuropa och att biståndsuppdraget blev mer framträdande än tidigare.

ten. Men det finansierades inte längre med biståndsmedel utan med den så kallade Östersjömiljarden, vars främsta syfte var att minska arbetslösheten i Sverige genom att stärka exportmarknaderna på andra sidan Östersjön.

– Under det sena 1990-talet behövdes inte direkthjälp på samma sätt. Östersjömiljarden var på samma gång ett stimulanspaket för den svenska ekonomin, relationsbyggande och bistånd. Det är där någonstans som Visbyprogrammet ligger och oscillerar, säger Andreas Åkerlund.

Som en del av Östersjösamarbetet fick SI 2007 också i uppdrag att skapa ledarskapsprogram för att stärka framtida ledare inom privat och offentlig sektor. Syftet var att främja svenska affärssamarbeten och -relationer, och programmets innehåll handlade om hållbart företagande med utgångspunkt i FN:s rättviseprinciper för företagsvärlden (Global Compact).

Kurt Bratteby, chef för SI:s avdelning för internationella relationer, menar att det är just kombinationen av att skapa intresse för Sverige, att bygga relationer med utländska beslutsfattare och att förmedla kunskaper och värderingar som är ledarskapsprogrammens styrka.

– På sikt hoppas vi att programmen ska bidra till en utveckling av näringslivet i en mer hållbar riktning. De når en liten målgrupp, men tanken är att det ska bli en hävstångseffekt där deltagarna för vidare de nya kunskaperna och insikterna i sina nätverk, säger han.

Med tiden har de första ledarskapsprogrammen fått efterföljare i Asien, Afrika, Mellanöstern och Latinamerika, varav flera är biståndsfinansierade. Dessa program syftar framför allt till att främja demokratiska värderingar inom olika områden – det kan till exempel handla om mänskliga rättigheter, yttrandefrihet, jämställdhet eller HBTQ-frågor.

Kurt Bratteby är avdelningschef för Internationella relationer och ansvarade för utvecklingen av SI:s ledarskapsprogram. Han har arbetat på SI sedan 2001.

”På sikt hoppas vi att programmen ska bidra till en utveckling av näringslivet i en mer hållbar riktning.”

Kurt Bratteby

Men det utesluter inte att deltagarna samtidigt lär känna Sverige. Många av dem blir Sverigevänner för livet, vilket gör dem till en stor tillgång för svenska utlandsmyndigheter och företag. Innehållet ligger dessutom i linje med den svenska värderingsdrivna utrikespolitiken.

– Vi försöker hitta ett arbetssätt där de olika delarna förstärker varandra. Tack vare Östersjösamarbetet och den biståndsfinansierade verksamheten kan vi nå ut mycket bredare med Sverigefrämjandet än om vi bara hade jobbat med digital kommunikation, säger Kurt Bratteby.

Andreas Åkerlund hävdar att det i dag har blivit nästan omöjligt att skilja mellan bistånd och främjande av svenska intressen – något som delvis beror på att inte bara utrikespolitiken utan också biståndsarbetet allt mer har kommit att handla om att främja mjuka värden.

– Mitt intryck av biståndsvärlden är att man inte längre bygger dammar och kraftverk utan arbetar för att främja öppna samhällen och akademiska utbyten. Tanken är att om samhällsstrukturen blir tillräckligt bra, så kommer välståndet och utvecklingen av sig självt.

Han ser också en internationell trend där icke engelsktalande länder – som har svårare att hävda sig på den internationella utbildningsmarknaden än länder som Storbritannien, USA och Australien – använder biståndsmedel för att attrahera internationella studenter.

Själv betraktar Andreas Åkerlund det stora antalet biståndsfinansierade stipendier som SI fick i uppgift att administrera med början år 2011 som en del av den trenden. Programmet infördes för att ge personer från biståndsländer möjlighet att studera i Sverige när svenska universitet och högskolor införde avgifter för utomeuropeiska studenter.

– Allt hänger ihop. När en person får en bra utbildning, så kommer ofta fler personer från samma plats att vilja studera här. Och när någon får en utbildning som ger den personen chansen att tillhöra sitt lands framtida elit, så är det klart att det är sympatiskapande. Det främjar också Sverige.

Adiam Tedros är fil. dr. i offentlig förvaltning och rekryterades 2016 som chef för SI:s nystartade enhet för ledarskapsprogram.

2016 fördes de näringslivsinriktade och biståndsorienterade ledarskapsprogrammen, samman under en egen enhet, efter att tidigare ha administrerats av olika delar av SI. Enhetschef Adiam Tedros säger att det har bidragit till ett ökat erfarenhetsutbyte mellan programmen.

– Förutsättningarna för att lära oss av varandra och jobba metodiskt är mycket bättre när vi är samlade på ett och samma ställe. Vi är på god väg att utveckla metoder för att den förändring som vi vill åstadkomma ska bli bestående och inte stanna hos en individ, säger hon.

Det har enligt Adiam Tedros lett till att utvecklingen går mot mer tematiserade program där deltagare som arbetar med samma frågor kan dra nytta av varandra. Efter utbildningen i Sverige har de också möjlighet att fortsätta det professionella utbytet i SI:s så kallade alumnnätverk.

Adiam Tedros tror även att utvecklingen av digitala mötesformer, som påskyndats av coronapandemin, kommer att göra det möjligt för programmen att nå fler deltagare. I dag söker

Foto: Elliot Elliot

mellan 400 och 800 personer till varje program, men det finns bara plats för ett trettiotal. Ett annat sätt att utöka kapaciteten är samarbeten med utbildningsaktörer.

– I år har vi gett en mängd svenska lärosäten möjlighet att söka medel för att genomföra ledarskapsprogram. Då är vår roll att identifiera vilka behov som finns ute i världen och vilka kompetenser som vi i Sverige kan bidra med. Vi utgår alltid från svenska styrkeområden, säger hon.

Ledarskapsprogrammen var först en del av Östersjösamarbetet, men omfattar i dag flera andra kontinenter. Här Swedish Institute Management Programme Africa (SIMP) 2019.

Adiam Tedros tycker att det är en stor fördel att enheten på samma gång arbetar med civila aktörer, offentliga institutioner och näringslivet, eftersom förändringar kräver att alla parter är delaktiga. Men hon betonar också att verksamheten handlar om ett lärande för Sveriges del.

– Tiden för ren kunskapsöverföring är kanske förbi. Jag tycker att SI har tagit till sig perspektivet att vi står inför globala utmaningar som bara kan lösas genom att vi gemensamt

SI Leader Lab verkar för förändring genom att stödja ledare inom civilsamhället som arbetar för jämställdhet i södra Asien, Mellanöstern och Nordafrika. På bilden ett möte på Färgfabriken i Stockholm 2019.

kraftsamlar och ger unga förändringsbenägna personer ett ökat utrymme, säger Adiam Tedros.

Enligt Kurt Bratteby har den största utmaningen varit att rekrytera personer som verkligen har förmågan att påverka utvecklingen i sina hemländer. Därför har SI lagt ner mycket tid på att utveckla sina metoder för urval av både stipendiater och deltagare i ledarskapsprogrammen.

Han tror att SI också kommer att behöva arbeta mer med internetsäkerhet i takt med att fler kontakter sker digitalt. För vissa av deltagarna i ledarskapsprogrammen kan det vara farligt om det kommer ut att de är engagerade i HBTQ-, antikorruptions- eller demokratiprojekt.

– Vi kan se att det finns en global tendens där demokratin trycks tillbaka och att allt fler länder går i auktoritär riktning. Det gör det svårare att jobba med de här frågorna, men också mer angeläget. Det är inte för inte som Sverige satsar på att arbeta för demokrati i omvärlden, säger Kurt Bratteby. ■

Reem Alfranji driver webbplattformen Habayabna. Namnet betyder ”våra älskade”, vilket uttrycker att alla barn har samma rätt till kärlek.

Foto: Lobna Alfranji

”En webbplattform för våra älskade”

Ledarskapsprogrammet She Entrepreneurs har hjälpt Reem Alfranji att stötta föräldrar till barn med intellektuella funktionsnedsättningar.

När ekonomen Reem Alfranji från Gaza i Palestina 2009 fick beskedet att båda hennes söner hade livslånga intellektuella funktionsnedsättningar började hon och hennes man söka information om ämnet på nätet.

– Vi hittade bara engelskspråkiga källor som inte gav oss någon praktisk vägledning om vad vi kunde göra i vårt vårdsystem. Det tog oss tre år att hitta de specialprogram som barnen behövde, säger hon.

När familjen senare flyttade till Jordanien träffade de andra föräldrar som hade samma behov av vägledning. Då fick de idén att skapa en webbplattform om intellektuella funktionsnedsättningar på arabiska.

Men arbetet gick trögt och det var svårt att få finansiering. Vändningen kom när Reem Alfranji 2017 blev antagen till SI:s ledarskapsprogram She Entrepreneurs för kvinnliga entreprenörer från länder i Mellanöstern och Nordafrika.

– Programmet gav mig kunskaper om hur man omsätter en vision i praktisk handling. Det fick mig att inse att det är möjligt att driva projekt som gör en insats för samhället utan att vara beroende av bidrag.

På kurserna i Stockholm fick hon lära sig att tro på sig själv, arbeta i små steg, ta hjälp av mentorer och sälja in projekt – en färdighet som senare hjälpte henne att få 100 000 dollar i stöd från Expo 2020 Dubai.

Resultatet blev lanseringen av webbplattformen Habayabna. I dag erbjuder denna plattform hundratals videoklipp och chattgrupper för föräldrar till barn med funktionsnedsättningar i hela arabvärlden samt förmedlar videosamtal med experter i Jordanien.

Tack vare sponsring, annonser och betalkurser för företag är plattformen också på god väg att bli självfinansierande.

– Nu kan vi producera gratis innehåll för föräldrar från mindre privilegierade områden. Vi ser också hur både specialister och föräldrar vill göra liknande projekt. Det är vi bara glada över, säger Reem Alfranji. ■

”Samarbetet gynnade båda länderna”

Som gäststipendiat i Lund kunde Vasanthy Arasaratnam bidra till utvecklingen såväl i Sri Lanka som på sitt svenska universitet.

Under sina doktorandstudier i mitten av 1980-talet fick biokemisten Vasanthy Arasaratnam från University of Jaffna på Sri Lanka möjlighet att forska ett år på Lunds universitet med hjälp av SI:s gäststipendier.

Vistelsen i Sverige innebar inte bara att hon lärde sig att arbeta mer självständigt, utan också att hon fick tillgång till utrustning och forskningsartiklar som var svåra att få tag på i inbördeskrigets Sri Lanka.

– I Jaffna var vi tvungna att skriva ett brev till artikelförfattaren när vi behövde en referens. I Sverige fanns de flesta artiklarna i bibliotekets arkiv eller gick att beställa från andra universitet, säger hon.

Hennes forskning, som visade hur glukos kunde framställas ur vanlig majsstärkelse, bidrog till att förse de lokala industrierna i Jaffna med råvaror i ett läge där det rådde akut brist på importvaror.

Men den fick också kollegorna i Lund att börja använda vissa av de enkla men billiga analysmetoder som Vasanthy Arasaratnam varit tvungen att ta fram på grund av de materiella begränsningarna på Sri Lanka.

– På det sättet var projektet lyckosamt. Vi gjorde något som var användbart för vårt land, men som också kunde vara det för Sverige. Det blev ett kunskapsutbyte som resulterade i väldigt goda relationer.

Efter vistelsen i Sverige har Vasanthy Arasaratnam behållit kontakten med Lund. Hon har också lett Sida-finansierade utbyten med Sverige och hjälpt andra på sitt universitet att inleda internationella samarbeten.

Dessutom tror hon att erfarenheterna av svensk administration har påverkat henne i rollen som professor och vicekansler.

– När jag kom hem förväntade jag mig att man skulle följa regler och bestämmelser på ett annat sätt än man gör i våra länder. Svenskarna är väldigt disciplinerade. Det bär jag fortfarande med mig inombords. ■

Foto: Privat

Vasanthy Arasaratnam är professor och vice-kansler på University of Jaffna på Sri Lanka.

Biståndet tar nya vägar

Foton: Arkivbilder, Svenska institutet

SI har en lång tradition av att stödja utvecklingen i andra länder. Efter östblockets fall har det blivit en av myndighetens viktigaste uppgifter.

1946

SI får i uppdrag att ta hand om FN-stipendiater. Några år senare åtar sig institutet även att rekrytera svenska experter för FN-uppdrag i utvecklingsländer.

FN-stipendiater på 1950-talet.

1962

Den nybildade Nämnden för internationellt bistånd (NIB), föregångaren till dagens Sida, tar över biståndsuppdragen från SI.

1972

När möjligheten att få svenska studiemedel tas bort för utländska studenter får SI i uppdrag att administrera ett stort antal gäststipendier för mindre bemedlade studerande.

1978

SI börjar bjuda in experter från utvecklingsländer för att de ska få möjlighet att studera en västerländsk demokrati och skapa varaktiga kontakter med svenska institutioner.

Experter på Sverigebesök.

Foto: Magnus Liam Karlsson

2011

När studieavgifter införs för utomeuropeiska studenter vid svenska universitet och högskolor får SI i uppdrag att administrera nya biståndsfinansierade stipendier.

2020

Användningen av digital mötesteknik och andra digitala resurser tar ny fart i utbildningsverksamheten på grund av coronapandemin.

2007

SI startar ett utbildningsprogram för unga ledare i näringsliv och offentlig sektor i Östeuropa. Med tiden breddas verksamheten både geografiskt och innehållsligt.

Foto: Cecilia Larsson Lantz

2004

Estland, Lettland, Litauen och Polen går med i EU och är därmed inte längre biståndsländer. Konsekvensen blir att Östersjösamarbetet vidgar sig österut.

1997

Det stora stipendieprogrammet Visbyprogrammet inrättas för att stimulera ett brett akademiskt utbyte mellan Östersjöländerna.

Foto: Martin Cejie Hegardt/TT

1989

Efter Berlinmurens fall stödjer Sverige omvandlingen till demokrati i Baltikum, Polen och nordvästra Ryssland. SI får ansvaret för utbildningsbiståndet.

Internet har gjort det lättare att systematiskt underhålla relationerna med deltagarna i SI:s stipendie- och ledarskapsprogram.

Foto: Melker Dahlstrand/imagebanksweden.se

Att utveckla nätverk för långsiktiga relationer:

Låt oss hålla kontakten

SI har alltid skapat relationer som är viktiga för Sverige, men de senaste årtiondena har relationsbyggandet blivit mer systematiskt och målstyrt.

Under det svenska statsbesöket i Indien i december 2019 blev ett tjugotal medlemmar i SI:s indiska alumnnätverk inbjudna att leda ett lunchsamtal om hållbarhet och jämställdhet med kungaparet och andra delar av den svenska delegationen på takterrassen till ett hotell i Delhi.

Samtidigt ordnade nätverkets sex avdelningar i Indien evenemang på dessa teman i flera indiska städer. Sammantaget ledde detta till en livlig diskussion om hållbarhets- och jämställdhetsfrågor på sociala medier i Indien, vilket Sverige skulle haft svårt att uppnå utan alumnerna.

På liknande sätt hoppas Monika Wirkkala, chef på SI:s enhet för talangattraktion med ansvar för bland annat alumnverksamhet och stöd till svenskundervisning, att de andra drygt 16 000 alumnerna runt om i världen ska föra svenska erfarenheter vidare i sina lokala kontexter.

– Många alumner har ledande positioner i företag eller andra organisationer och är oerhört engagerade i sina länders utveckling. De är också inspirerade av sin tid i Sverige och vill gärna vara med i en svensk kontext. Det är en kraft som är väl värd att ta vara på, säger hon.

Monika Wirkkala är chef för SI:s enhet för talangattraktion och har arbetat på myndigheten sedan 1998.

”I dag pratar man allt mer om vikten av övergången från bistånd till handelssamarbete.”

Monika Wirkkala

Att systematiskt arbeta med alumner är ett förhållandevis nytt sätt att stimulera och underhålla de relationer som skapas i SI:s stipendie- och ledarskapsprogram, men även med människor som på annat sätt har varit i Sverige för studier eller arbete – så kallade Sverigealumner.

Från början var tanken att alumnnätverken skulle skapa kontaktytor för svenska företag och diplomater, men i dag fungerar de även som föreningar som driver utvecklingsfrågor

Under statsbesöket i Indien 2019 besökte kungaparet en så kallad Tekla-workshop, vars mål är att få fler tjejer intresserade av teknikämnen. Workshoppen anordnades av SI och KTH i samarbete med svenska konsulatet och NITI, National Institution for Transforming India.

Foto: Anushree Tandale

i sina hemländer i enlighet med de globala hållbarhetsmålen i FN:s Agenda 2030.

Monika Wirkkala skulle gärna se att fler nätverk – i likhet med avdelningarna i Indien – blev en del av det så kallade Team Sweden-arbetet, där utlandsmyndigheterna, Business Sweden och andra organisationer arbetar för att främja svenskt näringsliv på plats.

– I dag pratar man allt mer om vikten av övergången från bistånd till handelssamarbete. För att länderna ska stå stadigt i sin ekonomiska utveckling behövs det en annan form av bistånd. Där tror jag att alumnnätverken kan spela en viktig roll, säger hon.

Det var i samband med det ökade antalet biståndsfinansierade stipendier i början av 2010-talet som alumnarbetet kom i gång på allvar. Med de nya ledarskapsprogrammen, som riktade sig till unga toppar i näringslivet och offentlig sektor, blev det också viktigt att hitta ett sätt att vårda de kontakter som etablerades.

Men utvecklingen av nätverken kan även ses som en del i en trend där de akademiska och kulturella utbyten som SI alltid har arbetat med på ett tydligare sätt förväntas främja svensk handel, attrahera investeringar, spetskompetens och studenter samt bidra till att Sveriges internationella politik får ett större genomslag.

Historikern Nikolas Glover, som skrivit en avhandling om Svenska institutets historia, menar att den trenden delvis är en konsekvens av Sverigebildsstrategin på 00-talet med dess fokus på Sverigefrämjande, strategisk kommunikation och nätverkande.

– Förut hölls diskursen om Sverigefrämjande mer separerat från det långsiktiga relationsbyggandet, vars utbyten av idéer ansågs vara bra för samhället i stort. På 00-talet skulle främjandet genomsyra allt. Jag tror att det speglar en generell förskjutning i förhållandet mellan marknadsförings- och produktionsavdelningar i samhället, säger han.

Den så kallade SIK-utredningen från 1978, som länge låg till grund för SI:s verksamhet, betonade mycket riktigt att SI vid sidan av den mer intressebetonade informationsverksamheten skulle ge kulturarbetare och forskare möjlighet att knyta kontakter utifrån sina egna förutsättningar.

Nikolas Glover är forskare i ekonomisk historia vid Uppsala universitet och har skrivit avhandlingen *National relations: Public diplomacy, national identity and the Swedish Institute 1945–1970.*

Foto: Privat

Alumnföreningarna arrangerar ofta aktiviteter som syftar till att upprätthålla de kulturella banden till Sverige. Här en kräftskiva i Zimbabwe.

2003 års internationella kulturutredning föreslog i stället att SI skulle fokusera på Sverigekommunikation och ambassadservice, medan Statens kulturråd fick ansvaret för kulturutbytet. Att SI 2007 knöts till handelsministern ser Nikolas Glover som ytterligare ett steg i samma riktning.

– På ett övergripande plan innebar det en större instrumentalisering av de internationella relationerna på SI. De ekonomiska syftena har alltid funnits där, men nu blev det ännu tydligare att det kulturella relationsbyggandet skulle tjäna ett visst marknadstänkande, säger han.

Samtidigt ledde 1990-talets Östersjösamarbete, där både kultur- och studieutbytena sågs som ett sätt att främja övergången till demokrati och marknadsekonomi i Central- och Östeuropa, till att SI:s relationsbyggande knöts närmare den svenska utrikespolitiken.

När SI blev en myndighet 1998 fick institutet dessutom en tydligare statlig styrning med instruktion och regleringsbrev. Det framgår bland annat av att antalet regeringsuppdrag ökat

betydligt sedan dess – särskilt under de senaste åren.

– En viktig anledning till att Svenska institutet först var en förening och sedan en statlig stiftelse var att det skulle representera landet Sverige snarare än regeringen. Men någonstans på vägen uppfattades den frågan inte längre som ett problem, säger Nikolas Glover.

En form av kulturella utbyten som pågått ända sedan starten 1945 är stödet till svenskundervisning och Sverigestudier vid utländska universitet. Enligt Monika Wirkkala är syftet att stimulera intresset för Sverige och därigenom stödja relationen mellan länderna.

– De kunskaper som studenterna får kommer Sverige till del på flera sätt. Många av studenterna får jobb i företag med svenska kontakter, medan andra jobbar som översättare, tolkar eller lärare. En del flyttar också till Sverige för att arbeta eller studera vidare, säger hon.

De flesta svensklärare är inte svenskar utan inhemska ”experter” på Sverige. Det officiella intresset från svensk sida ger dem högre status och kan i vissa fall vara avgörande för att undervisningen fortsätter att bekostas av deras universitet.

Monika Wirkkala säger att alla svensklektorer fyller en viktig funktion genom att de bidrar till en ömsesidig förståelse mellan länder och fungerar som Sverigeambassadörer i sina lokala sammanhang.

I framtiden hoppas hon att den Sverigefrämjande delen av lektorernas arbete ska kunna formaliseras genom att dessa blir utsända av Sverige precis som annan utlandspersonal. Då skulle de kunna få uppgifter från SI och samarbeta närmare med ambassaderna.

– De skulle också få svenska pensionspoäng, vilket de inte har rätt till i dag. Svensklektorerna gör en viktig insats för att öka kunskapen om Sverige, inte bara bland sina studenter utan också genom till exempel kulturevenemang riktade till en bred allmänhet, säger hon.

Svenskundervisningen är ett exempel på hur en och samma verksamhet kan främja både svenskt näringsliv, kultur och Sveriges relationer till andra länder. Men Nikolas Glover hävdar att det också alltid har funnits konflikter i främjandet mellan olika ekonomiska, politiska och kulturella intressen.

Hallå där Kizito Gamba, koordinator för medieutbildningen K-Youth Media i Nairobi, Kenya. Hur har projektstödet från SI:s Creative Force hjälpt er?

– Samarbetet med Sverige och föreningen Nacka Nairobi Initiative har gett oss nya perspektiv. Vår utbildning ska lära ungdomar från Nairobis slum att skildra vad som händer där ur sitt perspektiv, men projektstödet har också gjort det möjligt för oss att göra extra insatser för kvinnor som vill arbeta i medieindustrin. I dag är kvinnorna dåligt representerade där. Vi har dessutom gett våra studenter mentorstöd från professionellt branschfolk, bland annat i arbetet med kortfilmen *Zawadi* om en ung kvinnlig musiker som tar sig upp från svåra förhållanden. Utan medel är det svårt att realisera stora idéer.

– Sverigebildsplattformen var ett försök att visa att det inte fanns några motstridiga intressen, utan att olika sorters främjande förstärker varandra. Det kanske de gör, men det är en väldigt tidstypisk idé. På 1960-talet var det till exempel, med den tidens synsätt, otänkbart att kulturarbetare skulle främja storkapitalet.

Enligt Nikolas Glover var det just den motsättningen som ledde till att SI, som från början var en förening som finansierades av både staten och näringslivet, 1970 gjordes om till en statlig stiftelse med fokus på kultur medan handelsfrämjandet togs över av det nybildade Exportrådet.

– När SI blev myndighet på 1990-talet förde man ihop dem igen, och kultursektorn underordnades marknadsföringsidéerna. Det var en ny lösning på ett gammalt problem, säger han.

Men Monika Wirkkala anser att det inte behöver finnas någon motsättning mellan ekonomiskt främjande och ett bredare utbyte av idéer och erfarenheter. I dag går till exempel alumnarbetet allt mer i riktning mot att nätverk i olika länder samarbetar för att lära av varandra.

– Det viktigaste med det globala alumnnätverk som vi har i dag är att vi gemensamt kan verka för en hållbar global utveckling, både ekonomiskt och socialt. Det vinner vi alla på, eftersom det finns ett ömsesidigt beroende och ömsesidiga intressen. Sverigerelationen får vi på köpet. ■

Digitalt relationsbyggande 2.0

Coronapandemin har lett till att alla alumnnätverkens evenemang har blivit digitala och att de digitala kontakterna mellan nätverk i olika länder har ökat – något som gynnar arbetet med gemensamma Agenda 2030-frågor. Medan universiteten har varit stängda har svenskundervisningen, kompetensutvecklingen för svensklärare och gästföreläsningarna också tvingats flytta ut på nätet. De nya arbetssätten har förmodligen kommit för att stanna eftersom de sparar pengar, minskar utsläppen från resor och når fler personer.

Foto: IStockPhoto

”Språkkunskaper ökar förståelsen mellan länderna”

SI-lektorn Kristoffer Lieng tycker att Sverige borde bli bättre på att se värdet av svenskundervisning i andra länder.

Kristoffer Lieng, tidigare SI-lektor i Moskva och nu i Caen i Frankrike, jämför sig med krokodilen i den sovjetiska dockfilmsserien *Drutten och Gena*, som gick och lade sig på ett zoo för att arbeta som krokodil.

– Jag jobbar som svensk. Många av studenterna har kanske inte träffat någon från Sverige tidigare över huvud taget. Om jag gör något konstigt kan de tänka att jag gör så för att jag är svensk, säger han.

Själv tror han att det faktum att han kommer från Sverige gör att hans kurser i svenska känns mer äkta. Han tror också att han har lättare att förklara olika svenska samhällsfenomen än en rysk eller fransk lärare.

– Det går inte att tala om för studenterna vad de ska tycka. Men om jag berättar hur det fungerar i Sverige, så visar jag att det finns andra sätt att se på saker. Då tänker nog en del: ”Det där kanske inte är så dumt.”

Även om alla studenter inte kommer att få ett arbete med någon direkt koppling till Sverige, så menar Kristoffer Lieng att deras studier ger dem en ökad förståelse för landet som de för vidare till sin bekantskapskrets.

Han betonar också att svenskundervisningen är en förutsättning för att det ska finnas översättare av svensk litteratur och personer som kan ge en mer nyanserad bild när Sverige debatteras i andra länder.

Med tanke på att undervisningen dessutom är förhållandevis billig så tycker han att Sverige borde satsa mer på den, till exempel genom att höja svensklärarnas status. I dag tror han att många svenskar inte inser värdet av att människor i andra länder vill lära sig deras språk.

– Jag tycker att vi borde vara lite stolta över det. Om inte vi i Sverige visar att vi är intresserade av svenskundervisningen så kommer inte någon annan att intressera sig för den heller, säger han. ■

Kristoffer Lieng är SI-lektor i Caen och har skrivit boken *Sill i päls: 20 år i Putins skugga*, som beskriver livet i Ryssland.

Foto: Johan Bävman

Oleg Shimanskyy är kommunikations-konsult och har länge varit ordförande för SI:s alumnnätverk i Ukraina.

Foto: Tomas Enqvist

”Vi förstår öppenhet och jämställdhet”

Medlemmarna i SI:s alumnnätverk i Ukraina vill hjälpa varandra, dela med sig av svensk kultur och utveckla det egna samhället.

När SI-stipendiaten Oleg Shimanskyy kom hem till Kiev 2014 efter att ha avslutat sina masterstudier i Lund, startade han och ett tiotal andra hemvändare på eget initiativ ett nätverk för Sverige-alumner i Ukraina.

– Efter flera år utomlands är det jobbigt att anpassa sig till sitt eget land igen, och vi behövde träffa andra med samma erfarenheter. Dessutom ville vi dela med oss av den svenska kulturen, säger han.

I dag har gruppen drygt 400 medlemmar på Facebook och ordnar kulturaktiviteter, nätverksträffar, seminarier och informationsmöten om studier i Sverige. Sedan 2016 ingår gruppen också i SI:s alumnnätverk.

Oleg Shimanskyy betraktar nätverket både som ett sätt att hjälpa hemvändande SI-stipendiater in på arbetsmarknaden och att ge blivande stipendiater praktiska råd inför resan till Sverige.

Kontakterna med den svenska kulturen underlättar också samarbeten med svenska företag och sporrar deltagarna att verka för ett mer öppet, hållbart och jämställt Ukraina.

– Vi förstår att de här värdena är viktiga eftersom vi själva har upplevt dem i Sverige. Därför arbetar vi för att exempelvis kvinnor ska få samma lön som män, och förhoppningsvis följer andra organisationer efter.

Oleg Shimanskyy menar att möjligheten att söka finansiering hos SI har tillåtit gruppen att höja kvaliteten på aktiviteterna, till exempel genom att bjuda in svenska experter till ett seminarium om energieffektiva städer.

Men han tycker också att de årliga alumnmötena i Stockholm ger viktiga internationella impulser. De har lett till ett idéutbyte med alumnnätverk i Georgien, som står inför liknande samhällsutmaningar.

– Det är relativt enkelt att ordna aktiviteter i det egna landet, men att upprätthålla kontakter över gränserna är mycket svårare. Där finns den verkliga styrkan i alumnnätverken, säger Oleg Shimanskyy. ■

Från handslag till digitala nätverk

Kulturutbytena och svenskundervisningen har kompletterats med digitala nätverk och samarbetsprojekt som främjar demokrati och hållbarhet.

1945

Svenska institutet tar över ansvaret för svenskundervisningen i andra länder från Riksföreningen för svenskhetens bevarande i utlandet, som i dag heter Sverigekontakt.

1965

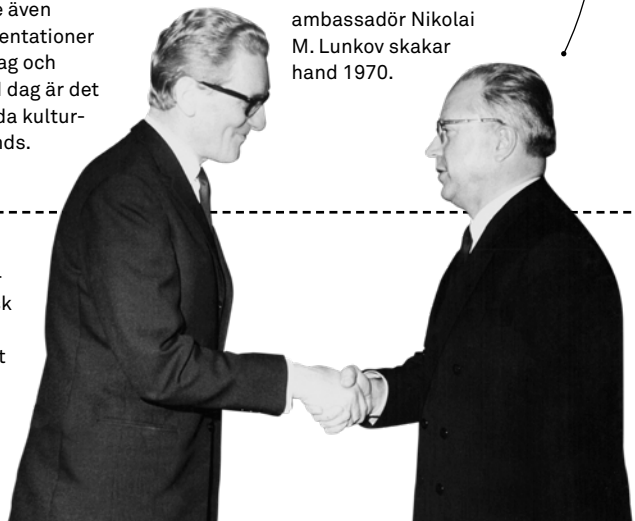
SI sluter ett avtal för kulturutbyten med Sovjetunionen, som följs av avtal med andra östeuropeiska länder. Syftet är att verka för avspänning under det kalla kriget.

Foton: Arkivbilder, Svenska institutet

Foto: Vinciane Lebrun-Verguethen

1971

Huset Hôtel de Marle i Paris tas över av SI, som tidigare även hade representationer i London, Prag och Rotterdam. I dag är det Sveriges enda kulturhus utomlands.



Svenska institutets chef Per-Axel Hildeman t.v. och ambassadör Nikolai M. Lunkov skakar hand 1970.

1991

Efter kommunismens fall ökar intresset för svenskundervisning och svensk kultur i bland annat Baltikum och Polen. Kulturaktiviteterna ses som ett sätt att sprida ”demokratins kultur”.

THE GLOBAL GOALS

2019

De indiska alumnnätverken knyts till Team Sweden-arbetet, som ska främja svenska företag på den internationella marknaden.

Foto: Magnus Liam Karlsson

2016

FN antar Agenda 2030 med 17 globala mål för att främja välstånd, rättvisa och ekologiskt hållbar utveckling. Målen blir en viktig del av SI:s uppdrag.

2010

11 451 tidigare studenter och stipendiater är med i SI:s alumnätverk. I dag har antalet vuxit till drygt 16 000.

2008

Projektstödet Creative Force finansierar kultursamarbeten mellan Sverige och andra länder i syfte att stimulera öppenhet, demokrati och jämställdhet.

Fika quest. Medlemmarna i alumnnätverk träffas ofta över en hederlig svensk fika.

1995

Sverige blir medlem i EU. Under Sveriges första ordförandeskap 2001 gör SI en charmoffensiv med evenemang inom allt från design och arkitektur till film och litteratur.

2001

Databasen SI Alumni skapas för att sätta tidigare SI-stipendiater och svensklektorer i kontakt med varandra och med potentiella arbetsgivare.

Kulturhuset mitt i Paris

En bred programverksamhet, byggnads-renoveringar och förändringar i synen på Sverige har gjort SI Paris till en självklar mötesplats i parisarnas kulturliv.

Foto: Vinciane Lebrun-Verguethen

Med över hundra tusen besökare årligen är SI Paris ett av stadens mest välbesökta utländska kulturhus. Den återkommande utomhusbion är ett populärt inslag i programverksamheten.

Sommaren 2009 cirkulerade det rykten om att UD övervägde att stänga Institut Suédois – Svenska institutets kulturhus i Paris – för att klara ett sparkrav i budgeten. Reaktionerna blev oväntat starka.

Franska rikstidningar som Le Figaro och Le Monde uppmärksammade nedläggningshotet och en våg av protester krävde att institutet skulle få finnas kvar, bland annat en stor Facebookgrupp där Marais-distriktets biträdande borgmästare uttryckte sin och parisarnas bestörtning.

Det slutade med att Svenska institutet i Paris fick fortsätta som tidigare.

– Det som hände var att det blev så uppenbart att vi hade en bred publik, både i Frankrike och i Sverige. Jag tror att det blev en ögonöppnare för många, säger Maria Ridelberg-Lemoine, som har arbetat på SI i Paris sedan 1983 och nu är biträdande chef där.

Samma år som protesterna ägde rum rankade också en av Frankrikes ledande kulturtidskrifter Institut Suédois som nummer ett bland de många utländska kulturhusen. Då hade institutet allt mer lyckats etablera sig som en självklar del av stadens kulturliv.

Maria Ridelberg-Lemoine, biträdande chef på Svenska institutet i Paris.

Det var 1971 som SI fick i uppdrag att ta hand om 1500-talspalatset Hôtel de Marle i Marais-distriktet. Huset hade köpts av svenska staten några år tidigare för att härbärgera Tessininstitutet, vars konstsamling vittnade om de historiska svensk-franska relationerna.

På den tiden var Marais en stadsdel i förfall. Men under de följande årtiondena fick kvarteret en rejäl ansiktslyftning, samtidigt som det närliggande Centre Pompidou och kvarterets många judiska butiker – som till skillnad från andra butiker hade söndagsöppet – drog till sig nya besökare.

– Från att ha varit ett ställe dit ingen gick, blev Marais en vacker stadsdel med massor av liv. Det gynnade oss, särskilt när vi på 00-talet öppnade ett kafé. Kaféet har blivit en samlings-

Innan SI flyttade in i Hôtel de Marle 1971 restaurerades byggnaden för sex miljoner kronor. Den vackra kakelugnen i en av paradsalarna finns kvar än i dag.

Trädgården med dess skulpturpark bidrar till att locka besökare.

Foto: Vinciane Lebrun-Verguethen

”I början av 00-talet blev Sverige hippt. Landet förknippades inte längre bara med Ingmar Bergman och Björn Borg, utan det fanns också något för de yngre. Plötsligt blev det spännande att se vad som hände i Sverige.”

Maria Ridelberg-Lemoine

punkt som genererar ännu fler besökare till vår programverksamhet, säger Maria Ridelberg-Lemoine.

Hon tror också att Institut Suédois har gynnats av att Sverige blev mer synligt i Frankrike efter EU-medlemskapet 1995. För institutets del innebar det en explosionsartad ökning av efterfrågan på svenskkurserna hos yngre människor som ville studera eller arbeta i Sverige.

Dessutom tror hon att synen på Sverige i Frankrike förändrades av det svenska popundret och landets tidiga framgångar inom IT och dataspelsindustrin – för att inte tala om den nordiska deckarvågen som kulminerade med Stieg Larssons Millenniumtrilogi.

– I början av 00-talet blev Sverige hippt. Landet förknippades inte längre bara med Ingmar Bergman och Björn Borg, utan det fanns också något för de yngre. Plötsligt blev det spännande att se vad som hände i Sverige, säger Maria Ridelberg-Lemoine.

Själv tror hon att det bidrog till att SI i Paris utvidgade sin kulturverksamhet från salongsbetonade kulturaftnar till popkonserter, modevisningar och stora event som lockade en yngre och bredare publik.

Konstnären Karin Frankenstein t.v. med besökare under en ull-workshop i samband med SI i Paris stora återinvigningsfest i oktober 2017. Byggnaden hade under ett halvår genomgått en omfattande renovering och tillgänglighetsanpassning.

Foto: Vinciane Lebrun-Verguethen

Peter Johanssons utställning *Nationalterapi* på SI Paris hösten 2019.

Foto: Laetitia d'Aboville

Men det ökade utbudet hade också att göra med att Sverige hade fått upp ögonen för de kreativa näringarnas ekonomiska värde och börjat arbeta mer aktivt med att stärka Sverigebilden hos olika målgrupper.

Historikern Andreas Mørkved Hellenes, som har studerat hur Svenska institutet har profilerat Sverige i Paris, menar att synen på kultur som ett medel för att främja svensk ekonomi redan genomsyrade Nationalmuseums utställning *Solen och nordstjärnan* i början av 1990-talet.

Syftet med denna utställning om svensk och fransk 1700-talskonst, som SI visade på Grand Palais i Paris, var enligt Andreas Mørkved Hellenes att betona ländernas gemensamma förflutna. Det skulle bereda marken för affärssamarbeten och Sveriges inträde i EU.

– Utställningen är väldigt intressant eftersom den innebar ett genombrott för aktiv medverkan av svenska företag med franska intressen i SI-sammanhang. Det fanns en klar tanke om att kulturen var ett sätt att nå den ekonomiska eliten i Frankrike, säger han.

Andreas Mørkved Hellenes är forskare i historia vid Aarhus universitet i Danmark. Hans avhandling *Fabricating Sweden. Studies of Swedish Public Diplomacy in France from the 1930s to the 1990s* undersöker utställningsverksamheten på SI Paris.

Hallå där Ewa Kumlin, kulturråd och chef för SI Paris. Vad är din vision för Institut Suédois?

– Jag vill att det ska vara en levande mötesplats där det händer saker dygnet runt och relevanta samtidsfrågor diskuteras ur ett konstnärligt perspektiv. Jag vill också att vi öppnar upp för fler utomstående aktörer och att de olika delarna av verksamheten integreras mer. Konstnärer eller forskare som bor i våra gästbostäder skulle till exempel regelbundet kunna berätta vad de gör för vår publik. Ett genuint och ömsesidigt utbyte mellan kulturutövare skapar förtroende för Sverige och kan få effekter som lever kvar mycket längre än politiska och diplomatiska kontakter. En konstnär är också mer trovärdig som avsändare än en myndighet eller institution.

Sedan dess är Andreas Mørkved Hellenes intryck att det har blivit allt viktigare för SI i Paris att främja bilden av Sverige som ett kreativt, jämlikt och hållbart land – något som han anser tog sig uttryck i 2017 års renovering, där arkitektbyrån TAF fick i uppdrag att ge huset en svensk designprofil.

Men han framhåller också att de många utländska kulturhusen i Paris är en del av en fransk strävan att främja bilden av Paris som världens kulturhuvudstad, vilket inte minst gynnar den inkomstbringande turismen.

– Det är en intressant fråga hur mycket av det här som är svensk respektive fransk kulturpolitik. Den franska kulturministern måste godkänna att Sverige öppnade ett kulturhus i Paris, och det är en lång tradition i fransk kulturdiplomati att aktivt bruka stadens historia som universellt centrum.

Andreas Mørkved Hellenes hävdar dock att den ursprungliga tanken att SI i Paris skulle vara en mötesplats för utbyte av idéer inom konst och vetenskap lever kvar. Han pekar på 2019 års utställning av konstnären Peter Johansson, vars bilder dekonstruerar svenska nationalsymboler genom att placera dem i oväntade sammanhang.

– Det påminner mycket om 1970-talets utställningar som problematiserade tanken om Sverige som ett föregångsland och i stället pekade på gemensamma utmaningar och problem. Den kritiska blicken på den egna identiteten är helt klart ett kontinuerligt inslag i verksamheten, säger Andreas Mørkved Hellenes.

Maria Ridelberg-Lemoine hävdar att kulturhusen i Paris under senare år allt mer har kommit att ses som mötesplatser i stället för skyltfönster för olika länder. På SI i Paris ordnas nu ofta paneldiskussioner mellan franska och svenska talare i anslutning till utställningarna.

– Tanken är att vi ska lära av varandra, vilket kan leda till rena samarbeten eller åtminstone att vi vidgar våra vyer och lär oss att göra en sak ännu bättre. Det är också viktigt för vår trovärdighet att visa att Sverige är lyhört och inte bara är här för att kränga saker, säger hon.

Dessutom bidrar naturligtvis en programverksamhet av hög kvalitet till att det blir lättare för SI i Paris att bygga långsiktiga relationer med journalister och branschfolk, vilket kan ge ett

Foto: Raphaël Dautigny

Hem x 6 i Paris

SI i Paris har sex gästrum där forskare och kulturarbetare från Sverige kan hyra in sig för arbete i Paris under två eller fyra veckor. Ansökningarna till de eftertraktade rummen fördelas av en referensgrupp två gånger per år.

Flera samarbeten med svenska institutioner har inletts i syfte att bland annat skapa stipendier kopplade till vistelserna.

2019 fick lägenheterna en ny inredning i samarbete med sex olika svenska inredningsarkitekter och lika många möbeltillverkare, som gav varje rum en personlig prägel med svensk hållbar design. Projektet, som kallas *Hem x 6*, ska pågå i fem år och är tänkt att samtidigt fungera som ett skyltfönster för svensk inredning och design.

större genomslag i medierna och underlätta för svenska aktörer som vill etablera sig i Frankrike.

Enligt Maria Ridelberg-Lemoine är det en stor fördel för SI i Paris att förknippas med en specifik plats – särskilt när den platsen råkar vara en stad där UNESCO och OECD har sina säten och som förmodligen kommer att bli ännu viktigare för Sverige efter Brexit.

– Det personliga mötet kan aldrig ersättas. I dag är Sverige väldigt fokuserat på engelsktalande länder. Jag tror att det är viktigt att även ha andra nedslag i världen – och Paris är fortfarande utan tvekan en av världens viktigaste kulturstäder, säger Maria Ridelberg-Lemoine. ■

Den årligt återkommande musikfesten och midsommarfirandet i SI:s trädgård lockar tusentals besökare. Här konsert med Gnucči den 21 juni 2016.

Foto: Julien Bourgeois

© Svenska institutet, 2020
Text: Staffan Eng
Grafisk form: Spektra Design
Tryck: Stibo Graphic

ISBN 978-91-89029-08-8
si.se

Svenska institutet

1574-5