

МЯГКАЯ СИЛА ШВЕЦИИ: БОЛЬШИЕ УСПЕХИ МАЛЕНЬКОЙ СТРАНЫ

Агашкова Полина Игоревна,

Уральский федеральный университет им. Первого Президента России Б.Н. Ельцина,
Институт социальных и политических наук,
кафедра теории и истории политической науки,
магистрант,
г. Екатеринбург, Россия,
E-mail: polina.gotovegas@gmail.com

Аннотация

Мягкая сила в современном мире стала неким необходимым атрибутом для проведения успешной международной политики, позволяя стране добиться своего доминирования, не прибегая к вооруженной силе. Особенно это актуально для небольших по территориальному признаку и численности населения государств. В данной статье будет рассмотрена мягкая сила Швеции, которая последние два года занимает лидерские места в рейтинге Monocle.

Ключевые слова:

мягкая сила, Швеция, рейтинг Monocle, национальный брендинг.

Мягкая сила в современном мире стала неким необходимым атрибутом в проводимой государствами международной политике, позволяя стране добиться своего доминирования, не прибегая к вооруженной силе. Совокупность способов осуществления soft power позволяют странам повысить свою имиджевую привлекательность, что сказывается и на инвестиционной привлекательности в том числе, не говоря уже о значимости страны на международном политическом поле. Как правило, подобная «мягкая» политика базируется на распространении и принятии общих ценностей, культурных и моральных идеалах страны, которые пропагандируются как «универсальные и правильные, несущие блага другим народам» [3, с. 5–6]. Нужно отметить, что усилия в этом отношении такой достаточно маленькой (с географической и демографической точки зрения) страны, как Швеция, заслуживают внимания.

В 2012 году Швеция заняла пятое место в рейтинге стран с самым высоким уровнем мягкой силы, который при поддержке Института правительства Великобритании ежегодно публикует журнал «Монокль», начиная с 2010 года («Soft power survey») [13]. Рейтинг составляется с учетом того, какое влияние оказывают страны на международном поле, рассматривая

их ценности, культуру, политику, экономику и т.д. Эксперты «Монокля» определили сильную сторону шведской soft power в трех словах: «хай-тек, красота и здоровье». Столь заметную позицию такой страны как Швеция специалисты журнала объясняют наличием у шведов «способности привлекать и убеждать, в которой они обречены на продолжительный успех». В подтверждение данному заявлению журналисты британского журнала приводят ряд доводов: «Шведы давно заняли нишу красоты, загадочности, здоровья и модерна со своими девушками Бонда, романами Стига Ларссона, узкими джинсами, инди-рок группами и инновационными технологиями» [10]. Кроме того, политические приоритеты Швеции четко определены: страна участвует в международных операциях, имея мандат ООН, и желает распространить свои идеалы демократии и равноправия как можно дальше. Как отметили эксперты «Монокля», еще одной попыткой Швеции усилить значение своей «мягкой силы» стал план реализации себя как ведущей европейской гастрономической державы. Для этого уже сделаны определенные шаги, например, шведское правительство к 2020 году планирует удвоить экспорт пищевой продукции. Как высказался на этот счет министр иностранных дел Швеции, – «Вы уже слышали о швед-

ских фрикадельках – теперь можете готовиться и к жареной оленине» [10].

Однако, спустя год, заметного скачка вперед не произошло – в 2013 году Швеция занимает в том же рейтинге уже шестое место, сместившись вниз на одну позицию и поменявшись при этом местами с Японией, которая теперь закрывает пятерку в десятке самых влиятельных в своей мягкой силе стран [14]. На этот раз эксперты увидели преимущество Швеции в «хорошем управлении, образовании и гендерном равенстве».

«Монокль» также подчеркнул либеральное отношение страны к иммиграции, заявив при этом, что Швеция «позорит своих европейских соседей, превращаясь в убежище для иммигрантов». Данное заявление несколько не смутило шведов, которые гордятся тем, что, несмотря на то, что шведская нация составляет только девять миллионов человек, Швеция имеет сравнительно громкий голос на мировой арене [8].

Нужно сказать, что данный рейтинг, составленный модным британским журналом, вызвал неоднозначную реакцию среди экспертов по международной политике. Например, Гэри Ронслэй (Gary Rawnsley), профессор департамента международной политики Абериствитского университета в Уэльсе (Aberystwyth University), специалист в области публичной дипломатии, поставил под вопрос понимание экспертами «Монокля» такого понятия как soft power, так как в их интерпретации, по его мнению, отсутствует, как минимум, половина его значения, а именно, «сила» [9]. Ронслэй весьма критически отреагировал на то, как эксперты «Монокля» относят к soft power – от талантливых футболистов и успешной киноиндустрии до поп-групп. В итоге Ронслэй приходит к заключению, что можно и вовсе не рассматривать данный рейтинг серьезно.

Так что же понимать под термином soft power? Какие отличительные черты позволено включить в него?

Согласно классическим канонам понимания soft power, а именно, представлению данного понятия в работах американского политолога Джозефа Ная, мягкая сила – это производная от трех ресурсов государства, а именно, его культуры, политической идеологии и внешней

политики [2, с. 29]. Государства стараются управлять таким образом, чтобы сформировать интернациональные предпочтения в соответствии со своими интересами. В этой связи мягкую силу можно сопоставить с национальным брендингом [11].

Эксперты «Монокль» позиционируют свое видение soft power как альтернативу традиционным инструментам внешней политики. При этом они признают, что не смотря на явный энтузиазм в отношении мягкой силы со стороны правительств и глав государств, уровень компетентности в этой сфере все еще оставляет желать лучшего [1].

Конечно, в сфере использования soft power есть свои сверхдержавы. Например, США. Однако, возглавляя рейтинг государств по успешности soft power еще в 2012 году, Соединенные Штаты «съехали» на третье место уже в 2013-м, уступив первое и второе место Германии и Великобритании, соответственно. Такое положение дел вызвало немало разговоров среди экспертов по международной политике. Неудивительно, ведь всего две позиции, разделяющие теперь сверхдержаву-гегемона и маленькую Швецию в столь популярном в международном сообществе рейтинге, дают повод говорить о том, что у этой небольшой страны есть большой потенциал. Впрочем, такой поворот событий легко объясняют сами создатели рейтинга «Монокль»: «Надо признать, что наше исследование не дает абсолютную оценку влияния и не предсказывает успех внешней политики того или иного государства. На самом же деле, некоторые государства, занявшие в рейтинге лидирующие позиции, продолжают уменьшать свою мягкую силу посредством выбранного политического курса» [1]. В опубликованном там же интервью с Дж. Наем, он объяснил, что на данный момент политикой США активно применяется «умная сила» (smart power), которую внедрил президент США Барак Обама, и до сих пор широко использует ее. Она представляет из себя комбинацию soft power и hard power [1].

Возвращаясь к потенциалу Швеции, нужно сказать о труде «America's Edge. Power in the Networked Century» профессора Принстонского университета Энн-Мари Слотер, ученицы Дж. Ная, и о реакции на него специалиста

по цифровой публичной дипломатии (digital public diplomacy) Стефана Хинса. Слотер не разделяет полностью концепцию Дж. Ная. По ее мнению, применительно к soft power уже давно нужно говорить не о власти «над», а о власти «с», то есть о так называемой «кооперативной силе». Она вводит термин «collaborative power». В сетевом мире XXI века именно государство с наибольшим количеством связей и коммуникаций будет центральным игроком, способным диктовать глобальную повестку дня. Таким государством, по ее мнению, является США [7, с. 95].

Хинс, вступая в полемику со Слотер, считает, что «collaborative power» в большей степени характеризуют Швецию, а не США. Например, такая черта кооперативной силы как наличие большого количества небольших групп населения, более управляемых и менее склонных к сепаратизму для Швеции более характерна, чем для США. Все шведское население можно приравнять к населению Нью-Йорка, да и к сепаратизму нация склонна гораздо меньше. Второй положительной чертой, характеризующей кооперативную силу, по мнению Слотер, является активная иммиграция, поскольку иммигранты способствуют созданию доверительных отношений с теми странами, откуда они эмигрировали [7, с. 103]. Однако знаменитая на весь мир иммиграционная политика Америки начала «сдавать свои позиции» после терактов 11 сентября, замечает Хинс. В Швеции же, несмотря на устойчивое мнение о ней как об «однородной нации», уже почти 15% от всего населения – иностранного происхождения, и этот процент только растет. В США же процент иммигрантов составляет 12,5% от общего населения и идет только на убыль. Третья важная черта, по мнению Слотер, это стремление населения, особенно молодежи, к международному взаимодействию, к усилению глобализации, к инновациям, к прозрачности и честности [7, с. 100]. Хинс утверждает, что на данный момент Швеция может запросто обойти США по этим показателям. Кроме того, «сетевой мир» требует подлинного « сетевого общества», что должно повлечь за собой и экономическое, и социальное равенство. И тут, по мнению Хинса, Швеция тоже выигрывает, так как в основе государствен-

ного шведского управления лежат принципы «наиболее равноправного общества в мире» в отличие от США, где богатые стали уже сверхбогатыми и где о равноправии уже приходится говорить с трудом. В итоге Хинс приходит к заключению, что Швеция имеет все возможности для процветания в «сетевом веке» [15].

Стоит признать, что в обеспечении привлекательности своего образа Швеция действительно преуспевает. Что неудивительно, если принять во внимание, сколько государственных учреждений прилагают совместные усилия для обеспечения этого привлекательного имиджа. Помимо усилий специальных организаций (Swedish Trade Council, Visit Sweden, Invest in Sweden Agency, Swedish Institut), большую роль играет успешный национальный брендинг. При этом имиджевая политика проводится более чем «открыто» и «прозрачно». Например, на официальном сайте Шведского Института (Swedish Institut), государственного учреждения, миссия которого – распространение знаний о Швеции за рубежом, а также организация «обмена» с другими странами в сферах культуры, образования, научных исследований, доступным и открытым текстом объясняется, почему имидж Швеции так важен [18].

Как отмечает Олле Вэстберг, генеральный директор Swedish Institut, «повышение имиджа Швеции включает в себя создание четкой позиции для Швеции в международном масштабе – а именно, позиционирования себя как уникального места, в котором совесть и честность людей является отличительной чертой Швеции среди других стран» [11]. Вэстберг выделяет ряд базовых ценностей, который включает в себя четыре характеристики: инновационность, открытость, заботу и аутентичность. Инновационность означает новые способы мышления, видение вещей с новой точки зрения, видение новых возможностей и веру в лучшее будущее, а также отсутствие ограниченности и укоренившихся мнений. Открытость подразумевает под собой положительное отношение к свободомыслию и к различиям между людьми, культурой и образом жизни, внимательность и чувствительность к другим, свободу передвижения. Под заботой Вэстберг подразумевает

охрану каждого человека, обеспечение безопасности и защиты, уважение людских потребностей. И, наконец, аутентичность означает ответственность и независимость, а также честность, прямоту, надежность и неформальность, в том числе бесстрашие и решимость «быть в контакте с прошлым и открыться будущему». По его мнению ИКЕА «прекрасно вписывается в этот контекст» и этот национальный бренд делает для Швеции больше, чем Министерство внутренних дел и все институты вместе взятые: «Посетить ИКЕА – значит посетить Швецию» [11].

Значительны успехи Швеции и в области развития экономической мягкой силы. В 2010 году Швеция заняла второе место в рейтинге наиболее конкурентоспособных экономик мира, обогнав США и Сингапур. В течение многих лет шведские промышленные предприятия входили в число наиболее активных международных инвесторов в мире, что выражается в показателях на душу населения или в отношении к ВВП. Число трудящихся, занятых на предприятиях шведских компаний за границей, также резко возросло. В настоящее время считается, что 60% занятых в шведских многонациональных компаниях работают за пределами Швеции. Также, говоря о шведской экономике, нельзя не упомянуть тот факт, что Швеция является мировым лидером по выплатам частных пенсий, и проблемы финансирования пенсии являются небольшими по сравнению со многими другими западноевропейскими странами. Примечателен и тот факт, что до сих пор Швеция сохраняет свою валютную независимость, отклонив евро на референдуме в 2003 году, поддерживая свою собственную валюту – шведскую крону (SEK) [6].

Помимо промышленных брендов известны на весь мир такие марки одежды, как H&M, Acne Jeans и Cheap Monday, которые пользуются большой популярностью и в России. Несмотря на то, что это достаточно доступная одежда, она имеет большое значение в мире моды, диктуя модные тенденции. Нельзя не упомянуть и шведский алкоголь, а именно Absolut Vodka, которая стала самой экспортируемой водкой в США, и в настоящее время Швеция является третьим по величине производителем алкогольных напитков

в мире. Однако в 2008 году бренд был продан французской фирме Pernod-Ricard [17].

Еще одна область, в которой Швеция эффективно использует свою мягкую силу – образование. Шведские университеты (наиболее крупные – Уппсальский университет (Uppsala universitet), Лундский университет (Lunds universitet), Гетеборгский университет (Göteborgs universitet) и Стокгольмский университет (Stockholms universitet)) приглашают студентов со всего мира получить или продолжить свое образование в Швеции, в том числе и по программам обмена. Для этого созданы все условия. Например, в Шведских университетах можно найти более 600 англоязычных программ, предназначенных для иностранных студентов. До 2010 года высшее образование в Швеции было доступным, так как не являлось платным. Тем не менее, после реформы и введения платной системы обучения для иностранцев, Шведское правительство предусмотрело для зарубежных студентов достаточное количество стипендий и грантов. В Швеции существует ряд агентств, предлагающих для приезжих студентов доступное жилье [4]. Благодаря этим усилиям обучение в Швеции и после реформы является привлекательной перспективой для учащихся во всем мире.

В культурной сфере Швеция имеет ряд достижений мирового масштаба. Наиболее удачными в этом плане можно назвать музыкальные. Известные на весь мир группы ABBA, Roxette, Ace of Base, The Cardigans потрясли в свое время мир своим творчеством и заняли первые строчки в мировых хит-парадах. В последнее время широкую популярность приобрели молодые певицы Robyn и Lykke Li, которые в Великобритании и США не менее популярны, чем у себя на родине. Кроме того, Швеция прославилась достаточным количеством «тяжелых» музыкальных метал-групп (In Flames, Arch Enemy, Meshuggah), став родиной мелодичного дэт-металла [16].

Если говорить о шведском кинематографе, то большую известность во всем мире сейчас приобрело направление Nordic Noir (или Скандинавский Нуар). Это криминальный и фантастический жанр, в котором написано большое

количество шведской современной литературы, по которой снимаются фильмы. К наиболее известным можно отнести фильм «Девушка с тауировкой дракона» Стига Ларссона [12].

Нужно также сказать об особенностях менталитета шведов, который играет большую роль в восприятии страны иностранцами. Характерной чертой шведского менталитета можно назвать трудолюбие и ответственное отношение к труду. Также среди черт шведского характера, оказавших влияние на образ внешнеполитической деятельности страны, следует обратить внимание на такую, как обстоятельность в решении любых дел, на «безусловное и бесконечное стремление шведов к справедливости, избегание «лобовых конфликтов» и особое отношение ко всем нуждающимся в помощи и защите» [5, с. 279–280]. Кроме того, шведам присущи чувство иронии и самоиронии. Они часто иронично отзываются как о самих себе, так и о других народах [5, с. 279]. Вероятно, такой образ «мирных» и «справедливых» шведов и побудил американского журналиста Маркиза Чайлдса написать в 1936 году книгу «Sweden: The Middle Way». Он представил Швецию как «компромисс между капитализмом и социализмом, как некий райский уголок, где основные классовые конфликты ушли» [11].

1. Кассенов А. Soft Power rating. [Электронный ресурс]: Дискурс-площадка «интеллигенции Казахстана». Режим доступа: <http://blogbasta.kz/?p=399>.

2. Леонова О.Г. Мягкая сила – ресурс внешней политики государства // Обозреватель – Observer. №4, 2013. – С. 29. [Электронный ресурс]: Официальный сайт научно-аналитического журнала «Обозреватель – Observer». Режим доступа: http://www.observer.materik.ru/observer/N4_2013/027_040.pdf.

3. Мосяков Д.В. «Мягкая сила» в политике Китая в Юго-Восточной Азии // Юго-Восточная Азия: актуальные проблемы развития. Том 14, 2010. – С. 5. [Электронный ресурс]: Официальный сайт научной электронной библиотеки «Киберленинка». Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/myagkaya-sila-v-politike-kitaya-v-yugo-vostochnoy-azii>.

4. Образование в Швеции – пошаговая инструкция. [Электронный ресурс]: «GSA – бесплатное образование за рубежом». Режим доступа: <http://gradstudyabroad.ru/educational-resources/sweden-education-instruction>.

5. Сызранцев В.Ю. Современная Швеция: менталитет и стереотипы // Знание. Понимание. Умение. №3, 2011. – С. 279–281. [Электронный ресурс]: Официальный сайт научной электронной библиотеки «Киберленинка». Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/sovremennaya-shvetsiya-mentalitet-i-stereotipy>.

6. Экономика Швеции. Основные черты шведской экономики и промышленности. [Электронный ресурс]: Сайт о состоянии мировой экономики «Ereport.Ru». Режим доступа: <http://www.ereport.ru/articles/weconomy/sweden.htm>.

7. Anne-Marie Slaughter. America's Edge. Power in the Networked Century. // Foreign Affairs. January/February, 2009. [Electronic resource]: The official website of Michigan State University. URL: http://www.educ.msu.edu/epfp/meet/10_08_09files/America's%20Edge%20Foreign%20Affairs.pdf.

8. Ann Törnkvist. Asylum-friendly Sweden a soft-power superpower. November, 2013. [Electronic resource]: The Local. Sweden's news in English. URL: <http://www.thelocal.se/20131121/asylum-friendly-sweden-is-soft-power-super-power>.

9. Gary Rawnsley. All Fluff and No Substance: Monocle's Soft Power Survey 2013. December, 2013. [Electronic resource]: Public Diplomacy International Communications. URL: <http://www.pdic.blogspot.ru/2013/12/all-fluff-and-no-substance-monocles.html>.

10. Johan Nylander. Swedes: 'handsome, hi-tech and healthy'. March, 2012. [Electronic resource]: The Swedish Wire. URL: <http://www.swedishwire.com/economy/12939-swedes-handsome-hi-tech-and-healthy>.

11. Olle Wästberg. The Symbiosis of Sweden & IKEA. [Electronic resource]: The official website of Public Diplomacy Magazine. URL: <http://publicdiplomacymagazine.com/the-symbiosis-of-sweden-ikea/>.

12. Scandinavian Noir. [Electronic resource]: Wikipedia. The Free Encyclopedia. URL: http://en.wikipedia.org/wiki/Scandinavian_noir.

13. Soft Power Survey 2012. [Electronic resource]: The official website of Monocle Magazine. URL: <http://monocle.com/film/affairs/soft-power-survey-2012/>.

14. Soft Power Survey 2013. [Electronic resource]: The official website of Monocle Magazine. URL: <http://monocle.com/film/affairs/soft-power-survey-2013/>.

15. Stefan Geens. Collaborative power: the case for Sweden. December, 2011. [Electronic resource]: Dliberation. URL: <http://dliberation.org/2011/12/13/collaborative-power-the-case-for-sweden/>.

16. Sweden. [Electronic resource]: Wikipedia. The Free Encyclopedia. URL: <http://en.wikipedia.org/wiki/Sweden#Music>.

17. The Swedish brands everyone should know. [Electronic resource]: The Local. Sweden's news in english. URL: <http://www.thelocal.se/20111108/37232>.

18. Why our image is important. [Electronic resource]: The official website of Swedish Institute. URL: <https://eng.si.se/areas-of-operation/image-of-sweden/why-our-image-is-important/>.

1. Kassenov A. Soft Power rating. [E'lektronnyj resurs]: Diskurs-ploshhadka «intelligencii Kazaxstana». Rezhim dostupa: <http://blogbasta.kz/?p=399>.

2. Leonova O.G. Myagkaya sila – resurs vneshnej politiki gosudarstva // Obozrevatel' – Observer. №4, 2013. – С. 29. [E'lektronnyj resurs]: Oficial'nyj sajt nauchno-analiticheskogo zhurnala «Obozrevatel' – Observer». Rezhim dostupa: http://www.observer.materik.ru/observer/N4_2013/027_040.pdf.

3. Mosyakov D.V. «Myagkaya sila» v politike Kitaya v Yugo-Vostochnoj Azii // Yugo-Vostochnaya Aziya: aktual'nye problemy razvitiya. Tom 14, 2010. – С. 5. [E'lektronnyj resurs]: Oficial'nyj sajt nauchnoj e'lektronnoj biblioteki «Kiberleninka». Rezhim dostupa: <http://cyberleninka.ru/article/n/myagkaya-sila-v>

politike-kitaya-v-yugo-vostochnoy-azii.

4. Obrazovanie v Shvecii – poshagovaya instrukciya. [E'lektronnyj resurs]: «GSA – besplatnoe obrazovanie za rubezhom». Rezhim dostupa: <http://gradstudyabroad.ru/educational-resources/sweden-education-instruction>.

5. Syzrancev V.Yu. Sovremennaya Shveciya: mentalitet i stereotipy // Znanie. Ponimanie. Umenie. № 3, 2011. – S. 279–281. [E'lektronnyj resurs]: Oficial'nyj sajt nauchnoj e'lektronnoj biblioteki «Kiberleninka». Rezhim dostupa: <http://cyberleninka.ru/article/n/sovremennaya-shvetsiya-mentalitet-i-stereotipy>.

6. E'konomika Shvecii. Osnovnye cherty shvedskoj e'konomiki i promyshlennosti. [E'lektronnyj resurs]: Sajt o sostoyanii mirovoj e'konomiki «Ereport.Ru». Rezhim dostupa: <http://www.ereport.ru/articles/weconomy/sweden.htm>.

7. Anne-Marie Slaughter. America's Edge. Power in the Networked Century.// Foreign Affairs. January/February, 2009. [Electronic resource]: The official website of Michigan State University. URL: http://www.educ.msu.edu/epfp/meet/10_08_09files/America's%20Edge%20Foreign%20Affairs.pdf.

8. Ann Törnkvist. Asylum-friendly Sweden a soft-power superpower. November, 2013. [Electronic resource]: The Local. Sweden's news in English. URL: <http://www.thelocal.se/20131121/asylum-friendly-sweden-is-soft-power-super-power>.

9. Gary Rawnsley. All Fluff and No Substance: Monocle's Soft Power Survey 2013. December, 2013. [Electronic resource]: Public Diplomacy International Communications. URL: <http://www.pdic.blogspot.ru/2013/12/all-fluff-and-no-substance-monocles.html>.

10. Johan Nylander. Swedes: 'handsome, hi-tech and healthy'. March, 2012. [Electronic resource]: The Swedish Wire. URL: <http://www.swedishwire.com/economy/12939-swedes-handsome-hi-tech-and-healthy>.

11. Olle Wästberg. The Symbiosis of Swden & IKEA. [Electronic resource]: The official website of Public Diplomacy Magazine. URL: <http://publicdiplomacymagazine.com/the-symbiosis-of-sweden-ikea/>.

12. Scandinavian Noir. [Electronic resource]: Wikipedia. The Free Encyclopedia. URL: http://en.wikipedia.org/wiki/Scandinavian_noir.

13. Soft Power Survey 2012. [Electronic resource]: The official website of Monocle Magazine. URL: <http://monocle.com/film/affairs/soft-power-survey-2012/>.

14. Soft Power Survey 2013. [Electronic resource]: The official website of Monocle Magazine. URL: <http://monocle.com/film/affairs/soft-power-survey-2013/>.

15. Stefan Geens. Collaborative power: the case for Sweden. December, 2011. [Electronic resource]: Dliberation. URL: <http://dliberation.org/2011/12/13/collaborative-power-the-case-for-sweden/>.

16. Sweden. [Electronic resource]: Wikipedia. The Free Encyclopedia. URL: <http://en.wikipedia.org/wiki/Sweden#Music>.

17. The Swedish brands everyone should know. [Electronic resource]: The Local. Sweden's news in english. URL: <http://www.thelocal.se/20111108/37232>.

18. Why our image is important. [Electronic resource]: The official website of Swedish Institute. URL: <https://eng.si.se/areas-of-operation/image-of-sweden/why-our-image-is-important/>.

SWEDEN'S SOFT POWER: GREAT SUCCESSES OF A SMALL COUNTRY

Agashkova Polina Igorevna,

Ural Federal University named after the First President of Russia B.N. Yeltsin,
Institute of social-political sciences,
undergraduate of political sciences,
Ekaterinburg, Russia,
E-mail: polina.gotovegas@gmail.com

Annotation

Soft power in the contemporary world has become a kind of a necessary attribute for a successful foreign policy, allowing the country to achieve its dominance without any resorting to armed force. This is especially true for the states being small in territory and population. This article will be devoted to the soft power of Sweden, which occupies leading places in the Monocle's Soft Power Survey for the last two years.

Key words:

soft power, Sweden, soft power survey by Monocle, national branding.
