

Bilden av Sverige utomlands 2021

Årsrapport från Svenska institutet

Diarienummer: 00020/2022



Innehållsförteckning

Förord.....	3
Sammanfattning	4
English summary	6
Inledning.....	8
Sverige – en god bild men relativt okänt.....	8
Så analyseras bilden av Sverige utomlands.....	9
Rapportens disposition	9
Studier av bilden av Sverige.....	11
Bilden av Sverige hos en allmänhet – Nation Brands Index	11
Bilden av Sverige i Kina	12
Bilden av Sverige som handels- och investeringsnation.....	14
Sverige i internationell nyhetsrapportering och i sociala medier	16
Framträdande teman under året	16
Rapporteringen om Sverige i olika länder.....	21
Sverige i internationell jämförelse.....	28
Samhälle och demokrati	28
Klimat och hållbarhet.....	29
Innovation, näringsliv och konkurrenskraft	30
Talang och kompetens.....	31
Sammanfattande kommentarer	32
Mediebilden av Sverige.....	32
En fortsatt stabil och positiv bild	33
Fortsatt stora skillnader i kännedom mellan länder och målgrupper	35
En Sverigebild i förändring?.....	36
Implikationer för Sverigefrämjandet.....	36
Källförteckning	38

Förord

Svenska institutet (SI) är en myndighet med uppdrag att skapa intresse och förtroende för Sverige utomlands. Vi arbetar med Sverigefrämjande, samarbete i Östersjöregionen och global utveckling. Målet är att främja intresset för vårt land och bygga goda relationer med individer, organisationer och andra länder.

För att kunna bygga relationer med omvärlden behöver vi förstå hur världen utvecklas och hur Sverige kan vara intressant för samarbeten med andra. Ett av SI:s huvuduppdrag handlar om att följa och analysera hur Sverige uppfattas utomlands.

I den årliga Sverigebildsrapporten sammanfattar vi hur omvärlden ser på Sverige 2021 – ett år som fortsatt präglats av pandemin, men där också brottslighet och inrikespolitik har uppmärksamats i internationell media. I takt med att världen successivt har öppnats upp har Sverige också fångat världens uppmärksamhet inom idrott, inte minst i samband med att de stora mästerskapen återigen har kunnat genomföras.

En fråga som myndigheten ofta får är i vilken utsträckning pandemin påverkat omvärldens bild av Sverige. SI:s analyser för 2021 visar att det svenska nationsvarumärket på ett övergripande plan fortsatt är starkt och att bilden av Sverige utomlands fortsatt är god. Det framkommer också att vårt land fortfarande är attraktivt inom viktiga områden som handel och investeringar, innovation, turism och för globala talanger. Hur utvecklingen ser ut på längre sikt fortsätter SI självklart att noga följa, analysera och bevaka.

I årsrapporten redogörs också för hur Sverige bilden ser ut bland unga i Kina liksom för synen på Sverige som handels- och investeringsnation bland representanter för näringslivet i för Sverige viktiga utlandsmarknader. Dessutom redogör rapporten för internationell medierapportering om Sverige samt för hur omvärlden pratar om Sverige i sociala medier, bland mycket annat. Vi hoppas att innehållet ska vara till nytta för myndigheter, regioner, företag, organisationer och andra som är i behov av kunskap om hur andra länder ser på Sverige och hur Sverige kan fortsätta vara intressant i en värld som ständigt förändras.

Stockholm, 22 februari 2022



Madeleine Sjöstedt

Generaldirektör, Svenska institutet

Sammanfattning

Perception

I Nation Brands Index (NBI) 2021 rankas Sverige på plats nio av 60 länder, vilket är i linje med den placering som Sverige innehaft det senaste decenniet. Varumärket Sverige är således starkt och till synes stabilt över tid. Likt tidigare är Sveriges högsta placering inom samhällsstyre, där Sverige rankas på en tredjeplats. Även sett till talangattraktion och investeringar är Sverige högt rankat, på plats fyra. När respondenterna bedömer hur fördelaktig deras bild är av olika länder, rankas Sverige på plats nio.

En undersökning av Sverige-bilden i Kina ger även den stöd för att en majoritet av unga, välutbildade i storstäder och tidigare Sverigealumnerna har en god bild av Sverige. Av unga kineser uppger nästan hälften, 45 procent, att de har kännedom om Sverige. Två tredjedelar av de unga respondenterna respektive Sverigealumnerna från Kina uppger att de har en fördelaktig eller mycket fördelaktig uppfattning om Sverige. En relativt stor andel av respondenterna i undersökningen uppger att deras uppfattning av Sverige har förändrats det senaste året – fyra av tio unga respektive drygt varannan Sverigealumn från Kina. Respondentgrupperna skiljer sig dock på vilket sätt deras bild av Sverige har förändrats.

Av de kinesiska respondenter vars uppfattning om Sverige har förändrats uppger knappt fyra av tio unga att de fått en mer fördelaktig bild av Sverige det senaste året. Motsvarande andel är knappt två av tio bland Sverigealumnerna från Kina. Av Sverigealumnerna uppger däremot omkring en tredjedel att de fått en mindre fördelaktig bild.

När det gäller mer specifika målgrupper visar en undersökning att bilden av Sverige i näringslivet i länder som är viktiga handelspartners för Sverige överlag är god. Däremot är kännedomen om Sverige och om det svenska erbjudandet varierande, där kännedomen på stora marknader som Frankrike, Storbritannien och USA är lägre än i grannländerna Norge, Finland och Danmark liksom i Tyskland.

Publiceringar

Inledningsvis under året fortsatte coronapandemin att prägla rapportering om Sverige i nyhetsmedier utomlands, men successivt minskade intresset för utvecklingen i Sverige och Sveriges hantering av pandemin. De internationella nyhetsmedierna började bl.a. återigen rapportera mer om idrottshändelser.

Rapporteringen om Sverige har till största del varit händelsestyrd, vilket hänger samman med att vissa händelser har ett inneboende nyhetsvärde. Det finns dock stora skillnader sett till hur omfattande rapporteringen om Sverige är, där de nordiska länderna är de där i särklass mest omfattande rapportering om Sverige sker. Även i Ryssland är rapporteringen periodvis omfattande. Även sett till vilka teman som förekommer i rapporteringen skiljer det sig mellan länderna. Sport är ett vanligt förekommande tema i rapporteringen i alla länder. Internationella relationer och försvar är återkommande i rapporteringen om Sverige i Ryssland medan ekonomi och näringsliv är mer förekommande i rapporteringen i t.ex.

USA. Vissa teman, exempelvis inrikespolitik, har förekommit i rapporteringen under perioder som varit händelserika i Sverige. Då har rapporteringen på temat har varit betydande, inte minst i Norden. Brottslighet och särskilda händelser har under vissa perioder genererat rapportering i samtliga länder, där det i Norden i större utsträckning förekommer analyserande rapportering eller där enskilda händelser sätts i en bredare samhällskontext.

I sociala medier är det framför allt i samband med idrottshändelser som volymtoppar i samtalet om Sverige uppstått. Även coronapandemin har skapat mycket engagemang i sociala medier i vissa länder och Sverige har ibland använts som exempel på hur pandemin har hanterats utan nedstängningar och långtgående restriktioner.

Prestation

Sett till de aspekter av Sverige som är viktiga för det samlade Sverigefrämjandet utomlands är Sverige bland de främst rankade länderna. Sverige rankas högt inom olika jämförelser av samhällsutveckling och inom demokratiområdet, samt rankas återkommande som ett av Europas och världens mest konkurrenskraftiga länder. Också inom talang och kompetens är Sverige bland de främsta länderna globalt sett. Mestadels sker endast små eller inga förändringar i Sveriges placering mellan enskilda år. Utvecklingen över tid är dock betydelsefull för att se hur Sverige presterar jämfört med andra länder.

Summering av bilden av Sverige

Bilden av Sverige är fortsatt överlag positiv och den förändras generellt sett mycket långsamt över tid. Även om pandemin varit mindre framträdande under året är det för tidigt att uttala sig om den påverkan som medierapportering och samtal i sociala medier har på hur Sverige uppfattas på längre sikt. Att en lika stor andel respondenter i NBI som tidigare uppger att de har en positiv uppfattning om Sverige ger stöd för att individers uppfattningar inte påverkas långsiktigt från ett år till ett annat. Däremot tyder resultat från genomförda studier under året på att en hög kännedom om Sverige inte entydigt bidrar till en positiv bild utan kan påverka uppfattningen om Sverige i både positiv och negativ riktning.

English summary

Perception

Sweden's rank in Nation Brands Index (NBI) 2021 is ninth of 60 countries, in line with Sweden's rank in the past decade. Thus, brand Sweden is strong and appears to be stable over time. In line with previous findings, Sweden's highest ranking is governance, where Sweden ranks third. Sweden's rank is also high in relation to immigration and investment, where Sweden is ranked fourth. When respondents assess how favourable their perception of different countries is, Sweden ranks ninth.

A survey of Chinese respondents' perceptions of Sweden finds that a majority of young highly educated Chinese in large cities and Chinese Sweden alumni has a favourable perception of Sweden. Of young Chinese respondents nearly half, 45 percent, state that they are familiar with Sweden. Two thirds of young Chinese and Chinese Sweden alumni, respectively, state that their perception of Sweden is favourable or very favourable. A relatively large proportion of respondents state that their perception of Sweden has changed in the past year – four in ten young Chinese and about every other Chinese Sweden alumni, respectively. However, the two respondent types differ in terms of how their perception of Sweden has changed.

Of Chinese respondents whose perception of Sweden has changed, just short of four in ten young Chinese state that their perception of Sweden has become more favourable in the past year. The corresponding share of Chinese Sweden alumni is two in ten. On the contrary, around a third of Chinese Sweden alumni state that their perception of Sweden is less favourable.

In terms of more specific target audiences, results of a study show that there is an overall favourable perception of Sweden among representatives of the business sector in important foreign markets. However, familiarity with Sweden and of what Sweden can offer varies. Familiarity with Sweden in large markets such as France, the United Kingdom and the United States is lower than in neighbouring countries Norway, Finland, and Denmark, and in Germany.

Publications

The COVID-19 pandemic initially shaped international news reporting about Sweden, but successively over the year gave way to reporting on other contents, such as reporting from various sports events.

Reporting about Sweden has for the most part been driven by events taking place, due to certain events being inherently newsworthy. There are, however, important differences in terms of the extent of reporting about Sweden. Reporting about Sweden is by far the most extensive in the Nordic countries. In periods, reporting about Sweden in Russian news has also been extensive. In terms of the topics reported on, there are differences between countries. Sports is a common and recurring theme in reporting about Sweden in all

countries. International relations and defence matters are recurring themes in news reports about Sweden in Russia, whereas news on business and finance is more common in the United States. Certain themes, e.g., domestic politics, have been recurring in news reporting on Sweden during periods that have been eventful and has at times been considerable, not least in the Nordic countries. Crime and specific such events have at certain times generated reporting about Sweden in all countries, where it to a greater extent in the other Nordic countries has consisted of analyses and of reporting in which specific events are put in a broader societal context.

Peaks in reporting about Sweden in social media mostly occur in conjunction with sporting events. The COVID-19 pandemic has resulted in significant engagement on social media in certain countries where Sweden has sometimes been used as an example of handling the pandemic without imposing lockdown or far-reaching restrictions.

Performance

Sweden is among the highest ranked countries in several areas that are important in relation to promoting Sweden abroad. Sweden ranks highly on international comparisons when it comes to society and democracy and is recurringly one of Europe's and the world's most competitive nations. Likewise, Sweden is among the most highly ranked countries in terms of talent and competitiveness globally. Sweden's rank in several comparisons is for the most part unchanged or has changed only slightly from one year to the next. However, monitoring Sweden's rank over time is useful to see how Sweden fares in relation to other countries.

Conclusions about the image of Sweden

The perception of Sweden remains favourable overall and in general changes very slowly over time. Even though the COVID-19 pandemic has been less prevalent during 2021 it is too early to conclude how reporting in news media and in social media could affect how Sweden is perceived in the longer run. An unchanged proportion of respondents in NBI stating that their perception of Sweden is favourable suggests that individuals' perceptions do not change for the long term from one year to another. However, results suggest that higher familiarity with Sweden can impact both positively and negatively on how Sweden is perceived.

Inledning

Svenska institutet (SI) har i uppdrag att öka omvärldens intresse och förtroende för Sverige, samt att främja svenska intressen internationellt. Genom Sverigefrämjande, att samarbeta internationellt och skapa mötesplatser för olika former av utbyten och idéskapande, verkar SI långsiktigt för en hållbar utveckling och tillväxt samt stärkt inflytande för Sverige.

En av SI:s huvuduppgifter är att följa och analysera bilden av Sverige utomlands och att följa informationsflöden om Sverige. Omvärldens intresse för Sverige, och att Sverige uppfattas vara en intressant motpart i olika sammanhang, bygger på kännedom om vad Sverige kan erbjuda andra länder, aktörer och intressenter liksom att Sverige uppfattas ha relevanta kunskaper, erfarenheter och perspektiv som är intressanta även för andra. Därför spelar kännedomen om, bilden av och de uppfattningar om Sverige som finns utomlands en roll. Det gäller bilden av Sverige i allmänhet men även för specifika målgrupper då det kan påverka Sveriges möjligheter att få gehör på den internationella arenan och för svenska intressen att få genomslag i olika sammanhang.

Sverige – en god bild men relativt okänt

Kännedomen om Sverige är i allmänhet inte så hög utomlands, med undantag för i våra närmaste grannländer och andra närliggande länder. Detta till trots förefaller bilden av Sverige generellt vara god och Sverige tycks ha en tydlig identitet. Sveriges främsta styrkeområde rör samhällsstyre. Sverige uppfattas vara transparent och ärligt styrt, och bilden är att medborgares rättigheter respekteras. Att Sverige inom olika områden uppfattas vara en aktiv part inom internationellt samarbete, genom bl.a. engagemang i internationellt fredsbevarande och i att bekämpa fattigdom globalt, bidrar till att Sverige uppfattas särskilt starkt inom samhällsstyre.

Likaså är Sverige ett av flera länder som på olika sätt engagerar sig i det internationella arbetet för en hållbar omställning och verkar för en positiv global utveckling. Detta, tillsammans med att Sverige nått framgångar inom teknisk utveckling och varit ett framstående innovationsland, bidrar till en positiv bild. En låg grad av korruption, fungerande rättssystem och rättsstatens principer är centrala för handel och andra typer av transaktioner över gränser. Tillsammans med att det svenska samhället och näringslivet präglas av innovation och utvecklingsfokus, en hög grad av digitalisering och teknik i framkant, tillsammans med en välutbildad befolkning, skapar förutsättningar för internationella samarbeten och gör Sverige intressant för utländska investeringar.

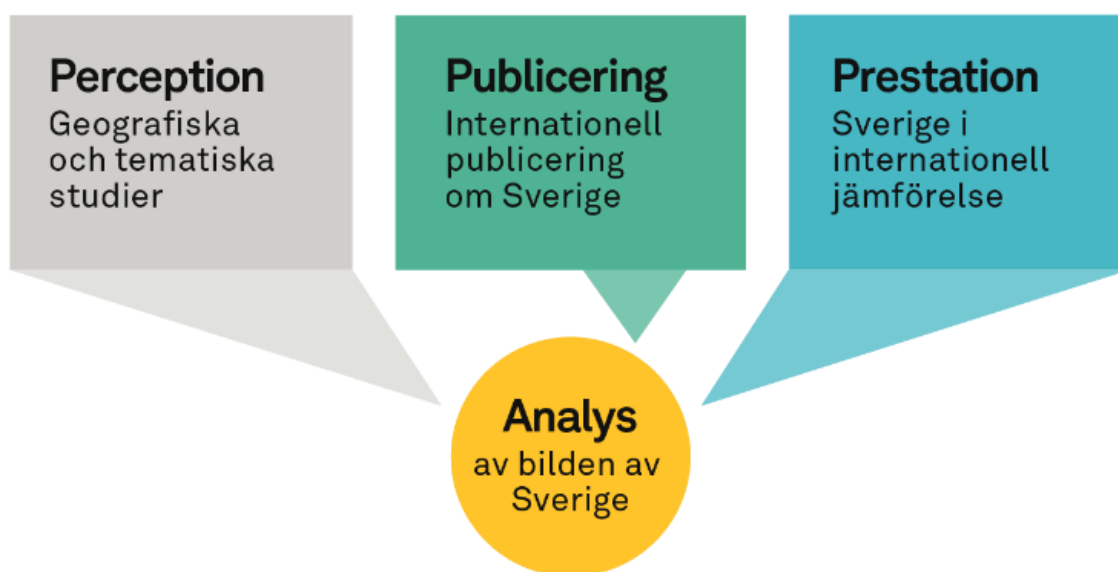
Att Sverige överlag inte är så välkänt utomlands ska inte nödvändigtvis ställas mot bilden av Sverige, även om det kan antas att det generellt finns tydliga eller på övergripande nivå samstämmiga associationer till länder som är mer välkända. Däremot kan det finnas sammanhang då låg kännedom om ett land kan uppfattas vara en nackdel, exempelvis i samband med internationell handel och utlandsinvesteringar. Detsamma kan vara fallet när det gäller att locka talanger i en tid då konkurrensen om kvalificerad arbetskraft är stor och

Sverige tillsammans med andra, ofta större eller mer välkända länder, i stor utsträckning har behov av samma kompetens.

Så analyseras bilden av Sverige utomlands

Arbetet med att analysera bilden av Sverige utomlands och informationsflöden om Sverige utgår från i huvudsak tre typer av källor. Dessa är:

- *Perceptionen* av Sverige hos en allmänhet eller specifik målgrupp som kan vara geografiskt, tematiskt eller periodiskt avgränsad. Med andra ord de uppfattningar om Sverige som olika målgrupper har, vad de associerar med Sverige samt intresset för att interagera med Sverige.
- *Publiceringar* om Sverige i internationell nyhetsrapportering och i sociala medier, dvs. hur Sverige porträtteras, hur publiceringar sprids och vad som väcker engagemang.
- Hur Sverige *presterar* i förhållande till andra länder inom en bredd av teman som är relevanta för Sverigefrämjande verksamhet och som manifesteras i internationella jämförelser, undersökningar eller publicerade index.



Figur 1. Olika källor som används för analys av bilden av Sverige utomlands.

Rapportens disposition

Denna årsrapport för bilden av Sverige syftar till att ge en sammanfattande beskrivning av hur Sverige uppfattas utomlands 2021. Analysen baseras på genomförda studier av hur Sverige uppfattas av olika målgrupper utomlands, på en genomgång av medierapporteringen om Sverige och samtalet om Sverige i sociala medier, samt på hur Sverige presterar inom olika områden. I nästföljande avsnitt sammanfattas de studier av bilden av Sverige utomlands som genomförts 2021. Under året har dels en global undersökning gjorts med fokus på hur en allmänhet utomlands uppfattar olika länder, däribland Sverige. Dessutom har en studie av bilden av Sverige i Kina genomförts, med

särskilt fokus på unga. Slutligen har en kvalitativ analys gjorts för att undersöka synen på Sverige i näringslivet på några av Sveriges viktigaste utlandsmarknader.

Därefter följer ett avsnitt som sammanfattar hur internationella medier rapporterat om Sverige 2021 och vad samtalet om Sverige handlat om i sociala medier med utgångspunkt i samtalstoppar som uppkommit under året. Syftet är att översiktligt beskriva vad nyhetsrapporteringen om Sverige handlat om, liksom att översiktligt redovisa i samband med vilka händelser som intresse för Sverige varit särskilt stort. Analysen av den internationella nyhetsrapporteringen utgår från medier på de språk och i de länder som bevakats under året.¹ Även analysen av inlägg om Sverige i sociala medier utgår i huvudsak från samma språk och länder men inkluderar även samtalstoppar på andra språk där en särskild aktivitet uppstått.²

På det följer en översiktlig redovisning av hur Sverige presterar i relation till andra länder i internationella undersökningar och jämförelser. Det tematiska urvalet är baserat på de områden som bedöms vara särskilt relevanta för det samlade Sverigefrämjandet i utlandet, vilket på en övergripande nivå handlar om stärkta förutsättningar för utbytet mellan Sverige och andra länder och stärkt förtroende och intresse för Sverige i omvärlden. Avslutningsvis summeras några insikter om bilden av Sverige utifrån både tidigare kunskap om Sverigebilden och de under året genomförda studierna, tillsammans med en diskussion om vad det kan ha för implikationer för Sverigefrämjandet.

¹ De länder som innefattas i bevakningen av nyhetsmedier är Danmark, Norge, Tyskland, Storbritannien, Ryssland och USA. I syfte att analysera nyhetsrapporteringen om Sverige i länderna har ett urval av nyhetsmedier i respektive land gjorts vilka bevakas löpande. För en utförlig lista av medier per land hänvisas till de månadsvisa rapporter om medierapporteringen om Sverige under 2021 som finns på SI:s webbplats: [Analyserar Sverigebilden \(si.se\)](#).

² Analysen av samtalet om Sverige i sociala medier har fokuserat på volymökningar av antalet inlägg på digitala plattformar som Twitter, Instagram, m.fl. Samtalstopparna har analyserats genom manuell genomläsning av de mest omdiskuterade inläggen vid tidpunkten, i syfte att beskriva innehåll och bedöma tonalitet.

Studier av bilden av Sverige

2021 har tre fördjupade analysrapporter genomförts om olika aspekter av hur Sverige uppfattas utomlands. Studierna har haft olika geografiska fokus och även skilt sig avseende inriktning på den målgrupp som undersökts. Nation Brands Index (NBI) är en global undersökning av perceptionen om olika länder bland en allmänhet. Därtill har en särskild studie undersökt bilden av Sverige i Kina, där bilden av Sverige bland unga kineser jämförts med den bild av Sverige som kinesiska Sverigealumnerna³ har. Slutligen har en undersökning av hur Sverige uppfattas bland målgruppen för handels- och investeringsfrämjande genomförts, med fokus på några för Sverige viktiga utlandsmarknader.

Bilden av Sverige hos en allmänhet – Nation Brands Index

NBI är en årlig undersökning som genomförs i 20 länder och som ger svar på hur respondenter bland en allmänhet i dessa länder, 18 år eller äldre, bedömer och rankar 60 länder, varav ett är Sverige.⁴ Datainsamlingen sker genom webbenkäter i ett urval av medel- och höginkomstländer som tillsammans är viktiga aktörer inom internationella relationer, inom handel och näringsliv samt inom kultur och turism. Sammanlagt deltar cirka 60 000 respondenter i undersökningen.

Placering i Nation Brands Index 2021	Land
1 (1)	Tyskland
2 (3)	Kanada
3 (4)	Japan
4 (6)	Italien
5 (2)	Storbritannien
6 (5)	Frankrike
7 (7)	Schweiz
8 (10)	USA
9 (8)	Sverige
10 (9)	Australien

Tabell 1. De tio högst placerade länderna i Nation Brands Index år 2021, med föregående års placering inom parentes.

Resultaten för 2021 visar att Tyskland fortfarande är det land med det högst rankade nationsvarumärket, följt av Kanada och Japan. Sveriges placering 2021 är på plats nio och återfinns därmed fortsatt bland de tio högst placerade länderna.⁵ Samma länder återfinns bland de tio högst rankade länderna som också hade de starkaste nationsvarumärkena 2020, även om inbördes förändringar i placering har skett. Sedan NBI lanserades har Sverige tillsammans med några av världens största ekonomier återkommande återfunnits

³ Med Sverigealumnerna avses medlemmar i SIs alumnätverk i Kina samt alumnerna hos ett flertal svenska universitet och högskolor.

⁴ Ipsos (2021), *Nation Brands Index 2021*.

⁵ Svenska institutet (2021), *Omvärldens bild av Sverige – Sveriges position i Nation Brands Index 2021*.

bland de tio högst placerade länderna. Sveriges högsta placering är bland respondenter i Tyskland och i Ryssland (båda rankar Sverige på plats tre), följt av respondenter i Kanada (plats fyra) och i Frankrike (plats fem). Sveriges lägsta placering återfinns i Indien, Saudiarabien och Sydafrika (samtliga rankar Sverige på plats 13).

Samhällsstyre är alltså Sveriges främsta styrka i internationell jämförelse och bidrar till Sveriges goda placering i rankningen som helhet. Sveriges rankning inom samhällsstyre ligger på en tredje plats av samtliga jämförda länder. Bidragande till den höga placeringen är att Sverige bedöms särskilt högt sett till hur allmänheten uppfattar att landet arbetar för att skydda miljön, liksom det internationella arbetet för fred och säkerhet och arbetet med att reducera global fattigdom.

Givet kännedomen om Sverige är varumärket starkt. Sverige rankas på plats 19 av 60 länder avseende hur väl man känner till landet. Drygt två tredjedelar (70 procent) av respondenterna uppger att de antingen har viss kunskap om Sverige eller att de känner till Sverige väl eller mycket väl. En ungefär lika stor andel av respondenterna (68 procent) uppger att de har en fördelaktig bild av Sverige. I jämförelse med andra länder rankas Sverige på plats nio av 60 sett till andelen som har en fördelaktig bild av ett (givet) land.

Sammanfattningsvis visar NBI 2021 att Sverige fortsatt finns bland de tio högst rankade länderna, att samhällsstyre är det område där Sverige har sin relativa styrka, och att Sveriges placering är stabil över tid.

Bilderna av Sverige i Kina

I studien undersöks uppfattningen om Sverige bland unga mellan 18–35 år i Kina, där urval gjorts bland respondenter i de största kinesiska städerna.⁶ Som jämförelse undersöks även uppfattningen om Sverige bland tidigare Sverigealumnerna från Kina. Undersökningen om bilden av Sverige bland unga kineser bygger huvudsakligen på enkätdata, och kompletteras av en analys av rapporteringen om Sverige i nyhetsmedia och i sociala medier i Kina. Undersökningen visar att Sverige är relativt välkänt bland unga kineser – samtliga respondenter uppger att de åtminstone hört talas om Sverige. Nästan hälften, 45 procent, uppger att de har kännedom om Sverige, 37 procent att de har begränsad kännedom och 17 procent att de bara känner till Sverige vid namn.

Generellt fördelaktig bild av Sverige

Den övergripande attityden till Sverige är positiv både bland unga i Kina och bland Sverigealumnerna från Kina. Två tredjedelar av de unga respondenterna respektive Sverigealumnerna från Kina uppger att de har en positiv eller mycket positiv uppfattning om Sverige samtidigt som mindre än fem procent uppger att de har en negativ uppfattning om Sverige.

En relativt stor andel av respondenterna i båda grupperna uppger att deras bild av Sverige förändrats det senaste året, men på vilket sätt skiljer sig mellan grupperna. Av unga

⁶ Svenska institutet (2021), *Sverigebilder i Kina*. En enkätundersökning omfattande 3000 unga kineser respektive drygt 400 kinesiska Sverigealumnerna ligger till grund för analysen.

respondenter uppger närmare sex av tio att bilden av Sverige är oförändrad jämfört med föregående år. Bland Sverigealumnerna från Kina uppger nästan varannan (46 procent) att deras bild av Sverige inte förändrats det senaste året. Av de respondenter vars uppfattning om Sverige har förändrats uppger knappt fyra av tio av unga kineser att de fått en mer fördelaktig bild av Sverige det senaste året, medan motsvarande andel är knappt två av tio Sverigealumnerna från Kina. Av Sverigealumnerna från Kina är det istället runt en tredjedel som uppger att de fått en mindre fördelaktig bild där motsvarande andel bland unga kineser uppgår till endast två procent. I fritextsvaren anges som anledning till en förändrad bild av Sverige bland annat vara coronapandemin.

Sverige uppfattas ha relevanta erfarenheter på klimat och miljöområdena
Unga kineser har relativt samstämmiga men vaga associationer till Sverige. Även Sverigealumnernas bild är samstämmig men mer varierad. Sverige förknippas av båda grupperna med egenskaper som liberal, vacker, öppen, stabil, modern och kreativ. Sverigealumnerna associerar Sverige i stor utsträckning med egenskapen hållbar, men också med den mer negativa egenskapen ”nedåtgående”. Både unga i Kina och tidigare Sverigealumnerna uppger miljöskydd, hållbar tillväxt och klimatförändringar vara områden där Sverige anses ha relevant erfarenhet och kunskap och som är viktiga framtidsfrågor för det egna landet. Även innovation och teknisk utveckling, utbildning och jämlikhet framträder som relevanta områden.

Intresse för Sverige framför allt inom turism

Respondenterna anser att Sverige är attraktivt främst inom turism men även för studier, arbete och handel. Åtta av tio unga kineser uppger att Sverige är attraktivt som turistdestination medan sju av tio svarar att Sverige är attraktivt som land att bo och arbeta i, som studiedestination respektive som land att göra affärer med. Bland Sverigealumnerna är man genomgående något mer positiv till Sverige inom samtliga nämnda områden.

Svensk-kinesiska relationer i medierapporteringen

Greta Thunberg engagerar mest på sociala medier, men svenska matupplevelser dominerar i volym avseende antal inlägg. IKEA-restauranger och svensk fika är populära ämnen. Greta Thunberg har satt en tydlig prägel på samtalet om Sverige. Även Sveriges hantering av coronapandemin har uppmärksammats i sociala medier och inte sällan med en kritisk tonalitet.

Undersökningen visar att respondenterna läser om relationen mellan Kina och Sverige i medierapporteringen. En tredjedel av de unga och drygt hälften av Sverigealumnerna anger att de läst om relationen mellan länderna i medierapporteringen om Sverige. Andra teman som de tagit del av är nyheter inom innovation och teknik, hållbarhet, social välfärd, hälsofrågor samt forskning och utbildning. Kinesiska nyhetsmedier rapporterar om aktuella händelser som uppstår i och om Sverige.

Bilden av Sverige som handels- och investeringsnation

För att undersöka hur Sverige uppfattas bland olika målgrupper för handels- och investeringsfrämjande har en intervjustudie med representanter för näringslivet i några av Sveriges viktigaste utlandsmarknader genomförts.⁷ Sammanfattningsvis visar undersökningen att bilden av Sverige hos dessa målgrupper i Norden, Frankrike, Storbritannien, Tyskland och USA överlag är god. Däremot varierar kännedomen om Sverige och kunskapen om vad Sverige kan erbjuda betydligt i de olika länderna. Sverige ses som ett innovativt, kreativt och hållbart land med ett samhälle som präglas av jämställdhet och jämlikhet. Av studien framkommer att uppfattningen om Sverige som innovativt och hållbart är viktiga aspekter för målgrupper inom näringslivet utomlands och är av betydelse för intresse för Sverige inom såväl handel som investeringar. Sverige anses också ha en kompetent förvaltning, låg grad av korruption och goda och stabila ramvillkor för företag.

Kännedomen är störst i grannländerna

I de nordiska grannländerna har representanterna för näringslivet mest kännedom och kunskap om Sverige, medan kännedomen och kunskapen om Sverige är lägre bland motsvarigheterna i de större ekonomierna Frankrike, Storbritannien och USA. Tyskland utgör ett undantag i sammanhanget. Där är kännedomen och kunskapen om Sverige förhållandevis hög i näringslivet och Sverige förefaller ha en särställning.

I Norden uppfattas Sverige som en förlängning av hemmamarknaden, i och med liknande kultur och preferenser, ömsesidigt begripliga språk eller utbredd tvåspråkighet. Den geografiska närheten gör att marknaderna är nära integrerade. I Norge är kännedomen om Sverige och svenska produkter hög och svenska produkter förknippas med hög kvalitet, innovation och hållbarhet. Av respondenter i Danmark uppfattas Sverige som ett traditionellt industriland och en viktig export- och investeringsmarknad för många sektorer. Handeln i länderna emellan karaktäriseras av en bredd av produkter. I Finland har representanterna för näringslivet överlag en mycket positiv bild av Sverige. Svenska produkter anses uppvisa en hög kvalitet och vara väl integrerade på den finska marknaden.

I Frankrike, Storbritannien och USA är kunskapen om Sverige generellt lägre hos representanter för näringslivet. Fokus för handel med näringslivet som målgrupp är att produkter och lösningar är attraktiva, innovativa och konkurrenskraftiga. Vilket land de kommer ifrån är mindre viktigt, om inte landet är förknippat med risker. För attraktion av investeringar är kännedomen om kunskapsmiljöer och innovativa kluster i Sverige, liksom välfungerande institutioner och goda och stabila ramvillkor viktigt.

Sverige har en särställning i Tyskland

Bilden av Sverige i näringslivet i Tyskland är mycket god och handeln mellan Sverige och Tyskland är omfattande. För att bidra till fördjupade relationer lyfter respondenterna fram stöd till aktörer i länderna att identifiera möjliga partner och att fördjupa samarbeten inom

⁷ Svenska institutet (2021), *Bilden av Sverige på viktiga utlandsmarknader*.

forskning och utveckling. Exempelvis kan det innebära att synliggöra de svenska innovationssystem som är tillgängliga för tyska företag, liksom att kommunicera och informera om samarbeten inom forskning och utveckling.

Bilden av Sverige är överlag god i de studerade länderna men undersökningen visar att bilden av Sverige verkar vara viktigare för att attrahera utländska investeringar till Sverige än för att främja svensk export, trots att vissa skillnader förekommer mellan länderna. I Tyskland tycks det finnas en tydlig ”Schwedenbonus”, där det svenska tillför ett mervärde, vilket bidrar till intresset för att såväl handla med svenska företag som att investera i Sverige. I USA tycks associationen till Sverige vara mindre viktig i handelssammanhang. Snarare är det av större vikt att ett företag uppfattas som amerikansk, alternativt väl integrerat i amerikanska värdekedjor. För investeringar i Sverige är det dock viktigt hur landet uppfattas.

Bilden av Sverige överlappar med den av Norden

I de nordiska länderna tycks Sverige ses som en naturlig förlängning av hemmamarknaden där svenska produkter och lösningar överlag uppfattas vara likvärdiga det egna landets. Av undersökningen framgår att respondenter på de större marknaderna USA, Frankrike och Storbritannien, och ibland också i Tyskland, ofta betraktar de nordiska länderna som en gemensam marknad och att de nordiska länderna också i stor utsträckning associeras med liknande frågor. Att bilden av Norden internationellt är god och i stor utsträckning överlappar med bilden av Sverige är därmed inte nödvändigtvis en nackdel.

Sverige i internationell nyhetsrapportering och i sociala medier

SI har under året följt rapporteringen om Sverige i utvalda nyhetsmedier i Danmark, Norge, Tyskland, Frankrike, Storbritannien, Ryssland och USA. Översikten inkluderar också information om volymtoppar i samtalet om Sverige i sociala medier med fokus på de länder som bevakas löpande. På övergripande nivå sammanfattas även samtal om Sverige vilka genererat samtalstoppar även i andra länder än de som varit i fokus i analysen av nyhetsrapporteringen. Analysen av samtalet om Sverige i sociala medier har baserats på ökningarna från en genomsnittlig aktivitetsvolym.⁸ Tonaliteten i inläggen om Sverige i sociala medier under 2021 bedöms ha varit till två tredjedelar neutral och övrigt till ungefär lika delar positiv och negativ.⁹

I nyhetsrapporteringen om Sverige förekommer en rad olika teman som under olika perioder får utrymme. Vissa teman var under 2021 mycket framträdande enbart i vissa länder, men det finns också några teman som varit framträdande i rapporteringen om Sverige i alla länderna. Exempel på detta är Sveriges hantering av coronapandemin, svenska prestationer inom olika idrottsevenemang, brottslighet och svensk inrikespolitik. En förklaring är att nyhetsrapporteringen till sin natur är tydligt händelsestyrd och att vissa typer av händelser anses ha ett nyhetsvärde, oberoende av kontext. Dessutom tenderar utländska mediers rapportering till viss del att vara en spegling av nyhetsrapporteringen i svenska medier. En annan bidragande orsak till att samma teman framträder i alla länder kan vara att nyheter som snabbt plockas upp av stora internationella nyhetsmedier, i t.ex. USA eller Storbritannien, tenderar att spridas och återpubliceras i andra länder.

Även om några teman varit framträdande i alla länder så har de fått olika stort utrymme. Det finns också skillnader mellan hur medier i olika länder rapporterat om Sverige. Porträtteringen av Sverige i nyhetsrapporteringen hänger samman med en rad olika faktorer, bl.a. kännedomen om och intresset för Sverige, samt relationen med Sverige. Ibland knyter rapporteringen om Sverige tydligt an till ett redan etablerat narrativ eller en pågående diskussion om Sverige i medierna, i vilken Sverige porträtteras på ett visst sätt. Det förekommer också att rapporteringen om Sverige knyter an till en inrikespolitisk diskussion i andra länder.

Framträdande teman under året

Sverige i internationella nyhetsmedier

Det har rapporterats mest om Sverige i de nordiska länderna, sett till antalet artiklar. Rapporteringen där har också kännetecknats av att medierna kontinuerligt följer vad som

⁸ Utifrån ett urval av de mest omdiskuterade inläggen i dessa volymtoppar har en kvalitativ innehållsanalys genomförts med fokus på sentiment, dvs. användningen av värdebeladdade ord och sammanhang.

⁹ Tonalitet bedömdes genom en automatiserad maskinell analys av alla inlägg som det analysverktyg som används för sociala medier har tillgång till.

händer i Sverige och av att rapporteringen är mer djupgående än i andra länder. Även i Ryssland har rapporteringen om Sverige periodvis varit omfattande.

I början av året fanns fortfarande ett tydligt intresse för Sveriges hantering av coronapandemin. Temat utgjorde vissa månader hälften av all nyhetsrapportering om Sverige. Fokus låg på Sveriges hantering av pandemin, olika restriktioner, smittspridningen och vaccinfrågor. I särskilt Norge och Danmark har rapporteringen också berört hur Sveriges agerande påverkat de egna medborgarna och gränsfrågor har ofta stått i fokus. Det har även förekommit analyser och kommentarer till Sveriges strategiska vägval, såväl positiva som mer kritiska, men de utgjorde inte ett lika stort inslag i rapporteringen som under 2020. Under våren klingade intresset för Sveriges hantering av coronapandemin successivt av och andra teman började framträda tydligare. I Norge, Danmark och även i Tyskland höll dock intresset för pandemin i sig, vilket märktes genom att temat fortsatte att vara framträdande.

Sport tenderar att vara ett stort tema i nyhetsrapportering generellt, så även om Sverige, och 2021 utgjorde inget undantag. Rapporteringen handlar ofta om olika mästerskap, evenemang och prestationer. Det finns geografiska variationer, men under året rapporterades det mycket om bl.a. fotboll och särskilt svenska landslagets prestationer i fotbolls-EM och under OS. Även om andra aspekter av Sverige som land sällan porträtteras i rapporteringen om idrott, där fokus ofta ligger på prestationer och svenska idrottsutövare, så kan rapporteringen bidra till ökad kännedom om Sverige.

Från senare delen av våren och till ungefär mitten av hösten var brottslighet periodvis ett framträdande tema. Händelser som under året väckt betydande uppmärksamhet i alla länder är våldsdådet i Vetlanda då en man attackerade ett antal personer med kniv, polismordet i Göteborg, en explosion i ett hyreshus i Göteborg och mordet på artisten Einár. Rapporteringen, som varit som mest omfattande i samband med specifika händelser, har varit saklig och redogörande, men har även inkluderat kritiska analyser och kommentarer om brottslighet i Sverige. Mest utrymme fick temat i dansk rapportering men även norska medier har återkommande rapporterat om händelseutvecklingen i Sverige. I Norden är rapporteringen om brottslighet i större utsträckning kontinuerligt pågående och brottslighet beskrivs ofta som en stor samhällsutmaning i Sverige.

Rapporteringen om svensk inrikespolitik har inte förvånande varit särskilt omfattande under inrikespolitiskt händelserika perioder i Sverige. Det har i högst utsträckning rapporterats om misstroendeomröstningen mot statsminister Stefan Löfven, hans avgång och att Magdalena Andersson under hösten valdes till statsminister. Rapporteringen har inkluderat analyser och kommentarer till vad som beskrivits som ett inrikespolitiskt instabilt läge i Sverige, men överlag har rapporteringen varit redogörande och neutral.

Länderna där rapporteringen bevakas skiljer sig åt sett till innehållet i nyhetsrapporteringen, där vissa teman framträder tydligare i vissa länder. Ett exempel är ekonomi och näringsliv som får relativt stort utrymme i den amerikanska nyhetsrapporteringen. Ett annat är internationella relationer, med fokus på försvarsfrågor,

som är ett stort tema bara i Ryssland. Vissa enskilda nyhetshändelser, t.ex. konstnären Lars Vilks död, har tillfälligt fått stort utrymme i rapporteringen i alla länder.

Volymtoppar i sociala medier

Det finns likheter mellan nyhetsrapporteringen och aktiviteten i sociala medier. Även i sociala medier var Sverige och coronapandemin ofta i fokus under 2021, men olika idrottshändelser skapade i de flesta länder de största volymtopparna. Exempel på sådana är herrlandslagets prestationer i fotbolls-EM, samt i Norden vintersport och i Ryssland konståkning.

Kopplat till Sverige och coronapandemin har det i flera länder förekommit likartade samtal om Sveriges restriktioner. Sveriges hantering av pandemin har ofta jämförts med hur andra länder agerat. Ibland har Sverige använts som exempel när inhemska strategier kritiserats för att vara onödigt restriktiva. Kopplat till samtal om Sverige och coronapandemin i sociala medier har det också förekommit jämförelser av antalet döda och smittade i olika länder och även vaccinfrågor har fått uppmärksamhet.

Precis som i nyhetsrapporteringen uppmärksammades valet av Sveriges första kvinnliga statsminister, och nyheten om Magdalena Anderssons avgång från posten redan några timmar efter att hon hade valts. Majoriteten av inläggen var neutrala och en del av dem var positiva till att Sverige fått sin första kvinnliga statsminister. Vissa inlägg som refererade till Magdalena Anderssons avgång samma dag hade en mer negativ tonalitet apropå att hon avgick efter endast några timmar. Inlägg om Sveriges bidrag till Eurovision Song Contest, ABBA:s nya albumsläpp och tilldelningen av olika Nobelpris har också bidragit till volymtoppar i några av de länder som analyserats.

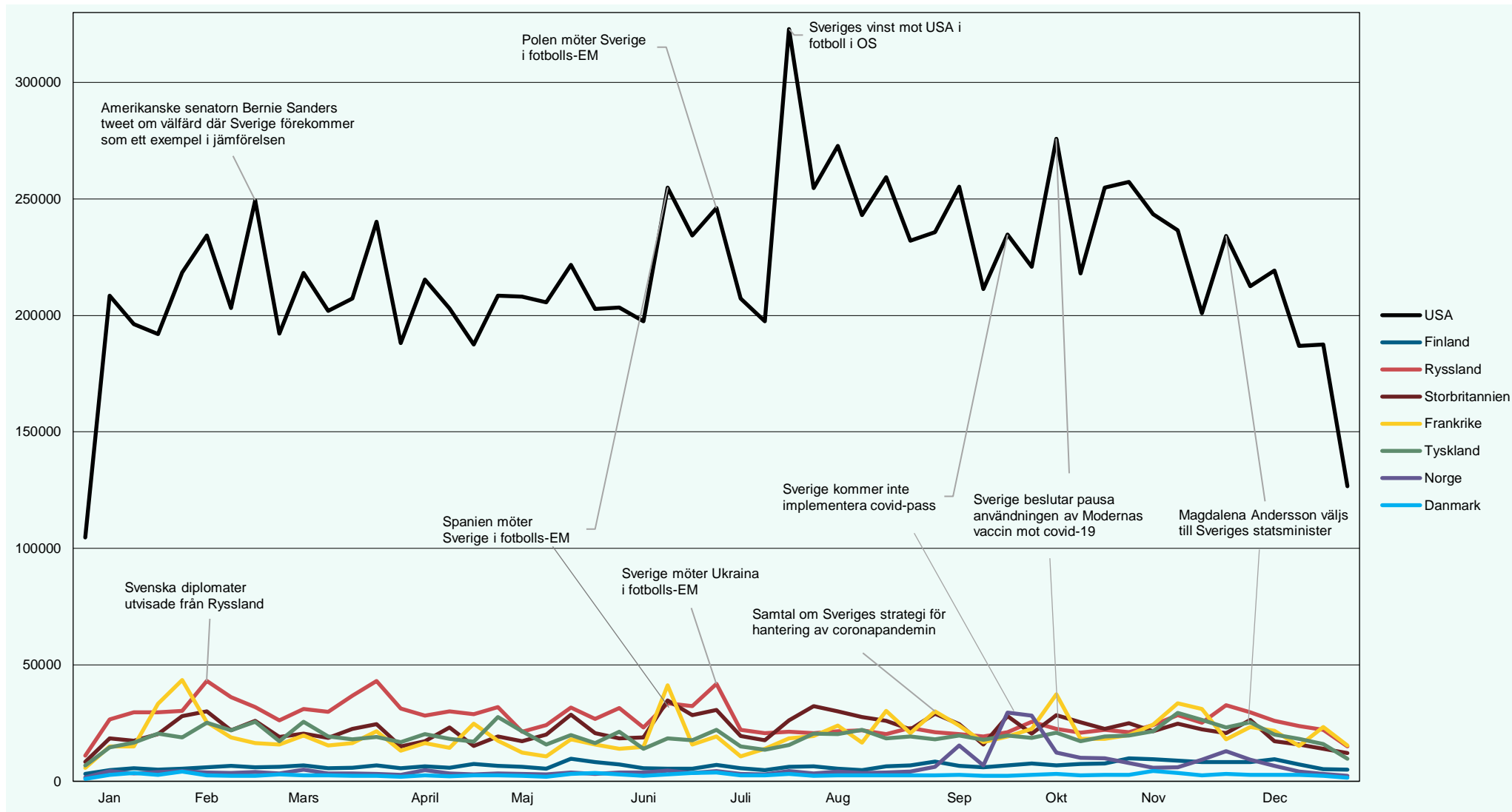
Utöver de volymtoppar som förekommit i samtalet om Sverige i de länder som står i särskilt fokus för bevakningen, har det också förekommit toppar i samtalet om Sverige i andra länder. Lars Vilks död uppmärksammades stort i arabisktalande länder och nyheten genererade ett stort antal inlägg i sociala medier. I Indien förekom ett större antal inlägg om Greta Thunberg i samband med att hon stöttade protester mot en ny jordbruksreform i landet, genom att på Twitter informera om hur man kan skapa hashtags, kampanjer och namninsamlingar. Med anledning av detta anklagades för att ha lagt sig i Indiens interna angelägenheter. Även inlägg om att Scania skulle ha gett mutor för att vinna en upphandling bidrog till en volymtopp i Indien.

I Japan genererade ett foto på en person utanför ett bageri i Stockholm, som gav ut bröd som annars skulle ha slängts, nästan 30 000 inlägg. Inlägg på persiska rörande krigsbrottsåtalet i Stockholm mot en iransk medborgare genererade ett flertal volymtoppar under andra halvåret 2021. På polska skapade inlägg, som uppgav att Sverige erbjuder polska kvinnor gratis abort, engagemang under början av året. I Brasilien skapades en topp då Sverige användes som ett exempel i debatten mot långtgående restriktioner under pandemin.

Jämförelse med samtalet om andra länder i sociala medier

För att undersöka eventuella skillnader och likheter med Sverige har en jämförelse gjorts med volymtoppar kopplade till samtalet på engelska om Danmark, Nederländerna respektive Tyskland.¹⁰ Ett antal likheter med Sverige framgår. Sverige är till exempel inte det enda land som förekommer i den inrikespolitiska debatten i USA. Även exempelvis Danmark har förekommit utifrån fokus på Danmarks minimilöner. I samband med fotbolls-EM förekom, precis som om Sverige, ett stort antal inlägg om Danmark, Tyskland och Nederländerna. Samtal om vaccin förekom också om Nederländerna och Danmark och restriktioner diskuterades även kopplat till Nederländerna i samband med protester mot nedstängningar i samhället. Tonaliteten i samtalen om de olika länderna var på mycket övergripande nivå densamma som det om Sverige i sociala medier. En majoritet av samtalet var neutralt och övriga inlägg till ungefär lika stora delar positiva och negativa.

¹⁰ Avser omnämningen på engelska om Danmark, Nederländerna och Tyskland.



Figur 2. Antal publiceringar om Sverige i ett urval av sociala medier 2021, där händelser som genererat volymtoppar i samtalet i olika länder är utmärkta.

Rapporteringen om Sverige i olika länder

De länder där SI har följt nyhetsrapporteringen och samtalet om Sverige på sociala medier utgör helt skilda kontexter och medielandskap och det är därför relevant att titta närmare på hur rapporteringen har skilt sig åt. Nedan följer en översikt med fokus på vilka teman som varit framträdande och hur det rapporterats om Sverige i olika länder, samt sammanfattningar av volymtoppar i sociala medier.

Den norska och danska rapporteringen om Sverige skiljer sig från rapporteringen i övriga länder. Samma teman har varit framträdande, men rapporteringen har varit mer kontinuerlig, omfattande och vanligen också mer djupgående. Rapporteringen berör också betydligt oftare ländernas relationer med Sverige. Norska och danska medier bedöms även i något högre utsträckning ha publicerat analyser och kommentarer av läget i Sverige, t.ex. avseende coronapandemin, brottslighet och inrikespolitik, vilket vittnar om ett intresse för Sverige och utvecklingen i landet. Samtidigt som det finns stora likheter i rapporteringen finns också skillnader i hur Norge och Danmark rapporterar om Sverige.

Norge

Norska nyhetsmediers rapportering om Sverige har ofta varit ingående och detaljrik. Ett exempel är rapporteringen om Sverige och coronapandemin. Nyhetsmedierna har noggrant följt utvecklingen i Sverige och fokus har legat särskilt på gränsfrågor, dödstal och smittspridning samt förändringar i svenska restriktioner och karantänsregler. Norska medier har också bl.a. lyft den pressade situationen i svensk sjukvård och att Sverige övervägt att be Norge om hjälp. Rapporteringen har ofta tagit upp aspekter i Sveriges hantering av pandemin som haft en direkt påverkan på personer eller förhållanden i Norge. Det har rapporterats om enskilda personer, t.ex. de som äger stugor i Sverige eller som brukar åka över gränsen för att handla, och hur dessa drabbats under pandemin. Det har också förekommit analyser och kommentarer till Sveriges strategiska vägval för att hantera pandemin.

Från och med sommaren fick andra teman större utrymme i rapporteringen, särskilt sport, men även brottslighet och svensk inrikespolitik. På temat sport har det huvudsakligen rapporterats neutralt och redogörande om bl.a. ishockey-VM, Sveriges medverkan i OS och Malmö FF:s deltagande i Champions League. På temat inrikespolitik rapporterades det under sommaren ingående om regeringskrisen, misstroendeomröstningen mot statsminister Stefan Löfven och hans avgång. Under hösten var intresset stort för händelseutvecklingen före samt i samband med statsministeromröstningen där Magdalena Andersson valdes till statsminister. Rapporteringen har huvudsakligen varit saklig och redogörande.

Under vissa månader från och med sommaren var brottslighet ett framträdande tema, även om det är ett kontinuerligt förekommande tema. Antalet artiklar ökade i samband med enskilda händelser, som exempelvis mordet på en polis i Göteborg, en explosion i ett hyreshus i Göteborg och mordet på artisten Einár. Norska medier har också i analyser och kommentarer i kritiska ordalag beskrivit läget i Sverige vad gäller det dödliga skjutvapenvåldet. Liksom i andra länder har det refererats till en rapport från Brottsförebyggande rådet (Brå) om det dödliga skjutvapenvåldet i Sverige. I norsk

medierapportering finns ett etablerat narrativ om Sverige, ”det svenska tillståndet”, som beskriver utvecklingen i Sverige med avseende på stora samhällsutmaningar, vilket används i rapporteringen om Sverige kopplat till exempelvis brottslighet.

Precis som i nyhetsmedierna är sport ett stort tema i norska sociala medier och särskilt fotbolls-EM skapade en del volymtoppar. En annan volymtopp som stått ut följde på en tweet från tidigare utrikesminister Carl Bildt, i vilken han skrev att Sveriges försvarsmakt under andra världskriget var starkare än Norge och Danmarks vid den tiden. Bildt uppgav att det hade varit en strid om Hitler hade försökt invadera Sverige. Den andra större volymtoppen uppstod i samband med statsministeromröstningen under hösten, samt att Magdalena Andersson avgick samma dag som hon valts. Händelsen beskrevs som en regeringskris.

Danmark

Även i Danmark har nyhetsrapporteringen om Sverige ofta varit ingående. De mest framträdande temana har liksom i andra länder varit Sverige och coronapandemin, sport, brottslighet och svensk inrikespolitik, men det finns skillnader jämfört med Norge avseende hur omfattande rapporteringen varit.

Sammantaget var rapporteringen om Sverige och coronapandemin inte lika omfattande som i Norge och den rörde inte i lika hög utsträckning hur olika personer drabbades av t.ex. svenska karantänsregler. Precis som i andra länder har rapporteringen handlat om frågor som smittspridning, restriktioner och vaccin. Danska medier har även bl.a. lyft Danmarks beredskap att bistå svensk sjukvård. Ibland har det rapporterats om att ”Sverige går sin egen väg” i hanteringen av pandemin, men analyser av Sveriges strategiska vägval under pandemin har inte varit något stort inslag under året.

Danska medier har i högre utsträckning än andra länder rapporterat om brottslighet. Även om rapporteringen främst haft fokus på enskilda händelser, t.ex. knivdådet i Vetlanda, polismordet i Göteborg och mordet på artisten Einár, så har danska medier också återkommande i utredande och kritiska artiklar gett en mörk bild av utvecklingen vad gäller brottslighet i Sverige. Det har noterats att Sverige i en europeisk jämförelse sticker ut vad gäller antal skjutningar och förekomsten av dödligt våld, och sambandet mellan invandring och gängkriminalitet har analyserats. Danska medier har ibland uppgett att frågan är tabu i svensk politik och att svenska politiker är oförmögna att hantera situationen. En specifik händelse som under en del av året fick stor uppmärksamhet var de upprepade stenkastningar som ägde rum mot danska bilister i Sverige. Det rapporterades ingående om danskars utsatthet, hur många som drabbats, om den svenska polisens insatser och om kontakter på ministernivå mellan Sverige och Danmark. Mot slutet av året blev rapporteringen på temat brottslighet mindre negativ än tidigare och den tog i högre utsträckning upp frågan som en gemensam utmaning i Öresundsregionen.

Danska medier har haft ett stort intresse för svensk inrikespolitik som de precis som norska medier följer mer kontinuerligt än medier i andra länder gör. Det har i många och detaljerade reportage redogjorts för exempelvis misstroendeomröstningen mot dåvarande statsminister Stefan Löfven och hans avgång, samt om händelseförloppet kring att

Magdalena Andersson valdes till ny partiledare för Socialdemokraterna och så småningom också till Sveriges första kvinnliga statsminister. Rapporteringen var övervägande neutral och redogörande, men det förekom också spetsiga rubriker om ”våldsamt drama” och ”totalt kaos”.¹¹

Idrottshändelser som fått uppmärksamhet i danska medier var fotbolls-EM, Sveriges medverkan i OS samt att Danmark tog en historisk seger över Sverige i ishockey-VM.

Som i nästan alla andra länder utgjordes volymtopparna i sociala medier till en stor del av samtal om idrottshändelser, mest om fotboll och till en mindre del om handboll. Den största enskilda volymtoppen med fokus på Sverige orsakades av statsministeromröstningen och Magdalena Anderssons avgång samma dag som hon valts. Under årets första månader förekom även volymtoppar om Sveriges coronastrategi.

Tyskland

Kännetecknande för den tyska nyhetsrapporteringen om Sverige har bl.a. varit det kontinuerliga intresset för Sveriges hantering av coronapandemin, även om sport varit ett ännu större tema i rapporteringen. Det rapporteras vanligen om olika mästerskap och evenemang och hur lag eller enskilda personer presterar. Temana brottslighet och inrikespolitik har under vissa perioder utgjort framträdande delar av nyhetsrapporteringen och tagit upp samma händelser som i andra länder. Något som dock skiljer rapporteringen i Tyskland från flera andra länder är ett större intresse för det svenska kungahuset.

Tyska medier har under hela året rapporterat om Sverige och coronapandemin, även om intensiteten i rapporteringen har varierat. I början av året började nyhetsmedierna mer än tidigare rapportera om vad som uppgavs vara positiva aspekter av hur Sverige hanterat pandemin. Under sommaren minskade rapporteringen om pandemin men återupptogs under hösten, då främst med fokus på vaccinfrågor, restriktioner och smittspridning.

Rapportering om brottslighet har framförallt förekommit i samband med specifika händelser, som t.ex. mordet på en polis i Göteborg under sommaren. Rapporteringen på temat har övervägande varit neutral och redogörande. En mindre del har varit kritisk och berört gängkriminalitet och skjutningar som ibland beskrivits som ett växande samhällsproblem.¹² Från mitten av hösten minskade rapporteringen om brottslighet, även om mordet på artisten Einár fick uppmärksamhet. I samband med det förekom enstaka kritiska artiklar, t.ex. *Bilds*¹³ artikel med rubriken ”Sverige är Europas farligaste land” i vilken mordet på Einár kopplas samman med en längre tids utveckling av gängkriminalitet i Sverige.

Till skillnad mot andra länder är sport ett relativt litet tema bland det som skapat volymtoppar i tyska sociala medier. I stället har samtal om Sverige och coronapandemin bidragit till flera volymtoppar och Sveriges restriktioner har omnämnts såväl positivt som negativt. Sverige har ibland använts som ett föredöme av personer som är kritiska till

¹¹ DR (2021-11-24): *Politisk kaos i Sverige: Spritny statsminister trækker sig - vil søge ny støtte*, *Ekstra Bladet* (2021-11-25): *Totalt kaos i Sverige: Grotesk*, *Politiken* (2021-11-24): *Voldsomt drama: Svensk statsminister vil træde tilbage efter få timer i embedet*.

¹² *Berliner Zeitung* (2021-09-08), *Schweden: In diesem Jahr schon 35 Menschen bei Schießereien getötet*.

¹³ *Bild* (2021-10-25), *Schweden ist gefährlichstes Land Europas*.

restriktioner. Det har förekommit inlägg som refererar till att Sveriges strategi bygger på eget ansvarstagande och att Tyskland borde följa samma princip. Även Sveriges val av vaccin nämns och jämförs med Tysklands.

Händelser som bidragit till andra volymtoppar var bl.a. ABBA:s lansering av ett nytt album, att Magdalena Andersson valdes till statsminister, och att en tysk medborgare tilldelades Nobelpriset i kemi. Slutligen fick även en bild på ”wall of kindness”, där privatpersoner kan lämna vidare vinterjackor till andra behövande, spridning i tyska sociala medier.

Frankrike

Precis som i andra länder har rapporteringen om Sverige i franska nyhetsmedier i hög grad följt händelseutvecklingen i Sverige vad gäller coronapandemin, brottslighet och svensk inrikespolitik. Brottslighet och sport är de två teman som varit mest framträdande. Vissa månader har något av temana utgjort ungefär hälften av all rapportering om Sverige. I rapporteringen om inrikespolitik samt Sverige och coronapandemin har franska medier haft samma fokus som övriga länder.

På temat brottslighet har främst enskilda händelser i Sverige plockats upp och brottslighet har inte varit ett framträdande tema. Franska medier har dock stundtals rapporterat om gängkriminalitet som uppgetts vara orsaken till problemen med dödskjutningar i Sverige. Under hösten belystes situationen avseende brottslighet i Sverige återkommande av olika franska nyhetsmedier, t.ex. i oktober i samband med mordet på artisten Einár. Mot slutet av året minskade dock rapporteringen om brottslighet.

Som i nästan alla andra länder är sport, däribland fotboll, ett av de största temana i sociala medier. Även coronapandemin har bidragit till volymtoppar och i Frankrike tas Sverige återkommande upp som ett exempel på ett land som inte har infört några hårda restriktioner. Restriktioner har diskuterats och fördelarna med få restriktioner har kommit upp. Majoriteten av de inlägg som skapat mycket samtal kring restriktionsfrågan var positiva till få restriktioner. Även Sveriges beslut att inte ge Modernas vaccin mot covid-19 till personer under 30 år skapade en volymtopp.

Storbritannien

Nyhetsrapporteringen om Sverige i Storbritannien kännetecknas av att en mycket stor del återkommande handlar om sportrelaterade nyheter, särskilt fotboll. Under året har det främst rapporterats om fotbolls-EM. Liksom i Tyskland rapporteras det också mer om det svenska kungahuset än i andra länder. I övrigt har det under året liksom i andra länder framförallt rapporterats om Sverige och coronapandemin, samt under vissa perioder om svensk inrikespolitik och brottslighet.

Brittiska medier fortsatte i början av året att följa Sveriges hantering av coronapandemin. Rapporteringen utgjordes huvudsakligen av redogörande och neutrala nyhetsartiklar. Ibland förekom även opinionstexter, varav en del kritiska. Sverige beskrevs som ett land som valt en annorlunda strategi och som har höga dödstal. Från och med april minskade rapporteringen om Sverige och coronapandemin.

Brottslighet har utgjort en liten del av nyhetsrapporteringen. Precis som i andra länder har fokus legat på enskilda nyhetshändelser, t.ex. mordet på artisten Einár. Det har också, ofta kopplat till enskilda händelser, förekommit kritiska analyser och kommentarer till läget i Sverige. Brå-rapporten som publicerades i maj, och som visade att det dödliga skjutvapenvåldet ökat i Sverige, har ibland tagits upp i rapporteringen om enskilda händelser.¹⁴ Tonaliteten i rapporteringen på temat brottslighet bedöms ha varit neutral till kritisk.

I sociala medier har sport genererat de största volymtopparna i samtalet om Sverige och fotbolls-EM är det som genererat absolut flest inlägg. Mindre volymtoppar förekom kopplat till Sveriges strategi för att hantera coronapandemin. Sverige nämndes bland annat som ett land som haft få restriktioner men som trots detta klarat sig väl. Under Eurovision skapade Sveriges bidrag positiv respons på sociala medier. Bland de enskilda händelser som bidragit till de största samtalstopparna var statsministeromröstningen och Magdalena Anderssons avgång samma dag som hon valts den nyhet som fick minst uppmärksamhet.

Ryssland

Ryskspråkiga medier

Ryssland är ett av de länder där det rapporteras mest om Sverige, sett till antalet artiklar. Sport och internationella relationer var de två största temana i rapporteringen om Sverige. Därutöver har det under perioder även rapporterats om coronapandemin, brottslighet och svensk inrikespolitik. Rapporteringen har varit händelsestyrd och det har i stort sett rapporterats med samma innehåll som i andra länder.

Ryska medier rapporterar löpande på temat internationella relationer, som också utgör en stor del av rapporteringen om Sverige. Detta är specifikt för den ryska medierapporteringen, liksom att den ofta lyfter försvarsrelaterade frågor. Utvecklingen i Sverige och relationen med Ryssland följs noggrant. Återkommande uppges Sverige ingå olika typer av försvarssamarbeten och närma sig Nato, utifrån att Ryssland utgör ett hot. Vad som uppges vara en svensk kritisk hållning gentemot Ryssland illustreras t.ex. genom uttalanden från svenska officiella företrädare. Under året har det rapporterats mycket kring bl. a. ett möte mellan Sveriges utrikesminister Ann Linde och Rysslands utrikesminister Sergej Lavrov samt om Lindes besök i Moskva i egenskap av ordförande i OSSE¹⁵. Tendensen i rapporteringen om Lindes besök var att Lavrov hyllades medan medierna var mer kritiska mot Linde. Den händelse som under sommaren gav upphov till flest artiklar var det bluffsamtal som i slutet av juli genomfördes med Ann Linde av kända ryska bluffmakare. Merparten av artiklarna var kritiska och Sverige uppgavs i rapporteringen kring händelsen ha en konfrontativ linje mot Ryssland.

Brottslighet har generellt utgjort ett litet tema i rapporteringen men var något vanligare under hösten. Olika enskilda händelser plockades upp, exempelvis domen mot en svensk man för industrispionage för Rysslands räkning. I samband med mordet på artisten Einár

¹⁴ Exempel på detta är [The Independent](#) (2021-05-26): *Fatal shootings have risen in Sweden despite fall across Europe, report finds*, [The Independent](#) (2021-08-03), *Sweden shooting: Several people injured in Kristianstad* och [The Telegraph](#) (2021-09-11): *Teenage girl accused of buying 12kg of explosives to blow up corner shop amid Sweden's gang wars*.

¹⁵ OSSE, Organisationen för säkerhet och samarbete i Europa.

rapporterade vissa medier även om ett växande antal dödsskjutningar i Sverige. Rapporteringen på temat brottslighet har generellt varit neutral och redogörande, men kritiska inslag har förekommit.

Engelskspråkiga ryska medier

Det finns likheter mellan rapporteringen om Sverige i ryskspråkiga medier respektive rapporteringen i engelskspråkiga ryska medier, men också skillnader. I båda fallen är internationella relationer och försvarsrelaterade frågor framträdande och rapporteringen har samma inriktning. De engelskspråkiga ryska medierna har dock även ett tydligt fokus på samhällsfrågor, invandring samt brottslighet. De två senare uppges ofta hänga samman.

Rapporteringen på temat samhälle har en bred ansats. Budskapet är dock ofta att Sverige utvecklas åt fel håll vad gäller värderingar, invandring och brottslighet. En stor migration till Sverige är något som återkommande uppges bidra till att Sverige utvecklas åt fel håll och det uppges finnas en koppling mellan brottslighet, t.ex. skjutningar, och invandring. Olika händelser får exemplifiera vad som uppges vara en negativ utveckling. Det har bl.a. rapporterats om att Skatteverket numera använder könsneutralt språk vad gäller vem som föder barn, något som uppges utgöra en del i Sveriges strävan mot könsneutralitet. Ett annat exempel är att Nationalmuseum uppges ha satt upp varningstexter vid konstverk, vilket ses som ett tecken på att Sverige är på väg mot en fullständig ”woke makeover”.¹⁶ Kritiska röster från Sverige citeras ofta i rapporteringen kring migrationsfrågor, men även mer neutrala röster.

I ryska sociala medier bidrog sport, specifikt fotboll samt till en mindre del ishockey och konståkning, till de största volymerna i samtalet om Sverige. Att svenska diplomater närvarade vid rättegången mot oppositionspolitikern Aleksej Navalnyj, utvisandet av svenska diplomater från Ryssland, samt mötet mellan USA och Ryssland om Ukraina i Stockholm, där Sveriges utrikesminister träffade sin ryska motsvarighet, är de enskilda händelser som bidragit till att skapa de största samtalen om Sverige i sociala medier. Vidare förekom även samtalstoppar med anledning av Lars Vilks död, Nobelpriset i litteratur, och att ABBA släppt ny musik, liksom inlägg om ett sjöslag 1714 under det Stora nordiska kriget.

USA

I USA är ekonomi och näringsliv ett framträdande tema i nyhetsrapporteringen om Sverige, vilket skiljer den amerikanska rapporteringen från den i andra länder. Även Sverige och coronapandemin och sport har varit framträdande teman delar av året. Under ett par sommarmånader handlade så mycket som hälften av all rapportering om Sverige om sport. Under vissa perioder har det även rapporterats om svensk inrikespolitik och brottslighet, men rapporteringen på dessa teman har inte varit lika omfattande sett till antalet artiklar, eller lika detaljerad som i en del andra länder. Det har dock inom alla teman förekommit kommentarer och analyser av läget i Sverige.

Under maj utgjorde rapporteringen på temat ekonomi och näringsliv en tredjedel av rapporteringen om Sverige. Ett återkommande fokus var nyheter om enskilda svenska

¹⁶ [Russia Today](#) (2021-06-21): *Backlash as Swedish National Museum slaps racism and sexism warnings on Classic Art.*

bolag. I rapporteringen märks dock även ett intresse för mer övergripande trender och svenska innovativa lösningar inom hållbarhetsområdet, och det har rapporterats om t.ex. investeringar i grön stålproduktion i norra Sverige och Northvolts batteriproduktion.

Brottslighet var ett tydligt tema i den amerikanska rapporteringen bara i början av hösten. Rapporteringen handlade huvudsakligen om olika enskilda händelser och det rapporterades bl.a. om mordet på artisten Einár. Samtidigt lyftes återkommande situationen i Sverige vad gäller gängkriminalitet och förekomsten av dödligt skjutvapenvåld. Det hänvisades ibland till den Brå-rapport som angett att andelen dödsfall i Sverige som kan härledas till skjutningar är mer än dubbelt så hög som genomsnittet i 22 andra europeiska länder.

Samtalet om Sverige i USA är betydligt mer omfattande än i andra länder och sport bidrog till de flesta volymtopparna. Fotbolls-EM fick betydligt mer uppmärksamhet än någon annan enskild händelse. Även EM i konståkning och fotboll under OS i Japan genererade många inlägg. Utöver sport var Sveriges beslut att pausa användningen av Modernas vaccin mot covid-19 den händelse som genererade flest samtal under året. Vidare skapades volymtoppar i samband med att senator Bernie Sanders använde Sverige som ett positivt exempel i en inrikespolitisk debatt i USA. Sverige användes som ett exempel på ett land med bra sjukvård, föräldraledighet, semester och pension. Valet av Magdalena Andersson till Sveriges första kvinnliga statsminister, liksom nyheten om hennes avgång, fick också en större mängd uppmärksamhet i sociala medier. Kopplat till diskussioner om vaccinationsintyg bidrog inlägg om att svenskar frivilligt implanterat microchip till en volymtopp.

Sverige i internationell jämförelse

Avsnittet syftar till att ge en övergripande bild av hur Sverige står sig i jämförelse med andra länder med utgångspunkt i områden som är viktiga för Sverigefrämjandet som helhet. Det handlar om internationella jämförelser som exempelvis belyser aspekter av:

- Sverige som land, exempelvis med avseende på samhällsutveckling och demokrati
- Sverige i en global kontext, däribland hur Sverige agerar och bidrar inom ramen för global hållbar utveckling
- Sveriges förutsättningar att interagera med omvärlden och konkurrera i en global kontext, vilket t.ex. avser innovationsförmåga och det svenska näringslivets konkurrenskraft men även sådant som berör kompetens och talangattraktion

Vilken aktör eller organisation som står bakom undersökningen, liksom den eller de metoder som används, påverkar valet av vilka index som följs.¹⁷

Att kontinuerligt följa hur Sverige rankas kan tjäna syftet att identifiera vilka områden där Sverige har tydliga styrkor liksom områden där det finns potential att utveckla Sverigefrämjande och som är av relevans för internationellt samarbete. Sveriges placering i olika jämförelser bör ses i förhållande till att även andra länder utvecklas, innoverar och ställer om. Genomgången visar generellt på antingen oförändrad eller företrädesvis mindre förändringar i Sveriges placering jämfört med föregående år.

Samhälle och demokrati

Liksom tidigare nämnts är olika aspekter av hur det svenska samhället uppfattas det område inom vilket Sveriges relativa styrkor, också i förhållande till andra länder, finns. Det gäller också i förhållande till andra aspekter som bidrar till att bygga ett lands nationsvarumärke. Sverige har utvecklats från ett av Europas ekonomiskt mest ojämlika länder i slutet på 1800- och början av 1900-talet till att idag vara ett av världens mest jämlika, även om inkomstojämlikheten ökat sedan 1980-talet.¹⁸ Att Sverige står starkt sett till olika dimensioner av samhällsutveckling speglas också i placeringar i olika internationella jämförelser där Sverige återfinns bland de främst rankade länderna i både en europeisk och en global kontext.

I en jämförelse av OECD-länderna sett till övergripande välmående, där olika aspekter vägs samman, placeras Sverige på den övre delen av jämförelsen där miljö, arbete, hälsa och livskvalitet är exempel på områden där Sverige presterar väl medan inkomst ett område där Sverige, relativt andra aspekter, rankas lägre.¹⁹ Utifrån politiska och medborgerliga rättigheter tillhör Sverige de länder som bedöms vara fria.²⁰

¹⁷ Undersökningar och index av relevans men som inte har uppdaterats för 2021 har utgått i redovisningen.

¹⁸ Waldenström, D. (2020), *Perspektiv på den ekonomiska ojämlikheten i Sverige*. Ekonomisk debatt nr 4, årgång 48; World Inequality Lab (2021), *World Inequality Report 2022*.

¹⁹ OECD (n.d.), *OECD Better Life Index*.

²⁰ Freedom House (2021), *Freedom in the world 2021. Sweden*.

Index	Källa	Placering 2021	Antal jämförda länder	Utveckling sedan föregående år
<u>Global Gender Gap</u>	World Economic Forum	5	156	-1
<u>Gender Equality Index</u>	European Institute for Gender Equality	1	27	oförändrad
<u>Global Democracy Index</u>	Economist Intelligence Unit	4	167	-1
<u>World Press Freedom Index</u>	Reportrar utan gränser	3	180	+1
<u>World Happiness Report</u>	Sustainable Development Solutions Network m.fl.	7	149	oförändrad

Tabell 2. Urval av index som jämför länder med avseende på samhälle och demokrati.

Klimat och hållbarhet

Av de frågor som kräver gemensamma lösningar utgör klimat och hållbarhetsområdet ett tydligt identifierat sådant. Klimatutmaningen är gemensam för samtliga länder även om konsekvenserna inom klimat- och miljöförändringar i olika grad påverkar befolkningen i olika delar av världen.

I internationella jämförelser där länder rankas utifrån hur de på olika sätt bidrar till de globala hållbarhetsmålen, arbetar med att främja global utveckling eller bidrar inom klimatarbete, återfinns Sverige, tillsammans med företrädesvis länder i Västeuropa, bland de främst rankade.

Index	Källa	Placering 2021	Antal jämförda länder	Utveckling sedan föregående år
<u>Sustainable Development Goals Index</u>	Sustainable Development Solutions Network/ Bertelsmann Foundation	2	165*	-1
<u>Commitment to Development Index</u>	Center for Global Development	1	40	oförändrad
<u>Climate Change Performance Index</u>	Germanwatch/CAN International/ New Climate Institute	4**	61	oförändrad

Tabell 3. Urval av index som jämför länder med avseende på klimat och hållbarhet.

* De 193 medlemsstaterna i FN ingår i jämförelsen men många länder tilldelas inte någon ranking, varför de länder som rankas uppgår till 165.

** Placeringarna 1–3 innehas inte av något land.

Innovation, näringsliv och konkurrenskraft

Då Sverige är ett i internationell jämförelse litet land är Sverige tydligt beroende av vad som händer i vår omvärld. Såväl stora svenska företag som mindre nystartade företag inom inte minst teknikbranschen är tydligt integrerade i globala värdekedjor och verkar inom branscher där konkurrensen är global. Sverige har en lång tradition av att verka för frihandel och för en öppenhet mot omvärlden, vilket tillsammans med innovation och teknisk utveckling bidragit till ekonomisk tillväxt och välstånd och att Sverige idag tillhör världens rikaste och mest konkurrenskraftiga ekonomier.

Flera globala och europeiska jämförelser ger vid handen att Sverige tillhör världens ledande ekonomier sett till innovation och konkurrenskraft. Detta är viktigt för att Sverige ska kunna fortsätta utvecklas och erbjuda medborgarna en hög välståndsnivå, och även kunna bidra till en utveckling globalt genom innovativa lösningar på både nuvarande och framtida utmaningar.

Index	Källa	Placering 2021	Antal jämförda länder	Utveckling sedan föregående år
European Innovation Scoreboard	EU-kommissionen	1	27	oförändrad
Global Innovation Index	Cornell University/INSEAD/ World Intellectual Property Organization	2	132	oförändrad
World Competitiveness Ranking	IMD Institute for Management Development	2	64	+4
World Digital Competitiveness Ranking	IMD Institute for Management Development	3	64	+1
Network Readiness Index	Portulans Institute	2	130	-1
Digital Economy and Society Index	EU-kommissionen	3	27	-1
Corruption Perceptions Index	Transparency International	4	180	oförändrad*

Tabell 4. Urval av index som jämför länder avseende innovation, näringsliv och konkurrenskraft.

* Avser oförändrad sett till tilldelat värde i rankingen. Sverige innehar delad fjärde plats tillsammans med Norge och Singapore.

Talang och kompetens

En välutbildad befolkning påverkar ett lands sociala och ekonomiska välstånd. Utbildning är avgörande för att individer ska erhålla kunskaper, färdigheter och kompetenser som är nödvändiga för att delta i såväl arbetsliv som samhällsliv.²¹ Investeringar på humankapital har således bidragit till att Sverige utvecklats till ett modernt samhälle med ett konkurrenskraftigt näringsliv.

Det svenska utbildningssystemet erbjuder alla medborgare en kostnadsfri utbildning. I jämförelse med andra OECD-länder finansieras utgifterna i olika delar av utbildningssystemet i högre grad av offentliga medel.²² Sverige har en generellt sett hög utbildningsnivå genom att 44 procent av befolkningen mellan 25 och 64 år studerat vidare efter gymnasiet. Närmare tre av tio, 29 procent, är högutbildade, vilket motsvarar en eftergymnasial utbildning på tre år eller mer.²³

Index	Källa	Placering 2021	Antal jämförda länder	Utveckling sedan föregående år
World Talent Ranking	IMD Institute for Management Development	2	64	+3
Global Talent Competitiveness Index	INSEAD	5	134	-1

Tabell 5. Urval av index som jämför länder med avseende på talang och kompetens.

²¹ OECD (2021), *Better Life Index. Education*. Sweden.

²² OECD (2021), *Education at a Glance*. Sweden.

²³ SCB (2021), *Utbildningsnivån i Sverige*.

Sammanfattande kommentarer

2021 var ett år som till stor del fortsatte att präglas av coronapandemin, även om samhällen världen över i olika grad öppnat upp under året. Rapporteringen om Sverige internationellt hade initialt fortsatt fokus på pandemins utveckling i Sverige och Sveriges hantering av pandemin. Senare under året har nyhetsrapporteringen präglats av att olika större evenemang och idrottsarrangemang som sommar-OS och fotbolls-EM. Idrottssammanhang tenderar att generera mycket internationell nyhetsrapportering generellt, och så även om Sverige.

Bilderna av Sverige hos en allmänhet utomlands förändras långsamt och grundas i uppfattningar om det svenska samhällsstyret som kompetent och ärligt, och att medborgares rättigheter respekteras. Sverige uppfattas som ett land som bidrar till det gemensamma bästa internationellt med avseende på fattigdomsbekämpning, fred och säkerhet och klimatet. Sverige ses också som ett intressant land att arbeta, bo och investera i. Även om Sverige rankas relativt lägre med avseende på hur allmänheten uppfattar Sverige inom turism och kultur, är Sverige som turistdestination attraktivt bland målgrupper utomlands.

Utifrån SI:s befintliga kunskap om bilderna av Sverige utomlands, och de studier som genomförts under året, gör SI samma bedömning som tidigare; bilderna av Sverige är fortsatt goda, och uppfattningen om Sverige hos den breda allmänheten är stabil över tid.

Mediebilderna av Sverige

Hur Sverige porträtteras i den internationella nyhetsrapporteringen och i sociala medier är relevant att följa utifrån att stora delar av allmänheten i andra länder på detta sätt nås av information om Sverige. Även om människors bilder av andra länder tenderar att vara stabila, och det brukar finnas en skillnad mellan Sverigebilderna och mediebilderna av Sverige, så kan olika intryck från nyhetsrapportering och sociala medier bidra till att bygga på, bekräfta eller utmana människors befintliga bild av Sverige.

Nyhetsrapporteringen är händelsestyrd och medierna fokuserade på utvecklingen av coronapandemin i Sverige, avseende t.ex. smittspridning, och även på Sveriges hantering av pandemin. Däremot har rapporteringen inte varit i samma omfattning inriktad på detta tema som under 2020. Det har förekommit såväl mer kritiska som positiva kommentarer till Sveriges strategi, med viss tyngdpunkt på det senare. I den norska och danska rapporteringen analyserades ofta konsekvenserna av Sveriges agerande för de egna länderna.

I takt med pandemins utveckling blev dock andra teman än coronapandemin mer framträdande i rapporteringen. Sport, som alltid brukar vara ett stort tema, hamnade återigen mer i fokus och det rapporterades om Sveriges deltagande och prestationer i olika idrottssammanhang. Rapporteringen om sport brukar utgöra runt 30 procent av den totala rapporteringen om Sverige och bidrar på så sätt till att sätta Sverige, enskilda idrottsmän och svenska prestationer på kartan.

Ett tema som under vissa perioder varit framträdande i rapporteringen om Sverige internationellt är brottslighet. Rapporteringen har inkluderat redogörande artiklar som tagit upp aktuella händelser, men även kritiska analyser av läget i Sverige. Mest omfattande har rapporteringen varit i de nordiska länderna och särskilt i Danmark och Norge. Där har rapporteringen även varit mer kontinuerlig, djupgående, och i högre utsträckning än i andra länder inkluderat analyser av läget i Sverige. Det gäller även ländernas rapportering om Sverige inom andra teman, t.ex. inrikespolitik, som man följer noggrant. En slutsats är att intresset för utvecklingen i Sverige, föga förvånande, är särskilt stort i Norden.

Ibland knyter nyhetsrapporteringen internationellt an till narrativ om Sverige, i vilka Sverige redan porträtteras på ett visst sätt, och ibland knyter rapporteringen an till en inrikespolitisk diskussion i det egna landet. Detta förekommer i något högre utsträckning i de nordiska länderna, t.ex. när det gäller rapporteringen om brottslighet i Sverige. Även i Ryssland finns tydliga linjer i rapporteringen om Sverige kring försvarsfrågor och internationella relationer. Detta är en skillnad jämfört med rapporteringen om Sverige i t.ex. USA, Frankrike och Storbritannien där intresset för Sverige tycks vara något mindre utifrån att rapporteringen vanligen inte är lika djupgående och främst knyter an till aktuella händelser. Tyskland är det land som rankar Sverige högst i Nation Brands Index (NBI) och i tyska mediers bevakning av Sverige går det ibland att ana en förvåning när händelser i Sverige utmanar den positiva "Bullerbyn"-bilden.

I sociala medier har stora volymtoppar i samtalet om Sverige framför allt uppstått i samband med idrottshändelser, som precis som i nyhetsrapporteringen är ett stort tema. Coronapandemin skapade mycket engagemang i samtalet om Sverige i vissa länder särskilt under andra hälften av 2021, till skillnad från publiceringar i internationella nyhetsmedier, vari Sverige och pandemin utgjorde ett tydligt tema främst under början av 2021. Bland annat har frågan om restriktioner diskuterats och Sverige har ibland använts som ett positivt exempel på ett samhälle som inte infört alltför långtgående restriktioner. På sikt kan informationen tillsammans med andra data bidra till en bättre förståelse för hur bilden av Sverige utomlands skapas och utvecklas.

En fortsatt stabil och positiv bild

På en övergripande nivå är bilden av Sverige fortfarande positiv och stabil. Då olika länders nationsvarumärken rankas i NBI är Sveriges fortsatt bland de tio främsta länderna och rankas på plats 9 av 60 länder. Likt tidigare år är bilden av Sverige hos en global allmänhet fortsatt god; två tredjedelar av respondenterna i NBI uppger att de har en fördelaktig bild av Sverige. Det innebär att andelen som uppger att de har en fördelaktig bild är oförändrad från föregående år. Uppfattningen om Sverige bland en allmänhet utomlands har därmed successivt stärkts något över tid, även om resultaten endast visar på små skillnader mellan enskilda år.

Det kan antas att en generellt positiv uppfattning om Sverige hos en allmänhet utomlands även återfinns bland mer specifika målgrupper ur allmänheten eller bland de som har en mer ingående kännedom om Sverige. Exempelvis ger resultaten av undersökningen av

kinesiska Sverigealumner stöd för detta liksom även framkom av resultat från Sverigebildsundersökningen bland representanter på viktiga utlandsmarknader för vilka särskilda aspekter av hur Sverige uppfattas är viktiga. Deras uppfattning om Sverige är i stort överensstämmande med de områden som står i fokus för strategin för Sverige bilden i utlandet och synen på svenska företag och lösningar, liksom de ramvillkor och förutsättningar som Sverige erbjuder, är – om än till varierande grad kända – övergripande positiv.

Även om undersökningen om bilden av Sverige bland unga i Kina och bland kinesiska Sverigealumner ger stöd för att den övergripande attityden till Sverige är positiv kan, vilket också framkommit av undersökningen, en positiv samvariation mellan kännedom om Sverige och bilden Sverige inte tas för given. En parallell från resultat i den kinesiska kontexten kan dras till resultat från tidigare genomförda undersökningar i andra länder, t.ex. i Norden. Också där framkom att en högre kännedom om Sverige kan medföra att individers uppfattning om Sverige kan förstärkas i såväl positiv som negativ bemärkelse.

Samhällsstyre är Sveriges främsta styrkeområde

Av 2021 års genomförda studier av Sverige bilden framgår att samhällsstyre fortfarande är det område som till stor del formar uppfattningen om Sverige hos den breda allmänheten. Samhällsstyre är Sveriges styrkeområde såväl i relation till andra länder som när det gäller andra aspekter av vad som konstituerar länders nationsvarumärken. Sverige innehar tredjeplatsen av 60 jämförda länder i Nation Brands Index i synen på samhällsstyre, och rankas bland de främsta sett till att agera inom fred och säkerhet, miljö och klimat och fattigdomsbekämpning.

I internationella jämförelser är Sverige bland de främst rankade länderna inom områden som på olika sätt har bäring på samhällsutvecklingen, exempelvis jämställdhet, demokrati och pressfrihet, liksom med avseende på länders arbete inom klimat och hållbarhet och i bidraget till en hållbar global utveckling.

Tydligt intresse för att arbeta och bo i Sverige

Förutom samhällsstyre är även synen på Sverige som land att bo och arbeta i, och att investera i, bidragande till Sveriges överlag höga placering. Intresse för Sverige som land att arbeta och bo i samt att handla med manifesteras bl.a. genom Sveriges placering på fjärde plats i NBI när det gäller attraktion av talang och investeringar. Även resultaten av undersökningen om uppfattningen om Sverige i Kina visar att betydande andelar av unga kineser och tidigare Sverigealumner uppfattar att Sverige är attraktivt som land att bo och arbeta i, liksom att studera i.

Sverige är intressant som handels- och investeringsnation och inom turism

Sverige har en framskjuten placering i olika jämförelser av områden som är relevanta för främjandet. Kompetens och utbildning är faktorer som spelar roll för bl.a. investeringar i ett land, förutom att det kan bidra till att utveckla produkter med högt förädlingsvärde som kan vara intressanta på olika exportmarknader. En överlag god utbildningsnivå bland befolkningen, utvecklad digital och teknisk kompetens och utbredd digitalisering bidrar till

att Sverige kan vara attraktivt för bland annat investeringar. Därtill är Sverige ett av de mest konkurrenskraftiga och innovativa länderna globalt, vilket mäts i olika internationella jämförelser, och det inom EU mest innovativa landet, vilket bidrar till ett internationellt intresse för svenska produkter och lösningar. Av den genomförda analysen av målgrupper för handel- och investeringsfrämjande framgår att Sverige uppfattas som ett intressant land att handla med, med ett innovativt näringsliv som ligger i framkant inom exempelvis hållbarhet, samt att Sverige som investeringsland uppfattas erbjuda stabila förutsättningar och ramvillkor, vilket är viktigt när affärsbeslut ska fattas.

Också som turistdestination finns ett tydligt intresse för Sverige, även om Sverige i NBI förvisso uppvisar en av sina jämförelsevis lägsta placeringar – plats 13 av 60 länder.

Sverige kompetent inom miljö och hållbarhet

Från tidigare genomförda studier har framkommit att hållbarhet och miljö utgör några av de områden som respondenter återkommande tenderar att associera med Sverige.²⁴

Hållbarhet, i vid bemärkelse, är ett område där Sverige presterar väl i relation till andra länder och är en parameter som bidrar till Sveriges placering i NBI-rankningen.

Sverigebildsundersökningen i Kina ger även den stöd för att klimat- och hållbarhetsfrågor är något som respondenterna uppfattar att Sverige har relevanta kunskaper och erfarenheter inom. Att klimat, miljö och hållbarhet är frågor som samtliga världens länder delar utmaningar inom kan det faktum att Sverige tydligt associeras med dessa frågor bidra till att Sverige och svenska aktörer uppfattas intressanta att samverka med.

Fortsatt stora skillnader i kännedom mellan länder och målgrupper

Resultaten av NBI 2021 visar att en global allmänhet rankar Sverige lägre med avseende på kännedom, plats 19 av 60 länder, relativt den övergripande uppfattning som en global allmänhet har av Sverige, där Sverige rankas på plats 9 av 60 länder. Kännedomen om Sverige varierar dock mellan länder och kontexter. Högst andel respondenter som anger att de har kännedom om Sverige finns i Polen där närmare nio av tio respondenter har kännedom om Sverige. Även i Indien och Ryssland känner höga andelar av respondenter bland allmänheten, cirka åtta av tio, till Sverige. Värt att notera är att de nordiska grannländerna inte finns med i undersökningen. I den undersökning av Sverigebilderna som genomfördes specifikt i Kina uppger knappt hälften av de tillfrågade unga att de har kännedom om Sverige, medan övriga uppger att de har begränsad kännedom (37 procent) eller bara känner till Sverige vid namn (17 procent).

Kännedomens roll beroende på sammanhang

Det finns skillnader i kännedomen om Sverige bland specifika målgrupper. Till exempel är kunskapen om Sverige och svenska erbjudanden hög inom näringslivet i närliggande marknader och i Tyskland. Sverige har sedan länge en nära relation till grannländerna, med fri rörlighet av varor och integrerade arbetsmarknader. Tyskland är, tillsammans med

²⁴ Se exempelvis Svenska institutet (2019), *Bilderna av Sverige i Amerika* samt Svenska institutet (2021), *Bilderna av Sverige i Ryssland* respektive *Bilderna av Sverige i Central- och Östeuropa*.

Norge, Sveriges viktigaste handelspartner och relationerna är breda och har etablerats över lång tid. Kännedomen om vad Sverige kan erbjuda är däremot lägre bland representanter för näringslivet på stora marknader som USA, Frankrike och Storbritannien.

Inom många verksamheter finns stora behov av rekrytering och talanger, inte minst i takt med att behoven av kompetens inom exempelvis digitalisering och hållbar omställning ökar. Det är en utmaning för Sverige att i konkurrens med andra länder attrahera spetskompetens till landet och till svenska företag.

En Sverigebild i förändring?

Tidigare har kunnat noteras att större kunskap eller kännedom om Sverige tycks hänga ihop med en mer positiv bild. Men studier som genomförts de senaste åren visar att mycket hög kännedom om Sverige påverkar individens uppfattning om Sverige i såväl positiv som negativ riktning. I vilken utsträckning medierapporteringen påverkar allmänhetens bild av Sverige är svårt att belägga. När en allmänhet tillfrågas om deras bild av Sverige har förändrats det senaste året uppger de allra flesta att deras bild är oförändrad. Sedan tidigare har noterats att det i Norden är en högre andel respondenter som uppger att de fått en förändrad bild, och att bilden är företrädesvis försämrad.²⁵ Respondenterna uppger bland annat att aktuella samhällsutmaningar är anledningar till en förändrad bild.

Bilden av Sverige i Norden är dock fortfarande mycket positiv. De med allra mest kännedom om Sverige har ofta en mer flerdimensionell uppfattning om Sverige och kan också vara kritiska till vissa aspekter i det svenska samhället, samtidigt som man kan notera att bilden av Sverige inom exempelvis hållbarhet kan förstärkas till det positiva. Det stämmer överens med att bilden av Sverige bland Sverigealumnerna, som kan antas ha en generellt högre kunskap än unga kineser i allmänhet, i större utsträckning menar att deras bild av Sverige förändrats såväl till det bättre som till det sämre. Egna erfarenheter påverkar och fördjupar en individs uppfattning om Sverige.

Det finns ett fortsatt behov att bättre förstå vad som formar bilden av ett land, samt hur olika mekanismer samverkar, t.ex. hur individens perception påverkas av rapporteringen i olika medier, av olika inneboende egenskaper och värderingar, samt på vilket sätt dessa är föränderliga på individ- och gruppnivå över tid.

Implikationer för Sverigefrämjandet

Mot bakgrund av den generellt goda Sverigebilden och att kunskapen om Sverige hos olika målgrupper varierar, finns en potential för främjandet att på olika sätt bidra till fördjupade relationer mellan Sverige och målgrupper i olika länder. En ökad kännedom hos allmänheten kan stärka bilden av Sverige eftersom ökad kännedom överlag har en positiv inverkan på bilden av Sverige vilket därigenom kan stärka resiliensen i Sverigebilden.

Insatser för att öka kunskapen om vilka lösningar och produkter som svenska företag kan erbjuda är viktiga för målgrupper som exempelvis för handelsfrämjande, med fokus på

²⁵ Se exempelvis Svenska institutet (2021), *Bilden av Sverige i Norden*.

viktiga marknader, liksom att lyfta fram vad Sverige erbjuder inom områden där kännedomen är lägre. I länder där kännedomen om vad Sverige kan erbjuda redan är hög kan insatser inriktas på att ytterligare fördjupa kontakter och samarbeten. Att ta fasta på att också det nordiska varumärket är starkt och i stor utsträckning överlappar med de värden som Sverige associeras med kan vara ett område att nyttja i främjandearbetet.

Källförteckning

Freedom House (2021), *Freedom in the world 2021. Sweden*

Ipsos (2021), *Nation Brands Index 2021*

OECD (n.d.), *Better Life Index*

OECD (2021), *Better Life Index. Education. Sweden*

OECD (2021), *Education at a Glance 2021. Sweden*

SCB (2021), *Utbildningsnivån i Sverige*

Svenska institutet (2019), *Bilden av Sverige i Amerika*

Svenska institutet (2021), *Omvärldens bild av Sverige – Sveriges position i Nation Brands Index 2021*

Svenska institutet (2021), *Sverigebilder i Kina*

Svenska institutet (2021), *Bilden av Sverige på viktiga utlandsmarknader*

Svenska institutet (2021), *Bilden av Sverige i Norden*

Svenska institutet (2021), *Bilden av Sverige i Ryssland*

Svenska institutet (2021), *Bilden av Sverige i Central- och Östeuropa*

Waldenström, D. (2020), *Perspektiv på den ekonomiska ojämlikheten i Sverige.*
Ekonomisk debatt, nr 4, årgång 48

World Inequality Lab (2021), *World Inequality Report 2022*
