

## РЕЦЕНЗИЯ

за дисертационния труд на **Ян Ари Михаел Андре Де Хеус**  
на тема „ГЛОБАЛНИЯТ БИЗНЕС: ФИЛОСОФСКО ИЗСЛЕДВАНЕ  
НА СОЦИАЛНИТЕ ПОСЛЕДИЦИ“

“GLOBAL BUSINESS: A PHILOSOPHICAL EXAMINATION  
OF SOCIAL CONSEQUENCES”

разработен на английски език,

с научен ръководител проф. д.ф.н. **Мария Димитрова**

представен за присъждане на образователна и научна степен „доктор“  
в направление 2.3. Философия (Философия с преподаване на английски език),

от проф. д-р **Даниела Василева Сотирова**,

Катедра Правни и хуманитарни науки, Стопански факултет,

Технически университет – София,

член на Научното жури

на основание Заповед РД 38-246/21.05.2019 г. на Ректора на СУ „Св. Климент Охридски“

Познавам текста на рецензираната дисертация „в развитие“ от няколко месеца. Авторът се е съобразил с критични бележки и препоръки, направени на вътрешното обсъждане, като е реструктурирал, финализирал и съществено подобрил работата си.

Не познавам самия г-н Де Хеус. Първо лично впечатление създават началните две страници на дисертацията с изчерпателно изказани благодарности към колеги от катедрите «Философия» и «Логика, етика и естетика», където е бил докторант, както и към преподаватели от университети в Кобе (Япония) и Амстердам, където е специализирал и учил преди. Това са приятни знаци за академична почтеност.

**Заглавието** е стандартно и предизвикателно едновременно. Имам предвид, че глобалният бизнес, глобализацията и реглобализацията са станали ключови думи в социално-хуманитарното мислене и говорене през последните десетилетия. При превод на заглавието на български близките по смисъл други думи (философско *проучване* или *преглед* вместо *изследване* са еднакво уместни и подходящи за изложението).

**Значимостта** на избраната от докторанта от Нидерландия тема извеждам от следното: бизнесът е феномен тотален и очевиден, но подценяван и недолюбван от философите. Критическият патос на хуманитариста често „надделява“ над компетентно анализиране на свръхсложното явление *глобален бизнес*, особено след като адаптирано сме заживели с последиците му. В този труд с право се тръгва от очевидността – повечето хора са убедени, че бизнесът облагодетелства с печалбите си само собствениците и „...изобщо не го е грижа за ефектите от действията му върху хората и обществото като цяло“, според цитираната от Дж. де Хеус мисъл още в първите редове на дисертацията (стр.1).

Докторантът се фокусира върху инструменталността, за да изследва чрез философски инструментариум бизнеса като познание и действие.

**Текстът** е в обем от 149 страници, от които 134 е същинската работа. Тя е разделена на три глави, всяка от тях е прецизно раздробена на 4-5 параграфа и на още толкова подпараграфа. Това е обмислена структура, „удобна“ да се разкаже за глобалния бизнес, и то - философски. Похвално е и избраното решение след всяка глава да има обобщение с резюме на дискуссионни тези на разгледаните автори. Стриктно подреденото съдържание показва, че де Хеус има ясна идея (цел) и пътища (тези и подвъпроси), по които да я обосновава. Тази подреденост на изказа смятам за достойнство на дисертацията.

Към текста има **изчерпателна библиография** (над 130 заглавия) предимно на английски, но и на холандски (дъч), немски и испански. Авторът познава и публикациите на колегите от Философски факултет на СУ, публикувани на английски. Мисля, че литературната справка е свидетелство за много добра информираност за изследванията по темата в избрания ракурс към нея.

**Първа глава** е озаглавена „*Определяне на понятията бизнес, глобализация, неравенство и инструменталност*“<sup>1</sup>. От нея е видно, че докторантът се ориентира във възгледите на водещи икономисти, философи и стратегии-визионери за глобалния бизнес. Например, в параграф 1.2.2. *Икономически/бизнес перспективи на глобализацията* е отделил и представил кратко две водещи полярни схващания - на Дж. Стиглиц и на Дж. Сакс. Може да се твърди, че г-н де Хеус разбира многообразните интерпретации на комплексните глобализационни процеси, като следи промени с годините във възгледите на самите учени - описал е как Нобеловият лауреат Стиглиц от оптимист става по-скоро „критичен реалист“ на глобализацията като икономически процес. Докторантът подробно и уместно цитира Хабермас, Бауман, Бек и др. имена, познати за професионалисти-философи. Стига до извода, че (цитирам по смисъл): „Подкрепени от политиките на международните институции за глобално икономическо управление, транснационалните корпорации прилагат натиск, който служи за поддържане на послушна, гъвкава и съобразяваща се с изискванията работна сила, като по този начин се поддържа бедността и неравенството. Богатите транснационални елити се възползват - дори и тези, ограничени регионално... също така и от социални, културни, политически и образователни измерения на глобализацията. Всички анализирани перспективи препоръчват система на транснационално сътрудничество, в която гражданското общество да има ключова роля като средство за контрол върху глобализацията“. Това е извод, в който всеки, мислещ на нивото на 21-ви век, би се вслушал и към който авторът твърдо се придържа по-нататък.

---

<sup>1</sup> В автореферата на български е преведено като „Дефиниране на понятията: бизнес, глобализация, неравенство и инструменталност (инструментализъм)“. Възможни са и други подобни несъответствия с превода на автореферата.

Въпросът пред философа е *с какви конструкти да се обхване тоталния хаос* от последици на глобализацията в условия на криза и на гражданското общество, и на националните държави. На части от този проблем се спира де Хеус по-нататък. Той представя икономисти и философи с техни тези, които познава и приема - че националната държава е загубила способността си да се справя с неотложни социални проблеми и те стават все по-транснационални по обхват, а неравенството се проявява на световно равнище като сегрегация на конкурентните глобални елити, отделени от индивиди и общности, уязвими в локалния си живот. *На дъното*, драматургично казано, не се ползват от благата на глобализацията.

Ключова роля концептуално има параграфът *1.4. Развитие на понятието за инструменталност*. В тази централна част очертаната вече социална стратификация е видяна като произтичаща от инструменталността на глобалния бизнес. Докторантът разглежда *бизнеса като практика и като дисциплина («наука» и «академична дисциплина» се употребяват често синонимично)*. Авторът се справя със задачата да определи «ролята на инструмента» в бизнеса и последиците от него, като резюмира идеите за инструменталността. Проследява възгледи на философи от 20-ти век за това как технологията влияе върху способността на хората да се свързват в общност - на Маркузе, Бенямин, Хайдегер (за когото е разказано кратичко на около две страници), след което ни връща към Вебер, Манхайм и Хабермас. Споменати са аргументи, развивани от Хорхаймер, Адорно и П. Арнасон. Де Хеус стига се до извода, че „...изобилието от технологии прави хората по-склонни да се поддадат на инструменталността; с други думи, съвременните технологии и придружаващото ги потребителско общество са склонни да въвеждат хората в съществуване, в което те могат по-лесно да се използват като инструменти...Такова състояние е желателно за глобалния бизнес, тъй като индивидите могат лесно да бъдат манипулирани да консумират повече продукти, генериращи печалба» (с. 31-32). Така хората са „хванати в капан“, неспособни са да видят изход от този кръг. Като послушни човешки ресурси, те са част от съучастието в постигане на целите на бизнеса и в повишаване на ефективността му.

Докторантът е обобщил *четири перспективи за инструменталността* – на постоянната подръчност за употребяване при Хайдегер, на целесъобразното действие (Вебер), функционалната рационалност на Манхайм и инструменталното действие при Хабермас. Авторът се е справил със сложната задача аналитично да сравни толкова различни концепции. Стъпвайки главно върху идеи на Хабермас и Вебер, де Хеус обобщава, че в рамката на това изследване *инструменталността е фокусиране върху цели, липса на взаимно човешко разбиране и на споделени човешки ценности*. Специфичните заплахи, които «инструментът» поставя пред обществото са в бюрократичната система (по Вебер), но също и неспособността да се мисли в контекста на действията и спрямо мястото (Хайдегер и Манхайм). В обобщението си докторантът изтъква съгласие с Маркузе, Бенджамин и Хайдегер, че *технологията засяга мисловните процеси и способностите на хората да се свързват*.

В тази перспектива новите дигитални технологии поставят допълнителни трудни въпроси, но авторът не се занимава с тях. Тезата, извлечена от споменатите философи, е че «...когато хората са заобиколени от изобилие от технологии, се наблюдава ефект на...свиване на светогледа до степен, че всичко, включително и другите хора, се описва в инструментални термини. *Лицата са „вцепенени“ от технологиите...*» (подчертаното от мен е изтъкване на добрия философски изказ в дисертацията). Обществото като цяло може да се разглежда като „*хванато в капана*” на инструменталното мислене. В крайна сметка авторът стига отново до обобщеното определяне на инструменталността като систематичен-математико-механичен подход на съсредоточаване върху цели, липса на взаиморазбиране и на общи ценности (стр. 57-58).

**Втората глава** «*Бизнесът като дисциплина и проблематичните му претенции за научност*» изследва две «хипостазии» на бизнеса като наука (академична дисциплина) и като практика. Тук докторантът има предвид бизнес образованието, като използва фриволно термините наука, познание, знания, дисциплина, факултет. Целият този отчасти хиперболизиран, донякъде неточно назован кръг от проблеми, би могъл да се проясни, ако се отчитат перспективи, останали недооценени от автора. Те са и моите **въпроси** към де Хеус, по които на публичната защита е интересно да се чуе отговорът:

1. Мислене за *бизнеса като институция, институционализирана дейност* в съвременното общество, наред с образование, семейство, политическа система, религия и пр. И от тук: как да мислим връзката между инструментално и институционално?
2. Различията (социолингвистични, историко-пазарни и културни) в смисъла на „*бизнес*“, „*бизнес администрация*“, „*търговия*“, „*мениджмънт*“, „*индустрия*“, „*продукт*“, „*услуга*“, от които зависи многообразието на социалните практики, назовавани бизнес, в т.ч. – и в академичното им структуриране. И на български има разминавания в термините, довели до нееднакво учебно съдържание и позициониране на специалности *стопанско управление, мениджмънт, управление, бизнес предприемачество, бизнес администрация...* Ако разнообразието и тук е нормата, желаното и доброто, то този стандарт не е ли дошъл от бизнеса (или от пазара – понятие, по-рядко употребявано в дисертацията)?
3. *Доколко бизнес образованието е нужно за успешна бизнес практика?*- Отрицателните и уклончиви отговори на подобен въпрос са различни – институционално и персонално. Мисля, че той е обикновено тенденциозно отправян – често към успели в бизнеса прекъснали студенти на Харвард или Станфорд, станали милионери. (Това, че по сходен отричащ начин биха отговорили администратори на държавно висше образование в бедни държави, само подчертава въпроса).

Намирам за най-интересни страниците за *историята на бизнес факултетите в Европа и Северна Америка*, започнала според де Хеус и цитирани автори от Висшата школа по търговия в Париж през 1819 г. Но други историци на образованието посочват училището по счетоводство в Лисабон от 1759 г.;

според трета версия висшето бизнес образование тръгва след 1900 г., когато се въвежда първата магистратура по счетоводни науки (в Тък бизнес скул на Дартмут колидж). Похвален е стремежът да се включат *аспекти от академичната история на бизнеса*. Авторът е доловил специфични аспекти на висшето образование по бизнес, което е „комбинация на идеология и технокрация“, според Паркър, споменат уместно в текста. Докторантът разкрива бизнес образованието като своеобразна *промоция* на рационалния егоизъм (нарочно използвам в превода термина от маркетингово-търговския речник). Де Хеус подчертава като липса и препоръка потребността да се отчитат интересите на всички участници в бизнеса, т.е. – да се развиват т.нар. стейкхолдърски и интегративни подходи, което се познава и се прави в университети по света и у нас. В параграфите за бизнеса като дисциплинарно познание авторът достига до формулиране не само до методологически и управленски, но и до философски питання: как да се легитимират нормативните съждения в тази сфера?

**В третата глава** *«Бизнесът като практика и неговите проблематични твърдения за социална отговорност»* се обсъжда «заявката-претенция» на бизнеса, повтаряна като речитатив през последните десетилетия. На основата на специализирана икономическа, мениджърска и философска литература докторантът разкрива корпоративната социална отговорност като инструмент за легитимност и за печалба. Но *самата печалба обаче също е легитимна за бизнеса* и той не е „враг“ на обществото. В изложението си де Хеус изтъква злополучния възглед на М. Фридман от 1970 г. за това, че корпорациите „нямат друга отговорност, освен трупането на богатство“, който според него „отразява протестантската етика“ (стр. 117). Оставям в страни изкушението за коментирам тезата от преди половин век, дебатите и реалните промени в бизнеса за десетилетия. В рецензирания текст промяната към социална отговорност е видяна като следствие от натиска на обществото, което с течение на времето „започва да търси нещо повече от корпорациите“ (пак там).

Но мултинационалните корпорации (МНК) са *субекти на корпоративно поведение и управление, включващи множество заинтересовани участници*, често невидими за страничния наблюдаващ. В новите форми на глобално управление бизнес организациите се ангажират с доброволно саморегулиране, като така се минимизира и дори изключва необходимостта правителствата също да ги регулират. Дали и до колко МНК се възприемат като легитимни? Осигуряват ли достъп и пространство за всички заинтересовани страни, засегнати от действията им? На подобни свръхсложни въпроси докторантът предлага посоки за отговор, опирайки се на Хабермас, на неговата делиберативна демокрация, която се основава на критерии за идеален дискурс - средство за противодействие срещу нарастващото господство на бюрокрацията. Тук се разглежда как се прилага горният подход на множеството заинтересовани участници като форма на управление, предназначена да гарантира по-адекватно съобразяване на корпоративните действия с тези на обществото, за да се противодейства на

инструменталния подход на преследване на печалба.

Бих добавила, че когато и където МНК дават обяснения пред парламенти за укрити данъци (САЩ, Германия), ако в едно общество има граждански мрежи за данъчна отговорност на МНК и други подобни общности, тогава има индикатори за работещ диалог между глобален бизнес и потенциални заинтересовани страни.

**В заключението** (съдържателно и пространно - 13 страници) авторът обобщава тезите си за инструменталния подход на бизнеса и претенциите му (стремежи и натиск) да е легитимен. Тук се разсъждава по философски въпроси на стратегическия мениджмънт и бизнес етиката - за отговорността към другия, но без винаги да се отчита, че тя е специфична на различните равнища в бизнеса. Според Де Хеус, бизнесът се доближава до обществото и индивидите по начин, който е обратното на Левинасовата етика. Вместо да приеме превъзходството на Другия, бизнесът, транснационалните корпорации и богатите глобализирани елити се стремят да удържат по-висшата си позиция, от която може да доминират. Вместо да реагира на призови на Другия, бизнесът се стреми да го заглуши, като пренебрегва субективността на Другия, третирайки го като безименна статистика или инструмент. Вместо да приеме безгранична отговорност към Другия, бизнесът признава само ограничена отговорност (цитирам по смисъл).

След направения резюмиращ анализ с коментар и въпроси ще изтъкна, че имаме текст по обширна комплексна тема, който е систематизиран, а не разпокъсан. Авторът се е справил с преследваната задача да разкрие на философско ниво социалните последици на глобалния бизнес, идващи от въздействията на технологиите (инструменталността). Видно е, че Де Хеус много задълбочено познава изследваната област и демонстрира умения за подбор и интерпретиране на полезни за тезата си текстове. Така дисертантът удържа ясна свързваща нишка в конструкцията си.

**Обобщените си положителни впечатления ще конкретизирам** в две достойнства на дисертацията, които се открояват, макар и да предизвикват несъгласия:

- ✓ Анализът (чрез рефериране и интерпретация на концепции на други автори) на *инструмента и инструменталността в контекста на глобалния бизнес*.
- ✓ Извършеният критически преглед на *бизнеса като академична дисциплина и структуриращ фактор в университетското образование*. Това е „полза“ от една философска дисертация.

Към работата имам **критични коментари, които са предложения** за евентуални проучвания:

- ✓ Съдържателната ми бележка е от общ характер и предмет на бъдещи публикации на автора, ако той е с траен интерес към критическа рефлексия на икономическото. Тя е следната: *мисленето за бизнеса като нещо външно спрямо обществото* е некоректно. Това виждане прозира в обобщения като «бизнесът не може да генерира печалби, ако обществото не му позволи да действа. Следователно бизнесът, особено когато е вплътен в транснационални корпорации, има силен стимул да прави всичко необходимо, за да пази своята легитимност в очите на обществото». Опростената картина не разкрива действителност, в която бизнесът е основа (модел) за развитие на почти всичко в общество, където хората работят, създават, предлагат, творят, реализират се във и чрез форми на бизнес. Пейоративното значение на думите *бизнес* и *глобален бизнес* в публичния дискурс подлежи на семантична промяна и в нея имат място философските текстове. Конфронтационното разглеждане на обществото и бизнеса може да се превъзмогне чрез изследване и популяризиране на различните му равнища и лица, добри и лоши примери. Бизнесът е аспект от съществуването на всяка публично значима дейност - уви, и на такива като образование и изкуство. Както е за театъра или университета, и в бизнеса има прояви, пред които поставяме «кавички» или «т.нар.». Регулирането чрез просветена публика (клиентела), професионална експертиза и демократично управление са лостове за удържане на инструменталността на бизнеса в разумни граници.
- ✓ Тезата „*бизнесът е/претендира да е наука (science)*” буди възражения. И на английски, и в превод на български тя е пресилено-умозрителна. Разбирам мотивите и приемам аргументите да се обсъжда бизнеса в тази перспектива, идващи от прекаленото обвързване на мениджърите с логиката на природонаучното и с математическите модели, което пък води, според Де Хеус, „както до аморална нагласа към човешките отношения, така и към стремежа печалба като висш мотив“ (с.68). Като легитимна практика бизнесът е /може да бъде/ обект на научаване, институционално образование и регулиране, но не е наука - природна или хуманитарна. Наличието на *бизнес администрация, бизнес-успех, бизнес предприемачество, бизнес етика, международен бизнес* като дисциплини и/или специалности, не е следствие от това, че бизнесът претендира да е наука (science), а е част от комплексни институционални, човешки и...пазарни фактори.
- ✓ Почувствах липсата на вглеждане в дигитализацията и новите форми на бизнес, комуникации и „добавени реалности“, идващи с информационните технологии. Те са извън темата на докторанта, но са интересна възможност за *свързване на проблематиката на философията на бизнеса с онтологията и критическите теории за технологиите*.

Авторефератът на български език е в обем от 45 страници и представя адекватно идеите на дисертанта (с неизбежния ефект на „изгубени в превода“). Описани са на 2 страници и половина 5 *приноса, които приемам*. Бих ги преформулирала кратичко така: Де Хеус е проследил и приложил философски

перспективи към инструменталното действие, за да предложи концептуална рамка за разбиране на бизнеса (приноси No 1 - 3). Докторантът разкрива специфичните за бизнеса методологически затруднения, скрити зад претенции за легитимност, изразими чрез въпроса: как да се прилагат универсални правила и принципи в конкретни ситуации, за да се търси най-добър начин за практическо действие *и* според йерархията на ценности (4 – 5 принос).

Авторът има само две публикации по темата, но и двете са в реномирани издания: световната платформа за млади изследователи *In Statu Nascendi. Journal of Political Philosophy and International Relations* и публикуван доклад от Конференция на *Европейската мрежа по бизнес етика (EBEN)*, излезли съответно през 2018 и 2017 г.

**В заключение** изтъквам следното: обмисленото разкриване на философските аспекти на глобалния бизнес и социалните му последици, широката информираност за теориите за глобализацията и инструментализацията и умението чрез тях да се обоснове определена теза ме убедила, че представеният текст *отговаря на изискванията за докторска дисертация*. Де Хеус се е справил напълно със задачата си. Всичко това ми дава основания да гласувам *да се присъди на Ян Ари Михаел Андре де Хеус образователната и научна степен „доктор” в професионално направление 2.3. Философия (Философия с преподаване на английски език)*.

ЧЛЕН НА НАУЧНОТО ЖУРИ:

/проф. д-р Даниела Сотирова/

**8.06.2019.**