

УДК 303.7



Крюкова Ю.Е.

Репутация: этимология понятия и поиск социально-философских оснований анализа. К постановке проблемы

Крюкова Юлия Евгеньевна, аспирантка кафедры философии языка и коммуникации Философского факультета МГУ имени М.В. Ломоносова
E-mail: kryukova555@bk.ru

Статья посвящена анализу слова/понятия «репутация», представленного в различных контекстах, отечественных и зарубежных словарях и справочниках. На основе проведенного анализа в статье предложена новая уточненная характеристика понятия «репутация», соответствующая современным контекстам употребления данного понятия в разных сферах теории и практики. Показано, что проблемы, связанные с анализом репутации, принадлежат к области междисциплинарных исследований с общей для них аналитической базой, представленной в рамках социально-философского подхода к исследованию концептуального аппарата.

Ключевые слова: репутация, понятие из области междисциплинарных исследований, этимологический анализ, экспертный анализ текста, словарное значение, интерпретация, принятие решений.

Проблемы репутации в современных условиях исследуются в разных областях науки и практики. Так, в области теоретических исследований эти проблемы анализируются, например, специалистами в сферах маркетинга и экономики (например, Г. Даулинг), социальных наук (Е.Ю. Докукина), юриспруденции (И.В. Олейник, А.Б. Лапшов), политических наук (Н.В. Устинова), других областях, включая, математику (Н.С. Ермаков, А.А. Иващенко, Д.А. Новиков)¹.

Очевидно, что понятие «репутация» оказывается принадлежащим сфере междисциплинарных исследований. Возможно, благодаря именно этому факту, данное понятие с каждым годом обрывает новыми характеристиками. Понимание феномена репутации, с одной стороны, расширяется, с другой стороны, – порой становится более узкоспециализированным. Появляется отдельный список понятий, ограничивающих объем понятия «репутация». Например, в сфере бизнеса появились такие понятия, как «деловая репутация»², «корпоративная репутация»³. В качестве примеров можно назвать и другие области научной и практической деятельности. В то же время появляются новые понятия, которые, в конечном счете, как раз и представляют основные признаки, базово присущие именно понятию «репутация». В их числе можно выделить следующие понятия: «репутационный менеджмент»⁴, «нематериальный актив»⁵, «гудвилл»⁶, «политический репутационный менеджмент»⁶.

Представляется важным подчеркнуть, что многие исследователи проблем репутации не задаются вопросом об этимологии слова/понятия «репутация». На мой взгляд, этимологический анализ может положительно отразиться на качестве исследований проблем репутации, он может помочь более четко представить содержание как самого понятия «репутация», так и совокупности ассоциированных с ним понятий, указанных выше. Следовательно, можно предположить, что адекватно введенный и хорошо проведенный концептуальный анализ позволит улучшить управленческий процесс в целом и управление репутацией, в частности. Этимологический анализ, наконец, может позволить показать зависимость

¹ Даулинг Г. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности. М.: ИМИДЖ-Контакт, Инфра-М, 2003; Докукина Е.Ю. Репутация личности: социальные и деловые аспекты. Дисс. ... к. социол. н. Ростов-н-Д, 2004; Олейник И.В., Лапшов А.Б. «Плюс/минус» репутация: Российский опыт репутационного менеджмента. Самара: Бахрах-М, 2003; Устинова Н.В. Политическая репутация: сущность, особенности, технологии формирования. Дисс. ... к. полит. н. Екатеринбург, 2005; Ермаков Н.С., Иващенко А.А., Новиков Д.А. Модели репутации и норм деятельности. М.: ИГУ РАН, 2005.

² Бонг Н.В. Инструменты и методы управления деловой репутацией промышленных предприятий. Дисс. ... к. экон. н. СПб, 2004.

³ Fomburn C.J. *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image*. Boston: Harvard Business School Press, 1996, p. 37; Chun R. "Corporate Reputation: Meaning and Measurement." *International Journal of Management Reviews* 7.2 (2005): 91–109; Barnett M.L., Jermier J.M., Lafferty B.A. "Corporate Reputation: The Definitional Landscape." *Corporate Reputation Review* 9.1 (2006): 26–38; Walker K. "A Systematic Review of the Corporate Reputation Literature: Definition, Measurement, and Theory." *Corporate Reputation Review* 12.4 (2010): 357–387 и мн. др.

⁴ Шарков В.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: Учебное пособие. М.: Дашков и Ко, 2012. С. 167; Doorley J., Garcia H.F. *Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication*. New York, NY: Routledge, 2011.

⁵ Олейник И.В., Лапшов А.Б. Указ. соч. С. 30.

⁶ Устинова Н.В. Указ. соч. С. 58; Wang J. "Managing National Reputation and International Relations in the Global Era: Public Diplomacy Revisited." *Public Relations Review* 32.2 (2006): 91–96.

употребления (в витгенштейновском смысле) понятия «репутация» от культуры, в которой оно появляется.

Обращение к этимологическим и толковым словарям показывает, что нет однозначных сведений о появлении слова «репутация» в русском языке. Большая часть словарей – В.И. Даля, Е.Н. Захаренко, Н.И. Епишкина, А.Д. Михельсона, Л.П. Крысина, А.Н. Чудинова – указывает на то, что слово «репутация» заимствовано из французского языка, от слова «réputation», которое, в свою очередь, происходит от латинского «reputatio / reputatio» (далее везде «reputatio»). Согласно историко-этимологическому словарю М. Фасмера¹ и словарям Н.А. Смирнова² и П.Я. Черных³, заимствование слова «репутация» произошло через польский язык, однако польское «reputacja» также образовано от латинского «reputatio». В свою очередь, Большой словарь иностранных слов и Толковый словарь русского языка под редакцией Д.Н. Ушакова возводят слово «репутация» непосредственно к латинскому «reputatio». Таким образом, перечисленные источники сходятся в том, что слово «репутация» базово происходит из латинского языка, расходясь лишь во мнении о том, под влиянием какого языка – французского или польского (и, исходя из этого, в какое время) – появляется России это слово.

Существует несколько версий того, каким образом и когда в русской лексике возникло слово «репутация». Так, гипотеза о том, что оно заимствовано из французского языка опирается на несколько фактов, во-первых, в XVII в. французский язык выполнял функции международного языка⁴. Во-вторых, Франция в этот период оказывается «наиболее развитой во многих отношениях страной». Политическое и идеологическое лидерство Франции проявлялось в разных сферах: «...лионские белошвейки – законодательницы мод, Дидро и Вольтер – владыки умов, а блеск Версаля – недостижимый идеал для других монархов»⁵. Наконец, именно в этот период Россия вступила в европейский «концерт держав», или, как говорят сейчас, в «европейское сообщество»⁶, в частности, получив возможность прямого заимствования новых слов/понятий.

Период особого влияния Франции на Россию получил название «галломания», а заимствованные из французского языка слова – «галлицизмом». Можно предположить, что галломания в определенной мере повлияла на менталитет русских людей, внесла свой вклад в культуру и в определенной мере отразилась на ценностях, принимаемых обществом этого периода. Особенно значимым такое влияние становится после именного высочайшего указа Екатерины Великой «О прекращении сообщения с Францией по случаю происшедшего в оной возмущения и умерщвления короля Людовика XVI и о высылке Французов из России, исключая тех, которые под присягой отрекутся от революционных правил, во Франции распространившихся» (1793 г.)⁷. Указ обязывал французов либо выехать за границу, либо принести присягу на верность (т.е. под присягой отказаться от революционных идей). В результате «около полугора тысяч парижан стали гувернёрами и учителями помещичьих детей; даже наставником императора Александра I в юные годы был швейцарец-франкофон Лагарп, а к началу XIX в. в домашней библиотеке русского дворянина в среднем более 70% книг современных авторов принадлежали перу французов»⁸.

В то же время, как уже отмечалось выше, в историко-этимологических словарях Н.А. Смирнова, М. Фасмера, П.Я. Черных указывается на польское происхождение слова «репутация» и его появление в русском лексиконе уже при Петре I. В своей книге «Западно-европейское влияние» Н.А. Смирнов пишет: «Экономическая несостоятельность и нравственная несостоятельность общества были осознаны (допетровская эпоха, в XVII в. в царствование Алексея Михайловича). Благодаря Петровским реформам началось обучение, появились школы, учителя, завелся театр и другие разные жизненные удовольствия и удобства, тем не менее, традиционное суеверие перед иновещерским западом было еще настолько сильно, что не позволяло войти в прямые сношения с Западной Европой, а потому понадобилось посредничество в лице соседней Польши и юго-западной Руси»⁹. Одновременно в эпоху Петра Великого в Россию хлынул поток переводных книг. В процессе перевода на русский язык возникали проблемы двоякого рода. Во-первых, переводом иноязычных слов занимались иностранцы, на тот момент плохо знавшие русский язык, или русские, знакомые с иностранными языками, но еще не сведущие в специальных вопросах, что осложняло подбор научной терминологии. Во-вторых, для перевода использовались все доступные тогда языки, и поэтому научные термины приводились одновременно в разных формах, на разных языках: голландском, английском, французском или итальянском. «В результате всего этого получались переводы, зачастую страдавшие и неясностью выражений, и неверною передачей подлинника»¹⁰.

Словарь Н.А. Смирнова («Западное влияние на русский язык в Петровскую эпоху. I. Определение путей, которыми в Петровскую эпоху шли заимствования из западно-европейских языков. II. Словарь иностранных слов, вошедших в русский язык в эпоху Петра Великого») составлен на основе исследования 29 сочинений и содержит более 3000 иностранных слов, вошедших в русскую речь при Петре I. Этот словарь наглядно показывает изменения, произошедшие в административной, экономической и нравственной жизни России той эпохи.

Смирнов выделяет особую группу административных слов, например, «авторитет», «ранг», «инструкция», «конституция» и др., заимствованных, по-видимому, из немецкого, так как на тот момент в Германии активно развивалось административное дело. Однако в числе этих терминов нет слова «репутация». Возможно, именно поэтому до сих пор слово/понятие «репутация» в русском языке используется наряду с такими словами, как «честь», «достоинство» и другими близкими по значению.

¹ См.: Фасмер М. Этимологический словарь русского языка: В 4 т. Т. 3 / Пер. с нем. и доп. О.Н. Трубачева. М.: Прогресс, 1987.

² См.: Смирнов Н.А. Западное влияние на русский язык в Петровскую эпоху I. Определение путей, которыми в Петровскую эпоху шли заимствования из западно-европейских языков. II. Словарь иностранных слов, вошедших в русский язык в эпоху Петра Великого. СПб.: Императорская Академия Наук, 1910.

³ См.: Черных П.Я. Историко-этимологический словарь современного русского языка: В 2 т. Т. 2. М.: Русский язык, 1999.

⁴ См.: Ярцева В.Н. Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1990.

⁵ Чесников Э. Как французский язык стал языком аристократии [Электронный ресурс] // Русская семёрка. 2014. Декабрь. Режим доступа: <http://russian7.ru/2014/12/kak-francuzskij-jazyk-stal-jazykom-russ/>.

⁶ См. подробнее: Епишкин Н.И. Краткий исторический словарь галлицизмов русского языка («амур бонжур тужур» и другие французские слова и выражения в русском языке и речи). Чита, 1999.

⁷ Полное собрание законов Российской империи. Т. 23. СПб., 1830. С. 402–404.

⁸ Чесников Э. Указ. соч.

⁹ Смирнов Н.А. Указ. соч. С. 6.

¹⁰ Там же.

Итак, несмотря на отсутствие единства во мнении о появлении в русском языке слова «репутация», представляется возможным предположить, что слово «репутация» в русской лексике образовалось по иноязычному типу заимствования.

Лингвисты выделяют два типа заимствования: 1) заимствования родственные (из славянских языков) и 2) заимствования иноязычные (из неславянских языков – греческого, латинского, тюркского, скандинавских, западноевропейских)¹. Заимствование слова «репутация», видимо, произошло посредством буквального перевода соответствующей языковой единицы с латиницы на кириллицу путем калькированием (от фр. *calque* – копия)².

Как же интерпретируется слово «репутация» в отечественных словарях?

Одним из первых, дающих характеристику понятия «репутация», является словарь А.Д. Михельсона 1865 г., который определяет понятие репутации через понятия «честь, доброе имя»³. В 1894 г. А.Н. Чудинов дает следующую характеристику репутации: «добрая или худая слава о человеке; общественное мнение о человеке, об учреждении»⁴. В 1907 г. М. Попов дал следующую характеристику репутации: «мнение, сложившееся в обществе о данном лице, молва, слава»⁵. В этом же году Ф. Павленков истолковал репутацию следующим образом: «то же, что реноме, но в применении преимущественно к частному лицу, именно к достоинствам (хорошая репутация) или недостаткам (дурная репутация) личным и профессиональным»⁶. Большая часть современных словарей – Е.Н. Захаренко, Л.П. Крысин, Большой словарь иностранных слов, словари С.И. Ожегова, Б.А. Райзберга, Толковый словарь русского языка Д.Н. Ушакова – истолковывает репутацию как «создавшееся (составившееся, сложившееся, установившееся) мнение о достоинствах или недостатках кого-либо, чего-либо; общественная оценка». Словарь П.Я. Черных, в частности, дает следующую характеристику понятию «репутация»: «Установившееся общественное мнение о ком-либо, о чьей-либо деятельности»⁷.

Полагаю, что понятие «репутация» может трактоваться в качестве процессуального понятия⁸, что позволяет мне (в качестве рабочей, этапной характеристики) уточнить данное понятие следующим образом: **понятие «репутация» – это понятие, представляющее как результат, так и процесс складывающегося мнения, процесс принятия решений по поводу оценки, даваемой субъекту или объекту оценки, на основании его достоинств и/или недостатков, выявленных при анализе деятельности этого субъекта.**

Как уже было сказано выше, исследование проблем репутации можно найти в рамках разных дисциплин. Вероятно, можно согласиться с оценкой В.С. Диева роли философии в исследовании проблем принятия решений. В соответствии с его позицией, «философия в анализе этих проблем [междисциплинарное изучение теории принятия решений – Ю.К.] может выполнять интегрирующую функцию: с одной стороны, объединяя подходы различных дисциплин, а с другой, формируя общий концептуальный базис, позволяющий переносить методы и модели из одной научной дисциплины в другую, а кроме того, формировать понятия и категории, которые могут обеспечить выход за рамки узко дисциплинарных способов понимания и осмысления изучаемых явлений»⁹. На мой взгляд, такое же место философия занимает и по отношению к проблемам репутации. Поскольку понятия «репутация» и «принятие решений» характеризуют деятельность человека, оба понятия попадают в сферу социально-философского анализа.

Представляется, что наиболее важным для междисциплинарного изучения феномена репутации в социально-философском контексте может стать поиск ответов на следующие основополагающие, с моей точки зрения, вопросы:

1. Что такое репутация (рассмотренная в определенном исследовательском контексте и как таковая)?
2. Кто/что является субъектом репутации?
3. Как формируется репутация, а затем поддерживается (управляется)?
4. В чем заключаются преимущества положительной репутации?
5. С какими понятиями отождествляется, через какие понятия описывается феномен репутации?

Представленные вопросы являются, на мой взгляд, несущей конструкцией последующего междисциплинарного исследования проблем репутации, основывающегося на методологии экспертного анализа текста, разработанная Г.В. Сориной¹⁰. Варианты ответов на разработанный мною «стандартный» список вопросов по междисциплинарному изучению феномена репутации в контексте социально-философского анализа будет представлен в последующих публикациях.

ЛИТЕРАТУРА

1. Полное собрание законов Российской империи. Т. 23. СПб., 1830.
2. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. М.: Советская Энциклопедия, 1969.
3. Большой словарь иностранных слов. М.: ИДДК, 2007.
4. Бонг Н.В. Инструменты и методы управления деловой репутацией промышленных предприятий. Дисс. ... к. экон. н.

¹ См., напр.: Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. М.: Советская Энциклопедия, 1969; Розен Е.В. Как появляются слова? Немецкая лексика: история и современность. М.: МАПТ, 2000; Ермолович Д.И. Имена собственные на стыке языков и культур. М.: Р. Валент, 2001.

² См. подробнее: Ярцева В.Н. Указ. соч.

³ См.: Михельсон А.Д. Объяснение 25000 иностранных слов, вошедших в употребление в русский язык, с означением их корней. М., 1865.

⁴ Чудинов А.Н. Словарь иностранных слов, вошедших в состав русского языка. М.: Издание В.И. Губинского, 1894. С. 654.

⁵ Попов М. Полный словарь иностранных слов, вошедших в употребление в русском языке. М., 1907. С. 240.

⁶ Павленков Ф. Словарь иностранных слов, вошедших в состав русского языка. Составлен по Энциклопедическому Словарю Ф. Павленкова, с соответствующими сокращениями в объяснении слов и добавлениями в их числе. 2-е изд. СПб., 1907. С. 160.

⁷ Черных П.Я. Указ. соч. С. 464.

⁸ «Процесс – последовательная смена явлений, событий в развитии чего-нибудь (Большой энциклопедический словарь, 2000). Термин «процессуальное понятие» был введен на конференции «Современные общества: понятие, своеобразие, типология», прошедшей 1 июня 2015 г. на Философском факультете МГУ имени М.В. Ломоносова, в контексте «модернизация – процессуальное понятие».

⁹ Диев В.С. Рациональные решения: критерии, модели, парадоксы [Электронный ресурс] // Вопросы философии. 2013. № 8. С. 4–11. Режим доступа: http://vphil.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=801&Itemid=52.

¹⁰ Сорокина Г.В. Сорокина Г.В. Методология экспертной работы (в контексте современных образовательных коммуникаций) // Ценности и смыслы. 2014. № 2. С. 54–55.

- СПб., 2004.
5. Волков А.А. Как рождаются языки. (Ч. 1) [Электронный ресурс] // Татьяна день. 2009. 23 мая. Режим доступа: <http://www.taday.ru/text/118834.html>.
 6. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка: В 2 т. Т. 2. М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2012.
 7. Даулинг Г. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности. М.: ИМИДЖ-Контакт, Инфра-М, 2003.
 8. Диев В.С. Рациональные решения: критерии, модели, парадоксы [Электронный ресурс] // Вопросы философии. 2013. № 8. С. 4–11. Режим доступа: http://vphil.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=801&Itemid=52.
 9. Докукина Е.Ю. Репутация личности: социальные и деловые аспекты. Дисс. ... к. социол. н. Ростов-н-Д, 2004.
 10. Епишкин Н.И. Краткий исторический словарь галлицизмов русского языка («амур бонжур тужур» и другие французские слова и выражения в русском языке и речи). Чита, 1999.
 11. Ермаков Н.С., Иващенко А.А., Новиков Д.А. Модели репутации и норм деятельности. М.: ИПУ РАН, 2005.
 12. Ермолович Д.И. Имена собственные на стыке языков и культур. М.: Р. Валент, 2001.
 13. Ефремова Т.Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. М.: Русский язык, 2000.
 14. Захаренко Е.Н., Комарова Л.Н., Нечаева И.В. Новый словарь иностранных слов: 25 000 слов и словосочетаний. М.: Азбуковник, 2003.
 15. Крысин Л.П. Толковый словарь иноязычных слов. 6-е изд., испр. и доп. М.: Эксмо, 2005.
 16. Михельсон А.Д. Объяснение 25000 иностранных слов, вошедших в употребление в русский язык, с означением их корней. М., 1865.
 17. Ожегов С.И. Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. М.: Азъ, 1992.
 18. Олейник И.В., Лапшов А.Б. «Плюс/минус» репутация: Российский опыт репутационного менеджмента. Самара: Бахрах-М, 2003.
 19. Павленков Ф. Словарь иностранных слов, вошедших в состав русского языка. Составлен по Энциклопедическому Словарю Ф. Павленкова, с соответствующими сокращениями в объяснении слов и добавлениями в их числе. 2-е изд. СПб., 1907.
 20. Попов М. Полный словарь иностранных слов, вошедших в употребление в русском языке. М., 1907.
 21. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. 2-е изд., испр. М.: ИНФРА-М., 1999.
 22. Розен Е.В. Как появляются слова? Немецкая лексика: история и современность. М.: МАРТ, 2000.
 23. Словари и энциклопедии на Академике. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwik>
 24. Смирнов Н.А. Западное влияние на русский язык в Петровскую эпоху I. Определение путей, которыми в Петровскую эпоху шли заимствования из западно-европейских языков. II. Словарь иностранных слов, вошедших в русский язык в эпоху Петра Великого. СПб.: Императорская Академия Наук, 1910.
 25. Сорина Г.В. Методология экспертной работы (в контексте современных образовательных коммуникаций) // Ценности и смыслы. 2014. № 2. С. 52–30.
 26. Сорина Г.В. Принятие решений как интеллектуальная деятельность. М.: Канон +, Реабилитация, 2009.
 27. Толковый словарь русского языка: В 4 т. / Под ред. Д.Н. Ушакова. М.: Советская энциклопедия; ОГИЗ; Гос. изд-во иностр. и нац. словарей, 1935–1940.
 28. Устинова Н.В. Политическая репутация: сущность, особенности, технологии формирования. Дисс. ... к. полит. н. Екатеринбург, 2005.
 29. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка: В 4 т. Т. 3 / Пер. с нем. и доп. О.Н. Трубачева. М.: Прогресс, 1987.
 30. Черных П.Я. Историко-этимологический словарь современного русского языка: В 2 т. Т. 2. М.: Русский язык, 1999.
 31. Чесноков Э. Как французский язык стал языком аристократии [Электронный ресурс] // Русская семерка. 2014. Декабрь. Режим доступа: <http://russian7.ru/2014/12/kak-francuzskij-jazyk-stal-jazykom-russ/>.
 32. Чудинов А.Н. Словарь иностранных слов, вошедших в состав русского языка. М.: Издание В.И. Губинского, 1894.
 33. Шарков В.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: Учебное пособие. М.: Дашков и Ко, 2012..
 34. Ярцева В.Н. Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1990.
 35. Barnett M.L., Jermier J.M., Lafferty B.A. "Corporate Reputation: The Definitional Landscape." *Corporate Reputation Review* 9.1 (2006): 26–38.
 36. Chun R. "Corporate Reputation: Meaning and Measurement." *International Journal of Management Reviews* 7.2 (2005): 91–109.
 37. Doorley J., Garcia H.F. *Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication*. New York, NY: Routledge, 2011.
 38. Fombrun C.J., Shanley M. "What's In A Name? Reputation Building and Corporate Strategy." *Academy of Management Journal* 33.2 (1990): 233–258.
 39. Fombrun C.J. *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image*. Boston: Harvard Business School Press, 1996.
 40. Liberman A. "Some Principles of Etymological Lexicography and Etymological Analysis." *Interdisciplinary Journal for Germanic Linguistics and Semiotic Analysis* 10.2 (2005): 159–176.
 41. Shipley J.T. *Dictionary Of Word Origins*. New York, NY: Barnes & Noble, 2012.
 42. Walker K. "A Systematic Review of the Corporate Reputation Literature: Definition, Measurement, and Theory." *Corporate Reputation Review* 12.4 (2010): 357–387.
 43. Wang J. "Managing National Reputation and International Relations in the Global Era: Public Diplomacy Revisited." *Public Relations Review* 32.2 (2006): 91–96.

Цитирование по ГОСТ Р 7.0.11—2011:

Крюкова, Ю. Е. Репутация: этимология понятия и поиск социально-философских оснований анализа. К постановке проблемы / Ю.Е. Крюкова // Пространство и Время. — 2015. — № 3(21). — С. 134—137. Стационарный сетевой адрес 2226-7271prov_rst3-21.2015.43.