



оригинальная статья

eLibrary EDN: JFWKHZ

## Социальный рейтинг в такси-сервисах: механизмы, эффекты и культурная адаптация систем оценки

Соколов Александр Владимирович

Ярославский государственный университет имени П. Г. Демидова,  
Россия, Ярославль

eLibrary Author SPIN: 9573-5606

<https://orcid.org/0000-0002-7325-8374>

[alex8119@mail.ru](mailto:alex8119@mail.ru)

Бабаджаниян Папик Артурович

Ярославский государственный университет имени П. Г. Демидова,  
Россия, Ярославль

eLibrary Author SPIN: 5993-5096

<https://orcid.org/0000-0003-2828-5581>

**Аннотация:** Статья посвящена комплексному анализу систем социального рейтинга в такси-сервисах как социотехнического феномена, который трансформирует природу социальных взаимодействий в цифровую эпоху. На основе междисциплинарного подхода, интегрирующего концепции платформенной экономики, алгоритмического управления и цифрового доверия, раскрываются механизмы функционирования рейтинговых систем и их адаптация к локальным культурным контекстам. Цель статьи – выявить структурные особенности, социальные последствия и культурную специфику алгоритмических рейтинговых систем на примере такси-сервисов. Эмпирическая база исследования – сравнительный анализ семи ключевых платформ такси-сервисов (Яндекс Go, Citymobil, Maxim, Uber, Bolt, DiDi, Gett), анализ их документов и 32 глубинных интервью с экспертами. Установлено, что алгоритмические рейтинги выступают не только инструментом оценки, но и механизмом социального контроля, формирующим новые модели поведения. Выявлена парадоксальная двойственность глобальных систем: при универсальной технологической основе они проявляют значительную культурную пластичность, воспроизводя региональные нормы взаимодействия. Особое внимание уделено социальным эффектам рейтингов – от трансформации трудовых отношений до воспроизводства цифрового неравенства. Исследование вносит вклад в понимание алгоритмического управления социальными процессами, предлагая концептуальные рамки для анализа баланса между эффективностью платформенных решений и защитой прав пользователей. Выявлено, что рейтинговые алгоритмы такси-сервисов представляют собой не просто инструменты контроля качества, а сложные социотехнические системы, которые воспроизводят и трансформируют культурные нормы. Их развитие будет зависеть от того, насколько удастся совместить технологическую эффективность с учетом культурного разнообразия. При этом сами платформы, вероятно, будут играть все более активную роль в формировании новых моделей социального взаимодействия, выходящих далеко за рамки сферы услуг.

**Ключевые слова:** социальный рейтинг, цифровизация, такси-сервисы, оценка, алгоритмическое управление, коммуникация, социальное поведение

**Цитирование:** Соколов А. В., Бабаджаниян П. А. Социальный рейтинг в такси-сервисах: механизмы, эффекты и культурная адаптация систем оценки. *Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки.* 2026. Т. 11. № 1. С. 28–38. <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2026-11-1-28-38>

Поступила в редакцию 07.08.2025. Принята после рецензирования 16.09.2025. Принята в печать 16.09.2025.

original article

## Social Rating in Taxi Services: Mechanisms, Effects, and Cultural Adaptation of Rating Systems

Alexander V. Sokolov

Yaroslavl State University, Russia, Yaroslavl

eLibrary Author SPIN: 9573-5606

<https://orcid.org/0000-0002-7325-8374>

[alex8119@mail.ru](mailto:alex8119@mail.ru)

Papik A. Babadzhanyan

Yaroslavl State University, Russia, Yaroslavl

eLibrary Author SPIN: 5993-5096

<https://orcid.org/0000-0003-2828-5581>

**Abstract:** In taxi services, social rating is a sociotechnical phenomenon that transforms the nature of social interactions in the digital environment. The authors integrated the concepts of platform economics, algorithmic management, and digital trust to reveal the mechanisms of rating systems and their adaptation to local cultural contexts. The article describes the structural features, social consequences and cultural specifics of algorithmic rating systems using taxi services as an example. The comparative analysis involved seven major taxi service platforms (Yandex Go, Citymobil, Maxim, Uber, Bolt, DiDi, Gett), their document analysis, and 32 in-depth interviews with experts. The algorithmic ratings are more than a service assessment tool: they are a mechanism of social control that shapes new behavior patterns. They possess a certain paradoxical duality: sharing a universal technological basis, they nevertheless exhibit significant cultural plasticity, reproducing regional norms of social interaction. The social effects of taxi service ratings range from the transformation of labor relations to the reproduction of digital inequality. While improving the algorithmic management of social processes, the study offers a conceptual framework for analyzing the balance between the effectiveness of platform solutions and the protection of user's rights. Apart from being quality control tools, the rating algorithms of taxi services are complex socio-technical systems that reproduce and transform cultural norms. Their development will depend on how well technological efficiency can be combined with cultural diversity. The platforms are likely to shape the new models of social interaction that go far beyond the service sector.

**Keywords:** social rating, digitalization, taxi services, assessment, algorithmic management, communication, social behavior

**Citation:** Sokolov A. V., Babadzhanyan P. A. Social Rating in Taxi Services: Mechanisms, Effects, and Cultural Adaptation of Rating Systems. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2026, 11(1): 28–38. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2026-11-1-28-38>

Received 7 Aug 2025. Accepted after review 16 Sep 2025. Accepted for publication 16 Sep 2025.

### Введение

В условиях стремительной цифровой трансформации современного общества системы рейтинговой оценки пользователей приобретают особую значимость как новый механизм социального регулирования. Эти системы, возникшие на стыке технологических инноваций и социальных практик, представляют собой сложные социотехнические конструкции, которые коренным образом меняют традиционные модели взаимодействия участников рыночных отношений. Особенно показательным примером такой трансформации выступает сфера услуг такси, где рейтинговые механизмы достигли значительного развития и дифференциации, отражая как универсальные тенденции цифровизации, так и специфические культурные особенности различных регионов [1].

Феномен социального рейтинга в такси-сервисах требует комплексного научного осмысления, т. к. он воплощает в себе ключевые изменения, которые происходят в природе социальных отношений в цифровую эпоху [2]. Традиционные механизмы оценки качества услуг, основанные на личном опыте и устных рекомендациях, уступают место сложным многоуровневым системам взаимного контроля, где каждый участник платформы одновременно выступает и в роли оценивающего, и в роли оцениваемого субъекта. Эта двойственность создает уникальную экосистему цифрового доверия, функционирующую по особым алгоритмическим правилам, которые все чаще определяют характер и качество социальных взаимодействий [3].

Актуальность настоящего исследования обусловлена целым рядом значимых факторов. Прежде всего, масштабы распространения рейтинговых систем в такси-индустрии достигли глобального уровня, что делает их важнейшим объектом изучения для современной цифровой социологии и экономики платформ. Во-вторых, эти системы оказывают глубокое влияние на повседневные практики миллионов людей по всему миру, формируя новые стандарты социального поведения и меняя традиционные представления о доверии и ответственности в условиях анонимных рыночных взаимодействий [4]. В-третьих, тщательный анализ подобных механизмов позволяет лучше понять фундаментальные закономерности развития цифрового общества в целом, где алгоритмическое управление постепенно становится доминирующим принципом социальной организации [5].

Рейтинговые оценки в такси-сервисах представляют собой своеобразную систему цифрового общества, где наиболее четко прослеживаются как положительные эффекты алгоритмического управления (повышение прозрачности, снижение транзакционных издержек), так и его потенциальные риски (дискриминация, усиление социального контроля) [6]. При этом, в отличие от других сфер платформенной экономики, рейтинговые системы в такси-сервисах характеризуются высокой степенью взаимности – они в равной мере применяются и к поставщикам услуг (водителям), и к их потребителям (пассажирам), создавая уникальную систему сдержек и противовесов [7].

Важно отметить, что изучение данного феномена приобретает особую актуальность в контексте растущей дискуссии о цифровых правах граждан и границах приемлемого контроля в цифровую эпоху [8]. Системы социального рейтинга, с одной стороны, способствуют повышению качества услуг и безопасности взаимодействий, а с другой – вызывают обоснованные опасения относительно возможных злоупотреблений и нарушения приватности. Это делает их исследование не только академически значимым, но и имеющим важное практическое значение для разработки сбалансированных подходов к регулированию цифровых платформ. Таким образом, цель статьи – выявить структурные особенности, социальные последствия и культурную специфику алгоритмических рейтинговых систем на примере такси-сервисов.

Анализ феномена социального рейтинга в такси-сервисах требует многоуровневого теоретического осмысления, интегрирующего достижения различных социальных наук. Существенный вклад

в понимание рейтингования как явления вносит теория социального доверия, которая помогает объяснить, как цифровые рейтинги трансформируют традиционные механизмы формирования доверия в анонимных взаимодействиях. В условиях платформенной экономики рейтинговые системы становятся своеобразными *посредниками доверия*, снижающими транзакционные издержки между незнакомыми участниками рынка [9].

Важное теоретическое значение имеет концепция цифрового патернализма, которая рассматривает рейтинговые системы как форму мягкого принуждения, направленного на формирование желаемого поведения [10]. В контексте такси-сервисов это проявляется в том, что система оценок не просто фиксирует поведение пользователей, но активно формирует определенные поведенческие паттерны через механизмы позитивного и негативного подкрепления. Этот подход позволяет понять нормативную составляющую рейтинговых систем, которые выступают не только как инструменты оценки, но и как средства социального контроля.

С позиций экономической социологии рейтинговые системы можно рассматривать через призму теории сигналов [11]. В данном случае цифровой рейтинг выполняет функцию сигнала о надежности и предсказуемости пользователя, снижая информационную асимметрию между участниками взаимодействия [12]. Особенность такси-сервисов заключается в том, что здесь система сигналов работает в обоих направлениях – и для водителей, и для пассажиров, создавая уникальную экосистему взаимного доверия.

Значительный теоретический потенциал для анализа рейтинговых систем представляет концепция алгоритмической власти, которая акцентирует внимание на трансформации властных отношений в условиях цифровизации [13]. В такси-сервисах алгоритмы оценки становятся инструментом осуществления власти, определяющим правила поведения и доступа к ресурсам. При этом власть алгоритмов носит диффузный характер, т. к. формально все участники платформы подчиняются единым правилам, хотя фактически эти правила могут по-разному влиять на различные социальные группы [14].

Теория социального обмена предлагает дополнительную перспективу для понимания рейтинговых систем как механизмов регулирования взаимодействий, основанных на принципах взаимности и справедливости [15]. В контексте такси-сервисов высокий рейтинг становится своеобразной «валютой» [16] социального обмена, обеспечивающей доступ к лучшим условиям взаимодействия.

Этот подход помогает объяснить, почему пользователи стремятся поддерживать высокий рейтинг, даже когда непосредственные санкции за его снижение минимальны. Особенно ярко это проявляется в такси-сервисах, где каждый день происходят миллионы контактов между совершенно незнакомыми людьми [17]. С этой точки зрения оценка поездки становится незначительной, встроенной в более широкий комплекс цифровых практик современного человека. Такой подход позволяет понять, как формальные правила рейтинговых систем трансформируются в реальные повседневные действия пользователей.

Важным аспектом в изучении социального рейтинга стала теория цифрового следа, которая дополняет понимание рейтинговых систем, акцентируя внимание на долговременном характере цифровых оценок. В отличие от единичных впечатлений от личного контакта, цифровые рейтинги сохраняются во времени, формируя устойчивую репутацию пользователя [18]. В контексте такси-сервисов это создает эффект *цифровой памяти*, когда каждое действие пользователя может потенциально влиять на его будущие взаимодействия. При этом теория социальных сетей помогает понять, как рейтинговые системы трансформируют характер связей между участниками платформы. В традиционных такси-сервисах взаимодействия носили разовый и обособленный характер, тогда как в цифровых платформах каждое взаимодействие оставляет след в виде оценки [19]. Это приводит к формированию новых форм социального капитала, основанного не на личных знакомствах, а на цифровых показателях.

Концепция цифрового труда предлагает критическую перспективу на рейтинговые системы, рассматривая процесс оценки как форму неоплачиваемого труда пользователей. В такси-сервисах оценка поездки становится элементом взаимодействия, что можно рассматривать как извлечение дополнительной ценности из пользователей. Этот аспект особенно важен для понимания экономических основ функционирования рейтинговых систем [20]. Поэтому рейтинги выступают как важный элемент инфраструктуры платформенной экономики, который обеспечивает управление децентрализованными сетями поставщиков и потребителей услуг. В такси-сервисах рейтинговая система становится ключевым механизмом координации между независимыми водителями и пассажирами. В то же время концепция цифрового неравенства предлагает важную

критическую перспективу, обращая внимание на то, что рейтинговые системы могут воспроизводить и усиливать существующие социальные неравенства [21]. Например, определенные социальные группы могут изначально находиться в менее выгодном положении с точки зрения возможности поддержания высокого рейтинга. В такси-сервисах это может проявляться в дискриминации определенных категорий пользователей.

Теория рационального выбора помогает объяснить стратегии поведения пользователей в условиях рейтинговых систем. С этой точки зрения пользователи взвешивают затраты и выгоды от определенных действий, выбирая те стратегии, которые позволяют максимизировать их рейтинг. В такси-сервисах это приводит к формированию специфических моделей рационального поведения, которое ориентировано на получение высоких оценок. Алгоритмы оценки, первоначально призванные просто улучшить качество сервиса, со временем начинают трансформировать сами основы социального взаимодействия между водителями и пассажирами [22].

Таким образом, системы социального рейтинга в такси-сервисах представляют собой сложный социотехнический феномен, интегрирующий элементы экономического обмена, социального контроля и цифрового управления. Различные теоретические перспективы сходятся в понимании рейтингов как трансформационного механизма, который переопределяет природу доверия и взаимодействия в платформенной экономике. В итоге эти системы формируют принципиально новую логику социальных отношений, где алгоритмическая оценка становится ключевым медиатором между участниками взаимодействия. При этом они создают парадоксальную ситуацию: с одной стороны, повышают прозрачность и предсказуемость сервиса, с другой – порождают новые формы цифрового неравенства и зависимости от платформенных алгоритмов.

## Методы и материалы

Методика исследования<sup>1</sup> базируется на комплексном подходе, который интегрирует анализ документов такси-сервисов и экспертные мнения о самом феномене социального рейтингования. Это позволило обеспечить многоуровневый анализ рейтинговых систем, учитывающий как формальные алгоритмические параметры, так и их реальное воздействие на социальные практики взаимодействия участников платформенной экономики.

<sup>1</sup> В статье акцент сделан именно на алгоритмах составления рейтингов, а не популярности такси-сервисов среди граждан в разных городах России.

Был проведен анализ документов ведущих такси-сервисов, включая пользовательские соглашения, правила оценки, политики блокировки аккаунтов и методические рекомендации для водителей. Особое внимание уделялось выявлению не только декларируемых принципов работы рейтинговых систем, но и латентных механизмов, определяющих их фактическое функционирование. Например, изучение материалов поддержки Яндекс Go и Uber позволило установить, что, несмотря на формальное использование пятибалльной шкалы, реальные последствия для водителей наступают уже при рейтинге < 4,0 в Яндекс Go или < 3,5 в Uber. Указанное свидетельствует о наличии неясных пороговых значений.

Для выявления скрытых аспектов функционирования рейтинговых механизмов было проведено 32 полуструктурированных интервью с экспертами из разных регионов России (Москва, Санкт-Петербург, Костромская, Волгоградская, Ярославская области, Алтайский и Краснодарский край). Среди экспертов были специалисты по разработке цифровых и рейтинговых сервисов, представители органов государственной власти, ведущие исследователи по вопросам социального управления и контроля. Ключевыми вопросами, анализ которых был включен в данную статью, выступили:

- регулирование социальных рейтингов;
- критерии (показатели) социальных рейтингов;
- практики применения социальных рейтингов;
- механизмы обратной связи в системах социального рейтинга;
- роль социальных рейтингов в поведении граждан.

Результаты экспертных интервью позволили объяснить причины и вероятные последствия введения социальных рейтингов в сферу бизнеса на примере такси-сервисов. Среди ключевых причин были выделены необходимость повышения доверия между клиентами и водителями, а также стремление компаний стимулировать более ответственное поведение обеих сторон сервиса. Прогнозируемые последствия включают как позитивные эффекты (рост качества обслуживания и общей безопасности), так и риски, связанные с дискриминацией пользователей и излишней зависимостью человека от цифровой репутации.

Центральное место в исследовании занял сравнительный анализ рейтинговых систем на трех уровнях:

I. Региональный: сопоставление моделей оценки в разных странах (например, DiDi в Китае и Bolt в Эстонии), что позволило выявить культурную адаптацию алгоритмов. В частности, в DiDi акцент

делается на пунктуальность и соблюдение правил, тогда как в Bolt выше ценятся вежливость и готовность помочь.

II. Платформенный: сравнение подходов Uber, Citymobil и Maxim к расчету рейтинга. Обнаружено, что Uber учитывает последние 500 поездок, но с акцентом на последние 50–100, тогда как Maxim фокусируется только на 50 последних оценках, что делает его систему более чувствительной к краткосрочным изменениям.

III. Параметрический: изучение конкретных характеристик, таких как период учета оценок (от 50 поездок в Gett до 150 в Яндекс Go) или критерии блокировки (например, агрессия в DiDi против рейтинга < 3,5 в Uber).

В статье детально рассмотрены следующие ключевые кейсы, которые отражают региональные и платформенные особенности систем социального рейтинга: Яндекс Go, Citymobil, Maxim (Россия); Uber (США); Bolt (Эстония); DiDi (Китай); Gett (Израиль).

## Результаты

По результатам проведенного анализа (таблицы 1, 2) выявлены существенные различия в функционировании рейтинговых систем такси-сервисов, обусловленные спецификой платформенных решений. Глубинное исследование механизмов оценки позволило установить, что данные системы представляют собой сложные социотехнические конструкции, в которых алгоритмические принципы тесно переплетаются с культурными нормами и социальными практиками. Российские платформы демонстрируют ярко выраженную ориентацию на формально-рациональные критерии оценки. Особенностью российских систем является их строгая алгоритмизированность, где поведенческие паттерны участников жестко регламентируются количественными показателями. Водители и пассажиры вынуждены адаптироваться к этой системе, вырабатывая стратегии поведения, направленные на формальное соответствие установленным критериям.

Западные сервисы (исходя из регламента такси-сервисов), напротив, развивают модель, в которой приоритет отдается качественным аспектам межличностного взаимодействия. Алгоритмы оценки в этих системах настроены на фиксацию и поощрение проявлений эмоционального интеллекта и коммуникативной компетентности. Интересно, что различия в алгоритмах оценки приводят к формированию принципиально разных моделей взаимодействия между водителями и пассажирами. В западных сервисах высокий рейтинг требует от водителя навыков эмоционального интеллекта, тогда как

в других регионах достаточно безупречного соблюдения регламента. Это создает различное давление на участников системы: если в одних культурах ценится спонтанная доброжелательность, то в других – безукоризненное следование инструкциям. Такая вариативность ставит вопрос о том, насколько универсальными могут быть стандарты цифровых сервисов в различных странах.

Более того, опрашиваемые нами эксперты отметили, что рейтинговые системы постепенно становятся инструментом социальной инженерии, формируя новые поведенческие нормы. Например, жесткие требования азиатских сервисов к безопасности способствуют подавлению любых форм конфликтности, что соответствует общей тенденции к поддержанию гармонии в обществе. В то же время западные

платформы, поощряя дружелюбие, могут косвенно способствовать размыванию формальных границ между клиентом и исполнителем.

Особого внимания заслуживает роль рейтинговых систем в формировании профессиональной идентичности водителей. По мнению экспертов, принявших участие в интервью, когда алгоритмы определяют допустимые модели поведения, цифровая репутация становится ключевым фактором экономического выживания. Это создает новый тип трудовых отношений, где не работодатель, а абстрактная система оценок диктует правила. Примечательно, что каждый водитель адаптируется к этим требованиям индивидуально: где-то учатся искусственно демонстрировать дружелюбие, а где-то – доводить до автоматизма соблюдение технических стандартов.

**Табл. 1. Сравнительная таблица оценки пассажиров в такси-сервисах**  
**Tab. 1. Passenger ratings across taxi services**

Сервис	Оценка			Период учета	Как считается	Блокировка
	5	4	1–3			
	Критерии оценки					
Яндекс Go	Точно указал место; вышел за 1–2 минуты; вежливый; чистый салон	Небольшая задержка (2–3 минуты); нейтральное общение	Опоздание более чем на 5 минут; грубость; отмена после подачи; курение	Последние 150 поездок (но есть различия от страны к стране)	Новые оценки важнее старых	При агрессии / порче имущества
Citymobil	Вовремя вышел; вежливый, соблюдает чистоту	Допустимы небольшие задержки (до 3 минут)	Опоздание более чем на 5 минут; неадекватное поведение	Последние 100 поездок (акцент на последних 30)	Акцент на последние 30 поездок	При рейтинге < 3,5
Maxim	Быстро вышел; вежливый; не курит	Минимальные замечания (например, шум в салоне)	Грубость; мусор в салоне; курение	Последние 50 поездок	Новые оценки важнее	При вандализме
Uber	Идеальное поведение; вежливость; точность локации	Минимальные замечания (например, медленная посадка)	Курение; агрессия; частые отмены; грязный салон	Последние 500 поездок (акцент на последних 50–100)	Скользящее среднее	При рейтинге < 3,5
Bolt	Быстрая посадка; вежливость; готовность помочь	Незначительные задержки (3–4 минуты)	Задержка более чем на 5 минут; грубость; отказ от поездки	Последние 100 поездок (акцент на последних 30)	Новые оценки влияют сильнее	При вандализме
DiDi	Пунктуальность; вежливость; соблюдение правил	Мелкие недочеты (например, забыл закрыть дверь)	Грубость; порча имущества; отмена поездки	Последние 50 поездок	Новые оценки важнее	При агрессии
Gett	Точно указал адрес; вежливый; не создавал проблем	Легкие неудобства (например, звонок для уточнения адреса)	Опоздание; конфликты; мусор в салоне	Последние 50–100 поездок	Старые оценки теряют вес	При рейтинге < 4,0

Табл. 2. Сравнительная таблица критериев оценок водителей в такси-сервисах  
 Tab. 2. Criteria for evaluating drivers across taxi services

Сервис	Оценка				
	5 (идеально)	4 (хорошо)	3 (удовлетворительно)	2 (плохо)	1 (очень плохо)
Критерии оценки					
Яндекс Go	<ul style="list-style-type: none"> <li>чистый автомобиль;</li> <li>вежливость;</li> <li>точность маршрута;</li> <li>пунктуальность</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>небольшое опоздание (2–3 минуты);</li> <li>минимальный мусор в салоне</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>опоздание (5–7 минут);</li> <li>нейтральное общение;</li> <li>легкий беспорядок</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>грубость;</li> <li>сигаретный запах;</li> <li>навязчивость</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>опасное вождение;</li> <li>алкогольное опьянение;</li> <li>отказ от поездки</li> </ul>
Uber	<ul style="list-style-type: none"> <li>идеальная чистота;</li> <li>вежливое общение;</li> <li>точность GPS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>небольшое отклонение от маршрута;</li> <li>вежливые вопросы</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>нейтральное поведение;</li> <li>средняя чистота</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>разговор по телефону;</li> <li>громкая музыка</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>расизм / сексизм;</li> <li>умышленный длинный маршрут</li> </ul>
Bolt	<ul style="list-style-type: none"> <li>комфортная температура;</li> <li>приятное общение;</li> <li>аккуратное вождение</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>минимальные замечания;</li> <li>средняя пунктуальность</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>нейтральное отношение;</li> <li>легкий беспорядок</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>резкое торможение;</li> <li>навязчивые разговоры</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>оскорбления;</li> <li>обман с оплатой</li> </ul>
DiDi	<ul style="list-style-type: none"> <li>безупречный сервис;</li> <li>бутилированная вода;</li> <li>идеальный маршрут</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>хорошие условия;</li> <li>вежливые вопросы</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>стандартный сервис;</li> <li>нейтральность</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>неопрятность;</li> <li>раздражение</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>мошенничество;</li> <li>опасное поведение</li> </ul>
Gett	<ul style="list-style-type: none"> <li>премиум-условия;</li> <li>профессионализм;</li> <li>идеальная чистота</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>хороший сервис;</li> <li>минимум замечаний</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>удовлетворительные условия;</li> <li>базовый сервис</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>неприятный запах;</li> <li>грубость</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>отказ от поездки;</li> <li>хамство</li> </ul>

Особого внимания заслуживает трансформационная роль рейтинговых систем, которые не просто фиксируют существующие модели поведения, но активно формируют новые стандарты взаимодействия. Алгоритмы оценки становятся инструментом мягкого социального контроля, постепенно изменяющего глубинные паттерны коммуникации между участниками платформенной экономики. Полученные результаты подчеркивают необходимость дальнейшего изучения долгосрочных эффектов алгоритмического управления социальными процессами. Особую актуальность приобретает исследование влияния рейтинговых систем на социальную стратификацию и трансформацию традиционных моделей трудовых отношений в условиях цифровой экономики.

Перспективы развития рейтинговых систем связаны с их дальнейшей персонализацией и возможным

внедрением ИИ-анализа поведения. Однако это неизбежно породит новые этические вопросы, особенно в части дискриминации пользователей с низкими рейтингами. Уже сейчас заметно, что алгоритмы создают цифровые классы, где высоко-рейтинговые пользователи получают привилегии, а остальные оказываются в невыгодном положении. В будущем это может привести к усилению социального неравенства, опосредованного технологическими системами.

Таким образом, рейтинговые алгоритмы такси-сервисов представляют собой не просто инструменты контроля качества, а сложные социотехнические системы, которые воспроизводят и трансформируют культурные нормы. Их развитие будет зависеть от того, насколько удастся совместить технологическую эффективность с учетом культурного разнообразия. При этом сами платформы, вероятно, будут

играть все более активную роль в формировании новых моделей социального взаимодействия, выходящих далеко за рамки сферы услуг.

## Заключение

Системы социального рейтинга в такси-сервисах представляют собой не просто технический инструмент оценки, а сложный социокультурный феномен, требующий междисциплинарного осмысления. Уже сейчас доступ к качественным услугам в такси-сервисах опосредован цифровым рейтингом, что создает потенциальные барьеры для определенных групп пользователей. Например, водители с низким рейтингом могут сталкиваться с ограниченным доступом к заказам, что усугубляет их экономическое положение. Аналогичным образом пассажиры с низкими оценками могут испытывать трудности при вызове автомобиля, особенно в условиях динамического ценообразования. Этот феномен требует углубленного анализа в контексте социальной справедливости и цифрового включения. В частности, необходимо исследовать, каким образом рейтинговые системы воспроизводят или, напротив, нивелируют существующие социальные диспропорции. Особую значимость приобретает вопрос о том, насколько алгоритмическая оценка учитывает структурные факторы, такие как уровень дохода, образование или географическую локацию пользователей.

Исследование подтверждает, что дальнейшее развитие рейтинговых систем должно основываться на постоянном диалоге между государством, технологическими компаниями, регуляторами, академическим сообществом и гражданским обществом. Только такой подход позволит обеспечить баланс между инновациями и защитой общественных интересов, способствуя устойчивому развитию цифровых экосистем. В перспективе целесообразно сосредоточиться на изучении долгосрочных эффектов рейтинговых систем, включая их влияние на социальную динамику, трудовые отношения и повседневные практики. Это позволит не только прогнозировать возможные риски, но и разрабатывать превентивные меры, направленные на гуманизацию цифровых технологий. Особую актуальность приобретает необходимость разработки международных стандартов цифрового взаимодействия, которые бы гармонизировали технологические решения с культурным многообразием и базовыми правами человека. Полученные результаты также открывают новые возможности для совершенствования бизнес-моделей платформенной экономики через создание более сбалансированных и социально ответственных систем оценки.

Перспективное направление дальнейших исследований заключается в изучении того, как рейтинговые системы влияют на социальное доверие в целом. Цифровые оценки становятся новой валютой доверия в платформенной экономике, заменяя традиционные формы социальных гарантий. Однако остается открытым вопрос, насколько такие алгоритмизированные системы способны восполнить утрату межличностного доверия в современном обществе. Также требует дополнительного анализа роль рейтингов в формировании цифрового следа пользователей. Накопление оценок создает детальный поведенческий профиль, который может использоваться платформами не только для управления качеством услуг, но и для прогнозирования поведения, персонализации цен и даже кредитного скоринга. Это открывает новые возможности для бизнеса, но одновременно создает серьезные вопросы о приватности и автономии личности в цифровую эпоху.

Интересным направлением для будущих исследований является сравнительное изучение рейтинговых систем в различных секторах платформенной экономики. Аналогичные механизмы оценки используются в сервисах аренды жилья, фриланс-платформах и маркетплейсах. Их сопоставление позволило бы выявить универсальные закономерности алгоритмического управления доверием. Не менее важным представляется анализ правовых аспектов функционирования рейтинговых систем. В условиях, когда цифровая репутация становится критически важным активом, возникает потребность в юридических механизмах защиты от несправедливых оценок и алгоритмических ошибок [23]. Особенно остро этот вопрос стоит в контексте автоматизированных блокировок аккаунтов. Технологическое развитие рейтинговых систем, вероятно, пойдет по пути интеграции новых источников данных – от анализа тона голоса до компьютерного зрения. Это потребует разработки новых этических стандартов и регуляторных правил, чтобы предотвратить злоупотребления и дискриминацию. Одновременно будет расти спрос на системы верификации оценок, способные отличить искренние отзывы от манипулятивных практик.

Особую актуальность приобретает вопрос о цифровом неравенстве, возникающем из-за различий в доступе к технологиям и цифровой грамотности. Пользователи с низким уровнем технологической компетентности могут оказаться в невыгодном положении в условиях, когда цифровая репутация определяет доступ к жизненно важным сервисам. Интересным аспектом для исследования является феномен *рейтинговой усталости* – постепенного

снижения вовлеченности пользователей в системы взаимного оценивания по мере их распространения. Этот эффект может существенно повлиять на достоверность и репрезентативность собираемых платформами данных [24].

Важным направлением будущих исследований могло бы стать изучение альтернативных моделей оценки, основанных на децентрализованных технологиях (блокчейн, системы репутации Web3.0) [25], которые потенциально могут решить отдельные проблемы современных рейтинговых систем.

Рейтинговые системы такси-сервисов представляют собой механизм более широких социальных трансформаций в цифровую эпоху. Их изучение дает уникальную возможность наблюдать, как технологии не просто отражают, но и активно формируют новые модели социального взаимодействия. Дальнейшие исследования в этой области могли бы внести значительный вклад в понимание того, как алгоритмы изменяют природу доверия, труда и межличностных отношений в современном мире.

**Конфликт интересов:** Авторы заявили об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

**Conflict of interests:** The authors declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

**Критерии авторства:** А. В. Соколов – формулирование проблемы, разработка теоретической концепции, анализ литературы по теме исследования, научное редактирование текста статьи, формулирование выводов и результатов исследования. П. А. Бабаджанян – обработка и интерпретация данных, описание методологии, формулирование выводов.

**Contribution:** A. V. Sokolov developed the research concept, wrote the review, formulated the research results, and proofread the manuscript. P. A. Babajanyan was responsible for data processing, interpretation, methodology, and conclusions.

**Финансирование:** Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 24-28-00728 «Политические последствия социального рейтингования граждан», <https://rscf.ru/project/24-28-00728/>

**Funding:** The research was supported by the Russian Science Foundation, Project No. 24-28-00728: Political consequences of citizens social rating, <https://rscf.ru/en/project/24-28-00728/>

## Литература / References

1. Аренков И. А., Салихова Я. Ю., Сайфутдинов А. А. Цифровая трансформация: направления исследований и цифровые риски. *Креативная экономика*. 2021. Т. 15. № 7. С. 2757–2776. [Arenkov I. A., Salikhova Ya. Yu., Sayfutdinov A. A. Digital transformation: Research trends and digital risks. *Kreativnaya ekonomika*, 2021, 15(7): 2757–2776. (In Russ.)] <https://doi.org/10.18334/ce.15.7.112414>
2. Suzuki T., Horita M. Consistent social ranking solutions. *Social Choice and Welfare*, 2024, 62(3): 549–569. <https://doi.org/10.1007/s00355-023-01502-1>
3. Габов А. В. Цифровая платформа как новое правовое. *Пермский юридический альманах*. 2021. № 4. С. 13–82. [Gabov A. V. Digital platform as a new legal phenomenon. *Permskiy yuridicheskiy almanakh*, 2021, (4): 13–82. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/lwdbgo>
4. Fourcade M., Healy K. Classification situations: Life-chances in the neoliberal era. *Accounting, Organizations and Society*, 2013, 38(8): 559–572. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2013.11.002>
5. Чудинов А. Н. Анализ основных проблем концепции социального рейтинга. *Социальная политика и социология*. 2024. Т. 23. № 3. С. 97–103. [Chudinov A. N. Analysis of the main problems of the concept of social rating. *Social Policy and Sociology*, 2024, 23(3): 97–103. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ptftto>
6. Kim P. S. New development: Competency assessment system and practice in government – the South Korean experience. *Public Money & Management*, 2020, 40(8): 611–614. <https://doi.org/10.1080/09540962.2020.1802891>
7. Кирьянов А. Е., Масюк Н. Н., Захаров А. М. Агрегаторы такси как инфраструктурные трансформирующие технологии (драйверы) цифровой экономики. *Азимут научных исследований: экономика и управление*. 2020. Т. 9. № 3. С. 175–179. [Kiryanov A. E., Masyuk N. N., Zakharov A. M. Taxi aggregators as infrastructural transforming technologies (drivers) of digital economy. *Azimut nauchnykh issledovaniy: Ekonomika i upravleniye*, 2020, 9(3): 175–179. (In Russ.)] <https://doi.org/10.26140/anie-2020-0903-0038>
8. Birch K., Cochrane D., Ward C. Data as asset? The measurement, governance, and valuation of digital personal data by Big Tech. *Big Data & Society*, 2021, 8(1): 1–15. <https://elibrary.ru/jtloke>

9. Шевчук А. В. От фабрики к платформе: автономия и контроль в цифровой экономике. *Социология власти*. 2020. Т. 32. № 1. С. 30–54. [Shevchuk A. V. From factory to platform: Autonomy and control in the digital economy. *Sotsiologiya vlasti*, 2020, 32(1): 30–54. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/xhqt0i>
10. Кулакова Т. А., Лукьянова Г. В., Волкова А. В. От экономического патернализма к цифровому контролю. *Проблемы современной экономики*. 2022. № 1. С. 79–83. [Kulakova T. A., Lukjanova G. V., Volkova A. V. From economic paternalism to digital control. *Problems of Modern Economics*, 2022, (1): 79–83. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/hovpeu>
11. Роскин М. Д. Теория сигнализации: как связана государственная пропаганда и протестные настроения. *Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки*. 2015. № 6-1. С. 265–267. [Roskin M. D. Signaling theory: How state propaganda and protest sentiments are connected. *Gumanitarnye, sotsialno-ekonomicheskie i obshchestvennyye nauki*, 2015, (6-1): 265–267. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/tzbqif>
12. Li H., Kostka G. Accepting but not engaging with it: Digital participation in local government-run social credit systems in China. *Policy & Internet*, 2022, 14(4): 845–874. <https://doi.org/10.1002/poi3.316>
13. Федорченко С. Н. Алгоритмизация власти: цифровые метаморфозы политических режимов и суверенитета. *Журнал политических исследований*. 2021. Т. 5. № 2. С. 3–18. [Fedorchenko S. N. Algorithmization of power: Digital metamorphoses of political regimes and sovereignty. *Journal of Political Research*, 2021, 5(2): 3–18. (In Russ.)] <https://doi.org/10.12737/2587-6295-2021-5-2-3-18>
14. Блудян Н. О. Оценка и прогнозирование развития мирового рынка такси. *Проблемы прогнозирования*. 2021. № 4. С. 145–154. [Bludyan N. O. Assessment and forecasting development of the global taxi market. *Studies on Russian Economic Development*, 2021, (4): 145–154. (In Russ.)] <https://doi.org/10.47711/0868-6351-187-145-154>
15. Катрашова Ю. В., Митяшин Г. Ю., Плотников В. А. Система социального рейтинга как форма государственного контроля над обществом: перспективы внедрения и развития, угрозы реализации. *Управленческое консультирование*. 2021. № 2. С. 100–109. [Katrashova Yu. V., Mityashin G. Yu., Plotnikov V. A. Social rating system as a form of state control over society: Prospects for implementation and development, threats to realization. *Administrative consulting*, 2021, (2): 100–109. (In Russ.)] <https://doi.org/10.22394/1726-1139-2021-2-100-109>
16. Плотников В. А. Цифровизация как закономерный этап эволюции экономической системы. *Экономическое возрождение России*. 2020. № 2. С. 104–115. [Plotnikov V. A. Digitalization as a logical stage in the evolution of an economic system. *Economic Revival of Russia*, 2020, (2): 104–115. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/autmfu>
17. Ахметова А. И., Сизова И. Е., Травина Д. В., Швидкая А. А. Сервис такси в эпоху цифровизации на примере Яндекс.Такси. *XII Международный молодежный симпозиум по управлению, экономике и финансам: симпозиум*. (Казань, 23–24 ноября 2023 г.) Казань: ООО «ИПК "Бриг"», 2023. С. 150–154. [Akhmetova A. I., Sizova I. E., Travina D. V., Shvidkaya A. A. Taxi service in the era of digitalization on the example of Yandex.Taxi. *XII International Youth Symposium on Management, Economics, and Finance: Proc. Symposium, Kazan, 23–24 Nov 2023*. Kazan: "ООО ИПК "Brig", 2023, 150–154. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/hoqcpl>
18. Гладилина И. П., Погудаева М. Ю., Сергеева С. А. Экономические аспекты защиты информации в рамках концепции «цифровой след». *Финансовые рынки и банки*. 2022. № 10. С. 3–7. [Gladilina I. P., Pogudaeva M. Yu., Sergeeva S. A. Economic aspects of information security within the concept of "digital footprint". *Finansovye rynki i banki*, 2022, (10): 3–7. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/zspalc>
19. Reijers W., Orgad L., De Filippi P. The rise of cybernetic citizenship. *Citizenship Studies*, 2022, 27(2): 210–229. <https://doi.org/10.1080/13621025.2022.2077567>
20. Патраков Э. В. Цифровая трансформация субъекта труда: социальные взаимодействия, концепции, перспективы исследования. *Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика*. 2021. Т. 27. № 2. С. 66–73. [Patrakov E. V. Digital transformation of the subject of labour: Social interactions, concepts, research perspectives. *Vestnik of Kostroma State University. Series: Pedagogy. Psychology. Sociokinetics*, 2021, 27(2): 66–73. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/kmrvvxb>
21. Рицу С., Мелипатаки Г., Мате Д. А. Концепция труда: от традиционных социально-трудовых представлений к современным эффектам цифровой трансформации. *Journal of Digital Technologies and Law*. 2023. Т. 1. № 1. С. 175–190. [Riczu Z., Melypataki G., Mate D. A. Concepts of work: From traditional social-labor ideas to modern effects of digital transformation. *Journal of Digital Technologies and Law*, 2023, 1(1): 175–190. (In Russ.)] <https://doi.org/10.21202/jdtl.2023.7>

22. Ковалева Н. Н., Жирнова Н. А. Система социального рейтинга (скоринга) как инструмент влияния на поведение человека. *Закон*. 2024. № 12. С. 188–196. [Kovaleva N. N., Zhirnova N. A. Social rating system (scoring) as a tool for influencing a human behavior. *Zakon*, 2024, (12): 188–196. (In Russ.)] <https://doi.org/10.37239/0869-4400-2024-21-12-188-196>
23. Fritz F., Moretti S., Staudacher J. Social ranking problems at the interplay between social choice theory and coalitional games. *Mathematics*, 2023, 11(24). <https://doi.org/10.3390/math11244905>
24. 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. [Guo H. Social rating as a system of control of social activity of citizens in a modern state: Advantages and contradictions. *Society: Sociology, Psychology, Pedagogics*, 2025, (3): 26–31. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/lcmajf>
25. Сюн Ц., Чжэн С., Назаров Ю. В. Новые технологии, новое искусство, новая экология: Web3.0 художественные наблюдения в цифровую эпоху. *Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник РГХПУ им. С. Г. Строганова*. 2023. № 2-2. С. 309–322. [Xiong J., Zheng X., Nazarov Yu. V. New technologies, new art, new ecology: Web3.0 artistic observations in the digital age. *Dekorativnoe iskusstvo i predmetno-prostranstvennaya sreda. Vestnik RGHPU im. S. G. Stroganova*, 2023, (2-2): 309–322. (In Russ.)] [https://doi.org/10.37485/1997-4663\\_2022\\_2\\_2\\_309\\_322](https://doi.org/10.37485/1997-4663_2022_2_2_309_322)