

Санкт-Петербургский государственный университет

Лебедева Екатерина Александровна

Выпускная квалификационная работа

Имиджевая политика Финляндии в России

Уровень образования: магистратура

Направление *41.04.05 «Международные отношения»*

Основная образовательная программа *20.М08-мо*

«Международные гуманитарные связи»

Научный руководитель:

к.и.н., доцент кафедры
международных гуманитарных
связей СПбГУ
Николаева Юлия Вадимовна

Рецензент:

к.и.н., доцент кафедры
русского языка как
инострannого и методики его
преподавания РГПУ
им. А. И. Герцена
Владимирова Светлана
Семеновна

Санкт-Петербург
2022

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1 МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ФЕНОМЕНА ИМИДЖА.....	11
1.1 Концепция «имиджа» в современной политической науке.....	11
1.2 Сущность и развитие имиджелогии.....	22
ГЛАВА 2 ОСОБЕННОСТИ ИМИДЖЕВОЙ ПОЛИТИКИ ФИНЛЯНДИИ В РОССИИ	31
2.1 Политико-правовые основы российско-финляндского сотрудничества.....	31
2.2 Имиджевая стратегия Финляндии.....	36
2.3 Финские культурные институты и организации и их роль в продвижении имиджа Финляндии в России.....	42
ГЛАВА 3 АНАЛИЗ ФИНСКОЙ ИМИДЖЕВОЙ ПОЛИТИКИ В РОССИИ.....	72
3.1 Роль брендов Финляндии в формировании имиджа страны	72
3.2 Образ Финляндии в российских СМИ.....	74
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	85
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ.....	90

ВВЕДЕНИЕ

В XXI веке международные отношения сталкиваются с новыми вызовами: расширяется количество участников на мировой арене, все более активное участие проявляют многочисленные негосударственные акторы. В связи с этим национальные государства начинают привлекать новые инструменты и механизмы влияния на мировую общественность для сохранения своего авторитета, репутации и имиджа.

Сегодня представления международной общественности о государстве напрямую влияют на успешность межнациональных и межкультурных связей и его конкурентоспособность на политической арене. Важным аспектом является фактор взаимного восприятия странами друг друга, и следовательно, уделяется все большее внимание формированию имиджа государства. Как известно, положительный имидж способен усилить взаимодействие между странами и поспособствовать установлению выгодных контактов. Негативный имидж, в свою очередь, способен усложнить межгосударственные отношения и создать конфликтные ситуации. К сожалению, зачастую такая неотъемлемая часть политики как формирование национального образа остается незамеченной политическим руководством.

Все еще остаются малоизученными аспекты восприятия, национальной самоидентификации, взаимосвязи между внешней политикой и образами. Отсюда следует, что имиджевая политика государства как стратегический аспект внешней политики требует внимательного изучения.

В данном исследовании понятия «национального имиджа» и «национального образа» отождествляются, поскольку они взаимодополняют друг друга и «разорвать» их практически невозможно. Образ, формируемый естественным путем, лежит в основе имиджа, целенаправленно формируемого образа, складывающегося в итоге после применения широкого ряда инструментов и механизмов.

Финляндия имеет свою богатую историю, тесно связанную с Россией. Получив независимость только в 1917 году, в настоящее время она обладает одной из самых конкурентоспособных экономик мира с высоким уровнем жизни и благополучия¹. Правительство Финляндии уделяет особое внимание самоидентификации народа, национальной идентичности и национальному образу. Успехи в технологической сфере и в сфере экономики знаний, а также грамотно выстроенный имидж Финляндии в России, позволяют северному соседу успешно продвигать инвестиции и товары на российском

¹ Markessinis, A. Branding Finland / A. Markessinis. URL: <https://nation-branding.info/2007/10/21/branding-finland/> (accessed: 30.05.2021)

рынке. Помимо этого, Финляндия является «интеграционным мостом» между Россией и Европейским союзом.

Стереотипы, сформированные еще в советском обществе, влияют на современные представления о Финляндии, что создает преграды для конструктивного диалога. Формирование позитивного финского имиджа в России приоритетно как для внешней политики Финляндии с целью транслирования интересов ЕС, так и для внешней политики России. Сотрудничество с Финляндией выступает в качестве сближающего фактора с остальными странами Европы и транслирования положительного имиджа России в ЕС. В этой связи в условиях трансграничного политического и экономического пространства Европы исследование феномена имиджевой политики Финляндии в России требует глубокого осмысления.

Таким образом, исходя из вышеперечисленных причин, исследуемая тема является актуальной.

Целью настоящего исследования является выявление основных направлений и форм имиджевой политики Финляндии в России.

Для достижения поставленной цели предполагается решить следующие задачи:

- 1) рассмотреть и проанализировать основные аспекты проблемы формирования имиджа в современной науке;
- 2) проанализировать политические и общественные институты и механизмы продвижения положительного образа Финляндии в России;
- 3) определить степень успешности проводимой финской имиджевой политики на территории Российской Федерации;
- 4) обобщить опыт и выявить сильные и слабые стороны имиджа Финляндии в российском обществе.

Объектом исследования является политика Финляндии по формированию имиджа.

Предметом исследования стала специфика финской имиджевой политики в России, реализуемой через работу различных организаций, форумов, институтов и культурных центров.

Методология исследования. При исследовании темы настоящей работы были применены общеполитические принципы (такие категории диалектики, как причина и следствие), принцип единства теории и практики, принцип объективности, принцип единства исторического и логического (исследование истории культурных связей России и Финляндии как ключа к пониманию современной политики), принцип системности (имиджевая политика как стратегический аспект внешней политики государства).

При написании работы использовались общенаучные методы познания, такие как анализ и синтез, описание, метод обобщения, индукция и дедукция. Применение этих методов позволило очертить рамки исследования, обобщить опыт страны, проанализировать полученные результаты и выдвинуть возможные меры по улучшению имиджевой политики Финляндии.

Помимо этого, использовались и специальные научные методы. Метод качественного анализа текста применялся при работе с политико-правовыми документами, регулирующими основные сферы и формы сотрудничества России и Финляндии в рамках региональных организаций и межгосударственных договоренностей, институциональный подход использовался при анализе финских и российских институтов и их механизмов по продвижению имиджа Финляндии. Метод сравнительного анализа используется при сопоставлении различных культурных событий и мероприятий, проводимых на территории России, и степени вовлеченности Финляндии в различные региональные организации с целью выявления идентичности ее имиджа. В рамках сравнительного метода применяется «иллюстрирующая стратегия», поскольку все мероприятия, проводимые финскими культурными институтами, являются частью их имиджевой политики и отлично иллюстрируют успешность проводимой ими политики.

Метод машинного обучения и сентимент-анализа позволили оценить эффективность проведения имиджевой политики Финляндии в России. Кросс-темпоральное сравнение позволяет проследить историческое становление имиджа Финляндии в разные периоды времени.

Степень изученности проблемы. С первой половины XX века начинается систематическое изучение понятия национального образа. В первую очередь этим занимались представители психологических школ Западной Европы и США З. Фрейд (впервые употребил понятие «имидж», издавая журнал с одноименным названием), М. Лацарус и Х. Штейнталь² и др. Национальный образ выступал в то время в качестве составного элемента когнитивной психологии человека. Затем активно подключаются социологические исследования, в которых национальный образ оценивался с точки зрения массового сознания. В России оригинальных исследований национального образа не проводилось, лишь некоторые аспекты (дух, сознание, менталитет) затрагивались в исследованиях культурно-исторической психологии (Л.С. Выготский³, А.Н. Леонтьев⁴).

² Лацарус, М., Штейнталь, Г. Психология народов и языкознание /М. Лацарус, Г.Штейнталь– журнал: 1859–1890 гг.

³ Выготский, Л.С. Собр. соч.: В 6 т. / Л.С. Выготский. – М., 1982–1984. Т. 1–6.

⁴ Леонтьев, А.Н. Деятельность. Сознание. Личность / А.Н. Леонтьев // Собр. соч.: В 2 т. Т.2. / А.Н. Леонтьев. – М., 1983.

Интерес к проблеме национального образа в международных отношениях проснулся в 60-70-х годах XX века. Появляется первая работа, посвященная анализу влияния национальных образов на отношения между государствами, под названием «Образ» К. Болдинга⁵. Интерес к данной проблематике в отечественной науке появился лишь в 80-90-е годы, однако, столь позднее начало было скомпенсировано большим количеством работ и статей по данной теме в более позднее время (Г. Гачев⁶, Э.А. Галумов⁷, Е.Б. Перельгина⁸, Т.П. Лебедева и Т.А. Михайленко⁹).

Такие отечественные исследователи, как А.Е. Кирюнин¹⁰ и Э.А. Галумов¹¹ анализировали имидж территорий, другие современные ученые, например, С. Анхольт¹², У. Олинс¹³, А.П. Панкрухин¹⁴ изучали особенности реализации имиджевой политики на примерах различных государств

Несмотря на большое количество работ по таким направлениям, как политическая психология, культурная антропология, социология, и отдельным вопросам исследования имиджа, практически отсутствует единая теоретическая база по данной тематике. Отсюда следует, что имиджевой политике как новому явлению в международных отношениях уделяется мало внимания. Практически не исследуются теоретические и практические способы формирования имиджа и принципы построения государственной имиджевой политики¹⁵.

Кроме того, сами российско-финляндские отношения представлены в отечественной научной литературе сравнительно мало. Значимый вклад в развитие данной темы внесли ленинградские историки Н. И. Барышников и В. Н. Барышников¹⁶. Все больше внимания российско-финляндским отношениям уделяется сотрудниками факультета международных

⁵ Boulding, K. *The Image: Knowledge in Life and Society* / K. Boulding // Ann Arbor, MI: University of Michigan Press, 1956.

⁶ Гачев, Г.Д. *Национальные образы мира* / Г.Д. Гачев. - М.: Советский писатель, 1988.

⁷ Галумов, Э. А. *Международный имидж России: стратегия формирования* / Э.А. Галумов. - М., 2003.

⁸ Перельгина, Е.Б. *Психология имиджа* / Е.Б. Перельгина - М.: Аспект Пресс, 2002.

⁹ Лебедева, Т.П., Михайленко, Т.А. *Имидж государства в мировом политическом пространстве: структурные модели формирования* / Т.П. Лебедева, Т.А. Михайленко // Вестник Московского Университета. Серия 21. - 2011. № 1.

¹⁰ Кирюнин А.Е. *Имидж как интериоризация культуры* / А.Е. Кирюнин. - М., 2000. – 144 с.

¹¹ Галумов, Э. А. *Имидж против имиджа* / Э.А. Галумов. - М., 2005. Галумов, Э. А. *Международный имидж России: стратегия формирования* / Э.А. Галумов. - М., 2003.

¹² Anholt, S. *Brand new justice: the upside of global branding* /S. Anholt. - Oxford, 2003.

¹³ Olins, W. *Branding the nation — the historical context.* / W. Olins // *Journal of Brand Management*— 2002. V.9.

¹⁴ Панкрухин А.П. *Маркетинг территорий. 2-е издание, дополненное* / А.П. Панкрухин. - СПб.: Питер, 2006.

¹⁵ Чумакова, А.А. *Информационно-имиджевая политика страны в культурологическом освещении (на материале российской и зарубежной прессы): автореф. дис. ... канд. культурологии : 24.00.01 [Место защиты: Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова].* – М., 2007. URL: https://static.freereferats.ru/_avtoreferats/01003310439.pdf (дата обращения: 16.05.2022).

¹⁶ Барышников, Н. И., Барышников, В. Н., Федоров, В. Г. *Финляндия во второй мировой войне* / Н.И. Барышников, В.Н. Барышников.— Л.: Лениздат, 1989.

отношений Санкт-Петербургского государственного университета Н. М. Межевичем¹⁷, Д.А. Ланко¹⁸, Н.М. Боголюбовой и Ю.В. Николаевой¹⁹, И.Н. Новиковой²⁰ и исследователями других университетов – М.А. Саблиной²¹, М.А. Витухновской²² и др. В сборнике научных статей «Многоликая Финляндия. Образ Финляндии и финнов в России»²³ подробным образом раскрываются этапы формирования имиджа Финляндии в России.

Работ финских исследователей о взаимоотношениях России и Финляндии сравнительно мало, в большей степени они посвящены сотрудничеству в рамках региональных организаций (особенно «Северного измерения» Европейского союза), примером могут послужить статьи А. Куусисто²⁴, Т. Форсберга и Х. Хауккалы²⁵. Значительное внимание уделяется историко-культурному аспекту российско-финского взаимодействия такими финскими учеными как Р. Мэхка²⁶, Р.С. Алапуру²⁷ и др.

Таким образом, имеющаяся литература позволяет всесторонне проработать теоретическую часть.

Источниковая база исследования сформирована путем обобщения и анализа международных, национальных и европейских нормативно-правовых актов,

¹⁷ Межевич, Н.М., Спиридонова, В.В. Особенности приграничного сотрудничества Санкт-Петербурга и регионов Юго-Восточной Финляндии / Н.М. Межевич, В.В. Спиридонова // Управленческое консультирование. – 2017. № 3.

¹⁸ Ланко, Д. А. Модернизация в окружении: случай Финляндии. Часть I: первая половина XIX в. / Д. Ланко. - Препринт М-69/19. — СПб. : Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2019.

¹⁹ Боголюбова, Н.М., Николаева, Ю.В. Стратегия продвижения имиджа Финляндии на примере Санкт-Петербурга / Н.М. Боголюбова, Ю.В. Николаева // Труды кафедры истории нового и новейшего времени. – 2020. №20–2.

²⁰ Новикова, И. Н. Особое государство или провинция империи: проблема государственно-правового статуса Финляндии в российско-финляндских отношениях XIX века / И.Н. Новикова // Пространство власти: исторический опыт России и вызовы современности. - М., 2001.

²¹ Саблина, М.А. Имидж Финляндии в СССР / М.А. Саблина // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Общество. Коммуникация. Образование. - 2011. №131. Саблина, М.А. Образ Финляндии в российском обществе на рубеже XIX-XX веков / М.А. Саблина // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Общество. Коммуникация. Образование. - 2012. № 143.

²² Витухновская, М. А. Бунтующая окраина или модель для подражания: Финляндия глазами российских консерваторов и либералов второй половины XIX — начала XX веков / М.А. Витухновская // Многоликая Финляндия. Образ Финляндии и финнов в России: сб. статей / под науч. ред. А. Н. Цамутал, О. П. Илюха, Г. М. Коваленко. - Великий Новгород: НовГУ им. Ярослава Мудрого, 2004.

²³ Многоликая Финляндия. Образ Финляндии и финнов в России: Сб. статей / Под науч. ред. А.Н.Цамутали, О.П.Илюха, Г.М.Коваленко: НовГУ имени Ярослава Мудрого. – Великий Новгород, 2004.

²⁴ Kuusisto, A. Pohjoinen ulottuvuus eurooppalaisen yhteistyön työkaluna / A. Kuusisto // Idantutkimus. – 26 (3). – 2019. DOI: 10.33345/idantutkimus.87290.

²⁵ Forsberg, T. & Haukkala, H. The European Union and Russia. London: Palgrave. Gebhard, Carmen (2013), Soft Competition: Finland, Sweden and the Northern Dimension of the European Union. – Scandinavian Political Studies. – 2016. 36 (4). DOI 10.1111/1467-9477.12007.

²⁶ Mähkä R. «Jokaisen on valittava puolensa»: Suomen sisällissota 2000-luvun kotimaisessa elokuvassa / R. Mähkä // Lähikuva – Audiovisuaalisen Kulttuurin Tieteellinen Julkaisu, 31(1). DOI: 10.23994/lk.70451

²⁷ Alapuro, R. S. Millainen oli Suomen vallankumous 1918? / R.S. Alapuro // Työväki kumouksessa/ julkaisussa S. Suodenjoki & R. Turunen (toim). - Väki voimakas, Vuosikerta. 30, Työväen historian ja perinteen tutkimuksen seura, Helsinki, 2017.

организационно-распорядительной и делопроизводственной документации. В частности, наиболее значимыми документами являются: Концепция «Основные направления политики Российской Федерации в сфере международного культурно-гуманитарного сотрудничества» 2010 года²⁸, «Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Финляндской Республики о сотрудничестве в области культуры, образования и научно-исследовательской деятельности от 13 октября 1992 года»²⁹, «Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Финляндской Республики о содействии приграничному сотрудничеству между Российской Федерацией и Финляндской Республикой от 13 апреля 2012 года»³⁰, «Стратегия государственной культурной политики на период до 2030 года от 29 февраля 2016 г. № 326-р.»³¹. Перечисленные документы позволяют довольно детально изучить правовой аспект данной тематики и ознакомиться с основными положениями по сотрудничеству в сфере международного культурно-гуманитарного сотрудничества обеих стран.

Годовые отчеты правительства, национальные стратегии, материалы брендинговой стратегии Финляндии^{32,33}, Повестки дня на период до 2030 г.³⁴ предоставляют сведения по текущей обстановке в исследуемой стране, конкретизируют и актуализируют имеющуюся информацию, расширяют поле видения проблемы, отражают направления, механизмы, цели и результаты работы финских институтов в России.

В исследовании нельзя обойтись и без статистических данных. Для анализа международного имиджа Финляндии, формируемого посредством продвижения бренда высокого качества жизни ее народа, используются данные отчета по рейтингу самых счастливых стран мира за 2021 год³⁵. Данный рейтинг также показывает, что уровень

²⁸ Концепция «Основные направления политики Российской Федерации в сфере международного культурно-гуманитарного сотрудничества». Раздел IV. Многостороннее сотрудничество. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_130289/d58447fe33e1c2874759fdcea83199eaab569b6d/ (дата обращения: 16.05.2022).

²⁹ Основные направления политики Российской Федерации в сфере международного культурно-гуманитарного сотрудничества», Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Финляндской Республики о сотрудничестве в области культуры, образования и научно-исследовательской деятельности от 13 октября 1992 года. URL: <https://legalacts.ru/doc/osnovnye-napravlenija-politiki-rossiiskoi-federatsii-v-sfere/> (дата обращения: 01.05.2021).

³⁰ Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Финляндской Республики о содействии приграничному сотрудничеству между Российской Федерацией и Финляндской Республикой от 13 апреля 2012 года. URL: <https://base.garant.ru/70179134/> (дата обращения: 01.05.2021).

³¹ Стратегия государственной культурной политики на период до 2030 года от 29 февраля 2016 г. № 326-р. URL: <https://docs.cntd.ru/document/420340006?marker=6580IP/> (дата обращения: 01.05.2021).

³² Promoting Finland's country image. Official website of Ministry for Foreign Affairs of Finland. URL: <https://um.fi/country-image> (accessed: 15.12.2020).

³³ Finland's Country Branding Strategy, 6/2017. URL: <https://toolbox.finland.fi/strategy-research/finlands-country-branding-strategy/> (accessed: 26.10.2020).

³⁴ Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года. URL: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/about/development-agenda/> (accessed: 01.05.2021).

³⁵ Helliwell, John F., Layard, R., Sachs, Jeffrey D., De Neve, Jan-Emmanuel World Happiness Report 2021 / John F. Helliwell, R. Layard, Jeffrey D. Sachs, Jan-Emmanuel De Neve // New York: Sustainable Development

счастья людей в России опустился до нижнего значения за последние девять лет, что объясняет интерес россиян к жизни Финляндии и их желание посетить эту страну.

Таким образом, мы видим, что вышеперечисленная совокупность документов полна и репрезентативна, что позволяет всесторонне раскрыть тему исследования.

Хронологические рамки исследования: 1992–2021 гг.

Целесообразно проводить анализ данного исторического периода, поскольку в 1992 г. в Хельсинки было подписано Межправительственное Соглашение о сотрудничестве в области культуры, образования и научно-исследовательской деятельности, в соответствии с которым взаимодействие с Россией осуществляется «между университетами обеих стран, их высшими и другими учебными заведениями, учреждениями и организациями науки, культуры и искусства»³⁶. Нижний рубеж хронологических рамок обусловлен обострением международной обстановки в связи со специальной военной операцией России в Украине, начавшейся 24 февраля 2022 года. Событие вызвало широкий международный резонанс, ситуация меняется очень быстро. Начался новый этап в истории международных отношений, а это значит, что должно пройти время, прежде чем можно будет дать взвешенную оценку нынешних событий.

Территориальные рамки исследования. В данной выпускной квалификационной работе исследуется страна Северной Европы - Финляндия. Финляндия и Россия – ближайшие соседи, страны имеют общие исторические связи и глубоко интегрированы в экономическую, культурную, образовательную жизнь друг друга. Финляндия

Теоретическая значимость и научная новизна данного исследования заключается в уникальности проведенного комплексного анализа имиджевой политики Финляндии в России в период с 1992 по 2021 год, обобщении опыта данной страны и использовании методов машинного обучения и сентимент-анализа для оценки эффективности имиджевой политики.

Элементы новизны содержатся в выделении форм и направлений сотрудничества России и Финляндии и выявлении специфических черт проводимой имиджевой политики.

Практическая значимость исследования состоит в возможности использования результатов данного исследования в научно-исследовательской и практической деятельности образовательных учреждений международного профиля.

Solutions Network, 2021. URL: <https://happiness-report.s3.amazonaws.com/2021/WHR+21.pdf> (accessed: 01.05.2021).

³⁶Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Финляндской Республики о сотрудничестве в области культуры, образования и научно-исследовательской деятельности от 13 октября 1992 года. URL: <http://docs.cntd.ru/document/1900193> (дата обращения: 15.10.2020).

Апробация исследования. Основные положения данного исследования докладывались на IV Международной научно-практической конференции аспирантов, студентов и молодых ученых «Арктика и Север в контексте развития международных процессов» (15 декабря 2020 г., Архангельск), IX Международной студенческой научной конференции «Россия в глобальном мире: новые вызовы и возможности» (25-27 марта 2021 г., Санкт-Петербург), IX конференции с международным участием «Межкультурный диалог в современном мире» (16 апреля 2021 г., Санкт-Петербург).

Публикация результатов исследования. По материалам выпускной квалификационной работы опубликовано 3 научных статьи, индексируемых в базе РИНЦ.

Структура выпускной квалификационной работы:

Введение: актуальность темы, степень изученности проблемы, цель, задачи, объект и предмет исследования, хронологические и территориальные рамки исследования, методы исследования, источниковая база, теоретическая и практическая значимость, научная новизна.

Первая глава содержит теоретическую базу, понятия и основные концепции, необходимые для дальнейшего анализа имиджевой политики. Подразделяется на два параграфа: «Концепция «имиджа» в современной политической науке» и «Сущность и развитие имиджелогии».

Во второй главе рассматриваются политико-правовые и институциональные механизмы, а также основные направления и формы сотрудничества Финляндии и России, анализируется роль финских культурных институтов и организаций в продвижении имиджа. Она подразделяется на три параграфа: «Политико-правовые основы российско-финского сотрудничества», «Имиджевая стратегия Финляндии» и «Финские культурные институты и организации и их роль в продвижении имиджа Финляндии в России».

В третьей главе на основе лингвистического и сентимент-анализа интернет-статей, опубликованных в российский СМИ, делается вывод об эффективности проводимой имиджевой политики. Глава подразделяется на два параграфа: «Роль брендов Финляндии в формировании имиджа страны» и «Образ Финляндии в российских СМИ».

Заключение, описывающее результаты проведенного исследования.

Список использованных источников и литературы.

ГЛАВА 1 МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ФЕНОМЕНА ИМИДЖА

1.1 Концепция «имиджа» в современной политической науке

Основные подходы к определению «имиджа», его свойства и характеристики

Проблема имиджа актуализируется начиная с 1950-х годов. В научных сообществах в 60-х годах XX столетий приобретают популярность социологические, философские и исторические исследования имиджа³⁷. Именно тогда в научное употребление и было введено понятие имиджа. До конца 80-х годов отечественные исследования по данной тематике проводились лишь в рамках психологии пропаганды и массовых коммуникаций. В то же время широкое распространение получило изучение индивидуального и общественного сознания.

Ученые не пришли к единому мнению касательно этимологии термина «имидж». Некоторые утверждают, что в основе лежит латинский термин *imago* – образ, которое связано с другим – *imitari* - подражать, имитировать³⁸.

Другие придерживаются мнения, что «имидж» происходит от английского языка и употребляется для описания образа, который целенаправленно создается для формирования желаемых изменений в сознании и поведении людей³⁹.

Одним из первых ученых, кто ввел понятие «имидж» в научную среду, был российский ученый-американист, специалист по политической рекламе и связям с общественностью О.А. Феофанов. В книге «США: реклама и общество» он употребляет термин имидж в контексте основного средства психологического воздействия рекламодателя на потребителя. Сам феномен «имиджа» рассматривался О.А. Феофановым как образ, который посредством метода ассоциаций приписывает объекту новые ценности (социальные, психологические, эстетические), которые важны для воспринимающего общества, но не всегда отображающих реальные свойства объекта⁴⁰.

В российском обществе термин «имидж» стал активно употребляться в 90-х годах изначально только в политологической области в контексте «имидж политики»⁴¹. Заимствование западного понятия «*image*» привело к пересмотру многих устоявшихся представлений в социальной науке. Так появилась проблема соотношения терминов

³⁷ Попова, О.И., Григорьева, Е.С., Морозова, И.Ю. Имиджевая политика территории: анализ имиджа Екатеринбурга / О.И. Попова, Е.С. Григорьева, И.Ю. Морозова. – Екб.: 2015. С. 5.

³⁸ Там же.

³⁹ Там же.

⁴⁰ Феофанов, О.А. США: реклама и общество / О.А. Феофанов. - М.: Мысль, 1974. С.149.

⁴¹ Попова, О.И., Григорьева, Е.С., Морозова, И.Ю. С. 5.

«образ» и «имидж», что породило серьезные противоречия среди исследователей, использовавших ранее лишь универсальное понятие «образ».

Исследователи из СПбГУ Н.М. Боголюбова и Ю.В. Николаева приводят следующую трактовку понятия «образ» - это «адекватно отраженная в человеческом сознании реальность, формирующаяся естественным путем в процессе познания и восприятия объективной действительности; результат стихийно складывающихся в сознании людей представлений о каком-либо объекте»⁴².

Существует множество определений понятия «имидж». Согласно В.М. Шепелю, заслуженному деятелю науки России, специалисту в области социологии управления и имиджологии, имидж – это визуальное впечатление о личности или социальной структуре⁴³.

Профессор СПбГЭУ А.Д. Кривоносов определяет имидж как целенаправленно сформированный образ субъекта PR, выделяющий ценностные характеристики и призванный повлиять на психологию целевой аудитории.

Если рассматривать данное понятие в контексте связей с общественностью, то имидж непосредственно выступает как результат целенаправленного формирования желаемого образа посредством различных факторов⁴⁴.

В толковом словаре Вебстера указывается, что «имидж – это искусственная имитация или преподнесение внешней формы какого-либо объекта. Это лишь мысленное представление о человеке, объекте или институте, формирующееся в массовом сознании с помощью публичности или пропаганды»⁴⁵.

Исследователи Института международных связей О.И. Попова, Е.С. Григорьева и ведущий специалист отдела интернет-коммуникаций Уральского банка реконструкции и развития И.Ю. Морозова в своем исследовании определяют имидж как образ, целенаправленно созданный путем применения различных стратегий и средств массовой информации, не всегда соответствующий реальности⁴⁶.

Антон Вуйма, российский PR-специалист, отметил, что «имидж» - виртуальное понятие, поскольку он находится только в человеческом сознании и ни орган человеческого восприятия не может опознать его⁴⁷.

⁴² Боголюбова, Н. М. Межкультурная коммуникация в 2 ч. Часть 1 / Н. М. Боголюбова, Ю. В. Николаева. — М.: Изд-во Юрайт, 2018. С. 104.

⁴³ Шепель В.М. Имиджология / В.М. Шепель. - М.: Народное образование, 2002. С. 8.

⁴⁴ Попова, О.И., Григорьева, Е.С., Морозова, И.Ю. Имиджевая политика территории: анализ имиджа Екатеринбурга/ О.И. Попова, Е.С. Григорьева, И.Ю. Морозова. – Екб.: 2015. С. 5.

⁴⁵ Королько, В.Г. Основы публик рилейшнз / Королько В.Г. – М.:«Рефл-бук», К.: «Ваклер» - 2000. С. 295.

⁴⁶ Попова, О.И., Григорьева, Е.С., Морозова, И.Ю. С. 6.

⁴⁷ Ваума, А. Черный PR. Защита и нападение в бизнесе и не только / Ваума, А. – СПб: БХВ Петербург, 2009. С. 37.

Соотнося эти два понятия «образ» и «имидж», можно отметить, что имидж – целенаправленно формируемый образ, который складывается в результате определенных действий, в то время как образ - формируется естественно в процессе познания объективной действительности⁴⁸.

Известный исследователь Н.В. Антонова выделяет четыре теоретических подхода к исследованию имиджа, сложившихся к настоящему моменту⁴⁹.

— Семиотический подход. Семиотика - наука о знаках, и если рассматривать имидж с точки зрения данного подхода, то можно охарактеризовать имидж как знаковую структуру, напрямую связанную с человеческими ценностями. Применение важных для аудитории символов с сохранением их ключевого значения даёт направление для досмысливания. Здесь важна психосемиотическая компетентность, рефлексия компонентов - первого (взгляд на себя со стороны) и второго (взгляд на себя глазами другого) порядка, исправление способа самоподачи, корректное интерпретирование символов и знаков коммуникации. Примеры таких знаковых структур – литературные произведения, художественный фильм, кукла и пр.⁵⁰.

— Психосемиотический подход рассматривает возможности интерпретации аудиторией имиджевых знаков, характеристики объекта и его социальные роли функции. По мнению доктора психологических наук, президента Академии имиджологии Е.А. Петровой, под психосоматической рефлексией понимается умение воспринимать подаваемые собой знаки и оценивать их глазами собеседника. От степени развития этого навыка зависит эффективность деятельности по созданию собственного имиджа⁵¹.

— Интеракционистский подход, в котором имидж рассматривается как образ «Я», создаваемый для посторонних в процессе двустороннего взаимодействия.

— Когнитивно-ориентированный подход определяет имидж как когнитивную структуру, имеющую социальную установку и являющуюся частью общей системы установок личности. С этой точки зрения имидж тесно связан с другими когнитивными структурами, например, «Я – концепция», «Я – идеальное» и т.д.⁵².

— Социально-психологический подход относится к имиджу как к социально-психологическому феномену, результатом социального познания. В основе теоретико-

⁴⁸ Боголюбова, Н.М., Николаева, Ю.В. С. 104.

⁴⁹ Перельгина, Е.Б. Психология имиджа / Перельгина Е.Б. М.: Аспект Пресс, 2002. С.38.

⁵⁰ Горчакова, В. Г. Подходы к изучению имиджа в контексте социального управления / В.Г. Горчакова // Вестник РУДН. Серия: Социология. - 2008. №2. – С.141. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/podhody-k-izucheniyu-imidzha-v-kontekste-sotsialnogo-upravleniya> (дата обращения: 15.05.2022).

⁵¹ Петрова, Е.А. Визуальная психосемиотика общения: дис. ... д-ра психол. наук : 19.00.01 [Место защиты: Психологический институт РАО]. – М., 2000.

⁵² Перельгина, Е.Б. С. 47.

методологической базы лежит анализ восприятия и понимания человека и общества и особенности формирования впечатлений и механизмов восприятия.

В имиджологии выделяются также еще два подхода к пониманию имиджа и его составляющих: субъективный и социально-перцептивный.

В рамках первого подхода имидж обладает субъективностью, и значит он не существует вне своего субъекта, которым может выступать как любой социальный субъект, индивид, социальная группа.

Н.М. Боголюбова и Ю.В. Николаева выделяют следующие свойства имиджа⁵³:

— Целесообразность – в имидже используют только то, что будет полезно в рамках заданной цели. Здесь же выделяется другое качество имиджа – социально-культурная целесообразность, т.е. имидж не должен противоречить традициям общества.

— Проективность – имидж должен обладать экономической целесообразностью и такими характеристиками, как планируемость, организуемость, руководимость, контролируемость и т.д.

— Узнаваемость.

Стоит отметить, что имидж универсален, поскольку может принадлежать как к реальному или вымышленному человеку (персональный имидж), положению в обществе (имидж политического лидера), профессии (имидж врача), группе людей (гендерный имидж), образованию (имидж выпускника Гарварда), торговой марке («Coca-Cola»), предметам (имидж золота), территории (имидж страны) и т.д.⁵⁴

В связи с широким разнообразием субъектов имиджа формируются различные классификации имиджа по типу носителя, одну из которых предложила декан факультета социальной психологии Гуманитарного университета Е.Б. Перельгина. В ее понимании существует четыре типа имиджа⁵⁵:

- имидж индивида;
- имидж группы;
- имидж корпорации, организации;
- имидж предмета, товара, культурного явления.

В политологической науке также принято выделять имидж государства, политического лидера, политической партии.

⁵³ Боголюбова, Н.М., Николаева, Ю.В. С. 105.

⁵⁴ Там же. С. 106.

⁵⁵ Перельгина, Е.Б. Психология имиджа / Е.Б. Перельгина. - М.: Аспект Пресс, 2002. С. 51.

Изучив подходы к пониманию имиджа, его характеристики, свойства и составляющие, можно перейти к рассмотрению его функций. В качестве основных выделяются следующие:

— Аттрактивная – привлечение интереса к объекту имиджа и желание взаимодействовать с ним;

— Информационная – имидж передает качества и признаки носителя (например, качества политического лидера или свойства организации).

— Регулятивная – управление поведением целевой аудитории, формирование и предопределение ее предпочтений и мнений.

— Адаптивная – имидж помогает приобретать новые социальные роли и облегчает взаимодействие между субъектами в новой социокультурной среде.

— Репутационная – укрепление доверия к субъекту с положительным имиджем, формирование его авторитета.

— Инструментальная – имидж оказывает психологическое воздействие на поведение людей, тем самым выступая в качестве инструмента управления массовым сознанием.

— Коммуникативная – имидж может усиливать, поддерживать или ослаблять связи между отдельными людьми и группами.

— Консервативная – имидж сохраняет и защищает основополагающие идеи и ценности.

Определение и классификация имиджа территории, его составляющие и свойства

Всемирная организация по туризму предложила следующее понятие имиджа территории – «совокупность эмоциональных и рациональных представлений, вытекающих из сопоставления всех признаков территории, собственного опыта людей и слухов, влияющих на создание определенного образа»⁵⁶.

В связи с этим можно выделить две составляющие имиджа – объективную и субъективную. Объективная состоит из совокупностей конкурентных преимуществ и недостатков, которые определяются отраслевой специализацией, территориальным расположением, производительным потенциалом, уровнем инвестиционной активности и др. Под субъективной составляющей понимаются чувственные представления об этой территории. Имидж территории постоянно подвергается трансформациям и изменяется с течением временем под воздействием различных факторов в лучшую или худшую сторону.

⁵⁶ Попова, О.И., Григорьева, Е.С., Морозова, И.Ю. Имиджевая политика территории: анализ имиджа Екатеринбурга/ О.И. Попова, Е.С. Григорьева, И.Ю. Морозова. – Екб.: 2015. - С. 6.

Некоторые ученые разделяют понятия имиджа государства и страны. Говоря об имидже страны, они рассматривают географические, этнолингвистические, культурно-исторические, религиозные и хозяйственные характеристики⁵⁷. Имидж государства, напротив, состоит из представлений о политической организации общества, институтах и механизмах реализации власти, правовой и экономической системах, внутренней и внешней политике⁵⁸. Исходя из этого, можно сделать вывод, что имидж государства – более динамичная структура, поддающаяся корректировке⁵⁹.

В работах других исследователей, в том числе научных сотрудников ИМЭМО РАН Э.Г. Соловьева и А.Н. Смирнова⁶⁰, понятия «национальный имидж», «имидж государства» и «имидж страны» отождествляются. Принимая тот факт, что в массовом сознании понятия «государство» и «страна» схожи и дополняют друг друга историческими, географическими, политическими характеристиками и чертами народа, его культуры, традиций, менталитета и др.⁶¹. Тем самым, в данной работе эти понятия используются в качестве синонимов, образуя две стороны одного явления.

Имидж государства – это мнение, основанное на сложившемся в представлении аудитории образе, целенаправленно сформулированном посредством профессиональных усилий⁶².

Представления о стране целенаправленно формируются у двух основных целевых аудиторий: внутренней (населения внутри страны) и внешней (социальные группы и граждане других стран). Исходя из этого исследователи выделяют два вида имиджа государства: внутривнутриполитический и внешнеполитический. Эти два имиджа взаимосвязаны, взаимозависимы и способны влиять друг на друга⁶³.

Ученый МЭСИ Е.В. Анохин определяет имидж страны как совокупность рациональных и эмоциональных представлений о стране в массовом сознании, носящих характер стереотипа и формирующихся на основе собственного опыта и информации, полученной из разных источников⁶⁴.

⁵⁷Бозаджиев, В.Л. Политическая психология / В.Л. Бозаджиев. – М.: Издательский дом Академии Естествознания, 2015. – С. 437.

⁵⁸ Там же. С. 438.

⁵⁹ Там же.

⁶⁰ Соловьев, Э.Г., Смирнов, А.Н. Международный имидж современной России: дефицит привлекательности или дефицит идей? / Э.Г. Соловьев, А.Н. Смирнов // Полис. Политические исследования. – 2008. № 5. – С. 19.

⁶¹ Бозаджиев, В.Л. С. 438.

⁶² Там же.

⁶³ Бозаджиев, В.Л. С. 438.

⁶⁴ Анохин, Е.В. Имидж страны: проблемы формирования и управления / Е.В. Анохин // ПСЭ. – 2014. №3 (51). – С. 214. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-strany-problemy-formirovaniya-i-upravleniya> (дата обращения: 16.05.2022).

В работах, посвященных имиджу страны, зарубежные исследователи У. Олинс⁶⁵ и С. Анхольт⁶⁶ употребляют понятия «country branding» («страновой брендинг») или «nation branding» («национальный брендинг»). С. Анхольт – британский маркетолог, основоположник теории национального брендинга, под которым он понимал целостное восприятие страны, формирующееся на основе представлений о правительстве, туристической сфере, народа, его историй и традиций, экспорта, привлекательности для инвестиций и иммиграции.

Согласно исследованию, проведенному при поддержке крупного консалтингового агентства Global Market Insight, при оценке имиджа страны или города учитываются следующие характеристики⁶⁷:

- впечатление о городе/стране;
- вклад в мировой прогресс;
- ритм жизни;
- красота и климат местности;
- культурные мероприятия;
- безопасность и комфортность жилья;
- дружелюбность граждан;
- комфортные условия для отдыха, туризма и др.

Данные характеристики следует принять во внимание при выстраивании имиджевой политики государства. Обобщая, можно сказать, что имидж страны складывается из представления о следующих составляющих⁶⁸:

- географические особенности;
- нормативно-правовая база;
- властные структуры и территориальные лидеры;
- коммунальное и транспортное хозяйство;
- экономика;
- население;
- наука и образование;
- культура и история;

⁶⁵ Olins, W. Branding the nation — the historical context. / W. Olins // Journal of Brand Management— 2002. V.9. - P. 241.

⁶⁶ Анхольт, С. СССР мешает // Московские новости. 10.06.2005; Anholt-GMI. Nation Brands Index.

⁶⁷ Супрун, В.И. Имидж региона – имидж страны / В.И. Супрун // Имиджи Сибири / Институт философии и права СО РАН / под ред. В.И. Супрун. – Новосибирск: Фонд Социо-прогностических исследований «Тренды», 2008. - С. 23–24.

⁶⁸ Попова, О.И., Григорьева, Е.С., Морозова, И.Ю. С. 9.

- здравоохранение;
- архитектура и многое другое.

Однако не стоит забывать, что для различных категорий граждан понятие «положительный имидж» приобретает свое значение. Например, такая характеристика как наличие крупных промышленных предприятий в стране является положительной для людей, которые находятся в поиске работы, и отрицательной для пенсионеров, поскольку суета, шум и загрязнения от крупных заводов негативно скажутся на них⁶⁹.

Более того, некоторые проявления имиджа могут оказать большое влияние на одну категорию групп и быть незамеченными и проигнорированными представителями других групп с иными культурными особенностями⁷⁰.

Исходя из этого, следует вывод, что важными факторами успешного формирования положительного имиджа являются четкое понимание цели и хорошо изученная целевая аудитория. Главная сложность формирования имиджа государства заключается в большом количестве групп, на которые будет оказано влияние, и, соответственно, разности подходов к ним. Нужно прийти к такому результату, чтобы имиджевые сигналы страны не вызвали негативной реакции ни у одной из целевых аудиторий, и в то же время были универсальными, способными заинтересовать представителей различных групп.

В то же время имидж территории определяется тремя другими составляющими⁷¹:

- носителем;
- потребителем;
- особенностями их взаимодействия.

На этом основании выделяются несколько видов имиджа государства по следующим признакам⁷²:

1. по характеру эмоционального воздействия:

- позитивный (привлекательный) имидж – формируется в результате целенаправленной деятельности при соблюдении правил имиджологии и глубоком профессиональном подходе. Такой тип формирует доверительные отношения между субъектом и объектом продвижения;

⁶⁹ Люлько, А. Имидж города и факторы, влияющие на его формирование / А. Люлько // Власть. – 2011. №8. – С. 73. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-goroda-i-factory-vliyayuschie-na-ego-formirovanie> (дата обращения: 15.12.2020).

⁷⁰ Боголюбова, Н.М., Николаева, Ю.В. С. 107.

⁷¹ Попова, О.И., Григорьева, Е.С., Морозова, И.Ю. С. 7.

⁷² Там же.

— негативный (отталкивающий) имидж – складывается в результате отсутствия контроля над конструированием имиджа, поскольку положительные качества не продвигаются, а отрицательные все четче выявляются;

2. по степени достижения цели:

— эффективный;

— неэффективный;

3. по охвату имиджевой аудитории:

— прицельно-точный;

— массовый;

4. по степени самоконтроля:

— спонтанный;

— управляемый;

5. по воспринимаемому имидж субъекту:

— внутренний. Ориентирован на жителей данной территории, состоит в восприятии данными людьми имиджа и его проецировании в окружающий мир. Должен укреплять моральный настрой жителей и их патриотизм;

— внешний. Направлен на гостей и население других стран. Внешний имидж – совокупность отношений потребителей, проводимой рекламной кампании и работы с общественностью.

6. по числу носителей имиджа:

— индивидуальный, уникальный имидж – складывается у каждого отдельно, почти никогда не передается другим;

— групповой (общественный) - создается наложением одного на другой и на множества индивидуальных и вырабатывается значительной группой людей. Их задача – формирование окружения, в котором индивид может успешно функционировать;

7. по способу восприятия:

— осязаемый – имидж, формируемый посредством восприятия при помощи чувств: то, что мы видим/ слышим. Сюда же относится символика, архитектура и пр.;

— неосязаемый – эмоциональная привязанность к определенным местам. СМИ способны сформировать данный вид имиджа.

В научной среде выделяют несколько свойств имиджа государства, которые отчасти схожи со свойствами имиджа в целом:

— изменчивость. Имидж страны способен складываться и изменяться во времени как стихийно, так и целенаправленно. На перемены могут повлиять различные факторы: экономическая ситуация, государственная политика, новые технологии и т.д.⁷³;

— историчность. Имидж страны всегда связан с определенным историческим контекстом и социальной ситуацией и не может существовать вне нации и менталитета народа⁷⁴;

— относительная устойчивость и в то же время изменчивость. Устойчивость имиджа страны зависит от его уникальности, сложившихся стереотипов и места данной территории в мировой экономике. Изменчивость имиджа указывает на его способность к адаптации к конкретной ситуации^{75, 76};

— комплексность. Имидж состоит из множества составляющих, которые взаимосвязаны друг с другом, и изменение одной непременно повлечет переосмысление других⁷⁷;

— уникальность, специфичность имиджа;

— плюрализм точек зрения. Невозможно описать имидж страны только с одной стороны;

— зависимость от объективных характеристик территориального развития. Имидж страны – представление разных групп о данной территории, которые формируются также и из объективной характеристики состояния и развития страны⁷⁸;

— символизм. Большой объем информации о стране сводится к набору определенных символов.

Независимо от типа носителя, для формирования эффективного имиджа любого субъекта, в том числе и государства, необходимо, чтобы он обладал определенными качествами⁷⁹:

— целостность и непротиворечивость, соответствие однозначным обобщенным представлениям;

— реалистичность – несмотря на то, что имидж – иллюзорный образ, чрезмерное приукрашивание черт субъекта приведет к снижению доверия со стороны аудитории;

⁷³ Дмитриевская, Н.Ф. Образ города как социальный феномен / Н.Ф. Дмитриевская – СПб.: СПбГУЭФ, 1999. С. 113.

⁷⁴ Анциферов, Н.П. Душа Петербурга / Н.П. Анциферов – Л.: Детская литература, 1990. С. 87.

⁷⁵ Попова, О.И., Григорьева, Е.С., Морозова, И.Ю. С. 8.

⁷⁶ Боголюбова, Н.М., Николаева, Ю.В. С. 107.

⁷⁷ Дмитриевская, Н.Ф. С.107.

⁷⁸ Попова, О.И., Григорьева, Е.С., Морозова, И.Ю. С. 8.

⁷⁹ Боголюбова, Н.М., Николаева, Ю.В. С. 107.

- прагматичность – ориентированность на определенный ограниченный круг задач;
- вариабельность – способность изменить трансляцию имиджа и выбрать другой путь;
- имидж – неустойчивое образование, которое постоянно нужно укреплять и подкреплять.

Существует несколько условных основных подходов к имиджу какой-либо территории:

- непосредственно имиджевый;
- геополитический;
- брендинговый.

Сущность первых двух уже рассматривалась ранее, поэтому следует обратить внимание на последний. К представителям брендингового подхода относятся такие отечественные исследователи как А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров, В.Л. Музыкант. Они рассматривают имидж территории, оперируя терминами брендинга, то есть говорят о создании «страны – бренда, торговой марки». При данном подходе брендинг выступает как основа нематериальных активов страны; целенаправленная деятельность по созданию устойчивых представлений в сознании потребителей о территории⁸⁰. Исследователи сопоставляют территориальный брендинг с бизнес-брендингом, политическим и социальным брендингом.

Бренд, как и имидж, является одним из современных инструментов государства во внешней политике, направленным на усиление его конкурентных преимуществ⁸¹. Если грамотно и успешно сконструировать бренд, то он способен вызвать чувство доверия и лояльности у других субъектов международных отношений.

Как отмечают Н.М. Боголюбова и Ю.В. Николаева, бренд «отражает международный, политический авторитет государства, создает условия для привлечения стран-партнеров, отражает благоприятный инвестиционный климат, привлекает иностранных инвесторов, специалистов, студентов, туристов»⁸². Тем самым, через бренд государство транслирует успехи и ценности своей национальной культуры, а также укрепляет позитивный имидж в современных международных отношениях.

⁸⁰ Попова, О.И., Григорьева, Е.С., Морозова, И.Ю. С. 9.

⁸¹ Боголюбова, Н. М. Государственный брендинг: теоретические и практические аспекты / Н. М. Боголюбова, Ю. В. Николаева // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2014. – № 10-3 (48). – С. 38.

⁸² Там же.

В качестве бренда страны могут выступать культурные объекты, экономические символы, отдельные лица (политики, ученые, спортсмены, артисты), национальные черты и традиции и мн.др.

Коммуникации - главный механизм формирования имиджа страны. В число субъектов-организаторов коммуникативных имиджевых связей входят: представители государства и дипломатической службы; зарубежные и отечественные СМИ; НПО; организации культуры и зарубежные культурные центры; представители научного общества, творческих профессий, спортсмены, отдельные личности⁸³.

Таким образом, было раскрыто понятие имиджа в целом и теоретические подходы к его пониманию, проанализированы виды имиджа, свойства, составляющие, функции, а также характеристики для создания успешного имиджа.

Обобщая рассмотренные термины, можно сказать, что имидж государства - сложное, комплексное явление, целенаправленно моделируемое и формируемое для повышения конкурентоспособности страны на политической арене и для подчеркивания его конкурентных преимуществ. Привлекательный имидж может помочь стране в реализации ее внешнеполитических целей и соблюдении национальных интересов⁸⁴.

Приведенная классификация имиджей позволит при дальнейшем анализе определить, какая область является приоритетной в формировании имиджа страны.

1.2 Сущность и развитие имиджологии

Развитие имиджологии и внешнеполитический имидж государства

На современном этапе международных отношений многие государства выделяют значительные средства на проведение имиджевых кампаний и имиджевой политики. В.М. Шепель стал основоположником имиджологии в российском обществе, науки, изучающей принципы и закономерности формирования имиджа.

Имиджология – «особое междисциплинарное направление в гуманитарных науках, изучающее образы, имиджи и стереотипы, возникающие в процессе международного, межкультурного общения, закономерности их формирования, функционирования и управления»⁸⁵. Имиджология нацелена на формирование шагов и рекомендаций по созданию положительного имиджа.

А.Ю. Панасюк, ученый, занимающийся проблемами изучения психологии влияния имиджевых факторов на человека, считает, что предмет имиджологии – анализ способов и

⁸³ Боголюбова, Н.М., Николаева, Ю.В. С. 107.

⁸⁴ Там же. С. 126.

⁸⁵ Там же. С. 107.

средств формирования положительного имиджа и представлений на основе имиджформирующей информации в сознании и подсознании человека.

Согласно Н.М. Боголюбовой и Ю.В. Николаевой, имиджевая политика (или политика образов) – это «целенаправленное позиционирование и манипулирование специализированными политико-культурными, экономико-географическими и другими образами, направленное на формирование положительного имиджа страны на международной арене. Ее цель – создание максимально структурированного пространства для содействия положительному восприятию национальных интересов государства»⁸⁶.

Иначе говоря, с помощью имиджевой политики государство стремится получить выгоды от экономических, политических, социальных и других акторов посредством выделения своих лучших качеств. Грамотно построенная политика позволяет государству успешно продвигать свой имидж на мировом политическом пространстве.

Исследователи Института экономики и управления КФУ им. В.И. Вернадского В.М. Ячменева и Е.Ф. Ячменев описывают имиджевую политику как сложный инструмент, включающий в себя стратегию и набор тактических мероприятий, для повышения конкурентоспособности территории и выделения ее преимуществ⁸⁷.

Исследователь НИУ ВШЭ Н.В. Антонова⁸⁸ выделяет несколько этапов формирования имиджа:

1. определение и формулирование имиджевых идеологем, которые помогут представить страну в наиболее выгодном свете;
2. культурно-психологический портрет реципиента: количественные и качественные исследования имиджевой аудитории позволят тщательнее подобрать механизмы и формы продвижения имиджа. Для продвижения имиджа в другом государстве крайне важно понять и проанализировать различия в менталитете, а также найти общие культурные точки соприкосновения;
3. выделение имиджевых характеристик и сильных качеств для транслирования аудитории;
4. соотнесение имеющихся у страны характеристик с желаемыми;
5. выбор механизмов, форм и направлений реализации имиджевой политики;
6. комплекс работ над воплощением имиджа в реальной жизни.

⁸⁶ Боголюбова, Н.М., Николаева, Ю.В. С. 130.

⁸⁷ Ячменева, В.М., Ячменев, Е.Ф. Имиджевая политика региона как инструмент повышения конкурентоспособности рекреационной территории // *Baikal Research Journal*. – 2021. Т.12. №1. – С.15. URL: <http://brj-bguer.ru/reader/article.aspx?id=24386> (дата обращения: 16.05.2022).

⁸⁸ Антонова, Н. В. Психология массовых коммуникаций / Н. В. Антонова. — Москва : Издательство Юрайт, 2017. — 373 с.

Имиджевая политика по формированию положительного образа включает в себя несколько шагов:

— создание общего положительного имиджа страны: фундаментальный шаг, гарантирующий привлечение внимания целевой аудитории, покупателей, клиентов, туристов, инвесторов и корпораций со всего мира. Это может быть достигнуто с помощью поэтапной системы создания базовой осведомленности об аспектах деятельности страны, а затем предложения заинтересованным сторонам незабываемого и обогащающего опыта сотрудничества⁸⁹;

— создание узнаваемых брендов, руководствуясь уникальными чертами национальной идентичности: уникальная культура, кухня, места, национальное наследие, история и ценности способны продвигать положительный образ страны посредством последовательных коммуникационных стратегий;

— выделение и поддержание сильных технических характеристик имиджа и брендов, например, таких как хорошо реализованная программа общественной безопасности, инфраструктура мирового класса, устойчивая экономика, защищенная интеллектуальная собственность и т.д. Такие осязаемые меры позволят стране создать последовательную идентичность страны.

— работа с уже имеющимися представлениями, предыдущими знаниями, убеждениями и стереотипами.

В работе Н.М. Боголюбовой и Ю.В. Николаевой выделяется несколько основных инструментов формирования положительного имиджа государства (на основе исследования Э.А. Галумова, видного российского политолога)⁹⁰:

— дипломатия, продвигающая интересы страны и формирующая положительный имидж в глазах других международных акторов. В том числе важен имидж диплома, поскольку он взаимосвязан с имиджем страны и транслирует особенности национального характера;

— средства массовой информации, продвигающие имидж государства посредством распространения позитивных знаний о ней;

— языковая политика: распространение национального языка в других странах позволяет народу приобщиться и проникнуться культурой, а также укрепляет межкультурный диалог;

⁸⁹Country Branding Strategies For Nations And Companies URL: <https://martinroll.com/resources/articles/branding/country-branding-strategies-for-nations-and-companies/> (accessed: 16.05.2022).

⁹⁰ Боголюбова, Н. М. Межкультурная коммуникация в 2 ч. Часть 1 / Н. М. Боголюбова, Ю. В. Николаева. – М.: Изд-во Юрайт, 2018. — С.131.

— культура: продвижение национальной культуры – спорта, туризма, образования, науки, искусства – закрепляет положительный имидж и укрепляет культурные связи;

— культурные центры, в чьи задачи входит распространение знаний о стране, организация культурных мероприятий, продвижение языка. Примерами служат Французский институт, Институт Финляндии, Гете-институт.

Там же приводится и структура имиджа страны (субимиджи): «образ государственного устройства, имидж власти, политического лидера, экономики, вооруженных сил, информационной и внешней политики»⁹¹. Таким образом, имидж государства складывается из множества объективных и субъективных характеристик.

Большое количество факторов лежит в основе имиджа государства: природно-ресурсный потенциал, национальное и культурное наследие, геополитическое положение, исторические события, гражданская позиция, культурно-общественный вклад нации, устойчивое экономическое и политическое развитие страны, качество жизни и уровень доходов населения, правовая база (уважение свобод и равенство прав)⁹².

Н.М. Боголюбова и Ю.В. Николаева также приводят в пример классификацию имиджей Э.А. Галумова, которая основывается на культурном потенциале страны⁹³. Имидж бывает:

— политико-географический – основывается на географических знаках и политических символах страны: США – Новый Свет, Египет – дар Нила, Китай – Поднебесная;

— природно-ресурсный – строится на таких символах нации, как ландшафт, природа, климат: Россия – страна снегов, Япония – страна восходящего солнца;

— цивилизационно-культурный: состоит из исторически-культурных символов – США – статуя Свободы, Египет – пирамиды;

— социально-ментальный – основывается на ярких чертах характера народа: пунктуальные немцы, сдержанные финны, вежливые англичане;

— производственно-экономический – базируется на экономической, научной и промышленной силе государств: США – Макдональдс, Франция – мода, Россия – космос, балет;

⁹¹ Боголюбова, Н. М. Межкультурная коммуникация в 2 ч. Часть 1 / Н. М. Боголюбова, Ю. В. Николаева. – М.: Изд-во Юрайт, 2018. — С.131.

⁹² Там же. С.132.

⁹³ Там же. С.133.

— национально-целостный – выражает государственные интересы, его ценности и идеи: США – свобода и независимость, Европа – цивилизованность, Азия – уважение к традициям.

Германия, Великобритания, Франция и США служат примерами стран, достигших отличных результатов в транслировании своего положительного образа за рубеж благодаря последовательной многолетней политике.

Однако не только эти страны, но также и многие другие современные государства задаются целью построить положительный имидж для поддержания международного авторитета. Российская Федерация в тезисах Министерства иностранных дел «Внешняя культурная политика России – год 2000» отмечает, что культура выступает в качестве одного из наиболее гибких и действенных рычагов внешней политики для создания объективного и благоприятного образа России в мире⁹⁴.

Многие дипломаты, общественные и государственные деятели вовлечены в работу по формированию позитивного образа страны. В Соединенных Штатах, в отличие от Российской Федерации, проблема складывания положительного образа актуализировалась гораздо раньше, став одним из приоритетов внешней политики этого государства. Так США работают над корректировкой своего имиджа в исламском мире. Китай, Индия и страны Юго-Восточной Азии также работают в схожем направлении.

Имиджевая политика, как правило, строится в контексте политической, экономической, социальной ситуации и внешнеполитической обстановки.

Важное место в системе международных отношений занимает внешнеполитический имидж, под которым мы будем понимать комплекс политико-психологических представлений о государстве искусственно формирующийся у акторов на международной арене.

Внешнеполитический имидж страны основывается на национальных чертах и менталитете общества, а также преобладающих в социуме культурных ценностях.

Принято выделять следующие типы внешнеполитического имиджа государств⁹⁵:

- приватный, формирующийся в процессе личного взаимодействия с государством;
- официальный – результат и объект государственной политики;
- объективный – впечатление о стране у большинства внутри и за пределами страны;

⁹⁴ Боголюбова, Н.М., Николаева, Ю.В. С. 150.

⁹⁵ Там же. С. 124.

— моделируемый – целенаправленная работа специализированных государственных институтов и имиджмейкеров;

— первичный – создается в процессе первого знакомства с государством;

— вторичный – формируется при изменении имиджа в сознании общественности, он обладает базовыми характеристиками и приобретает новые черты.

Кроме того, также выделяют:

— реальный имидж – нынешнее восприятие государства, сформированное после комплекса рекламных и других мероприятий. В данный тип имиджа входят знания о стране, культурные, исторические и социальные стереотипы; ценности и традиции;

— желаемый – тот образ и представления, которые государство хотело бы сформировать у аудитории для достижения наилучших результатов;

— необходимый – восприятие государства, которое действительно способствует достижению основных целей государства.

По области деятельности имиджелогия подразделяется на предпринимательскую, политическую, педагогическую, медицинскую и др. В данной работе основной акцент делается на политической имиджелогии.

Политическая имиджелогия

Одно государство обладает несколькими объективными имиджами: политическим, социальным, культурным, экономическом и т.д.

Согласно Г.Г. Почепцову, специалисту в области коммуникативных технологий, политический имидж – это «специально создаваемый, преднамеренно формируемый образ того или иного деятеля, руководителя для достижения определенных политических целей»⁹⁶. Большое внимание на имидж всего государства оказывает имидж его политического лидера, его характера, манеры поведения и личные характеристики. Кроме того, представления о стране могут складываться из официальных символов, идентифицирующих государство, - герб, флаг, гимн и др.

В современных исследованиях можно встретить понятие «государственный стиль», которое включает в себя различные элементы государственной идентификации – информационные, символические, визуальные и отличительные знаки и эмблемы⁹⁷.

Дополнительными факторами при построении имиджа страны выступают природные ресурсы, производства, культурное наследие, успешная социальная политика. Объектам государства (организации, компании) зачастую приписываются имиджевые

⁹⁶ Боголюбова, Н.М., Николаева, Ю.В. С. 136.

⁹⁷ Там же. С. 156.

характеристики страны, и наоборот, отличительные объекты (предметы производства, качество образования) становятся символами страны и формируют имидж государства. Данный принцип способствует зарождению культурных и социальных стереотипов, например, «страна озер», «китайское качество»⁹⁸.

Политическая имиджелогия сфокусирована на изучении теоретических и практических аспектов формирования имиджа политических деятелей (например, дипломата или президента), политических организаций и политических систем.

По мнению Г.Г. Почепцова, предмет имиджелогии - массовое сознание, а имидж - коммуникативная единица, которая способна эффективно бороться с недоверием и невниманием в сознании людей⁹⁹.

Объект исследования - все области социального общения и всевозможные виды политических имиджей (лидера, партии и т.д.)¹⁰⁰.

Политическая имиджелогия будучи сложной системой характеризуется своим понятийным аппаратом, для определения которого необходимо выделить цели данного научного направления, образующих многоуровневую систему.

Можно выделить десять основных целей исследования¹⁰¹:

- определение роли и функций имиджа;
- изучение поля имиджей и его характеристик;
- анализ закономерностей освоения поля имиджей;
- оценка особенностей имиджа на трех уровнях - личность, группа, общество;
- исследование формирования и трансформации имиджа на трех уровнях восприятия;
- изучение предпосылок, условий, факторов формирования имиджей;
- поиск взаимосвязей между имиджами различных объектов – людей, организаций, движений, брендов, услуг и пр.;
- анализ взаимовлияния сложившегося имиджа и настоящего образа его носителя;
- описание механизмов функционирования имиджа;
- анализ вариантов управления имиджем.

Исходя из приведенных выше целей можно сформулировать одну главную цель политической имиджелогии – анализ роли политического имиджа, его функций в общественной и политической сферах.

⁹⁸ Боголюбова, Н.М., Николаева, Ю.В. С. 129.

⁹⁹ Костенко, С.А. Сущность и природа имиджа современного политического деятеля / С.А. Костенко. URL: https://superinf.ru/view_helpstud.php?id=5324 (дата обращения: 15.12.2020).

¹⁰⁰ Там же.

¹⁰¹ Там же.

Функции политической имиджологии раскрывают ее социальную значимость и роль, они тесно связаны друг с другом, но при этом обладают своей спецификой.

Рассмотри основные функции политической имиджологии¹⁰²:

1. концептуально-описательная заключается в предоставлении исследователям системы теорий, правил, понятий и категорий;
2. объясняющая позволяет сквозь систему закономерностей и фактов описать протекающие явления и процессы;
3. методологическая исследует общие черты имиджологии для развития частных теорий;
4. аналитическая состоит в анализе деятельности субъектов имиджологии и оценке результатов;
5. регулятивная отвечает за влияние политического имиджа на общество и его институты;
6. прогностическая позволяет предсказать последствия воздействия имиджа на социум и при необходимости продумать способы его регулирования;
7. интегрирующая способствует контакту политической имиджологии с другими научными дисциплинами;
8. технологическая выделяет наилучшие характеристики и качества продвигаемого объекта и подавляет негативные.

Можно подытожить, что политическая имиджология играет значимую роль в современной науке, создавая почву для осмысления происходящих процессов и позволяя проанализировать процессы функционирования общества.

Для изучения процессов имиджологии в зависимости от сложности субъектов и объектов применяются комбинации групп общетеоретических и прикладных методов.

Рассмотрим несколько теоретических методов¹⁰³:

1. нормативный метод – наиболее универсальный метод, выявляет и определяет степень вероятности, пути и средства достижения наилучшего варианта имиджа;
2. сравнительный метод сопоставляет схожие имиджи и выявляет различия;
3. системный метод структурирует и выделяет наиболее важные цели, функции, другие элементы имиджей и способы их достижения;
4. структурно-функциональный метод рассматривает составные части имиджа по отдельности и анализирует связи между ними;

¹⁰² Костенко, С.А. Сущность и природа имиджа современного политического деятеля / С.А. Костенко. URL: https://superinf.ru/view_helpstud.php?id=5324 (дата обращения: 15.12.2020).

¹⁰³ Там же.

5. метод экспертных оценок собирает, обобщает и упорядочивает для прогноза данные о формируемом имидже;

6. метод деловых игр моделирует ситуацию для нахождения потенциального решения для своевременной корректировки создаваемого образа;

7. метод анкетного опроса проводит анализ общественного мнения и связанного с ним поведения людей, например, их отношение к проблемам и определяющим их обстоятельствам;

8. метод, базирующийся на информационных технологиях, позволяет задействовать возможности компьютерных программ для моделирования ситуаций.

Таким образом, было рассмотрено определение имиджевой политики государства, как сложного инструмента, состоящего из стратегии и комплекса направленных действий, для повышения конкурентоспособности страны и выделения ее сильных сторон.

Отмечается, что положительно сформированный имидж – конечная цель внешней культурной политики многих современных государств. В связи с чем были раскрыты этапы формирования имиджа и шаги по его укреплению, позволяющие понять сущность имиджевой политики государства.

В рамках имиджологии существует масса подходов к изучению имиджа, его влиянию на сознание людей. Отдельно выделяется одна из ветвей имиджологии – политическая имиджология, в основе которой лежит понятие «политического имиджа государства».

Политический имидж государства – это сложное, многогранное явление, в которое входит большое количество объективных и субъективных характеристик государства.

В современных международных отношениях все больше усиливается роль внешнеполитических имиджей и образов, именно поэтому изучение принципов их построения и закономерностей крайне важно и несет практическую значимость.

Знание и корректирование негативных черт имиджа, а также создание положительного образа в сознании других народов облегчает их взаимодействие и восприятие друг друга в межкультурном общении.

Непрерывное развитие процессов в различных областях, таких как экономика, социологи, геополитика и др., создает необходимость у внешнеполитического имиджа непрестанно изменяться и уточняться.

ГЛАВА 2 ОСОБЕННОСТИ ИМИДЖЕВОЙ ПОЛИТИКИ ФИНЛЯНДИИ В РОССИИ

2.1 Политико-правовые основы российско-финляндского сотрудничества

30 декабря 1991 года Финляндия признала Россию в качестве государства-преемника СССР.

20 января 1992 года в Хельсинки был подписан «Договор между Российской Федерацией и Финляндской Республикой об основах отношений»¹⁰⁴ – это основной межгосударственный договор, действующий по настоящее время. В нем говорится о том, что отношения между странами будут строиться в соответствии с принципами международного права – суверенного равенства, территориальной целостности, неприменения силы и мирного урегулирования споров, невмешательства во внутренние дела, уважения прав и основных свобод человека, равноправия¹⁰⁵. Целью данного договора является развитие и укрепление добрососедских отношений и всестороннего сотрудничества.

Сегодня между Россией и Финляндией активно проходит политический диалог на высшем и высоком уровне, страны подписали около 90 межгосударственных и межправительственных документов, которые затрагивают практически все сферы двустороннего взаимодействия. Так, например, государства сотрудничают в области охраны окружающей среды (рамочное соглашение от 29.04.1992)¹⁰⁶ и лесного хозяйства (рамочное соглашение от 06.03.2001)¹⁰⁷. Большое значение придается развитию сотрудничества в области обеспечения ледокольной проводки судов в Балтийском море (соглашение от 28.11.2015)¹⁰⁸. Одним из значимых документов является Соглашение о сотрудничестве в увековечении памяти российских (советских) военнослужащих в Финляндии и финских военнослужащих в России, погибших во Второй мировой войне от 11.07.1992¹⁰⁹.

¹⁰⁴ Договор между Российской Федерацией и Финляндской Республикой об основах отношений от 14 мая 1992 года. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1901000> (дата обращения: 25.04.2022).

¹⁰⁵ Там же.

¹⁰⁶ Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Финляндской Республики о сотрудничестве в области охраны окружающей среды от 29 апреля 1992 года. URL: http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&link_id=2&nd=102015862 (дата обращения: 25.04.2022).

¹⁰⁷ Рамочное соглашение о координации Российско–финляндской программы развития устойчивого лесного хозяйства и сохранения биоразнообразия на Северо-Западе России от 06 марта 2001 года URL: <http://international.krc.karelia.ru/section.php?plang=r&id=126> (дата обращения: 25.04.2022).

¹⁰⁸ Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Финляндской Республики о сотрудничестве и взаимодействии в оказании услуг по ледокольной проводке судов в Балтийском море от 28 ноября 2015 года. URL: <https://docs.cntd.ru/document/420229308> (дата обращения: 25.04.2022).

¹⁰⁹ Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Финляндской Республики о сотрудничестве в увековечении памяти российских (советских) военнослужащих в Финляндии и финских военнослужащих в России, погибших во Второй мировой войне от 11 июля 1992 года. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1900194> (дата обращения: 25.04.2022).

Огромную роль в продвижении имиджа Финляндии играют научно-образовательные связи. Взаимоотношения в этой сфере регулируются «Межправительственным Соглашением о сотрудничестве в области культуры, образования и научно-исследовательской деятельности» (1992 г.), «Соглашением между Правительством Российской Федерации и Финляндской Республики о сотрудничестве в области науки и техники» (1992 г.), а также рядом двусторонних межведомственных и межвузовских договоров¹¹⁰.

Государства рассматривают друг друга как перспективных научных партнеров, фокусируясь на совместных проектах в инновационной и модернизационной сфере¹¹¹.

Согласно вышеизложенным документам, сотрудничество осуществляют Академия Финляндии, Российская академия наук, Российский фонд фундаментальных исследований и Российский гуманитарный фонд. Направления российско-финского научно-технического сотрудничества включают в себя ядерную физику, физику низких температур, нанотехнологии и наноматериалы, биотехнологии, информационные и телекоммуникационные технологии, экологию и природопользование с инновационным взаимодействием. Обширные контакты осуществляются в области гуманитарных и общественных наук, включая такие дисциплины как история, финно-угроведение, экономика и ее социально-экономические аспекты.

В 2014 году государства подписали соглашение о мирном использовании атомной энергии. Взаимодействие России и Финляндии в области атомной энергетики осуществляется между Росатомом, Ростехнадзором, Ленинградской и Кольской АЭС, Министерством занятости и экономического развития Финляндии и Центром радиационной и ядерной безопасности Финляндии. Совместные проекты реализуются также при содействии Российской академии наук, Российского фонда фундаментальных исследований, Академии Финляндии и Финского метеорологического института¹¹².

Образовательные связи также играют большое значение в российско-финском сотрудничестве. Осуществляются международные студенческие обмены по линии Центра международной мобильности, а также между студентами вузов Финляндии и Северо-Западного региона России.

Помимо научно-образовательных связей имидж Финляндии продвигается через спорт. Контакты в этой области основываются на Протоколе о принципах сотрудничества в области физической культуры (1993 г.), подписанного Комитетом Российской Федерации

¹¹⁰ Сотрудничество в сфере науки и образования. Посольство Российской Федерации в Финляндии. URL: <https://helsinki.mid.ru/sotrudnicestvo-v-sfere-nauke-i-obrazovania> (дата обращения: 29.04.2022).

¹¹¹ Там же.

¹¹² Там же.

по физической культуре и Министерством образования Финляндии. В феврале 2014 г. финская делегация спортсменов участвовала в Олимпийских играх в Сочи. На мероприятие также приехали президент Финляндии Саули Ниинистё, бывший премьер-министр Юрки Катайнен, бывший министр культуры и спорта Пааво Архинмяки и другие финские политики.

Стоит отметить также и туристические связи двух стран: Россия занимает первое место по количеству туристов, посещающих Финляндию, а Финляндия выделяет средства на проведение рекламных кампаний на российском рынке¹¹³.

Для усиления культурных связей и увеличения туристического потенциала в январе 2016 года СПб ГКУ «Городское туристско-информационное бюро» Комитета по развитию туризма Санкт-Петербурга подписало соглашения о сотрудничестве с финским офисом по туризму «Visit Turku», которое обеспечивает взаимное участие в мероприятиях городов, а также распространение печатной продукции¹¹⁴. Отмечается, что схожее соглашение о сотрудничестве в сфере туризма было подписано и с финским городом Лаппеенранта¹¹⁵.

Неотрывно с туризмом связана и транспортная логистика. Так для содействия и развития сотрудничества в области организации перевозок грузов и пассажиров в российско-финляндском железнодорожном сообщении в 2015 году между Министерством транспорта Российской Федерации и Министерством транспорта и связи Финляндской Республики было подписано Соглашение о прямом международном железнодорожном сообщении¹¹⁶.

20 января 1992 года Правительство Российской Федерации и Финляндской Республики подписали «Соглашение о сотрудничестве в Мурманской области, Республике Карелия, Санкт-Петербурге и Ленинградской области»¹¹⁷. В документе говорилось о намерении развивать и расширять сотрудничество в названных регионах в целях содействия стабильному развитию с учетом интересов обеих сторон.

Правительства выделили приоритетные области сотрудничества: «взаимная торговля, экономическое развитие, природные ресурсы, сельское хозяйство и пищевая

¹¹³ Туристические связи России и Финляндии. Справка. URL: <https://ria.ru/20090603/173112118.html> (дата обращения: 06.05.2022).

¹¹⁴ «Visit Turku» и СПб ГКУ «ГТИБ» Комитета по развитию туризма подписали договор о сотрудничестве. URL: https://www.gov.spb.ru/gov/otrasl/c_tourism/news/80173/ (дата обращения: 06.05.2022).

¹¹⁵ Там же.

¹¹⁶ Соглашение между Минтранс России и Министерством транспорта и связи Финляндии о реализации Соглашения между правительствами России и Финляндии о прямом международном железнодорожном сообщении от 28 апреля 2015 года. URL: <https://mintrans.gov.ru/documents/7/6330> (дата обращения: 06.05.2022).

¹¹⁷ Соглашение между Правительством Финляндской Республики и Правительством Российской Федерации о сотрудничестве в Мурманской области, Республике Карелия, Санкт-Петербурге и Ленинградской области от 25 июня 2012 года URL: <https://docs.cntd.ru/document/1900157#64U0IK> (дата обращения: 06.05.2022).

промышленность, транспортное сообщение и средства коммуникаций, обмен информацией, окружающая среда, безопасность ядерных установок, административное управление, здравоохранение и социальное обеспечение, научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, туризм, культура, обучение, побратимские связи, спорт и контакты молодежи»¹¹⁸.

Для координирования сотрудничества и реализации соглашения Россия и Финляндия создали в 1993 году Российско-Финляндскую Группу по развитию сотрудничества сопредельных регионов.

Чуть позже в феврале 2001 года Правительство Российской Федерации утвердило Концепцию приграничного сотрудничества, определяющую основные задачи и принципы государственной политики по развитию приграничного сотрудничества ¹¹⁹ (утратило силу на основании распоряжения Правительства Российской Федерации от 07.10.2020 №2577-р, в связи с вступлением в силу новой Концепции от 07.07.2020).

В рамках этой Концепции на 12 сессии российско-финляндской Группы развития сотрудничества сопредельных регионов была принята Комплексная программа действий по сотрудничеству России и Финляндии на период 2009–2011 гг., направленная на развитие трансграничных связей и транснациональное сотрудничество¹²⁰.

Соглашение 1992 года действовало до вступления в силу нового Соглашения о содействии приграничному сотрудничеству, принятого 13 апреля 2012 года¹²¹. Страны выразили намерение продолжать и развивать долгосрочное приграничное сотрудничество и расширять дружественные связи.

В Комплексной программе действий на 2012 год¹²² отмечается, что запуск новых проектов не планируется, сотрудничество будет сфокусировано на завершении многолетних проектов, реализуемых в период 2009-2011 гг. Особое внимание уделяется форматам многостороннего сотрудничества на Севере Европы, в том числе по линии СБЕР,

¹¹⁸ Соглашение между Правительством Финляндской Республики и Правительством Российской Федерации о сотрудничестве в Мурманской области, Республике Карелия, Санкт-Петербурге и Ленинградской области от 25 июня 2012 года URL: <https://docs.cntd.ru/document/1900157#64U0IK> (дата обращения: 06.05.2022).

¹¹⁹ Распоряжение Правительства Российской Федерации от 9 февраля 2001 года N 196-р Об утверждении Концепции приграничного сотрудничества в Российской Федерации URL: <https://docs.cntd.ru/document/901780926> (дата обращения: 06.05.2022).

¹²⁰ Александров, А.А. Приграничное сотрудничество России и Финляндии в контексте интеграционных процессов на современном этапе / А.А. Александров // Вестник Бурятского государственного университета. - 2011. №6. – С. 180. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prigranichnoe-sotrudnichestvo-rossii-i-finlyandii-v-kontekste-integratsionnyh-protsessov-na-sovremennom-etape> (дата обращения: 06.05.2022).

¹²¹ Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Финляндской Республики о содействии приграничному сотрудничеству между Российской Федерацией и Финляндской Республикой от 13 апреля 2012 года. URL: <https://docs.cntd.ru/document/902359649?marker=7DG0K9> (дата обращения: 06.05.2022).

¹²² Комплексная программа действий по развитию сотрудничества между Российской Федерацией и Финляндской Республикой в Мурманской области, Республике Карелия, Санкт-Петербурге и Ленинградской области на 2012 год. URL: https://minec.gov-murman.ru/files/2_16.pdf (дата обращения: 06.05.2022).

СГБМ, АС, «Северного измерения» и программам приграничного сотрудничества «Коларктик», «Карелия» и «Юго-Восточная Финляндия-Россия»¹²³, которые будут рассматриваться в следующем разделе.

Расширение связей осуществляется по линии обществ дружбы и городов-побратимов. Основными приоритетами в имиджевой политике Финляндии в России являются города северо-западного федерального округа, а именно города Карелии и наиболее крупные - Санкт-Петербург, Архангельск, Вологда, Мурманск.

Таблица 1. Города-побратимы России и Финляндии

Россия	Финляндия
Санкт-Петербург	Турку (1953 г.), Иматра (2007 г.), Котка (1997 г.), Лаппеенранта (2007 г.), Тампере (1993 г.), Хельсинки (1993 г.), Миккели (1996 г.)
Архангельск	Оулу (1993 г.)
Мурманск	Рованиemi (1962 г.)
Вологда	Коувола (1985 г.)
Города Карелии – Петрозаводск, Беломорск, Сумпосад, Вепсская волость, Калевала, Кемь, Кондопога, Костомукша, Лахденпохья, Лоухи, Медвежегорск, Муезерский район, Олонец, Питкяранта, Прионежский район, Пряжа, Пудож, Сегежа, Сортавала, Вяртсиля, Хелюля, Суоярви.	Йоэнсуу (Петрозаводск) (1994 г.), Хаапавеси (Беломорск), Рэйсярви (Сумпосад), Контиолахти (Вепсская волость), Суомуссалми (Калевала), Сиикайоки (Кемь), Ямсянкоски (Кондопога), Каяни (Костомукша), Париккала (Лахденпохья), Куусамо (Лоухи), Соткамо (Медвежегорск), Иломантси (Муезерский район), Ристиярви (Олонец), Куопио (Питкяранта), Суоненйоки (Прионежский район), Юанкоски (Пряжа), Алаярви (Пудож), Лиэкса (Сегежа), Китее (Сортавала), Вяртсиля (Вяртсиля), Тохмаярви (Хелюля), Валтимо (Суоярви).

Составлено автором на основе данных¹²⁴

Проанализировав ряд нормативно-правовых документов, можно сделать следующий вывод. Россия и Финляндия имеют многолетнюю историю взаимодействия. Начиная с конца XX века российско-финляндские связи начинают расширяться. В 1992 году подписываются важные документы об основах отношений между государствами, о сотрудничестве в области охраны окружающей среды, лесного хозяйства, культуры, образования и научно-исследовательской деятельности, о сотрудничестве с приграничными регионами для содействия стабильному развитию. На сегодняшний день нормативно-правовые документы, регламентирующие сотрудничество России и

¹²³ Комплексная программа действий по развитию сотрудничества между Российской Федерацией и Финляндской Республикой в Мурманской области, Республике Карелия, Санкт-Петербурге и Ленинградской области на 2012 год. URL: https://mines.gov-murman.ru/files/2_16.pdf (дата обращения: 06.05.2022).

¹²⁴ Города-побратимы России в странах Северной Европы. URL: <http://openbudget.karelia.ru/pobratimuy?page=3> (дата обращения: 07.05.2022).

Финляндии, охватывают множество областей, включая спорт, культуру, транспорт, экономику и др.

Финляндия активно проявляет себя в деятельности региональных организаций. Сотрудничество Финляндии и России дополнительно проходит в рамках Совета министров Северных стран, Совета Баренцева Евро-арктического региона, Арктического совета. После вхождения Финляндии в Европейский Союз, ею было предложено новое направление сотрудничества – «Северное измерение» для углубления связей и повышения уровня развития Североевропейского региона. Это повлекло за собой создание трех программ приграничного сотрудничества Финляндии и России.

С повышением значимости международного имиджа в современном мире Финляндия ставит перед собой цель повышения культурного и экономического конкурентного потенциала финского общества. Для ее достижения начинается разработка официального документа, которым будут руководствоваться государство и его институты. Так в 2017 году издается Стратегия брендинга страны, в которой изложены основные сильные стороны Финляндии, направления работы и механизмы. Данный документ является определяющим в имиджевой политике Финляндии в настоящий момент.

2.2 Имиджевая стратегия Финляндии

Современная внешнеполитическая стратегия Финляндии нацелена на укрепление международного авторитета, повышение безопасности и благосостояния народа и обеспечение эффективного функционирования финского общества. Для этого правительство Финляндии использует целый комплекс инструментов, таких как публичная дипломатия, международная коммуникация и работа по продвижению положительного имиджа страны.

Как такового целостного понятия как «внешняя культурная политика» у Финляндии нет. На сайте Министерства иностранных дел опубликованы документы и стратегии по сотрудничеству с приграничными регионами и организациями, а культурное взаимодействие – один из составляющих элементов.

Министерство образования и культуры рассматривает вопросы финской культуры в целом. Оно особо подчеркивает вклад культурной политики в социальную, региональную и инновационную политику. В связи с чем в 2009 году была опубликована Стратегия культурной политики-2020, что фактически стало первой стратегией культурной политики, разработанной в Министерстве¹²⁵. В документе перечислены такие задачи, как повышение

¹²⁵Finland 2016 report. UNESCO. URL: <https://en.unesco.org/creativity/monitoring-reporting/periodic-reports/finland-2016-report> (accessed: 12.04.2022).

эффективности сектора культуры, расширение возможностей для обмена и участия, предоставление ресурсов для повышения культурного и экономического конкурентного потенциала финского общества. Важно отметить, что наряду с вышеизложенными задачами, выделяется еще одна - открытие новых каналов для диверсификации влияния Финляндии в международном сообществе.

В Стратегии было заявлено, что основным желаемым результатом культурной политики в 2020 году будет содействие благосостоянию и повышению экономического воздействия культуры, а также сильная культурная база в обществе и благоприятные условия для творческих работников и производителей культурных услуг.

В 2016 году Стратегия культурной политики обновляется, и следующим рубежом становится 2025 год. Министерство образования и культуры подчёркивает, что основная цель политики нынешнего правительства Финляндии в области культуры заключается в поощрении творчества, плюрализма и интеграции¹²⁶.

Тем самым, целевыми областями и задачами финской культурной политики являются:

- творчество и производство: улучшенные условия для художественной и творческой работы, диверсифицированные способы производства и распространения;
- приобщение к искусству и культуре: более активное участие в культуре, сокращение различий в участии различных групп населения;
- культурная основа и преемственность: прочные и жизнеспособные основы культуры.

Сегодня все более значимым становится вопрос национальной идентичности. Особенную актуальность приобретает тема формирования национального образа как аспекта внешней политики современного государства. Проблема восприятия государства в мире стала одним из ключевых направлений работы во многих странах.

В условиях постиндустриального общества, когда весомым становится фактор конкурентоспособности государства на мировой арене, эффективный имидж и особенности взаимного восприятия государствами друг друга приобретают особую роль.

Правительство Финляндии уделяет особое внимание самоидентификации народа, национальной идентичности и национальному образу.

Правительство Финляндии активно занимается имиджевой политикой: чем лучше известны сильные стороны страны, тем лучше будет устроена жизнь в обществе, что

¹²⁶Strategy for Cultural Policy 2025 – Ministry of Education and Culture, Finland 2017:22. URL: <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/80577/okm22.pdf> (accessed: 10.04.2022).

позволит создать больше возможностей для осуществления политических интересов государства и расширения международных контактов.

В продвижении своего положительного имиджа Финляндия руководствуется Стратегией брендинга страны, принятой в 2017 году, в которой изложены ее основные сильные стороны. Цели и сама стратегия основаны на отчете по бренду страны («Миссия для Финляндии»), который был подготовлен делегацией национальных брендов во главе с Йормой Оллилой и опубликован в 2010 году¹²⁷.

В Стратегии брендинга страны обозначены основные сильные черты Финляндии, которые они стремятся продвигать как часть своего имиджа: надежность, причудливость, нацеленность на решение проблем, равноправие и инклюзивный подход¹²⁸. Там же обозначены и направления работы: имиджевая политика Финляндии нацелена на сотрудничество в области культуры и искусства, науки и образования, молодежных обменов, музейного дела и туризма¹²⁹.

Имидж страны продвигается в тесном сотрудничестве с различными заинтересованными сторонами и, все чаще, в сотрудничестве со странами Северной Европы посредством многосторонней кооперации через арктические институты и двусторонние отношения с государствами.

Министерство иностранных дел Финляндии в 2019–2021 годах приоритет отдает следующим странам: Бразилия, Китай, Франция, Германия, Индия, Япония, Мексика, Норвегия, Российская Федерация, Южная Африка, Южная Корея, Швеция, Великобритания и США. Согласно Стратегии, приоритетное внимание уделяется продвижению имиджа страны в Санкт-Петербурге¹³⁰.

В 2021 году Финляндия приняла новую арктическую стратегию на 2021–2030 гг. Ее направления и цели соответствуют Целям устойчивого развития ООН и ориентированы на их достижение. В частности, к ним относятся: адаптация к изменению климата и смягчение его последствий, развитие инфраструктуры, образование, наука и экспертиза, защита прав коренных малочисленных народов¹³¹.

Культурные связи между Россией и Финляндией имеют многолетнюю историю. Благодаря общему историческому прошлому, а также географической близости

¹²⁷Promoting Finland's country image. Official website of Ministry for Foreign Affairs of Finland. URL: <https://um.fi/country-image> (accessed: 15.12.2020).

¹²⁸Finland's Country Branding Strategy, 6/2017. URL: <https://toolbox.finland.fi/strategy-research/finlands-country-branding-strategy/> (accessed: 26.10.2020).

¹²⁹ Ibid.

¹³⁰ Promoting Finland's country image...

¹³¹ Российско-финское сотрудничество в сфере устойчивого развития Арктического региона 2021-2022 URL: <https://roscongress.org/materials/rossiysko-finskoe-sotrudnichestvo-v-sfere-ustoychivogo-razvitiya-arkticheskogo-regiona-2021-2022/> (дата обращения: 05.05.2022).

сотрудничество с Россией представляет особый интерес для исследуемой страны. Это находит отражение в литературе, музыке, архитектуре, искусстве и образовании.

Основными министерствами, ответственными за международное культурное сотрудничество, являются *Министерство иностранных дел* и *Министерство образования и культуры*.

Департамент коммуникации и культуры МИД отвечает за продвижение внешней политики Финляндии, торговли, политики в области экономики и развития с помощью финской культуры и коммуникаций; популяризацию Финляндии посредством производства, сбора и распространения соответствующей информации; международные СМИ и культурные связи Финляндии.

МИД совместно с Министерством образования и культуры отвечает за международное сотрудничество в области искусства и культуры со следующими организациями: ЮНЕСКО, Совет Европы, Совет министров северных стран и Фонд культуры северных стран, Совет государств Балтийского моря (СГБМ), Арктический совет, Совет Баренцева Евро-арктического региона и их органы по культуре.

Министерство образования и культуры учредило *Секретариат по международным отношениям*, который отвечает за управление двусторонним и многосторонним сотрудничеством на основе двусторонних культурных соглашений, программ культурного обмена и двусторонних фондов (сорок пять стран) и конвенций. Министерство поддерживает многочисленные государственные учреждения, органы и организации, которые участвуют в культурных обменах и продвигают финскую культуру за рубежом, а также финансирует шестнадцать культурных и научных институтов за рубежом. Большая часть бюджетных ассигнований Министерства образования и культуры на международное культурное сотрудничество направляется на двусторонние и многосторонние мероприятия.

Министерство также финансирует Художественный совет Финляндии, который консультирует Министерство по вопросам международной культурной политики.

Министерство образования и культуры отвечает за законодательство, финансирование центрального правительства и стратегическое руководство, а также за обеспечение предпосылок для художественной и культурной деятельности.

Финские муниципалитеты являются самоуправляющимися образованиями, и содействие общекультурным мероприятиям является одной из их задач. Они поощряют культурные мероприятия среди местных жителей, предоставляя гранты, предоставляя помещения и организуя мероприятия. Муниципалитеты также содержат учреждения культуры и искусства.

Центр международной мобильности министерства отвечает за образовательные, учебные и молодежные программы ЕС, выступает в качестве контактного пункта по культуре рамочной программы ЕС «Культура 2000», а также реализует программы обмена студентов и аспирантов с зарубежными странами.

Имидж Финляндии продвигается под руководством *Совета по продвижению Финляндии*, который состоит из представителей органов государственного управления, частного и третьего сектора (некоммерческих организаций). Совет подчиняется Министерству иностранных дел и возглавляется его генеральным директором по коммуникациям, назначается премьер-министром, а *Отдел общественной дипломатии* Министерства выполняет функции его секретариата¹³². В качестве ключевых задач в работе Совета выделяются следующие: формулирование и транслирование собственных взглядов по вопросам, касающимся имиджа страны, определение основных руководящих принципов работы над имиджем в форме ежегодных ключевых тем и включение их в тематический календарь¹³³.

Ответственность за реализацию Стратегии брендинга страны ложится на *Руководящую группу Совета по продвижению Финляндии*. Ее цель – планирование общих инструментов продвижения имиджа страны, сбор, анализ и дальнейшее использование исследовательских данных по вопросам имиджа Финляндии.

В работу по транслированию положительного образа за рубеж активно вовлечено также Министерство иностранных дел, финские дипломатические и консульские представительства по всему миру. Для этого при посольствах и консульствах в разных городах, в том числе и в Санкт-Петербурге, учреждена специальная должность – *пресс-секретарь или секретарь по культурным вопросам*¹³⁴.

Деятельность от имени Финляндии в России осуществляют ее Представительства: Посольство Финляндии в Москве, Генеральное консульство в Санкт-Петербурге, Консульство в Петрозаводске и Мурманске. В их задачи непосредственно входит представительство интересов Финляндии, а также укрепление дружественных связей посредством осуществления различных форм сотрудничества.

¹³²Promoting Finland's country image. Official website of Ministry for Foreign Affairs of Finland. URL: <https://um.fi/country-image> (accessed: 15.12.2020).

¹³³Боголюбова, Н.М., Николаева, Ю.В. Стратегия продвижения имиджа Финляндии на примере Санкт-Петербурга / Н.М. Боголюбова, Ю.В. Николаева // Труды кафедры истории нового и новейшего времени. – 2020. №20-2. – С.114.

¹³⁴Боголюбова, Н.М., Николаева, Ю.В. С.115.

Особое внимание уделяется работе на местном уровне – продвижение имиджа через *местные общественные организации, общины, диаспоры финнов и друзей Финляндии по всему миру*^{135,136}.

В рамках брендингового подхода имиджевой политики, как разновидности стратегической пропаганды, правительство активно использует различные маркетинговые и коммуникационные механизмы.

Министерство иностранных дел подготовило целый ряд специальных инструментов по созданию имиджа страны: тематический календарь, ежегодно выпускаемый Советом по продвижению Финляндии и включающий в себя основные темы и события года в области брендинга страны в Финляндии и за рубежом; печатная продукция, в частности, брошюры FINFO, и ежегодный журнал «This is FINLAND», в которых освещаются центральные темы брендинга страны; программа для молодых журналистов и лидеров мнений со всего мира «This is FINLAND's Foreign Correspondents' programme», проводимая с 1990 года (благодаря которой осуществляется около 300–400 визитов в год)¹³⁷.

Значимый вклад в продвижение финского имиджа и расширения знаний о данной стране, ее истории, культуре и современной жизни внесли активно развивающиеся цифровые платформы. Центральное место занимает официальный туристический портал «Visit Finland», информационные порталы «This is Finland», являющийся официальным национальным имиджевым СМИ Финляндии (статьи публикуются на восьми языках), «Finland Toolbox» – сайт с публикациями, видео, инфографикой, доступными для использования в своих работах о Финляндии, а также различные веб-сайты финских посольств и каналы в социальных сетях (Twitter, Facebook и Instagram на английском языке, на русском – VK, Facebook и Twitter).

Сеть «Team Finland», объединяющая различные финские компании на международной арене, также работает над продвижением финского бизнеса и инвестиций за рубежом путем развития международных связей и продвижения благоприятного образа страны.

Таким образом, Финляндия начинает активно работать над разработкой имиджевой политики с 2010 года. В 2017 году Правительство издает основополагающий документ, регулирующий деятельность государства в сфере имиджа - Стратегию брендинга страны, в

¹³⁵ Боголюбова, Н.М., Николаева, Ю.В. С.115.

¹³⁶Finland Promotion Board's Mission Statement for the 2019–2023 Term. URL: https://um.fi/documents/35732/0/EN_FPB_mission_statement_2019-2023_FINAL.pdf/9b71e597-df96-ae74-891e-88389ed222c8?t=1591101862039 (accessed: 30.04.2021)

¹³⁷Санкт-Петербургский научно-культурный Центр по исследованию и культуре Скандинавских стран и Финляндии. URL: spb.aic.ru/index.php?pid=scandinavian (дата обращения 26.10.2020).

которой обозначены основные направления работы и приоритетные страны, целевые области и задачи финской культурной политики, механизмы и институты, отвечающие за международное сотрудничество. Имидж Финляндии продвигается в тесном сотрудничестве со странами Северной Европы. Отмечается, что важную роль играют государственные структуры, местные муниципалитеты, центры международной мобильности, культурные центры, местные общественные организации, общины, общества друзей и диаспоры финнов, цифровые платформы и информационные инструменты (тематический календарь, печатная продукция, журналы).

2.3 Финские культурные институты и организации и их роль в продвижении имиджа Финляндии в России

В предыдущих разделах были рассмотрены правовые аспекты российско-финского сотрудничества, а также институты и механизмы продвижения финского имиджа. Однако крайне важно рассмотреть формы сотрудничества, реализуемые как на международном уровне, так и на национальном и местном уровнях.

Финляндия стремится распространять свой имидж по двум линиям: посредством участия в международных и региональных проектах институтов многосторонней кооперации (Арктический совет, Совет Баренцева Евро-арктического региона, Совет государств Балтийского моря) и на двусторонней основе в рамках государственных и частных институтов (рисунок 1).



Рисунок 1. Две линии реализации имиджевой политики Финляндии в России
Составлено автором

Рассмотрим наиболее яркие примеры, иллюстрирующие направления и формы сотрудничества России и Финляндии в рамках региональных организаций.

Совет министров Северных стран

Финляндия является членом Совета министров Северных стран (СМСС), официального органа межправительственного сотрудничества в Северном регионе. СМСС — это пример одного из самых масштабных типов регионального сотрудничества в мире, охватывающий Данию, Исландию, Норвегию, Финляндию, Швецию, Аландские острова, Гренландию и Фарерские острова.

Участвуя в реализации совместных программ по устойчивому развитию и безопасности северных территорий, Финляндия продвигает свой имидж за рубеж и реализует поставленные внешнеполитические цели. В 2021 году Финляндия приняла председательство в Совете министров Северных стран, что также совпало с пятидесятилетием этой организации¹³⁸. Санна Марин, нынешний премьер-министр Финляндии, представляет страну в СМСС.

Взаимодействие Совета министров Северных стран с Россией ведется с начала 1990-х годов. Флагманом в сотрудничестве Совета министров Северных стран с Россией является документ «Видение 2030». Цель – трансформация северного региона в самый устойчивый и интегрированный регион в мире к 2030 году¹³⁹. «Наше международное участие в решениях в области устойчивого развития и ценности, которые мы разделяем с Северо-Западом России, Арктикой, странами Балтии, нашими западными соседями и миром в целом, становятся все более целенаправленными»¹⁴⁰, - говорится во введении к Плану действий на 2021–2024 годы.

Программа СМСС по сотрудничеству на северо-западе России организована в рамках семи компонентов - пяти тематических областей, одного аутрич-элемента и общей прикладной программы для всех партнеров и всех тем, представляющих взаимный интерес¹⁴¹. В частности, это ¹⁴²:

— сотрудничество в области высшего образования и научных исследований. Акцент делается на развитие мобильности преподавателей, сотрудников и студентов, сетевом взаимодействии, организации совместных курсов и других мероприятиях, направленных на устойчивое и долгосрочное сотрудничество;

¹³⁸ Северные страны, вместе. Программа Председательства Финляндии 2021. Совет Министров Северных Стран. URL: https://www.norden.ee/images/failid/Программа_председательства_Финляндии_в_СМСС_2021_го_д_на_русском.pdf (дата обращения: 01.05.2022).

¹³⁹ NORDEN – en bæredygtig og integreret region? Baseline rapport for Vores vision 2030. 2021:724. Nordisk Ministerråd URL: <https://www.norden.org/da/publication/norden-en-baeredygtig-og-integreret-region-baseline-rapport-vores-vision-2030> (accessed: 01.05.2022).

¹⁴⁰ The Nordic Region – towards being the most sustainable and integrated region in the world. Action Plan for 2021 to 2024. URL: <https://pub.norden.org/politiknord2020-728/#45598> (accessed: 01.05.2022).

¹⁴¹ About the Nordic Co-operation with Russia URL: <https://www.norden.org/en/information/o-otrudnichestve-soveta-ministrov-severnykh-stran-s-rossiey-about-nordic-co-operation> (accessed: 01.05.2022).

¹⁴² Information about the seven subprogrammes URL: <https://www.norden.org/da/node/24865> (accessed: 01.05.2022).

— парламентское сотрудничество между Парламентариями Северного Совета и представителями Государственной Думы и Совета Федерации, и парламентскими органами Северо-Запада России;

— сотрудничество журналистов и средств массовой информации, в том числе включающие учебные тренинги, ознакомительные поездки;

— сотрудничество в сфере здравоохранения. Программа, управляемая Финским институтом здравоохранения и социального обеспечения, сосредоточена на сдерживании устойчивости к противомикробным препаратам и нацелена на создание платформы для обмена информацией и опытом, информирования общественности, обучения специалистов и пр. Взаимодействие СМСС и России в этой области будет способствовать установлению более тесных связей и развитию профессиональных связей и сетей между специалистами;

— сотрудничество в области охраны окружающей среды и климата. Программа обеспечивает грантовое финансирование некоммерческим проектам, направленных на решение проблем в области окружающей среды и климата на региональном и местном уровнях. Благодаря этой программе создаются и расширяются международные сети, страны обмениваются опытом и наращивают потенциал;

— ежегодные совместные мероприятия, фестивали, информационные кампании Северных стран проходят с 2010 года в таких городах России как Псков, Мурманск, Архангельск, Петрозаводск, Санкт-Петербург и Выборг. Фестиваль «Недели Северных стран» организуется дипломатическими представительствами и институтами культуры со стороны североевропейских стран и учреждениями культуры, местными и региональными органами власти с российской стороны. Целью этого мероприятия является продвижение региона Северных стран и принципов «Видения 2030» СМСС, целей устойчивого развития ООН, поддержание диалога между странами и создание наиболее устойчивого и интегрированного региона;

— открытый конкурс заявок на участие в проектах, связанных с интеграцией, правами человека, социальными аспектами, коренными народами, энергетикой и пр., под руководством Секретариата СМСС.

Долгое время Совет министров Северных стран осуществлял свою деятельность в России через информационные бюро, которые были открыты в 1995 году в Санкт-Петербурге и Калининграде, и контактные центры.

В ряд задач бюро входило развитие и укрепление сотрудничества, обмен опытом и знаниями, установление прочных связей между организациями Северных стран и Северо-

западного региона России, а также координирование деятельности и выполнения программ Совета Министров на территории страны¹⁴³.

Однако 11 марта 2015 года заседанием министров было принято решение о закрытии информационных бюро в Санкт-Петербурге и Калининграде, а также контактных центров в Мурманске, Петрозаводске и Архангельске, поскольку Министерство Юстиции России потребовало от них осуществлять свою деятельность в качестве «иностранных агентов», ссылаясь на политический характер их деятельности, а северные страны отказались¹⁴⁴.

Совет министров Северных стран играет большое значение в формировании имиджа Финляндии в России. Организация занимается финансированием международных проектов, укрепляя сотрудничество Северных стран с Северо-Западом России. В 2017 году поступило более 70 заявлений для конкурса заявок проектов, из которых по результатам отбора финансовую поддержку получили 13¹⁴⁵. Проекты направлены на экологическое сотрудничество, общественную безопасность, энергоэффективность, биоэкономику и др., что соответствует основным направлениям работы, обозначенным в Стратегии 2017 года.

Одним из таких проектов является развитие сети между НКО Северных стран и Северо-Западом России для продвижения совместных проектов в области устойчивого развития, он получил название «МОСТЫ». В проекте задействованы Дания (Интерфолк – Институт гражданского общества), Исландия (Академический центр Хусавик), Финляндия (Финляндско-Российское общество – Региональная организация Южной Финляндии) и Россия (Архангельский Центр социальных технологий «Гарант», Центр устойчивого развития Псковской области). В рамках проекта был создан сайт, на котором российские и североевропейские НПО могли найти партнеров для совместных проектов, информацию о прошлых и будущих мероприятиях, ресурсы и возможности финансирования, тем самым расширяя межгосударственные связи¹⁴⁶.

При поддержке СМСС неправительственные организации Балтийского моря осуществляют проект «Музыка без барьеров», который направлен на создание и расширение равных возможностей для детей и молодежи с особыми потребностями для лучшей интеграции в общество через музыку и театр¹⁴⁷. В проекте участвуют пять стран:

¹⁴³Информационное бюро Совета Министров Северных стран в Санкт-Петербурге. URL: <http://www.norden.spb.ru/ru/partnery/informatsionnoe-byuro-soveta-ministrov-severnoykh-stran-v-sankt-peterburge/> (дата обращения: 02.05.2022).

¹⁴⁴Совет министров северных стран закрывает представительства в России. URL: <https://zakonbase.ru/news/sovet-ministrov-severnoykh-stran-zakroet-predstavitelstva-v-rossii> (дата обращения: 02.05.2022).

¹⁴⁵13 проектов сотрудничества Северных стран и Северо-Запада России получают финансирование от Совета Министров Северных стран. URL: <https://www.norden.org/en/news/13-proektov-sotrudnichestva-severnoykh-stran-i-severo-zapada-rossii-poluchat-finansirovanie-ot-soveta-ministrov-severnoykh-stran> (дата обращения: 01.05.2022).

¹⁴⁶NGOs building bridges. URL: <https://ngobridges.com/> (accessed: 01.05.2022).

¹⁴⁷Музыка без барьеров. URL: <http://iwmspb.ru/muzyka-bez-barerov-podrobnee/> (дата обращения: 01.05.2022).

Россия, Финляндия, Латвия, Польша и Швеция. Ведущий российский партнер – Санкт-Петербургская региональная общественная организация «Женский альянс». Проект позволяет Финляндии продвигать имидж страны, нацеленной на решение проблем, борющейся за равноправие и инклюзивный подход.

26 ноября 2021 года прошел II Санкт-Петербургский Международный инклюзивный творческий форум специалистов по инклюзивному творчеству «Музыка без барьеров» в рамках международного проекта «Инклюзивное творчество, доступное для всех»¹⁴⁸. На форуме эксперты из Дании, Швеции и Финляндии, а также из российских городов – Санкт-Петербурга, Пскова, Калининграда и Архангельска обменялись мнениями и опытом.

Совет Баренцева Евро-арктического региона

Сотрудничество Финляндии и России проходит также в рамках Совета Баренцева Евро-арктического региона (СБЕР) и Баренцева регионального совета. СБЕР был учрежден подписанием Киркенесской декларации в 1993 году как форум по развитию межрегиональных контактов северных территорий Норвегии, России, Финляндии и Швеции с целями развития Баренцева региона в области экономики, образования и культурных обменов, туризма, содействия устойчивому развитию, двустороннему и многостороннему сотрудничеству, реализации проектов улучшения положения коренных народов Севера. В СБЕР действует около 14 рабочих групп по различным направлениям (здравоохранение, образование, культура, туризм и др.)¹⁴⁹.

Совет собирается один раз в два года на уровне министров иностранных дел, в конце срока председательства одной из стран-участниц. В период с 2021 по 2023 годы в СБЕР председательствует Финляндия.

Одним из структурных подразделений СБЕР является Баренцев региональный совет, который разрабатывает «Баренцеву программу сотрудничества». От Финляндии в Региональный совет входят следующие территории - губерния Лапланд, Оулу и Каину, от России - Мурманская и Архангельская области, Ненецкий автономный округ, Республика Коми и Карелия¹⁵⁰.

На 16-й сессии СБЕР Сергей Лавров, Министр иностранных дел Российской Федерации, сказал, что именно «двухэтажная» структура взаимодействия – на уровне правительств и на уровне административно-территориальных образований в рамках Регионального совета, является уникальной чертой Баренцева процесса. Это дает

¹⁴⁸ Музыка без барьеров. URL: <https://zhit-vmeste.ru/news/?id=218618> (дата обращения: 01.05.2022).

¹⁴⁹ Working Groups. The Barents Euro-Arctic council. URL: <https://www.barents-council.org/working-groups> (accessed: 01.05.2022).

¹⁵⁰ Баренц регион. The Norwegian Barents Secretariat URL: <https://barents.no/ru/o-sekretariate/barenc-region> (дата обращения: 03.05.2022).

возможность оптимально сочетать приоритеты разных государств с потребностями отдельных регионов¹⁵¹.

Совет Баренцева Евро-арктического региона занимается поддержкой и реализацией множества проектов, которые охватывают все сферы: образование и наука, спорт, вопросы логистики и пр. Членство Финляндии в СБЕР подтверждает общность ценностей европейских стран и, непременно, они транслируются как часть ее имиджа.

Одним из успешных проектов взаимодействия Финляндии и России в рамках СБЕР являются Баренцевы игры – фестиваль, состоящий из 30 видов спорта. Игры являются ареной как для спортивного, так и для культурного обмена и делают возможным межличностное сотрудничество между четырьмя странами Баренцева региона (Норвегия, Швеция, Финляндия, Россия). Игры ежегодно собирают около 600–1000 молодых атлетов возрастом от 15 до 25 лет. С 30 августа по 1 сентября 2019 года Баренцевы игры прошли в России, Мурманске, а с 27 по 29 марта – в Финляндии, Каяани^{152,153}.

ArcticSkills – еще один проект, реализующийся при Совете Баренцева Евро-Арктического региона, проводимый между провинциями Лапландия, Финнмарк, Норрботтен и Мурманском. Это профессиональные соревнования школьников и студентов, обучающихся таким профессиям как парикмахер, сварщик, повар, дизайнер и др.¹⁵⁴

Другой пример сотрудничества России и Финляндии в рамках СБЕР – совместный транспортный план Баренцева региона. Руководящий комитет Баренцева Евро-арктического транспортного пространства (BEATA) был создан для укрепления сотрудничества по созданию эффективной транспортной системы в Баренцевом регионе: пересечение границы, таможенное сотрудничество, техническое обслуживание и реконструкция, а также новые проекты по улучшению инфраструктуры¹⁵⁵.

Перечисленные примеры – Фестиваль «Баренцевы игры», проект «ArcticSkills», соглашения по улучшению транспортной логистики являются частью имиджевой политики Финляндии и соответствуют основным направлениям работы имиджевых структур.

Совет государств Балтийского моря

¹⁵¹ Лавров: Россия надеется, что Баренцево взаимодействие укрепит доверие в Северной Европе. URL: https://tass.ru/politika/13819605?utm_source=google.ru&utm_medium=organic&utm_campaign=google.ru&utm_referrer=google.ru (дата обращения: 12.05.2022).

¹⁵² Barents Games. URL: <https://barentssports.com/> (accessed: 29.04.2022).

¹⁵³ Barents Cooperation. URL: https://www.barents-council.org/files/Barents_Cooperation_OnePager_2019.pdf (accessed: 29.04.2022).

¹⁵⁴ Arctic Skills. About. URL: <http://arcticskills.com/about-us/> (accessed: 29.04.2022).

¹⁵⁵ Steering Committee for the Barents Euro-Arctic Transport Area (BEATA). URL: [https://www.barentscooperation.org/en/Working-Groups/BEAC-Working-Groups/Transport-\(BEATA\)](https://www.barentscooperation.org/en/Working-Groups/BEAC-Working-Groups/Transport-(BEATA)) (accessed: 30.04.2022); Joint Barents Transport plan URL: https://www.barentsinfo.fi/beac/docs/JBTP2019_MAIN_REPORT_190910.pdf (accessed: 30.04.2022).

Финляндия и Россия, наравне с другими 9 странами Балтийского региона и Европейской комиссией, являются членами межправительственного политического форума Совет государств Балтийского моря (СГБМ), учрежденного в 1992 году для сотрудничества в регионе Балтийского моря. На 7-м саммите государств Балтийского моря, проведенного в Риге в 2008 году, были выдвинуты пять долгосрочных приоритетов СГБМ. Однако позже, во время председательства Финляндии (2013–2014 гг.), Россия активно проявила себя при формировании новых долгосрочных приоритетов, которые сохраняются по настоящее время: региональная идентичность, устойчивый и процветающий регион и безопасный регион.

Россия также внесла свой вклад в План действий СГБМ-2030 (2017 г.), который включает в себя шесть приоритетных областей, представляющих практический способ решения проблем региона Балтийского моря: партнерство во имя устойчивого развития, переход к устойчивой экономике, защита климата, равенство и социальное благополучие для всех, создание устойчивых городов и сообществ, качественное образование и обучение на протяжении всей жизни¹⁵⁶. Сильной стороной организации является то, что соглашения на политическом уровне могут быть реализованы посредством конкретных проектов.

СГБМ – одна из площадок для выстраивания равноправного диалога и установления общих принципов сотрудничества между Финляндией и Россией. Работа, выражающаяся в сессиях министров иностранных дел, заседания и деятельность рабочих групп, поиск компромисса – усиливают межгосударственные связи и закрепляют образ Финляндии как главного партнера для диалога с Россией.

В рамках сотрудничества СГБМ Финляндия и Россия совместно участвовали в таких проектах, как «THALIA» и «Мобильность молодых исследователей».

Проект «THALIA – вдумчивая, информированная и сострадательная журналистика в освещении проблемы торговли людьми» направлен на борьбу с трансграничной преступностью, связанной с торговлей людьми, а также на повышение компетентности средств массовой информации и журналистов путем межсекторального партнерства с участием университетов, государственных органов, НПО и международных организаций для объединения и вовлечения студентов-журналистов Эстонии, Финляндии, Латвии, Норвегии, Швеции, Украины и России¹⁵⁷.

Проект «Мобильность молодых исследователей в регионе Балтийского моря», руководителем которого является российский Университет ИТМО, направлен на

¹⁵⁶ Сергунин, А.А. Социетальная безопасность в регионе Балтийского моря: российская перспектива / А.А. Сергунин // Балтийский регион. - 2021. №3. – С. 14. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsietalnaya-bezopasnost-v-regione-baltiyskogo-morya-rossiyskaya-perspektiva> (дата обращения: 01.05.2022).

¹⁵⁷ Ongoing Projects URL: <https://cbss.org/psf/ongoing-projects/> (accessed: 27.04.2022).

предотвращение «утечки мозгов» и сбалансированное распределение исследователей. В рамках данного проекта планируется проведение Школы молодых ученых – Образовательной академии Балтийского моря для поддержки мобильности молодых ученых в регионе. В данном проекте участвуют Россия, Латвия, Германия, Финляндия, Эстония¹⁵⁸.

Названные проекты отражают нацеленность Финляндии решать вопросы молодежных обменов, науки и образования, острых социальных проблем, проявляя себя в качестве международного эксперта, сотрудничество с которым имеет для имиджа страны и самой России большое значение.

Арктический совет

Арктический совет (АС) – ведущий Межправительственный форум, нацеленный на сотрудничество в Арктике. АС был создан в 1996 году с инициативы Финляндии для сохранения уникальной природы северной полярной зоны.

В состав Арктического совета входят 8 арктических государств, проводящих политику в регионе (Канада, Дания, Финляндия, Исландия, Норвегия, Россия, Швеция, США), 6 постоянных участников, представляющих коренные народы Арктики, 6 рабочих групп, осуществляющих деятельность Совета и 38 наблюдателей (неарктические государства, Межправительственные и межпарламентские организации, НПО)¹⁵⁹. Непосредственно цель форума – содействие сотрудничеству арктических государств и коренных общин для решения проблем устойчивого развития и защиты окружающей среды в Арктике¹⁶⁰.

Направления деятельности Арктического совета определяются его шестью рабочими группами: устранение загрязнений, арктический мониторинг и оценка, сохранение флоры и фауны, предупреждение и ликвидация чрезвычайных ситуаций, защита арктической морской среды, устойчивое развитие¹⁶¹. Согласно Оттавской декларации, мандат АС исключает вопросы военной безопасности.

Результатом работы рабочих групп становятся Соглашения о сотрудничестве, например, Соглашение о сотрудничестве в сфере готовности и реагирования на загрязнение моря нефтью в Арктике от 15.05.2013¹⁶², Соглашение о сотрудничестве в авиационном и

¹⁵⁸ Ongoing Projects URL: <https://cbss.org/psf/ongoing-projects/> (accessed: 27.04.2022).

¹⁵⁹ Арктический совет. URL: <https://www.arctic-council.org/ru/> (дата обращения: 29.04.2022).

¹⁶⁰ Арктический совет. URL: <https://будущее-арктики.рф/arkticheskij-sovet-arctic-council/> (дата обращения: 30.04.2022).

¹⁶¹ Там же.

¹⁶² Соглашение о сотрудничестве в сфере готовности и реагирования на загрязнение моря нефтью в Арктике от 15 мая 2013 года. URL: <https://docs.cntd.ru/document/499065181> (дата обращения: 30.04.2022).

морском поиске и спасании в Арктике от 12.05.2011¹⁶³. В рамках работы Арктического совета реализуются совместные проекты и инициативы.

Председательство в АС сменяется каждые два года, в период 2021–2023 гг. председателем стала Россия с тематикой «Ответственного управления для устойчивой Арктики».

Арктический совет позволяет России и Финляндии обмениваться знаниями в области охраны окружающей среды и устойчивого развития приполярных районов. Задействуются различные механизмы и институты, которые в результате своей культурной деятельности формируют имидж Финляндии в России.

Очень активно проходит сотрудничество России и Финляндии в рамках Арктического совета, реализуя совместные проекты и инициативы.

В 2021 году стартовал российско-финский проект «Биологическая безопасность в Арктике», реализуемый в рамках АС и осуществляемый совместно с Рабочей группой по реализации программы арктического мониторинга и оценки¹⁶⁴. Целью проекта стало развитие систем здравоохранения для предупреждения возможных биологических угроз и решения существующих.

Другой проект, координирующийся Финляндией, Россией, а также США и Исландией, базируется в области защиты окружающей среды и называется «Повышение устойчивости Арктики»¹⁶⁵. Результатом проекта станут разработанные дорожные карты по устранению последствий таяния вечной мерзлоты.

Одним из наиболее успешных примеров российско-финского сотрудничества в рамках Арктического совета признан проект «Молодежь коренных народов, культура питания и перемены в Арктике»¹⁶⁶. Он нацелен на стабильное и устойчивое оленеводство в

Арктике в условиях глобализации и изменения климата. Участники проекта знакомятся с гастрономическими традициями северных коренных народов для того, чтобы использовать их для обеспечения продовольственной безопасности и автономности, что поспособствует экономическому развитию¹⁶⁷. По завершении проекта студенты опубликовали кулинарную книгу EALLU, представляющую собой детальный обзор кухни

¹⁶³ Соглашение о сотрудничестве в авиационном и морском поиске и спасании в Арктике от 12 мая 2011 года. URL: <https://docs.cntd.ru/document/902395150> (дата обращения: 30.04.2022).

¹⁶⁴ Российско-финское сотрудничество в сфере устойчивого развития Арктического региона 2021-2022 URL: <https://roscongress.org/materials/rossiysko-finskoe-sotrudnichestvo-v-sfere-ustoychivogo-razvitiya-arkticheskogo-regiona-2021-2022/> (дата обращения: 05.05.2022).

¹⁶⁵ Там же.

¹⁶⁶ Отмеченный наградами проект Арктического совета о гастрономических традициях коренных народов будет представлен на фестивале Северной кухни в Москве URL: <https://www.arctic-council.org/ru/news/award-winning-arctic-council-project-brings-indigenous-food-culture-to-arctic-food-festival-in-moscow/> (дата обращения: 28.04.2022).

¹⁶⁷ Там же.

коренных народов Арктики. Она была по достоинству оценена и была признана лучшей кулинарной книгой 2018 года на премии Goumand World Cookbook Awards, а затем и вовсе лучшей кулинарной книгой за последние 25 лет.

В рамках председательства России в Арктическом совете 10–11 декабря 2021 года в Москве прошел Международный гастрономический фестиваль северной кухни «Вкус Арктики», в котором приняли участие представители Арктического совета и коренные народы Арктики, дипломатические миссии, руководители общественных организаций и специалистов в сфере гастрономии и туризма¹⁶⁸. Программа фестиваля включала в себя технологическую выставку Arctic Expo с актуальной информацией о национально-культурных особенностях и потенциале арктических территорий, кулинарный онлайн-марафон Arctic Cuisine с участием известных шеф-поваров из арктических регионов России и стран АС, кулинарный поединок, мастер-классы коренных малочисленных народов Арктики по приготовлению блюд на огне. Во время фестиваля было отмечено, что поток туристов в Арктику напрямую связан с сохранением традиционной культуры питания коренных народов и благоприятными условиями для развития малого и среднего бизнеса в сфере питания. Для этого необходимо обеспечить системную поддержку со стороны органов власти тем регионам, которые обладают большим туристическим потенциалом.

На фестивале также прошла сессия обсуждения действующего проекта «Молодежь коренных народов, культура питания и перемены в Арктике». В ходе дискуссии участники подчеркнули важность общих усилий государств для развития экономики в арктических регионах объединяя традиционные знания и современные технологии в сфере питания и туризма¹⁶⁹.

Поскольку обе страны являются арктическими, русско-финские проекты и фестивали, проводимые в рамках такой крупной международной организации, позволяет укрепить межгосударственные связи и закрепить имидж государства, обеспокоенного вопросами климатических и иных изменений арктического региона.

Европейский Союз и «Северное измерение»

Финляндия вошла в Европейский Союз в 1995 году, что означает, что российско-финляндская граница протяженностью более 1300 км стала и границей между Россией и

¹⁶⁸ Для развития гастрономического туризма в Арктике необходимо объединение усилий северных регионов и государственная поддержка. URL: [https://forumarctica.ru/news/dlja-razvitija-gastronomicheskogo-turizma-v-arktike-neobhodimo-obedinenie-usilij-severnoy-regionov-i-gosudarstvennaja-podderzhka-/](https://forumarctica.ru/news/dlja-razvitija-gastronomicheskogo-turizma-v-arktike-neobhodimo-obedinenie-usilij-severnoy-regionov-i-gosudarstvennaja-podderzhka/) (дата обращения: 28.04.2022).

¹⁶⁹ Там же.

Евросоюзом. Это означает, что североевропейский регион приобретает особое значение и становится прямым связующим звеном между ЕС и Россией.

С ростом зависимости от импорта энергоносителей росла и заинтересованность со стороны Европейского союза в отношении потенциала северо-западных регионов России (месторождения газа на шельфе Баренцева моря, нефти в Тимано (Печерский район, Республика Коми, леса, рудные запасы и др.)¹⁷⁰.

Как для России, так и для Европейского союза трансграничное сотрудничество имеет большое значение. Заинтересованность ЕС в стабильном развитии сопредельного российского северо-запада объяснима, ведь возникающие проблемы, связанные с экономическим, социальным развитием, экологией, могут стать угрозой и для самого ЕС.

Тем самым, перечисленные выше моменты обусловили появление нового подхода в отношении северного региона, выделяя его как отдельную составляющую региональной и общей политики ЕС.

Инициатором нового направления под названием «Северное измерение» стала Финляндия в силу комплекса причин: географического положения, общности исторических и экономических связей, а также из-за желания активно проявить себя в формировании политики Евросоюза, повысить свой «внешнеполитический профиль»¹⁷¹ – имидж.

В 1997 году премьер-министр Финляндии П. Липпонен в своей речи в Рованиemi впервые выдвинул предложение о «Северном измерении» (СИ) и направил его официально в Брюссель. Страны ЕС скептически отнеслись к данной инициативе: Средиземноморские страны побоялись конкуренции «Южному измерению», а Североевропейские были обеспокоены как эта концепция скажется на сотрудничестве в Балтийском регионе. Однако все же ЕС решил принять к сведению данную концепцию и поручил Европейской комиссии разработать Руководящие направления по реализации «Северного измерения», которые в последствии получили положительный отклик на встрече глав стран ЕС в Кельне в 1999 году.

В качестве основных целей политики «Северного измерения» выделяются¹⁷²:

- 1) содействие диалогу и сотрудничеству;

¹⁷⁰ Дерябин, Ю.С. "Северное измерение" и интересы России / Ю.С. Дерябин // Современная Европа. - 2000. №2 (2). – С.62. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/severnoe-izmerenie-i-interesy-rossii> (дата обращения: 30.04.2022).

¹⁷¹ Дерябин, Ю.С. С.63.

¹⁷² Куцова, О.С., Гришина, Н.Ю. Северное измерение: перспективы развития международных партнерских программ Российской Федерации и Европейского Союза / О.С. Куцова, Н.Ю. Гришина // Россия в глобальном мире. - 2021. №20 (43). – С. 101. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/severnoe-izmerenie-perspektivy-razvitiya-mezhdunarodnyh-partnerskih-programm-rossiyskoy-federatsii-i-evropeyskogo-soyuza> (дата обращения: 28.04.2022).

2) укрепление стабильности, благосостояния и активизация экономического сотрудничества;

3) содействие экономической интеграции, конкурентоспособности и устойчивому развитию в Северо-Европейском регионе.

В июне 2000 года ЕС одобрил «План действий для Северного измерения во внешней и трансграничной политике Европейского союза на 2001–2003 гг.». В 2006 году на саммите лидеров ЕС, России, Норвегии и Исландии был утвержден Рамочный документ¹⁷³ и Политическая декларация¹⁷⁴, вступившие в силу в 2007 году. Позднее, 28 октября 2008 года в Санкт-Петербурге прошел Первый международный форум «Северное измерение», в рамках которого приняли решение о расширении сотрудничества в области транспорта, логистики и культуры, в дополнение к существующему партнерству в области охраны природы и здравоохранения^{175,176}. Запуск новых партнерств по транспорту, логистике и культуре, создание Руководящей группы, учреждение Делового Совета и Института СИ представляют собой институциональное развитие «Северного измерения». Важность Делового Совета заключается в том, что именно он может гарантировать создание и финансирование ключевых проектов, учитывающих интересы всех стран, поскольку лишен «политизированности»¹⁷⁷.

Тем самым политика «Северного измерения» стала примером регионального сотрудничества Европейского союза и России. Приоритетом политики СИ являются северо-западные регионы России. Большое финансирование выделяется на осуществлении проектов в Калининградской области, в балтийском регионе (в том числе в Санкт-Петербурге) и арктическом¹⁷⁸.

Можно сказать, Европейский союз является одной из основных линий взаимодействия, которое активно используется для формирования имиджа Финляндии в России. В рамках Северного измерения реализуется ряд крупных проектов, направленных

¹⁷³Рамочный документ по политике «Северного измерения» от 24 ноября 2006 года. URL: <http://kremlin.ru/supplement/3736/print#:~:text=Одобен%2024%20ноября%202006%20года,с%201%20января%202007%20года> (дата обращения: 29.04.2022).

¹⁷⁴ Политическая декларация по политике «Северного измерения» от 24 ноября 2006 года. URL: <http://kremlin.ru/supplement/3735/print> (дата обращения: 29.04.2022).

¹⁷⁵ Болотникова, Е.Г., Межевич, Н.М. «Северное измерение» и Стратегия Европейского союза для региона Балтийского моря / Е.Г. Болотникова, Н.М. Межевич // Псковский регионологический журнал. - 2012. №13. – С.40. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/severnoe-izmerenie-i-strategiya-evropeyskogo-soyuza-dlya-regiona-baltiyskogo-morya> (дата обращения: 25.04.2022).

¹⁷⁶ Меморандум о взаимопонимании, устанавливающий механизм учреждения партнерства «Северного измерения» в области транспорта и логистики от 21 октября 2009 года. URL: <https://mintrans.gov.ru/documents/7/862> (дата обращения: 27.04.2022).

¹⁷⁷ Журавлев, Я.А. Партнерство «Северное измерение»: исторические предпосылки и перспективы реализации / Я.А. Журавлев // Вестник РУДН. Серия: Политология. - 2013. №4. – С.59. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/partnerstvo-severnoe-izmerenie-istoricheskie-predposylki-i-perspektivy-realizatsii> (дата обращения: 25.04.2022).

¹⁷⁸ Там же.

на развитие и повышение качества и уровня жизни народов северных регионов России. Особую значимость приобретают программы приграничного сотрудничества, благодаря которым ослабевает роль государственных границ, усиливается значение негосударственных акторов и создается объединяющее чувство единого региона. Север Европы позиционируется как пример сотрудничества, основанного на транснационализме и концепции европейских регионов.

Природоохранное партнерство Северного измерения (ППСИ) получило самое широкое развитие. В рамках ППСИ реализуются проекты по совершенствованию систем очистки сточных вод, приносящие весомый вклад в экологию Балтийского моря, по повышению энергоэффективности, безопасности хранения ядерного топлива и обращения с радиоактивными отходами.

Критерием успешности проводимой политики служат результаты этого партнерства на практике. Создание ГУП «Водоканал Санкт-Петербурга» является одним из самых масштабных экологических проектов в области очистки сточных вод. Данный проект позволил достичь показателя более 98% очищения сточных вод, выполняя рекомендации Хельсинской комиссии по качеству воды, сбрасываемой в Балтийское море¹⁷⁹.

Деятельность «Водоканала Санкт-Петербурга» направлена не только на соответствие экологическим стандартам, но также на продвижение экологической культуры в массы: в его структуре были открыты музейный комплекс «Вселенная воды» и Детский экологический центр.

8 апреля 2021 года прошел XII Форум «Северное измерение»¹⁸⁰. Ежегодно на этой площадке встречаются представители власти, бизнеса, научного сообщества России и стран Европы для совместного диалога. Спектр поднимаемых на Форуме вопросов все расширяется: электроэнергетика, энергоэффективность, транспорт, логистика, образование, здравоохранение и фармацевтика, экологи и альтернативная энергетика и многое другое¹⁸¹.

В рамках партнерства «Северное измерение» в области культуры 10–11 декабря 2020 года в Санкт-Петербурге прошел VII Международный форум «Культура как фактор роста», посвященный инновационным музейным проектам из России, Финляндии, Норвегии и Австрии¹⁸². По окончании мероприятия страны договорились продолжить межгосударственный культурный диалог и расширить сотрудничество в этой сфере.

¹⁷⁹ Журавлев, Я.А. С.58.

¹⁸⁰ XII Форум «Северное измерение». URL: <https://www.skolkovo.ru/events/xii-forum-severnoe-izmerenie/> (дата обращения: 28.04.2022).

¹⁸¹ Журавлев Я.А. С.61.

¹⁸² Инновационные музейные проекты из России, Финляндии, Норвегии и Австрии на форуме партнёрства «Северное измерение». URL:

Программы приграничного сотрудничества

В рамках «Северного измерения» Европейского союза Финляндия и Россия реализуют три программы приграничного сотрудничества: Еврорегион «Карелия», «Россия – Юго-Восточная Финляндия» и «Коларктик».

Еврорегион «Карелия»

В 1999 году правительство Республики Карелия в сотрудничестве с властями трех приграничных районов восточной Финляндии презентовали идею создания Еврорегиона «Карелия», а в 2000 году стороны подписали соглашение¹⁸³. Тем самым Еврорегион стал первым подобным образованием, символизирующим сотрудничество сопредельных территорий на границах России и ЕС.

В Еврорегион со стороны Финляндии входят провинции Кайнуу, Северная Карелия и Северная Остроботния, со стороны России - Республика Карелия. Проект еврорегиона нацелен на повышение жизнеспособности региона и уровня жизни его жителей путем трансграничного сотрудничества. Работа ведется по улучшению транспортного сообщения и инфраструктуры, повышению благосостояния, укреплению экономических и молодежных связей, научно-исследовательской деятельности. Об успешности данного Еврорегиона можно судить по количеству реализованных проектов, так в период с 2007 по 2013 гг. было реализовано 66 проектов (5 из которых крупные инвестиционные), а с 2014 по 2020 гг. был профинансирован 61 проект в сфере туризма, лесного хозяйства, культуры, устойчивого использования природных ресурсов¹⁸⁴.

В рамках Программы приграничного сотрудничества Еврорегион «Карелия» реализуется международный проект «Код северных ремесел», нацеленный на повышение потенциала и расширение возможностей для начала и развития ремесленного бизнеса в Республике Карелия, Северной Карелии и регионе Оулу. Услуги по продвижению ремесленной продукции предоставляются в Консалт-центрах, например, в Петрозаводске¹⁸⁵. С помощью данного проекта формируется и продвигается устойчивый трансграничный бренд северных ремесел. Партнеры: Университет Восточной Финляндии, Общество «Финляндия-Россия», турфирма «Карелика», Центр поддержки коренных народов и общественной дипломатии «Молодая Карелия»¹⁸⁶.

https://culture.gov.ru/press/news/rossiya_finlyandiya_norvegiya_avstriya_predstavili_innovatsionnyu_muzeynyy_opyt_na_kulturnom_forume/ (дата обращения: 29.04.2022).

¹⁸³Устав еврорегиона «Карелия» // Сборник документов и материалов по вопросам международных и внешнеэкономических связей субъектов Российской Федерации. - М.: Научная книга, 2002. - С. 330-351.

¹⁸⁴ Еврорегион «Карелия URL: <https://www.euregiokarelia.com/ru/deyatelnost> (дата обращения: 26.04.2022).

¹⁸⁵Код северных ремесел URL: <https://etnoecho.ru/ru/projects/kod-severnyh-remesel> (дата обращения: 26.04.2022).

¹⁸⁶ Там же.

Международный семинар-практикум «Сила нити», организованный компанией «Taito Pohjois-Karjala ry», Университетом прикладных наук Karelia, проектом «Код северных ремёсел» и «Культура всех направлений», состоялся 29 октября 2021 года. На мероприятии выступили эксперты по организации продаж из различных компаний и Университета Восточной Финляндии¹⁸⁷.

«Россия – Юго-Восточная Финляндия»

«Россия – Юго-Восточная Финляндия 2014–2020» – одна из трех программ, реализуемых в приграничных регионах Финляндии и России. В сотрудничестве участвуют финские регионы Южная Карелия, Южное-Саво, Кюменлааксо (и прилегающие Уусимаа, Пяйят-Хяме, Северное Саво, Северная Карелия) и российские – Санкт-Петербург, Ленинградская область, Республика Карелия. Москва и Турку – крупные экономические и культурные центры также могут принимать участие в проектах. На период 2014–2020 гг. были выделены 4 тематических цели–приоритета: предпринимательство и развитие малого и среднего бизнеса; поддержка образования, исследований, технологического развития и инноваций; охрана окружающей среды и изменения климата; развитие управления границами и их безопасность¹⁸⁸. В 2019 году Совместный Мониторинговый Комитет Программы начал подготовку Программы сотрудничества на 2021–2027 годы.

В рамках приоритета энергичной, активной и конкурентноспособной экономики был реализован проект Twin Campus, направленные на создание условий для перемещения новых технологических компаний. Основные направления деятельности включают бенчмаркинг (сопоставительный анализ) лучших практик международных сетей Green Campus и Sustainable Solutions для стратегий и дорожных карт, а также организацию экспериментальных лабораторных мероприятий для компаний¹⁸⁹. Результатом становятся пилотные услуги для компаний и стратегии привлечения талантов в организации. Ведущим партнером выступает Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики. В число партнеров входят АО «Санкт-Петербургский технопарк», Санкт-Петербургский фонд развития малого и среднего предпринимательства, Университет прикладных наук Юго-Восточной Финляндии, Котка-Хаминская региональная девелоперская компания Cursor Ltd.

В рамках проекта реализуется широкий спектр мероприятий, например, 2 июля 2020 года состоялась онлайн-конференция «Go Global: Экспортировать нельзя ждать», на

¹⁸⁷«Сила нити»: обучение ремесленных предпринимателей маркетингу, продажам и сервис-дизайну. URL: <https://etnoecho.ru/ru/news/sila-niti-obuchenie-remeslennyh-predprinimatelej-marketingu-prodazham-i-servis-dizajnu/> (дата обращения: 26.04.2022).

¹⁸⁸ Программы. Cross-Border Cooperation. URL: <https://www.sefrcbc.fi/ru/nc-2014-2020/> (дата обращения: 28.04.2022).

¹⁸⁹ Twin Campus. URL: <http://www.twincampus.info/> (accessed: 28.04.2022).

которой поднимались вопросы продолжения экспортной деятельности в период коронавирусной инфекции, сохранения программ поддержки экспорта и мероприятий по поддержке интернационализации малого и среднего предпринимательства.

Для достижения цели в области трансграничного сотрудничества финансируется и реализуется Международный проект «Экологически чистая городская среда посредством рационального обращения с отходами» Cool4City, направленный на продвижение концепции раздельного сбора, переработки и вторичного использования отходов среди населения, внедрение экспериментальных пилотных проектов, повышение экологической грамотности граждан¹⁹⁰. Ведущий партнер: Санкт-Петербургское государственное унитарное предприятие «Санкт-Петербургский информационно-аналитический центр». Партнеры Cool4City: Некоммерческое партнерство «Ассоциация экологического партнерства», Рециклинговый центр «Миккелин Тоиминтакекус», Региональный оператор «Метсэсаирила», Управление по оказанию экологических услуг в регионе Хельсинки, Ассоциация «Green Net Finland ry».

Регулярно проводятся форумы, круглые столы, заседания и семинары. Например, 18 ноября 2021 года состоялся Круглый стол «Рациональное обращение с отходами для обеспечения устойчивого развития региона» в Санкт-Петербурге, на котором с докладами выступили Ю.К. Антипова и Ю.Г. Гладштейн («Ассоциация экологического партнерства»), Э. Лутфи («Green Net Finland»), И.В. Извекова (ООО «Космос»), Д.Р. Струков (Центр пространственных исследований «Геоинтеллект») и др. Итогом мероприятия стала дискуссия об управлении твердыми коммунальными отходами в России и Финляндии и возможностях рационального обращения с отходами в приграничном регионе¹⁹¹.

«Коларктик»

Программа приграничного сотрудничества «Коларктик 2014–2020» – финансовый инструмент поддержки сотрудничества между северными регионами Финляндии, Швеции, Норвегии и Северо-Западом России¹⁹². Программа выделяет гранты проектам, способствующим достижению ее целей и приоритетов. К ним относятся жизнеспособность арктической экономики, природы и окружающей среды; свобода перемещения людей, товаров и знаний; развитие бизнеса, малых и средних предприятий; обустройство границ и управление ими, приграничная безопасность, управление миграцией.

К основным регионам, участвующим в Программе, относятся Норрботтен (Швеция), Финнмарк, Тромс, Нурланн (Норвегия), Лапландия (Финляндия), Мурманская и

¹⁹⁰ О проекте. Cool4City URL: <https://cool4city.site/ru/o-проекте> (дата обращения: 28.04.2022).

¹⁹¹ Круглый стол «Рациональное обращение с отходами для обеспечения устойчивого развития региона». URL: <https://cool4city.site/ru/archives/119> (дата обращения: 28.04.2022).

¹⁹² Программа Коларктик URL: <https://kolarctic.info/ru/> (дата обращения: 28.04.2022).

Архангельская области, Ненецкий Автономный Округ (Россия). Прилегающие территории: Вестерботтен (Швеция), регион Оулу (Финляндия), Республика Карелия и Республика Коми (Россия). Санкт-Петербург выделяется в качестве крупного социального, экономического и культурного центра¹⁹³.

«Адаптация управления лесами Баренцева региона к будущим климатическим и экономическим условиям» – финансируемый проект «Коларктик», нацеленный на сочетание экономической деятельности в лесной промышленности и ценностей лесных экосистем, таких как сохранение биоразнообразия и связывание атмосферного углеродного газа¹⁹⁴. Проект внедряет устойчивые лесоводческие практики в деятельность коммерческих лесохозяйственных организаций в Баренцевом регионе. Деятельность осуществляется в форме дискуссий и семинаров для лесозаготовительных компаний и организаций России, Швеции, Норвегии и Финляндии, создания учебных курсов и видео-пособий, синхронизации региональных стратегий управления лесами и устойчивости к изменению климата. Ведущий партнер проекта: Всемирный фонд дикой природы в Архангельске. Другие партнеры: Шведское лесное агентство, Шведский университет сельскохозяйственных наук, ОАО «Группа Илим» в Архангельске, Финская ассоциация охраны природы¹⁹⁵.

«Агролесомелиорация в Баренцевом регионе» – проект по агролесоводству, объединяющий технологии сельского хозяйства и лесной промышленности, в рамках которого изучаются принципы функционирования агролесоводческих систем в Баренцевом регионе в различных условиях и средах¹⁹⁶. Ведущий партнер: Лапландский университет прикладных наук (Рованиemi, Финляндия). Другие партнеры: Северный Арктический федеральный университет (Архангельск, Россия), Институт природных ресурсов Финляндии (Хельсинки, Финляндия), Норвежский институт биоэкономических исследований (Тромсе, Норвегия).

Обобщая, мы видим, что разносторонние формы взаимодействия Финляндии и России по линии Северного измерения вписываются в имиджевую стратегию самой Финляндии, в полной мере соответствуя ее основным направлениям и выдвигая на передний план самых сильных сторон финского общества – образования, науки, природоохранной, технической, культурной области, музейного дела и искусства,

¹⁹³ Программа Коларктик URL: <https://kolarctic.info/ru/> (дата обращения: 28.04.2022).

¹⁹⁴ Проекты, финансируемые Программой ПС Коларктик 2014–2020. URL: <https://kolarctic.info/ru/our-projects-ru/#> (дата обращения: 28.04.2022).

¹⁹⁵ Там же.

¹⁹⁶ Там же.

молодежных обменов и туризма. Делая акцент на своих преимуществах, Финляндия закрепляет положительный образ в сознании российского общества.

Двустороннее сотрудничество

Российско-финские культурные связи в рассматриваемый период расширяются. Несмотря на новые вызовы, эпидемиологическую обстановку и отмену ряда запланированных мероприятий, Россия и Финляндия продолжили сотрудничество и перешли на диалог в дистанционном формате, проводя вебинары, лекции и даже культурный форум.

Еще раз отметим, что согласно Стратегии брендинга¹⁹⁷, Финляндия стремится подчеркнуть такие свои сильные стороны, как причудливость, нацеленность на решение проблем, равноправие и инклюзивный подход через такие направления работы, как культура и искусство, наука и образование, молодежные обмены, музейное дело и туризм. Организация совместных с Россией мероприятий благоприятно сказывается на имидже Финляндии, поскольку привлекает внимание общественности к культуре, языку, национальным достижениям и успехам, тем самым оставляя позитивный отпечаток в сознании людей.

В рамках двустороннего сотрудничества Финляндия участвует в таких крупных форумах как Международный Арктический форум и Российско-Финляндский культурный форум.

Российско-Финляндский культурный форум нацелен на поддержание начатого сотрудничества между российскими и финскими организациями в сфере культуры, искусства, туризма и образования. По словам финского президента Саули Ниинистё, цифровые технологии позволили привлечь совершенно новую аудиторию в межкультурный диалог¹⁹⁸.

1 октября 2020 года был проведен XXI Российско-Финляндский культурный форум — впервые в виртуальном формате, но, тем не менее, в полном соответствии со сложившейся за два десятилетия традицией и запланированной программой.

24 сентября 2021 года состоялся XXII Российско-Финляндский культурный форум, также в онлайн-формате. В рамках мероприятия представители министерств культуры, руководители музеев и культурных проектов и программ обсудили вопросы сохранения национальной идентичности и роли культуры в международном диалоге. В форуме приняло

¹⁹⁷ Finland's Country Branding Strategy, 6/2017. URL: <https://toolbox.finland.fi/strategy-research/finlands-country-branding-strategy/> (accessed: 26.10.2020).

¹⁹⁸ XXI Российско-Финляндский культурный форум прошел в виртуальном формате. URL: <https://culturalforum.ru/news/xxi-rossiysko-finlyandskiy-kulturnyy-forum-proshel-v-virtualnom-formate> (дата обращения: 11.05.2021).

участие почти 600 деятелей культуры. На открытии заместитель Министра культуры России Алла Манилова назвала форум одним из главных событий двусторонних отношений поскольку дает возможность обменяться мнением, представить перспективные проекты и перенять опыт друг друга¹⁹⁹.

В рамках XX Российско-Финляндского культурного форума в Туле состоялся «Российско-Финляндский музейный диалог» с участием председателя правления Национальной галереи Финляндии Тарьи Халонен и заместителя Министра культуры Российской Федерации Аллой Маниловой «Российско-Финляндского музейный диалог с участием лидеров музейной сферы двух стран. «По итогам был инициирован целый ряд масштабных выставочных проектов. Один из них, выставка работ великого Тьеполо в Музее Синебрюхова, – результат сотрудничества Государственного Эрмитажа и Государственного музея изобразительных искусств имени А.С. Пушкина с Национальной галереей Финляндии. Несмотря на ограничительные меры, экспозиция открылась в сентябре 2020 года. В марте в музее «Атенеум» в Хельсинки планируется открытие масштабной выставки Третьяковской галереи «Илья Репин», – сообщила Алла Манилова.

Продвижение финских идей реализуется также и на Международном Арктическом форуме, затрагивающем вопросы социально-экономического развития арктических технологий. Форумы проходят в различных городах России: Москва (2010), Архангельск (2011, 2017), Салехард (2013), Санкт-Петербург (2019). Форум – ключевая площадка для обсуждения актуальных вопросов и выработки разносторонних многоуровневых механизмов совместного эффективного освоения потенциала Арктики²⁰⁰.

Важное значение имеет российско-финское сотрудничество в области спорта. Российские сборные и команды по лыжному спорту, биатлону, хоккею проводят соревнования с финскими командами, осуществляется коммерческий обмен игроками между клубами.

Тесные связи у стран в области хоккея – финская команда принимает участие в играх на кубок Первого канала, а российская в кубке «Карьяла» в Финляндии. Турниры являются частями «Еврохоккейтура».

Стоит отметить, что активность Финляндия на территории Российской Федерации распределена неравномерно. Основное внимание уделяется приграничному сотрудничеству, в рамках которого на территории Северо-западного федерального округа

¹⁹⁹ Итоги XXII Российско-Финляндского культурного форума. URL: <https://www.kultforum.org/ru/itogi-xxii-rossiysko-finlyandskogo-kulturnogo-foruma> (дата обращения: 11.05.2021).

²⁰⁰ Арктика территория диалога. Международный Арктический форум. URL: <https://forumarctica.ru/> (дата обращения: 13.12.2020).

России проводится ряд мероприятий, способствующих развитию и укреплению культурных связей.

В российско-финском взаимодействии важное место традиционно занимают побратимские связи, объединяющие более 250 городов по обе стороны границы. Совместно с городами-побратимами проводятся мероприятия, укрепляющие двусторонние связи между городами и странами. Так, 27 февраля 2015 года Общество друзей города Турку совместно с Ассоциацией сотрудничества со странами региона Балтийского моря «Норден» и Институтом Финляндии в Санкт-Петербурге провели Калевальский вечер, приуроченный к Дню «Калевалы». В рамках мероприятия состоялось выступление представителя Института Финляндии в Санкт-Петербурге, члена Союза композиторов Н.Л. Энтелис²⁰¹.

Рассмотрим, каким образом Финляндия реализует имиджевую политику на местном уровне. В своих документах Правительство Финляндии делает особый акцент на продвижение положительного имиджа в Санкт-Петербурге²⁰². Именно в культурной столице России проводится большинство мероприятий, распространяющих ценности и идеи северного соседа, формирующих имидж государства в наших глазах и расширяющих гуманитарное сотрудничество. Тем не менее, совместные проекты и мероприятия реализуются и в других российских городах – Петрозаводске, Архангельске, Мурманске и пр.

В городах России функционируют множество институтов, приоритетной задачей которых является продвижение финской культуры, например, Институт Финляндии в Санкт-Петербурге, Институт Менеджмента Финляндии др. По количеству связей и институтов особенно выделяется Санкт-Петербург.

Широкий аспект исторических и современных взаимосвязей России с Финляндией, а также значимость финского влияния на формирование российского общества подчеркиваются и раскрываются также в деятельности российских институтов, продвигающих культуру Финляндии, к их числу относятся Санкт-Петербургский Скандинавский Центр, Общество дружбы «Карелия-Финляндия» и др. Далее рассмотрим наиболее значимые институты российско-финского взаимодействия.

Институт Финляндии в Санкт-Петербурге

²⁰¹27 февраля 17:00, Хельсинкибар В.О. Кадетская Линия, 31 Общество друзей города Турку СПбАМС, Ассоциация сотрудничества со странами региона Балтийского моря и Институт Финляндии в Санкт-Петербурге приглашают на юбилейный Калевальский вечер. URL: <http://www.norden.spb.ru/ru/novosti/27-fevralya-1700-khelsinkibar-vo-kadetskaya-liniya-31-obshchestvo-druzei-goroda-turku-spbams/> (дата обращения: 10.05.2022).

²⁰²Promoting Finland's country image. Official website of Ministry for Foreign Affairs of Finland. URL: <https://um.fi/country-image> (accessed: 15.12.2020).

Институт Финляндии в Санкт-Петербурге - центр финской культуры, играет основную роль в реализации имиджевой политики Финляндии²⁰³. Он был открыт в 1882 году и входит в сеть культурно-научных институтов Финляндии, состоящую из 17 автономных некоммерческих организаций по всему миру. Главная цель Института – продвижение и поддержка финской культуры и научного сотрудничества в России через широкий спектр проводимых мероприятий с участием финских деятелей. Благодаря деятельности Института имидж Финляндии в России повышается и укрепляется.

Институт Финляндии объединяет специалистов в области науки, культуры, бизнеса, а управляет им с июня 2017 года Общество «Финляндия-Россия», неправительственная финская организация, продвигающая русскую культуру и язык в Финляндии и содействующая финско-российскому взаимодействию.

При Институте функционирует библиотека, в которой любой желающий может познакомиться с художественной и документальной литературой на финском, русском, английском и шведских языках, детскими книгами, свежими номерами финских газет и журналов и др.²⁰⁴.

Институт Финляндии в Санкт-Петербурге привлекает финских специалистов в работу крупных петербургских проектов (Недели Северных стран, Дни Европы, Недели финского кино). Большой отклик со стороны посетителей Института получили выставки и фестивали, ставшие визитной карточкой организации. Говоря о последних, можно отметить созданный аудиокурс, затрагивающий огромный спектр тем: от литературы и образования до архитектуры и дизайна²⁰⁵.

Институт Финляндии в Санкт-Петербурге совместно с другими зарубежными культурными центрами участвует в различных проектах, тем самым подтверждая свою европейскую идентичность. Ярким примером является участие Института в фестивале «Дни Европы», проводимого по инициативе Представительства Европейского Союза в России и Государственного Эрмитажа в сотрудничестве с генеральными консульствами и культурными институтами стран-членов ЕС в Санкт-Петербурге²⁰⁶.

В 2020 году прошел уже VI международный фестиваль, где Финляндия также представляла себя, проводя ряд мероприятий, позволяющих прикоснуться к финской культуре – знакомство с национальными языками (мастер-классы), искусством (выставка

²⁰³Институт Финляндии в Санкт-Петербурге. URL: <https://instfin.ru/> (дата обращения: 16.10.2020).

²⁰⁴Там же.

²⁰⁵Курс аудиолекций «Финляндия: визитные карточки». URL: <https://instfin.ru/events/arzamas> (дата обращения: 13.12.2020).

²⁰⁶VI Фестиваль Открой свою Европу 2020. URL: <https://eur.ru/> (дата обращения 12.12.2020).

«Альберт Эдельфельт и Романовы»), образованием (презентация вузовских программ для иностранных студентов), кино (фестиваль «Неделя кино Финляндии») и т.д.²⁰⁷.

Значимым для российско-финских контактов мероприятием является Международный некоммерческий фестиваль «Недели Северных стран». Он проводится в регионах Северо-Запада России с 2010 года Генеральными консульствами и Институтами культуры Северных стран при поддержке региональных властей. В 2021 году состоялся 12-й международный фестиваль, ставший традиционным для всего северо-запада России. Главной темой фестиваля 2021 года стала экология. Петрозаводск, Архангельск, Мурманск, Псков, Выборг и, конечно же, Санкт-Петербург вовлечены в организацию культурных мероприятий. В рамках Международного фестиваля проходит немало ярких интересных событий в сфере искусства, литературы, кинематографа, истории, музыки и архитектуры, которые пропагандируют идеи добрососедства и сотрудничества между представителями разных культур²⁰⁸. Например, в 2021 году на фестивале прошли выставки «Культура быта. Recycle & Trash to Fashion», «Современные города Северных стран: экология и устойчивое развитие», круглый стол «Государства всеобщего благосостояния в Норвегии в исторической перспективе», кино Северных стран, лекция с кураторами выставки предметного дизайна²⁰⁹.

Ежегодно при поддержке Генерального консульства Финляндии и Института Финляндии в Санкт-Петербурге, а также Кинофонда Финляндии в Санкт-Петербурге проходят Недели кино Финляндии в Санкт-Петербурге. В период 18–24 ноября 2021 года прошла XXXII Неделя финского кино в Санкт-Петербурге в кинотеатре Аврора²¹⁰.

Кроме этого, проникнуться финским киноискусством можно и в рамках Фестиваля европейского кино. Со 2 марта по 2 апреля 2021 г. в Санкт-Петербурге Представительство ЕС в России, посольства и культурные центры стран ЕС предложили к просмотру самые яркие новинки европейского кинематографа. От Северных стран в программе представлены фильмы Дании, Финляндии и Швеции²¹¹.

Широта проводимых мероприятий позволяет исследуемой стране раскрыться с позиции государства, обладающего богатой, уникальной культурой – кино, язык, изобразительное искусство, литература, музыка и архитектура - погружение в них сближает российский народ с финской культурой.

²⁰⁷Финляндия / VI Фестиваль Открой свою Европу 2020. URL: <https://eur.ru/countries/fi> (дата обращения 12.12.2020).

²⁰⁸Недели северных стран. URL: <http://nordicweeks.ru/> (дата обращения: 15.12.2020).

²⁰⁹Прошедшие события «Недели Северных стран». URL: <https://nordicweeks.ru/#archive> (дата обращения: 11.05.2022).

²¹⁰XXXII неделя кино Финляндии в Санкт-Петербурге. URL: <https://finnishfilmweek.ru/> (дата обращения: 11.05.2022).

²¹¹Фестиваль кино стран ЕС. URL: <https://eufilmfest.ru/> (дата обращения: 22.03.2021).

Санкт-Петербургский научно-культурный центр по исследованию и культуре Скандинавских стран и Финляндии (Санкт-Петербургский Скандинавский Центр) Санкт-Петербургский Скандинавский Центр – одно из подразделений Санкт-Петербургской ассоциации международного сотрудничества, основанное в 2001 году для развития связей со странами Северной Европы. Стимулом к открытию данного Центра стала возросшая роль Санкт-Петербурга в системе российско-скандинавских связей²¹².

Основной целью Центра является поддержка и координирование работы ученых, специалистов и представителей общественности по приоритетным направлениям сотрудничества в области культурных и научных связей, туризма и бизнеса. Центр играет значимую роль в установлении научных контактов с исследовательскими центрами, музеями и библиотеками стран Скандинавии и Финляндии.

Кроме того, в рамках Санкт-Петербургской ассоциации международного сотрудничества осуществляют свою деятельность Общество друзей Турку и Общество друзей Финляндии. Совместно с другими институтами они проводят различные мероприятия и реализуют проекты, продвигая имидж Финляндии в массы.

Санкт-Петербургский Скандинавский Центр вносит весомый вклад в продвижение имиджа страны, осуществляя такие формы сотрудничества как международные конференции и проекты, культурные акции, образовательные обмены и др., а также активно принимает участие в мероприятиях Генерального Консульства Финляндии и Института Финляндии в Санкт-Петербурге.

При содействии Центра в рамках молодежной программы для молодежи «Культурно-образовательные Центры мира: Скандинавские страны и Финляндия» организуют научно-исследовательскую деятельность, поездки в Северные страны с посещением культурных центров, университетов и других учебных заведений, художественных и научно-популярных выставок, проводят презентации по истории и культуре стран Северной Европы в школах и вузах Санкт-Петербурга²¹³. Подобные молодежные программы и поездки в ведущие университеты и колледжи подчеркивают отличное качество образования и науки в Финляндии (приоритетного направления имиджевой политики) и доказывают интерес российских школьников и студентов к исследуемой стране.

²¹²Санкт-Петербургский научно-культурный центр по исследованию и культуре скандинавских стран и Финляндии (Санкт-Петербургский Скандинавский центр). URL: <http://spbaic.ru/index.php?pid=scandinavian> (дата обращения: 29.04.2022).

²¹³Там же.

При содействии кафедры истории Нового и новейшего времени СПбГУ организовываются научные конференции для молодых ученых «Санкт-Петербург и страны Северной Европы» и «Скандинавские чтения»²¹⁴.

Межрегиональная общественная организация «Ассоциация сотрудничества со странами региона Балтийского моря «Норден»

Ассоциация сотрудничества «Норден» была создана в 1996 году с целью содействия международному сотрудничеству между Северо-Западом России, Североевропейскими и Балтийскими странами, поддержки сетевого взаимодействия некоммерческих организаций для укрепления гражданского общества, развития культурных, гуманитарных и профессиональных связей. Для реализации поставленных задач Ассоциация совместно с другими некоммерческими организациями, Администрациями Санкт-Петербурга и Ленинградской области, российскими и международными межправительственными организациями и СМИ реализуют проекты, конференции, тематические круглые столы, семинары на тему сотрудничества регионов²¹⁵.

Ассоциации «Норден» в сотрудничестве с Санкт-Петербургским Скандинавским центром принимает участие в Балтийском форуме неправительственных организаций, который демонстрирует эффективность развития диалога гражданских обществ.

В рамках Ассоциации имидж Финляндии продвигается через деятельность неправительственных организаций, что раскрывает страну с иной точки зрения, например, государства с развитым гражданским обществом.

Скандинавский Культурный центр

Скандинавский Культурный центр – некоммерческий проект, партнерами которого являются Посольства и Консульства Финляндии, Швеции, Дании, Норвегии, Исландии и Эстонии в Москве и Санкт-Петербурге, Датский институт культур, Институт Финляндии в Санкт-Петербурге²¹⁶. Центр сотрудничает со скандинавскими компаниями на территории Российской Федерации и за рубежом. Несмотря на то, что Центр - российский проект, он продвигает имидж Финляндии путем информирования россиян о событиях и мероприятиях, проводимых при участии Скандинавских стран и Финляндии в России, о культуре государств, новостях сферы туризма и образования. Партнерами по линии

²¹⁴Санкт-Петербургский научно-культурный центр по исследованию и культуре скандинавских стран и Финляндии (Санкт-Петербургский Скандинавский центр). URL: <http://spbaic.ru/index.php?pid=scandinavian> (дата обращения: 29.04.2022).

²¹⁵Ассоциация сотрудничества со странами региона Балтийского моря «Норден». О нас. URL: <http://www.norden.spb.ru/ru/o-nas/> (дата обращения: 29.04.2022).

²¹⁶Скандинавский Культурный Центр. URL: <http://www.nordiccenter.ru/ru/project.html> (дата обращения: 03.05.2022).

образовательных программ выступают высшие учебные заведения северных стран, основная часть которых находится в Финляндии и Эстонии.

В 2000 году была открыта Скандинавская школа – частное образовательное учреждение дополнительного образования, деятельность которого направлена на изучение иностранных языков и организацию лингвистических стажировок в Финляндии²¹⁷. Школа имеет центры в Москве и Санкт-Петербурге и сотрудничает с образовательными центрами Финляндии, Швеции, Норвегии, Испании, Англии и Мальты²¹⁸. Они запускают различные проекты для своих студентов. В 2014 году запущен новый проект «Ознакомительная поездка по ВУЗам Финляндии», а в 2017 году появился проект «Ознакомительная поездка по школам Финляндии». Подобные проекты для молодежи популяризируют финскую модель обучения и язык в России.

В Москве и Санкт-Петербурге при Скандинавском Культурном центре также работает специализированная бесплатная библиотека с произведениями авторов стран Скандинавии и Финляндии. Большую помощь в этом проекте оказывают Посольство Финляндии в России и финские библиотеки²¹⁹.

Институт Менеджмента Финляндии

Институт Менеджмента Финляндии – сеть тренинговых компаний, предоставляющих обучение в области управления, международного бизнеса, информационных технологий и коммуникативной компетентности. Офисы компаний располагаются в скандинавских городах и Санкт-Петербурге.

Институт был создан в результате слияния трех компаний: Финского Института Международной торговли, Школы менеджмента и Infor. Позднее к ним присоединились и другие крупные международные компании – Tieturi (Финляндия), Informator (Швеция), ICT, Aspectum. В России Институт работает с 2005 года, за это время он смог реализовать более 700 различных программ обучения для специалистов компаний²²⁰.

Институт формирует имидж Финляндии как передового государства с высокоразвитыми моделями управления и информационными технологиями.

Помимо тренинговых программ Институт менеджмента проводит дни открытых дверей и другие встречи (кофе с экспертами). Так 27 ноября 2020 года состоялось мероприятие, включающее в себя лекции, деловые игры, презентации, круглые столы, посвященные развитию лидерских качеств, личной эффективности, проектных навыков и

²¹⁷Скандинавская школа. URL: <https://nordicschool.ru/about/> (дата обращения: 03.05.2022).

²¹⁸Там же.

²¹⁹Специализированная библиотека Скандинавской литературы. URL: <http://www.nordiccenter.ru/ru/nordic-library.html> (дата обращения: 03.05.2022).

²²⁰Институт Менеджмента Финляндии. О нас. URL: <https://www.mifrussia.org/about/> (дата обращения: 29.04.2022).

HR компетенций. Работая над своей основной задачей, Институт продвигает имидж Финляндии посредством популяризации финской школы как одной из самых молодых управлений, которая за последние годы достигла международного уровня.

Общество «Финляндия–Россия»

Общество «Финляндия–Россия» – общественная финская организация, работающая с 1944 года. Она способствует развитию сотрудничества и контактов между жителями Финляндии и России в разных сферах. Численность Общества составляет около 16000 любителей русского языка и культуры, интересующихся жизнью и бытом финно-угорских народов, а также тех, чья деятельность неразрывна связана с Россией²²¹.

На территории Финляндии работает около 200 организаций Общества, которые занимаются организацией культурных мероприятий – концертов, тематических вечеров, вечеров дружбы, лекций, туристических поездок и др.

Общество «Финляндия–Россия» активно помогает развивать сотрудничество с Россией в рамках проектов Балтийского и Баренцева регионов, продвигая финский имидж через культуру, а также участвует в создании сети сотрудничества гражданских организаций²²².

Общество дружбы «Карелия-Финляндия»

Активно ведется сотрудничество по линии финно-угорских народов (карелы, коми, мордва, вепсы и др.). Финляндия поддерживает их национально-культурное развитие, уделяется внимание вопросам сохранения национально-культурной самобытности. Общество дружбы «Карелия-Финляндия» – некоммерческая организация, занимающаяся проектами продвижения и сохранения финской культуры при поддержке Фонда президентских грантов, грантов Главы Республики Карелия и министерства по национальной и региональной политике Республики Карелия.

Разговорные клубы, лекции и конференции, посвященные культуре и образу жизни людей в Финляндии, выступают еще одной распространенной формой формирования положительного имиджа за рубежом. Например, 24 марта 2021 года состоялась международная конференция «Карельская культура по обе стороны границы: национальные и народные костюмы карелов», одна из тем конференции — национальные костюмы Финляндии²²³.

²²¹Общество «Финляндия–Россия». URL: <http://www.norden.spb.ru/ru/partnery/obshchestvo-finlyandiya-rossiya/> (дата обращения: 29.04.2022).

²²²Suomi–Venäjä-Seura. URL: <https://suomivenajaseura.fi/> (accessed: 12.05.2022).

²²³Карельская культура по обе стороны границы: Национальные и народные костюмы карелов. URL: <http://kizhi.karelia.ru/info/about/pressrelease/2021/12621.html> (дата обращения: 22.03.2021).

Отдельного внимания заслуживают различные образовательные проекты и программы академической мобильности. Образование и молодежные обмены – стратегический приоритет для продвижения имиджа Финляндии. Программа FIRST+ (финско-российская программа обмена студентами и преподавателями) способствует развитию сотрудничества высших учебных заведений Финляндии и России через поддержку мобильности и организацию совместных интенсивных курсов²²⁴. Программа финансируется Министерством образования и культуры и Финским национальным агентством по образованию. В программе задействованы такие учреждения как Московский государственный университет, Санкт-Петербургский государственный университет, Петрозаводский государственный университет, Северный (Арктический) федеральный университет, Университет Турку, Университет Восточной Финляндии, Лаппеенрантский технологический университет и многие другие.

Программа «North2North» еще одна стипендиальная программа, выдвинутая Университетом Арктики²²⁵. С российской стороны в программе участвует Северный (Арктический) федеральный университет. В рамках программы студенты изучают культуру Севера, анализируют предыдущий опыт и приобретают новый в сферах, связанных с Арктикой. Программа объединяет финские университеты, такие как Абу Академия, Лапландский Университет, Лапландский университет прикладных наук, Университет Оулу, Университет Восточной Финляндии, Университет Турку. Направления сотрудничества включают в себя информационные технологии, бизнес, естественные и гуманитарные науки, иностранные языки и др.²²⁶.

Erasmus+ – программа академической мобильности, финансируемая Европейским союзом, для обмена не только студентами, но и идеями и передовым опытом университетов и других организаций стран-партнеров²²⁷. Программа охватывает финские (Университет прикладных наук Метрополия, Университет Турку, Университет прикладных наук Тампере) и российские университеты (Санкт-Петербургский государственный лесотехнический университет, Северный (Арктический) федеральный университет, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого).

Реализуемые программы академической мобильности повышают и подтверждают престиж финского образования, ведь университеты Финляндии входят в список лучших

²²⁴FIRST+ -programme. URL: <https://www.oph.fi/en/programmes/first-programme> (accessed: 05.05.2022).

²²⁵Программа международного обмена «North2North».

URL: <https://narfu.ru/international/structure/arctic/north2north.php> (дата обращения: 05.05.2022).

²²⁶Программы академического обмена. URL: <https://narfu.ru/international/ucheba-za-rubezhom/vuzy-partnyery/> (дата обращения: 06.05.2022).

²²⁷О программе Erasmus+ URL: <http://erasmusplusinrussia.ru/index.php/ru/home-ru-ru> (дата обращения: 06.05.2022).

академических вузов мира. Российские студенты, уезжающие по программам обмена, впитывают культуру страны и делятся ею с остальными по приезду, продвигая положительный образ государства.

Финляндия поддерживает культурные связи и с другими городами Северо-Западного федерального округа. Активное сотрудничество Финляндия осуществляет с Архангельском. Основные направления взаимодействия – это судостроение, лес, Арктика, однако, по словам заместителя председателя Правительства Архангельской области по проектной деятельности Виктора Иконникова, сотрудничество не может ограничиваться только экономикой. Архангельск открыт к совместным социальным, культурным, экологическим, спортивным проектам²²⁸.

Финляндия выступает в качестве организатора и участника различных культурных мероприятий. В 2019 году в Поморской филармонии прошел Органный вечер с Олли Пююлампи (главный органист церкви Каллио в Хельсинки)²²⁹.

Театральные коллективы Финляндии приняли участие в 25-м Фестивале уличных театров, проводимом в 2019 году в Архангельске²³⁰. С 2017 года на площадках Архангельска, Северодвинска и Новодвинска также проходит кинофестиваль Arctic Open, в котором активно проявляют себя в том числе и финские съемочные группы. Фестиваль ориентирован на объединение Арктических стран и интеграцию их культуры²³¹.

С 17 по 28 ноября 2021 года в Мурманске в рамках фестиваля «Недели северных стран» прошли фестивальные дни «Птица Баренц», на которых состоялись интересные дискуссии на актуальные темы для Арктического региона, кинопоказы и ряд культурных мероприятий²³². В том числе в рамках фестиваля в конце ноября прошли XXII Дни кино Финляндии в Мурманске²³³.

С 7 по 26 декабря 2021 года Международный фестиваль «Дни Северных стран» прошел в Петрозаводске, на котором любой желающий смог принять участие в дискуссии и просмотре экологических фильмов, в том числе и финский «Как убить облака».

²²⁸Виктор Иконников: «Мы готовы перенимать опыт, чтобы внедрять лучшее» / Пресс-центр Правительства Архангельской области. URL: <http://dvinanews.ru/-5trxyvdw> (дата обращения 12.12.2020).

²²⁹Органный вечер с Олли Пююлампи / Поморская филармония. URL: http://www.pomorfil.ru/afisha/organnyu-vecher-s-olli-pyuuyulampi/?special_version=Y (дата обращения 12.12.2020).

²³⁰Международный фестиваль Уличных театров. URL: <http://www.teatranova.ru/street> (дата обращения 12.12.2020).

²³¹Международный кинофестиваль стран Арктики Arctic Open. URL: <https://arctic-open.com/> (дата обращения 12.12.2020).

²³²Птица Баренц. URL: <https://barentsbird.ru/> (дата обращения: 13.12.2020).

²³³XXII Дни кино Финляндии в Мурманске. URL: <https://finnishfilmweek.ru/murmansk> (дата обращения: 08.05.2022).

В Мурманске при поддержке Мурманской областной общественной организации «Друзья Финляндии» функционируют русско-финский клуб, проводятся литературные вечера, фотовыставки творческих работ, семинары «Услуги в сфере культуры».

Таким образом, проанализировав нормативно-правовую базу российско-финского взаимодействия, основных акторов, форм и направлений реализации сотрудничества, можно сделать следующие выводы. Имиджевая политика Финляндии закреплена на государственном уровне. Несмотря на то, что четкое понятие внешней культурной политики у Финляндии отсутствует, деятельность Министерства иностранных дел и Министерства образования и культуры охватывает широкий спектр культурных и гуманитарных вопросов. На сайте Министерства иностранных дел опубликованы документы и стратегии по сотрудничеству с приграничными регионами и организациями.

С 2017 года на государственном уровне Стратегией брендинга страны закреплена имиджевая политика Финляндии, согласно которой страна стремится продвигать свои сильные черты как часть имиджа. Документ определяет основные направления работы: культура и искусство, наука и образование, молодежные обмены, музейное дело и туризм. В Стратегии отдельно выделяются институциональные механизмы, деятельность которых неразрывно связана с реализацией имиджевой политики.

Финляндия – активный член международных и региональных организаций, участвуя в проектах которых она стремится распространять свой имидж, тем самым подтверждая и укрепляя европейскую идентичность.

Сотрудничество с Россией ведется и на двусторонней основе в рамках государственных и частных организаций. Деятельность финских и российских институтов и центров, участие в международных конференциях и форумах, совместная реализация коммерческих и некоммерческих проектов, расширение связей в области спорта, транспорта, экологии – все это активно способствует формированию и продвижению разностороннего образа Финляндии.

Наибольшую активность исследуемая страна проявляет в Северо-Западном регионе, а именно в культурной столице России – Санкт-Петербурге, выделяя его в качестве главного центра имиджевой деятельности. Северный сосед действует в соответствии с целями и задачами, выдвинутыми в Стратегии брендинга страны, делая упор на сферу культурного сотрудничества, образовательной деятельности и молодежных обменов.

Можно выделить несколько основных направлений финской имиджевой политики в России:

— творческая и художественная сфера, включающая театр, музыку, кино, литературу, изобразительное искусство;

— культурное наследие и охрана исторических памятников, в том числе работы по увековечению памяти российских (советских) военнослужащих в Финляндии и финских военнослужащих в России, погибших во Второй мировой войне;

— изучение и продвижение языка;

— образование и наука;

— музейное дело;

— спорт;

— туризм;

— молодежные обмены;

— СМИ.

К формам сотрудничества относятся:

— фестивали («Дни Европы», «Птица Баренц»);

— выставки («Культура быта. Recycle & Trash to Fashion»);

— концерты и гастролы (Органный вечер с Олли Пююлампи в Поморской филармонии),

— культурные сезоны – дни и недели («Недели финского кино», «Недели Северных стран»),

— международные спортивные соревнования, чемпионаты и олимпиады (Олимпийские игры, Еврохоккейтур);

— образовательные и научные программы обмена, стажировки и гранты (North2North, FIRST+, Erasmus +);

— языковые курсы (Скандинавские школы);

— открытие информационно-культурных центров, домов и обществ дружбы (Общество дружбы «Россия-Финляндия», Институт Финляндии в Санкт-Петербурге).

ГЛАВА 3 АНАЛИЗ ФИНСКОЙ ИМИДЖЕВОЙ ПОЛИТИКИ В РОССИИ

3.1 Роль брендов Финляндии в формировании имиджа страны

В 2021 году Финляндия вновь, уже четвертый раз подряд, заняла первое место в рейтинге самых счастливых стран мира, составляемого под эгидой ООН²³⁴. В России же наоборот, согласно опросам социологов, количество людей, которые чувствуют себя счастливыми, неуклонно уменьшается: индекс счастья в стране опустился на самый низкий уровень за последние девять лет²³⁵.

Статистика показывает, что все больше и больше россиян хотят переехать из России, и одним из популярных вариантов является Финляндия и Скандинавские страны²³⁶. Это связано не только с географической близостью данного региона, но также и с успешной политикой продвижения имиджа страны за рубежом.

На рубеже тысячелетий три фактора внесли решающий вклад в изменение имиджа Финляндии как страны: подъем Nokia, последствия распада Советского Союза и вступление Финляндии в ЕС. С другой стороны, бренд страны по-прежнему остается под влиянием воспоминаний о прошедших войнах, превращения страны в скандинавское государство всеобщего благосостояния и последующего роста благосостояния и ноу-хау²³⁷.

В отличие от репутации, для изменения бренда страны требуется много времени. Работа с брендом страны должна включать целенаправленную и настойчивую пропаганду, коммуникации и маркетинг. Бренд страны также включает в себя вещи, на которые нельзя повлиять, например, географическое положение, историю, войны и известных финнов. Успешная работа по брендингу страны в конечном итоге находит свое отражение в таких важных областях, как политика и экономика. Создание бренда Финляндии — это долгосрочная работа с успешным изменением формы на протяжении всей истории страны²³⁸.

В статье Айры Калб, президента международной консалтинговой и обучающей фирмы Kalb & Associates, доцента кафедры клинического маркетинга в Школе бизнеса Маршалла Университета Южной Калифорнии, поднимается проблема слабой узнаваемости финских брендов: «Финляндия не очень известна за пределами своих границ — особенно в Соединенных Штатах. На самом деле, когда я говорю своим друзьям и коллегам, что еду в

²³⁴Индекс счастья: Финляндия на первом месте, несмотря на пандемию; россиянам все грустнее. URL: <https://www.bbc.com/russian/news-56471115> (дата обращения: 15.04.2021).

²³⁵Там же.

²³⁶Россияне стали второй по численности группой эмигрантов в Финляндию в 2018 году. URL: <https://tass.ru/obschestvo/6556806> (дата обращения: 20.04.2021).

²³⁷Building the image of Finland. Review of the country image work in 2015-2016. URL: https://toolbox.finland.fi/wp-content/uploads/sites/2/2017/04/finland-promotion-board-review-of-the-country-image-work-2015_2016.pdf (accessed: 07.05.2022).

²³⁸Ibid.

Финляндию, в следующий раз, когда они видят меня, они спрашивают: «Когда ты собираешься в Швецию..., Норвегию..., Данию...?» Они редко, если вообще когда-либо, вспоминают, что я еду в Финляндию». Автор отмечает, что первой ассоциацией о Финляндии, возникающей в сознании людей, является прилагательное «холодно» или «не знаю»²³⁹.

Узнаваемость бренда важна для экономической жизни страны, поскольку в соответствии с главным правилом маркетинга, если потенциальные покупатели не вспомнят бренд «made in Finland», вряд ли они захотят приобрести продукт или услугу²⁴⁰. Так автор статьи приходит к выводу о важности продвижения финских компаний и их товаров на международный рынок. Правительство Финляндии также понимало необходимость решения данной проблемы, что и сподвигло его определить сильные стороны государства для проведения имиджевой политики.

В отчетах финского правительства по реализации имиджевой политики за 2015–2016 гг. подчеркивается, что мировые СМИ отмечают высокое качество финского образования. Помимо этого, Финляндия положительно изображалась в СМИ как государство всеобщего благосостояния с хорошо функционирующим обществом и отсутствием коррупции²⁴¹.

Репутация Финляндии как эксперта в области высоких технологий поддерживается благодаря стартапам, экологически чистым технологиям, финскому разработчику компьютерных игр Rovio и игровой индустрии в целом, а также непрекращающемуся интересу к Nokia. Что касается отдельных финнов, то к наиболее заметным именам относятся гонщики Формулы-1, художники и дизайнеры, такие как Кими Райкконен, Саара Аалто, Туве Янссон и Алвар Аалто. В политической сфере заметным европейским деятелем в мировых СМИ выступил бывший премьер-министр Александр Стубб, а также министр иностранных дел Тимо Сойни и премьер-министр Юха Сипиля²⁴².

В 2020 году компания FutureBrand опубликовала документ FutureBrand Country Index, в котором страны рассматриваются с точки зрения успешности бренда. В этом рейтинге Финляндия занимает 7 место. Наивысшие оценки получили сфера образования и здравоохранения, безопасности, экологии и технологий. Наиболее сильными брендами признаны Моторола (Motorola), Маримекко (Marimekko), Нокиа (Nokia), водка Финляндия (vodka Finlandia) и авиаперевозчиком Финнэйр (Finnair)²⁴³. В число самых популярных

²³⁹Kalb, I. Finland Needs To Start Advertising How Great It Is / Ira Kalb. URL: <https://www.businessinsider.com/heres-how-finlands-marketing-problem-has-turned-into-an-economic-problem-2014-10> (accessed: 03.05.2022).

²⁴⁰ Ibid.

²⁴¹ Building the image of Finland. Review of the country image work in 2015-2016. Ibid.

²⁴² Ibid.

²⁴³ Finland 25 2022. The annual report on the most valuable and strongest Finnish brands. URL: <https://brandirectory.com/download-report/brand-finance-finland-25-2022-preview.pdf> (accessed: 11.05.2022).

ассоциаций вошли природа, холод, леса, дружелюбность, чистота, леса, озера, сауна, технологии, образование, прогрессивность и продвинутость²⁴⁴.

Ранее мы отмечали, что бренд способен усилить конкурентное преимущество страны. Важно, чтобы бренды отражали сильные стороны государства, его национальную культуру, достижения и ценности, усиливая международный и политический авторитет страны.

Так, рекламный слоган финской компании телекоммуникационного оборудования «Нокиа» гласит «Соединяя людей», отражая черты финского менталитета – дружелюбие, спокойствие, сплоченность. Слоган еще одного известного финского бренда, авиаперевозчика Финнэйр - «Создан для вас», показывает ценности Финляндии: инклюзивность и чуткий подход. Он же по совместительству является официальным перевозчиком финского Санта-Клауса, Йоулупукки – яркого сказочного персонажа. Финская дизайнерская компания Маримекко отличается броскими, пестрыми и красочными принтами, отражая причудливость народа и его смелость. Рекламная кампания водки Финляндия продвигает лозунг «Финляндия. Водка с вершины мира», целью которого является создание образа мифической страны с чистыми льдами и холодными снегами и стойких, творческих людей.

Таким образом, мы видим, что Финляндия богата брендами, отражающих особенности нации, ее культурные особенности и даже отдельных лиц. Благодаря успешным рекламным кампаниям, перечисленные бренды смогли распространиться по всему миру и закрепиться в сознании потребителей, тем самым положительно повлияв на формирование имиджа Финляндии, что и отражается в современных рейтингах. Продолжая политику продвижения национальных брендов, исследуемое государство способно приобщить к своей культуре большее количество граждан и, тем самым, еще больше усилить свой авторитет в международной среде.

3.2 Образ Финляндии в российских СМИ

Невозможно оценить успешность имиджевой политики государства без анализа мнений и представлений российской общественности об исследуемой стране, поэтому для полноценного исследования предлагается проанализировать российские средства массовой

²⁴⁴The FutureBrand Country Index 2020. November 2020. URL: <https://www.futurebrand.com/futurebrand-country-index-2020> (accessed: 30.12.2021).

информации как мощнейшего средства воздействия на массовое сознание, важнейшего средства коммуникации и выражения мысли²⁴⁵.

Для оценки укоренившегося имиджа Финляндии в сознании российского общества были использованы методы машинного обучения и сентимент-анализа.

Отечественные ученые А.П. Суходолов, А.М. Бычкова и С.С. Ованесян определяют машинное обучение как «одно из направлений развития искусственного интеллекта, основной принцип которого заключается в том, что машины получают данные и обучаются на них, обнаруживая определенные закономерности»²⁴⁶.

Сегодня метод машинного обучения широко применяется в различных сферах – науке, бизнесе, управлении, становясь перспективным инструментом для поиска решений. Обучившись на больших наборах данных, системы способны быстро применять эти знания и выявлять зависимости на широком диапазоне временных отрезков. Анализ столь большого количества информации и извлечение подобных знаний ручным трудом практически не представляется возможным.

Выдвинем гипотезу о том, что приведенный ранее перечень мероприятий и проектов, программ приграничного сотрудничества, институтов и центров, в полной мере способствует укоренению положительного имиджа Финляндии в сознании российского общества.

Проверка данной гипотезы осуществлялась на материале корпуса статей наиболее популярных новостных изданий в России, которые освещают широкий спектр тем: ТАСС, Газета, Интерфакс, Russia Today, РИА Новости, Известия, за период с 1 июля 2012 года по 12 августа 2019 года. Именно в этот период, до начала пандемии российско-финское сотрудничество получило наибольший расцвет.

Темы статей условно разделяются на следующие рубрики: спорт, внешняя и внутренняя политика, бизнес, технологии, экономика, культура, происшествия, наука, интервью. Широкий диапазон тем представленных материалов позволил рассмотреть имиджевую политику Финляндии с разных углов.

Первым этапом работы с имеющимся корпусом стало формирование подкорпуса новостей о Финляндии. Для этого был составлен массив ключевых слов, с помощью которого осуществлялся отбор релевантных статей. Например, Финляндия, Хельсинки,

²⁴⁵Володина, М.Н. Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание / М.Н. Володина. – М., 2003. – 458с. URL: <http://genhis.philol.msu.ru/yazyk-smi-osnovnoe-sredstvo-vozdfejstviya-na-massovoe-soznanie/> (дата обращения: 07.05.2022).

²⁴⁶Суходолов, А.П., Бычкова, А.М., Ованесян, С.С. Журналистика с искусственным интеллектом / А.П. Суходолов, А.М. Бычкова, С.С. Ованесян // Вопросы теории и практики журналистики. - 2019. №4. – С.651. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhurnalistika-s-iskusstvennym-intellektom> (дата обращения: 11.05.2022).

Саули Ниинистё, зимняя война, Nokia и другие. Статья становилась частью выборки, если хотя бы одно из ключевых слов присутствовало в заголовке статьи.

Полученная подвыборка состояла из 8639 статей. Важно отметить, что около 27% новостей, связанных с Финляндией, относились к рубрике спорта, что символизирует о его значимости в российско-финляндских отношениях. В большей степени статьи отражали результаты матчей и исходы соревнований. Однако преобладание спортивной тематики в подкорпусе создает препятствие выявлению зависимости в других сферах, поэтому для решения задач данного исследования было принято решение исключить спортивные новости из анализа. После исключения новостей спортивной тематики исследуемый корпус сократился до 6301 статьи.

На рисунке 2 представлен график количества публикаций о Финляндии в СМИ за период с 1 июля 2012 года по 12 августа 2019 года без раздела «спорт». Можно заметить, что частотность новостей разнится, в отдельные даты их значительно больше. Как правило, в дни с наибольшим количеством публикаций происходили значимые события. Например, 01.07.2015 – Председателю Госдумы Сергею Нарышкину не разрешили въезд в Финляндию для участия в сессии Парламентской Ассамблеи ОБСЕ, Посол Финляндии в России Ханну Химанен был вызван в МИД РФ. 08.01.2016 – семья русской женщины потребовала от властей Финляндии вернуть сына (ребенка ранее изъяли без объяснения причин и передали в частный детский дом). 29.01.2016 – Пресс-конференция Российского премьер-министра Дмитрия Медведева с финским коллегой Юхой Сипиля. 16.07.2018 – Саммит Россия-США с участием президентов Владимира Путина и Дональда Трампа в Хельсинки.

Отсюда можно сделать вывод, что существует прямая корреляция между значимым событием и количеством публикаций в СМИ.

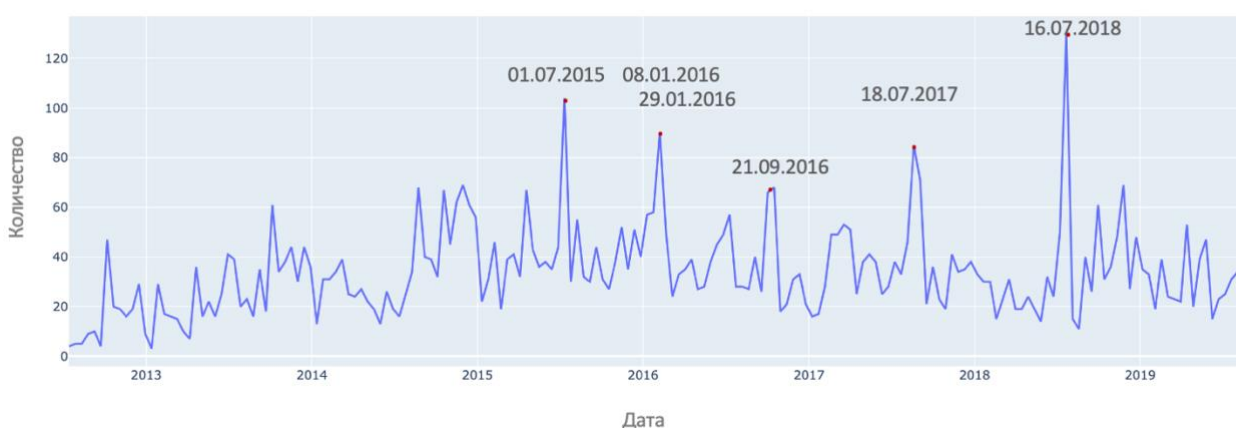


Рисунок 2. Количество публикаций о Финляндии в СМИ в период 01.07.2012–12.08.2019

Составлено автором

На следующем этапе с помощью модели RuBERT, обученной на задачу классификации сентимента на агрегированном корпусе размеченных текстов, был проведен сентимент-анализ заголовков.

Под сентимент-анализом текста понимают класс методов автоматического выделения в текстах эмоционально окрашенной лексики и эмоциональной оценки авторов по отношению к объектам, о которых идет речь в тексте²⁴⁷. С помощью данного метода можно измерить тональность высказываний по отношению к Финляндии и связанным с ней событиями.

На рисунке 3 представлен усредненный индекс тональности заголовков. Исходя из графика, преимущественно новости носят положительный или нейтральный характер. Интересно отследить, какие события получили наибольшую положительную и отрицательную окраску. Например, позитивную тональную оценку получили следующие новости: 13.02.2013 – Финляндия не собирается вступать в НАТО; 28.01.2018 – переизбрание президента Финляндии Саули Ниинистё, который отметил, что не видит причин для перемен в отношении с Россией; 03.02.2018 – Президент Финляндии в 69 лет в третий раз стал отцом.

Негативной тональной оценкой были отмечены следующие статьи: 14.08.2016 – Движение «Аллегро» полностью до сих пор не восстановлено; 12.01.2019 – Глава МИД Финляндии заявил о разных позициях Хельсинки и Москвы по некоторым вопросам.

Визуальный анализ показывает, что общая тональность новостей, связанных с Финляндией, положительна. Среди новостей с положительной и нейтральной оценкой встречаются релизы и пост-релизы российско-финских и региональных мероприятий и проектов, аналитические статьи о деятельности институтов, обзоры последних событий. Хотя доля новостей о многостороннем и двустороннем культурном сотрудничестве в общем массиве статей невелика, они формируют положительный имидж Финляндии в сознании россиян.

²⁴⁷Богданов, А.Л., Дуля, И.С. Сентимент-анализ коротких русскоязычных текстов в социальных медиа / А.Л. Богданов, И.С. Дуля // Вестник Том. гос. ун-та. Экономика. - 2019. №47. – С.224. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sentiment-analiz-korotkih-russkoyazychnyh-tekstov-v-sotsialnyh-media> (дата обращения: 09.05.2022).

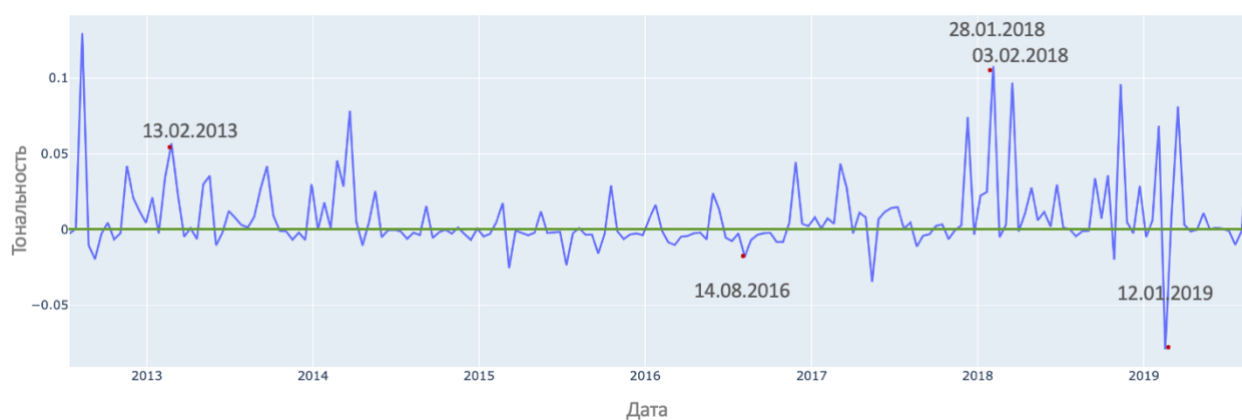


Рисунок 3. Усредненный индекс тональности заголовков в период 01.07.2012–12.08.2019

Составлено автором

Модель SlovNet, обученная на задачу извлечения именованных сущностей, позволила выявить о каких географических наименованиях, личностях, организациях пишут в новостях. Чаще всего встречаются названия региональных организаций: Совет Европы, Арктический совет, Европейский союз; финские бренды: Nokia, Finnair, Valio, Neste, Finavia, Stockmann, Fazer, Seppala; финские информационные инструменты: газеты Italehti, Ilta-Sanomat, телерадиокомпания Yle; инструменты культурного сотрудничества: Дома Финляндии – центры проведения мероприятий и деловые партнеры компаний и деятелей культуры, выступления финского национального балета в Большом театре, гастроли Мариинского театра в Финляндии; а также Fennovoima - финская энергетическая компания с российской долей, Северный поток 2, Хельсинки, РЖД и их совместные проекты по скоростным поездам «Аллегро».

Эта часть исследования показывает, что Финляндия зачастую освящается в рамках ее деятельности в региональных организациях, активную роль в продвижении имиджа страны играют финские информационные агентства, а также культурные связи, которые ведутся через специализированные институты (Дома Финляндии) и по линиям культурных учреждений (Мариинский театр, Большой театр). Стоит также учитывать, что ранее мы исключили из анализа рубрику «Спорт», однако, спортивное сотрудничество также активно ведется между странами, рисуя в сознании российского общества представления об активных, спортивных, вовлеченных финнах.

Для полноценного понимания представлений россиян о Финляндии был проведен лингвистический анализ содержания следующих статей о Финляндии: «Как живут финны и чему у них можно научиться (а чему не стоит)» Марии Смирновой («РБК» 11 апреля 2018 г.)²⁴⁸ и «Жизнь в Финляндии, или как понять финский менталитет» Марии Стефанович

²⁴⁸Как живут финны и чему у них можно научиться (а чему не стоит). URL: <https://style.rbc.ru/life/5a7c59649a794771a9c23353> (дата обращения: 15.04.2021).

(«Hotcourses Russia» 30 сентября 2019 г.)²⁴⁹. Кроме того, приведен пример финской концепции, взятый из статьи «Отрыжка, порча воздуха и сдавленные вопли в подушку» Любови Шалыгиной («Лента.ру» 12 июня 2018 г.)²⁵⁰, которая является переводом книги финского писателя и журналиста Миски Рантанена «Калсарикянни: Финский способ снятия стресса». Выбор данных статей обосновывается тем, что они, по мнению автора, предлагают достаточно информации для анализа и дают ответы на вопросы о том, какая лексика используется при описании Финляндии в российских СМИ, и как тем самым формируется ее образ.

Проанализировав и обобщив содержание статьи «Как живут финны и чему у них можно научиться (а чему не стоит)»²⁵¹, можно выделить следующие пункты, формирующие положительное представление об образе жизни финнов у русских читателей:

— социальная политика. В статье описывается такой феномен как lapsilisä – зарплата с рождения. Государство начисляет родителям выплаты на ребенка с рождения до 17 лет²⁵²;

— культура отдыха – в Финляндии не принято задерживаться на работе, люди уважают личное свободное время друг друга;

— финские национальные блюда. В качестве примера в данной статье описывается пирожное Рунеберга, или «рунебергинтортту», которое напоминает ромовую бабу²⁵³. Оно изготавливается из миндального теста, пропитывается сиропом и украшается малиновым вареньем. Пирожное назвали в честь известного национального поэта Йохана Людвига Рунеберга, и в честь его дня рождения (5 февраля) они продаются в магазинах исключительно с середины января до первой декады февраля;

— бесплатная питьевая вода и культура кофе. В финских ресторанах и кафе бесплатно подают питьевую воду, а также повсюду стоят многочисленные кулеры для желающих. Кроме того отмечается, что большинство финнов обожают кофе и готовы употреблять его в больших количествах.

— особенности национальных праздников. В Финляндии придумали свой традиционный праздник Пиккуйоулу, или «маленькое Рождество»²⁵⁴. Идея данной традиции заключается в том, что с конца ноября Пиккуйоулу можно отпраздновать с

²⁴⁹Жизнь в Финляндии, или как понять финский менталитет. URL: <https://www.hotcourses.ru/study-in-finland/latest-news/lifestyle-in-finland/> (дата обращения: 15.04.2021).

²⁵⁰Отрыжка, порча воздуха и сдавленные вопли в подушку. URL: <https://lenta.ru/articles/2018/06/12/books/> (дата обращения: 15.04.2021).

²⁵¹Как живут финны и чему у них можно научиться (а чему не стоит).

²⁵²Там же.

²⁵³Там же.

²⁵⁴Там же.

разными компаниями друзей несколько раз, а сам праздник Рождества встретить в кругу семьи;

— практичность и ответственность финнов перед животными. На улицах Финляндии отсутствуют бездомные животные, гуляют они на поводках, без присмотра не остаются, и к тому же питомцы чипируются, чтобы их можно было поймать и опознать в случае пропажи, за что хозяину дадут большой штраф за недосмотр.

Все перечисленные пункты действительно рисуют в сознании русского читателя образ страны, заботящейся о своих гражданах, обеспечивающей достойные социальные блага, а также создающую и поддерживающую уникальные национальные традиции, которые формируют особую идентичность финнов.

В качестве непривлекательных сторон финского образа жизни авторы статьи выделяют следующие:

— двойственный подход в медицине: несмотря на ответственный подход финской медицины к серьезным заболеваниям, легкие недомогания и простуда лечатся лишь ибупрофеном;

— национальные черты характера: отсутствие спонтанности и чрезмерное планирование финнов, порождающие необходимость продумывания мероприятий заранее, непривычны людям с русским менталитетом;

— минимализм во всем. Данный пункт касается в национальных особенностях сервировки стола: если вас позовут в гости, большого разнообразия блюд и пышного стола, как принято в русской культуре, не будет, зачастую, на посиделках предлагают лишь кофе с конфетами или пирогами;

— вопросы моды. В статье авторы подчеркивают распространенность кроссов в повседневной жизни несмотря на то, что это пляжная обувь²⁵⁵. Это легко объясняется основными принципами финского образа жизни – практичность и удобство, и вряд ли это можно назвать фактором, создающим отрицательный имидж государства.

Во второй статье «Жизнь в Финляндии, или как понять финский менталитет» (Hotcourses Russia)²⁵⁶ автор выделяет следующие характерные черты финской культуры:

— финский менталитет: самостоятельность, независимость, честность, улыбочивость, умиротворенность, дружелюбность, ненавязчивость, чувство личного пространства²⁵⁷;

²⁵⁵Как живут финны и чему у них можно научиться (а чему не стоит).

²⁵⁶Жизнь в Финляндии, или как понять финский менталитет.

²⁵⁷Там же.

— забота об экологии, включающая в себя бережное отношение к природе, экологически чистые производства, сбор и сортировка мусора и пр.;

— высокий уровень жизни, низкий уровень коррупции – «государственные органы служат народу, а не наоборот»²⁵⁸;

— особенности национальной кухни: предпочтение отдается простым блюдам из рыбы и мяса диких животных, лесных ягод и грибов, но в то же время широко распространена культура фаст-фуда – еда готовится с большим количеством уксуса, майонеза, специй и масла;

— финский уют, продуманный до мелочей, обустроенность жилища – наличие в многоквартирных домах прачечных, сушильных камер, спортивных залов и даже саун для удобства жителей;

— поддержка студентов, квалифицированных специалистов и талантливых предпринимателей субсидиями от государства;

— здоровый образ жизни граждан – доступность бесплатных спортивных площадок на свежем воздухе, пропаганда спорта и активного досуга;

— спокойный и размеренный образ жизни, соблюдение законов и забота о природе.

Как мы видим, количество привлекательных черт превалирует, и в сознании людей вырисовывается некий образ жителя Финляндии и его размеренной жизни. Многие из перечисленных пунктов уже стали национальными стереотипами, например, о пунктуальности и сдержанности финнов, другие же могут показать страну с новой стороны.

Если рассматривать статьи с лингвистической точки зрения, то стоит отметить огромное количество прилагательных: традиции характеризуются как «отличные»²⁵⁹, народ «практичный»²⁶⁰, финский менталитет – «очень приятный»²⁶¹, северная Европа – «благополучной»²⁶², а финны как народ «умиротворенный, дружелюбный и ненавязчивый»²⁶³, «особенно достойный подражанию»²⁶⁴. Неоднократно в первой статье подчеркивается, что России стоит перенять некоторые пункты уклада жизни финнов, хотя есть и пункты, которые перенимать не стоит, что фактически выставляет Финляндию как хороший пример для подражания и улучшает ее имидж в глазах русских читателей.

²⁵⁸Жизнь в Финляндии, или как понять финский менталитет.

²⁵⁹Как живут финны и чему у них можно научиться (а чему не стоит).

²⁶⁰Там же.

²⁶¹Жизнь в Финляндии, или как понять финский менталитет.

²⁶²Как живут финны и чему у них можно научиться (а чему не стоит).

²⁶³Жизнь в Финляндии, или как понять финский менталитет.

²⁶⁴Как живут финны и чему у них можно научиться (а чему не стоит).

Кроме прилагательных, в статье используются разные устойчивые выражения, такие как «курица — не птица, Финляндия — не заграница»²⁶⁵, подчеркивающее географическую и ментальную близость с Россией, «мой дом – моя крепость»²⁶⁶, передающее трепетное отношение финнов к своему дому.

Еще одна интересная культурная особенность финского образа жизни, которая привлекает внимание и заслуживает отдельного рассмотрения, описана в статье «Отрыжка, порча воздуха и сдавленные вопли в подушку»²⁶⁷, являющейся переведенным фрагментом книги финского писателя Миски Рантанена «Калсарикянни: Финский способ снятия стресса».

Интернет-газета «Лента.ру» знакомит русскоязычного читателя с особенной концепцией финского отдыха – калсарикянни. Впервые это слово вошло в сетевую версию словаря современного финского языка в 2014 году, а в 2017 году оно появилось в СМИ и получило широкую огласку²⁶⁸.

Калсарикянни объединяет два финских слова: калсари (kalsari) – кальсоны и кяни (känni) – опьянение²⁶⁹. Таким образом, описывается вся суть процесса. Калсарикянни — распитие спиртных напитков в нижнем белье дома без каких-либо планов. Миски Рантанена говорит, что такой вид времяпрепровождения помогает финнам расслабиться и восстановить силы в слишком беспокойном современном мире.

Погодные условия и климат, особенности расселения финнов на длинные расстояния объясняют зарождение и развитие этой концепции. Для передачи обстановки автор использует следующие выражения: «темно хоть глаз выколи, холодно», «лупит мокрый снег или дождь», «кругом ни души, а чтобы эту душу встретить, нужно проделать немалый путь», «сумрачное, дождливое и безрадостное время года, длящееся в Финляндии около девяти с половиной месяцев»²⁷⁰.

Несмотря на то, что обычно тематика употребления алкоголя, как правило, вызывает у общества негативную реакцию, данная концепция описывается исключительно с положительной точки зрения.

В статье упоминается еще одна концепция – сису. Это важная особенность финского национального характера, которую они продвигают как один из символов культуры. Сису – сложно перевести единым понятием, поскольку оно объединяет сразу несколько черт характера, таких как выдержка, выносливость, стойкость, прямолинейность, упорство,

²⁶⁵Как живут финны и чему у них можно научиться (а чему не стоит).

²⁶⁶Жизнь в Финляндии, или как понять финский менталитет.

²⁶⁷Отрыжка, порча воздуха и сдавленные вопли в подушку.

²⁶⁸Там же.

²⁶⁹Там же.

²⁷⁰Там же.

переходящее в упрямство, в связи с чем некоторые трактуют это как «баранье упрямство»^{271,272}. Сису проявляется перед лицом непреодолимых препятствий, в моменты, когда нужная цель кажется недостижимой.

Эта концепция зародилась еще в XVIII веке, когда финский епископ Даниэль Юслениус дал определение термину «сисукунда» – место в человеческом теле, где рождаются сильные эмоции²⁷³. Сису сыграло большую роль при формировании финнов как нации. В 1917 году, когда Финляндия получила независимость от России, концепция «сильного духа» помогла самоопределению нации и стала «общественным клеем»²⁷⁴. Вся история Финляндии последнего столетия лишь усиливает представления финнов о том, что сису – их национальная черта. К историческим примерам проявления стойкости и прохождения трудных этапов с достоинством относят полную выплату репараций Советскому Союзу по итогам Зимней войны, несмотря на сложное положение страны и скудные ресурсы²⁷⁵. Одним из более современных примеров, олицетворяющих дух сису, является Вейкка Густафссон – первый финн, поднявшийся на Эверест в 1993 году и к 2009 году покоривший без использования кислорода все 14 восьмитысячников мира.

Результаты проведенного анализа позволяют сделать некоторые частные выводы, представляющие интерес для нашего исследования: слова, используемые для описания Финляндии, в большей степени являются нейтральными или положительными, что еще раз подтверждает сделанный ранее вывод с помощью сентимент-анализа новостей.

Большинство из слов имеют прямое значение, переносные значения практически не используются, что свидетельствует о стремлении напрямую, без лишней окраски представить образ страны.

Статистика показывает, что самые частые гости Финляндии – россияне²⁷⁶, а это значит, что образ, создаваемый посредством СМИ, вызывает положительные эмоции у жителей России. Согласно исследованию интернет-журнала «Европульс», высокий уровень счастья финнов – самый популярный ответ среди респондентов²⁷⁷.

²⁷¹Отрыжка, порча воздуха и сдавленные вопли в подушку.

²⁷²Сису: финский способ проходить сквозь гранит. URL: <https://www.bbc.com/russian/vert-cap-44316464> (дата обращения: 20.04.2021).

²⁷³Там же.

²⁷⁴Там же.

²⁷⁵Там же.

²⁷⁶Italehti (Финляндия): российские туристы заново открыли для себя Финляндию — в 2019 году прибыль от российских туристов составила больше полумиллиарда. URL: <https://clck.ru/UQ6RX> (дата обращения: 20.04.2021).

²⁷⁷Почему Финляндия считается самой счастливой страной мира. URL: <https://euro-pulse.ru/euroexpress/pochemu-finlyandiya-schitaetsya-samoj-schastlivoj-stranoj-mira/> (дата обращения: 15.04.2021).

Финляндия работает по четырем направлениям брендинга – туристический, культурный, технологический и общественно-политический бренд²⁷⁸. В исследуемых статьях акцент делается на продвижении культурного, туристического и общественно-политического бренда страны, что соответствует основным направлениям работы, выдвинутым в Стратегии брендинга страны.

Кроме этого, элементы культурного бренда прослеживаются в статьях о сервисе и об образовании в Финляндии. Открытость людей, готовность помогать другим, равенство всех – транслируют особенности культуры и общественные данной страны. Описание рабочей жизни, выплат и субсидий, свободы выбора и политической стабильности продвигает общественно-политический бренд Финляндии.

²⁷⁸Хакала, Й. Образ Финляндии в российских СМИ : диплом. работа. Университет Тампере, Тампере, 2020. URL: <https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/119865/HakalaJonna.pdf?sequence=2&isAllowed=y> (дата обращения: 15.04.2021).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В современную эпоху роль имиджа государства, транслируемого в международное сообщество, значительно возросла. На первый план стали выступать не столько особенности трансляции имиджа самим государством, сколько его интерпретации мировым сообществом.

Проблема политического имиджа привлекает внимание ученых и практиков, а также любого индивида, который интересуется развитием современного общества и развитием политических процессов.

Имидж имеет определенный набор характеристик. Он может быть как позитивным, так и негативным, осознанным или неосознанным, стихийным или управляемым и т.д. Основная цель имиджевой политики – создание максимально структурированного пространства для содействия положительному восприятию интересов государства. Положительный имидж способствует продвижению национальных интересов страны на мировой арене, в то время как негативный будет мешать процессу и создавать почвы для конфликтов.

Современный имидж страны определяется, прежде всего, качеством информационной работы с целевыми группами потребителей. Он может формироваться посредством различных коммуникационных технологий, СМИ, через деятельность культурных центров, организаций и др.

Данная работа сфокусирована на особенностях имиджевой политики Финляндии, как одной из стран, в которых она закреплена на национальном уровне. Россия является одной из наиболее приоритетных стран для транслирования финского имиджа, которые выделяются финской Стратегией брендинга. Это обосновывается географической близостью, а также общим историческим и культурным прошлым. Начиная с 1992 года страны начинают активное сотрудничество, связи расширяются, появляются новые области взаимодействия.

Однако активность Финляндия на территории Российской Федерации распределена неравномерно, фокус внимания направлен на Северо-западный федеральный округ, и конкретно на Санкт-Петербург как культурную столицу.

Проанализировав нормативно-правовую базу, соглашения о сотрудничестве Финляндии и России, деятельность культурных центров, институтов, а также различные мероприятия и проекты можно сделать вывод о том, что Правительство Финляндии и другие политические и общественные институты активно работают над продвижением положительного образа страны за рубежом. Финская имиджевая политика проводится сразу в нескольких направлениях, затрагивающих широкий спектр областей, в том числе

фокусируясь на приоритетных сферах, закрепленных в Стратегии. Широта форм сотрудничества позволяет Финляндии раскрыться с разных сторон, представляя свои сильные стороны и достижения в культурной, политической, экономической и общественной сферах.

Однако имиджевая политика Финляндии не ограничивается только гуманитарным и культурным сотрудничеством, задействуются и смежные области. Так, например, успешный запуск скоростного поезда Санкт-Петербург–Хельсинки финских железных дорог VR Ltd вызвал рост числа желающих посетить соседнюю страну. Туризм непременно влияет на формирование мнения о стране, и в то же время позитивный имидж влияет на уровень развития туризма. Россия занимает первое место по количеству туристов, посещающих Финляндию, что позволяет сделать предварительные выводы об успешности проводимой имиджевой политики.

Тем не менее, анализа нормативно-правовой базы, институциональных механизмов, направлений и форм сотрудничества недостаточно для оценки эффективности имиджевой политики. В данном исследовании при помощи методов машинного обучения и сентимент-анализа были проанализированы российские средства массовой информации для комплексной оценки мнений и представлений российской общественности об исследуемой стране. Благодаря этому удалось сделать следующий вывод: преимущественно новости о Финляндии носят позитивный или нейтральный характер, что укореняет положительный имидж о стране у российского читателя.

Для выявления более точных образов и ассоциаций, связанных с Финляндией, был проведен лингвистический анализ статей русскоязычных СМИ «Как живут финны и чему у них можно научиться (а чему не стоит)», «Жизнь в Финляндии, или как понять финский менталитет» и «Отрыжка, порча воздуха и сдавленные вопли в подушку». Обобщив результаты, Финляндия предстает перед нами как успешно развивающееся демократическое государство с европейскими культурными ценностями, заботящееся о своем культурно-историческом наследии и экологии, а ее жители – счастливые, умиротворенные, дружелюбные, ненавязчивые люди со стойким характером и широким взглядом на жизнь.

У Финляндии есть свои национальные бренды, такие как Nokia, Finnair, Marimekko, Fazer, Angry Birds, Valio, Stockmann, Fiskars и даже финский Дед Мороз – Йоулупукки. Однако не все эти бренды четко соотносятся и ассоциируются с Финляндией у российского общества.

Финляндия – одна из пяти стран Северной Европы, каждое государство этого региона обладает высоким уровнем жизни. Исторически и культурно северная часть

Европы находилась под политическим управлением трех королевств: Швеции, Норвегии и Дании. Северные страны имеют много общих культурных черт и обладают высоким уровнем дохода.

Равенство между мужчинами и женщинами является фундаментальной ценностью в странах Северной Европы. Сотрудничество Северных стран по вопросам гендерного равенства способствовало превращению Северного региона в регион с самым гендерным равенством в мире. Другой важной ценностью в Северном регионе является ответственность. Страны Северной Европы привержены международному взаимодействию, работая с широким кругом международных организаций и с соседними странами, например, в сфере защиты окружающей среды в Балтийском море и в Арктике²⁷⁹.

Северяне ценят природу. Регион обладает изобилием природных ресурсов, которые хорошо охраняются, а также используются для устойчивого производства энергии. Страны Северной Европы работают вместе, чтобы найти новые разумные решения для биоэкономики²⁸⁰.

Во всех странах Северной Европы сфера образования сильна и хорошо развита, они стремятся сосредоточиться на возможностях для детей и молодежи. Страны Северной Европы успешно адаптировали свою модель благосостояния к работе в условиях все более нестабильной глобальной экономики.

Северные страны занимают первые места во многих международных рейтингах. На данный момент они являются ведущими странами мира по прозрачности, доверию, окружающей среде, гендерному равенству и счастью²⁸¹.

Страны Северной Европы стремятся повысить узнаваемость региона и поддерживать культуру как внутри, так и за пределами региона, посредством продвижения скандинавской архитектуры, кино, еды, моды и музыки.

Таким образом, мы приходим к довольно противоречивым выводам. С одной стороны, имидж Финляндии действительно имеет положительную окраску в России, россияне отмечают высокий уровень жизни в стране, восхищаются успехами страны в социальной сфере, стремятся поехать и даже полностью переехать в Финляндию. С другой стороны, все ценности, характеристики и особенности, описанные в статьях на основе представлений россиян о Финляндии, присущи всем странам Северной Европы.

²⁷⁹Peltola, H., Finland's Country Brand. Case: Young Travellers: Bachelor's Thesis s in International Trade. – Lahti University of Applied Sciences, Degree Programme in Business Studies. 2017. – 90 p. URL: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/139190/Peltola_Henrika.pdf;jsessionid=BBDB3B4440A46251E1EC7DCB09145125?sequence=2 (accessed: 02.05.2022).

²⁸⁰Building the image of Finland. Review of the country image work in 2015-2016. URL: https://toolbox.finland.fi/wp-content/uploads/sites/2/2017/04/finland-promotion-board-review-of-the-country-image-work-2015_2016.pdf (accessed: 07.05.2022).

²⁸¹Ibid.

Проанализировав различные формы сотрудничества, мы видим, что Финляндия стремится осуществлять свою деятельность через международные и региональные организации в сотрудничестве с другими странами-соседками, закрепляя за собой образ европейского государства с европейскими ценностями. Например, международные фестивали «Дни Европы», «Недели северных стран», «Птица Баренц» и другие. Конечно, проводятся и двусторонние мероприятия, такие как Российско-финляндский культурный форум, Недели финского кино, но, как показало исследование, они не находят большого отражения в средствах массовой информации. Соответственно, основные мероприятия, которые позиционируются как главные инструменты формирования имиджа страны, в полной мере этого не выполняют.

Резюмируя все вышесказанное, имиджевая политика Финляндии в России обладает особой спецификой. В первую очередь, это разносторонность отношений, в которых Финляндия проявляет себя со всех сторон. Сотрудничество ведется как на политическом, так и экономическом, культурном уровне на многосторонней основе в рамках региональных организаций и на двусторонней основе в рамках государственных и частных организаций. Благодаря широкому перечню сфер, направлений и форм взаимодействия продвигается имидж Финляндии как доброго соседа, заинтересованного в конструктивном диалоге.

Регионы Финляндии активно взаимодействуют с российскими через программы приграничного сотрудничества. В 1997 году именно финская сторона выступила с инициативой создания «Северного измерения», а в 2000 году был образован Еврорегион «Карелия», подчеркивающий важность российско-финского диалога на местном уровне.

Несмотря на существующие актуальные вызовы в виде сложной эпидемиологической ситуации по заболеваемости коронавирусной инфекцией COVID-19, разногласия в ряде политических вопросов, в том числе включая украинский конфликт и санкции Евросоюза, культурные контакты между странами (в хронологических рамках исследования) не сократились. Странам удалось найти новые формы сотрудничества и форматы взаимодействия для достижения общих целей в различных областях.

На основании проведенного исследования, имиджевую политику Финляндии в России на исследуемом отрезке времени можно считать успешной. Как и любое другое государство, правительство Финляндии стремится подчеркнуть уникальность своей страны и исключительность своего народа. Этот тезис подчеркивается и в документе «Миссия для Финляндии», в котором ставится цель – к 2030 году финские компании и финны как нация должны быть известны как те, кто способен справиться с любым вызовом, оставаясь на

высоте, а Финляндия восприниматься как лучшее место для жизни²⁸². Поскольку основные представления о Финляндии соответствуют и другим странам Северной Европы, на наш взгляд, стране необходимо работать над узнаваемостью финского бренда в России и российских СМИ, подчеркивая ее самобытность. Финская имиджевая политика в России могла бы достичь больших успехов, если бы она фокусировалась на собственных брендах и чертах, присущих именно данной стране, а не всем государствам Северной Европы. Например, интерес публики могут вызвать продвигаемые национальные традиции и праздники (сауна, Йоулупукки, день Рунеберга), этнические блюда и сладости (лакричные конфеты, салмиакки, пирожные Рунеберга, калитки, рыбные блюда), финские концепции образа жизни (калсарикянни, сису) и др.

Тем не менее, все усилия будут бесполезны без грамотно выстроенной информационной политики. На наш взгляд, освещённость проводимых Финляндией мероприятий слаба, что препятствует формированию мнения о стране с разных сторон. Исходя из этого, можно выдвинуть рекомендацию по улучшению уже имеющейся политики – в более отдаленной перспективе усилить взаимодействие с россиянами через различные СМИ, продвигать имидж за пределами Северо-Западного региона России, максимально ярко анонсируя будущие события для привлечения новой аудитории.

²⁸²Mission for Finland. Country Brand Report 25.11.10. URL: https://www.demoshelsinki.fi/wp-content/uploads/2014/08/TS_Report_EN.pdf (accessed: 07.05.2022).

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

Источники

1. Законодательные акты:

Договор между Российской Федерацией и Финляндской Республикой об основах отношений от 14 мая 1992 года. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1901000> (дата обращения: 25.04.2022).

Концепция «Основные направления политики Российской Федерации в сфере международного культурно-гуманитарного сотрудничества». Раздел IV. Многостороннее сотрудничество.

URL:http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_130289/d58447fe33e1c2874759fdcea83199eaab569b6d/ (дата обращения: 16.05.2022).

Комплексная программа действий по развитию сотрудничества между Российской Федерацией и Финляндской Республикой в Мурманской области, Республике Карелия, Санкт-Петербурге и Ленинградской области на 2012 год. URL: https://mines.gov-murman.ru/files/2_16.pdf (дата обращения: 06.05.2022).

Меморандум о взаимопонимании, устанавливающий механизм учреждения партнерства «Северного измерения» в области транспорта и логистики от 21 октября 2009 года. URL: <https://mintrans.gov.ru/documents/7/862> (дата обращения: 27.04.2022).

Политическая декларация по политике «Северного измерения» от 24 ноября 2006 года. URL: <http://kremlin.ru/supplement/3735/print> (дата обращения: 29.04.2022).

Рамочное соглашение о координации Российско–финляндской программы развития устойчивого лесного хозяйства и сохранения биоразнообразия на Северо-Западе России от 6 марта 2001 года. URL: <http://international.krc.karelia.ru/section.php?plang=r&id=126> (дата обращения: 25.04.2022).

Рамочный документ по политике «Северного измерения» от 24 ноября 2006 года. URL: <http://kremlin.ru/supplement/3736/print#:~:text=Одобрено%2024%20ноября%202006%20года,с%201%20января%202007%20года> (дата обращения: 29.04.2022).

Рамочный документ по политике «Северного измерения» от 24 ноября 2006 года. URL:<http://kremlin.ru/supplement/3736/print#:~:text=Одобрено%2024%20ноября%202006%20года,с%201%20января%202007%20года> (дата обращения: 29.04.2022).

Распоряжение Правительства Российской Федерации от 9 февраля 2001 года N 196-р Об утверждении Концепции приграничного сотрудничества в Российской Федерации. URL: <https://docs.cntd.ru/document/901780926> (дата обращения: 06.05.2022).

Соглашение между Минтрансом России и Министерством транспорта и связи Финляндии о реализации Соглашения между правительствами России и Финляндии о прямом международном железнодорожном сообщении от 28 апреля 2015 года. URL: <https://mintrans.gov.ru/documents/7/6330> (дата обращения: 06.05.2022).

Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Финляндской Республики о сотрудничестве в области культуры, образования и научно-исследовательской деятельности от 13 октября 1992 года. URL: <http://docs.cntd.ru/document/1900193> (дата обращения: 15.10.2020).

Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Финляндской Республики о содействии приграничному сотрудничеству между Российской Федерацией и Финляндской Республикой от 13 апреля 2012 года. URL: <http://docs.cntd.ru/document/902359649/> (дата обращения: 15.10.2020).

Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Финляндской Республики о сотрудничестве в области охраны окружающей среды от 29 апреля 1992 года. URL: http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&link_id=2&nd=102015862 (дата обращения: 25.04.2022).

Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Финляндской Республики о сотрудничестве и взаимодействии в оказании услуг по ледокольной проводке судов в Балтийском море от 28 ноября 2015 года. URL: <https://docs.cntd.ru/document/420229308> (дата обращения: 25.04.2022).

Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Финляндской Республики о сотрудничестве в увековечении памяти российских (советских) военнослужащих в Финляндии и финских военнослужащих в России, погибших во Второй мировой войне от 11 июля 1992 года. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1900194> (дата обращения: 25.04.2022).

Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Финляндской Республики о содействии приграничному сотрудничеству между Российской Федерацией и Финляндской Республикой от 13 апреля 2012 года. URL: <https://docs.cntd.ru/document/902359649?marker=7DG0K9> (дата обращения: 06.05.2022).

Соглашение между Правительством Финляндской Республики и Правительством Российской Федерации о сотрудничестве в Мурманской области, Республике Карелия, Санкт-Петербурге и Ленинградской области от 25 июня 2012 года. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1900157#64U0IK> (дата обращения: 06.05.2022).

Соглашение о сотрудничестве в авиационном и морском поиске и спасании в Арктике от 12 мая 2011 года. URL: <https://docs.cntd.ru/document/902395150> (дата обращения: 30.04.2022).

Соглашение о сотрудничестве в сфере готовности и реагирования на загрязнение моря нефтью в Арктике от 15 мая 2013 года. URL: <https://docs.cntd.ru/document/499065181> (дата обращения: 30.04.2022).

Стратегия государственной культурной политики на период до 2030 года от 29 февраля 2016 г. № 326-п. URL: <http://static.government.ru/media/files/AsA9RAyYVAJnoBuKgH0qEJA9IxP7f2xm.pdf> (дата обращения: 15.10.2020).

Устав еврорегиона «Карелия» // Сборник документов и материалов по вопросам международных и внешнеэкономических связей субъектов Российской Федерации. - М.: Научная книга, 2002. - С.330-351.

Appointment of the Management Group of Finland Promotion Board, 03/09/2019. URL: https://um.fi/documents/35732/0/EN_FPB_Decision_of_Appointment_2019-23_unofficial_translation.pdf/e567bd15-4bfb-f2bd-4c39-0ffb41910a84?t=1591101841504 (accessed: 26.10.2020).

Finland Promotion Board's Mission Statement for the 2019–2023 Term. URL: https://um.fi/documents/35732/0/EN_FPB_mission_statement_2019-2023_FINAL.pdf/9b71e597-df96-ae74-891e-88389ed222c8?t=1591101862039 (accessed: 30.04.2021).

Finland's Country Branding Strategy, 6/2017. URL: <https://toolbox.finland.fi/strategy-research/finlands-country-branding-strategy/> (accessed: 26.10.2020).

Strategic priority areas in the Foreign Service, 14/03/2018. URL: <https://um.fi/documents/35732/0/Strategic%20priority%20areas%20in%20the%20Foreign%20Service%2014.3.2018%20%282%29.pdf/8802ce3a-056f-5ca6-08e9-1cb776a7342b?t=1533649959681> (accessed: 26.10.2020).

Strategy for Cultural Policy 2025 – Ministry of Education and Culture, Finland 2017:22. URL: <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/80577/okm22.pdf> (accessed: 10.04.2022).

2. Организационно-распорядительная и делопроизводственная документация:

Building the image of Finland. Review of the country image work in 2015-2016. URL: https://toolbox.finland.fi/wp-content/uploads/sites/2/2017/04/finland-promotion-board-review-of-the-country-image-work-2015_2016.pdf (accessed: 07.05.2022).

Finland 2016 report. UNESCO. URL: <https://en.unesco.org/creativity/monitoring-reporting/periodic-reports/finland-2016-report> (accessed: 12.05.2022).

Finland 25 2022. The annual report on the most valuable and strongest Finnish brands. URL: <https://brandirectory.com/download-report/brand-finance-finland-25-2022-preview.pdf> (accessed: 11.05.2022).

Finland promotion board theme calendar 2020. URL: <https://toolbox.finland.fi/strategy-research/theme-calendar-2020/> (accessed: 26.10.2020).

Mission for Finland. Country Brand Report 25.11.10. URL: https://www.demoshelsinki.fi/wp-content/uploads/2014/08/TS_Report_EN.pdf (accessed: 07.05.2022).

NORDEN – en bæredygtig og integreret region? Baseline rapport for Vores vision 2030. 2021:724. Nordisk Ministerråd. URL: <https://www.norden.org/da/publication/norden-en-baeredygtig-og-integreret-region-baseline-rapport-vores-vision-2030> (accessed: 01.05.2022).

The Nordic Region – towards being the most sustainable and integrated region in the world. Action Plan for 2021 to 2024. URL: <https://pub.norden.org/politiknord2020-728/#45598> (accessed: 01.05.2022).

3. Статистика:

Helliwell, John F., Layard, R., Sachs, Jeffrey D., De Neve, Jan-Emmanuel World Happiness Report 2021 / John F. Helliwell, R. Layard, Jeffrey D. Sachs, Jan-Emmanuel De Neve // New York: Sustainable Development Solutions Network, 2021. – 212 p. URL: <https://happiness-report.s3.amazonaws.com/2021/WHR+21.pdf> (accessed: 01.05.2021).

The FutureBrand Country Index 2020. November 2020. URL: <https://www.futurebrand.com/futurebrand-country-index-2020> (accessed: 30.12.2021).

Литература

4. Книги:

Антонова, Н. В. Психология массовых коммуникаций / Н. В. Антонова. — Москва : Издательство Юрайт, 2017. — 373 с.

Анциферов, Н.П. Душа Петербурга / Н.П. Анциферов – Л.: Детская литература, 1990. – 256 с.

Барышников, Н. И., Барышников, В. Н., Федоров, В. Г. Финляндия во второй мировой войне / Н.И. Барышников, В.Н. Барышников. – Л.: Лениздат, 1989. — 336 с.

Боголюбова, Н. М. Межкультурная коммуникация в 2 ч. Часть 1 / Н. М. Боголюбова, Ю. В. Николаева. – М.: Изд-во Юрайт, 2018. — 253 с.

- Бозаджиев, В.Л. Политическая психология / В.Л. Бозаджиев. – М.: Издательский дом Академии Естествознания, 2015. – 474 с.
- Ваума, А. Черный PR. Защита и нападение в бизнесе и не только / А. Ваума.– СПб: БХВ Петербург, 2009. – 102 с.
- Володина, М.Н. Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание / М.Н. Володина. – М., 2003. – 458с. URL: <http://genhis.philol.msu.ru/yazyk-smi-osnovnoe-sredstvo-vozdeystviya-na-massovoe-soznanie/> (дата обращения: 07.05.2022).
- Выготский, Л.С. Собр. соч.: В 6 т. / Л.С. Выготский. - М., 1982—1984. Т. 1—6.
- Галумов, Э. А. Имидж против имиджа / Э.А. Галумов. - М., 2005. – 552 с.
- Галумов, Э. А. Международный имидж России: стратегия формирования / Э.А. Галумов. - М., 2003. – 446 с.
- Гачев, Г.Д. Национальные образы мира / Г.Д. Гачев. - М.: Советский писатель, 1988. – 441 с.
- Дмитревская, Н.Ф. Образ города как социальный феномен / Н.Ф. Дмитревская—СПб.: СПбГУЭФ, 1999. – 192 с.
- Кирюнин А.Е. Имидж как интериоризация культуры / А.Е. Кирюнин. - М., 2000. – 144 с.
- Королько, В.Г. Основы публик рилейшнз / Королько В.Г. – М.:«Рефл-бук», К.: «Ваклер» - 2000. – 528 с.
- Ланко, Д. А. Модернизация в окружении: случай Финляндии. Часть I: первая половина XIX в. / Д. Ланко. - Препринт М-69/19. — СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2019. — 40 с.
- Лацарус, М., Штейнталь, Г. Психология народов и языкознание / М. Лацарус, Г., Штейнталь. – журнал: 1859-1890 гг.
- Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность / А.Н. Леонтьев // Собр. соч.: В 2 т. Т.2. / А.Н. Леонтьев. - М., 1983. - С. 94-232.
- Панкрухин А.П. Маркетинг территорий. 2-е издание, дополненное / А.П. Панкрухинг. - СПб.: Питер, 2006. - 416 с.
- Перелыгина, Е.Б. Психология имиджа / Е.Б. Перелыгина. - М.: Аспект Пресс, 2002. – 223 с.
- Попова, О.И., Григорьева, Е.С., Морозова, И.Ю. Имиджевая политика территории: анализ имиджа Екатеринбурга/ О.И. Попова, Е.С. Григорьева, И.Ю. Морозова – Екб.: 2015. – 169 с.

Селентьева, Д. О. Политическая имиджология — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. - 193 с. URL: <https://urait.ru/bcode/399398> (дата обращения: 26.10.2020).

Феофанов, О.А. США: реклама и общество / О.А. Феофанов. - М.: Мысль, 1974. – 262 с.

Шепель, В.М. Имиджология / В.М. Шепель. - М.: Народное образование, 2002. - 254 с.

Anholt, S. Brand new justice: the upside of global branding /S. Anholt. - Oxford, 2003. – 180 p.

Boulding, K. The Image: Knowledge in Life and Society / K. Boulding // Ann Arbor, MI: University of Michigan Press, 1956. – 175 p.

5. Статьи в журналах:

Александров, А.А. Приграничное сотрудничество России и Финляндии в контексте интеграционных процессов на современном этапе / А.А. Александров // Вестник Бурятского государственного университета. - 2011. №6. – С.179-183. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prigranichnoe-sotrudnichestvo-rossii-i-finlyandii-v-kontekste-integratsionnyh-protseessov-na-sovremennom-etape> (дата обращения: 06.05.2022).

Анохин, Е.В. Имидж страны: проблемы формирования и управления / Е.В. Анохин // ПСЭ. – 2014. №3 (51). – С. 214-218. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-strany-problemy-formirovaniya-i-upravleniya> (дата обращения: 16.05.2022).

Богданов, А.Л., Дуля, И.С. Сентимент-анализ коротких русскоязычных текстов в социальных медиа / А.Л. Богданов, И.С. Дуля // Вестник Том. гос. ун-та. Экономика. - 2019. №47. – С. 220-241. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sentiment-analiz-korotkih-russkojazychnyh-tekstov-v-sotsialnyh-media> (дата обращения: 09.05.2022).

Боголюбова, Н. М. Государственный брендинг: теоретические и практические аспекты / Н. М. Боголюбова, Ю. В. Николаева // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2014. – № 10-3 (48). – С. 37-40.

Боголюбова, Н.М., Николаева, Ю.В. Стратегия продвижения имиджа Финляндии на примере Санкт-Петербурга / Н.М. Боголюбова, Ю.В. Николаева // Труды кафедры истории нового и новейшего времени. – 2020. №20-2. – С. 111-124.

Болотникова, Е.Г., Межевич, Н.М. «Северное измерение» и Стратегия Европейского союза для региона Балтийского моря / Е.Г. Болотникова, Н.М. Межевич // Псковский регионологический журнал. - 2012. №13. – С.37-47. URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/severnoe-izmerenie-i-strategiya-evropeyskogo-soyuza-dlya-regiona-baltiyskogo-morya> (дата обращения: 25.04.2022).

Булавенко, О.А. Проводники культуры Финляндии. Институты Финляндии в мире / О.А. Булавенко // Философия международных отношений. От теории к практике. Экономические науки: науч. электрон. журн. - 2016. № 1. - С. 87-96. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35674085> (дата обращения: 18.10.2020).

Вавулинская, Л.И. Межкультурная коммуникация в диалоге Карелии и Финляндии в 1950-1970-е гг. / Л.И. Вавулинская // Альманах североевропейских и балтийских исследований. - 2018. №3. – С.228-249. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhkulturnaya-kommunikatsiya-v-dialoge-karelii-i-finlyandii-v-1950-1970-e-gg> (дата обращения: 23.10.2020).

Гонтарь, О. Санкт-Петербург-Финляндия. Институционализация культурного сотрудничества в начале XXI века / О. Гонтарь // Научное мнение. - 2014. № 4. — С. 171-174. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=21501899> (дата обращения: 25.10.2020).

Горчакова, В. Г. Подходы к изучению имиджа в контексте социального управления / В.Г. Горчакова // Вестник РУДН. Серия: Социология. - 2008. №2. – С.141-147. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/podhody-k-izucheniyu-imidzha-v-kontekste-sotsialnogo-upravleniya> (дата обращения: 15.05.2022).

Гравер, А.А. Образ, имидж и бренд страны: понятия и направления исследования / А.А. Гравер // Вестн. Том. гос. ун-та. Философия. Социология. Политология. - 2012. №3 (19). – С.29-45. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obraz-imidzh-i-brend-strany-ponyatiya-i-napravleniya-issledovaniya> (дата обращения: 25.10.2020).

Дерябин, Ю.С. "Северное измерение" и интересы России / Ю.С. Дерябин // Современная Европа. - 2000. №2 (2). – С.62-72. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/severnoe-izmerenie-i-interesy-rossii> (дата обращения: 30.04.2022).

Журавлев, Я.А. Партнерство «Северное измерение»: исторические предпосылки и перспективы реализации / Я.А. Журавлев // Вестник РУДН. Серия: Политология. - 2013. №4. – С. 53-65. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/partnerstvo-severnoe-izmerenie-istoricheskie-predposylki-i-perspektivy-realizatsii> (дата обращения: 25.04.2022).

Красильникова, О.С. Межкультурная коммуникация и диалог культур как метод познания чужой культуры / О.С. Красильникова // Система ценностей современного общества. - 2015. №40. – С.90-94. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhkulturnaya-kommunikatsiya-i-dialog-kultur-kak-metod-poznaniya-chuzhoi-kultury> (дата обращения: 23.10.2020).

Куцова, О.С., Гришина, Н.Ю. Северное измерение: перспективы развития международных партнерских программ Российской Федерации и Европейского Союза / О.С. Куцова, Н.Ю. Гришина // Россия в глобальном мире. - 2021. №20 (43). – С. 99-107. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/severnoe-izmerenie-perspektivy-razvitiya-mezhdunarodnyh-partnerskih-programm-rossiyskoy-federatsii-i-evropeyskogo-soyuza> (дата обращения: 28.04.2022).

Лаине, К. Структура и управление культурной политикой в Финляндии / К. Лаине // Заметки генерального секретаря Совета по искусству провинции Лапландия (Финляндия). - 2018. №1. - С.1-7. URL: <https://culture29.ru/upload/medialibrary/37f/37fa480dcd00354daf9b24f1332def6f.pdf> (дата обращения: 20.10.2020).

Лебедева, Т.П., Михайленко, Т.А. Имидж государства в мировом политическом пространстве: структурные модели формирования / Т.П. Лебедева, Т.А. Михайленко // Вестник Московского Университета. Серия 21. - 2011. № 1. - С. 13–28.

Люлько, А. Имидж города и факторы, влияющие на его формирование / А. Люлько // Власть. – 2011. №8. – С. 71–73. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-goroda-i-factory-vliyauschie-na-ego-formirovanie> (дата обращения: 15.12.2020).

Матвеевская, А.С., Погодин, С.Н. Представление о Финляндии в СССР (культурологический аспект) / А.С. Матвеевская, С.Н. Погодин // Вестник СПбГУ. Философия и конфликтология. – 2015. №3. – С.112-118. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/predstavlenie-o-finlyandii-v-sssr-kulturologicheskiy-aspekt> (дата обращения: 23.10.2020).

Межевич, Н.М., Спиридонова, В.В. Особенности приграничного сотрудничества Санкт-Петербурга и регионов Юго-Восточной Финляндии / Н.М. Межевич, В.В. Спиридонова // Управленческое консультирование. – 2017. № 3. - С. 28-36.

Новикова, И. Н. Особое государство или провинция империи: проблема государственно-правового статуса Финляндии в российско-финляндских отношениях XIX века / И.Н. Новикова // Пространство власти: исторический опыт России и вызовы современности. - М. 2001. – С. 372-390.

Саблина, М.А. Имидж Финляндии в СССР / М.А. Саблина // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Общество. Коммуникация. Образование. - 2011. №131. – С. 39-45. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-finlyandii-v-sssr> (дата обращения: 23.10.2020).

Саблина, М.А. Образ Финляндии в российском обществе на рубеже XIX-XX веков / М.А. Саблина // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного

политехнического университета. Общество. Коммуникация. Образование. - 2012. №143. – С. 198-204. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obraz-finlyandii-v-rossiyskom-obschestve-na-rubezhe-xix-xx-vekov> (дата обращения: 23.10.2020).

Сергунин, А.А. Социетальная безопасность в регионе Балтийского моря: российская перспектива // Балтийский регион. - 2021. №3. – С. 4–24. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsietalnaya-bezopasnost-v-regione-baltiyskogo-morya-rossiyskaaya-perspektiva> (дата обращения: 01.05.2022).

Соловьев, Э.Г., Смирнов, А.Н. Международный имидж современной России: дефицит привлекательности или дефицит идей? / Э.Г. Соловьёв, А.Н. Смирнов // Полис. Политические исследования. – 2008. – № 5. – С. 19–33.

Суходолов, А.П., Бычкова, А.М., Ованесян, С.С. Журналистика с искусственным интеллектом / А.П. Суходолов, А.М. Бычкова, С.С. Ованесян // Вопросы теории и практики журналистики. - 2019. №4. – С. 647–667. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhurnalistika-s-iskusstvennym-intellektom> (дата обращения: 11.05.2022).

Ячменева, В.М., Ячменев, Е.Ф. Имиджевая политика региона как инструмент повышения конкурентоспособности рекреационной территории / В.М. Ячменева, Е.Ф. Ячменев // Baikal Research Journal. – 2021. – Т.12. №1. URL: <http://brj-bguer.ru/reader/article.aspx?id=24386> (дата обращения: 16.05.2022).

Forsberg, T. & Haukkala, H. The European Union and Russia. London: Palgrave. Gebhard, Carmen (2013), Soft Competition: Finland, Sweden and the Northern Dimension of the European Union. – Scandinavian Political Studies. – 2016. 36 (4). – P. 365–391. DOI 10.1111/1467-9477.12007.

Kuusisto, A. Pohjoinen ulottuvuus eurooppalaisen yhteistyön työkaluna / A. Kuusisto // Idantutkimus. – 2019. 26 (3). DOI: 10.33345/idantutkimus.87290.

Mähkä R. «Jokaisen on valittava puolensa»: Suomen sisällissota 2000-luvun kotimaisessa elokuvassa / R. Mähkä // Lähikuva – Audiovisuaalisen Kulttuurin Tieteellinen Julkaisu, 31(1). P. 44-63. DOI: 10.23994/lk.70451

Olins, W. Branding the nation — the historical context. / W. Olins // Journal of Brand Management – 2002. V.9. - P. 241–248.

Alapuro, R. S. Millainen oli Suomen vallankumous 1918? / R.S. Alapuro // Työväki kumouksessa/ julkaisussa S. Suodenjoki & R. Turunen (toim). - Väki voimakas, Vuosikerta. 30, Työväen historian ja perinteen tutkimuksen seura, Helsinki, 2017. - Sivut 253-270.

6. Статьи из сборника тезисов/материалов конференции:

Лебедева, Е. А. Образ Финляндии в российских СМИ / Е. А. Лебедева // Межкультурный диалог в современном мире : Материалы IX конференции с международным участием (16 апреля 2021 г., Санкт-Петербург) / под ред. Н.М. Боголюбовой [и др.]. – СПб.: ООО «Скифия-принт», 2021. – 171 с.

Лебедева, Е.А. Имиджевая политика Финляндии в России в XXI веке / Е.А. Лебедева // Арктика и Север в контексте развития международных процессов : Материалы IV Междунар. научно-практической конференции аспирантов, студентов и молодых ученых (15 декабря 2020 г., Архангельск) / под ред. А.Е. Шапарова [и др.]. – Архангельск: Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова, 2021. – 282 с.

Лебедева, Е.А. Опыт Санкт-Петербурга в формировании имиджевой политики Финляндии / Е.А. Лебедева // Россия в глобальном мире: новые вызовы и возможности : сборник работ IX международной студенческой научной конференции (25-27 марта 2021 г., Санкт-Петербург). / под ред. Д.О. Матяшовой [и др.]. – СПб.: ООО «Скифия-принт», 2021. – 386 с.

Тиккакоски, С. Роль Санкт-Петербурга в развитии культурного сотрудничества России и Финляндии в начале XXI века // Общественная дипломатия глазами студента-международника: сборник материалов международной научно-практической студенческой конференции (24 сентября 2018 г., Санкт-Петербург) / под ред. Ю.В. Николаевой [и др.]. – СПб.: ООО «Скифия-принт», 2019. – 208 с. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=37202441> (дата обращения: 25.10.2020).

7. Статьи из сборника произведений разных авторов

Витухновская, М. А. Бунтующая окраина или модель для подражания: Финляндия глазами российских консерваторов и либералов второй половины XIX — начала XX веков / М.А. Витухновская // Многоликая Финляндия. Образ Финляндии и финнов в России: сб. статей / под науч. ред. А. Н. Цамутал, О. П. Илюха, Г. М. Коваленко. - Великий Новгород: НовГУ им. Ярослава Мудрого, 2004. - С. 60–120.

Супрун, В.И. Имидж региона – имидж страны / В.И. Супрун // Имиджи Сибири / Институт философии и права СО РАН / под ред. В.И. Супрун. – Новосибирск: Фонд Социально-прогностических исследований «Тренды», 2008. – 356 с. – С. 14–43.

8. Сборник произведений разных авторов:

Многоликая Финляндия. Образ Финляндии и финнов в России: Сб. статей / Под науч. ред. А.Н.Цамутали, О.П.Илюха, Г.М.Коваленко: НовГУ имени Ярослава Мудрого. –

Великий Новгород, 2004. – 404 с., ил. (Серия «Научные доклады»; Вып. 1.). URL: <https://terijoki.spb.ru/books/mion-novsu06.pdf> (дата обращения: 22.10.2020)

9. Брошюры (авторефераты диссертаций):

Барабанов, В.А. Сотрудничество Европейского союза с Россией в культурной сфере в современных условиях интеграции и глобализации: автореф. дис. ... д-ра истор. наук : 07.00.03 [Место защиты: Московский государственный гуманитарный университет им. М. А. Шолохова]. – М., 2008. – 30 с. URL: <http://cheloveknauka.com/v/226870/a?#?page=1> (дата обращения: 23.10.2020).

Березкина, О.П. Политический имидж в современной политической культуре : автореферат дис. ... д-ра полит. наук : 23.00.03, 19.00.05. - СПб, 1999. - 39 с.

Петрова, Е.А. Визуальная психосемиотика общения: дис. ... д-ра психол. наук : 19.00.01 [Место защиты: Психологический институт РАО]. – М., 2000. – 402 с.

Саблина, М.А. Имидж современного государства в российском политологическом дискурсе (на примере Финляндии): автореф. дис. ... канд. полит. наук : 23.00.01 [Место защиты: Санкт-Петербургский государственный университет]. – СПб., 2014. – 25 с. URL: <https://www.dissercat.com/content/imidzh-sovremennogo-gosudarstva-v-rossiiskom-politologicheskom-diskurse-na-primere-finlyandi/read> (дата обращения: 23.10.2020).

Чумакова, А.А. Информационно-имиджевая политика страны в культурологическом освещении (на материале российской и зарубежной прессы): автореф. дис. ... канд. культурологии : 24.00.01 [Место защиты: Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова]. – М., 2007. – 24 с. URL: https://static.freereferats.ru/_avtoreferats/01003310439.pdf (дата обращения: 16.05.2022).

Хакала, Й. Образ Финляндии в российских СМИ : диплом. работа. Университет Тампере, Тампере, 2020. URL: <https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/119865/HakalaJonna.pdf?sequence=2&isAllowed=y> (дата обращения: 15.04.2021).

Peltola, H., Finland's Country Brand. Case: Young Travellers: Bachelor's Thesis s in International Trade. – Lahti University of Applied Sciences, Degree Programme in Business Studies. 2017. – 90 p. URL: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/139190/Peltola_Henrika.pdf;jsessionid=BBDB3B4440A46251E1EC7DCB09145125?sequence=2 (дата обращения: 02.05.2022).

10. Материалы с официальных сайтов:

VI Фестиваль Открой свою Европу 2020. URL: <https://eur.ru/> (дата обращения 12.12.2020).

XXXII неделя кино Финляндии в Санкт-Петербурге. URL: <https://finnishfilmweek.ru/> (дата обращения: 11.05.2022).

Арктика территория диалога. Международный Арктический форум. URL: <https://forumarctica.ru/> (дата обращения: 13.12.2020).

Арктика территория диалога. Международный Арктический форум. URL: <https://forumarctica.ru/> (дата обращения: 13.12.2020).

Арктический совет. URL: <https://www.arctic-council.org/ru/> (дата обращения: 29.04.2022).

Институт культурных программ. Санкт-Петербург. URL: <https://www.spbicpr.ru/index.php> (дата обращения: 16.10.2020).

Институт Финляндии в Санкт-Петербурге. URL: <https://instfin.ru/> (дата обращения: 16.10.2020).

Международный кинофестиваль стран Арктики Arctic Open. URL: <https://arctic-open.com/> (дата обращения 12.12.2020).

Международный фестиваль Уличных театров. URL: <http://www.teatrpanova.ru/street> (дата обращения 12.12.2020).

Прошедшие события «Недели Северных стран». URL: <https://nordicweeks.ru/#archive> (дата обращения: 11.05.2022).

Птица Баренц. URL: <https://barentsbird.ru/> (дата обращения: 13.12.2020).

Российско-Финляндский культурный форум. URL: <https://www.kultforum.org/ru/node/8181> (дата обращения: 16.10.2020).

Санкт-Петербургский научно-культурный Центр по исследованию и культуре Скандинавских стран и Финляндии. URL: spbais.ru/index.php?pid=scandinavian (дата обращения 26.10.2020).

Фестиваль кино стран ЕС. URL: <https://eufilmfest.ru/> (дата обращения: 22.03.2021).

Barents Games. URL: <https://barentssports.com/> (accessed: 29.04.2022).

NGOs building bridges. URL: <https://ngobridges.com/> (accessed: 01.05.2022).

Suomi–Venäjä-Seura. URL: <https://suomivenajaseura.fi/> (accessed: 12.05.2022).

Twin Campus. URL: <http://www.twincampus.info/> (accessed: 28.04.2022).

11. Интернет-статьи:

XII Форум «Северное измерение». URL: <https://www.skolkovo.ru/events/xii-forum-severnoe-izmerenie/> (дата обращения: 28.04.2022).

XXI Российско-Финляндский культурный форум прошел в виртуальном формате. URL: <https://culturalforum.ru/news/xxi-rossiysko-finlyandskiy-kulturnyy-forum-proshel-v-virtualnom-formate> (дата обращения: 11.05.2021).

XXII Дни кино Финляндии в Мурманске URL: <https://finnishfilmweek.ru/murmansk> (дата обращения: 08.05.2022).

13 проектов сотрудничества Северных стран и Северо-Запада России получат финансирование от Совета Министров Северных стран. URL: <https://www.norden.org/en/news/13-proektov-sotrudnichestva-severnoykh-stran-i-severo-zapada-rossii-poluchat-finansirovanie-ot> (дата обращения: 01.05.2022).

27 февраля 17:00, Хельсинкибар В.О. Кадетская Линия, 31 Общество друзей города Турку СПБАМС, Ассоциация сотрудничества со странами региона Балтийского моря и Институт Финляндии в Санкт-Петербурге приглашают на юбилейный Калевальский вечер. URL: <http://www.norden.spb.ru/ru/novosti/27-fevralya-1700-khelsinkibar-vo-kadetskaya-liniya-31-obshchestvo-druzei-goroda-turku-spbams/> (дата обращения: 10.05.2022).

«Visit Turku» и СПб ГКУ «ГТИБ» Комитета по развитию туризма подписали договор о сотрудничестве. URL: https://www.gov.spb.ru/gov/otrasl/c_tourism/news/80173/ (дата обращения: 06.05.2022).

Анхольт, С. СССР мешает // Московские новости. 10.06.2005; Anholt-GMI. Nation Brands Index.

Арктический совет. URL: <https://будущее-арктики.рф/arkticheskij-sovet-arctic-council/> (дата обращения: 30.04.2022).

Ассоциация сотрудничества со странами региона Балтийского моря «Норден». О нас. URL: <http://www.norden.spb.ru/ru/o-nas/> (дата обращения: 29.04.2022).

Баренц регион. The Norwegian Barents Secretariat URL: <https://barents.no/ru/o-sekretariate/barenc-region> (дата обращения: 03.05.2022).

Виктор Иконников: «Мы готовы перенимать опыт, чтобы внедрять лучшее» / Пресс-центр Правительства Архангельской области. URL: <http://dvinanews.ru/-5trxyvdw> (дата обращения 12.12.2020).

Города-побратимы России в странах Северной Европы. URL: <http://openbudget.karelia.ru/pobratimuy?page=3> (дата обращения: 07.05.2022).

Для развития гастрономического туризма в Арктике необходимо объединение усилий северных регионов и государственная поддержка. URL: <https://forumarctica.ru/news/dlja-razvitija-gastronomicheskogo-turizma-v-arktike-neobhodimo-obedinenie-usilij-severnoykh-regionov-i-gosudarstvennaja-podderzhka-/> (дата обращения: 28.04.2022).

Еврорегион «Карелия URL: <https://www.euregiokarelia.com/ru/deyatelnost> (дата обращения: 26.04.2022).

Жизнь в Финляндии, или как понять финский менталитет. URL: <https://www.hotcourses.ru/study-in-finland/latest-news/lifestyle-in-finland/> (дата обращения: 15.04.2021).

Индекс счастья: Финляндия на первом месте, несмотря на пандемию; россиянам все грустнее. URL: <https://www.bbc.com/russian/news-56471115> (дата обращения: 15.04.2021).

Инновационные музейные проекты из России, Финляндии, Норвегии и Австрии на форуме партнёрства «Северное измерение». URL: https://culture.gov.ru/press/news/rossiya_finlyandiya_norvegiya_avstriya_predstavili_innovatsionnyu_muzeynuu_opyt_na_kulturnom_forume/ (дата обращения: 29.04.2022).

Институт Менеджмента Финляндии. О нас. URL: <https://www.mifrussia.org/about/> (дата обращения: 29.04.2022).

Информационное бюро Совета Министров Северных стран в Санкт-Петербурге. URL: <http://www.norden.spb.ru/ru/partnery/informatsionnoe-byuro-soveta-ministrov-severnykh-stran-v-sankt-peterburge/> (дата обращения: 02.05.2022).

Итоги XXII Российско-Финляндского культурного форума. URL: <https://www.kultforum.org/ru/itogi-xxii-rossiysko-finlyandskogo-kulturnogo-foruma> (дата обращения: 11.05.2021).

Как живут финны и чему у них можно научиться (а чему не стоит). URL: <https://style.rbc.ru/life/5a7c59649a794771a9c23353> (дата обращения: 15.04.2021).

Карельская культура по обе стороны границы: Национальные и народные костюмы карелов. URL: <http://kizhi.karelia.ru/info/about/pressrelease/2021/12621.html> (дата обращения: 22.03.2021).

Код северных ремесел. URL: <https://etnoecho.ru/ru/projects/kod-severnyh-remesel> (дата обращения: 26.04.2022).

Костенко, С.А. Сущность и природа имиджа современного политического деятеля / С.А. Костенко. URL: https://superinf.ru/view_helpstud.php?id=5324 (дата обращения: 15.12.2020).

Круглый стол «Рациональное обращение с отходами для обеспечения устойчивого развития региона». URL: <https://cool4city.site/ru/archives/119> (дата обращения: 28.04.2022).

Курс аудиолекций «Финляндия: визитные карточки» / Институт Финляндии в Санкт-Петербурге. URL: <https://instfin.ru/events/arzamas> (дата обращения: 13.12.2020).

Лавров: Россия надеется, что Баренцево взаимодействие укрепит доверие в Северной Европе. URL: https://tass.ru/politika/13819605?utm_source=google.ru&utm_medium=organic&utm_campaign=google.ru&utm_referrer=google.ru (дата обращения: 12.05.2022).

Музыка без барьеров. URL: <http://iwmspb.ru/muzyka-bez-barerov-podrobnee/> (дата обращения: 01.05.2022).

Музыка без барьеров. URL: <https://zhit-vmeste.ru/news/?id=218618> (дата обращения: 01.05.2022).

О программе Erasmus+ URL: <http://erasmusplusinrussia.ru/index.php/ru/home-ru-ru> (дата обращения: 06.05.2022).

О проекте. Cool4City URL: <https://cool4city.site/ru/o-проекте> (дата обращения: 28.04.2022).

Общество «Финляндия-Россия». URL: <http://www.norden.spb.ru/ru/partnery/obshchestvo-finlyandiya-rossiya/> (дата обращения: 29.04.2022).

Органый вечер с Олли Пююлампи / Поморская филармония. URL: http://www.pomorfil.ru/afisha/organnyu-vecher-s-olli-pyuyulampi/?special_version=Y (дата обращения: 12.12.2020).

Отмеченный наградами проект Арктического совета о гастрономических традициях коренных народов будет представлен на фестивале Северной кухни в Москве URL: <https://www.arctic-council.org/ru/news/award-winning-arctic-council-project-brings-indigenous-food-culture-to-arctic-food-festival-in-moscow/> (дата обращения: 28.04.2022).

Отрыжка, порча воздуха и сдавленные вопли в подушку. URL: <https://lenta.ru/articles/2018/06/12/books/> (дата обращения: 15.04.2021).

Почему Финляндия считается самой счастливой страной мира. URL: <https://euro-pulse.ru/euroexpress/pochemu-finlyandiya-schitaetsya-samoj-schastlivoj-stranoj-mira/> (дата обращения: 15.04.2021).

Программа Коларктик. URL: <https://kolarctic.info/ru/> (дата обращения: 28.04.2022).

Программа международного обмена «North2North». URL: <https://narfu.ru/international/structure/arctic/north2north.php> (дата обращения: 05.05.2022).

Программы академического обмена. URL: <https://narfu.ru/international/ucheba-zarubezhom/vuzu-partnery/> (дата обращения: 06.05.2022).

Программы. Cross-Border Cooperation. URL: <https://www.sefrcbc.fi/ru/пс-2014-2020/> (дата обращения: 28.04.2022).

Проекты, финансируемые Программой ПС Коларктик 2014–2020. URL: <https://kolarctic.info/ru/our-projects-ru/#> (дата обращения: 28.04.2022).

Российско-финское сотрудничество в сфере устойчивого развития Арктического региона 2021-2022. URL: <https://roscongress.org/materials/rossiysko-finskoe-sotrudnichestvo->

v-sfere-ustoychivogo-razvitiya-arkticheskogo-regiona-2021-2022/ (дата обращения: 05.05.2022).

Россияне стали второй по численности группой эмигрантов в Финляндию в 2018 году. URL: <https://tass.ru/obshchestvo/6556806> (дата обращения: 20.04.2021).

Санкт-Петербургский научно-культурный центр по исследованию и культуре скандинавских стран и Финляндии (Санкт-Петербургский Скандинавский центр). URL: <http://spbaic.ru/index.php?pid=scandinavian> (дата обращения: 29.04.2022).

Северные страны, вместе. Программа Председательства Финляндии 2021. Совет Министров Северных Стран. URL: https://www.norden.ee/images/failid/Программа_председательства_Финляндии_в_СМ_СС_2021_год_на_русском.pdf (дата обращения: 01.05.2022).

Сила нити: обучение ремесленных предпринимателей маркетингу, продажам и сервис-дизайну. URL: <https://etnoecho.ru/ru/news/sila-niti-obuchenie-remeslennyh-predprinimatelej-marketingu-prodazham-i-servis-dizajnu/> (дата обращения: 26.04.2022).

Сису: финский способ проходить сквозь гранит. URL: <https://www.bbc.com/russian/vert-cap-44316464> (дата обращения: 20.04.2021).

Скандинавская школа. URL: <https://nordicschool.ru/about/> (дата обращения: 03.05.2022).

Скандинавский Культурный Центр. URL: <http://www.nordiccenter.ru/ru/project.html> (дата обращения: 03.05.2022).

События фестиваля «Недели Северных стран». URL: <http://nordicweeks.ru/events> (дата обращения: 13.12.2020).

Совет министров северных стран закроет представительства в России URL: <https://zakonbase.ru/news/sovet-ministrov-severnoy-stran-zakroet-predstavitelstva-v-rossii> (дата обращения: 02.05.2022).

Сотрудничество в сфере науки и образования. Посольство Российской Федерации в Финляндии. URL: <https://helsinki.mid.ru/sotrudnicestvo-v-sfere-nauke-i-obrazovania> (дата обращения: 29.04.2022).

Специализированная библиотека Скандинавской литературы. URL: <http://www.nordiccenter.ru/ru/nordic-library.html> (дата обращения: 03.05.2022).

Туристические связи России и Финляндии. Справка. URL: <https://ria.ru/20090603/173112118.html> (дата обращения: 06.05.2022).

Финляндия / VI Фестиваль Открой свою Европу 2020. URL: <https://eur.ru/countries/fi> (дата обращения 12.12.2020).

Italehti (Финляндия): российские туристы заново открыли для себя Финляндию — в 2019 году прибыль от российских туристов составила больше полумиллиарда. URL: <https://clck.ru/UQ6RX> (дата обращения: 20.04.2021).

About the Nordic Co-operation with Russia. Nordic Co-operation. URL: <https://www.norden.org/en/information/o-otrudnichestve-soveta-ministrov-severnykh-stran-s-rossiye-about-nordic-co-operation> (accessed: 01.05.2022).

Arctic Skills. About. URL: <http://arcticskills.com/about-us/> (accessed: 29.04.2022).

Barents Cooperation. URL: https://www.barents-council.org/files/Barents_Cooperation_OnePager_2019.pdf (accessed: 29.04.2022).

Country Branding Strategies For Nations And Companies URL: <https://martinroll.com/resources/articles/branding/country-branding-strategies-for-nations-and-companies/> (accessed: 16.05.2022).

FIRST+ -programme. URL: <https://www.oph.fi/en/programmes/first-programme> (accessed: 05.05.2022).

Information about the seven subprogrammes URL: <https://www.norden.org/da/node/24865> (accessed: 01.05.2022).

Joint Barents Transport plan URL: https://www.barentsinfo.fi/beac/docs/JBTP2019_MAIN_REPORT_190910.pdf (accessed: 30.04.2022).

Kalb, I. Finland Needs To Start Advertising How Great It Is / Ira Kalb. URL: <https://www.businessinsider.com/heres-how-finlands-marketing-problem-has-turned-into-an-economic-problem-2014-10> (accessed: 03.05.2022).

Markessinis, A. Branding Finland / A. Markessinis. URL: <https://nation-branding.info/2007/10/21/branding-finland/> (accessed: 30.04.2021)

Ongoing Projects URL: <https://cbss.org/psf/ongoing-projects/> (accessed: 27.04.2022).

Promoting Finland's country image. Official website of Ministry for Foreign Affairs of Finland. URL: <https://um.fi/country-image> (accessed: 15.12.2020).

Steering Committee for the Barents Euro-Arctic Transport Area (BEATA). URL: [https://www.barentscooperation.org/en/Working-Groups/BEAC-Working-Groups/Transport-\(BEATA\)](https://www.barentscooperation.org/en/Working-Groups/BEAC-Working-Groups/Transport-(BEATA)) (accessed: 30.04.2022).

Working Groups. The Barents Euro-Arctic council. URL: <https://www.barents-council.org/working-groups> (accessed: 01.05.2022).