

DOI: 10.14515/monitoring.2014.3.09

УДК 316.62-053.8:172.12/.15:796.032.2"324"(470+571)

А.Г. Санина, А.А. Козлова, О.В. Тригонос  
ВЛИЯНИЕ ОЛИМПИЙСКИХ ИГР В СОЧИ НА ФОРМИРОВАНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ  
ИДЕНТИЧНОСТИ МОЛОДЫХ РОССИЯН: РЕЗУЛЬТАТЫ ЭМПИРИЧЕСКОГО  
ИССЛЕДОВАНИЯ

ВЛИЯНИЕ ОЛИМПИЙСКИХ ИГР В СОЧИ НА  
ФОРМИРОВАНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ  
ИДЕНТИЧНОСТИ МОЛОДЫХ РОССИЯН:  
РЕЗУЛЬТАТЫ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

*САНИНА Анна Георгиевна — кандидат социологических наук, доцент кафедры государственного и муниципального управления Санкт-Петербургский филиала НИУ «Высшая школа экономики», E-mail: [anna.g.sanina@gmail.com](mailto:anna.g.sanina@gmail.com)*

*КОЗЛОВА Анастасия Александровна — стажер-исследователь Санкт-Петербургский филиала НИУ «Высшая школа экономики», E-mail: [kozlova.anastasiia.a@gmail.com](mailto:kozlova.anastasiia.a@gmail.com)*

*ТРИГОЛОС Олеся Васильевна — стажер-исследователь Санкт-Петербургский филиала НИУ «Высшая школа экономики», E-mail: [trigolosolesya@gmail.com](mailto:trigolosolesya@gmail.com)*

**Аннотация.** Спортивные события мирового уровня являются одним из наиболее значимых маркеров макросоциальной идентичности, отражая когнитивные, эмоциональные, нормативно-ценностные и поведенческие аспекты взаимодействия государства и индивида. Статья посвящена результатам исследования государственной идентичности молодых людей в России через ее проявление в ситуации подготовки зимних Олимпийских игр 2014 г. в городе Сочи.

Используя методы анкетного опроса и фокус-групп, авторы попытались понять, насколько соответствуют официальные каналы информации тем, что использует молодежь; насколько своей ощущали Олимпиаду молодые россияне на этапе ее подготовки и насколько спорт как праздник объединяет индивида и государство.

Результаты исследования позволяют заключить следующее. Во-первых, наиболее сильную

THE IMPACT OF OLYMPIC WINTER GAMES IN SOCHI ON  
THE DEVELOPMENT OF STATE IDENTITY OF THE  
RUSSIAN YOUTH: EVIDENCE FROM EMPIRICAL STUDY

*SANINA Anna — candidate of science in sociology, associate professor at the Department of Public Administration and Local Government, National Research University Higher School of Economics, St.-Petersburg, Russia, E-mail: [anna.g.sanina@gmail.com](mailto:anna.g.sanina@gmail.com)*

*KOZLOVA Anastasia — junior researcher at the Research group «Economics and Sociology of Changes», National Research University Higher School of Economics, St. Petersburg, Russia, E-mail: [anastasyak93@gmail.com](mailto:anastasyak93@gmail.com)*

*TRIGOLOS Olesya — junior researcher at the Research group «Economics and Sociology of Changes», National Research University Higher School of Economics, St. Petersburg, Russia, E-mail: [trigolosolesya@gmail.com](mailto:trigolosolesya@gmail.com)*

**Abstract.** World-class sporting events are one of the most significant macro-markers of identity. They reflect the cognitive, emotional, normative value and behavioral aspects of the interactions between the state and the individual. The following article describes the Russian young people's state identity in the context of Olympic Winter Games 2014 in Sochi.

Using survey and focus-group methods we tried to understand if the official channels of information are relevant to that uses youth and if it is true that "sport as a celebration" unites the individual and the state.

The results of the study are the following. (1) The behavioral and emotional elements of the state identity of young Russians demonstrate a strong dependence. However, a positive attitude to the Olympic Games as a special "public-and-private" celebration is formed mainly within small social groups, first of all in the family. News reports in the media, and discussions in official press do not make any difference for the young people. (2) The knowledge of any facts concerning

зависимость демонстрируют поведенческий и эмоционально-оценочный элементы государственной идентичности молодых россиян, однако позитивное отношение к Олимпийским играм как к особому, государственно-личному, празднику, формируется в основном не информационными сообщениями в средствах массовой информации, а дискуссиями в малых социальных группах — прежде всего в семье. Во-вторых, информированность и знание фактов не приводит к позитивному эмоциональному настрою, равно как и к изменениям в поведении. Недоверие официальным источникам информации и стремление поиска правды в Интернет-источниках, социальных сетях и блогах приводит к усилению коммуникативного разрыва между властью и молодежью. В-третьих, оценка около-олимпиадных событий происходит через формулу уникальности России, проявляющуюся в невозможности довести дело до удачного конца, в неизбежности серьезных проблем, в негативном сравнении с другими (прежде всего западными) странами. Это свидетельствует о доминировании негативной идентичности среди молодежи.

**Ключевые слова:** социальная идентичность, государственная идентичность, молодежь, власть, информационно-коммуникативное взаимодействие, интернет-коммуникация.

Olympics does not lead to positive emotional, as well as to changes in behavior. Distrust to official sources of information and the desire to “search for truth” in Internet sources increase communicative gap between the government and the youth. (3) The assessment of around-olympic events has been developed through the “Russia is unique” formula. Here, this popular attitude was manifested in the inability to bring the business to a successful end, the inevitability of serious problems in a negative comparison with other (primarily Western) countries. This indicates the dominance of negative identity among Russian youth.

**Keywords:** social identity, state identity, young people, government, information and communication interaction, internet-based communication.

Взаимодействие человека и государства — особая индивидуально-институциональная практика, сложившаяся в ходе исторических процессов формирования территории, экономических отношений, национального языка, культуры и характера. В современной социально-политической науке принято выделять различные ипостаси этого взаимодействия, которые оформляются преимущественно в концепции национальной и гражданской идентичности. Данные теоретические рамки обычно характеризуют явления национальной самобытности, национальной культуры, национального характера, гражданского участия, социальной солидарности.

Выявление национального и гражданского в процессах взаимодействия государства и общества — это, безусловно, удобный и теоретически устоявшийся способ описания важнейших аспектов сосуществования двух разных социальных миров, а иногда и единственный способ понимания роли и места государственного в пространстве повседневности. Однако, признавая значимость концепций национальной и гражданской идентичностей, необходимо задать вопрос, насколько они отражают отношения государства и индивидов и социальных групп *per se*?

Отделение государства от общества, пусть даже на теоретическом уровне, приводит к узкому пониманию государства как административной машины, чуждой и даже враждебной человеку. Это в свою очередь ведет к доминированию подданнического аспекта взаимодействия с государством, снижению индивидуальной ответственности за то, что происходит в стране.

Говоря не только о национальной и гражданской, но и о государственной идентичности, мы предполагаем, что во взаимодействии с государством индивид выступает не столько как управляемый, подданный, но и как избиратель, потребитель и — главное — создатель, формирующий собственное социальное пространство, в которое государство включается лишь как один из объектов идентификации. Важность государственной идентичности в ее национальном и гражданском измерениях определяется социальной потребностью в упорядочивании мира, в котором люди живут и действуют. Государственная идентичность в этом контексте рассматривается как связь индивида и государства, основанная на когнитивной и эмоциональной привязанности, символических структурах, нормативных представлениях, а также на прозрачной структурированности отношений прав и обязанностей между «ролями власти» и «ролями граждан» [2]. Эта связь находит воплощение в понимании индивидом своего места в рамках территориальных и символических границ государства, в восприятии государства как *своего государства*, в формировании социальной ответственности и гражданской активности.

Одним из интересных разворотов индивидуально-институциональных отношений, формирующим государственную идентичность, являются единичные «знаковые» события — крупные международные мероприятия, в которых государства выступают как «единое целое», что подразумевает усиление определенных аспектов социальной идентичности индивидов и социальных групп. Одним из последних таких событий для России стала Олимпиада в Сочи. Спортивные достижения традиционно считаются важнейшим предметом национальной гордости. Согласно опросу ВЦИОМа 2013 г., отечественным спортом и спортсменами гордятся 77% россиян. Спорт как повод для гордости уступает только истории России (ею гордятся 85% граждан), превосходя даже культуру и искусство (75%) [4].

Для государственной власти страны, принимающей Олимпиаду, осознание значимости этого всемирного спортивного мероприятия начинается еще на этапе подготовки конкурсной заявки города-кандидата в Международный олимпийский комитет и затем лишь усиливается, непрерывно требуя вложения финансовых, информационных, трудовых и символических ресурсов. Поэтому каждые Олимпийские игры — это событие, априори обладающее сильной символической нагрузкой праздника, национальной гордости, единения государства и общества ради большого дела. XXII зимняя Олимпиада в Сочи не стала исключением из этого правила. Скорее, она стала правилом, возведенным в степень.

Ставка на «летний» город; общероссийское голосование на выборах Олимпийской символики; самая продолжительная (и по времени, и по расстоянию) за всю историю эстафета Олимпийского огня, пронесенного через столицы всех 83-х субъектов Российской Федерации — свидетельства значимости, которую вкладывали организаторы в эти соревнования. Лозунг Олимпийских игр — «Hot. Cool. Yours» («Жаркие. Зимние. Твои») — прямое указание на понимание Олимпиады как общего дела для каждого. Вопрос, однако, состоит в том, насколько был воспринят этот посыл общности гражданами государства, особенно молодыми гражданами?

Подготовка и проведение сочинской Олимпиады сопровождалось бурными дискуссиями в социальных сетях, затрагивающими финансовые и организационные вопросы, поведение политиков и спортсменов, отношения России с другими странами. Большинство участников таких дискуссий — молодые люди (от 18 до 35 лет) [3]. Формирующееся в Интернет-общении отношение к проведению Олимпийских игр отражало тем или иным образом государственную идентичность людей, их эмоциональное отношение к государству и власти.

Целью исследования, результаты которого представлены в данной статье, является оценка государственной идентичности студентов российских вузов через ее проявление в контексте зимних Олимпийских игр 2014 г. в Сочи. Анализируя когнитивный, эмоциональный, нормативно-ценностный и поведенческий аспекты государственной идентичности молодых людей, мы попытались понять, насколько соответствуют официальные каналы информации тем, что использует молодежь; насколько своей ощущали Олимпиаду молодые россияне на этапе ее подготовки<sup>1</sup> и насколько спорт как праздник объединяет индивида и государство.

В основу исследования положены методы анкетного опроса и фокус-групп.

Инициативный онлайн-опрос был проведен с 9 ноября по 16 декабря 2013 г. Генеральная совокупность рассчитана исходя из данных Федеральной службы государственной статистики [9] об общей численности студентов очной формы обучения в 2011/2012 уч. гг. и составила 2721 тыс. человек. В результате опроса получено 1057 анкет<sup>2</sup>. Статистическая погрешность не превышает 3,4%. Средний возраст респондентов составляет 21 год; распределение по половому признаку: 46% юношей и 54% девушек.

Параллельно опросу проведено 8 фокус-групп со студентами в Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Нижнем Новгороде, Волгограде, Воронеже, Иркутске, Новосибирске. Крупный размер (численность населения от 600 тыс. человек до 12 млн человек) и географическое разнообразие городов, отобранных для проведения исследования, обеспечивает репрезентативность полученных данных.

В фокус-группах принимали участие от 6 до 10 человек. Продолжительность дискуссии составила от 45 минут до 1,5 часов. Средний возраст участников фокус-групп — 22 года; распределение по половому признаку: 42% юношей и 58% девушек.

В основу опросного инструментария и гайда фокус-группы положена теоретическая модель государственной идентичности, включающая в себя следующие элементы [2, с. 221]:

- знания о государстве в его исторической и современной перспективах (*когнитивный элемент*);
- эмоциональное отношение к государству, стране, родине (*эмоционально-оценочный элемент*);
- идеальные представления о нормах и ценностях, которые разделяют люди как граждане государства и которые имеют для самого государства и для граждан понятную значимость (*нормативно-ценностный элемент*);
- действия, в которых проявляются те или иные установки, связанные с восприятием своего места в государстве (*поведенческий элемент*).

Названные элементы с фокусом на ситуацию Олимпийских игр были переформулированы в вопросы анкеты и гайда. В результате были получены содержательные характеристики государственной идентичности, отраженные в таблице 1.

<sup>1</sup> Ограничение временного этапа исследования связано с желанием нивелировать фактор спортивных достижений в выражении государственной идентичности. Мы предположили, что громкие победы или поражения российских спортсменов на Олимпийских играх приведут к искаженному восприятию данного события как общего дела и поэтому ограничились временной отрезком полевого этапа двумя месяцами до начала Олимпиады.

<sup>2</sup> В выборку включены 14 вузов: Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Национальный исследовательский университет МФТИ, Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербургский государственный политехнический университет, Национальный исследовательский Томский государственный университет, Национальный исследовательский Томский политехнический университет, Национальный исследовательский Южно-Уральский государственный университет, Южный федеральный университет, Казанский (Приволжский) федеральный университет, Самарский государственный аэрокосмический университет им. С.П. Королева, Дальневосточный федеральный университет, Северо-Восточный федеральный университет, Иркутский государственный университет, Волгоградский государственный медицинский университет.

**Таблица 1** Содержательная модель опросного инструментария

Элемент	Содержание вопросов		
Когнитивный	Знание о процессе подготовки к Олимпийским играм и о возникающих в его ходе проблемах	Знание о сумме средств, потраченных на подготовку и проведение Олимпиады	Знание особенностей Олимпийской команды России, умение обосновать ожидания от проведения Олимпиады
Эмоционально-оценочный	Эмоциональное отношение к проведению Олимпиады в Сочи	Отношение к ироническим и саркастическим высказываниям относительно проводимого события	Наличие или отсутствие гордости за страну, патриотических чувств
Нормативно-ценностный	Представление об Олимпиаде в целом и сочинской Олимпиаде в частности как об объединяющем и сплачивающем граждан движении	Представление об оправданности (необходимости) ресурсных издержек Олимпиады	Представление об Олимпиаде как о долгосрочном проекте, основная цель которого – развитие инфраструктуры города, в котором он реализуется, а также национального спорта в целом
Поведенческий	Участие во всероссийском голосовании за символы сочинской Олимпиады	Степень причастности к проведению игр (как зритель и как участник-волонтер)	Потенциальная готовность платить дополнительный налог, собранные средства от которого пойдут на организацию Олимпиады

Обработка и анализ данных опроса проводились с использованием пакета SPSS. При кодировке каждому ответу респондента присваивался балл «п». Значимость балла определялась по двум шкалам: номинальной шкале 0–1, где 1 – наличие связи с государством, а 0 – ее отсутствие, и порядковой шкале от 0 до 5, где: 5 – характеристика наиболее сильной (позитивной, активной) связи с государством; 0 – отсутствие связи. Средний балл позволил охарактеризовать вес каждого элемента в общей модели государственной идентичности.

### Олимпиада как семейная традиция

В результате анализа получены данные о корреляционной связи элементов государственной идентичности (КК= 0,128 – значимый коэффициент корреляции) (см. табл. 2).

**Таблица 2** Корреляционная связь элементов государственной идентичности

Элемент	Коэффициенты корреляции Значимы при $p < 0,05$ (N) = 448			
	Когнитивный	Нормативно-ценностный	Эмоционально-оценочный	Поведенческий
Когнитивный	1,00	0,09	0,212	0,135

Нормативно-ценностный	0,153	1,00	0,146	0,192
Эмоционально-оценочный	0,099	0,014	1,00	0,348
Поведенческий	0,042	0,142	0,556	1,00

Положительная связь наблюдается между всеми элементами государственной идентичности, однако наиболее сильную зависимость демонстрируют поведенческий и эмоционально-оценочный элементы. Позитивное отношение и, главное, ожидания относительно предстоящего мероприятия, восприятие его как *своего события* мотивируют молодых людей на активное участие в нем в качестве зрителя или волонтера, а действия, в свою очередь, усиливают положительное восприятие Олимпийских игр, воодушевление, настрой на победу своей страны.

Подобный результат достаточно предсказуем и в определенной степени ведет к выводу, что усиление позитивной эмоциональной волны в средствах массовой информации влечет за собой не только положительное восприятие Олимпиады, но и поведенческую активность молодежи в отношении значимого для государства события. Результаты фокус-групп, однако, вносят в этот вывод существенные уточнения.

Анализ коллективных интервью показывает, что позитивное отношение к Олимпийским играм как к особому, государственно-личному, празднику, формируется в основном не информационными сообщениями в средствах массовой информации, а дискуссиями в малых социальных группах, прежде всего в семье (см. табл. 3). Большинство родителей современных студентов помнят Олимпиаду 1980-го на уровне эмоций, актуализация образов которых ведет к переживанию тех ярких впечатлений заново. Ситуация сравнения этих двух спортивных событий, возникающая так или иначе в повседневном общении, сыграла ключевую роль в позитивном восприятии сочинских Олимпийских игр.

**Таблица 3** Роль малой группы в формировании эмоционально-оценочного элемента (цитаты из коллективных интервью)

Эмоционально-оценочные диспозитивы	Примеры высказываний
Исторический контекст	Я, в общем-то, был не то что критично, а равнодушно, в общем, настроен сначала ко всему этому. Но когда услышал, что родители и как обсуждали, то... вот это вот сразу праздник, да, даже гордость — это такое чувство единения. Я даже завидовать стал, потому что, в общем, сейчас этого как-то не хватает. И в Интернете стал рыть картинки совдеповские, а там такие вдохновенные они все, да. Я знаю, в общем, что это сегодня не так совсем, как было, но все равно благодаря вот просто родителям в эту волну попал, и я не жалею, потому что эмоции классные (муж., 21 год, волонтер на паралимпиаде)
Внутригрупповая солидарность	Телевизор? Ну там ура-патриотизм такой, что я думаю, только дурак поведется. Нет, мы в группе общались недавно, и выяснилось, что у всех родителей, мам-пап-бабушек там, у них такие воспоминания интересные про советскую Олимпиаду, мишка там, бойкот и все такое. Я тогда и заинтересовалась и подумала, а вот я только и вижу что это, что блевать, простите, тянет от всех этих «ура-ура-Олимпиада — мы круче всех — давайте на Марс Олимпийский огонь отправим». Я так не хочу, я подумала, и вот тоже тогда маму стала расспрашивать (жен., 22 года)
Создание позитивного образа «я в истории»	Я не спортсменка. И не болельщица. Но фигурное катание люблю. Но не смотрела его уже лет сто, наверное. А тут с мамой и бабушкой как стали обсуждать, я, честное слово, сто лет не видела, чтоб они так что-то обсуждали, и

	оказалось, что это у нас семейная такая любовь к фигурному и к гимнастике. А бабушка еще на той Олимпиаде даже к соседям бегала смотреть по дождю, потому что что-то не показывал у них телек. И вот это круто, знаете, и я тогда девочек наших нашла, кто будет, и пары, ну мальчиков отдельный вопрос, я там кое-кого ненавижу, не будем уточнять, а то сейчас мы тут все будем обсуждать не то. Но суть в том, что это же, блин, история, а мы тут сидим, в свой быт зарывшись, и можем такое пропустить (жен., 21 год)
--	--

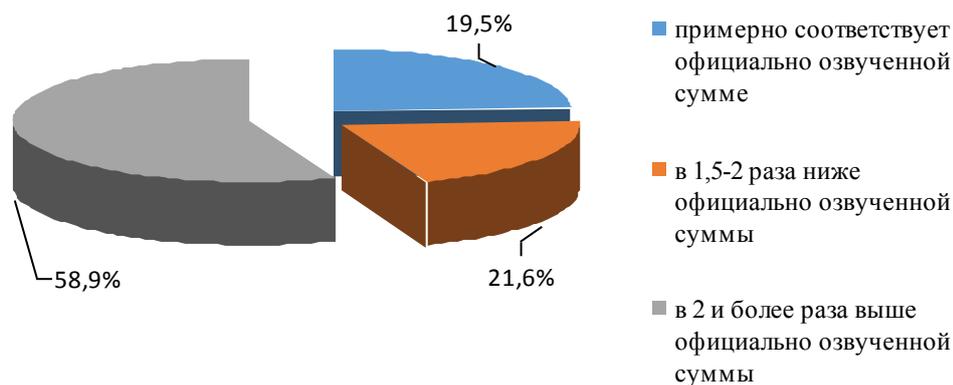
Особая роль социальной памяти, сконцентрированной в отдельно взятом событии — Олимпиаде, — подчеркивается также слабой связью когнитивного элемента с эмоционально-оценочным (0,099) и поведенческим (0,042). Информированность и знание фактов не приводит к позитивному эмоциональному настрою, равно как и к изменениям в поведении. Более того, в анкетном опросе 38,5% респондентов указали, что не обладают достаточной информацией о проводимых олимпийских играх. Уточнения, следующие из анализа результатов фокус-групп, свидетельствуют, что причина такой низкой оценки собственной информированности — не в слабом освещении данного события СМИ, а, скорее, в недоверии официальным источникам информации (таким, как федеральные каналы и прогосударственные периодические печатные издания) и в стремлении «поиска правды» в интернет-источниках, социальных сетях и блогах.

### **Невероятность коммуникации: власть и молодежь по разные стороны Интернета**

Показательным примером информационно-коммуникативного разрыва между «государственными» и «молодежными» каналами информации является вопрос о сумме, потраченной государством на организацию и проведение Олимпийских игр<sup>3</sup>. Именно вокруг финансового аспекта была сосредоточена основная часть дебатов в Интернете, и размер затраченных государством средств в этих оценках варьировался в пределах десятикратной разницы. Так, В. Путин на одной из последних преолимпийских встреч со СМИ объявил, что бюджет Олимпиады равен 214 млрд руб., или 6,5 млрд долл. [8], в то время как Б. Немцов и Л. Мартынюк в нашумевшем докладе «Зимняя олимпиада в субтропиках» утверждают, что бюджет Олимпиады составляет примерно 1,5 трл руб., или 50 млрд долл. [6].

Результаты опроса показывают, что около 20% респондентов близки в своей оценке к официально оглашенному значению суммы затраченных средств на подготовку и проведение Олимпиады (диапазон  $\pm 10\%$ ). 21,6% назвали сумму, в 1,5–2 раза ниже официальной; 58,9% назвали сумму, в 2 и более раз выше озвученной российской властью (см. рис. 1). Данное распределение можно трактовать как косвенное свидетельство коммуникативного провала во взаимодействии власти и молодежи. В сознании респондентов фиксируется завышенная относительно официальной сумма, и именно она воспринимается молодыми людьми как сумма *правдивая*.

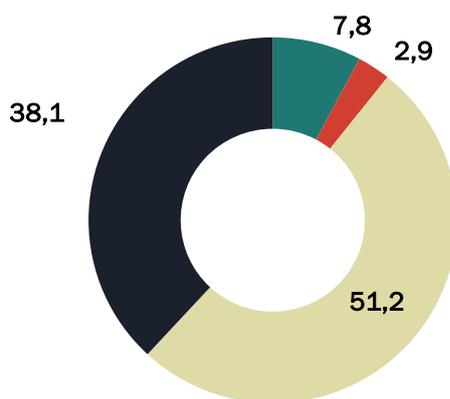
<sup>3</sup> Подчеркнем, что в нашу задачу не входило выяснение правдивости информации, представленной в том или ином источнике, — мы лишь стремились понять, в какую сумму верят респонденты как в сумму правдивую.



**Рисунок 1** — Оценка респондентами суммы средств, потраченных на подготовку и проведение Олимпиады

Дальнейший анализ показал, что чем выше респондент оценивает сумму, затраченную на подготовку к Олимпиаде, тем охотнее он интересуется проблемами, связанными с организацией мероприятия. Кроме того, завышенная относительно официальной оценка средств, потраченных на Олимпиаду, влияет на мнение молодых людей об оправданности этих затрат ( $r=0,240$ ). Иначе говоря, изначально негативное отношение к ситуации (связанное с тратами правительством значительных финансовых средств на фоне снижения темпов экономического роста страны) заставляет молодых людей более критично и остро реагировать на нее и обращать внимание на детали. Среди проблем, выделяемых респондентами в процессе подготовки и проведения Олимпиады в Сочи, лидируют коррупция (70,4%), нерациональное расходование средств и расточительство, связанное с изначально выбором южного города для зимней Олимпиады (59,1%), низкое качество строящихся объектов (23,9%) и сроки их сдачи (21,7%).

Респондентам было предложено оценить оправданность затраченных средств на проведение Олимпиады в Сочи (см. рис. 2). По итогам опроса, 89,3% молодых людей полагают, что вложения в Олимпиаду не оправданы. Из них 51,2% связывают это с тем, что в не слишком благополучной российской экономической ситуации деньги должны были быть потрачены на социальные нужды или на развитие экономики. 38,1% респондентов считают вложения неоправданными по причине коррупции. Неодобрение вложений, оформленное как в predisпозицию альтернативного действия (вложения денег в другие сферы), так и в predisпозицию бездействия (высокого шанса коррупционных издержек) указывает в первую очередь на недоверие государственной власти, несогласие с совершаемыми ею действиями, что подтверждается результатами фокус-групп (см. табл. 4).



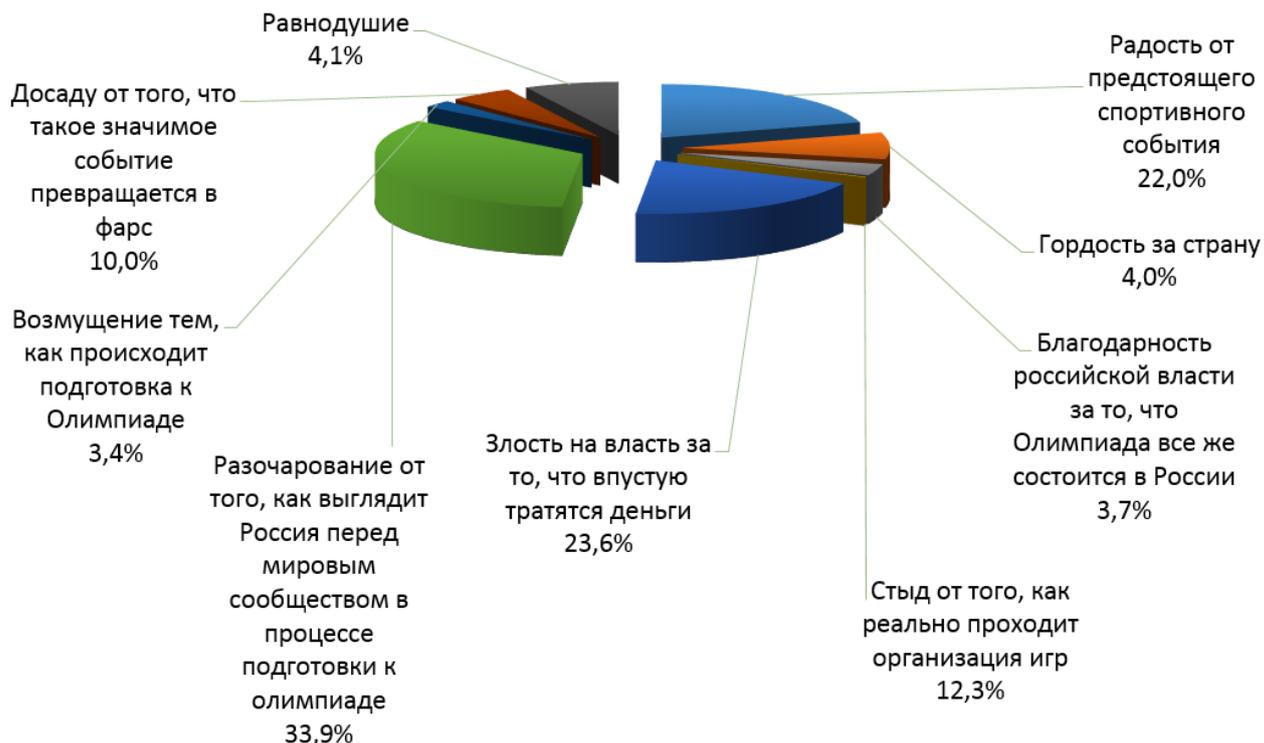
- Да, оправданны, поскольку важное для страны событие
- Затрудняюсь ответить
- Нет, большую часть средств можно было вложить в социальную сферу
- Нет, поскольку большая часть средств была "потрачена" на коррупцию

**Рисунок 2** — Распределение ответов на вопрос «С Вашей точки зрения, оправданны ли вложения средств в Олимпиаду-2014?» (закрытый вопрос, один ответ, %)

**Таблица 4** Оценка степени оправданности вложений в подготовку Олимпиады (цитаты из коллективных интервью)

Нормативно-ценностные диспозитивы	Примеры высказываний
Предиспозиция альтернативного действия	<p>Правительство решило сэкономить на людях, не построив 10 детсадов или 20 школ. Многие объекты построены еле-еле, вложено множество средств... лучше бы построили новый мегаполис, город новых технологий и т.д. (муж., 21 год)</p> <p>Это нецелесообразно, особенно когда огонь выходил в открытый космос. Россия борется за зрелищность, массовость, высокое положение на мировой арене... это не нужно! Первое, что нужно сделать, так обеспечить все города хорошими дорогами, реализовывать различные социальные проекты, на армию, безопасность... а это лишь все на публику (муж., 23 года)</p>
Предиспозиция бездействия	<p>Сколько ни вливай, уходит мимо, это как черная дыра, понимаете? Это анекдот известный, то есть не анекдот, а вполне правда, конечно, что Адлер-Красная Поляна, дорога в Сочи, так вот 1 километр ее строительства стоит дороже, чем 1 километр адронного коллайдера (муж., 23 года)</p> <p>Я думаю, карман — это основная статья затрат на сочинскую Олимпиаду. Я даже боюсь представить себе масштаб, потому что я таких денег не то что не видела в жизни, а даже не мечтала в жизни. Ну, повезло ребятам-бюрократам, что они вот тут сидят хорошо, а тут Олимпиада. Порадуемся за них, а больше-то что? (жен., 21 год)</p>

Все это объясняет доминирование негативных эмоций в общем восприятии сочинской Олимпиады. При ответе на закрытый вопрос: «Какие в целом эмоции в целом вызывает у Вас Олимпиада-2014?» 56,4% респондентов выбрали варианты ответа только с негативной семантикой (возмущение, досада, разочарование, стыд, злость), а исключительно положительный семантический выбор (радость, гордость, благодарность) сделали лишь 5% молодых людей (см. рис. 3).



**Рисунок 3** — Распределение ответа на вопрос: «Какие в целом эмоции вызывает у Вас Олимпиада-2014?» (закрытый вопрос, множественный выбор)

Анализируя высказывания студентов в рамках фокус-групп, необходимо отметить не только их критическую направленность, но и особую клишированность критики. «Черная дыра», референция к андронному коллаидеру, тенденция к сравнениям антонимичного характера («роскошная Олимпиада — нищие больницы» или «богатый сочинский «чиновник — бедная московская пенсионерка») и т.д. — это идеи и символы, настолько распространенные в Интернет-среде, что они даже получили метафорически-фольклорное оформление в формате демотиваторов (см. рис. 4).

Демотиваторы — это своеобразный гибридный жанр визуальной иронии, широко распространенный в виртуальном пространстве. Обычно демотиватор имеет четкую композицию и содержит три основных элемента: изображение, черную рамку, а также слоган, представляющий собой неожиданную, но интуитивно понятную реципиентам интерпретацию основного сообщения (рисунка). Смысл подписи зачастую нарушает логику и по отношению к картинке имеет эмоционально противоположное значение. Такой вид противоречий (тезис против антитезиса) является основой практически всех демотиваторов.

Создание демотиватора — очень простой процесс и под силу практически каждому пользователю Интернета. Сразу после объявления о проведении зимней Олимпиады и в процессе ее подготовки в сети появлялось большое количество демотиваторов, подчеркивающих нерентабельность данного события, коррупцию, наличие огромных дыр в бюджете и экономике страны, а также отличительные черты России и загадочной русской души на мировой арене.



Рисунок 4 — Примеры демотиваторов на сочинскую тематику

Основные лейтмотивы сочинских демотиваторов озвучиваются участниками всех фокус-групп, что так же, как и представление о финансовом аспекте Олимпиады, позволяет сделать вывод о первичности Интернет-дискурса в формировании нормативно-ценностного элемента государственной идентичности студентов. Государство и молодежь находятся практически в ситуации лумановской невероятности коммуникации: информационные и коммуникативные доминанты, способы их подачи, трактовки и переживания настолько не совпадают, что образуют лишь все новые «пороги разочарования» [5], приводящие к убеждению в безнадежности коммуникативного процесса.

«Россия такая Россия...»: негативная идентичность vs патриотическая любовь

Не менее интересная тенденция, которая прослеживается как в фокус-групповых высказываниях, так и в ответах на открытые вопросы анкеты, — это специфическое проявление негативной идентичности молодых россиян. Оценивая перспективы Олимпиады или говоря о проблемах ее организации, респонденты подчеркивали уникальность России, проявляющуюся в невозможности довести дело до удачного конца, в неизбежности серьезных проблем, в негативном сравнении с другими (прежде всего западными) странами.

Приведем лишь некоторые примеры устных и письменных высказываний респондентов:

*«У нас ничего не проходит гладко, где-то что-то точно по-крупному сломается» (жен., 22 года).*

*«Я уверен, что уже на открытии будет какой-то большой косяк, мы ж в России» (муж., 22 года).*

*«Срывы, конечно, где угодно могут быть, но в этой стране точно будут» (муж., 23 года).*

*«Я вот еще ни разу не видела, чтоб у нас перед другими странами нормально. Бывают русские за границей, а тут за граница к русским приедет, все одно. И опять на нас будут косо смотреть» (жен., 22 года).*

*«Да у нас уже то тут треснет, то там треснет. Только построили — тут же ремонтируют там что-то. Россия такая Россия, я не верю, что все может гладко пройти» (муж., 24 года).*

Негативная идентичность — серьезная проблема современного российского общества вообще и российской молодежи, в частности. Л.Д. Гудков описывает такие ее проявления, как враждебное, агрессивное отношение людей друг к другу, отсутствие мотивации достижения, создание условий для проявления негативной солидарности [1, с. 283], формирующиеся вследствие потери субъективного ощущения близости к коллективной общности, ухудшения адаптационных механизмов, архаизации символической и практической деятельности индивидов и социальных групп, характеризует национально-культурную идентичность россиян как «негативную идентичность». Гудков подчеркивает, что сегодняшняя структура национальной идентификации сложилась главным образом после Великой Отечественной войны и в советское время она была основана на принудительном определении себя именно как граждан советского государства [1, с. 119]. Современная же российская идентификация в большой мере основывается на партикуляристских (территориальных, локальных) и этнических, рутинно-повседневных значениях и основаниях, что во многом свидетельствует о «дефиците ценностей, позитивных коллективных представлений, механизмов коллективного, национального самоуважения» [1, с. 120].

Демонстрация негативной идентичности в коллективных интервью и ответах на открытые вопросы зачастую сопровождалась позитивным эмоциональным скачком, отражающим веру в свою страну, настрой на победу и то, что можно условно назвать патриотической любовью. В таблице 5 представлены продолжения приведенных выше высказываний респондентов, иллюстрирующих позитивный эмоциональный скачок и дилемму «негативная идентичность vs патриотическая любовь».

**Таблица 5** Примеры эмоциональных скачков в высказываниях респондентов

«Негативная идентичность» (начало высказывания)	«Патриотическая любовь» (продолжение высказывания)
---	--

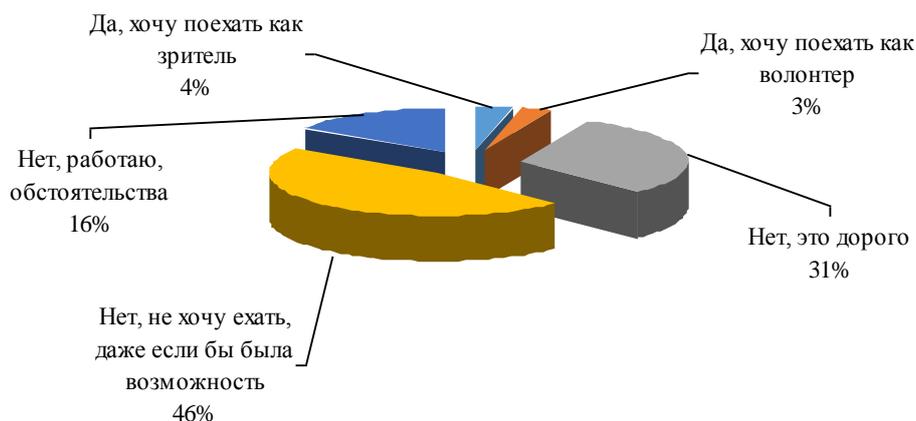
У нас ничего не проходит гладко, где-то что-то точно по-крупному сломается...	...хотя если не налажают, будет супер. Было бы круто, если бы не налажали. Я даже смотреть, наверное, буду не сразу, а только если сначала все нормально будет.
Я уверен, что уже на открытии будет какой-то большой косяк, мы ж в России...	...а если по крупному, то ну и что, у всех бывают. Зато мы выиграли право провести Олимпиаду и проведем ее, знаете.
Да у нас уже то тут треснет, то там треснет. Только построили – тут же ремонтируют там что-то. Россия такая Россия, я не верю, что все может гладко пройти оно...	...ну, такая подготовка серьезная, а вдруг на этот раз мы и не проиграем.

В целом позитивный эмоциональный настрой подтверждается интересом к самим Олимпийским играм и участию в них российской сборной. Так, 66,8% респондентов признали, что будут «умеренно, по случаю» следить за событиями Олимпиады; 12,1% намерены внимательно смотреть все соревнования. 13,6% негативно относятся к спортивным соревнованиям в принципе, а 5,5% обычно следят за событиями Олимпиады, но не хотят смотреть Олимпиаду в Сочи.

Позитивное эмоциональное отношение к Олимпиаде, которое связано в том числе с влиянием малых групп, описанном выше, имеет значимую положительную связь со всеми элементами государственной идентичности: когнитивным (0,212), нормативно-ценностным (0,146) и деятельностным (0,556) (см. табл. 2). Наименьшая зависимость при этом прослеживается у нормативно-ценностного элемента, что позволяет сделать вывод о существовании устоявшихся представлений о должном поведении представителей государственной власти и граждан, нарушение которых приводит к снижению общего эмоционального настроения в отношении такого общего дела, как Олимпийские игры.

#### **«Не моя олимпиада!»**

Основной тенденцией в ответах респондентов является восприятие подготовки и проведения Игр как задачи государства (власти) и/или крупного бизнеса, а самой Олимпиады – как не своей. Так, студенты демонстрировали нежелание поехать на Олимпийские игры, даже если бы у них была такая возможность (см. рис. 5); отрицательно реагировали на гипотетическую возможность проведения Олимпийских игр в их городе (44,8% респондентов указали, что это спровоцирует большое количество проблем для населения, а 18,3% предпочли бы, чтобы Олимпиада вообще проходила не в России).



**Рисунок 5** — Распределение ответов на вопрос «Хотите ли Вы поехать на Олимпиаду? Если да, то в качестве кого (зритель, волонтер); если нет, то каковы причины?» (закрытый вопрос, одиночный выбор)

Соотнеся факты демонстрации разумной критики и эмоционального позитива с когнитивным, нормативным и деятельностными аспектами проявления государственной идентичности, мы выделили несколько условных типов социальных групп, отражающих восприятие молодыми людьми себя в государстве.

Первый тип — скептики (38,2%). Респонденты, которых можно отнести к данному типу, демонстрируют низкий уровень государственной идентичности. Они не проявляют интереса к знаковому событию, проходящему в стране; не участвуют и не хотят участвовать в проведении мероприятий; считают, что государство полностью должно брать на себя ответственность за проведение игр, а граждане выступают лишь как потребители готового продукта.

Второй тип — разумные патриоты (25,7%). Респонденты этого типа считают Олимпиаду необходимым и важным событием в истории страны, обозначают свое место в процессе ее подготовки как живых свидетелей истории. Они проявляют пассивную готовность участвовать в жизни государства, в частности платить гипотетический налог на Олимпиаду. Тем не менее просмотр Олимпийских соревнований или поездку на Олимпиаду рассматривают как пустую трату времени и денег, которые предпочитают инвестировать в собственное развитие (работу, учебу).

Третий тип — ура-патриоты (21,1%). Рассматривают Олимпиаду как неизбежный повод для гордости; критически отзываются о тех, кто негативно высказывается по поводу фактов подготовки сочинских игр. Демонстрируют желание поехать на соревнования волонтерами. Однако считают, что финансирование Олимпиады — целиком и полностью дело государства, не осознавая при этом, что основным источником такого финансирования выступают налоги граждан.

Четвертый тип — спортивные патриоты (15,0%). Выделение данного типа обусловлено спецификой предмета исследования. Этим же объясняется достаточно высокий процент молодых людей, которые могут быть отнесены к данной группе. С разумными патриотами их сближает критическое отношение к процессу подготовки Олимпиады, а с ура-патриотами — акцент на внешних источниках финансирования Игр (правда, в этом случае в качестве основного источника называются крупные коммерческие компании).

С нашей точки зрения, диссонанс в оценках, сочетание критики с позитивными эмоциональными установками, проявление которого мы наблюдаем в группе «разумных патриотов», характеризуют людей, которых можно рассматривать как наиболее перспективную группу для развития коммуникативных процессов между государством и молодыми людьми. Их патриотизм относится к тому типу, который Р. Шатц, Е. Стауб и Х. Лавайн обозначили как конструктивный [10]. Конструктивный патриотизм, в отличие от «слепого» или «ура-патриотизма», предполагает элемент разумной критики в восприятии своего государства — критики, которая выступает основой изменения и развития.

Государственная идентичность молодых людей — актуальная тематика исследования. Те, кто сейчас находится в студенческом возрасте, в скором времени будут представлять (или уже представляют) основную, наиболее активную часть гражданского общества. От критики или лояльности к государству, а также восприятия ими России как *своей страны* во многом будет зависеть социальный, экономический и политический прогресс. Именно поэтому проблема информационного разрыва между государственными и молодежными каналами информации, наличие которого демонстрирует, ситуация подготовки Олимпийских игр в Сочи, так важна для изучения, осознания и решения.

Современный период характеризуется качественно новым уровнем развития коммуникативной среды, которая проникает во все сферы социальной жизни. На протяжении долгого времени информация и знания передавались на основе правил и предписаний, традиций и обычаев, культурных образцов и стереотипов, тогда как сегодня главная роль отводится информационно-коммуникационным технологиям.

Состояние современных социальных связей характеризуется множественностью воздействия, наличием различных средств массовой информации, которые определяют стиль жизни индивида, а также особенности его взаимодействия с институциональным окружением. Выстроенные границы являются условием диалога, основой формирования взаимодействия и взаимопроникновения. Коммуникативный процесс развивается одновременно в разных плоскостях и затрагивает разные смыслы; он индивидуален и в то же время типичен — в этом залог его движения и развития [7, с. 197–198].

Крупные спортивные соревнования, особенно Олимпиада, всегда подразумевают идеологический фактор и предполагают некий внутренний пиар деятельности власти перед гражданами, распространение которого в России осуществлялось через традиционные каналы: телевидение, радио, прессу, в то время как набирающие силу сетевые средства массовой информации (паблики, сайты, онлайн-журналы, информационные порталы), обладающие популярностью у молодых людей, ожидаемо стали пространством реализации альтернативных новостей и дискуссий.

В результате анализа опросных данных был выявлен информационный разрыв между государственными и молодежными каналами информации, который является следствием подчас тотального недоверия современной молодежи «прогосударственным» СМИ. Олимпиада в Сочи — лишь яркий пример этой глубокой и серьезной проблемы. Низкий интерес граждан (прежде всего молодых) к событиям, проходящим в стране, отсутствие желания принимать в них участие приводит к деактуализации деятельностного, нормативно-ценностного, эмоционально-оценочного и когнитивного элементов государственной идентичности. По итогам исследования можно сделать вывод, что в среде современной молодежи очень слабо присутствует культура причастности к жизни государства. Большинство студентов начинали интересоваться деталями организации Олимпиады уже после того, как у них было сформировано негативное мнение относительно предстоящего события. Низкая информированность о событиях, происходящих в государстве, говорит не только о потере

коммуникации между молодежью и государственной властью, но и о низкой активности рекламных компаний мероприятий государственного масштаба, социальных программ, акций. Для того чтобы наладить диалог с представителями России будущего, органам государственной власти необходимо превратить в глазах молодежи государственные СМИ из дневника Президента в актуальный, правдивый источник информации — именно так могут быть реализованы новые коммуникативные границы. Безусловно, они должны формировать позитивный образ страны в глазах ее жителей, однако в современном обществе такой образ не может сложиться через навязывание официальной точки зрения и игнорирование свободного характера формирования мнения и суждений относительно происходящих событий в молодежной среде.

#### Литература

- 1 Гудков Л. Д. Негативная идентичность : статьи 1997–2002 гг. М., 2004.
- 2 Закарян А. Г., Обидовский О. В., Санина А. Г. Государственная идентичность выпускников экономических и гуманитарных вузов Санкт-Петербурга // Вопросы образования. 2012. № 3. С. 219–221.
- 3 Интернет в России: динамика проникновения. Осень 2012 // ФОМ интернет: [веб-сайт]. 2012. 18 дек. URL: <http://runet.fom.ru/Proniknovenie-interneta/10738>.
- 4 История, спорт, наука: чем гордятся россияне? // ВЦИОМ : [веб-сайт]. Пресс-выпуск. 2013. № 2357. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=114310>.
- 5 Луман Н. Невероятность коммуникации / пер. с нем. А. М. Ложеницина под ред. Н. А. Головина // Проблемы теоретической социологии. 2000. Вып 3.
- 6 Немцов Б., Мартынюк Л. Зимняя олимпиада в субтропиках: независ. эксперт. докл. // Путин. Итоги: [веб-сайт]. М., 2013. URL: <http://www.putin-itogi.ru/zimnyaya-olimpiada-v-subtropikah>.
- 7 Полюшкевич О. А. Социокультурная солидарность : монография. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2011. 221 с.
- 8 Путин В. В. Интервью российским и иностранным СМИ, 17 января 2014 г. URL: <http://kremlin.ru/news/20080>.
- 9 Федеральная служба государственной статистики: [веб-сайт]. 2013. 11 ноября. URL: [http://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/population/obraz/vp-obr1.htm](http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/obraz/vp-obr1.htm).
- 10 Schatz R. T., Staub E., Lavine, H. On the varieties of national attachment: blind versus constructive patriotism // Political Psychology. 1999. Vol. 20, iss. 1. P. 151–174.