



РОССИЙСКИЙ ИНСТИТУТ  
СТРАТЕГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

И. А. Николайчук

# ПОЛИТИЧЕСКАЯ МЕДИАМЕТРИЯ

**Зарубежные СМИ  
и безопасность России**

Российский институт стратегических исследований

И. А. Николайчук

ПОЛИТИЧЕСКАЯ МЕДИАМЕТРИЯ  
Зарубежные СМИ  
и безопасность России

Монография

Москва  
2015

УДК 004.61:351.751.6  
ББК 32.973.202:76.02  
Н 63

**Николайчук И. А.**  
Н 63      Политическая медиаметрия. Зарубежные СМИ и безопасность России :  
Моногр. / И. А. Николайчук ; Рос. ин-т стратег. исслед. – М. : РИСИ, 2015. –  
230, [20] с. : ил.  
**ISBN 978-5-7893-0210-1**

Монография посвящена новой прикладной дисциплине – политической медиаметрии, призванной расширить арсенал методов политических и социальных наук за счёт привлечения количественных данных медиастатистики. В первую очередь такие исследования важны в свете резко усилившегося в последние годы информационного противоборства между Россией и основными странами Запада, которое приняло откровенно острые формы и ставит под угрозу национальную безопасность Российской Федерации. На объективной количественной основе показаны роль и место зарубежных средств массовой информации в осуществлении стратегических информационных операций не только по подрыву стабильности в РФ и странах СНГ, но и по реализации планов политического давления на высшее руководство России. Отдельно рассмотрен вопрос об использовании медиаметрических массивов для задач журналистики метаданных и медиалогии.

Монография предназначена для политиков, политологов, обществоведов, дипломатических работников, страноведов и регионоведов, специалистов в области информационно-психологического противоборства и информационных войн. Она будет интересна также всем, кто непосредственно формирует и реализует информационную политику: журналистам, теоретикам СМИ и медиологам, топ-менеджерам и редакторам телекомпаний, новостных агентств, газет и журналов.

УДК 004.61:351.751.6  
ББК 32.973.202:76.02

**ISBN 978-5-7893-0210-1**

© Николайчук И. А., 2015  
© Российский институт  
стратегических исследований, 2015

Следует измерять то, что измеримо,  
и делать измеримым то, что таковым не является.

*Галилео Галилей*

Говорят, что числа правят миром.  
Нет, они только показывают, как правят миром.

*Иоганн Вольфганг фон Гёте*

# ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие .....	9
Введение .....	10
<b>Глава 1. Теоретические вопросы исследований безопасности Российской Федерации с использованием методов политической медиаметрии .....</b>	<b>16</b>
Информационный фактор в документах стратегического планирования РФ .....	16
Информационно-психологические действия и информационная война .....	18
Информационное противоборство и манипулирование массовым сознанием .....	20
Проблема выявления и мониторинга информационных угроз .....	23
Вопросы генезиса политической медиаметрии как метода .....	27
<b>Глава 2. Политическая медиаметрия как источник данных для оценки информационной ситуации .....</b>	<b>33</b>
Информационные потоки: базовая статистика и динамика основных показателей .....	33
Система слежения за информационной обстановкой на основе данных политической медиаметрии .....	39
Понятие информационной обстановки в контексте политической медиаметрии .....	41
Индикаторы состояния информационной обстановки .....	44
Уровни информационной угрозы .....	52
Дифференциация информационной угрозы по странам .....	56
Корреляции рядов медиаметрических показателей для различных стран .....	68
Макродинамика информационной политики различных стран: медиаметрический подход .....	71
<b>Глава 3. Стратегические информационные операции против политического руководства Российской Федерации .....</b>	<b>81</b>
Теоретические аспекты проблемы осуществления стратегических информационных операций .....	82

Динамика пресс-индекса президента РФ как индикатор хода реализации стратегической информационной операции .....	86
Вопросы методологии .....	86
Пресс-индекс В. Путина как показатель развития политических процессов в России .....	88
Система слежения за информационной ситуацией вокруг В. Путина .....	93
Динамика пресс-индекса Д. Пескова: базовая статистика .....	95
Пресс-индексы и ранговые распределения медийных персон .....	97
Теоретические и методические аспекты проблемы .....	97
Особенности совокупных ранговых распределений ньюсмейкеров по странам .....	99
Структурно-топологический анализ ранговых распределений пресс-индексов российских ньюсмейкеров в СМИ различных стран .....	104
<b>Глава 4. Дело "Pussy Riot" как стратегическая информационная операция</b> .....	109
Основные результаты анализа с применением политической медиаметрии .....	109
Дело "Pussy Riot" в СМИ различных стран .....	112
Пресс-индексы В. Путина и патриарха Кирилла в контексте дела "Pussy Riot" .....	115
Кампания в защиту "Pussy Riot" как стратегическая информационная операция по созданию нового формата российско-германских отношений .....	117
<b>Глава 5. Политическая медиаметрия как элемент феноменологии и феноменологии</b> .....	122
Крах режима Саакашвили .....	124
В. Путин vs Б. Обама .....	126
Фактор Б. Березовского .....	132
Дискредитация Русской православной церкви и патриарха Кирилла в общественном мнении зарубежных стран .....	136
Динамика и современное состояние процесса .....	136
Динамика дискредитации РПЦ как института российского общества .....	139

Динамика дискредитации патриарха Кирилла .....	140
Динамика дискредитации РПЦ как внутривосточного игрока .....	142
Первая мировая информационная война .....	143
Сталин как индекс русофобии .....	148
<b>Глава 6. Медиаметрические исследования и оценки военной безопасности России .....</b>	<b>150</b>
Военно-политические проблемы и медиаметрические индикаторы .....	150
Российские военные базы .....	150
Военно-морской флот России .....	152
Деятельность ОДКБ .....	153
Отношения Россия – НАТО .....	154
Медиаметрические индикаторы в рамках исследований военно-технического сотрудничества .....	156
Оценки российского оружия .....	157
Экспорт российских вооружений .....	158
Контракт на постройку вертолётоносцев "Мистраль" .....	160
Продажа российского оружия Сирии .....	161
Имидж ОАО "Рособоронэкспорт" .....	163
<b>Глава 7. Политическая медиаметрия в контексте анализа метаданных .....</b>	<b>165</b>
Метаданные как медийный феномен .....	165
Специфика использования метаданных в работе аналитических служб .....	168
Вопросы практического применения политической медиаметрии в контексте анализа метаданных .....	174
Медиаметрическая цитата .....	175
Блок медиастатистики .....	176
Рейтинги стран по "недружелюбию" их СМИ к России .....	178
<b>Глава 8. Политическая медиаметрия и медиалогия: взаимодействие на микроуровне .....</b>	<b>181</b>
"Русская тема" в СМИ Швейцарии .....	181
Рейтинг русофобии .....	188

---

<b>Глава 9. Методические проблемы управления наполнением информационно-аналитических систем с блоком медиаметрии .....</b>	<b>195</b>
Проблема сюжетирования .....	196
Подходы к созданию динамического классификатора .....	201
Определение вероятной длительности присутствия сюжета в списках, формирующих представление о картине дня .....	208
Система сюжетирования, учитывающая типологические особенности сюжетов .....	210
Работа менеджера контента в системе сюжетирования .....	214
Преемственность в оценке тональностей материалов при смене медийного аналитика .....	218
Компьютер или человек? .....	219
Экспертные основания назначения тонального маркера .....	223
Проблема преемственности экспертов и пути её решения .....	224
Заключение .....	226