

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени М. В. Ломоносова

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра теории и экономики СМИ

**Исследование заинтересованности зарубежных
пользователей поисковой системы «Google» в
темах «футбол» и «Россия»**

**Работу выполнил
студент 411 группы
дневного отделения
А.М. Богословский**

Москва – 2017

Введение

Цель данного исследования – проанализировать, насколько высока заинтересованность зарубежных пользователей поисковой системы «Google» в темах «футбол» и «Россия».

Данная работа – часть ВКР «Чемпионат мира по футболу FIFA 2018 как фактор влияния на имидж России». На данном этапе необходимо выявить три страны, СМИ которых мы будем рассматривать в рамках ВКР, чтобы проанализировать влияние ЧМ 2018 на имидж России за рубежом.

В рамках исследования мы рассмотрим динамику заинтересованности этими темами пользователей из стран, национальные сборные которых примут участие в финальной части ЧМ 2018. Мы сделаем выводы о том, как менялась популярность этих тем в 31 стране за последние 13 лет и на основе этого выберем три страны, а также СМИ для анализа.

1. Задачи и методология исследования

В центре внимания нашего исследования – страны-участницы Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в России (далее – ЧМ). Согласно регламенту, в финальной части турнира, которая пройдет в нашей стране летом 2018 года, принимают участие 32 сборные. Среди них – 13 европейских команд (+ команда страны-хозяйки России), 8 южно- и центральноамериканских, 5 африканских, 5 азиатских.

Среди стран, представленных на ЧМ, есть те, в которых популярен футбол (например, Англия), и те, о которых мы в «футбольном» контексте почти ничего не знаем (например, Саудовская Аравия). Кроме того, в медийном пространстве некоторых из этих стран Россия регулярно фигурирует и ее хорошо знают (например, Сербия), а в каких-то о ней вряд ли говорят часто (например, в Панаме).

Наша задача – выбрать три страны, СМИ которых мы будем рассматривать в рамках ВКР, чтобы проследить, насколько ЧМ влияет на международный имидж России. Из 31 страны-участницы (Россию не рассматриваем, т.к. интересен именно внешний имидж) мы выберем:

- 1) Страну, в которой футбол чрезвычайно популярен;
- 2) Страну, в которой высок интерес к России;
- 3) Страну, в которой интерес к футболу и к России можно назвать средним.

Таким образом, мы сможем добиться большей объективности и проследить, каково влияние ЧМ на восприятие России в странах, сильно отличающихся друг от друга.

Для отслеживания интереса к темам «футбол» и «Россия» в разных странах мы воспользуемся сервисом «Google Trends». Он позволяет определить, насколько часто жители того или иного региона искали в

поисковике что-то, связанное с нужными нам темами за какой-либо период времени.

2. Анализ уровня интереса к темам «Футбол» и «Россия» в странах-участницах ЧМ

«Google Trends» вычисляет средний коэффициент популярности нужных нам тем в том или ином регионе в определенный период, а также показывает общую динамику на графике. Например, если популярность темы «футбол» в июне 2006 года в Германии равняется 100, это означает, что запросы по этой теме в «Google» были сверхпопулярны относительно общего числа запросов для этой страны в поисковике. Напротив, если популярность равняется 1, это значит, что запросов по нашей теме за выбранный период практически не было.

Мы рассматриваем отрезок с 2004 года по настоящий момент (10.12.2017) (исключение составляет Швейцария, для нее данные доступны лишь с 2012 года). При этом следует понимать, что средний коэффициент отражает общую динамику последних 13 лет и на первый взгляд может ввести в заблуждение: например, с 2004 по 2010 гг. жители Кореи могли вовсе не интересоваться футболом, а с 2013 г. буквально «заболеть» им и даже «догнать» по запросам на эту тему Бразилию. Но при этом средний коэффициент заинтересованности будет низким, в результате чего создается впечатление, что футбол корейские пользователи в «Google» почти не ищут. Чтобы избежать такого эффекта, мы изучим динамику с помощью приведенных графиков и сделаем выводы о том, насколько интересны темы «футбол» и «Россия» в странах-участницах ЧМ.

- **Синим** выделены страны, в которых футбол чрезвычайно популярен;
- **Зеленым** – страны, в которых высок интерес к России;

- **Желтым** – страны, в которых интерес к футболу и к России можно назвать средним.

Страна/регион	Интерес к теме «Футбол» ¹	Интерес к теме «Россия» ²	Динамика
Германия	32	9	Каждые два года в июне-июле интерес к футболу вырастает до 50-100 (что связано с систематическим участием сборной Германии в ЧМ и ЧЕ по футболу). В целом показатель можно назвать средним. Интерес к России сравнительно высок и стабилен, держится на отметке 9, периодически вырастая до 15. Львиная доля запросов – на русском языке, связана с поиском российских сериалов и фильмов.
Бразилия	52	5	Интерес к футболу стабильно высок, что объясняется огромной популярностью этого вида спорта. Чаще всего люди ищут онлайн-трансляции матчей. Интересно, что к 2014 году (когда в Бразилии проходил ЧМ) интерес к футболу был в среднем ниже, чем в 2008-2010-х гг. Вероятно, это связано с неутешительными результатами игры национальной сборной. К России интерес намного ниже, чем к футболу, запросы в основном связаны с приближающимся ЧМ, радиостанцией «Voz da Russia» и челябинским метеоритом, а также операцией в Сирии.
Португалия	57	5	Футбол так же сверхпопулярен, как и в Бразилии. Здесь, однако, интерес активизируется во время важных матчей (на графике ³ можно видеть резкие скачки). Преимущественно, как и в Бразилии, в поисковике ищут трансляции матчей. К России интерес также сравним с аналогичным показателем в Бразилии. Португальцы искали информацию о челябинском метеорите, российских сериалах и фильмах.
Аргентина	36	3	Аргентина – еще одна «футбольная» держава, этот вид спорта популярен, хотя и

¹ Средний коэффициент за период с 2004 года по настоящий момент (10.12.2017)

² Средний коэффициент за период с 2004 года по настоящий момент (10.12.2017)

³ См. Приложение

			<p>не так сильно, как в Бразилии. Динамика похожа на германскую: популярность волнообразна, зависит от международных турниров, но в целом стабильно держится на среднем уровне.</p> <p>К России интерес достаточно низок, хотя с 2015 года он начал медленно расти. В 2017 году интерес начал расти быстрее. Пик пришелся на ноябрь 2017 года, когда в Москве прошел товарищеский матч между Россией и Аргентиной: коэффициент был равен 13. Наибольший интерес за историю наблюдений вызвал челябинский метеорит.</p>
Бельгия	43	6	<p>Бельгия – еще одна страна с сильными футбольными традициями, а потому интерес к теме высок. Динамика похожа на германскую и аргентинскую. Наибольшей популярности тема достигала во время ЧМ 2006 и 2014 гг., а также ЧЕ 2016 – в этих турнирах участвовала национальная сборная этой страны.</p> <p>Интерес к России средний, сравним с Германией. Запросы по большей части связаны с международной политикой.</p>
Польша	44	23	<p>В Польше популярен как футбол, так и Россия. Пик интереса к футболу пришелся на ЧМ 2006, к России – на ЧЕ 2012, который проходил в Польше и Украине. В целом и к России, и к футболу интерес стабильно высок, есть резкий рост после международных событий (в первом случае) и во время важных матчей европейских и мировых турниров (во втором случае).</p>
Франция	47	4	<p>Францию также можно назвать «футбольной» страной. Пик интереса – ЧМ 2006 года, а после ЧМ 2010 года наблюдается спад, что объясняется скандалом в национальной сборной и невразумительной игрой. В последние месяцы интерес постепенно растет.</p> <p>К России же интерес мал, особенно в сравнении с Германией. Пик пришелся на присоединение Крыма. Большая часть запросов – международная политика.</p>
Испания	66	6	<p>Интерес к футболу огромен. При этом он резко падает в июле каждого года, а потом опять растет в подлежащие месяцы. Вероятно, это связано с повышенным интересом к теме во время мировых и</p>

			<p>европейских турниров (как клубных, так и национальных). Немаловажную роль в этом играют успехи сборной страны и испанских клубов.</p> <p>Популярность России средняя, пик пришелся на ЧЕ 2008, когда наша страна вышла в полуфинал турнира, где встретилась с Испанией. Самые частые запросы связаны с челябинским метеоритом и телеканалом RT.</p>
Перу	42	6	<p>Хотя Перу традиционно не считается «футбольной» страной, оказывается, эта тема весьма популярна. Пик пришелся на 2006 год, когда национальная сборная попала на ЧМ в Германии. После этого интерес поддерживался на среднем уровне, а с сентября 2017 года начал расти: это связано с попаданием национальной сборной на ЧМ 2018.</p> <p>К России интерес средний, начал расти с 2014 года. Основной интерес вызывает тема Сирии и телеканал RT. При этом с сентября 2017 года наметился резкий рост интереса в связи с выходом Перу на ЧМ 2018.</p>
Швейцария	23 ⁴	7 ⁵	<p>Данные для Швейцарии доступны только на период с декабря 2012 года по настоящий момент. На 2014 год пришелся пик интереса как к футболу (выступление национальной сборной на ЧМ), так и к России (присоединение Крыма). Популярность футбола нельзя назвать высокой, она зависит от крупных международных турниров. К России интерес средний, основные темы – политика, Трамп, санкции.</p>
Англия	71	7	<p>В данном случае мы рассматриваем именно Англию, т.к. сборная только этого региона Великобритании попала на ЧМ 2018. Здесь интерес к футболу очень высок, при этом лучшие результаты эта тема показывает в осенне-весенние отрезки, когда проходят матчи чемпионата Англии. Летом – резкое падение.</p> <p>К России интерес средний. Основные запросы связаны с международной</p>

⁴ Средний коэффициент за период с декабря 2012 года по настоящий момент (10.12.2017)

⁵ Средний коэффициент за период с декабря 2012 года по настоящий момент (10.12.2017)

			политикой: Трамп, ИГИЛ, Сирия, Северная Корея.
Колумбия	34	3	<p>К футболу в этой стране интерес стабильно высок, хотя и не дотягивает до более «футбольных» соседей (Аргентина, Бразилия). Пик пришелся на ЧМ 2006, после этого серьезных скачков интереса не наблюдалось.</p> <p>Популярность России можно назвать средне-низкой. Немногочисленные запросы по этой теме связаны с челябинским метеоритом и ЧМ 2018.</p>
Мексика	38	4	<p>В Мексике футбол достаточно популярен, пик пришелся на 2006 год, после чего в целом наблюдается спад интереса к этой теме: с годами люди стали делать меньше «футбольных запросов».</p> <p>К России в основном интерес небольшой, хотя наблюдается два выразительных пика: 2013 год (падение метеорита) и 2017 год (Кубок конфедераций FIFA 2017 в России). С ноября 2017 года интерес к стране в Мексике растет.</p>
Уругвай	41	3	<p>Пик популярности футбола в Уругвае пришелся на 2009-2010 гг., когда национальная сборная этой страны сначала прошла на ЧМ 2010, а затем дошла до полуфинала турнира впервые за долгое время. Вне этого двухгодичного периода интерес к виду спорта относительно высок, но без выразительных скачков. С начала 2017 года начался рост, связанный с попаданием страны на ЧМ 2018.</p> <p>Популярность России в Уругвае примерно такая же, как в Колумбии: достаточно низкая, с небольшими «вспышками». С ноябре-декабре 2017 года интерес к России растет (что, вероятно, связано с попаданием в одну группу с этой страной в финальной части ЧМ 2018).</p>
Хорватия	45	8	<p>Интерес к футболу в Хорватии достаточно высок, пик пришелся на ЧМ 2006, на последующих международных турнирах он также рос, хотя уже не достиг столь же высокого показателя.</p> <p>К России интерес относительно высок и стабилен, главным образом запросы связаны с поиском новостей из России</p>

			(обусловлено большим количеством эмигрантов из этой страны).
Дания	46	9	Сборная Дании регулярно попадает на международные турниры, и интерес к футболу во многом привязан именно к ним. Между чемпионатами мира и Европы интерес к футболу средний. Популярность России в Дании почти на таком же уровне, как в Хорватии. Пик – март 2014 года, присоединение Крыма, после этого – стабильный рост интереса. Запросы в основном связаны с Путиным и каналом RT.
Исландия	36	10	За футболом в Исландии следят, однако интерес сильно зависит от времени года (резко падает, когда в национальных европейских чемпионатах наступает перерыв). Пик пришелся на ЧЕ 2016, когда национальная сборная этой страны добилась небывалых успехов. С тех пор интерес к этому виду спорта в целом растет. Россия также достаточно популярна, пик ожидается в декабре этого года (коэффициент = 30). Среди запросов – «российский флаг», «русская игрушка», «Россия». Очевидно, представления о России у исландцев весьма размытые.
Коста-Рика	33	5	Популярность футбола в этой стране сильно «просела» между ЧМ 2006 (где был показан пик интереса) и ЧМ 2014 (на котором сборная этой страны добилась значительных результатов). В целом можно сказать, что интерес к футболу здесь средне-высокий. К России интерес средний, пик пришелся на февраль 2013 года (падение метеорита). Интересно, что в этом месяце Россия была популярнее в Коста-Рике, чем футбол. В 2017 году интерес растет.
Швеция	32	9	У Швеции достаточно «крепкая» национальная сборная, которая регулярно участвует в международных турнирах. Соответственно, популярность футбола резко вырастает каждые два года, когда проходят ЧМ и ЧЕ, а затем падает. К России интерес можно назвать средне-высоким и стабильным. Многие запросы по этой теме – на русском языке, из чего можно сделать вывод, что средний

			коэффициент 9 достигнут за счет активность русскоязычных эмигрантов и экспатов.
Тунис	47	5	Сборная этой страны мало чем отметилась на международной футбольной арене, однако в ней есть сильные игроки, притягивающие интерес. Футбол в Тунисе достаточно популярен, пик пришелся на ЧМ 2006, затем было «проседание», с 2015 года – рост. К России интерес средний, в последние годы наблюдается небольшой рост. Примечательно, что в самых частых запросах практически нет международной политики: преобладают «русские девушки», «медведи» и телеканал RT.
Египет	41	13	Египет – одна из немногих стран, в которой популярность футбола с годами падает, а популярность России, напротив, растет. Вероятно, это обусловлено сложной ситуацией в регионе: грубо говоря, людям попросту не до спорта. На графике ⁶ хорошо видно, что, начиная с 2010 года интерес к «игре миллионов» начал падать, а Россия, наоборот, начала подниматься в рейтинге запросов. Пик пришелся на ноябрь 2015 года (катастрофа над Синаем): тогда тема «Россия» была популярнее футбола почти в два раза.
Сенегал	62	3	В этой стране уровень интереса к футболу стабильно высок и с каждым годом он растет. К России интерес средний. Среди запросов на эту тему – Путин, Сирия, Иран.
Иран	36	5	Иран нельзя назвать «футбольной» страной, однако этот вид спорта достаточно популярен среди пользователей интернета. Пики интереса приходятся на ЧМ и ЧЕ, между турнирами заинтересованность в футболе средняя. Популярность России в последние три года растет, запросы в основном связаны с международной политикой и ситуацией в Сирии в частности. Пик ожидается в декабре 2017 года, что связано с жеребьевкой финальной части ЧМ и международными переговорами.

⁶ См. Приложение

Сербия	60	19	<p>В этой стране в последние годы растет интерес и к футболу, и к России. В 2010 году Сербия достаточно уверенно выступила на ЧМ в ЮАР, после чего популярность этого вида спорта начала расти (и продолжает по сей день). Если раньше сербов футбол заботил не более, чем жителей среднестатистической не «футбольной страны», то после 2010 года они почти сравнялись по показателю заинтересованности с Бразилией и Англией.</p> <p>Что касается России, ее популярность растет с марта 2014 года (присоединение Крыма) и держится на достаточно высоком уровне по сей день. В основном запросы связаны с российскими СМИ, кинематографом и Путиным.</p>
Нигерия	47	5	<p>Популярность футбола в Нигерии стала стремительно расти после ЧМ 2010. Можно сказать, что к 2017 году она выросла в 2-3 раза по сравнению с 2007 г.</p> <p>Интерес к России средний. Примечательно, что для нигерийцев наша страна – «футбольная». Большая часть запросов в поисковике «Google» связана с Чемпионатом России по футболу. Стоит отметить, что в нашей стране играет немало легионеров, приехавших из Нигерии и, вероятно, интерес обусловлен именно этим.</p>
Австралия	28	5	<p>Жители континента проявляют среднюю заинтересованность в футболе: она волнообразна и сильно зависит от перерывов в европейских чемпионатах и международных турнирах. Пик пришелся на ЧМ 2006 года, а в последующие годы шел небольшой спад интереса.</p> <p>Популярность темы России также можно назвать средней: небольшой всплеск наблюдался в марте 2014 года (присоединение Крыма). Запросы австралийцев по большей части политические: Трамп, Сирия, ИГИЛ, Украина.</p>
Япония	33	5	<p>Интерес японцев к футболу плавно растет с каждым годом. Рост ускоряется после каждого ЧМ (в них национальная сборная этой страны регулярно принимает участие).</p>

			Популярность России средняя, в основном японцам интересен спорт (ЧМ 2018 и Олимпийские игры 2014) и политика.
Марокко	39	4	<p>Популярность футбола в последние годы падает, хотя средний коэффициент все еще высок из-за первой половины 2000-х, когда интерес к этому виду спорта был в два раза выше, чем сейчас. Пик пришелся на ЧМ 2006 года, затем пошел спад. В последующие десятилетия национальная сборная плохо проявила себя на международной арене, из-за чего даже чемпионаты мира не вызывали у марокканцев живого интереса.</p> <p>Интерес к России средний, растет в 2017 году. Пик – ноябрь 2017-го. Запросы по большей части связаны со СМИ и политикой.</p>
Панама	23	3	<p>Футболом жители Панамы интересуются, хотя этот показатель нельзя назвать высоким. Огромный интерес вызывают чемпионаты мира, а то, что происходит между ними, остается практически без внимания.</p> <p>Популярность Росси в целом на низком уровне, хотя в последние месяцы 2017 года она растет, что связано с попаданием национальной сборной Панамы на ЧМ 2018. Среди запросов – Сирия, Украина и челябинский метеорит.</p>
Республика Корея	24	11	<p>В последние годы футбол набирает популярность в Корее: ЧМ и ЧЕ вызывают с каждым годом все больший интерес. Своего рода отправной точкой стал ЧМ 2010 года, после которого последовал медленный рост популярности футбола. Сейчас он держится на среднем уровне, есть сезонные колебания.</p> <p>Интерес к России достаточно высок, он также вырос за последние годы. В основном корейцев интересуют «русские девушки» и «ЧМ 2018».</p>
Саудовская Аравия	28	12	<p>Интерес к футболу в Саудовской Аравии год от года падает: сборная не появлялась на крупных турнирах с 2006 года. Сейчас падение продолжается.</p> <p>Популярность России при этом сравнительно высока: жители Саудовской Аравии активно интересуются внешней</p>

			политикой нашей страны. В последние годы Россия даже практически сравнялась (а кое где – обогнала) с футболом по популярности запросов в «Google».
--	--	--	--

3. Выбор стран и СМИ для исследования в рамках ВКР

По итогам исследования мы выделили страны, в которых:

- 1) Футбол чрезвычайно популярен;
- 2) Высок интерес к России;
- 3) Интерес к футболу и к России можно назвать средним.

К первой категории мы отнесли сразу 8 стран. Для последующего анализа возьмем Англию (именно регион Великобритании, а не страну в целом, т.к. на ЧМ не прошли сборные Уэльса, Шотландии и Северной Ирландии). Выбор обусловлен стабильно высоким интересом жителей региона к теме футбола⁷. Объектом нашего анализа станет интернет-версия газеты «The Guardian», популярного качественного общественно-политического издания, в котором есть материалы и о ЧМ, и о России.

Во второй категории оказались две страны, которые тесно связаны с Россией исторически и географически, а также Саудовская Аравия (причина – международная обстановка и интерес к России как к участнику конфликта в Сирии). Для последующего анализа возьмем Польшу⁸, т.к. в ней интерес к России выше и стабильнее, чем в Сербии и Саудовской Аравии. Объектом нашего анализа станет интернет-версия газеты «Rzeczpospolita», которую также можно отнести к качественным общественно-политическим изданиям. Здесь, как и в «The Guardian», часто публикуются материалы с упоминанием России и ЧМ.

⁷ См. Приложение

⁸ Там же.

Оставшиеся страны мы отнесли к третьей категории: в них футбол не является стабильно сверхпопулярным видом спорта (если верить статистике запросов пользователей интернета), а о России в них говорят не очень часто. Для последующего анализа возьмем Аргентину⁹, т.к. интерес к футболу в ней скорее средне-высокий, а Россия начинает интересовать жителей этой страны с каждым годом все больше. Объектом нашего анализа станет интернет-версия газеты «La Nación» - одна из популярнейших газет страны, также качественная общественно-политическая. На ее сайте можно найти достаточно много материалов, в которых фигурирует Россия и/или ЧМ.

⁹ См. Приложение

Заключение

В рамках данного исследования мы проанализировали заинтересованность пользователей поисковика «Google» из стран-участниц ЧМ 2018. В темах «футбол» и «Россия». На основе данных «Google Trends» мы отследили динамику популярности этих тем за последние 13 лет и сделали выводы о том, насколько та или иная страна подходит для дальнейшего рассмотрения в рамках ВКР.

По итогам работы мы выбрали для последующего анализа Англию (регион, в котором футбол сверхпопулярен), а именно – газету «The Guardian»; Польшу (страна, жителям которой стабильно интересна информация о России) и газету «Rzeczpospolita»; Аргентину (страна, в которой интерес к футболу и России можно назвать средним) и газету «La Nación». Все три выбранных нами издания можно назвать популярными качественными общественно-политическими газетами.

Список источников

Футбол, Россия - Анализ // Google Trends URL: <https://trends.google.ru/trends/explore?date=all&q=%2Fm%2F02vx4,%2Fm%2F06bnz> (дата обращения: 10.12.2017).

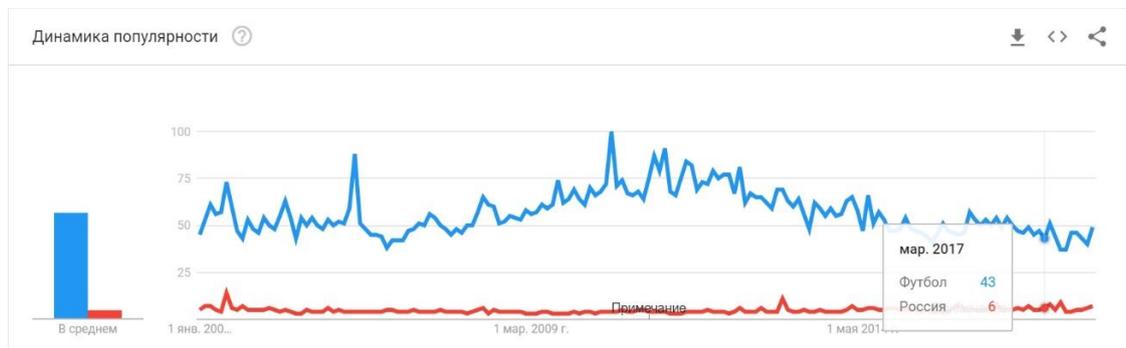
The Guardian URL: <https://www.theguardian.com/international> (дата обращения: 10.12.2017).

Rzeczpospolita URL: <http://www.rp.pl/> (дата обращения: 10.12.2017).

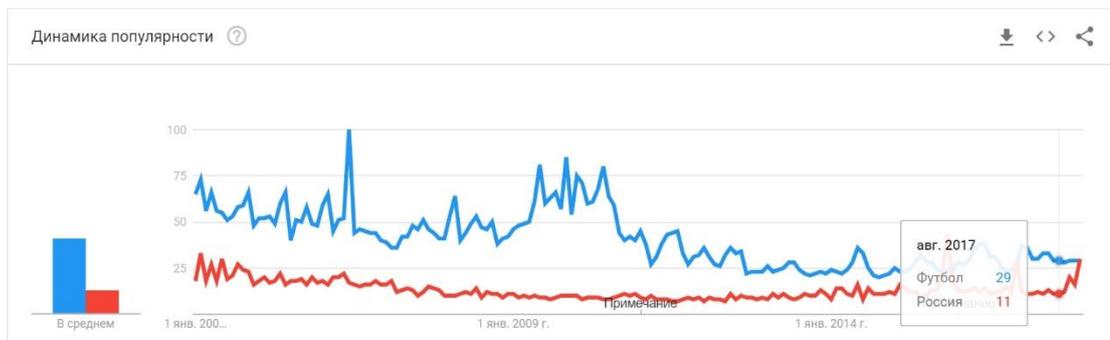
La Nacion URL: <http://lanacion.com.ar/> (дата обращения: 10.12.2017).

Приложение

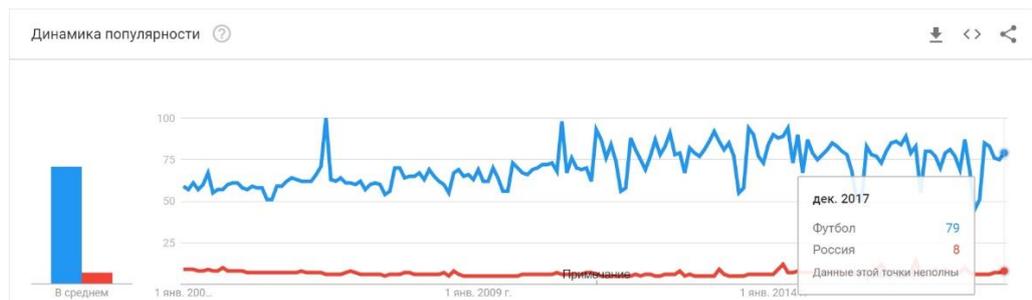
1. Португалия



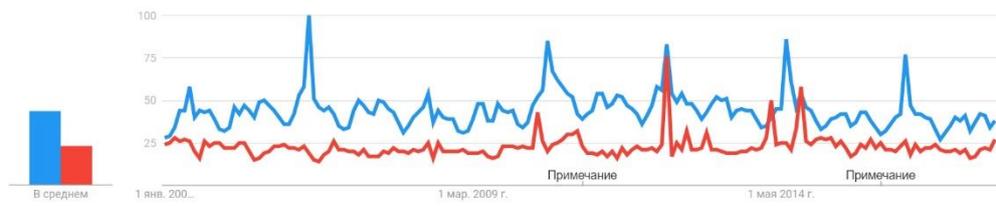
2. Египет



3. Англия



4. Польша



5. Аргентина

