

Диалектика чести и репутации

О пределах эффективности репутационного менеджмента

Александров В. Б.

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (Северо-Западный институт управления РАНХиГС), Санкт-Петербург, Российская Федерация; vladboralex@mail.ru

РЕФЕРАТ

В статье обосновывается положение, согласно которому репутационный менеджмент проходит мимо проблем, связанных с личностными смыслами субъекта, осуществляющего конкретную профессиональную деятельность. Показывается, что для выражения данной проблематики особое значение имеет категория чести. Профессиональная честь при принятии решений предполагает выведение на первый план не стремление сохранить репутацию, а установку на сохранение личного достоинства, сопровождающееся готовностью взять на себя ответственность за принятые решения в критических ситуациях. Эта готовность коренится в фундаментальных мировоззренческих представлениях личности, формирующих ее направленность. Отмечается, что профессиональная честь является значительно более сильным мотивирующим фактором, чем стремление сохранить репутацию, она определяет отношение к профессии, желание и готовность совершенствоваться в ней.

Ключевые слова: репутационный менеджмент, репутация, честь

Для цитирования: Александров В. Б. Диалектика чести и репутации. О пределах эффективности репутационного менеджмента // Управленческое консультирование. 2021. № 8. С. 56–64.

Dialectic of Honor and Reputation. On Limits of Reputation Management Efficiency

Vladimir B. Aleksandrov

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (North-West Institute of Management of RANEPA), Saint-Petersburg, Russian Federation; vladboralex@mail.ru

ABSTRACT

The article justifies the provision that reputational management passes by problems related to the personal meanings of a subject conducting a specific professional activity. It is shown that the category of honor is of particular importance for the expression of this issue. Professional honor in decision-making involves bringing to the fore not the desire to preserve a reputation, but the attitude to preserve personal dignity, accompanied by the willingness to take responsibility for decisions made in critical situations. This willingness is rooted in the fundamental worldviews of the personality that shape its orientation. It is noted that professional honor is a much stronger motivating factor than the desire to maintain a reputation, it determines the attitude to the profession, the desire and willingness to improve in it.

Keywords: reputational management, reputation, honor

For citing: Aleksandrov V. B. Dialectic of Honor and Reputation. On Limits of Reputation Management Efficiency // Administrative consulting. 2021. N 8. P. 56–64.

Потребительское общество, все в большей степени становящееся реальностью современной России, несет с собой особые жизненные смыслы, так или иначе обнаруживающие себя в самых разных сферах общественной жизни. Думается, что

самой общей характеристикой этих смыслов является утрата вкуса к сущностному, глубинному восприятию жизни, «застревание» на внешних ее сторонах, акцентировка внимания на достижении успеха и самоосуществления в эмпирической, «чувственно данной» стороне жизни. Движение в этом направлении представляет собой проявление общей тенденции перемен в европейской культуре, начавшейся с эпохи гуманизма, с эпохи утверждения рационального мировидения, пришедшего на смену эпохе, смысловой основой которой было острое переживание человеком непостижимости средствами разума истоков собственного бытия. Прорыв к их пониманию людям этой эпохи виделся в иррациональном, основанном на вере, единении с подлинным началом всего сущего — с Богом. На смену такому мировидению пришла новая религия — религия, по выражению некоторых русских философов, «человекобожия».

В русской культуре всегда существовала мощная тенденция, нашедшая свое выражение в русской философии и литературе, тенденция противостояния этого рода религии, тенденция духовного поиска единения с высшими смыслами бытия, лежащими за пределами эмпирической реальности, источником которых является Бог. При этом возможность движения в этом направлении рассматривалась лишь на пути соборного объединения людей.

Своеобразное проявление этой тенденции просматривается и в советский период отечественной истории, когда для атеистической идеологии значимыми являлись служение обществу, труд на благо общества, предполагавшие и самоотдачу, и даже жертвенность.

В дальнейшем в извечной диалектике переплетения личного интереса и готовности сделать что-то значимое для других, для общества на первый план все в большей степени выходит первый момент.

Характерным следствием такой установки являлось и отношение к тому, что сегодня называется продвижением по карьерной лестнице. Ментальной парадигмой, в свете которой осмысливалось такое продвижение в условиях социалистического общества, было «доверие общества». Конечно, субъект, имевший право трактовать интересы общества и через которого общество даровало конкретному человеку свое доверие, понимался иначе, нежели в эпоху самодержавия. Таковым, как известно, выступала партия, которая, правда, далеко не всегда адекватно оценивала качества того, кому она решила доверять. Однако общая идея — идея служения обществу и обретения в этом служении смысла личностного бытия, понимания служебного роста как вторичного феномена по отношению к честному исполнению своего долга, так или иначе, присутствовала.

В настоящее время в мотивационную сферу человека, вступающего в активную социальную жизнь, все в большей степени включается тема самоутверждения, успеха, достижения личного процветания. При этом тема служения отодвигается на второй план. Соответственно понимается характер пути, на котором достигается эта цель. Прежде всего, это касается соотносительности в нем профессионального совершенствования, т. е. самоутверждения за счет продвижения в своей профессии, и момента, который мы определим как «оберточный», связанный со способностью презентации себя, как товара, на «ярмарке тщеславия».

С выбором тех или иных способов достижения жизненного успеха связываются и определенные личностные качества, и даже моральные основы личности. Ориентация на профессиональное совершенствование в большей степени сопрягается с такими качествами, как ответственность, чувство долга, самоотверженность. Для «оберточной» установки характерны легкое отношение к жизни, «нравственная подвижность», прагматизм в человеческих отношениях.

К сожалению, приходится констатировать, что последний фактор социального продвижения в наше время занимает все большее место. Конечно, для этого есть

вполне объективные причины. Потребительское общество — это общество, для которого характерна возрастающая роль производства и осуществления услуг, отвечающих все более разнообразным потребностям населения, что в свою очередь означает необходимость работы по продвижению различных форм их удовлетворения — рекламу продукции, популяризацию брендов, разного рода маркетинговую практику. В силу этого формируется тенденция к увлечению рекламной, «оберточной» стороной жизни и соответствующим ей способом мышления.

Есть и другая, в определенном смысле субъективная сторона вопроса. В условиях безудержного продвижения средствами массовой информации стандартов красивого образа жизни, путь профессионального совершенствования для людей нетерпеливых, начинающих выстраивать свою жизнь, может показаться слишком длительным и, вообще, не гарантирующим приобщения к стандартам подобного рода. Беспокоят и примеры людей, растиражированные опять же средствами массовой информации, которые, «креативно» решая проблемы жизнеустройства, смогли найти быстрый путь к обогащению. Откликом на стремление к успешной и прекрасной жизни явились различные формы «образовательной» деятельности, призванной восполнить недостаток реальных способностей к воплощению в жизнь данного стремления.

Создаются и оказываются востребованными школы личностного роста, делового успеха, успешного общения и влияния на людей, курсы развития лидерских качеств, академии, готовящие руководителей и пр. В системе высшего образования создаются и пользуются спросом вузы, факультеты, направления, предлагающие управленческое или «менеджерское» образование, которое предполагает подготовку «универсальных» специалистов в области управления, не обремененных глубоким освоением конкретной профессии.

Появляются специальные менеджерские дисциплины, отвечающие потребности расширения «оберточных» средств достижения делового успеха. К числу таковых относится, в частности, «репутационный менеджмент», идеи которого получают в последнее время достаточно широкое освещение, как в публикациях концептуального свойства, так и в работах, имеющих учебно-методическое назначение.

Для оценки возможностей такого рода «менеджмента» остановимся на понятии репутации, которое очевидно имеет принципиальное значение для понимания предмета дисциплины и его возможной результативности. Тема репутации, ее формирования и сохранения в наш прагматический век получила весьма широкое распространение. Она появляется и при оценке деятельности человека или организации, осуществляющих коммерческую деятельность, и при установлении эффективности работы государственных структур.

Конечно, тема репутации при всей злободневности ее в наши дни существует так же давно, как давно существует взаимная оценка людей в целях определения перспектив совместного существования и совместной деятельности. Это касается и отношений в сфере управления, и в сфере сотрудничества, в области игровой деятельности, и в области научного и художественного творчества. В деловых отношениях репутация — это выражение соответствия субъекта требованиям, которые накладываются на него занимаемой должностью, профессиональным статусом, и, тем самым, условие определения возможностей продвижения человека по должностной лестнице, фактор, на основе которого оценивается перспектива его привлечения к решению тех или иных деловых проблем.

Необходимо, конечно, иметь в виду, что содержание тех позиций, по которым устанавливается репутация человека, меняется от эпохи к эпохе, от культуры к культуре. Она зависит от сферы деятельности, в которой выстраиваются значимые для субъекта отношения. Меняются и формы установления репутации, и круг значимых субъектов, на мнение которых предполагается возможным опи-

ратся при установлении репутации, и круг тех субъектов, чья репутация имеет социальное значение.

В самом общем плане репутация понимается как образ субъекта, формирующийся в сознании индивидов, групп, во взаимоотношении с которыми осуществляется его деятельность. При этом вопрос о репутации, явно или неявно, решается через призму разрешения противоречия между акцентированием личностных качеств субъекта и вниманием к его поведенческим проявлениям.

Ядро личностных качеств субъекта, взятых в их отношении к осуществляемой профессиональной деятельности, составляет *профессиональная честь*. Отношение между честью и репутацией не является симметричным в том смысле, что человек чести — это человек с высокой репутацией, а человек с высокой репутацией является человеком чести. Конечно, человек чести — обычно имеет высокую репутацию, однако эта зависимость осуществляется не по типу «жесткой детерминации». Для человека чести сохранение имиджа не является самоцелью. Во всех значимых ситуациях выбора он исходит из мировоззренческой установки, призывающей быть самим собой, сохранять благородство, укорененное в системе ценностей, с которой человек связывает смыслы своего личностного бытия, позволяющей последовательно отстаивать свою профессиональную позицию. Человек чести может быть весьма неудобным для окружающих и это обстоятельство в определенных условиях может поставить под сомнение его деловую репутацию.

Ориентация на репутацию — это проявление иной «философии», имеющей свои корни в практицизме, утилитарной установке на достижение успеха, необходимость быть принятым в значимом для субъекта сообществе. Эту философию можно определить как «философию рекламного образа», предполагающую вектор активности, направленный на формирование некоей целевой аудитории, ориентированной на бренд, за которым стоит репутация компании или ее руководителя. Если говорить о личности, руководствующейся данной философией, то для нее она означает рассмотрение продвижения собственного образа, в котором кодируется ее репутация, как главного средства достижения успеха в значимой для нее деятельности.

Главным упущением увлечения репутационным «конструированием» собственной жизнедеятельности является подчинение индивида внешним обстоятельствам, снижение личностной суверенности, ограничение творческого, нестандартного начала желанием соблюсти реноме, отвечать ожиданиям значимой для него среды.

Для человека, исповедующего такую философию, обычно свойственна боязнь того, что называется «непопулярным» решением, могущим повредить благоприятному имиджу, наработанному предшествующей деятельностью.

В отличие от философии рекламного образа философия чести акцентирует внимание на творческом подходе к решению проблем, на качестве личности действующего субъекта. Эта философия предполагает возможность жертвенности, но с одной важной оговоркой. В жертву можно принести самого себя, но не ценности, создающие личность субъекта.

Что касается репутационного менеджмента, то даже поверхностный взгляд на его программу убеждает в том, что он ориентирован на внешнюю, «оберточную», сторону человеческих отношений. Изучая программу данного курса, приходишь к заключению, что его задачей является как раз подготовка именно к этой стороне деятельности профессионала. Достаточно перечислить некоторые понятия, вокруг которых формируется предмет курса — паблисити, медиарепутация, имидж, узнаваемость, репутационный рейтинг и т. п. Иными словами, курс ориентирован на усвоение некоторых технологий, а не на формирование высоких личностных качеств. Собственно, иначе быть и не может, поскольку профессиональная честь не формируется за некоторое количество часов, отведенных на освоение курса. Способность иметь профессиональную честь — это результат воспитания, многотрудного про-

цесса формирования человека как личности. Более того, возможности формирования профессиональной чести, ее содержательное наполнение, восприятие ее как ценности глубочайшим образом зависят от особенностей существующей культуры.

Следует отметить одно важнейшее обстоятельство, которое характеризует отношение к человеку с точки зрения понимания его как носителя определенной репутации в отличие от видения его как человека чести. Репутация человека означает прежде всего *прогнозируемость* его поведения в некоторых конкретных деловых ситуациях, в условиях «нормального» течения событий. Но она не дает возможности предвидения того, как человек поведет себя в сложных критических ситуациях, таких, которые можно определить как ситуации экзистенциального выбора, когда невозможно говорить о единственно верном способе поведения. В ситуациях такого рода качество выбора зависит от его глубинных моральных установок.

Отношение в категории чести предполагает иной тип смысловой основы. Эта смысловая основа выражается понятием *доверие*. Она означает, что человек воспринимается не столько в плане прогнозируемости поведения, его соответствия нормам ведения бизнеса или осуществления какого-то другого вида деятельности, сколько с точки зрения его моральной состоятельности, которая гарантирует искренний и честный выбор в критических условиях, когда казавшиеся незыблемыми правила начинают обнаруживать свою недееспособность. **Доверие заслуживается не внешними манипуляциями, а способами действия и личностного самонаблюдения в экзистенциально значимых ситуациях. Оно не гарантирует прогнозируемого и результативного общения, а является условием подлинного глубинного единения на уровне совпадения жизненных смыслов.**

Понятие доверие очень глубокая в мировоззренческом отношении категория. На это обстоятельство было обращено внимание в русской философии. Здесь возможность доверия связывалась с рангом личности, который естественно не формируется в ходе изучения учебного курса. На понятие ранга как глубинное основание отношения доверия со всей определенностью указывал большой русский философ И. А. Ильин¹.

Размышляя об основании доверия к монарху, он полагает, что таковым выступает «уверенность подданных в том, что монарх сам ставит себя перед лицом Божие и сам измеряет свои дела и решения критериями божественного откровения» [3, с. 545]. Приведенные слова русского философа отчетливо фиксируют отечественную культурную традицию в вопросах человеческих отношений, которая в полной мере может быть спроецирована и на деловые отношения. Атеистически мыслящий человек может не принимать возведение чести к осознанию своего бытия как обретающего смысл перед лицом Бога, но и для него должно быть очевидным значение содержащейся в этом способе мышления установки на сохранение, не предполагающих погоней за репутацией, высших смыслов личностного бытия. Жизнь человека — это цепь выборов, и каждый выбор — это творческий акт, конечным основанием для которого должно быть сохранение чести.

Ранг — это качественная характеристика, выражающая степень подлинности человеческого бытия с точки зрения его соответствия некоторому абсолютному уровню совершенства. Вообще, по Ильину, возможность говорить о ранге существует только при наличии особой культуры, несущей в себе тему качественного различия человеческих личностей. В этой культуре ранг выступает абсолютной основой взаимного доверия, готовности к взаимопомощи и солидарности.

Понятие ранга в толковании И. А. Ильина коррелирует с категорией чести. Категория чести, имеющая свои корни в рыцарской культуре, принципиально проти-

¹ Подробнее о концепции ранга в философии И. А. Ильина см.: В. Б. Александров. Русская социально-философская мысль. Темы. Идеи. Традиции. СПб., 2017. С. 153–159.

воположна буржуазному практицизму и мещанству. Эту противоположность отчетливо выразил Н.А. Бердяев, полагавший, что и та и другая культуры являются в своем роде универсальными культурными парадигмами, существующими во все времена. «Категории рыцарства и буржуазности, — писал он, — категории религиозно-метафизические, а не социально-исторические, они пребывают в меняющихся одеяниях разных времен» [2, с. 472].

Он указывает, что честь предполагает исключение двух основных крайностей в мотивации поведения субъекта. С одной стороны, она не может заключать в себе как самоцель достижение субъектом благоприятного восприятия себя окружающими, партнерами или клиентами. С другой стороны, она не означает самоутверждение любой ценой через противопоставление себя другим. Преодоление этих крайностей, по мнению Бердяева, осуществляется в рамках христианской мировоззренческой парадигмы, в соответствии с которой «честь представляет собой «блюдение в человеке образа и подобия Божьего, который не должен быть унижен» [2, с. 471].

Целый ряд идей, касающихся темы ранга, могут быть перенесены и на категорию чести. В частности, это касается рассуждения Ильина о том, что ранг имеет как субъективную, так и объективную стороны. Человек осознает свой ранг, и вместе с тем ранг представляет собой характеристику, устанавливаемую другими людьми. Точно так же и честь, с одной стороны, это сознание своего достоинства, с другой — совокупность черт, которыми наделяет человека общность, в отношении которой устанавливается его честь. Эта последняя, объективная сторона, в определенном смысле, сближается с тем, что мы сегодня называем репутацией.

Соотношение объективной и субъективной сторон профессиональной чести имеет исторический характер. Выраженность второй, субъективной стороны, а значит, и идея чести, предполагает большую степень развитости рефлексивного начала культуры.

Если обратиться, например, к существовавшим в XVI–XVII вв. принципам определения, говоря современным языком, «качества» служилых людей, их боевой годности и, соответственно, размеров выделяемых им «окладов», т.е. земельных наделов и денежного жалованья, то честь в указанном выше смысле еще не имела в виду, а речь шла о том, что мы сегодня, по сути дела, называем репутацией.

Субъектами, чье мнение было значимым при решении этой задачи, были выборные представители уездного дворянства. Руководствуясь их мнением, присланный из Москвы «разборщик» назначал каждому претенденту особый род службы.

Детальное рассмотрение этой практики мы встречаем в труде В.О. Ключевского «История сословий в России». Вопросы, которые задавал разборщик и по ответу на которые определялась служивая годность дворянина, сводились к следующим: 1) «каков он *собою*» (хорошо, когда молод и «молодец»); 2) каков он «*своею головою*» (как ведет свое хозяйство, какое имеет вооружение); 3) «каков *отечеством*» (кем был и как служил отец); 4) каков он «*своею службой*» [см.: 4, Т. 6, с. 337]. Ориентация на определение перечисленных качеств, как отмечалось, по сути дела, есть стремление установления репутации, но не чести (или ранга) в глубинном смысле этого понятия.

В это время тема собственного личностного отношения к осуществляемой деятельности, т.е. тема профессиональной чести в собственном смысле слова еще не была, по-видимому, темой специальной рефлексии.

Об этом, в частности, свидетельствует и сам способ употребления понятия чести, существовавший в это время. Здесь честь относится не к субъекту, носителю чина, а к самому чину, имеющему определенное социальное измерение, связанное со значением соответствующей ему функции, государственной пользой. Как писал В.О. Ключевский, «Первоначально под этим термином (честью — В.А.) разумелось значение, которое придавал закон известному чину, и в котором выражалась государственная

оценка сравнительной пользы, приносимой государству разными общественными чинами» [4, Т. 6, с. 377]. Соответственно бесчестье относилось не к самому носителю чина, а к хулителю, допускавшему «оскорбление лица действием и преимущественно «непригожим словом»» [Там же]. Соответственно степень ответственности хулителя определялась не «качеством» критики деятельности человека, обладателя чина, а значением чина, устанавливаемым законом, предполагающего определенный род государственной деятельности. Эта установка на значимость деятельности самой по себе для установления чести проявлялась в это время и в сравнительной оценке чести походного холопа и простого холопа. Несмотря на то, что чин у них был одинаковый, честь первого ценилась выше — в силу большей значимости осуществляемой им деятельности.

В дальнейшем в связи с развитием культуры, усложнением духовной жизни служилого сословия в определенном, достаточно узком его слое, формируется понятие дворянской чести, отражающее понимание дворянством своего места и роли в защите и сохранении Российского государства. Развитие самосознания в этом направлении началось, по словам Ключевского, с Петровских времен, когда «Россия впервые почувствовала сквозь слезы столь нежданно быстро создавшуюся международную и политическую мощь». Важными этапами на этом пути стали заимствование чуждой, но все-таки ведущей к свету западной культуры в эпоху Екатерины Второй, новая система образования, создававшаяся И. И. Бецким, в которой главный упор делался на воспитании нравственных качеств военного сословия, просветительские усилия Н. И. Новикова. Важным фактором стало осознание в результате победной войны с Наполеоном того, что «Россия единственная страна, в которой образованнейший и руководящий класс пренебрегает родным языком и всем, что касается Родины... что в русском народе таятся могучие силы, лишённые простора и деятельности...» [4, Т. 9, с. 96]. С этой минуты, отмечает Ключевский, представители дворянства «круто и прямо повернулись лицом к российской действительности» [Там же].

История темы чести — это история диалектики соотношения самосознания личности, укорененного в ее мировоззрении и определяющего формы ее деятельностного самообнаружения, и внешних «оберточных» способов обретения репутации. Диалектика здесь, по-видимому, такова: чем более выражено реальное деятельностное начало, несомое социальной категорией, конкретной личностью ее представляющей, тем менее значимо «оберточное» начало. И, наоборот, чем меньше деятельностного начала, начала реальной социально полезной деятельности, тем в большей степени выходит на первый план внешнее, оберточное начало.

Известно, например, что в XVIII в. происходят весьма характерные изменения в положении дворянства как служилого сословия, которые обусловили изменение представления о содержании чести дворянина. Благодаря реформе Петра III дворянин перестает быть служилым сословием, он становится, по словам Ключевского, «бездельником» и потому для него актуальным становится тема оправдания собственного существования, тема репутации. «Дворянство, — писал Ключевский, — освободившись от обязательной службы, почувствовало себя без настоящего серьезного дела, ...это безделье послужило урожайной почвой, из которой выросло во второй половине века (XVIII — В. А.) уродливое общежитие со странными понятиями, вкусами и отношениями» [4, Т. 5, с. 148]. Эти отношения обусловили сведение представления о чести к навыкам светского приличия и благовоспитанности. Появляется новый тип дворянина — «петиметр», представлявший собой великосветского кавалера, воспитанного во французском духе. Его «житейский катехизис состоял в том, чтобы со вкусом одеться, грациозно выйти, приятно поклониться, изящно улыбнуться». На первое место выходит тема внешних характеристик, тема репутации. Тема подлинности собственного бытия уходит далеко на второй план. Значимыми чертами становятся совершенно иные качества, отлича-

ющиеся от тех, которые были значимы для служилого сословия, реально несшего положенную ему службу.

Понятие чести в условиях утраты связи с реальной социально значимой деятельностью может трансформироваться в своеобразный симулякр, не несущий в себе глубокого жизненного смысла. Нечто подобное происходит в России XVIII в. Для значительных слоев русского дворянства реальная экономическая, хозяйственная жизнь, воинская служба уходят на второй план, представление о подлинных смыслах жизни начинает обретать умозрительный характер, связанный с ориентацией на книжные ценности, не укорененные в реальной действительности, и в основном сформированные чтением западной художественной и философской литературы. Умозрительно толкуется и политическая реальность, таким же способом создаются представления о путях ее улучшения или даже коренного преобразования. Честь в этих условиях получает превращенное толкование, она связывается с ориентацией не на действительные заслуги в социально значимой деятельности, а на умозрительно конструируемые идеалы.

Это несоответствие умозрительно воспринятых идеалов справедливости и отождествления с ними чести и реальной жизни приводило иногда к курьезным и трагическим последствиям. Ключевский приводит пример помещика Опочинина, покончившего жизнь самоубийством в 1793 г. и написавшего в предсмертном послании, что «отвращение в нашей русской жизни есть то самое побуждение, принудившее меня решить своевольно свою судьбу» [4, Т. 5, с. 168].

Но, конечно, Опочинин был исключением. «Вольтерьянец времен Екатерины, — писал Ключевский, — был весел и только; он праздновал свой выход в отставку после вековой обязательной службы и подобно выпущенному из корпуса кадету не мог налюбоваться на свой дворянский мундир, с которым его освободили от службы» [Там же]. Грустить они начали, по словам Ключевского, позже — во времена Александра I, а скучать еще позже — во времена Николая I.

Таким образом, честь обретает свое содержание в реальной результативной деятельности, с которой субъект связывает свои личностные смыслы. Конечно, репутация также во многом зависит от успешной практической деятельности, но она существенно «подправляется» усилиями внешнего свойства, направленными на презентацию субъекта и его деятельности. Здесь личностные смыслы коренятся в большей степени не в самой деятельности, по поводу которой выстраивается репутация, а в принятии деятеля значимым для него сообществом.

В свете сказанного об отличии чести от репутации можно сказать, что репутационный менеджмент должен осознаваться во вполне конкретном смысле, как технология значимая для выстраивания отношений в более или менее стандартных ситуациях. В ситуациях же, требующих творческого подхода, точках бифуркации, предполагающих ответственный нестандартный выход с неясными до конца последствиями, репутационный образ вряд ли может гарантировать надежность в деловых и просто человеческих отношениях.

Более того, борьба за репутацию может в определенных случаях противостоять интересам дела, когда опасение потерять ее обуславливает отказ от рискованных, но могущих привести к выходу из кризисных ситуаций, решений. Профессиональная честь при принятии решений предполагает выведение на первый план не сохранение репутации, а ориентацию на общественный интерес, сопровождающуюся готовностью взять на себя ответственность за их осуществление. Эта готовность коренится в фундаментальных мировоззренческих представлениях личности, формирующих ее направленность. Вообще следует отметить, что профессиональная честь является важнейшим мотивирующим фактором, значительно более сильным, чем стремление сохранить репутацию, определяющим отношение к профессии, желание и готовность совершенствоваться в ней.

К сказанному следует добавить, что увлечение идеями репутационного менеджмента в учебном процессе может привести и к серьезным просчетам в воспитании студента, и к просчетам в деле развития деловых качеств будущего специалиста. Заботясь о своей репутации, студент может добиться хороших оценок в зачетной книжке, заботиться о своем внешнем виде, быть активным участником общественной и спортивной жизни, заниматься научной работой и пр. Все эти параметры, по которым мы обычно предлагаем фото героя на доску почета, не означают того, что он является человеком чести, и того, что в дальнейшем его выбор способов решения деловых проблем будет соотноситься с высокими нравственными смыслами, стремлением отвечать на реальные запросы общества.

Литература

1. *Александров В. Б.* Русская социально-философская мысль. Темы. Идеи. Традиции. СПб. : ИПЦ СЗИУ РАНХиГС, 2017. 226 с.
2. *Бердяев Н. А.* Смысл творчества // Бердяев Н. А. Философия свободы. Смысл творчества. М. : Правда, 1989. 608 с.
3. *Ильин И. А.* О монархии и республике // Ильин И. А. Собрание сочинений в 10 т. Т. 4. М. : Русская книга, 1994. 624 с.
4. *Ключевский В. О.* Соч. в 9 т. М. : Мысль, 1987–1989.

Об авторе:

Александров Владимир Борисович, профессор кафедры журналистики и медиакоммуникаций Северо-Западного института управления РАНХиГС (Санкт-Петербург, Российская Федерация), доктор философских наук, профессор; vladboralex@mail.ru

References

1. Alexandrov V. B. Russian socio-philosophical thought. Topics. Ideas. Traditions. St. Petersburg : SZIU of RANEPa, 2017. 226 p. (In rus).
2. Berdyaev N. A. The meaning of creativity // Berdyaev N. A. The philosophy of freedom. The meaning of creativity. M. : True, 1989. 608 p. (In rus).
3. Ilyin I. A. On the monarchy and the republic // Ilyin I. A. Collected works in 10 vols. Vol. 4. M. : Russian book, 1994. 624 p. (In rus).
4. Klyuchevsky V. O. Works in 9 vol. M. : Thought, 1987–1989. (In rus).

About the author:

Vladimir B. Aleksandrov, Professor of the Chair of Journalism and Media Communications of North-West Institute of Management of RANEPa (St. Petersburg, Russian Federation), Doctor of Science (Philosophy), Professor; vladboralex@mail.ru