

ВЛИЯНИЕ ЧЕМПИОНАТА МИРА ПО ФУТБОЛУ 2018 ГОДА НА ПОПУЛЯРНОСТЬ РОССИЙСКИХ ГОРОДОВ И НА ИНТЕРЕС К НИМ СРЕДИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ GOOGLE

С.С. Кузовлев

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова

Аннотация

Цель. Изучение изменения образа крупных городов после проведения масштабных спортивных событий на основе интернет-метрических показателей – одно из новых эффективных направлений в спортивном менеджменте. Интерес к нему связан с уникальной информацией, которую сложно получить при проведении исследований классическими методами, и широкими возможностями ее использования в научно-познавательном процессе и прикладном аспекте. Главная цель исследования – выявление изменений в популярности российских городов и интересе к ним среди пользователей Google во время и по итогам проведения Чемпионата мира по футболу 2018 года.

Методы и организация исследования. В статье раскрываются методика, основные показатели и конкретные результаты исследования влияния Чемпионата мира по футболу 2018 года на изменение популярности российских городов в интернете и интереса к ним. Анализ касался данных, полученных при помощи инструмента для оценки пользовательского интереса в интернете «Google.Trends» как наиболее распространённого поискового сервиса в мире [Alexa, 2019].

Результаты исследования. Результаты показывают, что после чемпионата мира по футболу показатели популярности вернулись на прежний уровень, а в некоторых городах даже снизились. Несмотря на то что период наблюдения длился год, самыми популярными запросами в мировом интернет-пространстве по российским городам стали запросы, связанные с проведением матчей чемпионата мира и сопутствующими событиями. Пользователи со всего мира мало интересовались историей или культурой городов. К тому же основными производителями популярности в период наблюдения стали страны СНГ, как и в обычные годы.

Заключение. Проведенный анализ показал, что изменения популярности российских городов в мировом интернет-пространстве по итогам чемпионата мира не произошло. Кроме того, для некоторых городов произошел спад проявляемого к ним интереса. Российские города были чрезвычайно привлекательны для пользователей интернет-пространства исключительно во время проведения чемпионата мира.

Ключевые слова: Чемпионат мира по футболу 2018 г., популярность городов, образный подход, интернет, спортивный менеджмент.

THE IMPACT OF THE 2018 WORLD CUP ON THE POPULARITY OF RUSSIAN CITIES AND THEIR ATTRACTIVENESS FOR GOOGLE USERS

S.S. Kuzovlev, kafedragmh@yandex, ORCID: 0000-0002-8221-1674.

Lomonosov Moscow State University, Faculty of Geography

Abstract

The purpose. Studying changes in the image of large cities after hosting major sport events, based on Internet metric indicators, is a new effective area in sport management. Its attractiveness is associated with unique information that is difficult to obtain with classical research methods and its applicability to the scientific-cognitive process and on practice. The main purpose of the study is to identify changes in the popularity of Russian cities and their attractiveness for Google users during and after the 2018 FIFA World Cup.

Research methods and organization. The article reveals methodology, main indicators and specific results of a study of the impact of the 2018 World Cup on the popularity of Russian cities on the Internet and on their attractiveness. We analyzed data obtained using the “Google.Trends” tool for assessment of user interest on the Internet, as “Google” is the most common search engine in the world [Alexa, 2019].

Research results The results revealed that after the World Cup popularity indicators returned to their previous level, and in some cities, they even decreased. Despite the fact that the observation period lasted for one year,

the most popular queries in the global Internet space in Russian cities were about World Cup matches and related events. Users from around the world had little interest in the history or culture of cities. In addition, the CIS countries traditionally became the main producers of popularity during the observation period.

Conclusion. The analysis revealed that there were no changes in the popularity of Russian cities in the global Internet space after the World Cup. In addition, there was a decline in interest for some cities. Russian cities were extremely attractive for users of the Internet space only during the World Cup.

Keywords: World Cup 2018, popularity of cities, imaginative approach, the Internet, sport management.

ВВЕДЕНИЕ

Процесс формирования имиджа города на мировой арене определяет предрасположенность к нему, что в итоге находит выражение в изменении экономических, политических, социальных и других связей на всех территориальных уровнях. В свою очередь, непосредственное влияние на формирование имиджа в глазах населения, туристов и потенциальных инвесторов может оказывать множество факторов. Один из этих факторов – это личное знакомство с городом. Знакомство может произойти в результате посещения города во время крупного спортивного мероприятия. Косвенное удалённое знакомство с городом осуществляется через интернет, СМИ и социальные сети, чаще всего оно вызвано интересом к спортивному событию, проводимому в границах городского пространства. Изучение социальных медиа, СМИ и других интернет-источников информации позволяет понять, насколько проведенное мероприятие влия-

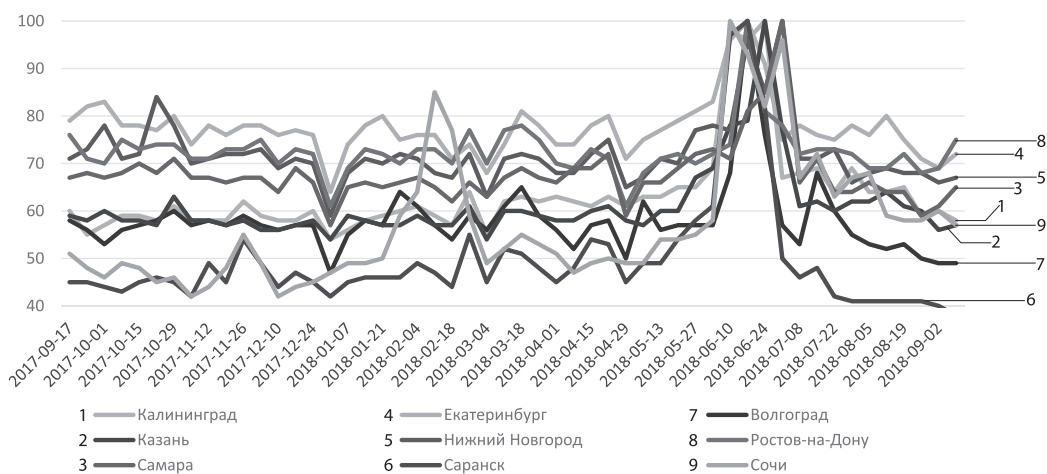
ет на репутацию и популярность города на локальном территориальном уровне и на страну-хозяйку события на государственном уровне. Разработка концепции продвижения спортивного события в интернете становится необходимым этапом на пути к планированию и проведению мероприятия с точки зрения спортивного менеджмента.

Главная цель исследования – выявление изменений в популярности российских городов и в интересе к ним среди пользователей Google во время и по итогам проведения чемпионата мира по футболу 2018 года.

МЕТОДЫ И ОРГАНИЗАЦИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Исследование опирается на концептуальный базис поведенческой (бихевиористской), когнитивной и гуманитарной географии; образный подход [Д.Н. Замятин, 1999; В.А. Колосов, В.С. Тикунов, Д.В. Заяц, 2000; Н.Ю. Замятина, К.М. Арутюнян, 2005; И.И. Митин, 2005 и

ДИНАМИКА ПОПУЛЯРНОСТИ



**Рисунок 1 – Динамика популярности поисковых запросов по городам по поиску в Goggle (составлено автором)
Figure 1 – The dynamics of popularity of Google search queries by cities (compiled by the author)**

др.], а также последние разработки Токийского исследовательского института [IFUS, 2018] и ряда зарубежных консалтинговых компаний [Resonance, 2018; Reputation Institute, 2018]. В работе используются общенаучные и конкретно-научные методы исследования, включая сравнительно-географический, а также методы, заимствованные из социологии и критической геополитики (частотный анализ, контент-анализ и др.). При сборе данных активно применялся интернет-метрический метод.

База данных исследования охватывает период с сентября 2017 г. по сентябрь 2018 г. Глобальный анализ проходил по трём блокам: первый – динамика популярности поисковых запросов (частота запросов); второй – наиболее популярные поисковые запросы, связанные с городами; третий – география поиска информации. Все данные для анализа были собраны с помощью сервиса для оценки пользовательского интереса в интернете «Google.Trends» [Google, 2019]. Запрос для каждого города соответствовал названию города.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

На первом рисунке изображена динамика популярности по девяти городам, в которых проходили матчи Чемпионата мира по футболу 2018 года в России. Из списка исключены Санкт-Петербург и Москва, поскольку популярность их намного выше, чем у остальных городов, и сравнивать их на одном графике было бы непоказательно.

Числа обозначают уровень интереса к теме по отношению к наиболее высокому показателю в таблице для определенного региона и периода времени. 100 баллов означают наивысший уровень популярности запроса, 50 – уровень популярности запроса, вдвое меньший по сравнению с первым случаем.

Анализируя динамику популярности поисковых запросов в течение года по российским городам, можно заметить повышение значений в период проведения чемпионата мира. По всем одиннадцати городам, в которых проводились матчи, наблюдается резкое повышение популярности поисковых запросов

в июне-июле 2018 года. Причем повышение происходило на двадцать и более процентов. Однако популярность большинства городов после окончания чемпионата возвратилась на такой же уровень, как и до его начала. В свою очередь, по отношению к Волгограду и Саранску этот показатель опустился ниже уровня, достигаемого до чемпионата. Это говорит о слабом влиянии чемпионата мира на изменение имиджа в положительную сторону или об отсутствии повышения интереса к российским городам со стороны пользователей интернета со всего мира. Это также подтверждается конкретными поисковыми запросами. Так, для девяти городов (исключая Москву и Санкт-Петербург) три из пяти наиболее популярных запросов (сверхпопулярных по классификации Google) в той или иной степени касаются чемпионата мира, как показано в таблице 1. Здесь указаны основные поисковые запросы, которые увеличивали показатель популярности в течение 2018 года.

Популярные запросы – это слова или словосочетания, которые искали чаще всего вместе с указанным термином в рамках выбранной категории, страны или региона. Эти запросы включают в себя термины, которые за указанное время все чаще и чаще искали пользователи вместе с указанным словом. Популярность этих запросов выражается процентным соотношением прироста и значений за предыдущие периоды.

Интересно отметить, что в течение года прослеживается просадка популярности в праздничные и постпраздничные периоды. Несмотря на то что замер популярности происходит по поисковым запросам по всему миру, просадка в популярности наблюдается в новогодние праздники, в начале марта и в майские праздники. Такая ситуация объясняется тем, что основную часть популярности для российских городов создают россияне и резиденты стран СНГ, судя по анализу географии поиска (таблица 2). Поскольку в странах СНГ используется схожий с российским производственный календарь, то это объясняет просадку в графике популярности в праздничные периоды.

Запросам присваиваются баллы от 0 до 100,

где 100 баллов означают местоположение с наибольшей долей популярности запроса, 50 баллов – местоположение, уровень популярности запроса в котором вдвое ниже, чем в первом.

Динамика популярности города Сочи показывает два больших всплеска в течение года – в феврале и в июне. Во втором случае популярность города повышается за счет чемпионата мира, а в первом – благодаря Олимпийским играм. Именно в феврале 2018 года в Корею проходили Олимпийские игры, и многие пользователи интернета проявляли интерес к городу путем поиска информации о предстоящих Играх в Сочи. Поисквые запросы в этот период касались не только результатов прошлых Игр (Сочи 2014), но и сопутствующим

этим Играм событий (допинг-скандал, отстранение сборной России). Популярность Сочи после чемпионата мира не возвращается на прежний уровень, как у большинства городов, а остаётся по-прежнему относительно высокой. Это происходит в связи с тем, что на юге России начинается курортный сезон, и интерес к городу сохраняется вплоть до конца лета. Сочи представлял интерес не только для резидентов стран бывшего СССР (Грузии, Армении, Беларуси и Казахстана), но и для резидентов других стран, например, Перу, Швеции, Германии, Турции, Польши.

Крупные спортивные события можно признать основными ускорителями популярности в мировом интернет-пространстве. Если взглянуть, например, на динамику популяр-

Таблица 1 – Наиболее популярные поисковые запросы по некоторым городам, принимающим матчи чемпионата мира по футболу, по поиску в Google. Выделены запросы, которые связаны с чемпионатом мира (составлено авторами)

Table 1 – The most popular Google search queries for some cities hosting matches of the World Cup. Grey color indicates queries related to the World Cup (compiled by the author)

	Екатеринбург / Ekaterinburg	Ростов на Дону / Rostov-on-Don	Нижний Новгород / Nizhnii Novgorod	Самара / Samara	Калининград / Kaliningrad	Казань / Kazan	Волгоград / Volgograd	Сочи / Sochi	Саранск / Saransk
1	Ekaterinburg arena	матчи чм в ростове / World Cup matches in Rostov	матчи в нижнем новгороде / matches in Nizhnii Novgorod	samara arena	день города калининград 2018 / Kaliningrad City Day	касторама рязань / Castorama Riazan	смакон волгоград / Smakon Volgograd	matt lauer	moscow to saransk
2	Ekaterinburg stadium	метро фитнес Ростов / metro fitness Rostov	estadio de nizhni N'ovgorod	мягкий кино-театр Самара / soft cinema Samara	kaliningrad stadium	матчи в казани / Matches in Kazan	volgograd pogoda	Кино-тавр, сочи 2018 / Kinotavr, Sochi 2018	матчи в саранске / Matches in Saransk
3	Ekaterinburg stadium	Rostov arena	nizhny novgorod stadium	матчи чм в самаре / World Cup matches in Samara	чм 2018 калининград / World Cup 2018 Kaliningrad	kazan kremlin	матчи в волгограде / matches in Volgograd	фан зона сочи / fan zone Sochi	سارانسك
4	Ekaterinburg arena	чемпионат мира по футболу 2018 / World Cup 2018	блэк стар бургер нижний новгород / Black star burger Nizhnii Novgorod	чемпионат мира по футболу 2018 / World Cup 2018	kaliningrad	kazan arena	volgograd arena	sochi olympics medal count	サランスク 時差
5	день города екатеринбург 2018 / Ekaterinburg City Day 2018	rostov del don	фитнес хаус нижний новгород / fitness house Nizhnii Novgorod	пармиджано самара / parmidzhano Samara	циан калининград / zian Kaliningrad	kazań	volgograd arena	sotschi urzeit	サランスク
6	Ekaterinburg stadium	сп мама ростова / sp mama rostova	nischni-powgorod-stadion	чемпионат мира по футболу 2018 самара / World Cup 2018 Samara	леруа мерлен калининград / Leroy merlin	力ザ	volgograd arena	sochi rusia mapa	леруа мерлен саранск / Leroy merlin saransk

Таблица 2 – География поиска информации о некоторых городах России в период с 13.09.2017 по 13.09.2018 гг. по поиску в Goggle, не включая территорию России (составлено автором)

Table 2 – Geography of information search for some cities of Russia during the period from September 13, 2017–September 13, 2018 for searches in Goggle, not including the territory of Russia (compiled by the author)

Страна / Country	Самара / Samara	Волгоград / Volgograd	Екатеринбург / Ekaterinburg	Ростов-на-Дону / Rostov-on-Don	Саранск / Saransk	Нижний Новгород / Nizhnii Novgorod	Казань / Kazan	Сочи / Sochi
Беларусь / Belarus	3	3	2	4	3	5	2	10
Казахстан / Kazakhstan	11	3	6	2	2	3	4	9
Украина / Ukraine	2	3	2	10	2	2	1	6
Киргизия / Kirgizia	10		6				5	6
Перу / Peru					3			1
Швеция / Sweden	1					1		1
Турция / Turkey	1							1
Польша / Poland		1					1	1
Германия / Germany		1					1	1
Португалия / Portugal					1			1
Иран / Iran					1		1	1
Швейцария / Switzerland				1				1
Кения / Kenia							2	
Колумбия / Columbia					1		1	
Дания / Denmark					1			
Колумбия / Columbia					1		1	
Аргентина / Argentina							1	

ности других крупных городов на территории европейской части России, где не проводились матчи чемпионата мира, например, Уфы и Краснодара, то можно заметить отсутствие каких-либо резких и серьезных изменений (рисунок 2). Это также подтверждается в сравнении с двумя случайно выбранными

городами – хозяевами чемпионата мира – Калининградом и Екатеринбургом.

Отдельно представим Москву и Санкт-Петербург, чья популярность в сравнении с другими российскими городами на порядок выше. В целом динамика этого относительного показателя в течение года довольно плав-

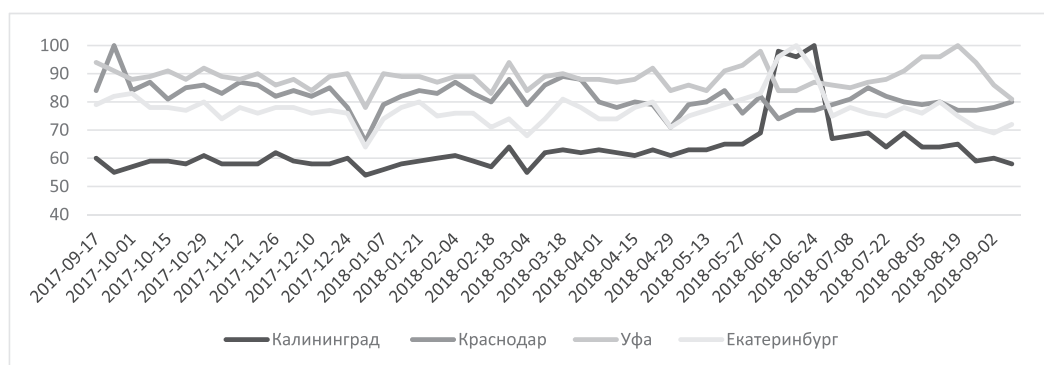


Рисунок 2 – Динамика популярности Калининграда, Краснодара, Уфы, Екатеринбурга по поиску в Goggle (составлено автором)

Figure 2 – The dynamics of popularity of Kaliningrad, Krasnodar, Ufa, Ekaterinburg by search in Goggle (compiled by the author)

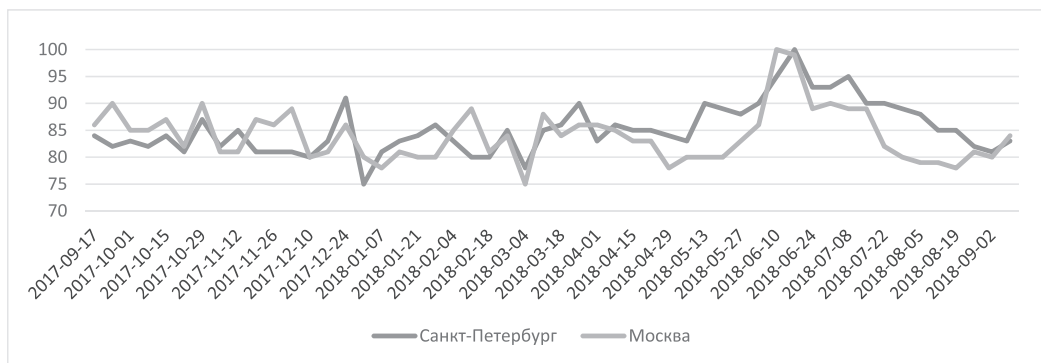


Рисунок 3 – Динамика популярности Москвы и Санкт-Петербурга по поиску в Goggle (составлено автором)
Figure 3 – The dynamics of popularity of Moscow and St. Petersburg by search in Goggle (compiled by the author)

ная, с повышением графика с начала июня до конца июля, что, в свою очередь, тоже непосредственно связано с чемпионатом мира. Но в силу того, что в Москве и Санкт-Петербурге проводилось больше матчей, чем в любом другом городе, всплеск популярности прослеживается вплоть до середины июля и плавно снижается к концу лета. Причем популярность Санкт-Петербурга падает более плавно, чем популярность Москвы, в силу так называемого «горячего» туристического сезона.

География поиска. Чемпионат мира не оказал особого влияния на географию поиска. Российские города наиболее популярны для Казахстана, Украины и Белоруссии. При этом в основном прослеживается соседский принцип. Ростов популярен на Украине, Сочи – в Грузии и Армении, Самара – в Казахстане и Киргизии, Латвия интересуется Калининградом. Следом за странами СНГ российскими городами интересовались в странах, которые участвовали в Чемпионате мира. Так, например, Саранском очень интересовались в Перу (на третьем месте в поиске по этому городу). Шведов интересовали Самара и Нижний Новгород, поляков – Волгоград и Казань. В свою очередь, немцы, шведы, поляки и иранцы искали информацию о российских городах больше остальных стран участниц. Можно сделать вывод о том, что наиболее популярными российскими городами во всем мире стали города, в которых проводилось большее число матчей с участием европейских команд.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Результаты исследования показали следующее:

- анализ интернет-метрических показателей представляется перспективным направлением в изучении влияния крупных спортивных событий на репутацию и популярность мест проведения событий;
- изменения популярности российских городов в мировом интернет-пространстве по итогам чемпионата мира не произошло. Кроме того, произошел спад интереса к некоторым городам. Российские города были чрезвычайно привлекательны для пользователей интернет-пространства исключительно во время проведения чемпионата мира;
- самыми популярными в течение рассматриваемого периода поисковыми запросами, связанными с городами, в которых проходили матчи ЧМ, оказались слова и термины, ассоциируемые исключительно с ЧМ, что говорит о малом интересе к другим сферам жизни города;
- основной поток интереса к городам шёл от стран СНГ, что наблюдается и в городах, в которых не проводился ЧМ, и соответствовал ежегодному интересу, проявляемому к исследуемым городам;
- аналитические возможности предложенного подхода и методики на данный момент не полностью изучены, требуют дальнейшего уточнения и апробирования, а также широкого научно-прикладного осмысления.

ЛИТЕРАТУРА

1. Замятин, Д.Н. Культура и пространство: Моделирование географических образов / Д.Н. Замятин. – М.: Знак, 2006. – 488 с.
2. Замятина, Н.Ю. Взаимосвязи образов стран Европы в прессе (по материалам газет «Таймс» и «Нью-Йорк Таймс»). / Н.Ю. Замятина, К.М. Арутюнян // Вестник Московского университета. Сер. 5. География. – 2005. – № 5. – С. 60-65.
3. Колосов, В.А. Мир в зеркале средств массовой информации: использование анаморфоз в политико-географическом анализе / В.А. Колосов, В.С. Тикуннов, Д.В. Заяц // Вестник Московского университета. Сер. 5. География. – 2000. – № 2. – С. 15-22.
4. Митин, И.И. Гуманитарная география / И.И. Митин // Научный и культурно-просветительский альманах. Вып. 2. – М.: Институт Наследия – 2005. – С. 347-348.
5. Alexa Internet, Inc. [Электронный ресурс]: URL: <https://www.alexa.com/topsites/countries> (дата обращения 01.09.2019)
6. Consultancy Resonance. Resonance Worlds Best City Brands. Vancouver: Resonance Consultancy PUB, 2018.
7. Google Trends [Электронный ресурс] - <https://trends.google.ru/trends/> (дата обращения 01.09.2019)
8. IFUS. City perception survey. [Электронный ресурс] - <https://www.mori-m-foundation.or.jp>. (дата обращения 01.12.2018)
9. Reputation Institute. Most Reputable Cities 2018. [Электронный ресурс] - <https://www.reputationinstitute.com/city-reprtrak>. (дата обращения 01.12.2018).

REFERENCES

1. Zamiatin D.N. Kultura i prostranstvo: modelirovanie geograficheskikh obrazov. [Culture and environment: modelling of geographical images]. M. : Znak [the Sign], 2006. 488 p. (in Russ).
2. Zamiatina N.Iu. Arutiunian K.M. Vzaimosvazi obrazov stran Evropy v presse (po materialam gazet "Times" i "New-York Times"). [Relationship of the images of European countries in media (based on The Times and The New York Times newspapers)] Vestnik Moskovskogo Universiteta [Bulletin of Moscow University]. Ser. 5. Geografii [Geography], 2005. no. 5, pp. 60–65 (in Russ).
3. Kolosov V.A., Tikunov V.S., Zaiats D.V. Mir v zerkale sredstv massovoi informatsii: ispolzovanie anamorfoz v politico-geograficheskom analize. [The world in the mirror of the media: the use of anamorphoses in politico-geographical analysis]. Vestnik Moskovskogo Universiteta [Bulletin of Moscow University]. Ser. 5. Geografii [Geography], 2000. no. 2, pp. 15–22 (in Russ).
4. Mitin I.I. [Humanitarian Geography: Scientific and Cultural almanac. Issue 2]. Institut nasledii [Heritage institute], Moscow, 2005. pp. 347–348 (in Russ).
5. Alexa Internet, Inc.: Available at: <https://www.alexa.com/topsites/countries> (accessed 01.09.2019)
6. Consultancy Resonance. Resonance World's Best City Brands. Vancouver: Resonance Consultancy PUB, 2018.
7. Google Trends Available at: <https://www.alexa.com/topsites/countries> (accessed 01.09.2019)
8. IFUS. City perception survey Available at: <https://www.mori-m-foundation.or.jp>. (accessed 01.12.2018)
9. Reputation Institute. Most Reputable Cities 2018 Available at: <https://www.reputationinstitute.com/city-reprtrak>. (accessed 01.12.2018).

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:

Кузовлев Святослав Сергеевич – аспирант кафедры географии мирового хозяйства; Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, географический факультет; 119992, Москва; e-mail: kafedragmh@yandex; ORCID: 0000-0002-8221-1674.

Поступила в редакцию 28 сентября 2019 г.

ОБРАЗЕЦ ЦИТИРОВАНИЯ

Кузовлев, С.С. Влияние чемпионата мира по футболу 2018 года на популярность российских городов и на интерес к ним среди пользователей Google / С.С. Кузовлев // Наука и спорт: современные тенденции. – 2019. – Т. 7, № 4. – С. 118-124. DOI: 10.36028/2308-8826-2019-7-4-118-124

FOR CITATION

Kuzovlev S.S. The impact of the 2018 World cup on the popularity of Russian cities and their attractiveness for Google users. Science and sport: current trends, 2019, vol. 7, no. 4, pp. 118-124 (in Russ.) DOI: 10.36028/2308-8826-2019-7-4-118-124