

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»

На правах рукописи

ЗЕЛЕНИНА Алена Юрьевна

**ОБРАЗ СТРАН СЕВЕРНОЙ ЕВРОПЫ В СМИ СЕВЕРО-ЗАПАДНОГО
РЕГИОНА РОССИИ**

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
по направлению «Журналистика»
(научно-исследовательская работа)

Научный руководитель –
кандидат политических наук,
доцент А.С. Смолярова
Кафедра международной журналистики
Очно-заочная форма обучения

Вх. № _____ от _____
Секретарь _____

Санкт-Петербург
2016

Оглавление

Введение.....	2
Глава 1. Образ государства в системе международных отношений.....	5
1.1. Место СМИ в современной системе международных отношений.....	5
1.2. Образ государства в международной политической повестке.....	10
1.3. Страны Северной Европы в восприятии российского общества: от прошлого к настоящему.....	18
Глава 2. Образ стран Северной Европы в электронных СМИ Северо-Запада РФ.....	28
2.1 Североевропейская повестка в информационном пространстве Северо-Запада.....	28
2.2 Северная Европа и РФ: современные отношения глазами региональных изданий....	35
2.3. Основные тенденции в формировании образа Северной Европы сетевыми СМИ....	44
Заключение.....	52
Литература.....	55

Введение

Актуальность работы. Динамичная ситуация в системе международных отношений оказывает влияние на соседний с Россией регион Северной Европы (Финляндия, Швеция, Дания, Норвегия, Исландия). Страны Севера Европы и граничащие с ними субъекты Северо-Западного федерального округа РФ исторически связывает тесное сотрудничество экономического и культурного характера, которое находит свое отражение в российских средствах массовой информации. В изменившейся геополитической обстановке отношения РФ с североевропейскими странами требуют анализа как на уровне правительств, так и в контексте трансграничных связей. На политическом уровне происходит охлаждение между Западом и Россией. Налаживанию диалога препятствуют санкционный режим, кризис на Украине, а также острая ситуация с наплывом мигрантов в страны Европейского союза, которая непосредственно затрагивает социально-благополучный регион Северной Европы. В то же время на межрегиональном уровне продолжается сотрудничество в таких сферах, как туризм, энергетика, инфраструктура, культура и образование. Средства массовой информации как один из важнейших инструментов формирования образа страны или целого региона в глазах общественности отражают весь спектр сотрудничества на трансграничном уровне. Кроме того, сетевые издания Северо-Запада начинают уделять больше внимания региону Северной Европы в связи с разворачиванием российского мегапроекта по освоению Арктики. Финляндия, Швеция, Дания, Норвегия и Исландия являются приарктическими странами, а значит, в ближайшие десятилетия России придется выстраивать отношения в арктическом регионе именно с этими игроками. Кроме того, российские медиа в последнее время акцентируют внимание на сближении стран Северной Европы с НАТО, которое представляет угрозу для безопасности приграничных территорий на Северо-Западе России. Комплексный анализ электронных СМИ Северо-

Запада позволит нам изучить образ стратегически важного для российской внешней политики региона, который незаслуженно оказался вне фокуса внимания медиаисследователей последние десятилетия.

Новизна данной выпускной квалификационной работы состоит в том, что современный медийный образ региона Северной Европы в региональных изданиях Северо-Западного федерального округа является недостаточно изученным. Данная работа дает представление об информационной повестке сетевых СМИ в отношении североевропейских стран, а также о ее предпосылках и факторах формирования.

Цель исследования – изучить образ региона Северной Европы в российских СМИ, а также проанализировать основные тенденции в его формировании в региональных изданиях Северо-Запада.

Для достижения цели мы поставили перед собой следующие **задачи**:

- определить роль СМИ в системе современных международных отношений;
- раскрыть содержание понятий «образ» и «имидж» государства, определить их структуру и особенности;
- исследовать и структурировать «североевропейский» медиаконтент сетевых СМИ;
- определить круг проблем во взаимоотношениях России и Северной Европы, поднимаемых в СМИ;
- проанализировать механизмы и факторы формирования образа стран Северной Европы в региональных сетевых изданиях.

Объектами данного исследования являются сетевые СМИ Северо-Запада РФ, а также региональные ленты информационного агентства Regnum.

Предметом ВКР стал образ стран Северной Европы и основные тенденции его формирования в региональном медийном секторе.

Теоретическая база исследования включает в себя работы российских и зарубежных авторов: И.Ю. Киселёва, Т.Э. Гринберг, Э.А. Галумова, Д.П. Гавра, Т.В. Зоновой, П.А. Цыганкова, В.В. Фокиной, У. Липпмана.

Методы исследования: в процессе работы мы применили описательный метод, структурно-тематический метод, а также метод контент-анализа. Отметим, что при анализе образа Северной Европы мы сделали основной упор на двух наиболее упоминаемых в региональных изданиях странах региона – Норвегии и Финляндии.

Хронологические рамки исследования охватывают **2015-2016 гг.**

Эмпирическую базу исследования составляют материалы, опубликованные в сетевых СМИ Санкт-Петербурга, Республики Карелия и Мурманской области.

Структура работы включает в себя введение, две главы, заключение, а также список литературы.

Глава 1. Образ государства в системе международных отношений

1.1. Место СМИ в современной системе международных отношений

Динамично меняющееся информационное общество оказывает влияние на все сферы человеческой деятельности, и международные отношения не является исключением. Информация становится властью, пишет основоположник концепции «мягкой силы», американский политолог Джозеф Най¹. Даже один из самых консервативных институтов – институт дипломатии – меняется под влиянием современной коммуникационной среды. Появляются новые инструменты для продвижения интересов государства за рубежом. Как отмечает доктор политических наук, профессор Т. В. Зонова, в условиях глобального информационного общества, характерно обращение к общественному мнению «через головы правительств»². Все чаще говорится о значении публичной дипломатии в современных международных отношениях, которая является важной частью «мягкой силы» любого государства.

Известный российский ученый Э. Галумов определяет публичную дипломатию как пропаганду «среди зарубежной в основном общественности имиджа и политики своей страны»³. Как отмечает исследователь, реализация этой задачи происходит при помощи средств массовой информации⁴. При этом государство не только «экспортирует» в международное медийное пространство свою актуальную внешнеполитическую повестку, но и внимательно следит за обратной реакцией, а также за тем, как воспринимается этот информационный «продукт» во внешней среде.

Бывший заместитель директора Департамента информации и печати МИД России Евгений Пантелеев предлагает обозначать совокупность

¹ Nye Joseph S. Solf Power / Joseph S. Nye, Jr. Solf. Twentieth Anniversary.– N80. – Autumn, 1990. P. 153-171. URL: <http://www.jstor.org/stable/1148580>.

² Зонова Т.В. Публичная дипломатия и ее акторы // РСМД. – 2012. – 7 августа. – Режим доступа: <http://russiancouncil.ru/inn>.

³ Галумов Э. Информация и PR в международных отношениях. М.: Известия, 2003. С.126.

⁴ Там же.

способов влияния на зарубежную аудиторию при помощи информационно-коммуникационных технологий термином «инновационная дипломатия». Одной из задач инновационной дипломатии является «отслеживание международных информационных потоков с целью “раннего предупреждения” возникающих социальных и политических тенденций»⁵.

Действительно, акторы мировой политики в последние годы все внимательнее относятся к информационному освещению своей внешнеполитической деятельности. Преподаватель Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ С.Б. Никонов отмечает следующее: «Глобальное информационное пространство создало абсолютно новый информационный сектор, которого раньше просто не было и за который сегодня идет борьба с целью захвата и удержания в нем превосходства. В XX в. создание в центре Европы двух мощных военно-политических блоков породило качественно новый тип мировой войны – “холодную войну”. Далее сложилась ситуация, когда СМИ перешагнули барьер своего предназначения – получать и распространять информацию; из “четвертой власти” СМИ превратились в оружие “мягкой силы”»⁶. Российский политолог И.Н. Панарин пишет о процессе геополитического информационного противоборства как об одной из форм противостояния на межгосударственном уровне⁷.

Итак, для продвижения и отстаивания национальных интересов на мировой арене государства используют СМИ. По мнению ученого-теоретика в сфере международных отношений профессора П.А. Цыганкова, «национальный интерес есть осознание и отражение в деятельности его лидеров потребностей государства»⁸.

⁵ Пантелеев Е. Внешняя политика и инновационная дипломатия // Международная жизнь. – 2012. – №12. URL: <https://interaffairs.ru/news/show/9033>.

⁶ Никонов С. Б. Генезис трансформации медиакратии в ноополитику // Власть. – 2014. – № 7. – С. 40.

⁷ Панарин И. Информационная война и мир. М.: Олма-Пресс, 2003. С.145.

⁸ Цыганков П.А. Международные отношения: учеб. пособие. М.: Новая школа, 1996. С. 195.

Ученый выделяет три ключевых компонента национально-государственного компонента:

- военная безопасность
- экономическое процветание и развитие
- государственный суверенитет, на котором базируется контроль над определенной территорией и населением⁹.

Говоря о СМИ как об инструменте политического влияния, нам представляется важным упомянуть о теории медиакратии в современном обществе. Как пишет петербургский медиаисследователь С.С. Бодрунова, согласно одному из существующих подходов, медиакратия – это «политика, принципиально осуществляемая через посредника»¹⁰. В данном случае речь идет о «сращении» власти с масс-медиа, в результате которого устанавливается зависимость последних от первой.

С.Б. Никонов, развивая мысль о влиянии медиа на политические процессы, использует понятие ноополитики: «Ноополитика – это информационная стратегия по манипулированию международными процессами посредством формирования у общественности через средства массовой информации положительного или отрицательного отношения к внешней и внутренней политике государства или блока государств с целью создания положительного или отрицательного имиджа идей и пропагандируемых моральных ценностей»¹¹. По мнению исследователя, такие понятия, как «холодная война», «мягкая сила», «общественная дипломатия», «медиакратия» являются компонентами ноополитики¹².

Однако СМИ оказывают влияние на современные международные процессы не только как инструмент в руках национальных политических

⁹ Цыганков П.А. Указ соч.. С.196.

¹⁰ Бодрунова С. С. Медиакратия: атлантические подходы к определению термина. URL: http://www.intelros.ru/pdf/mediafilosofia_2/13.pdf.

¹¹ Никонов С. Б. Генезис трансформации медиакратии в ноополитику // Власть. – 2014. – № 7. – С. 40.

¹² Бодрунова С. С. Медиакратия: атлантические подходы к определению термина. URL: http://www.intelros.ru/pdf/mediafilosofia_2/13.pdf.

элит¹³. Говоря об «автономной» деятельности СМИ на мировой арене, исследователи признают самостоятельную и непосредственную¹⁴ роль масс-медиа, которые влияют на существующую систему международных отношений. С тезисом о роли СМИ в мировой политике соглашаются не только ученые, но и практики от дипломатии. Так, председатель Комитета Совета Федерации по международным делам Константин Косачев отмечает, что «влияние некоторых медиаконцернов и газет гораздо больше влияния отдельных государств. Они задают интерес к стране (или напрочь стирают ее из актуального контекста), формируют (или обрушают) имидж»¹⁵.

По мнению В.В. Фокиной, СМИ способны выявить международные проблемы и способы их преодоления, а также сгладить внешнеполитические противоречия¹⁶. Безусловно важной представляется роль СМИ в формировании внешнеполитических стереотипов. Среди негативных ролей масс-медиа исследователь выделяет «разжигание межнациональной вражды и конфликтов»¹⁷.

Актуальными для нашего исследования являются основные способы подачи информации, с помощью которых СМИ достигают своих целей¹⁸:

- искажение реальности;
- отображение фрагмента действительности, вырванного из контекста;
- интерпретация реальных событий с точки зрения определенных политических сил или групп интересов;
- предсказание развития событий;

¹³ Robinson Piers Media as a Driving Force in International Politics: The CNN Effect and Related Debates / Piers Robinson // E-International Relations info. – Sep 17. – 2013. URL: <http://www.e-ir.info/2013/09/17/media-as-a-driving-force-in-international-politics-the-cnn-effect-and-related-debates/>

¹⁴ Цыганков П.А. Международные отношения: учеб. Пособие. М.: Новая школа, 1996. С.221.

¹⁵ Косачев К. О роли СМИ в формировании имиджа государства и развитии межкультурного диалога. Блог К. Косачева. – 2013. – 16 мая. URL: <http://blog.rs.gov.ru/node/4>.

¹⁶ Фокина В.В. СМИ как акторы мировой политики // Вестник МГИМО-университета. – 2013. – № 1(28). – С.62.

¹⁷ Там же. С.63.

¹⁸ Там же. С.64.

- предвидение угроз;
- замалчивание фактов.

Объем нашей исследовательской работы не позволяет остановиться на всех методах, с помощью которых СМИ пытаются установить свое влияние на международные процессы. Рассмотрим лишь такую форму управления медиаконтентом, как установка повестки дня.

Американский писатель и журналист, двукратный лауреат Пулитцеровской премии (в 1958 и 1962 годах) Уолтер Липпман в своей книге «Общественное мнение» сравнивает прессу с прожектором, «луч которого, постоянно блуждая, освещает то одно, то другое»¹⁹. «Гипотеза, кажущаяся мне наиболее плодотворной, состоит в том, что новости и истина – не одно и то же и что они должны четко различаться. Функция новостей в том, чтобы сигнализировать о событии, функция истины – освещать скрытые факты, устанавливая между ними связь и создавая такую картину мира, которая позволяла бы человеку действовать»²⁰, – пишет он.

Основоположниками теории повестки дня стали американские ученые М. Маккомбс и Д. Шоу. Они утверждали, что одной из ключевых функций масс-медиа «стала установка повестки дня (agenda setting) в публичной сфере»²¹. Как указывает С. Бодрунова, анализируя современные западные теории о влиянии СМИ на политические процессы, через формирование и изменение повестки дня можно управлять контентом СМИ и поведением аудитории.

¹⁹ Липпман У. *Общественное мнение*. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. С.337.

²⁰ Там же. С. 332.

²¹ Бодрунова С. С. Медиакратия: атлантические подходы к определению термина. URL: http://www.intelros.ru/pdf/mediafilosofia_2/13.pdf

1.2. Образ государства в международной политической повестке

В современном мире влияние стереотипов и медийных клише делает практически невозможным беспристрастный анализ внешнеполитических действий игроков международной арены. Представления о том или ином государстве в глазах общественности меняются в зависимости от существующей мировой конъюнктуры.

Говоря об образе государства в международных отношениях, следует для начала определиться с понятиями «имидж» и «образ». Стоит отметить, что среди современных российских исследователей не существует единого подхода к этим терминам²². В данной работе мы ограничимся подходом Т. Гринберг, которая определяет имидж «как “рабочий” конструкт в формировании необходимого образа»²³. В качестве образов исследователь рассматривает «только “отраженные” в сознании участников коммуникации с разной степенью адекватности фрагменты реальности». То есть для нашего исследования актуально определение имиджа как искусственно сконструированного желаемого образа.

Отметим, что когда мы говорим об имидже страны в контексте международных рынков, то уместнее использовать понятие «бренда». «Бренд формируется как коммерческое предложение на основе ярко выраженного позитивного имиджа продукта»²⁴, – полагает А. Панкрухин. То есть в случае странового брендинга может быть сделана ставка на туризм, качество производимых страной товаров или даже на льготные условия для иностранного бизнеса. Страна формирует привлекательный монетизируемый

²² Гравер А. А. Образ, имидж и бренд страны: понятия и направления исследования // Вестн. Том. гос. ун-та. Философия. Социология. Политология. – 2012. – № 3 (19). – С. 32.

²³ Гринберг Т.Э. Образ страны или имидж государства: поиск конструктивной модели // Медиаскоп. – 2008. – № 2. URL: <http://mediascope.ru/node/252>.

²⁴ Панкрухин, А. П. Бренды и брендинг // Практический маркетинг . – 2011. – № 04. – С. 4-15. – Режим доступа: http://www.bci-marketing.ru/articles/201104brending_article.

имидж, как бы превращая себя в товар²⁵. Иногда страны объединяются для этих целей. Так, в ноябре 2014 года Финляндия, Норвегия, Швеция, Дания и Исландия на 66-й сессии Совета министров Северных стран договорились совместно работать под продвижением бренда региона за рубежом. «Мы выступаем как единый блок, у нас есть единый бренд, имидж. Мир на нас смотрит как на хороший, успешный регион»²⁶, – отмечал тогдашний премьер-министр Исландии Сигмундур Давид Гуннлагссон. В своем продвижении страны хотят делать ставку на основные уникальные черты региона – открытость, совместное решение проблем, справедливость, равенство и права человека, а также инновационность подходов к образованию и экономике.

Петербургский социолог и политолог профессор Д.П. Гавра выработал классификацию компонентов имиджа применительно к региону, однако нам она кажется уместной и для анализа на уровне государства²⁷:

- политический;
- географический;
- социально-экономический;
- исторический и культурный;
- научный;
- спортивный;
- инвестиционный;
- туристический.

Надо отметить, что все вышеуказанные компоненты находятся в тесной взаимосвязи друг с другом. Так, невозможно говорить об инвестиционном компоненте имиджа в отрыве от политического, так как оценивая

²⁵ Гравер А. А. Образ, имидж и бренд страны: понятия и направления исследования // Вестн. Том. гос. ун-та. Философия. Социология. Политология. – 2012. – № 3 (19). – С. 40.

²⁶ Что волнует страны Северной Европы:[новости 66-ой сессии Совета министров Северных стран в Стокгольме] //Фонтанка.Фи. – 2014. – 1 ноября. URL: <http://fontanka.fi/articles/17250/>.

²⁷ Гавра Д.П. Внешний имидж государства: понимание, категории и структурные модели // Имидж государства / региона: современные подходы: новые идеи в теории и практике коммуникации: сб. науч. трудов. – Вып. 3 / Отв. ред. Д.П. Гавра. СПб.: Роза мира, 2009. – С.5.

внешнеполитическую линию страны, иностранные инвесторы получают представление о возможных рисках, связанных с вложениями в экономику. Здесь показателен пример граничащей с Россией Финляндии. Даже в период «санкционной войны» и усиления конфронтации между Западом и РФ финские партнеры стараются максимально разграничить политическую и деловую сферу, прекрасно понимая важность многолетних бизнес-контактов с россиянами.

Создаваемый государством имидж является относительно устойчивым информационным «продуктом», который, с одной стороны, имеет обширную историческую и экономическую базу, с другой – находится в прямой зависимости от актуальной политической стратегии руководства страны. Следует учитывать, что транслируемый во внешнюю среду позитивный имидж не всегда совпадает с образом государства в глазах других участников международных отношений.

Любое государство выстраивает собственную имиджевую стратегию в соответствии с политическими целями и национальными интересами, четко представляя, какое место оно хочет занимать в системе современных международных отношений. При этом, как указывает И. Киселев, «образы того или иного государства, конструируемые другими участниками международных отношений, могут предоставлять или дополнительные возможности, или создавать серьезные препятствия для реализации интересов данного государства на международной арене»²⁸.

Имиджевый компонент играет немаловажную роль в выстраивании отношений между акторами современной мировой политики. Образы помогают участникам международных отношений ориентироваться в медийном пространстве. Т. Гринберг отмечает, что восприятие государства у того или иного международного игрока напрямую зависит от интересов

²⁸ Киселёв И. Ю. Проблема образа государства в международных отношениях: конструктивистская парадигма // ПОЛИТЭКС. 2007. URL: <http://www.politex.info/content/view/367/30/>.

последнего. При этом «совпадение интересов способно заложить позитивный фундамент для формирования образа страны»²⁹.

Э. Галумов в своем труде предлагает классификацию объектов коммуникативного воздействия, с которыми взаимодействует Россия. Мы сочли возможным привести ее и для типологии образов государств, которые встречаются в СМИ:

- Союзники – государства, чьи национальные интересы совпадают полностью или на долговременной основе
- Партнеры – государства, чьи национальные интересы совпадают только частично
- Конкуренты – государства, чьи национальные интересы частично находятся в состоянии конкуренции в обозримом среднесрочном периоде, однако в будущем могут быть урегулированы
- Противники – государства, чьи национальные интересы противоречат друг другу на долговременной основе.³⁰

Структура образа, по мнению исследователя И. Киселева, имеет три компонента:

- национальная идентичность (определяется уникальным географическим положением, особенностями организации политической и экономической жизни, военной мощью, культурой и историей, этническим и религиозным составом населения, разделяемыми ценностями и убеждениями);
- статус (характеризует положение государства в системе международных отношений, членство в международных организациях);
- роли³¹.

²⁹ Гринберг Т.Э. Образ страны или имидж государства: поиск конструктивной модели // Медиаскоп. – 2008. – № 2. URL: <http://mediascope.ru/node/252>.

³⁰ Галумов Э. Информация и PR в международных отношениях. М.: Известия, 2003. С.255.

³¹ Киселёв И. Ю. Проблема образа государства в международных отношениях: конструктивистская парадигма // ПОЛИТЭКС. 2007. URL: <http://www.politex.info/content/view/367/30/>.

Важно отметить, что отражение трех вышеуказанных характеристик в объективной реальности может не совпадать с представлением государства о самом себе³². Безусловно, все эти факторы влияют на восприятие государства другими участниками международных отношений. Например, в представлении российской общественности о странах Северной Европы немаловажную роль играет несовпадение в первом из вышеназванных компонентов – национальной идентичности. Устойчивые либеральные ценности, политика гендерного равенства, толерантность к сексуальным меньшинствам – отличительные особенности североевропейского общества, чуждые российской ментальности.

«Многие исследователи национальных образов отмечают, что понять сущность своего народа можно в противопоставлении его другому народу. Т.е. другой народ выступает «зеркалом», сквозь призму которого путем сопоставления или противопоставления себя с другими можно сформировать самообраз»³³, – пишет О.М. Тюкаркина. Исследователь разделяет внутренний активный образ государства (который конструируется в самом государстве для улучшения собственной репутации среди международного сообщества) и внешний пассивный образ государства³⁴. Характерными чертами первого является позитивность, аутентичность и уникальность. Внешний пассивный образ государства «не всегда отличается высокой степенью объективности, а зачастую имеет манипулятивно-стратегический характер»³⁵. При этом оба этих «конструкта» постоянно взаимодействуют между собой.

Классификация факторов влияния на внешний пассивный образ государства представляет особый интерес для нашего исследования³⁶:

³² Там же.

³³ Тюкаркина О. М. Образ врага в международных отношениях и его роль в формировании внешнеполитического курса государства // Мир и политика.,2013. URL: http://mir-politika.ru/uploads/files/appendix/appendix_mp10_85.pdf.

³⁴ Там же

³⁵ Там же.

³⁶ Там же.

1. Когнитивные факторы влияния

- Стереотипы
- Когнитивные карты
- Социальные установки
- Ценностные ориентации
- Предвззсудки

2. Факторы влияния внешней среды

- Общее положение государства в миросистеме
- Оценка экономической, военной, культурной мощи государства
- Характер взаимоотношений государства с основными акторами мировой политики

Как видим из данной классификации, внешний образ государства «отягощен» многими факторами восприятия.

Если говорить о некоем общем, «универсальном» образе государства, который формируется в глазах мировой общественности, то можно с уверенностью назвать его схематичным и стереотипным. При «сужении» образа до масштаба двусторонних отношений в нем проявляются уникальные черты. Так, например, образ России для двух европейских стран – Италии и Финляндии – будет разным. В случае Финляндии на восприятие РФ будет влиять и наличие общей границы, и воспоминания о «зимней войне». Мы полагаем, что вопрос двусторонних отношений всегда преломляется через призму общего прошлого, а исторический бэкграунд является одним из самых наиболее сильных факторов, влияющих на представления о той или иной стране. Этот тезис хорошо иллюстрируют российские взаимоотношения со странами Северной Европы. Феномен «русской угрозы» накладывал и продолжает накладывать отпечаток на политику (в том числе и информационную) этих стран в отношении их восточного соседа. Исследователи отмечают, что миф о «русской угрозе» в обеих странах уходит своими корнями в начало 20 века. «Миф о русской угрозе породил один из устойчивых негативных образов русских в финских СМИ и пропаганде –

ryssa»³⁷, – пишет Е. Варганова. Сформировавшийся в начале прошлого века в Норвегии миф о «русской угрозе» был обоснован представлениями норвежцев о том, что Россия якобы нуждалась в норвежских портах для круглогодичной навигации³⁸.

Положительный образ во внешней среде необходим государству для развития сотрудничества в сфере международных отношений, укрепления влияния на политический истеблишмент других стран. Стратегия по развитию положительного «внешнего» образа может стать частью «мягкой силы» государства³⁹.

Необходимо отметить также и следующее: образ страны на уровне региональных СМИ и общественности может отличаться от восприятия государства на уровне правительства и федеральных изданий или даже противоречить ему. Здесь информационный поток следует за состоянием международных отношений.

Как отмечает П. Цыганков, «в федеративных государствах наблюдается феномен своего рода фрагментации внешней политики, когда руководство субъектов федерации в стремлении более полно отстаивать свои интересы устанавливает прямые связи на международной арене и тем самым как бы нарушает прерогативы суверенного государства, частью которого данный субъект является. <...> В настоящее время это характерно для Российской Федерации»⁴⁰.

По замечанию петербургского исследователя Ю. Тарановой, «в современных условиях регионы могут “напрямую” участвовать в международной деятельности, создавая собственные сети

³⁷ Варганова Е.Л. Медведь в сауне, или о взаимных представлениях русских и финнов // Новые прикосновения: из истории представлений финнов и русских друг о друге. М., 1999. URL: <http://nnmoiseev.ru/st0013.htm>.

³⁸ Тимошенко О.А. Взаимоотношения и взаимовосприятие России и Норвегии в XX веке: образы и стереотипы // Вестн. Сев. (Аркт.) фед. ун-та. Сер.: Гуманитар. и соц. науки. – 2012. – № 6. – С. 30.

³⁹ Соколова Ф.Х. Современный политический имидж России в Норвегии (на материалах СМИ)/ Арктика и Север. – 2015. – №1. URL: <http://www.ruaest.ru/EFD/LVL3/26636>.

⁴⁰ Цыганков П.А. Указ. соч. С. 188-189.

парадипломатических контактов с иностранными партнерами»⁴¹. В этих процессах ключевую роль играет приграничное сотрудничество.

Из вышесказанного следует, что у регионов может быть своя информационная повестка, в том числе международная (если регион граничит с иностранным государством). И, учитывая приведенные аргументы, можно сделать вывод о том, что на международные отношения могут влиять не только крупные наднациональные СМИ, но и региональные игроки. СМИ приграничных территорий могут влиять как на отдельные аспекты двусторонних отношений, так и на общее восприятие соседней страны, обладая своеобразной монополией на освещение трансграничных процессов.

Также для нашего исследования необходимо выделить специфические черты региональных СМИ – это зависимость от местных политических элит⁴² и ограниченный рекламный рынок, что означает жесткую конкуренцию за читателя, и, как следствие, некоторую «желтизну» медиаконтента.

⁴¹ Таранова Ю. В. Формирование имиджа региона в условиях глобализирующегося сетевого общества // Журнал социологии и социальной антропологии, том XV, № 5 (64), 2012. С.118.

⁴² Иванов В. К. Особенности региональной прессы современной России // Молодой ученый. – 2012. – №10. – С. 228-230.

1.3. Страны Северной Европы в восприятии российского общества: от прошлого к настоящему

Как мы указали выше, восприятие одного государства (как на уровне отдельного индивида, так и на уровне массового политического сознания) другим зависит от исторического контекста, а также от состояния межстрановых отношений. Кроме того, важным фактором влияния оказывается то, какую имиджевую стратегию использует государство для данного региона.

Рассмотрим вышеуказанные факторы в отношении образов Финляндии и Норвегии в России.

За двадцатый век восприятие финнов русскими поменялось кардинально. Как отмечает О. Балакина, в конце девятнадцатого века отношение финского населения к русским было надолго испорчено из-за протекавших в то время процессов активной русификацией Финляндии⁴³. Ситуация изменилась лишь с обретением Финляндией независимости в 1917 году. Советская Россия не придавала особого значения отделению Финляндии: страна переживала тяжелое время. Российские круги снова обратили внимание на свою северную соседку в связи с печальными событиями сентября 1918 года – погром русских в Выборге резко испортил имидж молодого независимого государства⁴⁴. Российский народ осудил финнов за массовые убийства и «за финскими младогвардейцами надолго закрепился имидж сторонников кровопролитного террора»⁴⁵.

После 1920-годов Финляндия представлялась в прессе как «общество тиранствующей буржуазии»⁴⁶. К 1930-м годам антисоветская пропаганда в Финляндии достигла своего пика. В свою очередь политические репрессии 1937 года и запрет на использование финского языка в Карелии и

⁴³ Балакина О. Финляндия – Россия: история отношений глазами прессы // Медиальманах. – 2003. – № 3. – С. 54–69. URL: http://mediaalmanah.ru/files/2003/2003_3.pdf.

⁴⁴ Там же.

⁴⁵ Там же.

⁴⁶ Там же.

Ингерманландии закрепили образ СССР-врага в сознании финнов⁴⁷. Травмирующим событием для обеих сторон стала «зимняя война» – война, которая, как отмечают финские историки, до сих пор продолжает влиять на историческое сознание и национальную идентичность финнов сильнее, «чем любой иной переломный этап недавней истории»⁴⁸. Отношение финнов к русским стало резко отрицательным, российская сторона отвечала взаимностью.

Во время Второй мировой войны отношение стран друг к другу было негативным. В военные годы в советской печати Финляндия окончательно превращается во врага и агрессора⁴⁹.

В послевоенное время тональность сообщений советской прессы о Финляндии претерпевает изменения. На смену образу врага постепенно приходит образ «дружественной Финляндии». Тому, чтобы финны и русские заговорили друг о друге в принципиально ином ключе, способствовала как политическая, так и экономическая конъюнктура.

«Характерной чертой практически всех публикаций в прессе было наличие в явной или скрытой форме тезиса о том, что с советской стороны для создания атмосферы “добрых соседских отношений” сделано буквально все, и что дело остается исключительно за правительствами Финляндии. Под этим “все” читателю предлагалось понимать исключительно выгодную для Финляндии (с точки зрения советского политического руководства) торговлю, а также отсутствие огромных затрат на военный бюджет (“необремененность военными расходами”); особо подчеркивалось, что в период холодной войны для всех без исключения европейских государств затраты на оборону

⁴⁷ Балакина О. Указ. соч.

⁴⁸ Юссила О. Политическая история Финляндии 1809-2009. –М.: Весь мир, 2010. С.228.

⁴⁹ Матвеевская А.С. Представление о Финляндии в СССР (культурологический аспект) // Вестник СПбГУ. – Сер. 17. Вып.3. – 2015. URL: http://observer.materik.ru/observer/N4_2011/092_100.pdf.

являлись серьезной экономико- политической проблемой)»⁵⁰, – пишут исследователи А. Рупасов и А. Чистиков.

К началу 1960-х гг. в советской прессе «все более навязчивой идеей становится подчеркивание прагматизма в двусторонних отношениях – в сфере торгово-экономического сотрудничества»⁵¹. На отношения России и Финляндии был приклеен ярлык добрососедства и партнерства.

Важно отметить, что и финские СМИ в то время взяли курс на проведение политики согласия и уважения к СССР. Экономическое сотрудничество стало именно той базой, которая предопределила положительный имидж соседа, старательно создаваемый журналистами обеих стран. Деловой фактор всегда оказывал и до сих пор оказывает важное влияние на отношения между двумя странами. В 1950-х годах Финляндия стала крупнейшим импортером «красной» нефти⁵². Уникальность советско-финских экономических отношений подтверждал и тот факт, что во времена блокады торговли с восточным блоком, торговля Финляндии с СССР возросла. Страна к 1952 году и в последующие годы достигла статуса крупнейшего западного торгового партнера СССР. Страны Запада подозревали Финляндию в том, что она стала перевалочным пунктом товаров, находившихся в запрещенном для поставок списке⁵³.

К концу 1990-х годов образ Финляндии был окончательно реабилитирован. Как отмечает Е. Варганова, типичный журналистский материал о Финляндии начала нулевых содержал «нейтральную, но близкую

⁵⁰ Рупасов А. И. Образ Финляндии в советской прессе «хрущевского десятилетия»//Многоликая Финляндия. Образ Финляндии и финнов в России: сб. ст. / Под науч. ред. А.Н.Цамутали [и др.]: НовГУ имени Ярослава Мудрого. – Великий Новгород, 2004. – С. 342.

⁵¹ Рупасов А. И. Указ. соч. С.349.

⁵² Куусма М. Экономические отношения России и Финляндии (1700–2000 гг.): пер. с фин. // Русский сборник: исследования по истории России / Ред.-сост. О. Р. Айрапетов и др.; отв. сост. тома Антти Куяла; пер. с фин., швед., нем., англ. – Т. XVII: Финляндия и Россия. М.: Модест Колеров, 2015. С. 401.

⁵³ Там же. С. 422.

к благожелательной оценке»⁵⁴. Весь фокус внимания российских СМИ был направлен на экономический аспект сотрудничества двух стран.

«Пресса, в особенности московская, уделяет жизни соседней страны и больше внимания, и больше аналитичности. Число материалов о Финляндии в московских газетах определяется наличием у них собственных корреспондентов в Финляндии, а в провинциальных газетах – степенью развития экономических связей региона с Финляндией или финскими фирмами. В последнем случае поводом для материалов о стране становятся визиты, переговоры, выставки»⁵⁵, – пишет исследователь.

Можно сказать, что подобные выводы в целом актуальны и для современного образа Финляндии в российских медиа. Федеральные СМИ больше внимания уделяют динамике взаимоотношений официального Хельсинки с Москвой, в то время как региональные СМИ работают исключительно по собственной повестке, практически не затрагивая значимые в государственном контексте темы. Выстраивая свой имиджевый профиль в России сегодня, финны делают акцент на прагматическом сотрудничестве вне зависимости от геополитического фона. В целом можно сказать, что Финляндия делает упор на деловой и туристический компоненты своего образа. Присутствие финского бизнеса в России, особенно в Северо-Западном регионе, является достаточно широким. Так, например, развитием двусторонней торговли активно занимается Российско-финская торговая палата. В последнее время финская сторона акцентирует внимание и на «арктическом» компоненте своего имиджа в России. Страна позиционирует себя не только в качестве «арктического эксперта» ЕС, но и как своеобразного посредника между Западом и Россией в решении арктических вопросов.

Финские власти пристально следят за тем, какой образ страны складывается в зарубежной прессе. В частности, отдел публичной дипломатии финского МИДа курирует выпуск ежегодного обзора

⁵⁴ Варганова Е.Л. Указ. соч.

⁵⁵ Там же.

«Финляндия в мировых СМИ», в котором анализируется то, как сильные и слабые стороны страны освещаются в иностранных медиа. По итогам 2015 года образ Финляндии в зарубежных изданиях оставался положительным⁵⁶. Согласно отчету финских дипломатов, наиболее популярными инфоповодами в отношении страны стали беженцы, школьная система образования, проблемы экономики.

МИД Финляндии также активно взаимодействует с российской прессой. Регулярно проводятся пресс-туры для журналистов изданий Северо-Запада РФ. Кроме того, финское внешнеполитическое ведомство в целях формирования позитивного имиджа страны в зарубежных СМИ ежегодно организует месячные учебно-ознакомительные стажировки для иностранных, в том числе российских, журналистов⁵⁷.

Говоря о современном образе Финляндии в российской информационной среде, в финском МИДе отмечают, что недовольны освещением некоторых сюжетов, например, связанных с изъятием детей из семей⁵⁸. Кроме того, финские дипломаты считают, что «российская аудитория не получает всей необходимой информации, и это, конечно, отражается на политической жизни»⁵⁹. В прошлом году недовольство финнов образом страны в российских СМИ достигло своего пика: в апреле стало известно о том, что создана специальная рабочая группа, которая будет бороться с якобы исходящей из РФ пропагандой⁶⁰. По мнению финской стороны, российские журналисты намеренно выборочно цитируют финских политиков, «поэтому у большинства потребителей продукции СМИ России создалось впечатление,

⁵⁶ Finland's country image remained nearly unchanged in foreign media in 2015//formin.finland. – 2016. – 9 May. URL: <http://formin.finland.fi/public/default.aspx?contentid=346049&contentlan=2&culture=en-US>.

⁵⁷ Вянкя Ю. МИД Финляндии будет создавать позитивный образ страны в России не «по Бэкману» // Finugor. – 2011. – 6 июня. URL: <http://finugor.ru/news/mid-finlyandii-budet-sozdavat-pozitivnyy-obraz-strany-v-rossii-ne-po-bekmanu>.

⁵⁸ Как финский МИД охотится на газетные утки // Фонтанка Fi . – 2015. – 14 сентября. – URL: <http://fontanka.fi/articles/22615/>.

⁵⁹ Там же.

⁶⁰ В Финляндии заработала правительственная структура по противодействию СМИ России // ИНТЕРФАКС. – 2015. – 26 апреля. URL: <http://www.interfax.ru/world/438582>.

что правительство Финляндии и топ-политики в прямом смысле этого слова якобы требуют отказаться от введенных против России санкций»⁶¹.

Здесь мы наблюдаем парадоксальную ситуацию: согласно проведенному опросу среди петербургских и карельских журналистов, одним из основных источников новостей о Финляндии является сайт финской же государственной телерадиокомпании Yle, оперативно предоставляющий новости на русском языке, причем с расчетом на интерес именно зарубежной аудитории. Получается, что финская сторона недовольна тем, как отражается в СМИ России созданная финскими медиа повестка дня.

На трансформацию образа Норвегии в России на протяжении двадцатого века также влияли события в двусторонних отношениях.

Норвегия, несмотря на существующий миф о «русской угрозе», стала одной из первых стран Западной Европы, которая попыталась наладить торгово-экономические и дипломатические отношения с советской Россией, хотя на страну давила Антанта⁶². В межвоенный период Норвегия и СССР сумели сохранить «проверенные тысячелетней историей добрососедские отношения, закреплённые развитием торговых, деловых и культурных связей между двумя государствами»⁶³. Если отношение жителей Советского союза к шведам и финнам после Первой мировой войны поменялось, то к норвежцам оно оставалось неизменно доброжелательным.

Положительный образ Норвегии в глазах русского народа сохранялся и в период Великой Отечественной войны. Это объясняется тем, что Норвегия «являлась членом антигитлеровской коалиции»⁶⁴.

«1950-1960-е годы прошли под эгидой культурного и делового сотрудничества двух северных государств. Испортить взаимоотношения Норвегии и России в этот период не смогли ни споры вокруг о. Шпицберген,

⁶¹ В Финляндии заработала правительственная структура по противодействию СМИ России // ИНТЕРФАКС. – 2015. – 26 апреля. URL: <http://www.interfax.ru/world/438582>.

⁶² Тимошенко О.А. Взаимоотношения и взаимовосприятие России и Норвегии в XX веке: образы и стереотипы // Вестн. Сев. (Аркт.) фед. ун-та. Сер.: Гуманитар. и соц. науки. – 2012. – № 6.

⁶³ Там же.

⁶⁴ Там же.

ни вступление Норвегии в НАТО», – пишет О. Тимошенко. При этом в 70-е годы отношения переживали временное охлаждение, которое исследователь связывает с началом второго этапа так называемой «полярной дипломатии», когда происходит обострение территориальных споров вокруг о. Шпицберген.

С наступлением горбачевской эпохи произошел крутой поворот в отношениях – этому способствовала речь М.С. Горбачева в Мурманске 1 октября 1987 года, в которой он обратился к широкой международной общественности, в первую очередь североевропейской, с призывом о радикальном снижении уровня военного противостояния на Севере планеты⁶⁵.

Как отмечает О. Тимошенко, «в постсоветский период российско-норвежские отношения, отличаясь большей интенсивностью и появлением так называемого “человеческого измерения”, сопровождались постепенным формированием новых образов Норвегии и норвежцев в сознании населения России и прежде всего жителей Европейского Севера страны». В целом же представление русских о норвежцах находилось под влиянием пропаганды Холодной войны, однако трансграничное сотрудничество помогало «сбалансировать» оценку Норвегии. «24 апреля 1992 г. министр иностранных дел Норвегии Т. Столтенберг впервые ввел в политический лексикон понятие Баренцев регион. Благодаря усилиям специально созданной рабочей группы и при поддержке губернских и федеральных властей, в первую очередь МИД России, Норвегии, Швеции и Финляндии 11 января 1992 г. в Киркенесе была подписана Декларация о сотрудничестве в Баренцевом/Евроарктическом регионе», – пишет Ю. Фокин.

Сегодня, говоря об образе Норвегии в России и средствах влияния на него, можно отметить его двухуровневую структуру. На региональном уровне страна остается добрым соседом РФ на Крайнем Севере. На уровне

⁶⁵ Фокин Ю.Е. Киркенесская Декларация о сотрудничестве в Баренцевом Евроарктическом регионе: взгляд из России 20 лет спустя / Ю.Е.Фокин, А.И.Смирнов. – 2012. URL: <http://mgimo.ru/upload/iblock/e4e/e4ee3b47adb64169c5912a294a394cac.pdf>.

межгосударственных отношений отмечается, что, во-первых, королевство является членом НАТО, во-вторых, не будучи формально членом Европейского Союза, оно выступило полностью солидарным с тем набором ограничительных мер в отношении России, которые предложили США и ЕС.

Норвежцы усиленное внимание уделяют программам трансграничного сотрудничества, в частности, культурным и гуманитарным проектам. Не обделено вниманием и журналистское сообщество. Для журналистов региона организация Баренц Пресс Интернэшнл проводит ежегодные встречи и семинары. При этом стоит отметить, что российские власти не всегда обращают внимание на проблемы российского приграничья, а законодательная база и финансирование со стороны центра являются недостаточными для их решения⁶⁶. По замечанию Ю.Фокина, некоторые эксперты рассматривают программы сотрудничества для соседствующих регионов как попытку распространить скандинавскую «формулу успеха» на российской части Баренцева региона, что может привести к дальнейшей деградации российской части Арктического региона и в самом негативном сценарии – утрате контроля за ним со стороны РФ⁶⁷.

Петербургская журналистка Владиславна Бондина, которая специализируется на арктической и норвежской тематике, считает, что образ Норвегии в российских федеральных и региональных СМИ различается. В экспертном комментарии для нашей исследовательской работы она высказала следующее мнение: «В плане межгосударственных отношений региональная пресса, как правило, ориентируется на решение прикладных задач: приграничное безвизовое передвижение, как живут люди в соседнем, но отделенным границей городе, какая будет погода и курс валюты в случае, если на выходных соберешься в соседний Киркенес или Лаппеенранту. Политика добрососедства реализуется, норвежской стороной выделяются

⁶⁶ Северная Европа регион нового развития. Северная Европа: регион нового развития / под ред. Ю.С. Дерябина, Н.М. Антюшиной; Ин-т Европы РАН. – М.: Весь Мир, 2008. – С.44

⁶⁷ Фокин Ю.Е. Указ. соч.

гранты, претворяются в жизнь совместные проекты, университеты обмениваются студентами, по различным программам школьники ездят друг к другу, и это все формирует положительную повестку для региональных СМИ. Положительная повестка воплощается в достаточном объеме журналистских материалов. Достаточном для того, чтобы две-три действительно негативные новости из федеральных СМИ либо не сильно повлияли на образ соседней страны в глазах жителей, либо вовсе остались незамеченными. Кроме того, следует учитывать, что все ограничительные меры и похолодание отношений идут «сверху», локального уровня это коснулось в наименьшей степени, а вырабатываемая годами лояльность жителей приграничья позволяет амортизировать репутационный удар».

Резюмируя все вышесказанное, можно отметить, что роль СМИ в выстраивании отношений между акторами современных международных отношений велика. Целью любого государства является формирование в медиасреде своего положительного образа, с помощью которого можно продвигать собственные национальные интересы. Образ страны имеет многокомпонентную структуру, отражая такие аспекты действительности, как политическое устройство, географическое положение, социально-экономическую систему, историческую память, культурное наследие и т.д. Восприятие страны игроками мировой политики находится в сильной зависимости от исторического контекста.

Представление о Финляндии в глазах российской общественности в двадцатом веке совершило крутой поворот негативного к позитивному. Основой для современного положительного восприятия страны является экономическое сотрудничество, которое всегда играло важную роль во взаимоотношениях двух стран. Финская сторона с большим вниманием относится к тому, как она представлена в российском информационном секторе, и работает над тем, чтобы желаемый образ соответствовал действительному. В Норвегии информационная политика в отношении РФ следует в общем внешнеполитическом русле. По окончании Холодной войны

норвежцы взяли курс на добрососедство с Россией и сотрудничество в Арктике. Украинский кризис внес коррективы в эту политику, однако государство продолжает реализовывать «имиджевые» гуманитарные проекты на российском Севере и взаимодействовать с журналистским сообществом региона.

Глава 2. Образ стран Северной Европы в электронных СМИ Северо-Запада РФ

2.1 Североевропейская повестка в информационном пространстве Северо-Запада

Для анализа образа стран Северной Европы были выбраны наиболее цитируемые региональные СМИ по версии «Медиалогии» за 2015 год. Мы

обратились к медийному полю регионов, граничащих со странами Северной Европы, – это Республика Карелия и Мурманская область. Кроме того, мы изучили повестку дня в отношении региона в СМИ Санкт-Петербурга – административного центра Северо-Западного федерального округа.

Всего нами было отобрано семь СМИ. Это карельские издания «Столица на Онего» (первое место по цитируемости среди СМИ региона по версии «Медиалогии») и «Вести Карелии» (третье место), лидер медиарейтинга в Мурманской области – информагентство ИА Северпост.ru, а также издание «Би-порт».

Среди СМИ Санкт-Петербурга нами были выбраны информагентство FlashNord (данный информационный ресурс интересен тем, один из его разделов полностью посвящен новостям Норвегии и Финляндии), а также «финские страницы» портала Fontanka.ru – Fontanka.fi.

Кроме того, мы исследовали медиаконтент северо-западной региональной новостной ленты федерального информационного агентства REGNUM. В 2015 года на базе Северо-Западной редакции агентства (головной офис находится в Санкт-Петербурге) была образована сначала Скандинавская, а затем Североевропейская редакция.

Наш выбор был обусловлен тем, что сетевые издания, в частности информационные агентства, в силу охвата аудитории являются основными проводниками образа государств в СМИ. Кроме того, информационные агентства обеспечивают информационными поводами и новостями весь остальной медийный сектор.

Для выявления тематической структуры информационной повестки дня в отношении стран Северной Европы в сетевых СМИ Северо-Запада мы провели контент-анализ новостных материалов вышеуказанных ресурсов с марта 2015 года по февраль 2016 года включительно (см. Табл. 1). Внутри указанного периода нами были установлены следующие хронологические рамки: 14-20 марта, 13-19 апреля, 18-24 мая, 15-21 июня, 6-12 июля, 10-16 августа, 14-20 сентября, 26 октября-1 ноября, 2-8 ноября, 14-20 декабря, 11-17

января, 1-7 февраля. Всего было проанализировано 648 текстовых единиц. Основной массив анализируемых источников составили новости, исключение мы сделали лишь для ресурса Fontanka.fi, ограничившись только его аналитическими материалами. Экспертный уровень аудитории данного сайта выше, чем в среднестатистическом региональном СМИ, поэтому мы сочли возможным провести более глубокий анализ контента.

Таблица 1.

Наименование СМИ:	Кол-во проанализированных текстовых единиц, шт.	Кол-во связанных с Россией сюжетов, шт.
Столица на Онего	56	40
Вести Карелии	14	12
ИА СеверПост.ru	102	68
Би-порт	46	29
Fontanka.fi	52	31
FlashNord	73	16
ИА Regnum	319	141

Как мы можем заметить, тема России в новостях, посвященных североевропейской тематике, является доминирующей. Для всех рассматриваемых нами источников, кроме ИА Regnum и ИА Flashnord, доля новостей с упоминанием РФ составляет более 50% от общего числа информационных сюжетов на тему Северной Европы.

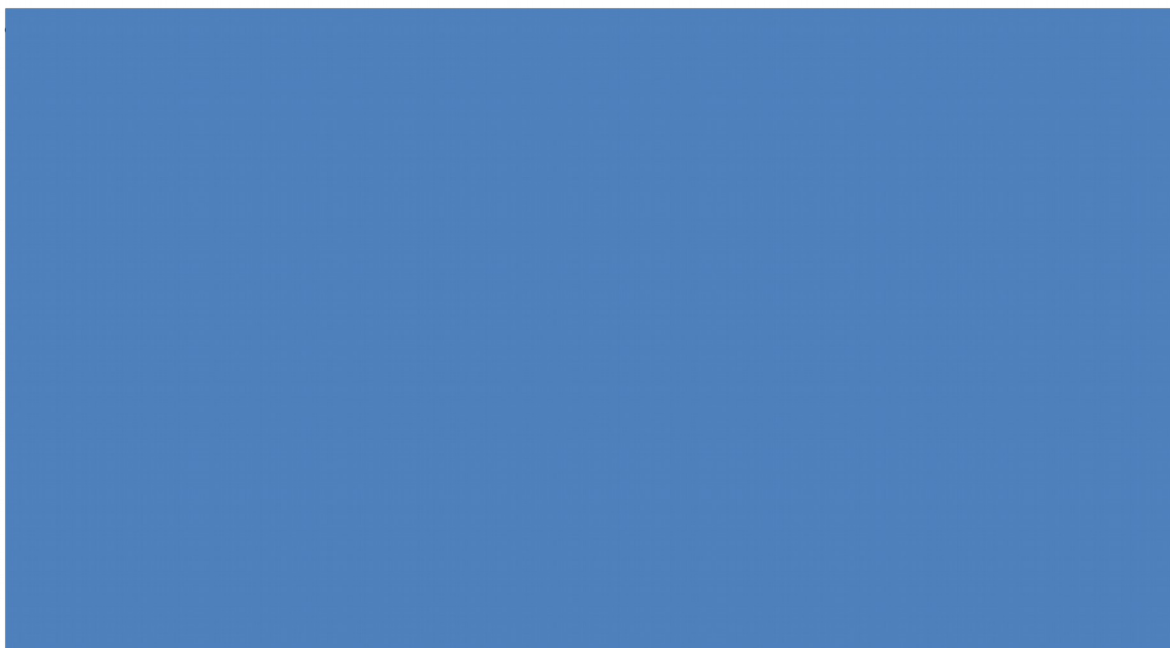


Рис 1. Анализ распределения источников по упоминанию стран

Что касается распределения материалов по странам (см. рис. 1), то здесь мы прослеживаем четкую тенденцию - региональные СМИ фокусируются на тех странах, с которыми граничат. Карельские СМИ интересуют в основном события Финляндии, мурманские – Финляндии и Норвегии. ИА Regnum и Flashnord также представляют читателю распределенный в основном между двумя этими странами контент.

Тематическую направленность новостных сообщений о регионе Северной Европы в электронных СМИ Северо-Запада мы отобразили в диаграммах (см. рис.2, 3, 4). В результате нашего исследования мы выделили девять повесткообразующих тем. Темы науки и образования, а также спортивные сюжеты в отношении указанного региона мало представлены в материалах всех проанализированных нами источников. Высок удельный вес темы «Происшествия», особенно в карельских (29%) и мурманских(28%) СМИ.



Рис.2. Тематическая структура СМИ Карелии



Рис.3. Тематическая структура СМИ Мурманской области

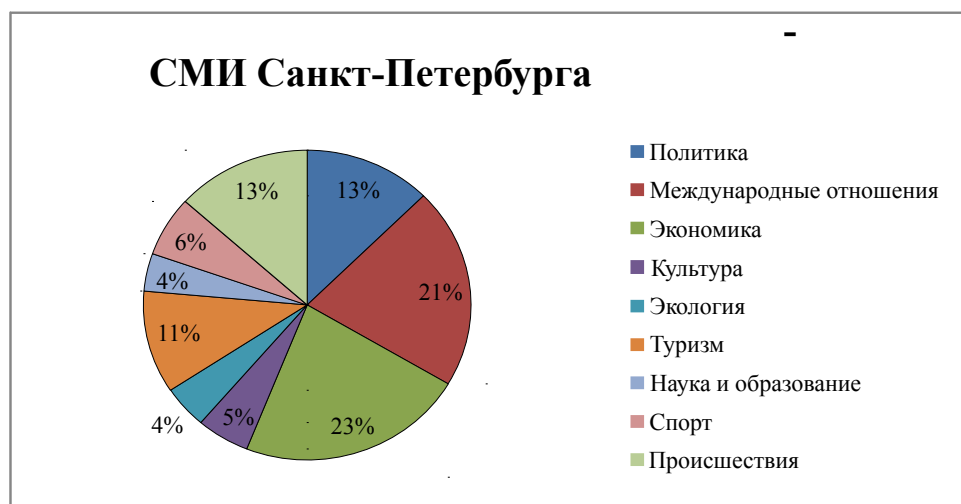


Рис.4. Тематическая структура СМИ Санкт-Петербурга

Это объясняется спецификой региональных медиа, тяготеющих к «желтому» контенту. Считается, что криминал и чрезвычайные происшествия больше всего интересуют среднестатистического читателя. Поэтому большинство новостей из этого раздела были связаны с криминальными случаями (чаще всего с контрабандой) на границе РФ с Финляндией и Норвегией.

В то же время неожиданно много внимания мурманские медиа уделяют культуре Северной Европы (18%). Как правило, эти новости касаются Норвегии. А вот петербургские СМИ к культурной жизни региона равнодушны – поэтому был зафиксирован столь малый процент материалов на данную тему (5%).

Абсолютно по-разному в региональных СМИ Северо-Запада освещаются вопросы экономики. Мурманские СМИ отводят экономике всего 10% своего медиаконтента. Издания Карелии и Санкт-Петербурга в процентном соотношении уделяют экономике североевропейских стран примерно одинаковую часть своей информационной повестки – 21 и 23% соответственно, однако качественный анализ журналистских материалов выявляет абсолютно разную природу этих новостей. Экономическая информация в карельских и мурманских СМИ носит «утилитарный характер» и, как правило, касается хозяйственной деятельности приграничных районов. Экономический блок петербургских медиа отражает вопросы более глобального масштаба. Среди актуальных инфоповодов: влияние санкций на экономику стран Северной Европы, сложная ситуация в экономике Финляндии, потери Норвегии (крупнейшего экспортера «черного золота» в Западной Европе) от падения нефтяных цен и так далее. Отметим, что Норвегия и Россия являются конкурентами на европейском газовом рынке, но этот сюжет остается вне фокуса региональных СМИ.

Внутриполитические процессы в странах Северной Европы не вызывают особого интереса у региональных журналистов. Так, для СМИ

Карелии и Мурманска данная тематика составляет всего 7% в общей структуре контента, для петербургских медиа – 18%.

Интересным выглядит тот факт, что, несмотря на то, что экологическая тематика традиционно является одной из характерных черт образа североевропейских стран, СМИ Мурманска и Санкт-Петербурга проявляют к ней небольшой интерес – данная тема занимает соответственно 2% и 4% от общего числа материалов. В СМИ Карелии материалов на указанную тему за анализируемый период времени нами обнаружено не было.

Приоритетной же для всех анализируемых нами источников информации является внешнеполитическая повестка. Тема международных отношений занимает львиную долю для мурманских СМИ (34%), карельских – 27% и петербургских – 21%.

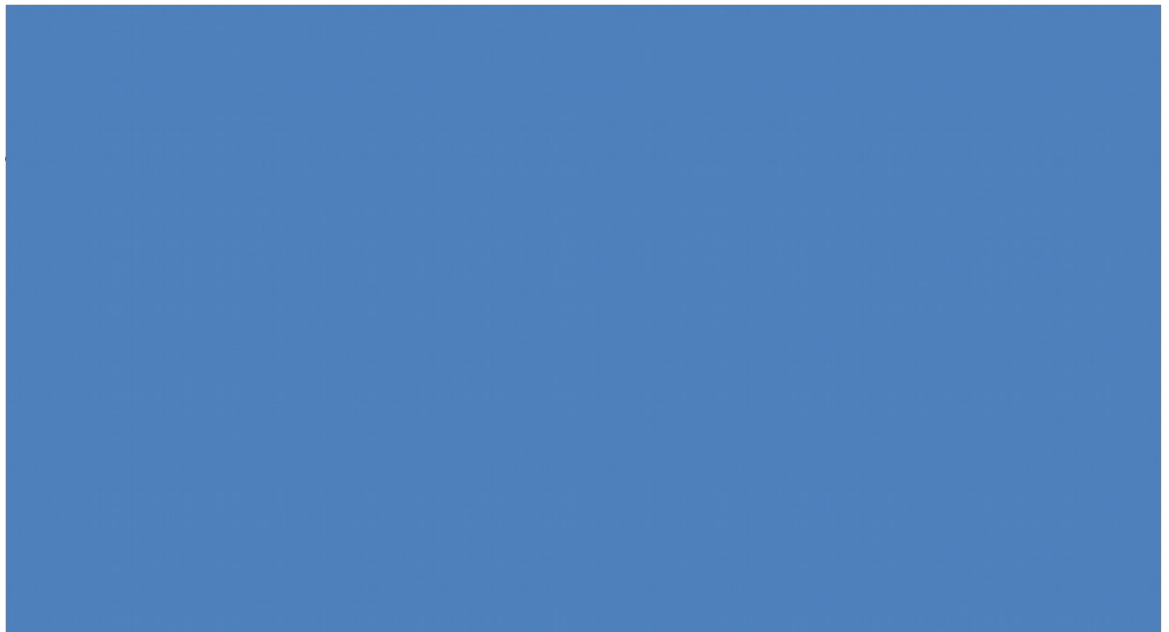


Рис.5. Международная повестка в региональных СМИ

Основное внимание региональных СМИ приковано к вопросам регионального сотрудничества. Главными трендами международной повестки стали беженцы и международная безопасность. «Арктическая» тематика, как мы видим, является «аутсайдером» среди информационных поводов. Всего два издания – ИА Regnum и ИА Северпост.ru уделяют ей внимание. Тема

Украины и украинского кризиса, как ни странно, также нашла свое отражение не во всех анализируемых нами СМИ. Так, из семи источников только три обратились к ней в своих публикациях за указанный период.



Рис.6. Компоненты образа стран Европы

Проведенный нами анализ материалов свидетельствует о том, что политический (а если быть более точными, внешнеполитический) и экономический компонент преобладают в сконструированном региональными СМИ образе стран Северной Европы.

2.2 Северная Европа и РФ: современные отношения глазами региональных изданий

Отношения стран Северной Европы и России на современном этапе в целом находятся под влиянием общемировой политической конъюнктуры. Все североевропейские страны придерживаются внешнеполитической линии ЕС, в том числе и не являющиеся членами союза Норвегия, Дания и Исландия. Поэтому с наступлением кризиса в отношениях России и Запада период поступательного развития партнерства в регионе сменился «замораживанием» контактов между РФ и скандинавскими странами. При этом сотрудничество на межрегиональном уровне продолжается, о чем свидетельствуют сообщения СМИ.

Стоит отметить, что именно страны Северной Европы стали одними из самых жестких критиков внешней политики Москвы среди западных государств. Наиболее активно себя проявляют Швеция, Норвегия и Дания. Их позиция в отношении России по своей остроте «не уступает взглядам США и Канады, а по степени жесткости <...> превосходит взгляды Франции и Германии»⁶⁸. Финляндия и Исландия, напротив, «с самого начала демонстрировали гораздо более взвешенную позицию, в основе которой соображения экономического прагматизма доминировали над политическими аргументами»⁶⁹.

Говоря об образе Северной Европы в СМИ Северо-Запада РФ, следует выделить те события 2015 года, в которых скандинавская «пятерка» выступала бы единым блоком. Во-первых, в марте прошлого года было объявлено о приостановке деятельности информационных бюро Совета

⁶⁸ Александров О.Б. Политический диалог России со странами Северной Европы в условиях экономических санкций // Янтарный мост. – 2015, № 1. – С. 12. URL: http://mgimo.ru/files2/2015_06/up84/file_7bccfdce96a9cb4aacf11829e5e5239.pdf

⁶⁹ Там же. С.14.

министров Северных стран на Северо-Западе России⁷⁰. Организация, финансирующая совместные с российской стороной проекты, отказалась регистрироваться в качестве «иностранного агента». «Цель присутствия Совета министров на Северо-Западе России, а именно формирование более тесных связей и улучшение взаимодействия между странами Северной Европы и Северо-Западом России, не может быть достигнута в статусе иностранного агента»⁷¹, – цитирует ИА Regnum представителя Совета Карстен Хансен.

Во-вторых, социально благополучные, богатые страны Северной Европы оказались в центре внимания мировых СМИ из-за наплыва беженцев. Две страны региона – Норвегия и Финляндия – предъявили свои претензии к РФ из-за того, что российские пограничники якобы способствуют нелегальной миграции через границу⁷². Этот сюжет также интересен тем, что Финляндия и Норвегия заявили о том, что российские СМИ искажают информацию о беженцах и это является частью так называемой «гибридной войны». По информации СМИ, в 2015 году в Финляндию приехало около 32,5 тыс. просителей убежища, при этом число мигрантов, приехавших в страну через границу с РФ, составило 694 человека⁷³. Около 31 тыс. человек попросили убежища в Норвегии в 2015 году, через российско-норвежскую границу с РФ в северное королевство приехало более 5 тыс. человек.

Одним из наиболее неприятных инцидентов для внутрорегиональных отношений стало опубликованное в норвежской газете «Афтенпостен» совместное заявление министров обороны стран Северной Европы о том, что Россия является главной угрозой для европейской безопасности⁷⁴.

⁷⁰ В Петербурге закрывается информбюро Совета министров Северных // Фонтанка.Ру. – 2015. – 12 марта. URL: <http://fontanka.fi/articles/18925>.

⁷¹ Северные страны сворачивают деятельность на Северо-Западе России//ИА REGNUM. – 2015. – 16 марта. URL: <http://regnum.ru/news/1905616.html><http://regnum.ru/news/1905616.html>.

⁷² Финляндия: Беженцы на границе с Россией — элемент гибридной войны //ИА REGNUM. – 2015. – 29 февраля. URL: <http://regnum.ru/news/2088638.html>

⁷³ Там же.

⁷⁴ Северная Европа провозгласила РФ главной угрозой//ИА REGNUM. – 2015. – 10 апреля. URL: <http://regnum.ru/news/polit/1913945.html> .

Украинские события актуализировали для современных североевропейских политиков сюжет о «российской угрозе». Так, летом прошлого года министр обороны Финляндии Юсси Ниинисте заявил о том, что его страна готовится к возможной оккупации Аландских островов «зелеными человечками»⁷⁵ (под этим термином следует понимать военнослужащих российской армии в военной форме без знаков различия).

В сентябре 2015 года стало известно, что Норвегия модернизирует свои военно-воздушные силы из-за якобы возросшей активности российских военных самолетов над Балтийским морем⁷⁶. Власти Норвегии сообщили о своих планах по покупке 52 истребителей нового поколения F-35 до 2025 года. Такую необходимость министр обороны страны Инне Эриксен Сёреиде объяснила обеспокоенностью страны «явной демонстрацией силы» со стороны РФ в регионе. Норвежские власти также неоднократно заявляли о том, что расширение военного присутствия РФ в Арктике несет угрозу для безопасности северного королевства.

Актуальным информационным поводом остается Арктика. Региональные СМИ уделяют внимание арктическим проектам, международное сотрудничество в которых было приостановлено из-за санкций. Другим важным аспектом является ситуация в сфере безопасности в Арктическом регионе. Весной прошлого года в северных районах Финляндии, Швеции и Норвегии прошли масштабные военные воздушные учения Arctic Challenge Exercise 2015 (ACE 15)⁷⁷.

Россия и Финляндия

Как отмечается в обзоре основных внешнеполитических событий 2015 года Министерства иностранных дел РФ, взаимоотношения с Европейским

⁷⁵ Министр обороны Ниинисте: Финляндия готовится к возможной оккупации Аландских островов «зелеными человечками» // Lännen Media. – 2015. -30 июля. – Режим доступа: http://yle.fi/uutiset/ministr_oborony_niiniste_finlyandiya_gotovitsya_k_vozmozhnoi_okkupatsii_alandskikh_ostrovov_zelenymi_chelovechkami/8191406

⁷⁶ Из-за «российской угрозы» Норвегия закупит до 52 истребителей F-35//ИА REGNUM. – 2015. – 23 сентября. – Режим доступа: <http://regnum.ru/news/1976779.html>

⁷⁷ Военные учения 15 стран пройдут в Швеции, Финляндии и Норвегии // FlashNord . – 2015. – 25 мая. URL: <http://flashnord.com/news/voennye-ucheniya-15-stran-proydet-v-shvecii-finlyandii-i-norvegii>.

союзом оставались заложником избранного ЕС в контексте событий на Украине политизированного курса на противостояние России⁷⁸. «В этих условиях акцент в политике России на европейском направлении был сделан на развитии двусторонних отношений с теми странами, которые стремятся занимать более реалистичные, прагматичные позиции по вопросам сотрудничества с нашей страной»⁷⁹, – отмечают в МИД. Очевидно, что российские СМИ Северо-Запада представляют Финляндию именно таким прагматичным партнером. Из информационных сообщений можно сделать вывод о том, что Финляндия – одна из самых благожелательно настроенных по отношению к РФ западных стран. Неслучайно в сентябре 2014 года в мировые СМИ просочилась информация о том, что позиция в отношении антироссийских санкций расколола финское правительство. В апреле прошлого года стало известно, что экс-министр иностранных дел Финляндии Эркки Туомиоя⁸⁰ выступал против ужесточения ограничительных мер в отношении РФ. Действительно, Финляндия в силу своего географического положения и исторически сложившихся тесных экономических связей с РФ стала одной из наиболее пострадавших от российского продовольственного эмбарго стран. Тема санкций и нанесенного ими экономического ущерба – одна из самых популярных в отношении северной соседки России внутри информационного поля северо-западных изданий. Как пишет Fontanka.fi, только за первый год эмбарго сельскохозяйственной отрасли страны был нанесен ущерб в размере 400 млн евро⁸¹.

⁷⁸ Основные внешнеполитические события 2015 года // Сайт МИД РФ. – 2015. – 29 декабря. URL:

http://www.mid.ru/foreign_policy/news/-/asset_publisher/cKNonkJE02Bw/content/id/2003505/op_up?_101_INSTANCE_cKNonkJE02Bw_viewMode=print&_101_INSTANCE_cKNonkJE02Bw_qrIndex=0.

⁷⁹ Там же.

⁸⁰ Богданов Е. В Финляндии начали публиковать украденную у министров переписку по поводу антироссийских санкций //ФонтанкаFi. – 2015. – 15 апреля. URL:

<http://fontanka.fi/articles/19491/>.

⁸¹ Финские фермеры ударят пробегом на тракторах по российскому эмбарго//ФонтанкаFi. – 2016. – 1 марта. URL: <http://fontanka.fi/articles/26633/>.

В минувшем году события в экономической сфере влияли на двусторонние отношения Хельсинки и Москвы не меньше политических факторов. Общее ухудшение экономической конъюнктуры, падение рубля привели к сокращению турпотока из РФ, что особенно сильно ударило по приграничным регионам Финляндской республики. Туризм – важный элемент трансграничного взаимодействия, а также значимый сектор региональной экономики. СМИ сообщали о падении туристических доходов в Финляндии⁸², а также о закрытии торговых центров в популярных у россиян городах – Лаппеенранте и Иматре⁸³. В свою очередь на северо-западе РФ ситуация отразилась ровно противоположным образом. Карельские издания писали о росте так называемых бензиновых туристов с финской стороны.

Несмотря на все сложности, финны ищут пути для сотрудничества с российскими партнерами. Региональные журналисты отмечают это, анализируя состояние хозяйственных связей между двумя странами на современном этапе. «Очевидно, что и Финляндия, и Россия крайне заинтересованы в возвращении прежних торгово-экономических показателей и поиске новых путей по наращиванию уровня импорта и экспорта через формирование новой системы кооперации, учитывающей внешнеполитические и макроэкономические риски⁸⁴», – пишет журнал Эксперт Северо-Запад. Издание перечисляет основные проекты двустороннего сотрудничества (строительство АЭС по российским технологиям и т.д.), подчеркивая прагматизм, с которым финская сторона подходит к их реализации. Журналисты отмечают, что финские партнеры постепенно меняют свою стратегию работы с российской стороной и

⁸² Доходы финского приграничного бизнеса падают вместе с турпоток из РФ//ИА REGNUM. – 2015. – 8 октября. URL: <http://regnum.ru/news/economy/1987533.html>.

⁸³ Там же.

⁸⁴ Гиниятуллов Р. 25 января 2016. Финский подход: ничего лишнего – только бизнес//Эксперт Северо-Запад. – №4 (723). – 2016. – 25 января. URL: <http://expert.ru/northwest/2016/04/finskij-podhod-nichego-lishnego---tolko-biznes/>.

выбирают «возможность работы на площадке, где в приоритете всегда законы бизнеса, а не политики»⁸⁵.

Для региональных СМИ важным является то, как санкции отразились на сотрудничестве на трансграничном уровне. Так, например, журналисты издания Вести Карелия отмечают, что Финляндия сохраняет статус главного внешнеторгового партнера Карелии в условиях санкционного противостояния Запада и РФ. «Судя по данным официальной статистики, ни международные санкции, ни ослабление рубля пока не отразились на торговых отношениях между Карелией и Финляндией. Объем двухстороннего внешнеторгового оборота в 2014 году сократился незначительно – с 253,6 миллиона долларов США до 252,9 миллиона. При этом стоимость карельского экспорта в Финляндию уменьшилась с 204 миллионов долларов США до 186,8 миллиона, а финского импорта в Карелию увеличилась с 49,6 миллиона долларов США до 66,1 миллиона⁸⁶», – отмечает издание.

Уже не первый год чувствительным вопросом российско-финских отношений остается потенциальная возможность присоединения Хельсинки к Североатлантическому альянсу. Дискуссии о вступлении финнов в НАТО ведутся на протяжении последних шести лет. Некоторые эксперты склонны полагать, что это не более чем способ «разогреть» электорат перед очередными выборами в стране⁸⁷. Проанализировав сообщения региональных СМИ, можно сделать вывод о том, что весь массив информации на данную условно разделяется на три блока:

- Смена внешнеполитического курса Финляндии в связи с избранием нового правительства
- Дискуссии об оборонной мощи Финляндии внутри страны

⁸⁵ Гиниятуллов Р. 25 января 2016. Финский подход: ничего лишнего – только бизнес // Эксперт Северо-Запад. – №4 (723). – 2016. – 25 января. URL: <http://expert.ru/northwest/2016/04/finskij-podhod-nichego-lishnego---tolko-biznes/>.

⁸⁶ Поташов В. Международные санкции пока не отразились на торговых отношениях Карелии и Финляндии // Вести Карелии. – 2015. – 20 февраля. URL: http://vesti.karelia.ru/news/mezhdunarodnye_sankcii_poka_ne_otrazilis_na_torgovyh_otnosheniyah_karelii_i_finlyandii.

⁸⁷ Эксперты: в Финляндии нет и не будет пророссийских политиков // ИА REGNUM. – 2015. – 4 июня. URL: <http://regnum.ru/news/1930752.html>

- Расширение военного сотрудничества Финляндии и Швеции

Россия и Норвегия

Российско-норвежские отношения на данном этапе следует рассматривать через призму украинского кризиса. Риторика норвежских властей в адрес проводимой Москвой внешней политики носит достаточно жесткий характер и резко отличается от заявлений финского руководства.

При этом региональные СМИ не акцентируют свое внимание на парадоксальной ситуации, при которой официальная жесткая внешнеполитическая линия Осло в отношении Москвы сочетается с посылом о добрососедстве на Крайнем Севере. Контакты с норвежцами по линии трансграничного и регионального сотрудничества продолжаются. Мурманские издания много пишут о совместных выставках, фестивалях и т.д. Так называемое «губернское сотрудничество» – сотрудничество между северными губерниями Норвегии и северными регионами РФ действует даже в период обострения отношений между РФ и Западом. Впрочем, норвежская сторона не видит здесь никакого противоречия⁸⁸. В норвежском МИД указывают на невозможность проводить изоляционистскую политику в отношении России, однако подчеркивают, что «Норвегия не может строить свои отношения с Россией без учета ситуации, сложившейся на юго-востоке Украины»⁸⁹. Норвегия подтверждает важность сотрудничества в таких областях, как «как совместное управление рыбными ресурсами, защита природы, обеспечение ядерной и радиационной безопасности, а также поиск и спасение в акватории Баренцева моря»⁹⁰. По словам заместителя главы МИД Норвегии Борда Глада Педерсена, королевство также желает сохранить

⁸⁸ МИД Норвегии: Россия становится более решительной и агрессивной // ИА REGNUM. – 2016. – 1 марта. URL: <http://regnum.ru/news/polit/2089776.html>

⁸⁹ Педерсен: Норвегия заинтересована в продолжении сотрудничества с РФ// Flashnord. – 2015. – 2 марта. URL: <http://flashnord.com/news/pedersen-norvegiya-zainteresovana-v-prodolzhonii-sotrudnichestva-s-rf>

⁹⁰ Педерсен: Норвегия заинтересована в продолжении сотрудничества с РФ// Flashnord. – 2015. – 2 марта. URL: <http://flashnord.com/news/pedersen-norvegiya-zainteresovana-v-prodolzhonii-sotrudnichestva-s-rf>

достигнутые успехи народной дипломатии, а также регионального взаимодействия в Баренцевом/Евроарктическом регионе и Арктическом совете.

В марте 2014 года министерство обороны Норвегии приостановило сотрудничество с РФ в военной сфере из-за ситуации на Украине⁹¹. Кроме того, в октябре 2015 в норвежских масс-медиа появилась информация о приостановке дипломатических отношений между РФ и скандинавским королевством, которую российские СМИ также не оставили без внимания.

Мурманское издание В-Port публикует точку зрения генерального консула России в Киркенесе Сергея Шатуновского-Бюрно, который подчеркивает, что негативная внешняя среда не должна повлиять на сотрудничество между Россией и Норвегией⁹². «Нельзя забывать тот солидный положительный опыт, накопленный в Баренц-регионе с момента подписания Киркенесской декларации, которым Россия намерена руководствоваться и дальше, определяя приоритетные задачи при реализации своей арктической политики»⁹³, – цитирует его издание. К таким приоритетам можно отнести развитие транспортной инфраструктуры и проекты в области экологии.

Норвежские компании достаточно активно представлены на Северо-Западе. Несмотря на это, развитию бизнеса в регионе СМИ уделяют не очень много внимания. По сравнению с аналогичным сюжетом в отношении Финляндии практически не развивается тема ущерба от санкций для норвежских предприятий. И это при том, что бизнес-сообщество королевства, работающее с российским рынком, неоднократно выражало свое недовольство санкциями против РФ, отмечая их неэффективность⁹⁴.

⁹¹ Там же.

⁹² В Никеле рассказали о приоритетных задачах России при реализации арктической политики // Вi-port. – 2015. – 30 октября. URL: <http://www.b-port.com/news/item/164394.html?tmpl=component>

⁹³ Там же.

⁹⁴ Норвежские предприниматели недовольны санкциями в отношении России // ИА REGNUM. – 2016. – 29 июля. URL: : <http://regnum.ru/news/economy/1947231.html>

2.3. Основные тенденции в формировании образа Северной Европы сетевыми СМИ

Проведенный контент-анализ свидетельствует о том, что Северная Европа занимает важное место в информационной повестке СМИ Северо-

Запада. Так, фактически, это единственный регион мира, интерес к которому проявляют карельские и мурманские СМИ.

Большинство проанализированных материалов имеет нейтральный характер, что объясняется выбранным нами для анализа форматом новостных сообщений. Тем не менее, мы полагаем, что на формирование образа государства в СМИ оказывает влияние не только стилистика сообщений, но и (и даже в большей степени) подбор тем, заданный масс-медиа в отношении региона «фрейм».

По результатам анализа практик региональных СМИ можно сделать вывод о том, что освещение сюжетов, связанных со странами Северной Европы, не соответствует важности этого региона для России. Небольшое количество качественных аналитических материалов, отсутствие экспертных мнений и разнообразия в источниках информации – все это формирует в целом очень поверхностный образ «северных рубежей» ЕС в глазах российского читателя. Мурманские и карельские СМИ ограничиваются кругом приграничных тем, редко уделяя внимание информационным поводам, ценным с точки зрения федеральной повестки.

Так, мы отмечаем, что мурманские СМИ акцентируют свое внимание на информационных сообщениях, связанных с культурным и трансграничным сотрудничеством с Норвегией. Широкий круг тем связан с совместными выставками, спектаклями и студенческими обмены. При этом зачастую «провисает» экономический блок информации, также не принимается во внимание геополитический аспект отношений двух стран. В то же время экономическая составляющая приграничного сотрудничества, вопросы финансирования совместных двусторонних проектов являются очень важными.

Разницу в подходах к освещению двусторонних отношений между мурманскими и петербургскими СМИ необходимо проиллюстрировать примером. Важным для российско-норвежского приграничья событием стало проведение V Дней российско-норвежского приграничного сотрудничества в

поселке Никель (Мурманская область) в октябре 2015 года. Мероприятие нашло свое отражение в региональных изданиях: ИА Regnum посвятило ему четыре информационных материала, В-port – восемь, в том числе несколько видеосюжетов, издание Severpost – два материала.

Журналисты издания В-Port сделали упор на культурном аспекте мероприятия. В частности, сообщается, что состоялась фотовыставка «Норвегия – земля скалистых фьордов» и «Фьорды Севера»⁹⁵, а также прошла презентация проекта MyParents «Идеи для Никеля и Киркенеса на карте». При этом экономическая тематика затрагивается лишь в одном материале, в котором издание приводит слова генерального консула королевства Норвегия в Мурманске Уле Андреаса Линдемана: «Для меня особо важно уточнить общий оборот торговли между регионами, и вообще, связанным с Россией. И у нас очень интересные цифры. Кажется, что общий оборот, он большой, 1,7 миллиарда крон. Это большие деньги».⁹⁶ При этом тема санкций и их влияния на приграничное сотрудничество упоминается в публикациях вскользь, она как бы «извлекается» из общего контекста.

ИА Regnum в освещении событий старается даже локальному событию придать федеральный масштаб и важность в контексте двусторонних отношений. Для этого издание заостряет внимание читателей на экономических связях регионов и шире – стран. Так, СМИ сообщает о том, что если в итогам 2014 года скандинавское королевство занимало третью позицию среди основных торговых партнеров Мурманской области, за 2015 год Норвегия переместилась на шестое место⁹⁷. Издание также сообщает о падении товарооборота между регионом и Норвегией на 27% в 2014 году, а с января по март 2015 года – на 50%. Упоминаются и причины таких результатов: это, по словам министра экономического развития Мурманской

⁹⁵ Фотовыставки в Никеле могут улучшить культурное российско-норвежское сотрудничество//Vi-port. – 2015. – 30 октября. URL: <http://www.b-port.com/culture/item/164386.html#ixzz48yAYxbCy>

⁹⁶ Вопреки санкциям и сложной политической ситуации//Vi-port. – 2015. – 30 октября. – URL: <http://www.b-port.com/tv21/item/164440.html#ixzz48yB50V00>.

⁹⁷ Норвегия переместилась на шестое место среди партнёров Мурманской области Бондина // ИА REGNUM. – 2015. – 30 октября. URL: <http://regnum.ru/news/2002150.html>.

области Елены Тихоновой, «политические барьеры для торговли»⁹⁸. Кроме того, отмечается, что финансирование со стороны Норвегии в «рамках реализации проектов в сфере радиационной безопасности» для Мурманской области за последние шесть лет составило более 50 млн долларов США. Взаимодействие в области радиационной безопасности – важный компонент двустороннего взаимодействия, который региональные СМИ незаслуженно оставляют без внимания.

Внутриполитическая жизнь стран Северной Европы мало интересует региональные СМИ. Агентство Severpost стало единственным среди рассматриваемых СМИ, которое посвятило несколько информационных сюжетов выборам в муниципальные и губернские советы, проходивших в Норвегии в сентябре 2015 года⁹⁹. Издание попыталось привлечь внимание аудитории к событию с помощью материала «Выборы по-норвежски: в чем основное различие с Россией»¹⁰⁰, в котором сравнивались избирательные системы двух стран. ИА Regnum оказалось монополистом среди вышеуказанных источников в освещении парламентских выборов в Дании¹⁰¹.

Интерес у региональных СМИ вызывает лишь аспект, связанный с внешней политикой и отношениями с Россией. Так, итоги выборов в финский парламент (апрель 2015 года) трактовались в медийном пространстве как приход к власти противников сближения страны с НАТО.

Об этом свидетельствуют следующие заголовки новостей:

*По итогам выборов в Финляндии к власти пришли противники вступления в НАТО*¹⁰²

⁹⁸ Там же.

⁹⁹ В Норвегии по всей стране открылись избирательные участки//СеверПост.ру. – 2015. – 14 сентября. URL: <http://severpost.ru/read/31800/>.

¹⁰⁰ Выборы по-норвежски: в чем основное различие с Россией // СеверПост.ру. – 2015. – 14 сентября. URL: <http://severpost.ru/read/31839/>.

¹⁰¹ В материковой части Дании на парламентских выборах победила оппозиция // ИА REGNUM.- 2015. – 19 июня. URL: <http://regnum.ru/news/1934996.html>.

¹⁰² По итогам выборов в Финляндии к власти пришли противники вступления в НАТО//СеверПост.ру. – 2015. – 20 апреля. URL:<http://severpost.ru/read/24631/>.

*Новое правительство Финляндии: Плата за обучение для иностранцев – возможное членство в НАТО и привлечение трудовой миграции*¹⁰³

*Сторонники НАТО и ЕС терпят поражение на выборах в Финляндии*¹⁰⁴

По итогам нашего анализа можно сделать вывод о том, что образу Северной Европы в региональных СМИ присуща политическая «обезличенность». Между тем, образ политического лидера государства – один из важнейших компонентов в конструировании имиджа региона. Президент Финляндии – самый упоминаемый среди политических лидеров стран региона. Стоит отметить, согласно проведенному нами анализу, президент страны Саули Ниинисте упоминается в новостях в два раза чаще, чем премьер-министр Юха Сипиля (реальный политический лидер Финляндии). Интересен и сам характер образа финского президента. Региональные Интернет-СМИ представляют Саули Ниинистё «медиатором» в информационных сюжетах, связанных с усилением напряжения в российско-финских отношениях. В российском медийном поле конструируется образ президента, который смягчает резкость заявлений глав МИД и министерства обороны страны.

Так, после скандальной публикации заявления глав оборонных ведомств северных стран, Ниинисте дал комментарий СМИ, в котором опроверг утверждение о том, что сотрудничество северной «пятерки» в оборонной сфере направлено против России.

«Финский лидер подчеркнул, что целью сотрудничества является поддержка и укрепление стабильности и безопасности в регионе. Он также отметил, что министру обороны Карлу Хаглунду стоило обсудить статью до публикации с президентом и с министерской комиссией по вопросам внешней политики и политики безопасности. Кроме того, Саули Ниинистё заявил о своих планах связаться с президентом России Владимиром

¹⁰³ Новое правительство Финляндии: Плата за обучение для иностранцев – возможное членство в НАТО и привлечение трудовой миграции Фонтанка ру. – 2015. – 13 мая. – URL: <http://fontanka.fi/articles/19984/>.

¹⁰⁴ Сторонники НАТО и ЕС терпят поражение на выборах в Финляндии// ИА REGNUM. – 2015. – 19 апреля. – URL: <http://regnum.ru/news/polit/1916805.html>.

Путиным, чтобы обсудить кризис на Украине и общую политическую ситуацию¹⁰⁵», – пишет ИА Regnum.

В начале июля 2015 года Финляндия приняла решение не выдавать разрешение на въезд в страну для участия в летней сессии Парламентской ассамблеи ОБСЕ ряду членов российской делегации во главе со спикером Госдумы РФ Сергеем Нарышкиным, обосновав это тем, что парламентарии являются фигурантами «черных списков» ЕС и въезд на территории стран Евросоюза им запрещен. Можно отметить, что даже несмотря на такой в целом недружественный акт со стороны Хельсинки, региональные СМИ не спешили рисовать негативный образ финнов в глаза российских читателей.

Журналисты Fontanki.fi обращают внимание на слова президента страны о том, что финны были готовы принять россиян, однако финские власти оказались «между молотом и наковальней» из-за того, что некоторые страны ЕС были против принятия российской делегации¹⁰⁶. «Напомним, что ранее господин Ниинистё выразил надежду на то, что отказ в визах российской делегации и последовавший за этим вызов посла Финляндии Ханну Химанена для объяснений в Москве не «оставит глубоких ран» в отношениях двух стран»¹⁰⁷, – отмечает издание. В материале «Ниинисте пообещал поощрять Путина»¹⁰⁸ СМИ подчеркивает, что Саули Ниинисте был одним из первых западных лидеров, кто встретился с президентом РФ Владимиром Путиным в Сочи в разгар украинского кризиса. «Произнося приветственное слово, финский президент, который уже несколько лет изучает русский язык, обратился к Путину по-русски: "Я очень рад вас видеть". Российский лидер ответил господину Ниинисте на финском: "Kiitos"»¹⁰⁹, – отмечается в статье.

¹⁰⁵ Глава Финляндии критикует министра обороны за статью о российской угрозе // ИА REGNUM. – 2015. – 8 октября. URL: <http://regnum.ru/news/polit/1915109>.

¹⁰⁶ Ниинистё на ОБСЕ: Финны оказались между «молотом и наковальней» // Фонтанка ру. – 2015. – 6 июля. URL: <http://fontanka.fi/articles/21038/>.

¹⁰⁷ Там же.

¹⁰⁸ Ниинисте пообещал поощрять Путина // Фонтанка ру. – 2015. – 16 июня. URL: <http://fontanka.fi/articles/20630/>

¹⁰⁹ Там же.

Уделяя внимание приграничному сотрудничеству, СМИ Мурманска и Карелии зачастую забывают про проблемные аспекты в международных отношениях на уровне правительств. Проанализировав сообщения региональных СМИ, мы приходим к выводу, что Норвегия изображается как добрый сосед и партнер, с которым регионы РФ продолжают сотрудничать, несмотря на общемировую повестку дня. При этом «болевые» точки двусторонних отношений умалчиваются (осознанно или нет), а геополитический подтекст как бы выносится «за скобки».

Между тем, проблем в российско-норвежских отношениях достаточно, в их числе, ситуация вокруг архипелага Шпицберген. В апреле 2015 года произошел инцидент с посещением Шпицбергена вице-преьера Дмитрия Рогозина, который находится в санкционных списках Запада. В августе Норвегия ужесточила правила въезда на архипелаг, «власти страны начали требовать у авиакомпаний, осуществляющих рейсы на Шпицберген, предоставлять полные списки пассажиров»¹¹⁰.

В материале ИА Regnum «Как Россию выдавливали со Шпицбергена» содержится попытка анализа таких действий Норвегии. «Норвегия ведет себя в отношении Шпицбергена как крепкий хозяин, который не потерпит как минимум ослабления своего суверенитета. Скандалы с задержанием российских рыболовных судов норвежской стороной, происходящие с определенной периодичностью, — наглядное «бытовое» свидетельство тому»¹¹¹, — говорится в статье.

Автор статьи приводит ряд аргументов, лишенных эмоциональной окраски, но тем не менее позволяющих читателю выстроить образ Норвегии как практичного, сильного, арктического игрока, ведущего продуманную политику в регионе. Читателю предстает скорее образ Норвегии-конкурента, нежели образ Норвегии-партнера в освоении Арктики.

¹¹⁰ В МИД Норвегии ответили России по поводу Шпицбергена // FlashNord. – 2015. – 10 августа. URL: <http://flashnord.com/news/v-mid-norvegii-otvetili-rossii-po-povodu-shpicbergena>.

¹¹¹ Бондина В. Как Россию выдавливали со Шпицбергена// ИА REGNUM.- 2015. – 14 августа. URL: <http://regnum.ru/news/polit/1952112.html>.

«Арктическая» повестка в силу своей специфики и сложности пока что находится за пределами тематического круга региональных изданий. При этом перспективы, открывающиеся перед регионом, в котором сосредоточены грандиозные запасы энергоресурсов, огромны. У онлайн медиа Северо-Запада есть возможность «застолбить» за собой основные информационные треки по арктической тематике, выработать «пул» источников (в том числе в региональных ведомствах) и экспертов. По результатам нашего исследования, Швеция, Дания и Исландия оказались вне фокуса внимания региональных журналистов. Между тем, эти страны представляют интерес в качестве членов «арктического клуба», в который также входит и Россия. Это означает, что в перспективе РФ придется выстраивать отношения в регионе с этими странами.

Отсутствие бэкграунда – предыстории вопроса – и справочной информации не дает новостям, касающимся локальных событий, быть использованными федеральными СМИ. Региональные журналисты, сообщая о каких-то аспектах, связанных со странами Северной Европы, зачастую забывают указать о важности этих событий в контексте международных отношений. Очевидно, что формат информационного агентства не подразумевает большой объем материала, но внесение в новость дополнительного «исторического» аспекта, повышает ее «вес» в глазах потребителей информации.

Таким образом, проанализировав информационный поток региональных СМИ в отношении стран Северной Европы, мы можем назвать образ региона в медийном пространстве достаточно поверхностным. Это можно связать с ограниченным кругом источников информации о регионе, а также с недостаточной осведомлённостью журналистов о внутривнутриполитической ситуации внутри стран, специфике культуры и общественного устройства. Несмотря на то, что в целом издания региона достаточно полно отображают событийную повестку отношений североевропейских стран с РФ, в журналистских материалах мы наблюдаем

почти полное отсутствие контекста этих взаимоотношений. СМИ концентрируются на двух странах региона – Финляндии и Норвегии. Пока что интерес для медийного поля Северо-Запада России представляет в основном тот компонент образа скандинавских стран, который связан с Россией. Для регионального медиаконтента оказывается характерным отсутствие анализа действий, предпринимаемых странами Северной Европы на мировой арене, если они не связаны с РФ.

Заключение

В современном информационном обществе СМИ играют большую роль в международных политических процессах. Информационные потоки, направленные на тот или иной регион, влияют на внешнеполитические решения акторов мировой политики. Осознавая это, государства заботятся о своем образе в медийном пространстве. По нашему мнению, центральное положение в процессах формирования образа страны занимают именно средства массовой информации. Одним из инструментов для конструирования имиджевого профиля государства является установка повестки дня.

Однако сознательно конструируемый политическими элитами имидж может отличаться от того образа, который реально устанавливается в публичной среде другого государства. На информационный фон влияют как факторы, не зависящие от СМИ (общая историческая память двух стран, актуальная повестка международных отношений), так и специфика медиасреды, отражающей представления о другом государстве. Более того, медиаобразы страны на федеральном и региональном уровнях могут различаться. В целом коммуникационное взаимодействие отражает состояние межгосударственных отношений.

Восприятие Финляндии и Норвегии в России неотделимо от исторического контекста. В двадцатом веке российско-финские отношения пережили немало драматических моментов. Мы приходим к выводу, что за минувшее столетие образ Финляндии в российском информационном пространстве приобрел более позитивные черты, стал более нюансированным и менее шаблонным. Норвегия в глазах российской общественности была и остается страной, соседство с которой носит выгодный по экономическим причинам характер. Изменившаяся геополитическая ситуация хоть и находит свое отражение в региональных

СМИ, но пока что не оказывает большого влияния на тональность региональных изданий в отношении двух указанных стран.

Последние два года страны Северной Европы и РФ взаимодействуют в условиях санкционной войны. В то время как Норвегия приостановила дипломатические контакты и военное сотрудничество, ограничившись партнерством на региональном уровне, Финляндия продолжает вести прагматичную политику в регионе и сохраняет двусторонние отношения с РФ.

Присутствие Финляндии и Норвегии в российских средствах массовой информации гораздо шире остальных стран региона Северной Европы. Это объясняется наличием общей границы с Северо-Западным регионом РФ. В нашей работе мы приходим к выводу о том, что обе страны уделяют внимание своему информационному образу в России. Для этого они используют как инструменты, направленные непосредственно на региональные масс-медиа (пресс-туры, семинары, стажировки для журналистов и т.д.), так и двусторонние проекты в сфере культуры, образования и науки, целью которых является выработка «приграничной» лояльности, которая влияет на повестку СМИ.

В нашем исследовании мы выяснили, что предлагаемую игроками регионального рынка СМИ повестку дня в отношении стран Северной Европы отличает ряд характерных черт:

- поверхностность;
- отсутствие анализа внешнеполитических шагов игроков в регионе;
- исключение из информационного потока контекста взаимоотношений на правительственном уровне;
- отсутствие интереса к внутривнутриполитическим процессам в северных странах.

По результатам анализа практик региональных СМИ можно сделать вывод о том, что освещение отношений РФ со странами Северной Европы не соответствует важности этого региона для России. Между тем, учитывая

непопулярность североарктической тематики в федеральных масс-медиа, можно утверждать, что региональные источники являются монополистами в освещении важных международных вопросов.

По нашему мнению, региональные СМИ могут стать поставщиками международной информации, в том числе и для федеральных информационных агентств. Для этого необходимо расширить круг тем, связанных с экономикой, федеральной политической повесткой дня и Арктикой.

Расширение международной тематики поможет региональным СМИ привлечь дополнительную аудиторию – читателей из других регионов, экспертов, политологов и тд. Территориальная близость позволяет взаимодействовать с источниками по ту сторону границы, находить интересных иностранных спикеров, контактировать с региональными властями. Мурманские, карельские и петербургские региональные СМИ могут предложить свой взгляд на международные отношения с региональных позиций, в котором бы органично сочеталось освещение трансграничных и межправительственных связей.

Литература

Книги и главы в книгах

На русском языке

1. Александров А.А. Внешние связи Северо-Запада РФ (на примере приграничного сотрудничества Северо-Запада РФ и Финляндии) // Регион в глобальной архитектуре современного мира: материалы науч.-практич. конференц. / Сост. Н. М. Михеева, В.А. Плотников. – СПб.: Изд-во СЗИ РАНХИГС, 2012. – С.6-13.
2. Важенина И.С. Теоретико-методологические основы определения сущности репутации территории / И.С. Важенина. – Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2006. – 216с.
3. Гавра Д.П. Внешний имидж государства: понимание, категории и структурные модели / Д.П. Гавра // Имидж государства / региона: современные подходы: новые идеи в теории и практике коммуникации: Сб. науч. трудов. Вып. 3 / Отв. ред. Д.П. Гавра. – СПб.: Роза мира, 2009. – С. 3–17.
4. Галумов Э. Информация и PR в международных отношениях / Э.Галумов, Ю.Кашлев. – М.: Известия, 2003. – 432с.
5. Куусма М. Экономические отношения России и Финляндии (1700–2000 гг.) / Марку Куисма; пер. с фин. // Русский сборник: исследования по истории России / Ред.-сост. О.Р. Айрапетов, М. А. Колеров, Брюс Меннинг, Пол Чейсти; отв. сост. тома Антти Куяла; пер. с фин., швед., нем., англ. – Т. XVII: Финляндия и Россия. М.: Модест Колеров, 2015. – С. 389-429.
6. Липпман У. Общественное мнение / Уэлтер Липпман; пер. с англ. Т.В. Барчуновой; ред. пер. К.А. Левинсон, К.В. Петренко. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.
7. Панарин И. Информационная война и мир/И. Панарин, Л. Панарина.- М.: Олма-Пресс, 2003. – 384 с.

8. Пронякина Е.Д. Северное измерение и Северное сотрудничество как катализаторы взаимодействия Северо-Западного региона России и Евросоюза / Е.Д. Пронякина // Ученые записки. Том 20: Проблемы и перспективы международного развития: сб. науч. ст. – СПб.: ИВЭСЭП, Знание, 2013. – С. 86-93.
9. Русский Север в системе геополитических интересов России: [Материалы науч.-практ. конф., М., 28 февр. 2002 г. / Рос. акад. гос. службы при Президенте Рос. Федерации, Помор. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова ; Редкол.: В. И. Голдин, В. А. Михайлов (отв. редакторы) и др.]. – Архангельск: Изд-во ПГУ им. М. В. Ломоносова; М., 2002. –191 с.
10. Санкт-Петербург и страны Северной Европы: материалы шестнадцатой ежегодной научной конференции (2–3 апреля 2014 г.)/ Под ред. В. Н. Барышникова, П. А. Кротова. – СПб.: РХГА, 2015. – 295 с.
11. Северная Европа: регион нового развития / под ред. Ю.С. Дерябина, Н.М. Антюшиной; Ин-т Европы РАН. – М.: Весь Мир, 2008. –508 с.
12. Смирнов А.И. Киркенесская Декларация о сотрудничестве в Баренцевом / Евроарктическом регионе: взгляд из России 20 лет спустя /А.И.Смирнов, Ю.Е.Фокин. – М. ВНИИГеосистем, 2012. – 88 с.
13. Цыганков П.А. Международные отношения: учеб. пособие / П.А. Цыганков. – М.: Новая школа, 1996. – 320 с.
14. Юссила О. Политическая история Финляндии 1809-2009 / О. Юссила, С. Хентила, Ю. Невакиви; пер. с фин. Ю.С. Дерибина; под ред. Л.И. Крюковой. – 2-е изд-е. – М.: Весь мир, 2010. – 472.

Статьи

На русском языке

15. Зеленцов М. В. Актеры формирования образа России в зарубежном медиапространстве / М. В. Зеленцов // Вопросы теории и практики журналистики. – 2015. – Т. 4. – № 2. – С. 159–169.
16. Иванов В. К. Особенности региональной прессы современной России / В. К. Иванов // Молодой ученый. – 2012. – № 10. – С. 228-230.
17. Никонов С. Б. Генезис трансформации медиакратии в ноополитику / С. Б. Никонов // Власть. – 2014. – № 7. – С. 39-42.
18. Таранова Ю. В. Формирование имиджа региона в условиях глобализирующегося сетевого общества / Ю. В. Таранова // Журнал социологии и социальной антропологии. – Т. XV. – 2012. – № 5 (64). – С. 113-126.
19. Тевлина В. В. Социально-культурное направление в трансграничной политике Норвегии и России на Крайнем Севере / В. В. Тевлина // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Сер. «Гуманит. и соц. науки». – 2012. – № 3. – С. 23-34.
20. Шапаров А. НАТО в Арктике / А. Шапаров // Обозреватель- Observer № 1. – 2014. – С. 5-12.
21. Путилина Н. А. Региональная интеграция на севере Европы / Н. А. Путилина // Дипломатическая служба. – 2012. – С. 14-22.
22. Романова Л. А. Страны Северной Европы: стратегия выживания и развития: на примере Швеции, Финляндии и Дании / Людмила Романова // Обозреватель = Observer. – 2015. – № 4 (303). – С. 103-114.
23. Рупасов А. И. Образ Финляндии в советской прессе «хрущевского десятилетия» // 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. – С. 340-357.

Электронные ресурсы

на русском языке

24. Александров О.Б. Политический диалог России со странами Северной Европы в условиях экономических санкций [Электронный ресурс]/О.Б. Александров // Янтарный мост. – 2015, № 1. – С. 4-17. – Режим доступа: http://mgimo.ru/files2/2015_06/up84/file_7bccfdce96a9cb4aacf11829e5e5239.pdf
25. Балакина О. Финляндия – Россия: история отношений глазами прессы [Электронный ресурс] / О. Балакина // Медиальманах. – 2003. – № 3. – С. 54–69. – Режим доступа http://mediaalmanah.ru/files/2003/2003_3.pdf. – 22.03.2016.
26. Богданов Е. В Финляндии начали публиковать украденную у министров переписку по поводу антироссийских санкций Шпицбергена [Электронный ресурс]/ Е. Богданов //Фонтанка Fi. – 2015. – 15 апреля. – Режим доступа: <http://fontanka.fi/articles/19491/>
27. Бодрунова С. С. Медиакратия: атлантические подходы к определению термина [Электронный ресурс] / С.С. Бодрунова. // Медиафилософия II: По материалам Второй международной научной конференции «Медиафилософия. Границы дисциплины», 21-22 ноября 2008 года / Под ред. В.В. Савчука, М.А. Степанова. СПб.: Санкт-Петерб. филос. общ-во, 2009. С. 91-105. – Режим доступа: http://www.intelros.ru/pdf/mediafilosofia_2/13.pdf .
28. Бондина В. Как Россию выдавливали со Шпицбергена [Электронный ресурс] /В. Бондина // ИА REGNUM. – 2015. – 14 августа. – Режим доступа: <http://regnum.ru/news/polit/1952112.html>
29. В материковой части Дании на парламентских выборах победила оппозиция [Электронный ресурс] // ИА REGNUM. – 2015. – 19 июня. – Режим доступа: <http://regnum.ru/news/1934996.html>

30. В МИД Норвегии ответили России по поводу Шпицбергена
Шпицбергена [Электронный ресурс] // Flashnord. – 2015. – 10 августа. –
Режим доступа: <http://flashnord.com/news/v-mid-norvegii-otvetili-rossii-po-povodu-shpicbergena>
31. В Мурманской области пройдут Дни российско-норвежского
приграничного сотрудничества Шпицбергена [Электронный ресурс] //
Vi-port. – 2015. – 21 октября. – Режим доступа: <http://www.b-port.com/news/item/163761.html>
32. В Никеле рассказали о приоритетных задачах России при реализации
арктической политики // Vi-port. – 2015. – 30 октября. – Режим доступа:
<http://www.b-port.com/news/item/164394.html?tmpl=component>
33. В Норвегии по всей стране открылись избирательные участки
Шпицбергена [Электронный ресурс] // СеверПост.ру. – 2015. – 14
сентября. – Режим доступа: <http://severpost.ru/read/31800/>
34. В Петербурге закроется информбюро Совета министров Северных
[Электронный ресурс] // Фонтанка Fi. – 12 марта. – 2015. – 12 марта. –
Режим доступа: <http://fontanka.fi/articles/18925/>
35. В Финляндии заработала правительственная структура по
противодействию СМИ России [Электронный ресурс] // ИНТЕРФАКС.
– 2015. – 26 апреля. Режим доступа: <http://www.interfax.ru/world/438582>
36. Вартанова Е.Л. Медведь в сауне, или о взаимных представлениях
русских и финнов [Электронный ресурс] / Е.Л. Вартанова // Новые
прикосновения: из истории представлений финнов и русских друг о
друге. – М., 1999. – Режим доступа: <http://nnmoiseev.ru/st0013.htm>
37. Военные учения 15 стран пройдут в Швеции, Финляндии и Норвегии
[Электронный ресурс] // Flashnord . – 2015. – 25 мая. – Режим доступа:
<http://flashnord.com/news/voennye-ucheniya-15-stran-proyduv-v-shvecii-finlyandii-i-norvegii>

38. Вопреки санкциям и сложной политической ситуации [Электронный ресурс] //Vi-port. – 2015. – 30 октября. – Режим доступа: <http://www.b-port.com/tv21/item/164440.html#ixzz48yB50V00>
39. Выборы по-норвежски: в чем основное различие с Россией [Электронный ресурс] //СеверПост.ру. – 2015. – 14 сентября. – Режим доступа: <http://severpost.ru/read/31839/>
40. Вянься Ю. МИД Финляндии будет создавать позитивный образ страны в России не «по Бэкману» [Электронный ресурс]/Юха Вянься // Finugor. – 2011. – 6 июня. – Режим доступа: <http://finugor.ru/news/mid-finlyandii-budet-sozdavat-pozitivnyy-obraz-strany-v-rossii-ne-po-bekmanu>
41. Гиниятуллов Р. 25 января 2016. Финский подход: ничего лишнего – только бизнес [Электронный ресурс]/ Р. Гиниятуллов, Р. Романюк //Эксперт Северо-Запад. – 2016. – №4 (723). – 25 января. – Режим доступа: <http://expert.ru/northwest/2016/04/finskij-podhod-nichego-lishnego---tolko-biznes/>
42. Глава Финляндии критикует министра обороны за статью о российской угрозе [Электронный ресурс] //ИА REGNUM. – 2015. – 8 октября. – Режим доступа: <http://regnum.ru/news/polit/1915109>
43. 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.
44. Гринберг Т.Э. Образ страны или имидж государства: поиск конструктивной модели [Электронный ресурс]/Т.Э.Гринберг// Медиаскоп. – 2008. – № 2. – Режим доступа: <http://mediascope.ru/node/252>
45. Доходы финского приграничного бизнеса падают вместе с турпоток из РФ [Электронный ресурс] //ИА REGNUM. – 2015. – 8 октября. – Режим доступа: <http://regnum.ru/news/economy/1987533.html>

46. Зонова Т.В. Публичная дипломатия и ее акторы [Электронный ресурс]/Т.В. Зонова // РСМД. – 2012. – 7 августа. – Режим доступа: <http://russiancouncil.ru/inn>
47. Из-за «российской угрозы» Норвегия закупит до 52 истребителей F-35 акторы [Электронный ресурс] // ИА REGNUM. – 2015. – 23 сентября. – Режим доступа: <http://regnum.ru/news/1976779.html>
48. Как финский МИД охотится на газетные утки [Электронный ресурс] // ФонтанкаFi . – 2015. – 14 сентября. Режим доступа: <http://fontanka.fi/articles/22615/>
49. Киселёв И. Ю. Проблема образа государства в международных отношениях: конструктивистская парадигма [Электронный ресурс] // ПОЛИТЭКС. – 2007. – Режим доступа: <http://www.politex.info/content/view/367/30/>
50. Косачев К. О роли СМИ в формировании имиджа государства и развитии межкультурного диалога [Электронный ресурс] / К. Косачев // Блог К. Косачева. – 2013. – 16 мая. – Режим доступа: <http://blog.rs.gov.ru/node/4> .
51. Маркушина Н. Северная безопасность и концепция «Нового Севера» [Электронный ресурс] / Н. Маркушина // Обозреватель=Observer. – 2011. – №4. – С. 92-100. – Режим доступа: http://observer.materik.ru/observer/N4_2011/092_100.pdf
52. Матвеевская А.С. Представление о Финляндии в СССР (культурологический аспект) [Электронный ресурс]/А. С. Матвеевская, С. Н. Погодин // Вестник СПбГУ. – Сер. 17. Вып.3. – 2015. – С.112-118. – Режим доступа: http://observer.materik.ru/observer/N4_2011/092_100.pdf
53. МИД Норвегии: Россия становится более решительной и агрессивной [Электронный ресурс] // ИА REGNUM. – 2016. – 1 марта. – Режим доступа: <http://regnum.ru/news/polit/2089776.html> ИА REGNUM.

54. Министр обороны Ниинистё: Финляндия готовится к возможной оккупации Аландских островов «зелеными человечками» [интервью] [Электронный ресурс]// Lännen Media. – 30.07.2015. – Режим доступа: http://yle.fi/uutiset/ministr_oborony_niiniste_finlyandiya_gotovitsya_k_vozmozhnoi_okkupatsii_alandskikh_ostrovov_zelenymi_chelovechkami/8191406
55. Ниинистё на ОБСЕ: Финны оказались между «молотом и наковальней» [Электронный ресурс]//ФонтанкаFi. – 2015. – 6 июля. – Режим доступа: <http://fontanka.fi/articles/21038/>
56. Ниинистё пообещал поощрять Путина [Электронный ресурс]// ФонтанкаFi. – 2015. – 16 июня. – Режим доступа: <http://fontanka.fi/articles/20630/>
57. Новое правительство Финляндии: плата за обучение для иностранцев – возможное членство в НАТО и привлечение трудовой миграции [Электронный ресурс]// ФонтанкаFi. – 2015.– 13 мая. – Режим доступа: <http://fontanka.fi/articles/19984/>
58. Норвегия переместилась на шестое место среди партнёров Мурманской области [Электронный ресурс]// ИА REGNUM. – 2015. – 30 октября. – Режим доступа: <http://regnum.ru/news/2002150.html>
59. Норвежские предприниматели недовольны санкциями в отношении России [Электронный ресурс]// ИА REGNUM. – 2016. – 29 июля. – Режим доступа: <http://regnum.ru/news/economy/1947231.html>
60. Основные внешнеполитические события 2015 года [Электронный ресурс]// МИД РФ. Новости. – 2015. – 29 декабря. – Режим доступа: http://www.mid.ru/foreign_policy/news/-/asset_publisher/cKNonkJE02Bw/content/id/2003505/pop_up?_101_INSTANCE_cKNonkJE02Bw_viewMode=print&_101_INSTANCE_cKNonkJE02Bw_qrIndex=0
61. Панкрухин А.П. Бренды и брендинг [Электронный ресурс]/А.П. Панкрухин // Практический маркетинг . – 2011. – № 04. – С. 4-15. –

- Режим доступа: http://www.bci-marketing.ru/articles/201104breeding_article.
62. Пантелеев Е. Внешняя политика и инновационная дипломатия [Электронный ресурс] // Е.Пантелеев // Международная жизнь. – 2012. – №12. – Режим доступа: <https://interaffairs.ru/news/show/9033>
63. Педерсен: Норвегия заинтересована в продолжении сотрудничества с РФ [Электронный ресурс] // Flashnord. – 2015. – 2 марта. – Режим доступа: <http://flashnord.com/news/pedersen-norvegiya-zainteresovana-v-prodolzhenii-sotrudnichestva-s-rf>
64. По итогам выборов в Финляндии к власти пришли противники вступления в НАТО [Электронный ресурс] // СеверПост.ру. – 2015. – 20 апреля. – Режим доступа: <http://severpost.ru/read/24631/>
65. Поташов В. Международные санкции пока не отразились на торговых отношениях Карелии и Финляндии [Электронный ресурс] // Вести Карелии. – 2015 года. – 20 февраля. – Режим доступа: http://vesti.karelia.ru/news/mezhdunarodnye_sankcii_poka_ne_otrazilis_na_torgovyh_otnosheniyah_karelii_i_finlyandii/
66. Протасова Е.Ю. Образ России в финляндской печати [Электронный ресурс] / Е.Ю. Протасова // [Псковский регионологический журнал](#). – 2006. – Вып. № 3. – С.185-196. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/obraz-rossii-v-finlyandskoy-pechati>
67. Саблина М.А. Имидж современного государства в российском политологическом дискурсе (на примере Финляндии): автореф. дис. ... канд. филол. наук [Электронный ресурс] / М.А. Саблина. – Санкт-Петербург.: С.-Петербург. гос. ун-т, 2014. – Режим доступа: https://disser.spbu.ru/files/disser/%7Bzashiti_disser___id%7D/sablina.pdf
68. Северные страны сворачивают деятельность на Северо-Западе России [Электронный ресурс] // ИА REGNUM. – 2015. – 16 марта. – Режим доступа: <http://regnum.ru/news/1905616.html>

69. Соколова Ф.Х. Современный политический имидж России в Норвегии (на материалах СМИ) [Электронный ресурс]/Ф.Х. Соколова, А.А. Коптяева// Арктика и Север. – 2015. – №1. – Режим доступа: <http://www.ruaest.ru/EFD/LVL3/26636>
70. Косачев К. О роли СМИ в формировании имиджа государства и развитии межкультурного диалога [Электронный ресурс] /К. Косачев // Блог К. Косачева. – 2013. – 16 мая. – Режим доступа: <http://regnum.ru/news/polit/1916805.html><http://blog.rs.gov.ru/node/4> .
71. Сторонники НАТО и ЕС терпят поражение на выборах в Финляндии [Электронный ресурс]// ИА REGNUM. – 2015. – 19 апреля. – Режим доступа: <http://regnum.ru/news/polit/1916805.html>
72. Тимошенко О.А. Взаимоотношения и взаимовосприятие России и Норвегии в XX веке: образы и стереотипы [Электронный ресурс]/ О.А. Тимошенко // Вестн. Сев. (Аркт.) фед. ун-та. Сер.: Гуманитар. и соц. науки. – 2012. – № 6. – С. 28-32. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>
73. Тюкаркина О.М. Образ врага в международных отношениях и его роль в формировании внешнеполитического курса государства [Электронный ресурс] / О.М. Тюкаркина // Мир и политика. – 2013. – Режим доступа: http://mir-politika.ru/uploads/files/appendix/appendix_mp10_85.pdf
74. Северная Европа провозгласила РФ главной угрозой//ИА REGNUM. – 2015. – 10 апреля. URL: <http://regnum.ru/news/polit/1913945.html> .
75. Финляндия и Россия: образы общего прошлого [Электронный ресурс] / Сост. и науч. ред. И.Р. Такала, А. В. Толстикова // Финляндия и Россия: Изображения общего прошлого: сб. науч. Ст. – Режим доступа: <http://www.academia.edu/>
76. Фокин Ю.Е. Киркенесская Декларация о сотрудничестве в Баренцевом Евроарктическом регионе: взгляд из России 20 лет спустя [Электронный ресурс]/ Ю.Е.Фокин, А.И.Смирнов. – 2012. – Режим доступа:

<http://mgimo.ru/upload/iblock/e4e/e4ee3b47adb64169c5912a294a394cac.pdf>

77. Финляндия: Беженцы на границе с Россией — элемент гибридной войны // ИА REGNUM. — 2015. — 29 февраля.
URL: <http://regnum.ru/news/2088638.html>
78. Финские фермеры ударят пробегом на тракторах по российскому эмбарго [Электронный ресурс] // Фонтанка Fi. — 2016. — 1 марта. — Режим доступа: <http://fontanka.fi/articles/26633/>
79. Фокина В.В. СМИ как акторы мировой политики / В.В. Фокина // Вестник МГИМО-университета. — 2013. — № 1(28). — С.61-65. — Режим доступа:
http://www.vestnik.mgimo.ru/sites/default/files/pdf/11mir_politika_fokina.pdf
80. Фотовыставки в Никеле могут улучшить культурное российско-норвежское сотрудничество [Электронный ресурс] // Vi-port. — 2015. — 30 октября. — Режим доступа: <http://www.b-port.com/culture/item/164386.html#ixzz48yAYxbCy>.
81. Что волнует страны Северной Европы: [новости 66-ой сессии Совета министров Северных стран в Стокгольме] [Электронный ресурс] // Фонтанка.Fi. — 2014. — 1 ноября. — Режим доступа:
<http://fontanka.fi/articles/17250/>
82. Эксперты: в Финляндии нет и не будет пророссийских политиков [Электронный ресурс] // ИА REGNUM. — 2015. — 4 июня. — Режим доступа: <http://regnum.ru/news/1930752.html>

На английском языке:

83. Nye Joseph S. Soft Power / Joseph S. Nye, Jr. Soft. Twentieth Anniversary. — N80. — Autumn, 1990. P. 153-171. URL:
<http://www.jstor.org/stable/1148580>.

84. Robinson Piers Media as a Driving Force in International Politics: The CNN Effect and Related Debates / Piers Robinson // E-International Relations Info. – Sep 17. – 2013. URL: <http://www.e-ir.info/2013/09/17/media-as-a-driving-force-in-international-politics-the-cnn-effect-and-related-debates/>
85. Finland's country image remained nearly unchanged in foreign media in 2015//forin.finland. – 2016. – 9 May // <http://forin.finland.fi/public/default.aspx?contentid=346049&contentlan=2&culture=en-US>