



Social scoring in Russia: citizens' perception and the role of artificial intelligence

A. A. Frolov¹, S. T. Gumenuk¹, P. V. Kalembrik¹

¹P. G. Demidov Yaroslavl State University, Yaroslavl, Russian Federation

DOI: 10.18255/2412-6519-2026-1-74-89

Research article
Full text in Russian

The study examines the attitude of citizens towards social rating and big data processing using artificial intelligence (AI) technologies. The main problems of this phenomenon are related to the opacity of algorithms, ambivalent perception of ratings in different contexts, as well as ethical and social challenges, including the risks of manipulation, digital inequality, and restrictions on personal freedom. A comprehensive analysis was carried out, including a comparative analysis of the cases of rating systems in Russia and abroad, interviews with experts from different regions of Russia and focus groups with citizens. As a result, the technological, regulatory and social aspects of the use of artificial intelligence in rating systems, as well as different models of perception of ratings in the consumer and administrative spheres, have been identified. The study showed that artificial intelligence is the cognitive core that processes big data, and social rating transforms the results into behavioral incentives and constraints, which creates both new opportunities for management and improvement of the quality of services, as well as challenges for social justice, transparency and digital sovereignty.

Keywords: rating; social rating; artificial intelligence; behavior; society; business

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Frolov, Alexander A. | E-mail: a.a.froloff@gmail.com
Cand. Sc. (Politics)

Gumenuk, Sofia T. | E-mail: gumenuksofia84@gmail.com
Undergraduate

Kalembrik, Polina V. | E-mail: kalembrikpolina0705@gmail.com
Undergraduate

For citation: Frolov A. A., Gumenuk S. T., Kalembrik P. V. Social scoring in Russia: citizens' perception and the role of artificial intelligence // Social'nye i gumanitarnye znaniya. 2026. Vol. 12, No. 1. P. 74-89. (in Russ.)



Социальное рейтингование в России: восприятие граждан и роль искусственного интеллекта

А. А. Фролов¹, С. Т. Гуменюк¹, П. В. Калембрик¹

¹Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова, Ярославль, Российская Федерация

DOI: 10.18255/2412-6519-2026-1-74-89

УДК 32.019.52

Научная статья

Полный текст на русском языке

В исследовании рассмотрено отношение граждан к социальному рейтингованию и обработке больших данных с помощью технологий искусственного интеллекта (ИИ). Основные проблемы данного феномена связаны с непрозрачностью алгоритмов, амбивалентным восприятием рейтингов в разных контекстах, а также с этическими и социальными вызовами, включая риски манипуляций, цифрового неравенства и ограничения личной свободы. Проведен комплексный анализ, включающий сравнительный анализ кейсов систем рейтингования в России и за рубежом, интервью с экспертами из разных регионов России и фокус-группы с гражданами. В результате выявлены технологические, регуляторные и социальные аспекты использования искусственного интеллекта в рейтинговых системах, а также разные модели восприятия рейтингов в потребительской и административной сферах. Исследование показало, что искусственный интеллект является когнитивным ядром, обрабатывающим большие данные, а социальное рейтингование трансформирует результаты в поведенческие стимулы и ограничения, что порождает как новые возможности для управления и повышения качества услуг, так и вызовы для социальной справедливости, прозрачности и цифрового суверенитета. В этой связи подчеркивается необходимость разработки адаптивных правовых механизмов, способных уравновесить инновационный потенциал технологий с защитой фундаментальных прав человека. Кроме того, исследование указывает на важность формирования цифровой грамотности населения как ключевого условия для ответственного взаимодействия с рейтинговыми системами и технологиями искусственного интеллекта.

Ключевые слова: рейтингование; социальный рейтинг; искусственный интеллект; поведение; общество; бизнес

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Фролов, Александр Альбертович	E-mail: a.a.froloff@gmail.com Кандидат политических наук, доцент кафедры социально-политических теорий
Гуменюк, София Тарасовна	E-mail: gumenuksofia84@gmail.com Студентка 4 курса направления политология
Калембрик, Полина Витальевна	E-mail: kalembrikpolina0705@gmail.com Студентка 4 курса направления политология

Для цитирования: Фролов А. А., Гуменюк С. Т., Калембрик П. В. Социальное рейтингование в России: восприятие граждан и роль искусственного интеллекта // Социальные и гуманитарные знания. 2026. Том 12, № 1. С. 74-89.

© ЯрГУ, 2026

Статья открытого доступа под лицензией CC BY (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

Введение

На современном этапе в российском обществе складываются определенные практики создания систем социального рейтингования граждан и различные методы оценки населения. Данные процессы оценки с каждым годом набирают популярность и охватывают все большее количество сфер применения, учитывая, что уже сейчас распространенность рейтингования прослеживается, начиная с бизнес-сферы и заканчивая межличностными отношениями. Если в коммерческом секторе становятся заметными технологии рейтингования, то в государственной сфере их полная интеграция остается в рамках теории, несмотря на растущую значимость рейтинговых систем. В настоящее время не предусмотрено единое нормативное регулирование данного процесса, за исключением нормативно-правовых актов на уровне корпораций, чтобы говорить о действительной возможности введения социального рейтингования на общегосударственном уровне.

Несмотря на то, что единое правовое регулирование рейтингования только развивается, это не мешает новым технологиям, таким как искусственный интеллект (далее ИИ), быть инструментом для социальных рейтингов. Сейчас цифровизация и развитие информационных технологий существенно стимулируют развитие социального рейтингования посредством активного внедрения искусственного интеллекта, который создает технические предпосылки для автоматизации и расширения таких систем, предоставляя в перспективе ряд преимуществ и упущений для населения. Системы, основанные на искусственном интеллекте, способствуют сбору, анализу больших массивов данных и внедрению комплексных критериев оценки, что в перспективе может повысить качество и объективность рейтинговых процедур посредством обучения на более новых и изменяющихся данных. Тем не менее на текущем этапе роль таких систем в социальном рейтинговании в России остаётся вспомогательной, а сама система находится в процессе формирования с учётом социальных, этических и технических факторов.

Особое значение социального рейтингования проявляется благодаря взаимодействию с технологиями искусственного интеллекта, когда автоматизированные оценки влияют на поведение и мотивацию людей, поскольку критерии могут включать «холодные», объективные характеристики, не учитывающие индивидуальные особенности. Рейтинговые системы формируют новые социальные нормы и стимулируют индивидов к определённым действиям, влияя на их самооценку, престиж и доступ к ресурсам [1]. В этом контексте социальное рейтингование становится мощным инструментом регулирования социальных взаимодействий и формирует поведенческие стратегии, которые учитывают не только личные интересы, но и ожидания общества, заложенные в системы искусственного интеллекта.

В определенной степени уже на данном этапе появляется следующая ступень в информационном развитии, когда в различных сферах, например, экономике и политике, формируются новые модели взаимодействия, обусловленные социальным рейтингованием с использованием технологий ИИ. Под новыми моделями взаимодействия понимаются возможности субъектов влиять друг на друга посредством рейтингования. Сочетание систем подсчета, основанных на искусственном интеллекте, с системами социального рейтингования имеет характер взаимодополняемости, что несет определенные возможности и угрозы. Если рассматривать это с положительной стороны, то можно говорить об эффективности и объективности новых форм управления обществом, однако с другой стороны открываются угрозы

относительно контроля за действиями и поведением индивидов, которыми могут управлять третьи лица.

В данном случае важным представляется и мнение граждан относительно внедрения социального рейтингования, ввиду того что посредством включения населения в подобные процедуры могут формироваться определенные паттерны поведения относительно сфер, подверженных рейтингованию. Это способно изменить социальную динамику, усиливая стандартизацию действий и взаимных ожиданий среди граждан, а также влиять на их самооценку и социальный статус.

В экспертном сообществе наблюдается разрозненность в отношении к развитию ИИ и социальных рейтингов, которая проявляется на данном этапе в отсутствии определенного понимания регулирования подобной новой для России и мира в целом технологии. Такая неопределённость выражается в дискуссиях относительно этических, правовых и социальных аспектов применения ИИ в таких системах, в том числе вопросов защиты персональных данных, прозрачности алгоритмов и механизмов воздействия на поведение граждан. Ввиду отсутствия единых НПА, связанных с искусственным интеллектом и социальными рейтингами, наблюдается необходимость создания комплексной нормативной базы и междисциплинарного подхода к регулированию, который обеспечит баланс между возможностями инноваций и защитой прав и свобод личности.

Теоретическая рамка исследования

Системы социального рейтингования граждан в мире вызывают растущий интерес, поскольку они представляют новый инструмент для оценки и регулирования поведения как физических, так и юридических лиц. Для более глубокого понимания важно дать определение, что именно подразумевается под социальным рейтингованием. Социальное рейтингование – это процесс оценки и классификации людей, организаций или других субъектов на основе определенных критериев. Авторы указывают, что в современном мире рейтингование становится все более распространенным явлением в различных сферах жизни, включая социальные сети, онлайн-покупки, работу и даже личные взаимоотношения [2]. Нельзя не согласиться с этим высказыванием, поскольку оно подчеркивает, что социальное рейтингование стало неотъемлемой частью современной жизни, проникая в самые разнообразные сферы общества.

Идея социального рейтингования получила широкую известность благодаря Китаю, где она активно иницируется с разных сторон, в том числе на уровне государства с 2007 года. «Впервые в непосредственно-конкретной форме цель создания ССК была провозглашена в заключении Канцелярии Государственного совета КНР от 23 марта 2007 года № 174. Изначально, как видно из данного документа, китайские власти руководствовались преимущественно экономическими соображениями: потребностью борьбы с неуплатой долгов по налоговым и кредитным обязательствам, мошенническими схемами в бизнесе, производством и продажей товаров, не отвечающих стандартам качества» [3]. В дальнейшем система видоизменялась и стала использоваться для поддержания общественного порядка и контроля за гражданами.

В России на государственном уровне официального социального рейтингования как такового не существует. Российские инициативы носят фрагментарный ха-

рактик в основном в бизнес-среде, интегрируя отдельные элементы рейтингования в различные сферы: от кредитного скоринга до рейтингов на маркетплейсах.

Также необходимо упомянуть, что сбор информации для социальных рейтингов, благодаря развитию цифровых технологий, сейчас в основном происходит с помощью технологий искусственного интеллекта, поэтому анализ больших данных стал проще, так как большинство процессов становятся автоматизированными. На основе собираемой информации с помощью технологий ИИ можно получить персональную оценку, которая выдаётся по заранее заданным критериям, а также искусственный интеллект автоматически «повышает» или «понижает» гражданина в рейтинге, это происходит за счёт алгоритмов, действующих в системном режиме (например, экосистема Яндекса и Сбер). Данная технология помогает в бизнес-сфере, особенно банкам и страховым фирмам, поэтому многие компании пользуются таким инновационным инструментом.

Искусственный интеллект рассматривают как автономную систему, обладающую способностью к обучению, самосовершенствованию, осуществляющую самостоятельный поиск, анализ и обобщение информации, имеющую признаки разумного поведения – возможность ставить и решать интеллектуальные задачи, для которых отсутствует заранее заданный алгоритм решения, достигая и превышая при этом результаты интеллектуальной деятельности человека вне зависимости от сферы применения [4]. Под данным термином подразумевается анализ огромных массивов данных, накопление которых возможно только при помощи технологий сбора и обработки данных, позволяющий находить сложные и глубоко скрытые взаимосвязи между ними [5]. Поэтому в условиях внедрения рейтингов в разные сферы жизни ИИ стал удобной технологией для сбора информации, следовательно, технологии искусственного интеллекта являются инструментом, предназначенным для обработки и анализа информации с целью извлечения необходимых данных, что используется для составления социального рейтинга в условиях большого количества информации и пользователей услуг.

Однако остаётся непонятным, как система социального рейтингования, которая использует технологии искусственного интеллекта для обработки и анализа информации, принимает решения. Существуют критерии для оценки, но, как система функционирует внутри, простому пользователю остаётся непонятно, поэтому граждане могут высказывать недоверие к системе. То есть ИИ делает выводы и заключение самостоятельно, не объясняя причины и обстоятельства такого выбора. Людям остаётся лишь принять это как факт. По итогу искусственный интеллект становится важной составляющей современного мира, которая в режиме реального времени каким-то образом «ранжирует» людей по группам в зависимости от поведения [6].

Практики социального рейтингования в России развиваются на фоне активной цифровизации государственных услуг и усиления контроля за общественными процессами. С учётом этого невозможно не затронуть тему потенциального внедрения социальных рейтингов в России, поскольку наряду с коммерческими компаниями государственная сфера с помощью технологий ИИ собирает данные о гражданах [7]. Это происходит с помощью камер фотовидеофиксации, оснащённых ИИ, что помогает быстрее вычислять нарушителей ПДД, а также ИИ внедрён в работу Федеральной налоговой службы (ФНС) для отслеживания налогоплательщиков. Данное обстоятельство потенциально может способствовать расширению или вне-

дрению новых систем рейтингов на государственном уровне. Тем не менее реализация такого сценария представляется маловероятной ввиду неоднозначного отношения граждан к данной инициативе.

Современные исследования выявляют новую динамику, например, когда владельцы ресторанов постоянно просматривают отзывы и рейтинги в режиме реального времени. Это приводит к формированию привычки ориентироваться на оценочные показатели, но не всегда сопровождается осознанным улучшением качества услуг и товаров. Нехватка понимания принципов работы рейтинговых алгоритмов снижает мотивацию к реальным изменениям в деятельности компаний. Вследствие этого системы рейтингования зачастую воспринимаются как «чёрный ящик», где пользователи имеют лишь ограниченное представление о критериях, на основании которых формируется оценка. На текущем этапе возможно лишь частично выделить набор факторов, влияющих на результаты, что дополнительно способствует скепсису и недоверию к таким механизмам оценки [8].

Интересно, что граждане предоставляют свои персональные данные государственным структурам (ФНС, Госуслуги), так и многие компании при регистрации также собирают и обрабатывают данные о человеке (зачастую с помощью ИИ) на основании Ф3-152 «О персональных данных»¹. Из этого можно сделать вывод, что компании в последующем могут использовать эти данные в своих интересах. Например, рейтинги используют для выдачи кредитов гражданам, но из-за плохой кредитной истории и небольшого официального дохода зачастую клиенту могут отказать, что сказывается на формировании определенных паттернов поведения граждан. Так, можно говорить о том, что жители России склонны не доверять государству и частным компаниям касательно сбора и обработки их персональных данных. Большая часть населения, ввиду отсутствия знаний о рейтинговании, не может определить свое отношения к данным нововведениям. Однако выражают свою положительную оценку к «черным спискам» и рейтингу тех, кто оказывает услуги, но в повсеместном рейтинговании видят определенные угрозы своим правам [9].

Теоретическое осмысление поведенческих реакций граждан на системы оценивания опирается на ключевые концепции социологии управления и цифровой социологии. В условиях внедрения рейтинговых механизмов поведение индивидов можно анализировать через призму рационального выбора и адаптации к институциональному дизайну. С одной стороны, рейтинги создают систему стимулов и санкций, формируя утилитарное поведение, при котором действия субъекта направлены на максимизацию выгоды (например, повышение рейтинга для получения скидок) или минимизацию потерь (изменение финансовых привычек для улучшения кредитного сора) [10]. С другой стороны, всепроникающий характер рейтингов, основанных на данных кредитного скоринга, порождает феномен «цифрового конформизма» – подстройку повседневных практик под алгоритмически заданные нормы, часто без глубокого понимания их логики [11]. Одновременно возникает потенциал для сопротивления и уклонения – стратегий, направленных на минимизацию цифрового следа или обход правил системы, что является реакцией на воспринимаемые угрозы приватности, автономии и социальной справедливости [12].

¹ Федеральный закон «О персональных данных» от 27.07.2006 № 152-ФЗ (последняя редакция: 07.07.2025) // Справочно-правовая система ГАРАНТ: сайт. URL: <https://base.garant.ru/12148567/> (дата обращения: 30.10.2025).

Таким образом, теоретическая рамка для анализа восприятия социального рейтингования должна учитывать диалектику между прагматической адаптацией к новым инструментам управления и защитой личностных границ в цифровой среде.

Система социального рейтингования граждан становится всё более значимым инструментом оценки и регулирования поведения в различных сферах жизни, обеспечивая автоматизированный сбор и анализ данных в том числе с применением технологий искусственного интеллекта. Несмотря на очевидные преимущества, такие как повышение прозрачности и доступ к информации, система вызывает существенные опасения среди населения, связанные с недоступностью механизмов оценки, возможностью манипуляций и рисками нарушения прав и приватности. В России социальное рейтингование пока развивается фрагментарно и носит коммерческий характер, однако растущая цифровизация и использование ИИ в государственных службах создают предпосылки для его расширения, что вызывает настороженность у граждан из-за недостаточного доверия. Таким образом, рейтингование допустимо, однако необходимо учитывать поведение и мнение граждан, а также оно должно основываться на принципах обеспечения безопасности, социальной справедливости, правопорядка.

Цель и методы исследования

Целью исследования является выявление поведенческих моделей граждан по отношению к социальному рейтингованию. Для достижения поставленной цели был применен комплекс качественных методов. Исследование включило в себя три взаимодополняющих этапа.

1. На первом этапе был проведён сравнительный анализ существующих моделей рейтингования в различных сферах. Целью данного анализа было выявление ключевых параметров, механизмов работы, а также позитивных и негативных сторон подобных систем. В рамках анализа вошли российские и зарубежные кейсы: практики из бизнес-сферы (Россия) – «ПроДокторов» (рейтинг врачей), рейтинг продавцов на маркетплейсах, кредитные рейтинги, система ОСАГО; а также китайская система социального кредита. Для обеспечения системности сравнения кейсы анализировались по единой схеме, включавшей следующие параметры: инициатор системы (государство/бизнес), цель внедрения, критерии оценки, степень алгоритмизации и использования ИИ, характер последствий для субъекта оценки (поощрительные/ограничительные), уровень прозрачности алгоритмов для пользователя. Данные, полученные в результате анализа, позволили сформировать теоретическую базу и выявить ключевые проблемы и тренды для дальнейшего обсуждения.

2. Для получения профессиональной оценки феномена были проведены полуструктурированные интервью с 32 экспертами. География исследования включает 7 регионов России (Москва, Санкт-Петербург, Костромская, Волгоградская, Ярославская области, Алтайский и Краснодарский края), что позволило учесть региональную специфику. Критериями отбора экспертов выступали профессиональная деятельность, непосредственно связанная с тематикой исследования (разработка/внедрение ИИ, цифровая политика, социотехнические исследования), опыт работы в сфере не менее 5 лет, а также публикационная активность или известность в профессиональном сообществе. В выборку вошли представители академического сообщества (социологи, политологи, философы техники – 12 чел.), IT-специалисты (10 чел.), сотрудники органов власти, отвечающие за цифровизацию (6 чел.),

а также эксперты по цифровой этике и праву (4 чел.). Такая стратегия формирования выборки обеспечила разнообразие профессиональных перспектив, однако полученные мнения носят экспертный, а не репрезентативный для всего общества характер. Гайд интервью состоял из открытых вопросов, сфокусированных на ключевых направлениях: особенности и ограничения ИИ, угрозы и возможности его внедрения, современное состояние и перспективы регулирования ИИ и систем рейтингования в России.

3. Эмпирической базой для выявления отношения к социальным рейтингам выступили результаты трёх фокус-групп, проведённых с жителями Ярославской области. Данный метод был выбран для получения коллективных представлений и дискуссионных данных. Критерии отбора участников: возраст (для выявления поколенческих различий), активное пользование цифровыми сервисами (не менее 3 из перечисленных: маркетплейсы, такси-агрегаторы, «Госуслуги», онлайн-банкинг), а также разнообразие сфер занятости. Участники были разделены на три поколенческие группы: (1) молодежь (18–30 лет, «цифровые аборигены», 10 чел.), (2) среднее поколение (31–50 лет, «цифровые адаптанты», 9 чел.), (3) старшее поколение (51–70 лет, «цифровые иммигранты», 8 чел.). Общее количество участников – 27 человек. Обсуждение проводилось по заранее разработанному гайду, который включал вопросы о роли Интернета, восприятии социального рейтингования и личном опыте взаимодействия с системами оценивания. Модерация была направлена на выявление не только декларируемых установок, но и глубинных, часто противоречивых смыслов. Для анализа данных фокус-групп был применен метод анализа дискурса, позволяющий выявить доминирующие нарративы и аргументативные стратегии в каждой возрастной группе.

Валидность и надежность исследования. Комбинация методов (триангуляция) позволяет компенсировать ограничения каждого из них в отдельности. Сравнительный анализ кейсов обеспечил системное понимание структуры явления, экспертные интервью дали углубленную аналитическую интерпретацию, а фокус-группы выявили поведенческие модели и особенности восприятия на уровне граждан. Осознаваемым ограничением является региональная специфика выборки граждан (Ярославская область), что не позволяет механически экстраполировать выводы на всю страну, но дает богатый материал для типологизации установок.

Результаты исследования

Проведенное исследование, интегрирующее данные экспертных интервью в сфере искусственного интеллекта, а также фокус-групп, которые были посвящены феномену социального рейтингования, и анализ конкретных кейсов его применения, позволяет выявить сложную систему взаимосвязей между технологическим развитием и трансформацией общественных отношений. Искусственный интеллект выступает в роли когнитивного ядра, обеспечивающего сбор, обработку и интерпретацию больших массивов данных, в то время как социальное рейтингование является инструментом операционализации выводов ИИ, трансформируя их в конкретные поведенческие стимулы, ограничения и стратификационные механизмы. Данная связь порождает как возможности для оптимизации социальных и экономических процессов, так и серьезные вызовы в области самореализации личности, социальной справедливости и цифрового суверенитета.

Фундаментальным условием для осмысления всей глубины происходящих трансформаций является четкое понимание технологического базиса. Эксперты в области искусственного интеллекта подчеркивают иерархическую природу этой технологии, где общая концепция ИИ как способа машинной имитации когнитивных функций человека реализуется через конкретные модели, такие как нейросети, которые, в свою очередь, обучаются с помощью языковых моделей, поглощающих и структурирующих текстовую информацию. Важным элементом этой системы является база данных, служащая источником обучения. Именно она формирует «картину мира» искусственного интеллекта, его ценности, предубеждения и границы компетенции. Такая зависимость от исходных данных порождает феномены, ставящие под сомнение абсолютную объективность ИИ, такие как «галлюцинации» – спонтанные ошибки в генерации контента – и возможность целенаправленного цензурирования результатов его работы.

Таким образом, с самого начала в искусственный интеллект закладывается необъективность технологии, которая проистекает из качества, объема и культурно-идеологического багажа информации, усвоенной алгоритмом. Этот аспект становится ключевым при рассмотрении потенциального влияния ИИ, обученного на доминирующих в глобальном информационном пространстве данных, на формирование восприятия реальности у пользователей из разных стран и культурных контекстов. Эксперты отмечают, что если в обучающей выборке нейросети превалирует определенный взгляд на исторические или политические события, то и выводы системы будут тяготеть к этой, наиболее повторяющейся точке зрения, что может восприниматься представителями иных культур как искажение или предвзятость («Нейросеть не лжёт – она статистически усредняет. Но когда в её «ответе» преобладает одна историческая пища, её выводы становятся неточными для иного восприятия» – цит. эксперта).

Исследование выявило, что восприятие обществом этих систем носит амбивалентный и контекстно-зависимый характер. В условиях, когда рейтинги выступают в роли инструмента потребительского выбора, как в случае с оценками врачей на платформе «ПроДокторов» [13] или продавцов на маркетплейсах, они воспринимаются в целом позитивно. Граждане видят в них форму коллективного интеллекта, делегируя сообществу функцию рекомендации и контроля, что повышает прозрачность и качество услуг [14]. Такая практика становится современным цифровым эквивалентом «сарафанного радио», структурированным и масштабируемым благодаря технологиям [15]. («На маркетплейсах, например, рейтинг продавца, складывающийся из отзывов, скорости обработки заказов и участия в акциях, становится весомым экономическим активом, напрямую влияющим на доверие покупателей и объем продаж – цит. участника фокус-групп).

Внедрение технологий ИИ в эти процессы позволяет анализировать поведение потребителей, прогнозировать спрос и персонализировать предложения, создавая саморегулирующую экосистему, где рейтинг является универсальным языком коммуникации между продавцом и покупателем. Аналогичным образом в сервисах такси, таких как «Яндекс.Такси» [16], взаимное рейтингование водителей и пассажиров создает замкнутую систему социального контроля, где вежливость, аккуратность и соблюдение правил поощряются более высоким рейтингом, что, в свою очередь, открывает доступ к определенным привилегиям, таким как выполнение заказов по более выгодным тарифам для водителей или возможность быстрее най-

ти машину для пассажиров с хорошей историей. В данном контексте рейтингование воспринимается как справедливый и прагматичный механизм, стимулирующий добросовестное поведение и снижающий транзакционные издержки. Однако рейтинг существует еще и у пассажиров, он формируется водителями, которые в конце пути могут поделиться впечатлениями от поездки и также поставить оценку по 5-балльной системе. «Среднее из последних 40 оценок от водителей и формирует пользовательский рейтинг. При принятии заказа водители могут обратить внимание на рейтинг пользователя. Если рейтинг низкий, это может стать поводом пропустить заказ» [17]. Согласно приведённым данным, можно утверждать, что такая система собирает исключительно субъективные отзывы и оценки, формируя рейтинг, влияющий на доступ к привилегиям и возможность выполнения заказов.

Выше уже было отмечено, что не только граждане могут оценивать людей, которые им предоставляют услуги и на основе этого составлять рейтинги, частные компании тоже используют рейтингование людей, привлекая для сбора информации ИИ. При этом, несмотря на объективность и практическую пользу рейтингов для финансовых организаций, не все граждане могут воспринимать его положительно, поскольку результаты оценивания могут напрямую влиять на возможность получения кредита, а также порой воспринимаются как ограничивающие их финансовую свободу. Рассмотрим данную ситуацию, например, такие банки, как «Сбер», «МТС Банк», применяют автоматизированные решения для улучшения бизнес-процедур. Согласно отчёту Центрального банка РФ, внедрение искусственного интеллекта способно стать инструментом для роста эффективности и качества их услуг [18]. В частности, для кредитного скоринга собираются общие персональные данные, которые передает заемщик в кредитной заявке, особое внимание сосредоточено на сведениях о доходах. При поведенческом скоринге анализируется история финансовых действий заемщика. В таком случае проверяется платежная дисциплина, активность на счетах, использование кредитных средств и другие финансовые привычки. В последующем ИИ формирует математическую модель, которая за считанные минуты определяет сумму, условия и ставку по кредиту, опираясь исключительно на данные, то есть человек не участвует ни в сборе информации, ни в обработке запросов, что полностью устраняет риски субъективных ошибок и предвзятости. В итоге возможность получить кредит зависит от того, насколько поведение и финансовая история получателя услуги соответствуют критериям, заложенным в алгоритмы. Так, если у человека плохая кредитная история или низкий официальный заработок, банк с помощью ИИ, скорее всего, откажет в выдаче кредита. Таким образом, рейтинги в значительной мере определяются поведением самого заемщика, что приводит к тому, что при отказе в кредитовании гражданин начинает рефлексировать относительно своего статуса в системе кредитного скоринга.

Исходя из этого, многие эксперты считают, что симбиоз искусственного интеллекта и социального рейтингования знаменует собой переход к обществу, основанному на обработке персональных данных в цифровой системе, – переводе человеческих качеств и социальных практик в формализованные данные («Мы наблюдаем фундаментальный сдвиг: алгоритмический симбиоз ИИ и социального рейтингования создаёт не просто инструмент, а новую социотехническую реальность. В её основе – непрерывный процесс превращения жизненного опыта, репутации и поведения в структурированные данные, которые и становятся новой «валютой» и мерой человека в цифровом обществе» – цит. эксперта). Однако его устойчивость

и легитимность будут напрямую зависеть от способности общества и государства выстроить адекватную систему сдержек и противовесов. Как подчеркивали эксперты, точка невозврата в развитии ИИ, по всей видимости, уже пройдена, и невозможно вернуться в мир до нейросетей. Поэтому главным вопросом становится не «останавливать ли прогресс?», а «как направить его в русло, служащее интересам человека и общества?». Ответ на этот вопрос требует широкой общественной дискуссии, глубокого осмысления морально-этических аспектов и построения правового поля, которое будет не догонять технологию, а задавать для нее гуманистические ориентиры.

Однако, когда логика рейтингования смещается из области добровольного потребительского выбора в область обязательного административного регулирования жизни индивида, отношение к ней кардинально меняется. Кредитный скоринг, рассчитываемый банками с привлечением ИИ, или динамическое ценообразование для страховых полисов ОСАГО, основанное на анализе сотен параметров поведения водителя, воспринимаются как формы «алгоритмического детерминизма». В этих случаях оценка перестает быть советом и превращается в приговор, напрямую влияющий на финансовые возможности и доступ к критически важным ресурсам. Это порождает в общественном сознании тревогу, связанную с ощущением потери контроля и справедливости, поскольку решения, принимаемые непрозрачными алгоритмами, сложно оспорить и понять.

Возрастной срез демонстрирует интересное различие: молодежь склонна к более прагматичному и адаптивному поведению, пытаясь освоить правила игры и максимизировать свою выгоду в рамках системы, в то время как старшее поколение проявляет выраженный скепсис, фокусируясь на рисках и потенциальной несправедливости. Это различие проистекает из разного жизненного опыта и степени доверия к цифровым системам. Молодежь, выросшая в цифровой среде, чаще воспринимает рейтинги как естественную часть жизни, в то время как старшее поколение видит в них угрозу привычным социальным институтам и личной свободе. Более того, участники фокус-групп выразили серьезную озабоченность по поводу субъективности и непрозрачности методик оценивания. Они отмечали, что оценка может зависеть от личных предубеждений того, кто её выставляет, как в случае с водителем и пассажиром, или от скрытых критериев в алгоритме, которые не поддаются общественному контролю («Любая оценка имеет свою систему координат. И хуже всего, когда эта система спрятана в «чёрном ящике», недоступном для проверки. К сожалению, зачастую рейтинги работают именно так» – цит. эксперта). Этот дефицит прозрачности является общей составляющей для большинства систем рейтингования, что подрывает их легитимность в глазах граждан [19].

Также в настоящее время системы искусственного интеллекта и социального рейтингования создают не просто новые инструменты, а принципиально новую среду коммуникации – цифровую экосистему, которая все в большей степени определяет условия социального и экономического взаимодействия. Эта экосистема обладает свойствами, которые делают ее качественно отличной от предыдущих технологических укладов. Во-первых, она характеризуется большим охватом – практически невозможно полностью исключить из цифрового взаимодействия, поскольку даже отказ от использования определенных сервисов сам по себе становится значимым действием, фиксируемым и интерпретируемым системой. Во-вторых, цифровая экосистема обладает свойством перманентности – сбор дан-

ных и оценка поведения происходят постоянно. В-третьих, она отличается непрозрачностью – сложность алгоритмов и коммерческая тайна их разработчиков создают ситуацию, когда принципы функционирования системы остаются скрытыми от тех, на кого направлено ее воздействие. Эти характеристики формируют принципиально новую среду, требующую переосмысления традиционных понятий приватности, справедливости, ответственности и свободы воли. Более того, эксперты отмечают, что потенциально данная экосистема обладает кумулятивным эффектом: низкий рейтинг или негативный сигнал в одном её узле, распространяясь по алгоритмическим связям, может привести к автоматическим санкциям или ограничениям во множестве других её компонентов («В связанной цифровой среде одна ошибка или негативная оценка превращается в «цифровую погрешность». Эта погрешность начинает жить собственной жизнью, автоматически умножая санкции по всей экосистеме, откуда ее уже почти невозможно стереть» – цит. эксперта).

Экономический аспект распространения систем рейтингования, основанных на искусственном интеллекте, также заслуживает пристального внимания. С одной стороны, эти системы создают новые рынки и бизнес-модели, основанные на монетизации доверия и репутации. Рейтинг продавца на маркетплейсе, рейтинг водителя в сервисе такси, кредитный скоринг в финансовой сфере – все это формы капитализации репутационного капитала, который становится новым видом экономического актива. С другой стороны, повсеместное внедрение рейтинговых систем может усугублять экономическое неравенство, создавая ситуацию, когда доступ к экономическим возможностям определяется не только традиционными факторами вроде образования и навыков, но и цифровыми следами и рейтингами, которые зачастую отражают и воспроизводят существующие социальные диспропорции. Люди с изначально более высоким социально-экономическим статусом имеют больше ресурсов для поддержания высоких рейтингов, что создает самоподдерживающийся цикл усиления неравенства. Кроме того, возникает риск формирования «рейтинговой кастовости», когда переход из одной рейтинговой группы в другую становится крайне затруднительным из-за кумулятивного характера оценок и алгоритмических предубеждений.

Политические последствия симбиоза искусственного интеллекта и социального рейтингования представляют собой, пожалуй, наиболее спорную и тревожную область для обсуждения. С одной стороны, эти технологии открывают возможности для создания более эффективных и ответственных форм управления, позволяя точнее учитывать потребности граждан и адресно распределять ресурсы. С другой стороны, они создают беспрецедентные возможности для социального контроля и манипуляции общественным сознанием.

Способность ИИ анализировать огромные массивы данных о поведении граждан, выявлять паттерны и прогнозировать индивидуальные и коллективные действия создает основу как для предупреждения потенциально опасных явлений, так и для полного контроля поведения граждан. В последнем случае управление осуществляется не через прямое принуждение, а через тонкую настройку поведенческих стимулов и ограничений на основе персональных рейтингов и прогнозов. Это создает риск формирования общества, в котором свобода выбора становится иллюзией, а поведение граждан невидимым образом направляется алгоритмами, оптимизированными для достижения целей, установленных властями или корпорациями. Особую тревогу в этом контексте вызывает возможность использова-

ния систем рейтингования для политической дискриминации и подавления инакомыслия, когда критические высказывания или нежелательная политическая активность автоматически приводят к понижению рейтинга и соответствующим санкциям.

Таким образом, на основе комплексного анализа данных выявлен спектр поведенческих моделей граждан в контексте социального рейтингования. На основе сравнительного анализа кейсов были предварительно сформулированы гипотетические паттерны реакции на рейтингование (прагматическое принятие, вынужденная адаптация, сопротивление). Эти паттерны были верифицированы и детализированы в ходе анализа эмпирических данных. Ключевыми критериями для кластеризации высказываний и формирования итоговых моделей выступили:

- Доминирующая мотивация в отношении системы (максимизация выгоды / минимизация рисков / отрицание легитимности).
- Воспринимаемый уровень агентности (возможность влиять на систему и свои результаты в ней).
- Эмоционально-оценочный фон (доверие/нейтралитет/недоверие и тревога).
- Контекст актуализации (добровольная потребительская сфера и обязательная административно-финансовая сфера).

Анализ транскриптов интервью и фокус-групп с применением указанных критериев позволил выявить три устойчиво воспроизводимых кластера реакций, которые и были оформлены в следующие поведенческие модели.

1. Утилитарно-стратегическая модель. Преобладает в потребительской сфере (маркетплейсы, сервисы-агрегаторы), где рейтинги функционируют как инструмент коллективного интеллекта. Граждане делегируют сообществу функции рекомендации и контроля, воспринимая рейтинги как легитимный механизм снижения транзакционных издержек и повышения качества услуг. Поведение характеризуется прагматичным принятием системы и активными действиями по поддержанию или повышению собственного рейтинга для получения выгод (скидки, приоритетный доступ).

2. Адаптивно-конформистская модель. Формируется в условиях, когда рейтингование становится обязательным и оказывает прямое влияние на доступ к значимым ресурсам (кредиты, страхование). Поведение подчинено логике «алгоритмического детерминизма»: граждане, осознавая невозможность оспорить непрозрачные критерии, пытаются интуитивно или рационально вычислить правила системы и подстроить под них свое поведение (финансовые привычки, стиль вождения), чтобы избежать санкций. Преобладает мотив минимизации рисков, а не максимизации выгод.

3. Критически-скептическая модель. Доминирует среди граждан, которые фокусируются на рисках цифрового контроля, утраты приватности и социальной справедливости. Поведенческой реакцией является настороженность, стремление минимизировать цифровые следы там, где это возможно, негативное восприятие любых форм обязательного рейтингования как инструмента дискриминации и ограничения свободы. Легитимность системы ставится под сомнение из-за ее непрозрачности («черный ящик») и субъективности.

Выявленные модели не являются изолированными, а соотносятся с теоретической рамкой, заявленной в начале исследования. Утилитарно-стратегическая модель операционализирует теорию рационального выбора в цифровой среде, где рей-

тинг становится понятной «валютой» обмена. Адаптивно-конформистская модель иллюстрирует феномен «цифрового конформизма», где поведение подстраивается под алгоритмические нормы, часто без их рефлексии. Критически-скептическая модель отражает стратегии сопротивления и уклонения, описанные в рамках цифровой социологии, как реакцию на угрозы приватности и автономии. Таким образом, эмпирические данные подтверждают диалектику прагматической адаптации и защиты личностных границ в контексте социального рейтингования.

Именно институциональный контекст (добровольность/принудительность, сфера применения, последствия) является ключевым фактором, определяющим, какая из поведенческих моделей актуализируется. При этом в обществе сосуществуют все три модели, а их распространенность коррелирует с возрастом, цифровым опытом и степенью доверия к технологическим системам.

Заключение

Подводя итог работы, можно сделать вывод, о том, что социальное рейтингование в современном мире является неотъемлемой частью человека. Теоретическое значение проведенного исследования заключается в демонстрации того, как технологические инновации (ИИ) материализуют и усиливают классические социологические механизмы социального контроля и стратификации. Феномен социального рейтингования выступает современной формой символического капитала, где цифровые баллы и показатели становятся новым ресурсом для получения благ и социального позиционирования. При этом, как показало исследование, внедрение таких систем не приводит к унификации реакции общества, а, напротив, порождает плюрализм поведенческих стратегий – от конформизма до сопротивления. С рейтингованием сейчас можно встретиться в разных сферах жизни, чаще всего это происходит в бизнес-среде, все больше людей сталкиваются с оцениваем себя и других. Многие используют маркетплейсы, заказывают такси через приложение, пользуются ОСАГО, что является обязательным в нашей стране. Однако рейтингование не было бы таким распространённым без инструмента, способного собирать и обрабатывать большие массивы информации, этой необходимой технологией является искусственный интеллект. ИИ быстро внедрился в нашу жизнь, его стали использовать не только простые пользователи для поиска информации, но и большие корпорации, так как данный инструмент удобен для анализа предпочтений клиентов.

Исследование позволило выявить взаимосвязи между развитием технологий искусственного интеллекта и феноменом социального рейтингования, формирующие новую парадигму социального управления. Анализ экспертных интервью, фокус-групп и кейсов подтвердил, что ИИ выступает когнитивным ядром, обеспечивающим интеллектуальную обработку больших данных, а социальное рейтингование трансформирует эти результаты в поведенческие стимулы и ограничения, влияющие на социальные взаимодействия и статусную стратификацию. При этом выявлена ключевая природа технологии – её принципиальная необъективность, обусловленная культурным и идеологическим наполнением обучающих данных, что порождает предвзятость и возможность манипуляций со стороны разработчиков искусственного интеллекта.

Выявлена амбивалентность восприятия социальных рейтингов в обществе, которая во многом определяется контекстом их применения. В потребительской среде рейтинги воспринимаются позитивно как проекция общественного мне-

ния и средство повышения качества услуг, а в административно-финансовой сфере – как источник тревоги из-за непрозрачности алгоритмов. Особого внимания заслуживают возрастные различия: если молодёжь адаптируется и проявляет конформизм в рамках системы, то старшее поколение склонно к скепсису и критике из-за риска утраты справедливости и контроля. Политический контекст выявляет двойственную природу ИИ и систем рейтингования: с одной стороны, они способны повысить качество управления и адресность социальных программ, с другой стороны, создают новые формы контроля, манипуляции и политической дискриминации.

В целом приведённый анализ свидетельствует о глубокой интеграции системы социального рейтингования в повседневную жизнь через коммерческие платформы, где рейтинги влияют на решения пользователей, способствуя повышению прозрачности и качества услуг. Отношение граждан к рейтингованию оказывается амбивалентным: положительное восприятие наблюдается в отношении рейтингов водителей, врачей и продавцов, тогда как личные рейтинги, влияющие на доступ к ресурсам или услугам, воспринимаются неоднозначно. Рейтинги выступают также мощным мотивирующим фактором, побуждающим людей улучшать свои позиции, выполняя тем самым роль эффективного инструмента повышения качества услуг и стимулирования ответственного поведения.

Учитывая выявленную дифференциацию моделей восприятия и множество связанных с ними вызовов, требуется комплексный, междисциплинарный подход и взаимодействие государства, экспертного сообщества, технологических компаний и общества для разработки сбалансированной системы управления. Такая система должна обеспечивать прозрачность, ответственность и защиту цифровых прав, сохраняя при этом человеческую автономию и социальную справедливость в условиях стремительного развития технологий.

Ссылки

1. Соколов А. В., Гребенко Е. Д. Создание и развитие цифровых экосистем в России как способ коммуникации власти и граждан // PolitBook. 2024. № 2. С. 6-23. DOI 10.24412/2227-1538-2024-2-6-23
2. Го Х. Социальный рейтинг как система контроля общественной деятельности граждан в современном государстве: преимущества и противоречия // Общество: социология, психология, педагогика. 2025. № 3. С. 26-31. DOI 10.24158/spp.2025.3.3
3. Рувинский Р. З. Право и справедливость в эпоху системы социального кредита // Юридическая наука и практика: Вестник Нижегородской академии МВД России. 2021. № 1. С. 300-302. EDN RUCIDK
4. Соломонов Е. В. Понятие и признаки искусственного интеллекта // Вестник Омского университета. Серия: Право. 2023. Т. 20, № 4. С. 57-65. DOI 10.24147/1990-5173.2023.20(4).57-65
5. Бегишев И. Р. Технология искусственного интеллекта: мировой опыт развития // Baikal Research Journal. 2020. Т. 11, №. 3. С. 1-9. DOI 10.17150/2411-6262.2020.11(3).1
6. Петрунин Ю. Ю. Развитие концепции социального искусственного интеллекта // Вестник Московского университета. Серия 21: Управление (государство и общество). 2023. № 1. С. 93-112. EDN UYVVCs

7. Фролов А. А., Гуменюк С. Т., Калембрик П. В. Потенциал рейтингования граждан в условиях развития искусственного интеллекта и цифровых профилей // Возможности и угрозы цифрового общества: Материалы Всероссийской научно-практической конференции, Ярославль, 03-04 апреля 2025 года. Ярославль: Канцлер, 2025. С. 392-404. EDN BMRQPW
8. Картавцев В. В., Космарский А.А. Общество взаимного оценивания: как устроены и что скрывают современные системы рейтингования // Социодиггер. 2021. № 7. С. 5-15. EDN ELFZOK
9. Рувинский Р. З., Рувинская Е. А., Комарова Т. Д. Общественное восприятие практик цифрового профилирования и социального рейтингования: ситуация в России и Китае // Социодинамика. 2021. № 12. С. 56-76. DOI 10.25136/2409-7144.2021.12.36824
10. Старых Н. В. Институт благотворительности: сравнительный анализ социокультурных моделей помогающего поведения и коммуникации // Коммуникология. 2016. Т. 4, № 2. С. 111-124. EDN UGQDXN
11. Жуков Д. С. Искусственный интеллект для общественно-государственного организма: будущее уже стартовало в Китае // Журнал политических исследований. 2020. Т. 4, № 2. С. 70-79. DOI 10.12737/2587-6295-2020-70-79
12. Шведова В. О. Цифровые идентификаторы личности как новый источник социальной дискриминации // Социальная интеграция и развитие этнокультур в евразийском пространстве. 2020. Т. 3, № 9. С. 239-244. EDN NHLZCO
13. Сайт отзывов о врачах № 1 в России // ПроДокторов: сайт. 01.04.2025. URL: <https://prodoctorov.ru/> (дата обращения: 01.10.2025).
14. Рейтинг продавца и магазина: что это, как формируется и почему влияет на продажи // Журнал "Что на счёт" от Яндекс Маркета: сайт. 01.04.2025. URL: <https://partner.market.yandex.ru/chtojournal/slovar/rejting-prodavtsa-magazina/#kak-rejting-vliyaet-na-prodazhi> (дата обращения: 30.10.2025).
15. Иванов В. И., Дзюрдзя О. А., Бурлаков В. В. Применение искусственного интеллекта и машинного обучения в автоматизации e-commerce: кейсы и возможности // Сегодня и завтра российской экономики. 2025. № 2. С. 27-49. EDN LOXOAI
16. Ильина И. Ю., Минасян Л. А. Современные подходы к определению кадрового потенциала IT-отрасли в условиях становления цифровой экономики // Вестник РГГУ. Серия: Экономика. Управление. Право. 2025. № 2. С. 23-38. DOI 10.28995/2073-6304-2025-2-23-38
17. Что такое рейтинг пользователя: как он считается и от чего зависит // Яндекс.Go: сайт. 05.12.2023. URL: <https://taxi.yandex.ru/blog/chto-takoe-rejting-polzovatelya> (дата обращения: 30.09.2025).
18. Новая эра в кредитном скоринге: как ИИ помогает оценивать заемщиков? Спросили экспертов и рассказали про опыт JetLend // JetLend: сайт. 05.04.2024. URL: <https://jetlend.ru/blog/novaya-era-v-kreditnom-skoringe-kak-ii-pomogaet-otsenivat-zaemshhikov-sprosili-ekspertov-i-rasskazali-pro-opyt-jetlend/> (дата обращения: 02.10.2025).
19. "Росгосстрах" обновил ИИ модели по ОСАГО // Росгосстрах: сайт. 10.06.2025. URL: <https://www.rgs.ru/about/news/rosgosstrakh-obnovil-ii-modeli-po-osago> (дата обращения: 02.10.2025).