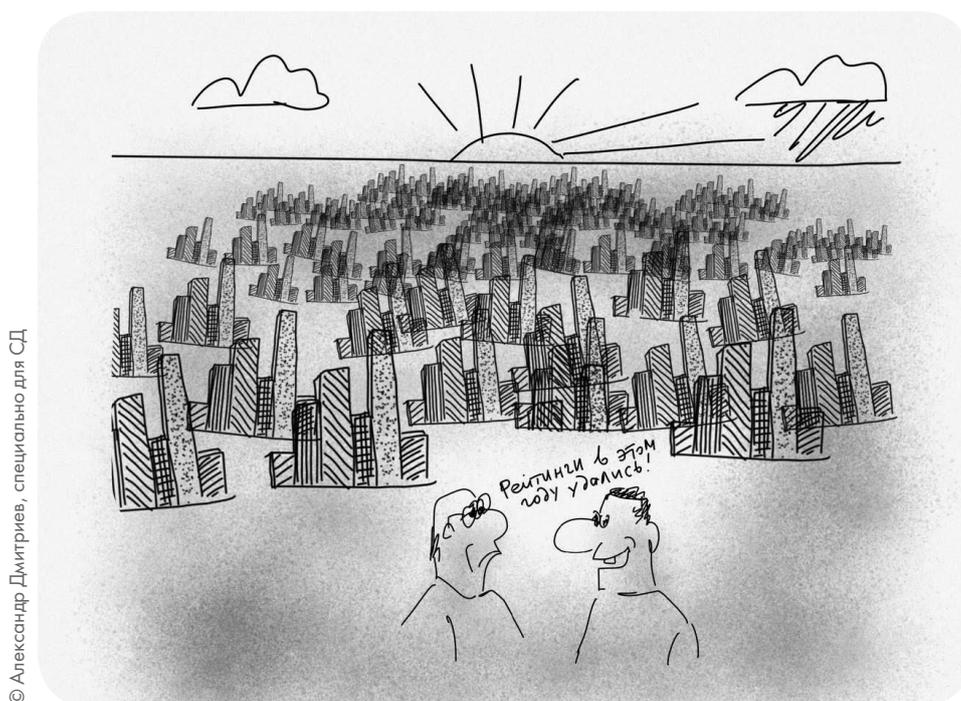




Проясняя с помощью экспертов природу рейтингов, мы ставим и новые вопросы. Например, сегодня многие россияне заявляют о доверии медиаперсонам, в чьем социальном багаже скандалов и провокаций куда больше, чем благородных поступков. Каков вклад алгоритмов и рейтингов платформ в формуле этого доверия, как количественные показатели «видимости» медиаперсоны перерастают в новое качество? А готовы ли мы к тому, что идеология и практика рейтингования выплескивается в сферу межличностных отношений и в обозримой перспективе каждый может стать оценщиком и фигурантом рейтинга? И каково вообще влияние рейтингов на поведение людей, бизнеса, власти?

Как обычно, мы предлагаем вашему вниманию расширенную подборку данных ВЦИОМ по теме выпуска. В этот раз она дополнена данными других исследовательских центров — изучайте, сравнивайте, делайте свои выводы.



Желаем приятного чтения.

Анна Кулешова,  
главный редактор СоциоДиггера



P.S. Если вы готовы поделиться своей экспертизой и стать автором СоциоДиггера, присылайте заявку на [kuleshova@wciom.com](mailto:kuleshova@wciom.com). С нас — данные!)