

РЕЦЕНЗИЯ

от проф. д-р Николай Кирилов Михайлов, ръководител катедра „Комуникация, връзки с обществеността и реклама” при ФЖМК, Софийски университет „Св. Кл. Охридски“

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор” по професионално направление 3.5. „Обществени комуникации и информационни науки“ (Медии и комуникации – Връзки с обществеността).

Във връзка със Заповед на Ректора на Софийския университет № РД/38-449 за труда на **свободен докторант Пламен Стоилов Бобоков на тема „Корпоративната социална отговорност (КСО) в мисията, визията и практиките на бизнес организациите“** с научен ръководител доц. д-р Светослава Ковачева.

1. Обща информация за докторанта и дисертационния труд. Г-н Бобоков е зачислен за докторантура на самостоятелна подготовка по професионално направление 3.5. „Обществени комуникации и информационни науки” на 28.10.2018 г. в докторска програма „Медии и комуникации – Връзки с обществеността” към катедра „Комуникация, връзки с обществеността и реклама“ на ФЖМК. Дисертационният труд съдържа увод, изложение (в три глави), заключение и библиография. Разработката е с общ обем 317 стр. и 13 фигури (таблици). Цитираната литература обхваща 270 източника с посочен автор, от които 58 са на кирилица (български и руски език) и 212 източника на латиница (английски език). Цитирани са и 94 източника без изрично посочен автор, главно институционални и/или нормативни документи, както и корпоративни източници, от които 17 са на кирилица (български език), а 77 са на латиница (английски език). Във връзка с дисертационния труд докторантът е посочил 4 публикации и 1 участие на международна кръгла маса, посветена на проблеми, свързани с неговото изследване. Авторефератът на дисертацията вярно предава основния замисъл на изследването, подробен е и отразява и приносните му моменти, с което покрива изискванията за реферирание на подобен труд. Темата, която е избрана за самостоятелно изследване е значима и актуална и е свързана с важни комуникационни и етични аспекти от стопанската дейност на бизнес организациите. Още в началото мога да отбележа високата степен, в която докторантът е запознат с теоретичната и практическата страна на проблемите и на задачите, които си поставя в своето изследване. Освен теоретично, докторантът познава бизнеса като практика, което личи от неговото

CV, където достоверно са посочени освен многократни отличия за него като успешен предприемач, така и не по малко признания за неговата дейност като меценат и спомоществовател на човеколюбиви каузи.

2. Основното съдържание на труда е изложено последователно, обстойно и логически свързано в три глави, увод и заключение. Още в началото са посочени целите и предмета на изследването. То има за основна цел да проучи „Корпоративната социална отговорност в контекста на философията на „правенето на бизнес“ (с. 8). Бизнесът като социален феномен и академична дисциплина все повече привлича вниманието на изследователи от различни области. Нравствената регулация и нравствения смисъл на бизнеса сами по себе си и тяхното публично комуникиране, са едни от може би най- актуалните проблеми на съвременното етическо и комуникационно знание и в теоретичен и в практически аспект. Как етическата теория, която описва висшите цели на човешкото поведение се свързва със стопанската практика на бизнеса и какво се крие зад видимостта му като отговорен единствено за печалба е въпрос, който е напълно правомерен. И на второ място докторантът насочва вниманието си към „преглед (всъщност анализ – Н.М.) на различните типове институционални рамки, в които КСО е определена и действа като набор от регулации и саморегулации“ (пак там). Наистина в последните години обществените очаквания към бизнеса се свързват с едно отговорно в социален, политически, екологически и дори личен план поведение. „КСО представлява динамично развиваща се теоретико- практична система, в която процесите търпят особено задълбочено развитие и са обект на бързо нарастващ обществен интерес през последното десетилетие (2009-2019 г.)“ (с.12). Методите, избрани и описани още в Увода са релевантни, както на поставените задачи, така и на тезите, които докторанта защитава. Първа глава на дисертационния труд представлява успешен опит за теоретична обосновка и исторически анализ на идеята за КСО, който преглед завършва с аргументирани изводи от страна на докторанта. Може би най –важният е този , че тя пронизва всички области на социална, политическа и нравствена оценка и очаквания за бизнес организациите от страна на обществото. Освен прегледа на многобройни определения за КСО, авторът предлага и собствено такова в частта 1.2. , което няма да цитирам, но ще отбележа неговата правомерност поради отбелязаните там съществени характеристики „стратегическо управление“, „морално – етичен ангажимент“ и

„обществено благосъстояние“ (с.46)¹. Главата е богата на типологии и класификации, които прегледно подреждат и систематизират идеите на автора. Като пример мога да посоча частта 1.4., която съдържа последователно изложение на факторите, предшестващи появата на концепцията за КСО, включително идеите на Макс Вебер за специфичния етос на протестантския морал. Макар и протестантите – калвинисти, за които пише Вебер, в днешно време да са позагубили своя религиозен ентузиазъм, техният стремеж към успех тук, на земята, започнал като религиозна вяра постепенно се е превърнал в едно нравствено изискване към труда, професията, бизнеса – така разчитам идеите на докторанта. В частта 1.5.4. , посветена на социалния капитал, бих препоръчал единствено и анализ на идеите на Бурдийо, свързани с публичността на „новия капитал“, както го нарича той, посветен на социално възпроизводство чрез образование, знания и култура. Важен акцент на главата е и идеята за КСО като начин за противодействие на корупцията. Частта завършва с преглед на критиката към концепцията за КСО като инструмент за легитимиране на печалбата, начин за налагане на идеята за света като безкраен пазар и т.н. Втора глава разглежда основни процеси и тенденции, които издигат значението на КСО от бизнес функция с предимно вътрешни за корпорацията ползи, до фактор за подобряване на обществото, икономиката, социалните взаимоотношения като цяло чрез публичното и комуникиране. Този процес, както точно е забелязал докторанта, „включва широк кръг заинтересовани страни“ (с.133). Тази глава продължава обстояния и аргументиран стил на изложение, който докторантът демонстрира в първата част и може би най-важното – показва защитената му лична позиция на изследовател. Тук разработката „навлиза“ в същинското поле на изследване - връзката между концепцията за КСО и комуникационните технологии – като отбелязва развитието на тази концепция по отношение на „еманципирането“ и от маркетинг стратегиите и превръщането и във „философията“ на бизнес организацията, както и собствени (на докторанта) възражения срещу скептичното приемане на тази теза от страна на различни автори (с.135). Едно от уменията на изследователя г-н Бобоков се крие в това ясно да разграничава собствената си позиция от тази на цитирани и разглеждани

¹ На с. 43 посочените в текста на Lazaro „четири причини за правене на бизнес“ са всъщност „четирите причини“, които според Аристотел в *Метафизика* лежат в основата на всяка вещь или събитие. Това не е слабост на докторанта, а доказателство за философския му подход към проблема, който изследва.

автори, които обаче, от друга страна, едва ли има нужда да описва и излага толкова подробно. Целите на самостоятелното изследване предполагат задълбочени теоретични знания, които авторът несъмнено притежава, но които могат и да се „омекотят“ в изобилието от автори и на места обширното изложение на техните теории. Детайлните познания на автора по дадена тема, които в случая са очевидни, са само основа, често имплицитна, която дава когнитивно съдържание за оценка и изграждане на собствена концепция. Това е по-скоро препоръка към научните усилия на докторанта и не засяга съдържателно неговите тези. Смятам, че частта, посветена на регулацията и саморегулацията (2.1.) е ключова за втора глава. В това отношение трудът, който е представил г-н Бобоков показва едно завишено внимание не само от страна на академичното знание към концепцията за КСО, но от страна и на хората от бизнеса, на онези, които имат непосредствен нравствен опит за взимане на решения, засягащи не само тях, но и много други, както и обществото като цяло. Промяната на характера на човешката отговорност в такива, включително и в комуникативни ситуации, присъстващи в изследванията на Карл Ото Апел или Юрген Хабермас, имат нужда и от анализ от страна на хора, за които професионалното етическо регулиране е и действително житейско поведение. И тук става въпрос за взимане на нравствени решения по отношения на субекти, които не могат да правят това самостоятелно, напр. ако малко изпреваря анализа – по отношение на околната среда, както е посочил и докторанта по –нататък в своето изследване. Мисля, че това е един от основните приноси изобщо на дисертационния труд, който от една страна дава погледа на предприемача, изправен пред множество сложни и конкретни морално –отговорни решения, а от друга – допълва българското етическо знание с този специфичен поглед и анализ. Според изследователя „въпросът за регулацията и саморегулацията в сферата на КСО следва да се разглежда и от гледна точка на синтеза между различните типове нормативни и доброволни мерки... [но бизнесът] не използва това, за да заобикаля регулациите или да злоупотребява с политическо влияние при преформулирането на регулациите“ (с.143). Тук трябва да отбележа, че обществото е онова, което създава нравствените норми като най-обща представа за добро и зло, допустимо и недопустимо и изобщо регулациите и очакванията на неговите членове са те да се спазват в името на обществения интерес или „общо желан резултат“ (пак там). Сред качествата на труда бих

посочил и изложението и анализа на Глобалния договор на ООН и свързаните с него инициативи, включително и у нас, относно принципите на устойчиво и отговорно поведение на световния бизнес. Не можеш да бъдеш добър бизнесмен в това отношение ако не познаваш най-важните документи и регулации на официално равнище. Изобщо вниманието към националния контекст на всички регулативни принципи и формулирани изводи, описани от докторанта, отношението *pro domo sua*, в защита на българския контекст на концепцията за КСО и нейното развитие, е между най-силните страни на дисертационния труд. Като най-съществен и значим научен акцент във втора глава авторът и е определил и аз напълно приемам, изработването на собствен модел за формулиране на политики по отношение на КСО и стратегия за тяхното прилагане (част 2.2.2.). Той се състои от два модула и сложна, но логически издържана система на изграждане. Споделям идеята на докторанта, че в решаването на сложните проблеми, пред които е изправено човечеството, свързани със социално разделение, политическа нестабилност, икономически рискове, религиозно и културно противопоставяне, заплахата за околната среда и т.н., бизнесът трябва да се включи „отвъд своите традиционни граници“ (с. 203). Според мен това означава ясно заявена воля от страна на бизнеса, подкрепена с целенасочени действия в тази насока, която да убеди обществото в това че подходът към КСО, определен като „инструменталистки“, е вече преминал етап в това отношение. Главата завършва с анализ на новите тенденции в концепцията за КСО в контекста на общественото – политическото и икономическо развитие на нашата страна. Колкото повече се задълбочава изследователският поглед на автора, толкова по-категорично прозира неговата убеденост, която напълно споделям, за едно управление на компаниите, съобразено с обществената полза. Това означава и формирането на една нова морална и комуникативна култура у предприемачите и хората на бизнеса, каквито удачни примери докторантът е посочил в своя труд. Трета глава въвежда в може би най-интересната, самостоятелна научно-изследователска част на дисертационния труд. Въз основа на собствена бизнес практика, на многообразието на факторите и различните аспекти на този вид дейност, дипломантът в своето изследване показва формирането и функционирането на концепцията на КСО и на новата морална култура, свързана едновременно с използване на технологични постижения, стремеж към икономическа

ефективност, но и със значими социални и екологични (в най-общ смисъл) измерения. Спецификата на африканското икономическо пространство, където се реализира бизнес дейност, изисква нови и решителни действия от страна на бизнеса, както по отношение на стопанските цели, така и на концепцията за КСО. Отново личи доброто познаване от страна на докторанта на темата; чрез подходящи примери обстойно е показана динамиката на взаимоотношенията в областта на бизнеса и отговорността му за постигане на устойчиви социални цели на африканския континент чрез успешни комуникационни подходи. При това като примери са разгледани транснационални корпорации, развиващи такава дейност в африкански страни, която се смята за рискова за околната среда, но и за правата на местното население като автомобилна и нефтодобивната индустрии. В тази част е споделен и личния опит на докторанта като предприемач във връзка с темата на неговото изследване. Няма да се спирам подробно на многобройните примери, подбрани внимателно и в контекста на тезите на автора, както и на доводите му, доказващи че в България „общественото съждение, че бизнесът не винаги е успявал да бъде „на страната“ на обществото“ (с.264) е нещо, което новата морална култура на предприемачите се старае да опровергае и преодолее. Важното и приносното в тази глава е всъщност изследвания модел за етико- приложния характер на моралните проблеми, възникващи в практиката на бизнеса. В този смисъл тук под етика се разбира изследване на някаква част от моралната практика или моралната реалност (А. Гусейнов), която в случая изисква и съответни знания и отговорно поведение (първичен опит) от страна на действащите в нея, които водят до обобщения с философски характер. Частите на изследването, обозначени с 3.4. и 3.5. потвърждават това наблюдение като описват онези практически решения на компанията Приста Ойл Груп, които произтичат от общите етически принципи на отговорност и съпричастност на бизнеса към важните за общественото благо проблеми – образование, грижа за околната среда, инфраструктура, благосъстояние. Както на местно равнище, така и в глобален план, като при това те трябва да бъдат ясно заявени и предложени публично. Бих казал, че за мен като етик е интересна онази промяна в етическата регулация, която описва как традицията в тази конкретна дейност се заменя от едно съзнателно намерение, а стихийността (или безинституционалността на морала, както я наричаше един от най- добрите

български етици) на нравствената регулация - с осъзнатото решение на моралния деец (или както я описва докторанта в Заключението – „поощряваща институционална рамка“ с. 297).

3. Дисертантът е предложил 4 статии и доклади по темата на дисертацията, публикувани в научни сборници и списания с научно рецензиране. Този факт ме кара да оценя положително не единствено резултатите от неговото дисертационно изследване, но и усилията му да разпространи тези резултати не само в средата на практики, но и между изследователи, учени и хора с теоретичен интерес към проблемите на корпоративните комуникации, ПР- а, етическите изследвания и т.н. В публикациите са разгледани важни и свързани с темата на изследването проблеми на отговорна бизнес дейност като опазване на културното наследство, публично- частното партньорство, противодействието на корупцията чрез изграждане на етически механизъм, опит за преодоляване на неравенствата, изграждането на репутация и др. Те са продължение на анализа и аргументацията на докторанта в посока на потвърждаване на неговите тези, но и показват допълнителни полета на интерес и компетентност, провокираща допълнителен интерес към темата от страна на специалисти, практики, студенти и всички, които се интересуват от нравствения и комуникативен контекст на бизнес дейността. Според изискванията на Закона за развитието на академичния състав в Република България (ЗРАСРБ) и актовете по прилагането му, включително наукометричните таблици за минималните изисквани точки по групи показатели и броят точки в област 3. 5. Обществени комуникации и информационни науки кандидатите за придобиването на образователната и научната степен „доктор“ в направлението трябва да са представили дисертационен труд (50 т.) и печатна продукция, носеща им поне 30 наукометрични точки. Представените от докторанта статии му носят общо 40 точки, с които той надвишава необходимото изискване съобразно разпоредбите на ЗРАСРБ.
4. Подкрепям заявените научни приноси от страна на докторанта. Без съмнение ангажирането от страна на съсобственик и член на УС на корпорация с изграждане на стратегия за КСО и нейното влияние чрез успешно комуникиране, е ключово за нейната реализация. А също така очертава една иновативна форма на „правене“ на бизнес, свързана с новата му социална роля, която обществото очаква от него. И която променя определението за бизнес като

една форма на социално действие, стремящо се към печалба, но и съобразено с морални норми, утвърждаващи обществения интерес, проявяващо се в конкретни действия и постъпки от страна на предприемачите. Още Аристотел твърди, че етиката е нужна не, за да знаем какво е добро(детел) изобщо, а за да бъдем добродетелни в нашите действия. Това е и може би една характерна черта на съвременната бизнес етика, в която решенията често пъти зависят от индивидуалната нравствена мотивация, в случая на мениджмънта. Хората, на които обществото има доверие като личности – може би това е образа на отговорния бизнесмен и всички, които се занимават с него, идея, споделена и от Франсис Фукуяма в неговата книга за доверието. Както твърди едно от най-големите имена в областта на корпоративния ПР, Артър Пейдж - не може да бъде реализирана каквато и да била корпоративна стратегия, ако не е взето предвид възможното и въздействие върху обществеността. И в това се крие онази връзка между отговорност, задължения към обществеността от страна на корпорацията и тяхната оценка от страна на обществото (или всички заинтересовани, както се казва сега), която показва релевантността и дисертабилността на темата на докторанта в контекста на публичната комуникация. Изследването на казусите на Приста Ойл груп правомерно е посочено като принос, тъй като в този контекст на етически решения правилото следва от съответното положение, от единичния казус, от конкретна комуникативна ситуация. И накрая – цялото изследване, макар посветено на анализ на публичната комуникация на бизнес организациите по отношение на КСО, носи силен етически и философски заряд, насочващ към иновационно развитие и формиране на устойчива предприемаческа култура, включваща ценности, убеждения и оценки, утвърждаващи отговорно и доброволно поведение, съобразено с обществения интерес.

5. Заключение. Съдържанието на предложения за рецензия дисертационен труд ми дава основание да заключа, че той притежава необходимите качества на добросъвестно, последователно и критично научно изследване, посветено на важна и актуална тема. Разполагането на тезите и заключенията в полето на корпоративните комуникации покрива профила на катедрата, в която докторантът е работил по своя труд и която излъчи неговия научен ръководител. Разработката съдържа научни и научно – приложни приноси, анализи и подходяща методология, както и защитена авторова позиция и демонстрирани

умения за самостоятелни научни изследвания, които без съмнение ще обогатят и разширят българското комуникационно и етическо знание. Те също така ще помогнат на практиците в сферата на бизнеса. Убедено давам много висока оценка на дисертационния труд „Корпоративната социална отговорност (КСО) в мисията, визията и практиките на бизнес организациите“. Предлагам на уважаемото Научно жури да присъди на Пламен Стоилов Бобоков образователната и научна степен „доктор“ в професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Медии и комуникации – Връзки с обществеността), за което ще гласувам и аз.

Рецензент:

(проф. д-р Николай Михайлов)

1.12. 2019 г.