

Bilden av Sverige utomlands 2018

Årsrapport från Svenska institutet



Innehåll

Förord.....	2
Inledning.....	3
Sammanfattning.....	4
Publicerade studier 2018.....	5
Sverige i ett nytt ljus? SI sammanfattar bilden av Sverige 2015–2017	5
Notis eller världsnyhet? Det svenska valet 2018 i internationell rapportering och på sociala medier	5
Sverigebildsstudie i Nederländerna	6
Sverigebildsstudie i Serbien.....	7
Sverige i internationella studier och index.....	8
Perception: Andra länders uppfattningar om Sverige	9
Samhällsfrågor: Jämställdhet, jämlikhet och demokratiska rättigheter	9
Sveriges bidrag till globala frågor.....	10
Hållbarhetsfrågor: Sverige i topp tre inom hållbarhetsområdet	10
Sverige som innovations- och kunskapsnation	10
Samtalet om Sverige på digitala plattformar.....	12
2018 – En översikt.....	12
Samtalet om Sverige på engelska.....	13
Mest delade artiklar bland engelskspråkiga källor.....	15
Case: Alternativa mediekällors intresse för Sverige	16
Samtalet om Sverige på ryska	17
Mest delade artiklar om Sverige bland ryskspråkiga källor.....	18
Case: Svenskarna inleder ”masschipifering” av befolkningen.....	19
Samtalet om Sverige på spanska	19
Mest delade artiklar bland spanskspråkiga källor.....	20
Case: Fake news, junk news eller fakta? Sex timmars arbetsdag och 1 000 kr extra i månaden till mor- och farföräldrar som tar hand om sina barnbarn	21
Samtalet om Sverige på arabiska	22
Mest delade artiklar om Sverige bland arabiskspråkiga källor.....	23
Case: Självmodsforskning från KI blir till en berättelse om Sverige.....	24
Särskilda ämnesområden SI följer på digitala plattformar	24
Slutsatser.....	26

Förord

Svenska institutet (SI) arbetar för att öka intresset och stärka förtroendet för Sverige utomlands. Vårt uppdrag är att skapa möjligheter för svenska intressen internationellt och tillsammans med andra aktörer världen över bidra till en hållbar global utveckling.

Att Sverige betraktas som en relevant partner utomlands är avgörande för vårt lands attraktionskraft och möjligheter till internationalisering. För att kunna bygga relationer med omvärlden behöver vi förstå hur världen utvecklas och hur Sverige kan vara relevant i samarbeten med andra.

En av SI:s expertroller handlar om att följa och analysera Sveriges relevans och hur Sverige uppfattas utomlands. När vi nu släpper vår årliga rapport sammanfattar vi arbetet under det gångna året, 2018. Fokus ligger på att redogöra för SI:s publicerade studier, samtalen om Sverige på digitala plattformar och Sveriges position i internationella index.

Vi hoppas att denna studie ska bidra med kunskap och ligga till grund för vidare diskussioner om hur Sverige fortsatt kan vara relevant i en föränderlig omvärld.



Mikaela Fredriksén Tollin
Vikarierande GD, Svenska institutet

Inledning

Svenska institutet (SI) arbetar löpande med frågor om hur Sverige uppfattas i omvärlden. Sveriges förutsättningar för utbyte och samverkan internationellt är beroende av ett gott anseende utomlands och av att Sverige och svenska aktörer uppfattas som relevanta och möts med förtroende. Bilden av Sverige utomlands främjar därmed förutsättningar för handel, investeringar, turism, attraktion av internationella studenter, forskare och spetskompetens, politiskt samarbete och så vidare. Under 2017 uppgick till exempel den svenska exporten till 45 procent av Sveriges BNP och idag finns cirka 14 000 utlandsägda företag i Sverige som står för 13 procent av den svenska sysselsättningen.¹ Cirka två miljoner personer är sysselsatta i svenska företag i utlandet.² Nio procent av det totala antalet studenter på svenska universitet och högskolor samt 41 procent av antagna forskarstuderande är internationella.³ Varje år sker cirka 16,2 miljoner utländska övernattningar i Sverige och den utländska turismkonsumtionen uppgick 2017 till 134 miljarder, vilket var en ökning med 11,4 procent jämfört med föregående år.⁴ En ökande globalisering och internationalisering har lett fram till att Sverige idag är starkt beroende av hur resten av världen utvecklas.

Detta är viktiga utgångspunkter för SI:s arbete med att föra dialog och bidra till förtroende för Sverige i omvärlden, och det ligger också till grund för SI:s uppdrag att följa och analysera omvärldens mångfacetterade uppfattningar om Sverige. Den här årsrapporten sammanfattar SI:s samlade arbete under 2018 med att analysera bilden av Sverige i omvärlden.

SI:s erfarenhet är att bilden av ett land byggs upp under lång tid och att den förändras långsamt. Samtidigt är det inte självklart att det finns en enda enhetlig bild av Sverige. Hur omvärlden ser på Sverige varierar både mellan länder och inom länder. För att undersöka detta genomför SI löpande egna urvalsundersökningar om människors uppfattningar om Sverige om frågor och teman som är av relevans i dialogen med andra länder. I analysarbetet ingår också att följa internationella

index och studier som rankar länder i olika frågor och teman. Och i takt med allt fler tillgängliga medier så har även mängden tillgänglig information om Sverige och Sverigebilden ökat. Framväxten av ett mer snabbriktigt och fragmenterat medielandskap kräver nya angreppssätt för att ta sig an SI:s uppgift med att analysera Sverigebilden. SI har under de två senaste åren därmed bedrivit ett utvecklingsarbete för att kunna analysera så kallade *big data* – det vill säga analyser av stora mängder data från digitala medieplattformar på ett flertal språk.

Sammanfattningsvis använder sig SI idag av följande huvudsakliga källor för att följa och analysera bilden av Sverige utomlands:

- Egna landsstudier i olika länder och regioner utifrån SI:s tematiska områden
- Internationella studier och index
- Rapportering och diskussioner om Sverige i internationell media och andra digitala kanaler
- Löpande dialog med ambassader, konsulat och samarbetsparter runtom i världen

I denna årsrapport presenteras således en översikt och sammanställning av resultat och insikter från de rapporter och analyser som tagits fram för att analysera Sverigebilden under 2018.

¹ Ekonomifakta 2018, SCB 2018, Tillväxtanalys 2018.

² Ekonomifakta 2018.

³ Internationell studentmobilitet i högskolan 2017/2018, UKÄ och SCB; Doktorander och examina på forskarnivå 2017, UKÄ och SCB.

⁴ Turismens årsbokslut 2017, Tillväxtverket.

Sammanfattning

Den här årsrapporten sammanfattar de studier som SI har genomfört under 2018, sammanfattar de internationella index och studier SI följer samt presenterar en bild av samtalet om Sverige på digitala plattformar under 2018. Framförallt styrker rapporten de slutsatser som dragits i tidigare genomförda studier på SI. Nedan presenteras utmärkande resultat:

- **En övervägande positiv bild av Sverige.** I de studier SI har genomfört under perioden 2017–2018 så har allmänheten i de undersökta länderna en övervägande positiv bild av Sverige. Trots diskussioner om en alltmer negativ Sverigebild visar studierna att allmänheten i de undersökta länderna har fått en mer positiv bild av Sverige under senare år. Även internationella studier som undersöker allmänhetens uppfattning om bland annat Sverige visar på detta.
- **Sverigebild viktig för svenskarna.** I den nationella SOM-undersökningen där SI samarbetade med SOM-institutet på Göteborgs universitet framkom att det är viktigt för den svenska befolkningen att Sverige uppfattas positivt utomlands.
- **Intresset för det svenska valet på digitala plattformar begränsat.** I SI:s rapport *Notis eller världsnyhet* som granskade hur det svenska valet rapporterades om internationellt och diskuterats på digitala plattformar framkom att samtalet om det svenska valet var utmärkande under 2018 men inte lika stort som andra händelser under året. Engagemanget för valet var förhållandevis lågt, vilket visas genom att engagemangsnivån (antalet delade artiklar) om valet var lågt på sociala medier-plattformar. De frågor som tog mest utrymme i diskussionen på sociala plattformar i samband med valet handlade i första hand om eventuell informationspåverkan, valundersökningar, valfusk, valresultatet och migration. Det svenska valet rapporterades som mest i Frankrike, Tyskland och USA, och minst i Ryssland.
- **I samtliga index som SI följer positionerar sig Sverige bland topp tio under 2018.** Mest utmärkande är Sverige inom hållbarhet, innovation och i arbetet med globala frågor. Sverige rankas bland annat på en första plats i både The Sustainable Development Goals Index och i The Climate Change Performance Index. Inom innovation toppade Sverige European Innovation Scoreboard som utvärderar länders nationella innovationssystem som både inkluderar företagsklimat och satsningar på forskning och högre utbildning. Sverige har också en stark position i sitt arbete med globala frågor, där Sverige ligger på en första plats i The Commitment to Development Index som utvärderar världens starkaste ekonomiers bidrag till utvecklingsländer.
- **Svenska framgångar under fotbolls-VM och Aviciis bortgång präglade samtalet på digitala plattformar under året.** De stora ämnena på digitala plattformar under 2018 var precis som under 2017 sport, kultur/underhållning, politik och migration. De största händelserna var framförallt fotbolls-VM i Ryssland och Aviciis bortgång som båda dominerade samtalet på alla språk. Därutöver har enskilda händelser fått stort genomslag på respektive språk såsom till exempel Sveriges medlande i Jemenkonflikten som varit ett stort ämne på arabiska plattformar. I den mån samtalet om Sverige haft en negativ tonalitet, så har det främst dominerats av frågor rörande Sveriges migrationspolitik och integrationsfrågor. Det positiva samtalet dominerades främst av frågor om innovation, hållbarhet, jämlikhet, det svenska välfärdssystemet och den svenska naturen. Det är dock viktigt att poängtera att i en internationell jämförelse så utgör samtalet om Sverige på digitala plattformar endast en mycket liten del av det totala samtalet på digitala plattformar.

Publicerade studier 2018

SI:s Sverigebildsstudier behandlar hur omvärlden ser på Sverige. Syftet är att öka kunskapen om hur Sverige uppfattas utomlands och hur andra ser på olika teman och frågeställningar som är viktiga för Sverige och Sveriges samverkan med andra länder – till exempel jämställdhetsfrågor, hållbar utveckling och innovation. Nedanför följer kortare sammanfattningar av ett urval av de studier SI tagit fram under 2018.

Sverige i ett nytt ljus? SI sammanfattar bilden av Sverige 2015–2017

I rapporten *Sverige i ett nytt ljus?* från 2018 presenterades de övergripande resultaten från de samlade studier som SI genomfört under åren 2015–2017. Rapporten baseras på underlag från de Sverigebildsstudier, genom framförallt enkätundersökningar till allmänheten i ett urval av länder, internationella index samt medieanalyser av samtalet om Sverige på digitala plattformar SI genomfört under de senaste åren. Nedanför följer ett urval av de slutsatser som SI drar i rapporten:

- **En övervägande positiv bild av Sverige i de undersökta länderna – mindre grupper är negativa till Sverige:** I rapporten sammanfattas Sverigebildsstudierna som genomförts av SI under åren 2015–2017: I Indien, Kina, Indonesien, Förenade Arabemiraten, Saudiarabien, Israel, Ryssland, Nigeria, Kanada, USA, Litauen, Estland och Lettland. Om det finns en genomgående trend när det gäller bilden av Sverige hos allmänheten i dessa länder så kännetecknas den av stabilitet snarare än förändring. Resultaten från studierna visar vidare att bilden av Sverige utomlands är sammansatt av en mångfald av intryck och associationer. Vissa associationer till Sverige återkommer: det svenska välfärdssamhället, natur och miljö, ett modernt och välfungerande land, hållbarhetsfrågor och internationella företag är exempel på återkommande teman Sverige associeras med. Rapporten pekade också på att det i vissa studier framkom mindre grupper bland allmänheten som ställer sig kritiska till Sverige. En vanlig fråga som lyfts i dessa grupper är bilder av ett alltför öppet och progressivt samhälle, ofta kopplat till frågor om migration och flyktingmottagande och de utmaningar och problem som detta anses föra med sig. Enligt SI:s beräkningar utgör dessa grupper runt 5–10 procent av befolkningen i de länder där detta har frågats explicit.
- **Mediebilden av Sverige kännetecknas av en mångfald av narrativ:** På de digitala plattformar där SI följer samtalet om Sverige är det tydligt att Sverige och det svenska samhället nämns och diskuteras i samband med ett flertal ämnesom-

råden men på olika nivåer. Övergripande ämnesområden som SI följer mer noggrant – till exempel jämställdhet, hållbarhets- eller innovationsfrågor – var återkommande ämnen som Sverige nämns i samband med men på relativt låga nivåer sett över tid. Rapporten understryker snarare att samtalet om Sverige till en hög grad är *händelsestyrt* – det vill säga att höga konversationsvolymerna om Sverige främst har att göra med enstaka händelser där Sverige är i fokus. Enstaka sport- och underhållningshändelser är exempel på detta. Ett relativt nytt narrativ om Sverige där migrations- och integrationsfrågor står i centrum utgör dock enligt rapporten ett särskilt ämne som på senare år ökat i volym och utgörs av en relativt konstant ström av inlägg – framförallt på sociala medier-plattformen Twitter och bland så kallade alternativa mediekällor. Som störst visade rapporten var detta på engelska och ryska plattformar. Trots en ökad förekomst av negativ och kraftigt vinklad rapportering om Sverige kopplad till migration, flyktingmottagande, våld och oroligheter på senare år så pekar rapporten på att människors uppfattning om Sverige inte skulle ha förändrats på något avgörande sätt. Rapporten menar därmed att mediebilden av Sverige inte kan likställas med Sverige bilden hos allmänheten.

- **Sverige bilden viktig för svenskarna:** I rapporten redogörs det för hur svenska befolkningen betraktar vikten av Sverige bilden utomlands. I den nationella SOM-undersökningen som genomförs av Göteborgs universitet hade SI inkluderat ett antal frågor om detta ämne. Resultatet visar att 85 procent instämmer helt eller delvis i påståendet att ”det är viktigt att människor utomlands har en positiv bild av Sverige”. Av de svarande ansåg 75 procent att människor utomlands ofta har en felaktig bild av hur det är i Sverige. Graden av oro för detta tycks dock vara relativt låg: cirka 10 procent instämmer helt och 34 procent delvis på frågan om man är oroad över den bild av Sverige som finns utomlands.

Notis eller världsnyhet? Det svenska valet 2018 i internationell rapportering och på sociala medier

SI:s rapport *Notis eller världsnyhet?* behandlade hur Sverige omtalades på digitala plattformar, sociala medier-kanaler och nyhetsmedier under perioden januari till och med september 2018 med särskilt fokus på hur man i omvärlden rapporterade och skrev om Sverige i samband med det svenska valet 2018. I den fortsatta texten följer ett urval av de slutsatser som SI drar i rapporten:

- **Samtalet om Sverige präglas av särskilt stora händelser där det svenska valet utgör ett utmärkande men relativt begränsat samtalsämne:** Rapporten pekar på att 2018 karaktäriseras av ett antal stora händelser där fotbolls-VM i Ryssland var det i särklass största diskussionsämnet där Sverige var i fokus. Det svenska valet var ett relativt stort nyhets- och diskussionsämne på digitala plattformar (både bland sociala medier och nyhetsmedier), med en rapportering och diskussionsvolym på snarlika nivåer som Sveriges medverkan i Eurovision Song Contest och artisten Avicii's bortgång. Jämfört med det svenska valet 2014 var konversationsvolymerna fem gånger högre under 2018 års val.
- **På digitala plattformar diskuterades ett antal särskilda ämnen i samband med det svenska valet:** Rapporten pekar på att man på engelska sociala medier-plattformar kom att diskutera relativt mångfacetterade frågor i samband med det svenska valet. Ämnen som berör eventuell *informationspåverkan* upptog cirka 18 procent av samtalet om valet. Främst behandlade detta tema enstaka artiklar som berör valpåverkan och som kom att diskuteras och delas stort på sociala medier.⁵ *Valundersökningar* inför valet (16 procent), *valfusk* (11 procent), *valresultatet* (9 procent) och *migration* (9 procent) var övriga ämnen som präglade valdiskussionen. Sverigedemokraterna (SD) var det parti som diskuterades mest på engelska sociala medier-plattformar: 62 procent av de partispecifika diskussionerna handlade om SD; 23 procent om Socialdemokraterna (S). Övriga partier diskuterades under 5 procent.
- **Relativt lågt engagemang – och därmed troligtvis intresse – för det svenska valet:** Engagemangsnivån (antalet delningar, kommentarer) på sociala medier-plattformar för artiklar som berör Sverige under det svenska valet är relativt sett låg. De tio mest delade engelskspråkiga artiklarna om det svenska valet genererade i snitt 11 000 delningar. Rapporten jämför detta med de mest delade artiklarna under år 2017 som berörde Sverige där snittet låg på drygt 140 000 delningar. Valet kunde således inte påvisas generera ett särskilt stort engagemang bland sociala medier-användare.
- **En världsnvyhet bland traditionella nyhetsmedier – med begränsningar:** Bland traditionella medier – och bland de länder som ingick i undersökningen⁶ – var valet som mest omnämnt i Frankrike, USA och Tyskland. Rapporten visade även att majoriteten av de nyhetsartiklar som publicerades

om det svenska valet publicerades under själva valdagen. Intresset före och efter valet var relativt lågt. Detta indikerar troligtvis att det svenska valet inte var en följetong utländska nyhetsmedier kom att diskutera i någon vidare mening. Även bland traditionella nyhetsmedier var Sverigedemokraternas (SD) ökning en särskilt utmärkande vinkel.

Sverigebildsstudie i Nederländerna

Under april/maj 2018 genomförde SI tillsammans med svenska ambassaden i Haag och undersökningsföretaget Netigate/CINT en enkätundersökning för att undersöka bilden av Sverige i Nederländerna. Enkäterna bestod av flervalfrågor med en blandning av attityd- och associationsfrågor och genomfördes med webbpaneler i Nederländerna genom Netigate/CINT:s kanaler. Antalet respondenter som besvarade enkäterna var 2 003. Analysen genomfördes av SI i maj 2018. Nedanför följer ett urval av studiens resultat:

- **En positiv, stadig men också möjligtvis förbättrad bild av Sverige i Nederländerna:** Studien visar att en majoritet – cirka 58 procent – har en väldigt stark och positiv bild av Sverige. När de svarande i studien ombads ranka ett urval av länder på en tiogradig skala utifrån respondenternas generella preferenser för länderna var medelvärdet för Sverige högst. Studien understryker även en tendens som uppmärksammas i andra studier som SI genomfört, nämligen att de som är mest positiva och har högre kännedom om Sverige också är mer intresserade av att besöka, leva och bo i samt göra affärer med Sverige. Bilden av Sverige är också positivare bland de som har besökt Sverige som turister eller som har vänner eller bekanta i Sverige – vilket understryker en för SI tidigare etablerad slutsats att erfarenheterna av det svenska samhället bidrar till en positiv bild av landet. En relativt stor andel (15 procent) anger att de fått en mer positiv bild av Sverige de senaste åren; 4 procent anger att de har fått en mer negativ bild och övriga anger att deras uppfattning om Sverige inte har förändrats. Detta understryker SI:s tidigare studier som pekar på att bilden av Sverige ändras långsamt. Att nästan fyra gånger fler svarande anger att man fått en mer positiv bild av Sverige jämfört med en mer negativ grupp kan indikera att bilden av Sverige rör sig i en positiv riktning. Det finns inga belegg för att motsatsen skulle vara fallet.

⁵ Den mest delade artikeln om det svenska valet och om informationspåverkan var till exempel tidningen Business Insiders artikel "Journalist who infiltrated Putin's troll factory warns of Russian propaganda in the upcoming Swedish election".

⁶ Länder som ingick i studien var Kroatien, Tjeckien, Ungern, Polen, USA, Frankrike, Ryssland, Tyskland och Storbritannien.

- **Sverige associeras starkt med hållbarhets- och kulturfrågor:**

Att undersöka associationer till Sverige ger signaler om hur det svenska samhället uppfattas. Studien visade att man i Nederländerna i första hand associerar Sverige till hållbarhets- och kulturfrågor. Inom kulturområdet är det främst svenska tv-serier, musik, arkitektur och mode/design som är de framträdande associationerna. Svensk industri/ekonomi kopplas främst samman med bilindustri, grön teknologi samt mode/design.

- **Demografiska mönster och mediernas betydelse för**

Sverige bilden i Nederländerna: I Nederländerna verkar köns- och åldersdimensioner spela mindre viktiga roller i hur man betraktar Sverige. Studien visar dock att geografins roll – det vill säga var de svarande bor – är tämligen betydelsefull: Man är något mer positiv till Sverige i mindre städer. I storstäder upplever däremot fler respondenter att man har fått en bättre bild av Sverige de senaste åren. Mediekonsumtionen ska inte heller underskattas, visar studien. Respondenter som använder sociala medier-plattformar som huvudkälla för nyheter verkar ha en något sämre uppfattning om Sverige, medan det motsatta gäller för respondenter som i första hand brukar traditionella nyhetsmedier som huvudkälla.

Sverigebildsstudie i Serbien

Under november/december 2018 genomförde SI tillsammans med Sveriges ambassad i Belgrad en undersökning om Sverige bilden i Serbien. Likt studien i Nederländerna (se ovan) genomfördes studien genom Netigate/CINT:s enkätverktyg. Antalet respondenter som besvarade enkäten var 1 456.

- **Väldigt stark och positiv bild av Sverige i Serbien:** Studien visade att bilden av Sverige i Serbien är övervägande positiv. Cirka 69 procent angav att de har en mycket positiv bild av Sverige. Även i denna studie ombads de svarande ranka ett urval av länder på en tiogradig skala utifrån respondenternas generella preferenser för länderna och även i Serbien var medelvärdet för Sverige högst jämfört med de övriga fem länderna (Finland, Danmark, Norge, Tyskland och Nederländerna). En majoritet av de svarande i studien (62 procent) menade att bilden av Sverige inte har förändrats under det senaste året. Samtidigt är det cirka 31 procent av de svarande som pekar på att deras bild av Sverige har blivit positivare under det senaste året, jämfört med två procent som menar att bilden förändrats

i negativ riktning. Att bilden av Sverige i Serbien går i en mer positiv riktning ska därmed inte uteslutas – även om SI inte genomfört tidigare studier i landet. Direkta erfarenheter med Sverige och det svenska samhället har även i Serbien en positiv koppling: Har man släktingar, vänner eller bekanta i eller från Sverige är man i viss mån positivare till Sverige samtidigt som man anser att Sverige är mer attraktivt att studera, bo och verka i, eller att göra affärer med.

- **Sverige associeras med mänskliga rättigheter, utbildning/ forskning samt hållbarhetsfrågor:**

Inom kulturområdet är det främst arkitektur, musik, film och design som är utmärkande kulturgener, medan bilden av svensk industri och ekonomi domineras av tillverkningsindustri, servicenäringen samt it- och startupföretag. Samtidigt visade studien att det som de svarande finner mest intressant med Sverige är det svenska välfärdssystemet, natur och friluftaktiviteter samt utbildning.

- **Demografiska mönster och mediernas betydelse för**

Sverige bilden i Serbien: Studien visade att det i Serbien är små skillnader vad gäller bakgrundsfaktorer såsom kön, politisk tillhörighet eller boendeort i förhållande till hur de svarande såg på Sverige. Däremot verkar ålder spela en viss roll i förhållande till associationer och intresset för Sverige. Bland de äldre domineras bilden av mänskliga rättigheter och intresset för det svenska välfärdssystemet, medan intresset för forskning och utbildning i viss mån är högre bland de yngre i studien. Bilden av Sverige verkar inte hänga samman med typ av mediekonsumtion. En majoritet menar att de sällan eller inte alls (78 procent) tar del av diskussioner/rapporter om Sverige i nyheter eller på internet jämfört med den grupp (11 procent) som tar del av information om Sverige ofta eller väldigt ofta. Bland de äldre åldersgrupperna var det en större andel som upplevde att medierapporteringen om Sverige, i den mån den förekom, främst handlade om diskussioner om det svenska välfärdssystemet. Bland de yngre åldersgrupperna verkade medierapporteringen och diskussioner om Sverige främst domineras av utbildning och forskning. Det fanns således kopplingar mellan de teman som de olika generationerna också pekat ut som tydliga intresseområden med Sverige och den rapportering som de tagit del av.

Sverige i internationella studier och index

I det här avsnittet presenteras hur Sverige rankas i en rad internationella undersökningar och index. Index utgör underlag för SI att bedöma hur Sverige betraktas utomlands och för att granska de styrkor och svagheter Sverige besitter jämfört med andra länder. Indexen behandlar teman som rör Sveriges innovationskraft samt undersökningar som pekar på ett lands utveckling i specifika frågor såsom jämställdhet, utbildning och demokrati. SI:s urval av index bygger på principer kring avsändare och tematisk relevans för SI:s verksamhet. Fokus ligger på att följa index som genomförs av eller i samarbete med etablerade aktörer på området. Kortfattat visar detta avsnitt bland annat följande:

- **Sverige i topp 10:** I samtliga publicerade index under 2018 som SI följer positionerar sig Sverige topp 10 globalt.
- **Viss rörelse för Sverige bland indexen:** I 11 av de 22 indexen stiger Sverige i placeringar jämfört med 2017; i 7 av indexen behåller Sverige sin position och i 2 av indexen tappar Sverige position.

- **Sverige sticker ut i flera index inom hållbarhetsområdet:** Sverige låg på första plats i *Sustainable Development Goals Index* (SDGI) som mäter länders arbete med att implementera FN:s Agenda 2030 och i *The Climate Change Performance Index* (CCPI) där Sveriges arbete med förnyelsebar energi och relativt låga utsläpp av växthusgaser lyftes fram som särskilt utmärkande.
- **Sverige har ett starkt innovationsklimat:** Indexen inom innovationsområdet fokuserar bland annat på satsningar på forskning, högre utbildning och förmåga att attrahera talanger. Bland annat toppade Sverige *European Innovation Scoreboard* som utvärderar de nationella innovationssystemen i Europa.
- **Sverige har en stark position inom arbetet med globala frågor:** Sverige ligger bland annat på en första plats i *The Commitment to Development Index* som utvärderar världens starkaste ekonomiers bidrag till utvecklingsländer.

Tabellen nedan ger en översyn över de index SI följer:

Område	Index	Rankning 2018	Rankning 2017
Perception	Nation Brands Index (GFK)	9/50 ↗	10/50
	Country RepTrak (Reputation Institute)	1/55 ↗	3/55
Samhällsfrågor	Human Development Index (UNDP)	7/189 →	7/189
	The Inequality-adjusted Index HDI (UNDP)	-	6/151
	Gender Inequality Index (UNDP)	-	3/160
	Global Gender Gap Index (WEF)	3/149 ↗	5/144
	Pressfrihetsindex (Reportrar utan gränser)	2/180 →	2/180
	Good Country Index	3/163 ↗	6/163
	The Inclusive Development Index (WEF)	6/103 →	6/109
	The World Happiness Report (SDSN)	9/156 ↗	10/156
	Soft Power 30 (CPD)	8/61 ↗	9/61
	The Commitment to Development Index (CGD)	1/27 ↗	2/27
Hållbarhet	The Environmental Performance Index (Yale)	5/180 →	5/180
	Sustainable Development Goals Index (Bertelsmann)	1/156 →	1/149
	Climate Change Performance Index (CCPI)	1/56 ↗	5/56
Innovation och konkurrenskraft	Global Competitiveness Index (WEF)	7/140 →	7/140
	EU-kommissionens European Innovation Scoreboard	1/36 ↗	2/36
	INSEAD Global Innovation Index	3/126 ↘	2/126
	World Competitiveness Ranking (IMD)	9/63 →	9/63
	World Digital Competitiveness Report (IMD)	3/63 ↘	2/63
Talangattraktion	Universitas 21 (U21)	4/55 ↗	5/55
	World Talent Ranking (IMD)	8/63 ↗	9/63

Figur 1: Internationella index och Sveriges position för 2018 och 2017.

Nedan följer en sammanfattning av några av de index som mäter Sveriges ställning utifrån en rad olika teman.

Perception: Andra länders uppfattningar om Sverige

Det finns flera index som mäter hur människor runtom i världen uppfattar andra länder. En av de mest välkända återkommande studierna som mäter just människors uppfattningar om olika länders varumärken är *Nation Brands Index* (NBI).⁷ Simon Anholt som är grundaren till NBI lyfter ofta fram länders ”goda rykte” som grundläggande för ett lands internationella samarbeten, handel och turism. Under tidigare års studier har Sverige konsekvent positionerat sig på plats nummer tio av de 55 länder som respondenterna ombeds besvara frågor om. De områden som behandlas i enkäten berör ländernas *samhällsstyrelse* (ett lands regering uppfattas som ärlig, grundläggande fri- och rättigheter respekteras, aktiv för en hållbar utveckling globalt), *export* (teknologins och vetenskapens roll i samhället, om ett land anses ha starka internationella företag), *kultur* (landets kulturella arv, historiska byggnader, nutida kultur- och kreativa näringar), *befolkning* (huruvida landets befolkning anses vara välkommande och vänliga), *turism* (huruvida man anser landet har vacker natur, historisk arkitektur och intressanta städer), och förmåga att *attrahera investeringar och talang* (om man anser att man kan studera, bo och leva i landet och landets ekonomiska utveckling). Under 2018 placerades Sverige på plats nio, en plats som under tidigare år togs upp av Australien.⁸ Då övriga platser på NBI:s topp tio upptas av några av världens största ekonomier bör detta peka på Sveriges relativt starka varumärke globalt.

Även om alltför höga växlar inte bör dras utifrån Sveriges nya position på NBI noterar SI att även *Country RepTraks* perceptionsstudie placerar Sverige på en högre position än tidigare år – från position tre till nummer ett av 55 länder totalt. Studien ställer frågor om länder utifrån huvudområdena *ekonomi* (att ett land producerar tjänster och produkter av hög kvalitet, är innovativt och tekniskt framstående), *samhällsstyrning* (gott näringslivsklimat, effektiv statsförvaltning, progressiv social och ekonomisk politik, ansvarsfull deltagare i världssamfundet) och tilltalande *miljö* (faktorer som att landet är vackert, har en attraktiv livsstil och är välkommande). Författarna till studien från *Country RepTrak* lyfte särskilt fram miljöfaktorerna som utmärkande för Sveriges globala anseende.

Att en majoritet av de länder som ingår i studien minskar sitt attraktionsvärde under 2018 – medan bland annat Sverige ökar – är särskilt utmärkande.⁹

Som SI noterat i tidigare rapporter karaktäriseras bilden av Sverige utomlands av stabilitet snarare än volatilitet och trots en uppgång i både NBI och *Country RepTrak* så har det visat sig att bilden av ett land kan förändras och försämrats. Det här blev bland annat tydligt under 2017 då USA tappade första platsen och hamnade på plats sju i NBI, något som författarna kom att benämna *Donald Trump-effekten*.¹⁰

Ytterligare ett index som uppmärksammas i hög grad varje år är *The World Happiness Report*. Indexet mäter inte andra länders uppfattning om det egna landet, utan fokuserar istället på de egna invånarnas grad av lycka i hemlandet. Under 2018 låg Sverige på en nionde plats, vilket är en plats bättre än 2017. Under 2018 fokuserade rapporten även på migranters upplevelse av lycka i det nya hemlandet där Sverige som nytt hemland rankades på en åttonde plats av 117 länder. Rapporten visade också att bland de tio länder som toppade listan över världens lyckligaste länder så har dessa länder en större andel (i snitt 17,2 procent) utlandsfödda än länder som rankas längre ner på listan.

Samhällsfrågor: Jämställdhet, jämlikhet och demokratiska rättigheter

I många av de studier som SI har genomfört för att analysera bilden av Sverige kopplas Sverige bilden ofta samman med det svenska välfärdssystemet och att Sverige ligger långt framme när det gäller jämlikhet, jämställdhet och demokratiska rättigheter. FN mäter varje år länders utveckling inom en rad olika områden som berör människors grundläggande rättigheter. Det mest övergripande indexet är *The Human Development Index* (HDI), där Sverige låg på en sjunde plats under 2018. Indexet jämför utvecklingen i världens länder inom områden såsom hälsa, jämställdhet, utbildning och inkomst. Indexet utvecklades för att kunna mäta den totala utvecklingen i ett land baserat på fler indikatorer än enbart ett lands ekonomiska utveckling (BNP). HDI baseras på en rad andra index som bland annat mäter jämställdhet, fattigdom och ojämlikhet i världens länder (*The Inequality-adjusted Index HDI* (IHDI), *The Gender Development Index* (GDI), *The Gender Inequality Index* (GII) och *The Multi-dimensional Poverty Index* (MPI)). I GII som framförallt mäter ojämlikhet mellan könen i frågor som utbildning, hälsa och politiskt inflytande rankades Sverige på en tredje plats under 2017.

⁷ NBI bygger på enkätstudier och i 2018 års studie genomfördes enkäter med över 20 000 respondenter i tjugo 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.

⁸ NBI:s topp 10 för 2018 är (1) Tyskland, (2) Japan, (3) Storbritannien, (4) Frankrike, (5) Kanada, (6) Italien, (7) USA, (8) Schweiz, (9) Sverige och (10) Australien.

⁹ <https://www.reputationinstitute.com/sites/default/files/pdfs/2018-Country-RepTrak.pdf>

¹⁰ Cf. <https://www.independent.co.uk/travel/news-and-advice/germany-replaces-us-best-international-image-brand-country-donald-trump-angela-merkel-simon-anholt-a8059926.html> (2017-11-17)

I IDHI rankades Sverige på en sjätte plats under 2017. Desto större skillnad mellan IHDI och HDI desto större skillnader tenderar det att finnas mellan olika grupper i samhället. I Sveriges fall är placeringen i IHDI och HDI en sjätte respektive en sjunde plats.

Även World Economic Forum (WEF) gör årliga återkommande studier för att mäta ett lands ekonomiska utveckling inom områden som inte enbart är baserade på ett lands bruttobutnationalprodukt (BNP). I *The Inclusive Development Index* (IDI) mäter WEF även faktorer som tyder på en hög levnadsstandard och socioekonomisk utveckling i olika länder. Indexet utgår från tre grundläggande teman och elva indikatorer: tillväxt och utveckling, ett hållbart nyttjande av naturtillgångar och ekonomiska resurser för framtida generationer. Sverige rankades under 2018 på en sjätte plats i IDI och jämförs i första hand med 30 andra länder i gruppen avancerade ekonomier där andra länder såsom Norge, Island, Luxemburg, Schweiz och Danmark ligger före Sverige på listan.

Sveriges bidrag till globala frågor

Som en motpol till de index som enbart mäter det egna landets utveckling i en rad frågor har *The Good Country Index* (GCI) utvecklats. Indexet mäter länders bidrag till det gemensamma bästa för mänskligheten och planeten. Indexet togs fram under 2014 utifrån 35 kategorier som sedan brutits ner och delats in i sju övergripande teman: forskning och teknik, kultur, internationell fred och säkerhet, världsordning, planet och klimat, välstånd och jämlikhet samt hälsa och välbefinnande. Indexet bygger på data från bland annat Världsbanken, FN och Världshälsoorganisationen (WHO). Sverige har även i det här indexet rankats högt under flera år. Under 2017 hade Sverige tappat sin tidigare toppplacering till en sjunde plats, men under 2018 klättrade Sverige återigen till en tredje plats. Det som i hög grad bidrar till att Sverige inte placeras högre i rankningen är Sveriges roll inom internationell fred och säkerhet, där Sverige kommer så långt ner som på 55:e plats. Sverige rankas dock högt inom andra områden såsom hälsa och välmående, kultur, klimat och världsordning.

På ett liknande sätt som GCI, mäter The Center for Global Development (*Commitment to Development Index* (CDI)) olika länders arbete med att utveckla policyer för att stötta utvecklingsarbete i olika områden i världen. Indexet baseras på sju policyområden: bistånd, finans, teknologi, miljö, handel, säkerhet och migration. Sverige rankades totalt på en första plats under 2018, vilket främst förklaras genom Sveriges arbete med migrationsfrågor där Sverige rankades högst, på en andra plats när det gäller miljö och tredje när det gäller bistånd, men så lågt som på en 20:e plats inom säkerhetsområdet. Den låga placeringen inom säkerhetsområdet förklaras genom Sveriges relativt låga involvering i fredsbevarande åtgärder samt den svenska vapenexporten.

Som en följd av den digitala utvecklingen utnyttjar länder idag nya former av digital diplomati. Indexet *Soft Power 30* tas fram av The Digital Diplomacy Hub som är en plattform för att arbeta med digital diplomati och globala frågor. Indexet kombinerar data från sex kategorier som är representativa för ”mjukare” former av styrning än till exempel krig och ekonomiska sanktioner. Indexet baseras på indikatorer inom områdena: styrning, kultur, utbildning, globalt engagemang, näringsliv och digitalisering, samt data från internationella opinionsundersökningar i 25 länder för att jämföra länders digitala inflytande i världen. Sverige rankas under 2018 på en åttonde plats av 61 länder, vilket är en plats bättre än 2017. Förklaringen till denna placering är främst det svenska välfärdsystemet och Sveriges toppplaceringar när det gäller demokrati, öppenhet och jämställdhet. Men Sverige ligger också i framkant när det gäller teknologisk utveckling och entreprenörskap. Svagheter pekade ut i förhållande till en ökande popularitet för högerextrema partier som författarna till indexet menar är ett hot mot den svenska demokratin.

Hållbarhetsfrågor: Sverige i topp tre inom hållbarhetsområdet

En återkommande bild av Sverige som har noterats i flera av SIs studier är att Sverige ofta kopplas samman med frågor rörande hållbarhet och som framträdande inom miljöfrågor. Sverige rankas också högt i flertalet internationella index inom hållbarhetsområdet. Bland annat ligger Sverige på första plats i *The Sustainable Development Goals Index* (SDGI) som betonar länders förmåga att implementera FN:s hållbarhetsmål samt i *The Climate Change Performance Index* (CCPI). CCPI mäter olika länders klimatarbete i förhållande till fjorton indikatorer inom kategorierna: utsläpp av växthusgaser, förnyelsebar energi, energianvändning och klimatpolicy. Sverige rankas även högt i andra hållbarhetsindex såsom *The Environmental Performance Index* (EPI) som baseras på 24 indikatorer för att kvantitativt kunna utvärdera ett lands klimatarbete för att länder på så sätt ska kunna utforma bättre miljöpolicy. Enligt EPI är Sverige särskilt utmärkande globalt inom ett antal områden som har bäring på miljö- och klimatpolitik: miljö och hälsa (däribland låg exponering av tungmetaller och bly, luftkvalitet samt tillgång till rent vatten); klimat och energi (Sveriges arbete med att minska växthusgasutsläpp) samt skydd av det svenska ekosystemet (däribland genom hållbart lantbruk och utnyttjande av avloppsvatten). EPI pekar dock på den svenska skogsskövlingen samt överfiske som områden där Sverige relativt sett är mindre starkt. Under 2018 låg Sverige på en femte plats av 180 länder på EPI.

Sverige som innovations- och kunskapsnation

Sverige rankas högt i en rad olika index som mäter länders innovations- och konkurrensförmåga. Här ingår även index som mäter länders talangattraktion och utbildningssystem då den typen av index är ett uttryck för de satsningar som görs inom forskning och innovation på nationell nivå.

Under 2018 rankades Sverige som ett av de mest innovativa länderna i Europa genom en första plats på EU-kommissionens *European Innovation Scoreboard*. Indexet jämför i första hand ländernas nationella innovationssystem som bland annat innefattar stöd till det nationella utbildnings- och forskningssystemet, innovationsvänlig miljö, ekonomiskt stöd till små- och medelstora företag, investeringar, innovativa små- och medelstora företag, samarbeten mellan olika aktörer, patent och arbetsmarknad.

Ytterligare ett index som kopplas till länders innovationsförmåga är The Global Innovation Index (GII) som även det mäter länders innovationsförmåga utifrån de nationella innovationssystemen. I detta index inkluderas det politiska systemet såsom lagar och regler, satsningar på humankapital och forskning, utbildning, infrastruktur, tillgänglighet till marknaden samt resultatet av satsningarna, till exempel antal patent och nya innovationer. Under 2018 rankades Sverige på en tredje plats i GI framförallt för att de satsningar som gjorts för att stärka det svenska innovationsklimatet har gett resultat inom områden som kan kopplas till kreativitet, kunskap och teknologisk utveckling.

Världsbanken (IMF) har tagit fram tre index som mäter länders konkurrenskraft inom olika områden: kunskapsekonomi/talangattraktion (*IMD World Talent Ranking*), informationsteknologi (*IMD World Digital Competitiveness Index*) samt konkurrenskraft (*IMD World Competitiveness Ranking*). Inom området kunskapsekonomi/talangattraktion klättrade Sverige från en nionde till en åttonde plats under 2018. Indexet *World Talent Ranking* mäter ett lands sammantagna satsningar på högre utbildning inom det egna landet men också förmågan att attrahera en högutbildad internationell arbetskraft. De länder som toppar indexet är Schweiz, Danmark och Norge. Utmärkande bland de länder som kommer bland de tio högst rankade är att de gör stora satsningar på det nationella utbildningssystemet samt tillgängligheten till arbetsmarknaden för såväl nationella som internationella talanger. Inom området informationsteknologi mäter *World Digital Competitiveness Ranking* ett lands förmåga att anpassa och implementera digitala lösningar och teknologier som kan leda till förändring inom myndigheter, generera nya affärsmodeller och digitalisera samhället i stort. Indexen pekar på ett antal områden där Sverige är särskilt starkt inom digitaliseringsutvecklingen: budget för forskning och utveckling (FoU) i relation till BNP; andelen sysselsatta inom den vetenskapliga eller teknologiska sektorn; internethastighet



Sweden Innovation leader

Sweden is once again the EU innovation leader, followed by Denmark, Finland, the Netherlands, the United Kingdom and Luxembourg

In particular areas of innovation, the EU leaders are:

Denmark

Human Resources and innovation-friendly environment

Luxembourg

Attractive research systems

France

Finance and support

Ireland

Innovation in SMEs, employment impacts, and sales impacts

Belgium

Innovation linkages and collaboration

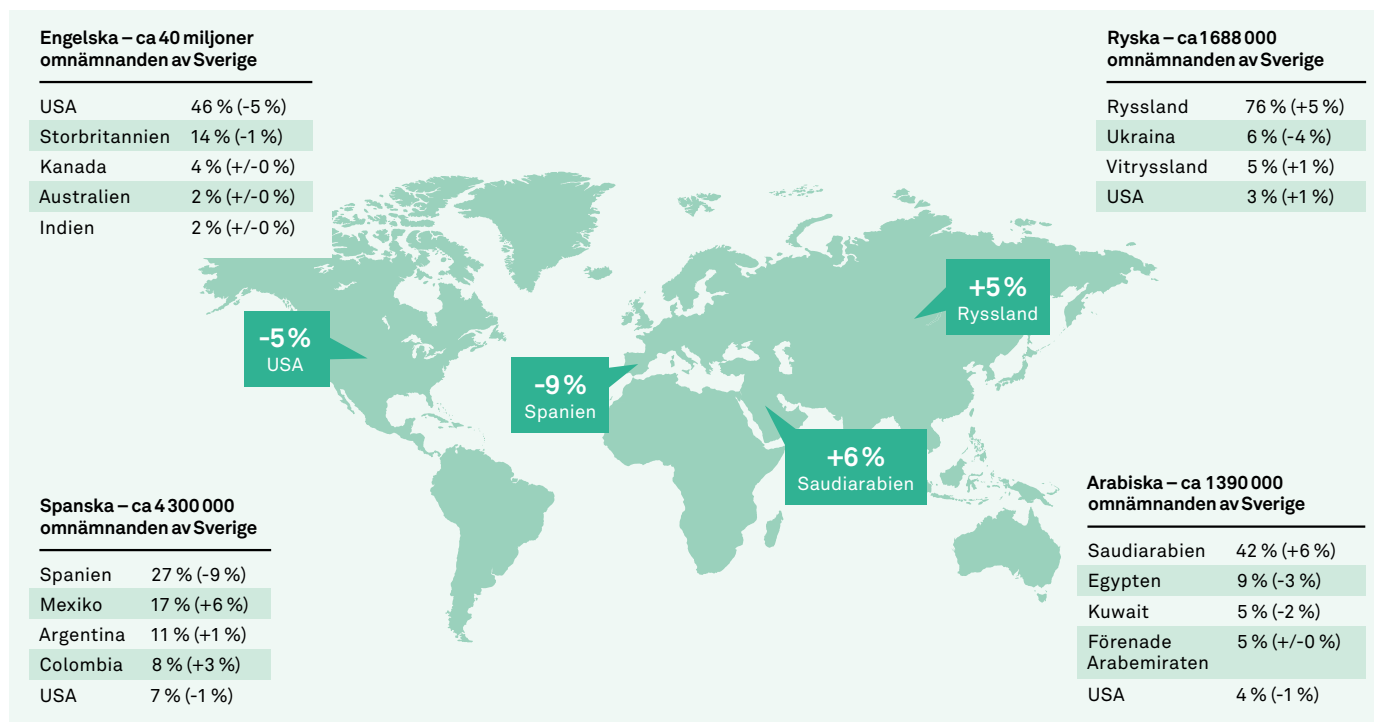
Figur 2: Baserad på EU-kommissionens European Innovation Scoreboard, 2018.

i landet; andelen surfplattor i landet samt attityder till globaliseringen. Sverige rankas på en tredje plats i indexet.

Det är inte endast IMF som mäter länders konkurrensförmåga, utan även World Economic Forum (WEF) har utvecklat ett index, *Global Competitiveness Index (GCI)*, som mäter länders konkurrensförmåga. Indexet bygger på tolv indikatorer som inte enbart mäter ett lands BNP, utan även inkluderar andra faktorer som bedöms ligga till grund för ett lands konkurrenskraft såsom jämställdhet och demokratiutveckling. Under 2018 rankades Sverige på en sjunde plats.

Sverige rankades under 2018 på fjärde plats som land för högre utbildning i indexet *Universitas 2I*, vilket är en plats bättre jämfört med 2017. Till skillnad från andra index som jämför universitet och högskolor med varandra, listar *Universitas 2I* hela det högre utbildningssystemet genom att jämföra länders ekonomiska resurser och satsningar på högre utbildning, utbildningspolicy, kopplingar till andra verksamheter och miljöer samt resultatet av satsningarna. Det innebär att det är det nationella stödsystemet till utbildning och forskning som helhet som rankas.

Samtalet om Sverige på digitala plattformar



Figur 3: Antalet omnämningar av Sverige på digitala plattformar och de länder som omnämner Sverige mest (skillnad jämfört med 2017 i parentes).

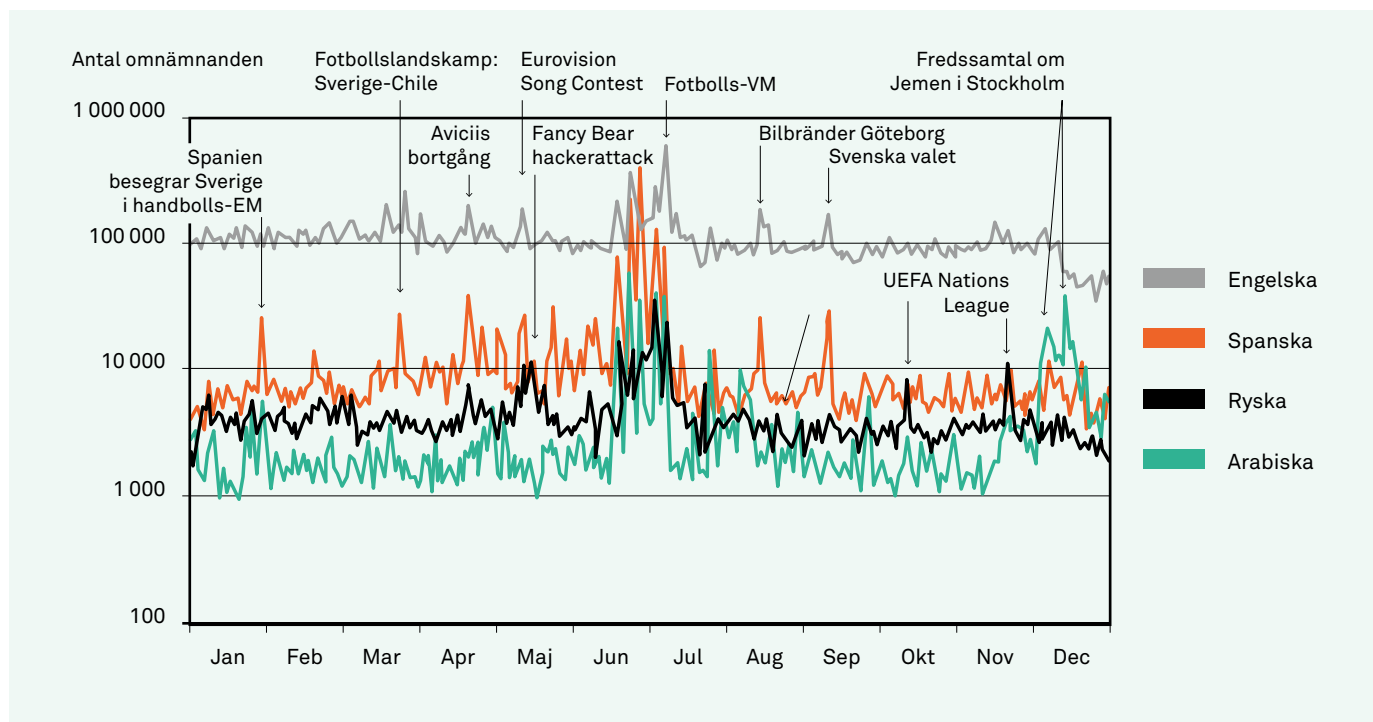
En viktig del i SI:s arbete med att analysera Sverige bilden är att följa samtalet om Sverige på digitala plattformar. För denna analysverksamhet utnyttjar SI digitala verktyg som inhämtar inlägg om Sverige från ett stort antal digitala plattformar: forum, nyhetsmedier, bloggar, Twitter, Instagram, Tumblr, Youtube (beskrivningar och kommentarer), recensioner, öppna Facebooksidor, Reddit och Google Plus.¹¹ SI följer samtalet på engelska, ryska, spanska och arabiska och har gjort detta sedan 2017. I sammanfattningen för 2018 som presenteras nedan redogör SI också för de mest delade artiklarna som berörde Sverige under 2018 samt sentimentanalys per språk (det vill säga huruvida tonaliteten i inläggen om Sverige är positiv, negativ eller neutral).

2018 – En översikt

Under 2018 ökade samtalet om Sverige jämfört med 2017 på samtliga språk utom engelska (-3 procent). Trots detta är volymen på samtalet om Sverige på engelska långt mycket större än på övriga språk med 40 miljoner omnämningar jämfört med

samtalet på arabiska där det endast var 1,39 miljoner, ryska 1,688 miljoner och spanska 4,3 miljoner (se figur 3 ovan). Det digitala samtalet om Sverige kretsade till en stor del kring *sportändelser* under 2018. Förklaringen till detta är det svenska herrlandslagets framgångar i fotbolls-VM under sommaren vilket kom att utgöra de största konversationsstopparna på samtliga språk SI följer (se figur 4 nedan för utmärkande händelser under 2018). Även hockey-VM och Sveriges deltagande i turneringen var utmärkande på ryska plattformar. *Kultur och underhållning* fick mer utrymme än året innan, vilket till stor del kan förklaras av dj:n Avicii's bortgång, Swedish House Mafias återförening och Eurovision Song Contest. Trots att det var valår i Sverige var ämnet *politik* inte ett särskilt utmärkande ämne på digitala plattformar – förutom på arabiska vilket kan förklaras av Sveriges medlande i Jemenkonflikten. Diskussioner om *brottslighet* minskade på samtliga språk jämfört med under 2017, vilket kan förklaras av de större händelser som ägde rum under 2017 såsom president Trumps uttalande om Last Night

¹¹ Tillgången till data från sociala medier-plattformar skiljer sig åt. Twitter och Youtube är relativt öppna med tillgång, medan Facebook enbart ger tillgång till de sidor som är öppna. Även Instagram har ändrat tillgången, vilket gör att det inte är möjligt att jämföra med tidigare års studier. På ryska plattformar för sociala medier är tillgången begränsad till VK och forum.



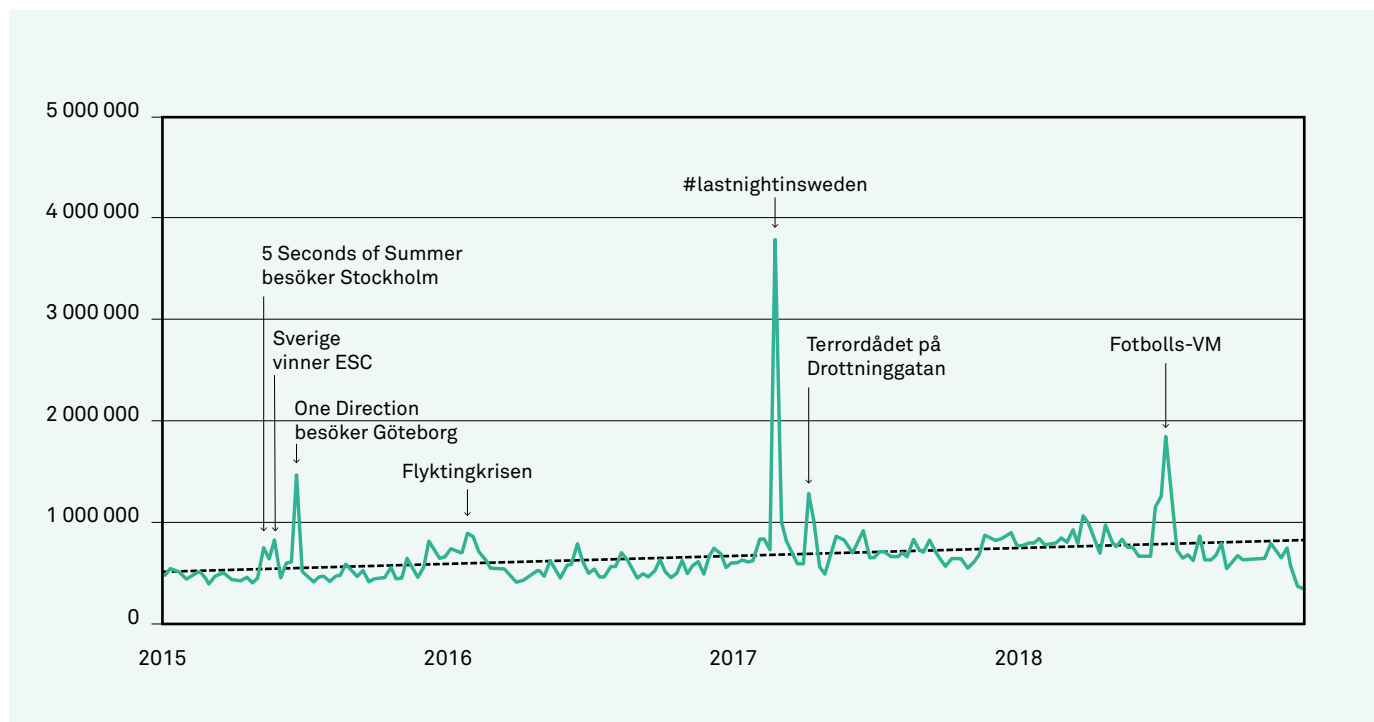
Figur 4: Samtalet om Sverige på samtliga digitala plattformar januari till och med december 2018 samt de händelser som under året genererar mest diskussion. Y-axeln visar på antalet omnämningar av Sverige; X-axeln visar tid. Anledningen till att volymen går ner plötsligt i december har att göra med verktygets begränsade åtkomst till sociala medier-plattformen Instagram under denna period.

in Sweden och terrordådet på Drottninggatan.

Figur 4 ovan visar tydligt att diskussionerna om Sverige är som störst på engelska, följt av spanska, ryska och sist arabiska. I tidigare publicerade studier har SI noterat att de händelser som är kopplade till Sverige uppmärksammas på olika nivåer beroende på språk: Vad som diskuteras flitigt på ett språk blir inte nödvändigtvis ett stort konversationsämne på ett annat språk. Till exempel genererade Sveriges medling i Jemen-konflikten mycket konversationer på arabiska men inte på övriga språk. På engelska och spanska plattformar var Avicii's bortgång i april en stor medial händelse och på ryska var hockey-VM särskilt utmärkande under året. Med andra ord är det inte förgivettaget att en aktuell händelse som berör Sverige diskuteras på samtliga språk. Det finns dock händelser som förenar språken. Fotbolls-VM i Ryssland under juni och juli 2018 och svenska herrlandslagets deltagande i turneringen var ett ämne som diskuterades flitigt på samtliga språk och som är det ämne som fått mest genomslag under året.

Samtalet om Sverige på engelska

Figur 5 visar volym- och trendlinje för samtalet om Sverige på engelska sett över åren 2015 till och med 2018. På ett övergripande plan är det tydligt att samtalet om Sverige är händelsestyrt – det vill säga att samtalstopparna präglas av enskilda händelser såsom kultur- och sportevenemang (till exempel Eurovision Song Contest eller fotbolls-VM) eller plötsliga händelser som Last Night in Sweden och attacken på Drottninggatan i april 2017. Som SI tidigare konstaterat publicerades ett stort antal nyhetsartiklar om det svenska valet, men där engagemangsnivån på sociala medier om valet var tämligen begränsat. Under 2018 nämndes Sverige i 40 miljoner inlägg på engelska på samtliga digitala plattformar som ingår i SI:s verktyg. Detta är en minskning med cirka 3 procent jämfört med föregående år. Detta kan dock jämföras med de 2,9 miljoner nyhetsartiklar som publicerades om Sverige online på engelska, vilket var en ökning med 26 procent. Bilden av Sverige i engelskspråkiga nyheter var



Figur 5: Samtalet om Sverige på engelska på samtliga digitala plattformar, 2015-2018, samt de händelser som genererat mest diskussion. Y-axeln visar på antalet omnämningar av Sverige; X-axeln visar tid.

relativt koncentrerad genom att det framförallt var fem ämnen som dominerade: *Sport* var det i särklass mest vanliga ämnet och upptog drygt en fjärdedel (26 procent) av allt som publicerades om Sverige. Fotbolls-VM och OS i Pyeongchang dominerade sportrapporteringen. Även *svenskt näringsliv* upptog en stor andel (14 procent) – som främst handlade om kvartalsrapporter och svenska företags pressmeddelanden – följt av nyheter om *kultur och underhållning* (10 procent) samt *politik* (8 procent) respektive *innovation* (7 procent) där Sveriges första eldrivna väg – e-Road Arlanda – som förser elbilar med bränsle under färden lyftes rejält bland engelskspråkiga nyhetsmedier. Jämfört med 2017 (som hade en klar näringslivsdominans bland nyhetsmedier) hade sportnyheter större dominans under 2018 – detta beror framförallt på fotbolls-VM.

Samtalet om Sverige på sociala medier-plattformar var mer fragmenterat än bland nyhetsmedier. Ämnesområdet *kultur och underhållning* upptog en stor andel (15 procent) och hand-

lade framförallt om Avicii vars bortgång genererade ett stort antal inlägg på sociala medier. *Sport* upptog cirka 8 procent av samtalet på sociala medier. Därefter upptog *migration* cirka 5 procent av konversationsmängden på sociala medier vilket är en minskning jämfört med föregående år. Ämnesområdena *hälsa* (inlägg som berör Sveriges befolknings vanor och mående såsom träningsvanor, självmordsstatistik i Sverige och ensamhet) samt *politik* (som främst kretsade kring svensk migrations- och utrikespolitik samt enstaka inlägg om vapenlagar där Sverige nämns som exempel) upptog cirka fem procent vardera av samtalet om Sverige på sociala medier.

Sentimentanalysen (som indikerar tonalitet i inläggen) visar att en stor majoritet av samtalet på engelska klassificeras som neutralt (64 procent). Antalet inlägg med positiv tonalitet när det gäller Sverige har ökat jämfört med föregående år och upptar cirka 21 procent av inläggen. Dessa inlägg berör främst områden såsom innovation, hållbarhet samt välfärd där Sverige

Pos	Artikel	Källa	Antal delningar
1	Avicii Dead: Swedish DJ Was 28	Billboard	715 467
2	Girl, 8, pulls a 1,500-year-old sword from a lake in Sweden	BBC	356 595
3	ABBA reunion: Swedish group announce first new music in 35 years	The Independent	282 139
4	Swedish student's plane protest stops Afghan man's deportation 'to hell'	The Guardian	241 952
5	Avicii, Swedish DJ And EDM Pioneer, Dead At 28	MTV	179 286
6	Eight-year-old Swedish-American girl pulls pre-Viking era sword from lake	The Local	173 319
7	Swedish DJ Avicii Has Died Age 28	Ladbible	140 769
8	Sweden has legalized child marriages For Muslim refugees who come from countries where Sharia was the law of the land	Hardcore USA News	110 531
9	65-year-old Swedish woman sentenced to prison for criticising Islam and migration	Voice of Europe	103 592
10	Sweden Is Burning: Migrant Gangs Unleash Coordinated Fire-Bomb Rampage Across Multiple Cities	Zerohedge	95 044

Figur 6: Lista över de tio mest delade artiklarna på engelska under 2018.

ofta nämns som i framkant. Även poster inom turism kopplat till Sverige som ett land med vacker miljö och som ett attraktivt resmål är frekventa positiva poster. Den negativa tonaliteten (som uppgår till cirka 15 procent) kretsar framförallt kring områden som migration, jämställdhet och brottslighet i Sverige.

Mest delade artiklar bland engelskspråkiga källor

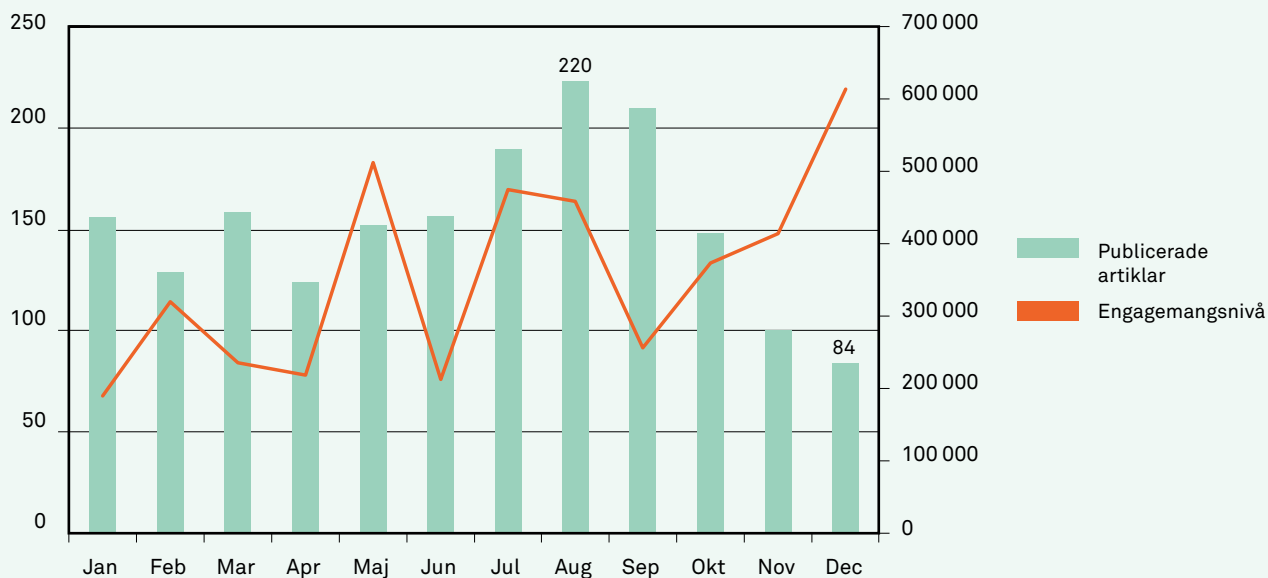
Att vad som publiceras på sociala medier och nyhetsmedier om Sverige skiljer sig åt har SI tidigare konstaterat och detta tyder på att mediebilderna av Sverige beror på vilken kanal eller plattform som analyseras. En annan skärning som är möjlig är att granska vilka artiklar (från nyhetsmedier och bloggar) som genererar mest antal delningar på sociala medier-plattformar. Engagemangsvärdet indikerar troligtvis ett intresse för ett visst ämne om Sverige. Figur 6 ovan visar de artiklar som engagerat sociala medier-användare mest under 2018 bland engelskspråkiga källor.

Som figur 6 visar handlade den mest delade artikeln på engelska om Avicii's bortgång, men även nyheten om den 8-åriga flickan som hittade ett 1 500 år gammalt svärd i sjön Vidöstern i Småland finns med två gånger på listan tillsammans med ABBA:s återförening. Med på listan över de mest delade artiklarna finns även nyheter från ett antal alternativa mediekällor vars främsta fokus i rapporteringen om Sverige behandlar ett invandringskritiskt perspektiv. Just ämnet *migration* upptar cirka 21 procent av de 100 mest delade artiklarna om Sverige – även kategorin *brottslighet* utgör en stor andel (16 procent) av de mest delade artiklarna (se nedslag nedan). Detta är på snarlika nivåer som 2017. Övriga kategorier som engagerat sociala medier-användare under året handlar om *politik* (14 procent) samt *kultur och underhållning* (12 procent) som till en stor del kretsar kring Avicii's bortgång och Swedish House Mafias spelning i Miami.

Case: Alternativa mediekällors intresse för Sverige

I tidigare rapporter har SI uppmärksammat att antalet alternativa mediekällor – med ett nästintill uteslutande invandringskritiskt fokus i sin rapportering – har ökat sitt intresse för och publiceringsfrekvens om Sverige under senare år. Som typexempel på artikelinnehåll lyfte SI i *Notis eller världsnyhet?* fram två av de mest delade artiklarna under 2018 från de mest framstående alternativa mediekällorna: "Civil War Erupts In

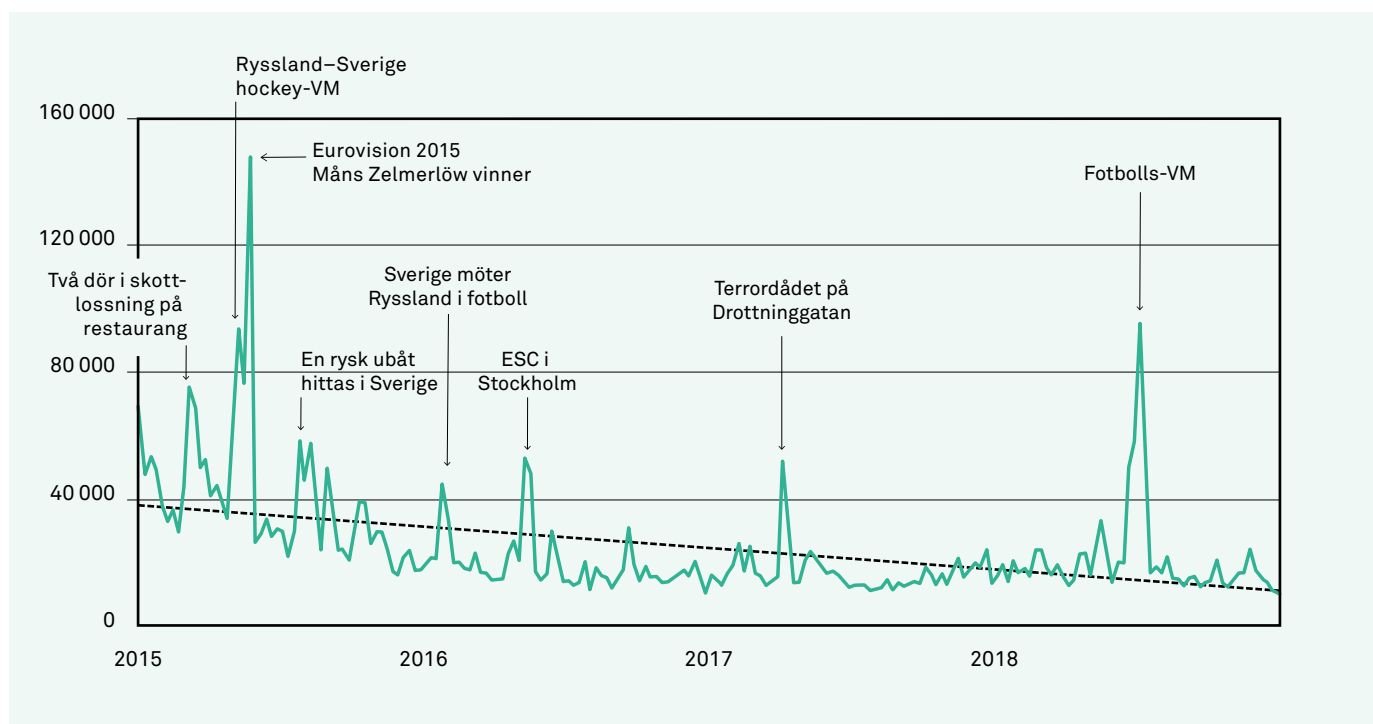
Sweden as Irate Swedes Burn Nine Muslim Refugee Centers to the Ground" och "Sweden has legalized child marriages For Muslim refugees who come from countries where Sharia was the law of the land". Figur 7 nedan redogör för antalet artiklar som behandlar Sverige publicerade från de mest aktiva alternativa mediekällorna och artiklarnas totala engagemangsnivå på sociala medier-plattformar.



Figur 7: Alternativa mediekällors publiceringsantal och engagemangsnivå per månad under 2018 fördelat per månad. Vänstra y-axeln visar antalet publicerade artiklar; högra y-axeln visar antalet delade artiklar.

I *Notis eller världsnyhet?* noterades det att antalet publicerade artiklar från de största alternativa mediekällorna inför det svenska valet i september hade ökat. Under augusti och september månad var antalet publicerade artiklar drygt 200 per månad. Det är tydligt att det verkar ske ett trendbrott efter september månad då antalet artiklar om Sverige minskar gradvis. Under december månad publiceras lite drygt 80 artiklar vilket är det lägsta antalet publicerade artiklar under 2018. Det är framförallt en källa – den amerikanska mediasajten Breitbart – som minskar sin publiceringsfrekvens om Sverige. Däremot ökar engagemangsnivån från sociala medier-användare gradvis efter september. Under december delades artiklar om Sverige från mediekällorna drygt 600 000 gånger vilket är årets högsta siffra. Artikeln som skapade mest engagemang under

december har rubriken "Swedish yellow vests unite in protest against UN Migration Pact and political elite" och behandlade en demonstration mot FN:s avtal om ett nytt migrationsramverk som ägde rum i Stockholm. Orsaken till att engagemanget ökar så pass mycket under 2018 års sista månader samtidigt som antalet artiklar sjunker relativt kraftigt är inte helt klart. En möjlig tolkning har att göra med sajten Voice of Europe som ökade antalet artiklar om Sverige samtidigt som resterande sajter minskade publiceringsfrekvensen och att denna sajts följare är mer engagerade än tidigare. Men att engagemanget ökar organiskt på så kort tid är inte troligt. En möjlig förklaring ligger i automatiserade kontors roll på sociala medier, något som SI belyst i tidigare studier (se till exempel *Notis eller världsnyhet?*).



Figur 8: Samtalet om Sverige på ryska på samtliga digitala plattformar, 2015–2018, samt de händelser som genererat mest diskussion. Y-axeln visar på antalet omnämningar av Sverige; X-axeln visar tid.

Samtalet om Sverige på ryska

Figur 8 ovan visar att samtalet om Sverige på ryska har minskat sedan 2015.¹² De allra största topparna över tid utgörs framförallt av sport- och kulturhändelser såsom Rysslands match mot Sverige i hockey-VM 2015, fotbolls-VM i Ryssland 2018 och Måns Zelmerlöws vinst i Eurovision Song Contest 2015 där Ryssland kom på en andra plats.

Sverige nämndes i cirka 1 688 000 poster under 2018 på ryska, vilket motsvarar en ökning med 24 procent jämfört med föregående år.¹³ Samtalet dominerades framförallt av *sport* (30 procent) och *kultur och underhållning* (15 procent), följt av *politik* (5 procent), *innovation* (4 procent), *Sverige som jämförelse* (4 procent) och *turism* (4 procent). VKontakte (en av Rysslands största sociala medier-plattformar) var den kanal där samtalet om Sverige var som störst.

Att samtalet i så hög grad kom att domineras av *sport* och *kultur och underhållning* kan precis som på övriga språk kopp-

las samman med större enskilda händelser såsom fotbolls-VM i Ryssland och kvartsfinalen mellan Sverige och England som bland annat genererade den största konversationstoppen samt ishockey-VM under maj månad och matchen mellan Sverige och Ryssland som fick stor uppmärksamhet. Även Avicii's bortgång uppmärksammades stort. Vad gäller *politik* var det framförallt den svenska migrationspolitiken och dess påverkan på den svenska välfärden som diskuterades – något som även dominerade samtalet under 2017. Under 2018 har samtalet om just migration ökat med cirka 24 procent jämfört med 2017. Inom detta område handlade inläggen ofta om flyktingar i Sverige och brottsligheten en liberal flyktingpolitik anses föra med sig. Det svenska riksdagsvalet i september uppmärksammades (om än i relativt liten grad) – bland annat genom en kommentar från en dansk politiker som menade att det svenska valsystemet med synliga valsedlar inte är en garant för den demokratiska processen, vilket också kom att uppmärksammas bland svenska nyhetsmedier.¹⁴ Inom temat *innovation* sågs Sverige som ett

¹² Det är viktigt att poängtera att i jämförelsen över tid så har den ryska nätverksplattformen VKontakte (VK) inte inkluderats.

¹³ Jämförelsen baseras på källorna forum, bloggar, Twitter, Instagram, Tumblr, Youtube, recensioner, olika typer av kommentarer, Reddit och Google Plus men inte VK, då data inte var tillgängliga från plattformen under 2017.

¹⁴ Se till exempel <https://www.svd.se/det-svenska-valsystemet-chockerar-dansk-politiker> (2018-09-09)

Pos	Artikel	Källa	Antal delningar
1	"Sverige vet inte vad Koreas startelva blir!" tränaren Shin Tae-yong håller spänningen vid liv	Vestinn	27 015
2	"Så här uppfostrar vi fräcka skitungar" – svenske psykologen David Eberhard	Lifedeeper	18 365
3	Extremt många svenskar uppgraderar sina händer – en nyhet som får en att känna oro	Adme	15 256
4	Svensk konstnär visar hur olika våra inre världar är. Det kan man inte se med blotta ögat	Adme	13 459
5	Ett svenskt företag är beredd att låna ut medel och bygga bra vägar i Odessa oblast (län) på 5 år	Mayak	10 450
6	Svensk sylt	Sovkusom	5 148
7	Köttbullar i béchamelsås – en svensk rätt på franskt vis	Headinsider.net	4 818
8	"När jag flyttade till Sverige hamnade jag i en framtid som stulits från oss."	Svoboda	4 589
9	20+ svenska vanor som gör landet till ett av de lyckligaste i världen	Adme	4 052
10	Svensk student stoppade deportationen till Afghanistan genom att hålla stående protest på flygplanet	Tvrain	4 047

Figur 9: Lista över de 10 mest delade artiklarna och blogginslagen på ryska under 2018.

framtidsländ där återkommande teman handlade om transporter (däribland kom nyheten om ett förarlöst tåg i Stockholm att diskuteras stort), klimatsmart innovation (som till exempel svenska avfallsåtervinningssystem) och Riksbankens test av den digitala e-kronan. *Sverige som jämförelse* berörde främst internationella undersökningar och index. Vad gäller området *turism* så handlade samtalet främst om museer (däribland en utställning i Malmö som handlade om världens äckligaste mat), svensk natur och resetips inför den svenska semestern.

Som tidigare påpekats skiljer sig nyhetsrapporteringen åt från det generella samtalet om Sverige. Bland ryska nyhetsmedier publicerades cirka 404 000 nyhetsartiklar om Sverige under 2018, vilket är en ökning med cirka 30 procent. De mest omskrivna nyhetsartiklarna om Sverige under 2018 handlade om Svenska Akademiens beslut om att ställa in årets Nobelpris som en följd av krisen i Akademien. Sporthändelser och Sveriges deltagande i fotbolls-VM, hockey-VM och UEFA Nations League var också stora nyhetshändelser under året där Sverige stod i fokus. Att Sverige öppnade sin första elväg – den så kallade e-Road Arlanda – där elbilar kan laddas under färden uppmärksammades i hög uträkning i ryska nyhetsmedier och av åtskil-

liga ryska bil- och teknikbloggare. Ryska nyhetsmedier publicerar relativt få nyhetsartiklar jämfört med övriga språk som ingår i föreliggande rapport.

Tonaliteten i det ryska samtalet var till en hög grad *neutralt* (76 procent), vilket kan förklaras av en stor andel inlägg av mer objektiv karaktär såsom till exempel inlägg som gjorts under fotbolls-VM och med anledning av Avicii's bortgång. Inom det *positiva* sentimentet (17 procent) lyftes Sverige fram som ledande inom miljö- och hållbarhetsfrågor, med en hög levnadsstandard och som ett jämlikt land, där Sverige också ofta rankades högt bland världens länder. Många önskade detsamma i sitt hemland. I den mån posterna var *negativa* (7 procent) kunde de oftast kopplas samman med temat migration och de utmaningar Sverige ansågs stå inför.

Mest delade artiklar om Sverige bland ryskspråkiga källor

Som tidigare påpekats kan en granskning av de mest delade artiklarna indikera vad som engagerar sociala medier-användare. Figur 9 ovan visar de tio mest delade Sverigeartiklarna bland ryskspråkiga medier.¹⁵

¹⁵ På grund av begränsad tillgång inkluderas i denna rapport inte antalet delningar från de stora ryska sociala medier-plattformarna. Antalet delningar av ryska källor ger därför inte en fullständig bild av samtalet om Sverige.

Det ämne som framträdde starkast i den ryska nyhetsrapporteringen var *politik* (24 procent), följt av *migration* (10 procent) och *kultur och underhållning* (9 procent). *Sport* utgjorde endast åtta procent av nyhetsrapporteringen trots att fotbolls-VM ägde rum i Ryssland. Ämnet *politik* berörde bland annat tvisten om gasleveranser mellan Ryssland och Ukraina då Stockholms Handelskammars Skiljedomsinstitut beslutade att bötfälla ryska Gazprom samt att byggandet av den ryska gasledningen Nord Stream 2 i Östersjön beviljats av Sverige. Inom ramen för ämnet *migration* var det en huvudsakligt negativ bild som rapporterades. I de mest delade artiklarna förmedlades en bild av Sverige som oigenkännligt som ett resultat av den svenska migrationspolitiken. Så kallade no-go-zoner nämns stundtals i artiklarna. Ett vanligt förekommande tema inom migrationsämnet var också att koppla vad som betraktas vara en alltför liberal flyktingpolitik med en ökning av sexualbrott i Sverige.

Case: Svenskarna inleder "masschipifiering" av befolkningen

Återkommande reportage om "masschipifiering" av svenskar förekom under 2018 bland ryska nyhetsmedier. Bland annat spreds i webb-tv-kanalen Life under juni månad 2018 en nyhet om "masschipifiering" av den svenska befolkningen, där svenska medborgare ska förses med chip som ersätter kreditkort, bussbiljetter och så vidare:

Det hävdas att svenskarnas förkärlek för förenkling av vardagsföremål har sitt ursprung i socialsäkerhetssystemet, vars uppgifter svenskarna gärna delar med sig av om de tillfrågas. De är människor som anser att vetenskapens och teknikens framsteg kan befria mänskligheten från de flesta svårigheterna kring hälsa, vardagssysslor och allt det som oroar vanligt folk.

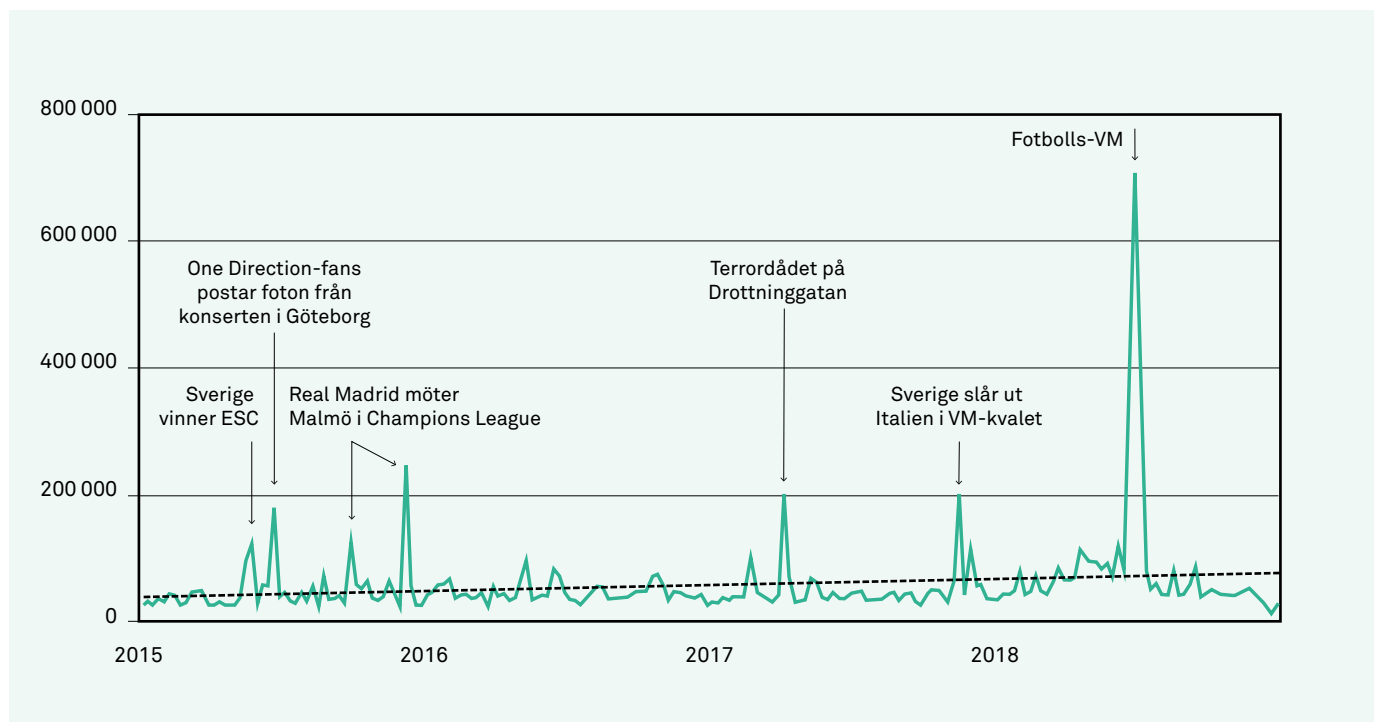
Tv-inslaget noterar att det är fråga om 3 500 enskilda personer som låtit implantera chip med personuppgifter, men reportaget vinklas för att föranleda tittaren att tro att det är fråga om ett statligt styrt program för att registrera svenska medborgare. Källan till reportaget är en amerikansk sajt, Science Alert, som publicerat ett stort material om experiment med den här typen av implantat. Mycket lite av det som lyfts fram i det ryska tv-inslaget har täckning i originaltexten. Den ryska versionen skapar en bild av ett skrämmande kontrollsamhälle och har fått relativt stor spridning i sociala medier.

Samtalet om Sverige på spanska

Under 2018 omnämndes Sverige cirka 4,3 miljoner gånger på spanska på digitala plattformar, vilket innebär en ökning med cirka 67 procent jämfört med 2017. Figur 10 visar att det i spanstalande länder framförallt är *kultur* och *sport* som är de två dominerande ämnena över tid, men även på spanska var en av de större topparna terrordådet på Drottninggatan under 2017.

Under perioden 2015-2018 utgörs den allra största konversationsstoppen på spanska av fotbolls-VM sommaren 2018. Under fotbolls-VM i Ryssland var det möjligt att urskilja flera konversationsstoppar som passerade 50 000 omnämningen under loppet av en dag. En av förklaringarna var att Sverige spelade i samma grupp som Mexiko, där matchen mellan Sverige och Mexiko genererade runt 400 000 omnämningen. På det stora hela är *sport* det största ämnet om Sverige i de spanstalande länderna (22 procent). Två av de största posterna inledningsvis under året berör bland annat Spaniens vinst mot Sverige i handbolls-VM samt vänskapsmatchen mellan Sverige och Chile på Friends Arena i Stockholm. *Politik* (16 procent) var också ett stort område under 2018 där Sverige både lyfts fram som ett lyckat välfärdsland, men också som ett land med en alltför generös migrationspolitik. Inom området *kultur* (11 procent) var Aviciis bortgång en av de största händelserna. Inlägg om *migration* och *brottslighet* förekom ofta tillsammans i samtalet om Sverige (7 respektive 6 procent). På sociala medier har samtalet om migration på spanska ökat med cirka 67 procent. Ökningen beror främst på bilbränderna i Göteborg i augusti som blev ett relativt stort diskussionsämne under 2018 inom detta område. I ett relativt stort antal inlägg (6 procent) tas Sverige upp som jämförande exempel med den lokala kontexten eller utvecklingen i det egna landet. Jämförelsen handlade ofta om Sverige som ett framgångsrikt välfärdsland med hög utbildningskvalitet och en framgångsrik klimatpolitik.

När det gäller den spanskspråkiga nyhetsrapporteringen publicerades cirka 580 000 nyheter i spanstalande länder om Sverige. Även i det här sammanhanget dominerar rapporteringen av fotbolls-VM som också är anledningen till att antalet nyheter om Sverige ökade med 31 procent jämfört med föregående år. Utöver de stora topparna under fotbolls-VM var Aviciis bortgång en av de största nyheterna under 2018 följt av Nobelpriset, det svenska valet samt ett uttalande som gjordes av Ecuadors utrikesminister när han gav Julian Assange ecuadorianskt medborgarskap.



Figur 10: Samtalet om Sverige på spanska på samtliga digitala plattformar, 2015-2018, samt de händelser som genererat mest diskussion. Y-axeln visar på antalet omnämningar av Sverige; X-axeln visar tid.

Sentimentanalysen visade att de spanska inläggen tonalitet om Sverige under 2018 var mer positiv (26 procent) än negativ (19 procent), medan resterande uppfattas som neutrala. De positiva samtalen om Sverige präglas av bilden av Sverige som ett framgångsrikt land inom hållbarhetsfrågor, välfärd och innovation. Den negativa bilden domineras av samtalet om migration och dess påstådda koppling till en ökad brottslighet, men också av en negativ rapportering om Svenska Akademien och beslutet om att ställa in 2018 års Nobelpris som en följd av institutionens låga förtroende efter anklagelser om sexuella övergrepp. Sentimentanalysen visar vidare att 2018 års spanska samtal om Sverige var mer polariserade än under 2017: den negativa tonaliteten under 2017 uppgick enbart till runt 5 procent; den positiva tonaliteten under samma år uppgick till cirka 12 procent.

Mest delade artiklar om Sverige bland spanska källor

De tio mest delade artiklarna om Sverige under 2018 på spanska delades cirka 2,3 miljoner gånger av sociala medier-användare vilket är på snarlika nivåer som under 2017. *Sport* och *kultur/underhållning* dominerade de mest delade artiklarna – dessa ämnen upptog cirka 19 respektive 16 procent. Ett övrigt återkommande tema i de mest delade artiklarna på spanska kan kopplas samman med bilden av det *svenska väldfärdssamhället*. Utöver de ovan nämnda händelserna var en av de mest delade artiklarna (cirka 1 miljoner gånger) en artikel som handlade om ett pilotprojekt med sex timmars arbetsdag och bibehållen lön. Även en av de nyheter som fick stor spridning under 2017 som handlade om att Sverige betalar mormödrar att ta hand om barnbarnen fick fortsatt stor spridning under 2018 (se figur 11).

Pos	Artikel	Källa	Antal delningar
1	Sverige implementerar sex timmars arbetsdag utan att sänka lönen	Despierta Cultura	994 820
2	Sverige betalar lön till mormödrar som tar hand om sina barnbarn	El club de los libros perdidos	353 808
3	Sverige implementerar sex timmars arbetsdag utan att sänka lönen	Pagina Noticia	229 515
4	Sverige implementerar sex timmars arbetsdag utan att sänka lönen	El club de los libros perdidos	184 943
5	Svenska DJ:n Avicii – död vid 28 års ålder	El Pais	91 126
6	Sverige: landet vars entreprenörer inte skryter med sina framgångar eller visar upp sina rikedomar	BBC	77 245
7	Sverige implementerar sex timmars arbetsdag utan att sänka lönen – och i ditt land?	El librero de Gutenberg	73 879
8	Diana Antón: "Jag blir inte galen – I Sverige har jag 30 minuter till varje patient."	El Faro de Vigo	57 082
9	Adriana Díaz vinner guld i Sverige	El Nuevo Dia	48 016
10	Sverige betalar mormödrar för att ta hand om sina barnbarn	Nation – Share the good news	43 764

Figur 11: Lista över de 10 mest delade nyhetsartiklarna och blogginsläggen på spanska under 2018.

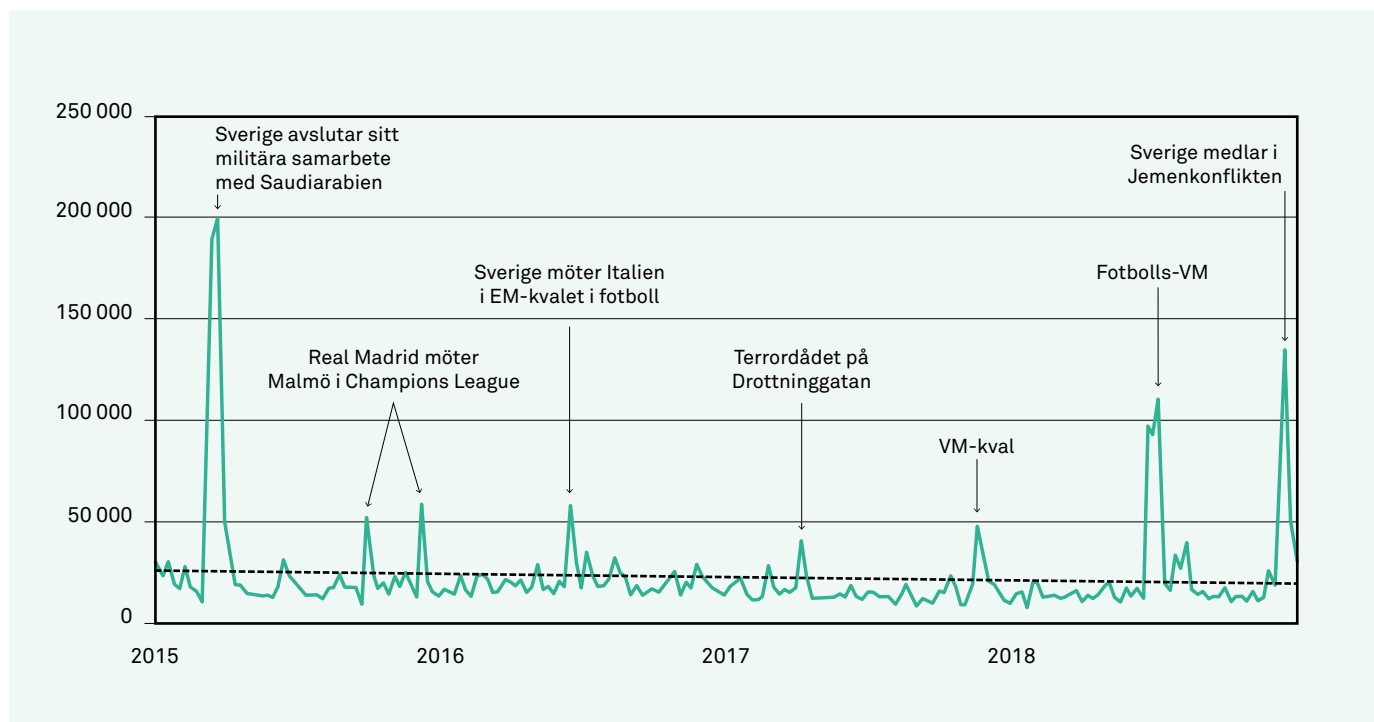
Case: Fake news, junk news eller fakta? Sex timmars arbetsdag och 1 000 kr extra i månaden till mor- och farföräldrar som tar hand om sina barnbarn

Två av de mest delade insläggen på spanska medier under 2018 handlade om sex timmars arbetsdag för kommunanställda i Göteborg samt ett pilotprojekt i Stockholm och Dalarna där kommunerna påstods ge 1 000 kronor extra i månaden till mormödrar för att ta hand om sina barnbarn måndag till fredag.

Dessa två inlägg har plockats upp från nyheter eller blogginslägg som publicerats tidigare än 2018 och som på så sätt inte har något reellt nyhetsvärde tidsmässigt. Inlägget om sex timmars arbetsdag i Göteborg verkar ha sitt ursprung i en artikel i tidningen The Local från 2014 och flera försök med 6-timmars-arbetsdag har genomförts under senare år runtom i Sverige. Nyheten som sådan återfinns i olika blogginslägg som är med fyra gånger på listan över de tio mest delade nyheterna under 2018, där det mest delade inlägget hade cirka 1 miljon delningar under året. Det andra inlägget verkar ha tagit fart under början av 2017 och har sedan fortsatt att delas på sociala medier i så hög grad att det även under 2018 fanns med två gånger på listan över de tio mest delade inläggen om Sverige i spanskalande länder. I det senare inlägget är det oklart varifrån nyheten har sitt ursprung, då det inte har gjorts några försök i vare sig Stockholm eller

Dalarna att ge lön till mormödrar för att ta hand om barnbarnen. Däremot är det möjligt att inlägget som sådant bygger på den svenska föräldraförsäkringen, där det går att överlåta föräldraförsäkringsersättning till annan vuxen som stannar hemma för vård av sjukt barn.

Inget av de båda inläggen har delats genom traditionella nyhetskanaler utan har plockats upp av diverse bloggar på spanska. De båda inläggen kan ses som exempel på hur nyheter förvanskas eller där delar av reella nyheter plockas upp. Samtidigt är inläggen ett uttryck för hur Sverige ofta associeras positivt i förhållande till bilden av det svenska välfärdssamhället, något som också har varit återkommande när SI har analyserat Sverige bilden utomlands. Samtidigt visar de båda inläggen hur viktigt det blir att, i takt med att tillgängligheten till digitala plattformar och sociala medier ökar, kunna särskilja vad som är fakta eller fake news. Inlägg på sociala medier produceras inte utifrån grundläggande journalistiska principer eller genomgår inte någon form av källkritisk granskning samtidigt som det är möjligt att vara anonym och det på så sätt ofta är oklart vem som står bakom de inlägg som publiceras.



Figur 12: Samtalet om Sverige på arabiska på samtliga digitala plattformar, 2015-2018, samt de händelser som genererat mest diskussion. Y-axeln visar på antalet omnämningar av Sverige; X-axeln visar tid.

Samtalet om Sverige på arabiska

Under 2018 omnämndes Sverige i drygt 1 390 000 konversationer på arabiska vilket var en ökning med 49 procent jämfört med året innan. Ökningen beror bland annat på Sveriges deltagande i fotbolls-VM och Sveriges medlande i Jemenkonflikten. I arabisktalande länder var *politik* och *fotboll* de två ämnen som dominerade samtalet under perioden 2015–2018 (se figur 12). Under denna tidsperiod berör de två största samtalstopparna Sveriges utrikespolitik i regionen: I början av 2015 förlänger Sveriges regering inte det militära samarbetsavtalet med Saudiarabien; Sverige agerar som medlare i konflikten i Jemen under senare delen av 2018. I övrigt dominerades samtalet av olika sporthändelser – framförallt kopplat till fotboll såsom Real Madrids möte mot Malmö FF i Champions League 2015, EM- och VM-kval 2016 och 2017 samt fotbolls-VM i Ryssland under 2018.

Under 2018 handlade över hälften av det arabiska samtalet om Sverige om *politik* (34 procent) eller *sport* (17 procent).

Diskussioner och inlägg om politik berörde som tidigare nämnt Sveriges medlande i Jemenkonflikten i december, konversationer som hade en stor inverkan på samtalet om Sverige även om Sverige ofta omnämns i neutrala termer. Totalt upptog Sveriges medlande i Jemenkonflikten drygt 24 procent av alla samtal om Sverige under året och händelsen skapade också en av de största samtalstopparna på nära 45 000 inlägg. Inom politikområdet togs Sverige upp i samband med diskussioner om Kanadas diplomatiska konflikt med Saudiarabien under 2018. En mindre andel av inläggen om Sverige handlade om *migration* (6 procent) och *jämställdhet* (4 procent). En tweet på arabiska om mellanförskap i Sverige – att befinna sig mellan två platser men inte känna sig helt hemma på någon av platserna och därmed inte känna sig fullt accepterad i samhället – diskuterades relativt mycket.

Antalet nyhetsartiklar som publicerades om Sverige i olika nyhetsmedier på arabiska under 2018 uppgick till cirka 54 980 – vilket var en ökning med 40 procent. Även i de nyhetsartiklar som publicerades om Sverige var sport det största ämnet,

Pos	Artikel	Källa	Antal delningar
1	Svensk fotbollsspelare konverterar till islam och sprider sin tro	Aljazeera	57 164
2	Legenden Zlatan Ibrahimovic utmanar Beckham inför matchen mellan Sverige och England	RT Arabic	38 566
3	Svensk målvakt konverterar till islam och förbereder sig för att fasta under ramadan	Hespress	31 479
4	Egypten förhindrar en svensk diplomat som reste från Turkiet från att komma in i landet enligt ömsesidighetsprincipen	RT Arabic	24 764
5	Svensk fotbollsspelares konvertering till islam väcker kontrovers	Aljazeera	24 530
6	Sverige slog Mexiko med 3-0 och når åttondelsfinal i VM i Ryssland	RT Arabic	20 336
7	Cruz tvingar Sverige att kasta in handduken i de kritiska momenten	Bein Sports	17 673
8	Svensk fotbollsspelare konverterar till islam och sprider sin tro	Medi1TV	14 416
9	Antal självmord i Sverige är högt på grund av ”för mycket lycka”	Euro Times	14 178
10	Hur du gifter dig med en svensk kvinna och får medborgarskap	Majalatok	13 000

Figur 13: Lista över de 10 mest delade artiklarna och blogginläggen på arabiska under 2018.

framförallt genom rapporteringen av fotbolls-VM. Den största enskilda händelsen var dock Sveriges medlande i Jemenkonflikten. Även nyheten om den 19-åriga svenska fotbollsmålvakten som konverterade till islam samt studenten som vägrade att sätta sig på ett flygplan vid en avvisning fick stor uppmärksamhet i media.

Sentimentanalysen visar att Sveriges roll i Jemenkonflikten har gjort att den större delen av samtalet om Sverige på arabiska har haft en neutral ton. Det positiva sentimentet (7 procent) dominerades framförallt av bilden av Sverige som nyskapande och ledande inom klimat och hållbar innovation. Det negativa sentimentet (4 procent) dominerades av migration. Samtalet om brott minskade markant under 2018, från nio procent 2017 till en procent av samtalet under 2018.

Mest delade artiklar om Sverige bland arabiskspråkiga källor

Jämfört med 2017 har antalet delningar av de mest delade artiklarna om Sverige bland arabiskspråkiga källor nästan fördubblats. Likt övriga språk utgör *sport* en stor andel av de mest delade artiklarna (cirka 24 procent), tätt följt av *migration* (19 procent) vars artiklar bland annat kretsade kring en svensk student som på ett flygplan gjorde motstånd mot en deportation. Inom ämnet *politik* (12 procent) uppmärksammades och delades artiklar om den svenska Arbetsdomstolens fall att pröva en kvinnas krav på att slippa ta folk i hand. Även godkännandet av böneutrop i Växjö kom att engagera sociala medier-användare i den arabiskspråkiga regionen.

Case: Självmordsforskning från KI blir till en berättelse om Sverige

Bilderna av Sverige är många och har i många fall präglats av den tidsanda som rått vid en specifik tidpunkt. Ett stundtals återkommande narrativ om Sverige handlar om att Sverige skulle ha en av de högsta självmordsfrekvenserna i världen. Myten om ett Sverige i förfall i förhållande till ökande självmordsfrekvens uppstod redan under 1960-talet i och med den dåvarande amerikanske presidenten Eisenhowers tal där Sverige målades upp som ett misslyckat exempel på socialism, framförallt genom en ökande självmordsfrekvens som påstods vara dubbelt så hög som i USA.¹⁶

*Det här landet har ett fantastiskt resultat av socialistisk verksamhet... och resultaten visar att landets självmordsnivå har ökat nästan obegripligt mycket. Nu är nivån nästan dubbelt så hög som vår. Fylleri har ökat. Bristen på ambition är uppenbar överallt.*¹⁷

Att självmordsfrekvensen i Sverige skulle ha ökat vid tidpunkten var felaktigt och vid ett statsbesök två år efter uttalandet bad Eisenhower om ursäkt och skyllde sitt uttalande på "något han läst i en amerikansk tidning".

Trots att studier (som till exempel The World Happiness Report)¹⁸ pekar på att Sverige är ett av världens tio lyckligaste länder

verkar den här myten vilja leva kvar – ofta som en kontrast till det svenska välfärdssamhället. Bland annat handlar en av de mest delade artiklarna på arabiska under 2018, "Antal självmord i Sverige högt på grund av 'för mycket lycka'", om bland annat en ökning av antalet självmord hos ungdomar i åldern 15–24 år i Sverige. Hur detta har med "för mycket lycka" att göra låter artikeln förbli osagt. Artikeln bygger på de artiklar som publicerades i svenska nyhetsmedier i samband med att en studie från Karolinska institutet (KI) presenterades i november 2018 som undersökte självmordsgraden i Sverige. Studien visade att generellt sett har antalet självmord i Sverige gått ner över tid. Däremot uppmärksammas en viss ökning hos ungdomar i gruppen 15–24 år, men då det totala antalet fall är små är det svårt att fastställa en generell trend. Forskaren bakom studien menar dock att det är viktigt att uppmärksamma den lilla procentuella ökningen som har skett för att kunna vidta förebyggande åtgärder i tid.¹⁹ Fallet med den arabiska nyhetsartikeln visar hur forskning om självmordsstatistik i Sverige blir till en berättelse om Sverige som lever vidare. I kommentarer på SI:s arabiskspråkiga sociala medier-kanaler nämns ofta självmordsstatistiken som exempel på det svenska samhällets brister.

Särskilda ämnesområden SI följer på digitala plattformar

I SI:s arbete med att följa samtalet om Sverige på digitala plattformar ingår bevakning av särskilda ämnen som Sverige omnämns i samband med. Tabellen nedan visar antalet omnämningar av Sverige i samband med de ämnesområden som SI följer mer noggrant. Siffrorna gäller för 2018 (skillnad från 2017 i parentes). För att få en övergripande översikt över vilka stora händelser eller inlägg som genererade stort engagemang på sociala medier har även de mest utmärkande händelserna tagits

fram per ämnesområde. Det är viktigt att poängtera att de händelser/ämnen som tas upp nedan inte präglar hela samtalet om Sverige per ämne. Tabellen nedan bör snarare ses som bevis på hur pass mångfacetterat samtalet om Sverige är. Det är också viktigt att notera att antalet omnämningar inte representerar absoluta tal då SI:s analysverktyg som följer samtalet om Sverige inte inkluderar alla sociala medier-plattformar. Det viktiga i sammanhanget är att se hur pass mycket ämnesområdena omnämns i relation till varandra och att de till viss del skiljer sig åt beroende på språk. På så sätt får man en bild över vilka ämnesområden Sverige diskuteras mest och minst i samband med.

¹⁶ Se till exempel Paul Rapacioli. "Det goda Sverige vs det dåliga Sverige. Sverige bilden som vapen i ideologiska strider" i (red.) Jonas Andersson Schwarz et al. *Sverige bilden – Om journalistik och verklighet*, Stockholm: Institutet för mediastudier, 2018, s. 95; Henrik Selin och Jacob Stenberg. "Sverige i utländska medier – från välfärdsfördöme till mer komplex bild" i (red.) Jonas Andersson Schwarz et al. *Sverige bilden – Om journalistik och verklighet*, Stockholm: Institutet för mediastudier, 2018, s. 104.

¹⁷ Ibid, s. 95.

¹⁸ <http://worldhappiness.report/ed/2018/>

¹⁹ Se studien här: <https://ki.se/nasp/sjalvmordsutveckling-i-sverige>

	Kultur/underhållning	Migration	Jämställdhet	Hållbarhet
Engelska	Antal omnämmanden: 529 000 (-20 %) Största händelse/inlägg: Avicii's bortgång (20 537 delningar)	Antal omnämmanden: 1 800 000 (-30 %) Största händelse/inlägg: Ung svensk student stoppar deportation av afghansk man på flygplats (49 747 delningar)	Antal omnämmanden: 340 000 (-16 %) Största händelse/inlägg: Skatteverket rapporterar om ökat antal registrerade månggiften som en följd av ökad migration (7 736 delningar)	Antal omnämmanden: 201 000 (-8 %) Största händelse/inlägg: Sommarens extremvärme och medföljande skogs- bränder (3 182 delningar)
Spanska	Antal omnämmanden: 159 000 (+73 %) Största händelse/inlägg: Avicii's bortgång (7 467 delningar)	Antal omnämmanden: 130 000 (+61 %) Största händelse/inlägg: Bilbränderna i Göteborg i augusti (8 171 delningar)	Antal omnämmanden: 8 000 (+13 %) Största händelse/inlägg: Svenska Jämställdhets- myndigheten i Göteborg diskuteras (396 delningar)	Antal omnämmanden: 23 000 (+89 %) Största händelse/inlägg: Sveriges arbete med miljö- skydd och förnyelsebar energi hyllas (842 delningar)
Ryska	Antal omnämmanden: 27 400 (+72 %) Största händelse/inlägg: Avicii's bortgång (2 382 delningar)	Antal omnämmanden: 108 000 (+24 %) Största händelse/inlägg: TV4 uppger be om ursäkt för att ha skrivit "Ryssland" istället för "USA" i ett reportage om Syrien (1 717 delningar)	Antal omnämmanden: 40 900 (+51 %) Största händelse/inlägg: Asylsökande i Sverige anges ha blivit åtalad för bland annat sexuella trakasserier (713 delningar)	Antal omnämmanden: 16 300 (+119 %) Största händelse/inlägg: Sverige ska importera avfall från Ryssland (185 delningar)
Arabiska	Antal omnämmanden: 6 000 (+100 %) Största händelse/inlägg: Sveriges kung åker till Riyadh i Saudiarabien tillsammans med World Scout Foundation (514 delningar)	Antal omnämmanden: 15 000 (+57 %) Största händelse/inlägg: Inlägg om "mellanförskap" – att befinna sig mellan två länder (2 757 delningar)	Antal omnämmanden: 15 000 (+65 %) Största händelse/inlägg: Sveriges medlande i Jemen- konflikten – fokus på kvin- nor och barns roll i konflikten (422 delningar)	Antal omnämmanden: 4 200 (+88 %) Största händelse/inlägg: Svenska företeelsen plogging – att plocka upp skräp samtidigt som man joggar – uppmärksammas (206 delningar)
	Innovation	Turism	Välfärd	Utbildning
Engelska	Antal omnämmanden: 103 000 (+30 %) Största händelse/inlägg: Statsbesöket av Indiens premiärminister Modi i Sverige uppmärksammas – handel och innovation på agendan (3 028 delningar)	Antal omnämmanden: 110 000 (-27 %) Största händelse/inlägg: Brittiska regeringen varnar turister att åka till Sverige på grund av gängkriminalitet, skjutningar och explosioner (1 034 delningar)	Antal omnämmanden: 172 000 (+9 %) Största händelse/inlägg: Sveriges välfärd – däribland vårdsystem och föräldra- ledighet – uppmärksammas på sociala medier (7 354 delningar)	Antal omnämmanden: 101 000 (-5 %) Största händelse/inlägg: Ung svensk student stoppar deportation av afghansk man på flygplats (3 824 delningar)
Spanska	Antal omnämmanden: 17 000 (+43 %) Största händelse/inlägg: Sveriges arbete med ekonomisk hållbarhet hyllas (700 delningar)	Antal omnämmanden: 18 100 (+5 %) Största händelse/inlägg: Latinamerikanska pojkbandet La Banda ska turnera i Skandinavien (297 delningar)	Antal omnämmanden: 16 500 (+20 %) Största händelse/inlägg: Sverige tas upp som ett jämförande och positivt exempel på välfärds- samhälle (625 delningar)	Antal omnämmanden: 68 000 (+78 %) Största händelse/inlägg: En tweet som jämför utbild- ningsnivåer mellan Sverige och Mexiko i samband med lagens fotbollsmatch i VM i Ryssland (1 886 delningar)
Ryska	Antal omnämmanden: 29 200 (+27 %) Största händelse/inlägg: Svenska Riksbanken ska testa e-kronan (563 delningar)	Antal omnämmanden: 6 200 (-18 %) Största händelse/inlägg: En utställning i Malmö som visar världens äckligaste mat uppmärksammas (233 del- ningar)	Antal omnämmanden: 13 000 (+7 %) Största händelse/inlägg: Svenska mjölkgårdar upp- visar uppmärksammas och beröms (998 delningar)	Antal omnämmanden: 6 700 (+22 %) Största händelse/inlägg: Forskning från Chalmers som utvecklat ett utsläppsfritt energisystem för värmebe- sparing (211 delningar)
Arabiska	Antal omnämmanden: 1 400 (-30 %) Största händelse/inlägg: Användning av el-bilar i Sve- rige (630 delningar)	Antal omnämmanden: 850 (-30 %) Största händelse/inlägg: Svenska destinationer upp- märksammas av ett antal reseföretag (23 delningar)	Antal omnämmanden: 100 (+100 %) Största händelse/inlägg: En artikel från Bloomberg menar att Sverige behöver 20 000 arbetare för att klara av välfärdsutvecklingen (15 delningar)	Antal omnämmanden: 4 700 (-25 %) Största händelse/inlägg: SI:s arabiska kanal på Twitter lyfter svenska universitetens system för kurser och tentor (770 delningar)

Slutsatser

I rapporten *Sverige i ett nytt ljus?* från 2018 sammanfattar SI tre år (2015–2017) av arbete med Sverigebildsanalyser. I den rapporten drar SI ett antal slutsatser som föreliggande rapport återigen kan understryka utifrån det material SI under 2018 tagit fram och analyserat. Några slutsatser som är återkommande för 2018 är värda att uppmärksamma på nytt.

Bilden av Sverige utomlands är fortsatt övervägande positiv

I de studier SI genomfört under 2018 framgår att allmänheten har en positiv bild av Sverige. Även om SI enbart genomfört två nya studier (i Nederländerna och Serbien) kan denna slutsats understrykas. Relativt stora andelar av de svarande i de två länderna anger även att deras bild av Sverige har förbättrats under det senaste året: 15 procent i Nederländerna och 31 procent i Serbien upplever att de har fått en mer positiv bild av Sverige. I SI:s studie om bilden av Sverige i USA och Kanada från 2017 uppkommer snarlika mönster: Cirka 29 respektive 15 procent uppgav att de fått en alltmer positiv bild av Sverige det senaste året.²⁰ I internationella studier som fokuserar på länders varumärken och anseende (däribland Sveriges) framgår liknande tendenser. I de tidigare nämnda Nation Brands Index (NBI) och Country RepTrak positionerar sig Sverige på högre platser än under föregående år – på 9:e (upp en plats) respektive 1:a plats (upp två platser). Även om skillnaderna jämfört med föregående år bland dessa två index är små och SI:s egna studier under året är begränsade noterar SI att indikationer på en starkare och mer positiv bild av Sverige förefaller vara fallet snarare än motsatsen.

Internationella index: Sverige rankas högt

Sverige rankas bland de tio främsta länderna i samtliga index och undersökningar som SI följer. Det mest utmärkande med de index SI följt under 2018 är inte att Sverige har klättrat i flertalet index, utan snarare att Sverige som land sticker ut inom flera områden. Bland annat låg Sverige på första plats inom flera index inom hållbarhetsområdet, både i *The Sustainable Development Goals Index* (SDGI) och i *The Climate Change Performance Index* (CCPI). Sverige har även en stark position som innovations- och kunskapsnation. Inom Europa rankades Sverige till exempel på en första plats på EU-kommissionens *European*

Innovation Scoreboard och i jämförelsen mellan olika satsningar på universitet och högre utbildning nationellt låg Sverige på en fjärde plats. I de index som mäter ett lands bidrag till globala frågor är Sverige också utmärkande. Bland annat rankades Sverige på en tredje plats i *The Good Country Index* och på en första plats i *The Commitment to Development Index*.

Sverige tycks således ha en stark position inom en rad olika områden – ofta tillsammans med de övriga nordiska länderna. De allra flesta index som mäter ett lands utveckling över tid inkluderar flera indikatorer såsom jämställdhet, jämlikhet, demokrati, men även tillgång till utbildning, hälsa och sjukvård. De index som mäter ett lands konkurrenskraft inkluderar idag även den här typen av indikatorer för att kunna mäta ett lands utveckling över tid. Det tyder på att Sveriges höga rankning inom samtliga områden gör landet till ett starkt och konkurrenskraftigt land. Det visar också att Sverige har en stark röst i frågor som på många sätt är globala angelägenheter.

Samtalet om Sverige på digitala plattformar kännetecknas av en mångfald av olika narrativ

2018 års arbete med att följa samtalet om Sverige på digitala plattformar indikerar att även mediebildens av Sverige präglas av stabilitet snarare än plötslig och genomgripande förändring. Sport, kultur/underhållning, politik och migration var precis som under 2017 stora ämnen under 2018. Huruvida dessa ämnen ökar eller minskar i volym över årets gång beror till en stor del på enskilda händelser där Sverige är i fokus och som uppmärksammas globalt. Sveriges medlande i Jemenkonflikten gav till exempel upphov till ett stort antal omnämningar om Sverige på arabiskspråkiga plattformar. Avicii's bortgång och Sveriges deltagande i fotbolls-VM var också 2018 års stora händelser som drev samtalet om sport- och kulturhändelser. Även över tid är det större enskilda händelser såsom #lastnightinsweden och terrordådet på Drottninggatan som sticker ut och ger stort avtryck i det totala samtalet om Sverige. När det gäller samtalet om migration i samband med Sverige – som tenderar att kretsa kring ett svenskt samhälle präglad av våld och brottslighet – finns det motstridiga indikationer om huruvida detta narrativ ökar eller minskar i volym. Alternativa mediekällors publiceringsfrekvens om Sverige ser ut att gå ner under 2018 men engagemanget från sociala medier-användare för dessa artiklar ser

²⁰ Se studien här: <https://si.se/app/uploads/2017/10/bilden-av-sverige-i-kanada-och-usa.pdf>

ut att öka (se case på sidan 16); det totala samtalet om migration har gått ner på engelska plattformar, men ökat på arabiska, spanska och ryska jämfört med 2017.

Att samtalet om Sverige – vare sig det gäller sport, kultur, politik eller migration – sätter en prägel på bilden av Sverige utomlands är svårt att säkerställa. Som poängterades i *Sverige i ett nytt ljus?* är sambandet mellan mediekonsumtion och inverkan på människors faktiska attityder ett svårt ämne att belägga. I dagens snabbföränderliga medielandskap har den uppgiften inte blivit enklare. Som denna rapport visar är mediebilderna av Sverige mångfacetterade och kretsar kring ett flertal och stundtals motstridiga bilder av Sverige. Föreliggande rapport understryker dessutom att mediebilderna av Sverige är avhängiga plattformen som undersöks: Bilderna som ges av nyhetsmedier skiljer sig åt från vad som diskuteras om Sverige på till exempel sociala medier-plattformar.

Trots en fragmenterad mediebild där Sverige diskuteras i förhållande till en rad olika teman och ämnesområden, så är det viktigt att återigen lyfta att SI:s studier visar att allmänheten i de undersökta länderna har en fortsatt positiv bild av Sverige. Samma sak gäller även i de internationella index och studier SI följer, där Sverige utmärker sig i flertalet frågor. Det är även viktigt att poängtera att det totala samtalet om Sverige endast utgör en mycket liten del av det totala samtalet på digitala plattformar. Samtidigt vet vi ännu inte vad de mer negativa samtalen om Sverige på digitala plattformar har för effekter på Sverige-bilden på sikt. Vissa myter om Sverige från tidigare tidpunkter i historien tenderar att leva kvar, vilket också gör SI:s arbete med att följa Sverige-bilden på digitala plattformar över tid ännu viktigare.

