

Вестник НГУЭУ. 2024. № 4. С. 114–123
Vestnik NSUEM. 2024. No. 4. P. 114–123

Научная статья

УДК 004.052

DOI: 10.34020/2073-6495-2024-4-114-123

РЕЙТИНГИ: РЕАЛИИ И ЗАБЛУЖДЕНИЯ

Давлетшина Лейсан Анваровна¹, Карманов Михаил Владимирович²

¹ *Государственный университет управления*

² *Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова*

¹ LA_Davletshina@guu.ru

² MV.Karmanov@rea.ru

Аннотация. Широкое распространение системы рейтингования в жизни практически каждого человека ставит вопрос о ценности их использования, объективность и всеобъемлемость рейтингов. В данной статье авторами проведено обобщение наиболее распространенных и общепринятых определений слова «рейтинг», предложено интегрированное определение термина. Представлена классификация понятия «рейтинг» по нескольким основаниям, систематизированы подходы (позиции), отражающие место и роль рейтингов в современном обществе. На основе полученных сведений описаны плюсы и минусы их использования.

Ключевые слова: рейтинг, статистическая оценка, ранжирование, системы весов, политические рейтинги

Для цитирования: Давлетшина Л.А., Карманов М.В. Рейтинги: реалии и заблуждения // Вестник НГУЭУ. 2024. № 4. С. 114–123. DOI: 10.34020/2073-6495-2024-4-114-123.

Original article

RATINGS: REALITIES AND MISCONCEPTIONS

Davletshina Leysan A.¹, Karmanov Mikhail V.²

¹ *State University of Management*

² *Plekhanov Russian University of Economics*

¹ LA_Davletshina@guu.ru

² MV.Karmanov@rea.ru

Abstract. The widespread use of the rating system in the life of almost every person raises the question of the value of their use, the objectivity and comprehensiveness of ratings. In this article, the authors summarized the most common and generally accepted definitions of the word “rating” and proposed an integrated definition of the term. The classification

© Давлетшина Л.А., Карманов М.В., 2024



Контент доступен под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License

of the concept of “rating” on several grounds is presented, approaches (positions) reflecting the place and role of ratings in modern society are systematized. Based on the information received, the pros and cons of using them are described.

Keywords: rating, statistical assessment, ranking, weight systems, political ratings

For citation: Davletshina L.A., Karmanov M.V. Ratings: realities and misconceptions. *Vestnik NSUEM*. 2024; (4): 114–123. (In Russ.). DOI: 10.34020/2073-6495-2024-4-114-123.

Введение

Двадцать первый век – век самых разнообразных статистических рейтингов, которые в большом количестве выносятся средствами массовой информации на суд не только специалистов, но и самых широких слоев гражданского общества [1].

Для подтверждения данной мысли можно привести множество различных и достаточно наглядных практических примеров. Так, в настоящее время Российская Федерация в мировом рейтинге (т.е. среди других стран) занимает [2]:

- 1-е место по территории, включая внутренние воды;
- 2-е место по объему производства нефти (включая газовый конденсат);
- 2-е место по объему производства природного газа;
- 3-е место по производству пшеницы;
- 4-е место по численности врачей на 100 000 человек населения;
- 6-е место по численности населения;
- 7-е место в общем числе публикаций в научных изданиях, индексируемых в Scopus.

Данный список можно было бы продолжить и дальше, так как в современном мире существует много других более или менее известных рейтингов стран земного шара.

При этом, на наш взгляд, главное заключается даже не в том, какие позиции занимает Россия в определенном перечне. Намного сложнее и интереснее попытаться понять, насколько конкретные цифры отражают реальное положение дел, а также в какой мере они позволяют либо приблизиться к истине, либо ввести в заблуждение потребителей информации подобного рода.

Основная часть

Для ответа на поставленные вопросы, прежде всего, необходимо разобраться с тем, что такое рейтинги вообще и как к ним относятся представители научного сообщества и практики.

Следует отметить, что на информационных ресурсах и в специальной литературе сложилось более или менее единообразное и достаточно устойчивое понимание рейтинга (рис. 1).

На наш взгляд, если попытаться вычленить общее из краткого и далеко не полного перечня приведенных выше различных точек зрения, то станет ясно, что в общественном сознании достаточно прочно осело мне-

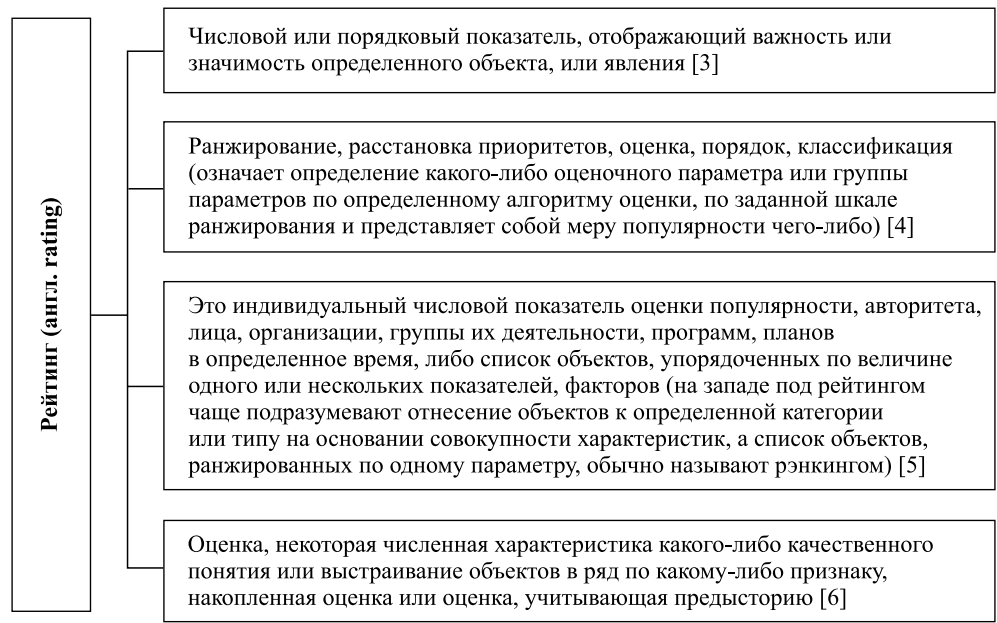


Рис. 1. Определения понятия «рейтинг»
Definitions of the concept of “rating”

ние, что рейтинг – это некая система ранжирования, расстановки приоритетов, определения занимаемого места самых различных объектов, субъектов, явлений, процессов и т.п., основанная на применении одного или нескольких показателей, факторов, критериев. Логика подобной системы строится на соблюдении нескольких принципов. Во-первых, любой рейтинг, в конечном счете, ориентирован на установление местонахождения чего-либо в заранее заданной системе координат. Во-вторых, в ходе этого процесса присвоение конкретного ранга увязывается со значением строго определенного показателя, который может носить различный характер (как единичный, так и множественный). И, наконец, в-третьих, рейтинг требует неуклонного соблюдения заданных ограничений, потому что их актуализация, совершенствование и т.д. неизбежно приводят к утрате сопоставимости результатов.

В строгом соответствии с указанными принципами все рейтинги можно классифицировать по нескольким основаниям, среди которых часто выделяющиеся представлены на рис. 2 [5, 7].

Подобное разнообразие видов рейтингов объективно порождает множество подходов (позиций), отражающих их место и роль в современном обществе. Среди них наиболее типичные варианты показаны на рис. 3.

Обозначенные выше воззрения явно свидетельствуют о том, что рейтинги не всегда и не всеми специалистами воспринимаются однозначно и позитивно. Тем более, вряд ли можно говорить о том, что любая система рейтинговой характеристики объектов, явлений и процессов считается абсолютно безупречной, обязательно объективной и во всех без исключения случаях приоткрывает завесу истины.

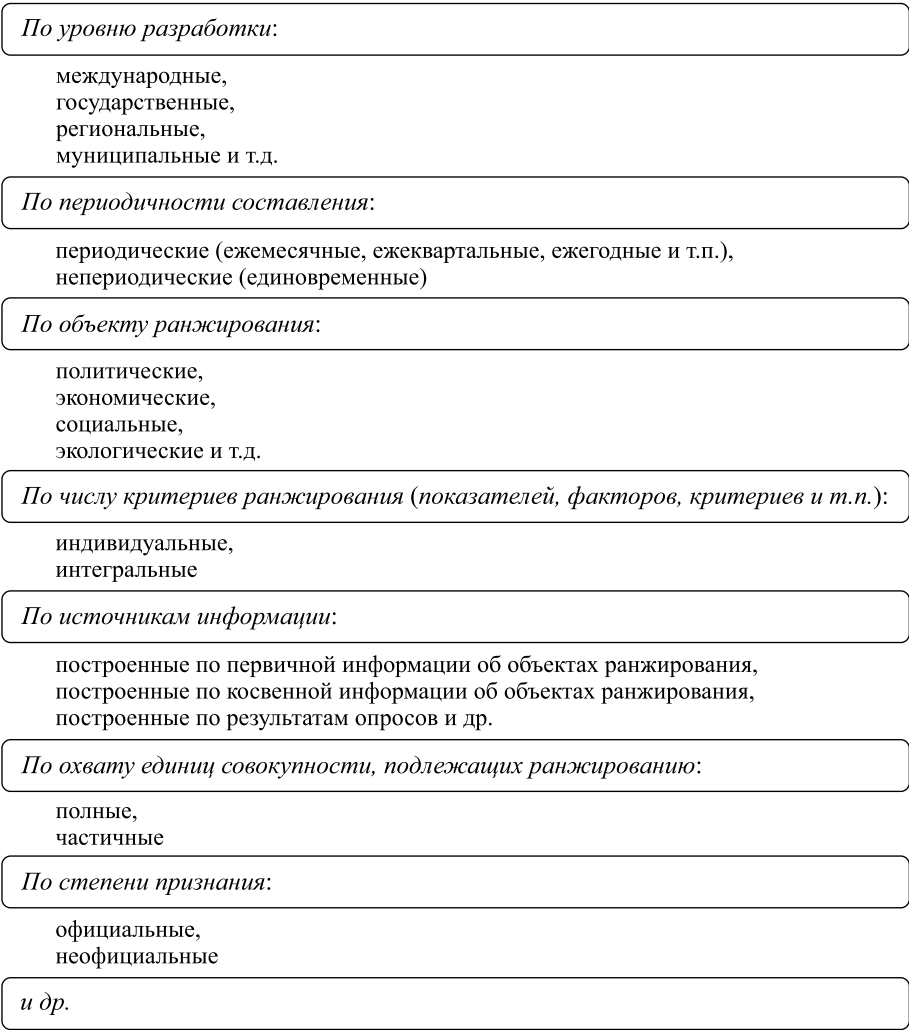


Рис. 2. Классификация рейтингов
Classification of ratings

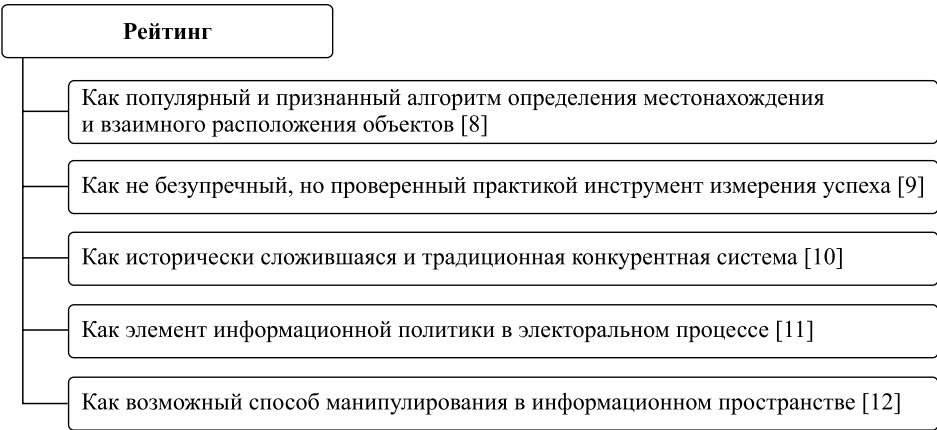


Рис. 3. Подходы (позиции), отражающие место и роль рейтингов
Approaches (positions) reflecting the place and role of ratings

Данные обстоятельства вынуждают признать, что статистические рейтинги, как, впрочем, и многие другие алгоритмы познания окружающей действительности, имеют свои плюсы и свои минусы, а поэтому их всесторонний анализ позволяет избежать ряд заблуждений и выйти на адекватную оценку ситуации.

Достоинства рейтингов

Если абстрагироваться от субъективных предпочтений и сфокусировать внимание на реальном содержании рейтингов, то вряд ли можно будет пройти мимо их достоинств.

Во-первых, рейтинги на современном этапе развития общества представляют собой довольно популярный и широко распространенный инструмент удовлетворения информационных потребностей самых обширных и разнообразных слоев населения. Они активно помогают реализовывать познавательную, иллюстративную и контрольно-управленческую функции статистики. На практике многочисленные статистические рейтинги, охватывающие различные сферы человеческой деятельности, позволяют людям познавать мир посредством осмысления предлагаемых итогов ранжирования, четко осознавать, кто лидер, а кто аутсайдер в рассматриваемой области, а также понимать, где находится страна, гражданином которой является конкретный человек. Кроме того, элементарное сопоставление результатов одного и того же рейтинга за несколько лет дает возможность наглядно проиллюстрировать изменение обстановки и сформулировать выводы о направлении трансформации рассматриваемых явлений или процессов. Ну и, конечно, особую статью здесь занимают потребности органов управления и контроля, которые на основании сведений тех или иных рейтингов, особенно касающихся происходящих изменений, принимают решения, направленные на оптимизацию параметров общественного воспроизводства.

Во-вторых, все статистические рейтинги носят целенаправленный характер. Они наглядно отражают ту ситуацию, которая сложилась в строго определенной сфере деятельности. Четко сфокусированная наглядность для потребителей информации подобного рода сводится к тому, что рейтинги акцентируют внимание на месте, занимаемом тем или иным объектом в их общем перечне. При этом занимаемое место обычно сопровождается расчетным значением индивидуального или интегрального показателя (суммарный балл, индекс и т.п.), который был взят за основу при проведении ранжирования. В результате любой человек, даже не обладающий большим багажом специальных знаний, способен самостоятельно найти, какое положение (место) занимает в общем списке, предположим, конкретная страна, какой ей соответствует показатель, а также насколько серьезно этот показатель уступает лидерам рейтинга.

В-третьих, многие статистические рейтинги имеют интегральный характер. То есть в качестве критерия, используемого для ранжирования объектов, привлекается несколько частных показателей. Чаще всего они определенным образом взвешиваются (с учетом собственной значимости)

и объединяются внутри одного интегрального индикатора. Такой подход позволяет решить множество практических проблем. С одной стороны, получать всестороннюю, многогранную характеристику объекта исследования. С другой стороны, преодолеть несопоставимость отдельных частных показателей, которые могут изменяться с разной скоростью и в разных направлениях. Их интеграция в едином сводном индикаторе предоставляет возможность легко и просто характеризовать определенные общественные явления и процессы одним числом. Это серьезно упрощает интерпретацию результатов статистических вычислений, делает их простыми и наглядными ступенями для познания особенностей состояния и развития окружающего мира.

Недостатки использования рейтингов

Вместе с тем, несмотря на все названные достоинства, не стоит идеализировать рейтинги как идеальный и всегда абсолютно объективный инструмент прикладного статистического анализа сложившейся обстановки. Рейтинги многогранны, а поэтому их особенности в зависимости от выбранной точки зрения (угла наблюдения) могут приобретать противоречивые черты и приводить к определенным заблуждениям, которые нуждаются в подробном рассмотрении.

Прежде всего, очень сложно, а фактически просто невозможно не заметить политизированный характер любых рейтингов, особенно когда последние используются для опровержения аргументов и дестабилизации позиций политических и идеологических оппонентов. В среде специалистов, занимающихся построением рейтинговых оценок, исторически бытует мнение, что тот, кто строит рейтинг, тот его и возглавляет или, по крайней мере, располагается гораздо ближе к его вершине, т.е. к лидерству. В этом есть известная доля правды, которая всегда накладывается на конкретную практическую ситуацию. Скажем, если рейтинг строится на основе опроса мнений экспертов, то не всегда возможно избежать субъективности оценок. Особенно ярко это просматривается на политическом небосклоне. Например, в последние годы сложилось устойчивое восприятие имиджа России как страны с авторитарным стилем правления, отсутствием демократии и тотальным стремлением к подрыву стабильности на международной арене. Зачастую это не соответствует действительности, но наша страна по указанным причинам продолжает находиться в арьергарде многих глобальных рейтингов. Одновременно требуется осознать, что если система рейтингования базируется на нескольких индикаторах, которые потом объединяются в один интегральный показатель, то очень большое значение имеют весовые характеристики (веса). Придав больший или меньший вес тому или иному частному показателю, можно получить заметно отличающиеся результаты. А процесс установления весовых соотношений, как бы этого не хотелось, всегда носит субъективный характер. В этой связи при рассмотрении любых рейтингов, построенных абсолютно в любой сфере деятельности, крайне важно уметь вычленять политические и идеологические составляющие, чье присутствие способно не только за-

метно, но и кардинально искажать истинное положение дел. Или, иными словами, далеко не любой рейтинг является руководством к действию, а нередко служит поводом к мучительным размышлениям, чтобы не принять цифровые плевелы за зерна реального бытия.

Интегральный характер многих статистических рейтингов по определению способен вуалировать ситуацию, потому что если быть лидером по индикатору, входящему в сводную обобщающую оценку с максимальным весовым коэффициентом, то можно несколько или даже очень заметно нивелировать отставание по другим направлениям анализа, которые представлены меньшими весами. Например, если условно предположить, что в некоем демографическом индикаторе положительный общий прирост населения, складывающийся из результатов естественного движения и миграции, имеет достаточно высокий или максимальный удельный вес (как итоговый показатель развития общества), то низкая рождаемость (которая вообще может быть ниже смертности) будет нивелирована этим обстоятельством или попросту скрыта в «недрах» сводной оценки сложившейся ситуации. Поэтому любой интегральный индикатор, применяемый для ранжирования тех или иных объектов, явлений, процессов, требует определенного образования и должного уровня статистической подготовки, чтобы потребитель информации был способен разобраться в реальной обстановке. К сожалению, практика последних лет убедительно доказывает, что статистическая грамотность широких слоев населения пока оставляет желать лучшего, а многие популярные рейтинги, публикуемые в средствах массовой информации, особенно рассчитываемые с использованием математических алгоритмов [13], часто воспринимаются гражданским обществом формально и без проникновения в сущность представляемых результатов. Это обстоятельство накладывает свои негативные отпечатки на процесс возникновения устойчивых заблуждений, касающихся истинных пропорций и соотношений между рассматриваемыми ранжируемыми объектами [14].

Свою толику научных и практических заблуждений в понимание объективной обстановки в любом рейтинге вносят как существование конкретных рангов (мест, занимаемых в сформированном перечне объектов), так и чисто математические пропорции, сложившиеся между индивидуальными и интегральными показателями, которые были использованы для построения той или иной классификации. Следует заметить, что подавляющая часть людей, не имеющих соответствующей статистической подготовки, прежде всего, обращает внимание на места, которые принадлежат определенным объектам, например, странам. Именно эта информация оседает на подсознательном уровне и затем транслируется ее обладателями в окружающий мир. Однако здесь стоит четко осознавать, что только место в любом рейтинге мало о чем говорит. Ведь серьезное отставание в местах от лидирующих позиций автоматически не подразумевает точно такого же отставания в уровне индикатора, используемого для ранжирования, что приводит к большим заблуждениям. Особенно это бывает в том случае, когда плотность ранжируемых объектов (близость друг к другу по тому или иному показателю) достаточно высока. Не менее лукавым является и пря-

мой переход от мест к значениям критериальных индикаторов, применяемых в процессе рейтингового оценивания. Вне зависимости от того, какой показатель для этого применен (индивидуальный или интегральный) превосходство одной страны над другой (скажем, в два раза) не гарантирует точно такого же (или близкого к нему) соотношения в местах, фактически занимаемых в рейтинге.

Заключение

В заключение важно еще раз подчеркнуть, что самые разнообразные рейтинги, построенные по статистическим материалам и получившие столь широкое распространение и тотальную популярность у широких слоев населения, представляют собой крайне прихотливый инструмент, который в зависимости от того, в чьих руках он оказался, легко превращается из наглядного пособия по оценке сложившейся ситуации в транслятор популизма, подтверждаемого вроде как обоснованным распределением мест между участниками некоего общественного соревнования.

Список источников

1. Рыбинец А.Г. Мировой опыт методологии построения рейтингов. Учебное пособие. М.: ООО «Сам Полиграфист», 2019. 224 с.
2. Краткая визуализированная версия сборника «Россия и страны мира. 2023». [Электронный ресурс]. URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Russia_strani_mira_2023_short_final.pdf (дата обращения: 03.07.2024).
3. Карта слов и выражений русского языка. [Электронный ресурс]. URL: <https://kartaslov.ru/%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5-%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0/%D1%80%D0%B5%D0%B9%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3> (дата обращения: 03.07.2024).
4. Записки маркетолога – сайт маркетинг-директора. [Электронный ресурс]. URL: https://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_r/rating/ (дата обращения: 03.07.2024).
5. Готовац С., Денисова М., Бобров А. Технологии рейтингов. [Электронный ресурс]. URL: <http://md-consulting.ru/articles/html/article19.html> (дата обращения: 19.02.2020).
6. Камалеева А.Р., Маряшина И.В. Что такое «рейтинг» и как построить рейтинговую систему оценок? // Актуальные проблемы инновационного педагогического образования. 2017. № 1. С. 22–28.
7. Самойлова Я.В. Рейтинговые агентства: зарубежный и российский опыт // Ученые записки Международного банковского института. 2016. № 16. С. 80–89.
8. Аристова Е.М. Определение рейтинга объектов // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Системный анализ и информационные технологии. 2014. № 2. С. 51–56.
9. Юрасова М.В. Рейтинг как инструмент измерения успеха: «за» и «против» // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2017. Т. 23, № 2. С. 137–164.
10. Гибадуллин А.А. Система конкурентных рейтингов // European Research. 2016. № 11. С. 46–47.
11. Попова О.В. Рейтинги как элемент информационной политики в электоральном процессе // Политическая наука. 2012. № 1. С. 81–93.

12. Алексеев М.А., Глинский В.В., Анохин Н.В. О манипулировании в информационном пространстве // Вестник НГУЭУ. 2017. № 4. С. 10–21.
13. Орлов А.И. Математические методы теории классификации // Политематический сетевой электронный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2014. № 95. С. 23–45.
14. Шишкин Д., Иванова А. Основные методологии построения рейтинговых оценок // Моделирование и анализ безопасности и риска в сложных системах: труды Международной научной школы МАБР. 2015. С. 281–286.

References

1. Rybincev A.G. Mirovoj opyt metodologii postroeniya rejtingov [World experience in the methodology of building ratings]. Uchebnoe posobie. Moscow: ООО «Sam Poligrafist», 2019. 224 p.
2. Kratkaya vizualizirovannaya versiya sbornika «Rossiya i strany mira. 2023» [A brief visualized version of the collection “Russia and the countries of the world. 2023”]. [Electronic resource]. Available at: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Russia_strani_mira_2023_short_final.pdf (accessed: 03.07.2024).
3. Karta slov i vyrazhenij russkogo yazyka [A map of the words and expressions of the Russian language]. [Electronic resource]. Available at: <https://kartaslov.ru/%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5-%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0/%D1%80%D0%B5%D0%B9%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3> (accessed: 03.07.2024).
4. Zapiski marketologa – sajt marketing-direktora [Notes of a marketer-a website of the marketing director]. [Electronic resource]. Available at: https://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_r/rating/ (accessed: 03.07.2024).
5. Gotovac S., Denisova M., Bobrov A. Tekhnologii rejtingov [Technologies of ratings]. [Electronic resource]. Available at: <http://md-consulting.ru/articles/html/article19.html> (accessed: 19.02.2020).
6. Kamaleeva A.R., Maryashina I.V. CHto takoe «rejting» i kak postroit’ rejtingovuyu sistemu ocenok? [What is a “rating” and how to build a rating system of assessments?], *Aktual’nye problemy innovacionnogo pedagogicheskogo obrazovaniya* [Actual problems of innovative pedagogical education], 2017, no. 1, pp. 22–28.
7. Samojlova Ya.V. Rejtingovye agentstva: zarubezhnyj i rossijskij opyt [Rating agencies: foreign and Russian experience], *Uchenye zapiski Mezhdunarodnogo bankovskogo instituta* [Scientific notes of the International Banking Institute], 2016, no. 16, pp. 80–89.
8. Aristova E.M. Opredelenie rejtinga ob’ektov [Determination of the rating of objects], *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Sistemnyj analiz i informacionnye tekhnologii* [Bulletin of Voronezh State University. Series: System analysis and information technology], 2014, no. 2, pp. 51–56.
9. Yurasova M.V. Rejting kak instrument izmereniya uspekha: «za» i «protiv» [Rating as a tool for measuring success: “For” and “Against”], *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 18. Sociologiya i politologiya* [Bulletin of Moscow University. Series 18. Sociology and political science], 2017, vol. 23, no. 2, pp. 137–164.
10. Gibadullin A.A. Sistema konkurentnyh rejtingov [Competitive ratings system], *European Research* [European Research], 2016, no. 11, pp. 46–47.
11. Popova O.V. Rejtingi kak element informacionnoj politiki v elektoral’nom processe [Ratings as an element of information policy in the electoral process], *Politicheskaya nauka* [Political Science], 2012, no. 1, pp. 81–93.
12. Alekseev M.A., Glinskij V.V., Anohin N.V. O manipulirovanii v informacionnom prostranstve [About manipulating in the information space], *Vestnik NSUEU* [Vestnik NSUEU], 2017, no. 4, pp. 10–21.

13. Orlov A.I. Matematicheskie metody teorii klassifikacii [Mathematical methods of classification theory], *Politematicheskij setevoy elektronnyj zhurnal Kubanskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta* [Politematic Network Electronic Journal of the Kuban State Agrarian University], 2014, no. 95, pp. 23–45.
14. Shishkin D., Ivanova A. Osnovnye metodologii postroeniya rejtingovyh ocenok [The main methodologies of building rating assessments], *Modelirovanie i analiz bezopasnosti i riska v slozhnyh sistemah: trudy Mezhdunarodnoj nauchnoj shkoly MABR*. 2015. P. 281–286.

Сведения об авторах:

Л.А. Давлетшина – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры статистики, Государственный университет управления, Москва, Российская Федерация.

М.В. Карманов – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры статистики, Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Москва, Российская Федерация.

Information about the authors:

L.A. Davletshina – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Statistics, State University of Management, Moscow, Russian Federation.

M.V. Karmanov – Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of the Department of Statistics, Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russian Federation.

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article. The authors declare no conflicts of interest.

<i>Статья поступила в редакцию</i>	<i>10.07.2024</i>	<i>The article was submitted</i>	<i>10.07.2024</i>
<i>Одобрена после рецензирования</i>	<i>20.09.2024</i>	<i>Approved after reviewing</i>	<i>20.09.2024</i>
<i>Принята к публикации</i>	<i>28.09.2024</i>	<i>Accepted for publication</i>	<i>28.09.2024</i>