



МИРОВОЙ РЕЙТИНГ

12+

№01 (НОЯБРЬ 2025)

МИР

PEACE

**АЛЕКСЕЙ СЕРГИЕНКО
РЕЙТИНГ
АРТ-ОБЪЕКТОВ**

СЕРГИЕНКО А.17



АНДРЕЙ БЕЛЬЯНИНОВ

Генеральный секретарь Ассамблеи Народов Мира, член государственной Комиссии Российской Федерации по делам ЮНЕСКО, доктор экономических наук, доктор политических наук (Россия), генеральный директор Евразийского рейтингового агентства



О РЕЙТИНГЕ, ИСКУССТВЕ И УСПЕХЕ В ТВОРЧЕСТВЕ

Секреты творческого и коммерческого успеха от галериста Алексея Сергиенко.

В современном мире, где искусство всё чаще потребляется через экран смартфона, классическая галерея как «помещение, где висят картины» теряет актуальность. С этим категорически не согласен Алексей Сергиенко – галерист, художник и создатель интерактивных проектов, для которого галерея давно превратилась в живой организм, место встреч творческого сообщества. В

разговоре с ним мы узнали, как профессиональному художнику обрести уверенность в сфере продаж, почему важно серьезно относиться к персональному имиджу, и какую роль играют деньги в успешном вовлечении молодого поколения в искусство.

В РЫНОК – БЕЗ ПОСРЕДНИКОВ

Свой путь в искусстве Алексей начал с самого честного и жесткого университета –



с улицы. Семь лет работы уличным художником на Невском проспекте северной столицы России стали для него главной школой продвижения.

«Именно здесь, на улице, как-то подсознательно и при этом достаточно быстро вырабатывается понимание того, как эффективнее продавать. Всё-таки художник, автор, чаще стоит там не просто чтобы «себя показать», а прежде всего потому, что ему очень нужны деньги. Он просто зарабатывает. Ты либо продаешь, либо не продаешь», – объясняет А. Сергиенко.

Этот опыт закалил его и научил чувствовать аудиторию и рынок без посредников. Сегодня он с гордостью оглядывается на свою стремительную траекторию движения от уличного торговца до человека, которого заинтересованные партнеры познакомили с Илоном Маском. И это знакомство имело продуктивное продолжение на престижном международном форуме в швейцарском Лугано.

Вообще, говоря о российском арт-рынке, нельзя не отметить его ярко выраженную «двустильность». И в Москве, и в Петербурге сегодня сформировались собственные экосистемы галерей, каждая со своим характером и логикой развития. Петербург, с его классическим академическим фундаментом, порождает галереи-лаборатории, ориентированные на исследование, интеллектуальный дискурс и тонкую работу с локальным контекстом. Они часто становятся кузницей кадров и идей. Москва же, будучи финансовым и медийным центром, диктует более жесткие, коммерческие ритмы. Здесь галереи заточены под динамичный маркетинг, международные ярмарки и работу с корпоративными коллекционерами.

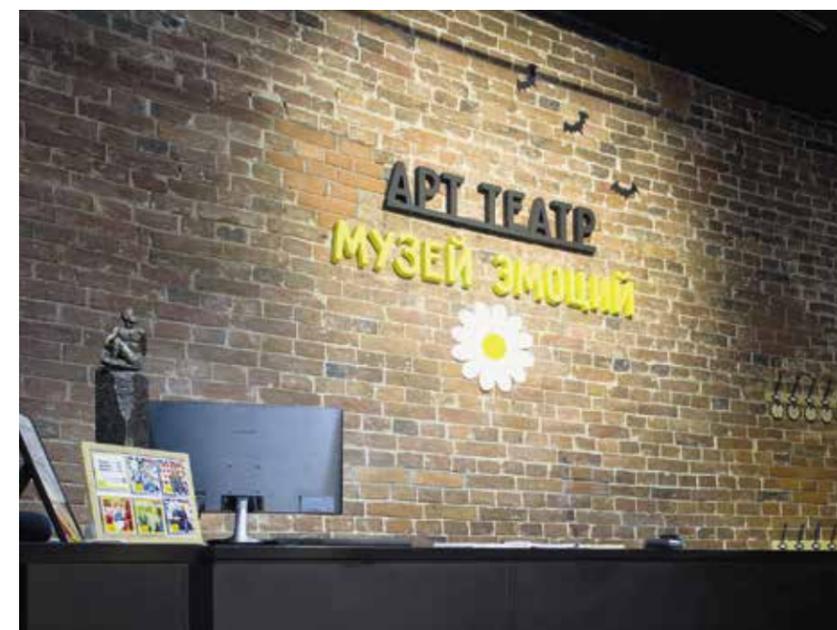
Несмотря на различия, современные галеристы сегодня сталкиваются с общими вызовами. Цифровизация требует переосмысления форматов, а аудитория, избалованная глобальным контентом, ждет не просто выставок, но сложных иммерсивных проектов. Многие галеристы, подобно Сергиенко, идут по пути гибридации, превращая свои пространства в многофункциональные хабы. Они совмещают продажу картин с образовательными



ми программами, резиденциями для художников и перформансами, доказывая, что современная галерея – это не столько «белый куб», сколько живой организм, чья жизнестойкость зависит от готовности к постоянной трансформации и прямому диалогу с городом и его жителями.

ИСКУССТВО ВОВЛЕЧЕНИЯ: ЭМОЦИИ, БИЗНЕС, ИНТЕРАКТИВ...

Что такое многофункциональный хаб? Энергичным, уверенным голосом Алексей Сергиенко объясняет, что это не только выставочные площадки, место для хранения работ, но и – прежде всего! – заряженное креативом пространство для мозговых штурмов, перформансов, для регулярного общения представителей профессионального сообщества. Местные органы власти,



по его словам, нередко идут навстречу, оказывают реальную помощь, предоставляя помещения под социальные проекты, что бесценно в условиях, когда онлайн-торговля вытесняет классические форматы.

Одной из самых успешных находок Сергиенко стала последовательная работа с вовлечением в это креативное пространство самой разной аудитории. Его «Музей эмоций» – интерактивный театр, работающий уже десять лет, – был создан, чтобы просто и доступно рассказать людям разных возрастов о влиянии эмоционального интеллекта на окружающую действительность.

«Я вызываю всеми способами определенные эмоции, и мои артисты рассказывают, как с ними совладать, как с ними грамотно работать», – объясняет он. Хотя

проект столкнулся с конкуренцией и, по мнению Алексея, требует обновления, свою просветительскую миссию он, безусловно, выполнил: сегодня об эмоциональном интеллекте знают очень многие.

Но главный тренд в этой профессиональной сфере сегодня – это вовлечение людей в процесс художественного творчества, реализации разнообразных креативных инициатив. Решению такой важной социальной задачи лучше всего содействуют проекты, где арт-объект рождается усилиями многих: бармены собирают крышки от пива, марафонцы, пробегающие по холсту, создают картину. В творческой копилке Алексея Сергиенко таких кейсов становится всё больше.

В последние годы особое внимание петербургский галерист уделяет работе с



С МЛАДЫХ НОГТЕЙ

Эту же стратегию – вовлечение в искусство через действие и коммерцию – Алексей применяет и в работе с детьми. Он придумал и провел резонансный перформанс, где учил детей продавать шишки в сосновом лесу.

«Нам важно было убедить ребят, что продать можно абсолютно всё. Даже шишку под кронами сосен. И через это дети, да и не только они, а и многие из их родителей, охотно, с интересом и увлечением приобщались к многообразным приемам популяризации современного искусства. Можно не сомневаться: они тоже очень скоро начнут что-то создавать», – объясняет художник.

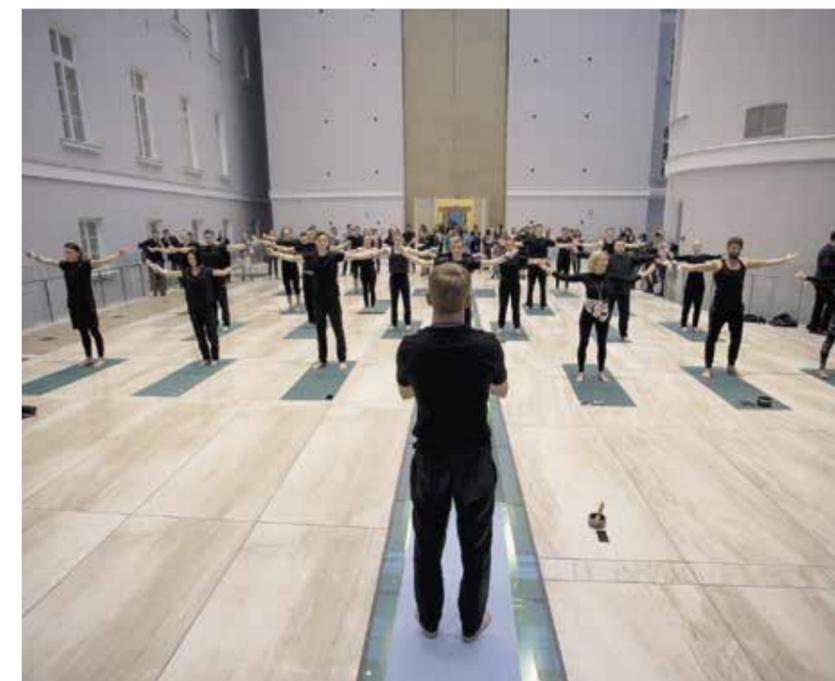
Оглядываясь на пройденный петербургским галеристом путь, можно с уверенностью сказать, что опыт Алексея Сергиенко – это готовое пособие по выживанию и обретению успеха в современном арт-пространстве. Его повседневная деятельность наглядно доказывает: уверенный шаг к профессиональным высотам сопутствует тем, кто не боится выходить за рамки привычного, превращая галерею в штаб по придумыванию креатива, а сам процесс осознанного приобретения произведений искусства – в увлекательное со-творчество.

Наверное, на примере его плодотворной работы можно было бы сформулировать немало ценных рекомендаций для тех, кто только начинает свой путь в этой увлекательной профессиональной сфере. Но об этом мы подробно спросим мастера в последующих беседах... •

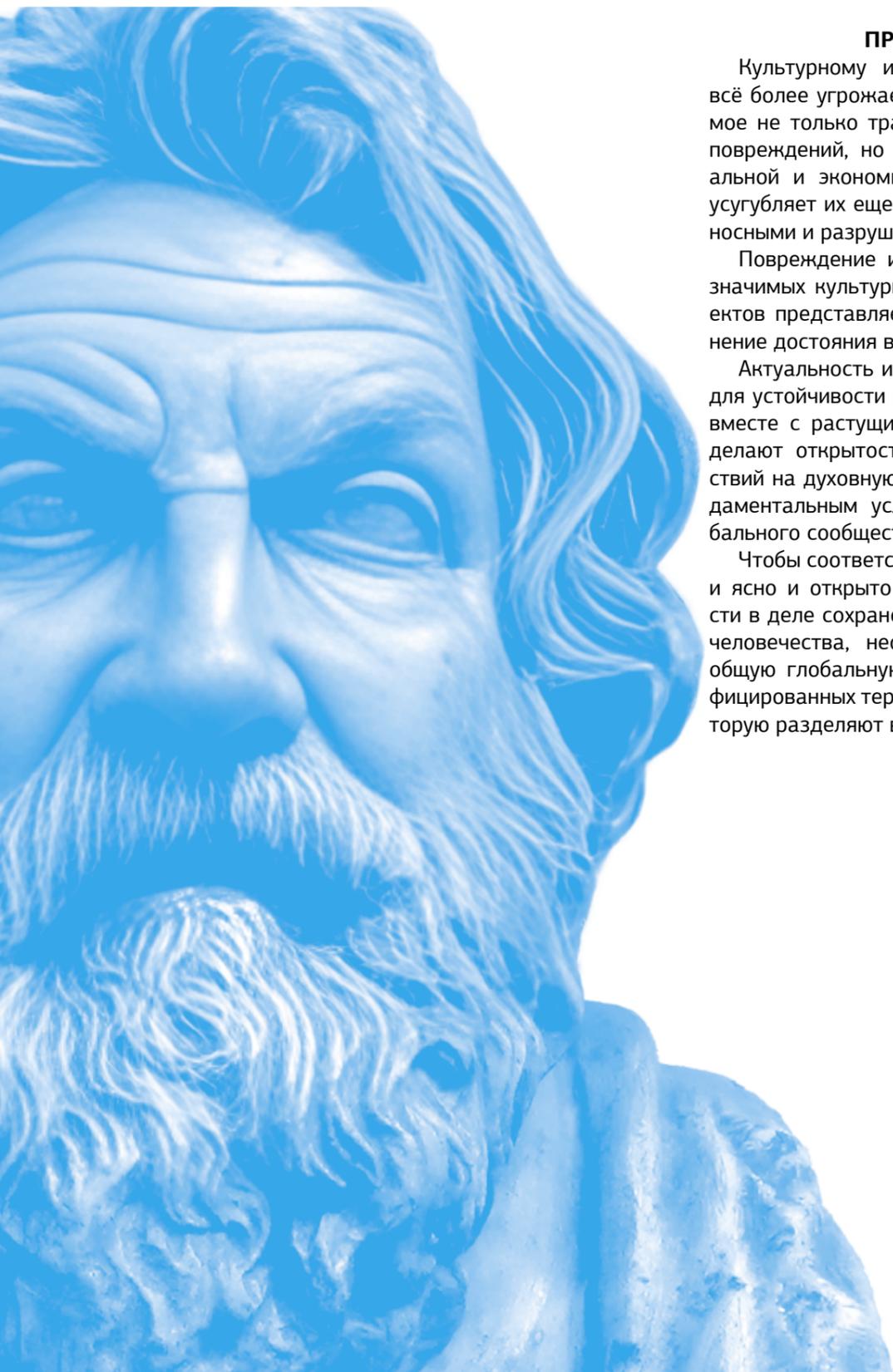
Леонид Барков



деловой элитой. Он нашел эффективный способ вовлечь в искусство скептически настроенных бизнесменов – через наглядную демонстрацию инвестиционного потенциала конкретной инициативы. «Я начинаю с человеком разговаривать, рассказываю ему про какие-то суперуспешные финансовые проекты. И нередко, убедившись в высокой коммерческой отдаче того или иного начинания, человек вроде бы далекий от художественных реалий вдруг открывает для себя мир прекрасного, начинает самостоятельно рождать идеи, которые впоследствии становятся коммерчески успешными».



ТЕРРИТОРИЯ ДУХОВНОГО НАСЛЕДИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСТВА



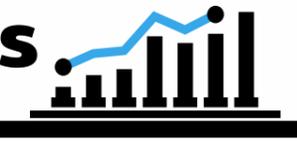
ПРОБЛЕМА

Культурному и природному наследию всё более угрожает разрушение, вызываемое не только традиционными причинами повреждений, но также эволюцией социальной и экономической жизни, которая усугубляет их еще более опасными, вредными и разрушительными явлениями.

Повреждение или исчезновение любых значимых культурных или природных объектов представляет собой пагубное обеднение достояния всех народов мира.

Актуальность и масштаб рисков и угроз для устойчивости нашего общего развития вместе с растущим кругом возможностей делают открытость в отношении воздействий на духовную, культурную сферу фундаментальным условием выживания глобального сообщества.

Чтобы соответствовать этим ожиданиям и ясно и открыто говорить об устойчивости в деле сохранения духовного наследия человечества, необходимо опираться на общую глобальную систему понятий, унифицированных терминов и показателей, которую разделяют все участники процесса.

International Ratings Center 

THE SPIRITUAL HERITAGE OF HUMANITY AREA



МИССИЯ

Рейтинг территорий духовного наследия человечества («SHA-rating») предназначен для оценки качества функционирования территориального сообщества (органов государственной власти, бизнеса, некоммерческого сектора, гражданского общества, жителей) в деле сохранения, поддержки и воспроизводства предметов материальной культуры, архитектурных ансамблей, культурных памятников, составляющих духовное наследие всего человечества.

ЦЕЛЬ

SHA-рейтинг формирует авторитетную и пользующуюся доверием систему отчетности в области устойчивого развития в сфере сохранения духовного наследия, которая может использоваться для оценки деятельности органов власти, профильных организаций вне зависимости от их размера или расположения.



ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ

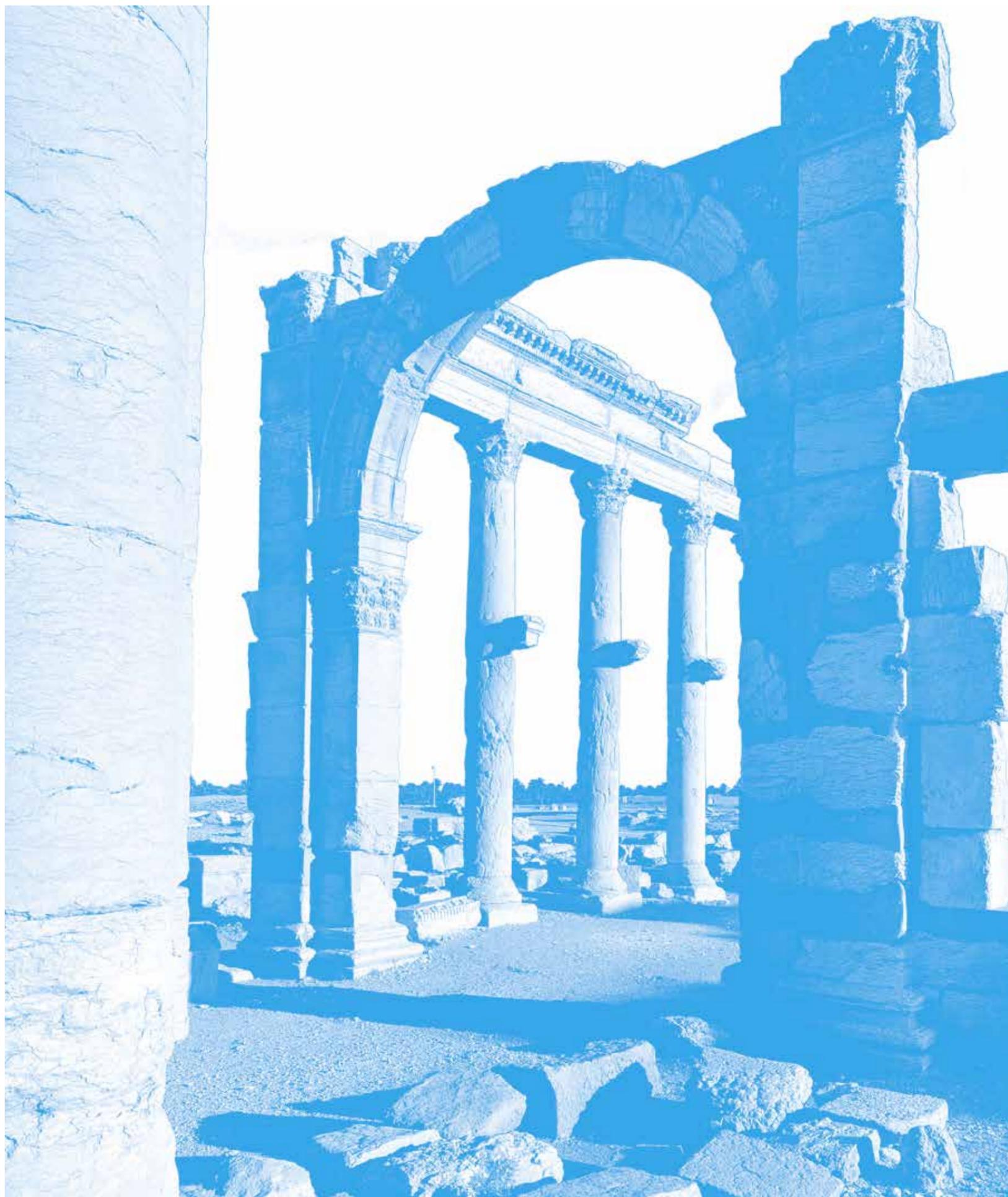
Задача рейтинга – дать международным организациям, национальным органам власти, потенциальным инвесторам, туристам и населению представление о качестве работы властей территории по сохранению и развитию духовных и культурных ценностей, имеющих международное значение.

СУЩНОСТЬ SNA-РЕЙТИНГА

SNA-рейтинг – мера способности города, региона или страны сохранять, поддерживать и продвигать для своих жителей, туристов, инвесторов и других значимых аудиторий объекты духовного и культурного наследия, расположенные на их территории.

ЧТО ЕСТЬ РЕЙТИНГ

Получение рейтинга означает активную позицию органов власти территории (города, региона, страны) в деле мобилизации ресурсов и организации работы по сохранению и преумножению доставшихся территории от предыдущих поколений духовных богатств, комплексов и предметов материальной культуры, обеспечивающих преемственность культурной традиции.



SNA-РЕЙТИНГ – ПРОЕКТ UNESCO

Рейтинг территорий духовного наследия формируется под эгидой и на ценностных принципах ЮНЕСКО.

При его разработке учитывается опыт ЮНЕСКО по формированию списка Объектов всемирного наследия.

ПРИНЦИПЫ

Рейтинг опирается на позиции, сформулированные Организацией Объединенных Наций в «Конвенции об охране всемирного культурного и природного наследия».

Основой рейтинга выступают принципы ЮНЕСКО в сфере сохранения объектов культурного наследия, а также в содействии укреплению мира, искоренению нищеты, устойчивому развитию и межкультурному диалогу посредством образования, науки, культуры, коммуникации и информации.

ПРИМЕНЕНИЕ РЕЙТИНГА

Применение рейтинга позволяет оценить деятельность государств, отдельных регионов и специализированных организаций, направленную на:

- обеспечение сохранности и целостности уникальных культурных и природных комплексов;
- повышение престижа территорий и управляющих ими учреждений;
- популяризацию объектов культурного и духовного наследия и развитие альтернативных видов природопользования;
- обеспечение приоритетности в привлечении финансовых средств для поддержки объектов всемирного культурного и природного наследия;
- организацию мониторинга и контроля за сохранностью культурных и природных объектов.



ВЗАИМОСВЯЗЬ С ДРУГИМИ СТАНДАРТАМИ И РЕЙТИНГАМИ

SHA является формой нефинансового аудита, расширяющей Стандарты отчетности, принятых в серии AA1000, для сферы сохранения объектов духовного наследия.

Кроме того, SHA-рейтинг призван дополнить другие стандарты, для которых взаимодействие с заинтересованными сторонами также является важным элементом, в частности, Принципы ведения отчетности об устойчивости развития, разработанные в рамках Программы «Global Reporting Initiative», стандарты ISO, а также стандарты SA8000, IAASB и ISEAL.



РАСЧЕТ РЕЙТИНГА

SHA-рейтинги рассчитываются на основе ретроспективной и текущей культурной, коммуникационной, социальной, экономической, финансовой истории данных объектов, а также на основе оценок качества их содержания, поддержки и продвижения со стороны органов власти и территориально-го сообщества.

МЕТОДОЛОГИЯ РАСЧЕТА РЕЙТИНГА: 3 ЭТАПА

SHA_1.

ПОДГОТОВКА
СТАНДАРТИЗИРОВАННОГО ОТЧЕТА

SHA_2.

ПОДГОТОВКА
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО ОТЧЕТА

Отчет включает в себя два раздела, связанные с социологическими и информационными показателями.

Социологический раздел формируется на основе результатов, полученных в ходе проведения фокус-групп с заинтересованными сторонами.

Информационный раздел отчета формируется на основе результатов, полученных в процессе мониторинга сообщений средств массовой информации, профильных сайтов, тематических групп в социальных сетях и форумов в сети интернет.

SHA_3.

ПОДГОТОВКА
ЭКСПЕРТНОГО ЗАКЛЮЧЕНИЯ

Экспертное заключение включает в себя результаты экспертных интервью с региональными элитами, а также фиксации состояния объектов культурного-духовного наследия аппаратными средствами.

ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Все работы по формированию SHA-рейтинга обеспечиваются «International Ratings Center» (IRC).

Расчет рейтинга и формирование рейтинговых списков территорий производится по запросу территориального субъекта (города, региона, государства) не чаще одного раза в год.

Изменение (повышение или понижение) рейтинга территории возможно. •

КСЕНИЯ МОСАЛЕВА (GOLD)

Амбассадор SAJA на территории России и стран СНГ,
телеведущая, журналист, модель



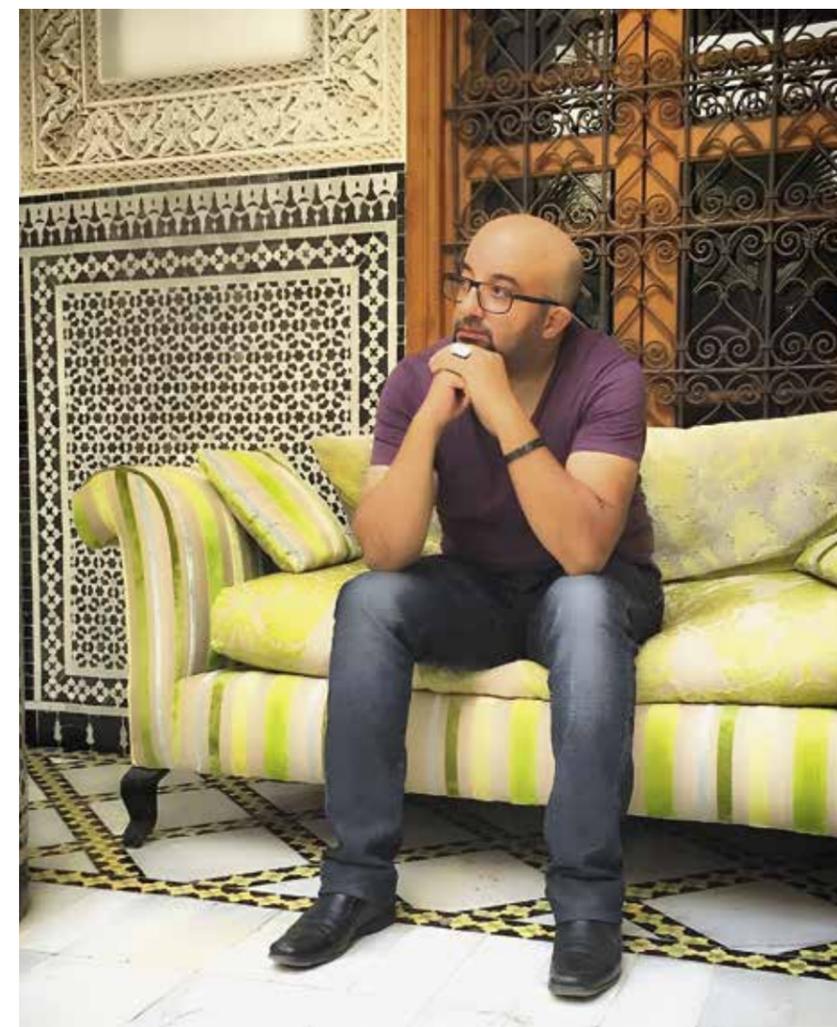
SAJA: НОВЫЙ РЕЙТИНГ КРАСОТЫ И СОЗНАНИЯ. КАК ФИЛОСОФИЯ МЕНЯЕТ ПРАВИЛА ИГРЫ В МИРОВОЙ МОДЕ

В рубрике «Истории успеха» мы обычно анализируем, как компании или страны улучшают или ухудшают свои позиции в общепринятых рейтингах. Однако иногда на арене появляется игрок, чья стратегия заключается не в следовании существующим правилам, а в их переосмыслении. Сегодня мы обратимся к феномену марокканского бренда SAJA BY SAMIR JAMAИ, который не просто стремится занять место в глобальных рейтингах, а предлагает миру совершенно новую систему координат для оценки моды, стиля и, в конечном итоге, человеческого успеха.

В водовороте глобальной индустрии моды, где тренды сменяют друг друга с головокружительной скоростью, а успех часто измеряется миллионами подписчиков и объемом продаж, появляется «шепот в эпоху шума» – бренд SAJA BY SAMIR JAMAИ. Его создатель – Самир Джамаи, марокканский дизайнер с душой философа, – не просто создает одежду; он формирует эстетическую философию, искусство жить, где мода возвышает человека. В мире, одержимом внешним блеском, Джамаи смело заявляет: «Истинный блеск – это то, что освещает внутренний мир».

ФИЛОСОФИЯ ПРЕОБРАЖЕНИЯ: ОТ ОДЕЖДЫ К МЫСЛИ

SAJA переворачивает традиционное понимание моды, превращая ее в язык сознания и внутренней красоты. Здесь одежда возвышается до уровня мысли, а стиль – до послания. Видение Самира Джамаи выходит далеко за рамки мимолетных трендов, стремясь восстановить эстетику, наполненную глубоким смыслом. В его системе



ценностей культурная идентичность перестает быть просто украшением прошлого, становясь душой, которая «дарит жизнь каждому искусству, смысл – каждому экономическому действию и свободу выражения – каждому творчеству». Она – «первое зерно любой благородной идеи, тень, под которой прячется каждое подлинное творчество».

Этот глубокий подход бросает вызов устоявшимся «рейтингам» популярности и коммерческого успеха, предлагая взамен новую метрику: ценность и осознанность.

ПЕРЕОСМЫСЛЕНИЕ ЦЕННОСТЕЙ: ЧЕЛОВЕК ПРЕЖДЕ ВСЕГО

SAJA BY SAMIR JAMAИ открыто заявляет, что его философия «измеряется не прибылью, а посланием». Именно это послание, а не внешний вид, возвращает человеку его ценность. В эпоху, когда люди привыкли одеваться бессознательно и следовать брендам так же, как блеску, SAJA утверждает, что «красота без души – лишь поверхностное сияние, тогда как красота, основанная на этике, – это тихое бессмертие».



Этот этический стержень определяет и само восприятие мужского и женского начала. Бренд верит, что «женственность – это скромность и достоинство, а не слабость и покорность, а мужественность – это благородство и честность, а не власть и жестокость». В философии SAJA женщина и мужчина встречаются не в борьбе за превосходство, а в человеческой гармонии, достойной совершенства жизни. Такое радикальное переосмысление гендерных ролей в контексте моды, несомненно, выделит бренд в любом рейтинге влияния и социально-культурной значимости.

НАСЛЕДИЕ КАК ТОПЛИВО, ДОСТОИНСТВО КАК ОРИЕНТИР

SAJA BY SAMIR JAMAИ стремится восстановить гармонию между идентичностью и современностью, между скромностью и красотой, между принципами и модой. Бренд сделал нематериальное наследие топливом, которое питает воображение, а



человеческое достоинство – ориентиром для каждой детали, созданной одновременно руками и сердцем.

Самир Джамаи читает наследие не как сказку прошлого, а как источник достоинства, превращая его в новый символ, достойный времени, не теряя тепла памяти. Каждая нить в SAJA BY SAMIR JAMAИ несет историю, а каждая созданная вещь говорит от имени этики, культуры и чистой красоты. Каждое творение соткано как тихая молитва – нить света, соединяющая сердце и разум, наследие и современность.



ОДЕЖДА КАК СОЗНАНИЕ: НОВАЯ ЭПОХА ВЫБОРА

Для SAJA одежда – это не только украшение, но и сознание. Пришло время одеваться с изысканным интеллектуальным, культурным и этическим вкусом.

Выбирать одежду, которая отражает наши ценности прежде, чем она подчеркивает внешний вид. Объявлять с помощью одежды, что мы свободны и имеем право на красоту, не теряя человечности. SAJA не просто соединяет ткани, но и воплощает человеческую мечту в каждой детали, создавая нить света и верности, соединяющую сердца и умы.

ПОСЛАНИЕ, КОТОРОЕ МЕНЯЕТ РЕЙТИНГ

SAJA – это не просто бренд; это эстетическое сознание, стремящееся восстановить баланс между человеком и ценностью, между телом и духом, между искусством и истиной. Бренд существует, чтобы чтить женщину в её скромности, мужчину в его благородстве и возвращать искусству его высшую роль: быть

мостом к осознанности, а не зеркалом поверхностного. Это зерно добра, посеянное в землю искусства и человечности, которое не ждет, пока его польют, а ищет тех, кто верит и обнимает его, чтобы взрастить ценности и красоту, достойные жизни.

В контексте «Мирового рейтинга» SAJA BY SAMIR JAMAИ представляет собой смелую попытку не просто улучшить свою позицию в существующих чартах, а сформировать совершенно новый рейтинг – рейтинг брендов, определяющих будущее моды через призму этики, культурного наследия



и глубокого человеческого смысла. Успех SAJA будет измеряться не только коммерческими показателями, но и способностью вдохновить индустрию на более осознанный путь, переопределив саму суть того, что означает быть «высоко оцененным» в мире моды. SAJA – это история о том, как глубокая философия может стать движущей силой для изменения глобальных стандартов и создания новой ниши для подлинного успеха. •

Игорь Иванов

Амбассадором SAJA на территории России и стран СНГ является телеведущая, журналист, модель Ксения Мосалева (Gold).

**Контакты в России и СНГ:
+7 (911) 777-77-58, +7 (812) 928-20-50**



ДЖОН НОУЛЗ ФИТЧ: АРХИТЕКТОР ДОВЕРИЯ И ЗАРЯ КРЕДИТНЫХ РЕЙТИНГОВ



В современном глобальном финансовом мире кредитные рейтинги являются неотъемлемым элементом, определяющим доступ к капиталу, инвестиционные решения и даже репутацию государств и корпораций. За этими буквенными обозначениями, от AAA до D, стоит сложная система анализа и оценки, но когда-то эта область была лишь смутной идеей, воплощенной в жизнь благодаря дальновидности нескольких пионеров. Одним из них был Джон Ноулз Фитч (John Knowles Fitch), основатель рейтингового агентства, ныне известного как Fitch Ratings – одного из «большой тройки» мировых лидеров отрасли.

ДЖОН НОУЛЗ ФИТЧ: ЧЕЛОВЕК, КОТОРЫЙ УВИДЕЛ НЕОБХОДИМОСТЬ

Джон Ноулз Фитч родился в 1880 году. Он был банкиром и издателем, которому довелось жить во времена бурного экономического роста в Соединенных Штатах. Расширение железнодорожной сети, рост промышленности и появление крупных корпораций привели к значительному увеличению числа ценных бумаг, предлагаемых инвесторам. Однако информации о надежности этих бумаг было катастрофически мало. Инвесторы, особенно индивидуальные, часто действовали наудачу, полагаясь на слухи или поверхностные данные. Это создавало благодатную почву для спекуляций и финансовых паник.

Фитч осознал острую потребность в стандартизированной, независимой и доступной информации о финансовом состоянии эмитентов. В 1913 году он основал Fitch Publishing Company и опубликовал свой первый «Fitch Bond Book» (или «Fitch Manual») – справочник, который не просто

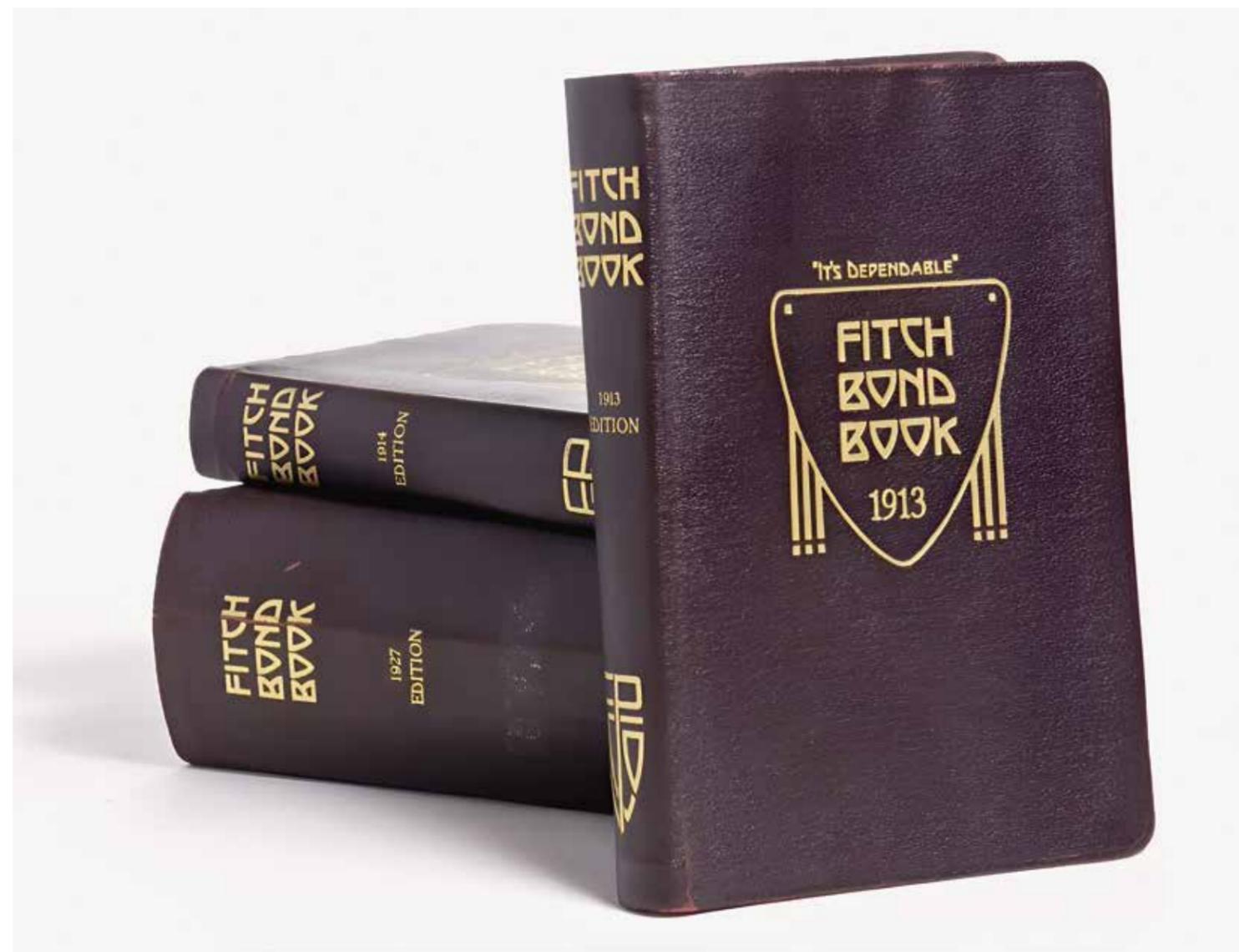
перечислял ценные бумаги, но и присваивал им оценки на основе тщательного анализа финансовой отчетности, менеджмента и рыночных условий.

Именно в этом справочнике Фитч впервые систематически применил буквенную шкалу для оценки кредитоспособности. Хотя детали его методологии были уникальны, общий принцип – трансформировать сложную финансовую информацию в простой и понятный рейтинг – стал краеугольным камнем всей индустрии. Его система предоставляла инвесторам столь необходимый инструмент для принятия обоснованных решений, тем самым внося порядок и прозрачность в доселе непрозрачный рынок.

ИСТОРИЯ РЕЙТИНГОВЫХ КОМПАНИЙ: ОТ ХАОСА К СТАНДАРТИЗАЦИИ

Появление Джона Ноулза Фитча и его компании не было единым явлением, но частью более широкой тенденции по систематизации финансовой информации. Корни рейтинговой индустрии уходят в конец XIX – начало XX века, когда рост масштабов и сложности финансовых рынков сделал невозможной самостоятельную оценку рисков для индивидуального инвестора и даже небольшого банка.

Первые шаги (конец XIX века). Одним из первых предшественников современных рейтинговых агентств считается Генри Варнум Пур (Henry Varnum Poor), который в 1860 году опубликовал книгу «История



железных дорог и каналов США», а затем основал Poor's Publishing, выпускавшую ежегодные справочники с данными о железнодорожных компаниях. Это были скорее сборники фактов, чем оценки рисков, но они заложили основу для систематического сбора финансовой информации.

Появление системных рейтингов (начало XX века). Истинным пионером в разработке стандартизированных кредитных рейтингов считается Джон Муди (John Moody). В 1900 году он основал Moody's Investors Service и в 1909 году выпустил первый справочник, посвященный рейтингам промышленных облигаций, которым присваивались буквенные оценки. Ключевым нововведением Муди было именно систематическое присвоение символов (Aaa, Aa, A и т.д.), отражающих относительный уровень риска.

Вклад Фитча и расширение рынка. Джон Ноулз Фитч, как уже упоминалось, начал свою деятельность в 1913 году, предложив свою уникальную методологию и тем самым расширив конкуренцию и разнообразие подходов в зарождающейся отрасли. Сначала его компания фокусировалась на муниципальных облигациях, а затем распространила свои рейтинги и на корпоративный сектор.

Эра «большой тройки». Со временем индустрия консолидировалась. Компании Poor's Publishing и Standard Statistics Company объединились в 1941 году, образовав Standard & Poor's (S&P). Вместе с Moody's Investors Service и Fitch Ratings они сформировали «большую тройку» рейтинговых агентств, доминирующих на мировом рынке и по сей день.

НАСЛЕДИЕ И СОВРЕМЕННОСТЬ

На протяжении XX века и в XXI веке рейтинговые агентства, основанные такими людьми, как Джон Ноулз Фитч, стали фундаментом мировой финансовой системы. Их данные используются инвесторами, регуляторами, банками и правительствами для оценки кредитного риска, определения процентных ставок, установления требований к капиталу и принятия множества других решений.

Агентство Fitch Ratings, пройдя через ряд слияний и приобретений (например, с IBCA Limited в 1997 году и Duff & Phelps

УРОВНИ РЕЙТИНГОВ	MOODY'S	S&P	FITCH
ПЕРВОКЛАССНЫЕ	Aaa	AAA	AAA
	Aa1	AA+	AA+
	Aa2	AA	AA
НАДЕЖНОСТЬ ВЫШЕ СРЕДНЕГО	Aa3	AA-	AA-
	A1	A+	A+
	A2	A	A
СРЕДНЯЯ НАДЕЖНОСТЬ	A3	A-	A-
	Baa1	BBB+	BBB+
	Baa2	BBB	BBB
НАДЕЖНОСТЬ НИЖЕ СРЕДНЕГО	Baa3	BBB-	BBB-
	Ba1	BB+	BB+
	Ba2	BB	BB
СПЕКУЛЯТИВНАЯ КАТЕГОРИЯ	Ba3	BB-	BB-
	B1	B+	B+
	B2	B	B
ВЫСОКО РИСКОВАННЫЕ	B3	B-	B-
	Caa1	CCC+	
	Caa2	CCC	
ВЫСОКА ВЕРОЯТНОСТЬ ДЕФОЛТА	Caa3	CCC-	CCC
	Ca	CC	
	C	C	
ДЕФОЛТНЫЙ	/	D	DDD
	/		DD
	/		D

ИНВЕСТИОННЫЙ УРОВЕНЬ

НЕИНВЕСТИОННЫЙ УРОВЕНЬ



Credit Rating Co. в 2000 году), выросло до глобального игрока с широким охватом рынков и активов.

Однако, несмотря на неоспоримую важность, индустрия кредитных рейтингов сталкивалась и продолжает сталкиваться с критикой. Финансовые кризисы, такие как азиатский кризис 1997 года или мировой финансовый кризис 2008 года, выявили потенциальные конфликты интересов, когда рейтинговые агентства оценивают бумаги компаний, которые им же и платят за эти оценки. Это поднимает вопросы о независимости и точности их анализа.

Тем не менее, наследие Джона Ноулза Фитча остается неприкосновенным. Он был одним из тех, кто в начале XX века осознал, что прозрачность и стандартизация – это не просто желаемые качества, а фундаментальная необходимость для здорового и эффективно функционирующего финансового рынка. Его вклад в создание систематических кредитных рейтингов проложил путь к более информированным инвестиционным решениям и стал неотъемлемой частью архитектуры современного глобального финансового мира.

Алексей Рейтинг

ЛУЧШИЕ ОТЕЛИ РОССИИ – ТОП-50 2025

Опубликован рейтинг «Топ-50 лучших отелей России 2025» по результатам голосования ведущих предпринимателей, рестораторов, отельеров, шефов, экспертов путеводителя 50 Best Tastes of Russia.

Друзья, представляем новый рейтинг лучших отелей России. Повод для его создания очевиден: современный мир стремительно меняется. Туризм становится одной из главных движущих сил развития экономики всей страны, объединяющей самые разные рынки, сферы, компании и бренды.

Именно отель сегодня – одно из важнейших «мест силы». Это не только место отдыха, но и точка пересечения деловых и социальных процессов, культуры и образования, партнёрских стратегий и инвести-

рования. Гостиничное дело – перспективное направление, к которому проявляют пристальный интерес представители самых разных профессий, государственных и негосударственных организаций.

Причина очевидна: отель – это центр, вокруг которого строится и развивается инфраструктура, с сопутствующей «загрузкой» и стратегическим развитием расположенных вокруг достопримечательностей, ресторанов, магазинов и производств продуктов питания, напитков, предметов интерьера. Также создаются рабочие места, новые проекты и активности для туристов и местных жителей. Немаловажно, что инфраструктура вокруг отеля открывает широкие перспективы развития и роста, в том числе за счет налогообложения, что позитивно сказыва-

ется как на жизни региона, так и на будущем местных компаний и жителей.

Голосование проходило с июня по август 2025 года включительно.

Перед экспертами стояла очень сложная задача. Концепция нашего издания такова, что эксперты не ставят галочки в заранее предоставленных опросных листах – они сами называют свои по-настоящему любимые проекты без оглядки на «звёздность», ценовой уровень или расположение.

Бывает очень сложно определить, какие именно составляющие успеха – история здания, его архитектура и дизайн, атмосфера, уровень сервиса, соотношение цены и качества, концепция и популярность расположенных в отеле ресторанов (в том числе от сторонних

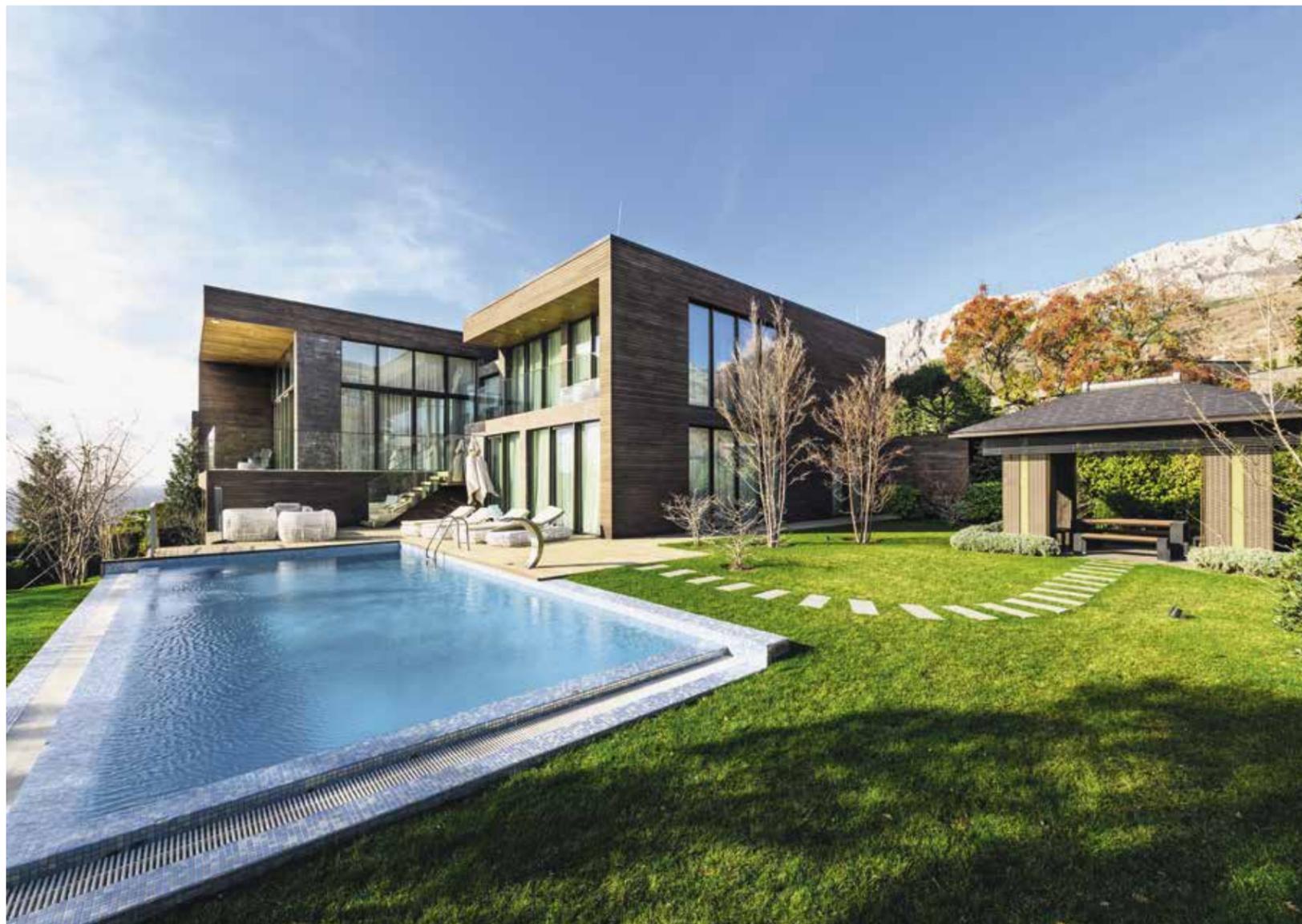
ресторанных групп) и многое другое – помогли победителям войти в список лучших из лучших. Немалую роль в голосовании сыграли и совсем субъективные факторы: любимый десерт и симпатии к официанту в кафе при отеле; успех деловой встречи, состоявшейся много лет назад; интерес и уважение к историческим деятелям, которые когда-то жили или останавливались в здании.

В свете этого новый рейтинг тем более интересен, и на него (в чем мы абсолютно уверены) будут ориентироваться в дальнейшем не только российские и зарубежные туристы, но и предприниматели из самых разных сфер, представители ведущих компаний и брендов по всей России.

Поздравляем победителей!

Дмитрий Алексеев

1. Radisson Collection Hotel Moscow, Москва;
2. МРИЯ, Ялта, Крым;
3. Mantera Supreme, Сочи;
4. Astoria Rocco Forte, Санкт-Петербург;
5. Maidens Hotel Moscow, Москва;
6. Stella di Mosca Hotel by BVLGARI, Москва;
7. «Балчуг Кемпински», Москва;
8. «Гранд Отель Европа», Санкт-Петербург;
9. Cosmos Collection Izumrudny Les, г.о. Клин, Московская область;
10. Tigre de Cristal Hotel & Resort, Артём, Приморский край;
11. «Игора. Времена года», Приозёрский район, Ленинградская область;



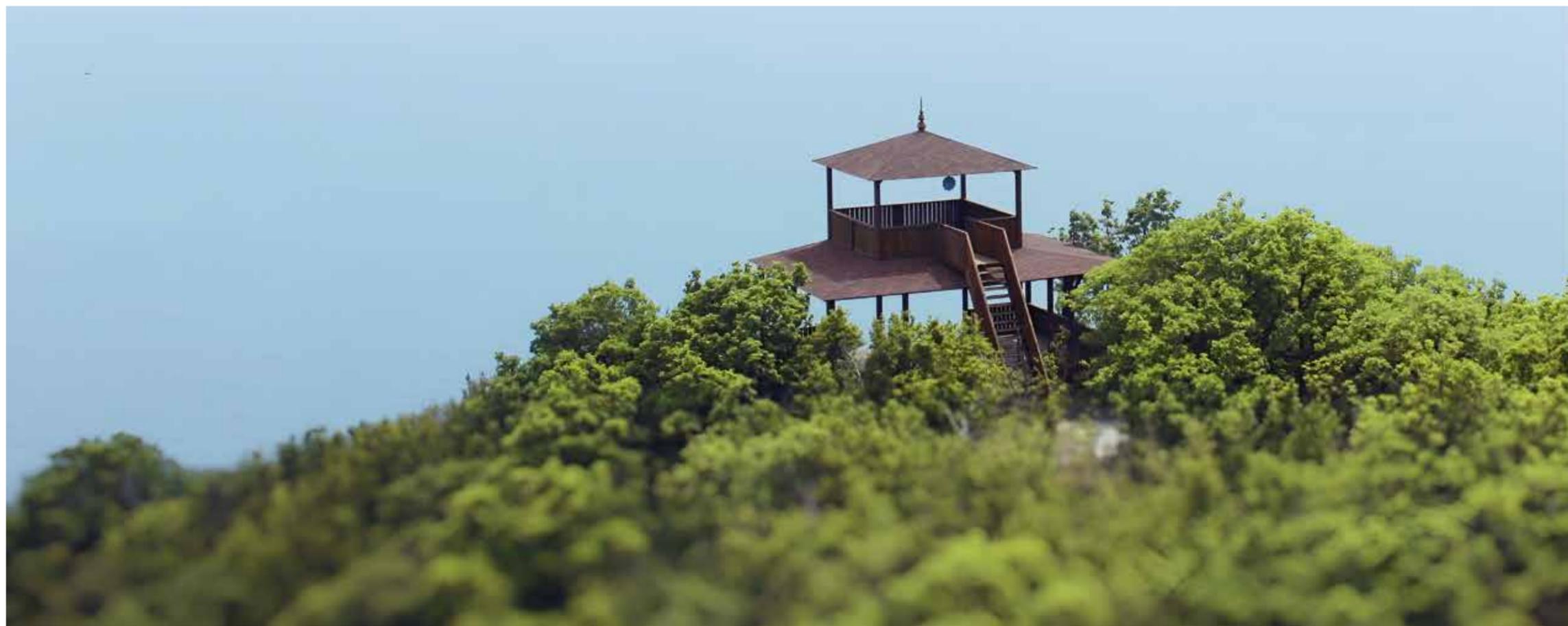
12. «Метрополь», Москва;
13. «FIONF Luxury Resort & SPA Анапа Miracleon», Анапа, Краснодарский край;
14. The Carlton Moscow, Москва;
15. Four Seasons Hotel Moscow, Москва;
16. Cosmos Selection St. Petersburg Italyanskaya, Санкт-Петербург;
17. Four Seasons Hotel Lion Palace St. Petersburg, Санкт-Петербург;
18. Imperial & Champagne Spa, Абрау-Дюрсо, Краснодарский край;
19. «Точка на карте. Приозёрск», Приозёрск, Ленинградская область;
20. Cosmos Collection Altay Resort, Майминский район, Республика Алтай;
21. Lotte Hotel St. Petersburg, Санкт-Петербург;





- 39. «Метрополь Гранд Отель», Геленджик;
- 40. VLADIVOSTOK Grand Hotel & SPA, Владивосток;
- 41. «СтандАрт», Москва;
- 42. MAYRVEDA Kislovodsk, Кисловодск;
- 43. «Гранд Ростов Хаятт Ридженси», Ростов;
- 44. «Гельвеция», Санкт-Петербург;
- 45. Crystal House Suite Hotel & SPA, Калининград;
- 46. Savoy, Москва;
- 47. «Бутик-отель 39 by Sateen Group», Ростов;
- 48. «Ясно-Поле», Тульская область;
- 49. «Богатырь», Адлер, Сочи.
- 50. «Китовый Берег», арктик-отель, Печенгский муниципальный округ, Мурманская область. •

- 22. Just Wood, Тульская область;
- 23. «Коринтия», Санкт-Петербург;
- 24. Abrau Light Resort, Абрау-Дюрсо, Краснодарский край;
- 25. Indigo St. Petersburg-Tchaikovskogo, Санкт-Петербург;
- 26. Movenpick Moscow Taganskaya, Москва;
- 27. Altay Village Teletskoe, урочище Кордон Самыш, Турочанский район, республика Алтай;
- 28. «Националь», Москва;
- 29. Soluxe Hotel Moscow, Москва;
- 30. Radisson Resort Zavidovo, д. Вараксино, Конаковский район, Тверская область;
- 31. Kazan Palace by TASIGO, Казань;
- 32. «Мариотт Имperiал Плаза», Москва;
- 33. Rodina Grand Hotel & SPA, Сочи;
- 34. «Дача Винтера», парк-отель, Сортавальский район, республика Карелия;
- 35. We Lodge, Ленинградская область;
- 36. «Арапат Парк Хаятт», Москва;
- 37. Marja Villas & Spa, Ленинградская область;
- 38. Wawelberg Hotel, Санкт-Петербург;



«МЯГКАЯ СИЛА» НА ВЕСАХ: КАК КУЛЬТУРА, ДИПЛОМАТИЯ И ЦЕННОСТИ ФОРМИРУЮТ ГЛОБАЛЬНОЕ ВЛИЯНИЕ

В мире, где военная мощь и экономическое доминирование традиционно определяли статус государств, на первый план все чаще выходит иной, более тонкий, но не менее мощный инструмент влияния – «мягкая сила». Этот термин, введенный американским политологом Джозефом Найем-младшим в конце 1980-х годов, описывает способность государства добиваться желаемого через привлекательность своей культуры, политических ценностей и внешней политики, а не через принуждение или подкуп. Для журнала «Мировой рейтинг» это не просто абстрактное понятие, а предмет глубокого анализа, позволяющий понять, кто и как формирует будущее глобальной арены.

ЧТО ТАКОЕ «МЯГКАЯ СИЛА», И ПОЧЕМУ ОНА ВАЖНА?

«Мягкая сила» – это способность страны влиять на других, делая свои ценности и культуру притягательными. Это не про танки и ракеты, и не про торговые санкции. Это про Голливуд и К-Поп, про лучшие университеты и инновационные стартапы, про международные гуманитарные миссии и открытость к глобальным вызовам.

В условиях многополярного мира и взаимосвязанности государств, когда силовые решения становятся все более рискованными, а экономических рычагов не всегда достаточно, мягкая сила приобретает стратегическое значение. Она позволяет:

- привлекать инвестиции и таланты. Страны с сильной «мягкой силой» становятся магнитами для бизнеса и высококвалифицированных специалистов.



- формировать благоприятное международное мнение. Позитивный имидж облегчает дипломатические переговоры, продвижение своих интересов и создание альянсов.
- продвигать национальные ценности и нормы, делая их ненавязчиво привлекательными.
- укреплять национальную идентичность и патриотизм через успешный культурный экспорт и признание на мировой арене.

ЗАЧЕМ РЕЙТИНГОВАТЬ «НЕМАТЕРИАЛЬНОЕ»?

Измерить привлекательность культуры или убедительность дипломатии кажется задачей невыполнимой. Тем не менее, несколько ведущих организаций регулярно публикуют рейтинги организаций «мягкой силы», пытаясь систематизировать это сложное понятие. Их цель – не просто присвоить места, а дать правительствам и обществу инструменты для понимания своих сильных и слабых сторон, а также для разработки более эффективных стратегий влияния.

Эти рейтинги обычно анализируют комбинацию объективных данных (количество иностранных студентов, туристический поток, объем культурного экспорта, число подписчиков на аккаунты госструктур в соцсетях, участие в международных организациях) и субъективных показателей (результаты опросов общественного мнения о восприятии страны, ее культуры, политики).

МЕТОДОЛОГИИ И КЛЮЧЕВЫЕ ИНДИКАТОРЫ

Ведущие мировые рейтинги «мягкой силы», такие как Global Soft Power Index (созданный Brand Finance и Portland Communications) или Anholt-GfK Nation Brands Index, SHA International ratings center, используют комплексный подход, охватывающий множество факторов:

- 1. Культура:** влияние кинематографа, музыки, литературы, искусства, кулинарии, спортивных достижений, моды и туризма;
- 2. Образование и наука:** качество университетов, количество международных студентов, научные публикации и инновации;
- 3. Дипломатия и управление:** участие в международных организациях, миро-



творческие операции, гуманитарная помощь, эффективность государственного управления, уровень демократии и прав человека;

- 4. Бизнес и инновации:** сила национальных брендов, привлекательность для инвестиций, технологические достижения, предпринимательская экосистема;
- 5. Цифровая вовлеченность:** использование цифровых платформ для продвижения национальных интересов, открытость информации, цифровая инфраструктура;
- 6. Ценности:** восприятие страны как справедливой, этичной, толерантной и открытой.

ЛИДЕРЫ И ИХ СЕКРЕТЫ

Некоторые страны стабильно занимают верхние строчки в рейтингах «мягкой силы».

- Соединенные Штаты Америки. Несмотря на политические разногласия, их «мягкая сила» остается колоссальной по воздействию. Голливуд, поп-музыка, ведущие университеты (Гарвард, Стэнфорд), инновационные технологические гиганты (Кремниевая долина) и культурное разнообразие продолжают притягивать умы и сердца по всему миру.
- Великобритания. От Би-би-си и британской поп-культуры до ведущих университетов (Оксфорд, Кембридж), королевской семьи и английского языка, который является глобальным лингва франка, – все это формирует мощный культурный капитал.
- Германия. Сильная экономика, высококачественное инженерное дело, фокус на устойчивом развитии, мощная научная база и гуманитарные ценности делают ее привлекательной.
- Франция. Мода, изысканная кухня, искусство, литература, язык и активная дипломатическая роль на мировой арене являются столпами ее «мягкой силы».
- Япония. Аниме, манга, видеоигры, уникальная культура гостеприимства «Омотенashi», высокотехнологичные продукты и стабильность – все это создало образ «крутой» и уважаемой нации.
- Канада и скандинавские страны. Часто высоко оцениваются за прогрессивную социальную политику, экологическую ответственность, толерантность и высокий уровень жизни.

В последние десятилетия заметно выросла «мягкая сила» стран Азии:

- Южная Корея. Феномен «корейской волны» (K-Pop, K-Drama, корейская кухня) в сочетании с технологическими достижениями (Samsung, LG) превратил страну в глобального культурного экспортера.
- Китай. Страна активно инвестирует в свою «мягкую силу» через культурные институты (Институты Конфуция), международные проекты (например, «Один пояс, один путь») и развитие глобальных медиа. Однако часто подвергается критике за отсутствие прозрачности и вопросы прав человека, что ограничивает привлекательность китайской «мягкой силы».

ВЫЗОВЫ И КРИТИКА РЕЙТИНГОВ «МЯГКОЙ СИЛЫ»

Несмотря на свою значимость, упомянутые рейтинги не лишены недостатков:

- Субъективность. Многие показатели основаны на восприятии и опросах, определяющим фактором в которых могут быть предубеждения или текущая геополитическая повестка.
- Взаимосвязь с «жесткой силой». Часто успех «мягкой силы» неразрывно связан с экономическим благополучием или даже военной мощью страны, которая обеспечивает безопасность и стабильность, создавая фон для культурного обмена. Трудно представить эффективный экспорт культуры страны, находящейся в состоянии конфликта или бедности.

- Измерение «привлекательности». Точно измерить, насколько культура или политика страны «привлекательны», невероятно сложно, и это всегда будет оставаться предметом дискуссии.
- «Культурный империализм». Некоторые критики опасаются, что продвижение «мягкой силы» может быть формой культурного доминирования, а не взаимовыгодного обмена.

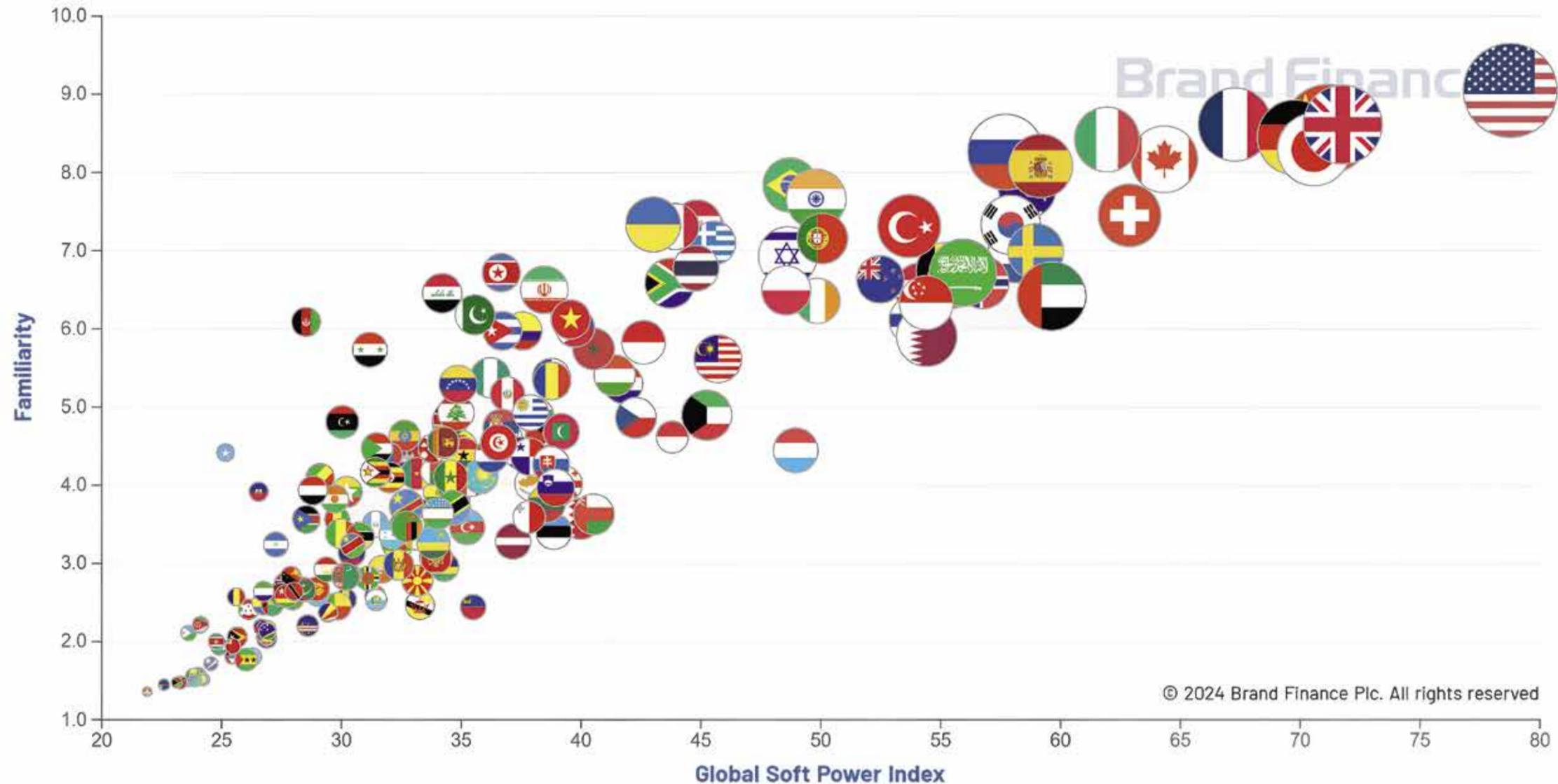
ИНВЕСТИЦИИ В БУДУЩЕЕ ВЛИЯНИЕ

В эпоху глобальной конкуренции за таланты, инвестиции и влияние, понимание и развитие «мягкой силы» становится императивом для любого государства, стремящегося к долгосрочному процветанию и стабильности. Рейтинги «мягкой силы», при

всех их методологических вызовах, служат ценным барометром, указывающим на то, как мир воспринимает ту или иную страну.

Они демонстрируют, что успех на глобальной арене все чаще определяется не только объемом ВВП или числом танков, но и способностью вдохновлять, привлекать и убеждать. Инвестиции в образование, науку, искусство, международную дипломатию и продвижение универсальных ценностей – это инвестиции в невидимую, но осязаемую мощь, которая будет формировать мировой порядок завтрашнего дня. Для стран, стремящихся к лидерству, это означает не просто создание красивого имиджа, а построение общества, которое само по себе является маяком для остального мира. •

Пьер Шпынов



ИНДЕКС СЧАСТЬЯ: ДЕНЬГИ НЕ ГЛАВНОЕ, НО ЧТО ТОГДА?



Многие десятилетия экономический рост, измеряемый валовым внутренним продуктом (ВВП), был главным показателем прогресса и благополучия наций. Считалось, что чем богаче страна, тем счастливее ее граждане. Однако последние исследования и появление Индекса счастья ставят под сомнение эту аксиому, убедительно доказывая, что деньги, хотя и важны, далеко не исчерпывают уравнение человеческого благополучия. Для журнала «Мировой рейтинг» это не просто статистический отчет, а глубокое размышление о том, что действительно делает жизнь полноценной.

ОТ ВВП К БЛАГОПОЛУЧИЮ: ЗАЧЕМ ИЗМЕРЯТЬ СЧАСТЬЕ?

Идея измерять счастье на национальном уровне не нова. Королевство Бутан еще в 1970-х годах ввело концепцию «Валового национального счастья» (ВНС), подчеркивая, что устойчивое развитие должно учитывать не только экономический рост, но и культурное, духовное и экологическое благополучие.

В 2012 году Организация Объединенных Наций выпустила первый Всемирный доклад о счастье (World Happiness Report – WHR), инициированный по результатам резолюции ООН, призывающей государства мира уделять больше внимания счастью и благополучию граждан. С тех пор WHR, основанный на опросах Gallup World Poll, ежегодно публикует рейтинг стран, предлагая политикам и обществу ценный инструмент для понимания истинных факторов, формирующих удовлетворенность жизнью.

ШЕСТЬ СТОЛПОВ СЧАСТЬЯ: ЧТО ВАЖНЕЕ ДЕНЕГ?

Методология Всемирного доклада о счастье сложна, но сводится к оценке шести ключевых переменных, которые, как показали исследования, объясняют до трех четвертей различий в среднем уровне счастья между странами.

1. ВВП на душу населения. Да, экономическое процветание все еще имеет значение. Более высокий доход обеспечивает доступ к базовым потребностям, лучшим услугам и большему выбору. Однако после определенного порога его влияние на счастье уменьшается.

- 2. Социальная поддержка.** Это один из самых мощных факторов. Ощущение того, что есть на кого положиться в трудную минуту, крепкие семейные и дружеские связи, активное сообщество – всё это критически важно для психологического благополучия.
- 3. Ожидаемая продолжительность здоровой жизни.** Физическое и ментальное здоровье напрямую коррелирует со счастьем. Доступ к качественной медицине, здоровая среда и возможность вести активный образ жизни в преклонном возрасте значительно повышают уровень удовлетворенности.
- 4. Свобода делать жизненный выбор.** Возможность самостоятельно определять свой путь, выбирать профессию, партнера, место жительства, выражать свои мысли – это фундаментальный аспект человеческой автономии, тесно связанный с ощущением контроля над собственной жизнью.
- 5. Щедрость.** Практика благотворительности, готовность помогать другим и высокий уровень гражданской активности коррелируют с более высоким уровнем счастья как на индивидуальном, так и на национальном уровне. Парадоксально, но чем больше мы даем, тем счастливее становимся.

- 6. Восприятие коррупции.** Доверие к правительству и общественным институтам, уверенность в справедливости и отсутствии широкомасштабной коррупции – ключевой фактор. В странах с низким уровнем коррупции люди чувствуют себя более защищенными, ценными и равноправными.

ГЕОГРАФИЯ СЧАСТЬЯ: ПОЧЕМУ СКАНДИНАВЫ ВСЕГДА ВПЕРЕДИ?

Год за годом верхние строчки в Индексе счастья занимают страны Северной Европы: Финляндия, Дания, Исландия, Швеция и Норвегия. Что делает их такими счастливыми?

- Их успех – это не просто совпадение, а результат системного подхода, где деньги работают на благо людей, а не наоборот.
- Сильная социальная защита. Доступное здравоохранение, качественное образование, щедрые отпуска по уходу за ребенком и пособия по безработице создают «подушку безопасности», снижая стресс и неуверенность.
 - Высокое доверие. Скандинавские страны отличаются высоким уровнем доверия как к правительству, так и друг к другу. Это облегчает сотрудничество, снижает уровень преступности и коррупции.
 - Равенство и инклюзивность. Низкая разница доходов, гендерное равенство и социальная инклюзивность способствуют формированию ощущения справедливости и принадлежности.

- Связь с природой. Признается важность доступа к природе, здоровой экологии и активного образа жизни на свежем воздухе.
 - Баланс между работой и личной жизнью. Приоритет отдается возможности проводить время с семьей, отдыхать и заниматься хобби, что снижает выгорания.
- Помимо скандинавов, в Топ-10 часто входят Швейцария, Нидерланды, Новая Зеландия, Австрия и Канада, которые также демонстрируют баланс между экономическим благополучием и сильными социальными институтами.

ПАРАДОКС СЧАСТЬЯ: КОГДА ДЕНЬГИ НЕ ПРИНОСЯТ РАДОСТИ

Индекс счастья ярко иллюстрирует так называемый «парадокс Истерлина»: после того как базовые потребности удовлетворены, рост доходов приносит все меньше дополнительного счастья. Некоторые богатые страны, например, США, несмотря на высокий ВВП, не всегда оказываются в числе абсолютных лидеров, что может быть связано с высоким уровнем неравенства, недостаточной социальной поддержкой или высоким уровнем стресса.

И наоборот, некоторые развивающиеся страны, имея относительно невысокий ВВП, показывают удивительно высокий уровень счастья благодаря крепким семейным узам, сильному чувству общности и умению находить радость в повседневных вещах.



УРОКИ ДЛЯ ПОЛИТИКИ И ЛИЧНОЙ ЖИЗНИ

Индекс счастья – это не просто любопытная статистика; это мощный компас для политиков и каждого человека. Он показывает, что для создания более счастливого общества необходимо:

- инвестировать в социальный капитал: укреплять доверие, поддерживать сообщества, развивать волонтерство и общественные организации;
- приоритезировать здравоохранение и образование: обеспечивать доступность качественных услуг для всех граждан;
- бороться с коррупцией и укреплять институты: создавать справедливое и прозрачное управление;
- поддерживать баланс: поощрять политику, которая позволяет людям совмещать работу с личной жизнью, обеспечивать доступ к природе и культурным активностям;
- уменьшать неравенство: стремиться к более справедливому распределению богатства и возможностей.

На личном уровне результаты Индекса счастья напоминают нам, что погоня за бесконечным потреблением часто приводит к выгоранию. Настоящее благополучие кроется в отношениях с близкими, ощущении цели, свободе выбора, щедрости и доверии к миру вокруг нас. «Мировой рейтинг» подтверждает: деньги – это инструмент, но не цель. Истинное богатство нации измеряется не только количеством нулей в бюджете, но и качеством жизни граждан, их здоровьем, свободой, доверием и, конечно же, их счастьем.

• Виктор Морозов



ОБРАЗОВАНИЕ МИРА – ЗА ГРАНЬЮ БАЛЛОВ. КАК РЕЙТИНГИ И СИСТЕМЫ ФОРМИРУЮТ БУДУЩЕЕ НАЦИИ

В современном глобализованном мире, где конкурентоспособность стран всё сильнее зависит от человеческого капитала и инноваций, качество образования становится критически важным показателем. Кто готовит лучшие кадры? Чьи научные открытия двигают прогресс? Как национальные системы справляются с вызовами меняющегося мира? В этой статье мы погрузимся в сложный мир глобальных образовательных рейтингов, оценим эффективность национальных систем и рассмотрим ключевые тренды и вызовы, определяющие будущее мирового образования.



Образование – это не просто передача знаний, это инвестиция в будущее, фундамент для экономического роста, социального прогресса и культурного развития. Для стран, стремящихся занять лидирующие позиции в мировом сообществе, понимание глобального образовательного ландшафта, его сильных сторон и уязвимостей, становится стратегической задачей.

РЕЙТИНГИ ВУЗОВ: СВЕТ МАЯКОВ ИЛИ ИЛЛЮЗИЯ СОВЕРШЕНСТВА?

Когда речь заходит о высшем образовании, первым делом на ум приходят авторитетные международные рейтинги университетов, такие как QS World University Rankings, Times Higher Education (THE) World University Rankings и Academic Ranking of World Universities (ARWU), известный также как Шанхайский рейтинг. Эти системы стали неотъемлемой частью глобального образовательного пространства, влияя на выбор студентов, распределение государственных и частных грантов, а также на репутацию и партнерства университетов.

Что они измеряют? Критерии варьируются, но обычно включают следующие:

- академическая репутация и репутация среди работодателей: опросы экспертов и компаний;
- индекс цитирования научных публикаций: показатель влияния исследований;
- соотношение преподавателей и студентов: отражает качество преподавания и доступность ресурсов;
- доля иностранных студентов и преподавателей: показатель интернационализации;
- количество нобелевских лауреатов и филдсовских медалистов (особенно в ARWU): фокус на фундаментальных достижениях.

Лидирующие позиции традиционно занимают университеты США и Великобритании – Гарвард, Стэнфорд, Массачусетский технологический институт (MIT), Оксфорд, Кембридж. Их успех обусловлен мощным финансированием, многовековой академической традицией, привлечением лучших умов со всего мира и тесной связью с инновационной экономикой.

Однако, несмотря на свою популярность, университетские рейтинги не лишены критики. Их часто обвиняют в:



- предвзятости к англоязычным странам: исследования на английском языке цитируются чаще;
- преобладании исследовательских показателей: часто в ущерб качеству преподавания или социальной значимости;
- игнорировании специфики региональных и специализированных вузов: например, университеты, сфокусированные на гуманитарных науках или прикладных исследованиях, могут быть недооценены;
- «игре на рейтинг»: вузы могут менять свою стратегию, чтобы улучшить позиции, а не реальное качество образования.

ОЦЕНКА НАЦИОНАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ СИСТЕМ: ГЛУБОКИЙ ВЗГЛЯД

Для всесторонней оценки эффективности образования необходимо выйти за рамки отдельных «звездных» университетов и рассмотреть всю национальную систему – от дошкольного до высшего образования, включая профессионально-техническое обучение. Здесь на первый план выходят другие индикаторы и организации.

1. Программа международной оценки учащихся (PISA) от ОЭСР оценивает функциональную грамотность 15-летних школьников (чтение, математика, естественные науки). Страны, такие как Финляндия, Сингапур, Эстония и Южная Корея, регулярно демонстрируют высокие результаты, что свидетельствует о силе их базового образования, равенстве доступа и высоких стандартах преподавания.

2. Доступность и справедливость. Насколько образование доступно для всех слоев населения, вне зависимости от социально-экономического статуса или географического положения? Национальные системы, такие как в странах Северной Европы, часто получают высокие оценки за инклюзивность и равенство возможностей.
3. Финансирование. Доля ВВП, выделяемая на образование, государственные и частные инвестиции.
4. Связь с рынком труда. Насколько эффективно образовательные программы готовят выпускников к требованиям экономики? Германия, с ее мощной системой дуального профессионального образования, является ярким примером успешного сопряжения образования и индустрии.
5. Инновационная экосистема. Способность системы генерировать научные открытия, патенты, стартапы и трансформировать исследования в практические решения. Здесь важна роль не только университетов, но и научно-исследовательских центров, а также государственной поддержки инноваций. Эффективная национальная система – это не просто сумма «топовых» университетов. Это интегрированный механизм, обеспечивающий качественное образование на всех уровнях, способствующий социальному лифту и отвечающий стратегическим потребностям страны.

ТРЕНДЫ И ВЫЗОВЫ: ПЕРЕКРЕСТОК БУДУЩЕГО

Мировое образование находится в точке глубоких трансформаций. Отвечая на них, страны и университеты могут либо улучшить свои позиции в «Мировом рейтинге» будущего, либо столкнуться с деградацией.

Ключевые тренды:

1. Цифровизация и EdTech. Пандемия COVID-19 ускорила внедрение онлайн-обучения, искусственного интеллекта в персонализацию образовательного процесса, виртуальной и дополненной реальности. Это открывает новые возможности для масштабирования доступа и адаптации контента.



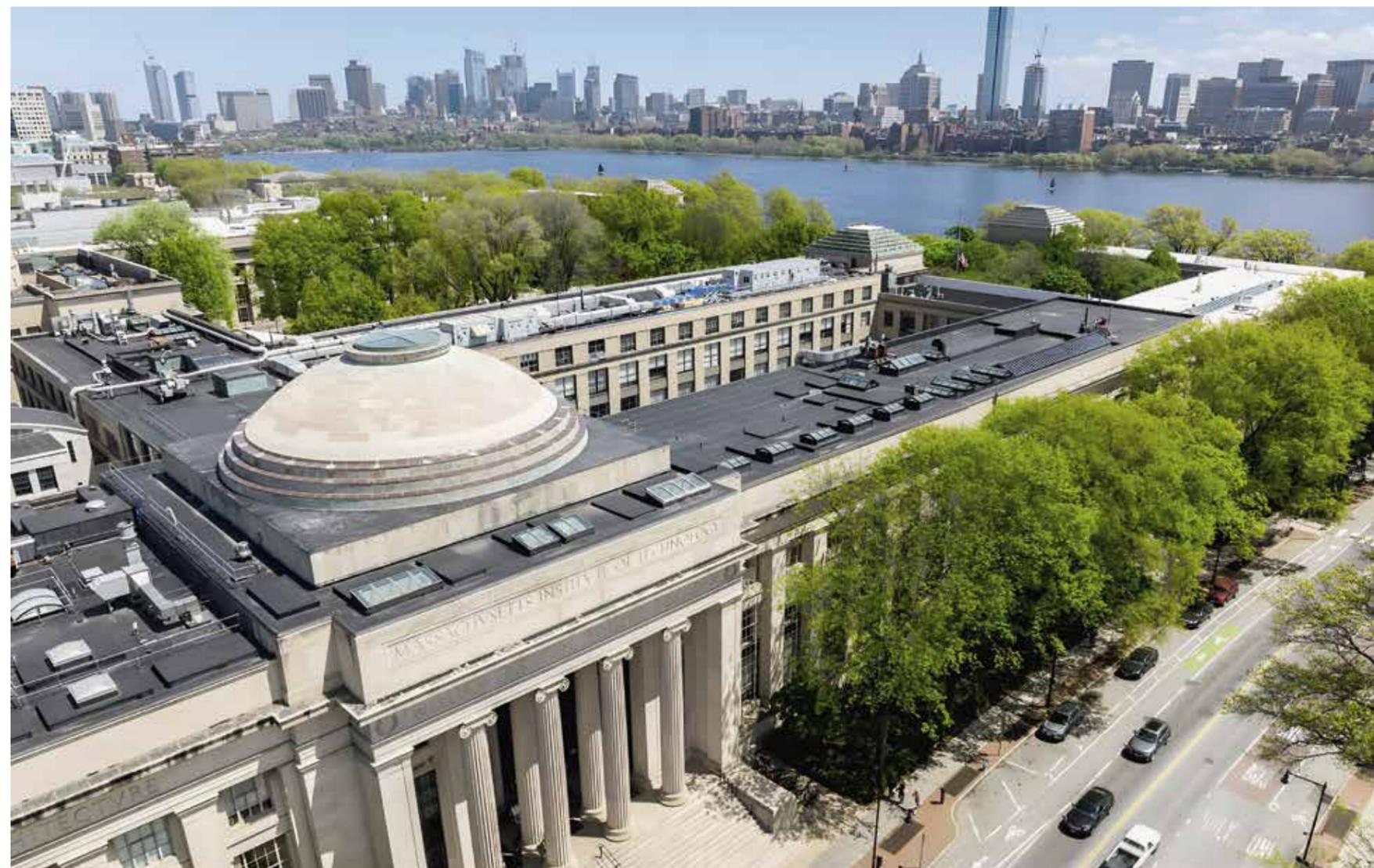
2. Глобализация образования. Растет количество трансграничных образовательных программ, международных кампусов, совместных научных проектов и академических обменов.
 3. Непрерывное образование (Lifelong Learning). Быстрые изменения на рынке труда требуют постоянного обновления навыков (reskilling, upskilling). Университеты и корпорации активно развивают программы для взрослых.
 4. Акцент на «навыки XXI века». Критическое мышление, креативность, коммуникация, коллаборация, цифровая грамотность, эмоциональный интеллект становятся столь же важными, как и предметные знания.
 5. Междисциплинарность. Стираются границы между традиционными дисциплинами, способствуя решению комплексных глобальных проблем.
 6. Образование для устойчивого развития. Интеграция принципов устойчивого развития и социальной ответственности в учебные планы.
- Основные вызовы:
1. Неравенство доступа. Цифровой разрыв, социально-экономические барьеры, гендерное неравенство по-прежнему ограничивают доступ к качественному образованию для миллионов людей.

2. Финансирование. Растущие затраты на образование и сокращение государственного финансирования во многих странах вынуждают искать новые модели поддержки, включая частные инвестиции.
3. «Утечка мозгов» (Brain Drain). Лучшие выпускники и ученые мигрируют в страны с более привлекательными условиями для работы и жизни, ослабляя инновационный потенциал родных стран.
4. Актуальность программ. Разрыв между академическими программами и потребностями быстро меняющегося рынка труда.
5. Сохранение качества при массовизации. Как обеспечить высокое качество образования при увеличении числа студентов?
6. Академическая свобода vs. политическое давление. В некоторых регионах университеты сталкиваются с ограничением академической автономии и свободы слова.

Мировые рейтинги университетов являются полезным инструментом для сравнения и постановки целей, но они представляют лишь часть сложной картины. Истинная сила образовательной системы страны измеряется не только количеством вузов в Топ-100, но и ее способностью предоставить качественное, справедливое и актуальное образование для всех граждан, а также генерировать инновации и новые знания.

Страны, которые смогут эффективно реагировать на глобальные тренды, отвечать на вызовы неравенства и финансирования, и интегрировать образование в национальную стратегию развития, неизбежно будут подниматься в «Мировом рейтинге» будущего – рейтинге, который всё больше будет измерять не только экономическую мощь, но и интеллектуальный, культурный и человеческий капитал. Инвестиции в образование – это не расходы, а стратегические вложения, которые формируют облик наций и определяют их место в завтрашнем мире. •

Денис Медведев



КОРОЛЕВЫ ПОДИУМА: МИРОВОЙ РЕЙТИНГ МОДЕЛЕЙ И ИХ ВЛИЯНИЕ



МОДНЫЕ ДОМА, МИЛЛИАРДЫ БИЗНЕСА И ЗВЕЗДЫ ДЕФИЛЕ

Мир моды – это не только блистательные показы, эфемерные тренды и недостижимая роскошь. За ширмой гламура скрывается колоссальная, многомиллиардная индустрия, которая диктует правила, формирует вкусы и задает ритм современному обществу. В этой статье мы погрузимся в три неразрывно связанных измерения: величие модных домов, механизмы модного бизнеса и влияние топ-моделей, чьи имена гремят на мировых подиумах.

МОДНЫЕ ДОМА: ХРАМЫ СТИЛЯ И ИННОВАЦИЙ

Основа fashion-индустрии – модные дома: креативные двигатели и локомотивы стиля. От легендарных Chanel, Dior, Louis Vuitton и Gucci до более молодых, но уже культовых Balenciaga и Jacquemus – каждый из них не просто производит одежду, а творит целую вселенную со своей философией, историей и эстетикой.

Модные дома – это больше, чем просто бренды. Это хранилища культурного наследия, где традиции переплетаются с самыми смелыми инновациями. Креативные директора, такие как Фиби Файло, Алессандро Микеле или Вирджил Абло (чье наследие продолжает жить), становятся настоящими визионерами, чьи коллекции не просто предлагают одежду, но и отражают, а порой и формируют дух времени. Они определяют цветовые палитры, силуэты, материалы и аксессуары, которые затем тиражируются на всех уровнях рынка – от высокой моды до масс-маркета.

Именно модные дома являются основным источником вдохновения для всей индустрии, задавая тон всему, что мы видим на улицах и в глянцевых журналах.



МОДНЫЙ БИЗНЕС: МИЛЛИАРДЫ В ИГРЕ

Если модные дома – это сердце креативности, то модный бизнес – это его кровеносная система, перекачивающая триллионы долларов по всему миру. Глобальная fashion-индустрия оценивается в триллионы долларов и включает в себя не только дизайн и производство, но и маркетинг, дистрибуцию, ритейл, PR, медиа и даже технологии.

Крупнейшие конгломераты, такие как LVMH (Louis Vuitton Moët Hennessy) и Kering, управляют портфелями из десятков престижных брендов, демонстрируя, как искусство и коммерция могут существовать в симбиозе. Они владеют не только модными марками, но и ювелирными домами, производителями часов, вин и алкоголя, создавая целые империи роскоши.

В числе основных тенденций в модном бизнесе сегодня:



- цифровая трансформация: электронная коммерция, социальные сети и метавселенные становятся ключевыми каналами взаимодействия с потребителями;
- устойчивое развитие: вопросы этичного производства, использования экологических материалов и сокращения отходов выходят на первый план, формируя новые стандарты для всей отрасли;
- персонализация и инклюзивность: бренды всё больше ориентируются на индивидуальные потребности и стремятся к представлению разнообразия в своих коллекциях и рекламных кампаниях;
- “see now, buy now”: сокращение времени между показом коллекции и ее поступлением в продажу.

Модный бизнес – это высококонкурентная среда, где успех зависит от сочетания креативности, проницательности, умения угадывать и создавать тренды, а также от эффективного управления сложными глобальными цепочками поставок.

КОРОЛЕВЫ ПОДИУМА: МИРОВОЙ РЕЙТИНГ МОДЕЛЕЙ И ИХ ВЛИЯНИЕ

Наконец, мы подходим к «лицам» этой грандиозной индустрии – моделям. Их задача не только продемонстрировать одежду, но и вдохнуть в нее жизнь, передать настроение коллекции и воплотить видение дизайнера. Современные топ-модели – это не просто красивые девушки или юноши; это самостоятельные бренды, инфлюенсеры и бизнес-единицы.

ЧТО ОПРЕДЕЛЯЕТ ПОЗИЦИЮ В МИРОВОМ РЕЙТИНГЕ МОДЕЛЕЙ?

В отличие от спортивных состязаний, здесь нет единого, универсального «мирового рейтинга», который бы обновлялся еженедельно. Однако индустрия, профессиональные издания (такие как Models, FORBIDDEN, Forbes), агентства и, конечно, социальные сети формируют представление о том, кто находится на вершине. Ключевые критерии – это:

1. количество и значимость показов: участие в ведущих мировых Неделях моды (Нью-Йорк, Лондон, Милан, Париж) и дефиле для самых престижных домов;
2. рекламные кампании: лицо мировых брендов в многомиллионных рекламных контрактах;
3. обложки гляцевых журналов: появление на обложках Vogue, Harper’s Bazaar, Elle и других авторитетных изданий;
4. доходы: Forbes ежегодно публикует рейтинги самых высокооплачиваемых моделей, что является важным показателем успешности;
5. медийность и социальные сети: миллионы подписчиков в Instagram, TikTok и на других платформах делают моделей мощными инфлюенсерами, способными продвигать продукты и бренды;
6. уникальность и профессионализм: неповторимый образ, харизма, умение работать с камерой и на подиуме, а также дисциплина.

СОВРЕМЕННЫЕ ЗВЕЗДЫ ПОДИУМА:

Среди имен, которые постоянно находятся в топе, можно выделить как «старую гвардию» супермоделей, продолжающих работать (Наоми Кэмпбелл, Кейт Мосс), так и новое поколение, которое сочетает модельный бизнес с активной жизнью инфлюенсеров:

- Белла и Джиджи Хадид: сестры, чье влияние в индустрии трудно переоценить, регулярно участвующие в показах и рекламных кампаниях высшего эшелона.
- Кендалл Дженнер: одна из самых высокооплачиваемых моделей мира, активно использующая свою медийность.
- Кайя Гербер: дочь Синди Кроуфорд, уверенно идущая по стопам матери.
- Витория Черетти, Ирина Шейк, Адут Акеч: эти модели, каждая со своим уникальным стилем и историей, доминируют на подиумах и в рекламных кампаниях, постоянно обновляя топ-листы.

Их успех – это симбиоз природной красоты, харизмы, упорного труда и грамотного позиционирования в постоянно меняющемся мире.

Модные дома, модный бизнес и звезды подиума – это три кита, на которых держится вся fashion-индустрия. Они не



На фото:
Екатерина Шарова,

Мисс Улыбка
Мира 2003,

Миссис
Вселенная 2019

телеведущая,
топ-модель,
национальный
директор
международных
конкурсов
красоты в России

могут существовать друг без друга, образуя сложную, динамичную и постоянно развивающуюся экосистему. От креативных замыслов дизайнеров до многомиллиардных сделок и лиц, которые воплощают эти замыслы в жизнь, мода продолжает оставаться одной из самых влиятельных и захватывающих сфер человеческой деятельности, постоянно переосмысливая себя и устремляясь в будущее. •

Алекс Но



ИСТОРИЧЕСКИЙ ДЕБЮТ: РОССИЙСКАЯ FASHION-ИНДУСТРИЯ ВПЕРВЫЕ ПРЕДСТАВЛЕНА В БАХРЕЙНЕ

7 декабря 2025 года в столице Королевства Бахрейн, Манаме, состоится событие, призванное перевернуть представление о российской моде на Ближнем Востоке. Впервые российская fashion-индустрия совершит свой официальный дебют на этой манящей ближневосточной арене, обещая представить не просто показ коллекций, но и громко заявить о качестве и креативности Made in Russia.



Русская мода, переживающая период бурного развития и международной экспансии, делает решительный шаг вперед, уверенно выходя на новые рынки. Это долгожданное событие обещает стать яркой вехой в мире моды и престижным знаком качества для отечественных брендов.

ЭКСПАНСИЯ НА ВОСТОК: ОТ ОАЭ ДО БАХРЕЙНА

Этот шаг является логичным продолжением успешного выхода российской fashion-индустрии на международные рынки. После уверенного закрепления на территориях Объединённых Арабских Эмиратов, Саудовской Аравии и Катара, где уже более 15 крупных российских брен-



дов, таких как мейнстримовые 12 Storeez и Lime, а также утонченные Monochrome и поэтичные Poison Drop, завоевали признание за оригинальность, качество материалов и глубокие корни традиций, пришла очередь Королевства Бахрейн. Российская мода продолжает оставлять далеко позади традиционные границы потребительских предпочтений, демонстрируя удивительное многообразие стилей и подходов.

Королевство Бахрейн, хоть и является новой площадкой для российской моды, несет в себе огромный потенциал для партнерства. Как отметил посол Российской Федерации в Королевстве Алексей Скосырев в 2025 году, Бахрейн, особенно его столица Манаме, предлагает благоприятные условия государственного регулирования и развитую финансовую систему, делая его идеальной «точкой входа» на обширный рынок Персидского Залива.

МОСТ ВЗАИМОПОНИМАНИЯ: МИССИЯ ARFA GLOBAL GROUP

Новый этап в продвижении российской моды наступает с открытием Bahrain Russian Fashion Week, организованной инициативной группой Arfa Global Group. Бизнес-миссия Arfa в Бахрейне видит одной из важнейших своих задач создание пространства для диалога. Основатель Arfa Global Group Елена Лебедева подчеркивает основную миссию: «Задача нашего проекта – создать мост взаимопонимания между двумя культурами, объединить вдохновение Востока и Запада.»

Готовящееся в рамках Arfa Business Mission Fashion Show призвано стать не только витриной модных тенденций, но и пространством для глубокого культурного обмена, установления новых деловых связей и поиска точек пересечения для будущих совместных проектов. Для концептуальных брендов и дизайнеров из России и Бахрейна это новая форма развития совместных отношений и возможность обмена креативными и бизнес-подходами.

ЛИЦА РОССИЙСКОЙ МОДЫ: ОТ ТРАДИЦИЙ ДО СОВРЕМЕННОСТИ

Российская делегация, прошедшая строгий отбор, представит лучшие образцы отечественной fashion-индустрии. Это не просто демонстрация коллекций взрослой и детской моды, ювелирных изделий и аксессуаров, но и уникальная возможность для международной аудитории познакомиться с богатством и разнообразием культурного кода России. Представленные направления впечатлят зрителя разносторонним подходом российских компаний к целому ряду областей.





Среди заявленных участников – знаменитый модный дом Firdaws Айшат Кадыровой, отличительными чертами одежды и аксессуаров которого являются приверженность традициям в сочетании с современными модными трендами, эксклюзивность (каждая модель отшивается не более чем в трех-пяти экземплярах), а также ручной декор.

Еще одним участником российской fashion-делегации станет Дом моды IGORGULYAEV, основанный выдающимся дизайнером Игорем Гуляевым, известный своими роскошными коллекциями.

Особое внимание будет уделено брендам, развивающимся под руководством основательницы ARFA Global Group Елены Лебедевой: детская одежда «Империя Детства» и Alessandro Borelli. Последний уже успешно зарекомендовал себя на рынке Персидского Залива, открыв свой флагманский бутик в высококонкурентном Dubai Mall, что подтверждает его исключительный потенциал и востребованность в реги-



оне.

Особую роль в широком освещении и информационной поддержке этого знакового события играет Евразийское информационное агентство. Выступая официальным информационным партнером, агентство обеспечит всестороннее освещение дебюта российской fashion-индустрии в Бахрейне, распространяя новости, эксклюзивные репортажи и интервью среди ключевых медиа, бизнес-сообществ и широкой публики Евразийского пространства и за его пределами. Это участие подчеркивает значи-



мость события для укрепления культурных и экономических связей между Россией, странами Залива и евразийским регионом в целом, способствуя формированию положительного имиджа российской моды на международной арене.

Дебют российской fashion-индустрии в Бахрейне – это не просто очередное модное событие. Это стратегический шаг, открывающий новые горизонты для диалога, сотрудничества и культурного обмена, прокладывающий путь для дальнейшего укрепления позиций российских брендов на глобальной арене. •

Дата: 7 декабря 2025 года
Место: г. Манама,
Королевство Бахрейн
Организаторы:
Arfa Global Group

СОДЕРЖАНИЕ

О рейтинге, искусстве и успехе в творчестве.....	3
Территория духовного наследия человечества.....	8
SAJA: новый рейтинг красоты и сознания. Как философия меняет правила игры в мировой моде.....	15
Джон Ноулз Фитч: архитектор доверия и заря кредитных рейтингов	20
Топ-50 лучших отелей России 2025.....	24
«Мягкая сила» на весах: Как культура, дипломатия и ценности формируют глобальное влияние.....	30
Индекс счастья: деньги не главное, но что тогда?	34
Образование мира – за гранью баллов. Как рейтинги и системы формируют будущее нации.....	38
Королевы подиума: мировой рейтинг моделей и их влияние	42
Исторический дебют: российская fashion-индустрия впервые представлена в Бахрейне.....	46



WFRS
WORLD
CUP'26



IX ЧЕМПИОНАТ МИРА ПО РЕСТОРАННОМУ СПОРТУ

РОССИЯ, САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
20-26.10.2026

WFRS.REST



МИРОВОЙ РЕЙТИНГ

Журнал «Мировой рейтинг»
№1 ноябрь 2025

Учредитель Палагутин Дмитрий Александрович.
Адрес редакции: 194156, Санкт-Петербург, ул. Манчестерская, д. 2
Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77-89823 от 15.07.2025 г.
Выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций.



Главный редактор Александр Рабинович
Дизайнер Александр Ильин
Корректор Юлия Шувалова

Отпечатано в типографии «Принт24», 192102, Санкт-Петербург,
ул. Самойловой, 5. Тираж: 6000 экз.
Распространяется бесплатно.
Подписано в печать: 01.11.2025.
Редакция не несет ответственность за достоверность информации,
опубликованной в рекламных объявлениях. Мнение редакции может
не совпадать с мнением авторов. Возрастная категория: 12+.



МИРОВОЙ РЕЙТИНГ

12+

№01 (НОЯБРЬ 2025)

ЕВРАЗИЙСКОЕ
РЕЙТИНГОВОЕ
АГЕНТСТВО –
НОВЫЕ
ГОРИЗОНТЫ!

