

Bilden av Sverige utomlands 2022

Årsrapport från Svenska institutet

Diarienummer: 00122/2023

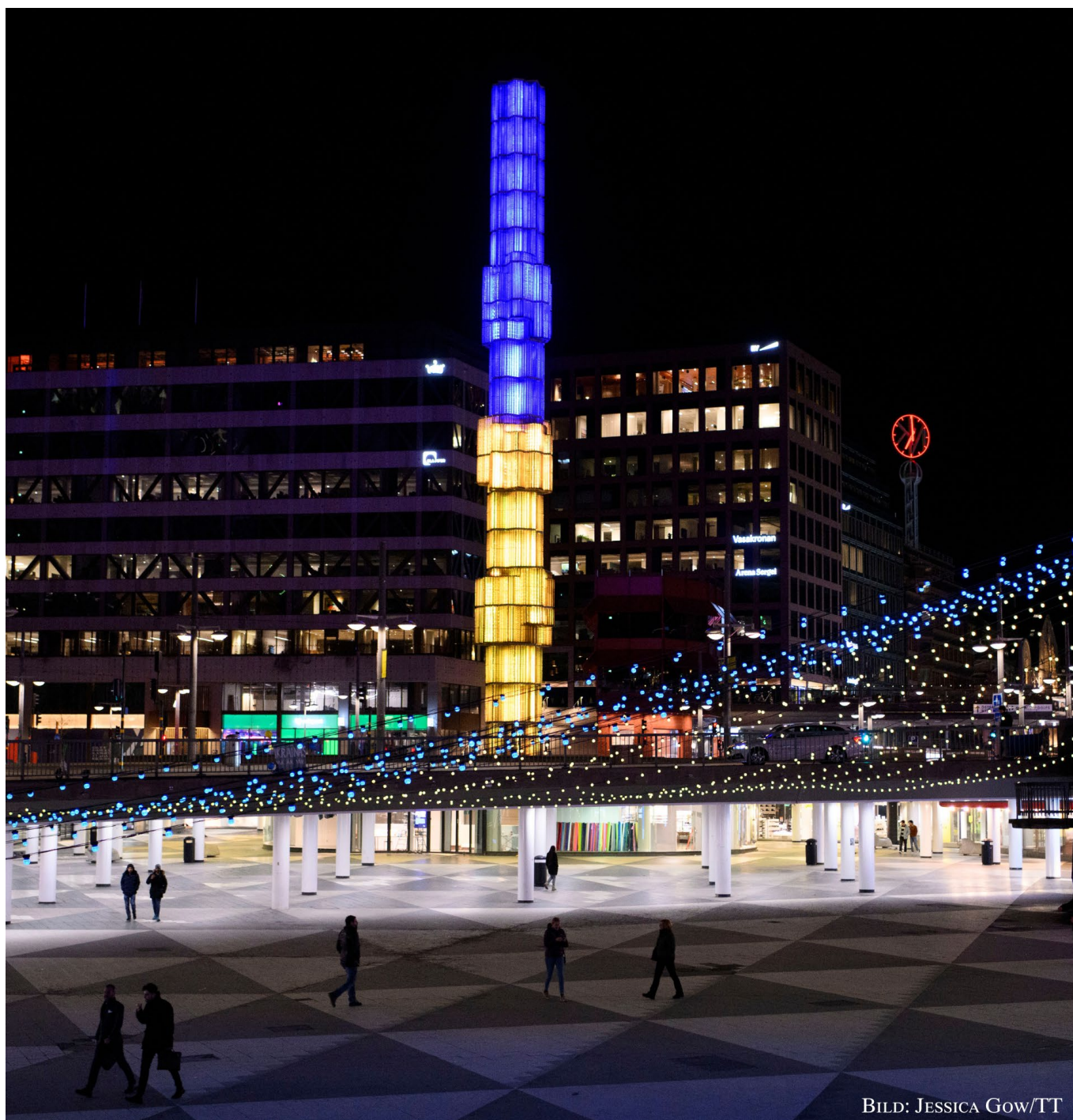


BILD: JESSICA GOW/TT

Svenska institutet (SI) är en myndighet med uppdrag att skapa intresse och förtroende för Sverige utomlands. Vi arbetar med Sverige-främjande, samarbete i Östersjöregionen och global utveckling

SI. Svenska institutet

Innehåll

| | |
|--|----|
| Förord | 3 |
| Sammanfattning..... | 4 |
| Framträdande händelser 2022..... | 7 |
| I fokus: Sveriges Natoansökan, tre mediala händelser och svenska samhällsutmaningar .. | 14 |
| Slutsatser..... | 21 |
| Årets rapporter..... | 24 |
| Bilaga 1: Sveriges position i internationella index..... | 25 |

Förord

Svenska institutet (SI) är en myndighet med uppdrag att skapa intresse och förtroende för Sverige utomlands. För att kunna bygga relationer med omvärlden behöver vi förstå hur Sverige kan vara intressant som samarbetspart. 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 2022.

Medierapporteringen om Sverige 2022 behöver ses i ljuset av det nya världsläget. Rysslands fullskaliga invasion av Ukraina är den mest omvälvande händelseutvecklingen i Europa sedan det kalla krigets slut. De ekonomiska konsekvenserna av kriget har varit omfattande och den tidigare säkerhetsordningen i Europa har upphört.

De säkerhetspolitiska spänningarna har bland annat visat sig i att Sverige har varit föremål för en informationspåverkanskampanj. Kampanjen mot svensk socialtjänst rörande Lag om vård av unga (LVU) är allvarlig och visar att det finns starka intressen som vill påverka bilden av Sverige i en negativ riktning. Under året har även andra budskap som ifrågasätter öppenheten och jämlikheten i vårt samhälle fått genomslag. Rapporteringen om Sverige i internationella medier har präglats av Sveriges väg mot ett Natomedlemskap. Även skildringar av utmaningar kopplade till gängbrottslighet har varit framträdande.

Vi kan konstatera att samtalet om Sverige haft en hög exponering och väckt såväl engagemang som starka reaktioner. En fråga som myndigheten ofta får är i vilken utsträckning det senaste årets mediehändelser påverkat omvärldens bild av Sverige. Våra analyser av 2022 visar att det svenska nationsvarumärket på ett övergripande plan fortsatt är starkt och att bilden av Sverige utomlands generellt är god. Men mot bakgrund av senaste årets medierapportering kan den inte tas för given – vi noterar att Sverige tappar placeringar i vissa länder.

För att stärka Sverige finns behov av att både öka kännedomen om Sverige internationellt och att intensiviera arbetet för att attrahera människor att på egen hand uppleva Sverige – som turist, för studier och jobb, inom kulturutbyten eller i affärssammanhang. Att ha egna erfarenheter av ett land skapar ofta en positiv bild som varar livet ut.



Madeleine Sjöstedt

Generaldirektör

Sammanfattning

Uppfattningen om Sverige utomlands

SI:s studier visar att bilden av Sverige generellt är mycket positiv och förändras långsamt. Kunskapen om Sverige är dock fortfarande låg. Sveriges styrkeområden är samhällsstyre, miljö- och klimatskydd och livskvalitet. Sverige rankas högt inom dessa områden och anses vara ett kompetent styrt land med hög grad av jämlikhet och rättvisa. Sverige är också attraktivt för talanger och investeringar, och rankas högt inom områden som export, innovation och utbildning.

Bilden av Sverige har under året förbättrats mest i Polen och försämrats mest i Kina och Ryssland, och det finns också en försämrad uppfattning i Turkiet. En förklaring kan vara synen på Sveriges agerande i samband med kriget i Ukraina och Sveriges ansökan om medlemskap i Nato.

Publiceringar om Sverige

Under 2022 dominerades den internationella medierapporteringen av kriget i Ukraina och Sveriges ansökan om Natomedlemskap fick stor uppmärksamhet utomlands. Sveriges process mot Natomedlemskap bidrog till att landet omnämndes mer i medier utomlands än 2021.

Under året fick flera händelser i Sverige uppmärksamhet internationellt.

Koranbränningarna och de så kallade påskupploppen väckte starka reaktioner och ledde till en polariserad diskussion om värderingar som yttrandefrihet och religionsfrihet. Riksdagsvalet och Sverigedemokraternas framgång fick också stor uppmärksamhet och jämförelser gjordes med den politiska utvecklingen i andra länder. Läckorna på gasledningarna Nord Stream 1 och 2 i september uppmärksammades, särskilt eftersom de inträffade i en svensk ekonomisk zon i Östersjön.

Utöver detta spreds den största informationspåverkanskampanjen riktad mot Sverige dittills, den så kallade LVU-kampanjen, med syfte att skada Sveriges anseende genom felaktig information om kidnappning av muslimska barn.

Under 2022 har brottslighet i Sverige, speciellt gängkriminalitet, fortsatt att få uppmärksamhet. Pandemihanteringen fick stor uppmärksamhet tidigare år, men 2022 har pandemirelaterade frågor fått mycket begränsat utrymme i medierna.

Övergripande bedömning av bilden av Sverige

Utvecklingen av bilden av Sverige ska ses i ljuset av en alltmer polariserad värld. Bilden av Sverige är positiv hos allmänheten i andra länder, men det finns vissa förändringar när man ser mer detaljerat på specifika frågor, länder eller målgrupper. Till exempel har Sveriges ställningstagande i samband med kriget i Ukraina och ansökan om Natomedlemskap påverkat hur vissa länder ser på Sverige. Dessutom har det blivit alltmer uppenbart att det finns aktörer som vill skada Sveriges anseende genom informationspåverkanskampanjer och desinformation.

Inledning

Flera faktorer bidrar till bilden av ett land. För Sverige har en central faktor för en stark och positiv bild varit uppfattningen att det svenska samhället och samhällsstyret är stabilt och demokratiskt. Sverige ses också som ett land som på ett positivt sätt bidrar internationellt, som en demokratisk röst och aktör. Sverige anses också bidra till fred och säkerhet, det globala klimatarbetet och fattigdomsbekämpning. Sverige, som är ett litet exportorienterat land, uppfattas också som innovativt och modernt, och många känner till stora svenska företag. Sverige har en stark identitet, trots att kännedomen om Sverige är relativt låg i många delar av världen.

Året 2022 kom att präglas av Rysslands fullskaliga invasion av Ukraina vilket utmanade den etablerade säkerhetsordningen. De ekonomiska konsekvenserna av kriget skapade oro globalt. Demokratin har sedan flera år varit på tillbakagång i världen och Ukrainas kamp för oberoende har visat behovet av att stå upp för en demokratisk världsordning. Invasionen har också tydliggjort polariseringen kring värderingar, där västliga och demokratiska länder ofta ställs mot mer auktoritära. De senaste årens spänningar har lett till en ökad polarisering mellan västvärlden och Ryssland och länder som inte tagit avstånd från invasionen av Ukraina.

Den uppmärksamhet som skapats kring Sverige 2022 speglar det nya världsläget. Sveriges ansökan om medlemskap i Nato är det som rönt mest uppmärksamhet men även händelser som det svenska valet, koranbränningen och de efterföljande upploppen under påskhelgen och gängkriminalitet har uppmärksammat. Det finns också krafter som verkat för att skada Sverige. Det blev inte minst tydligt i samband med den informationspåverkanskampanj som startade i början av året. Den här rapporten sammanfattar och drar slutsatser ifall dessa händelser har påverkat bilden av Sverige.

Om analys av bilden av Sverige i utlandet

En av SI:s huvuduppgifter är att följa och analysera bilden av Sverige utomlands och att följa informationsflöden om Sverige. Sverige är ett land som är beroende av goda relationer med omvärlden. Därför behöver Sverige uppfattas som intressant och relevant i olika internationella sammanhang. Det bygger på kännedom om vad Sverige kan erbjuda, samt att Sverige anses ha relevanta kunskaper, erfarenheter och perspektiv som är intressanta för andra. Det är av stor betydelse att bilden av och uppfattningarna om Sverige utomlands är positiva. Det gäller inte bara för den allmänna bilden av Sverige utan också för bilden av Sverige hos specifika målgrupper. En positiv bild kan öka Sveriges möjligheter att få gehör på den internationella arenan och förbättra svenska intressens möjligheter att få genomslag.

Människors uppfattning av andra länder påverkas av deras egna erfarenheter, värderingar och preferenser, liksom av ländernas geografiska, kulturella och politiska närhet. Enskilda händelser och hur olika länder agerar på den internationella arenan kan också spela roll för

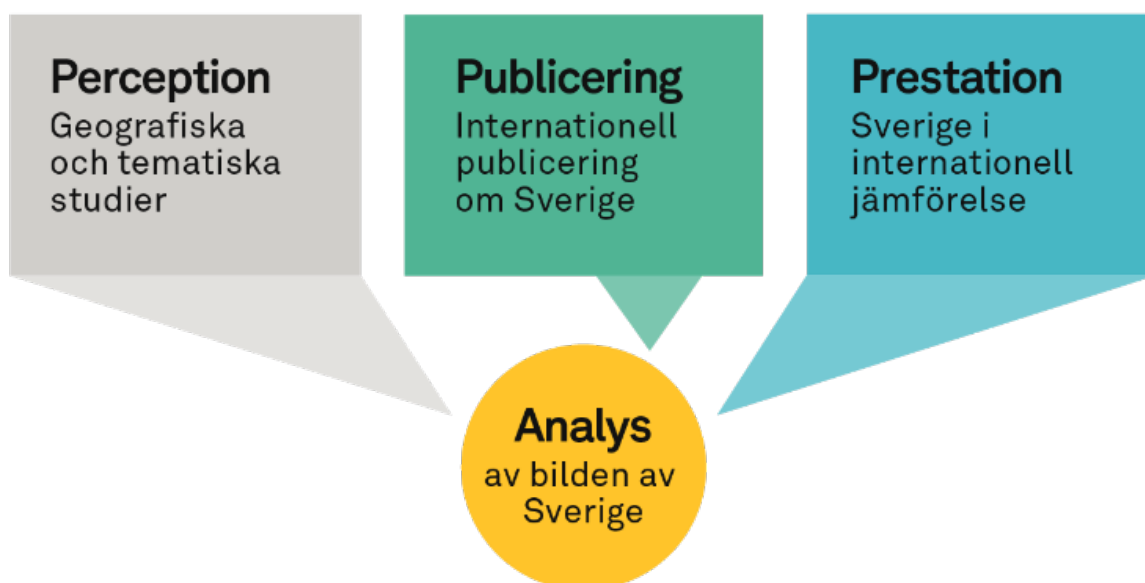
hur bilden av ett land formas. Media och sociala medier har kommit att bli en viktig informationskälla för hur människor får information om andra länder.

Rapportens disposition

Denna årsrapport syftar till att ge en sammanfattande beskrivning av hur Sverige uppfattas utomlands. Analysen baseras på studier som SI genomfört och som speglar:

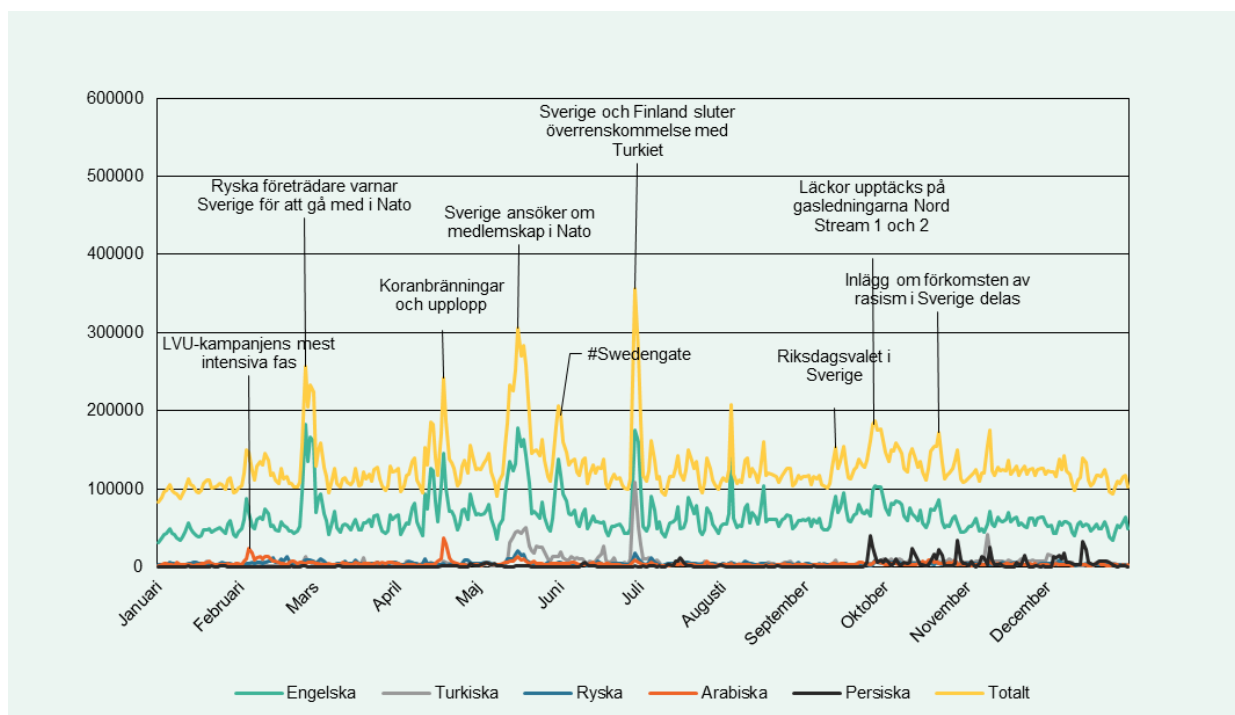
- **Perceptionen** av Sverige hos en allmänhet eller specifik målgrupp som kan vara geografiskt, tematiskt eller periodiskt avgränsad. Med andra ord de uppfattningar om Sverige som olika målgrupper har, vad de associerar med Sverige och intresset för att interagera med Sverige.
- **Publiceringar** om 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 med relevans för Sverigefrämjande verksamhet och som manifesteras i internationella jämförelser, undersökningar eller publicerade index.

Rapporten börjar med en översikt över de mest framträdande händelserna under året, följt av en beskrivning av hur Sverige uppfattas utomlands. Därefter följer en fördjupning av de viktigaste skeendena och teman under året: Sveriges ansökan om medlemskap i Nato, polarisering av värderingar och utmaningar i det svenska samhället. Slutligen presenteras en analys och slutsatser om utvecklingen av bilden av Sverige.



Figur 1: Analys av bilden av Sverige.

Framträdande händelser 2022



Figur 2: Grafen visar antalet nyhetsartiklar och inlägg på sociala medier, bloggar och forum om Sverige per dag under 2022, på engelska, turkiska, ryska, arabiska och persiska. De toppar i volym som förklaras i grafen pekar på kortare perioder, oftast kopplade till enskilda händelser då Sverige omnämndes särskilt mycket.

År 2022 dominerades det internationella samtalet och medierapporteringen av kriget i Ukraina vilket också avspeglades i diskussionerna och rapporteringen om Sverige, särskilt gällande Sveriges ansökan om Natomedlemskap. Även svensk inrikespolitik fick relativt stor uppmärksamhet, inte minst i samband med det svenska valet. De tongivande händelser som präglade mediebilderna av Sverige utomlands skiljer sig från tidigare år då sport- eller kulturhändelser, såsom Sveriges deltagande i fotbolls-VM eller händelser kopplade till någon känd svensk artist, ofta fick störst utrymme. Trenden att Sverige får ökad uppmärksamhet i samband med viktiga internationella frågor inleddes 2020, då hela den internationella mediebilderna präglades av pandemin och Sveriges hantering av den fick särskild uppmärksamhet.

Natoansökan har präglat mediebilderna

Den händelse som i störst utsträckning präglat mediebilderna av Sverige 2022 är Sveriges process mot ett Natomedlemskap. Diskussionen började innan Sverige tillkännagett att man tänkt ansöka om Natomedlemskap och gav periodvis upphov till stor medial uppmärksamhet utomlands. Även om Sveriges process mot Natomedlemskap fick störst uppmärksamhet under senare delen av våren och i början av sommaren så fortsatte uppmärksamheten året ut.

Sveriges Natoprocess har bidragit till att Sverige omnämns mer i medier utomlands än under 2021. Detsamma kan sägas gälla Finland där landets process mot Natomedlemskap varit ett genomgående fokus och bedöms ha bidragit till en ökad medial uppmärksamhet

om Finland under 2022. I andra länder, såsom Norge och Tyskland, har de större händelserna haft mer av den karaktär som tidigare präglat mediebilderna av Sverige. Medieuppmärksamheten för dessa länder ökade inte i lika stor utsträckning som för Sverige och Finland.

Koranbränningar och upplopp, riksdagsvalet och Nord Stream

Ett antal händelser i Sverige väckte också uppmärksamhet internationellt, till exempel de bränningar av Koranen och påföljande upplopp som skedde under påsken och som i svenska medier kom att kallas "påskupploppen". Händelserna väckte bitvis starka reaktioner i olika delar av världen vilket resulterade i en diskussion om värderingar som yttrandefrihet, inkludering och religionsfrihet.

Även det svenska riksdagsvalet väckte intresse utomlands. Störst uppmärksamhet fick själva valresultatet och framför allt Sverigedemokraternas framgång som kopplades till specifika sakfrågor, särskilt gällande brottslighet och integration i Sverige. Valresultatet i Sverige kommenterades även mot bakgrund av vad som beskrivs som en internationell trend och jämförelser gjordes med den politiska utvecklingen i Danmark, Italien, Ungern, Brasilien, Storbritannien och USA.

En annan händelse som uppmärksammades i medierna var läckorna på gasledningarna Nord Stream 1 och 2 i september, där huvudorsaken till att Sverige omnämndes var att läckorna inträffade i en svensk ekonomisk zon i Östersjön. Svenska myndigheters insatser i utredningsprocessen uppmärksammades också och i vissa miljöer förekom misstro och tvivel kring Sveriges agerande.

Informationspåverkan och diskussioner i sociala medier

Under året har Sverige fått uppmärksamhet som inte tydligt är kopplad till någon enskild nyhetshändelse. Tidigt under året intensifierades den hittills största enskilda informationspåverkanskampanjen som riktats mot Sverige, den så kallade LVU-kampanjen, där svenska socialtjänsten anklagades för att ha kidnappat muslimska barn.¹ Kampanjen innehöll felaktig information om Sverige och spreds för att skada Sveriges anseende. Efterhand började en mer nyanserad bild spridas som pekade på att påståendena om kidnappning av barn var felaktiga och att Sverige var utsatt för en informationspåverkanskampanj.

Även två Twitterdiskussioner i maj och oktober kan räknas till mediala fenomen med fokus på Sverige. I båda fallen delade personer med sig av egna erfarenheter av det svenska samhället. Under hashtaggen #Swedengate förekom en rad parallella diskussioner om Sverige, bland annat kopplat till rasism, medan diskussionen under hösten snarare liknade #metoo-rörelsen och hade fokus på rasism i arbetslivet.

¹ Bedömningen att det rörde sig om en informationspåverkanskampanj och det var den hittills största enskilda informationspåverkanskampanjen som riktats mot Sverige gjordes av Myndigheten för psykologiskt försvar.

Händelser i andra länder har också riktat uppmärksamhet mot Sverige. Ett exempel är protesterna mot regimen i Iran som inleddes i september. Strax efter började olika svenska företrädare omnämnas på persiska, oftast svenska politiker som uttalade sitt stöd för protesterna vilket skapade positiva reaktioner hos de som protesterade. Även demonstrationer i Sverige till stöd för protesterna i Iran uppmärksammades.

Gängkriminalitet väcker fortsatt uppmärksamhet

Brottsligheten i Sverige, och särskilt gängkriminaliteten, har fortsatt att få uppmärksamhet under året, och i vissa aspekter mer än under 2021. Anledningen till den ökade uppmärksamheten bedöms vara dels att enskilda händelser väckt större engagemang, dels en mer allmän uppmärksamhet kring svenska samhällsutmaningar kopplade till gängkriminalitet. Omnämningarna kom att öka i samband med det svenska riksdagsvalet.

Klimatet och pandemin uppmärksammades i mindre utsträckning

Klimat och hållbarhet är exempel på frågor som brukar vara frekvent diskuterade i media och social media. 2022 kan dock konstateras att ämnet inte varit en betydande del av medieinnehållet, med undantag för att Sverige fått viss internationell uppmärksamhet i samband med FN:s internationella klimatkonferens COP27.

Pandemihanteringen i Sverige fick stor uppmärksamhet under tidigare år, men 2022 markerar troligtvis slutet på det. I början av året uppmärksammades att Sverige tog bort alla pandemirelaterade restriktioner, men sedan dess har pandemirelaterade frågor fått mycket begränsat utrymme i medierna.

Senare i rapporten kommer vi att fördjupa vårt resonemang om samtalet kring Sveriges Natoansökan, värderingspolariseringar och svenska samhällsutmaningar.

Bilden av Sverige övervägande positiv med vissa negativa avvikelser

Bilden av ett land förändras vanligtvis långsamt över generationer.² Ibland kan dock vissa händelser, tillfälligt eller mer permanent, påverka. I följande avsnitt presenteras bilden av Sverige och eventuella förändringar i den jämfört med föregående år.³

På aggregerad nivå är bilden av Sverige positiv och stabil

Alla SI:s studier visar att bilden av Sverige generellt är mycket god. Sverige har en stark identitet och associeras med positiva attribut. I ett fåtal länder har uppfattningen om Sverige förändrats, men som helhet verkar bilden förändras långsamt. SI kan också konstatera att kunskapen om Sverige, precis som tidigare, generellt är låg.

Den årliga undersökningen Anholt-Ipsos Nation Brands Index (NBI) rankar uppfattningen om 60 olika länder hos allmänheten i 20 länder. Sveriges placering i undersökningen är, precis som 2021, nionde plats. Det är i linje med hur Sverige rankats de senaste tio åren.

| Rank | Land (förändrad placering från 2021) | Förändrad poäng från föregående år |
|------|--------------------------------------|------------------------------------|
| 1 | Tyskland (+/-) | -1,26 |
| 2 | Japan (+1) | -0,99 |
| 3 | Kanada (-1) | -1,12 |
| 4 | Italien (+/-) | -0,97 |
| 5 | Frankrike (+1) | -0,82 |
| 6 | Storbritannien (-1) | -0,95 |
| 7 | Schweiz (+/-) | -1,19 |
| 8 | USA (+/-) | -1,39 |
| 9 | Sverige (+/-) | -0,94 |
| 10 | Australien (+/-) | -0,61 |

Figur 3. De tio högst placerade länderna i Nation Brands Index 2022, med föregående års placering inom parentes.

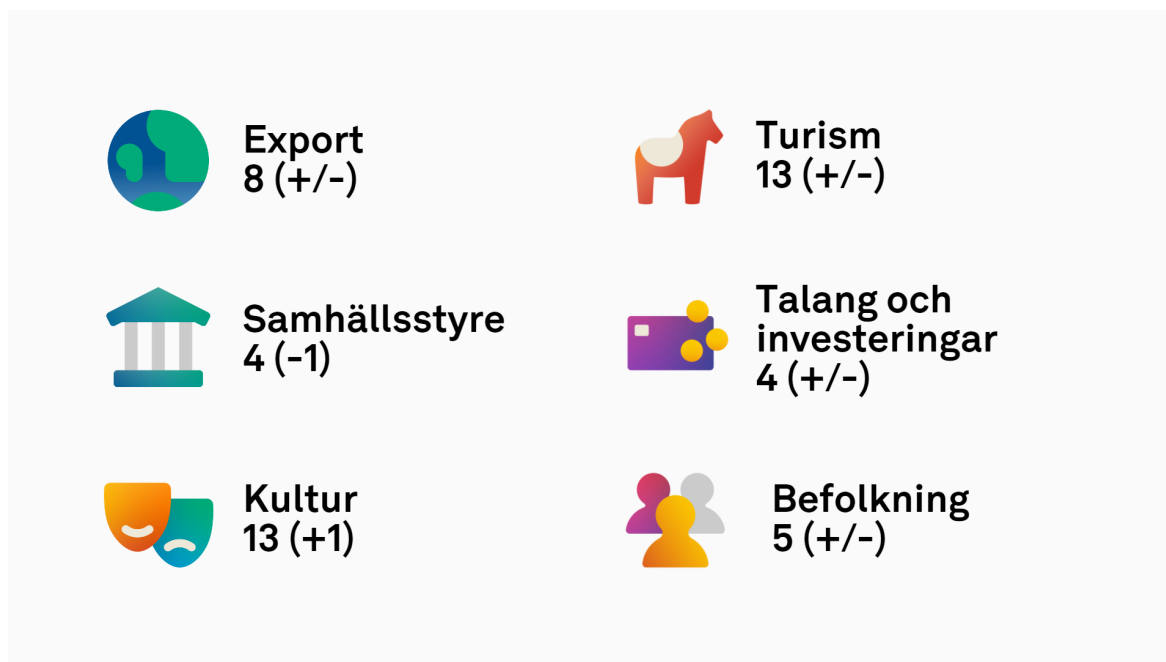
Fler har fått en bättre än en sämre bild av Sverige

SI:s övriga undersökningar bekräftade resultaten i NBI. En majoritet i alla studerade länder har en positiv uppfattning och Sverige anses i hög utsträckning vara en säker plats med hög livskvalitet och ett land som har goda relationer med andra länder. Studierna visar också att

² [The Construction of Country Images and Stereotypes: From Public Views to Google Searches](#), Diana Ingenhoff m.fl. (2020)

³ [Analyserar Sverige bilden \(si.se\)](#)

majoriteten har en oförändrad bild av Sverige, med fler som fått en bättre än en sämre bild bland dem som uppger att deras bild av Sverige förändrats.⁴



Figur 4. Sveriges placering i Nation Brands Index (NBI) i respektive kategori år 2022 jämfört med föregående års placering inom parentes.

Sverige anses vara ett jämlikt, rättvist och hållbart land med hög livskvalitet. Samhällsstyre är ett av Sveriges främsta styrkeområden. Det speglas i olika internationella jämförelser där Sverige återfinns bland de främst rankade länderna i både en europeisk och en global kontext.⁵ Sveriges framskjutna position tycks också ha gjort avtryck bland en allmänhet i andra länder, och i NBI rankas Sverige på plats fyra av 60 länder inom kategorin samhällsstyre. Sverige uppfattas vara ett kompetent styrt land präglat av rättvisa och med hög grad av likabehandling i samhället. Sverige rankas också högst tillsammans med Schweiz för sitt ansvarsfulla agerande inom miljö- och klimatskydd. Globala och europeiska jämförelser pekar mot att Sverige tillhör världens ledande ekonomier sett till innovation och konkurrenskraft, och även det har gjort avtryck hos en allmänhet i andra länder. Sverige är attraktivt för talanger och investeringar och rankas på plats fyra av 60 länder. En särskild styrka är att Sverige uppfattas som ett land som erbjuder hög livskvalitet. En allmänhet i andra länder rankar även Sverige högt, plats åtta av 60, inom områden som export, innovation och utbildning.

Sverige förknippas med moderna kulturuttryck snarare än kulturarv

Det finns områden som omvärlden inte lika starkt förknippar med Sverige. Sverige rankas på plats 13 inom turism, där det framför allt saknas kännedom om det svenska kulturarvet. Sverige anses exempelvis sakna ikoniska turistmål eller ett känt gastronomiskt kök, vilket drar ner Sveriges betyg som en attraktiv besöksdestination. Det omdömet har varit

⁴ Så uppfattas Sverige av EU-länderna, Unga i Indien, Japan och Sydkoreas bild av Sverige

⁵ Se indexsammanställning i bilaga 1

oförändrat genom åren. Sverige rankas även på plats 13 i NBI inom kultur, där landet förknippas med modern design och samtida musik.

Variationer i bilden av Sverige

Även om den övergripande bilden av Sverige är stabil och positiv finns det skillnader mellan olika länder. Geografisk närhet till Sverige eller personliga erfarenheter av landet spelar en stor roll för kännedomen och uppfattningen om Sverige. I de länder där vi ser en effekt på bilden av Sverige bedöms det vara ett resultat av Sveriges agerande i samband med Rysslands invasion av Ukraina och det försämrade säkerhetsläget i Europa.

Länder i Sveriges närområde har oftast en mer positiv uppfattning jämfört med länder som är längre bort. Några exempel är Tyskland, Lettland och Litauen. Men även i länder längre bort som Kroatien och Australien har allmänheten en mycket positiv syn på Sverige, enligt både NBI och SI:s egna undersökningar. Sverige rankas högst i Tyskland i NBI, på andra plats. Därefter följer Frankrike och Polen där Sverige rankas på plats fyra respektive fem. I Polen är det land där vi noterar den största förändringen, en ökning med fem placeringar från tionde plats förra året. Det hänger troligtvis samman med en positiv inställning till Sveriges hållning och agerande i samband med kriget i Ukraina.

Den positiva bilden av Sverige i Tyskland är unik, även om tyska medier delvis var kritiska mot Sveriges agerande under coronapandemin och under senare tid uppmärksammat Sveriges utmaningar med gängkriminalitet. Tyskland rankar Sverige som det näst starkaste nationsvarumärket i världen, enbart slaget av det egna nationsvarumärket. Sverige tycks ha lyckats bygga ett särskilt intresse och förtroende hos den tyska allmänheten. Begrepp som "Bullerbyn"⁶ har figurerat i tyska medier som ett sätt att beskriva den tyska synen på Sverige, där landet framställs i ett nästan utopiskt skimmer. Kontakterna är många och omfattande, särskilt inom handelsområdet. En SI-studie som genomfördes år 2021 visade att det i princip bara finns fördelar för svensk utrikeshandel i Tyskland tack vare det svenska nationsvarumärket, och att det till och med finns en särskild "Schwedenbonus" som det svenska näringslivet kan dra nytta av.⁷

De länder som rankar Sverige lägst i NBI är vanligtvis länder som ligger långt från Sverige och har mindre kännedom om landet än genomsnittet, såsom Brasilien, Kina, Indien, Saudiarabien och Sydafrika. Sveriges rankas som lägst av respondenter i Saudiarabien, plats 16 av 60, vilket relativt är en bra placering och stärker slutsatsen att bilden av Sverige är stark. Bilden av Sverige vilar på flera styrkeområden och Sverige presterar bra i alla kategorier som mäts.

De nordiska ländernas höga kännedom om Sverige kan ge en mer kritisk blick. Tidigare har SI konstaterat att det finns ett samband mellan hög kännedom om Sverige och en mer positiv bild. SI:s senaste studier dock att i länder med den allra högsta kännedomen har man också en mer kritisk blick på vårt land. I Norden och Estland har befolkningen

⁶ Bullerbysyndromet kan beskrivas som ett tillstånd i den tyska kontexten, där Sverige framstår som ett idealiserat land.

⁷ Så ser utländska marknader på Sverige

mycket hög kännedom om Sverige och generellt en positiv uppfattning. Men vi kan också konstatera att man, jämfört med andra EU-länder, i mindre utsträckning stämmer in i påståenden om att Sverige är en säker plats att bo och besöka, att landet utvecklas i rätt riktning och att Sverige är kompetent och ärligt styrt.⁸ SI har tidigare konstaterat att man i de nordiska länderna har en mer mångfacetterad bild av Sverige, med en blick på landet som är mer lik den blick man har på sitt eget land.⁹

En försämrad uppfattning i vissa länder

SI noterar en försämrad uppfattning om Sverige i vissa länder. I Kina och Ryssland har Sveriges placering i NBI sjunkit mest, med sju platser till plats 13 respektive tio. I Turkiet har Sveriges placering försämrats med fyra platser. I Ryssland är den största förändringen kopplad till kategorin samhällsstyre och den ryska allmänheten uppfattar nu, i betydligt lägre utsträckning än tidigare, att Sverige bidrar till fred och säkerhet och det samma gäller att Sverige är kompetent styrt.¹⁰ Förändringarna bedöms kunna förklaras av en negativ syn på Sveriges agerande i samband med kriget i Ukraina och Sveriges ansökan om medlemskap i Nato. Samma tendens verkar finnas i Turkiet där en av de största försämringarna gäller uppfattningen om i vilken utsträckning Sverige bidrar till internationell fred och säkerhet. I Kina har Sveriges placeringar försämrats inom samtliga kategorier och mest inom turism och kultur. Rapporteringen har varit negativ om Sveriges hantering av pandemin, Sveriges Natoansökan och svenska företag.

Sveriges försämrade placeringar i Ryssland, Kina och Turkiet avviker inte från hur andra västländer rankas av dessa länder i NBI, vilket sannolikt speglar det senaste årets ökade globala spänningar.

⁸ [Bilden av Sverige i Norden](#) och [Så uppfattas Sverige av EU-länderna](#)

⁹ [Bilden av Sverige i Norden \(si.se\)](#)

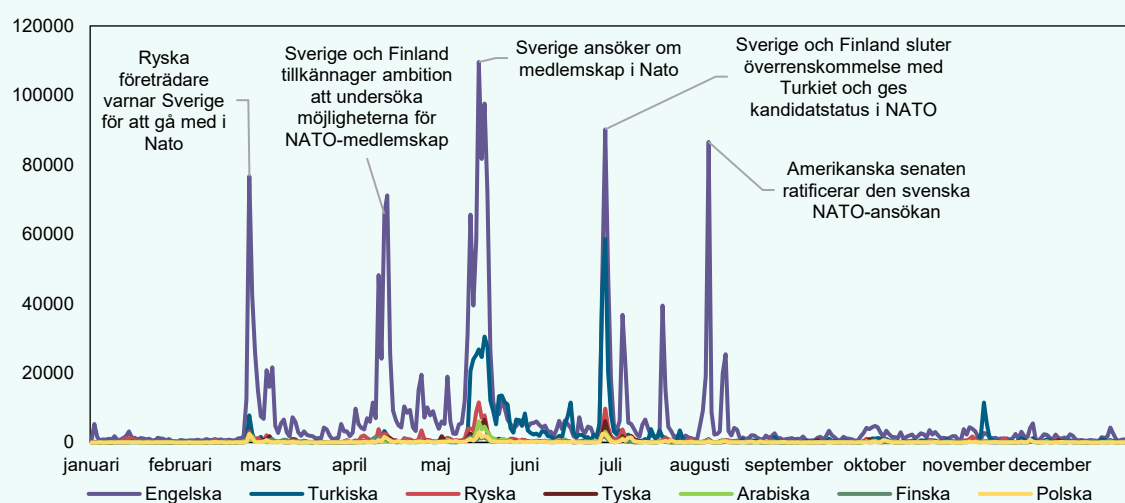
¹⁰ Sverige gick från plats sex 2021 till plats 46, respektive tre till 26 hos ryska respondenter i NBI 2022

I fokus: Sveriges Natoansökan, tre mediala händelser och svenska samhällsutmaningar

I följande avsnitt redogörs för tre områden som präglade rapporteringen om Sverige 2022, nämligen Sveriges Natoansökan, tre mediala händelser och diskussion om utmaningar i det svenska samhället. Följande frågor vägleder analysen: i vilken omfattning har rapporteringen skett, vad beror det på och har det på något sätt påverkat bilden av Sverige?

Sveriges Natoansökan

SI har under året följt mediebilderna av Sveriges Natoprocess och i detta avsnitt redogörs för de stora dragen i rapporteringen och vad det kan betyda för bilden av Sverige.¹¹



Figur 5. Grafen visar antal inlägg och artiklar om Sverige och Nato på flera språk under 2022. De volymtoppar som är förklarade i grafen visar på kortare perioder, ofta kopplade till enskilda händelser då Sverige och Nato omnämndes särskilt mycket.

Mediebilderna av Sveriges Natoansökan

Sveriges väg mot ett Natomedlemskap har skapat ett mycket stort intresse i omvärlden. Ingen annan händelse kopplat till Sverige fick under året lika mycket uppmärksamhet i internationella medier. Intresset väcktes redan i slutet av 2021 då president Putin uttalade sig om möjliga konsekvenser av en Natoutvidgning. Rapporteringen tog sedan ordentlig fart i början av året, efter Rysslands invasion av Ukraina. Nyhetsmedierna har noggrant följt händelseutvecklingen och kompletterat återrapportering med analyser, ofta i tongivande internationella medier. Även i sociala medier har Sveriges Natoansökan engagerat. Det finns tydliga skiljelinjer i rapporteringen där västerländska medier rapporterat neutralt eller positivt om Sveriges ansökan om Natomedlemskap, medan kritik

¹¹ SI:s analys baseras på två delar. För det första, en återkommande bevakning av nyhetsrapporteringen om Sverige i olika länder, inklusive USA, Storbritannien, Tyskland, Frankrike, Norge, Danmark, Finland och Ryssland under 2022. För det andra, en innehållsanalys av ett urval av artiklar från engelska, tyska, finska och polska nyhetsmedier samt inlägg i sociala medier på samma språk. De artiklar och inlägg som analyserades publicerades mellan den 13:e och 19:e maj 2022.

mot Sverige är en röd tråd i den ryska rapporteringen. Nedan redogörs för några framträdande drag i medierapporteringen.

Ett historiskt skifte i svensk säkerhetspolitik

Före och i nära anslutning till Sveriges ansökan om medlemskap i Nato fokuserade internationell medierapportering på att ett medlemskap skulle innebära en historisk vändpunkt för Sverige. Västerländska medier har konsekvent rapporterat att förändringen av Sveriges långvariga kurs i säkerhetspolitiken är en direkt konsekvens av Rysslands aggression i Ukraina.

Natoansökan har väckt frågan om Sveriges traditionella neutralitet och alliansfrihet från olika perspektiv. I viss rapportering har neutralitet och alliansfrihet beskrivits som en ideologisk fråga i Sverige och en pragmatisk fråga i Finland. Annan rapportering har hävdats att neutralitet är en del av den svenska identiteten och viktig för landets eftersträfvade roll som humanitär stormakt. I främst västerländska medier har det diskuterats om Sverige faktiskt varit eller är neutralt. Det påpekas ibland att Sverige lämnade neutralitetspolitiken vid EU-inträdet och att landet länge haft ett nära samarbete med Nato. Vissa drar slutsatsen att ett Natomedlemskap inte skulle innebära någon dramatisk omsvängning i svensk säkerhetspolitik. Endast i ryska medier hävdas det att Sverige, enligt ryska företrädare, skulle förlora sin suveränitet vid ett Natomedlemskap. Ryssland är också det land som uttalar sig om svensk neutralitet som något mycket önskvärt att bevara.

Sverige står upp mot Ryssland och agerar med Finland

I den ryska rapporteringen citeras ryska officiella företrädare kring att ett svenskt medlemskap i Nato kan få militära och politiska konsekvenser, något som uttalas före Rysslands invasion av Ukraina av Maria Zacharova, det ryska Utrikesdepartementets talesperson och senare av bland andra president Putin. I västerländska medier beskrivs Sveriges närmande till Nato som en missräkning för Ryssland. Sverige uppges inte backa för de ryska hoten utan beslutar självständigt i frågan om ett Natomedlemskap.

Sverige och Finland omnämns ofta tillsammans i rapporteringen och det framgår att länderna går fram gemensamt med en enhetlig hållning. Ibland framhålls även att Sverige följer och låter Finland gå före i Natoprocessen.

Sverige stärker Nato och bidrar till säkerhet

Västliga nyhetsmedier ger bilden av att Sverige välkomnas in i Nato. Citat från officiella företrädare, främst politiker, får illustrera att Sverige och Finland har fullt stöd för sina Natoansökningar och anledningarna uppges vara flera.

Sverige och Finland uppges stärka Natos försvarsförmåga med starka flygvapen och avancerat underrättelsearbete, men också genom ländernas geografiska läge. Ett svenskt och finskt medlemskap anses kunna öka säkerheten i Östersjöregionen. Enligt nordiska tidningar skulle det också stärka det nordiska samarbetet och ländernas röst i försvarsalliansen. Finska nyhetsmedier citerar ofta president Niinistö som bland annat sagt att ett Natomedlemskap troligtvis kommer att bidra till en stärkt identitet för Sverige och Finland.

På liknande sätt citeras bland annat Polens president samt flera ministrar när de uttalar sig positivt om ett svenskt Natomedlemskap.

Sverige osjälvständigt och bidrar till minskad säkerhet – enligt Ryssland

I Ryssland beskrivs Sverige som ett tydligt västorienterat land vars agerande står i konflikt med Rysslands intressen. Sverige uppges vara beroende av USA och osjälvständigt, ibland som en vasallstat, som ansöker om Natomedlemskap under påtryckningar från främst USA. I samband med Rysslands fullskaliga invasion av Ukraina skärps tonen mot Sverige i ryska medier. Bland annat citeras officiella ryska företrädare kring att ett svenskt Nato-medlemskap skulle vara ett strategiskt misstag som skulle bidra till att minska Sveriges säkerhet och säkerheten i Rysslands närområde. Samtidigt tillbakavisas från ryskt håll att landet skulle utgöra ett hot mot Sverige.

Turkiet blockerar Sverige

Att Turkiets president Erdoğan motarbetar ett svenskt medlemskap i Nato får stort utrymme i internationella medier. Man betonar kraven som ställs på Sverige, inklusive terrorismbekämpning och utlämningar, och följer händelseförloppet noggrant.

Sverige uppges bemöta anklagelserna om stöd till terroristgrupper och det framgår att utlämningar är juridiska beslut i Sverige, men i en del analyser lyfts frågan om vad Sverige behövt "offra" i förhållande till kurdiska grupper. Turkiet framställs ibland som den som håller i taktpinnen i förhandlingarna och det har rapporterats att Turkiet gått "vinnande" ur samtalen efter en överenskommelse med Sverige och Finland. Överlag är rapporteringen om Sveriges Natoansökan neutral till positiv i västliga medier, men det förekommer även kritiska analyser. President Erdoğans uttalande att Sverige är ett "terrornäste" fångas upp brett i nyhetsrapporteringen och ibland sägs problemen med Turkiet vara självförvållade till följd av en alltför liberal migrationspolitik. Analyser fokuserar på skälen till Erdoğans agerande som ibland tros hänga samman med inrikespolitik och det kommande presidentvalet.

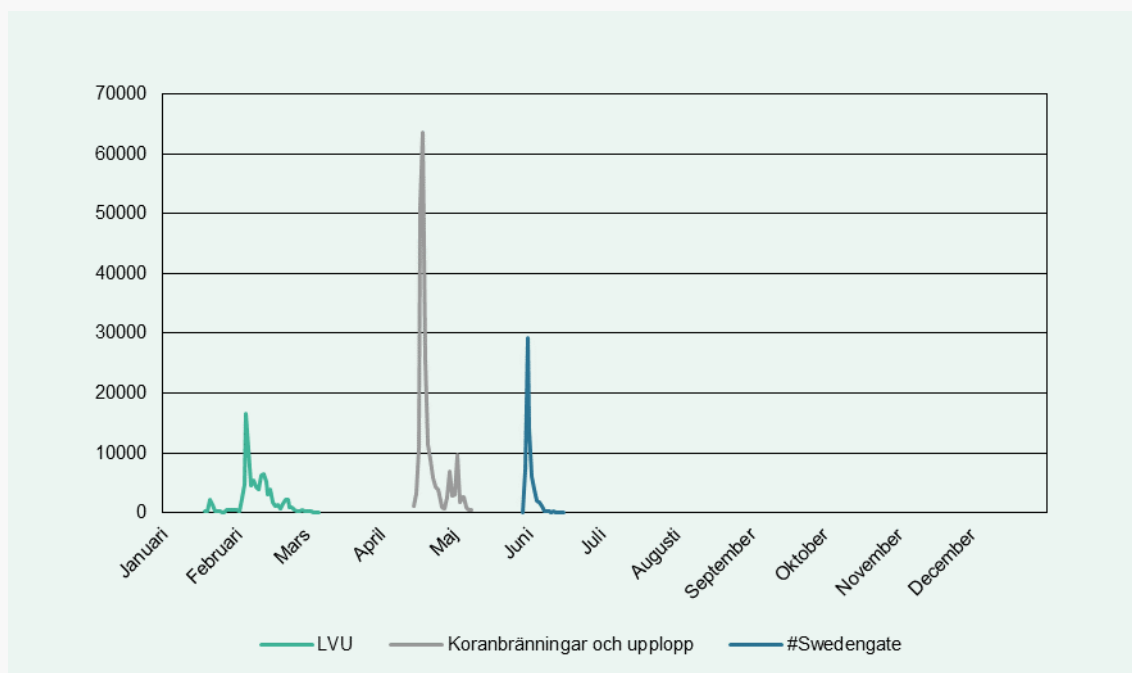
Betydelsen för bilden av Sverige

Mot denna bakgrund och med hänsyn till det stora intresset för Sveriges Natoansökan från omvärlden är det relevant att undersöka om detta påverkat bilden av Sverige. Resultaten från Nation Brands Index (NBI) ger en ledtråd. Det står klart att Sverige i hög grad uppfattas som ett land som bidrar till fred och säkerhet. Exempel på länder som rankar Sverige högt är Tyskland, Frankrike, USA och Polen. Samtidigt kan det konstateras att i ett fåtal länder där rapporteringen om Natoansökan varit negativ har bilden av Sverige försämrats. Ryssland sticker ut genom att i betydligt lägre utsträckning än tidigare anse att Sverige bidrar till fred och säkerhet, även i Turkiet ses samma tendens.¹² För Ryssland följer resultatet en generell trend där Rysslands bild av andra västländer också har försämrats.

¹² Ryska respondenters ranking av Sverige avseende hur landet uppfattas bidra till fred och säkerhet har försämrats från plats sex 2021 till plats 46 i 2022, något som sticker ut jämfört med hur andra länder uppfattar Sverige, se [Omvärldens bild av Sverige \(si.se\)](#)

Tre mediala händelser

I samband med tre större mediala händelser under året har Sverige uppmärksamats i frågor som kopplar an till öppenhet och likabehandling i samhället. Händelserna som avses är informationspåverkanskampanjen mot Socialtjänsten rörande Lag om vård av unga (LVU), Koranbränningarna på olika platser i Sverige med efterföljande upplopp, och diskussionen på sociala medier som kom att kallas #Swedengate.



Figur 6: Grafen visar antalet nyhetsartiklar och inlägg i sociala medier, bloggar och forum om LVU-kampanjen, Koranbränningarna och upploppen samt diskussionen #Swedengate per dag. Det bör även tilläggas att det enbart är LVU-kampanjens mest intensiva fas som inkluderas. Kampanjen bedöms ha pågått hela året.

De tre händelserna kan vid en första anblick te sig ganska olika. I LVU-kampanjen hävdades att muslimska barn kidnappas och tvingas att leva i strid med islamsk tro, medan diskussionen i samband med Koranbränningarna handlade om att Koranen tilläts brännas i Sverige. Även om LVU-kampanjen och Koranbränningarna och upploppen fokuserade på olika frågor så förekommer i båda fallen likartade övergripande beskrivningar av Sverige – att muslimer behandlas sämre än andra medborgare i Sverige och att Sverige är ett islamofobiskt land. Inom ramen för diskussionerna riktas kritik mot Sverige och ibland direkt mot enskilda institutioner som Socialtjänsten och Polisen. I samband med Koranbränningarna kritiserades även de efterföljande upploppen och tillsammans blev händelserna utgångspunkt för en större diskussion om befintliga värderingsskillnader kopplade till yttrandefrihet och religionsfrihet, men även om öppenhet och tolerans i samhället.

I LVU-kampanjen spred ett antal aktörer medvetet felaktig information om Sverige. En anledning till att kampanjen väckte engagemang hos en bredare grupp var att den innehöll känslomässigt laddat visuellt material om barn. Diskussionen handlade också om frågor om tilltron till statliga myndigheter och synen på familjens roll i samhället.

#Swedengate startade på ett annat sätt. I ett inlägg på forumet Reddit delade en person en upplevelse av att som barn inte ha bjudits på mat vid besök hos en svensk vän. Inläggen kom efterhand att beröra en spännvidd av ämnen, från svensk måltidskultur och kultur i allmänhet till rasism och utsatthet i Sverige. Diskussionen om rasism och utsatthet bedöms ha blivit relativt stor och bestod av vittnesmål om egenupplevd rasism i Sverige, hur reaktioner i Sverige på #Swedengate ansågs rasistiska, och historiska exempel på hur Sverige diskriminerat minoriteter, exempelvis samer.

Stor spridning, potentiellt har fler nåtts

Två av händelserna har väckt särskilt stort engagemang i länder med stor muslimsk befolkning. Kritiken mot Koranbränningarna förekom framför allt i länder i Asien och Mellanöstern såsom Indien, Pakistan, Saudiarabien, Marocko och Kuwait. LVU-kampanjens påståenden om kidnappning av barn har fått störst spridning i Mellanöstern och särskilt i Saudiarabien men förekom även i bland annat Jordanien, Oman och Egypten. Kritiken mot Sverige har därmed nått olika länder. Kritik mot Sveriges behandling av muslimer och synen på islam är inget nytt utan har tidigare förekommit i samband med Koranbränningarna i Malmö 2020 och konstnären Lars Vilks bortgång 2021.

Händelsen #Swedengate, och en ytterligare liknande händelse under hösten, resulterade i diskussion öppenhet och tolerans i Sverige i framför allt USA, Tyskland och Frankrike.

Indikationer på att bilden av Sverige som jämlikt land förändrats i vissa länder
Resultaten i NBI kan ge en indikation om bilden av Sverige har förändrats. Mellan år 2021 och 2022 syns en liten negativ förändring i synen på Sverige vad gäller likabehandling i samhället, bland annat i Storbritannien, Indien och Turkiet. Saudiarabien är det land där störst förändring kan noteras, där Sverige tappar 18 placeringar.¹³ Det är också ett land där både LVU-kampanjen och kritiken mot Koranbränningarna har spridits. Det är dock inte möjligt att dra slutsatsen att de här tre mediala händelserna har orsakat förändringen. Dels har synen på flera aspekter av Sverige försämrats i Saudiarabien, dels har synen på likabehandling i tex Finland också försämrats, om än inte lika mycket.¹⁴

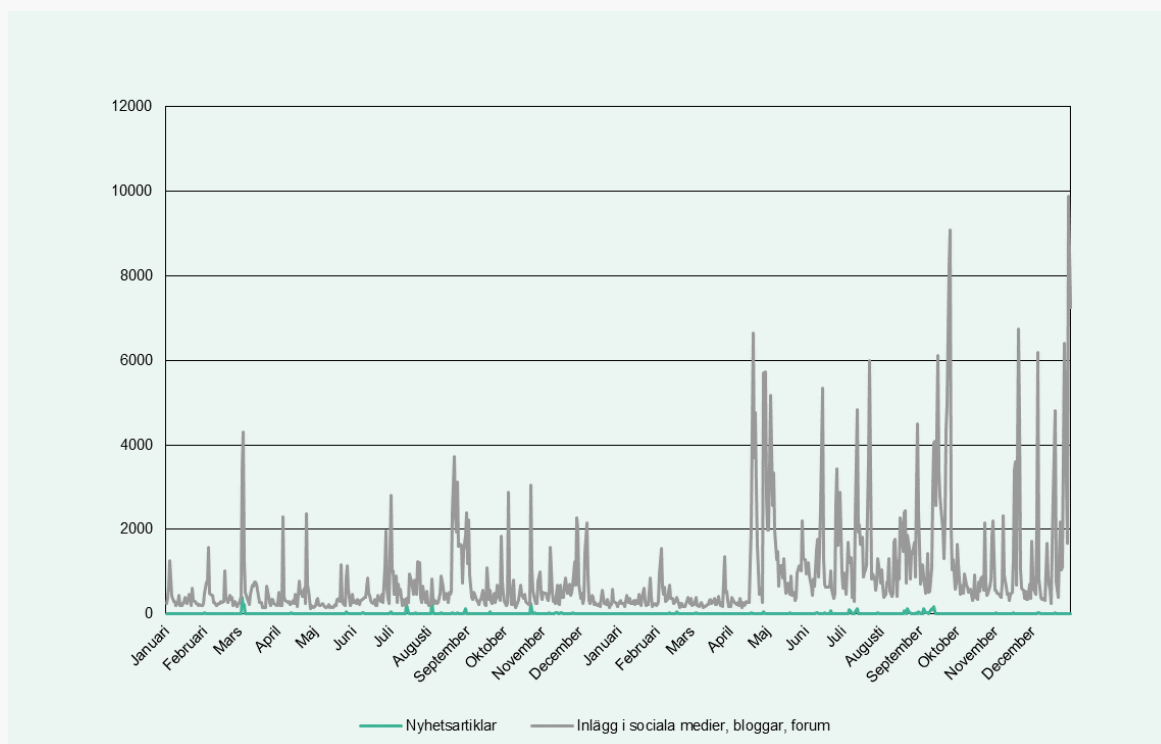
Parallellt med noterade försämringar i synen på likabehandling i Sverige finns en motsatt trend. När Sveriges rankning i alla länder summeras blir i stället resultatet en förbättring. 2022 rankades Sverige högst av alla de undersökta länderna vad gäller likabehandling, jämfört med näst högst året innan. Likabehandling fortsätter därmed att vara ett tydligt styrkeområde för Sverige i många länder.

¹³ I Saudiarabien rankades Sverige på plats 3 2021 och plats 21 2022. En viss nedgång syns även i Kina, Sydafrika, Storbritannien, Indien och Turkiet. Sverige backade 6 placeringar i Kina, 5 placeringar i Sydafrika, 4 placeringar i Storbritannien, Indien och Turkiet i NBI:s indikator som visar på jämlikhet i svenska samhället mellan åren 2021 och 2022.

¹⁴ Även synen på Sverige i aspekter så som turism, befolkningen och handel med Sverige har förändrats mellan 2021 och 2022 i Saudiarabien. I Saudiarabien rankades Finland på plats 21 2021 och plats 30 2022.

Svenska samhällsutmaningar

Olika svenska samhällsutmaningar har varit en del av de bilder som förmedlats om Sverige i medier utomlands 2022. En av utmaningarna är våld och kriminalitet, ofta kopplat till gängbrottslighet. Att brottslighet i Sverige uppmärksammas utomlands är något som SI noterat tidigare och då främst i Norden. SI gör bedömningen att det funnits ett ökat intresse för samhällsutvecklingen i Sverige kopplat till gängkriminalitet under 2022.



Figur 7: Grafen visar antalet nyhetsartiklar och inlägg på sociala medier, bloggar och forum på engelska som handlar om brottslighet i Sverige, främst relaterat till gängkriminalitet, under 2021 och 2022. Endast artiklar där gängkriminalitet och Sverige nämns i rubriken har inkluderats i antalet nyhetsartiklar.

Indikation på ökat intresse för samhällsutvecklingen i Sverige

Sättet som frågan om gängkriminalitet uppmärksammas på tycks ha förändrats under 2022 jämfört med föregående år. 2021 skedde ett antal enskilda brott i Sverige som fick relativt stor uppmärksamhet i nyhetsmedier utomlands, primärt på engelska. Exempel på det var knivattacken i Vetlanda då åtta människor skadades, skjutningen av tre personer i Kristianstad i augusti och mordet på artisten Einár i Stockholm. Dessa händelser väckte en viss uppmärksamhet i sociala medier. Även om antalet skjutningar ökade 2022 har det inte resulterat i en ökning av antalet nyhetsartiklar i internationella medier.¹⁵ Däremot har det skett en tydlig ökning i engagemang för frågan på Twitter under 2022, särskilt på engelska och i länder som USA och Storbritannien. Nästan dubbelt så många konton var aktiva i frågan och de mest aktiva kontona var betydligt mer aktiva än året innan.¹⁶ Det ökade engagemanget på Twitter verkar ha börjat efter de så kallade påskupploppen i april 2022.

¹⁵ Se exempelvis [Skjutningar ökar – men det gör inte våldsbrotten - | forskning.se](#)

¹⁶ De tio mest aktiva kontona genererade i snitt 100 inlägg per aktör under 2021, medan de under 2022 genererade 1 200 inlägg per aktör.

Jämfört med 2021 verkar det inte längre i huvudsak vara enskilda våldsbrott som uppmärksammas utomlands utan även samhällsutvecklingen i stort. Statistik om våldtäkter, explosioner och dödligt våld används för att diskutera utvecklingen i Sverige, och kopplingar till migrations- och integrationsfrågan görs ofta.

Samhällsutvecklingen i samband med riksdagsvalet

Under hösten uppmärksammades samhällsutvecklingen särskilt i samband med det svenska riksdagsvalet. Gängkriminalitet lyftes fram som del av en stor samhällsutmaning som Sverige står inför och beskrevs som en viktig fråga i valrörelsen och för de svenska väljarna. Efter valet kopplades Sverigedemokraternas valframgångar ihop med Sveriges samhällsutmaningar.

I samband med resultatet i riksdagsvalet förekom även reaktioner som specifikt handlade om bilden av Sverige. I nyhetsartiklar ställdes frågan hur Sverige ska uppfattas framöver och det förekom beskrivningar av att Sverige och det svenska samhället är i förändring vad gäller välfärd, öppenhet och jämlikhet. Beskrivningarna fokuserade dels på att Sverige är känt som ett tryggt och säkert land men att Sverige nu har stora utmaningar med utbredd brottslighet, dels på att valresultatet kunde tolkas som ett resultat av en värderingsförskjutning i det svenska samhället. Det är något som tidigare noterats i Norden, men att bilden av Sverige och svensk inrikespolitik står i fokus i stora nyhetsmedier i länder som Storbritannien och USA, bedöms inte ha varit vanligt förekommande tidigare. Regeringsskiftet i Sverige kopplades också ihop med utvecklingen i flera andra länder i Europa och USA och en viss förvåning över samhällsutvecklingen i Sverige uttrycktes.

Betydelsen för bilden av Sverige

I Norden har frågor kring samhällsutvecklingen lyfts regelbundet i stora nyhetsmedier, något som bedöms ha haft en påverkan på bilden av Sverige. Däremot har det mediala fokuset på Sverige under året kring frågor som gängkriminalitet och regeringsskifte inte vara lika utmärkande i länder som Storbritannien och USA. Även om intresset för frågan i sociala medier visar på ökat engagemang i länder som USA och Storbritannien finns det ännu inga tydliga indikationer på att detta lett till en förändring i uppfattningen om Sverige. I Storbritannien har aspekter som rör samhällsstyret rankats lägre än året innan, men detta har främst handlat om frågor kopplat till internationell fred och säkerhet samt engagemang för miljöfrågor.¹⁷ Om denna trend fortsätter kan det dock leda till en förändring i bilden av Sverige i flera länder över tid.

¹⁷ Sveriges position i Nations Brand Index i Storbritannien backade nio steg mellan 2021 och 2022 vad gäller synen på Sveriges agerande kopplat till internationell fred och säkerhet (från plats 3 till plats 12) samt fem platser vad gäller synen på skydd av miljö (från plats 1 till plats 6)

Slutsatser

Medierapporteringen under 2022 och resultaten från årets Nation Brands Index indikerar en trend i hur länder uppfattar varandra. Det blir alltmer tydligt att världen blivit polariserad mellan länder och grupper som präglas av liberal demokrati och mer auktoritära stater och grupperingar.

I ljuset av en alltmer polariserad värld måste vi även betrakta utvecklingen av bilden av Sverige. Vi kan se tre övergripande slutsatser från årets studier av perception, medier och genomgång av internationella index. För det första noteras att bilden av Sverige på övergripande nivå är stabil och övervägande positiv, men vissa förändringar finns. För det andra kan en ny trend i rapporteringen om Sverige skönjas, där Sverige i hög grad uppmärksammas i samband med frågor som rör internationella händelser såsom Rysslands fullskaliga invasion av Ukraina. För det tredje har Sverige under året utsatts för desinformation och en intensiv informationspåverkanskampanj med uppsåt att skada Sveriges anseende.

Bilden av Sverige är fortsatt positiv men vissa förändringar finns

På en övergripande nivå, när man frågar allmänheten i andra länder, är bilden av Sverige positiv och över tid stabil. Precis som tidigare år kan man konstatera att de främsta styrkorna i bilden av Sverige är det svenska samhället och samhällsstyrningen, bidraget internationellt när det gäller fred och säkerhet, bidrag till att minska fattigdom och bidrag till det internationella klimatarbetet. Sverige är ett attraktivt land för utländska talanger och investeringar, inte minst med anledning av att Sverige uppfattas som jämlikt och ett land där man har hög livskvalitet. Men tittar man mer detaljerat på specifika frågor, länder eller målgrupper kan vissa förändringar ändå noteras.

Kriget i Ukraina och Sveriges Natoansökan

Sverige har under året uppmärksammas för sitt ställningstagande i samband med kriget i Ukraina och särskilt i samband med att Sverige och Finland aviserade att ansöka om medlemskap i Nato. Ställningstagandet har tagits emot väl i västländer och rapporteringen har fokuserat på det bidrag som länderna kan ge Nato. Att Sverige lämnar sin 200-åriga alliansfrihet har lyfts som ett historiskt steg. Bilden har också förstärkts genom att Sverige visat sitt stöd till Ukraina som en del av EU och FN, samt genom bilateralt stöd, inklusive humanitärt och militärt, vilket har befast bilden av Sverige som en tydlig del av den västliga gemenskapen som bidrar till ökad säkerhet i en utmanande tid. I exempelvis Polen syns en tydlig positiv effekt. Men vissa länder har också fått en försämrad bild av Sverige till följd av det tydliga ställningstagandet, något som kan noteras i bland annat Ryssland och Turkiet.

Informationspåverkan och desinformation mot Sverige

Under året har det blivit alltmer uppenbart att det finns aktörer som både har intresse och kapacitet att skada Sveriges anseende. I början av året kunde den största dittills sammanhållna informationspåverkanskampanjen mot Sverige och svensk socialtjänst

identifieras. Kampanjen, som startade under slutet av 2021, fick mycket stort genomslag på arabiska under februari. Den spred budskapet om att Sverige är fascistiskt och att Sverige kidnappar muslimska barn. Kampanjen, som i viss utsträckning fortfarande pågår, syftar till att ge en bild av Sverige som ett islamofobiskt land. Samtidigt har medierna i Ryssland rapporterat intensivt om Sveriges ansökan om Natomedlemskap där Sverige beskrivits som en vasallstat till USA, icke självständigt och russofobiskt. Sverige blir en symbol för en samhällsidé, i detta fall en representant för "väst" och den påstådda hotbild som västerländska, demokratiska värderingar anses utgöra mot det ryska samhället och dess befolkning. Att bilden av Sverige har försämrats i Ryssland, precis som för övriga västländer, har redan konstaterats. Det är för tidigt att avgöra hur kampanjer och diskussioner om det svenska samhället kan påverka bilden av Sverige som ett land där alla behandlas lika, då resultaten inte är entydiga. Det finns tecken på att bilden har försämrats i till exempel Saudiarabien, men det är svårt att avgöra vad det beror på och om det är bestående förändringar.

Tendens till ny typ av uppmärksamhet för kriminalitet i Sverige

Under det gångna året har SI observerat att mediebevakningen av Sverige och gängkriminalitet förändrats något jämfört med tidigare år. Det är för tidigt att avgöra om det är ett tredebrott eller en konsekvens av skeenden i Sverige, vilka fick ökad uppmärksamhet i samband med det svenska valet. Tidigare år har SI konstaterat att gängkriminalitet har fått mycket uppmärksamhet i nordiska medier, vilket också i viss utsträckning påverkat bilden av Sverige i Norden negativt. Det har observerats att uppmärksamheten inte begränsats till enskilda brottsfall utan att det har funnits en pågående analys av samhällsutmaningar i Sverige. I länder som Tyskland, Storbritannien och USA har det noterats en ökning av rapporteringen och diskussionen om gängkriminalitet på sociala medier. Diskussionen började vid de så kallade påskupplöpparna och intensifierades i samband med det svenska valet. SI har hittills inte noterat några förändringar i bilden av Sverige i andra länder som en följd av den nya mediebilden.

Konsekvenser för Sverigefrämjandet

En sammanfattning av året visar att världen genomgår stora förändringar. Vi lever i en tid då hårda maktmedel återigen styr, vilket ställer krav på främjandet av Sverige. När geopolitisk och ekonomisk instabilitet utmanar det globala samarbetet blir förtroende, pålitlighet och säkerhet lika viktiga framgångsfaktorer för det svenska varumärket som innovationsförmåga och modernitet.

Resiliens är ett ord som är alltmer vanligt förekommande för att beskriva hur vi behöver hantera utmaningar i vår tid, vilket betyder att det är viktigt att kunna stå emot och snabbt återhämta sig från oönskade förändringar. Det kan dock leda till en ökad grad av misstänksamhet och protektionism mellan länder och regioner, vilket är en utmaning för Sverigefrämjandet som bygger på frihandel, utbyte, öppenhet och samarbete.

Sveriges välstånd är beroende av ett högt internationellt anseende. Ett starkt nationsvarumärke gör att Sverige kan attrahera utländska investeringar, turism och

talanger. Goda relationer med omvärlden är en förutsättning för fördelaktiga handelsavtal och säkerhetsmässiga garantier.

Sveriges nationsvarumärke är starkt och stabilt, och landet rankas högt i internationella index inom områden som berör rättsstatens principer, internationellt engagemang och levnadsvillkor. Men inte minst det senaste årets informationspåverkan mot Sverige visar att det finns starka intressen som vill påverka bilden av landet negativt. Olika former av desinformation, på olika språk, bidrar dessutom till splittring och kan minska förtroendet för Sverige i viktiga länder och inom viktiga styrkeområden för Sverige.

SI observerar att Sverige tappat placeringar i Nation Brands Index 2022 i länder som Turkiet, Kina och Ryssland. Med hänsyn till detta behövs en ökad strategisk kommunikation om Sverige i utlandet, särskilt i MENA-regionen. Digital kommunikation är ett effektivt verktyg för att skapa relationer mellan internationella målgrupper och Sverige. I en komplex värld är det avgörande att systematiskt upprätthålla och kommunicera Sveriges styrkor samt analysera och motverka desinformation på flera språk.

En annan utmaning är den relativt låga kännedomen om Sverige. Det är därför fortsatt viktigt att attrahera människor att på egen hand uppleva Sverige – som turist, student, för jobb, inom kulturutbyten och kulturupplevelser eller i affärssammanhang. Att ha egna erfarenheter av ett land kan ofta skapa en positiv bild som varar livet ut.

För att Sverigefrämjandet ska vara framgångsrikt behöver Sverige uppfattas som både tillförlitligt och modernt. Att fortsätta att bygga förtroende och kännedom för Sverige i utlandet är och förblir avgörande.

Årets rapporter

[Omvärldens bild av Sverige – Sveriges position i Nation Brands Index 2022](#)

[Notis eller världsnvyhet? Hur riksdagsvalet i Sverige 2022 porträtterats utomlands](#)

[Så uppfattas Sverige i Baltikum](#)

[Så uppfattas Sverige av EU-länderna](#)

[Ungas bild av Sverige. Kännedom och uppfattning om Sverige i Indien, Japan och Sydkorea](#)

[Mediebilden av Sverige, december 2022](#)

[Mediebilden av Sverige, november 2022](#)

[Mediebilden av Sverige, oktober 2022](#)

[Mediebilden av Sverige, september 2022](#)

Bilaga 1: Sveriges position i internationella index

| | Placering 2022 (förändring sedan senaste mätningen) | Antalet länder |
|--|---|-----------------------------|
| Samhälle och demokrati | | |
| Global Democracy Index | 4 (±0) | 166 |
| World Press Freedom Index | 3 (±0) | 180 |
| Corruption Perceptions Index | 5 (-1) | 180 |
| Rättvisa, utveckling och internationellt bidrag | | |
| Global Gender Gap | 5 (±0) | 146 |
| Gender Equality Index | 1 (±0) | 27 |
| Human Development Index | 7 (-2) | 191 |
| World Happiness Ranking | 7 (-1) | 146 |
| Good Country Index | 1 (±0) | 169 |
| Klimat och hållbarhet | | |
| Sustainable Development Goals Index | 3 (-1) | 163 |
| Commitment to Development Index | 1 (±0) | 40 |
| Climate Change Performance Index | 5 (-1) | 60 (63 möjliga placeringar) |
| Environmental Performance Index | 5 (+3) | 180 |
| Innovation, näringsliv, konkurrenskraft | | |
| European Innovation Scoreboard | 1 (±0) | 27 |
| Global Innovation Index | 3 (-1) | 132 |
| World Competitiveness Ranking | 4 (-2) | 63 |
| World Digital Competitiveness Index | 3 (±0) | 63 |
| Network Readiness Index | 3 (-1) | 131 |
| Digital Economy and Society Index | 4 (-1) | 27 |

Figur 8. Sveriges placering i ett urval av internationella index.

