

Политический анализ через оптику Google Trends (кейсы Италии, США, России, Германии и Мексики)

Policy Analysis through Google Trends Optics (cases from Italy, USA, Russia, Germany and Mexico)

УДК 32.019.51

Получено: 14.11.2019

Одобрено: 29.11.2019

Опубликовано: 25.12.2019

Федорченко С.Н.

Канд. полит. наук, доцент кафедры политологии и права; заместитель декана факультета истории, политологии и права по научной работе и международным отношениям Московского государственного областного университета, доцент
e-mail: sn.fedorchenko@mgou.ru

Fedorchenko S.N.

Candidate of Political Sciences, Associate Professor, Associate Professor of Political Science and law; Deputy Dean of the Faculty of History, Political Science and Law for Scientific Work and International Relations, Moscow Region State University
e-mail: sn.fedorchenko@mgou.ru

Аннотация

Статья является результатом продолжения авторских исследований в области политических больших данных. Цель работы – комплексное изучение потенциалов и недостатков web-сервиса Google Trends для современного политического анализа. В качестве эмпирической основы используются результаты анализа политизированных поисковых запросов интернет-пользователей Италии, США, России, Германии и Мексики. Основным методологическим инструментарием является функционал сервиса Google Trends. В качестве вспомогательного методологического подхода выступили принципы Case Study. Выявлено, что при работе с такими цифровыми платформами как Google Trends возникает необходимость проводить тщательный отбор поисковых слов на местном языке, предварительно проверяя, какие названия, аббревиатуры партий, имена политиков, министров распространены в конкретной стране (чем больше поисковых данных, тем более объективную картину может дать веб-ресурс). Обнаружено, что Google Trends дает дополнительные данные по лидерам и трендам схожих поисковых запросов, следовательно, на них также нужно обращать серьезное внимание. Анализ полученной информации показал, что российские, итальянские, мексиканские и немецкие пользователи ищут информацию о сайтах партий, их лидерах, а также интересуются ходом избирательной кампании. Однако из-за недостатка поисковых запросов попытки анализа менее популярных политиков не приводят к визуализации их поддерживающих регионов на единой карте. Поэтому автор отмечает, что поисковые замеры важно совмещать с обращениями к данным статистики и социологических обследований.

Ключевые слова: Case Study, Google Trends, партии, методология, Big Data, выборы, политический анализ, Россия, США, Италия, Мексика, Германия.

Abstract

The article is the result of continued research in the field of political big data. The purpose of the work is a comprehensive study of the potentials and disadvantages of the Google Trends web service for modern political analysis. As an empirical basis, the results of the analysis of politicized search queries of Internet users in Italy, the USA, Russia, Germany and Mexico are

used. The main methodological toolkit is the functionality of the Google Trends service. The principles of Case Study were used as an auxiliary methodological approach. It was revealed that when working with digital platforms such as Google Trends, there is a need to carefully select search words in the local language, pre-checking which names, party abbreviations, names of politicians, ministers are common in a particular country (the more search data, the more objective the picture can give a web resource). It was found that Google Trends provides additional data on the leaders and trends of similar search queries, therefore, they also need to pay serious attention. An analysis of the information received showed that Russian, Italian, Mexican and German users are looking for information about party sites, their leaders, and are also interested in the course of the election campaign. However, due to the lack of search queries, attempts to analyze less popular politicians do not lead to visualization of their supporting regions on a single map. Therefore, the author notes that it is important to combine search measurements with accesses to statistics and sociological surveys.

Keywords: Case Study, Google Trends, parties, methodology, Big Data, elections, political analysis, Russia, USA, Italy, Mexico, Germany.

Краткая оценка подходов к Google Trends в научной литературе

Google Trends – это весьма любопытный ресурс для современного аналитика. В первую очередь, могут вызвать интерес его принципы и функционал. Данный веб-ресурс позволяет работать с огромными массивами больших данных и выявлять корреляции в политических трендах и процессах. Почему подобного рода онлайн-платформы актуальны в наше время? Дело в том, что процесс цифровизации в политике предполагает не просто оцифровку политических образов, символов и дискурса, но и переформатирование текста в гипертекст, скачкообразный рост пользовательского контента, виртуализацию киберпространства – привнесение в сетевые интернет-коммуникации киберсимулякров [2]. Здесь важно учитывать современную теорию фиджитал-мира, где признается смешение виртуального и реального миров. Все это, безусловно, во-первых, заставляет следовать в ногу со временем партии, политические движения, а также само государство и, во-вторых, начинать исследователей работать в совершенно новом формате.

Однако Google Trends имеет неоднозначную оценку в политологическом сообществе, где условно можно выделить оптимистов и скептиков. Оптимисты называют наиболее удобные черты данного веб-ресурса, позволяющие анализировать поисковые наборы, связанные с названиями имен политических лидеров, партий, министерств, политических, общественных движений и даже самих государств. Так, С. Стивенс-Давидовиц, доктор философии, ранее работавший в корпорации Google, отмечает, что благодаря этой платформе можно выявлять политическое поведение избирателей, изучать группы граждан, а также проводить контролируемые эксперименты для обнаружения причинно-следственных феноменов [6]. Другие авторы отмечают полезность Google Trends для определения степени популярности политических партий в электоральных группах [7].

Скептики, наоборот, выделяют ряд недостатков системы. К примеру, Дж. Меллон отмечает, что данная методологическая оптика не учитывает политические настроения тех людей, которые не имеют доступа к интернет-ресурсам [11]. Так же, по Меллону, важно разбираться в контексте этих поисковых запросов, чтобы понять те или иные политические корреляции. Ряд авторов отмечают недоработки системы по определению политических корреляций [9]. Теперь приступим к анализу разных кейсов, чтобы рассмотреть возможности и недоработки методологической оптики Google Trends для политического анализа.

Итальянский кейс

Все замеры проводились с помощью web-сервиса Google Trends. Графика также получена благодаря этому ресурсу¹. Попытка интерпретации будет предпринята в выводах.

Здесь будут даны только итоги замеров. Для начала применим оптику Google Trends с целью анализа партийных поисковых запросов на примере Италии за пять лет.

Во-первых, были получены общие данные за выбранный период. В качестве терминов для введения поисковых запросов были взяты названия итальянских партий – M5S, Lega Nord, Forza Italia и Partito Democratico. Выбраны были те термины, которые имели распространенность в сети на итальянском языке. На графике (рис. 1) партии промаркированы синим, красным, желтым и зеленым цветом соответственно. Результаты замера больших данных показывают несколько максимумов поисковых запросов к партиям. 31 мая – 6 июня 2015 г. интерес интернет-пользователи проявили ко всем перечисленным партиям. 4–10 марта 2018 г. зафиксирован наибольший объем поисковых наборов, среди которых следует отметить наборы партий M5S и Lega Nord. Интерес к M5S возобновился 17–23 сентября 2018 г. и 17–23 февраля 2019 г. 26 мая – 1 июня 2019 г. наборы снова выросли по всем партиям, но больше всего по M5S, Forza Italia и Lega Nord.



Рис. 1. Максимумы поисковых запросов четырех итальянских партий за пять лет

Во-вторых, было проведено географическое распределение поисковых запросов двух крупнейших итальянских партий – M5S и Lega Nord. Его результаты показывают, что партией M5S больше интересуются в южных (особенно) и центральных регионах Италии (Абруццо – 100 баллов, Лацио – 98, Молизе – 97, Базиликата – 90, Калабрия – 90, Сардиния – 87, Сицилия – 80). На рис. 2, чем темнее цвет, тем больше баллов. Тогда как партией Lega Nord больше интересуются в северных регионах Италии (Ломбардия – 100 баллов, Валле-д’Аоста – 100, Венето – 98, Лигурия 94). Принцип на рис. 3 тот же – чем темнее цвет, тем больше баллов.



Рис. 2. Политическая география запросов итальянской партии M5S



Рис. 3. Политическая география запросов итальянской партии Lega Nord

Американский кейс

С помощью Google Trends можно анализировать динамику политической повестки правительства, кабинета министров, ее отражение в массовом сознании для более комплексного понимания рисков и потенциалов имиджа государственной власти, ее легитимности и институционального доверия. Отдельное значение представляет сравнение интереса к правительственной повестке внутри страны и в мире. Для такого анализа была взята повестка, связанная с активностью Кабинета США (Белого дома) за год. Поисковыми словами стали имена и фамилии пяти американских министров на английском языке: Mike Pompeo, Mark Esper, Steven Mnuchin, Alex Azar и Alex Acosta, соотносящиеся с синим, красным, желтым, зеленым и фиолетовым цветами на графиках (рис. 4-5).

Анализ выявил определенную корреляцию между значимостью повестки Кабинета американского президента для США и ее значимостью для жителей других стран мира. Но все же есть специфика, которую важно отметить. Имеется несколько пиков интереса к госсекретарю Соединенных Штатов М. Помпео. 22–28 июля 2018 г. активность нового госсекретаря привлекла внимание не только в самих США (100 баллов), но и в целом по миру (100 баллов). 14–20 октября его деятельностью интересовались интернет-пользователи больше в мире (85 баллов), чем в самих США (57 баллов). Уже 9–15 декабря того же года интерес и по миру, и по стране выравнивается (45 и 43 балла соответственно). Но 5–11 мая 2019 г. интерес к Помпео по миру (64 балла) резко возрос по сравнению с вниманием в стране (40 баллов). 16–22 июня того же года больше поисковых запросов по госсекретарю также было по миру (56 баллов), чем по США (37 баллов).

К исполняющему обязанности министра обороны США М. Эсперу был выявлен лишь один пик интереса (93 балла по миру, 81 балл по США) за 16–22 июня 2019 г. Более значима для интернет-пользователей была повестка, связанная с активностью американского министра финансов С. Мнучина. 23–29 декабря 2018 г. в мире поисковых запросов по его персоне было практически столько же (56 баллов), сколько и по США (53 балла). 7–13 апреля 2019 г. Мнучиным снова стали интересоваться в равной степени и в мире (65 баллов) и стране (64 балла). Важной темой для американцев является реформа здравоохранения и программа Obamascare в частности. Между тем анализ показал, что активностью министра здравоохранения и социальных служб А. Азара очень мало интересуются не только в мире (13 баллов), но и в среде самих американцев (15 баллов). Такой пик интереса был обнаружен только 3–9 февраля 2019 г.

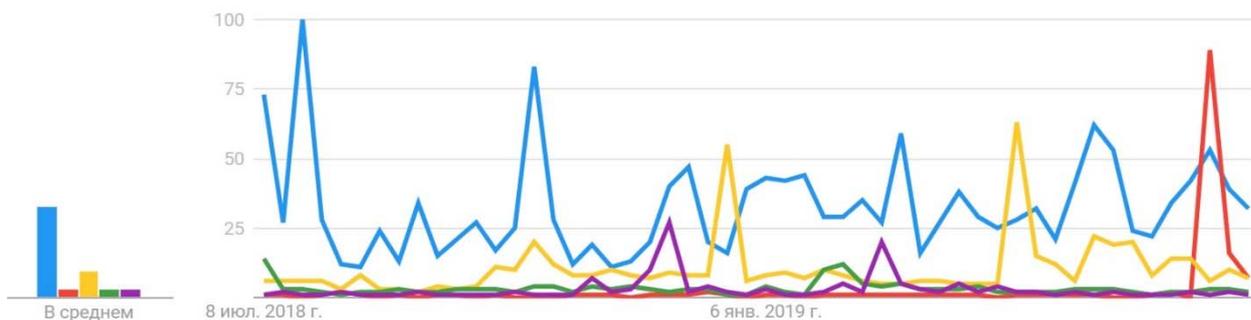


Рис. 4. Интерес к повестке американского Кабинета в мире за год

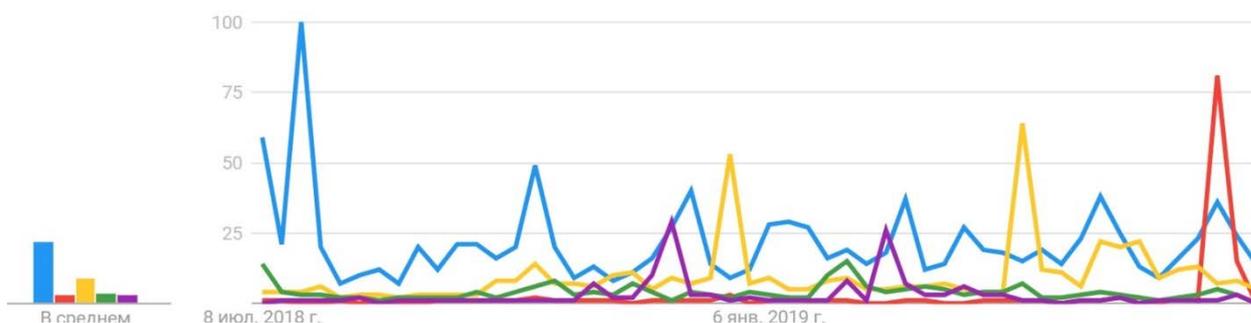


Рис. 5. Интерес к повестке американского Кабинета в США за год

Несколько больше поисковых запросов было выявлено по личности министра труда А. Акости. Один пиковый набор его имени состоялся 2–8 декабря 2018 г. (26 баллов по миру, 29 баллов по США), второй всплеск интереса к связанной с ним повестке произошел 17–23 февраля 2019 г. (17 и 26 баллов соответственно).

Российский кейс

Перейдем к анализу поисковых запросов четырех политических партий России за пять лет, чтобы попробовать дополнительные возможности по обработке политических данных посредством Google Trends. Сначала были выбраны следующие поисковые слова на русском языке: единая россия (строчные буквы оставлены по причине большего употребления такой формы наборов в сети), КПРФ, ЛДПР, Справедливая Россия с маркировкой синим, красным, желтым и зеленым цветом на графике соответственно (рис. 6–8). Самые высокие показатели у поисковых наборов по Единой России выявлены в Ненецком автономном округе (100 баллов), Калмыкии (56), Якутии (36), Ямало-Ненецком автономном округе (36), Саратовской области (35) и Рязанской области (34). Если посмотреть схожие трендовые запросы, то среди них встречаются: «выборы 2016», «праймериз единая россия 2016», «предварительное голосование», «политический лидер единая россия». Среди лидеров похожих запросов: «единая россия партия», «единая россия вступить», «сайт единая россия».

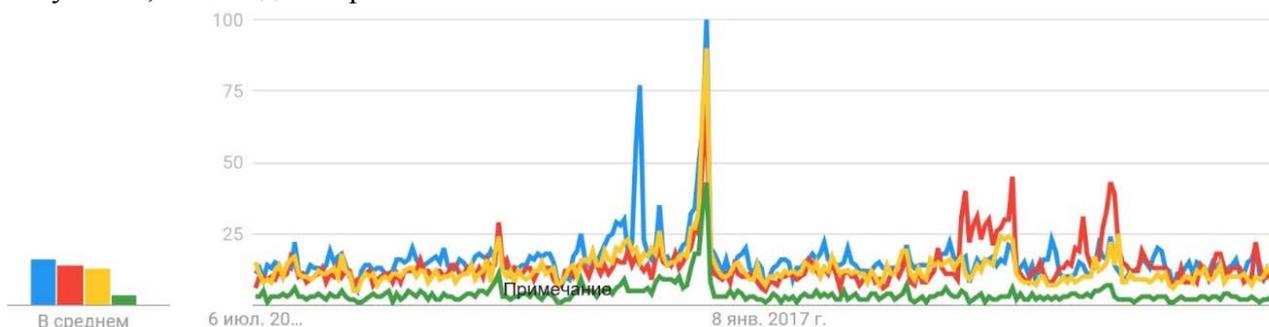


Рис. 6. Максимумы поисковых запросов четырех российских партий за пять лет



Рис. 7. Политическая география пятилетних поисковых запросов российских партий

Обращаясь к анализу поисковых запросов по аббревиатуре КПРФ, мы получим повышенный интерес совершенно в других регионах: Ульяновской области (100 баллов), Калмыкии (74), Хакасии (74), Псковской области (74), Орловской области (73), Марий Эл (61), Бурятии (54). Также обнаружены схожие трендовые запросы: «грудинин», «грудинин кпрф», «кпрф кандидат в президенты», «выборы 2016», «кпрф выборы 2018». В лидерах схожих запросов: «кпрф сайт», «партия кпрф», «кандидат кпрф», «кпрф программа».

По ЛДПР лучшие результаты показали Томская область (100 баллов), Ямало-Ненецкий автономный округ (98), Смоленская область (90), Рязанская область (87), Красноярский край (84), Амурская (81) и Брянская область (80). Схожими трендовыми запросами стали: «выборы 2016», «власов лдпр», «слуцкий лдпр», «как расшифровывается лдпр». Лидерами похожих запросов являются: «партия лдпр», «лдпр это», «лдпр вступить», «сайт лдпр».

Тогда к Справедливой России наибольший интерес проявили интернет-пользователи Чувашии (100 баллов), Марий Эл (79), Омской области (77), Архангельской области (76), Хакасии (71), Ивановской области (65) и Пермского края (62). По схожим трендовым запросам определены: «выборы 2016», «центр защиты прав граждан справедливой россии», «справедливая россия лидер», «справедливая россия челябинск», «справедливая россия москва». К лидерам похожих наборов были отнесены: «партия справедливая россия», «справедливая россия миронов», «справедливая россия программа», «справедливая россия сайт».

С целью проверки признаков существования так называемого «красного пояса» (электорального предпочтения кандидатов от КПРФ) в регионах было проведено уточнение с помощью ограничителя «Город» и опции включения регионов с малым количеством запросов (рис. 8). Итоги более глубокого анализа показали, что на уровне городской повестки признаки данного «красного пояса» (но не сплошного) до сих пор сохранились (Ульяновск – 100 баллов, Песчаный – 58, Пенза – 58, Саратов – 57, Чебоксары 56, Омск – 52, Новосибирск 51).



Рис. 8. Политическая география пятилетних поисковых запросов КПРФ по российским городам

Что показывает динамика интереса к партиям? 13–19 сентября 2015 г. вырос интерес ко всем четырем партиям. 22–28 мая 2016 г. поисковые запросы выросли только у Единой России. Затем, 18–24 сентября 2016 г. резко вырос интерес пользователей ко всем четырем партиям. Фиксируются и три пика максимального интереса к КПРФ (24–30 декабря 2017 г., 18–24 марта 2018 г. и 9–25 сентября 2018 г.).

Германский кейс

Теперь проверим, возможно ли отследить через Google Trends интерес населения к политическим партиям Германии или кейсы Италии, США и России являются чем-то уникальным? Для анализа были выбраны немецкие аббревиатуры и названия партий (CDU, SPD, CSU, NPD, DIE LINKE).

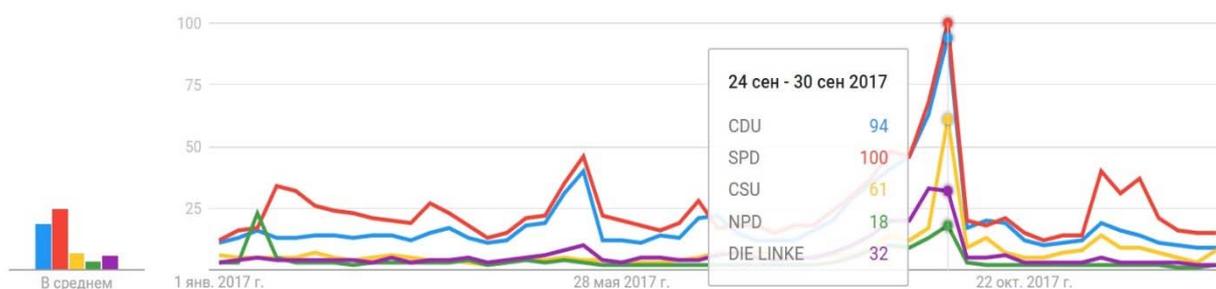


Рис. 9. Максимумы поисковых запросов пяти немецких партий во время парламентских выборов 2017 г.

Полученные результаты довольно точно показали, что и здесь максимум интереса электората к немецким партиям за весь 2017 г. проявился именно в период сентябрьских выборов в парламент (рис. 9).

При помощи Google Trends можно попытаться лучше понять границы электоральных полей поддержки разных партий не только в России, но и в Германии. Такой первичный политический анализ помогает сосредоточиться кандидатам на своих регионах. Замеры выявили, что наибольшее количество запросов по CDU (ХДС) наблюдается в Западной

Германии (рис. 10: Саар – 100 баллов, Шлезвиг-Гольштейн – 91, Северный Рейн-Вестфалия – 81, Нижняя Саксония – 78, Рейнланд-Пфальц – 73, Гессен – 69). С другой стороны, партия социалистической ориентации DIE LINKE (Левые) показывает наибольшую популярность именно в поисковых наборах жителей восточных земель, ранее входивших в ГДР (см. рис. 11: Саксония – 77 баллов, Мекленбург-Передняя Померания – 75, Тюрингия – 74, Саксония-Анхальт – 69, Бранденбург – 65, Берлин – 100).

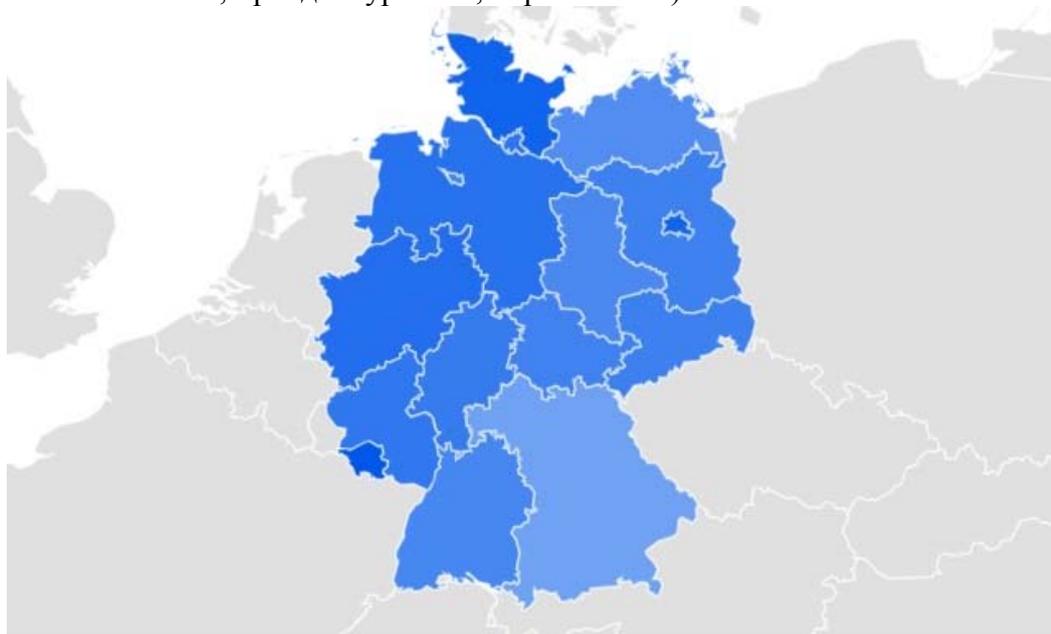


Рис. 10. Политическая география поисковых запросов CDU на Западе

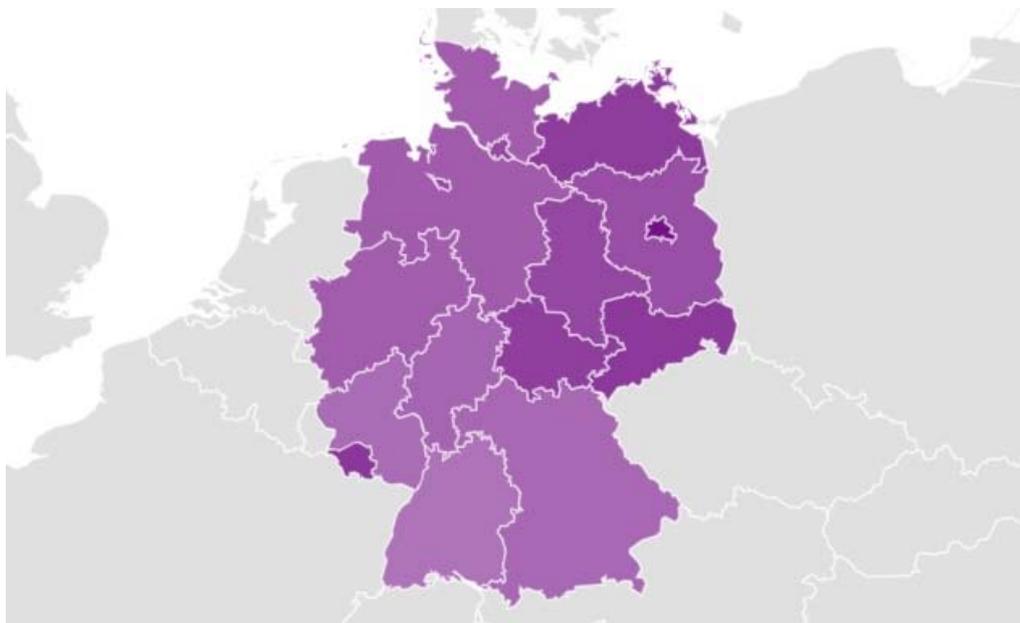


Рис. 11. Политическая география поисковых запросов DIE LINKE на Востоке

Мексиканский кейс

Для анализа мексиканской политической повестки были выбраны термины на испанском языке (Ricardo Anaya, Lopes Obrador, Jose Antonio Meade). Наибольший интерес жителей Мексики к политическим акторам в 2018 г. был зафиксирован довольно точно – 1 июля, когда проходили всеобщие выборы. В мексиканском кейсе, как и в российском и немецком, также выявлены электоральные поля (рис. 12). У Лопеса Обрадора, ставшего в итоге президентом, больше всего поисковых запросов было в южных мексиканских штатах (Табаско – 100 баллов, Веракрус – 87, Тласкала – 84, Оахака – 79, Морелос – 78, Герреро –

76, Идальго – 75, Кампече – 72). Тогда как имя его противника Рикардо Анайи в основном искали в центральных штатах Мексики (Керетаро – 100 баллов, Сан-Луис-Потоси – 78, Тамаулипас – 70).

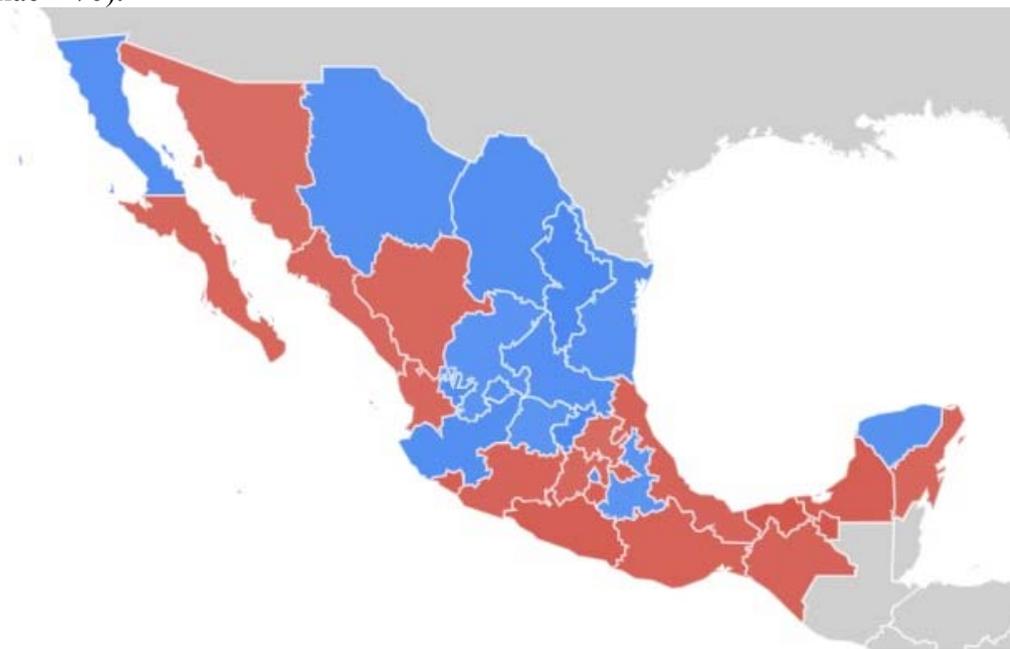


Рис. 12. Политическая география поисковых запросов мексиканских политиков (Лопеса Обрадора – выделено красным, Рикардо Анайи – синим) в 2018 г.

Интерпретация данных, выводы и рекомендации

Попробуем интерпретировать полученные результаты, чтобы аргументировать выводы и сформулировать рекомендации по совершенствованию оптики Google Trends. Начнем с Италии. Определенная сложность была при выборе поисковых слов на местном языке – не всегда официальное название партии давало нужный эмпирический уровень для замера, поэтому пришлось искать наиболее распространенные термины в итальянском сегменте Интернета. По этой причине вместо названия Movimento 5 Stelle («Движение пяти звезд») было выбрано M5S. Важно подчеркнуть, что во время последних парламентских выборов 2018 г. M5S получила наиболее высокую электоральную поддержку в южных и центральных регионах (где и были наибольшие поисковые наборы этой партии). Lega Nord получила больше голосов на севере (там у нее было также больше поисковых запросов). Отражением электоральных полей партий стало визуализированное географическое распределение максимумов поисковых наборов, созданное с помощью Google Trends (рис. 2–3). Но большее прикладное значение для политологии имеет прогноз выборов, референдумов и развития политических процессов. И если внимательно присмотреться к полученным данным, становится очевидным, что такие прогнозы вполне возможны через рассматриваемую оптику: ведь пики максимальных поисковых запросов по партиям появились не сразу, а возникли до марта 2018 г. (рис. 1). То же самое можно сказать и при ретроспективном анализе географических распределений партийных поисковых запросов по конкретным итальянским регионам. Последующий интерес к M5S (после парламентских выборов), видимо, связан с медийной активностью и работой в правительстве ее лидера Ди Майо.

При подготовке поисковых слов для анализа повестки Кабинета США было уточнено имя государственного секретаря – вместо длинного Michael Richard Pompeo было взято более распространенное в американском сегменте Интернета Mike Pompeo. Наибольший интерес был выявлен именно к деятельности нового госсекретаря. 22–28 июля 2018 г. активность госсекретаря привлекла внимание не только в самих США, но и по миру из-за того, что он отчитывался в Сенате по поводу встречи американского президента Д. Трампа

с президентом России В. Путиным. Пик интереса 14–20 октября 2018 г. можно объяснить тем, что Помпео встретился с королем Саудовский Аравии Салманом в Эр-Рияде.

Активизация поисковых запросов 9–15 декабря 2018 г. произошла, видимо, из-за того, что госсекретарь отчитывался в Сенате из-за беспокойства политиков о сближении администрации Трампа с властями Саудовской Аравии. Пик наборов 5–11 мая 2019 г. явно связан с планировавшейся встречей с российским президентом, 16–22 июня 2019 г. – с интервью Помпео на передаче «Лицом к нации», где был разговор о растущей напряженности между США и Ираном. Интересно, что на эти же дни наложился другой пик поисковых запросов по Марку Эсперу. Скорее всего, резкий всплеск наборов произошел из-за интернет-поста Трампа, который написал в своем Twitter, что назначает Эспера исполняющим обязанности министра обороны США (рис. 13).

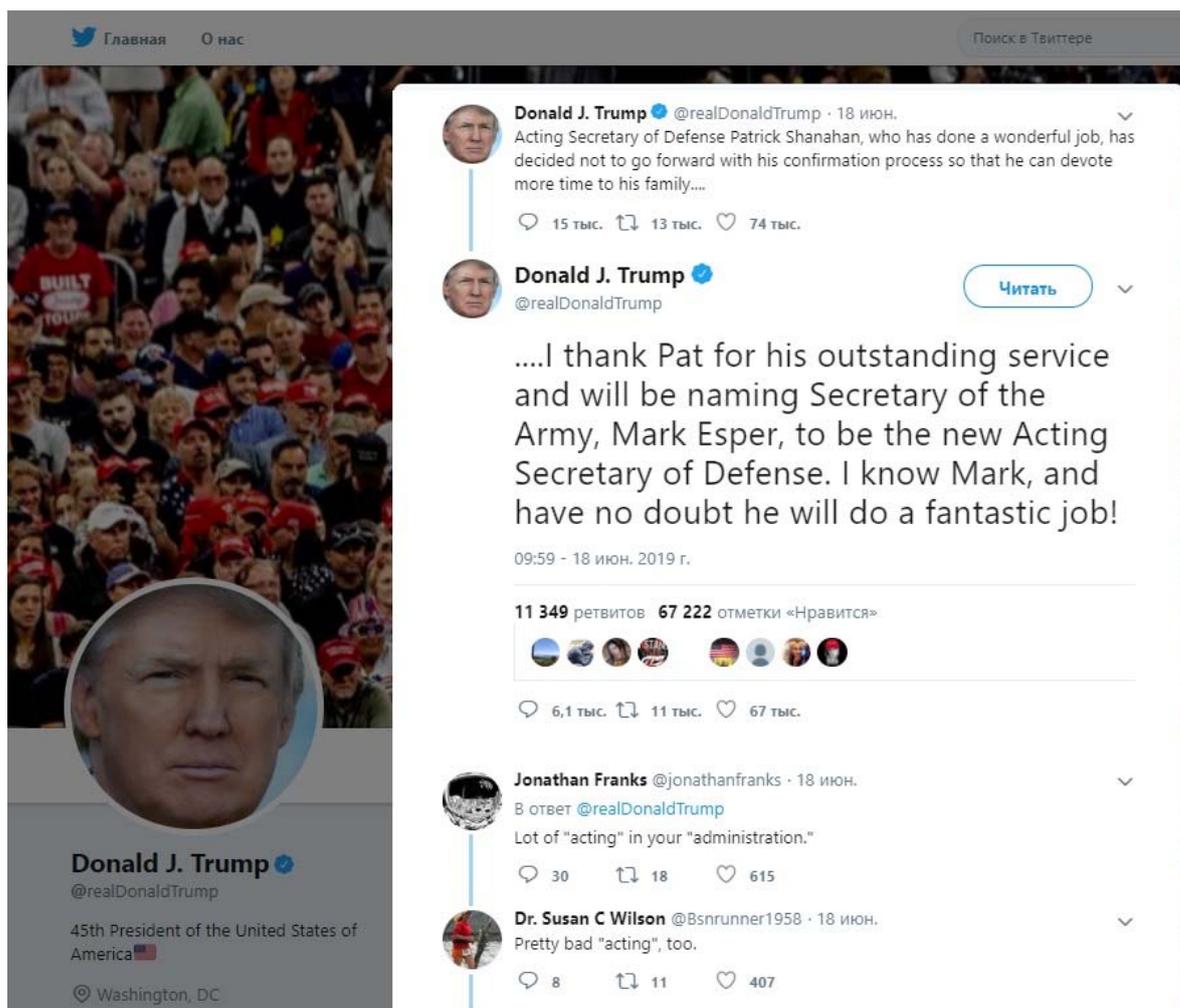


Рис. 13. Пост Д. Трампа, спровоцировавший интерес к М. Эсперу²

Как видно, американский президент является мощным источником официальной политической повестки страны. Внося вклад в формирование повестки, он оказывает информационную поддержку своим министрам, кратко давая им и их политике характеристику. Резкий рост поисковых запросов по министру финансов С. Мнучину 23–29 декабря 2018 г. по миру и США, скорее всего, объясняется его постом в Twitter об инициировании индивидуальных переговоров с руководителями шести крупнейших банков страны для нормализации рыночных колебаний (падение американских акций, торговый спор Пекина с Вашингтоном). Но следующий апрельский пик запросов по Мнучину 2019 г. имел более негативный характер для Кабинета Трампа – тогда федеральный наблюдатель по этике заявил, что продажа министром финансов его доли в кинопроизводственном бизнесе своей жене не соответствует федеральным этическим правилам. Февральские

писки интереса к министру здравоохранения и социальных служб А. Азару в 2019 г. вполне объясняются его постом Twitter, в котором он объявил о предложении Трампа о реформе ценовой политики аптечных лекарств. Два пика поисковых наборов в США и мире по министру труда А. Акосте могут быть связаны со скандалом. Когда Акоста был федеральным прокурором по южному округу Флорида, он пытался замять сексуальный скандал, связанный с миллиардером Д. Эпштейном. Скандал сделал Акосту участником утренних новостных шоу и вирусных твитов.

Анализ политической повестки, связанной с Кабинетом, во-первых, показывает сильную корреляцию поисковых запросов по США и по миру. Во-вторых, важным каналом формирования правительственной повестки Вашингтона стали социальные сети, Twitter в частности. В-третьих, для политической науки, прежде всего, интерес представляет возможность прогнозирования через Google Trends общественной реакции в ответ на действия и заявления министров. На рис. 4 и 5 хорошо видно, что во многих случаях реакция на активность министров возникала не сразу, а постепенно. Это значит, что в случае своевременной фиксации роста поисковых запросов из-за скандала, связанного с членом правительства, власть может постараться оперативно перенаправить внимание общественности на иные события и новости, чтобы избежать негативизации собственного имиджа и падения институционального доверия. В определенной степени эти соображения можно подкрепить теоретической рамкой Дж. Кингдона, согласно которой в понимании механизма политической повестки необходимо учитывать наложение трех элементов: *problem stream* (проблем), *policy stream* (решений) и *political stream* (политической воли) [8]. То есть правительство, по Кингдону, чтобы сохранить доверие населения, должно контролировать повестку, привлекая к себе внимание граждан именно решением существующих проблем, а не наоборот. Однако в условиях роста больших данных это будет трудно осуществить без комплексного мониторинга общественных настроений с учетом таких сервисов как Google Trends.

Сравнивая кейсы Италии, России, Германии и Мексики, представляется важным выделить в них отсутствие единства электорального поля. Также надо делать поправку на специфику избирательной формулы [1], существующие баталии интернет-пользователей об идеологии [4; 5]. Оптика Google Trends хорошо показывает корреляцию партийных запросов с интересом интернет-пользователей к конкретным политическим партиям в определенных регионах перечисленных стран. Тем не менее, следует интерпретировать каждый всплеск поисковых наборов в конкретном случае, как было сделано на примере повестки Кабинета Соединенных Штатов. Это усложняет политический анализ, но делает его более объективным.

Так, резкий рост поисковых запросов 13–19 сентября 2015 г. показал интерес ко всем четырем российским партиям – Единой России, КПРФ, ЛДПР и Справедливой России – по причине организации 13 сентября единого дня голосования (рис. 6). Аналогичным образом можно интерпретировать всплеск поисковых запросов по всем этим партиям в сентябре 2016 г., так как 18 сентября, в единый день голосования, проводились и выборы депутатов Государственной думы. Максимум интереса пользователей к КПРФ в декабре 2017 г. возможно объяснить тем, что 23 декабря съезд ЦК коммунистической партии выдвинул П. Грудина в качестве кандидата в президенты. Рост поисковых запросов по партии в марте 2018 г. явно связан с 18 марта – днем, когда состоялись выборы российского президента, тогда как сентябрьский всплеск интереса к этой партии в этом же году также объясняется единым днем голосования, состоявшегося 9 сентября.

Однако это не снимает вопроса глубокой интерпретации полученных результатов – пока самой по себе оптике Google Trends недостаточно для того, чтобы на основании только лишь наборов определить не только интерес, но и электоральную поддержку партии пользователями. Ведь нельзя исключать того, что часть поисковых наборов по конкретной партии будет делаться не сторонниками, а наоборот, ее противниками, также интересующимися активностью политической организации. Что же можно рекомендовать в

этой сложной ситуации? Здесь может помочь регрессивный анализ, сочетающийся с опорой на статистические показатели. Действительно, элементы «красного пояса», выявленного с помощью ограничителя «Город» и опции включения регионов с малым количеством запросов (рис. 8), статистически подтверждаются более высокой электоральной поддержкой КПРФ (36,24%) на выборах депутатов законодательного собрания Ульяновской области по сравнению с Единой Россией (33,96%) в 2018 г. Есть победы коммунистических кандидатов на выборах в Иркутской области (34% против 27,8% Единой России), Хакасии (31% против 25,5% Единой России). В Забайкальском крае КПРФ набрала по партийному списку 24%, Единая Россия 28% – ненамного больше.

Но возникает другой вопрос, – не могли ли политические события, наоборот, постфактум повлиять на динамику поисковых запросов? С этой целью проведем более детальную проверку с помощью Google Trends. При наличии данных сервис дает возможность установить довольно точные временные рамки проверки – 05.08.2018 – 10.10.2018. Проверка поисковых запросов Единой России и КПРФ по Ульяновской области показала, что интерес к коммунистической партии не был одномоментным, а возникал постепенно, до единого дня голосования 9 сентября, когда и был зафиксирован пик (рис. 14). В то же время у Единой России обнаружен более резкий скачок. Вероятно, что партии по-разному работали с электоратом, но обе – заблаговременно.

Такого рода эффект с осторожностью можно описать в виде процесса формирования политической повестки дня третьего уровня [3]. Если первый уровень повестки означает ранжирование политическими акторами новостей, второй (атрибутивный) уровень [10] затрагивает привязку к некому конкретному событию субстанциональным (черты политического актора) или аффективным (негативная / позитивная оценка) способом, то третий, как пишет М.Н. Грачев, как раз и связан с фреймингом – попыткой воздействия на электоральное поведение. По оценке ряда авторов, при фрейминге партии часто апеллируют либо к решению проблем, либо к реформам, либо к традиционным ценностям [12].

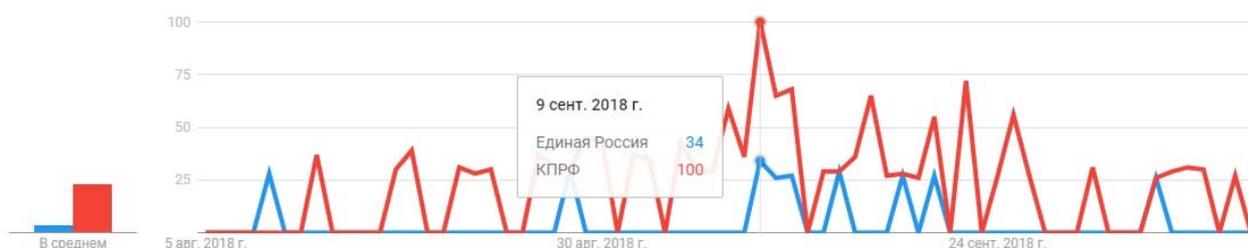


Рис. 14. Сравнение динамики поисковых запросов Единой России (синим) и КПРФ (красным) по Ульяновской области

Хотя и этого недостаточно для полноты картины. Оптику Google Trends необходимо соотносить с результатами традиционных социологических опросов, которые отбрасывать нельзя ни в коем случае.

Таким образом, в целом к методологическим возможностям сервиса Google Trends относятся его бесплатные опции, интерактивность, визуализация полученных данных и географическое распределение поисковых запросов, перспективы ретроспективного анализа и выявления корреляций для политического прогноза выборов, аналитики политической повестки, рисков и потенциалов имиджа государства. Но есть и серьезные недостатки – недостаточная репрезентативность данных из-за феномена «цифрового неравенства», восприимчивость системы к сетевым атакам и манипуляциям, невозможность получения корректных результатов при выборе большого числа переменных и малом объеме поисковых данных.

Сформулируем несколько рекомендаций. Во-первых, к Google Trends не стоит относиться как к некоей совершенной методологии. Как показал анализ, у нее также имеется ряд недостатков. Поэтому поисковые замеры важно совмещать с обращениями к данным

статистики и социологических обследований. Это необходимо делать по нескольким причинам: возникающим погрешностям из-за перебоев работы информационных сетей, а также вследствие внезапных всплесков активности пользователей (возникающих, к примеру, в сети из-за взаимной нетерпимости и стигматизации участниками конфликта друг друга). Выявленный раскол электорального поля Германии можно попробовать объяснить этой самой стигматизацией: жители бывшей ГДР стигматизируют западных немцев как «весси», приписывая им эгоизм и высокомерность, последние тоже стигматизируют восточных немцев как «осси», считая их пугливыми и недоверчивыми. Во-вторых, чрезвычайно важно проводить тщательный отбор поисковых слов на местном языке, предварительно проверяя, какие названия, аббревиатуры партий, имен политиков, министров распространены в конкретной стране (чем больше поисковых данных, тем более объективную картину может дать Google Trends).

В-третьих, сервис Google Trends дает дополнительные данные по лидерам и трендам схожих поисковых запросов. На них нужно также обращать серьезное внимание. Так, анализ этой информации показал, что российские, итальянские, немецкие и мексиканские пользователи ищут информацию о сайтах партий, их лидерах, а также интересуются ходом избирательной кампании. В случае Мексики из-за недостатка поисковых запросов попытка анализа менее популярного кандидата Хосе Антонио Мида не привела к визуализации его поддерживающих регионов на единой карте, как это получилось в случае России. С той же проблемой пришлось столкнуться при анализе активности политической организации сапатистов (при поиске по словосочетанию *Enlace Zapatista*). Выходом из этой ситуации будет отдельная визуализация данных по каждому кандидату или партии. И все же корреляцию географического распределения запросов с электоральной поддержкой в конкретных регионах Мексики по двум кандидатам можно объяснить. Наибольшая поддержка Рикардо Анайи в штате Керетаро вероятно возникла по той причине, что политик был давно известен местным жителям, когда в 2008 – 2009 гг. работал личным секретарем губернатора, а с 2009 г. являлся местным депутатом. Тогда как наибольшее число поисковых запросов по Лопесу Обрадору в южном штате Табаско произошло по причине того, что политик родился в этом регионе – здесь у него также высокая степень узнаваемости.

Итак, инновационные приемы Google Trends представляют интерес для политолога, хотя их и не стоит идеализировать. При современном политическом анализе нельзя делать ставку только на какую-нибудь одну цифровую платформу. Важно сочетать все адекватные инновационные и традиционные методологические оптики, способные приблизить исследователя к истине.

Литература

1. *Алексеев Р.А.* Избирательная система как фактор становления и развития российской демократии (сравнительное политико-правовое исследование): монография. – М.: ИНФРА-М, 2019. – 211 с.
2. *Володенков С.В.* Виртуальное пространство политики и его особенности //Научно-аналитический журнал *Обозреватель – Observer*, – 2011. – № 6 (257). – С. 5–16.
3. *Грачев М.Н.* О соотношении концепций установления повестки дня и фрейминга //Век информации. – 2018. – Т. 2. – №2. – С. 94–96.
4. *Грачев М.Н., Евстифеев Р.В.* Политический язык и жанры политической коммуникации в современном Интернете (опыт стран Северной Америки и Западной Европы) //Журнал политических исследований. – 2019. – Т. 3. – №3. – С. 46–57.
5. *Матюхин А.В.* Полемика о форме правления в русском либерализме XIX – начала XX вв. // Журнал политических исследований. – 2019. – Т. 3. – №3. – С. 145–153.
6. *Стивенс-Давидовиц С.* Все лгут. Поисковики, Big Data и Интернет знают о вас все / пер. с англ. Л.И. Степановой. – М.: Эксмо. – 2018. – 382 с.

7. Calahorrano L., Seithe M. Analysing Party Preferences Using Google Trends //CESifo Working Paper, - 2014. - №4631. - P. 1-25.
8. Kingdon J.W. Agendas, Alternatives and Public Policies. - N.Y.: Harper Collins College Publishers, 1995. 254 p.
9. Lui C., Metaxas P.T., Mustafaraj E. On the predictability of the U.S. elections through search volume activity //IADIS International Conference on e-Society, - 2011. URL: <https://repository.wellesley.edu/scholarship/23/> (дата обращения: 10.02.2019)
10. McCombs M.E., Llamas J.P., Lopez-Escobar E. et al. Candidate images in Spanish elections: Second-level agenda-setting effects //Journalism and Mass Communication Quarterly, - 1997. - Vol. 74. - №4. - P. 703–716. <https://doi.org/10.1177/107769909707400404>
11. Mellon J. Where and When Can We Use Google Trends to Measure Issue Salience? //PS: Political Science & Politics, - 2013. - Vol. 46. - №2. - P. 280-290. <https://doi.org/10.1017/S1049096513000279>
12. Zhukov D., Lyamin S., Barabash N. Non-linear Effects of Turbulent Institutional Modernization //Jahrbücher für Geschichte Osteuropas, - 2017. - Vol. 65. - №4. - P. 624-650.

References

1. Alekseev R.A. *Izбирatel'naya sistema kak faktor stanovleniya i razvitiya rossiyskoy demokratii (sravnitel'noe politiko-pravovoe issledovanie): monografiya* [The electoral system as a factor in the formation and development of Russian democracy (comparative political and legal research): monograph]. M., INFRA-M Publ., 2019, 211 p.
2. Volodenkov S.V. Virtual'noe prostranstvo politiki i ego osobennosti. [Virtual policy space and its features]. *Nauchno-analiticheskiy zhurnal Obozrevatel' – Observer* [Scientific Analytical Journal Observer]. 2011, I. 6 (257), pp. 5-16.
3. Grachev M.N. O sootnoshenii kontseptsiy ustanovleniya povestki dnya i freyminga [On the relationship between the concepts of setting the Agenda and Framing]. *Vek informatsii*. [Age of Information], 2018, V. 2, №2, pp. 94-96.
4. Grachev M.N., Evstifeev R.V. Politicheskiy yazyk i zhanry politicheskoy kommunikatsii v sovremennom Internete (opyt stran Severnoy Ameriki i Zapadnoy Evropy) [Political language and genres of political communication in the modern Internet (experience of the countries of North America and Western Europe)] *Zhurnal politicheskikh issledovaniy*. [Journal of Politic Research]. 2019, V. 3, I. 3, pp. 46-57.
5. Matyukhin A.V. Polemika o forme pravleniya v russkom liberalizme XIX – nachala XX vv. [Controversy over the form of government in Russian liberalism of the 19th - early 20th centuries] *Zhurnal politicheskikh issledovaniy*. [Journal of Politic Research]. 2019, V. 3, I. 3, pp. 145-153.
6. Stivens-Davidovits S. *Vse lgut. Poiskoviki, Big Data i Internet znayut o vas vse* [All are lying. Search Engines, Big Data and the Internet know everything about you]. M., Eksmo Publ., 2018. 382 p.
7. Calahorrano L., Seithe M. Analysing Party Preferences Using Google Trends, *CESifo Working Paper*, 2014, I. 4631, pp. 1-25.
8. Kingdon J.W. Agendas, Alternatives and Public Policies. N.Y., Harper Collins College Publ., 1995, 254 p.
9. Lui C., Metaxas P.T., Mustafaraj E. On the predictability of the U.S. elections through search volume activity, *IADIS International Conference on e-Society*, 2011. Available at: <https://repository.wellesley.edu/scholarship/23/> (Accessed: 10.02.2019).
10. McCombs M.E., Llamas J.P., Lopez-Escobar E. et al. Candidate images in Spanish elections: Second-level agenda-setting effects, *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 1997, V. 74, №4, pp. 703–716. <https://doi.org/10.1177/107769909707400404>
11. Mellon J. Where and When Can We Use Google Trends to Measure Issue Salience? *PS: Political Science & Politics*, 2013, V. 46, I. 2, pp. 280-290. <https://doi.org/10.1017/S1049096513000279>

12. Zhukov D., Lyamin S., Barabash N. Non-linear Effects of Turbulent Institutional Modernization. *Jahrbücher für Geschichte Osteuropas*, 2017, V, 65, I. 4, pp. 624-650.

¹ Google Trends. [Электронный ресурс]. URL: <https://trends.google.com> (дата обращения: 05.04.2019).

² Donald J. Trump. URL: <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/1141027595380826118> (дата обращения: 05.04.2019).