
Bilden av Sverige i Norden

En studie i Danmark, Finland, Island och Norge



Innehåll

Förord	2
Kommentar: Vår älskade dystopi	3
Sammanfattning	4
Inledning	5
Metod	6
Kännedom om Sverige	7
Skillnader i erfarenhet av Sverige mellan länderna	8
Hög kännedom hos de med erfarenhet av Sverige	8
Attityd till Sverige	9
Hög kännedom inte enbart kopplat till positiv bild	10
Sverige attraherar främst som turistdestination	10
Något förändrad uppfattning om Sverige	11
Associationer till Sverige	13
Enhetlig bild av Sverige som god internationell aktör	13
Delad syn på det svenska samhället	14
Politisk tillhörighet färgar synen på svenska samhället	15
Svenska innovationer, kultur och sport mindre känt	15
Historiska händelsers betydelse	15
Mestadels positiv syn på svenskar	16
Samarbete med Sverige	17
Positiva till Sverige vill se ökat samarbete i flera frågor	17
Sverige oftare relevant inom halvvtiktiga frågor	18
Mediebilder av Sverige	19
Stort intresse för Sverige	19
Coronapandemin och migration vanliga tematiker	19
Motstridiga narrativ om Sverige	20
Avslutande diskussion	21
Bilagor	23
Danmark	24
Finland	25
Island	26
Norge	27

Förord

Svenska institutet (SI) arbetar för att öka intresset och stärka förtroendet för Sverige utomlands. Ett av SI:s huvuduppdrag handlar om att följa och analysera hur Sverige uppfattas i andra länder. Bilden av Sverige är viktig. En positiv bild av ett land ökar intresset för att besöka landet, göra affärer med landets företag eller att studera vid landets universitet. Ett land som åtnjuter förtroende från andra länder har också bättre förutsättningar att få internationellt inflytande. För första gången på länge presenterar SI en studie av Sverige bilden i Norden.

I de nordiska länderna refererar man ofta till Sverige som broderlandet eller ”vår kusin”. Det är tydligt att det finns en alldeles särskild relation mellan länderna – att betrakta varandra som familj, tycka om varandra, samtidigt som det också finns konkurrens. Att påpeka likhet mellan syskon är inte alltid välkommet, men tittar vi på World Value Survey ser vi att hela familjen Norden ligger samlade tillsammans på värderingskartan – länderna präglas alla av en hög grad av individualism, självförverkligande och sekulära värderingar. Norden sticker ut tillsammans.

SI har tidigare konstaterat att Sverige inte uppfattas som landet lagom internationellt och den bilden delar de nordiska grannländerna. Sverige ses som ett modernt, öppet välfärdsland, med hög levnadsstandard och som präglas av jämlikhet. Samtidigt finns det ett ifrågasättande av hur Sverige utvecklas och en uppfattning om svenskar som godtrogna. Denna bild speglas även i nyhetsrapporteringen där Sverige under förra året väckte uppmärksamhet utifrån hanteringen av pandemin, och sedan tidigare i frågor om brottslighet och migration. Det står klart att Sverige bevakas noga i grannländerna och intresset är djupare än vad vi kan se i andra länder. Och det kanske inte är så konstigt, vi delar historia och gränser. Denna rapport visar på en positiv grundsyn av Sverige i de nordiska länderna, även om en relativt stor andel uppger att bilden är under förändring.

Ett främjande av Sverige i Norden måste ta i beaktande att Sverige redan är mycket välkänt. Det finns ett starkt stöd för ökat samarbete med Sverige, vilket utgör en bra förutsättning för att möta gemensamma utmaningar. Sverige attraherar som turistdestination och som land att göra affärer med.

Sofia Bard, Chef Enheten för Sverigebildsanalys,
Svenska institutet

Kommentar: Vår älskade dystopi

Jag brukar ibland definiera Norden som en samling länder med ett komplicerat förhållande till Sverige. Svenska institutets färsk rapport visar att den nordiska Sverige bilden präglas av en grundmurad vänskap och kärlek. Men samtidigt finns det många komplicerande faktorer: man kan kalla det lillebrorskomplex om man vill.

I ett längre historiskt perspektiv är Danmark och Sverige arvfjender som har världsrekord i antal krig mellan två länder. Finland och speciellt Norge har i sin tur trauman från tider då man styrdes från Stockholm. Det finns en bitterhet över att Sverige inte ställde upp för oss tillräckligt under andra världskriget och en avundsjuka som växte fram då Sverige under efterkrigstiden växte fram som en av Europas ledande industrimakter. Längre fick vi också se oss förnedrade av Sverige i våra nationalsporter skidor, ishockey eller fotboll. Men framför allt har vi irriterat oss på den svenska arrogansen, på asymmetrin i vårt förhållande, på att vi vet så oändligt mycket mera om Sverige än svenskar vet om oss.

Sverige har fortfarande en alldeles speciell position i de samhällsliga och politiska debatterna i Danmark, Finland och Norge (mindre så på Island). Det går knappt en dag utan att våra politiker, ledarskribenter eller kolumnister gör någon form av jämförelse till Sverige.

Sverige bilden är också väldigt politiserad. Sedan folkhemmets glansdagar har vi vant oss tänka på Sverige som en föregångare, ett framtidsland som vi antingen förfäras över eller beundrar och vill ta efter. Också under de senaste årens debatter om corona, invandringen, #metoo och Greta Thunberg har Sverige spelat rollen som en förväntningshorisont mot vilken vi speglar vår egen verklighet och våra politiska val.

Sverige har alltid delat opinionen i grannländerna, men som det framgår av denna rapport är det många som upplever att deras bild av Sverige försämrats under de senaste åren. För att spetsa till det kunde man säga att framtidslandet Sverige inte längre är en utopi vi hatar att älska, utan en dystopi vi älskar att hata. Vad har hänt?

En undersökning om ”bilden av Sverige i Norden” säger antagligen lika mycket om grannländerna som den säger om Sverige. Under de senaste åren har vi sett en reaktion

mot den liberalistiskt globalistiska epoken sedan ”historiens slut”, en reaktion som tagit sig i uttryck både i en ny progressiv ekonomisk vänsterrörelse (Corbyn, Sanders) och i en främlingsfientlig högerpopulism (Trump, Orban). Speciellt för de senare har det ”naiva” Sverige blivit ett slagträ i debatten, inte bara i USA och Östeuropa, utan också i Norden där ”svenske tilstander” blev ett uttryck för en dystopisk framtid präglad av oroligheter i förorter, skjutningar och gängkriminalitet.

Samtidigt tror jag det skulle vara ett misstag att avfärda den försämrade Sverige bilden som ett utslag av en växande högernationalism. Den svenska hanteringen av coronapandemin har också förstärkt bilden av ett nyliberaliserat Sverige där decentraliseringen och privatiseringen av centrala samhällsliga funktioner gått för långt. Sverige bilden handlar inte längre om det stabila och trygga (om än kanske lite byråkratiska och tråkiga) välfärdssamhället, utan om ett land Sverige är landet där butikerna aldrig är stängda, där tågen är försenade och posten inte kommer fram, där skolorna är segregerade efter samhällsklass.

Sverige bilden är politiserad i grannländerna för att det handlar om vår egen framtid. Därför finns det också en risk för att de negativa bilderna dominerar. Denna undersökning betonar också att kärleken till Sverige lever och mår bra. Den försämrade Sverige bilden har inte påverkat grannarnas vilja att besöka, göra affärer eller samarbeta med Sverige. Det är lika självklart som det är viktigt att lyfta fram.

Lika viktigt är det att notera hur pandemin har väckt det slumrande intresset för Norden i Sverige – något som denna undersökning i sig själv är ett tecken på. Sverige har inte längre råd att framstå som en arrogant storebror. Och det är vi glada för, för det nordiska samarbetet har historiskt sett alltid fungerat bäst om Sverige haft en drivande roll. Vi är ju trots allt en samling länder med ett komplicerat förhållande till Sverige.

Johan Strang, biträdande professor
Centrum för Nordenstudier, Helsingfors universitet

Sammanfattning

Hög kännedom om Sverige

Kännedomen om Sverige är hög i de nordiska länderna. Högst är kännedomen i Norge, medan den är något lägre på Island. Men även om fler på Island anser sig ha en begränsad kännedom om Sverige så vet de allra flesta åtminstone något om Sverige, vilket inte är fallet i länder utanför Norden. Det är även vanligare att ha erfarenhet av Sverige i de nordiska länderna än i andra länder. Norden särskiljer sig därmed genom en mer utbredd kännedom och erfarenhet av Sverige jämfört med andra länder.

Positiv bild av Sverige

Bilden av Sverige är generellt positiv. Mest positiv är den i Norge, medan man i Finland har en mer neutral inställning. Andelen positiva i Norden är i nivå med den i andra länder.

De som har en hög kännedom om Sverige är oftare positiva till Sverige, vilket också är vanligt i länder utanför Norden. Men i nordiska länder är det också en mindre andel av dessa som har en negativ uppfattning om Sverige.

En relativt stor andel anger att deras bild av Sverige har förändrats det senaste året. Vanligast är att de uppger att bilden har försämrats. En relativt liten andel uppger att den har förbättrats. De allra flesta anger dock att bilden försämrats i mindre grad. Uppfattningen att man har fått en försämrad bild är inte lika vanlig utanför Norden, där är det istället vanligare att uppge att man har fått en förbättrad bild det senaste året.

De vanligaste orsakerna som anges till den försämrade bilden är Sveriges hantering av coronapandemin, följt av brottslighet och migration.

Liknande associationer till Sverige

Associationerna till Sverige är liknande i nordiska länderna. Sverige beskrivs generellt i positiva ordalag som vackert, modernt och öppet. Sverige anses framförallt vara en positiv aktör på den internationella arenan, speciellt i form av att man har goda relationer till andra länder. Vad gäller svensk kultur, svenska innovation och sport är kunskaperna något lägre, men man är generellt positiv. Det som däremot tycks leda till viss oenighet är synen på det svenska samhället.

Även om de flesta anser att Sverige är ett välfärdsland som präglas av jämlikhet så anser en relativt stor andel, särskilt i Finland och Norge, att Sverige utvecklas i fel riktning. Det finns även en grupp som anser att Sverige är naivt. Respondenternas egna politiska åsikter polariserar svaren på denna fråga.

Stort intresse för Sverige i nyhetsrapporteringen

Det finns ett stort intresse för Sverige i de nordiska ländernas nyhetsrapportering. Sverige är mer omskrivet än något annat nordiskt land i Norden, och vanligt förekommande tematiker är coronapandemin, sport, brottslighet och migration. Beskrivningarna av Sverige är motstridiga. Å ena sidan beskrivs det som att Sverige har misslyckats, inte sällan i relation till de andra nordiska länderna. Å andra sidan framstår Sverige som ett föregångsland, som ligger före andra nordiska länder i olika aspekter. En tredje bild är att Sverige tror sig veta bäst, ett land där man inte vill inse eller erkänna misstag.

Starkt stöd för ökat samarbete med nordiska länder

Det finns ett starkt stöd för ökat samarbete mellan det egna landet och Sverige. Även en del av de som fått en mindre fördelaktig bild av Sverige det senaste året vill se ett ökat samarbete med Sverige.

De som vill se ökat samarbete med Sverige tenderar att ha en positiv bild av Sverige, och anser ofta att Sverige har relevanta kunskaper inom en mängd områden. Det är dock inte alltid man anser att Sveriges styrkor är de samma som de viktigaste utmaningarna i det egna landet. Viktiga frågor i det egna landet anses ofta vara hälsa och social välfärd, samt arbetslöshet. Sveriges styrkor anses snarare vara jämställdhet och jämlikhet, vilka enbart anses medelviktiga i det egna landet.

Det finns dock vissa indikationer på att Sveriges relation mot det egna landet kunde vara bättre. Sverige anses av vissa inte karakteriseras av omtänksamhet, och vissa går längre och menar att Sverige kan ha en arrogant framtoning,

Inledning

Svenska institutet (SI) genomför löpande studier av bilden av Sverige utomlands. Det som brukar kallas Sverige-bilden, eller snarare Sverige-bilder, är en bild eller bilder som är sammansatta av en stor mängd associationer som människor i andra länder förknippar med Sverige. Människors uppfattningar bygger i sin tur på upplevelser av deras omvärld genom vänner, familj eller vistelser i andra länder, men även på bilder och intryck från till exempel film, litteratur, nyheter och sociala medier. SI:s erfarenhet är att bilderna av ett land byggs upp under lång tid och att de förändras långsamt.

Hur bilden av Sverige ser ut i de andra nordiska länderna har SI dock inte någon djupare kunskap om. Den studie SI har gjort fokuserade specifikt på bilden av Sverige efter flyktingvågen 2015 och inkluderade Danmark och Norge.¹

Givet de ovan nämnda aspekter som bygger upp bilden av ett land skiljer de nordiska länderna ut sig mot andra delar av världen av flera anledningar. För det första gör den geografiska närheten att det finns många mellanmänniska kopplingar mellan länderna. Det är relativt vanligt att bosätta sig i andra nordiska länder, vilket gör att annan nordisk härkomst är ett av de vanligaste icke svenska ursprung för bosatta i Sverige.² På grund av den geografiska närheten är även arbetspendling mellan nordiska länderna frekvent förekommande,³ och medborgare från dessa länder står även för en stor andel av turismen till Sverige och konsumtionen vid besök⁴. De nordiska länderna är även viktiga ur ett handelsperspektiv. Norge, Danmark och Finland utgör bland de viktigaste marknaderna för svensk import och export. Det finns även en strävan att samarbeta över nationsgränserna, där den gemensamma visionen för de nordiska statsministrarna är att Norden ska

vara den mest hållbara och integrerade regionen 2030.⁵ Pandemin har dock utsatt det nordiska samarbetet för påfrestningar, och den svenska regeringen har uttryckt behovet av ett närmare nordiskt samarbete.⁶

För det andra liknar länderna varandra, inte minst vad gäller värderingar. I undersökningen *World Value Survey* där medborgare i ett stort antal länder intervjuas om sina värderingar särskiljer sig de nordiska länderna gentemot andra länder genom den utbredda individualismen och sekularismen. Synen på de nordiska länderna är även homogen i ett internationellt perspektiv. I den årliga undersökningen *Nations Brand Index* rankas 50 länder efter hur de uppfattas utomlands. De nordiska länder som ingår är Danmark, Finland, Norge och Sverige. Generellt rankas de liknande i aspekter som samhällsstyre, export och kultur. Sverige är dock något mer välkänt än de andra nordiska länderna, och rankas generellt något högre inom alla områden.⁷ Även när de nordiska länderna rankas efter prestation anses de ligga i framkant inom områden som samhällsutveckling, hållbarhet, jämställdhet och innovation.⁸

Denna studie syftar till att öka kännedomen om hur man i Norden ser på Sverige och skapa insikter för ett fortsatt samarbete och Sverige-främjande. Denna studie avser att besvara följande frågeställningar:

- Vilken kännedom har man om Sverige i Norden?
- Vilken attityd till Sverige har man i Norden?
- Vad associerar man med Sverige i Norden?
- Är bilden av Sverige i förändring i Norden?

¹ SI genomförde en studie 2017 där bl.a. Danmark och Norge ingick, *Bilden av Sverige efter flyktingkrisen*. I studien är dock flyktingkrisen huvudfokus, vilket gör att den allmänna bilden av Sverige i Norden inte framgick. I studien ingick också enbart 500 respondenter per land, vilket kan göra det svårt att analysera resultaten på ett djupare genom nedbrytningar av olika bakgrundsfaktorer mm. I denna rapport kommer dock referenser göras till övergripande resultat i den tidigare studien när så är möjligt. Andra länder som ingick i studien var Polen, Storbritannien, Turkiet, Tyskland och Ungern.

² Gäller härkomst från Danmark, Finland och Norge. SCB:s Befolkningsstatistik 2020 egen sammanställning

³ Nordiskt samarbets sammanställning av arbetspendling 2008 och 2005. Vanligast är arbetspendling från Sverige till Norge, och näst vanligast är arbetspendling från Sverige till Danmark. Tredje vanligaste är arbetspendling från Danmark till Norge.

⁴ Tillväxtverkets gränsundersökning IBIS 2014

⁵ Nordiskt samarbets vision 2030

⁶ Utrikesdeklarationen 2021 och Budgetpropositionen 2021 s 25

⁷ Nation Brands Index 2010-2020, egen sammanställning

⁸ Visar sig exempelvis genom ranking i index som Human Development Index, Global Democracy Index, World Press Freedom Index, Gender Inequality Index, Sustainable Development Goals Index och European Innovation Scoreboard

Metod

I den här rapporten undersöks människors bild av Sverige och mediebild av Sverige i Norden. Bilden av Sverige, som utgör huvuddelen av studien, baseras på enkät svar från en allmänhet i Danmark, Finland, Island och Norge. Enkätundersökningen som ligger till grund för undersökningen var webbaserad och genomfördes av undersökningsföretaget Novus under perioden november-december 2020. Totalt insamlades runt 1 000 svar i respektive land, från slumpmässigt utvalda medborgare över 18 år. För att göra enkät svaren representativa mot befolkningen i respektive land har kvoturval använts. På så sätt speglas den nationella fördelningen av kön och ålder i respektive land.

Enkäten bestod av 22 frågor där respondenterna ombads skatta sin kännedom om Sverige, hur positivt eller negativt de uppfattar Sverige samt vad de associerar med Sverige. Merparten av frågorna var flervalfrågor, där en femgradig skala användes. För att fördjupa svaren fanns även fritextfrågor där respondenterna gavs möjlighet att själva fritt ange ett svar, exempelvis gällande orsaken till att deras bild av Sverige förändrats det senaste året.

För att få relevans i svaren exkluderas respondenter som anger att de aldrig har hört talas om Sverige. I denna studie var det dock enbart ett fåtal respondenter som inte hört talas om Sverige, varför nära 1 000 respondenter slutförde enkäten i varje land.

I rapporten görs ibland jämförelser med resultat från andra enkätstudier. Det handlar då dels om tidigare resultat från nordiska länder, Danmark och Norge, i SI:s studie *Bilden av Sverige efter flyktingkrisen* (2017), kort beskriven ovan i inledningen. Det handlar även om studier som SI genomfört under samma period som denna studie men i andra länder. Dessa studier rör bilden av Sverige i central- och Östeuropa samt Ryssland.⁹

⁹ *Bilden av Sverige i central- och Östeuropa* (2021) och *Bilden av Sverige i Ryssland* (2021) finns tillgängliga på si.se. I den förstnämnda studien ingick länderna Armenien, Belarus, Georgien, Moldavien, Polen, Slovakien, Tjeckien, Ukraina och Ungern. Rapporten *Bilden av Sverige efter flyktingkrisen* (2017) finns också på si.se, men vissa uppgifter som används vid jämförelser i denna rapport publicerades inte i rapporten utan återfinns enbart i underlaget till rapporten, vilket inte finns tillgängligt på hemsidan.

	Antal respondenter som påbörjade enkäten	Antal respondenter som slutförde enkäten
Danmark	1 000	999
Finland	1 002	999
Island	1 002	999
Norge	1 000	997

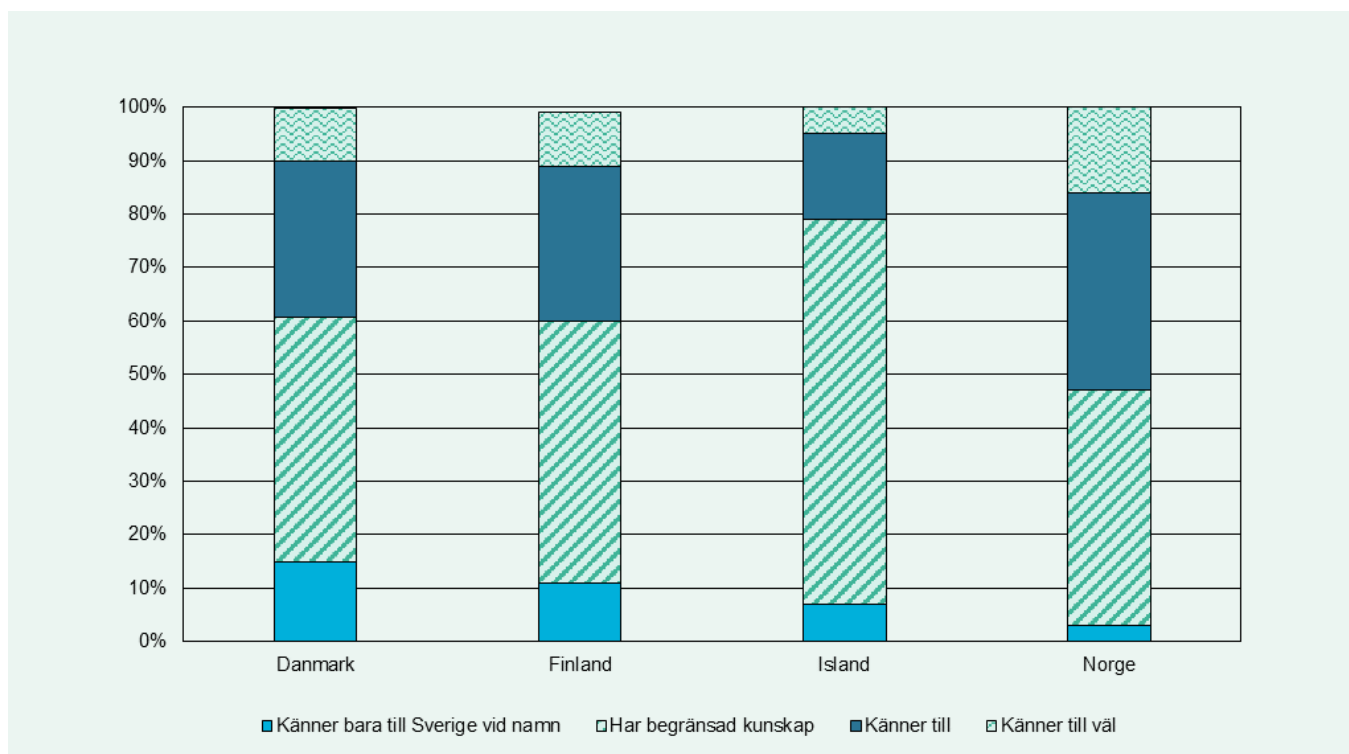
Figur 1: Antal enkät svar i respektive land. Differensen mellan de som påbörjade och de som avslutade enkäten är det antal respondenter som angav att de aldrig hört talas om Sverige.

För den andra delen, mediebild av Sverige i Norden, har digitala verktyg använts för att samla in en stor mängd nyhetsartiklar och inlägg på sociala medier, bloggar och forum. Sökningen gjordes brett där varianter av termer som ”Sverige”, ”svensk”, språket ”svenska” och namn på de största svenska städerna användes. Analysen är avgränsad till de inlägg och artiklar som publicerades under 2019 och 2020. Till grund för analysen nyttjades digitala verktyg för automatiserad innehållsanalys. För att ta ut narrativ om Sverige kompletterades den automatiserade analysen med en manuell läsning av ett urval av artiklar. På varje språk lästes de 100 mest delade artiklarna under perioden, samt ett slumpmässigt urval av 200 artiklar ur de största medierna i respektive land.¹⁰

¹⁰ Danmark: berlingske.dk, borsen.dk, bt.dk, cphpost.dk, dr.dk, ekstrabladet.dk, information.dk, jyllands-posten.dk, nyheder.tv2.dk, Politiken.dk, tv2.dk
Finland: aamulehti.fi, hbl.fi, helsinkitimes.fi, hs.fi, iltalehti.fi, is.fi, kaleva.fi, kauppalehti.fi, mtvuutiset.fi, nelonen.fi, radionova.fi, savonsanomat.fi, stt.fi, supla.fi, ts.fi, yle.fi

Island: dv.is, frettbladid.is, kjarminn.is, mbl.is, ruv.is, stundin.is, vb.is, visir.is
Norge: abcnyheter.no, aftenposten.no, dagbladet.no, dagsavisen.no, e24.no, morgenbladet.no, nettavisen.no, nrk.no, tv2.no, vg.no

Kännedom om Sverige



Figur 2: Grad av kännedom om Sverige i Danmark, Finland, Island och Norge. I enkäten ställdes frågan "Hur väl känner du till Sverige?", där respondenter fick kryssa för ett av följande fem alternativ; "känner till väl", "Känner till", "Har begränsade kunskaper", "Känner enbart till Sverige vid namn" och "Har aldrig hört talas om". Med en hög grad av kännedom i texten nedan avses summan av de svarat "känner till väl" och "känner till", medan en låg grad av kännedom motsvarar "har begränsade kunskaper" och "känner enbart till Sverige vid namn".

Kännedomen om Sverige i andra nordiska länder är generellt hög. I enkäten ombads respondenterna att uppskatta hur väl de känner till Sverige, och i genomsnitt är det 38% som har en hög grad av kännedom om Sverige i Norden. Med hög kännedom avses här de som svarat att de känner till Sverige väl eller känner till Sverige, i motsats till att man har begränsad kännedom eller enbart känner till Sverige vid namn. På andra platser i världen är kännedomen ofta lägre.

I de andra studier som SI genomfört är det i snitt 15% som har en hög kännedom.¹¹ Snittet gäller kännedomen på geografiskt skilda platser som central- och Östeuropa, mellanöstern och Ryssland. Den högre kännedomen i Norden visar sig också genom att man inte misstar Sverige för exempelvis Schweiz i fritextsvaren, något som varit fallet i andra studier trots att man uppger att man har

kännedom om Sverige. Resultaten bekräftas av slutsatserna i en tidigare studie genomförd av SI, om flyktingkrisen, där respondenterna ställdes kunskapsfrågor om svensk politik och samhälle. I Danmark och Norge visade man sig ha en högre grad av kunskap jämfört med länder som exempelvis Tyskland och Polen¹².

Det finns tydliga variationer i kännedomen om Sverige mellan de nordiska länderna. Som högst är kännedomen i Norge, där 53% har en hög grad av kännedom, och enbart 3% anger att de enbart känner till Sverige vid namn. Som lägst är kännedomen på Island där 21% har en hög grad av kännedom om Sverige. Andelen med hög kännedom om Sverige är därmed nästan i nivå med genomsnittet på andra platser i världen. Samtidigt är inte andelen som enbart känner till Sverige vid namn så mycket högre på Island (7%) jämfört med i Norge. Här skiljer också Island ut sig

¹¹ Baseras på SI:s studier av Sverige-bilden i Central- och Östeuropa samt Ryssland under slutet av 2020.

¹² I den tidigare studien *Bilden av Sverige efter flyktingkrisen* (2017) framkom dock att respondenter i Storbritannien också hade hög kännedom om Sverige, högre så än i Danmark och Norge.

mot andra delar världen, där denna andel är avsevärt högre, uppåt 30-40%. Även om kännedomen på Island inte är hög, så vet man ändå något om Sverige och det svenska samhället.

I både Finland och Danmark är det knappt 40% som har en hög grad av kännedom, vilket är markant högre än på Island. Samtidigt är det också en något högre andel som enbart känner till Sverige vid namn, 15% i Danmark och 11% i Finland. Det tycks därmed som att kännedomen om Sverige är något mer varierande i Finland och Danmark.

Skillnader i erfarenhet av Sverige mellan länderna

Att fler har en högre kännedom om Sverige i Norge jämfört med på Island kanske inte är så förvånande. Norge är det land där flest respondenter har erfarenhet av Sverige. Respondenterna i Norge har ofta själva besökt Sverige (69%), och de reser regelbundet till Sverige för shopping (29%). Men man har också ofta släkt och vänner i Sverige (34%), och tar del av svensk kultur (42%). Det är också vanligt att ha flera olika typer av erfarenhet av Sverige. Enbart 3% av respondenterna i Norge hade inte någon erfarenhet av Sverige. På Island är motsvarande siffra 14%. En majoritet på Island har förvisso besökt Sverige någon gång (52%), och man har lika ofta släkt eller vänner i Sverige (33%) som i Norge, men man reser inte frekvent till Sverige för shopping (1%). Man tar inte heller del av svensk kultur i samma utsträckning (27%). En något större andel av respondenterna på Island har dock vistats i Sverige under en längre period.

Något förvånande är att respondenter i Danmark också har en lägre erfarenhet av Sverige än i Norge. Hela 15% uppger att de inte har någon erfarenhet av Sverige, vilket är i linje med nivån på Island. Även andra erfarenheter är i linje med de på Island, som resor till Sverige i jobbsammanhang eller som turister (58%) och konsumtion av svensk kultur (23%). Men man har mer sällan släkt och vänner i Sverige (21%) än på Island. Trots detta tycks man i Danmark ändå ha en högre kännedom om Sverige än på Island.

I en internationell kontext så är dock erfarenheten i Danmark och på Island relativt hög. I andra länder är det i genomsnitt 45% som inte har någon erfarenhet av Sverige, vilket är markant större andel än i Norden. I länder utanför Norden tycks därmed erfarenheter av Sverige vara

koncentrerad till en mindre grupp, medan det i Norden snarare tycks vara gemene man som har erfarenhet av Sverige.

Hög kännedom hos de med erfarenhet av Sverige

De grupper av respondenter som har en högre kännedom om Sverige är desamma i alla länder i undersökningen. För det första är det tydligt att personer med erfarenheter av landet tenderar att ha en högre kännedom. Det gäller vitt skilda erfarenheter som att ha bott i landet och att köpt produkter från landet. De med en högre kännedom tar även oftare del av information om Sverige. Detta mönster ligger i linje med resultaten i tidigare studier från SI. Sambandet mellan erfarenhet och kännedom bekräftas dock ytterligare i Norden genom frågan om förståelse i svenska språket, då de som har en hög kännedom även tenderar att ha en hög förståelse i svenska språket.

För det andra finns det demografiska faktorer som tenderar att vara vanligare bland de med en hög kännedom om Sverige. Exempelvis har de oftare en universitetsutbildning, bor oftare i en större stad och är oftare män¹³. På samma sätt tenderar de med en lägre kännedom att vara personer utan universitetsutbildning och vara kvinnor.

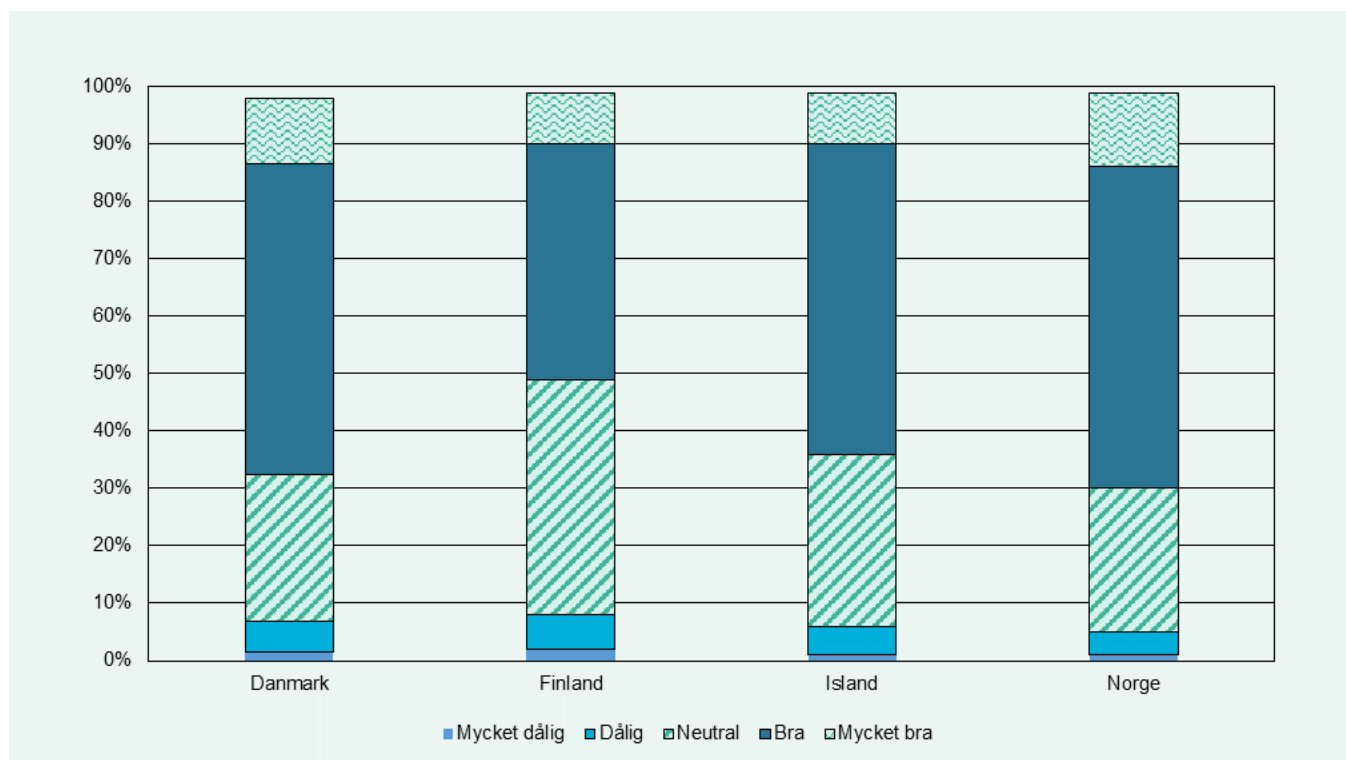
Något som sticker ut är att det oftare är äldre, över 50 år, som har en lägre kännedom om Sverige. I tidigare studier har det varierat vilken åldersgrupp som har en högre kännedom, men det finns en tendens att det är äldre personer. Ett förhållande som kan anses logiskt då de har haft längre tid på sig att skaffa sig erfarenhet och information om världen. Att yngre har en hög kännedom i nordiska länder skulle kunna vara en effekt av den nära kopplingen och stora erfarenheten mellan länderna, vilket gör att yngre personer anser sig ha en högre kännedom om Sverige. Varför den är högre än bland äldre är dock svårare att förklara.

En viktig aspekt att hålla i åtanke är att sambandet mellan erfarenhet och kännedom kan gå åt båda hållen. Resultaten i denna studie säger inget om huruvida erfarenhet och mer information om Sverige ger ökad kännedom om Sverige, eller om man pga. hög kännedom om Sverige läser oftare om Sverige och besöker Sverige. I nordisk kontext torde detta samband även växelvis kunna påverka varandra.

¹³ Det finns en signifikant skillnad i undersökningen vad gäller kännedom mellan kvinnor och män. Men då enkäten bygger på självuppskattningar av respondenterna så finns det anledning att inte direkt dra slutsatsen att resultaten har bäring på kännedomen om Sverige. I undersökningar så tenderar kvinnor att oftare svara "vet ej" eller liknande, så även i denna studie. Resultaten kan därmed belysa andra skillnader i samhället än just kännedom om Sverige. Samtidigt finns

det dock mönster som tyder på att män i vissa länder oftare har erfarenhet av Sverige, så som att de pendlar till Sverige i jobbsammanhang, vilket kan antas leda till högre kännedom. Det är därför svårt att avgöra vilken roll kön spelar för kännedom.

Attityd till Sverige



Figur 3: Attityd till Sverige. I enkäten ställdes frågan "Baserat på allt som du vet eller hört om Sverige vad är din övergripande uppfattning om Sverige?" Respondenterna fick följande fem svarsalternativ; "Mycket bra", "Bra", "Neutral", "Dålig" och "Mycket dålig" samt "Vet ej". I grafen redovisas inte "Vet ej" som ett svarsalternativ, men är orsaken till att staplarna inte helt utgör 100%. I undersökningen var det mellan 1-2% som angav "vet ej".

Bilden av Sverige är generellt sett fördelaktig i de nordiska länderna. I enkäten ombads respondenterna att svara på vad deras övergripande uppfattning om Sverige är. Av alla respondenter i Norden svarade en klar majoritet, 62%, att de har en positiv bild av Sverige, dvs. respondenterna har svarat att de har en mycket bra eller bra bild av Sverige. Det är också en relativt liten andel, mellan 8-5%, som har en negativ bild av Sverige. Hur Sverige uppfattas varierar dock något mellan länderna.

Bilden av Sverige är som mest positiv i Norge. Där är det högst andel som anger att man har en positiv bild, 69%, och lägst andel som har en negativ bild, 5%. Som minst positiv är bilden av Sverige i Finland. Där är det både en mindre andel som har en positiv bild, 49%, och en något större andel som har en negativ bild, 8%. Med andra ord skiljer Finland ut sig genom en större andel respondenter med en neutral uppfattning om Sverige. Andelen neutrala respondenter är 41% i Finland, jämfört med 25% i Norge. Anledningen är att de som har begränsad kunskap om Sverige oftare har en neutral bild

av Sverige i Finland. I de andra nordiska länderna har de istället oftare haft en bra bild av Sverige, den lägre kännedomen till trots.

I Danmark och på Island är uppfattningen om Sverige relativt likartad. Det är 65% respektive 63% som har en positiv bild av Sverige, vilket är något färre än i Norge men fler än i Finland. En mindre fördelaktig bild ligger på liknande nivåer i alla fyra länderna.

Uppfattningen om Sverige i de nordiska länderna är i linje med den i andra delar av världen. I de tio länder SI senast har gjort studier i har i genomsnitt 61% en positiv bild av Sverige. Det är nära exakt samma nivå som i Norden. I vissa länder var uppfattningen dock avsevärt mer positiv än i de nordiska länderna. Ukraina sticker ut som ett land där Sverige bilden är väldigt positiv med nära 80% positiva till Sverige. Men även andra länder i Europa tenderar att ha en något mer positiv bild av Sverige än i Norden. I dessa länder är det framförallt vanligare att Sverige anses "mycket bra" snarare än "bra". I vissa länder

är det uppåt 40-50% som har en mycket bra bild av Sverige, jämfört med 9-13% i de nordiska länderna.

Resultaten är i linje med i den tidigare studien i Danmark och Norge. Där visade sig medborgarna i alla de fem andra länderna som ingick i studien ha en mer positiv bild av Sverige än i Danmark och Norge. Mest positiv hade man i Tyskland, Storbritannien och Ungern.¹⁴

Hög kännedom inte enbart kopplat till positiv bild

I tidigare studier, SI:s och andras, har det visat sig finnas ett samband mellan hur väl man känner till Sverige och vilken uppfattning man har av landet. De med en högre kännedom tendera att också ha en mer fördelaktig bild. I den nordiska kontexten finns det dock tecken som tyder på att detta samband inte är lika tydligt som i andra länder.

Respondenter med en mer fördelaktig bild av Sverige tenderar att också ha en högre grad av kännedom om Sverige och de demografiska egenskaperna som särskiljer de med en högre kännedom. Vad gäller ålder så är de med en positiv bild ofta yngre, och ofta yngre kvinnor. Dessa resultat överensstämmer med resultat i tidigare studier av Sverige-bilden.

Till skillnad mot resultat i andra länder så tenderar de med en negativ bild också att ha en högre kännedom om Sverige. Detta är tydligast i Norge och på Island. Det ska dock påpekas att de med en negativ bild är få till antalet, varför dessa resultat bör tolkas med försiktighet. De med en mer negativ bild tenderar också, liksom de med en positiv bild, att ta del av information om Sverige oftare. En hög kännedom tycks därmed polarisera uppfattningen om Sverige. Detta bekräftas ytterligare av att de med högre kännedom oftare har starkast åsikt om Sverige, dvs de anger ofta att de har en ”mycket bra” uppfattning respektive en ”mycket dålig” uppfattning.

Det som särskiljer de med en negativ bild av Sverige är de oftare är män och själva angett att de står längst till höger politiskt på en femgradig skala.

Sverige attraherar främst som turistdestination

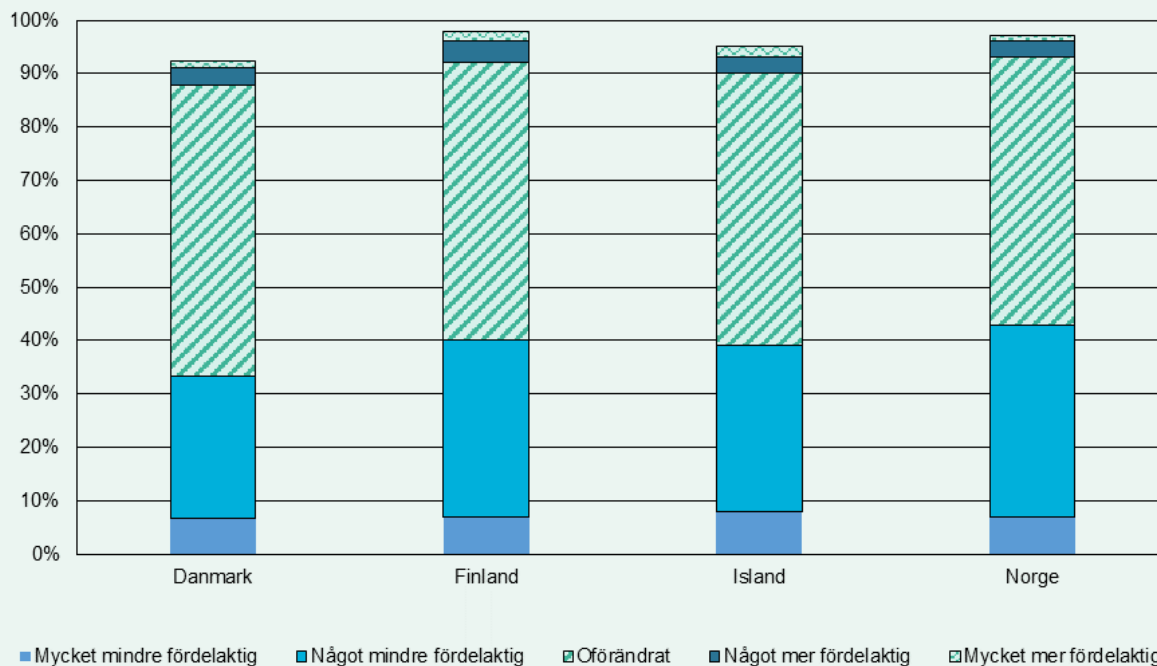
I enkäten ställdes även frågor om huruvida Sverige attraherar som land att åka till, bo i, studera i och göra affärer med. Av dessa aspekter anses Sverige framförallt intressant som turistdestination. I alla fyra länder är det över 60% som tycker att Sverige är ett attraktivt land att turista i, och i Norge hela 74%. Faktum är att turism är en vanlig aspekt även när man fritt associerar till Sverige. Framförallt tycks det vara den svenska naturen som lockar. Inte minst i Danmark, där man ofta associerar Sverige med stora orörda vidder, skidåkning och vistelser i skärgården. I Norge och Finland tenderar man att även nämna svenska storstäder och matupplevelser. Man fokuserar dock delvis på något olika saker, i Norge nämns attraktioner som Liseberg och Skansen medan man i Finland oftare nämner finlandsfärjor och kungahuset.

Att arbeta och bo i Sverige, eller studera i, är inte lika attraktivt i alla länderna. Som mest intressant anser respondenterna på Island det vore att bo och arbeta eller studera i Sverige, 48% respektive 58%. I Finland är intresset något lägre, framförallt vad gäller studier, men i Danmark och Norge är intresset snarast att bedömas som svalt. Det är enbart runt 20% som anser att det vore attraktivt att bo och arbeta eller studera i Sverige. I dessa länder är det istället en större andel, runt 30%, som anser att det vore oattraktivt att bo och arbeta i Sverige, medan 30-60% inte har en åsikt. Den stora andelen skeptiska och utan åsikt skiljer ut Norge och Danmark, även i jämförelse med andra europeiska länder.

Yngre, under 35 år, är de som oftare anser att Sverige både är attraktivt och oattraktivt, medan äldre mer sällan har en åsikt i dessa frågor. De som generellt har en negativ bild av Sverige anser även oftare att Sverige är mindre attraktivt att bo och arbeta i.

Sverige som land att göra affärer med tycks vara relativt attraktivt. Framförallt i Finland, där hela 66% av respondenterna bedömde det som intressant. Detta kan också knytas till de generella associationer man i Finland har till Sverige som land, där svenskt näringsliv och svensk ekonomi anses välfungerande. Inte minst svensk industri. I övriga länder är det mellan 30-40% som anser att det vore attraktivt att göra affärer med Sverige. Där är dock andelen som inte har en åsikt markant större, i Danmark hela 46%. Av de fria associationerna framgår att de mest kända svenska varumärkena är IKEA och Volvo, men en stor bredd av varumärken nämns.

¹⁴ Bilden av Sverige efter flyktingkrisen (2017)



Figur 4 Förändring av Sverige bilden. I enkäten ställdes frågan "På vilket sätt har din uppfattning om Sverige förändrats det senaste året?". Respondenterna gavs sex svarsalternativ; "Mycket mer fördelaktig", "Något mer fördelaktig", "Oförändrat", "Något mindre fördelaktig", "Mycket mindre fördelaktig" och "Vet ej". På denna fråga var det mellan 2-8% som svarade att de inte vet. :

Något förändrad uppfattning om Sverige

En relativt stor andel uppger att de har fått en förändrad bild av Sverige det senaste året. I Norden svarade i genomsnitt 44% att de ändrat uppfattning om Sverige. Även om det fortfarande är en majoritet som menar att de inte fått en förändrad bild i alla nordiska länder, så är andelen som uppger att de fått en förändrad bild något större än i andra länder där studier genomförts under samma tidsperiod. I Norden är det dessutom fler som uppger att de fått en försämrad bild av Sverige (39%).

Även om den upplevda förändringen av Sverige är som störst i Norge, 47%, så är skillnaden relativt liten mot i Danmark där den upplevda förändringen varit minst, 38%. Den upplevda förändringen i alla nordiska länder har i huvudsak varit till det negativa. Totalt uppger mellan 33-44% att de fått en försämrad bild, vilket kan jämföras med 3-6% som uppger att de fått en förbättrad bild. Merparten av dessa har dock angett att förändringen skett i mindre i omfattning. Mellan 7-8% anger att de fått en mycket försämrad uppfattning.

I Norden är det vanligare att man uppger att man har fått en försämrad bild jämfört med i andra länder. I andra studier SI gjort under liknande tidsperiod så har förändringen primärt varit till det positiva. I genomsnitt är det i dessa länder 27% som uppger att de fått en förbättrad bild under det senaste året, men i länder som Ukraina och

Moldavien är det över 40% som uppger att de fått en mer fördelaktig bild. Samtidigt är det enbart mellan 1-14% som anger att de fått en mindre fördelaktig bild av Sverige i andra länder, vilket är en markant mindre andel än i de nordiska länderna. Förhållandena är med andra ord nära på motsatta i Norden jämfört med i andra länder.

Coronapandemin vanlig orsak till försämrad uppfattning om Sverige

I enkäten ombads respondenterna att fritt beskriva orsakerna till att de uppger att de fått en förändrad uppfattning om Sverige. Nästan alla som uppgav förändring angav också ett fritextsvar. Då störst andel av dessa uppger att de fått en försämrad uppfattning är det totalt mellan 424 och 344 respondenter i respektive land som angett en orsak till en negativ förändring. Den vanligaste orsaken till en försämrad uppfattning är Sveriges hantering av coronapandemin. Det gäller i alla fyra länder, men som störst är andelen i Norge (63%) och minst vanligt är det i Danmark (45%). Man anser att Sveriges hantering av pandemin varit bristfällig eller felaktig. Argument som förs fram är att Sverige har misslyckats att skydda svenska medborgare i tillräcklig utsträckning, speciellt svaga grupper. I Danmark nämns migration (23%) och brottslighet (15%) oftare än i de andra länderna. Man anser att det finns problem med våld och kriminalitet, speciellt i vissa delar av landet. Det bör dock nämnas att "migration" inte alltid avser problem direkt relaterade till invandring och integration, utan

nämns även i kombination med problem med högerextremism och polarisering. Dessa svar är dock i klar minoritet jämfört med de som fokuserar på problem relaterade direkt till migration. I alla länder nämns dock de tre områdena pandemin, brottslighet och migration, och ibland gemensamt. Bilden som framkommer då är att Sveriges hantering av olika utmaningar har varit bristfällig. Det tycks i dessa fall även handla om att man anser det finns en ovilja från svensk sida att erkänna misstag och ändra inriktning. Denna uppfattning är dock inte ny då liknande resultat framkom i studien om flyktingkrisen 2017. I den studien var det vanligare att respondenter i de två nordiska länderna hade fått en försämrad bild av Sverige, och som anledning angavs hanteringen i migrationsfrågan.

De som uppger att de fått en förbättrad uppfattning är avsevärt färre, varför enbart mellan 32-55 respondenter har angett en orsak på positiv förändring. Deras svar skiljer sig ofta mot de som fått en försämrad bild genom att oftare utgöra något allmänt som att "Sverige är bra", alternativt något personligt som att man har besökt Sverige eller har fått en svensk kollega. De svarar dock i viss mån också svenska hanteringen av coronapandemin eller migrationen. Man anser då att det svenska samhället är öppet och att Sverige har prioriterat individens frihet.

Bilden av Sverige försämrad i vissa politiska läger

I tidigare avsnitt har konstaterats att respondenter med en högre kännedom också har vitt skilda åsikter om Sverige och det svenska samhället, baserat på ens egen politiska utgångspunkt. Sett till de som fått en förändrad uppfattning så tycks den tendensen ha förstärkts det senaste året.

De respondenter som uppger att de har fått en mer fördelaktig bild har också angett att de har en mer positiv bild av Sverige. Motsatsen är också tydlig, att de som uppger att de har fått en mindre fördelaktig bild också har en mer negativ bild. I vilken grad uppfattningen om Sverige påverkats av dessa förändringar är svåra att belägga. Vi vet helt enkelt inte om de som nu har en mindre fördelaktig bild tidigare hade en positiv bild av Sverige. Sett till svar på andra frågor tycks sannolikheten för att uppfattningen om Sverige försämrats större utsträckning vara låg.

För det första har de allra flesta angett att förändringen varit mindre omfattande. Detta indikerar att det enbart är mindre förändringar i attityden till Sverige som skett. För det andra tenderar de vanligaste orsakerna till förändringen att vävas in i en bild av Sverige som funnits under flera år. De orsaker som anges passar även tydligt in i en politisk kontext. I Danmark, Finland och Norge blir mönstret

tydligt genom att respondenterna som angett att de fått en försämrad uppfattning oftare positionerar sig själva längst till höger politiskt på en femgradig skala. De anser även oftare att migration och brottslighet är viktiga frågor i sitt eget land, men inte att Sverige har relevant erfarenhet inom detta område. På Island tycks dock inte samma politiska åsikter och prioriteringar ligga bakom en förändrad uppfattning. De som står till höger på Island tenderar inte att se migration och brottslighet som de viktigaste frågorna, utan hälsa och utbildning.

Även om det är vanligare att de som står till höger oftare fått en försämrad bild av Sverige så är det även andra som fått en mer negativ bild av Sverige. Framförallt i Finland och på Island tycks även de som står långt till vänster i viss mån fått en sämre uppfattning om Sverige. De urskiljer sig genom att ofta se jämlikhet och diskriminering som viktiga frågor, vilket skulle kunna vara en förklaring till en förändrad bild av Sverige. Dock tycks deras uppfattning om Sverige inte ha ändrats i grunden, man tycks fortfarande anse att Sverige präglas av jämlikhet och har relevant kunskap inom jämställdhet och jämlikhet.

Även om de är få så tenderar de som fått en mer fördelaktig bild att oftare stå i mitten politiskt, åtminstone i Danmark och Finland.

Yngre anger oftare förändrad bild av Sverige

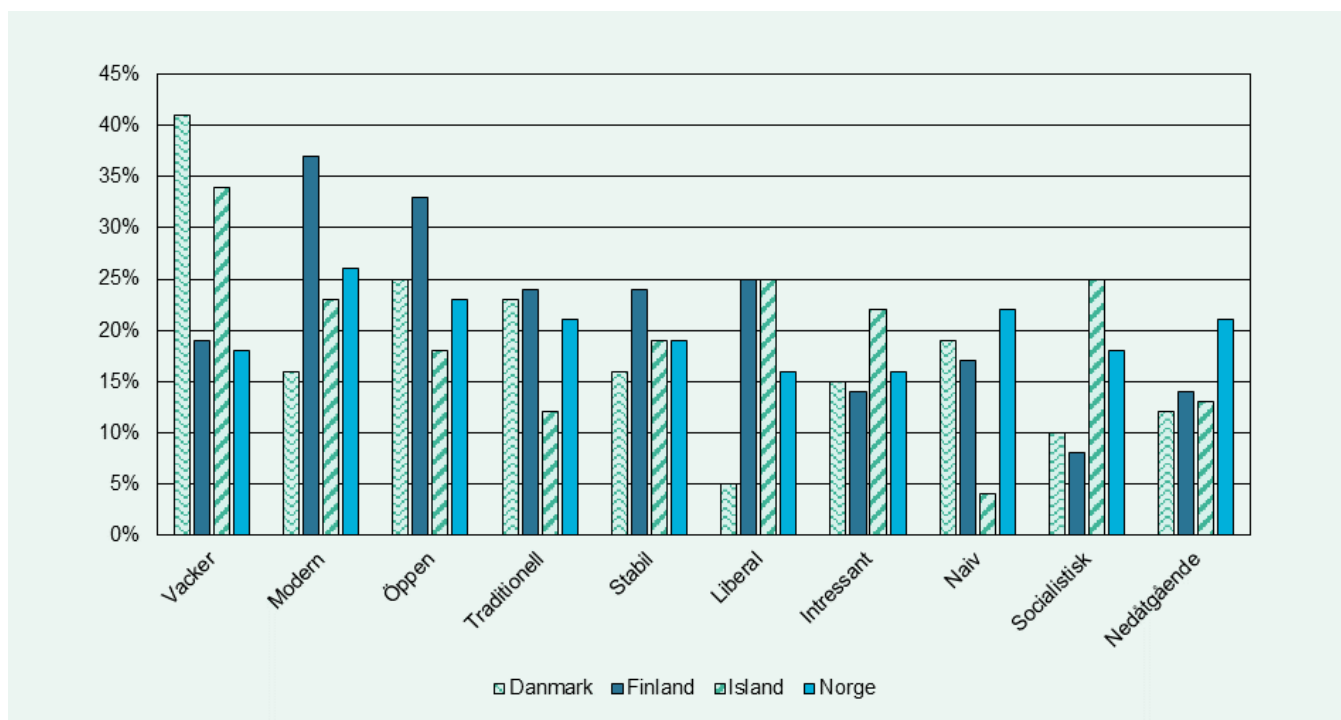
Framförallt är det yngre personer som fått en förändrad uppfattning om Sverige. I vilken riktning förändringen har gått skiljer sig dock mellan länderna.

I Finland och Norge är det oftare yngre, under 25 år, som fått en förändrad bild av Sverige, både förbättrad och försämrad. Framförallt handlar det om yngre män. Äldre personer, över 50 år, har mer sällan fått en förändrad bild av Sverige. Detta trots att yngre tenderar att mer sällan tar del av information om Sverige än äldre. När de tar del av information om Sverige handlar det i Norge oftare om hållbarhet, och i Finland oftare om social välfärd. Detta till skillnad mot äldre som oftare tar del av information om hälsofrågor. I Norge tar de även del av information om brottslighet och migration.

I Danmark är det både äldre och yngre som fått en förändrad bild. Även om de är få så finns en tendens att de som fått en mer fördelaktig bild vara yngre, medan äldre, över 50 år, oftare fått en mer negativ bild. Även i Danmark tar äldre oftare del av information om Sverige, och läser då om hälsofrågor, migration och brottslighet. Yngre har istället oftare läst om jämställdhet, jämlikhet och hållbarhet.

På Island finns inte några tydliga skillnader mellan olika ålderskategorier.

Associationer till Sverige



Figur 5: Associationer till Sverige. I enkäten ställdes frågan " Vilka av följande egenskaper, om några, associerar du med Sverige?". Respondenterna fick 25 svarsalternativ och kunde välja fem av dessa, Runt hälften av svarsalternativen är positiva och hälften negativa. Vissa alternativ utgör värderingar går inte att klassa som positiva eller negativa, som "progressiv". Svarsalternativet "vet ej" var det totalt 4-15% som angav. I grafen visas de svarsalternativ som i genomsnitt var vanligast i de nordiska länderna.

Associationerna till Sverige är relativt likalydande i de nordiska länderna. I enkätundersökningen ombads respondenterna att ange vad de associerade med Sverige, både genom fritextsvar och givna svarsalternativ. Bilden som framträder är relativt likalydande i de nordiska länderna. Sverige anses generellt vara ett vackert och modernt land som är öppet och stabilt. Det finns dock vissa motsatser. Den fjärde vanligaste associationen i Norden är traditionell, vilket får anses vara en motsättning till bilden av Sverige som modern. Denna bild är framförallt vanlig i Danmark, där det är fler som ser Sverige som traditionell än modern. I Finland, Norge och på Island är det däremot en övervikt av respondenter som svarat modern, men dubbelheten finns i alla länder.

Förutom egenskaper av Sverige så ombads respondenterna även svara på vad de främst associerar med Sverige inom specifika delar av det svenska samhället. Även här framkommer vissa motsättningar i bilden av Sverige.

Enhetlig bild av Sverige som god internationell aktör

Sverige anses generellt vara en ansvarstagande aktör internationellt. Framförallt är bilden att Sverige har goda relationer till andra länder, vilket mellan 63-74% instämmer med, samtidigt som enbart 3-1% inte höll med.

Nästan lika vanlig är bilden av att Sverige bidrar till internationell fred och säkerhet, och att skydda miljön. Att något färre är anser att Sverige agerar för internationell fred och miljön beror inte på att en markant större andel är kritisk till Sverige inom dessa områden, utan att en större andel har angett att de inte har kunskap om Sveriges agerande inom dessa områden. Speciellt tydligt blir detta i Danmark och på Island, där man genomgående tycks ha en lägre kunskap om mer specifika aspekter av Sverige. I Norge blir en lägre kunskap dock tydlig när det gäller frågan om att skydda klimatet. Finland sticker däremot ut som det land där störst andel både anser sig ha kunskap om Sverige som internationell aktör, och har en positiv bild av

det. I Norden är det dock generellt en mindre andel som anser att Sverige är ansvarstagande i frågor som rör fred och säkerhet respektive att skydda klimatet än i andra europeiska länder.

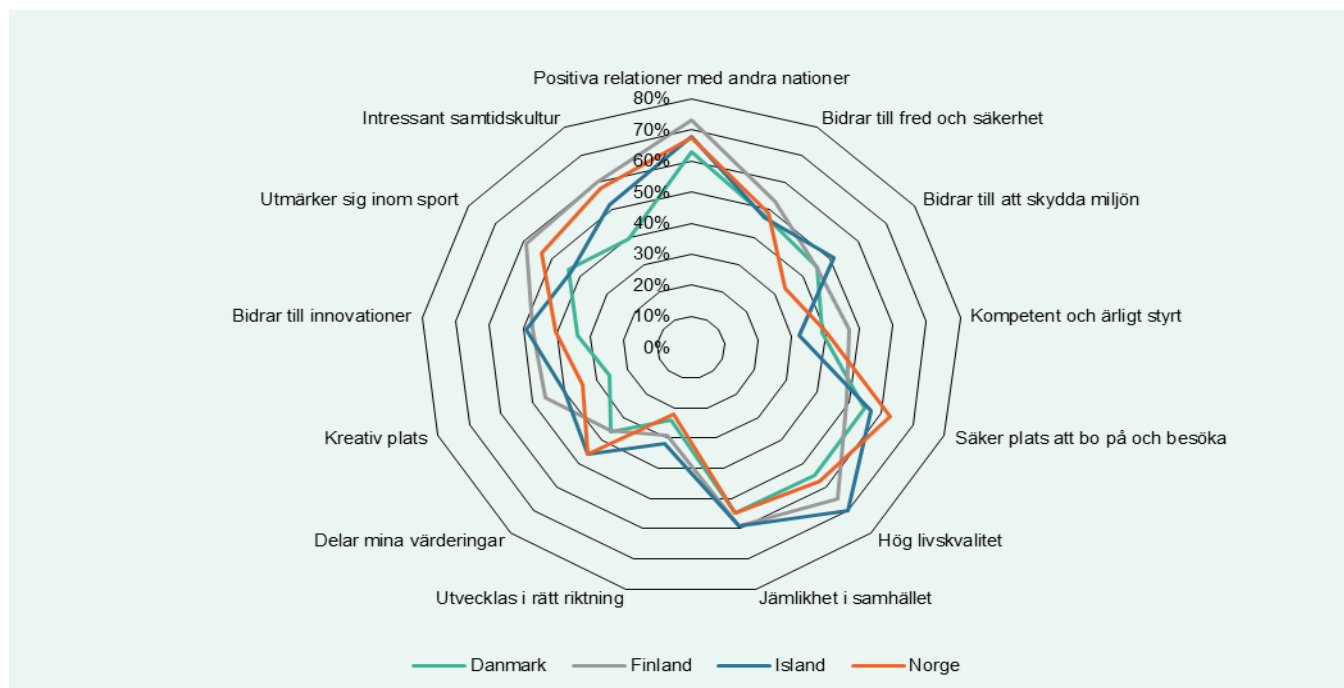
I fritextsvar om vad man associerar med Sverige nämns också internationella relationer i de nordiska länderna. Då rör det dock ofta inte Sverige som en aktör i världen i stort, utan specifikt relationen till det egna landet. Referenser görs exempelvis till Sverige som "broderlandet", om gemensamma gränser och att Sverige i mångt och mycket liknar det egna landet. Det talas även om det "nordiska", och den "nordiska modellen". Bilden av Sverige som "storebror" framträder också, men tycks vara tudelad. Förutom att det nämns i sammanhanget av att Sverige är ett föregångsland, något att se upp till, så anses Sverige även ha en nedlåtande attityd mot grannländerna. Det faktum att svarsalternativet "omtänksam" fanns med i enkätundersökningen men ytterst få ansåg att det karakteriserade Sverige är också något som är talande om synen på Sverige i grannländerna.

Delad syn på det svenska samhället

Den generella bilden av det svenska samhället är att det är en plats med hög livskvalitet och som präglas av jämlikhet. En majoritet av respondenterna i alla länder instämmer i denna bild av Sverige, och det är relativt få som inte håller med. Men till skillnad mot Sveriges internationella agerande tycks respondenterna ha mer varierade åsikter kring andra delar av det svenska samhället.

Den största kritiken tycks finnas kring den riktning som Sverige utvecklas i. I Finland och Norge är det nära 30% som inte anser att Sverige utvecklas i rätt riktning, och i Danmark är motsvarande andel 23% och på Island 14%. I Danmark är det även en relativt hög andel som anser att Sverige är ett osäkert land att bo och besöka (23%).

Åsikten att Sverige utvecklas i fel riktning tycks dock inte primärt riktas mot hur Sverige styrs, då det enbart är mellan 10-14% som är kritiska till styret. Inte heller tycks det handla om att man anser att landets värderingar är fel, vilket 10-17% anser. Utan kritiken tycks handla om något annat. En hint kan vara att runt 20% i Norge, Danmark och Finland ser Sverige som naivt.



Figur 6: Associationer till specifika aspekter av Sverige. I enkätundersökningen ställdes frågan "I vilken utsträckning håller du med om följande uttalanden om Sverige?" Respondenterna gavs 13 påståenden om Sverige och ombads ange i vilken grad man håller med om påståendena på en femgradig skala. I grafen visas andelen som angav att man höll med i någon utsträckning, dvs de som angav "instämmer helt" eller "instämmer delvis".

Av fritextsvaren framkommer ibland att man inte anser att Sverige tar problem på allvar och inte vill ändra inriktning. Exempel på problemområden som lyfts fram i fritextsvaren är migrationsfrågor, brottslighet och coronapandemin. Detta framkommer inte enbart som orsaker till en förändrad bild, utan är även något som vissa associerar till Sverige generellt. Denna syn tycks heller inte vara ny, utan framkommer även i Danmark och Norge 2017. I rapporten som fokuserar på flyktingkrisen ges bilden av hanteringen av flyktingkrisen specifikt, vilken man ansåg att Sverige hanterade ”naivt” vilket skapade problem i samhället. Denna bild tycks vidare vara unik för de nordiska länderna i studien. I de andra länderna var bilden istället att Sverige hanterade situationen realistiskt, eller att Sverige kunde gjort mer för att hjälpa flyktingar.

Som framkommit ovan så är kritiken mot svenska samhället inte lika stark i alla länder. Likt i bilden av Sverige som internationell aktör tycks respondenterna i Finland vara mest insatta i frågor om det svenska samhället då de tenderar att genomgående ha en åsikt, antingen positiv eller negativ. En viss kritik tycks finnas även i Danmark och Norge, men den är inte lika stark. I Norge är det istället en större andel som är mer positiva till svenska samhället, medan det i Danmark är fler som anger att de inte vet. På Island tycks det vara en kombination av de två, dvs både att man oftare svara att man inte vet, och har en mer positiv inställning till det svenska samhället.

De nordiska ländernas bild av det svenska samhället skiljer sig mot den i andra europeiska länder. I alla nordiska länder tenderar man att ha ett mindre intresse för det svenska samhället. Det är även färre som anser att det svenska samhället är attraktivt, och det är fler som inte har en åsikt. Den skepsis mot utvecklingen i Sverige och till att Sverige är en säker plats som framkommit i Norden syns inte heller i andra länder.

Politisk tillhörighet färgar synen på svenska samhället

De som inte anser att Sverige styrs på ett kompetent sätt, är en säker plats och utvecklas i rätt riktning tenderar att oftare placera sig själva längst till höger politiskt på en femgradig skala. De tenderar även oftare att se brottslighet, migration och antikorrruption som viktiga frågor att adressera i sitt eget land. Motsatt är det oftare respondenter som placerar sig längst till vänster politiskt som oftare ser Sverige som jämlikt, att det är en säker plats och utvecklas i rätt riktning. De tenderar även att oftare se frågor inom klimat- och miljö som viktiga, liksom innovationer och internationell handel. Det är dock inte alltid de som håller välfärdsfrågor högt som håller med om att Sverige är ett välfärdsland. Exempelvis så tenderar respondenter som ser

jämlikhet som en viktig fråga mindre ofta se Sverige som jämlikt. På Island syns inte sådana tendenser.

Svenska innovationer, kultur och sport mindre känt

Att Sverige är en kreativ plats och ett land som bidrar till innovationer inom vetenskap och teknik är det få som inte håller med om. Däremot är det en större andel i länderna som anger att de inte vet huruvida Sverige är kreativt, nära 30% av respondenterna. Undantaget är Finland där man oftare anser sig vara insatt, och oftare också ser Sverige som kreativt och innovativt. Även en stor andel av respondenterna på Island ser Sverige som kreativt och innovativt, samtidigt som andelen som inte vet också är relativt hög. De som anser att innovationer och tillväxt är viktiga frågor i sitt eget land är även oftare de som anser att Sverige är innovativt. Detta gäller dock inte i Danmark, där man istället oftare anser att Sverige inte bidrar till innovationer. Bilden av Sverige som kreativt och innovativt är dock mindre vanlig i de nordiska länder jämfört med i andra europeiska länder.

Att Sverige är framstående inom samtidskultur och sport är det främst respondenter i Finland och Norge som håller med om, 54-60%. Men i alla länder är det få som inte håller med, istället är det fler som inte vet eller är neutrala. De referenser till kulturella uttryck som nämns i fritextsvaren är delvis äldre referenser i svensk kultur. Även om en bredd av associationer görs så är de vanligaste referenserna popbandet ABBA och barnboks författaren Astrid Lindgren. Detta är en bild som även framträder i andra länder, men det kan anses något förvånande att man har liknande referenser i Norden.

I fritextsvaren görs även ofta referenser till sporter och svenska sportutövare. I sammanhanget poängteras också att det råder viss konkurrens mellan länderna i form av en blinkning som att ”det är kul att besegra Sverige” eller att ”det är tur att vi är bättre än Sverige i sport”.

Historiska händelsers betydelse

Det finns vissa variationer i vad man associerar med Sverige som inte kan härledas till politiska skiljaktigheter. Här tycks istället vilken generation man tillhör spela en roll. Personer som är yngre än 50 år tenderar att oftare se Sverige som roligt, intressant, kreativt och modernt. Äldre personer däremot tycks istället se Sverige som stabilt, pålitligt, traditionellt och konservativt. Hur detta yttrar sig skiljer sig mellan länderna.

I Finland anser äldre oftare att Sverige är mer öppet och omtänksamt, medan det i Danmark istället är yngre som oftare har den bilden av Sverige. I Danmark anser äldre snarare att Sverige är tråkigt. Detta kan ha att göra med

vilka händelser som man starkast har kopplat till Sverige. I fritextsvaren har även historiska relationer lyfts, vilket indikerar att de fortfarande vara relevanta för synen på Sverige. I Norge handlar det exempelvis om den svenska neutraliteten under andra världskriget. I Finland nämns det faktum att Sverige inte varit krig på länge, men också Sveriges militära och civila stöd under andra världskriget. I Danmark och på Island görs däremot få historiska tillbakablickar. Vilken bäring detta har på Sverige bilden är dock svårt att fastställa i denna studie.

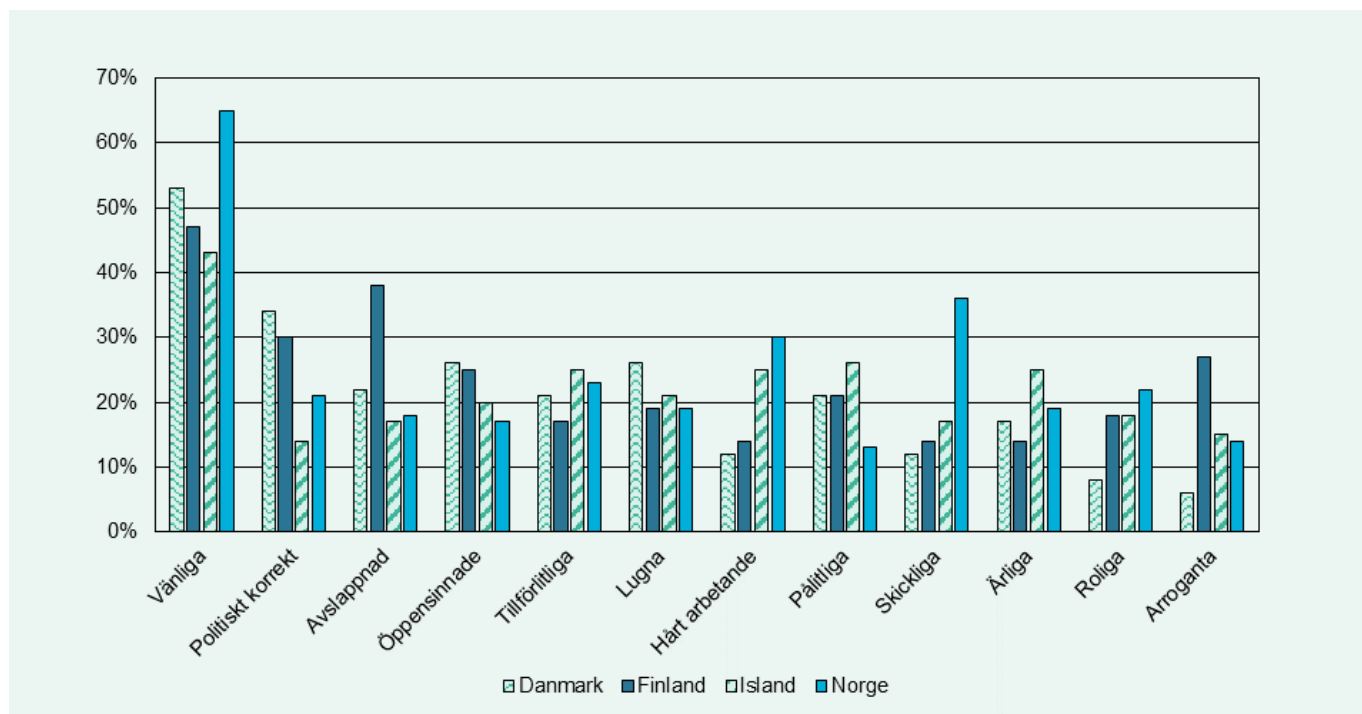
Mestadels positiv syn på svenskar

Svenska befolkningen associeras i huvudsak med positiva egenskaper. Den absolut vanligaste associationen i alla fyra länderna är att svenskarna är vänliga, vilket 43-65% anger. Av fritextsvaren framgår även att svenskar, speciellt i Norge, anses vara trevliga, hjälpsamma och ha hög arbetsmoral. Andra egenskaper som tillskrivs svenskar är avslappnade, lugna och tillförlitliga. Svenskar anses även vara öppensinnade och ärliga. Inte minst i Finland nämns i fritextsvaren att svenskar har ett annat förhållningssätt till kommunikation, att de är mer öppna för diskussion. Denna

positiva bild av svenskar tycks finnas även hos respondenter som är mer negativa till Sverige som land.

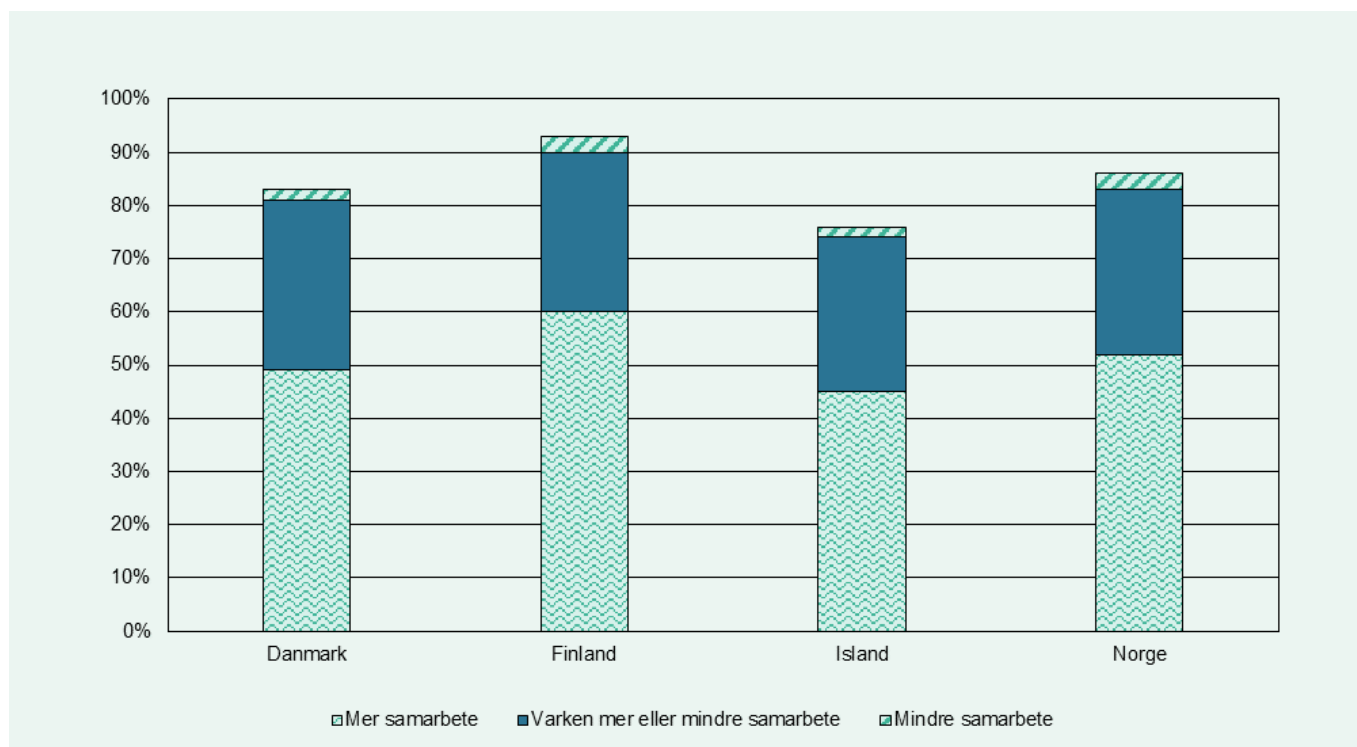
Även om svenskarna överlag beskrivs i positiva ordalag så finns det vissa mindre smickrande associationer. Exempelvis är ”politiskt korrekt” den näst vanligaste beskrivningen av svenskar. I fritextsvaren beskrivs svenskar också som konflikträdna, att man ofta strävar efter konsensus, och att man inte alltid ser verkligheten för vad den är.

Ett annat exempel på mindre positiv beskrivning är en egenskap som inte associeras med svenskar, ödmjukhet. I alla länder är det den positiva egenskap som associeras med svenskar i minst utsträckning, mellan 3-6%, vilket är lika sällan som de flesta negativa egenskaperna. Det kan vara av samma anledning som egenskapen ”arroganta” är mer framträdande, speciellt i Finland. Detta kan även kopplas till synen att Sverige som land saknar omtänksamhet. Även andra mindre positiva associationer till svenskar är vanligare bland respondenter som anser att Sverige utvecklas i fel riktning och är naivt. Det kan dock inte alltid kopplas till en sämre bild av Sverige. Att svenskar är politiskt korrekta delas även av de med en positiv bild av Sverige.



Figur 7: Associationer till svenskar. I enkäten ställdes frågan "Vilka av följande egenskaper, om några, associerar du med svenskar?". Respondenterna gavs totalt 22 egenskaper, och de hade möjlighet att välja fem stycken. Runt hälften av egenskaperna var positiva och hälften negativa. Ovan listas de 10 vanligaste associationerna i Norden.

Samarbete med Sverige



Figur 8: Samarbete mellan Sverige och det egna landet. I enkäten ställdes frågan "Skulle du vilja se mer eller mindre samarbete mellan [respektive land] och Sverige?". Respondenterna gavs fyra svarsalternativ; "Mer samarbete", "Varken mer eller mindre samarbete", "Mindre samarbete" och "Vet ej". Mellan 6-24% svarade att de inte visste. Dessa andelar syns i grafen som differensen mellan totala värdet på staplarna och 100%.

Runt hälften av respondenterna vill se ökat samarbete mellan det egna landet och Sverige. I enkäten ställdes frågan om man önskade mer, mindre eller oförändrat samarbete med Sverige. I genomsnitt svarade drygt 50% av respondenterna i Norden att de vill se ökat samarbete, men det finns skillnader mellan länderna.

Viljan till samarbete är störst i Finland, där 60% vill se ökat samarbete mellan länderna, medan det på Island är något färre som vill se ökat samarbete, 45%. En anledning till den något lägre andelen positiva till ökat samarbete på Island är troligen den lägre kännedomen om Sverige, vilket gjort att en relativt stor andel (24%) svarat att de inte vet om de vill ha mer eller mindre samarbete. I alla länder är det en relativt liten andel som vill se ett minskat samarbete med Sverige, 2-3%.

Positiva till Sverige vill se ökat samarbete i flera frågor

De respondenter som önskar mer samarbete med Sverige tenderar att ha en mer fördelaktig bild av Sverige. De

tenderar också att ha en högre kännedom om Sverige, och anger själva att de oftare står till vänster politiskt. I Norge tenderar det även oftare vara de som står i mitten politiskt som önskar ökat samarbete. Men även om det är vanligare att de med en positiv bild av Sverige vill se ökat samarbete så finns det också de med en mindre fördelaktig bild, eller som fått en försämrad bild, som vill se ökat samarbete. De som vill se ökat samarbete med Sverige tenderar också att anse att Sverige har relevant kunskap inom en stor mängd frågor, däribland inom klimat- och miljöfrågor, jämställdhet och jämlikhet samt innovation och teknisk utveckling.

De som önskar se mindre samarbete med Sverige är relativt få så det är svårt att säkerställa vad som kategoriserar dem, men de tenderar att ha en mindre positiv bild av Sverige och tenderar att placera sig längst till höger politiskt på en femgradig skala. Inget tyder på att de skulle ha lägre kännedom om Sverige än de som önskar ökat samarbete. Istället tycks de som har lägre kännedom vilja ha oförändrat samarbete, speciellt i Finland och Norge.

Det tycks även finnas ett visst mönster mellan att vilja se mindre samarbete med Sverige och att inte att anse att Sverige har några relevanta erfarenheter. Dessa respondenter tenderar även att se migration, fria och oberoende medier, rättsstaten och extremism som viktiga utmaningar i det egna landet, och anser inte att Sverige har relevant erfarenhet inom dessa områden.

Sverige oftare relevant inom halviktiga frågor

I enkäten ställdes ingen fråga explicit om vilka områden man skulle vilja se mer eller mindre samarbeten inom. Däremot ställdes frågor om vilka utmaningar som man anser vara viktigast i det egna landet, samt inom vilka områden Sverige har relevanta erfarenheter. De frågor som anses viktigast i det egna landet är dock sällan de som anses vara Sveriges styrkor.

Hälsa och social välfärd anses vara den viktigaste frågan i alla länder. På Island och i Danmark är det också en av de frågor som störst andel anser att Sverige har relevanta erfarenheter inom (35% respektive 21%). Detta är intressant med tanke på den bild av den svenska hanteringen av coronapandemin som framkommit i andra delar av undersökningen.

Efter hälsa anses arbetslöshet vara en viktig fråga i alla länder utom Danmark, där frågan rankas som nionde viktigaste. Det är dock tydligt att detta område inte anses vara ett område som Sverige har relevanta kunskaper inom, i något av länderna. Tvärtom är det ett av de 26 områden som listades som minst andel anser att Sverige har relevant erfarenhet inom (4-5%). Norge sticker dock ut något genom att en något större andel (11%) som anser att Sverige har relevanta erfarenheter. Liknande mönster syns inom klimat- och miljöområdet, där klimatförändringar och miljöskydd bl.a. ingår, ett område som anses viktigt i

det egna landet men generellt inte anses tillhöra Sveriges främsta styrkeområden (8-15%).

Områden där man anser att Sverige är relevant är istället de som man rankar som medelmåttigt viktiga i det egna landet. Det handlar exempelvis om jämställdhet och jämlikhet. Det är speciellt tydligt i Danmark och Finland, där jämställdhet anses vara Sveriges främsta styrkeområde, men Sverige rankas högt inom dessa frågor i alla länder. Utbildning samt innovation och teknisk utveckling lyfts fram som de största svenska styrkorna i Norge. På Island anses utbildning också utgöra Sveriges främsta styrka, men i övrigt rankas Sverige inte lika högt inom dessa områden i de andra länderna. Även mänskliga rättigheter anses tillhöra områden där Sverige har relevant erfarenhet, framförallt i Danmark, och i Finland rankas Sverige högt inom internationella relationer. Finland sticker också ut genom att Sverige anses ha relevanta kunskaper inom ekonomisk tillväxt.

Synen på Sveriges relevans skiljer sig i vissa avseenden i Norden jämfört med den i andra delar av världen. Dels anses Sverige i mindre utsträckning ha relevant erfarenhet inom något av de listade områdena, och dels anses Sverige vara relevant inom andra områden. Exempelvis anser man i Norden att Sveriges relevans inte primärt är inom kvalitativa jobb, miljöskydd och möjligheter för unga i lika hög utsträckning som man gör i andra delar av världen. Däremot är bilden i Norden att Sverige i större grad har relevanta erfarenheter jämställdhet jämfört med i andra länder. Trots dessa olikheter finns flera områden som framträder som en gemensam bild av Sveriges styrkeområden i Norden och andre europeiska länder; mänskliga rättigheter, utbildning, jämlikhet i samhället och slutligen hälsa och social välfärd. I vilken grad dessa frågor anses relevanta i det egna landet varierar dock mellan Norden och andra länder.

Mediebilder av Sverige

I föregående kapitel har fokus legat på hur Sverige uppfattas av medborgare i andra länder. Denna bild har ofta flera olika ursprung, men en vanlig källa är olika former av medier. Detta bekräftas även av respondenterna i enkätundersökningen, där medier anges tillhöra de vanligaste källorna för information om andra länder, utöver resor, kulturella uttryck eller information från vänner och familj. Digitala nyhetsmedier är även en av de vanligaste informationskällorna. Över 50% av respondenterna i enkätundersökningen uppger att digitala nyheter är en viktig källa för information om andra länder. Som en jämförelse anger cirka 30% av respondenterna att sociala medier är en viktig källa.

Likt i många andra länder tenderar det att vara yngre som använder sociala medier, medan äldre vanligtvis läser tryckta tidningar, ser på TV och lyssnar på radio. De sistnämnda källorna täcks inte in i denna studie.

Stort intresse för Sverige

Sverige omnämns ofta i nyhetsrapporteringen i Norden. I snitt skrevs nära 300 artiklar per dag och land där Sverige omnämndes under 2019 och 2020. Artiklar där Sverige bedöms stå i fokus¹⁵ var färre, mellan 30-60 artiklar per dag och land, men kan knappast bedömas som få. På Island var rapporteringen om Sverige betydligt mindre omfattande. I snitt omnämndes Sverige i 17 artiklar per dag, och var i fokus i 1 artikel per dag. Sätts nivåerna i relation till Islands befolkningens mängd så är rapporteringen i nivå med den i de andra nordiska länderna.

Intresset för Sverige är stort även vid en jämförelse mellan de nordiska länderna. I alla länder var intresset störst för Sverige, som omnämndes fyra till fem gånger oftare än något annat nordiskt land.¹⁶

Intresset för Sverige i nyhetsrapporteringen bekräftas även av resultaten i enkätundersökningen. En majoritet uppger att de läser eller hör om Sverige i medier åtminstone på veckobasis. Undantaget är Danmark, där man upplever att Sverige omnämns något mer sällan.

Rapporteringen var mer omfattande under 2020 jämfört med året innan, förutom i Danmark där antalet artiklar minskade något. Sverige stod även oftare i fokus för

rapporteringen under 2020. Skillnaden syns i alla nordiska länder, men tydligast syns det i Norge där antal artiklar som fokuserar på Sverige ökade med 70% mellan 2019 och 2020.

Coronapandemin och migration vanliga tematiker

Tematiker som rapporteringen om Sverige kretsade kring skiftade mellan 2019 och 2020. Under 2019 var sport, migration och brottslighet vanliga tematiker. Inte sällan nämndes brottslighet och migration tillsammans. Sport förekom i medier med större räckvidd, medan artiklar om brottslighet och migration väckte större engagemang i sociala medier. Särskilt tydligt är detta i Danmark och Norge.

Migration och brottslighet är inte nya tematiker i nyhetsrapporteringen om Sverige. I enkätundersökningen som genomfördes 2017 upplevde respondenterna i Danmark och Norge att migration var en vanligt förekommande tematik i nyhetsrapporteringen om Sverige. Till skillnad från i andra länder som Turkiet och Ungern ansåg man också oftare att rapporteringen kretsade kring utmaningar relaterade till migration.

Under 2020 däremot var coronapandemin det vanligaste temat. Det var både det som volymmässigt var mest omfattande, men också det som fick störst räckvidd och engagerade mest på sociala medier. I alla fyra länder fanns ett stort intresse både för utvecklingen i Sverige, men särskilt tydligt är detta i Norge där man nära på dagligen har följt svenska myndigheters presskonferenser. De artiklar som engagerade mest handlade primärt om Sveriges hantering av pandemin, och hur den skiljer sig från de flesta andra ländernas.

Denna bild bekräftas av resultaten i enkätundersökningen. Respondenternas uppfattning är att hälsofrågor är den vanligaste tematiken i rapporteringen om Sverige, förutom i Danmark där istället migration och brottslighet anses vanligare. I alla länder är det dock dessa tre teman som hamnar högst när respondenterna får ange vilka tematiker nyhetsrapporteringen om Sverige tar upp.

¹⁵ Att Sverige är i fokus mäts här genom att Sverige nämns i rubriken jämfört med enbart i löptexten.

¹⁶ I jämförelsen exkluderades omnämmandet av det egna landet, dvs exempelvis inkluderades inte antal gånger Norge omnämndes i Norge. Detta då vi enbart undersöker hur omnämnt ett land är utomlands.

Att sport inte toppar listan kan bero på att vissa av dessa nyheter inte uppmärksammas av alla läsare som specifikt kopplade till ett land.

Motstridiga narrativ om Sverige

Förutom tematiker framträder även vissa narrativ om Sverige i nyhetsrapporteringen i Norden. Här återges några narrativ som bedöms ha varit framträdande i rapporteringen under perioden. Narrativen har förekommit i nyhetsmedier med en stor räckvidd i respektive land.

Med narrativ avses återkommande framställningar av Sverige som land, oavsett tematik. Det handlar inte nödvändigtvis om att tonaliteten är positiv eller negativ, utan snarare vilket övergripande beskrivning som förmedlas om Sverige i artikeln. Själva narrativet finns inte utskrivet i artiklarna så som det benämns här, men bedömningen är att det är så Sverige framställs.

Narrativ: "Sverige har misslyckats"

Ett narrativ är beskrivningen av att Sverige har misslyckats i olika avseenden. Narrativet bygger på en förvåning inför utvecklingen i Sverige, men också en oro. Både direkt, i form av att de svenska problemen kan sprida sig över gränserna, och indirekt, i form av att samma situation ska uppstå i det egna landet. Jämförelser görs därför också frekvent med det egna landet.

Detta narrativ förekommer framförallt i Danmark, Finland och Norge, och berör ofta aspekter av välfärdssamhället. Återkommande exempel är Sveriges hantering av coronapandemin, brottslighet och migration. Misslyckandet exemplifieras bland annat genom beskrivningar av att smittspridningen är utom kontroll i Sverige, vilket lett till relativt höga dödstal till följd av pandemin inte minst bland äldre medborgare.¹⁷ I andra fall visas detta genom att man dömer ut den svenska beredskapen,¹⁸ och att Sverige behöver hjälp från det egna landet.¹⁹

Misslyckandet exemplifieras även genom påståenden om att den svenska migrations- och integrationspolitiken har lett till en rad problem, bl.a. ökat våld och brottslighet i storstadsförorter, en företeelse som benämns som "svenska tillstånd".²⁰

Narrativ: "Sverige tror sig veta bäst"

Tillsammans med bilden av svenska misslyckanden förmedlas en bild av att det i Sverige finns en ovilja att se problem och erkänna misstag. Narrativet bygger på en bild av att Sverige tror sig veta bäst, och ibland bättre än de andra nordiska länderna. Beskrivningen syns tydligast i Danmark, Finland och Norge.

Narrativet förekommer bl.a. i rapporteringen om Sveriges hantering av pandemin, vilken i perioder beskrivits som gå emot de flesta andra länders hantering, rekommendationer från WHO och bättre vetande.²¹ Det visar sig också i rapporteringen om svenska recensioner av andra länders hantering av pandemin. Exempelvis beskrivs svenska representanter ha "slaktat" den norska strategin, varpå Sverige beskrevs som Norges "tidigare storebror".²²

Narrativet förekommer även i rapporteringen om migrationspolitiken. Exempelvis beskrivs statsminister Stefan Löfvens uttalande i september 2020 om att invandringen är en faktor bakom ökad brottslighet som det först erkännandet från regeringen om problem kopplade till invandring.²³

Narrativ: "Sverige är ett föregångsland"

Parallellt med narrativet att Sverige har misslyckats finns ett narrativ om Sverige som framstående, ett land att slå. Narrativet bygger på en beundran av Sverige, men också konkurrens. Detta narrativ förekommer i alla fyra länderna inom vitt skilda tematiker men inte sällan relaterade till välfärdsfrågor.

Detta narrativ är kanske tydligast i Finland och på Island. I Finland jämför man sig med Sverige vad gäller den ekonomiska utvecklingen, finanspolitiska satsningar och industrin. På Island görs även referenser till Sverige som ett land med fler arbetslivsrelaterade möjligheter.²⁴ I Norge förekommer artiklar som framställer Sverige som föregångsland vad gäller tekniska innovationer.²⁵

I den omfattande rapporteringen om sportnyheter framträder också en konkurrens med Sverige. Även om det är svårt att peka ut tydliga enskilda exempel är det här snarare volymen artiklar som fokuserar på Sverige som visar på detta.

¹⁷ Helsingin Sanomat 2020-04-20, Yle 2020-04-20, Yle 2020-06-20, Yle 2020-06-26, Kaleva 2020-08-20, Dagbladet 2020-07-27, NRK 2020-04-27, Yle 2020-07-07

¹⁸ Iltä-Sanomat 2020-04-05

¹⁹ Iltalehti 2020-12-11

²⁰ Berlingske 2020-01-06, Berlingske. 2019-12-29, Mtv Uutiset 2019-02-11, Yle 2019-12-11, Iltalehti 2020-03-09, Nettavisen 2020-08-23, Dagbladet 2020-07-18, Nettavisen 2020-06-14

²¹ TV2 2020-11-17, NRK 2020-04-14, TV2 2020-07-21

²² Netteavsiien 2020-03-27, Dagbladet 2020-03-26

²³ Berlingske 2020-09-09, TV2 2020-09-11, Usi Suomi 2020-09-10

²⁴ Yle 2019-09-09, Visir 2020-07-18, Ruv 2020-09-14, MBL 2019-09-10

²⁵ Dagbladet 2019-09-08, NRK 2020-01-28, TU 2020-05-02

Avslutande diskussion

Bilden av Sverige i Norden skiljer ut sig

Resultaten i denna studie visar att de nordiska ländernas bild av Sverige skiljer sig från den i andra europeiska länder. Ett tydligt exempel på det är graden av kännedom om Sverige. Andelen med hög kännedom är ungefär dubbelt så stor som i andra länder i Europa. Man tar även del av information om Sverige oftare. Exempelvis är det mer än dubbelt så vanligt att man läser eller hör om Sverige i media minst en gång i veckan i Norden. Ser man på erfarenhet av Sverige istället för självskattad kännedom så är skillnaden ännu tydligare. Då är det nära fem gånger vanligare att man har erfarenhet av Sverige i Norden än i andra europeiska länder.

Den högre kännedomen tycks dock inte avspeglade sig i en uteslutande positiv bild av Sverige. Tvärtom har medborgarna i vissa andra europeiska länder en mer positiv bild av Sverige. Det visar sig också i en högre andel som anger att de fått en försämrade bild av Sverige det senaste året. Jämför man de nordiska länderna med andra europeiska länder är det ungefär lika stor andel som fått en förändrad bild. Tydligt är dock att andelen som fått en förbättrad bild är klart större, och andelen som fått en försämrade bild klart mindre i de andra länderna jämfört med Norden.

De nordiska länderna skiljer också ut sig genom att man tenderar att ha en mer polariserad bild av vissa inrikespolitiska frågor i Sverige. Det gäller primärt synen på huruvida Sverige utvecklas i rätt riktning, men även om Sverige är en säker plats att bo på och besöka. Det tycks dock vara så att man i Norden delar grundläggande värderingar med Sverige, och att man anser att Sverige har en hög livskvalitet och präglas av jämlikhet. Orsaken till polariseringen kan alltså inte hämtas i värderingsskillnader mellan länderna, utan tycks vara någon annan.

Dubbel blick på Sverige?

Det faktum att bilden av Sverige skiljer sig mellan länder är i sig inte konstigt. Bilden är uppbyggd av en stor mängd individers intryck av landet utifrån olika perspektiv. I och med de nordiska ländernas nära kopplingar och likheter är det snarare rimligt att deras bild av Sverige skiljer sig från den i andra länder.

Den nära kopplingen till Sverige bidrar till att kännedomen både är mer utbredd och djupare i Norden. I princip vet gemene man något om Sverige, vilket gör att kännedomen om Sverige inte är centrerad till en mindre del av befolkningen med ett specialintresse för Sverige. Det finns även ett medialt intresse för Sverige, som skiljer sig jämfört med andra länder, inte minst för att även svenska inrikespolitiska frågor väcker uppmärksamhet. Denna djupa och breda kunskap ger en ovanligt initierad bild av Sverige. Det är nästan som att man i de nordiska länderna inte har en utifrånblick på Sverige, utan det är mer likt blicken på sitt eget land.

Likheterna mellan de nordiska länderna spelar sannolikt också in i synen på Sverige. De nordiska länderna är alla stabila demokratier som präglas av hög livskvalitet och är framstående inom samma områden, som miljöskydd, samhällsstyre och att bidra till innovationer. Detta gör rimligen att de områden som gör Sverige intressant i andra länder inte skapar samma intresse i Norden. Sverige bedöms inte osannolikt utifrån en annan måttstock än i många andra länder. Snarare kan det finnas en konkurrenssituation mellan länderna om vem som är mest framstående.

Denna ”inifrånblick” på Sverige i kombination med konkurrenssituationen mellan länderna ger en dubbelhet i bilden av Sverige i Norden. Denna särskilda blick på Sverige innebär sannolikt att skeenden i Sverige får större utväxling i bilden av Sverige i Norden än i andra länder. En aspekt som bör tas med i beräkningen när man jämför bilden av Sverige Norden med den i andra länder.

Möjligheter för främjande och samarbete

Då Sverige generellt är välkänt i de nordiska länderna finns det behov av att genomföra en annan typ av Sverige-främjarinsatser jämfört med de som görs i många andra länder. Det borde exempelvis finnas möjligheter för att lyfta mindre kända svenska företeelser, och även att ha ett tydligt samtida fokus i insatserna.

Då Sverige har liknande styrkeområden som de nordiska länderna skiljer sig intresset för Sverige mot det i andra länder. I vissa fall kan de nordiska länderna anses vara mer framstående. Samarbete bör därför vara framträdande i

främjandet och bygga på gemensamma intressen. I de nordiska länderna anses Sverige ha relevant erfarenhet inom flertalet områden, även om det inte alltid är de frågor som anses viktigast i det egna landet. Hälsa och social välfärd anses visserligen både vara en viktig fråga och ett svenskt styrkeområde, men samtidigt finns det starka åsikter om hur Sverige hanterat coronapandemin. Sveriges erfarenhet anses i övrigt primärt finnas inom områdena jämlikhet i samhället och jämställdhet. På Island anses Sverige även ha relevant erfarenhet inom utbildningsområdet, och det finns ett intresse för Sverige som studiedestination. På motsvarande sätt finns det ett intresse för att göra affärer med Sverige i Finland, och i Norge anses Sverige ha relevant erfarenhet inom innovationer.

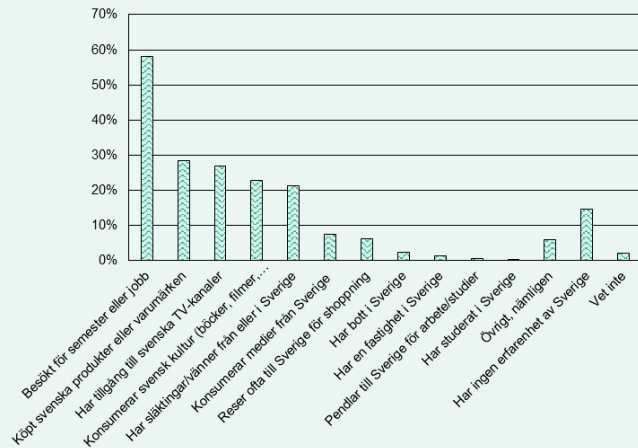
Det finns även intresse för Sveriges erfarenhet i internationella sammanhang. I flera av de nordiska länderna associeras Sverige ofta med goda internationella relationer, och Sverige anses ha relevant erfarenhet mänskliga rättigheter, inte minst i Danmark. Potentiellt skulle detta intresse för Sverige som internationell aktör kunna leda till ett stärkt internationellt samarbete, även vad gäller ett gemensamt nordiskt främjande i andra delar av världen.

Det faktum att det finns en tendens att Sverige uppfattas som arrogant och inte ses som omtänksam i relationen till andra nordiska länder blir en viktig aspekt i främjande och samarbete. Inte minst med anledning av likheterna mellan länderna och den redan höga kunskapen om Sverige.

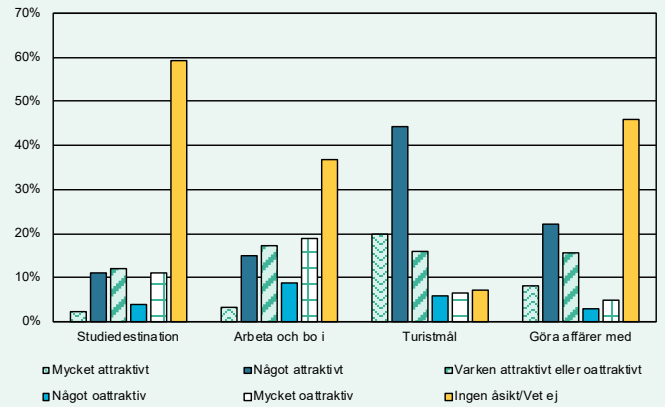
Bilagor

Danmark

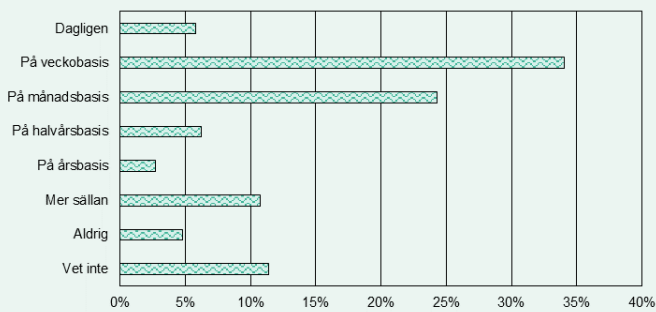
Erfarenhet av Sverige



Attraktivt med Sverige



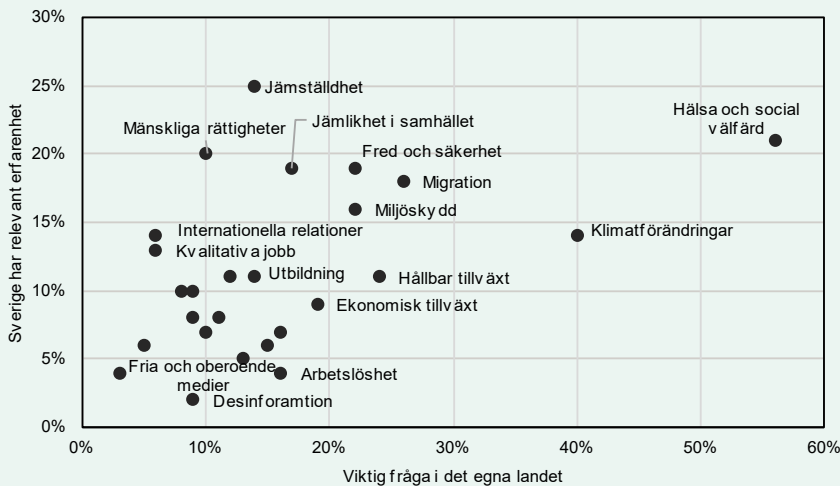
Hur ofta man tar del av nyheter om Sverige



Vad man upplever sig oftast läsa/höra om Sverige

- Invandring 48 %
- Brottlighet och våld 44 %
- Hälsoproblem 35 %
- Naturen 26 %
- Sport 19 %

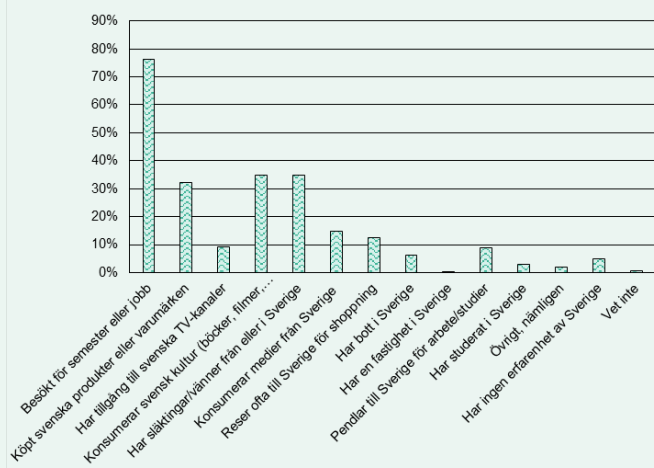
Viktigaste frågorna i det egna landet respektive områden Sverige anses ha relevant erfarenhet inom



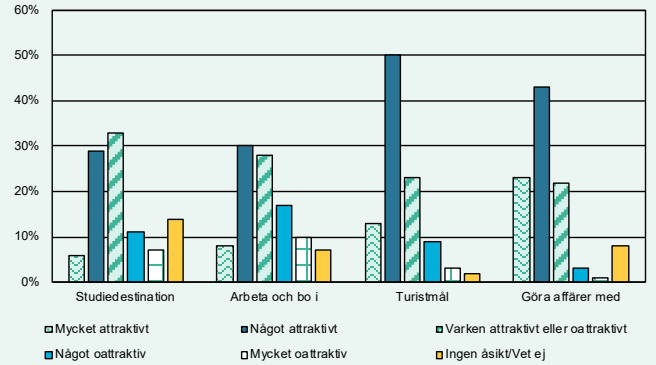
Vissa punkter i grafen har ingen beskrivning då ligger nära varandra och ofta varken anses tillhöra de viktigaste frågorna i egna landet eller Sveriges främsta styrkor. De områden som inte är utmarkerade i grafen är innovationer, kulturell förståelse, internationell handel, anti-korruption, transparent offentlig styrning, extremism, möjligheter för unga, diskriminering, polarisering i samhället och rättsstaten.

Finland

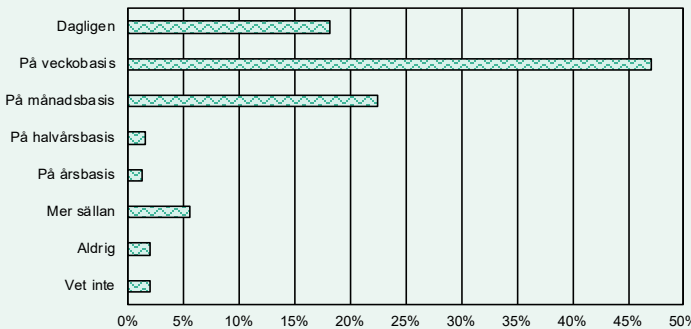
Relationen mellan kännedom och attityd



Attraktivt med Sverige



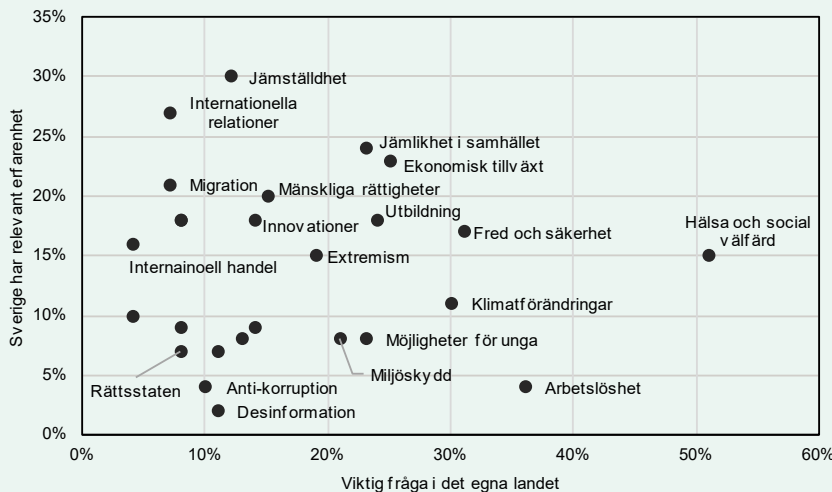
Hur ofta man tar del av nyheter om Sverige



Vad man upplever sig oftast läsa/höra om Sverige

- Hälsöfrågor 57 %
- Brottslighet och våld 46 %
- Invandring 37 %
- Sport 18 %
- Internationellt engagemang 13 %

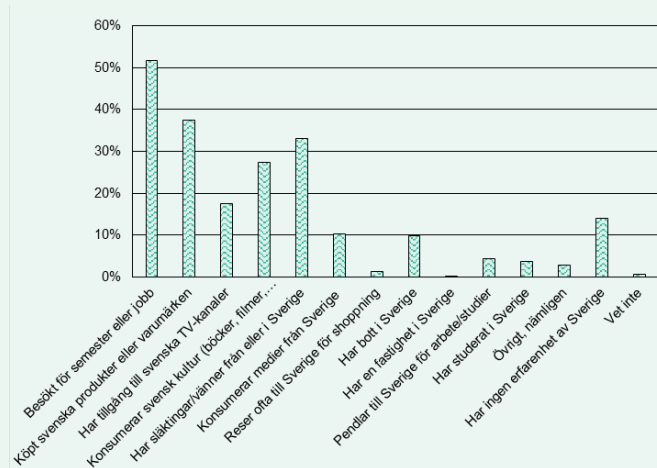
Viktigaste frågorna i det egna landet respektive områden Sverige anses ha relevant erfarenhet inom



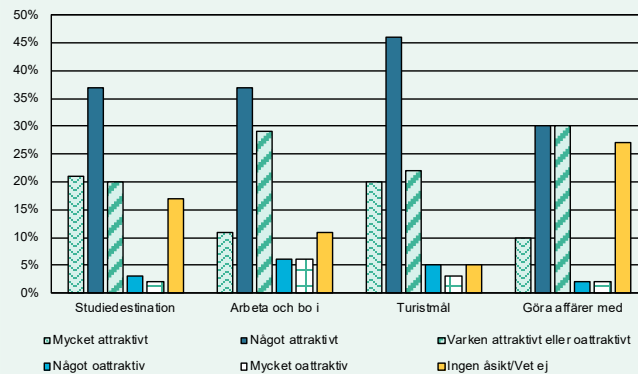
Vissa punkter i grafen har ingen beskrivning då de ligger nära varandra och ofta varken anses tillhöra de viktigaste frågorna i egna landet eller Sveriges främsta styrkor. De områden som inte är utmarkerade i grafen är kvalitativa jobb, kulturell förståelse, fria oberoende medier, politisk polarisering, transparent offentlig styrning, diskriminering och hållbar tillväxt.

Island

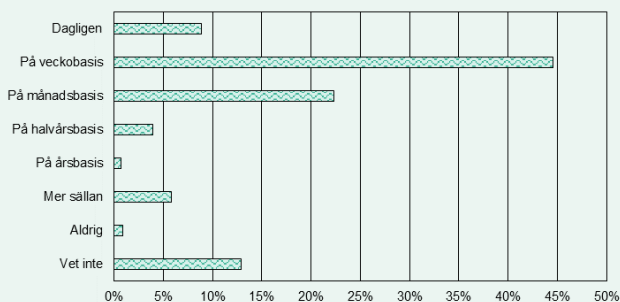
Erfarenhet av Sverige



Attraktivt med Sverige



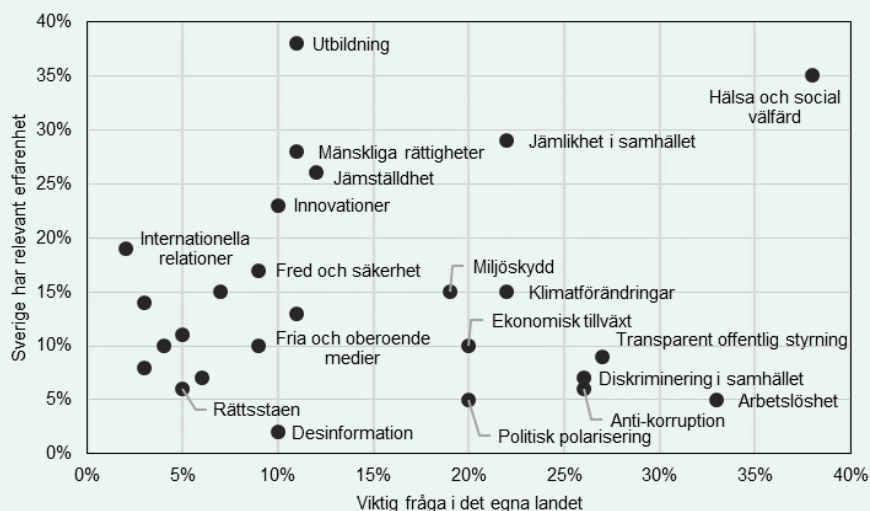
Hur ofta man tar del av nyheter om Sverige



Vad man upplever sig oftast läsa/höra om Sverige

- Hälsfrågor 53 %
- Invandring 43 %
- Brottlighet och våld 41 %
- Sport 24 %
- Social välfärd 17 %

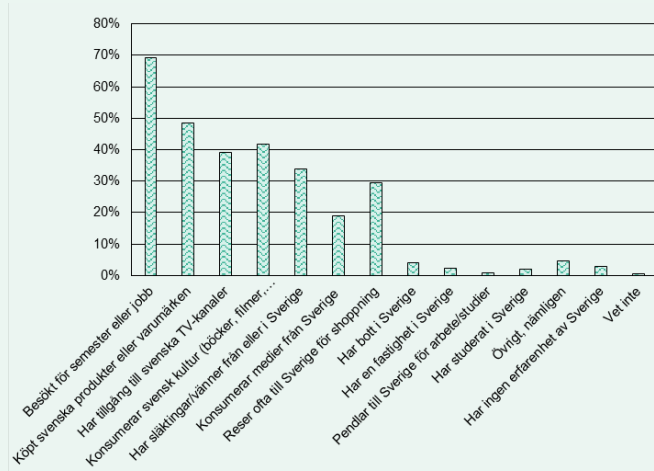
Viktigaste frågorna i det egna landet respektive områden Sverige anses ha relevant erfarenhet inom



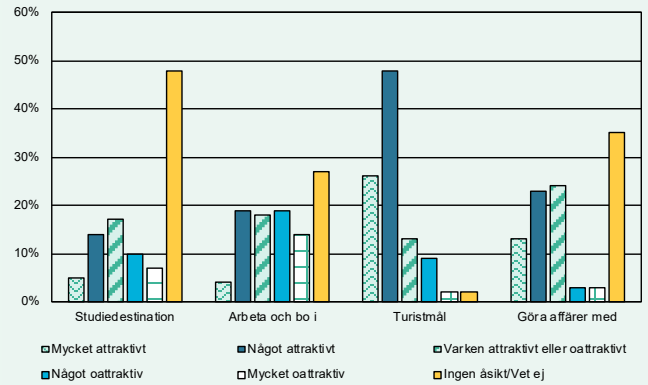
Vissa punkter i grafen har ingen beskrivning då de ligger nära varandra och ofta varken anses tillhöra de viktigaste frågorna i egna landet eller Sveriges främsta styrkor. De områden som inte är utmarkerade i grafen är möjligheter för unga, migration, extremism och kulturell förståelse.

Norge

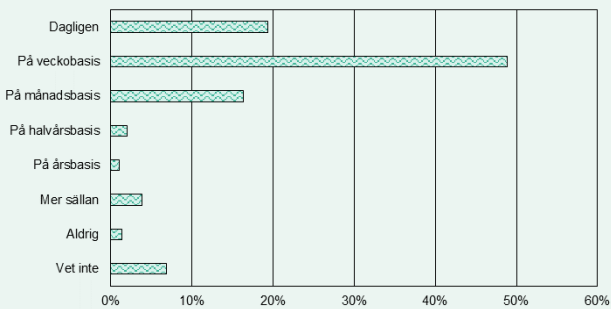
Erfarenhet av Sverige



Attraktivt med Sverige



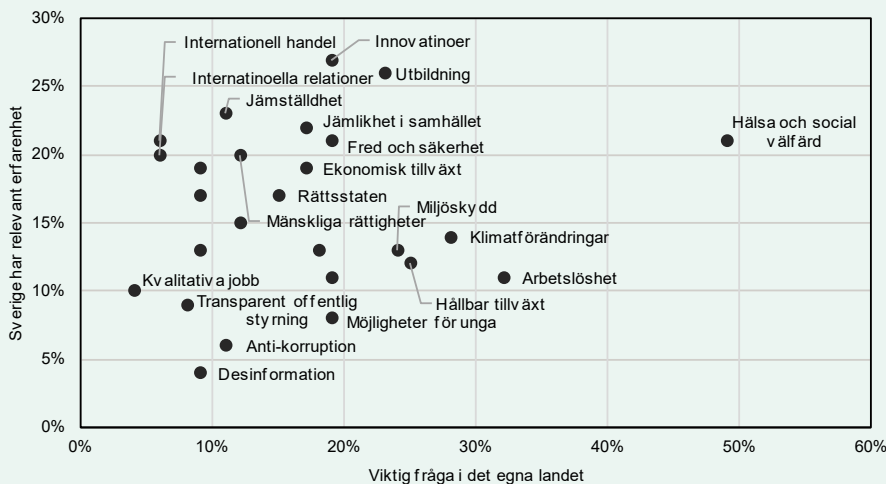
Hur ofta man tar del av nyheter om Sverige



Vad man upplever sig oftast läsa/höra om Sverige

- Hälsöfrågor 61 %
- Brottlighet och våld 41 %
- Invandring 36 %
- Sport 19 %
- Social välfärd 13 %

Viktigaste frågorna i det egna landet respektive områden Sverige anses ha relevant erfarenhet inom



Vissa punkter i grafen har ingen beskrivning då de ligger nära varandra och ofta varken anses tillhöra de viktigaste frågorna i egna landet eller Sveriges främsta styrkor. De områden som inte är utmarkerade i grafen är fria oberoende medier, migration, kulturell förståelse, extremism och diskriminering.

