

# Bilden av Sverige utomlands 2019

Årsrapport från Svenska institutet





# Innehållsförteckning

<b>Förord .....</b>	<b>2</b>
<b>Inledning .....</b>	<b>3</b>
<b>Sammanfattning.....</b>	<b>4</b>
Demokrati och samhällsstyre	4
Sverige som handels- och investeringsnation	5
Klimat och hållbarhet	5
Kultur och kreativitet	5
Sverige som kunskapsnation	6
<b>Svenska institutets publicerade studier.....</b>	<b>7</b>
Bilden av Sverige i Amerika	7
Bilden av Sverige i Förenade Arabemiraten och Saudiarabien	8
<b>Ett decennium med Nation Brands Index .....</b>	<b>9</b>
Övergripande tendenser 2010–2019	9
Fördjupad analys av fyra länder	11
<b>Samtalet om Sverige på digitala plattformar .....</b>	<b>16</b>
2019 – Generell minskning av antalet publiceringar	16
Publiceringar om Sverige på engelska	17
Publiceringar om Sverige på spanska	21
Publiceringar om Sverige på ryska	24
Publiceringar om Sverige på arabiska	27
<b>Sverige i internationella studier och index .....</b>	<b>30</b>
Perception: Andra länders uppfattningar om Sverige	31
Samhällsfrågor: jämställdhet, jämlikhet och demokratiska rättigheter	32
Hållbarhetsfrågor: Sverige i topp 3 inom hållbarhetsområdet	32
Innovations- och konkurrenskraft	33
<b>Appendix: Metodbeskrivning av NBI.....</b>	<b>35</b>

---

# Förord

**Svenska institutet (SI)** arbetar för att öka intresset och stärka förtroendet för Sverige utomlands. Vårt uppdrag är att sätta Sverige på kartan och tillsammans med andra aktörer världen över bidra till en hållbar global utveckling. Att Sverige betraktas som en intressant partner internationellt är avgörande för vårt lands attraktionskraft, relationer till omvärlden och möjligheter till internationalisering.

För att kunna bygga relationer med omvärlden behöver vi förstå hur världen utvecklas och hur Sverige kan vara intressant för samarbeten med andra. Ett av SI:s huvuduppdrag handlar om att följa och analysera hur Sverige uppfattas utomlands. Inom ramen för uppdraget ingår att undersöka Sverige-bilden i olika delar av världen.

När SI nu släpper vår årliga rapport sammanfattar vi arbetet under det gångna året, 2019. I årets rapport har vi bland annat analyserat de senaste tio årens Nation Brands Index-mätningar, en årlig studie som mäter styrkan i 50 olika länders nationsvarumärken. Resultatet visar att uppfattningen om Sverige är positivt stabil över tid. Jämfört med 2010 stiger Sveriges anseende under 2019 i 16 av länderna, står stilla i två och sjunker i två.

Utöver detta, redogör SI i årsrapporten för våra egna publicerade studier, samtalen om Sverige på digitala plattformar och Sveriges position i internationella index. Vi hoppas att detta sammantaget ska bidra med kunskap och ligga till grund för diskussioner om hur Sverige som land kan fortsätta vara intressant och attraktivt i en föränderlig omvärld.



Madeleine Sjöstedt  
Generaldirektör, Svenska institutet

# Inledning

**Sveriges förutsättningar** för internationellt utbyte och samverkan är beroende av att landet har ett gott anseende utomlands och att Sverige och svenska aktörer uppfattas som relevanta och förtroendeingivande. Hur ett land uppfattas kan spela en avgörande roll för möjligheten att lyckas inom handel och att attrahera investeringar, turism och talanger. Det påverkar också landets, organisationers och befolkningens möjlighet att verka internationellt.

**En ökande globalisering och internationalisering** har lett fram till att Sverige i dag är starkt beroende av hur resten av världen utvecklas. Den svenska exporten uppgår till cirka 46 procent av Sveriges BNP<sup>1</sup>, i dag finns drygt 14 500 utlandsägda företag i Sverige<sup>2</sup> och svenska koncerner med dotterbolag i utlandet sysselsätter omkring 1,5 miljoner personer utomlands<sup>3</sup>. Varje år sker cirka 17,4 miljoner utländska övernattningar i Sverige<sup>4</sup>. På svenska universitet och högskolor finns cirka 39 000 studenter och forskarstuderande från andra länder.<sup>5</sup> Det här är viktiga utgångspunkter för Svenska institutets (SI) arbete med att föra dialog och bidra till förtroende för Sverige i omvärlden. SI arbetar med att bygga relationer och skapa förtroende för Sverige i världen. SI ska sprida information och kunskap om Sverige, främja svenska intressen internationellt och bidra till långsiktiga relationer mellan Sverige och andra länder. Som ett led i detta arbete följer och analyserar SI bilden av Sverige i utlandet. Årsrapporten sammanfattar de studier och analyser som SI genomförde under 2019.

**SI använder huvudsakligen** följande källor för att följa och analysera bilden av Sverige utomlands:

- egna geografiska och tematiska studier om allmänhetens uppfattning om Sverige

- publiceringar och inlägg om Sverige på digitala plattformar (sociala medier, nyhetsmedier, bloggar och forum) på engelska, arabiska, spanska och ryska
- Sveriges position i internationella studier och index
- löpande dialog med svenska ambassader, konsulat och samarbetsparter runtom i världen.

**I den här årsrapporten** presenteras en sammanfattning av analys och insikter från de rapporter och studier som tagits fram under 2019. Rapportens analysavsnitt är strukturerade som följer:

*Kapitel 1* sammanfattar resultaten från SI:s egna genomförda och publicerade studier under 2019. En studie behandlar Sverige-bilden hos allmänheten i sju länder i Nord- och Sydamerika; den andra studien redogör för Sverige-bilden i Förenade Arabemiraten och Saudiarabien.

*Kapitel 2* redogör för det senaste decenniets resultat från Nation Brands Index (NBI). NBI analyserar 50 länders anseende i 20 av de mest tongivande och ekonomiskt starka länderna internationellt. Kapitlet fokuserar på att redogöra för huruvida bilden av Sverige har förändrats under det gångna decenniet i de länder som ingår i NBI.

*Kapitel 3* sammanfattar de generella tendenser och utstickande händelser som har präglat samtalet om Sverige i digitala plattformar och medie-bilden av Sverige under 2019. Kapitlets fokus ligger på de fyra språk SI följer särskilt: engelska, spanska, ryska och arabiska.

*Kapitel 4* redogör för Sveriges position i de internationella index och studier som SI bevakar särskilt.

<sup>1</sup> Ekonomifakta (2019), Export och import över tid, <https://www.ekonomifakta.se/Fakta/Ekonomi/Utrikeshandel/Export-och-import-over-tid/> hämtad 2020-02-19.

<sup>2</sup> Tillväxtanalys (2019), Utländska företag 2018, [https://www.tillvaxtanalys.se/download/18.77df6a8c16b1beda17d2094e/1560255505850/statistik\\_2019\\_03\\_utlandska%20foretag%202018.pdf](https://www.tillvaxtanalys.se/download/18.77df6a8c16b1beda17d2094e/1560255505850/statistik_2019_03_utlandska%20foretag%202018.pdf)

<sup>3</sup> Tillväxtanalys (2019), Svenska koncerner med dotterbolag i utlandet 2017, <https://www.tillvaxtanalys.se/download/18.70122d8216f1157c57865210/15789862>

10349/Statistik\_2019\_05\_Svenska\_koncerner\_med\_dotterbolag\_i\_utlandet\_2017\_1.pdf

<sup>4</sup> Tillväxtverket (2020), Gästnätter 2019, <https://tillvaxtverket.se/statistik/vara-undersokningar/resultat-fran-turismundersokningar/2020-02-06-gastnatter-2019.html>, hämtad 2020-02-19.

<sup>5</sup> UKÄ (2020), Statistikdatabas: Högskolan i siffror, <https://www.uka.se/statistik--analys/statistikdatabas-hogskolan-i-siffror.html> hämtad 2020-02-20

# Sammanfattning

**SI:s årsrapport** och den sammanfattande analysen utgår från tre perspektiv; hur Sverige uppfattas av en allmänhet i andra länder, hur Sverige presterar inom olika områden enligt olika index samt samtalet om Sverige på digitala plattformar och hur det rapporteras om Sverige i internationella medier<sup>6</sup>. Den sammanfattande analysen är strukturerad utifrån sex områden av relevans inom Sverigefrämjandet.

## Övergripande

Den generella trenden de senaste 10 åren är att allmänhetens bild av Sverige i utlandet är positiv och stabil över tid. I exempelvis Ipsos *Nation Brands Index* (NBI) ranking av 50 länder placeras Sverige som nummer nio 2019 och plats 10 under 2010.<sup>7</sup> De senaste åren har bilden av Sverige förstärkts något, vilket bekräftas både i NBI och SI:s egna studier. Det stabila resultatet i NBI överensstämmer med SI:s egna analyser och erfarenheter; att allmänhetens bild av ett land förändras långsamt.

Sveriges två tydligaste styrkeområden utgörs av hur landet uppfattas vad gäller samhällsstyre och att Sverige uppfattas som ett land som ansvarstagande i det internationella klimatarbetet. Sverige har också en stark attraktionskraft för talanger, investeringar och handel, något som drivs av uppfattningen om Sverige som ett land med hög livskvalitet och jämställda möjligheter. Sverige uppfattas även som ett förtroendeingivande land av en allmänhet i andra länder.

Bilden av Sverige har tydligt förändrats i några länder under den senaste tioårsperioden. Av de länder som ingår i NBI syns den största positiva förändringen av bilden av Sverige i Egypten. Bilden av Sverige har också tydligt förbättrats i Kanada. I NBI framgår också att Polen är det land i vilket Sveriges ranking har sjunkit mest sedan 2010, från plats sex till plats 14. Den polska medierapporteringen om Sveriges agerande under flyktingvågen 2015, vilket blev ett tema i det polska valet, kan vara en bidragande orsak. Det är samtidigt viktigt att poängtera att plats 14 av 50 länder är en hög ranking.

I jämförelse med andra länder är kännedomen om Sverige förhållandevis god hos en allmänhet i utlandet. Det finns ett

samband mellan hur väl man känner till Sverige och hur positivt inställd man är. Personer med högre kännedom om Sverige tenderar att vara mer positivt inställda.<sup>8</sup>

Det skrivs förhållandevis lite om Sverige i sociala medier och i nyhetsartiklar, men relativt landets befolkningmängd får Sverige ändå relativt mycket publicitet. Sport och kulturhändelser är de ämnen som framförallt lyfts i sociala medier och nyhetsmedier kopplat till Sverige. Av de språk som SI följer, skrivs det mesta om Sverige på engelska.

När personer med ett stort antal följare publicerar inlägg om Sverige får det stort genomslag. Exempel på detta är USA:s president, som kommenterade händelsen med häktningen av musikern ASAP Rocky, och olika händelser kopplade till klimataktivisterna Greta Thunberg. SI noterar också att artiklar där Sverige profileras som ett land med ”annorlunda” lösningar tenderar att få stor spridning. Det gäller exempelvis artiklar inom miljö och klimat.

Det mesta som skrivs om Sverige i sociala medier och i nyhetsrapportering är neutral eller tenderar att vara positivt, men mer negativa inlägg och publiceringar förekommer på alla språk som SI följer, om än i begränsad omfattning<sup>9</sup>. Det förekommer inlägg och nyheter som uppmärksammar frågor som Sveriges invandring, ibland kopplat till kriminalitet, men SI:s analys indikerar att den typen av inlägg och nyheter har minskat i omfattning sedan föregående år.

## Demokrati och samhällsstyre

Sverige uppfattas som ett demokratiskt land, som styrs på ett kompetent och ärligt sätt, och som är allmänt fredligt och säkert. Sverige uppfattas också som ett land som respekterar sina medborgares fri- och rättigheter, med jämlikhet som en central värdering. Utifrån Sveriges bidrag till omvärlden, uppfattats Sverige som ett land som bidrar till att minska fattigdomen.<sup>10</sup> Dessa associationer till Sverige bekräftas även av SI:s egna studier. Sverigebildsstudien i Förenade Arabemiraten och Saudiarabien visar att Sverige förknippas starkt med mänskliga rättigheter.

Även i internationella index rankas Sverige högt inom områden som handlar om demokrati och inkluderande samhällen (exempelvis *World Press Freedom Index*, plats 3

<sup>6</sup> Hur Sverige uppfattas baseras på Nation Brands Index och SI:s egna geografiska och tematiska studier, hur Sverige presterar baseras på ett urval av internationella index och samtalet om Sverige baseras på analys av samtalet om Sverige i sociala medier och vad som skrivs om Sverige i nyhetsmedier på engelska, ryska, arabiska och spanska.

<sup>7</sup> Ipsos (2019), Nation Brands Index 2019.

<sup>8</sup> Ipsos (2019), Nation Brands Index 2019.

<sup>9</sup> De språk som SI följer är engelska, spanska, ryska och arabiska

<sup>10</sup> Ipsos (2019), Nation Brands Index 2019.

av 180). Vad gäller jämställdhet är Sverige på plats fyra av 153 jämförda länder i Global Gender Gap Index.

I samtalet om Sverige i sociala medier 2019 finns exempel på det internationella intresset avseende det svenska samhällsstyret. Den mest delade artikeln på samtliga språk som SI följer handlar om svenska parlamentarikers avsaknad av privilegier. Häktningen av musikern ASAP Rocky resulterade i ett stort samtal på sociala medier kring häktningsförfarandet och rättsstatens principer i Sverige. Det förekommer även inlägg om Sverige kopplade till migration respektive brottslighet, men tendensen är att detta har fått mindre spridning 2019 än 2018, sett till delningar av sociala medier och nyhetsartiklar.

## Sverige som handels- och investeringsnation

Sverige uppfattas relativt starkt inom handel och investeringar. Det är framförallt områdena utbildning och viljan att bo och jobba i Sverige under en tid som påverkar intresset för att investera i Sverige. Sverige rankar åtta (av 50 länder) i NBI inom kategorin Export och sex inom kategorin Immigration och investeringar<sup>11</sup>. Sverige uppfattas som en kreativ plats, som ett land med intressant vetenskap och teknologi och Sverige uppfattas även relativt högt när det handlar om viljan att köpa en produkt som kommer från Sverige.

Sverige rankas högst av samtliga EU-länder med i *European Innovation Scoreboard* (EU kommissionen) och som nummer två i *Global Innovation Index* (INSEAD). Sverige innehar även en andra plats i *Digital Economy and Society Index* (EU Kommissionen). Sveriges styrkor handlar om utbildningsområdet och FoU-anställda per capita samt andelen sysselsatta inom den vetenskapliga och teknologiska sektorn.

Samtalet om Sverige rörande handel och investeringar sker framförallt kopplat till publicering av svenska företags kvartals- och/eller årsrapporter och enstaka svenska företag och innovationer. På ryska förekom under året Sverige i samband med diskussioner om gasledningen Nordstream 2, även om störst fokus var på länder som ännu inte godkänt gasledningen, exempelvis Danmark och Frankrike. Sverige som framstående innovationsland förekommer i viss utsträckning, där en av de mest delade artiklarna på arabiska handlar om ett svenskt företag som tillverkar solpaneler.

## Klimat och hållbarhet

I NBI är klimatansvar den underkategori där Sverige rankas främst av samtliga jämförda länder. Bilden av Sverige som ett land som tar ansvar för klimatet har varit stabil i NBI de senaste tio åren. Även SI:s egna studier bekräftar att

befolkningen i andra länder ofta associerar Sverige med hållbarhets- och klimatfrågor. Klimatfrågan är också central för världens befolkning. När NBI frågar sina respondenter om vilken fråga som de anser vara den viktigaste för framtiden, anger de att frågan om att skydda miljön och naturresurser är allra viktigast.

Sveriges rankning i internationella index visar att Sverige presterar väl inom klimat- och hållbarhetsområdena. Sverige innehar plats två i *Sustainable Development Goals Index* som genomförs av Bertelsmann Stiftung. I *Climate Change Performance Index* rankar Sverige högst, som nummer 4 av 58 rankade länder.<sup>12</sup> Sverige presterar väl när det gäller förnyelsebar energi och nivåer av växthusgas, men mindre väl när det gäller energikonsumtion.

Flera händelser kopplat till Sverige och miljö och klimat har fått stort genomslag i både sociala medier och nyhetsmedier. Exempel är Greta Thunbergs tal vid FN:s klimattoppmöte, som fick stor spridning, samt det efterföljande samtalet i sociala medier vilket involverade USA:s president. I engelskspråkiga medier, men även på de andra språken, lyftes särskilt att Greta Thunberg utsetts till TIME Magazine "Person of the Year" och att hon nominerades till Nobels fredspris. Båda dessa nyheter har genererat medialt intresse och kopplats till Sverige. Frågan om hållbarhet berörs även i flera av de mest delade artiklarna om Sverige; exempelvis fick en artikel om återvinning stor spridning.<sup>13</sup> Det förekommer dock även andra narrativ kopplat till Sverige och miljö och klimat. En intervju som genomfördes i TV4 med en svensk forskare inom företagsekonomi fick stort genomslag i nyhetsmedier på de språk som SI följer. Nyheten, som handlade om olika mattabun och om huruvida vi behöver ställa om vår matkonsumtion som en följd av klimatkrisen, plockades först upp av BBC Brazil och har sedan återpublicerats i nyhetsmedier världen om. Nyheten har i flera led förvanskats och en nyhet med rubriken "Svenska forskare föreslår kannibalism för att bekämpa miljöproblem" har delats cirka 200 000 gånger.

## Kultur och kreativitet

Kultur och turism utgör områden där bilden av Sverige är relativt sett något svagare jämfört med andra teman som hållbarhet och handel, där Sverige får toppnoteringar. Sveriges position är dock förhållandevis stark jämfört med de 50 övriga länderna i NBI. Jämfört med övriga 50 länder rankas Sverige på plats 14 inom kultur respektive 13 inom turism. Sverige rankas lägre vad gäller uppfattningen om svenska kulturarv (plats 18) respektive uppfattningen om

<sup>11</sup> Kategorin benämns Immigration och investeringar av Nation Brand Index. Kategorin bygger på underkategorierna utbildad befolkning, investera i företag, bo och leva, livskvalitet och jämlikt samhälle.

<sup>12</sup> Inget land bedöms helt uppfylla kriterierna för att rankas på plats 1-3.

<sup>13</sup> "Sverige återvinner så mycket att man nu har fått slut på avfall och måste importera avfall från andra länder för att producera energi", <http://www.lr21.com.uy/ecologia/1402001-en-suecia-reciclan-tanto-y-tan-bien-que-se-han-quedado-sin-basura>



svenska historiska byggnader (plats 21). Däremot uppfattas Sverige som ett land som har en intressant samtida kultur (plats 10) och vacker natur (plats nio). Sverige anses också vara relativt framgångsrikt inom sport, där Sverige rankas på plats 15 av 50 länder.

Även om bilden av Sverige, relativt andra områden, är svagare inom områdena kultur och det samtida Sverige, så är det ett förhållandevis stort intresse för Sverige och sport och kultur. Sport och kultur är ämnen som det överlag skrivs mycket om och som engagerar, oavsett land. Detta märks särskilt i samband med stora sportevenemang, som t ex fotbolls-VM för herrar under 2018. Under 2019 har bl.a. hockeymatcher fått stor uppmärksamhet. Samtalet om Sverige på arabiska kan ofta knytas till enskilda svenska fotbollsspelare.<sup>14</sup> Under 2019 ser vi, likt 2018, att enskilda händelser inom kulturfären/området fick stort genomslag, exempelvis artisten Marie Fredrikssons bortgång i december 2019, inte minst i spanskspråkiga medier. I nyhetsmedier fick även Nobelpriset i litteratur visst genomslag.

### **Sverige som kunskapsnation**

Bilden av Sverige som kunskapsnation är relativt stark. Sverige rankas som åtta av 50 länder när det gäller uppfattningen om Sverige som studiedestination. Sverige uppfattas kunna erbjuda en hög levnadsstandard, god livskvalitet och jämlika möjligheter. Sverige uppfattas också relativt framstående inom innovation, vetenskap och teknologi.<sup>15</sup> Att Sverige har ett gott renommé inom utbildning- och forskningsområdena framkommer också i SI:s egna studier. Respondenterna i studien om Sverige bilden i Amerika associerar ofta Sverige till utbildnings- och forskningsfrågor.

Sverige har en framstående placering i internationella rankingar som berör utbildning och kunskapsområdena. Sverige rankas på plats tre av 63 rankade länder i *World Talent Ranking* (IMD). I rankingen har Sverige förbättras inom samtliga delområden som bedöms, bland annat satsningar inom högre utbildning (som andel av BNP); näringslivets satsningar på att utveckla och behålla arbetskraft; och att det svenska rättssystemet är stabilt. Sverige rankas också på plats 4 av 55 länder i Universitas 21 ranking.

Sverige som kunskapsnation är dock inte speciellt framträdande när SI följer samtalet om Sverige i media och social media.

<sup>14</sup> Exempel på detta är Zlatan Ibrahimovic och Christian Wilhelmsson

<sup>15</sup> Ipsos (2019), *Nation Brands Index 2019*.



# Svenska institutets publicerade studier

**SI:s egna Sverigebildsstudier** undersöker omvärldens syn på Sverige. Syftet är att öka kunskapen om hur Sverige uppfattas utomlands och hur bilden av Sverige utvecklas och formas. SI undersöker bilden av Sverige generellt, och i relation till särskilda ämnen och frågeställningar som bedöms vara viktiga för Sveriges samverkan med andra länder. Exempel är jämställdhet, hållbar utveckling och innovation. SI genomför studierna i samarbete med olika undersökningsföretag. Nedan följer kortare sammanfattningar av ett urval av de studier SI publicerat under 2019.<sup>16</sup>

## Bilden av Sverige i Amerika

SI:s undersökning av Sverige bilden i Amerika genomfördes genom webbpaneler i följande länder: Bolivia, Brasilien, Chile, Colombia, Mexiko, Peru och USA. Fokus för undersökningen är bilden av Sverige hos allmänheten i de berörda länderna, samt vilka ämnen och områden respondenterna associerar med Sverige. Uppfattningen om Sverige jämförs även med vad respondenterna anser om fem andra länder: Danmark, Kina, Spanien, Tyskland och USA<sup>17</sup>. Enkätundersökningen kompletterades med en sammanställning av vad som publicerats om Sverige på digitala plattformar (sociala medier och nyhetsmedier) i respektive land. Undersökningen genomfördes under april 2019, och rapporten publicerades i juni. Studien visar att:

- **Bilden av Sverige är genomgående positiv.** Sverige rankas högst i sex av de sju undersökta länderna, med undantag för Bolivia där Tyskland rankades högre. Utmärkande för de som har en mer positiv bild av Sverige, är att de oftare har en eftergymnasial utbildning och är äldre. Personer som besökt Sverige som turister, eller känner någon som bor eller kommer från Sverige, tenderar också att ha en mer positiv bild av Sverige. Denna tendens överensstämmer med resultat från SI:s tidigare studier. Även politiska sympatier verkar ha en inverkan på resultatet. De som identifierar sig mer till höger på den politiska vänster-högskalan tenderar att

ha en mer positiv bild av Sverige, förutom i USA där sambandet är det motsatta.

- **Sverige associeras med fred och säkerhet.** Andra vanliga associationer är hållbar utveckling samt forskning och utbildning, med undantag för USA där fler förknippar Sverige med sjukvård och hälsa. Tillverkningsindustri, jordbruk och livsmedel, samt service och tjänstenärings är de näringar som flest associerar med Sverige. Inom det kulturella området är det vanligast att Sverige förknippas med arkitektur, förutom i USA där visuell konst är det område flest förknippar med Sverige. Svensk natur, utomhusaktiviteter och utbildning anges som det mest intressanta med Sverige.
- **Förändringen av Sverige bilden är huvudsakligen positiv.** Mellan 9 och 30 procent av respondenterna uppger att deras bild av Sverige har förändrats det senaste året, där en majoritet anger att bilden har förändrats till det bättre. Vanliga förekommande anledningar till den förändrade bilden är att de har fått mer information om det svenska välfärdssystemet, inte minst utbildningssystemet. Många uppfattar också Sverige som ett land som präglas av stabilitet och ekonomisk tillväxt, i kombination med en hållbar utveckling. USA skiljer sig genom att en lägre andel, 9 procent, upplever att de fått en förändrad bild av Sverige, men också genom att endast 39 procent av dessa uppger att förändringen varit till det bättre.
- **Den svenska välfärdsstaten präglar samtalet på digitala plattformar.** De artiklar som delats mest rör frånvaron av förmåner för svenska riksdagsledamöter och domare, sex timmars arbetsdag, lön till morföräldrar som tar hand om barnbarnen och hur Sverige finansierar sin välfärd med skatteintäkter. Samtal om Sverige och hållbarhet är framträdande i vissa länder. Exempelvis har en artikel om Greta Thunbergs nominering till Nobels fredspris delats relativt frekvent i Peru, liksom en artikel i Colombia som rör föroreningar orsakade av Volvo. I

<sup>16</sup> SI:s publikationer är tillgängliga i sin helhet på [si.se](http://si.se)

<sup>17</sup> I USA jämfördes Sverige med Danmark, Finland, Nederländerna, Norge och Tyskland för att kunna jämföra resultaten med SI:s studie i USA 2017.

USA har Sverige i flera fall använts som ett avskräckande exempel, bland annat i relation till det svenska välfärdssystemet, våld i nära relationer och vapenlagstiftning.

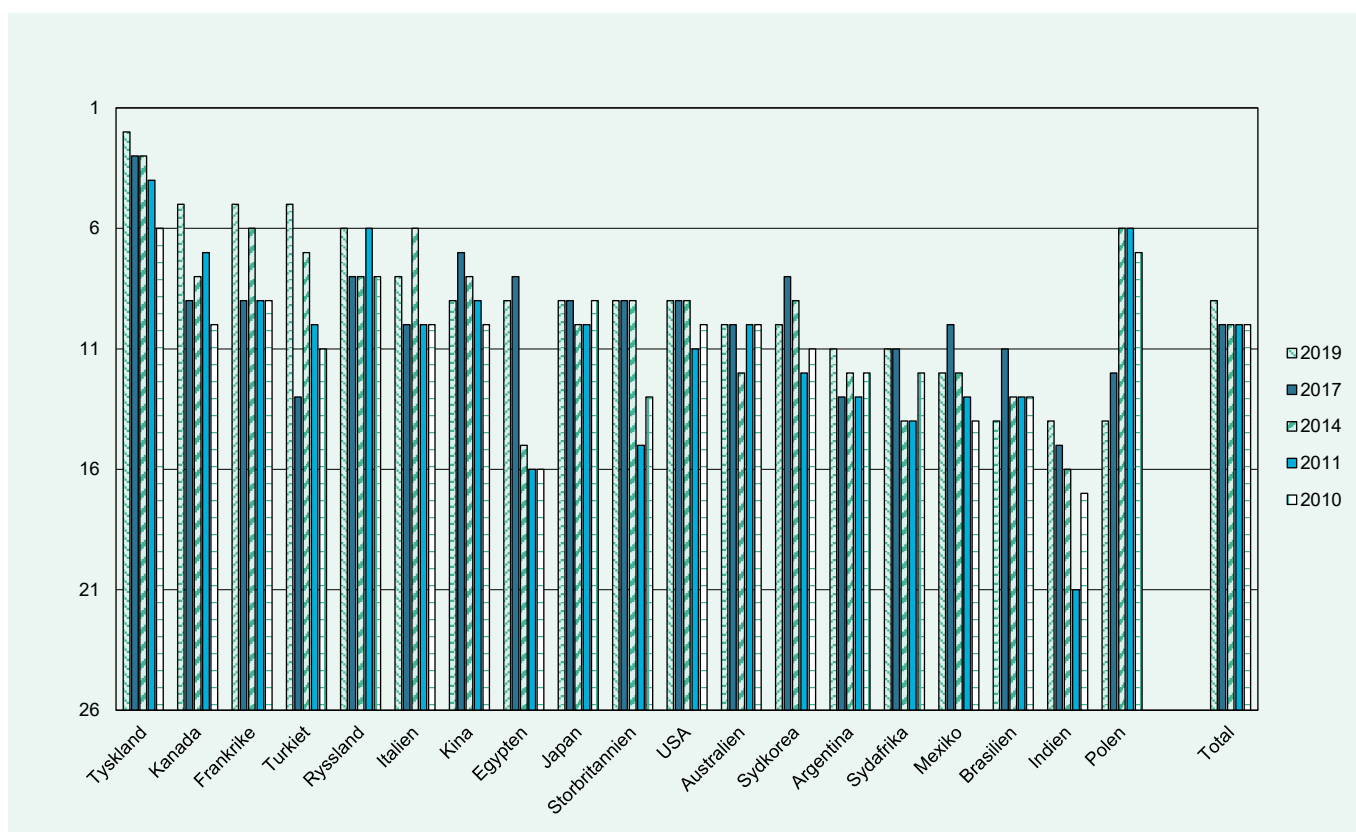
## Bilden av Sverige i Förenade Arabemiraten och Saudiarabien

Liksom Amerikastudien baserades rapporten ”Bilden av Sverige i Förenade Arabemiraten (FAE) och Saudiarabien” huvudsakligen på en undersökning av allmänhetens bild av Sverige, och fokuserade på vilka teman och områden respondenterna associerar med Sverige, och om deras bild av Sverige har förändrats under det senaste året. Uppfattningen om Sverige jämförs även med vad respondenterna anser om fem andra länder: Danmark, Finland, Nederländerna, Norge och Tyskland. Även i denna studie sammanställdes vad som skrivits om Sverige på digitala plattformar i respektive land. Studien genomfördes under september, och rapporten publicerades i december. Nedan följer de huvudsakliga resultaten:

- **Kännedomen om Sverige är generellt låg.** Drygt 70 procent i båda undersökta länderna har angett att de har viss kännedom om Sverige, eller känner till Sverige till namnet. Endast en liten andel i båda länderna, 4 procent, har inte alls hört talas om Sverige. Resultatet bekräftar de slutsatser om låg kännedom som drogs i den fokusgruppstudie som SI genomförde i länderna 2015.
- **Bilden av Sverige är överlag positiv.** Drygt hälften av respondenterna anger att de har en positiv bild av Sverige, och Sverige rankas högst i jämförelse med Danmark, Finland, Nederländerna, Norge och Tyskland. Utmärkande för de som har en mer positiv bild av Sverige är att de oftare har högre kännedom om Sverige, är mer välutbildade och har bekanta i eller från Sverige. Jämfört med studier genomförda i andra länder är andelen med en positiv bild av Sverige dock lägre i FAE och Saudiarabien. I Amerikastudien, som redogjorts för ovan, var det uppåt 80 procent som hade en positiv bild av Sverige. En möjlig anledning till den lägre andelen med positiv bild i FAE och Saudiarabien är att en stor andel av respondenterna har låg kännedom om Sverige.

- **Sverige associeras med mänskliga rättigheter.** Även säkerhets- och välfärdsfrågor är vanligare associationer än exempelvis jämställdhet och hållbarhet. Den vanligaste näringen som nämns är tillverkningsindustri och det vanligaste konstnärliga uttrycket är arkitektur. En relativt stor andel respondenter ser Sverige som en attraktiv turistdestination. Det respondenterna anger som mest intressant med Sverige är natur, utomhusaktiviteter, utbildningssystemet och det svenska välfärdssystemet. En relativt stor andel respondenter skulle vilja besöka Sverige som turister.
- **En stor andel av respondenterna har fått en förändrad bild av Sverige det senaste året.** Framför allt har Sverige bilden blivit mer positiv. Som orsak anges allmänna beskrivningar som att Sverige är ett fritt och säkert land med politisk och ekonomisk stabilitet, som respekterar sina medborgare. Den andel respondenter som anger att de fått en sämre bild av Sverige uppger att Sverige har blivit ett osäkert land på grund av våld och invandring. Andra ser i stället negativt på att Sverige har skärpt reglerna för invandring, och att de som tagits emot inte alltid behandlas väl.
- **Sverige omnämns i relativt liten utsträckning på digitala plattformar,** både jämfört med de samlade digitala publiceringarna i FAE och Saudiarabien och jämfört med i vilken utsträckning andra länder omnämns (som till exempel Tyskland). Sverige omnämns framför allt i samband med Sveriges medlande i Jemenkonflikten under december 2018. Generellt omnämndes Sverige endast i förbigående, det vill säga Sverige stod inte i centrum för nyhetsrapporteringen eller diskussionerna i sociala medier.

# Ett decennium med Nation Brands Index



Figur 1: Hur allmänheten i andra länder placerar Sverige i Nation Brands Index

**Anholt Ipsos Nation Brands Index (NBI)** är en årlig studie som mäter styrkan i 50 olika länders nationsvarumärken. NBI lyfter fram att ett starkt nationsvarumärke – eller en positiv uppfattning om ett land – förbättrar landets möjligheter både vad gäller handel och turism, och inom diplomatiska och kulturella relationer med andra länder. Genom enkätundersökningar i 20 länder ställs frågor om hur allmänheten uppfattar 50 jämförda länder – däribland Sverige – utifrån de sex kategorierna Export, Samhällsstyre, Kultur, Befolkning, Turism och Immigration/investeringar. Resultaten från NBI-studien presenteras i ett index där

länderna rankas utifrån den bedömning (*score*) länderna får baserat på enkätundersökningen. Studien har genomförts årligen sedan 2008 och är en så kallad perceptionsstudie som undersöker länders anseende<sup>18</sup>.

## Övergripande tendenser 2010–2019<sup>19</sup>

Sverige har länge innehaft plats 10 av de 50 länder som respondenterna ombeds besvara frågor om, men sedan 2018 rankas Sverige som nummer 9. Att övriga topp 10-länder är några av världens största ekonomier indikerar att Sverige har ett relativt starkt varumärke globalt.<sup>20</sup> Figur 1 visar Sveriges placering i de 19 länderna<sup>21</sup> under den aktuella

<sup>18</sup> Se appendix för utförligare beskrivning av metod och frågor i NBI-studien.

<sup>19</sup> Sveriges position och eventuella förändringar av bilden av Sverige som anges nedan är baserade på data från NBI för åren 2010, 2011, 2014, 2017 och 2019.

<sup>20</sup> NBI:s topp 10 för 2019 är (1) Tyskland, (2) Frankrike, (3) Kanada, (4) Storbritannien, (5) Japan, (6) USA, (7) Italien, (8) Schweiz, (9) Sverige och (10) Australien.

<sup>21</sup> Hur allmänheten i Sverige placerar Sverige har inte inkluderats i denna genomgång. Med Sverige blir det 20 länder.

tidsperioden. Det finns inga tydliga regionala skillnader i bilden av Sverige.

Majoriteten av de länder som ingår i NBI:s undersökning rankar Sverige högre 2019 jämfört med 2010. Sverige rankas högst i Tyskland (plats 2 2019, plats 6 2010) följt av Kanada (plats 5 2019, plats 10 2010), Frankrike (plats 5 2019, plats 9 2010) och Turkiet (plats 5 2019, plats 11 2010). Lägst rankas Sverige i Brasilien (plats 14 2019, plats 13 2010), Indien (plats 14 2019, plats 17 2010) och Polen (plats 14 2019, plats 7 2010). Endast i två länder, Brasilien och Polen, har Sveriges ranking försämrats 2019 jämfört med 2010.

När det gäller förändringar i Sveriges ranking över tid rör det sig mestadels om små förändringar, vilket kan tolkas som att bilden av Sverige är tämligen stabil. Störst positiv förändring av Sveriges ranking är i Egypten, Turkiet och Kanada. Tydligast försämring av Sveriges ranking under tidsperioden har skett i Polen.

Högst placering – och därmed anseende – har Sverige inom kategorierna Samhällsstyre (plats 3) följt av Befolkning (plats 5) och Immigration/investeringar (plats 6). Sedan 2010 har Sveriges placering ökat mest inom kategorierna Befolkning (+4) och Immigration/investeringar (+2).

Nedan redogörs kort för Sveriges placering inom respektive kategori, samt det mest relevanta avseende Sveriges placering.

### Samhällsstyre

Sveriges placering 2019: 3 (+/-0)

Underkategorier: kompetent/ärligt samhällsstyre; respekterar befolkningen; internationell fred och säkerhet; reducerar global fattigdom; samt skyddar klimatet  
Sveriges högsta placering 2019: Skyddar klimatet (1)

Mellan 2010 och 2019 är Sveriges placering inom Samhällsstyre oförändrad. Sverige har en särskild styrka inom området Samhällsstyre, då Sverige i samtliga underkategorier hamnar i topp 4. Sveriges rank som nummer 1 avseende att värna om miljön är den enda förstaplacering Sverige har. Respondenterna klassificerar främst det svenska samhällsstyret som pålitligt (37%), tillförlitligt (33%), betryggande (28%) och transparent (22%).<sup>22</sup>

### Immigration/investering

Sveriges placering 2019: 6 (+2)

Underkategorier: utbildad befolkning; investera i företag; bo och leva; livskvalitet; samt jämlikt samhälle  
Sveriges högsta placering 2019: Jämlikt samhälle (2)

Sveriges övergripande placering har förbättrats mest mellan 2010 och 2019 inom området immigration/investering. Störst förändring har skett i underkategorin avseende att arbeta och bo i landet, där Sveriges rank har stigit med 3 placeringar. Sverige associeras primärt med begreppen modernt (34%), framåttänkande (30%), utvecklande (21%) och ambitiöst (20%).

### Befolkning

Sveriges placering 2019: 5 (+4)

Underkategorier: nära vän; välkomnande; anställningsbarhet  
Sveriges högsta placering 2019: Anställningsbarhet (6)

Sveriges totala placering inom Befolkning är oförändrad över jämförelseperioden. Sverige rankas högre i samtliga underkategorier avseende Befolkning år 2019 jämför med 2010. Data visar att Sveriges ranking på detta området är allra högst i Tyskland (plats 2) och Italien (plats 3). Svenskar associeras framför allt med att vara hårt arbetande (33%), skickliga (30%), ärliga (30%) och toleranta (24%).

### Export

Sveriges placering 2019: 8 (+/-0)

Underkategorier: vetenskap och tech; produkter och tjänster; samt kreativ plats  
Sveriges högsta placering 2019: Kreativ plats (8)

Uppfattningen om Sverige i kategorin Export är oförändrad sedan 2010. De produkter och tjänster respondenterna främst associerar Sverige som exportnation med är högteknologi (27%), bilar (19%) och mat (18%).

### Turism

Sveriges placering 2019: 13/50 (+1)

Underkategorier: historiska byggnader; levande städer; önskan att besöka givet inga finansiella begränsningar; samt vacker natur  
Sveriges högsta placering 2019: Vacker natur (9)

Sverige rankas något högre jämfört med 2010 inom området Turism. Jämfört med 2010 har Sveriges position som turistnation förbättrats främst i Indien (+9), Egypten (+7) och Turkiet (+6). I Kina och Tyskland rankas Sverige bland de främsta tio länderna som turistnation. Sverige som turistnation associeras primärt med begreppen avslappnande (29%), fascinerande (28%), lärorikt (25%) och spännande (24%).

<sup>22</sup> Respondenterna tar här ställning till NBI:s fördefinierade kategorier. Respondenterna tar även ställning till de motsatta kategorierna oförutsägbart,

instabilt, korrupt och farligt. Enbart 3–6 % av respondenterna klassificeras Sverige enligt dessa.

## Kultur

Sveriges placering 2019: 14 (+1)

Underkategorier: kulturarv; sport; samt nutida kultur  
Sveriges högsta placering 2019: Samtida kultur (10)

Kultur är det område i NBI där Sverige rankas lägst (plats 14), men synen på Sverige som kulturnation skiljer sig förhållandevis mycket mellan respondenter i olika länder. Högst anseende har svensk kultur i Kina (plats 9) följt av Tyskland (plats 10) och Ryssland (plats 11). Svensk kultur förknippas oftast med modern design (29%), museum (27%) och musik (23%).

### Demografins och kännedomens inverkan på bilden av Sverige

Resultaten av NBI visar att demografiska faktorer, sett till kön, ålder och utbildning, generellt har liten påverkan på bilden av Sverige. Om något, så har ålder viss inverkan samt om respondenten har besökt Sverige. Detta resultat bekräftas även av SI:s egna studier, även om det varierar något mellan länderna i fråga.

Respondenter som anger att de har högre kännedom om Sverige tenderar att vara mer positivt inställda till Sverige, vilket även SI:s tidigare studier visat.<sup>23</sup> Kännedomen om Sverige har inte förändrats påtagligt sedan 2010. I 2019 års undersökning anger två tredjedelar av respondenterna att de antingen har någon kunskap om Sverige, är bekanta med eller väldigt bekanta med Sverige. Endast en mindre andel (2%) inte hört talas om Sverige. Cirka en tredjedel (32 %) anger att de bara känner till Sverige till namnet.

Äldre tenderar att ranka Sverige något högre än yngre personer, vilket möjligen kan hänga samman med att äldre har en bättre kännedom om Sverige. Likaså har respondenter som har besökt Sverige en tendens att ranka Sverige högre än övriga länder.

### Fördjupad analys av fyra länder

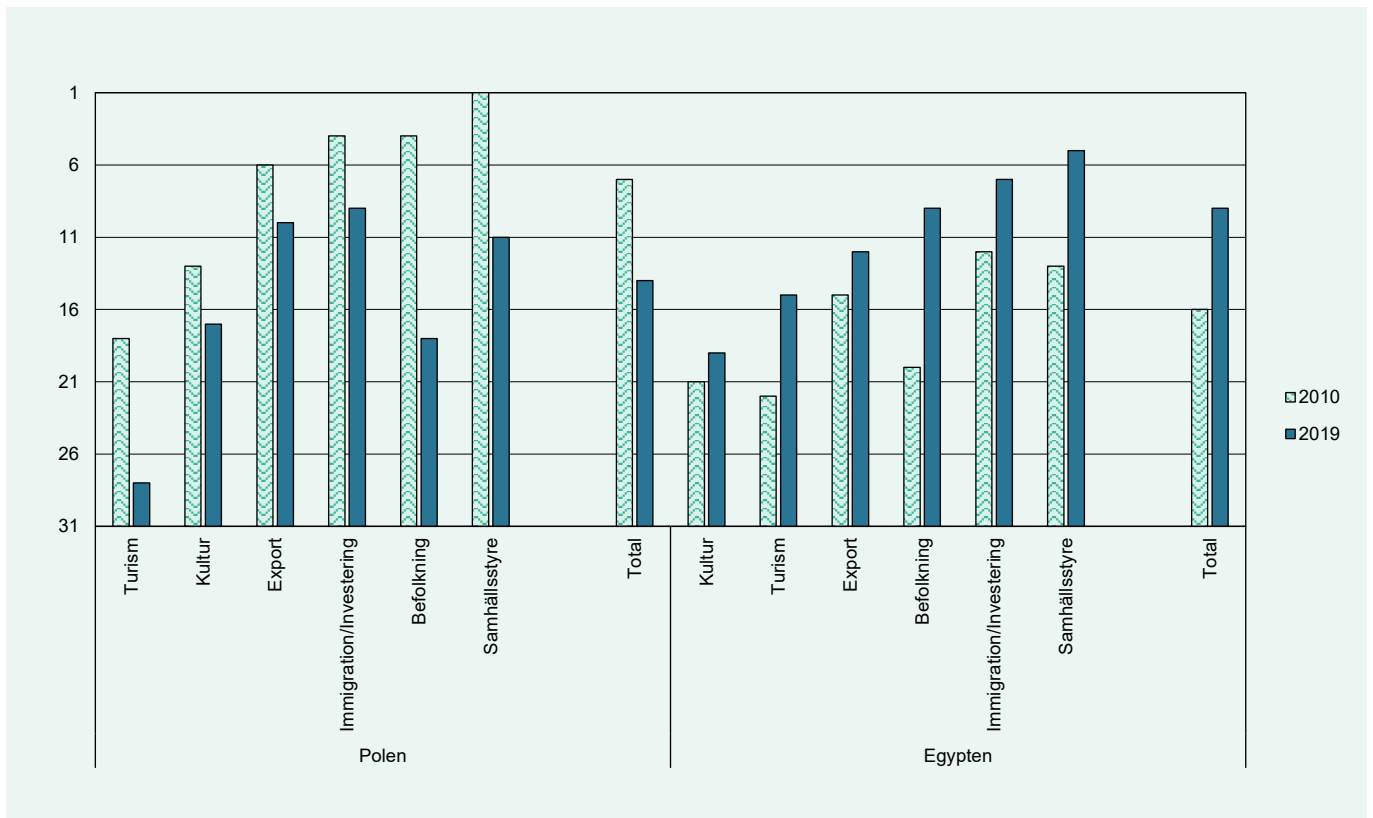
För att undersöka de mekanismer som styr bilden av Sverige har SI fördjupat analysen av fyra länder där kontrasterna i hur man ser på Sverige är som tydligast.<sup>24</sup> Egypten och Polen är de länder som uppvisar störst positiv respektive negativ förändring i synen på Sverige sedan 2010. Tyskland och Indien uppvisar den mest positiva respektive mest negativa bilden av Sverige jämfört med övriga länder.

#### Egypten

Enligt NBI har bilden av Sverige i Egypten utvecklats positivt under de senaste tio åren. Sverige har stigit 11 placeringar i den totala rankningen för landet – från plats 16 år 2010 till plats 5 år 2019. Egypten är därmed det land där Sveriges anseende stigit mest i NBI:s undersökning. Figur 2 visar även att Sveriges ranking har förbättrats inom samtliga kategorier.

<sup>23</sup> Detta gäller generellt för samtliga länder i NBI. Se även till exempel SI:s rapport Bilden av Sverige i Förenade Arabemiraten och Saudiarabien (rapport 2019:3).

<sup>24</sup> Allt för stor vikt bör inte läggas vid enskilda placeringars uppåt- eller nedåtgående. Vad som däremot är intressant, och som dessa fyra fall visar, är när förändringar i ett flertal placeringar är del av ett övergripande mönster i hur man ser på Sverige.



Figur 2: Sveriges placering i NBI:s övergripande kategorier i Polen och Egypten. För att göra kontrasterna tydliga inkluderas enbart resultaten för 2010 och 2019.

Förändringen i bilden av Sverige uppstår runt år 2017, då Sveriges placering stiger relativt markant jämfört med tidigare år (se Figur 1). Liksom i andra länder, är bilden av Sverige i Egypten särskilt positiv inom kategorierna Samhällsstyre och Befolkning, även om en uppåtgående tendens genomsyrar samtliga kategorier. Bland annat har respondenterna fått en mer positiv inställning till Sveriges internationella arbete: uppfattningen att Sverige är ett land som verkar för internationell fred och säkerhet, och bidrar till att motverka global fattigdom, har stärkts. Sverige rankas också högt avseende ansvarstagande i klimatfrågan.

Även inom kategorin som rör synen på ett lands befolkning har stora förändringar skett de senaste 10 åren. Det gäller framför allt i den kategori som mäter villigheten att anställa människor från landet i fråga, där Sveriges placering har stigit 9 platser till plats 5. Respondenterna i Egypten är också mer positiva till möjligheten att bo och arbeta i Sverige. Materialet visar också att respondenterna i Egypten i allt högre grad förknippar Sverige med jämlikhet (plats 5), hög livskvalitet (plats 6), intressanta företag (plats 9) och en välutbildad befolkning (plats 9).

I Egypten rankas Sverige betydligt högre än övriga nordiska länder<sup>25</sup>, vilket indikerar att det görs en distinktion mellan Sverige och övriga nordiska länder. Förbättrade rankingar över tid vad gäller de övriga nordiska länderna är inte lika tydliga.

**Rouzbeh Parsi**, programchef vid Mellanöstern- och Nordafrikaprogrammet på Utrikespolitiska institutet (UI), om bilden av Sverige i Egypten:

#### Vad är förklaringen till att Egypten är det land där Sveriges placering stigit mest mellan 2010 och 2019?

"SI:s tidigare rapporter visar att i länder kring Persiska viken som Förenade Arabemiraten och Saudiarabien, associeras Sverige med mänskliga rättigheter, utbildning, fred och säkerhet. Följaktligen är det inte överraskande att Sverige även toppar indexet i Egypten. Sveriges profil som ett land som värnar om miljön lär ha bidragit till landets popularitet i Egypten. UD:s regionala strategi har bland annat koncentrerat sig på just hållbar utveckling, förnybar energi och innovationer, med fokus på bland annat Egypten.

Det är också viktigt att påpeka att Egypten även är Sveriges viktigaste handelspartner i Mellanöstern och att över 40 svenska företag finns representerade i landet. År 2018 investerade Sverige drygt 130 miljoner dollar i cirka 120 olika projekt i Egypten. Sverige stödjer även FN-insatser i Egypten, bland annat i frågor som rör jämställdhet. Det tidigare svenska institutet i Alexandria och EU-finansierade Anna Lindh-stiftelsen för interkulturell dialog kan också ha bidragit till en mer positiv bild av Sverige i Egypten."

#### Vad är det mest överraskande i undersökningen?

"Att Sverige är så överlägset de andra nordiska länderna i Egypten, framför allt i jämförelse med Finland. Egypten är även Finlands viktigaste handelspartner i regionen, och Sverige och Finland har näst intill identiska strategier, men Sverige har en dubbelt så stor export. En annan aspekt är att flyktingkrisen 2015–2016 onekligen har inverkat på hur människor upplever Sverige som ett land att leva i."

<sup>25</sup> I Egypten rankas Norge som #25, Finland som #30 och Danmark som #35.

## Polen

Sveriges övergripande placering i Polen, på plats 14 av 50 länder, är fortsatt relativt hög. Övriga nordiska länder hamnar på snarlika positioner.<sup>26</sup> Respondenterna i Polen rankar Sverige högt i frågor om huruvida det svenska samhället är jämlikt (plats 4). De uppfattar också att Sverige i hög grad har ett samhällsstyre som skyddar miljön (plats 3).

Polen är dock det land där bilden av Sverige har försämrats mest sedan 2010, från plats 7 till plats 14.<sup>27</sup> Denna nedåtgående trend skiljer sig från utvecklingen i andra länder. Även om det i NBI inte är möjligt att undersöka hur specifika händelser kan ha påverkat bilden av Sverige i enskilda länder, kan förändringar sett till de olika kategorierna ge ett visst stöd i tolkningen. I Polen har Sverige framförallt en sämre ranking i kategorierna Samhällsstyre och befolkning, men Sverige har fallit i samtliga kategorier.

Bilden av Sverige inom den underkategori som handlar om ett kompetent och ärligt samhällsstyre har försämrats från plats 2 år 2010 till plats 17 år 2019. Även bilden av Sverige inom den underkategori som handlar om ett samhällsstyre som respekterar befolkningens rättigheter och behandlar invånare rättvist har försämrats (från plats 1 år 2010 till plats 15 år 2019). Likaså har bilden av Sveriges internationella arbete, särskilt inom freds- och säkerhetsfrågor och arbetet med att motverka fattigdom globalt, försämrats, om än inte lika drastiskt.

Allmänheten i Polen bedömer den svenska befolkningen som välkomnande i lägre utsträckning jämfört med för tio år sedan (från plats 3 år 2010 till plats 20 år 2019 inom denna underkategori). Likaså har bilden av Sverige som möjlig

turistnation sjunkit med 10 placeringar (till plats 28) under jämförelseperioden.<sup>28</sup>

Sammanfattningsvis pekar NBI mot vad som kan tolkas som en bristande tilltro till det svenska samhällsstyret och en uppfattning att befolkningen är mindre välkomnande, i kombination med en uppfattning om att Sverige är ett jämlikt land som tar ansvar i frågor om klimatet. Bilden av Sverige i Polen är därmed motsägelsefull.

**Cecilia Andrae**, Senior rådgivare Östersjöregionen på SI, om bilden av Sverige i Polen:

### Vad tror du är förklaringen till att Polen är det land där Sveriges placering sjunkit mest mellan 2010 och 2019?

"Först av allt är det viktigt att notera att Sverige fortfarande rankas högt i Polen, på plats 14 av 50 länder. Att bilden av Sverige har försämrats tror vi framför allt kan förklaras av en mer negativ medierapportering i en del polska medier, t ex i samband med val. Vi vet att Sverige, och även länder som Frankrike och Tyskland, de senaste åren förekommit som negativa exempel i den inrikespolitiska debatten. Det förekommer att Sverige i medier beskrivs som ett land som förfaller och inte kan hantera de senaste årens invandring. Att Sveriges ranking har sjunkit inom kategorierna Samhällsstyre och Immigration/investeringar skulle kunna förklaras av detta. Även om det också förekommer mer positiv medierapportering om Sverige, till exempel kring miljö- och jämställdhetsfrågor, så verkar en viss typ av negativ rapportering på ganska kort tid ha fått ett tydligt genomslag."

### Vad är mest överraskande i undersökningen?

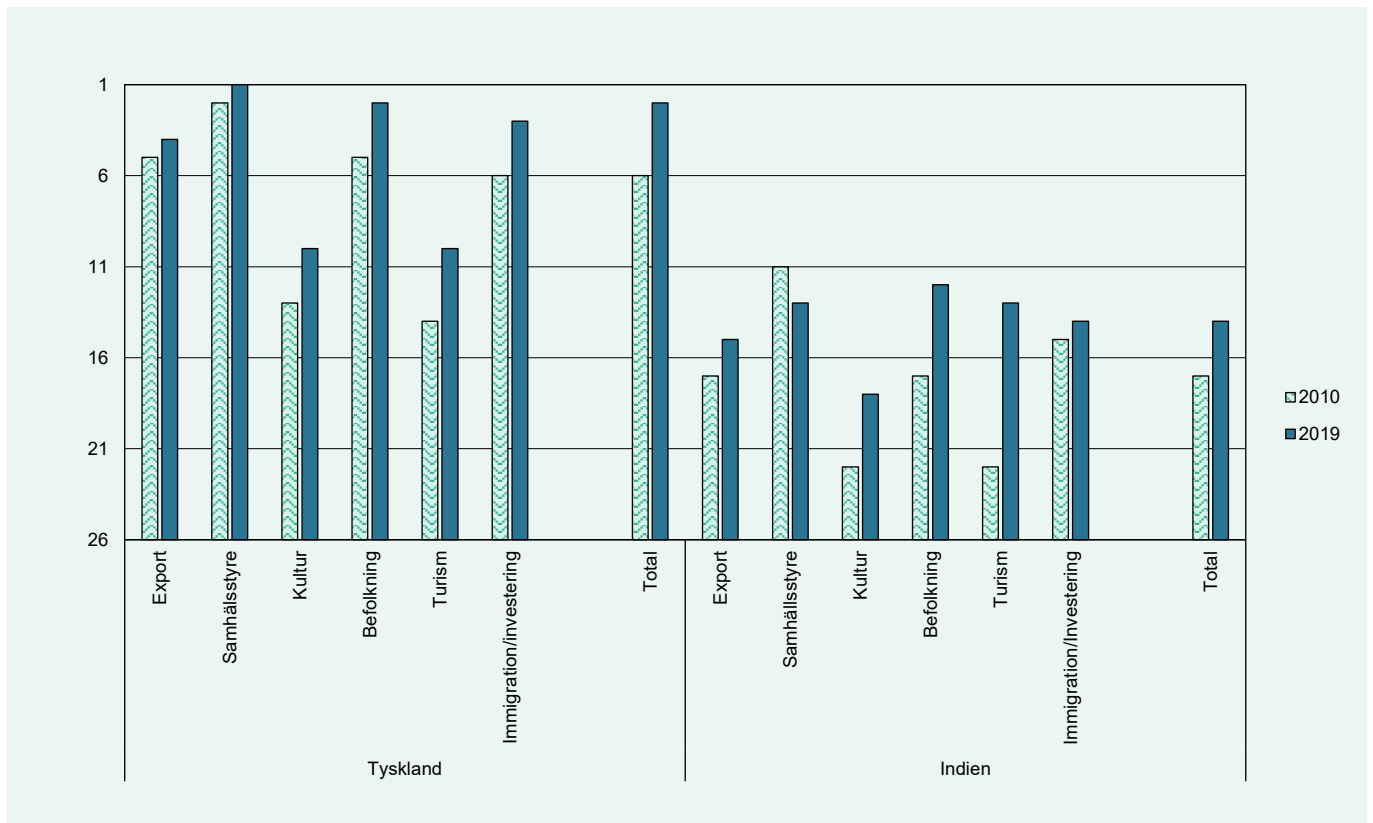
"Att Sverige har sjunkit så mycket inom kategorin Turism. Samtidigt återspeglas detta delvis i turistströmningarna från Polen, som minskade efter 2016 för att dock återigen öka 2019. Att Polen i dag inte i samma utsträckning ser den svenska befolkningen som välkomnade är också intressant. Vi vet inte om detta beror på egna upplevelser, eller om det kan kopplas till medierapporteringen."

<sup>26</sup> Norge (#11), Danmark (#16) och Finland (#18).

<sup>27</sup> 2019 har Sverige tappat några placeringar i fem länder jämfört med 2017 års NBI. Med tanke på att det är få tapp i placeringar (mellan 1 och 3 placeringar) är det inte möjligt att bedöma huruvida detta är en del i en övergripande och långtgående försämring i hur man ser på Sverige. Brasilien är det enda land utöver Polen där Sverige har tappat i placering jämfört med 2010, men då endast en placering.

<sup>28</sup> Detta återspeglas även till en viss del i turismstatistik för Polen. Efter 2016 minskade turister från Polen till Sverige – från drygt 311 000 gästnätter under 2015 till drygt 278 000 gästnätter under 2018. Under 2019 ökade dock turismen igen till 324 000 gästnätter under året.





Figur 3: Sveriges placering i NBI:s övergripande kategorier i Tyskland och Indien. För att göra kontrasterna tydliga inkluderas enbart resultaten för 2010 och 2019.<sup>29</sup>

## Tyskland

Allmänheten i Tyskland har genomgående en positiv bild av Sverige under jämförelseperioden. För 2019 placeras Sverige på plats 2 av de 50 länder som ingår i undersökningen 2019.<sup>30</sup> Jämfört med 2010 har Sverige förbättrat sin position med 4 placeringar. Respondenterna i Tyskland har en särskilt positiv uppfattning om det svenska samhällsstyret, och synen på samhällsstyret har varit relativt oförändrad över tid. Därtill rankas Sverige högt framför allt i frågor som berör arbetet med att skydda mänskliga rättigheter (plats 1), internationellt klimatarbete (plats 1) och att motverka fattigdom (plats 1). Ytterligare ett område där respondenterna i Tyskland rankar Sverige särskilt positivt avser Sveriges befolkning (plats 2). Sverige ses som ett välkommande land (plats 2), ett land man gärna har en nära vän från (plats 2) och med en befolkning som har hög anställningsbarhet (plats 2).

I Tyskland rankas Sverige inte lika högt inom övriga kategorier. När det kommer till kulturområdet (plats 10) och inom Turism (plats 10) rankas Sverige något lägre jämfört med ovan nämnda områden. Det skiljer sig dock mellan olika aspekter av kultur och turism. Sverige rankas högt vad gäller samtida svensk kultur (plats 6). Det som försämrar

Sveriges placering inom kulturområdet är framför allt uppfattningen om det svenska kulturarvet (plats 20). På motsvarande sätt är det uppfattningen om historiska byggnader (plats 19) som försämrar placeringen inom turism. Sett till huruvida man önskar besöka Sverige om det inte fanns några finansiella hinder rankas Sverige mycket högt (plats 2).

<sup>29</sup> Trots skillnaderna mellan hur respondenter i Tyskland och Indien placerar Sverige, så finns likheter avseende vad som värderas högst gällande Sverige. Respondenter i båda länder är mest positiva till Sverige inom Samhällsstyre och Befolkning och minst positiva till Sverige inom Turism och Kultur.

<sup>30</sup> Det land som får en högre placering är Tyskland självt.

**Per Thöresson**, Sveriges ambassadör i Berlin, om bilden av Sverige i Tyskland:

#### **Märks den positiva Sverige bilden av i Tyskland?**

"Ja, absolut. Kännedomen om Sverige är god och intresset är stort. Det märks på flera sätt. Bland annat skriver tyska tidningar mycket om Sverige och ofta i en positiv kontext. När jag reser i landet och träffar tyska medborgare, är intresset stort för Sverige och många berättar att de har turistat i vårt land. Ofta omnämns vår vackra natur och vår goda mat. Den svenska älgen är också välkänd i Tyskland! Många lyfter fram Sverige som ett innovativt och jämställt land och känner till vårt arbete med klimatfrågor. Det skrivs även mycket om Greta Thunberg och #FridaysforFuture-demonstrationerna har varit stora i flera tyska städer. Men det finns även många som fortfarande tänker på Sverige som något slags Bullerbyn. Även politiskt är intresset stort och vi har ett långtgående samarbete mellan Sverige och Tyskland. Förbundskansler Merkel och statminister Löfven har undertecknat ett gemensamt innovationspartnerskap, för att arbeta närmare tillsammans inom sex utvalda områden, och de tyska ministrarna har god Sverige bild, är intresserade av Sveriges ståndpunkter i olika frågor och alltid öppna för samarbete."

#### **Och hur kan ambassaden använda den positiva bilden av Sverige i arbetet med att främja Sverige?**

"Det är alltid viktigt att känna till hur bilden av Sverige ser ut där man verkar, så man vet vilka områden man behöver främja mer inom och vilka områden man kan dra nytta av i sitt främjande. Till exempel arbetar Sverige intensivt med Agenda 2030 och inom många av hållbarhetsmålen har vi kommit längre än Tyskland. Därför lyfter vi i år fram vikten av de 17 hållbarhetsmålen genom att turnera runt en utställning i Tyskland. Beroende på vilket förbundsland det är, kan vi också välja att fördjupa oss i ett specifikt mål som kan vara av större intresse och där vi tror att vi kan inspirera och skapa samarbete. I media framställs Sverige ofta som en förebild vad gäller hållbarhet, jämställdhet och innovation, och det ökar trovärdigheten för vår satsning och gör att det blir enklare att etablera en dialog med både beslutsfattare och allmänheten i Tyskland."

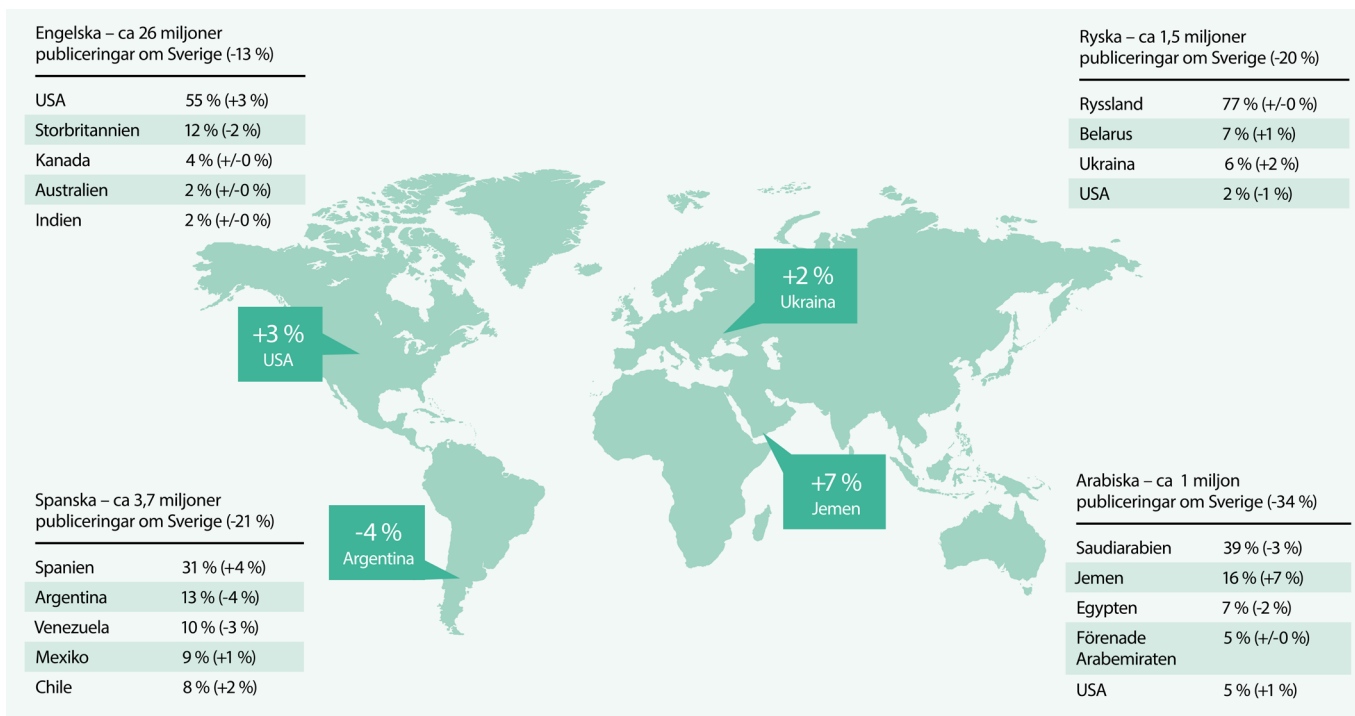
## **Indien**

Trots en förbättring avseende Sveriges övergripande placering mellan 2010 och 2019, är Indien ett av de tre länder där respondenterna har den minst positiva bilden av Sverige. Övriga länder är Polen och Brasilien. Samtligt rankas Sverige fortfarande relativt högt, på plats 14 av de 50 länder som ingår i studien.

Det område Sverige placeras högst inom är Befolkning (plats 12) följt av Turism (plats 13) och Samhällsstyre (plats 13). Den största förändringen avser den förbättrade synen på Sverige som ett välkommande land (plats 19 år 2010 till plats 13 år 2019). Störst förbättring inom turismområdet avser Sveriges placering avseende vacker natur. Bilden av Sverige inom Samhällsstyre har försämrats något mellan 2010 och 2019, till plats 13 2019. När respondenterna bedömer olika aspekter, är det Sveriges skydd av klimatet som rankas högst (plats 10), följt av bilden av Sverige som land som motverkar fattigdom (plats 12).

Respondenterna är minst positiva till Sverige inom frågor som rör Kultur, där det framför allt är uppfattningen om kulturarv som drar ner Sveriges placering inom kulturområdet.

# Samtalet om Sverige på digitala plattformar



**Figur 4:** Antal publiceringar där Sverige omnämns på digitala plattformar och de länder som nämner Sverige flest gånger under 2019 (förändring jämfört med 2018 inom parentes).

## En viktig del i SI:s arbete med att analysera

Sverige-bilden är att följa vad som skrivs om Sverige på digitala plattformar. För denna typ av analyser använder SI digitala verktyg som samlar in publiceringar om Sverige från olika källor: forum, nyhetsmedier, bloggar, Twitter, Instagram<sup>31</sup>, Tumblr, Youtube (beskrivningar och kommentarer), recensioner och Reddit. SI följer sedan 2017 samtalet om Sverige i publiceringar på engelska, spanska, ryska och arabiska.<sup>32</sup>

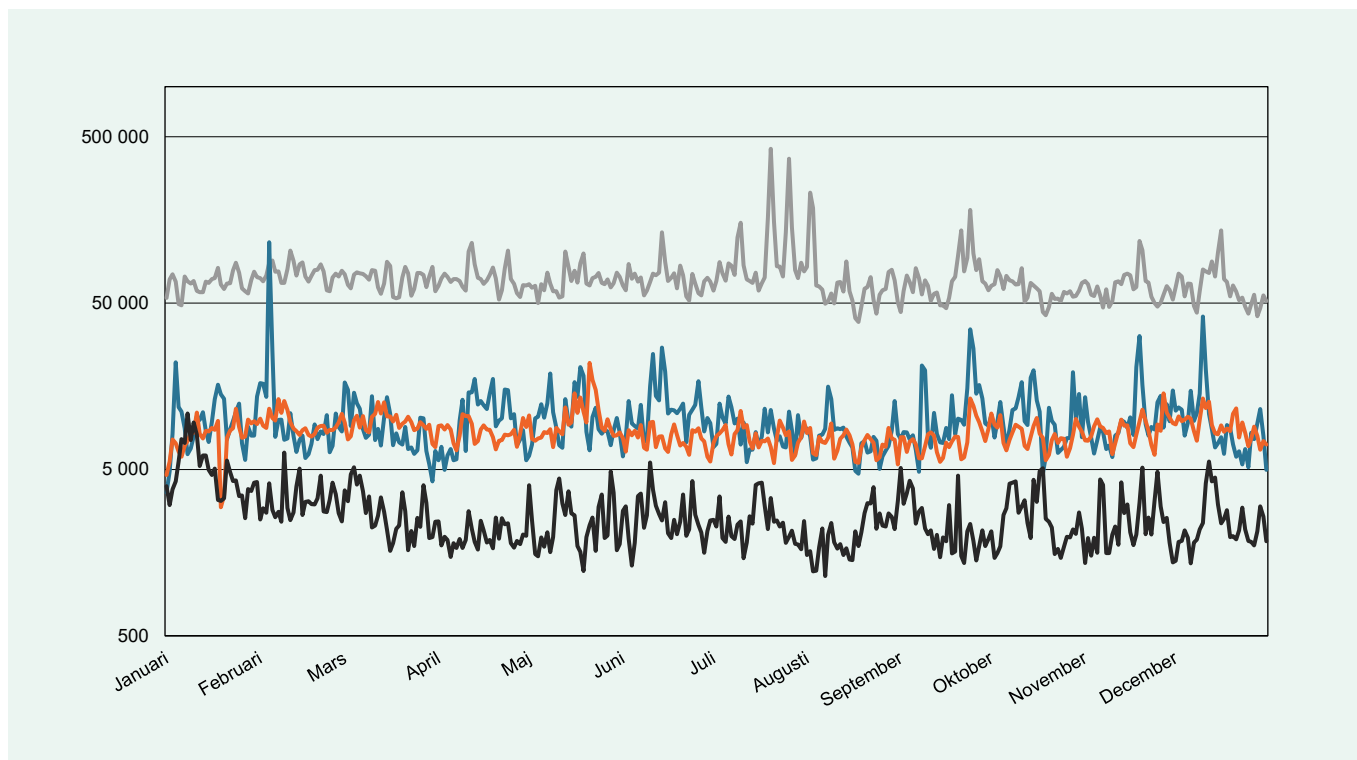
Avsnittet nedan redogör för generella tendenser och specifika händelser vad gäller publiceringar om Sverige under 2019, fördelat per språk.

## 2019 – Generell minskning av antalet publiceringar

Under 2019 minskade antalet publiceringar om Sverige jämfört med 2018. Detta gäller för samtliga språk som SI bevakar. Antalet publiceringar minskade mest på arabiska (38 procent) och minst på engelska (13 procent). Sett till volym är antalet publiceringar om Sverige på engelska betydligt fler än antalet publiceringar på arabiska, ryska och spanska (se Figur 5 nedan).

<sup>31</sup> Under 2018 införde Instagram begränsningar i mängden data som är tillgänglig för sökningar. Begränsningen påverkar samtalsvolymen om Sverige 2019, framför allt på engelska. För att urskilja förändringar i antal omnämmanden av Sverige mellan 2019 och 2018 har data från Instagram exkluderats när skillnaden anges i procent.

<sup>32</sup> SI följer samtalet om Sverige genom att konstruera sökningar där ord som "Sverige", "svensk" och "svenska" på respektive språk ingår.



**Figur 5:** Antal inlägg på sociala medieplattformar där Sverige omnämns januari–december 2019 och de händelser som under året genererar mest diskussion. Y-axeln visar på antalet omnämningar av Sverige; X-axeln visar tid.

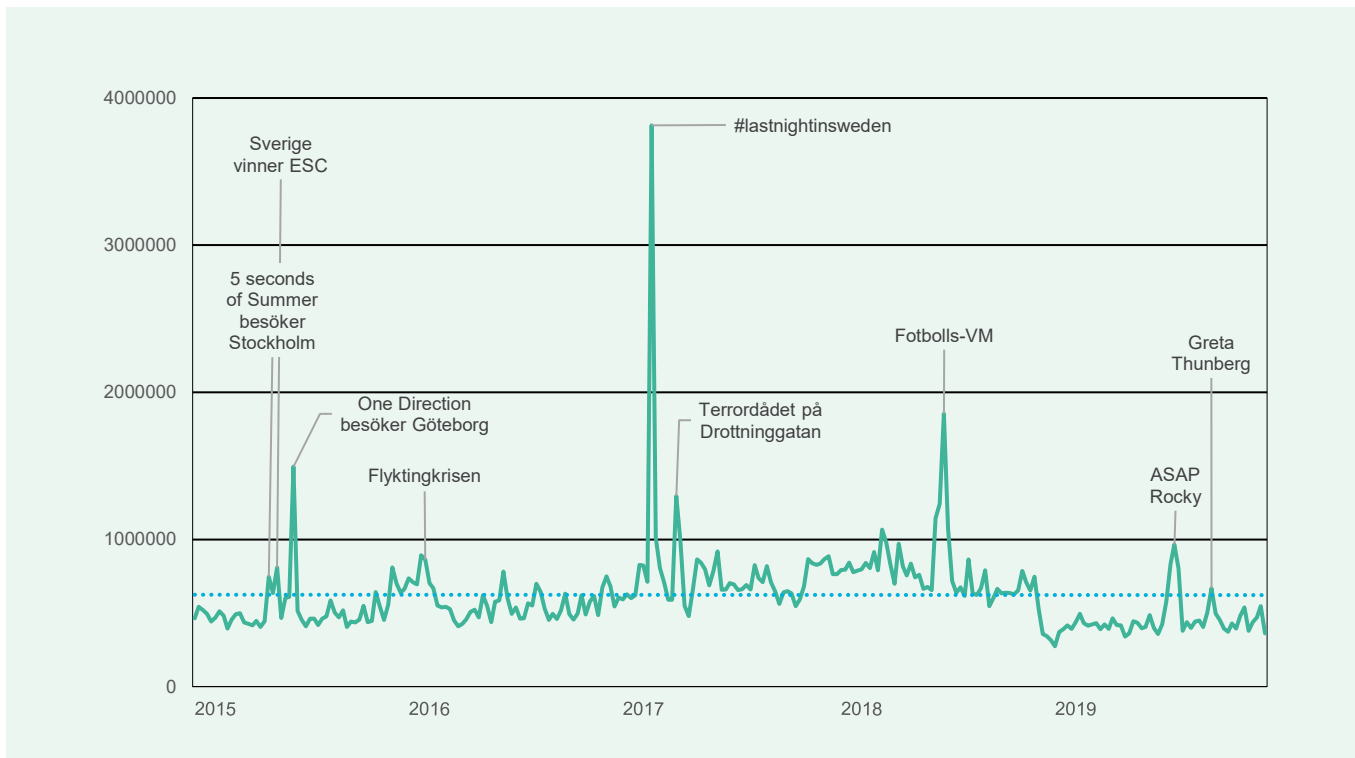
Liksom i tidigare årssammanställningar uppmärksammar SI händelser kopplade till Sverige i olika utsträckning beroende på språk – det som diskuteras flitigt på ett språk blir inte nödvändigtvis ett stort konversationsämne på ett annat språk. Nyheten att Sverige ställde sig bakom Juan Guaidó som president i Venezuela fick stor spridning i spansktalande medier men inte på övriga språk. På liknande sätt fick USA:s president Donald Trumps kommentarer på Twitter om häktningen av artisten ASAP Rocky i Sverige framför allt spridning i samtalet om Sverige på engelska. Med andra ord kan det inte förutsättas att en händelse som berör Sverige diskuteras på alla språk. Men det finns händelser som kopplas till Sverige och som diskuteras på alla språk. Ett exempel är Greta Thunbergs tal på FN:s klimatmöte i New York i september 2019, som uppmärksammades och diskuterades flitigt på samtliga språk utom arabiska.

## Publiceringar om Sverige på engelska

Under 2019 minskade antalet digitala publiceringar om Sverige i både sociala medier och nyhetsmedier jämfört med 2018. En förklaring är att det under 2019 inte förekom något globalt evenemang av samma magnitud som fotbolls-VM 2018 för herrar. Liksom 2017, med händelsen Last Night in Sweden,<sup>33</sup> hade Donald Trump – med över 70 miljoner följare på Twitter – en tydlig inverkan på volymen av publiceringar om Sverige under 2019.

<sup>33</sup> Det som kom att kallas "Last Night in Sweden" var en av 2017 års mest omdebatterade händelser om Sverige i utlandet i USA. I ett tal och påföljande tweets i februari 2017 talade den amerikanske presidenten Donald Trump om en

påstådd händelse som skulle ha skett i Sverige med koppling till flyktingmottagande.



Figur 6: Antal inlägg på sociala medier 2015–2019 på engelska där Sverige omnämns, och de händelser som genererade mest diskussion.

## Sociala medier

Antalet inlägg på de sociala medieplattformar som bevakas via SI:s digitala verktyg minskade med 9 procent jämfört med föregående år, och uppgick till cirka 24 miljoner inlägg. Publiceringarna om Sverige på sociala medier är till stor del händelsestyrda, varför de ämnen som diskuterades 2019 skiljer sig från 2018. Händelser som fick stor uppmärksamhet var Greta Thunbergs tal och aktioner, häktningen av ASAP Rocky och den nedlagda förundersökningen mot Julian Assange. Betydelsefulla händelser i Sverige, som till exempel Nobelpriset, genererade tämligen lite diskussioner på just sociala medieplattformar.

Publiceringar på Twitter om den häktade artisten ASAP Rocky i Sverige gav upphov till årets mest intensiva diskussion kopplat till Sverige på sociala medier. Diskussionerna fick även fart när ett antal namninsamlingar för att släppa ASAP Rocky fri publicerades. Kampanjer och publiceringar som manade till bojkott av Sverige, och i vissa fall IKEA, spreds med mycket begränsat genomslag under perioden.

Att samtalet om Greta Thunberg inte får samma genomslag har att göra med att inlägg om Thunberg på sociala medier sällan nämner att hon är från Sverige. Trots Thunbergs avtryck i den globala klimatdebatten, är det inte

självlärt att hennes kommunikation driver samtalet om Sverige och klimat och hållbarhet.<sup>34</sup> Det är dock möjligt att hennes klimataktivism kopplas till Sverige som föregångare i hållbarhets- och klimatfrågor (se avsnittet om Samhällsstyre i kapitlet Ett decennium med Nation Brands Index, där Sverige placerar sig på position 1 av 50 länder i internationellt klimatarbete). Som mest omnämns Thunberg i samband med sitt tal på FN:s klimatmöte. Inläggen om Thunberg och Sverige har publicerats med såväl positiv som negativ konnotation. Utöver Thunberg uppmärksammas ett antal områden som berör samtalet om Sverige kopplat till hållbarhet och klimat, däribland ett inlägg på Twitter rörande det svenska återvinningssystemet av burkar, som också blev ett av de mest omtalade inläggen under 2019.

Brottslighet är ett återkommande ämne i samtalet om Sverige. Bland annat nämns de bombdåd som ägde rum i Sverige under 2019, men även förekomsten av antisemitiska brott och sexualbrott syns i rapporteringen. När det gäller sexualbrott är det inte ovanligt att brottslighet kopplas samman med migration. Vad SI kan se har det inte skett någon ökning av dessa ämnen sedan 2018, och som SI även tidigare har noterat är diskussionerna om brottslighet begränsade till ett mindre antal sajter.<sup>35</sup>

När det gäller inlägg rörande jämställdhet finns det huvudsakligen två spår som på många sätt är varandras motsatser. Å ena sidan berörs frågan om jämställdhet genom

<sup>34</sup> Det finns en tydlig skillnad i diskussionen om Greta Thunberg och Sverige i sociala medier och i nyhetsmedier. I sociala medier är det inte lika vanligt som i nyhetsmedier att nämna att hon är från Sverige. För mer om detta, se SI:s Kvartalsrapport för juli–september 2019.

<sup>35</sup> Svenska institutet (2018), Sverige i ett nytt ljus? (rapport 2018:1).

att visa på hur jämställt Sverige är, inte sällan i relation till andra länder. Å andra sidan har samtalet också kopplats ihop med en diskussion om antalet sexualbrott i Sverige i relation till den uttalat feministiska politiken. Sammantaget visar samtalet om Sverige kopplat till jämställdhetsområdet på att diametralt motsatta diskussioner om Sverige kan pågå samtidigt.

### Nyhetsmedier och andra källor

Under 2019 publicerades 2,6 miljoner artiklar<sup>36</sup> som nämner Sverige i engelskspråkiga nyhetsmedier. Det är en minskning med cirka 9 procent jämfört med 2018.

Flest nyhetsartiklar genererade Greta Thunbergs Fridays For Future-aktion och hennes tal på FN:s klimatområde. Hennes tal gav upphov till tiotusentals nyhetsartiklar i engelskspråkiga medier. Även Time Magazines utmärkelse av Greta Thunberg till ”Time Person of the Year”, genererade tusentals nyhetsartiklar. I övrigt är det relativt liten spridning av artiklar som berör klimat- och hållbarhetsfrågor och Sverige. Viss spridning fick dock artiklar som berörde skillnader mellan svensk och amerikansk koldioxidbeskattning,<sup>37</sup> svenska forskares undersökningar om granskogens betydelse för klimatet,<sup>38</sup> Microsofts etablering av nya datacenter i norra Sverige<sup>39</sup> och Sveriges Riksbanks beslut att sälja obligationer utgivna av den australiensiska staten som en följd av bristande klimatarbete<sup>40</sup>. Begreppet ”flygskam” kom till en viss del att kopplas till Sverige och en så kallad ”Greta-effekt”.<sup>41</sup> Även Sveriges utökade satsningar på nattåg fick en viss, om än relativt begränsad, spridning.<sup>42</sup>

Trots att de artiklar som berör klimat- och hållbarhetsfrågor ofta framställer Sverige som ett föregångsland, var 2019 också ett år då ämnet kom att präglas av en polariserad diskussion, och ibland med Sverige i fokus. Det mest slående exemplet är den närmast globala spridningen av en svensk forskares intervju i TV4. Intervjun handlade om olika mattabun och om huruvida vi behöver ställa om vår matkonsumtion som en följd av klimatkrisen. Den amerikanska mediekällan Epoch Times publicerade dagen efter tv-intervjun – efter en trolig parafrasering av en svensk mediekälla<sup>43</sup> – en artikel med

rubriken ”Swedish Researcher Advocates Eating Human Flesh to Combat Climate Change Food Shortages”. Utöver felaktigheterna i artikeln i fråga påstod artikelförfattaren att ”klimatalarmismen gått för långt” och att ”Sverige står för politisk korrekthet och galenskap”. Därefter publicerades snarlika artiklar i bland annat ryska, japanska, grekiska, ungerska, tjeckiska, nyzeeländska och andra amerikanska medier.

Brottslighet och migration är relativt lite förekommande i de större engelskspråkiga nyhetsmediernas rapportering om Sverige. Det förekommer dock enskilda artiklar som har fått viss spridning. The Guardian<sup>44</sup>, BBC<sup>45</sup> och New York Times<sup>46</sup> nyhetsartiklar om Sverige med utgångspunkt i brottslighet och migrationens roll i detta kan exemplifiera denna rapportering. Andelen delade artiklar om brottslighet där kopplingar görs till migration har gått ner jämfört med 2018. Som tidigare påpekats är det ett mindre antal källor som driver diskussionen om dessa frågor. Även den nedlagda förundersökningen mot Julian Assange förekommer i nyhetsrapporteringen under året.

Det svenska näringslivet och svenska innovationer utgör temat för en stor andel av antalet publicerade artiklar, även om en betydande andel även behandlade svenska företags kvartals- och årsrapporter och pressmeddelanden. Sveriges placering i olika internationella innovationsindex är vanligt förekommande. Ett antal svenska företag och produkter slår stundtals igenom i rapporteringen – exempelvis nyheterna om svenska Einride som producerar förarlösa lastbilar,<sup>47</sup> den svensktutvecklade AI-roboten Tengai<sup>48</sup> och riskkapitalfonden Norrskens öppnande av en tech- och entreprenörshub i Rwanda<sup>49</sup>.

Vinklarna i artiklar om jämställdhet och jämlikhet kopplat till Sverige är, liksom diskussionerna i sociala medier, tämligen polariserade bland nyhetsmedier. Som SI kan notera även i andra frågor beror inställningen till jämställdhet på vilka källor som granskas. Inte sällan uppmärksammas jämförelser mellan länder med avseende på jämställdheten i arbetslivet.<sup>50,51</sup> Längre reportage om hur Sverige arbetar med jämställdhet och Sveriges feministiska

<sup>36</sup> Med artiklar avses nyhetsartiklar från traditionella samt mindre nyhetsföretag, men även företag och andra organisationer med särskild stor spridning på sociala medier.

<sup>37</sup> ”With the right guiding principles carbon taxes can work” (The Conversation, 2019-03-28)

<sup>38</sup> ”Scientists in Sweden are studying the climate-cooling effects of spruce forests” (World Economic Forum, 2019-02-07)

<sup>39</sup> ”Building for the future: Microsoft’s new Swedish datacentres have sustainability firmly in mind” (Microsoft.com, 2019-05-29)

<sup>40</sup> ”Sweden dumps Aussie bonds as country ’not known for good climate work’” (Sydney Morning Herald, 2019-11-04)

<sup>41</sup> ”German Air Travel Slump Points to Spread of Flight Shame” (Bloomberg, 2019-12-19)

<sup>42</sup> ”Why Sweden Wants to Revive Europe’s Night Trains” (Citylab, 2019-04-02)

<sup>43</sup> ”Så spred sig lögnen om människoköttet och klimat” (Hela Hälsingland, 2019-09-20)

<sup>44</sup> ”Sweden bomb attacks reach unprecedented level as gangs feud” (The Guardian, 2019-11-04)

<sup>45</sup> ”Sweden’s 100 explosions this year: What’s going on?” (BBC, 2019-11-12)

<sup>46</sup> ”The Global Machine Behind the Rise of Far-Right Nationalism” (New York Times, 2019-08-10)

<sup>47</sup> ”Einride’s self-driving trucks launch in Sweden” (CNN, 2019-05-15)

<sup>48</sup> ”This robot interviewer is helping Sweden recruit without bias” (World Economic Forum, 2019-07-18)

<sup>49</sup> ”Norrskens opens East Africa startup fund and hub in Kigali” (Techcrunch, 2019-12-19)

<sup>50</sup> ”U.S., U.K. Still Far Behind on Women’s Equality in Workplace” (Bloomberg, 2019-03-05)

<sup>51</sup> ”These are the countries where it’s best to be a woman” (World Economic Forum, 2019-10-25)

utrikespolitik fick visst genomslag.<sup>52</sup> Ett exempel som belyser hur svensk jämlikhet behandlas är artiklar om svenska riksdagsledamöters avsaknad av extra privilegier. Sedan spanskspråkiga BBC:s ursprungliga publicering 2018, har artikeln översatts och parafaserats till ett flertal språk och medier globalt, och blev den mest delade artikeln på engelska 2019.<sup>53</sup> Stor spridning fick även en forskningsstudie från Stockholms universitet om förbättrad självmordsstatistik bland homosexuella personer som en följd av Sveriges införande av könsneutral äktenskapslagstiftning.<sup>54</sup>

Till skillnad från i sociala medier, genererade Nobelpriset och Nobelbanketten ett visst intresse bland nyhetsmedier. Utdelningen av 2019 års Nobelpris i litteratur var fokus för

många nyhetsmedier. Men det var främst andra händelser under denna period som gjorde att Sverige hamnade i fokus, till exempel Marie Fredrikssons bortgång och Greta Thunbergs utmärkelse i TIME Magazine.

En stor andel av artiklarna om Sverige kretsar inte kring någon särskild fråga. En av de mest delade artiklarna under 2019 handlade om den tjänst som Regionbibliotek Stockholm erbjuder sedan 1953 gällande biblioteksservice till boende i glesbygden i Stockholms skärgård (se Figur 7 nedan).<sup>55</sup> Artiklar som beskriver kulturella fenomen som för en utländsk publik kan uppfattas som udda eller säregna, är inte ovanligt förekommande.

Position	Rubrik	Källa	Antal delningar
1	Svenska politiker har inga officiella bilar, kontor eller titlar och använder kollektivtrafik	<a href="https://www.legit.ng">https://www.legit.ng</a>	2 344 900
2	Ung svensk klimataktivist nominerad till Nobelpriset	<a href="https://time.com/">https://time.com/</a>	443 100
3	Den unga svenska aktivisten Greta Thunberg nominerad till Nobelpriset	<a href="https://www.sbs.com.au/">https://www.sbs.com.au/</a>	438 600
4	Svenskar skaffar chip-implantat för att ersätta kontanter	<a href="https://nypost.com/">https://nypost.com/</a>	377 100
5	Den svenska barnklimataktivisterna har enligt uppgift varit ett verktyg för företag kopplade till AI Gore	<a href="https://www.americanthinker.com/">https://www.americanthinker.com/</a>	348 800
6	Unga svenska klimataktivisterna Greta Thunberg nominerad till Nobels fredspris	<a href="https://www.theglobeandmail.com/">https://www.theglobeandmail.com/</a>	252 300
7	En församling i Svenska kyrkan meddelade att Greta Thunberg är Jesus efterträdare	<a href="https://www.dailywire.com">https://www.dailywire.com</a>	243 800
8	Svenska "bokbåten" är ett flytande bibliotek som transporterar böcker till avlägsna öar	<a href="https://www.mnn.com/">https://www.mnn.com/</a>	219 400
9	Svensk studentledare får EU att lova att spendera miljarder på klimatet	<a href="https://www.reuters.com/">https://www.reuters.com/</a>	214 500
10	Svensk forskare föreslår kannibalism för att bekämpa miljöproblem	<a href="https://www.breitbart.com/">https://www.breitbart.com/</a>	191 600

Figur 7: Lista över de tio mest delade artiklarna på engelska under 2019

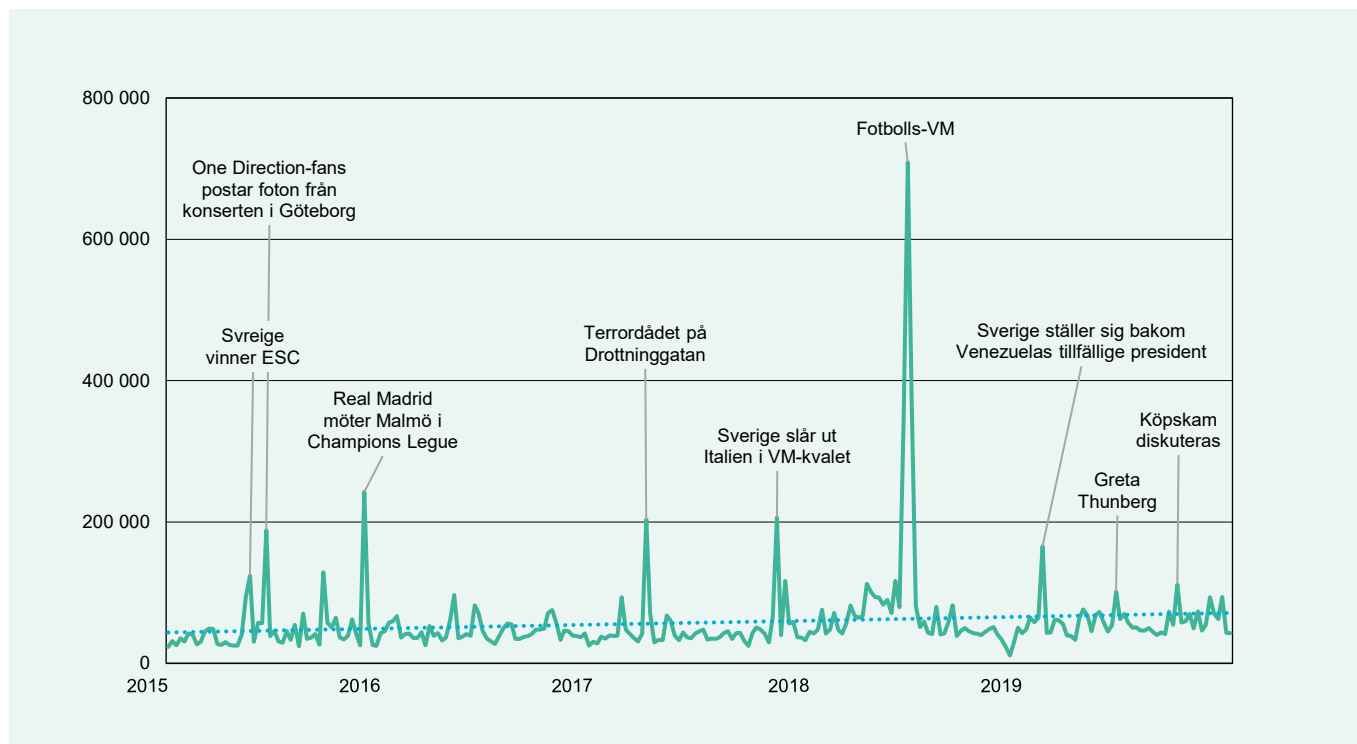
52 "Sweden provides some perspective on gender and equality (New York Times, 2019-03-08)

53 Se till exempel SI:s årsrapport för 2018, där de mest delade artiklarna om Sverige i spanskspråkiga medier berörde olika aspekter av svensk välfärd.

54 "Suicides fall with gay marriage in Sweden, Denmark as stigma fades" (Reuters, 2019-11-04)

55 "Sweden's bokbåten is a floating library that brings books to residents of remote islands" (MNN, 2019-07-01)





Figur 8: Antal inlägg på sociala medier 2015–2019 på spanska där Sverige omnämns, och de händelser som genererade mest diskussion.

## Publiceringar om Sverige på spanska

Mängden publiceringar om Sverige i spanskspråkiga sociala medier minskade under 2019 jämfört med året innan. Den huvudsakliga orsaken till minskningen är, liksom för övriga språk, att Sverige omnämndes ovanligt mycket i samband med fotbolls-VM 2018. Sett till tidsperioden 2015–2019, så är den långsiktiga tendensen att antalet inlägg om Sverige ökar (se Figur 8). Antalet nyhetsartiklar där Sverige omnämns var däremot oförändrat sedan 2018. En skillnad mot 2018 är att engagemanget som nyhetsartiklarna om Sverige genererat i sociala medier är större under 2019.

Både i nyhetsartiklar och sociala medier är det i synnerhet en händelse som utmärker sig under 2019: att Sverige är ett av länderna som erkänner Juan Guaidó som Venezuelas tillfälliga president. I övrigt får Greta Thunbergs tal vid FN:s klimatmöte stor uppmärksamhet, liksom nyheten om sångerskan Marie Fredrikssons bortgång.

### Sociala medier

Under 2019 omnämndes Sverige i 3,2 miljoner inlägg på sociala medier, vilket är en minskning med 24 procent jämfört med 2018.

Under 2019 präglades de mest utmärkande diskussionerna om specifika politiska skeenden. Den enskilda händelse som genererade högst samtalstopp under året var Sveriges

erkännande av Juan Guaidó som Venezuelas tillfälliga president. Dagen efter erkännandet gjordes över 100 000 inlägg där Sverige omnämndes. Även om det var den mest uppmärksammade händelsen om Sverige under året så stod inte Sverige i fokus för inläggen, utan nämndes i förbigående som ett av flera länder som gjorde ställningstagandet.

Även kultur präglade inläggen om Sverige på digitala plattformar, där bland annat Marie Fredrikssons bortgång i december fick stor uppmärksamhet. Liksom tidigare år omnämndes Sverige i samband med Eurovision Song Contest och i samband med att internationella artister spelade i Sverige. Även i dessa sammanhang nämns Sverige främst i förbigående.

Även om hållbarhets- och klimatfrågor kopplade till Sverige inte var ett lika stort samtalsämne på spanska som på engelska, så uppmärksammades Greta Thunbergs klimatstrejk och hennes tal under FN:s klimatmöte. Thunberg beskrivs framför allt som en föregångare och inspiratör, men i några inlägg beskylls hon för att föra fram företagsintressen. Begreppet ”köpskam”, bland annat på grund av klädindustrins miljöpåverkan, myntades av svenska medier och fångades upp av bland annat spanska tidningen *El País*, som beskriver det som ett nytt svenskt fenomen.<sup>56</sup> I sociala medier skapade artikeln debatt om huruvida begreppet ger en rättvisande beskrivning av svenskarnas inställning till hållbarhet. Vissa menar att

<sup>56</sup> “Por qué algunos ricos viven por debajo de sus posibilidades (o eso quieren hacer creer a los demás)” (*El País*, 2019-11-17)

köpskamsdebatten främst är ett uttryck för svenska klädföretags oro inför en potentiellt minskad efterfrågan, medan andra menar att fenomenet är en verklighet i Sverige och att det är ett av flera uttryck för ett ökande fokus på hållbarhet i Sverige.

Precis som på övriga språk som SI följer, förekommer även i spanska sociala medier inlägg om brottslighet i Sverige, ofta kopplat till migration. Inläggen tenderar att fokusera på förekomsten av sexualbrott och våldsbrott såsom sprängningar i Sverige. Jämfört med tidigare år har antalet inlägg med dessa ämnen som huvudsakligt fokus minskat.

### Nyhetsmedier och andra källor

Sverige omnämndes i 550 000 spanskspråkiga nyhetsartiklar under 2019, vilket är i nivå med antalet omnämningen 2018. Sportrelaterade artiklar utgjorde ett relativt stort ämne rörande Sverige på spanska och fokuserade primärt på enskilda svenska fotbollsspelare.

Nyhetsrapporteringen i spanska medier under 2019 präglades främst av politiska skeenden. Den mest omskrivna händelsen i nyhetsmedier var rättsprocessen kring WikiLeaks-grundaren Julian Assange, men Sverige utgjorde inte huvudfokus i rapporteringen. Dock kritiserades Sverige tillsammans med Storbritannien och USA i enstaka artiklar för hur fallet har hanterats.<sup>57</sup> Bidragande orsaker till det stora intresset i spanstalande medier för rättsprocessen mot Assange kan vara Ecuadors tidigare beslut att ge Assange politisk asyl och att Ecuadors president uttalat sig om fallet under året.

De mest delade artiklarna är sådana där Sverige beskrivs som ett föredöme inom något område. Ett exempel är en artikel i BBC Brazil som redogör för svenska riksdagsledamöters lönenivåer, små kontor och avsaknad av diverse förmåner. I artikeln lyfts riksdagsledamöternas villkor fram som ett föredöme och kan ses som ett exempel på jämlikhet.<sup>58</sup> En artikel på samma ämne publicerades redan förra året på spanska och blev redan då en av de mest uppmärksammade artiklarna om Sverige. Under 2019 har

nyheten fått global spridning och är bland de mest uppmärksammade även på engelska, arabiska och ryska. Den globala spridningen av artiklarna tyder på en nyfikenhet på det svenska samhällsstyret, något som ligger i linje med hur andra länder betraktar Sverige.<sup>59</sup> Även artiklar, eller i vissa fall längre blogginlägg, om svenska välfärdssamhället fick stor spridning. Ett exempel på en sådan ”nyhet” som varit återkommande under de senaste åren är att man i Sverige har infört sex timmars arbetsdag.<sup>60</sup> ”Nyheten” baseras på vissa pilotprojekt om förkortad arbetstid och att kommunalanställda i Göteborg har fått kortad arbetsdag, men informationen framställs som att det gäller alla arbetsplatser i Sverige.

Andra artiklar som genererade stort engagemang under 2019 beskriver på vilket sätt Sverige är framstående inom hållbarhetsområdet. Exempel är artiklar om att Sverige, på grund av svenskars miljömedvetenhet och därmed utbredda källsortering av hushållssopor, behöver importera sopor för att generera energi från avfallsförbränning i värmeverk. Svenska medier skrev om detta under 2018, men då med utgångspunkt i att sopimporten kritiserats av svenska miljöorganisationer för att avfall borde återvinnas i stället för att förbrännas.<sup>61</sup>

57 » Julian Assange presenta síntomas de tortura psicológica (Callemexico, 2019-03-31)

58 Suecia: el país donde los parlamentarios no tienen asesores propios y se pagan el café de su bolsillo (BBC Mundo, 2019-03-01)

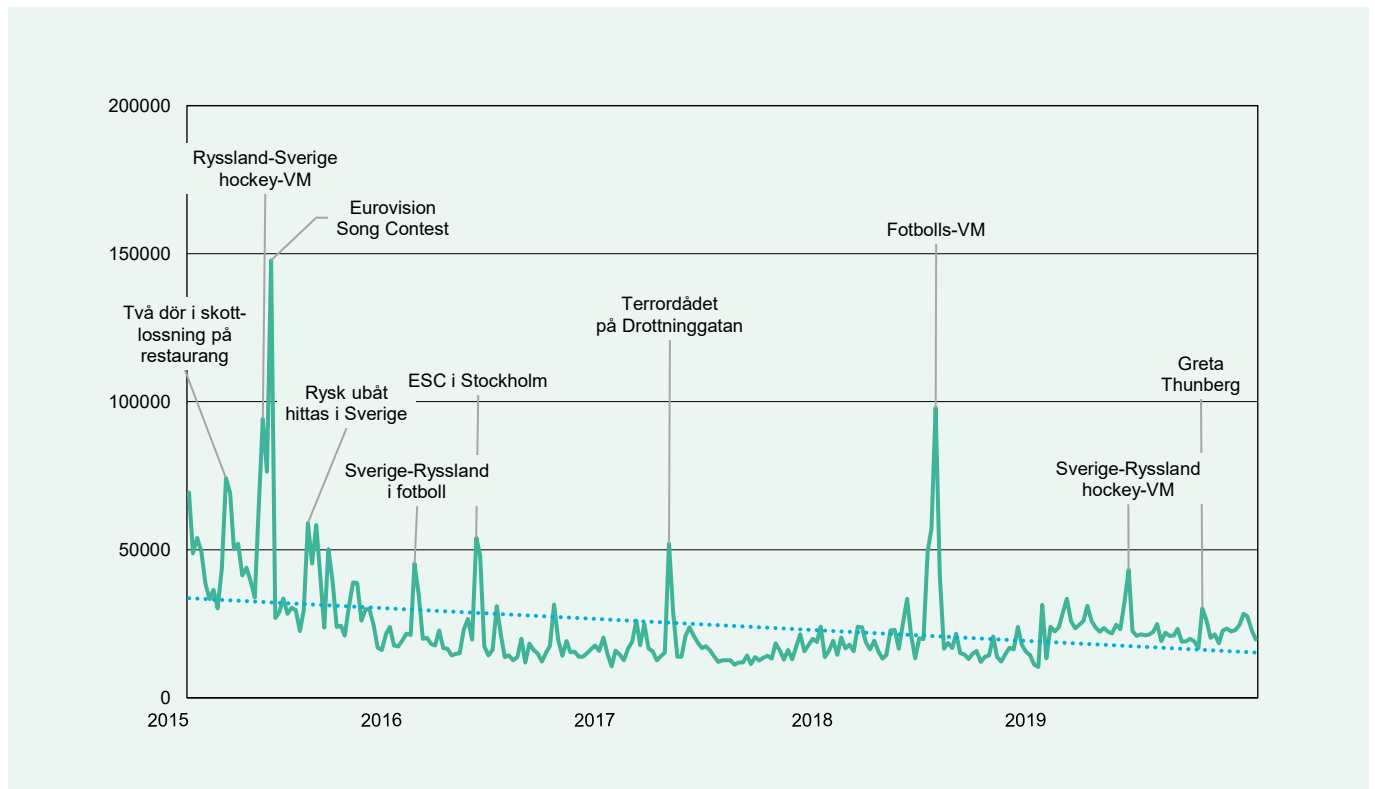
59 Se avsnittet Ett decennium med Nation Brands Index som belyser andra länders attityder gentemot Sverige. Det svenska samhällsstyret är det man generellt betraktar som mest attraktivt.

60 ”Suecia estrena la jornada laboral de 6 horas sin bajar los sueldos” (Ilusionviajera, 2019-05-02)

61 ”Berg av sopor importeras till Sverige – nu får affären hård kritik” (Dagens Industri, 2019-10-28)

Position	Rubrik	Källa	Antal delningar
1	I Sverige återvinner man så mycket och så bra att man fått brist på avfall	<a href="http://www.lr21.com.uy/">http://www.lr21.com.uy/</a>	1 618 200,00
2	Sverige: landet där riksdagsledamöter inte har egna rådgivare och får betala kaffet ur egen ficka	<a href="https://www.bbc.com/">https://www.bbc.com/</a>	573 600
3	Det här är den svenska riksdagen: de tjänar mindre än en lärare, har ingen bil, inga rådgivare och får inget gratis kaffe	<a href="https://www.biobiochile.cl/">https://www.biobiochile.cl/</a>	414 700
4	Sverige börjar med 6-timmars arbetsdag utan att sänka lönerna	<a href="https://ilusionviajera.com/">https://ilusionviajera.com/</a>	224 300
5	Roxette: Marie Fredriksson, sångare i den legendariska svenska gruppen har dött	<a href="https://www.bbc.com/">https://www.bbc.com/</a>	165 300
6	Två teknikstudenter från Itzaingó åkte till Sverige för att presentera sin uppfinning som renar flodvatten	<a href="https://www.clarin.com/">https://www.clarin.com/</a>	112 700
7	AMLO lovar att sjukvårdssystemet om tre år kommer att vara lika bra som i Sverige	<a href="https://www.eluniversal.com.mx/">https://www.eluniversal.com.mx/</a>	92 400
8	Sverige återvinner så mycket att man har fått slut på avfall och måste importera avfall från andra länder för att producera energi	<a href="https://www.ilusionviajera.com/">https://www.ilusionviajera.com/</a>	87 100
9	Sverige bryr sig så mycket om återvinning att man nu har brist på avfall. Nu importerar man från andra länder	<a href="http://www.upsocl.com/">http://www.upsocl.com/</a>	71 400
10	Roxette: Marie Fredriksson dog vid 61 års ålder   Sverige   Hjärtumör	<a href="https://peru21.pe/">https://peru21.pe/</a>	68 200

Figur 9: Lista över de tio mest delade artiklarna på spanska under 2019



Figur 10: Antal inlägg på sociala medier 2015–2019 på ryska där Sverige omnämns, och de händelser som genererade mest diskussion.

## Publiceringar om Sverige på ryska

Sverige nämndes i cirka 1 500 000 publiceringar under 2019, vilket motsvarar en nedgång med 20 procent jämfört med föregående år. Fotbolls-VM, som ägde rum i Ryssland 2018, är en huvudsaklig anledning. Framstående händelser som uppmärksammades i ryskspråkiga medier och på ryskspråkiga plattformar kretsade kring ishockey, Sveriges godkännande av ryska Nordstream 2 och – till viss del – gripandet av Julian Assanges utanför Ecuadors ambassad i London, som indirekt handlade om Assanges anklagelser i Sverige.

### Sociala medier

På ryskspråkiga sociala medieplattformar nämndes Sverige cirka 1,2 miljoner gånger, vilket är en minskning jämfört med 2018 – återigen på grund av tidigare års fotbolls-VM. Under 2019 uppmärksammades i stället olika ishockeymatcher, där VM-matchen mellan Sverige och Ryssland genererade den största samtalstoppen. Det är även tydligt att gasledningen Nordstream 2 är av betydelse i Ryssland, eftersom den var ett återkommande ämne under 2019 (vilket var fallet även under 2018) – även om Sverige inte alltid omnämndes som en central aktör utan i samband med andra händelser som berör gasledningen. Greta

Thunberg uppmärksammades för sin nominering till Nobels fredspris och talet på FN:s klimatmöte.

Ofta diskuterades tämligen positiva sidor av det svenska samhället. Bland annat frågor som har bäring på hållbarhets- och klimatfrågor, såsom privatpersoners återvinning och luftkvaliteten i svenska städer. Det svenska pensionssystemet, en hög levnadsstandard, låga korruptionsnivåer och trafiksäkerhet togs upp som belysande exempel för Sverige. Liksom på övriga språk förekommer en motsatt diskussion om Sverige i ryskspråkiga sociala medier. Diskussioner om brottnivåer – inte sällan kopplat till invandringens roll för antalet våldtäkter – förekom.

Svensk utrikes- och försvarspolitik hamnade stundtals i fokus under 2019. Sveriges utvisning av en rysk diplomat fick viss, men begränsad, spridning. Ryska utrikesdepartementet uppmärksammade slaget i Poltava på 310-årsjubileet i juli 2019. Ryska Meduza var en av mediekanalerna som rapporterade om Totalförsvarets forskningsinstitut (FOI) rapport<sup>62</sup> om Rysslands militära eskalering.<sup>63</sup> Inte sällan skrevs om mindre händelser i Sverige. Ett exempel är att svenska nationalekonomen Stefan Fölsters litterära thriller ”Crash 2024” som handlar om hot mot västerlandet och som kom att diskuteras i statliga nyhetsbyrån Ria.<sup>64</sup> Det är inte helt ovanligt att ryska

<sup>62</sup> Totalförsvarets forskningsinstitut (FOI) (2018), Training for War – Russia’s Strategic-level Military Exercises 2009–2017.

<sup>63</sup> Шведские эксперты заподозрили Россию в подготовке к масштабной войне (2019-02-07)

<sup>64</sup> ”Шведский экономист: в 2024 году Россия развалится или развалит мир” (2019-10-20)

plattformar blandar försvars- och militaristiska publiceringar med humoristiska inslag. På ryska plattformen VK delades videon ”Ryssland har attackerat Sverige” frekvent. Den innehåller en uppenbart redigerad trailer med svenska filmen ”Den blomstertid nu kommer”, nu med tydliga rubriker som föreslår att landet som invaderat Sverige är Ryssland. Videon avslutas med bilder på Rysslands president Vladimir Putin. Även en film från TV4:s nu nedlagda satirprogram ”SNN News” fick spridning, där svenska komikern Johan Glans spelar en enfaldig svensk överstelöjtnant.

Svensk kultur näringar utmärker sig i sociala medier. Ofta omnämns svenska musiker som ABBA och Avicii, eller enstaka svenska metalband (det svenska bandet Sabaton får en särskild stor spridning, eftersom en av deras låtar handlar om ryskt hjältemod i krig); även svenska deckare som Lars Keplers ”Hypnotisören” uppmärksammas.

### Ryska nyhetsmedier och andra källor

Under 2019 publicerades drygt 366 000 nyhetsartiklar om Sverige på ryska, vilket är en minskning med runt nio procent sedan förra året.

Precis som i sociala medier, så präglades nyhetsrapporteringen om Sverige av sport. Framför allt fokuserade rapporteringen på olika ishockeymatcher, både större internationella evenemang som VM men även mindre officiella matcher som under Euro Hockey Tour. Även om sportartiklarna var många till antalet, så hör de inte till de mest delade. Nordstream 2 var ett annat ämne som nyhetsmedierna fokuserade på, även om det främsta fokuset i artiklarna var på de länder som fortfarande inte gett sitt godkännande för gasledningen, såsom Danmark och Frankrike. Sverige nämndes mestadels i förbigående som ett av de länder som redan gett sitt godkännande.<sup>65</sup>

Uppmärksamheten kring svenska riksdagsledamöters arbetsförhållanden, som märkts på de övriga språken, återfanns även på ryska. Precis som på övriga språk, framställdes de jämförelsevis modesta arbetsförhållandena som föredömliga.<sup>66</sup> Andra artiklar om liknande ämnen är den låga graden av korruption i Sverige och jämställdheten inom Försvarsmakten.

Inom hållbarhets- och klimatfrågor fick Greta Thunberg stor uppmärksamhet. Förutom klimatstrejker och utmärkelser uppmärksammades att hon träffat olika kända personer, till exempel Kaliforniens före detta guvernör

Arnold Schwarzenegger.<sup>67</sup> Även Sveriges import av avfall från andra länder fick stor uppmärksamhet – svenskar beskrivs som vana källsorterare och det svenska återvinningssystemet som effektivt.<sup>68</sup>

Migration utgör en mindre del av publiceringarna om Sverige. En händelse som uppmärksammas är när en svensk kvinna blir nekad att stiga ombord på en buss av en muslimsk busschaufför, för att hennes kläder stred mot bolagets regler.<sup>69</sup> Även ett reportage som påstår att ryska nyhetssajter försöker hjälpa Sverigedemokraterna att vinna röster i riksdagsvalet 2018 får uppmärksamhet.<sup>70</sup> En stor del av reportaget är en återgivning av innehållet i en artikel i New York Times från augusti 2019 som väckte debatt.<sup>71</sup> Även ett reportage om ett ökat antal antisemitiska brott i Sverige uppmärksammas. I artikeln hänvisas bland annat till domen mot de personer som attackerade en synagoga i Göteborg 2017.<sup>72</sup>

<sup>65</sup> В Nord Stream 2 допустили перенос завершения проекта «Северный поток» (2019-03-17)

<sup>66</sup> Швеция - страна, где у депутатов нет ни помощников, ни бесплатного кофе У депутатов в Швеции — нет ни помощников, ни шарового кофе Скромная жизнь шведских депутатов: крохотные квартиры, общественный транспорт и кофе за свой счет, (2019-06-07)

<sup>67</sup> Шварценеггер подарил Tesla отчитавшей мировых лидеров юной шведке (2019-09-30)

<sup>68</sup> В ШВЕЦИИ ЗАКОНЧИЛСЯ МУСОР! ВЛАСТИ ВЫНУЖДЕНЫ ВВОЗИТЬ ОТХОДЫ ДЛЯ ПЕРЕРАБОТКИ ИЗ ДРУГИХ СТРАН

(2019-12-13)

<sup>69</sup> Вшведском Мальме девушку в шортах не пустили в автобус: ”не по-мусульмански”

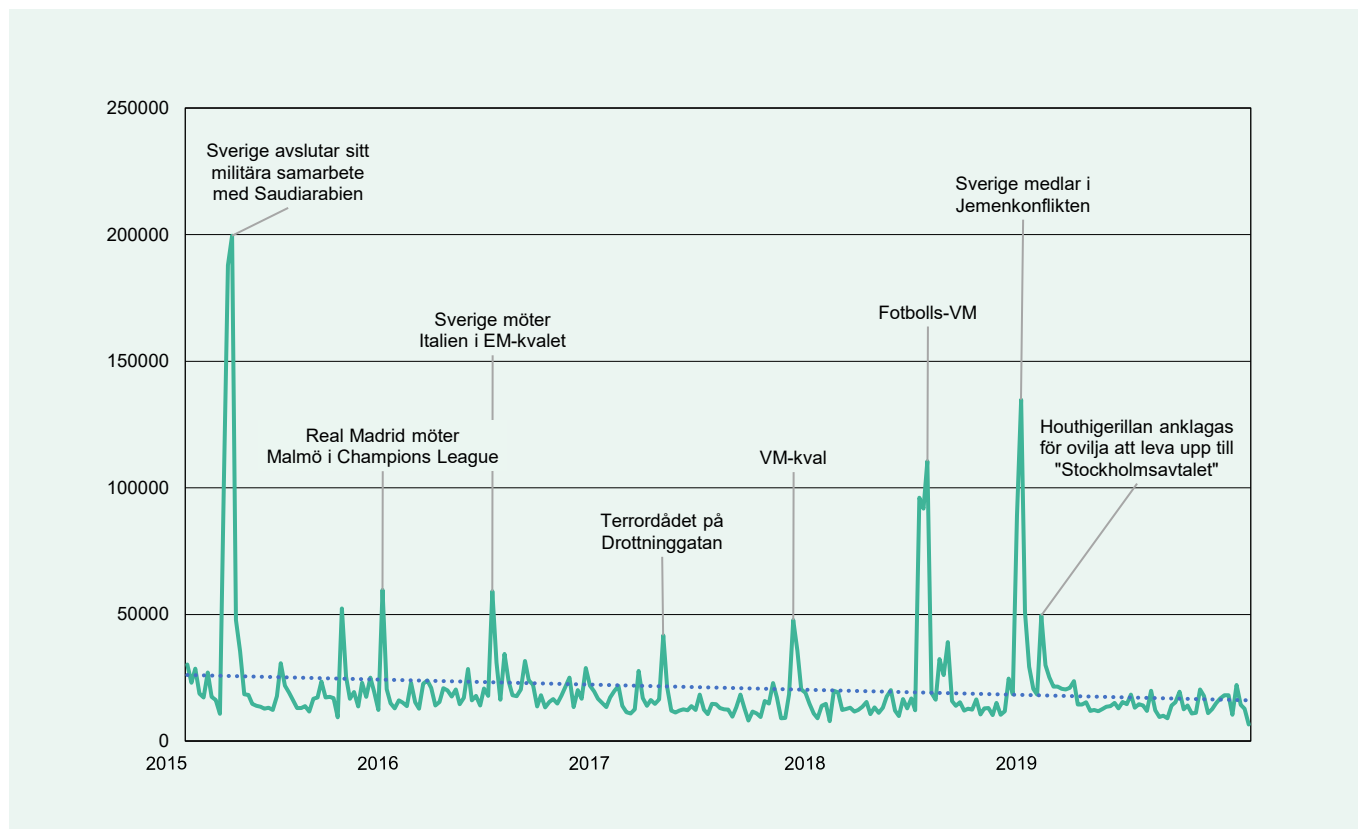
<sup>70</sup> Когда-то Швеция была одной из самых толерантных стран Европы, теперь ультраправые там — третья по популярности сила. Им помогла Россия (2019-08-12)

<sup>71</sup> The Global Machine Behind the Rise of Far-Right Nationalism (2019-08-10)

<sup>72</sup> Швеция переживает рекордный бум антисемитизма (2019-08-11)

Position	Rubrik	Källa	Antal delningar
1	Sverige- ett land där politiker inte har assistenter och inte får gratis kaffe	<a href="https://lifter.com.ua/">https://lifter.com.ua/</a>	199 100
2	Gifta sig med en häst: i Sverige är det tillåtet att gifta sig med djur	<a href="https://weekend.rambler.ru/">https://weekend.rambler.ru/</a>	26 900
3	Sverige har förbjudit obligatorisk vaccination	<a href="http://ecology.md/">http://ecology.md/</a>	15 800
4	Ledamöter i Sverige - inga assistenter, inget kaffe	<a href="https://lifedeep.ru/">https://lifedeep.ru/</a>	13 800
5	Ett par från Sverige byggde ett växthus runt sitt hus; de sparar både mat och värme	<a href="https://lifter.com.ua/">https://lifter.com.ua/</a>	11 700
6	Sverige återvinner 99% av sitt avfall och tillhandahåller billig el till befolkningen	<a href="https://building-tech.org/">https://building-tech.org/</a>	11 200
7	Svenska kyrkan har inrättat det första HBTQ-altaret med de två Adam och Eva	<a href="https://bb.lv/i">https://bb.lv/i</a>	11 200
8	Svensk skolflicka nominerad till Nobels fredspris. Hon vägrade delta i undervisningen innan de skadliga utsläppen stoppades	<a href="https://meduza.io/">https://meduza.io/</a>	9 600
9	Sverige har bytt till förnybara energikällor	<a href="https://building-tech.org/">https://building-tech.org/</a>	9 100
10	Svenska om Ryssland; ert land- ett friskt andetag	<a href="https://inforuss.info/">https://inforuss.info/</a>	9 000

Figur 11: Lista över de tio mest delade artiklar på ryska under 2019



Figur 12: Antal inlägg på sociala medier 2015–2019 på arabiska där Sverige omnämns, och de händelser som genererade mest diskussion.

## Publiceringar om Sverige på arabiska

Antalet publiceringar på arabiska, i både sociala medier och nyhetsmedier, minskade 2019 jämfört med året innan. Minskningen av poster på sociala medier var relativt stor, 38 procent. Minskningen beror till stor del på att färre enskilda händelser genererade stora samtalstoppar. Liksom på övriga språk som SI bevakar är fotbolls-VM 2018 exempel på en sådan händelse. Även över en längre tidsperiod minskar antalet gånger Sverige omnämns i sociala medier (se Figur 12).

Antalet nyhetsartiklar om Sverige ökade däremot med hela 79 procent jämfört med 2018. Den största andelen nyhetsartiklar handlade om Jemenkonflikten. Att samma ökning inte syns i sociala medier är troligen för att inläggerna är relativt korta, och att Sverige därför ofta utelämnas ur texten.

I både sociala medieinlägg och nyhetsartiklar nämns Sverige framför allt i samband med Jemenkonflikten. I december 2018 bjöd Sveriges utrikesminister in parterna i konflikten till Stockholm, varpå ett FN-avtal mellan parterna slöts, i media ofta kallat "Stockholmsavtalet". Även om själva händelsen inträffade året innan, så präglade det samtalet under hela 2019. Att en enskild händelse har präglat inläggerna om Sverige under så lång tid är troligen bland annat en effekt av att samtalsvolymen om Sverige är relativt låg på arabiska.

## Sociala medier

Under 2019 omnämndes Sverige i nära 900 000 arabiskspråkiga inlägg på sociala medier. Sverige nämndes i synnerhet i samband med politik, och då främst i samband med att det sker en utveckling i Jemenkonflikten. Vid flera tillfällen kritiserades någon av parterna i konflikten för att ha brutit mot eller inte visat sig villig att leva upp till "Stockholmsavtalet". Mot slutet av året diskuterades även avtalets rimlighet, om än i begränsad utsträckning. Sverige stod genomgående inte i fokus för inläggerna, utan nämndes framför allt på grund av att avtalet slöts i Sverige.

Trots att det inte var något större fotbolls-VM för herrar under 2019, var sport ett ämne som präglade samtalet om Sverige. Framför allt gällde inläggerna enskilda svenska spelare utomlands, som till exempel Zlatan Ibrahimović och Christian Wilhelmsson, men även spelare från arabisktalande länder som spelar i svenska klubbtag. Hållbarhets- och klimatfrågor nämndes enbart i begränsad utsträckning på arabiska, och – till skillnad från på övriga språk SI följer – så fick den svenska klimataktivisterna Greta Thunberg ett mindre genomslag under året.

Däremot nämndes Sverige relativt ofta i samband med migration. Till skillnad från inlägg om migration på andra språk uppmärksammades ofta positiva exempel från flyktingars liv i Sverige. Ett sådant exempel är en palestinsk



flykting som gifte sig med en äldre svensk kvinna.<sup>73</sup> Även om parets historia beskrivs som sann kärlek, uppmärksammas i vissa fall en generell oro bland västerlänningar för att giftermål kan vara ett sätt för flyktingar att få uppehållstillstånd.<sup>74</sup>

### Nyhetsmedier och andra källor

Under 2019 publicerades knappt 100 000 nyhetsartiklar där Sverige omnämndes i arabiskspråkiga nyhetsmedier. Framför allt handlade artiklarna om politik, och gällde precis som i sociala medier främst referenser till mötet i Stockholm eller ”Stockholmsavtalet” i samband med utvecklingen i Jemenkonflikten. Bland nyheterna återfanns även mindre utrikespolitiska händelser, som exempelvis att Sveriges utrikesminister bjöds in till Saudiarabien för att diskutera de bilaterala relationerna.

I nyhetsmedier var även brottslighet ett relativt stort ämne, framför allt på grund av nyheten om att den irakiske ministern Najah al-Shammari har bott flera år i Sverige – och då anklagades för flera brott. I flera av nyhetsartiklarna uppges även att han varit sjukskriven för minnesförlust under sin tid i Sverige.<sup>75</sup> Bland de mest delade artiklarna återfanns även en artikel med referenser till Brottsförebyggande rådets rapport om att antalet män som anmäler våldtäkt i Sverige ökar. I artikeln hävdas också att

antalet anmälda våldtäkter i Sverige generellt är relativt högt, och att svenska regeringen uttalat sig om att det troligen finns ett mörkertal av våldtäktsfall som inte rapporteras.

Även innovation var en del av samtalet om Sverige. Ett exempel är artikeln om en ny form av solpaneler som kan fästas på olika material och bli en mer integrerad del av fasader än traditionella solpaneler.<sup>76</sup> Artikeln blev den mest delade under året, och antalet delningar var mer än dubbelt så högt som den mest delade artikeln förra året. Ett annat exempel är ett SIDA-finansierat projekt för vattenrening i Jordanien, där Sverige deltar med kunskap om hållbara metoder.<sup>77</sup>

Migration präglade också nyhetsrapporteringen om Sverige under året. Som nämnts ovan fick positiva historier ofta uppmärksamhet i sociala medier. I en av de mest delade artiklarna återges berättelsen om en äldre svensk man som skrev över ägarkontraktet för sitt hem till en syrisk familj när han flyttade in på ett äldreboende.<sup>78</sup> Även nyheten om den mänskliga kedja som bildades runt en moské i Sverige för att skydda de som deltog i fredagsbönen uppmärksammades.

<sup>73</sup> قصة حب تجمع لاجئاً شاباً بمليونيرة سويدية ثمانية .. و الزواج سيتم قريباً ( فيديو )

<sup>74</sup> قصة حب لاجئ شاب و سبينية سويدية ثرية تنتهي بالزواج

<sup>75</sup> لديه مشاكل في الذاكرة" .. صحيفة: وزير الدفاع العراقي سويدي اتهم بعدة " جرائم

شركة سويدية تبتكر قرميد مكون من خلايا شمسية لتوليد الطاقة الكهربائية<sup>76</sup>

"المياه: الاستراتيجية المائية يجب أن تأخذ بعين الاعتبار" شح المصادر<sup>77</sup>

مسن سويدي يترك بيته لصالح عائلة سورية.. هذه قصتهم<sup>78</sup>

Position	Rubrik	Källa	Antal delningar
1	Ett svenskt företag har tagit fram ett nytt tegel som består av solceller för att producera el	<a href="https://www.fantasticeng.com">https://www.fantasticeng.com</a>	97 500
2	»Missa inte detta tillfälle! Sverige behöver mer än 60 000 invandrare + ansökningsblankett	<a href="https://wadifa.barlamane.com">https://wadifa.barlamane.com</a>	35 700
3	Ung libysk kvinna blir partiledare i Sverige	<a href="https://www.218tv.net">https://www.218tv.net</a>	31 300
4	En tunisier arresterades i Sverige, säljer biljetter till paradiset	<a href="https://lasadweb.wordpress.com">https://lasadweb.wordpress.com</a>	26 100
5	En kärlekshistoria mellan en ung flykting och en åttiårig svensk miljonär ... som snart gifter sig (videoinslag)	<a href="https://www.aksalser.com">https://www.aksalser.com</a>	25 700
6	Flera män utsättes till våldtäkt i Sverige	<a href="https://arabic.rt.com">https://arabic.rt.com</a>	24 900
7	Svenska kungens barnbarn föreläser om islam i moskén i Medina	<a href="https://www.albayan.ae">https://www.albayan.ae</a>	24 600
8	Ett svenskt parti vill se en fredsbevarande FN-trupp under svensk ledning för att skydda kurderna	<a href="https://aktarr.se">https://aktarr.se</a>	22 200
9	En gammal svensk man lämnar sitt hus till en syrisk familj. Detta är deras historia	<a href="https://arabi21.com">https://arabi21.com</a>	14 400
10	Svensk webbplats: Erdogan gav en stridsvagnfabrik till Qatar till ett värde av 20 miljarder dollar	<a href="https://www.youtube.com">https://www.youtube.com</a>	13 600

**Figur 13:** Lista över de tio mest delade artiklarna på arabiska under 2019

\*Nyheten fick spridning under september 2019. Viss information tycks ha hämtats ur en intervju med Abdullah Klominek som doktorerar på det islamiska universitet i Medina. Hans mamma är svenska och hans morfar arbetade på Kungliga slottet.

# Sverige i internationella studier och index

I det här kapitlet presenteras hur Sverige rankas i en rad internationella undersökningar och index som SI följer. Urvalet av index och studier är baserat dels på att de kommer från etablerade aktörer och organisationer, dels på studiernas ämnesmässiga relevans för organisationer som arbetar med att främja Sverige.

SI använder studierna som underlag för att identifiera Sveriges styrkor och svagheter i förhållande till andra länder och hur Sverige uppfattas i vår omvärld. Jämförelserna behandlar teman som rör samhällsfrågor, hållbarhet, innovation, konkurrenskraft och talangattraktion, och fokuserar på hur länder presterar. Därutöver följer SI ett antal perceptionsindex, som mäter hur länder upplevs. Sammanfattningsvis visar kapitlet att:

- **Sverige rankas i topp 10:** I samtliga index som SI följer och som uppdaterats under 2019 placerar sig Sverige i topp 10 globalt. För 2019 kan man se vissa förändringar i Sveriges position bland indexen: I 11 av de 22 index som SI följer förbättras Sveriges placering jämfört med 2018, medan placeringen försämras i två av de studerade indexen. I sju av indexen behåller Sverige sin position från föregående år. Ett antal index har inte publicerat resultat för 2019.
- **Sverige är starkt inom hållbarhet:** Sverige rankas i topp fem i olika hållbarhetsrankningar. Sverige är nummer två i Sustainable Development Goals Index (Bertelsmann Stiftung), som mäter länders arbete med att implementera FN:s Agenda 2030, och nummer ett i The Climate Change Performance Index (Germanwatch).
- **Sverige har god konkurrenskraft och ett starkt innovationsklimat:** I det årligen återkommande Global Competitiveness Index (World Economic Forum) rankas Sverige som åtta, vilket är en placering bättre än 2018. Inom innovationsområdet undersöks bland annat satsningar på forskning, högre utbildning och länders förmåga att attrahera talanger. 2019 bibehåller Sverige sin andraplacering i Global Innovation Index (WIPO/INSEAD) och är främsta nation när European Innovation Scoreboard (EU-kommissionen) utvärderar EU-ländernas nationella innovationssystem.

Område	Index	Placering
Perception	Nation Brands Index (Ipsos)	9/50
	Country RepTrak (Reputation Institute)	1/55
	World Happiness Report (Helliwell et al.)	7/156
Samhällsfrågor	Human Development Index (UNDP)	8/189
	Gender Inequality Index (UNDP)	2/189
	Global Gender Gap Index (WEF)	4/153
	World Press Freedom Index (Reportrar utan gränser)	3/180
	Soft Power 30 (Portland)	4/30
Hållbarhet	Sustainable Development Goals Index (Bertelsmann Stiftung)	2/162
	Climate Change Performance Index (Germanwatch)	4/61*
Innovation och konkurrenskraft	Global Competitiveness Index (WEF)	8/141
	European Innovation Scoreboard (EU-kommissionen)	1/28
	Global Innovation index (WIPO/INSEAD)	2/129
	World Competitiveness Ranking (IMD)	9/63
	World Digital Competitiveness Report (IMD)	3/63
	Digital Economy and Society Index (EU-kommissionen)	2/28
	Doing Business (Världsbanken)	10/190
Talangattraktion	Universitas 21	4/50
	World Talent Ranking (IMD)	3/63

Figur 14: Internationella index och Sveriges position under 2019

\*Inget land uppnår kriterierna för att hamna på platserna 1 till 3 i indexet. Sverige rankas högst av de 58 länder som ingår i jämförelsen

## Perception: Andra länders uppfattningar om Sverige

Ett lands ”goda rykte” lyfts ofta fram som grundläggande för ett lands internationella samarbeten, handel och turism.<sup>79</sup> Ett av flera index som mäter hur människor runtom i världen uppfattar andra länder är Nation Brands Index<sup>80</sup> (Ipsos). Via enkäter får respondenter i 20 länder besvara frågor om sin uppfattning om 50 länder, däribland Sverige. Under 2019 rankades Sverige, precis som föregående år, som nummer nio av de 50 länder som ingick i undersökningen.<sup>81</sup> För en mer detaljerad genomgång av NBI, se Appendix.

I Country RepTraks<sup>82</sup> (Reputation Institute) perceptionsstudie placeras sig Sverige i topp av samtliga länder.<sup>83</sup> Studien baseras på enkätundersökningar som

genomförs i de tidigare G8-länderna<sup>84</sup> och innefattar frågor om totalt 55 länder utifrån huvudområdena Ekonomi (att ett land producerar tjänster och produkter av hög kvalitet, är innovativt och tekniskt framstående), Samhällsstyre (gott näringslivsklimat, effektiv statsförvaltning, progressiv social och ekonomisk politik, ansvarsfullt deltagande i världssamfundet) och Tilltalande miljö (faktorer som att landet är vackert, har en attraktiv livsstil och är välkommande). I Country RepTrak-studien är det i synnerhet samhällsstyret (*effective government*) och tilltalande miljö (*appealing environment*) som lyfts fram som bidragande till Sveriges internationella anseende: Sverige betraktas som en ansvarsfull deltagare globalt, med hög transparens och låg korruption, samt som vänligt, vackert och tryggt.

Ytterligare ett index som uppmärksammas i hög grad varje år är World Happiness Report<sup>85</sup> (Helliwell et al.).

<sup>79</sup> Enligt Simon Anholt, ledande expert inom området nationsvarumärken (*nation branding*) och grundaren av NBI.

<sup>80</sup> NBI bygger på enkätstudier och i 2019 års studie genomfördes enkäter med över 20 000 respondenter i 20 länder. Enkäterna genomfördes i USA, Kanada, Storbritannien, Tyskland, Frankrike, Italien, Sverige, Ryssland, Polen, Turkiet, Japan, Kina, Indien, Sydkorea, Australien, Argentina, Brasilien, Mexiko, Egypten och Sydafrika.

<sup>81</sup> NBI:s topp 10 för 2019 är (1) Tyskland, (2) Frankrike, (3) Kanada, (4) Storbritannien, (5) Japan, (6) USA, (7) Italien, (8) Schweiz, (9) Sverige och (10) Australien.

<sup>82</sup> Reputation Institute (2019), <https://www.reputationinstitute.com/about-ri/press-release/sweden-repeats-worlds-most-reputable-country-while-worlds-superpowers-suffer>

<sup>83</sup> Övriga nordiska länder hamnar i topp 10: Norge (3), Finland (4) och Danmark (7).

<sup>84</sup> USA, Frankrike, Ryssland, Tyskland, Storbritannien, Japan och Italien

<sup>85</sup> Helliwell et al. (2019), *World Happiness Report 2019*, <https://s3.amazonaws.com/happiness-report/2019/WHR19.pdf>

Indexet mäter inte andra länders uppfattning om det egna landet, utan fokuserar i stället på de egna invånarnas grad av lycka i hemlandet. Indexet baseras till viss del på objektiva indikatorer, som bruttonationalprodukt (BNP) per capita och förväntad livslängd. Därtill inkluderas subjektiva indikatorer, som graden av upplevt stöd bland vänner och familj, friheten hos invånare, generositet och upplevd korruptionsnivå, samt enkätsvar på frågor om hur individer upplever glädje, sorg osv. 2019 rankades Sverige som nummer sju, vilket är en förbättring jämfört med 2018. Flera av våra grannländer ligger i topp: Finland (1), Danmark (2), Norge (3) och Island (4). Enligt World Happiness Report utmärker sig Sverige positivt när det gäller en låg grad av korruption och stor individuell frihet, men negativt när det gäller socialt stöd hos vänner och familj, samt självuppskattad glädje. Jämfört med tidigare år ändras inte Sveriges position nämnvärt.<sup>86</sup>

## Samhällsfrågor: jämställdhet, jämlikhet och demokratiska rättigheter

I många av de studier som SI har genomfört för att analysera bilden av Sverige kopplas Sverige ofta samman med det svenska välfärdssystemet och att Sverige har kommit långt inom områdena jämlikhet, jämställdhet och demokratiska rättigheter. Förenta Nationerna (FN) mäter varje år länders utveckling inom en rad olika områden som berör människors grundläggande rättigheter. Det mest övergripande indexet presenteras i Human Development Report<sup>87</sup> (UNDP), där Sverige låg på plats 8 under 2019. Här jämförs utvecklingen i världens länder, bland annat inom områdena hälsa, jämställdhet, utbildning och inkomst. Indexet utvecklades för att kunna mäta den totala utvecklingen i ett land, baserat på fler indikatorer än enbart BNP. Human Development Index baseras på en rad andra index som bland annat mäter jämställdhet, fattigdom och ojämlikhet i världens länder.<sup>88</sup> I Gender Inequality Index<sup>89</sup> (UNDP), som framför allt mäter ojämlikhet mellan könen, rörande exempelvis utbildning, hälsa och politiskt inflytande, rankades Sverige som nummer två år 2018,<sup>90</sup> strax efter Schweiz.

Den digitala utvecklingen föranleder att länder i dag kan utnyttja nya former av så kallad digital diplomati. Soft

Power 30<sup>91</sup> (Digital Diplomacy Hub) kombinerar data inom områden som representerar ”mjukare” former av makt än till exempel väpnad konflikt eller ekonomiska sanktioner. Indexet jämför länders digitala inflytande i världen och innefattar områdena Samhällsstyre, Kultur, Utbildning, Globalt engagemang, Näringsliv och Digitalisering, samt data från internationella opinionsundersökningar i 25 länder.<sup>92</sup> 2019 rankades Sverige som nummer fyra av 30 länder. Sammantaget kan Sveriges höga placering förklaras av ett gott anseende som innovations- och kunskapsnation, och Sveriges arbete för demokrati, mänskliga rättigheter, frihet och stabila politiska institutioner.

## Hållbarhetsfrågor: Sverige i topp 3 inom hållbarhetsområdet

SI noterar att Sverige återkommande kopplas samman med frågor rörande hållbarhet och som framstående inom miljöfrågor. Sverige rankas högt i flera internationella index inom hållbarhetsområdet. Bland annat är Sverige tvåa, tätt efter Danmark, i Sustainable Development Goals Index från 2019<sup>93</sup> (Bertelsmann Stiftung), som bedömer länders implementering av FN:s Agenda 2030 och de globala målen. I samtliga av de 17 globala målen, förutom målet avseende hav och marina resurser, bedömdes Sverige arbeta i rätt riktning under 2019. Särskilt framgångsrikt arbetade Sverige med målen avseende Fattigdom; Hälsa och välbefinnande; Utbildning; Hållbar energi; Ojämlikhet; samt Genomförande och globalt partnerskap.

Climate Change Performance Index<sup>94</sup> (Germanwatch) mäter länders klimatarbete inom fyra övergripande kategorier: Utsläpp av växthusgaser, Förnyelsebar energi, Energianvändning och Klimatpolicy. Sverige rankas som fyra av 58 jämförda länder. Enligt CCPI presterar Sverige väl när det gäller förnyelsebar energi och nivåer av växthusgas, men mindre väl när det gäller energikonsumtion. Trots Sveriges höga ambitioner inom miljöområdet kvarstår osäkerheter kring möjligheterna att uppnå Paris-avtalets målstättningar.<sup>95</sup>

<sup>86</sup> World Happiness Report har publicerats för åren 2012-2013 och 2015-2019.

<sup>87</sup> UNDP (2019), *Human Development Report 2019*, <http://hdr.undp.org/sites/default/files/hdr2019.pdf>

<sup>88</sup> Dessa är The Inequality-adjusted Index HDI (IHDI), The Gender Development Index (GDI), The Gender Inequality Index (GII) och The Multidimensional Poverty Index (MPI)

<sup>89</sup> UNDP (2019), *Gender Inequality Index (GII)*, <http://hdr.undp.org/en/content/gender-inequality-index-gii>

<sup>90</sup> Senast tillgängliga data avser år 2018, <http://hdr.undp.org/en/content/table-5-gender-inequality-index-gii>.

<sup>91</sup> <https://softpower30.com/>

<sup>92</sup> The Digital Diplomacy Hub som är en plattform för att arbeta med digital diplomati och globala frågor

<sup>93</sup> Bertelsmann Stiftung (2019), *Sustainable Development Report 2019. Transformations to achieve the Sustainable Development Goals*. [https://s3.amazonaws.com/sustainabledevelopment.report/2019/2019\\_sustainable\\_development\\_report.pdf](https://s3.amazonaws.com/sustainabledevelopment.report/2019/2019_sustainable_development_report.pdf)

<sup>94</sup> Germanwatch (2019), *The Climate Change Performance Index 2020*, <https://www.climate-change-performance-index.org/sites/default/files/documents/ccpi-2020-results-191209.pdf>. Inget land bedöms helt uppfylla kriterierna för att rankas på plats 1-3.

<sup>95</sup> <https://www.climate-change-performance-index.org/country/sweden>

## Innovations- och konkurrenskraft

Sverige rankas högt i en rad olika index som mäter länders innovations- och konkurrenskraft.

I Global Competitiveness Report<sup>96</sup> (WEF) rankas olika länders konkurrensförmåga. Indexet bygger på indikatorer inom tolv områden, och utöver ett lands BNP inkluderas andra faktorer som ligger till grund för ett lands förmåga att konkurrera internationellt, till exempel jämställdhet och demokratiutveckling. 2019 rankades Sverige som nummer åtta, vilket innebär en liten förbättring jämfört med 2018. Sveriges styrkor ligger bland annat inom områdena Humankapital (hälsa, utbildningsnivå och färdigheter hos befolkningen), Makroekonomisk stabilitet, samt Teknisk och fysisk infrastruktur.

Ett annat index över länders konkurrenskraft är World Competitiveness Ranking<sup>97</sup> (IMD). Det mäter och jämför länders relativa konkurrenskraft utifrån fyra övergripande områden: Ekonomisk tillväxt, Offentliga myndigheters effektivitet, Näringslivets tillväxt och Infrastruktur. Indexet är en sammanvägning av objektiva data<sup>98</sup> och en enkätundersökning bland företagsledare i de berörda länderna. Bland de 63 länder som ingår i indexet positionerar sig Sverige 2019 på plats 9, vilket är oförändrat från 2018. Sverige utmärker sig inom områdena *Business efficiency* (vilket bland annat innefattar näringslivets effektivitet och produktivitet, samt arbetsmarknad) och Infrastruktur (utöver fysisk och teknisk infrastruktur innefattas hälsa, miljö och utbildning). Singapore, Hongkong och USA toppar listan. Sverige och Danmark är de enda nordiska länderna i topp 10.

Även Global Innovation Index<sup>99</sup> (WIPO/INSEAD) mäter länders innovationsförmåga med utgångspunkt i de nationella innovationssystemen. Jämförelsen innefattar det politiska systemet, inkluderande lagar och regler, satsningar på humankapital, forskning och utbildning, infrastruktur, tillgänglighet till marknaden och resultatet av satsningarna, exempelvis antalet patent och nya innovationer. 2019 rankades Sverige som nummer 2, efter Schweiz. Sveriges styrkor relativt andra länder är ett tillförlitligt rättssystem; teknisk infrastruktur; välutbildad arbetskraft; samverkan mellan universitet, näringsliv och offentliga myndigheter; antalet forskare per capita; och

antalet godkända patent. Sveriges relativa svagheter är, bland annat, antalet lärare per elev i grundskolan, hög energiförbrukning och en relativt låg import av högteknologiska produkter.

Sverige intar förstaplatsen som Europas mest innovativa land 2019 i European Innovation Scoreboard<sup>100</sup> (EU-kommissionen). Undersökningen mäter och jämför EU-ländernas nationella innovationssystem, vilket bland annat innefattar stöd till det nationella forsknings- och utbildningssystemet, förekomsten av en innovationsvänlig miljö, ekonomiskt stöd till respektive innovation inom små- och medelstora företag, investeringar, samarbeten mellan olika aktörer, patent och arbetsmarknadens funktionssätt. Sverige är särskilt framstående inom områdena humankapital (till exempel välutbildad arbetskraft och livslångt lärande), en innovationsvänlig miljö (graden av bredbandstäckning i samhället) och det svenska utbildningssystemet (exempelvis antalet publicerade artiklar i vetenskapliga tidskrifter). Däremot placerar sig Sverige lägre vad gäller export av mellan- och högteknologiska produkter. Regionala nedbrytningar visar att Stockholmsregionen 2019 intar andra plats inom EU. Majoriteten av Sveriges regioner klassificeras som antingen ledande eller starka inom innovation.<sup>101</sup>

I Doing Business<sup>102</sup> (Världsbanken) rankas världens länder utifrån en övergripande bild av förutsättningarna för att starta och driva företag. Sverige placerar sig på plats 10 av 190 jämförda länder. Ett område där Sverige presterar relativt svagt avser kreditgivning till företag.

För områdena kunskapsekonomi och innovation följer SI index som mäter länders inhemska och internationella talangattraktion och utbildningssystem, eftersom de kan ses som uttryck för de satsningar som görs inom forskning och innovation på nationell nivå. I World Talent Ranking<sup>103</sup> (IMD) sammanställs länders konkurrenskraft inom talangattraktion. Indexet mäter tillvaratagande och attraktion av inhemska såväl som utländsk arbetskraft. 2019 förbättrades Sveriges position från plats 8 till plats 3. Schweiz (1) och Danmark (2) behåller sina placeringar. World Talent Ranking understryker att Sverige klättrat i samtliga tre områden som indexet tar i beaktande: investering i och utveckling av inhemska arbetskraft (*Investment and development*); Sveriges förmåga att

<sup>96</sup> World Economic Forum (2019), *The Global Competitiveness Report 2019*, [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf)

<sup>97</sup> IMD (2019), *IMD World Competitiveness Ranking 2019*, <https://www.imd.org/wcc/world-competitiveness-center-rankings/world-competitiveness-ranking-2019/>

<sup>98</sup> Data är inhämtade från organisationer som tillhandhåller statistik, vilket för Sveriges del är statistikansvarig myndighet, exempelvis SCB.

<sup>99</sup> Global Innovation Index (2019), *The Global Innovation Index (GII) 2019: Creating Healthy Lives – The Future of Medical Innovation*, <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2019-report>

<sup>100</sup> EU kommissionen (2019), *Regional Innovation Scoreboard*, [https://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/facts-figures/regional\\_en](https://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/facts-figures/regional_en) Sett till

samtliga 238 undersökta regioner i Europa hamnar Stockholmsregionen på fjärde plats. Två regioner i Schweiz – Zürich och Ticino – innehar plats ett och två, följt av Helsingfors (nummer 3). Rapporten i sin helhet hämtas på <https://ec.europa.eu/growth/sites/growth/files/ris2019.pdf>

<sup>101</sup> [https://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/facts-figures/regional\\_en](https://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/facts-figures/regional_en)

<sup>102</sup> Världsbanken (2019), *Doing Business 2020*, <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/32436/9781464814402.pdf>

<sup>103</sup> IMD (2019), *The IMD World Talent Ranking 2019*, <https://www.imd.org/research-knowledge/reports/imd-world-talent-ranking-2019/>

attrahera studenter och forskare (*Appeal*); och Sveriges beredskap på att ta emot inkommande studenter och forskare (*Readiness*). Sveriges förbättrade position beror framför allt på ökade satsningar inom högre utbildning (som andel av BNP); näringslivets satsningar på att utveckla och behålla arbetskraft; och att det svenska rättssystemet är stabilt.

Inom digitalisering mäter World Digital Competitiveness Ranking<sup>104</sup> (IMD) ett lands förmåga att utforska och implementera digitala tekniker som kan bidra till digitalisering inom såväl näringsliv och offentlig sektor som samhället i stort. Sveriges relativa styrkor ligger främst inom dimensionerna Kunskap – framför allt baserat på hur Sverige presterar inom utbildningsområdet (mätt utifrån exempelvis utbildningsbudget i relation till BNP och andelen med högre utbildning) – och Vetenskap (exempelvis FoU-anställda per capita, andelen sysselsatta inom den vetenskapliga och teknologiska sektorn). Under 2019 behåller Sverige plats 3 i indexet, efter USA (1) och Singapore (2). Även i The Digital Economy and Society Index<sup>105</sup> (EU-kommissionen) som mäter EU-ländernas digitala utveckling placerar sig Sverige högt. 2019 innehar Sverige andra plats.

Universitas 21<sup>106</sup> mäter och rankar länders hela högre utbildningssystem genom att jämföra ländernas ekonomiska resurser och satsningar på högre utbildning, utbildningspolicy, universitetens kopplingar till andra verksamheter och miljöer, samt resultatet av satsningarna. Sverige betraktas som starkt jämfört med övriga länder när det gäller universitetens samverkan med andra aktörer (näringsliv och myndigheter), antalet författade publikationer i vetenskapliga tidskrifter universiteten emellan (även med internationella forskare), och antalet forskare per capita. Sverige rankades under 2019 som nummer 4.<sup>107</sup>

<sup>104</sup> IMD (2019), *IMD World Digital Competitiveness Ranking 2019*, <https://www.imd.org/wcc/world-competitiveness-center-rankings/world-digital-competitiveness-rankings-2019/>

<sup>105</sup> EU Kommissionen (2019), *The Digital Economy and Society Index (DESI) 2019*, <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/desi>

<sup>106</sup> Universitas 21 (2019), <https://universitas21.com/>

<sup>107</sup> USA, Schweiz och Storbritannien är på position 1–3, precis som tidigare år. Övriga nordiska länder positionerar sig också högt: Danmark (5), Finland (9) och Norge (11).



# Appendix: Metodbeskrivning av NBI

**Nation Brands Index-studien** genomförs tillsammans med undersökningsföretaget Ipsos och har utförts med näst intill identiska metoder sedan 2008 vad gäller urval av länder och frågor. Detta gör NBI till en värdefull källa för SI, eftersom det långa tidsperspektivet gör det möjligt att upptäcka hur bilden av Sverige utomlands förändras över tid. Varje år svarar drygt 20 000 respondenter på NBI:s undersökning. Enkätundersökningen lanseras i 20 länder, där respondenterna svarar på frågor om 50 länder.<sup>108</sup> Datainsamlingen sker genom webbenkäter till respondenter som är 18 år eller äldre. Urvalet ska reflektera demografiska aspekter som ålder, kön och utbildningsnivå.

I de sex tidigare nämnda kategorierna ingår sammanlagt 23 frågor (3–6 frågor per kategori) som samtliga respondenter besvarar. Samtliga frågor besvaras genom att respondenten anger på en sjugradig skala om respondenten håller med eller inte håller med om påståendet i frågorna.

Sveriges och övriga länders placeringar tas fram av NBI och beräknas genom att jämföra ett lands medelvärde för samtliga sex kategorier med övriga länders medelvärden.

Respondenterna får även ange vad de associerar med ovanstående kategorier utifrån av NBI förvalda begrepp. I studien ställs även frågor om kännedom (*familiarity*).

Det är viktigt att poängtera att NBI inte omfattar samtliga länders uppfattningar om ett land utan täcker 20 länders uppfattningar om 50 länder. De 20 länder som svarar i undersökningen avser att täcka de starkaste ekonomierna per region. NBI ger heller inga definitiva svar på vad det är som leder till förändringar i hur respondenterna svarar.

**Kategorierna och de frågor** som ställs är följande:

## Samhällsstyre

Frågorna inom Samhällsstyre berör den upplevda kompetensen och ärligheten hos ett lands regering; hur medborgare behandlas; graden av grundläggande fri- och rättigheter; landets agerande inom internationell fred och säkerhet; skyddande av miljön; och bidrag till att minska fattigdom i världen.

## Immigration/investeringar

Frågorna inom Immigration/investeringar berör landets attraktionskraft för talang och investeringar; viljan att studera, arbeta och bo i landet; uppfattningen av landets ekonomi; hur jämlikt man upplever att landet är; och livskvalitet.

## Befolkning

Frågorna inom Befolkning berör hur välkommande en befolkning anses vara; befolkningens vänlighet; och anställningsbarhet

## Export

Frågorna inom Export berör vetenskapen om en produkts härkomst ökar sannolikheten för att produkten ska köpas; ett lands upplevda styrkor inom vetenskap och teknik; och ett lands innovationskraft.

## Turism

Frågorna inom Turism berör hur vacker landets natur är; hur historiska byggnader och monument upplevs; samt hur dess städer och urbana miljö uppfattas.

## Kultur

Frågorna inom Kultur berör ett lands kulturarv; landets samtida kultur inom musik, film, konst och litteratur; och hur landet uppfattas prestera inom sport.

<sup>108</sup> Enligt NBI har de 20 länderna valts ut för att de anses vara tongivande globala aktörer globalt men också i respektive region. Enkäterna genomfördes i USA, Kanada, Storbritannien, Tyskland, Frankrike, Italien, Sverige, Ryssland, Polen,

Turkiet, Japan, Kina, Indien, Sydkorea, Australien, Argentina, Brasilien, Mexiko, Egypten och Sydafrika. 2019 års enkäter lanserades under juli och augusti.





