

Bilden av Sverige utomlands 2025

Årsrapport från Svenska institutet



Bild: Alexander Mahmoud/DN/TT/imagebank.sweden.se

Vi visar Sveriges möjligheter för världen. Vårt uppdrag är att stärka, skydda och bevaka uppfattningen om Sverige utomlands.

Innehållsförteckning

Förord	3
Sammanfattning	4
English summary	6
Inledning	9
Mediebilden av Sverige 2025 – övergripande trender	10
Framträdande händelser 2025	10
Framträdande teman och skeenden i mediebilden av Sverige	12
Uppfattningen om Sverige	18
Sveriges profil och attraktionskraft	18
Bilder av Sverige runtom i världen	20
Slutsatser	24
Metod	25

Förord

Sveriges anseende är i dag en säkerhetspolitisk fråga. I ett föränderligt och mer osäkert omvärldsläge är det viktigare än någonsin att omvärlden har en uppdaterad och faktabaserad syn på vårt land. 2025 års rapport visar att kännedomen om Sverige, bortom vårt närområde, behöver förbättras. Det ökar människors förutsättningar att stå emot vilseledande information och bidrar till svensk konkurrenskraft.

Trots att mediebilderna av Sverige 2025 präglades av säkerhetspolitiska frågor och våldsdåd är det glädjande att människor runtom i världen anser att Sverige är ett av de länder som har det allra starkaste och mest stabila samhällsstyret. Vi uppfattas också vara ett av de ledande länderna inom hållbarhet med en mycket attraktiv livsstil.

Årets rapport visar också vilken stark position Sverige har i Nordamerika. Det innebär stora möjligheter för såväl svenska företag att göra affärer och rekrytera spetskompetens som för våra lärosäten att rekrytera internationella studenter och forskare.



Madeleine Sjöstedt, Generaldirektör



Foto: Elin Larsson/Svenska institutet

Sammanfattning

SI följer mediebilderna av Sverige och uppfattningen om Sverige i andra länder. I vår årsrapport drar vi slutsatser om hur synen på Sverige och Sveriges attraktionskraft har utvecklats det senaste året och i ett något längre perspektiv.

Mediebilderna av Sverige 2025 – övergripande trender

Mediebilderna kännetecknades av en något ökad mängd publiceringar om Sverige jämfört med föregående år och av att innehållet ändrade karaktär. Med mediebilderna avses publiceringar om Sverige i internationella nyhetsmedier, i sociala medier och på andra digitala plattformar. Efter att under några år främst ha knutit an till säkerhetspolitik kom mediebilderna att i högre grad präglas av händelsestyrd uppmärksamhet kring brottslighet i Sverige. Parallellt med uppmärksamheten kring brottslighet fortsatte internationella nyhetsmedier att i varierande grad rapportera om Sverige kring teman som försvar och säkerhet, internationella relationer, samhällsfrågor, sport och näringsliv. Mediebilderna kännetecknades också av att ledare i andra länder omnämnde Sverige – såväl positivt som negativt – och nådde ut mycket brett.

Framträdande händelser i mediebilderna

Flera våldsdåd tillhörde de mest framträdande händelserna i mediebilderna. Det bedöms spegla en medielogik där dramatiska och negativt laddade händelser väcker uppmärksamhet. Bland andra framträdande händelser finns Greta Thunbergs medverkan i aktioner till stöd för Gaza, ett av president Donald Trumps uttalanden om Sverige och en ordväxling mellan Ungerns president Viktor Orbán och statsminister Ulf Kristersson. En stor mängd publiceringar uppstod då fotbollsspelaren Viktor Gyökeres övergång till Arsenal bekräftades.

Framträdande teman och skeenden i mediebilderna

Försvar fortsatte att vara ett tydligt inslag i mediebilderna under året, men det mest framträdande temat var brottslighet. Sveriges internationella hållning lyftes i viss utsträckning, medan näringsliv liksom tidigare var ett litet tema i både sociala medier och nyhetsmedier. I rapporteringen kring försvar var fokus på Sveriges försvarsförmåga, ökade försvarsbudgetar och landets roll i ett oroligt säkerhetsläge. Sveriges stöd till Ukraina fick också utrymme i internationella medier. Västliga medier var positiva, de ryska ofta kritiska.

Uppfattningen om Sverige i världen fortsatt mycket positiv

Sverige har en tydlig och stabil profil. Det finns några egenskaper som Sverige associeras med, både över tid och i många olika länder och såväl i Sveriges närhet som längre bort. Olika undersökningar bekräftar också att Sverige har ett mycket positivt internationellt anseende och en stark attraktionskraft. Den allra mest positiva synen på Sverige finns i Nordamerika och Europa. På regional nivå har Sverige ett mycket gott anseende även i andra delar av världen, som Asien, Latinamerika och Mellanöstern och Nordafrika (MENA). Svagast är det i Subsahariska Afrika, men även där är Sveriges anseende gott.

Sveriges attraktionskraft byggs av bilden av Sverige som demokratiskt och hållbart

De främsta associationerna till Sverige är ett samhällsstyre präglad av politisk stabilitet och låg korruption, samt vårt bidrag till hållbarhet. Sverige associeras också med en mycket attraktiv livsstil. Den faktiska kännedomen om Sverige bedöms vara låg i många länder. Låg kännedom kan göra det svårare för människor att bedöma om information är sann eller felaktig. Européer har idag den högsta självskattade kännedomen, följt av en allmänhet i Nordamerika. Därefter kommer Asien, Latinamerika samt Mellanöstern och Nordafrika. Lägst är kännedomen i Subsahariska Afrika.

Varierande bild av Sverige som tryggt och säkert

Sverige uppfattas både på global nivå och på de flesta håll runtom i världen vara ett av de tryggaste och mest säkra länderna. I Norden, de baltiska länderna och Polen har synen på Sverige som tryggt och säkert över tid påverkats i negativ riktning. Den mindre positiva synen inom ett avgränsat område har inte haft en negativ påverkan på uppfattningen om Sverige inom andra områden eller på Sveriges attraktionskraft. I Tyskland anses Sverige liksom tidigare vara ett av de mest trygga och säkra länderna i världen. Inte heller i Ungern ses någon större påverkan på uppfattningen av en stundtals negativ mediebild.

Sveriges internationella ställning

I de allra flesta länder anses Sverige vara ett land som har mycket goda omvärldsrelationer och som hjälper andra länder i nöd. Den mest positiva uppfattningen finns i västländer, men exempelvis Ryssland och Turkiet instämmer också. I Kina och en del länder i MENA ses i vissa avseenden en försämring de senaste åren och Sverige anses i låg utsträckning vara ett solidariskt land. När vi riktar blicken mot uppfattningen om Sveriges bidrag till fred och säkerhet står det klart att Ryssland följt av Indien och Saudiarabien intar den mest negativa hållningen.

Stark attraktionskraft trots bitvis svag bild av befolkning och värderingar

Några länder skiljer ut sig genom att de i vissa avseenden har en mindre positiv syn på Sveriges befolkning och värderingar än de flesta andra länder. Här finns bland annat Ryssland, Kina och Turkiet. I Mellanöstern och Nordafrika (MENA) ses på övergripande nivå en återhämtning för Sveriges anseende efter koranbränningarna och LVU-kampanjen. Det finns en mycket positiv syn på Sverige inom områden som samhällsstyre, handel, investeringar och grön omställning. Vår livsstil uppfattas vara mycket tilltalande. MENA sticker dock ut som den region där synen på Sveriges befolkning och värderingar är minst positiv. Liksom i andra delar av världen anses Sverige och svenskar generellt vara pålitliga, vilket är en stor tillgång. Det är dock få som anser att Sverige står för generositet, vänlighet, tolerans och inkludering. Minst positiv är en allmänhet i Saudiarabien och Egypten. Detsamma gäller i varierande grad också synen på våra nordiska grannländer samt på USA, Tyskland och Schweiz.

English summary

SI monitors the media image of Sweden and perceptions of Sweden in other countries. In the annual report, we draw conclusions about how views of Sweden and Sweden's attractiveness have developed over the past year and from a somewhat longer-term perspective.

The media image of Sweden in 2025 – overall trends

The media image was characterised by a slight increase in the volume of publications about Sweden compared with the previous year, as well as by a shift in content. The media image refers to publications about Sweden in international news media, social media, and other digital platforms. After several years of being primarily linked to security policy, the media image increasingly came to be shaped by event-driven attention to crime in Sweden. Alongside this, international news media continued to report on Sweden to varying degrees in relation to themes such as defence and security, international relations, societal issues, sport, and business. The media image was also marked by the fact that leaders in other countries mentioned Sweden - both positively and negatively - and reached very broad audiences.

Prominent events in the media image

Several violent incidents were among the most prominent events in the media image. This is assessed to reflect a media logic in which dramatic and negatively charged events attract attention. Other notable events included Greta Thunberg's participation in actions in support of Gaza, one of President Donald Trump's statements about Sweden, and a verbal exchange between Hungary's President Viktor Orbán and Prime Minister Ulf Kristersson. Many publications also followed the confirmation of footballer Viktor Gyökeres' transfer to Arsenal.

Prominent themes and developments in the media image

Defence remained a clear element in the media image during the year, but the most prominent theme was crime. Sweden's international stance was highlighted to some extent, while business—much like in previous years—was a minor theme in both social and news media. Reporting on defence focused on Sweden's defence capabilities, increased defence budgets, and the country's role in an uncertain security environment. Sweden's support for Ukraine also received attention in international media. Western media outlets were positive, whereas Russian media were often critical.

International perceptions of Sweden remain very positive

Sweden continues to have a clear and stable profile. There are certain characteristics associated with Sweden—over time, across many countries, and both in neighbouring regions and further afield. Various surveys confirm that Sweden enjoys a very positive international reputation and strong attractiveness. The most favourable perceptions of Sweden are found in North America and Europe. At a regional level, Sweden also enjoys a strong reputation in other parts of the world, including Asia, Latin America, as well in the

Middle East and North Africa (MENA). The weakest perceptions are found in Sub-Saharan Africa, although Sweden's reputation there remains positive.

Sweden's attractiveness underpinned by the perception of Sweden as democratic and sustainable

The strongest associations with Sweden relate to governance, characterised by political stability and low levels of corruption, as well as the country's contribution to sustainability. Sweden is also associated with a highly attractive lifestyle. Actual knowledge of Sweden is considered to be low in many countries. Low levels of knowledge may make it more difficult for individuals to assess whether information is accurate or misleading. Europeans currently report the highest self-reported knowledge of Sweden, followed by the public in North America. Asia, Latin America, and the Middle East and North Africa follow thereafter, with the lowest levels found in Sub-Saharan Africa.

Varied perceptions of Sweden as safe and secure

Sweden is perceived, both globally and in most parts of the world, as one of the safest and most secure countries. In the Nordic region, the Baltic states, and Poland, the perception of Sweden as safe and secure has deteriorated over time. However, this less positive view within a narrowly defined area has not negatively affected perceptions of Sweden in other areas or Sweden's overall attractiveness, whether in the Nordic region, the Baltic states, or Poland. In Germany, Sweden continues to be regarded as one of the safest and most secure countries. Nor is any significant impact on perceptions observed in Hungary despite the at times negative media coverage.

Sweden's international standing

In most countries, Sweden is regarded as a nation with very good international relations and one that assists other countries in need. The most positive perceptions are found in Western countries, although Russia and Turkey also share this view. In China and some countries in MENA, certain perceptions have worsened in recent years, and Sweden is considered to be a country that shows limited solidarity. When focusing specifically on Sweden's contribution to peace and security, Russia, followed by India and Saudi Arabia, express the most negative views.

Strong attractiveness despite partly weaker perceptions of the population and values

Some countries stand out through having a less positive view of the Swedish population and Swedish values than most other countries. This includes Russia, China, and Turkey. In the Middle East and North Africa (MENA), Sweden's reputation has largely recovered following the Quran burnings and the LVU campaign. There is a very positive perception of Sweden in areas such as governance, trade, investment, and the green transition. Sweden's lifestyle is also viewed as highly appealing. However, MENA stands out as the region where perceptions of the Swedish population and Swedish values are least positive. As in other parts of the world, Sweden and Swedes are generally regarded as reliable,

which is a significant asset. However, few consider Sweden to embody generosity, friendliness, tolerance, or inclusion. The least positive views are found in Saudi Arabia and Egypt. Similar patterns—though to varying degrees—are observed in perceptions of our Nordic neighbours as well as of the United States, Germany, and Switzerland.



Sverige förknippas internationellt med demokrati, låg korruption, hållbarhet och med en attraktiv livsstil. Samtidigt är den faktiska kännedomen om Sverige låg i många länder. Bild: Hanna Franzén/TT/imagebank.sweden.se

Inledning

Svenska institutets uppdrag är att stärka, skydda och bevaka uppfattningen om Sverige utomlands. Sverige bilden i utlandet skapar inte bara förutsättningar för mjuk makt. En internationellt trovärdig Sverige bild och ett gott rykte är avgörande för att både främja och försvara svenska intressen. I vår bevakning av bilden av Sverige brukar vi ofta konstatera att människor tycks ovilliga att ändra sin bild. Intryck av Sverige via olika kanaler och ibland genom egna erfarenheter formar stabila uppfattningar. Tillfälliga eller mer långvariga förändringar kan dock uppstå, till exempel som ett resultat av hur ett lands agerande eller händelser i landet uppfattas. Det fick Sverige erfara i samband med de starka reaktionerna på koranbränningarna.

Det senaste året har präglats av ökade geopolitiska spänningar, fortsatt krig i Sveriges närområde och ekonomisk osäkerhet. Demokratien fortsätter att backa i många länder. Polariseringsen tycks tillta både i och mellan länder. Vi har också sett unga runt om i världen protestera och utmana regimer de uppfattar som odemokratiska. I Moldavien misslyckades Rysslands sabotageförsök i samband med valet. Det finns en del tecken på positiv utveckling, som att globala investeringar i den gröna omställningen nådde rekordhöga nivåer under året, men klimatförändringarna är fortsatt en ödesfråga. Den snabba digitala transformationen, inte minst utvecklingen inom artificiell intelligens, har gjort informationsflödena alltmer snabbväxande och komplexa.

Medier är en mycket viktig informationskälla om andra länder. Ofta den allra viktigaste. Budskap som återupprepas och når ut till mottagliga grupper kan påverka människors uppfattning. Den bild av Sverige som framträder i media och Sverige bilden hos en allmänhet är dock inte alltid samma sak. Den stabila bilden av vårt land har byggts upp under lång tid. Dessutom tar människor i varierande utsträckning del av information om Sverige och de tar den till sig på olika sätt. Befintliga referenser och kunskap om Sverige kan överskugga ny information. En negativ utveckling inom ett område kan uppfattas som avgränsad och inte representativ. Den positiva bygger bilden av Sverige bygger också i viss utsträckning på att landet de facto presterar mycket väl inom många områden. Sverige representerar 0,13 procent av världens befolkning men placerar sig i topp i mätningar som undersöker graden av demokrati, bidrag till grön omställning och innovation.

En global utblick visar att USA har tappat i anseende det senaste året. Internationella undersökningar visar också att synen på USA har försämrats inom många områden men att landet behåller sin topposition inom exempelvis kultur och underhållning. Kina liksom Gulfstaterna har däremot stärkt sin position över tid. Hur har uppfattningen om Sverige påverkats i en bitvis utmanande och komplex tid?

I vår årsrapport om bilden av Sverige tittar vi medie bilden av Sverige och på uppfattningen om Sverige i andra länder. Vi drar slutsatser om hur synen på Sverige och Sveriges attraktionskraft har utvecklats det senaste året och sätter även in utvecklingen i ett något längre perspektiv.

Mediebilderna av Sverige 2025 – övergripande trender

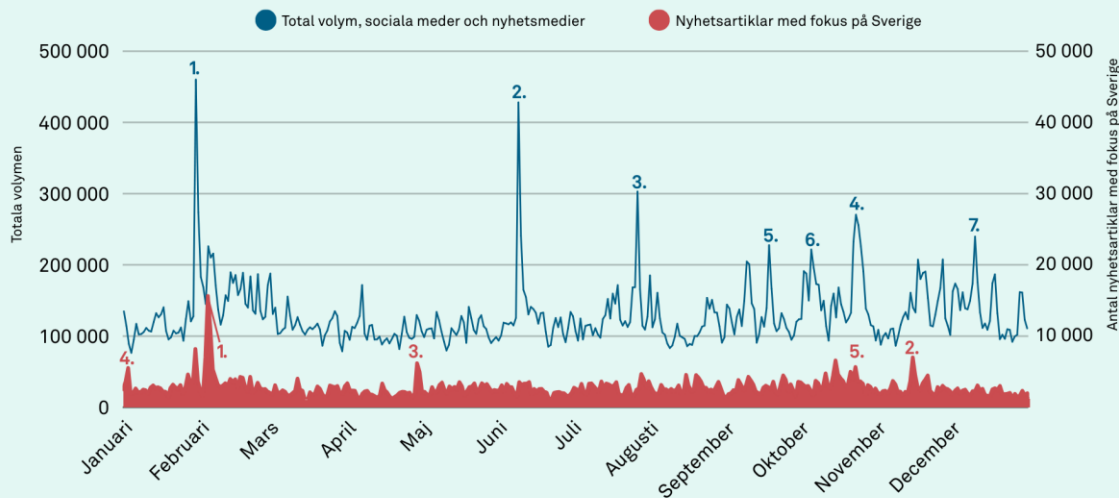
I jämförelse med många andra länder utgör Sverige ingen stor del av det internationella informationsflödet. Vanligen publiceras mer om Sverige än om andra nordiska länder, men betydligt mindre än om stora länder. Det totala antalet publiceringar om Sverige i nyhetsmedier och sociala medier ökade något under året jämfört med föregående år. Flest publiceringar om Sverige gjordes i USA. Bland andra länder i toppen finns Japan, Storbritannien, Spanien, Frankrike och Tyskland. Turkiet hör också till de länder som publicerade mest om Sverige, men volymen minskade tydligt jämfört med året innan.

Innehållet i mediebilderna ändrade karaktär under året. Med mediebilderna avses publiceringar om Sverige i internationella nyhetsmedier, sociala medier **och** på andra digitala plattformar. Efter att under några år främst ha knutit an till säkerhetspolitik, med fokus på Sveriges väg mot ett Nato-medlemskap, kom mediebilderna att i högre grad präglas av brottslighet i Sverige. Flera olika våldsdåd uppmärksammades. Det bedöms spegla en medielogik där dramatiska och negativt laddade händelser väcker uppmärksamhet. Parallellt med uppmärksamheten kring brottslighet fortsatte internationella nyhetsmedier att i varierande grad rapportera om Sverige kring teman som försvar och säkerhet, internationella relationer, samhällsfrågor, sport och näringsliv. Mediebilderna under året kännetecknades också av att ledare i andra länder omnämnde Sverige - såväl positivt som negativt - och nådde ut mycket brett.

Framträdande händelser 2025

Perioder av högre volymer i informationsflödet om Sverige uppstår när händelser får stort genomslag i flera olika typer av källor, däribland nyhetsmedier och sociala medier. Under 2025 var dessa perioder mer omfattande än året innan. En annan skillnad var att de främst berörde våldsdåd i Sverige, efter att under föregående år ha kretsat kring Sveriges väg mot ett Nato-medlemskap. Greta Thunbergs medverkan i aktioner till stöd för Gaza fick också stor uppmärksamhet liksom ett av president Donald Trumps uttalanden om Sverige. Likaså skapade en ordväxling mellan Ungerns president Viktor Orbán och statsminister Ulf Kristersson uppmärksamhet. Sport var precis som tidigare år ett stort ämne i både nyhetsmedier och sociala medier. Under året kom fotboll att dominera innehållet. En stor mängd publiceringar uppstod då fotbollsspelaren Viktor Gyökeres övergång till Arsenal bekräftades.

Uppmärksammade händelser under året



Grafen visar antalet nyhetsartiklar och inlägg på sociala medier, bloggar och forum om Sverige per dag på 53 språk. De toppar i volym som förklaras pekar på perioder, oftast kopplade till enskilda händelser, då Sverige omnämndes särskilt mycket. Den blå linjen visar antal nyhetsartiklar där Sverige nämns i rubriken.

Total volym i sociala medier, nyhetsmedier, forum m.m.:

- 1.** Ett uppmärksammat mord på Salwan Momika, tidigare känd för koranbränningar i Sverige, ledde till mycket omfattande omnämnanden av Sverige i sociala medier.
- 2.** Greta Thunberg omhändertogs i samband med Freedom Flotilla, en aktion med syfte att uppmärksamma och protestera mot blockaden av Gaza. Händelsen fick globalt genomslag i sociala medier och nyhetsmedier.
- 3.** Bekräftelsen av den svenske fotbollsspelaren Viktor Gyökeres övergång från Sporting Lissabon till Arsenal fick stort genomslag i sociala medier och nyhetsmedier.
- 4.** En dom i ett våldtäktsmål väckte internationellt intresse och genererade diskussioner om rättsväsendet i Sverige. Händelsen fick särskild spridning i sociala medier.
- 5.** Viktor Orbán publicerade ett öppet brev riktat till statsminister Ulf Kristersson på plattformen X, där svensk politik och samhällsutveckling kommenterades. Att artisten Ten fick priset Årets utländska låt vid Rockbjörnen bidrog också till högre volymer.
- 6.** Greta Thunberg omhändertogs i samband med Global Sumud Flotilla, en aktion med syfte att uppmärksamma och protestera mot blockaden av Gaza. Händelsen fick globalt genomslag i sociala medier och nyhetsmedier.
- 7.** Donald Trump uttryckte sig positivt om svenskar i samband med uttalanden om migration till USA, där Sverige jämfördes med andra länder. Uttalandet uppmärksammades brett i sociala medier och nyhetsmedier.

Uppmärksammade händelser i nyhetsmedier där Sverige stod i fokus:

- 1.** Massskjutningen vid Campus Risbergsga i Örebro var det våldsdåd som fick störst uppmärksamhet i internationella nyhetsmedier.
- 2.** En buss körde in i en busshållplats vid Östra station i Stockholm, vilket ledde till dödsfall och personskador. Olyckan uppmärksammades i internationella nyhetsmedier.
- 3.** Tre personer dödades i samband med en skjutning vid en frisörsalong i Uppsala. Händelsen var ett av de våldsdåd som uppmärksammades i internationella nyhetsmedier.
- 4.** Sverige och Finland inledde utredningar av misstänkta kabelbrott i Östersjön. Händelsen kopplades till säkerhetsläget i Östersjöområdet.
- 5.** Sverige och Ukraina undertecknade en avsiktsförklaring kopplad till JAS Gripen. I rapporteringen förekom uppgifter om att Ukraina vill köpa upp till 150 flygplan.

Framträdande teman och skeenden i mediebilderna av Sverige

Nedan presenteras teman och skeenden som varit framträdande i mediebilderna av Sverige under året. Det mest framträdande temat var brottslighet där innehållet i hög grad berörde olika våldsdåd. Försvar fortsatte att vara ett tydligt inslag i mediebilderna. Volymen minskade något efter att Natoansökan bidrog till stora volymer innan Sveriges inträde i försvarsalliansen. Sveriges internationella hållning lyftes i viss utsträckning, medan näringsliv liksom tidigare var ett litet tema i både sociala medier och nyhetsmedier.

Händelsestyrd uppmärksamhet kring brottslighet

Under 2025 blev brottslighet i Sverige mer framträdande i mediebilderna än under föregående år. Temat var det största i nyhetsrapporteringen om Sverige i Danmark, Norge, Italien och Frankrike och vanligt förekommande i många andra länder. Informationsflödet under året blev mer händelsestyrt än under 2024. Massskjutningen på Campus Risbergska i Örebro blev årets största händelse i internationella nyhetsmedier¹. Absolut störst medialt genomslag fick dock mordet på Salwan Momika² följt av en dom efter en våldtäkt i Skellefteå. Även morderna på tre personer på en frisörsalong i Uppsala plockades upp i medierna, men i lägre utsträckning. Den mycket stora uppmärksamheten kring mordet på Momika påverkades av ett stort engagemang i sociala medier – sammantaget blev medievolymerna under ett enskilt dygn bland de större om Sverige sedan koranbränderna 2023. Något som bör ses i ljuset av de kraftiga reaktionerna på de händelserna. I informationsflödet efter mordet sågs en skiljelinje mellan å ena sidan turkiska och arabiskspråkiga inlägg i sociala medier, där Momika och hans handlingar fördömdes, och å andra sidan engelskspråkiga sociala medier, där islam ofta kritiserades.

Nyhetsmediernas rapportering om brottslighet i Sverige var huvudsakligen redogörande, med inslag av negativa porträtteringar av Sverige och det svenska samhället.

Diskussionerna i sociala medier rymde i högre grad åsikter och reaktioner. Frågor om kopplingar mellan stor invandring och en negativ samhällsutveckling med hög brottslighet löpte som en röd tråd. Liksom föregående år behandlades gängkriminalitet. Bland annat belystes rekryteringen av unga. Internationella medier skrev dock i något lägre utsträckning längre analyser av läget i Sverige.

Fortsatt intresse för försvarsfrågor

Det allvarliga säkerhetsläget i Sveriges närområde och försvarsfrågor fortsatte att prägla mediebilderna. En tillbakablick visar att internationella nyhetsmediers intresse för försvarsfrågor ökade som en effekt av ett stort intresse för Sveriges väg mot ett Natomedlemskap 2024. Uppmärksamheten tycks ha kulminerat i samband med att Sverige blev Natomedlem. Därefter har fokus ofta varit på Sveriges försvarsförmåga och bidrag till säkerheten i närområdet.

¹ Sweden searches for answers after country's deadliest shooting - BBC

² مباشر الجزيرة | السويد في الرصاص المصحف حارق مقتل.. موميكا سلوان - Al Jazeera

Säkerhetsläget återspeglas i en relativt omfattande rapportering om incidenter i Östersjöområdet och av en del uttalanden från regeringsföreträdare. När statsminister Ulf Kristerssons under Folk och Försvar sa att Sverige inte är i krig men att det inte heller råder fred plockades det upp av nyhetsmedier i flera länder³. I samband med bordningar av ryska och kinesiska fartyg och utredningar kring misstänkta kabelsabotage och drönarincidenter har Sverige lyfts som en aktiv aktör⁴. Det gäller också i rapportering kring samarbeten med nordiska länder och Nato. I ryska medier har Sveriges agerande ofta beskrivits som fientligt.



Volodymyr Zelenskyj och statsminister Ulf Kristersson vid en pressträff hos Saab i Linköping. Under 2025 fortsatte internationella medier att koppla Sverige till försvars- och säkerhetsfrågor. Foto: Linus Haegermark / Saab AB (Copyright Saab AB)

Rapporteringen kring försvar fokuserade främst på förstärkningar av Sveriges försvar och landets försvarsförmåga. Sveriges upprustning sägs vara den största sedan kalla kriget, med rekordhöga försvarsbudgetar. Det är tydligt att de svenska satsningarna sker i ljuset av ett oroligt omvärldsläge och de sägs bidra till Natos nordöstra flank. I västliga medier framställs Sverige ofta i ett positivt ljus. I Ryssland är bilden en annan. Trots en minskad volym jämfört med 2024 var försvar fortsatt det största temat. Rapporteringen var liksom tidigare kritisk mot Sverige.

Tyska medier hör till dem som intresserat sig för Sveriges upprustning av det militära och civila försvaret, som knyter an till en nationell diskurs och landets egna ambitioner. Även i

³ Sweden neither at war nor at peace, says PM, as warships sent to Baltic Sea | Sweden | The Guardian

⁴ Sweden to send warships to NATO Baltic Sea patrols after 'sabotage' incidents | Euronews

andra länder, exempelvis Norge, Finland, Polen och Frankrike, har Sverige uppgetts ligga före andra. Förberedelser för gravplatser och broschyrer till allmänheten har tagits upp. När ryska medier har rapporterat om samma ämnen ges en bild av att Sveriges agerande är överdrivet.

Jas Gripen har i nyhetsrapporteringen framställts som en symbol för svensk försvarsförmåga och svensk försvarsindustri. Stridsflygplanet har ofta framstått som eftertraktat, som ett tillskott i Natosammanhang och som det mest moderna, ”designat för att motverka Moskva”.⁵ Fler länder uppges antingen vara på väg att köpa planet, som Colombia, eller vilja göra det, som Peru och Ukraina. Inför Colombias köp av Gripen förekom uppgifter om att USA planerade att lägga in ett veto mot affären. Colombias president Pedro Sánchez dementerade både det och uppgifter om att Saab skulle ha mutat landet för att sälja Gripen. I samband med att Gripen användes av Thailand i väpnad attack mot Kambodja förekom också såväl positivt som negativt samt felaktigt innehåll. Thailändska medier lyfte planets förmåga medan det i bland annat medier i Kambodja förekom spekulationer om att Sverige skulle frysa förhandlingar med Thailand kring nya plan, efter att de hade använts mot Kambodja. Något som dementerades av bland annat Thailands biträdande försvarsminister och i kommentarsfält i sociala medier.

Sverige på den internationella arenan

Sveriges hållning internationellt fick ett visst utrymme i nyhetsmedier. Mest framträdande var stödet till Ukraina⁶. Militära stödpaket, ett omprioriterat bistånd och uttalanden om säkerhetsgarantier var i fokus. Västerländska medier rapporterade neutralt eller positivt medan ryska medier liksom i andra frågor skiljde ut sig genom en kritisk hållning. Det svenska stödet uppgavs bidra till att förlänga kriget och stödja en nynazistisk regim i Kiev.⁷

En del arabisk- och turkiskspråkiga medier lyfte propalestinska demonstrationer i Sverige. Det framgick att de syftat till att protestera mot Israel. Sammantaget har dock Sverige omnämnts i relativt låg utsträckning kopplat till kriget mellan Israel och Hamas. Det var dock inte överraskande att omhändertagandet av Greta Thunberg på väg mot Gaza med båt tillsammans med andra aktivister vid två tillfällen ledde till mycket stor uppmärksamhet⁸. Thunberg har intresserat internationella medier sedan hon började skolstrejka för klimatet 2018. Vid båda bordningarna ledde inlägg från Thunberg i sociala medier till stort engagemang. De aktuella händelserna knöt an till spänningarna kring kriget. Det fanns de som uttryckte stöd, medan andra ifrågasatte uppmärksamheten kring henne. Precis som när Greta Thunberg har uppmärksamats tidigare var mycket fokus på henne som person och aktivist. När hon i sociala medier uppmanade till kontakter med Utrikesdepartementet hamnade fokus på Sverige.

⁵ Gripen-jaktplan i Sverige sätter in de snabbaste jetplanen i Polen för att försvara Natos gränser. "Utformad för att motverka Moskva" - [Il Messaggero](#)

⁶ Ukraine could receive 150 advanced Swedish fighter jets, according to a newly signed agreement | [CNN](#)

⁷ Захарова: Власти Швеции породили в населении терпимость к возрождению нацизма - [KP.RU](#)

⁸ نت الجزيرة | أخبار | إسرائيل هستيريا تشير التي السويدية . ثونبرغ غريتا - [Al Jazeera](#)

Sveriges politiska landskap, säkerhetsutmaningar och reformer

Intresset för utvecklingen i Sverige är stort i Sveriges nordiska grannländer. Politik och olika samhällsfrågor finns bland de ämnen som länge har bevakats kontinuerligt. Under det senaste året har även en del andra länder, till exempel Frankrike och Tyskland, tagit upp vad som sägs vara kopplingar till extremhöger inom svensk politik. Medierna har behandlat SD:s vitbok och partiets bakgrund, liksom att migrationsminister Johan Forssells son haft samröre med högerextrema och nazistiska nätverk. I Ryssland finns sedan länge en diskurs kring påstådd nazism och främlingsfientlighet i Sverige och andra västländer. I samband med en högerextrem marsch i Salem sa det ryska utrikesdepartementets talesperson att Sverige bidrar till tolerans för nazism genom att tillåta den typen demonstrationer.⁹

Utmaningar kring säkerhetsfrågor inom Regeringskansliet har varit ett annat spår i nyhetsrapporteringen. Den nationelle säkerhetsrådgivaren Henrik Landerholms avgång, rättegången mot honom och turerna kring den kortvarige efterträdaren Tobias Thyberg uppmärksammades i många länder både i Europa och längre bort. Det gäller även att en sekretessbelagd pärm med dokument rörande Sveriges Nato-process glömdes kvar av en regeringstjänsteman på en toalett på Arlanda i november 2022. En nyhet som plockades upp framför allt i turkiska och ryska medier. Skandal var ett vanligt epitett på händelsen. Nyheten om att Säkerhetspolisens livvakter vid flera tillfällen via en träningsapp röjt information som kunnat påverka statsministerns säkerhet plockades upp av stora nyhetsmedier i flera olika länder.¹⁰

En del förslag på reformer och lagändringar i Sverige har fått viss uppmärksamhet, särskilt i europeiska länder. Till dem hör införandet av mobilförbud i grundskolan, som beskrevs som historiskt. Förbudet mot köp av sexuella handlingar online sades ha starkt stöd i riksdagen men vara kritiserat av sexarbetare.¹¹ Tidöpartiernas förslag om en tillfälligt sänkt straffbarhetsålder till 13 år uppmärksammades också. I rapporteringen lyftes att Sverige har utmaningar med att barn rekryteras av kriminella gäng för att fungera som "hitmen".

Låg synlighet för näringsliv och grön omställning

Bredden i Sveriges ekonomi och styrkan i näringslivet återspeglas inte i mediebilden. Näringsliv var liksom tidigare år ett litet tema. En anledning kan vara att näringslivsnyheter främst får utrymme i nischade medier. En annan att bolag inte omnämns som svenska. Under året tog nyhetsmedier i omvärlden i viss utsträckning upp teknik och innovation i Sverige, särskilt AI-satsningar, till exempel investeringar, offentlig-privata initiativ, tillämpningar i samhällsnytta som suicidprevention i tunnelbanan samt snabbväxande start-ups. Till dem hörde det mycket högt värderade bolaget Lovable¹². Att statsminister Ulf Kristersson sa att han använder AI för en "second opinion" skapade

⁹ I Sverige höll högerextrema grupper en marsch till minne av den avlidne unge mannen - Izvestija.ru

¹⁰ Swedish bodyguards reveal PM's location on fitness app – POLITICO

¹¹ Sweden bans buying sexual acts online, affecting OnlyFans | Daily Mail Online

¹² Vibe Coding Unicorn Lovable Is The Fastest Growing Software Startup Ever - Forbes

mycket reaktioner i sociala medier. Många var negativa. I nyhetsrapporteringen framgick att hans användning hade skapat debatt i Sverige.

Över tid har företagssatsningar i norra Sverige som Northvolt och Stegra väckt visst intresse hos internationella nyhetsmedier i exempelvis USA och Tyskland. Intresset för Northvolt avtog efter konkursen, som beskrevs som ett betydande bakslag för europeisk industripolitik och ett ”pinsamt misslyckande” för Sverige. Sammantaget fick satsningar inom grön omställning mycket litet utrymme, även om en del energirelaterade industriprojekt, samt gruvbrytning och kärnkraft omnämndes i nyhetsmedier.

Händelserikt och händelselöst i norra Sverige

Bland enskilda händelser som uppmärksammats i nyhetsmedier var flytten av den gamla kyrkan i Kiruna till stadens nya centrum en av dem som fick mest synlighet. Den amerikanska nyhetsbyrån AP skrev att flytten genomfördes ”With a little engineering, a lot of prayer - and some Eurovision for good luck.”¹³ En fras som fick spridning. Internationella medier lyfte också flytten som en teknisk bedrift och konstaterade att den skapade stor medial uppmärksamhet och intresse bland svenska TV-tittare, där den direktsändes. Kirunas beslutsfattare framställdes som proaktiva och LKAB som en huvudaktör, som bekostade flytten.



Kiruna kyrka flyttas till stadens nya centrum, en händelse som fick stor internationell uppmärksamhet. Bild: Malin Haarala/TT/imagebank.sweden.se

¹³ [This Swedish church is being moved down the road before a mine swallows its town | AP News](#)

Det live-streamade SVT-programmet "Den stora älgvandringen" var mindre händelserikt men väckte också intresse och visade upp norra Sverige. Medier runtom i världen konstaterade att miljoner svenskar ville se älgar simma över Ångermanälven, trots att "det inte händer mycket". Programmet sades vara en slow-tv succé.

Internationella ledare omnämner Sverige

Utländska ledare och profiler med stort genomslag och stor räckvidd i sociala medier nämnde Sverige många gånger under året. Medan Ukrainas president Volodymyr Zelenskyj konsekvent gav en positiv bild av Sverige och stödet till Ukraina, lyfte andra Sverige som varnande exempel. Elon Musk, Donald Trump, JD Vance och Viktor Orbán har alla pekat på en problematisk samhällsutveckling i Sverige som de anser är en konsekvens av en alltför stor migration.

I slutet av året framställde plötsligt Trump Sverige, och även andra nordiska länder, i positiv dager när han sade sig föredra invandring från bland annat Sverige framför "shithole countries"¹⁴. Detta uttalande samt en ordväxling mellan Ungerns president Viktor Orbán och statsminister Ulf Kristersson på X blev två av årets mest framträdande händelser. Nyhetsmedier i främst Ungern, Turkiet och Tyskland plockade övervägande sakligt upp ordväxlingen, som inleddes efter att Orbán inlett med att kritisera Sverige på felaktiga grunder. I sociala medier blev debatten mer polariserad.

¹⁴ 'Why can't we have people from Norway, Sweden?' - The Times of India

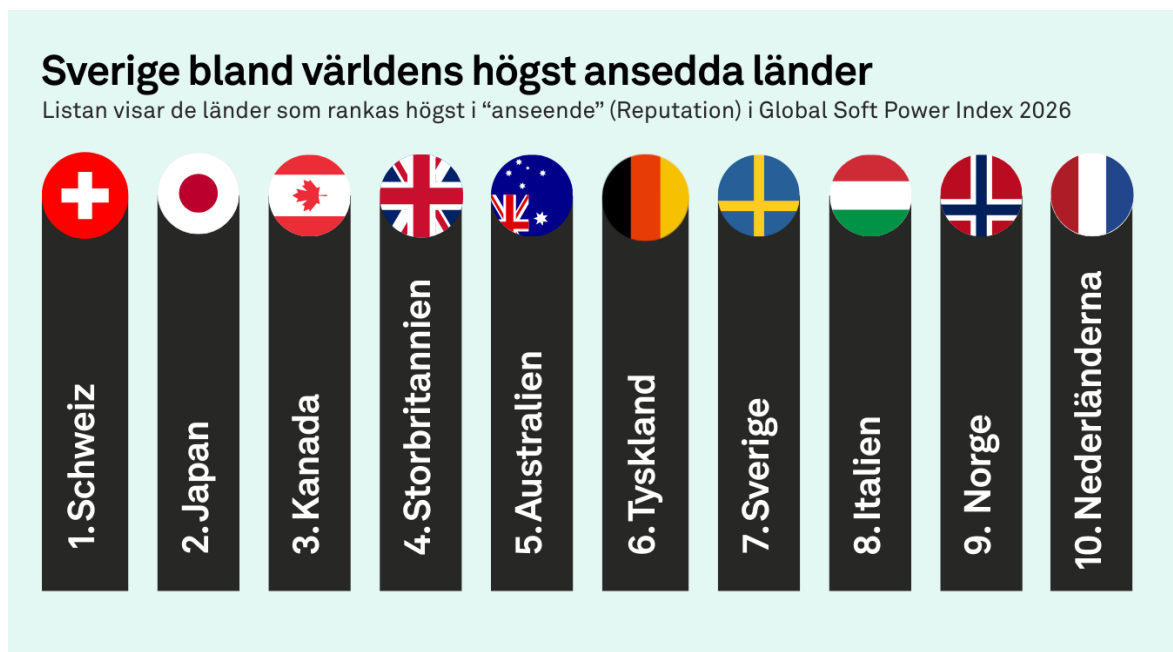
Uppfattningen om Sverige

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

Sveriges profil och attraktionskraft

Sverige har en tydlig och stabil profil

Kännedomen om Sverige varierar runtom i världen. Trots det finns några egenskaper som Sverige associeras med, både över tid och i många olika länder och såväl i Sveriges närhet som längre bort. Olika undersökningar, både de SI genomför och de som genomförs av andra, visar också att Sverige har ett mycket gott internationellt anseende.¹⁵ Svenska företag, mediebildens av Sverige, svensk kultur samt olika typer av mellanfolkliga kontakter har under lång tid bidragit till att bygga bilden av Sverige. Bara ett fåtal andra länder har ett mer positivt anseende. Schweiz placerar sig främst. I toppen finns också stora och välkända länder som Japan, Kanada, Tyskland, Italien och Storbritannien.¹⁶



Sveriges attraktionskraft byggs av bilden av Sverige som demokratiskt och hållbart. Ett robust samhällsstyre präglad av politisk stabilitet och låg korruption är något av det Sverige främst kopplas samman med. Både i närbelägna och geografiskt avlägsna länder. Hållbarhet är en lika stark association till Sverige, ett ämne som inte brukar vara framträdande i mediebildens av Sverige. Den positiva bilden bedöms främst bygga på att Sverige under lång tid har satsat på hållbara och ofta innovativa lösningar. Internationella index som mäter länders faktiska prestation bekräftar att Sverige är ett av de länder som i högst grad bidrar till den gröna omställningen, och har en av världens mest robusta

¹⁵ [si.se](https://www.ssi.se)

¹⁶ Global Soft Power Index 2026: USA:s anseende sämre - Sveriges goda anseende stabilt - Svenska institutet

demokratier.¹⁷ Ytterligare en stark association till Sverige är vår livsstil, som uppfattas vara mycket attraktiv. Hög levnadsstandard och ett hållbart arbetsliv hör till det som Sverige uppfattas kunna erbjuda. En allmänhet i andra länder anser också att Sverige är framstående inom handel, investeringar samt utbildning och vetenskap. I de allra flesta länder uppfattas Sveriges relationer med omvärlden vara mycket goda. Kultur är en relativ svaghet, där vi anses vara starkare inom samtidskultur och vad gäller inflytande inom kultur och underhållning än inom kulturarv och mat.

Sveriges globala profil 2025: vad Sverige rankas högst inom internationellt

Urvalet nedan visar de indikatorer där Sverige har sina bästa placeringar i respektive index:

Global Soft Power Index 2026: Sveriges fem starkaste indikatorer (av 193 länder)

- Stödjer global klimatomställning (#1)
- Politiskt stabilt och välstyrkt (#2)
- Investerar i grön energi och teknik (#2)
- Attraktiv livsstil (#3)
- Hög etisk standard och låg korruption (#3)

Nation Brands Index 2025: Sveriges fem starkaste indikatorer (av 50 länder)

- Jämlikhet i samhället (#2)
- Fattigdomsbekämpning (#3)
- Rättigheter och rättvisa (#4)
- Fred och säkerhet (#4)
- Miljö och klimat (#4)

De positiva associationerna till Sverige bygger inte alltid på faktisk kunskap – ibland tycks Sverige främst utgöra en symbol för väst och ett attraktivt liv – men de skapar attraktionskraft och goda förutsättningar för svenska aktörer runtom i världen.

En viktig indikator på ett lands attraktionskraft är i vilken utsträckning människor vill besöka landet, för jobb, studier eller som turister. Kan människor tänka sig att köpa produkter från landet eller investera i det? Sverige har en mycket stark attraktionskraft runtom i världen. Inte bara i västvärlden utan även i länder i Mellanöstern, Latinamerika och Asien uppfattas Sverige vara attraktivt för investeringar, studier, turism och arbete. En förklaring kan vara den underliggande positiva synen på Sverige inom områden som typiskt bidrar till ett lands attraktivitet – inklusive politisk och ekonomisk stabilitet, goda utbildningsmöjligheter och en attraktiv livsstil.

Låg kännedom kan rymma sårbarhet

Den faktiska kännedomen om Sverige bedöms vara låg i många länder. Det kan rymma en outnyttjad potential för svenska aktörer internationellt, men det kan också utgöra en sårbarhet. Låg kännedom kan göra det svårare för människor att bedöma om information är sann eller felaktig. Det visar erfarenheterna från koranbränningarna och LVU-kampanjen. När en allmänhet i andra delar av världen tillfrågas om hur väl de känner till Sverige skattar de ofta sin kännedom som relativt hög, även i länder långt bort med få faktiska

¹⁷ Text Sustainable Development Report 2025, The Democracy Index | Economist Intelligence Unit och Global State of Democracy 2025

kontaktytor till vårt land. Ett par exempel är Kina och Australien.¹⁸ Kulturella faktorer kan göra att människor vill svara positivt eller framstå som kunniga.

Européer har idag den högsta självskattade kännedomen om Sverige, följt av en allmänhet i Nordamerika. Därefter kommer Asien, Latinamerika och Mellanöstern och Nordafrika. Lägst är kännedomen i Subsahariska Afrika.



Bilder av Sverige runtom i världen

Mest positiv syn i Nordamerika och Europa

En global utblick visar att den allra mest positiva synen på Sverige finns i Nordamerika och Europa. Där anses Sverige vara ett av de allra starkaste länderna inom områden som samhällsstyre, utbildning, vetenskap samt handel och investeringar. Sverige uppfattas också ha mycket goda omvärldsrelationer och har på flera sätt en mycket stark attraktionskraft. Som ett land att studera och arbeta i, eller för investeringar. Svagast är Sveriges profil som besöksland, men även i det avseendet har Sverige en dragningskraft. Den mycket positiva inställningen till vår livsstil är sannolikt en bidragande anledning.

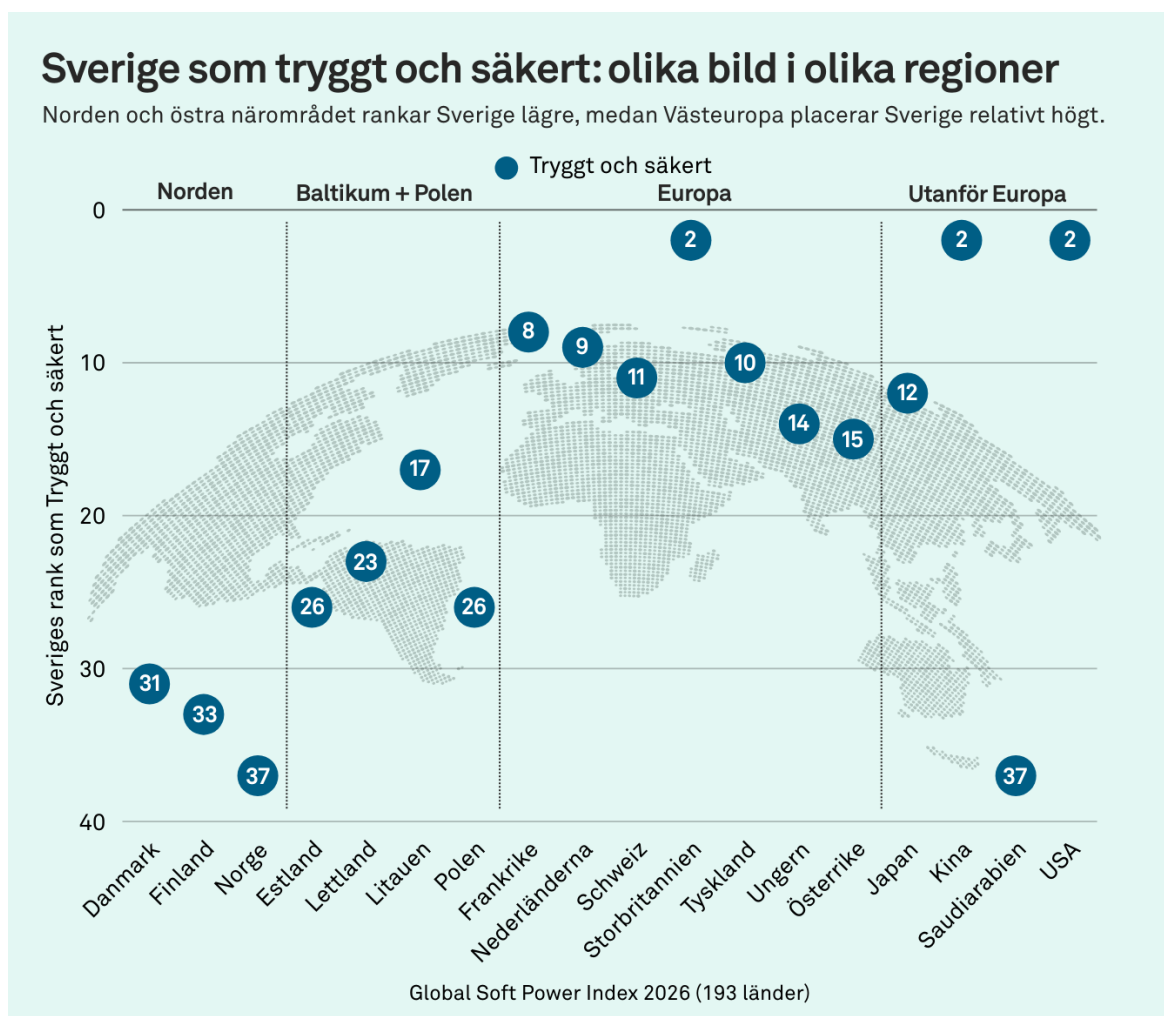
På regional nivå har Sverige ett mycket gott anseende även i andra delar av världen, som Asien, Latinamerika och Mellanöstern och Nordafrika (MENA). Svagast är det i Subsahariska Afrika, men Sverige finns på plats 15 bland 193 länder.¹⁹ I samtliga regioner finns en del skillnader mellan länder i synen på Sverige. Ett exempel är Asien där Sveriges anseende är mest positivt i Kina, där Sverige rankas på plats 4, och minst positivt i Indien. Där finns Sverige på plats 21.

¹⁸ [sverigebilder-i-kina-2025-1.pdf](#)

¹⁹ Ibid.

Varierande bild av Sverige som tryggt och säkert

Trots att internationella medier i olika länder under flera år i varierande utsträckning har tagit upp utmaningar i Sverige kopplat till brottslighet så uppfattas landet både på global nivå och på de flesta håll runtom i världen vara ett av de tryggaste och mest säkra länderna. Globalt rankas Sverige på plats 5 bland 193 länder i Global Soft Power Index. En stor majoritet länder rankar Sverige bland de 20 främsta. Saudiarabien och Norge är de länder som i lägst utsträckning anser att Sverige är tryggt och säkert. Sverige rankas i båda länderna på plats 38 bland 193 länder. En relativt hög placering, som bör ställas i relation till att Sverige för några år sedan rankades på plats 4 i Saudiarabien respektive 18 i Norge.²⁰ I Saudiarabien sammanföll en försämring av synen på Sverige med koranbränningarna och LVU-kampanjen.



Även där brottslighet fått utrymme i medierna – i Norden, men även i Baltikum, Polen, Ungern och Tyskland – finns en mycket positiv uppfattning om Sverige inom de allra flesta områden. Synen på Sverige bygger ofta på långvariga band, ömsesidiga intressen och

²⁰ Global Soft Power Index 2023: Nations that defined global soft power in a tumultuous year | Brand Finance och US sees steepest decline out of all 193 nation brands in Global Soft Power Index 2026 | Press Release | Brand Finance

en stark värdegemenskap.²¹ Särskilt i Norden har många människor kontakter med och egna erfarenheter av Sverige. Utvecklingen följs nära, ofta via medierna, och kännedomen om Sverige är djupare än i andra delar av världen. Det har över tid påverkat synen på Sverige som tryggt och säkert i negativ riktning. Bilden är idag mer positiv än för ett par år sedan, men försämrades mellan 2024 och 2025. Samma utveckling ses i de baltiska länderna och Polen. Vi kan också konstatera att de nordiska länderna har en mer positiv syn på varandra än på Sverige. Sverige är dock inte det enda land en allmänhet i Norge, Danmark och Finland anser inte är helt tryggt och säkert. Det gäller även bland annat Frankrike och Storbritannien. Den mindre positiva synen på Sverige inom ett avgränsat område har inte haft en negativ påverkan på uppfattningen om Sverige inom andra områden eller på Sveriges attraktionskraft, varken i Norden, Baltikum eller Polen.

I Tyskland anses Sverige liksom tidigare vara ett av de mest trygga och säkra länderna i världen.²² Inte heller i Ungern ses någon större påverkan av en stundtals negativ mediebild.²³ I båda länderna tycks den traditionellt mycket positiva bilden av Sverige ha motverkat negativ information om aktuella samhällsutmaningar.

Sveriges internationella ställning

De senaste åren har varit omvälvande för svensk utrikes- och säkerhetspolitik. I mars 2024 hissades den svenska flaggan vid Natos högkvarter i Bryssel och Natomedlemskapet har definierat Sveriges internationella hållning de senaste åren. Statsminister Ulf Kristersson beskrev det som att komma hem, ”Geografiskt. Värderingsmässigt. Känslomässigt.” Sveriges omläggning av biståndet för att i högre grad stödja Ukrainas motståndskraft och utveckling utgör också en tydlig prioritering.

Hur ser omvärlden idag på Sveriges position och hållning på den internationella arenan?

I de allra flesta länder anses Sverige vara ett land som har mycket goda omvärldsrelationer och som hjälper andra länder i nöd. Den mest positiva uppfattningen finns i västländer, men exempelvis Ryssland och Turkiet instämmer också.²⁴ Där har bilden av Sverige återhämtat sig efter att ha försämrats under 2022 och 2023. I Kina samt i länder i MENA, särskilt Saudiarabien och Egypten, ses en försämring de senaste åren och Sverige anses i låg utsträckning vara ett solidariskt land. När vi istället riktar blicken mot hur Sveriges bidrag till fred och säkerhet uppfattas står det klart att Ryssland, följt av Indien och Saudiarabien, intar den mest negativa hållningen. I Ryssland har Sveriges säkerhetspolitiska omsvängning varit en stor del av mediebilderna de senaste åren och synen på Sverige som ett land som bidrar till fred och säkerhet försämrades under 2022. Den har därefter förbättrats något men var betydligt mer positiv för tio år sedan.²⁵

²¹ Bilderna av Sverige i Polen - Svenska institutet

²² Global Soft Power Index 2026: USA:s anseende sämre - Sveriges goda anseende stabilt - Svenska institutet och US sees steepest decline out of all 193 nation brands in Global Soft Power Index 2026 | Press Release | Brand Finance

²³ Bilderna av Sverige i Ungern - Svenska institutet

²⁴ Global Soft Power Index 2026: USA:s anseende sämre - Sveriges goda anseende stabilt - Svenska institutet och US sees steepest decline out of all 193 nation brands in Global Soft Power Index 2026 | Press Release | Brand Finance

²⁵ Anholt Nation Brands Index — Anholt & Co.

Stark attraktionskraft trots bitvis svag bild av befolkning och värderingar

Några länder skiljer ut sig genom att de har en mindre positiv syn på Sveriges befolkning och värderingar än de flesta andra länder. Här finns bland annat Ryssland. En del undersökningar pekar mot att även allmänheten i Kina, som inom många områden har en mycket positiv bild av Sverige, är ett av de länder som i lägre utsträckning än de flesta andra anser att svenskar är välkomnande.²⁶ I Kina uppfattas Sverige inte heller stå för vänlighet. Bilden är densamma i Ryssland och Turkiet.²⁷ Mellanöstern och Nordafrika (MENA) sticker dock ut som den region där synen på Sveriges befolkning och värderingar är minst positiv. Regionen rymmer stora och inflytelserika länder med vilka Sverige har många olika typer av relationer. Potentialen för handel är stor. Det finns även andra anledningar till att det är viktigt med en god och uppdaterad Sverigebild. Att det kan handla om säkerhet visar erfarenheterna från koranbränningarna och LVU-kampanjen.

På övergripande nivå i MENA ses en återhämtning för Sveriges anseende. Bilden av Sverige är inte riktigt lika positiv som innan koranbränningarna och LVU-kampanjen, men det finns en mycket positiv syn på Sverige inom områden som samhällsstyre, handel, investeringar och grön omställning. Vår livsstil uppfattas vara mycket tilltalande. Samtidigt tycks bilden av Sverige i MENA vara mindre sammanhållen än i andra delar av världen, med större skillnader mellan styrkor och svagheter.

En av de största skillnaderna mellan MENA och andra delar av världen gäller uppfattningen om Sveriges befolkning och värderingar. Liksom i andra delar av världen anses Sverige och svenskar generellt vara pålitliga, vilket är en stor tillgång. Det är dock få som anser att Sverige står för generositet, vänlighet, tolerans och inkludering. Minst positiv är en allmänhet i Saudiarabien och Egypten. Detsamma gäller i varierande grad också synen på våra nordiska grannländer samt på USA, Tyskland och Schweiz. Irakierna tycker i störst utsträckning att Sverige och svenskar är toleranta. Där rankas Sverige på plats 10 bland 193 länder. Även i Förenade Arabemiraten och Marocko är uppfattningen relativt positiv.

²⁶ Ibid.

²⁷ Global Soft Power Index 2026: USA:s anseende sämre - Sveriges goda anseende stabilt - Svenska institutet och US sees steepest decline out of all 193 nation brands in Global Soft Power Index 2026 | Press Release | Brand Finance

Slutsatser

Sveriges goda internationella anseende utgör en god grund för relationerna med omvärlden samt för vår säkerhet och konkurrenskraft. Få länder har ett mer positivt anseende. Sveriges mjuka makt och attraktionskraft bygger på en mycket positiv syn på vårt samhällsstyre, bidraget till grön omställning och vår livsstil. De främsta associationerna till Sverige har byggts upp under lång tid och knyter an till områden där Sverige länge har varit framträdande i en internationell jämförelse.

Det krävs mycket och ihållande rapportering som engagerar för att mediebilderna ska påverka uppfattningen om Sverige. Några länder har fått en delvis försämrad Sverigebild till följd av negativt medieinnehåll kring brottslighet. Mediebilderna av Sverige speglar också ett intresse för försvarsfrågor. Sverige framställs ofta i positivt ljus, vilket pekar mot en potential för Sverigebilderna.

Sverige har en mycket stark attraktionskraft internationellt. Människor i både Sveriges geografiska närhet och längre bort attraheras av vårt land för studier, jobb, besök och investeringar.

Det är viktigt att öka kännedomen om Sverige. Låg kännedom kan utgöra en potentiell sårbarhet när felaktig eller vilseledande information sprids. Att människor även i länder långt bort ofta skattar sin kännedom om Sverige som hög bedöms inte spegla en faktisk kännedom, utan en önskan att svara positivt eller framstå som kunnig. Sveriges tydliga profil kan också bidra till att människor uppfattar sin kännedom som högre än vad den är.

Bilderna av Sverige som internationell aktör är överlag mycket positiv efter den utrikespolitiska och säkerhetspolitiska omläggningen de senaste åren. Vårt renommé är särskilt gott i Europa och Nordamerika. Sveriges vägval har i vissa avseenden påverkat bilderna av Sverige negativt i Kina, Ryssland och delar av MENA. I Kina och delar av MENA anses Sverige inte vara hjälpsamt mot andra länder. I Ryssland anses Sverige inte vara ett land som bidrar till fred och säkerhet.

En försämrad uppfattning om Sverige inom ett område behöver inte innebära en negativ påverkan på uppfattningen inom andra områden eller minska Sveriges attraktionskraft. Det bekräftar att bilder av länder är komplexa och att människor ofta ser på utvecklingen inom ett område som avgränsat. Något vi ser i Norden, där Sveriges utmaningar med brottslighet har påverkat bilderna av Sverige som tryggt och säkert negativt, och i MENA, där synen på Sveriges befolkning och värderingar är mindre positiv än i andra delar av världen.

Metod

SI har i uppdrag följa och analysera bilden av Sverige i andra länder. Arbetet omfattar tre huvudsakliga områden varav två utgör utgångspunkten för årsrapporten: analys av mediebilden av Sverige och analys av hur Sverige uppfattas i omvärlden. SI följer också internationella index som visar hur Sverige presterar i förhållande till andra länder inom områden som är relevanta för Sverigefrämjande verksamhet.

Med mediebilden av Sverige avses publiceringar om Sverige i internationella nyhetsmedier, sociala medier samt på andra digitala plattformar. För att analysera bilden av Sverige i internationella informationsflöden använder SI digitala verktyg som samlar publiceringar om Sverige i nyhetsmedier, sociala medier och forum på 53 språk. Varje månad analyseras upp till 10 miljoner publiceringar. Analysen ger en samlad bild av hur Sverige porträtteras, hur innehåll sprids och vilka händelser som väcker engagemang. Som ett underlag för årsrapporten har SI också analyserat rapporteringen om Sverige i framträdande nyhetsmedier i 14 utvalda länder. Analysen bygger på temamodellering, där återkommande teman i nyhetsrapporteringen identifieras utifrån hur Sverige refereras till i rubriker. De 14 utvalda länderna är Danmark, Finland, Frankrike, Italien, Kina, Norge, Polen, Ryssland, Spanien, Turkiet, Tyskland, Storbritannien, Ungern och USA.

Avsnittet om hur Sverige uppfattas i omvärlden baseras dels på internationella undersökningar som undersöker bilden av olika länder, dels på SI:s egna perceptionsstudier i utvalda länder. En av de internationella undersökningar SI tar del av är *Global Soft Power Index (GSPI)*, som utförs av Brand Finance, och mäter olika faktorer som samverkar för hur ett lands varumärke uppfattas i jämförelse med andra länder. Respondenterna tar ställning till hur väl de känner till ett land samt vilket anseende respektive inflytande de anser att det har. De ska även ange vilka egenskaper de associerar med landet inom åtta tematiska dimensioner, bestående av totalt 35 underkategorier. Bedömningarna rankas separat, men vägs även samman till en samlad rankning som ger en helhetsbild av hur olika länder placerar sig i förhållande till varandra. GSPI mäter bland annat synen på samhällsstyre, internationella relationer, företagsklimat, kultur, utbildningssystem och länders befolkningar och värderingar. Studien omfattar också synen på länders hantering av framtidens hållbarhetsutmaningar. Den senaste undersökningen baseras på en online-enkät som genomfördes hösten 2025 i över 100 länder. Den baseras på drygt 150 000 personers åsikter om FN:s 193 medlemsländer.

SI tar även del av *Anholt Nation Brands Index*. Undersökningen 2025 genomfördes under sommaren och bygger på svar från 40 000 respondenter i 20 länder. NBI undersöker hur 50 länder uppfattas inom områdena samhällsstyre, befolkning, export, talang och investeringar, kultur och turism. Totalt undersöks 23 egenskaper. Även kännedomen om de 50 länderna mäts. Liksom i GSPI rankas bedömningarna separat, men vägs även samman till en samlad rankning som visar hur länderna placerar sig i förhållande till varandra.

SI genomförde under året egna perceptionsstudier i Kina, Ungern, Polen och Ukraina. SI:s undersökningar genomförs via webbpaneler, där sammansättningen av respondenterna liknar befolkningens, eller av en definierad målgrupp i ett land. Antalet respondenter är vanligtvis omkring 1 000 per land. Enkäterna fokuserar på kännedom och uppfattningar om Sverige, associationer till landet och intresset för att engagera sig eller interagera med Sverige. Analysen i årsrapporten baseras även på resultat från tidigare års studier för att kunna dra samlade slutsatser över tid.