

# Nordic Branding

Det tverrfaglige prosjektet *Nordic Branding* (støttet av satsningen UiO:Norden, og med deltakelse fra IAKH) tar for seg de nordiske landenes tiltak for å markedsføre seg selv og sin egenart. Noe av dette arbeidet kan sies å foregå i relasjon til nordisk utenrikspolitikk og internasjonalt engasjement.

## Fra prosjektbeskrivelsen:

“Since the late 1990s, Nordic states have competed to brand themselves as nations and regions in the global reputational market. In addition, scholars have pointed to Nordic branding efforts dating back to, at least, the late 19th Century with the rise of nationalism and new nation and welfare states. This research programme will explore the idea and images of Nordicity through the lens of nation/regional branding, which offers an alternative to realist and cultural approaches and a framework conducive to cross disciplinary collaboration. Contemporarily and historically, the programme analyses the construction of Nordic brands (asking ‘why’, ‘when’, ‘where’ and ‘how’) and the politics of Nordic branding (their use, coherence, and consequences). Given the international prominence of Nordic social models and their salience for self-understanding within Nordic countries, we would examine how these models have been used to create the general Nordic brand and emerged as specific brands themselves. We would also analyse cross-cutting themes of agents and audiences, model selectivity, brand aesthetics and decoupling.”

Masterstudenter med interesser innenfor prosjektets bredere tematikk kan delta på seminarer og konferanser i regi av forskergruppen. Veiledning kan gjerne gjøres i samarbeid med Veronique Pouillard, Eirinn Larsen og Hallvard Notaker (alle ved IAKH, og deltar i *Nordic Branding*).

## Foreslåtte oppgavetemaer:

- Verdensutstillingene og Norden: nordisk samarbeid, fremstilling og forståelse. Temaet kan undersøkes enten i relasjon til verdensutstillingene som fant sted i de nordiske landene, eller ved å se på felles nordisk deltakelse ved verdensutstillinger i andre land.
- Nordisk internasjonalt engasjement – her kan det være mulig å se på noen av temaene nevnt over, som kvinnerettet bistand eller fellesnordiske prosjekter, men innen rammen av ‘Nordic Branding’.