В.В. Петрова, аспирантка кафедры теории и экономики СМИ факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, *e-mail:* viktoriaperez@rambler.ru

ИНТЕРАКТИВНЫЕ МЕДИА И ПОЛИТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС В ФИНЛЯНДИИ

В статье рассматривается проблема политического дискурса в Финляндии в условиях конвергенции и развития интерактивных медиа. Автор дает характеристики финской аудитории Интернета, останавливаясь подробнее на блогосфере и политических аспектах блоггинга. Отмечается роль "больших медиа" в интерактивном взаимодействии политиков и аудитории. В качестве блоггеров рассматриваются также финские парламентарии. В исследовании выдвигается тезис о том, что демократический потенциал интерактивных медиа в Финляндии пока реализован недостаточно полно, в свою очередь аудитория и сама по ряду причин не стремится активно участвовать в общественных дискуссиях.

Ключевые слова: *финские СМИ, блоги, политический дискурс, партисипационная коммуникация.*

The paper approaches the theme of political discourse in Finland from the perspective of convergence and interactive media development. The author presents the characteristics of the Finnish audience of the internet, telling more in detail about the blogosphere and political aspects of blogging. The role of "big media" in interactive political-audience interrelations is also under concern, and the members of Finnish Parliament acting as bloggers are considered as well. The paper showed that the democratic potential of interactive media in Finland is quite high, bit it is still not applied optimally, and the audience itself does not aim to take an active part in social and political debate for several reasons.

Key words: *Finnish media, blogs, political discourse, participatory communication.*

Новые медиа, одной из существенных характеристик которых является интерактивность, в развитых демократиях все чаще рассматриваются как платформы для социального и политического дискурса. Основными игроками его являются уже не только политики, общественные деятели и журналисты, но и рядовые граждане. С развитием персонализированных интерактивных медиа — социальных сетей и главным образом блоггинга — элитарная коммуникативная культура сменяется эгалитарной, поэтому аудитория получает больше возможностей проявить свою активность в социальном и политическом диалоге. Таким образом, происходит развитие основ гражданского соучастия, так называемой *партисипационности*, которая подразуме-

вает в том числе и открытость представителей власти для взаимодействия.

При этом вполне обоснованным представляется мнение, что с развитием ИКТ политические дискуссии становятся все более поляризованными, группы политических активистов — изолированными, а политическое участие — более неформализованным и неравным [Rasmussen, 2007, p. 78]. Ведь Интернет — это не просто некая идеализированная площадка, среда для взаимодействия граждан, политиков и представителей социальных институтов. Это в первую очередь инструмент, который меняет нашу жизнь. Для политиков социальные медиа — это инструмент взаимодействия с потенциальным электоратом и воздействия на него, пропаганды, политического пиара и рекламы, а также поддержания определенного имиджа. Впервые это стало очевидным во время президентских выборов 2004 г. в США, где блоги политиков на сегодняшний день — довольно распространенное явление.

Поэтому мы не выдвигаем на первое место демократический потенциал интерактивных медиа, а лишь рассматриваем его как значимый для общества. Ведь уже сейчас можно говорить об изменениях в развитии демократии, которые обусловили новые медиа. В России блоги стали довольно значимым оппозиционным медийным сектором, своеобразным катализатором общественного мнения, способным более или менее оказывать влияние на общественные процессы. В Финляндии, стране, которую сегодня с нами связывает не только общее историческое прошлое, но и множество геополитических и экономических факторов, Интернет был воспринят также как инструмент, с помощью которого можно оживить политическую активность граждан "сверху". В настоящее время формы и способы политической активности финнов в интерактивной среде — пока еще не до конца изученная и освоенная практика, предмет критики и экспериментов.

В качестве интерактивных медиа в данном исследовании мы будем рассматривать преимущественно *блоги* — сетевые дневники с возможностью редактирования и комментирования, — а также в ряде случаев и *социальные сети*. Блоги и социальные сети являются одной из составляющих более широкого понятия — *социальные медиа*, или медиа, контент которых создается пользователями (UGC — User-Generated Content). Так как к социальным медиа относятся также виртуальная энциклопедия Википедия, различные ресурсы пользовательского контента, подкасты, виртуальные миры и другое, то мы в то же время подразумеваем возможность политического и социального взаимодействия посредством и этих инструментов, однако их рассмотрение с этой точки зрения пока еще не вполне разработано и, вероятно, станет предметом изучения медиаисследователей в будущем.

Становление новых медиа в условиях Северной демократии

Развитие Северных государств — с точки зрения и технологической, и общественной — согласно классификации исследователя Н.О. Финнеманна, происходило и происходит под воздействием трех основных факторов (исследователь называет их "составляющими Северной модели"):

1. Государственные проекты информационного/сетевого общества или Общества Знаний, связанные с расширением дигитализации общественного сектора.

2. Общественные институты (школы, университеты, библиотеки) как доминирующая сила рынка и объект значительных инвестиций.

3. Политика формирования и обеспечения гомогенного, высокообразованного и развитого среднего класса [Finnemann, 2006, p. 18].

Значительные суммы на развитие новых технологий и телекоммуникационных сетей финское правительство выделяло еще в 1990-е гг. Это выражалось в принятии так называемых Национальных Стратегий Информационного Общества. Первая из них была принята правительством в 1994 г., за ней последовали вторая и третья, рассчитанные на 2007–2015 гг. В опубликованном в 2006 г. тексте последней действующей Стратегии "финский феномен" описывается как "международно-привлекательное, человекоцентричное и конкурентоспособное общество знаний и услуг"[1]. Авторы доклада в качестве приоритетов для финского общества особенно подчеркивают "публичную природу информации", "высокий уровень доверия электронным сервисам".

Подобные постулаты наряду с бурным развитием доступного Интернета сыграли немалую роль в развитии демократического участия. В первую очередь это получило отражение в развитии принципов "электронной демократии": общественные организации и предприятия, органы местного самоуправления, различные административные, образовательные и др. муниципальные структуры начали функционировать в онлайн, предоставляя информацию о себе, возможность взаимодействия с пользователями и различные электронные сервисы. Рядовые финны быстро адаптировались к новым условиям и на сегодняшний день чувствуют себя вполне уверенно, совершая различные операции-онлайн.

Для раскрытия демократического потенциала интерактивных медиа нам показалось уместным вспомнить о понятии "публичной сферы" (Ю. Хабермас), значение которой значительно усиливается с развитием онлайновой среды. «В последнее время термин "общественная сфера" используется с целью обозначения "пространства" в средствах массовой информации, доступного для открытых и ши-

[1] A renewing, human-centric and competitive Finland. The National knowledge society strategy 2007–2015. http://www.epractice.eu/files/media/media1936.pdf

роких политических дебатов и дискуссий, обсуждения и столкновения противоположных точек зрения» [Мак-Куэйл, 1995, с. 59], — отмечает теоретик Д. Мак-Куэйл.

Обозначим главных акторов публичной сферы Интернета, согласно классификации Н.О. Финнеманна:

– государственные и общественные институты;

– корпорации и частные компании;

– группы, организации, отдельные представители гражданского общества [Finnemann, 2006, p. 17].

Так, наряду со стратегиями информационно-технологического развития усилия были направлены и на разработку инструментов и инструкций для интерактивного участия, которые были бы доступны широкой аудитории. Еще в начале 2000-х гг. университетами были разработаны проекты, в рамках которых население обучали навыкам написания и публикации материалов для локальных онлайновых медиа. Одним из них был проект университета г. Тампере "Эволюция электронных сообществ" в 2001–2004 гг., в рамках которого жителям было оказано своеобразное покровительство профессионалов (как сотрудников университета, так и журналистов) в создании и управлении локальным информационным порталом города Тампере.

Этот пример показателен тем, что развитие различных форм интерактивных медиа в Финляндии было изначально инициировано и управлялось в большей степени представителями академической среды и профессиональными журналистами. Именно они исторически пользовались высоким доверием финского населения — во многом в силу устоявшихся в финском обществе медийных традиций (по преимуществу связанных с газетной журналисткой), что является в том числе и заслугой медиаобразования начиная со школьных лет. Поэтому подобное положение дел — когда аудитория в этом процессе выступает больше в роли ученика — вполне характерно для финнов. Ведь исторически ведущими силами развития северных обществ были государство и общественные институты, к которым в обществе сложилось вполне закономерное доверие.

Публичная сфера финского Интернета: аудитория и политический активизм

Сегодня Финляндия — среди мировых лидеров по доступу и масштабам интернет-пользования. Согласно данным последнего национального исследования структуры медиапотребления в Финляндии, домашним доступом в Интернет в 2008 г. располагали 85% опрошенных граждан Финляндии [Maasilta et al., 2008, p. 46–47]. При этом 67% всех опрошенных признались, что пользуются Интернетом ежедневно, из них 27% уделяют Интернету по меньшей мере 3 часа в

сутки, а еще около трети опрошенных — 1–2 часа в сутки. Как минимум раз в неделю в Интернет выходят 89% опрошенных. Согласно исследованию, 65% финнов пользуются Интернетом в том числе и на рабочем месте, а 42% — в школах и библиотеках.

Что касается пользовательских предпочтений финской аудитории, то они распределились следующим образом: электронная почта и общение (порядка 68% опрошенных), чтение новостей и электронных версий бумажных изданий (61%), информационный поиск (59%), музыка, кино и развлечения (44%), чаты (29%), социальные сети и сообщества (наподобие Facebook, — 17%), игры (15%) и блоги (около 10%) [ibid., p. 49]. Среди финнов, пользующихся блогами, собственный блог ведет лишь половина, остальные только читают и/или комментируют чужие. Как отмечает в своем блоге журналист газеты "Хельсингин Саномат" Эса Мякинен, характер публикаций в финской блогосфере по преимуществу частный [Mäkinen, 2008]. Вязание, анонимные мнения личного характера, шутки, юмор и кулинария — среди наиболее популярных тем. В конечном итоге журналистка обвинила финнов в несерьезности и поставила им в пример представителей других стран. Это вызвало довольно острую реакцию пользователей, отстаивающих свое право свободно выбирать предпочтения в зависимости от индивидуальных нужд и не ориентироваться на какие-либо идеалы.

Таким образом, несмотря на богатые возможности, стать лидером мнений и оказать серьезное влияние на ход дискуссий и принятие политических решений способен (и намерен) отнюдь не каждый рядовой финн. Как показывает практика, авторитетами в Интернете становятся те, кто был "заметной личностью" и вне его: политики, ученые, журналисты, общественные деятели. Нередко благодаря интерактивной коммуникации эти люди приобретают широкую славу, порой скандальную. В Финляндии такими стали политические активисты, тяготеющие к радикальным взглядам. Финский политик (представитель крайне правых) Сеппо Лехто в мае 2008 г. был осужден на 2 года за клевету и оскорбление в своем блоге этнических и религиозных меньшинств. Кстати, одним из главных мотивов текстов Лехто является возвращение Финляндии территорий, оккупированных Советским Союзом во время Второй мировой войны.

Сегодня самым известным финским политическим блоггером, по определению газеты "Аамулехти", является политик и лингвист Юсси Халла-Ахо, страничку которого ежедневно посещают до 6000 человек. В своем блоге под названием "Scripta" Халла-Ахо касается вопросов свободы слова, толерантности, расизма и политкорректности[2]. Популярность ему принесли критические тексты, разоблачающие фин-

[2] http://www.halla-aho.com/scripta/

скую политику относительно иммиграции и, в частности, мультикультурализм. За смелые высказывания Халла-Ахо, например, о том, что иммиграция для Финляндии — табу, его неоднократно обвиняли в национализме. В марте 2009 г. суд Хельсинки признал Халла-Ахо виновным в подстрекательстве и оскорблении религиозного культа за его высказывания об исламе, а также о неприглядных национальных особенностях сомалийцев и финнов. В 2009 г. вышла книга публицистики Халла-Ахо, тираж которой раскупили за 3 дня.

Роль журналистов в формировании политического диалога

Как отмечалось в предыдущем параграфе, персональные блоги в Финляндии пользуются не самым большим спросом, чего нельзя сказать об онлайновых версиях традиционных СМИ. Они располагают различными интерактивными возможностями: читатели могут участвовать в дискуссиях и оставлять комментарии, поднимать важные проблемы, корректировать работу журналистов, давать гиперссылки. Наиболее посещаемые финнами онлайновые странички традиционных СМИ — сайт общественного вещателя "Юлейсрадио" ("Yleisradio", yle.fi), крупнейшей национальной газеты "Хельсингин Саномат" ("Helsingin Sanomat", hs.fi), газеты г. Тампере "Аамулехти" ("Aamulehti", aamulehti.fi), коммерческого вещателя MTV3 (mtv3.fi), газет "Илта Саномат" ("Ilta Sanomat", iltasanomat.fi) и "Илта Лехти" ("Ilta Lehti", iltalehti.fi). Среди проживающих в стране людей, плохо говорящих по-фински, популярностью пользуется английская версия газеты "Хельсингин Саномат" [Maasilta et al., 2008, p. 54].

Одной из главных проблем развития демократических возможностей Интернета является сама организация взаимодействия и диалога. Журналистика играет в этом процессе отнюдь не последнюю роль. В Финляндии именно СМИ зачастую становились инициаторами диалога в обществе, а именно диалога между политиками и аудиторией, потенциальным электоратом. Однако долгое время этот диалог был несколько размытым. В середине 1990-х гг. финская журналистика начала перенимать опыт американского *публичного журнализма*, призванного поставить превыше всего интересы аудитории. По сути, он воплощает идею служения гражданам с позиций *коммунитаризма* и *партисипационной демократии*[3]. Иными словами, журналистика предоставила аудитории возможность составлять повестку дня и нередко более тесно взаимодействовать с представителями властей и социальных институтов.

[3] Концепция "нового коммунитаризма", отражающая подчинение редакционной политики задачам гражданского общества, была основана американским социологом Амитаи Этциони и изложена в 1993 г. в его книге "Дух общины". Ее сторонниками стали теоретики медиа и работники СМИ.

Несмотря на то что практика публичного журнализма на начальном этапе не была основана на интерактивности, ее результаты заложили основы дальнейшего общественного диалога. Так, в 1997 г. в редакцию крупной ежедневной финской газеты "Аамулехти" были приглашены 12 жителей г. Тампере, которым предложили в течение нескольких встреч обсудить и составить список приоритетов городского бюджета. Результаты их "работы" были опубликованы в одном из выпусков газеты и вызвали массу откликов среди читателей. И хотя этот пробный эксперимент не оказал большого влияния на политические решения местных властей, сама практика показалась исследователям и населению довольно перспективной. В 1998–1999 гг. подобные эксперименты были проведены газетой "Савон Саномат" в г. Куопио и ряде муниципалитетов. Теперь жителям предлагалось составить список и обсудить наиболее животрепещущие вопросы их региона с дальнейшей публикацией дискуссий. На одной из встреч присутствовали местные чиновники, кандидаты в парламент, и у аудитории появилась возможность обсудить проблемы в прямом диалоге. В дальнейшем состоялось еще несколько встреч, в ходе которых жители могли проконтролировать выполнение данных чиновниками обещаний.

Эти благие начинания с развитием Интернета несколько изменили приемлемую для финского общества коммуникативную форму дискурса. Как мы уже отмечали, с развитием новых электронных медиа исследователи начали говорить о новом типе коммуникации, предполагающей "интерактивный обмен информацией между участниками процессов ее распространения и получения в форме общений, характерных для обладателей доступа к новым электронным медиа" [Землянова, 2004. с. 251]. Партисипационную демократию коммуникативисты связывают с идеей соучастия получателей информации в процессах ее создания и распространения, что сегодня уже стало нормой жизни.

На данный момент, с точки зрения нашего исследования, наибольшее значение имеет активность аудитории на таких интерактивных платформах, как:

– персональные блоги;

– блоги журналистов (независимые от СМИ);

– блоги, форумы, возможности комментирования на сайтах онлайновых СМИ;

– локальные информационные пользовательские порталы;

– блоги политических организаций и отдельных политиков.

Классификация преимущественно заимствована у А. Хейнонена и Д. Доминго, которые выделяют четыре типа блогов по отношению к медиа (блоги персональные, блоги аудитории СМИ, блоги незави-

симых журналистов и блоги журналистов на страничках онлайновых СМИ) [Heinonen, Domingo, 2008, p. 7]. Однако стоит признать условность подобных классификаций, так как интерактивная среда имеет довольно высокую степень диффузности, и взаимодействия здесь могут происходить в какой угодно форме и посредством различных каналов.

Интерактивность и большая политика. Уроки предвыборных кампаний 2006–2007 гг.

Такой сегмент финской блогосферы, как блоги политиков, переживает сегодня период качественного и количественного развития. Так, по данным 2009 г., из 200 финских парламентариев блоги ведут 77 человек (лидируют представители партии "Национальная коалиция", Центристской партии и Социал-демократической: 21, 16 и 15 блогов соответственно) [Heino, 2009, p. 50].

В начале 2006 г. парламентариев в финской блогосфере было всего 20 (т.е. 10%). Впервые блоги финских политиков привлекли внимание общественности во время предвыборной кампании 2006 г., о чем писала исследователь М.М. Павликова [Павликова, 2007, с. 30–34], а затем — парламентских выборов в 2007 г. Дискуссии велись главным образом вокруг конкуренции между представителем Социал-демократической партии (СДП) и нынешним президентом Финляндии Тарьей Халонен и бывшим председателем правой Национал-коалиционной партии (НКП) Саули Ниинистё. Главным вопросом в позициях кандидатов, занимавшим финнов, было присоединение страны к Североатлантическому альянсу. Антинатовская линия Тарьи Халонен в конечном счете сыграла свою роль: большинство финнов были против вступления страны в НАТО. Впрочем, сама Тарья Халонен в тот период не вела своего блога. Однако этой возможностью воспользовались ее главные соперники — Саули Ниинистё и Матти Ванханен.

Активные обсуждения шли как в личных интернет-дневниках и в региональных коммьюнити, так и в блогах СМИ. Дискуссии развернулись, в частности, на страничке главного финского общественного вещателя "Юлейсрадио"[4] и лидера национального газетного рынка "Хельсингин Саномат". Первый блог велся от лица редактора политических новостей программ телеканала "Юле" Олли Айнолы, который отслеживал предвыборные кампании кандидатов и обновлял записи в своем блоге в течение трех месяцев. По стилю его "посты" можно определить как политическую аналитику, авторские колонки. Иными словами, в основу этой интернет-странички легли журналист-

[4] http://blogit.yle.fi/vaalit2006

ские, публицистические жанры — ведь тексты создавались не сторонним наблюдателем, а специалистом, представителем популярного в стране телеканала. Комментарии и вопросы читателей однако уже не имели той дистанционной условности, которая характеризует, скажем, письма в редакцию или звонки в студию.

Одним из самых знаменитых в стране в тот период был так называемый "блог о выборах" автора газеты "Хельсингин Саномат" и ее приложения "Куукаусилиите", политического обозревателя с 20-летним стажем Унто Хямяляйнена[5]. Его "посты" — колонки в блоге с ироничным названием "Последний лыжник", которые появлялись практически каждый день, неизменно сопровождались 50–80 комментариями. Любопытно, что сам обозреватель в своем дневнике нередко цитировал блоги политиков. Так, когда в очередной раз обсуждался вопрос вступления в НАТО, Хямяляйнен часто цитировал записи в блоге Матти Ванханена, выступающего против членства Финляндии.

Таким образом, политики так или иначе функционируют и в сфере новых медиа. Как видим, сегодня далеко не все представители власти идут на прямой контакт с аудиторией в социальных медиа. Согласно исследованию С. Хейно, лишь 34 из 77 блогов парламентариев действительно в полной мере интерактивны, остальные же отключили в своих блогах возможность комментирования [Heino, 2009, p. 53]. Причем из них только 42 блога посвящены исключительно политическому контенту, еще 17 человек пишут как о политике, так и о своей жизни и частных наблюдениях. А восемнадцать парламентариев-блоггеров и вовсе не затрагивают политических вопросов, описывая исключительно свои личные мысли и впечатления.

В то же время в периоды политического затишья блоги политиков — далеко не самый популярный сегмент финской блогосферы. Так, в марте 2009 г. самым популярным в Финляндии был блог Юрки Касви — и тот находился лишь на 111-м месте, согласно порталу blogilista.fi. Поэтому если сравнивать финский сегмент политических блогов, скажем, с американским, то первый значительно проигрывает и по количеству посетителей, и по остроте дебатов, и по освоенности интерактивного потенциала. Поэтому финскую политическую блогосферу чаще характеризуют как неактивную и не привлекающую большого количества аудитории. Поэтому мы присоединимся к выводу исследователя С. Хейно, которая утверждает, что потенциал блогосферы финскими парламентариями реализован пока не вполне оптимально. Говоря об этом потенциале, имеются в виду в первую очередь демократические возможности взаимодействия с широкой аудиторией.

[5] http://blogit.hs.fi/unski/page/2/

Вместо заключения

Развитие Интернета и в том числе таких инструментов для интерактивного взаимодействия, как блоги и порталы различных организаций (также и административных), в северных странах было воспринято в первую очередь как расширение демократического потенциала в целом и возможностей политического вовлечения в частности. В условиях развития персонализированного контента и персональных медиа и сама политическая коммуникация претерпевает значительные изменения. Последними тенденциями в этой сфере является *медиатизация* политики и политиков, а также *персонализированность* политиков. Все это находит отражение на их персональных страничках и главным образом в блогах.

Таким образом, как показывает практика, интерактивность является не столько источником безграничных демократических свобод и возможностей, сколько становится *инструментом формирования и контролирования политического диалога* в обществе.

С другой стороны, сама аудитория получает больше возможностей взаимодействовать с представителями власти: публично высказывать свое мнение теперь может каждый. Хотя по той же причине нет никакой гарантии, что в потоке мнений и высказываний каждое будет услышано и окажет какое бы то ни было влияние на политический процесс и принятие решений. К тому же финская аудитория не проявляет большой активности в политических дискуссиях-онлайн.

Развитие Интернета в Финляндии, как и во всем мире, сопровождается также дискуссиями о будущем печатной прессы с точки зрения ее роли в демократическом обществе. В них участвуют как издатели и журналисты, так и аудитория. Одной из площадок для дебатов становятся традиционные для Финляндии Дни медиа, которые проводит лидер национальной печатной прессы газета “Хельсингин Саномат”. Так, главным вопросом прошедших в январе 2009 года Дней медиа стал вопрос о том: является ли кризис печатной прессы угрозой демократии?. Иными словами — как растущая популярность новых медиа влияет на развитие демократии?

Однозначного ответа на этот вопрос дать нельзя. Ведь так как Интернет позволяет все больше вовлекать пользователей в дискуссии и политический процесс — в противовес традиционным, менее эффективным формам политического вовлечения — возрастает потребность новаторских идей “снизу” по вопросам организации и слабых сторон этого взаимодействия. С другой стороны — пользователям “сверху” предстоит решать задачи по эффективному управлению онлайновой активности. Роль “больших СМИ” в этом процессе все еще неизменно высока.

Список литературы

Землянова Л.М. Коммуникативистика и средства информации: Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. М., 2004.

Мак-Куэйл Д. Свобода печати никогда не была застывшим понятием // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 1995. № 2.

Павликова М.М. Президент всего народа. Финская пресса в преддверии выборов // Меди@льманах. 2007. № 1.

A renewing, human-centric and competitive Finland. The National knowledge society strategy 2007–2015. http://www.epractice.eu/files/media/media1936.pdf

Finnemann N.O. Internet and the public space // Nordicom. Radio, TV and Internet in the Nordic countries. Meeting the challenges of new media technology / Ed. by U. Carlsson, Sweden, 2006.

Heino S.M. Politician Weblogs in Finland. Members of Parliament as bloggers. Tampere, 2009.

Heinonen A., Domingo D. Weblogs and journalism. A typology to explore the blurring boundaries // Nordicom Review. 2008. N 1. 29.

Maasilta M., Simola A., Heurlin H. Maahanmuuttaja madiankayttajana. Tampere, 2008.

Mäkinen E. Suomen blogeista tulikin viihdesivustoja. // Helsingin Sanomat. 16.03.2008.

Rasmussen T. The Internet and Differentiation in the Political Public Sphere // Nordicom Review. 2007. N 4. NordMedia.

http://www.halla-aho.com/scripta/

http://blogit.yle.fi/vaalit2006

http://blogit.hs.fi/unski/page/2/

Поступила в редакцию
26.10.2009