
Sverigebild i MENA–Asien

Delrapport 1

Bakgrund och syfte

- Svenska institutet (SI) har genomfört en studie av Sverigebilden i Saudiarabien, Egypten, Marocko, Iran, Irak, Turkiet, Indien, Indonesien och Pakistan. Studien har genomförts under oktober och november 2023 och bygger på intervjuer med 9 000 respondenter. Det är främst en internetbaserad del av befolkningen som nåtts.
- Studien undersöker hur Sverige uppfattas mot bakgrund av det senaste årets händelser som koranbränningar och den pågående informationspåverkanskampanjen mot svensk socialtjänst.
- Rapporten sammanfattar de huvudsakliga resultaten av studien. Våren 2024 kommer SI att publicera del två som innehåller en kompletterande studie av mediebilderna och intervjuer med näringslivsaktörer i ett urval av länderna.

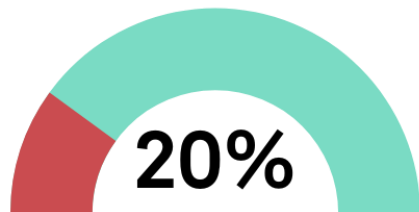
Sammanfattning

- Var femte person i Saudiarabien och Iran är negativt inställda till Sverige.
- En delförklaring till den negativa bilden av Sverige är koranbränningar och LVU-kampanjen.
- Den främsta förklaringen till den negativa bilden är inställningen till väst och liberala sekulära värderingar.
- Uppfattningen om Sverige är övervägande positiv i alla nio länder.
- Svenska samhället och naturen bidrar till en positiv Sverigebild.
- Erfarenhet av Sverige genom svensk kultur eller studier ger ökad motståndskraft mot negativa eller felaktiga budskap om Sverige.

Var femte person i Saudiarabien och Iran är negativa till Sverige

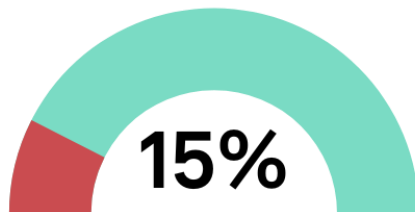
Andelen negativa till Sverige i Saudiarabien, Iran, Irak, Turkiet, Pakistan och Marocko är högre än i många andra länder.

→ I Saudiarabien och Iran är cirka **20 %** negativt inställda till Sverige.



■ Negativ syn på Sverige

→ I Irak, Turkiet, Pakistan och Marocko är cirka **15%** negativt inställda till Sverige.



■ Positiv + neutral syn på Sverige

→ I Egypten, Indien och Indonesien är mindre än **10%** negativt inställda till Sverige.



Koranbränningar och LVU-kampanjen är en delförklaring till den negativa bilden av Sverige

→ **Var tredje person** uppger att de hört eller läst om koranbränningar och **var femte** har hört eller läst om kidnappning av barn i Sverige.

→ **Var tionde person** har koranbränningar och kidnappning av barn som första spontana association till Sverige.

→ **Nästan hälften** av dem som anger att de fått en försämrad bild av Sverige uppger intolerans, särskilt mot muslimer och islam, som anledning.

→ **Var fjärde** person som läst om koranbränningar eller kidnappning av barn har en negativ bild av Sverige.

Den främsta förklaringen till en negativ bild är inställningen till väst



De som är negativa till Sverige är ofta negativa även till andra länder i väst som Danmark och Norge.

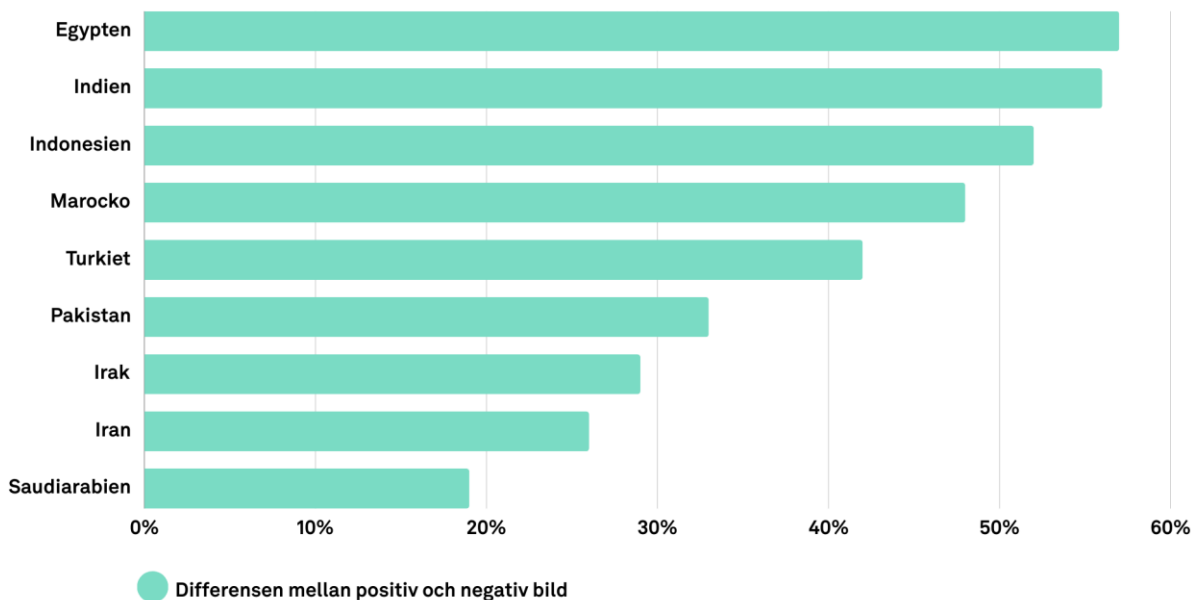


Gruppen negativa till Sverige är ofta negativa till alla aspekter av Sverige som de ombads uttala sig om.



Denna grupp har ofta en negativ syn på liberala sekulära värderingar.

Bilden av Sverige är övervägande positiv



- I alla nio länder är det fler som har en positiv än en negativ bild av Sverige.
- En särskilt positiv bild finns i Egypten, Indien och Indonesien. Andelen positiva är också stor i Turkiet och Marocko, även om bilden där är mer polariserad.
- Bilden av Sverige särskiljer sig inte markant från bilden av Norge och Danmark.

Svenska samhället och naturen bidrar till en positiv Sverigebild



Ordmolnet visar respondenternas fritextsvar på frågan om vad de associerar med Sverige. Grön färg indikerar att de på en annan fråga angett att de är positiva till Sverige och röd färg indikerar att de är negativa.

- Hög livskvalitet och starkt engagemang i miljöfrågor är Sveriges främsta styrkor.
- Sverige förknippas med ord som säkert, vackert, stabilt och modernt.
- Sverige anses särskilt attraktivt som turistdestination.

Erfarenhet av Sverige stärker motståndskraften

Tre av fyra som läst om koranbränningar och LVU-kampanjen har inte fått en försämrad bild av Sverige, och har inte heller en negativ bild av Sverige. De associerar istället Sverige med vacker natur och hög levnadsstandard, i likhet med dem som inte läst om koranbränningar och LVU-kampanjen.

- De som tagit del av negativ nyhetsrapportering, alternativt felaktiga påståenden om Sverige, och förblir positiva eller neutrala till Sverige har ofta egna erfarenheter av Sverige, och även en individualistisk världsbild.
- Har exempelvis studerat i Sverige eller tagit del av svensk kultur.
- Är positivt inställd till individuella rättigheter.

Metod

- Undersökningen är genomförd i nio länder: Saudiarabien, Egypten, Marocko, Iran, Irak, Turkiet, Indien, Indonesien och Pakistan.
- Den genomfördes på sex språk: arabiska, engelska, hindi, urdu, persiska och indonesiska.
- Enkätundersökningen har genomförts av undersökningsföretaget Enkätfabriken på uppdrag av SI.
- Webbpaneler – huvudsaklig metod i alla länder: Blandning av självrekryterade och slumpmässigt utvalda respondenter har använts för en så bred variation av respondenter som möjligt. Kvotgrupper har använts för att nå ett representativt urval av befolkningarna vad gäller åldersfördelning, könsfördelning, spridning inom landet och fördelning på utbildningsnivåer.
- Telefonintervjuer: Har använts för att komplettera webbpaneler i Iran och Irak för ett mer representativt urval av befolkningen.
- Populationen är primärt den internetbaserade befolkningen i respektive land.
- Undersökningsperiod 2023.10.18 – 2023.11.26.
- Antalet respondenter i respektive land är ca 1000, undantaget Iran där antalet respondenter var 622.
- Enkätfrågorna har primärt handlat om olika aspekter av Sverige där respondenterna ombetts göra självskattningar av sin uppfattning.

