

Оценка уровня поискового интереса российских интернет-пользователей к Монголии в сравнении с другими странами Азии

Марина Владимировна ГРИБОК¹
кандидат географических наук, научный сотрудник
gribok.marina@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-7684-622X>

Владимир Сергеевич ТИКУНОВ²
доктор географических наук, профессор
vstikunov@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-1597-6909>

^{1,2} Географический факультет, МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, Россия

Аннотация. В статье проведено сравнение сервисов подсчета поисковых запросов Google Trends и Яндекс.Wordstat с позиции их применения для исследования интереса российских интернет-пользователей к зарубежным странам. Выявлены основные различия между сервисами, касающиеся особенностей доступных данных, возможностей их сравнения и имеющихся ограничений. При помощи сервиса Google Trends проведено сравнение стран Азии (кроме островных микространств) по уровню поискового интереса российских пользователей Google за период с 2018 по 2022 г. По итогам сравнения построена картосхема. Странами с наиболее высоким поисковым интересом со стороны России являются Китай, Турция и Япония, за ними следуют Индия, Армения и Казахстан. Наиболее низкий уровень поискового интереса со стороны России выявлен у таких государств, как Бутан и Бруней. Из 46 исследованных стран Азии Монголия находится на 25-м месте по уровню поискового интереса россиян. Поисковый интерес к Монголии остается относительно постоянным и не зависит от сезона. За исследуемый пятилетний период наблюдались две вспышки поискового интереса к данной стране: в начале июля 2020 г. и в конце сентября 2022 г. Предположительно, первая из них связана с выявлением случаев бубонной чумы, которое активно освещалось в СМИ, а вторая – с объявлением частичной мобилизации в России, после которого наблюдался рост поискового интереса россиян ко многим зарубежным государствам, и в особенности к странам-соседям. Построена картосхема, иллюстрирующая различия поискового интереса к Монголии по регионам России. Больше всего Монголией интересуются жители граничащих с ней республик Тыва, Бурятия и Алтай. Высокий уровень поискового интереса также наблюдается у жителей Калмыкии, имеющей тесные этнические, религиозные, языковые и культурные связи с Монголией. Сделаны выводы о том, какие факторы могут влиять на интерес российских интернет-пользователей к зарубежным странам и какие из них наиболее выражены для Монголии.

Ключевые слова: страны Азии, Монголия, поисковый интерес, Google Trends, Яндекс.Wordstat

Для цитирования: Грибок М.В., Тикунов В.С. Оценка уровня поискового интереса российских интернет-пользователей к Монголии в сравнении с другими странами Азии // Тихоокеанская география. 2024. № 2. С. 52–63. https://doi.org/10.35735/26870509_2024_18_4.

Assessment of the Search Interest Level from Russian Internet Users to Mongolia in Comparison with Other Asian Countries

Marina V. GRIBOK¹

Candidate of Geographical Sciences, Research associate
gribok.marina@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-7684-622X>

Vladimir S. TIKUNOV²

Doctor of Geographical Sciences, professor
vstikunov@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-1597-6909>

^{1,2} Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

Abstract. The article compares search query counting services of Google Trends and Yandex.Wordstat to apply in studying the interests of Russian Internet users to foreign countries. We have identified the main differences between the services by the features of the available data, possibilities for comparing and existing limitations. Using the Google Trends service, we compared Asian countries (except island micro-states) by the level of search interest of Russian Google users from 2018 to 2022. Based on the results of the comparison, a cartographic diagram was compiled. The countries with the highest search interest from Russian users are China, Turkey and Japan, followed by India, Armenia and Kazakhstan. Bhutan and Brunei have the lowest level of search interest from Russia. Among the studied 46 Asian countries, Mongolia ranks the 25th in terms of search query from Russians. The search interest to Mongolia remains relatively constant and does not depend on the season. During the five-year period under study, two outbreaks of the search interest to this country were observed: at the beginning of July 2020 and at the end of September 2022. Presumably, the first one is connected with the detection of cases of bubonic plague, which was actively covered in the media, and the second one with the announcement of partial mobilization in Russia, after which there was an increase in search interest in many foreign countries, and especially in neighboring countries. A cartographic diagram of search interest in Mongolia by regions of Russia has been built. Residents of the neighboring republics of Tyva, Buryatia and Altai are most interested in Mongolia. A high level of search interest is also observed among residents of Kalmykia, which has close ethnic, religious, linguistic and cultural ties with Mongolia. Conclusions are drawn about which factors can influence the interest of Russian Internet users in foreign countries and which of them are most pronounced for Mongolia.

Keywords: Asian countries, Mongolia, search interest, Google Trends, Yandex.Wordstat

For citation: Gribok M.V., Tikunov V.S. Assessment of the Search Interest Level from Russian Internet Users to Mongolia in Comparison with Other Asian Countries. *Pacific Geography*. 2024;(2):52-63. (In Russ.). https://doi.org/10.35735/26870509_2024_18_4.

Введение

Анализ неравномерности количества поисковых запросов интернет-пользователей о географических объектах разного уровня в последние годы нередко применяется в исследованиях образов и имиджей территорий. Например, с использованием инструментов подсчета поисковых запросов изучают уровень тесноты ментальных взаимосвязей между регионами [1], привлекательность туристических объектов [2], а также образы территорий в массовых представлениях и их изменение под влиянием каких-либо событий [3].

Сравнение зарубежных стран по уровню поискового интереса российских интернет-пользователей может применяться при проведении исследований, связанных с анализом

уровня знаний или особенностей массовых представлений людей о географических пространствах. Изучение основных трендов поискового интереса к стране и влияющих на него факторов может стать инструментом для развития межгосударственного сотрудничества в различных областях – от развития торговли до реализации культурных, образовательных, научных и других совместных проектов с исследуемым государством.

В настоящее время в российской внешней политике продолжает осуществляться «поворот на Восток», и в фокусе внимания остается развитие взаимовыгодного сотрудничества со странами Азии [4]. Поэтому для данного исследования выбран именно этот регион мира. Целью исследования является анализ и сравнение возможностей онлайн-сервисов для подсчета поисковых запросов Google Trends и Яндекс.Wordstat для исследования интереса российских пользователей к зарубежным азиатским странам. Более подробно возможности исследуемых сервисов будут рассмотрены на примере Монголии.

За последние несколько лет сотрудничество между Россией и Монголией развивалось с разных сторон. 3 сентября 2019 г. во время официального визита Президента РФ в Монголию был подписан новый Договор о дружественных отношениях и всеобъемлющем стратегическом партнерстве между странами [5]. В рамках данного визита было подписано 10 соглашений о развитии сотрудничества в различных областях, среди которых межправительственные соглашения о сотрудничестве в области борьбы с терроризмом, о содействии межрегиональному и приграничному сотрудничеству, о возобновлении действия Соглашения об оказании Монголии военно-технической помощи на безвозмездной основе от 3 марта 2004 г., а также меморандумы о взаимопонимании, протоколы между государственными предприятиями Монголии и РФ в области геологии, энергетики, коммуникации и информации [6].

Изучение уровня поискового интереса россиян к Монголии и его динамики, а также выявление влияющих на него факторов могут способствовать формированию стратегии, направленной на укрепление взаимоотношений между двумя странами.

Материалы и методы

Основными материалами исследования являются статистические данные о поисковом интересе россиян к Монголии и другим странам Азии, полученные с использованием онлайн-сервисов Google Trends и Яндекс.Wordstat. Оба сервиса являются бесплатными и открытыми, не требуют регистрации.

Google Trends. Данный сервис широко используется исследователями из разных стран и разных научных направлений – например, в работах по анализу поискового интереса к охране окружающей среды [7, 8], различным заболеваниям [9], поиску работы [10] или туристическим достопримечательностям [11]. При вводе в строку поиска Google Trends какого-либо слова или сочетания слов создается отчет о поисковой активности в Google по данному поисковому запросу, т.е. о характеристиках его популярности. Популярность запроса в Google Trends – это относительная величина, которая характеризует долю данного запроса среди всех поисковых запросов за выбранный период на выбранной территории.

Некоторые запросы, в т.ч. названия стран, распознаются сервисом Google Trends как темы (topics), представляющие собой автоматизированное объединение результатов тематически близких запросов на всех языках. Язык отчета может быть любым и зависит от настроек аккаунта Google. Все элементы отчета доступны для скачивания в виде таблиц в формате CSV.

Основные составляющие отчета Google Trends по выбранной теме из выбранной страны:

- Динамика поискового интереса к данной теме за выбранный период (с 2004 г.);
- Данные по популярности темы по городам или регионам (кроме Республики Крым и Севастополя, т.к. в базе данных Google они отнесены к Украине, а также регионов со слишком малым количеством запросов по данной теме);

- Наиболее популярные запросы, связанные с заданной темой;
- Наиболее популярные темы, связанные с заданной.

Также в Google Trends есть возможность сравнения популярности до пяти тем или запросов – как в динамике, так и в среднем за какой-либо период.

Яндекс.Wordstat. Это российский сервис по подсчету запросов в поисковой системе «Яндекс». Он используется в основном в маркетинговых исследованиях, связанных с анализом рынков товаров или услуг [12]. Однако встречаются научные работы, где Яндекс.Wordstat применяется для анализа социально-экономической конфликтности общества [13], незаконной миграции [14], интереса к трансграничной мобильности [15].

Основными ограничениями Яндекс.Wordstat по сравнению с Google Trends являются учет запросов только на русском языке (по всему миру), а также доступ к статистике только за последние два года относительно даты запроса. Однако у Яндекс.Wordstat есть и важные преимущества: доступ к абсолютным значениям количества запросов по заданной теме и возможность сравнения поисковой активности одновременно по странам, регионам и городам разных стран.

В качестве дополнительных материалов использовались опубликованные исследования, направленные на изучение образа Монголии глазами россиян [16], а также ее образов в СМИ [17] и интернет-пространстве [18; 19].

Результаты и их обсуждение

Сравнение характеристик двух выбранных для исследования онлайн-сервисов представлено в табл. 1.

Таблица 1

Сравнительные характеристики онлайн-сервисов Google Trends и Яндекс.Wordstat
Table 1. Comparative characteristics of Google Trends and Yandex.Wordstat online services

Характеристика	Google Trends	Яндекс.Wordstat
Данные, подсчет которых ведется	Количество запросов Google, объединенных в темы, на всех языках	Количество запросов Яндекса на русском языке
Показатели, доступные пользователям	Только относительные (нормированная доля запросов по заданной теме среди всех запросов)	Относительные и абсолютные
За какой период доступны данные	За любой период, начиная с января 2004 г.	За два года до даты запроса
Возможность сравнения нескольких запросов	Можно сравнивать до 5 запросов в одном отчете	Нет
Возможность скачивания данных в табличном виде	Есть	Нет
Географическая привязка данных	По странам, регионам, городам	По макрорегионам мира, странам, федеральным округам России, субъектам РФ, городам
Данные по запросам / просмотрам из регионов России	Нет данных по Республике Крым и Севастополю	Доступны данные по всем субъектам РФ

По итогам проведенного сравнения более удобной платформой для исследований поискового интереса к странам мира нам представляется Google Trends – в основном за счет возможности обозначить конкретный и более длительный, чем два года, временной период для анализа, а также возможности сравнивать между собой поисковый интерес к

разным странам. Яндекс.Wordstat может использоваться в качестве дополнительного инструмента. Его основными преимуществами, как указано выше, являются доступность информации об абсолютном числе поисковых запросов по заданному названию страны, а также наличие данных по Крыму и Севастополю.

Фрагмент отчета Google Trends по теме «Монголия» за период с 2018 по 2022 г. приведен на рис. 1. По каждому элементу отчета доступны для скачивания таблицы с данными по субъектам РФ в формате CSV. Из данного отчета следует, что поисковый интерес к Монголии остается относительно постоянным и не зависит от сезона. За исследуемый пятилетний период наблюдались две вспышки поискового интереса к данной стране: в начале июля 2020 г. и в конце сентября 2022 г. Предположительно, первая из них связана с выявлением случаев бубонной чумы в Монголии, которое активно освещалось в СМИ, а

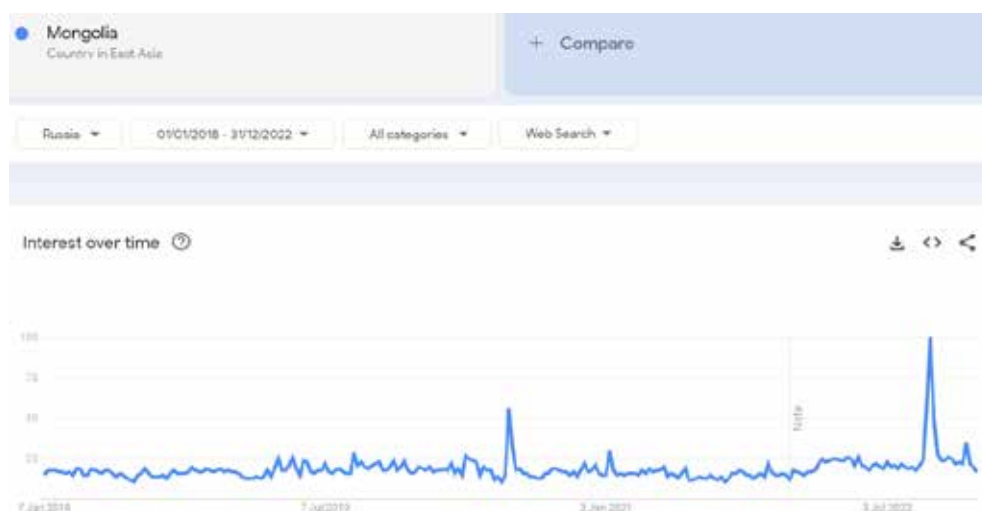


Рис. 1. Фрагмент отчета Google Trends по теме «Монголия» за период с 2018 по 2022 г.

Fig. 1. Google Trends report fragment on the topic “Mongolia” from 2018 to 2022

Таблица 2

Регионы России с наибольшим уровнем поискового интереса к Монголии

Table 2. The regions of Russia with the highest level of search interest in Mongolia

№ п/п	Субъект РФ	Уровень поискового интереса к теме Монголии в Google, %	Уровень поискового интереса к запросу «Монголия» в Google, %	Уровень региональной популярности запроса «Монголия» в Яндексе, %
1	Республика Тыва	100	93	1403
2	Республика Бурятия	91	100	1284
3	Республика Алтай	44	54	882
4	Республика Калмыкия	37	36	415
5	Забайкальский край	26	31	325
6	Иркутская обл.	22	29	447
7	Республика Саха (Якутия)	20	26	218
8	Республика Хакасия	18	21	288
9	Алтайский край	11	14	203
10	Новосибирская обл.	11	13	160

вторая – с объявлением частичной мобилизации в России. Данные Google Trends показывают, что в тот период наблюдался рост поискового интереса россиян ко многим зарубежным государствам, и в особенности к странам-соседам.

Топ-10 регионов России по уровню поискового интереса к Монголии представлены в табл. 2. Показатель данного уровня представлен нормированными величинами относительно региона с самым высоким уровнем популярности данной темы или запроса – он принимается за 100 %, а остальные регионы выстраиваются в рейтинг относительно этой величины.

«Региональная популярность» запроса в Яндексе – это доля, которую занимает регион в показах по данному слову, деленная на долю всех показов результатов поиска, пришедшихся на этот регион. Популярность слова или словосочетания, равная 100 %, означает, что данное слово в данном регионе ничем не выделено. Если популярность более 100 %, это означает, что в данном регионе существует повышенный интерес к этому слову, если меньше 100 % – пониженный [20]. Так как в Яндекс.Wordstat доступны данные только за два года от даты запроса, для составления таблицы взят период с июля 2021 г. по июнь 2023 г.

Как мы видим, соотношения значений во всех столбцах примерно одинаковы, во всех случаях с большим отрывом лидируют Тыва и Бурятия, следом за ними – Республика Алтай, а остальные регионы существенно отстают от них по уровню поискового интереса к Монголии, их порядок в рейтинге незначительно отличается в разных столбцах.

На рис. 2 представлена картосхема, иллюстрирующая различия в поисковом интересе к Монголии жителей регионов России. Как мы видим, уровень интереса уменьшается по мере отдаления регионов от общей границы двух стран, однако при этом на общем фоне выделяется Республика Калмыкия, которая хоть и не граничит с Монголией, однако имеет с ней тесные этнические, религиозные, языковые и культурные связи.



Рис. 2. Поисковый интерес к теме Монголии в Google (2018–2022 гг.): 1 – наиболее высокий; 2 – высокий; 3 – средний; 4 – низкий; 5 – очень низкий; 6 – граница с Монголией

Fig. 2. Google search interest to the Mongolia topic (2018-2022): 1 - the highest; 2 - high; 3 - medium; 4 - low; 5 - very low; 6 - the Mongolian border

Следующим этапом исследования стало сравнение поискового интереса российских пользователей Google к отдельным странам Азии (кроме островных микросоциальных государств) с учетом показателя отношения этого интереса именно к Монголии. Для его проведения получены отчеты Google Trends о поисковом интересе к темам, соответствующим двум

государствам – Монголии и каждой из исследуемых стран – за период с 2018 по 2022 г., а также за каждый год данного периода по отдельности. Расчетный показатель представляет собой результат деления значения поискового интереса к исследуемой стране на поисковый интерес к Монголии. Если это значение больше единицы, значит интерес к Монголии ниже, чем к соответствующей стране, если меньше, значит поисковых запросов по теме Монголии больше, чем по стране, с которой проводится сравнение.

Результаты полученных сравнений представлены в табл. 3. Как мы видим, наиболее популярной среди российских пользователей Google страной Азии является Китай. Поисковых запросов по теме Китая было в 25 раз больше, чем по теме Монголии. Незначительно отстает от него Турция, которая находится на первом месте среди зарубежных стран по объему турпотока из России. Для сравнения в таблице представлены также данные о суммарном турпотоке из России за 5 лет по данным Росстата и товарообороте с Россией по данным ФТС.

Таблица 3

Показатели поискового интереса российских интернет-пользователей к странам Азии и их сравнение с объемами турпотока из России и товарооборота

Table 3. Indicators of search interest of Russian Internet users to Asian countries and their comparison with the volume of tourist traffic and trade turnover with Russia

№ п/п		Поисковый интерес к стране в Google по сравнению с поисковым интересом к Монголии (2018–2022 гг.)	Турпоток из России (2018–2022 гг.)	Товарооборот с Россией, \$ млн, 2021 г.
1	Китай	25.0	2602	140704.5
2	Турция	24.0	23913	33024.8
3	Япония	15.0	213	19874.1
4	Индия	9.1	379	13556.0
5	Армения	9.0	2345	2603.0
6	Казахстан	8.0	6824	25621.0
7	Узбекистан	5.9	899	6899.8
8	Азербайджан	4.0	2095	3354.7
9	Таиланд	3.9	3062	2288.0
10	Грузия	3.8	3461	1440.0
11	Абхазия	3.7	22631	–
12	Южная Корея	3.7	576	29882.3
13	Израиль	3.3	765	2584.4
14	Вьетнам	2.9	1292	7134.9
15	Таджикистан	2.9	590	1212.5
16	Киргизия	2.9	2965	2487.0
17	ОАЭ	2.1	4008	–
18	Иран	2.0	–	4035.2
19	Сирия	1.7	–	–
20	Сингапур	1.6	66	2271.4
21	Афганистан	1.3	–	–
22	Шри-Ланка	1.2	131	–
23	Индонезия	1.1	49	3306.8
24	Катар	1.0	1084	–

№ п/п		Поисковый интерес к стране в Google по сравнению с поисковым интересом к Монголии (2018–2022 гг.)	Турпоток из России (2018–2022 гг.)	Товарооборот с Россией, \$ млн, 2021 г.
25	Монголия	1.0	396	1859.1
26	Саудовская Аравия	1.0	–	–
27	КНДР	0.9	–	–
28	Туркмения	0.9	55	865.1
29	Пакистан	0.8	–	–
30	Филиппины	0.8	–	1044.5
31	Малайзия	0.7	–	3252.1
32	Ирак	0.6	–	–
33	Бангладеш	0.5	–	–
34	Иордания	0.5	1033	–
35	Ливан	0.4	–	–
36	Непал	0.4	–	–
37	Южная Осетия	0.4	1694	–
38	Мьянма	0.3	–	–
39	Бахрейн	0.3	84	–
40	Камбоджа	0.3	–	–
41	Кувейт	0.3	–	–
42	Оман	0.3	–	–
43	Йемен	0.2	–	–
44	Лаос	0.2	–	–
45	Бутан	0.1	–	–
46	Бруней	0.1	–	2.5

Примечание: прочерк – нет данных.

Монголия находится на 25-м месте по уровню поискового интереса из России среди исследуемых 46 стран и на предпоследнем месте среди азиатских стран, граничащих с Россией (ниже только Южная Осетия). Более наглядно результаты сравнения представлены на картосхеме на рис. 3.

Для лучшего понимания факторов, влияющих на интерес россиян к Монголии, нами проанализированы результаты опроса, направленного на изучение образа этой страны в представлении жителей России [16]. Основные ассоциации, возникающие у опрошенных россиян при упоминании Монголии, оказались связаны с ландшафтом («степь»), историей («Чингисхан»), животным миром («лошади»). При этом на четвертом месте в ассоциативном ряду оказался ответ «кочевая цивилизация», на пятом – столица Монголии «Улан-Батор», на шестом – «монголо-татарское иго», на седьмом – традиционное занятие монголов «скотоводы» и на восьмом – религия «буддизм». Далее также располагаются ассоциации из области географии и истории («Золотая Орда», «пустыня Гоби» и т.д.).

Отвечая на вопрос, что роднит и сближает Россию и Монголию, респонденты поставили на первое место «социалистическое прошлое», так ответили 67.5 % опрошенных; 63,6 % указали на наличие родственных монголам народов, проживающих на территории России. Фактор наличия общих границ назвали 41.6 % опрошенных, общие экономические

интересы – 37.6 %. На пятом месте оказался ответ «Мы тоже граничим с Китаем» (31.2 %). «Монголо-татарское иго» вспомнили 31.2 %, а нынешние общие военно-стратегические интересы – 24.7 %. Вот что отмечает автор исследования: «Интересно, что в трактовке важности событий давней истории, монголо-татарскому игу, российские респонденты иногда придают больше значения, чем современным реалиям» [16].

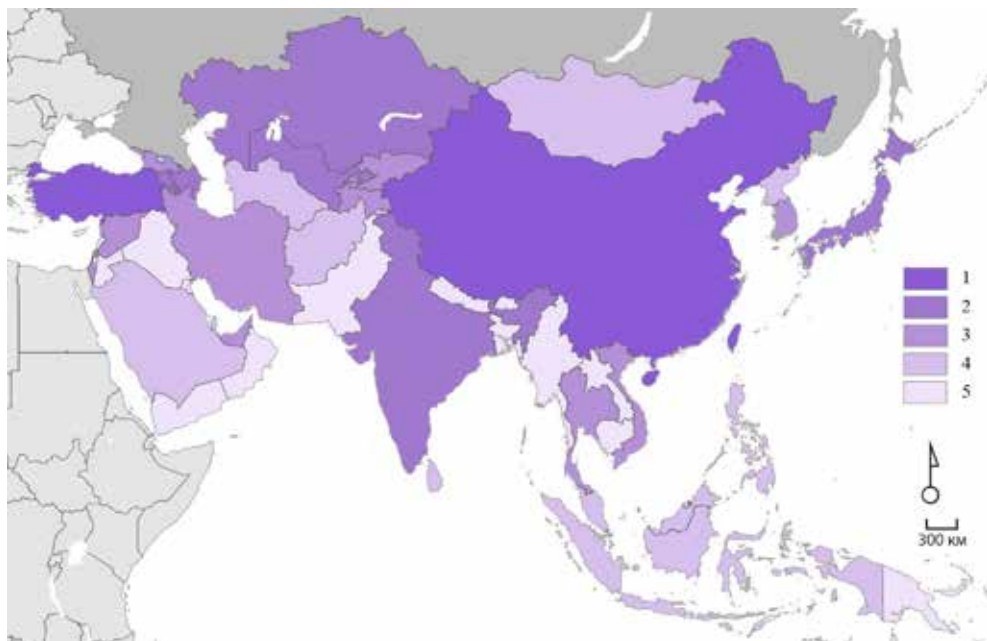


Рис. 3. Уровень поискового интереса россиян в Google к странам Азии (2018–2022 гг.), 1 – наиболее высокий, 2 – высокий, 3 – средний, 4 – низкий, 5 – очень низкий

Fig. 3. Russians' search interest in Asian countries on Google (2018-2022), 1 - the highest, 2 - high, 3 - medium, 4 - low, 5 - very low

На основе полученной статистики, картосхем и опросных данных можно выделить следующие факторы, оказывающие влияние на уровень поискового интереса россиян к зарубежным государствам.

- Исторический – связанный с одним или несколькими историческими периодами, когда отношения между странами были более тесными, чем в настоящее время. Это могут быть как относительно недавние периоды (например, годы существования СССР), так и более отдаленные (монголо-татарское иго).
- Экономический – связанный с современным сотрудничеством между странами в торговле и других сферах экономики. Условно оценить этот фактор можно, например, через данные о товарообороте между странами.
- Языковой – распространенность русского языка в соответствующей стране или распространенность языка страны в России.
- Событийный – наличие каких-либо событий в недавнем прошлом, активно освещавшихся в средствах массовой информации и повысивших осведомленность россиян о соответствующей стране. Если события носят длительный характер, в связи с чем страна продолжает регулярно упоминаться в СМИ, поисковый интерес к ней существенно повышается. Оценить данный фактор можно по анализу динамики количества поисковых запросов в Google (как правило, он вызывает резкие перепады поискового интереса) и по статистике количества упоминаний страны в российских СМИ.
- Туристический – объем турпотока из России, привлекательность страны для туризма среди россиян.

- Территориальный – наличие общей границы, территориальной близости и/или удобных транспортных коридоров.
- Культурно-этнический – наличие общих или родственных этносов с родственной культурой.
- Религиозный – наличие общей религии.
- Политический – связанный с отношениями между странами в политическом контексте и соглашениями о порядке пересечения границ (необходимости получения визы и т.д.).

Одни факторы отличаются относительным постоянством, а другие могут динамично меняться в зависимости от новостной повестки дня, изменений во внешней политике государств или экономической ситуации.

Многие факторы тесно связаны с российской системой образования. Если школьник в большом объеме получает знания о какой-либо стране на уроках истории, географии или иностранного языка, эти знания могут остаться с ним на всю жизнь и стать основой для формирования комплексного образа страны в его индивидуальном представлении.

Для Монголии, по нашему мнению, наиболее выражены исторический и территориальный факторы, определяющие базовый уровень поискового интереса россиян к данной стране. Развитие туризма между странами, транспортных связей, торговли и других аспектов сотрудничества между Россией и Монголией, а также информационная политика, направленная на углубление связей между странами, могут существенно повысить интерес россиян к Монголии и способствовать дальнейшему укреплению международного партнерства.

Заключение и выводы

Статистические данные о поисковых запросах в Интернете о странах мира – это новый перспективный инструмент для оценки знаний и интереса людей о зарубежных государствах и их осведомленности о происходящих в мире событиях. Эти данные могут применяться для составления образовательных программ по географии и истории, формирования государственной информационной политики и других целей, связанных со стратегиями укрепления внешнеполитических связей России.

Исследование сервисов подсчета поисковых запросов Google Trends и Яндекс.Wordstat показало, что для научных исследований более подходящим является Google Trends, в основном благодаря возможностям выбора временного периода и сравнения поискового интереса к нескольким запросам. Однако в некоторых случаях Яндекс.Wordstat может стать вспомогательным источником информации о поисковом интересе пользователей (например, если необходимы данные по Республике Крым и Севастополю).

Поисковый интерес россиян к Монголии отличается большой вариативностью по регионам. Логично, что наибольшее число запросов о Монголии поступает из Бурятии и Тывы. На третьем месте – Республика Алтай, а на четвертом – Республика Калмыкия, которая не граничит с Монголией, но имеет с ней тесные этнические, религиозные, языковые и культурные связи.

Благодаря функции сравнения поискового интереса к разным запросам составлен рейтинг из 46 стран Азии по уровню поискового интереса россиян к ним. Монголия оказалась на 25-м месте. Уровень поискового интереса к этой стране сопоставим с такими государствами, как Индонезия, Катар, Саудовская Аравия и КНДР. По нашему мнению, интерес россиян к Монголии может быть повышен в случае дальнейшего развития туризма между странами, расширения торгового партнерства, а также в результате привлечения внимания к Монголии российских федеральных СМИ.

По итогам исследования выявлен ряд факторов, влияющих на уровень поискового интереса к зарубежным странам, и определены факторы, наиболее характерные для Монголии.

Это территориальный (наличие общей границы) и исторический факторы (общее социалистическое прошлое и более давние исторические события, связанные с упоминанием монголов в школьной программе по истории).

В дальнейшем планируется расширить исследования факторов, влияющих на уровень поискового интереса к зарубежным странам, и дополнить их применением статистических методов.

Литература

1. Грибок М.В., Горбунова Т.Ю. Сервис Google Trends как источник данных для исследования ментальных связей между регионами России // *Геополитика и экогеодинамика регионов*. 2019. Т. 5, № 3. С. 256–263.
2. Dinis G., Breda Z., Costa C., Pacheco O. Google Trends in tourism and hospitality research: A systematic literature review // *Journal of Hospitality and Tourism Technology*. 2019. V. 10, N 4. P. 747–763.
3. Кузовлев С.С. Влияние чемпионата мира по футболу 2018 года на популярность российских городов и на интерес к ним среди пользователей Google // *Наука и спорт: современные тенденции*. 2019. Т. 25, № 4. С. 118–124.
4. Бардовский А.В. Поворот России на Восток в контексте укрепления региональной и глобальной безопасности в Азии // *Азиатско-Тихоокеанский регион: экономика, политика, право*. 2023. Т. 25, № 1. С. 97–105.
5. Montsame. Mongolian News Agency: Монголия и Россия подписали новый договор о дружественных отношениях и всеобъемлющем стратегическом партнерстве. 03.09.2019. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.montsame.mn/ru/read/199582> (дата обращения: 10.04.2023).
6. Базаров В.Б. Стратегическое партнерство во внешней политике Монголии // *Власть*. 2019. № 6. С. 302–308.
7. McCallum M.L., Bury G.W. Public interest in the environment is falling: a response to Ficetola (2013). *Biodiversity and conservation*. 2014. Vol. 23. P. 1057–1062.
8. Pretorius A., Kruger E., Bezuidenhout S. Google Trends and water conservation awareness: the internet's contribution in South Africa // *South African Geographical Journal*. 2022. Vol. 4–1. P. 53–69.
9. Nuti S.V., Wayda B., Ranasinghe I., Wang S., Dreyer R.P., Chen S.I., Murugiah K. The use of Google Trends in health care research: a systematic review // *PloS One*. 2014. Vol. 9 (10).
10. Юревич М.А., Ахмадеев Д.Р. Возможности прогнозирования уровня безработицы на основе анализа статистики запросов (в поисковых системах) // *Terra Economicus*. 2021. Т. 19, № 3. С. 53–64.
11. Kajzar P. Using Google Trends in International Tourism: A Case Study of the Czech and Slovak Republics // *Academica Turistica-Tourism and Innovation Journal*. 2021. Vol. 14–2. P. 205–216.
12. Дорофеева А.А. Маркетинговый анализ интернет-спроса на туристские услуги Черноморских курортов // *Международная конференция по мягким вычислениям и измерениям*. 2018. Т. 2. С. 256–258.
13. Перов Е.В. Анализ социально-экономической конфликтности общества по данным поисковой системы Яндекс.Wordstat // *Социальные и экономические системы*. 2018. № 5. С. 5–16.
14. Соловьев В.С., Урда М.Н. Значение сети Интернет в детерминации незаконной миграции и миграционных преступлений // *Актуальные проблемы российского права*. 2019. Т. 12, № 109. С. 114–122.
15. Михайлова А.А., Хвалей Д.В., Михайлов А.С. Геоинформационная оценка интереса интернет-пользователей приграничного региона к трансграничной мобильности // *ИнтерКарто. ИнтерГИС. Геоинформационное обеспечение устойчивого развития территорий: материалы Междунар. конф. М.: Географический факультет МГУ, 2022. Т. 28, ч. 2. С. 146–159.*
16. Литвинова Т.Н. Образ Монголии глазами россиян (по результатам интернет-опроса) // *Социодинамика*. 2019. № 1. С. 91–100.
17. Комбаев А.В., Доржиева И.Ц., Цыремпилова Э.В. Образы Монголии в региональных СМИ приграничных территорий России как отражение «Мягкой силы» Монголии (на материалах региональных печатных СМИ Иркутской области и Республики Бурятия) // *Власть*. 2020. № 3. С. 142–147.
18. Абдулова И.Т. Виртуальная Монголия: интернет-образ пространства в иркутском и бурятском сегментах Сети // *Вестник Евразии*. 2004. № 3. С. 9–25.
19. Ууган-Эрдене Х., Салосина И.В. Аспекты реализации образа Монголии в русскоязычном интернет-дискурсе // *Международное образование и межкультурная коммуникация: проблемы, поиски, решения: сборник трудов Международной научно-практической конференции, 26–27 октября 2016 г., Томск*. 2016. С. 152–156.
20. Андреев А.Л., Садчикова А.С. Поисковые запросы в Интернете как средство анализа социального поведения россиян в условиях социально-экономического кризиса (на примере Приволжского федерального округа) // *Социологическая наука и социальная практика*. 2016. Т. 4, № 4. С. 7–18.

References

1. Gribok, M.V.; Gorbunova, T.Yu. Google Trends service as a data source for the study of mental connections between regions of Russia. *Geopolitics and ecogeodynamics of regions*. 2019, V. 5, 3, 256-263. (In Russian).
2. Dinis, G.; Breda, Z.; Costa, C.; Pacheco, O. Google Trends in tourism and hospitality research: A systematic literature review. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*. 2019. V. 10. No. 4. P. 747-763.
3. Kuzovlev, S.S. The impact of the 2018 FIFA World Cup on the popularity of Russian cities and the interest in them among Google users. *Science and Sport: Modern Trends*. 2019, 25-4, 118-124. (In Russian).
4. Bardovsky, A.V. Russia's Turn to the East in the context of strengthening regional and global security in Asia. *Asia-Pacific Region: Economics, Politics, Law*. 2023, 25-1, 97-105. (In Russian).
5. Montsame. Mongolian News Agency: Mongolia and Russia have signed a new treaty on friendly relations and comprehensive strategic partnership. 03.09.2019. Available online: <https://www.montsame.mn/ru/read/199582> (accessed on 4 October 2023). (In Russian)
6. Bazarov, V.B. Strategic partnership in Mongolia's foreign policy. *Vlast'*. 2019, 6, 302-308. (In Russian)
7. McCallum, M.L.; Bury, G.W. Public interest in the environment is falling: a response to Ficetola (2013). *Biodiversity and conservation*. 2014, 23, 1057-1062.
8. Pretorius, A.; Kruger, E.; Bezuidenhout, S. Google Trends and water conservation awareness: the internet's contribution in South Africa. *South African Geographical Journal*. 2022, 4-1, 53-69.
9. Nuti, S.V.; Wayda, B.; Ranasinghe, I.; Wang, S.; Dreyer, R.P.; Chen, S.I.; Murugiah, K. The use of Google Trends in health care research: a systematic review. *PloS One*. 2014, 9(10):e109583.
10. Yurevich, M.A.; Akhmadeev, D.R. Possibilities of predicting the level of unemployment based on the analysis of query statistics (in search engines). *Terra Economicus*. 2021, 19-3, 53-64. (In Russian).
11. Kajzar, P. Using Google Trends in International Tourism: A Case Study of the Czech and Slovak Republics. *Academica Turistica-Tourism and Innovation Journal*. 2021, 14-2, 205-216.
12. Dorofeeva, A.A. Marketing analysis of Internet demand for tourist services of the Black Sea resorts. In *International Conference on Soft Computing and Measurements*. 2018, 2, 256-258. (In Russian).
13. Perov, E.V. Analysis of socio-economic conflictogenicity of society according to the Yandex.Wordstat search engine. *Social and Economic Systems*. 2018, 5, 5-16. (In Russian)
14. Soloviev, V.S.; Urda, M.N. The importance of the Internet in determining illegal migration and migration crimes. *Actual Problems of Russian Law*. 2019, 12-109, 114-122. (In Russian)
15. Mikhaylova, A.A.; Hvalej, D.V.; Mikhaylov, A.S. Geoinformational assessment of the interest of internet users in the border region to cross-border mobility. In *InterCarto. InterGIS. GI support of sustainable development of territories: Proceedings of the International conference*. Faculty of Geography of MSU: Moscow, Russia, 2022, 28-2, 146-159. (In Russian)
16. Litvinova, T.N. The image of Mongolia through the eyes of Russians (according to the results of an Internet survey). *Sociodynamics*. 2019, 91-100. (In Russian)
17. Kombaev, A.V.; Dorzhieva, I.Ts.; Tsyrempilova, E.V. Images of Mongolia in the regional media of the border territories of Russia as a reflection of the "Soft Power" of Mongolia (based on the materials of the regional print media of the Irkutsk region and the Republic of Buryatia). *Vlast'*, 2020, 3, 142-147. (In Russian)
18. Abdulova, I.T. Virtual Mongolia: the Internet image of space in the Irkutsk and Buryat segments of the Network. *Bulletin of Eurasia*. 2004, 3, 9-25. (In Russian)
19. Uugan-Erdene, H.; Salosina, I.V. Aspects of the realization of the image of Mongolia in the Russian-language Internet discourse. In *International Education and intercultural communication: Problems, searches, solutions: Proceedings of the International Scientific and Practical Conference*, October 26-27, 2016, Tomsk, Russia, 2016, 152-156. (In Russian)
20. Andreev, A.L.; Sadchikova, A.S. Internet search queries as a means of analyzing the social behavior of Russians in conditions of socio-economic crisis (on the example of the Volga Federal District). *Sociological Science and Social Practice*. 2016, 4-4, 7-18. (In Russian)

Статья поступила в редакцию 27.10.2023; одобрена после рецензирования 07.02.2024; принята к публикации 15.02.2024.

The article was submitted 27.10.2023; approved after reviewing 07.02.2024; accepted for publication 15.02.2024.

