



Софийски Университет "Св. Климент
Охридски"
Философски факултет
Катедра "Логика, етика и естетика"
Програма "Философия с преподаване на
английски език"

Глобалният бизнес: Философско изследване на
социалните последици

АВТОРЕФЕРАТ

НА ДИСЕРТАЦИЯ ЗА ПРИСЪЖДАНЕ НА НАУЧНА СТЕПЕН
"ДОКТОР"

Професионално направление: Философия

Ян Ари Михаел Андре де Хеус
Научен ръководител: проф. д-р Мария Димитрова

Технически данни

| Спецификация | Брой |
|-----------------------------------------------|-----------------|
| Страници на дисертацията (без библиографията) | 134 |
| Думи | 40641 |
| Знаци (без интервалите) | 240469 |
| Знаци (с интервалите) | 280569 |
| Брой страници според БДС (1800 знака на стр.) | 156 |
| Въведение | 8 |
| Глави | |
| Първа | 50 |
| Втора | 16 |
| Трета | 47 |
| Заключение | 13 |
| Шрифт | Times New Roman |
| Разрядка на оригиналния текст | 2,0 |

| | |
|--------------------------------|-----|
| Разрядка на ползваните цитати | 2,0 |
| Библиографски източници (брой) | 136 |

ВЪВЕДЕНИЕ

В съвременното глобализирано общество бизнесът се разглежда едновременно като източник на глобално развитие, технологични иновации, удобство и човешки комфорт, така и като източник на нарастващо неравенство. Транснационалните корпорации често са публично обвинявани, че експлоатират работници, унищожават околната среда и злоупотребяват с икономическата си сила, за да упражняват натиск върху правителствата на развиващите се страни (Crane and Matten 2010, 18-20). Въпреки това доминира и един икономически аргумент, според който, корпорациите също така са допринесли за повишаване на стандарта на живот в голяма част от света, като като са осигурили на развиващите се страни достъп до облагите от глобализацията (Stiglitz 2006, 188). По този начин транснационалните корпорации осигуряват възможността развиващите се страни да продават своите стоки на пазарите на богатите страни, улесняват прехвърлянето на технологии от напреднали индустриални страни към развиващите се страни и ежегодно насочват преки чуждестранни инвестиции от стотици милиарди долари (ibid.)

Изглежда мнозина вярват, че бизнесът търси печалба, която предимно облагодетелства богатия елит, докато „обикновените” хора понасят разходите, тъй като животът им става все по-труден. По същия начин мнозина смятат, че хората от бизнеса са безскрупулни в стремежа си за богатство и власт, че са склонни да третират човешките същества като инструменти, които се отхвърлят, когато вече не са нужни и напълно не ги е грижа, какви последици техните действия ще имат върху хората и обществото като цяло. Тези гледни точки се подкрепят от доклади за нарастващото в световен мащаб неравенство (Alvaredo, et al. 2017, Oxfam International 2019) и свидетелства, че корпорациите активно възмездяват и

насърчават служители, които проявяват поведение на психопати и / или социопати (Babiak and Hare 2006, Gudmundsson and Southey 2011, Pech and Slade 2007). Въпреки тези негативни социални последици, обществото продължава да третира глобалния бизнес като легитимен и дори се отплаща на бизнеса с все по-голямо потребление на продукти. *По този начин отделните хора в обществото страдат в ситуация на съществуващото неравенство, независимо от факта, че осигуряват легитимираща подкрепа за същите тези транснационални корпорации, които се смятат за причина на това неравенство.* За да разберем по-добре това очевидно противоречие, си заслужава да потърсим по-добро разбиране на глобалния бизнес и неговата връзка с обществото през 21-ви век.

Глобализация, глобален бизнес и социално разслоение

Глобализацията драстично променя света на бизнеса и в отговор корпорациите бързо променят поведението си. В съвременния глобализиран свят многото заинтересовани страни (стейкхолдери) на всяка транснационална корпорация (включително акционери, служители, организации на гражданското общество, правителства, клиенти, доставчици и конкуренти) са разпръснати в различни национални държави. Тъй като тези корпорации обикновено работят в различни културни и правни среди, мениджърите на тези корпорации вече имат значителна власт по отношение на определянето и поддържането на етични стандарти. Нещо повече, глобализацията е създавала транснационално пространство, което е извън ръководното влияние на отделните национални държави, и изглежда малко вероятно правителствата да получат по-голям контрол над това транснационално пространство в близко бъдеще. В резултат на това нито една национална държава не е в състояние да

регулира и контролира корпорациите по въпросите на етиката (Crane and Matten 2010, 547).

Тъй като транснационалните корпорации играят на световно ниво, те имат възможността да избират между различни правни системи (Roach, 2005; Scherer & Palazzo, 2007; Scherer & Palazzo, 2011; Scherer, Palazzo, & Baumann, 2006). Те могат да преместват производствените обекти и финансовите инвестиции там, където местните закони са най-гостоприемни, да се възползват от местните системи, които са зле адаптирани и не предлагат подзаконови разпоредби за корпоративно регулиране и дори да противопоставят помежду си различни правни системи. При избора на физическо местоположение, като например производствена площадка, те могат да комбинират трудови нормативни разпоредби, социални разпоредби и екологични норми, които пасват най-добре на техните икономически критерии (Roach, 2005; Scherer & Palazzo, 2007; Scherer & Palazzo, 2011; Scherer, Palazzo, & Baumann, 2006). Местните правителства от своя страна искат да привлекат капитали чрез ниски данъци, малобройни правила (дерегулация) и гъвкав пазар на труда (Bauman, 2000, p. 150). По такъв начин подобна динамика, която инвестира в тези от тях, които предлагат най-благоприятни условия по отношение на ниски данъчни ставки, ниски нива на екологично регулиране и ограничени права на работниците, принуждава развиващите се страни да се включат в едно „състезание към дъното“ (Crane & Matten, 2010, p. 18). Така глобалният бизнес прилага икономически натиск, за да си гарантира възможно най-ниски данъци към обществото, като едновременно с това си осигурява работна сила, която е едновременно гъвкава и отстъпчива. Това положение на неравенство се поддържа, като корпоративните елити се ползват от предимствата на евтиното производство и имат свободата да се оттеглят по всяко време, докато отделните работници се държат в положение на несигурност. Освен това, при положение че транснационалните корпорации

все повече действат извън обсега на отделните национални държави и самите национални държави все по-малко могат да регулират бизнес дейностите или да предоставят обществени блага, тъй като ниските данъчни постъпления водят до ограничени бюджети за подобряване на социалните проблеми и последиците от бедността (Beck 2000, 14, Habermas 2001, 68-80, Scherer and Palazzo 2011). Опитите на националните правителства да привличат и / или задържат транснационални корпорации, като предлагат субсидии, благоприятни данъчни условия, инвестиции и ограничаване на регулациите, потенциално могат също така да доведат до низходяща спирала на социалните и екологичните условия на световно ниво (Roach, 2005; Scherer & Smid, 2000).

Тъй като транснационалните корпорации, техните елитни мениджъри и акционери извличат облаги от продължаващата икономическа глобализация, изглежда съмнително, че транснационалните корпорации биха се включили в (световно) управление със специфичната цел за намаляване на икономическата глобализация или противодействие на нейното въздействие върху обществото. По-скоро, може да се предположи, че политическата дейност на корпорациите е насочена към укрепване на собствените им интереси и запазване на властовата им позицията в този глобализиран свят.

Бързото развитие на технологиите играе съществена роля в гореспомнатите процеси на глобализация. Освен това, с напредването на глобализацията, технологиите все повече улесняват такива средства за създаване на богатство, които да са независими от каквато и да била форма на физическо производство. Затова днес, за да запазят богатството си, богатите не се нуждаят нито от производство, нито от бедните, които подпомагат това производство (Bauman 1998, 79). Следователно вече не е необходимо богатите, като собственици на капитали, да позволят част от богатството, генерирано от този капитал, да

стигне до бедните. Така богатството става все по концентрирано на световно ниво. Докладът за световното неравенство за 2018 г. подчертава, че неравенството в световното богатство е огромно и продължава да нараства, като 10% от населението на света вече притежава 70% от богатството, а най-долните 50% притежават по-малко от 2% (Alvaredo, et al. 2017). Едновременно с това, в отговор на изискванията на глобалния бизнес пазарите на труда стават все по-гъвкави, и тези, които са добре образовани и заможни, получават много допълнителни възможности, докато необразованите бедни страдат от повишаване на експлоатацията от страна на техните работодатели (Bauman 1998, 90). Така икономическата глобализация довежда до нова, световна поляризация и стратификация на обществото. Концентрацията на капитал, финанси и ресурси довежда до концентрация на „свободата на движение и действие“ (ibid., 70). Тази „свобода на движение и действие“ може да се разбира като възможност за избор между многобройни начини на действие и по този начин да можем да се възползваме от възможностите и да избегнем рисковете. Богатите световни елити стават все по-космополитни и екстериториални, свободни от ограниченията на националните граници. Тъй като имат възможността да пътуват, когато си поискат, те са могат да избягват неприятните места и техните бедните жители. Междувременно местните бедняци са ограничени в свободата си на движение и действие, заради фактори като имиграционен контрол, закони за пребиваване и политики за нулева толерантност (ibid., 88-89). Хората все по-често са хващани в капана на местопребиваването си от същите тези сили, които дават на глобализираните елити тяхната глобална свобода. Редица учени употребяват понятието „глокализация“ за описание на този двойствен процес на глоболизиращо освобождение и локализираща изолация (Bauman, 1998, p. 70; Beck, 2000, pp. 48-49; Robertson, 1995).

Така глобалният бизнес разглежда света, а следователно и обществото, като едно средство за постигане на цел (тоест като оръдие или инструмент), при което изглежда, че целта е максимизиране на печалбата в полза на богатите елити и продължаване на тяхното господство. Подобно инструментално мислене намира почва в съвременното глобализирано общество, което прибегва до услугите на позитивистката „инструментална рационалност“, използвана от науката вместо по-нормативната и етично ориентирана „ценностна рационалност“ (Flyvbjerg 1992). Според Flyvbjerg, инструменталната рационалност все повече се превръща в глобален феномен и вредните ѝ въздействия нарастват през последните десетилетия, като обхващат екологичните проблеми, социалното отчуждение и оспорване на ценностите (ibid.). Макар че ценностно рационалните въпроси като „накъде отиваме?“, „кой печели и кой губи?“, „трябва ли?“ и „какво трябва да се направи?“ възможно да са по-подходящи и неотложни от всякога, инструменталната рационалност продължава да измества ценностната рационалност в съвременното общество (Weber 1958, 26), привидно превръщайки се в „желязна клетка“, от която обществото не може лесно да се измъкне (ibid., 180-182). Много е вероятно глобалният бизнес също така да пренебрегва ценностната рационалност за сметка на инструменталната гонитба на печалба и по този начин транснационалните корпорации да игнорират въздействието, които техните действия могат да окажат върху обществото. От тази гледна точка инструменталният подход на глобалния бизнес може да се разглежда като потенциален фактор, стимулиращ неравенството.

Цел на изследването

Настоящата дисертация се фокусира конкретно върху ролята на инструментализма (инструменталните средства) като определящ фактор за начина, по който бизнесът е свързан с обществото. Бизнесът се проявява като една съвкупност от знания и практика, като основната практическа цел и на двете е финансова печалба. Бизнесът се стреми да легитимира себе си и (последниците от) своите действия за максимизиране на печалбата, като твърди, че това е наука, и по този начин пропагандира и се ангажира с инструментални методи, основаващи се на логическо мислене и абстрактни (математически) модели на реалността. Широко застъпено е мнението, че този инструментален подход води до негативни социални последици, като в отговор на тази критика бизнесът се стреми да запази своята легитимност чрез публично изтъкване на явните си усилия да противодейства на тези негативни последици.

В настоящата дисертация се изследва критично инструменталния подход, използван от глобалния бизнес, така като той се преподава в бизнес училищата и е приет от транснационалните корпорации, и се твърди, че глобализираният бизнес на 21-ви век прилага инструментални средства за запазване на социалното разслоение и увековечаване на неравенството, въпреки твърденията му за обратното.

Използваният в настоящето изследване подход е предимно *дескриптивен* и всякакъв вид *прескриптивни* твърдения се избягват умишлено. Като се опитва да опише, как инструменталният подход, възприет от глобалния бизнес, води до неравенство, настоящето изследване се стреми да изгради по-добро разбиране на социалните последици от глобалния

бизнес. Подобно разширено, без издаване на оценки третиране на темата може да осигури по-добра основа за бъдещи прескриптивни изследвания по същата тема.

Нещо повече, настоящото изследване предлага критичен подход като философски изследва конкретни предположения, направени от бизнеса, които по своята същност са противоречиви. Като се демонстрира начина, по който съществуването на тези вътрешни противоречия налага непрекъснат инструменталистки подход, се подкрепя най-важното доказателство на настоящата дисертация.

Разсъждавайки върху очевидно намалената значимост на националната държава в днешния глобализиран свят, настоящето изследване провежда анализ предимно на глобалното и на "микросоциалното" нива, за които Anthony Giddens твърди, че са пренебрегнати (West 2010, 230).

Останалите глави от дисертацията са организирани както следва:

В Глава 1 се прави опит за изясняване на основните концепции, обсъждани в настоящата дисертация, а именно „бизнес“, „глобализация“, „неравенство“ и „инструменталност“. По-специално, Глава 1 се стреми към разработване на концепция за инструменталност, която да може да бъде приложена в следващите глави с цел изследване на предполагаемата инструментална предразположеност на бизнеса. С тази цел се изследва трансформационното въздействие на науката и технологиите върху обществото, наред с редица философски концепции, които могат да се разглеждат като описания на инструменталната човешка дейност.

Глава 2 разглежда бизнеса като проява на академична дисциплина, както и съмнителната ѝ претенция за научност. Освен опита да се определи, до каква степен бизнесът като дисциплина съдържа характерни черти на инструменталност, в тази глава се разглежда и очевидната връзка между неравенството, прилагането на научни методи и модели от страна на бизнеса и понятието за рационален егоизъм, разпространено сред (нео)либералната мисъл. По-нататък се обсъждат две вътрешни противоречия на претенциите на бизнеса за научност, които подкрепят довода, че претенцията за научност кара корпорациите да възприемат инструменталистки подход, който обикновено не води до най-изгодни за обществото решения.

Глава 3 разглежда конкретните прояви на бизнеса и по-конкретно неговите усилия за връзка с обществото. Тази глава започва с критичен поглед върху бизнеса в усилията му да запази своята легитимност в очите на обществото, привидно работейки за намаляване на неравенството чрез действия, категоризирани като „корпоративна социална отговорност“ и чрез излъчване на нормативни послания относно целта и ценностите, за които се смята, че изразяват отговорността на корпорацията към обществото. Подобни колективни нормативни изявления, излъчвани от транснационалните корпорации, се разглеждат от епистемологична гледна точка и в тази глава се твърди, че е малко вероятно колективни нормативни схващания да съществуват на нивото на транснационалната корпорация. Целта е да се демонстрира, че CSR (корпоративна социална отговорност - КСО), за която се предполага, че смекчава ефектите от стопанските дейности, всъщност се прилага по инструментален начин, с цел укрепване на корпоративното господство и неравенството. Настоящата глава също така разглежда критично феномена на инициативи с многостранно участие като нова форма на глобално корпоративно (само)управление. По-специално се

разглежда, как транснационалните корпорации се мъчат да се включат в една възможно неинструментална съвещателна (делиберативна) демокрация, като възможност за легитимиране на техните бизнес дейности, утвърждавайки по този начин, че бизнесът действително инструментализира съвещателната демокрация с цел да запази властовата си позиция в обществото, и по този начин подкрепя, а не намалява неравенството.

В заключителната глава са обобщени основните тези, представени в настоящата дисертация. Основните изводи от предходните глави се обсъждат от позицията на най-важния аргумент, а именно - че глобалният бизнес използва инструменталния подход за запазване на социалната стратификация и за увековечаване на неравенството.

ГЛАВА ПЪРВА ДЕФИНИРАНЕ НА ПОНЯТИЯТА: БИЗНЕС, ГЛОБАЛИЗАЦИЯ, НЕРАВЕНСТВО И ИНСТРУМЕНТАЛНОСТ (ИНСТРУМЕНТАЛИЗЪМ)

В настоящата глава се прави опит за изясняване на основните понятия, обсъждани в настоящата дисертация. По-специално, се търси изясняване на концепцията за инструменталност (инструментализъм), което да позволи по-добро анализиране в следващите глави, по какъв начин прилагането на инструменталния подход от страна на глобалния бизнес довежда до различни социални последици, особено за социалната стратификация в световен мащаб.

Както социално-философската, така и бизнес-икономическата перспективи на глобализацията отчитат прехвърляне на влиянието от националната държава към различни транснационални участници. По този начин националната държава до голяма степен е загубила способността си да се справя с неотложните проблеми, засягащи обществото, въпреки че тези проблеми сами по себе си стават все по-транснационални по своя обхват и

характер. На световно ниво неравенството се проявява като разграничаване на успешните, конкурентоспособни световни елити от онези, които са блокирани в едно несигурно, изолирано ежедневие. Тези, които са на дъното, не получават облаги от глобализацията, но въпреки това са принудени да променят живота си, за да се адаптират към последиците от глобализацията на местно ниво (Bauman, 1998; Beck, 2000). Нещо повече, въпреки че според общото мнение транснационалните участници са в по-добра позиция за справяне с глобалните предизвикателства, пред които е изправено човечеството, изглежда, че съществува липса на координация и контрол на световно ниво.

За подобряване на социално-философските и бизнес-икономическите перспективи се предлага усъвършенстване на транснационалното управление, като възможно решение за посрещане на проблемите, съпътстващи глобализацията. Докато Хабермас предлага форма на глобално управление, при която наднационалните регионални системи за управление си сътрудничат помежду си (Habermas, 2000), Стийлиц се стреми да „поправи“ глобализацията чрез разширяване и подобряване на съществуващите международни институции, за да се гарантира по-справедливо глобално управление, което ще облагодетелства и бедните по света (Stiglitz, 2006). Аналогично, предложеното от Sachs „съгласувано усилие“ на множество различни транснационални участници, предполага съществуването на форма на централизирана координация или управление на глобално ниво (Sachs, 2008).

Тъй като движението на капитали е излязло извън контрола на националните държави, изглежда че икономическата глобализация има предимство пред другите аспекти на глобализацията. В усилията си да привличат и задържат капитали, националните държави използват оставащата им репресивна сила, за да наложат благоприятни условия за инвеститорите и транснационалните корпорации. Обществото приема такава промяна във

властта и все повече изисква от транснационалните корпорации да се държат отговорно. В тази нова ситуация транснационалните корпорации, като частни политически играчи, все повече се ангажират с управлението в широк кръг от местни и международни въпроси и дори прилагат корпоративна саморегулация като форма на управление на глобално ниво. Следователно, ако глобалното управление наистина предоставя възможност за „подобряване“ на глобализацията за постигане на по-голямо глобално равенство и справяне с глобалните предизвикателства, тогава транснационалните корпорации, като олицетворение на глобалния бизнес, изглежда имат своето място. Това съответства на представата на Сакс за глобалното управление като едно масово, съгласувано усилие на широк кръг от транснационални институции и организации, включително транснационални корпорации. Все пак, включването на транснационални корпорации в усилията за по-добро "управление" или "контрол" на глобализацията чрез глобално управление, изглежда не съответства на решенията, предложени от Хабермас и Стилглиц, където и двамата се застъпват за по-голямо глобално управление на наднационални правителствени институции.

Икономическата глобализация довежда до по-голямо разслоение на обществото на богати космополитни елити (туриста на Бауман) и локално закрепени бедни (скитника на Бауман). Докато елитите се радват на мобилност в своя свят без граници, който могат да управляват, както им е изгодно, бедните страдат от нарастваща несигурност поради все по-непредсказуемите ефекти на глобализацията, дори и чрез прилагане на репресии (Bauman, 1998; Beck, 2000; Fraser, 2003). Въпреки това, изглежда, че туристът се нуждае от скитника (който остава една безименна абстрактна статистическа единица) не само за да му напомня за относителното му благосъстояние, но и за да му помогне да пази активно

привилегированата си позиция, като узаконява механизмите, които поддържат неравенството (Bauman, 1998).

Нкои философи, в това число Маркузе, Бенджамин и Хайдегер, предполагат, че съществува пряка причинно-следствена връзка между широкото разпространение на технологиите и инструменталния подход (Erdađi, 2013; Marcuse, 1966; Wrathall, 2005). Технологията пряко засяга индивидуалните мисловни процеси и отношенията на хората един спрямо друг и спрямо обществото като цяло. Когато хората са заобиколени от изобилие на технологии, полученият в резултат "сковаващ" ефект свива техния мироглед до степен, при която всичко, включително и другите хора, се разглежда изключително от гледна точка на инструментализма. "Скованите" от технологиите хора са податливи на манипулация от капиталистическите елити.

Други философски перспективи предлагат по-сложен поглед върху прилагането на инструменталния подход. Вместо просто да се "сковава", индивидуалният човешки ум се „хваща в капана“ на специфичен начин на разсъждение, при който загубва представата за това, че са възможни и други начини на мислене. Например, в духовното животинско царство на Хегел индивидите се самозалъгват, като вярват, че се занимават с такива възвишени неща, като морал, етика и общност, докато в действителност те се ангажират с тези благородни идеи с единственото инструментално намерение да постигнат своите индивидуални цели (Verene, 1985). Обществото като цяло може да се разглежда като отражение на състоянието на битие, в което съществуват индивиди, също „хванати в капана“ на инструменталната нагласа. Според Димитрова, такова състояние на „хванат в капана“, отразено и в неавтентичния конформизъм на Хайдегеровия *das Man*, е неизбежно, защото индивидите в съвременното общество се ангажират със света по един монологичен

начин, който отразява надмощието на онтологията в господстващата съвременна мисъл (Dimitrova, 2016).

От позицията на съвременното глобализирано общество, отличаващо се с несигурност, сложност и множественост, доминирането на инструменталния начин на мислене може да се разглежда като израз на култура: когато всяко чувство за общи глобални цели или общност изглежда непостижимо, акцентът върху техника, перформативност и инструменталност за постигане на индивидуални цели може да изглежда като най-смислена нагласа. Според Арнасон, технологията е двигател на глобализацията, която от своя страна може да се разглежда като движеща сила за промяна в механизмите на мислене като форма на културна артикулация, към начин на мислене, който е предимно инструменталистки (Arnason, 1994). Нещо повече, можем да твърдим, че когато масите и елитите споделят тази култура, или нагласа към инструменталност, тогава властта и влиянието ще принадлежат на онези, които са в състояние да прилагат инструментализма най-ефективно, не само като разполагат с множество инструменти, но и с най-голяма възможност за тяхното използване. Освен това инструменталисткия начин на мислене получава конкретен израз под формата на бюрократични институции и големи организации, които функционират като голяма взаимосвързана система, насочена към постигане главно на икономическите цели на елитните си ръководители, която същевременно ги предпазва от социалните последици на икономическата дейност.

Погледната в светлината на работата на Хабермас, сложната взаимосвързана система от присъщи инструменталистки бюрократични структури и организации може да се разглежда и като състояща се от структури, отговорни за вземането на управленски и политически решения (Habermas 1988 [1976]). Освен че не са в състояние напълно да разберат въпросите,

които се дискутират политически поради тяхната изключителна сложност, хората са затворени и в собственото си духовно животинско царство, което ограничава техния политически кръгзор до ниво, съставено единствено от техните индивидуални цели. По този начин хората са лесно манипулируеми. Това води до лесно манипулиране на инструменталистки настроени маси от настроени по подобен инструменталистки начин елити, което допринася за запазване на социалната стратификация.

Въз основа на философските идеи, представени в тази глава, може да се каже, че целта на настоящото изследване е дефиниране на концепцията за инструментал изъм (инструменталност). Смята се, че инструментализмът се характеризира със системен математически / механистичен подход, фокусиране върху конкретни цели, липса на взаимно разбирателство между хората, липса на общи човешки ценности и липса на разбиране на (скритите) последици от дейностите. Тези характеристики намират отражение в (логическия) позитивисткия и научен начин на мислене, който, въпреки своите ограничения, е станал преобладаващ в съвременната епоха, тъй като възходът на науката и множеството технологии, които тя поражда, са стимулирали икономическия растеж. В следващите глави тази концепция за инструменталност ще се сравнява с различни аспекти на глобалния бизнес, както като дисциплина, така и като практика.

ГЛАВА ВТОРА БИЗНЕСЪТ КАТО ДИСЦИПЛИНА И НЕГОВИТЕ СПОРНИ ПРЕТЕНЦИИ ЗА НАУЧНОСТ

Бизнесът се проявява не само като практика, но и като дисциплина, която твърди, че е наука.

Тази глава разглежда съществуващата критика на бизнеса като отрасъл на науката, най-вече

във вида, в който се разпространява чрез бизнес училищата, за да се определят по-добре основните причини на социалните последици от глобалния бизнес. По-специално се прави сравнение между съществуващите критики и концепцията за инструменталност, дефинирана в предходната глава, за да се определи до каква степен общият подход на бизнеса може да се счита за инструменталистки.

Като се позиционира като независим комплекс от знания, бизнесът се утвърждава като отделна дисциплина, заслужаваща академично изучаване и дискурс. В множество университети бизнес школите се ползват със специален статут на самостоятелна структура, която парадоксално съществува едновременно като част от институцията-домакин и като отделна от нея структура. Математическият инструментариум се счита за необходима основа на бизнес обучението. Академичните учебни бизнес програми преподават квантитативни умения, които студентите трябва да използват при изграждането на абстрактни модели на реални бизнес ситуации, организационни процеси и социални взаимодействия. Изходното допускане на бизнес дисциплината е, че човешкото поведение се разбира най-добре, ако приемем, че всички хора са рационални егоисти (Ghoshal, 2005; Parker, 2018; Pfeffer, 2005). Поради тази причина бизнес школите учат, че обикновените служители трябва да бъдат строго наблюдавани и контролирани, за да не се ангажират с опортюнистично поведение и че не може се вярва на мениджърите, че работят в полза на акционерите на дружеството, освен ако не получават голяма финансова компенсация (Ghoshal, 2005). Нещо повече, това допускане за рационален егоизъм се прилага повсеместно и недвусмислено към всички видове заинтересовани страни. Заради това бизнес школите са критикувани за разпространяване на аморални практики с отрицателни социални последици. Съществуващата критика на бизнеса до голяма степен съответства на

концепцията за инструменталност, разработена в глава 1, и може да се направи извод, че дисциплината бизнес съдържа инструменталистки подход, който се реализира в деловата практиката.

Макар че бизнесът като дисциплина произвежда знание предимно за целите на практическото действие, той се утвърждава по начин, подобен на естествените науки, както това е описано от "претенцията за знание" на Хайек (Hayek, 1989). Освен това, макар че бизнесът оправдава аморалните практики с претенциите си за научност, твърдейки, че такива практики са просто резултат от комбинация на универсални природни закони, тази претенция за научност съдържа две важни методологични трудности. Първата от тях засяга въпроса как чисто когнитивното, „фактическо“ знание, което включва различните (математически) модели, използвани от бизнеса като част от инструменталния подход, може да допринесе за легитимиране на нормативните преценки, направени в бизнес практиката (Essers, 1995). Според Хабермас това е възможно само, ако първоначалното придобиване на знания, получено при бизнес обучението, се ръководи от широко споделян еманципационен интерес, свързан с човешкото съществуване (Habermas, 1971). Но аморалното допускане, че в основата на многобройните бизнес теории стои рационален егоизъм, противоречи на изискването за споделян еманципационен интерес и по този начин изключва възможността да се правят нормативни преценки. Следователно, инструменталните, „научни“ решения, взети като част от бизнес практиката, трябва до голяма степен да игнорират нормативното измерение. Втората методологична трудност по отношение на претенциите на бизнеса за научност засяга въпроса, по какъв начин специфичните за бизнеса научни знания, които приемат формата на универсални правила и / или принципи, могат да бъдат приложени към специфични контекстно-дефинирани

ситуации (Essers, 1995). В опитите си да реши точно този проблем, бизнесът търси да определи най-добрата насока на практическата си дейност в дадена ситуация, като следва йерархията на ценностите, чрез похват, наречен от Платон *technè*. Но подобно и в основата си инструментално усилие изисква точна информация за ситуацията, което на практика е невъзможно. Нещо повече, бизнесът всъщност *ограничава* обема информация, която получава за ситуацията, като пренебрегва информацията, която не може да бъде количествено оценена и /или измерена. Поради това „научните“ решения, взети като елемент от бизнес практиката, често не определят най-добрия начин на действие от нормативна гледна точка.

Независимо от това, от гледна точка на либерализма на Фридман, претенцията на бизнеса за научност е удобна, защото като че ли осигурява легитимна основа на идеята, че човешката субективност и ценностната рационалност следва да бъдат игнорирани в полза на инструменталното търсене на печалба, потвърждавайки по този начин „либералния“ идеал на Фридман (Friedman, 2002)

ГЛАВА ТРЕТА: БИЗНЕСЪТ КАТО ПРАКТИКА И НЕГОВИТЕ СПОРНИ ТВЪРДЕНИЯ ЗА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ

Главата започва с анализ, каква е връзката между идеята за легитимност с бизнеса като практика и с натрупването на богатство като такова. След което се обсъждат начините, по които корпорациите се стремят да дефинират и представят своята роля в обществото като

полезна, като част от усилията им да се ангажират с корпоративна социална отговорност. Тъй като допускането, че корпорациите могат да съществуват като колективни субекти с отговорности, цели и ценности, представлява епистемологична трудност, широко разпространение намират теориите за множествените субекти и се обсъжда тяхната връзка с тези изрази на предполагаема корпоративна отговорност. Главата продължава с критично изследване на начина, по който корпорациите се ангажират и евентуално инструментализират обсъжданията между заинтересованите страни. Този анализ се счита за особено подходящ за целите на настоящата дисертация, тъй като се опитва да даде представа, по какъв начин корпорациите могат да приложат инструменталистки подход при ситуации, в които те привидно адресират социалните последици от своите действия.

Макар че транснационалните корпорации оперират до голяма степен извън контрола на отделните национални държави, те изискват достъп до специфични печеливши пазари, за да могат да постигнат своята главна цел - печалбата. Нещо повече, корпорациите се конкурират за една и съща печалба и ако една корпорация не се счита за легитимна от обществото, тя е в неблагоприятно конкурентно положение спрямо други корпорации, които разполагат с такава легитимност. По-вероятно е неконкурентната корпорация да не успее да постигне целта си и в крайна сметка може да престане да съществува. Следователно, от гледна точка на бизнеса, неизбежно въпросът за легитимността е главен в отношенията между корпорацията и обществото.

Протестантската идея, че самото богатство е легитимност в очите на Бога (и съответно в очите на обществото) (Weber, 1958), подкрепя представата за печалбата като главна цел на транснационалните корпорации. Този стимул към печалба се усилва, т.к. се смята че богатството дава легитимност, а легитимността улеснява натрупването на допълнително

богатство. Тази религиозна догма обаче, когато се прилага към обществото, има важни последици. Защото богатството означава богоизбраност и право да отидеш на небето, липсата на богатство би трябвало да означава морален дефицит и проклятие. Нещо повече, богатите нямат стимул да помагат на бедните в обществото, тъй като бедните не само морално не заслужават помощ, но са и отвъд спасението. Глобалното неравенство, изразено в дихотомията между богати и бедни, може тогава просто да се разглежда като воля на Бога и следователно не се нуждае от коригиране. Ако екстаполираме тази идея към съвременната епоха на глобализация, тогава туристите на Бауман, космополитите, мобилните (корпоративни) елити, биха могли да повярват, че тяхната привилегия е легитимна и заслужена, а хванатите в капана на местопребиваването си скитници заслужават съдбата си.

Гореспоменатата „протестантска етика“ е отразена в твърдението на Милтън Фридман, че единствената отговорност на корпорациите е натрупване на богатство и следователно е безсмислено да се занимават с проблемите на обществото (Friedman, 1970). С течение на времето обаче самото общество е поискало друго (Porter & Kramer, 2006), а практиката на корпоративната социална отговорност се е развила като средство за корпорациите да запазят легитимността си, твърдейки, че отговарят на това изискване. Във връзка с това изглежда доста вероятно, търсенето на социална отговорност да се е превърнало в допълнение към стремежа за натрупване на богатство като основа на корпоративната легитимност, без да замества изцяло този стремеж.

Търсенето от обществото социално отговорно корпоративно поведение е под въпрос, ако приемем хипотезата на Верен, че в едно технологично общество постигането на индивидуалните цели е единствената истинска цел и морал, докато етиката и правата са просто (само-)измами (Verene, 1985). В този смисъл споменатото обществено търсене може

просто да бъде един вид инструмент за улесняване на консумацията без морални притеснения и таен сговор с неолибералния икономически ред. На равнището на отделния човек подобна перспектива налага приемането (и едновременна легитимацията) на корпоративните действия за КСО, тъй като самоизмамата работи само в случай, че човек вярва, че е доволен след удовлетворяване на искането му. Това може да помогне да се обясни как всепроникващата КСО (корпоративна социална отговорност) успява да убеди хората, че ролята на транснационалните корпорации и икономическата глобализация като цяло, в условията на нарастващо неравенство, може по някакъв начин да бъде намалена и/или някак си да стане „устойчива“. Наличието на такава масова самозаблуда може да помогне с намирането на обяснение, защо мнозина в обществото избират да предоставят легитимност на такива практики по начин, описан в уводната глава и в раздел 3.2.1, като позволяват да бъдат разглеждани като статистически единици в подкрепа на корпорации, ангажирани с КСО, като същевременно остават подложени на неравенство, налагано от същите тези корпорации.

Колективната вяра в съвместната отговорност (Gilbert, 2004) изглежда малко вероятно да съществува в транснационалните корпорации, в които работят хиляди служители от различни културни и идеологически среди. Вместо това е по-вероятно корпоративните демонстрации на отговорност, цел и ценности да са просто прояви на колективно приемане. Целево-ориентираният инструменталистки подход на колективното приемане (Meijers, 2003; Wray, 2003) наистина намира отражения в начина, по който корпоративната социална отговорност се прилага на практика. Базирайки се на техническите концептуални модели на реалността, корпорациите участват в различни дейности за КСО, като демонстрират положителните ефекти от тези дейности за обществото, с цел да получат легитимност и

печалби, като едновременно с това игнорират и спомагат за запазване на съществуващи (властови) неравенства

В днешната епоха на глобализация, когато силата на традиционната национална държава намалява, транснационалните корпорации все повече действат като управляващи агенти, които изграждат стандарти за корпоративно поведение чрез обсъждания, в които участват много заинтересовани страни. Така многостранните инициативи (MSI) са се превърнали в нова форма на глобално управление, в което корпорациите се ангажират с доброволно саморегулиране, по този начин изключвайки необходимостта от регулиране от страна на националните правителства (Scherer & Palazzo, 2007; Scherer, Rasche, Palazzo, & Spicer, 2016; Zeijen, Beckmann, & Wolters, 2016). При това MSI се възприемат като легитимни от обществото, тъй като според общото мнение те осигуряват платформа за всички заинтересовани страни, засегнати от действията на участващите корпорации, като всеки участник може свободно и открито да изразява гледни точки и да участва в определянето на стандарти за корпоративно поведение. Нещо повече, участващите корпорации се ползват с допълнителна легитимност единствено въз основа на тяхното участие в MSI.

Хабермас представя концепцията си за делиберативна демокрация, която се основава на неговите критерии за идеален дискурс, като средство за противодействие на нарастващото господство на бюрократичната власт (Habermas, 1996; West, 2010). Следователно легитимността на съвещателния подход възниква от спорната идея, че всички хора подхождат към процеса на общуване по абсолютно еднакъв начин. Съществуващите критични изследвания, разгледани в тази статия, доказват, че процесите на многостранни обсъждания, използвани от MSI, са много далеч от този идеален дискурс на Хабермас. Големите корпоративни участници като правило имат господстващо положение, което те

активно се стремят да запазят, или чрез изключване на други заинтересовани страни от дискурса, или приемайки ги при условие, че остават зависими (Cheyns and Riisgaard, 2014; Ehrnström-Fuentes, 2016; Levy, Reinecke, & Manning, 2016; Moog, Spicer, & Böhm, 2015). Вместо да се стремят да участват в дискурс, свободен от господство, корпорациите активно се стремят към надмощие.

Такъв ориентиран към доминация подход към отношенията в рамките на една инициатива с участието на много страни, може да се разглежда като конкурентен по природа. Макариев смята, че такъв подход „печалба-загуба“ ясно се демонстрира от заинтересованите страни, организирани в йерархични структури (Макариев, 2013). Освен това тези участници се отличават със „отбранителен манталитет“. Транснационалните корпорации се вписват много добре в горното описание, тъй като техният размер и световен обхват изискват йерархична структура. Освен това, както е отбелязано в раздел 2.2, възприетият от бизнеса рационален егоизъм кара корпорациите да разглеждат всички заинтересовани страни като конкуренти или дори като противници. Такъв подход „печалба-загуба“ често не води до баланс в отношенията между заинтересованите страни, участващи в делиберативно взимане на решение, а самият съвещателен процес обикновено не води до баланс на интереси (ibid.).

Проучването на съществуващите научни изследвания относно инициативите с участие на много заинтересовани страни показва, че вместо да се ангажират с идеалния дискурс на Хабермас, корпорациите се стремят да запазят своята властова позиция спрямо другите заинтересовани страни. По-конкретно, корпорациите се ангажират с укрепване на асиметриите на местната власт, с маргинализация на дребните участници, с умишлено изключване от дискурса чрез „разделяне на лудостта“ на Фуко и „воля към истината“ и хегемония чрез взаимно приспособяване.

Що се отнася до дефиницията за инструменталност, разработена в глава 1, съществуващите изследвания дават ясни индикации, че в контекста на MSI, корпорациите се фокусират върху конкретна цел - запазване на господстващо властово положение, като по този начин запазват системния математически / механистичен подход. Освен това, разгледаните случаи свидетелстват за липса на взаимно човешко разбирателство между корпорациите. Като цяло може да се каже, че споменатите по-горе прояви на инструменталност са особено важни по отношение на корпоративното поведение, тъй като тези аспекти се проявяват дори в случаите, когато предполагаме, че някоя корпорация сътрудничи с обществото, за да постигне по-висок положителен социален ефект. Това означава, че корпорациите извършват инструментална дейност, която води до *нарастване* на неравенството, дори когато тези дейности имат за цел *намаляване* на неравенството.

Можем да направим извод, че процесите на многостранни разисквания, разгледани в тази глава, са една икономически инструментализирана версия на делиберативната (съвещателна) демокрация, която изглежда се състои главно в "целенасочена рационална дейност" на системата, а не в "комуникативното взаимодействие" на човешкия свят. Взети заедно това изглежда като по-нататъшно колонизиране на човешкия свят от системата, което противоречи на това, което Хабермас цели да постигне с концепцията си за делиберативна демокрация. Нещо повече, тъй като MSI представлява една форма на глобално управление на корпорации, можем да твърдим, че гореспомнатото допринася за глобалното разпространение на икономически ориентирано технократично съзнание за сметка на глобалната социална интеграция и универсалните ценности. Подобна динамика изглежда е в подкрепа на продължаващата хегемония и екстериториалност на

мултинационалните корпорации, като същевременно подсилва съществуващия икономически ред.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В настоящата дисертация се изследва критично инструменталисткия подход, възприет от глобалния бизнес, по начина, по който е представен в бизнес училищата и транснационалните корпорации, и се твърди, че глобализираният бизнес на 21-ви век прилага инструментални средства за запазване на социалното разслоение и увековечаване на неравенството, въпреки твърденията му за обратното.

В подкрепа на това твърдение настоящата дисертация започва с изследване на понятия като неравенство, глобализация и влияние на технологиите върху обществото. Разработена е дефиниция за инструменталност, която впоследствие се използва за изследване на предполагаемия инструментален характер на бизнеса, както като „научна“ дисциплина, така и като практика. Поради невъзможност твърде голямото разнообразие от бизнес практики да се разгледа изчерпателно в рамките на дисертацията, избрахме да разгледаме онези бизнес практики, за които самият бизнес твърди, че отчитат социалните последици от действията му и намаляват неравенството.

При разглеждане на проявите на бизнеса като дисциплина, както и проявите на корпоративната социална отговорност и инициативите на различните заинтересовани страни, стигнахме до извода, че бизнесът упражнява постоянен инструментален подход преследвайки основната си цел за максимизиране на печалбата, като по този начин запазва

неравенството. Освен това, по протежение на цялата дисертация се доказва, че легитимацията на бизнеса и неговата главна цел - максимизиране на печалбата са основната скрита причина за растящото прилагане на инструментални средства от бизнеса. Освен това, настоящата дисертация разграничава три вътрешни противоречия на бизнеса, които се проявяват във връзка с усилията на бизнеса да запази легитимността си. Тези присъщи противоречия дават представа за връзката между легитимирането от бизнеса на максимизацията на печалбата, неговия инструменталистски подход и произтичащото от това увековечаване на неравенството.

Бизнесът възприема инструменталистски подход

В настоящата дисертация се твърди, че инструменталистският подход, възприет от бизнеса, работи за запазване на неравенството. За потвърждаване на тезата първо се прави опит за изтъкване, че бизнесът, като дисциплина, така и като практика, действително възприема подход, който може да бъде определен като инструменталистски.

За да се извърши оценка на степента на инструменталност на различните страни на бизнеса въз основа на съществуващите философски концепции е разработена многомерна концепция за инструменталност. Опирайки се на различни идеи, които правят опит да опишат някакъв вид рационалност и / или действие, което третира хората като обекти или инструменти, които трябва да бъдат използвани, а именно: „*Bestand*“ (постоянният резерв) на Хайдегер , „целенасоченото рационално действие“ на Макс Вебер, „функционалната рационалност“ на Карл Манхайм и „инструменталното действие“ на Хабермас, е разработена концепция за инструменталност, която включва следните пет основни

характеристики: системен математически / механистичен подход, фокусиране върху конкретни цели, липса на взаимно разбирателство между хората, липса на споделени човешки ценности и липса на разбиране на (скритите) последици от действията. Тази концепция за инструменталност впоследствие се използва за оценка на бизнеса като дисциплина, както и на корпоративната социална отговорност и многостранните инициативи, бизнес практики, които очевидно са предназначени да смекчат негативните ефекти от бизнес дейностите върху обществото.

В изследването се прави заключение, че бизнесът като дисциплина възприема недвусмислено инструменталния подход, тъй като той до голяма степен отговаря на петте признака за инструменталност. Бизнесът редуцира реалността до механистични модели и се фокусира върху една конкретна главна цел, а именно - максимизиране на печалбата. Човешките ценности, които не могат да бъдат количествено определени, просто се игнорират. Също така, моделите, преподавани в бизнес училищата, предполагат, че всички индивиди са рационални егоисти, което премахва необходимостта да се търси по-дълбоко разбиране на отделните човешки същества. Потенциалните последици от стопанската дейностите в повечето случаи са без значение, тъй като практикуващите бизнеса са ограничени в действията си чрез каузалния детерминизъм на пазарите и моделите.

В настоящото изследване също така се стига до заключение, че реализацията на корпоративната социална отговорност на бизнеса също показва характеристики на инструменталност и следователно може да бъде класифицирана като инструментална. КСО предлага на обществото такива корпоративни механистични модели за социална ефективност, които не се опитват да разберат хората според индивидуалната им субективност. Нещо повече, тези опростени, статични модели със сигурност не са в

състояние да включват цялостно разбиране за последиците от бизнес дейностите в глобализираното общество, което не е статично, а обратното - много динамично. Освен това глобализираният характер на бизнес дейностите може да ограничи КСО само до тези споделените човешки ценности, които присъстват във всички различни култури в света.

При това, в изследването се стига до заключение, че многостранните инициативи явно демонстрират някои аспекти на инструменталност, но те се използват от бизнеса по начин, обикновено не толкова явно инструментален като КСО. Въпреки че MSI представлява един нов подход към корпоративната отговорност, който според общото мнение замества инструменталните средства с равноправен диалог между заинтересованите страни, корпорациите, участващи в MSI, се стремят към конкретната цел да задържат господстващото си властово положение, при което, както и за повечето КСО, крайната цел е печалбата. С помощта на делиберативната демокрация като инструментално средство, например чрез контролен списък от критерии за съвещателни срещи, MSI широко прилагат механистичен подход. MSI често не се придържат към критериите за „идеалната речева ситуация“, вместо това се ангажират по всевъзможни начини с укрепване на асиметриите на местната власт, с маргинализация на дребните заинтересовани страни, с умишлено изключване от дискурса чрез „разделяне на лудостта“ и „волята към истината“ на Фуко и с насърчаване на хегемония на корпорациите чрез взаимно приспособяване. Нещо повече, има признаци за липса на взаимно разбирателство между хората, особено в случаите, когато MSI и корпорациите, които участват в тях, изключват от дискурса заинтересовани страни и техните специфични човешки перспективи. При все това, изследването установява само ограничен брой факти, че MSI също демонстрира отсъствие на споделени човешки ценности и неразбиране на (скритите) последици от извършените действията.

Тъй като КСО и MSI представляват специфични бизнес практики, чрез които бизнесът се стреми да се представи като преодоляващ негативните социални последици от действията си, от общата преценка на инструментализма следва, че тези практики не представляват искрени усилия за намаляване на негативните социални последици от глобалния бизнес.

Бизнесът се стреми да запази легитимността

Настоящото изследване установява, че в основата на растящия инструментален подход на бизнеса са неговите непрекъсващи усилия за запазване на легитимността си и реализиране на основната цел - максимизиране на печалбата. Бизнесът не би могъл да генерира печалби, ако обществото не му позволи да функционира, затова бизнесът, особено когато се реализира чрез транснационални корпорации, има силен стимул да прави всичко необходимо, за да запази своята легитимност в очите на обществото. Макар и екстериториални до голяма степен, транснационалните корпорации не могат да функционират ефективно в дадена зона, ако не бъдат приети като легитимни от обществото, тъй като обществото, съответно правителствата могат да възпрепятстват техните дейности, поставяйки ги в сравнително по-неблагоприятно положение спрямо техните конкуренти и вероятността да постигнат търсената печалба намалява.

Въпреки многото привидно алтруистични прояви на корпоративна социална отговорност, корпоративна цел и корпоративни ценности, транснационалните корпорации продължават да работят с една всеобхватна цел: максимизиране на печалбата. Тъй като максимизирането на печалбата в полза на избран елит пряко заплашва с неравенство много хора в обществото, бизнесът има силен подтик да убеди обществото, че максимизирането на печалбата и бизнес дейностите, с които това би трябвало да се постигне, въпреки всичко са легитимни.

Бизнесът утвърждава своята легитимност с претенции за научност, и като твърди, че отговаря на изискването на обществото, че бизнес дейностите следва да са от полза за обществото.

Успехът на естествените науки и технологиите по отношение на икономическия растеж посредством индустриализация и в крайна сметка спрямо цялостния човешки комфорт и удобство, създава стабилна основа за легитимацията на всички усилия, смятани за „научни“. Поради нарасналото значение на бизнеса като дисциплина, бизнес училищата са плъзнали по целия свят и задружно се стремят да утвърдят мнението, че бизнесът е легитимна социална наука. Множеството (математически) модели, използвани от бизнеса като дисциплина, са научни представяния на реалността, които очевидно отговарят на „претенцията за знание“ на Фридрих Хайек, тъй като тези модели използват методи, разработени за физическите науки, построени върху наблюдение и измервания и пренебрегване на важни неизмерими субективни фактори. Тази "физика" на корпоративно поведение позволява на корпоративните мениджъри да оправдават действията си като дирижирани от външни (пазарни) сили, които са извън контрола им, отричайки по такъв начин отговорността за всякакви негативни последици, произтичащи от техните действия. Господството на пазара като единствен легитимен решаващ фактор на корпоративната дейност се подкрепя от Милтън Фридман и по-точно от неговата дефиниция за либерализъм, както и от Чикагската школа, която освен това пропагандира редица общоприети бизнес теории, които признават рационалния егоизъм като основа на всички човешки действия, по-специално на бизнес действията, предприети в отговор на пазарното търсене. От гледна точка на Фридмановия либерализъм, претенцията на бизнеса за научност е ключова, защото научната претенция легитимира идеята, че човешката субективност и

ценностна рационалност трябва да бъдат пренебрегнати в полза на инструменталното търсене на печалба.

Според мнението на съвременното общество легитимната бизнес практика не се състои само в натрупване на богатство. През последните десетилетия обществото започна да изисква корпорациите да поемат отговорност за последиците, които техните действия имат върху обществото. В усилията си да изглеждат легитимни, корпорациите участват в различни социално ангажирани дейности, които могат да бъдат определени като „корпоративна социална отговорност“ (КСО) (corporate social responsibility - CSR). Като допълнение към тези усилия за КСО, корпорациите започват изрично да демонстрират връзката си с обществото, като показват корпоративни цели и корпоративни ценности, които обикновено не са свързани с мотива за корпоративна печалбата и представят корпорацията като колективна общност с алтруистична мотивация. Въпреки това, основната цел на корпорациите продължава да бъде печалбата, а възприетата корпоративна социална отговорност използва позитивистки („научни“) модели на обществото, които обикновено пренебрегват съществуващите в неолибералния икономически режим властови отношения. С други думи, бизнесът използва КСО и придружаващите го прояви на цел и ценности по един инструментален начин, в преследване на основната си цел - максимизиране на печалбата. Изглежда, че масите с неравностойно положение в обществото, изразени в числов вид като абстрактни статистически единици, съдействат на тази измама, като приемат дейностите за КСО като обосновани и легитимни, макар че осъзнават, че корпорациите имат като своя основна цел печалбата. Такова легитимизиране поддържа статуквото, при което търсецят печалба бизнес изглежда компенсира по

някакъв начин дейностите си чрез КСО, независимо от факта, че неговата бизнес дейност всъщност продължава да предизвиква неравенство.

Освен това, предполагаемата причина за появата на КСО, а именно очакването на обществото за социално отговорно корпоративно поведение, сама по себе си е съмнителна, ако приемем хипотезата на Доналд Филип Верен, че в технологичното общество моралът, етиката и правата са просто (само)измами. От тази гледна точка в рамките на неолибералния икономически ред е вероятно така търсената от обществото корпоративна отговорност да се превърне в инструмент за улесняване на потребление, освободено от чувство за вина,. Хората са наясно, че поведението на бизнеса има отрицателни социални последици и допринася за съществуващото неравенство, въпреки това за тях е по-удобно да вярват, че тези последици по някакъв начин се намаляват. За отделния човек това налага легитимиращо приемане на корпоративните действия за КСО, тъй като самоизмамата работи само, ако човек вярва, че се спазва изискването за социално отговорно поведение. Освен това, този процес на заблуда допринася за по-широка легитимация на бизнеса от обществото, на всеобхватната му цел за максимизиране на печалбата и икономическата глобализация като цяло.

Тъй като публичните разисквания, когато транснационалните корпорации и представителите на обществото съвместно определят правилата на поведение, според които корпорациите се саморегулират, многостранните инициативи могат да се разглеждат като нова форма на КСО, реализираща съвещателната демокрация на Хабермас. Смята се, че многостранните инициативи (MSI) насърчават равенството и безпристрастието на транснационално ниво и обществото изглежда, че предоставя легитимност на корпорациите, участници в MSI, на основата на предполагаема морална справедливост на

делиберативната демокрация. Въпреки това, настоящото изследване стига до заключение, че MSI представляват погрешна, икономически инструментализирана версия на делиберативната демокрация, която се използва от корпорациите, за да легитимират и подкрепят своята властова позиция, като по този начин подпомагат глобалното разпространение на икономически ориентирано технократско съзнание. Вместо намаляване на неравенството, такава инструментализация на делиберативната демокрация се превръща в инструмент за запазване на легитимност, който от своя страна е средство за запазване на неравенството.

Ангажирането с инструментални средства за запазване на легитимността води до
вътрешни противоречия

В настоящето изследване се идентифицират три различни вътрешни противоречия, свързани с усилията на бизнеса да запази легитимността си чрез инструментален подход. Разглеждайки по-подробно тези противоречия, настоящата дисертация има за цел да даде представа за връзката между опитите от страна на бизнеса за легитимиране на стремежа към максимална печалбата, неговия инструменталистки подход и неравенството.

В усилията си да запази легитимност бизнесът твърди, че е наука. При това, вместо да произвежда знание заради самото знание, бизнесът като дисциплина се ангажира с производство на знания, практически насочени към изричната цел - получаване на финансова изгода. Тази всеобхващаща практична цел, която изключва човешки фактор, сама по себе си е силен индикатор за категорично инструменталното естество на бизнеса. Споменатата по-горе практическа ориентация представя две важни методологични

трудности по отношение на претенциите на бизнеса за научност, които демонстрират две присъщи на това твърдение отделни противоречия. Първата от тях засяга въпроса как чисто когнитивното, „фактическо“ знание, което включва различните (математически) модели, използвани от бизнеса като част от инструменталния подход, може да допринесе за легитимиране на нормативните преценки, направени в бизнес практиката. Според Хабермас това е възможно само, ако първоначалното придобиване на знания, получено при бизнес обучението, се ръководи от широко споделян еманципационен интерес, свързан с човешкото съществуване. Но аморалното допускане, че в основата на многобройните бизнес теории стои рационален егоизъм, противоречи на изискването за споделян еманципационен интерес и по този начин изключва възможността да се правят нормативни преценки. Следователно, инструменталните, „научни“ решения, взети като част от бизнес практиката, трябва до голяма степен да игнорират нормативното измерение.

Втората вътрешна трудност по отношение на претенциите на бизнеса за научност засяга въпроса, по какъв начин специфичните за бизнеса научни знания, които приемат формата на универсални правила и / или принципи, могат да бъдат приложени към специфични контекстно-дефинирани ситуации. В опитите си да реши точно този проблем, бизнесът търси да определи най-добрата насока на практическата си дейност в дадена ситуация, като следва йерархията на ценностите, чрез похват, наречен от Платон *technè*. Но такава, в основата си инструментално усилие, изисква точна информация за ситуация, което на практика е невъзможно. Нещо повече, бизнесът всъщност *ограничава* количеството информация, което получава за ситуацията, като пренебрегва информацията, която не може да бъде количествено оценена и /или измерена. Поради това „научните“ решения, получени като елемент от бизнес практиката, често не дават най-добрия начин на действие от

нормативна гледна точка. Като алтернатива бизнесът може да се откаже както от претенциите си за научност, така и от зависимостта си от измерими данни, и да приеме съществуването на многообразие от форми на знания и ценности, както счита Аристотел. Чрез анализ на човешки ценности, които нямат количествено измерение, за да се реши, кое е най-доброто в конкретна ситуация, в зависимост от контекста би могла да се приложи просто разумна практичност (*phronesis*). При това, тъй като бизнесът разчита на легитимността на претенциите си за научност, той е принуден да избягва този тип стойностна оценка в специфични контекстно-дефинирани ситуации и се осланя на инструменталното прилагане на универсалните правила и / или принципи.

Третото вътрешно противоречие, което глобалният бизнес демонстрира на практика, се отнася до характера на вярата в алтруистичните твърдения на транснационалните корпорации, които представляват множество субекти с хиляди служители, разпръснати по целия свят. Например, за да разберем по-добре, защо КСО продължава с инструменталния подход въпреки твърденията на корпорациите за обратното, полезно е да се изследва епистемологичният статус на корпоративните твърдения за отговорност, цел и ценности. Корпорациите отстояват тези становища от гледна точка на множествени субекти; тоест корпорацията като цяло подкрепя чувство за отговорност, чувство за цел и ценности, различни от тези на отделните служители. Епистемологията предлага две основни, противоположни теории за демонстриране на вяра от множествени субекти: колективното убеждение като съвместна ангажираност и колективното приемане.

Margaret Gilbert твърди, че колективната вяра е възможна, когато всички индивиди, съставляващи множествения обект, като единно тяло демонстрират съвместна привързаност към колективната вяра. Що се отнася до нормативните убеждения, такива

като отговорност, цел и ценности, това изисква от всеки индивид, без изключение, да е в непрекъснато състояние на съзнаване, напомнящо *Dasein* на Хайдегер, включващо текущо съобразяване с нормативните аспекти, съобразяване с тези нормативни аспекти и съгласие от страна на другите хора, с които сме се ангажирали заедно да вярваме.

Теорията за колективното приемане, напротив, е много по-малко взискателна към индивидите, съставляващи един множествен субект. Подобно на неавтентичния конформизъм на Хайдегеровия *das Man*, колективното приемане изисква само пасивно съгласие от страна на индивида. Няма нужда наистина да се вярва на това, което изразява множествения субект, и не е необходимо да се вземат предвид нормативните аспекти и вярвания на другите индивиди.

При транснационалните корпорации, включващи хиляди индивиди с различен културен произход, разпръснати по целия свят, е малко вероятно да бъде постигната на практика прецизната теория за колективната вяра на Gilbert. Настоящото изследване стига до извода, че в замяна на колективно приемане транснационалните корпорации се стремят към прояви на колективна вяра. Тъй като има става дума само за приемане, отделните служители не са задължителни да се съобразяват с нормативните разбирания за колективна корпоративна отговорност, цел и ценности при вземането на конкретни бизнес решения. Вместо това, пасивното съгласие прави по-вероятно отделните служители да приложат инструментален подход при вземане на решения на база на подходящ математически / механичен модел на обществото, използван от корпорацията.

Като се имат предвид трите споменати по-горе противоречия, можем да направим извода, че претенциите на бизнеса за научност, тласкат корпорациите към инструментален подход,

който обикновено не води до решения, които биха били най-полезни за обществото, тъй като се пренебрегват нормативните и ценностно-рационалните аспекти на взимането на решения. Вероятно именно чрез тези нормативни и ценностно-рационални страни, свързани с въпросите на равенството и то в ситуации, когато са ключови, едно слабо (т.е. неподходящо от нормативна / стойностно-рационална гледна точка) решение може да доведе до повишаване на неравенството. При това твърдението, че е наука, с първоначална цел легитимиране на бизнеса като дисциплина и като практика, освен това легитимира отказа от отговорност за нормативните аспекти на бизнес решенията. Подобен отказ може да възникне въпреки многото прояви на корпоративна отговорност, цел и ценности. Тъй като големият размер и глобалният обхват на транснационалните корпорации предполагат, че колективните нормативни твърдения, направени от корпорациите, се приемат само от отделни служители, и не са предмет на съвместна ангажираност, корпорацията като множествен субект по всяка вероятност не може колективно да вярва в собствените си прояви на колективна отговорност, цел и ценности, т.е. че вярва и е съгласна с нормативните аспекти на тези прояви. Затова независимо от тези прояви, на отделните служители е позволено да прилагат инструментален подход към бизнес решенията в унисон с претенциите за научност и поради това е по-вероятно да вземат решения, при които основната цел е печалбата, а не обществената полза.

Инструменталният подход на бизнеса запазва неравенството

Обсъждането на споменатите по-горе вътрешни противоречия на бизнеса показва, че претенциите за научност, съчетани с вероятността колективните нормативни „вярвания“ на транснационалните корпорации да са просто пасивни колективни приемания без по-

дълбока нормативна основа, неизбежно налагат инструментален подход, който води до решения и действия, с приоритет върху печалбата, а не благосъстоянието на обществото, и по този начин подкрепят растящото неравенство.

Глобалният бизнес разглежда обществото и индивидите в него по начин, който е точно противоположен на схващането на Левинас за етиката като първа философия. Вместо да приемат високопоставеното положение на Другия, бизнесът, транснационалните корпорации и, в по-голямата си част, богатите глобализирани елити и тези, които ги представляват, активно се стремят да запазят за себе си по-високопоставена позиция, от която да доминират над Другия. Вместо да отговори на призива на Другия, бизнесът се стреми да заглуши Другия, като не зачита неговата субективност, третирайки Другия като безименна статистика или инструмент, с който да си служи. И накрая, вместо да се нагърби с безгранична отговорност към Другия, бизнесът признава само ограничената отговорност спрямо Другия и то само до степен, в която това служи на неговите интереси.

„Научните“ решения, взети като част от бизнес практиката, пренебрегват нормативното (човешкото) измерение и не определят начин на действие, който би бил най-полезен за обществото, например чрез намаляване на съществуващото неравенство. От гледна точка на постигане на максимални печалби (и Фридмановия либерализъм), претенцията на бизнеса за научност е както удобна, така и печеливша, защото изглежда че предоставя легитимна основа на идеята, че човешката субективност и ценностна рационалност трябва да бъдат пренебрегнати в полза на инструменталното търсене на печалба. Нещо повече, произтичащото растящото неравенство е просто резултат от „естествените“ пазарни механизми. Не е изненадващо, че изключително високата цена на обучението в престижни водещи бизнес училища, която сама по себе си е резултат от пазарните механизми, може да

се разглежда като увековечаваща неравенството, като гарантира достъп до бизнеса като дисциплина и производство на бизнес знания предимно на богатите елити.

Дори и корпоративната социална отговорност, за която се предполага, че е предназначена да смекчи негативните последици от бизнеса върху обществото, избира недвусмислено инструменталния подход, преследвайки основната си цел за максимизиране на печалбата.

Този инструментален подход пренебрегва надмощието на определени интереси и / или структури на властта и по този начин мълчаливо поддържа съществуващите неравенства.

По този начин корпорациите, които участват в (инструментални) дейности за КСО, подкрепят преобладаващата неолиберална система, в която те преуспяват, дори когато твърдят, че работят в полза на обществото. Редовите членове на обществото си сътрудничат с тази измама, като смятат тези дейности за легитимни, и по този начин, водени от личен интерес, се самозаблуждават.

На пръв поглед, многостранните инициативи изглеждат като опит да се „подобри“ КСО чрез прилагане на хабермасианската делиберативна демокрация, за да се обвърже с ценностната рационалност по начин, който определено *не е* инструментален. При все това, максимизирането на печалбата остава основна цел на корпорациите, ангажирани в MSI (многостранни инициативи), и тези корпорации, в усилията си да поддържат легитимиращия „научен“ характер на бизнеса, търсят начин да не са инструментални чрез инструментализирана версия на „контролния списък“ на съвещателната демокрация, който не отговаря на критериите на Хабермас за идеален дискурс. MSI обикновено работят в полза на транснационалните корпорации, като същевременно маргинализират по-дребните заинтересовани страни, като по този начин запазват неравенството. Големите корпоративни

участници като правило имат господстващо положение, което те активно се стремят да запазят, или чрез изключване на други заинтересовани страни от дискурса, или приемайки ги при условие, че остават зависими. Подобна инструментализация на смятаното като справедливо и демократично обсъждане на ценности изглежда неизбежна, ако приемем, че корпорациите са по своята същност йерархични и по този начин поддържат характера си на „печалба-загуба“, който съответства на общоприетия от бизнеса рационален егоизъм.

ОСНОВНИ ПРИНОСИ

1. Настоящото изследване съчетава съществуващите философски перспективи за инструментално действие с цел разработване на нова концептуална рамка за оценка на степента на инструменталност на специфични явления от реалния свят.
2. Въз основа на разработената за настоящата дисертация концептуална рамка, изследването доказва, че бизнесът като дисциплина, като система за производство на знания с практическата цел - максимизиране на печалбата, популяризира подход, който е до голяма степен инструментален.
3. Като прилага концептуалната рамка, разработена за настоящата дисертация, изследването стига до заключението, че двете специфични бизнес практики, с помощта на които бизнесът твърди, че разрешава въпросите, свързани с негативните социални последици от действията му, а именно корпоративната социална отговорност и многостранните инициативите на заинтересованите страни, също така демонстрират

растящ инструментален подход в преследване на главната цел - максимизиране на печалбата.

4. Що се отнася до методологическата трудност, породена от претенциите на бизнеса за научност, която се изразява във въпроса, как чисто познавателното „фактическо“ знание, обхващащо различните модели, използвани от бизнеса като част от неговия инструментален подход, може да допринесе за легитимиране на нормативните преценки, направени в бизнес практиката, настоящото изследване я разглежда като вътрешно противоречие, присъщо на бизнеса: такива познания могат да допринесат за нормативни преценки само в случай, че първоначалното придобиване на знания се ръководи от общоприетия еманципаторен интерес, но аморалното приемане на рационалния егоизъм, върху който до голяма степен се основава теорията на бизнеса, изключва такъв първоначален общ еманципаторен интерес. По този начин, за потвърждаване на научната претенция, решенията, взети като част от бизнес практиката, не са в състояние да доведат до легитимни нормативни решения, независимо от нормативните / етичните последици. Обратно, ако бизнесът се откаже от претенцията си за научност и използва „нефактическо“ знание при вземането на решения, което може да включва познание, което е в противоречие с рационалния егоизъм, тогава бизнесът, а от там и решенията, взети като част от бизнес практиката, ще загубят легитимността, осигурявана от претенциите за научност.

5. По отношение на методологичното затруднение, породено от претенцията на бизнеса за научност, което се проявява във въпроса, как специфичните за бизнеса научни знания под формата на универсални правила и / или принципи могат да бъдат приложени към конкретни контекстно-дефинирани ситуации, настоящето изследване открива вътрешно противоречие, присъщо на бизнеса: бизнесът се стреми да намери най-добрия начин за

практическо действие в конкретна ситуация според йерархията на ценностите, макар че това е невъзможно, т.к. за да се направи сполучливо сравнение е необходимо да се разполага с перфектно знание за ситуацията . В усилията си за научност бизнесът всъщност ограничава количеството информация, което получава за ситуацията, като не взема предвид информацията, която не може да бъде количествено оценена и /или измерена. По този начин усилията на бизнеса за научност всъщност допълнително ограничават способността му да определя най-добрия начин на действие в конкретни, определени от контекста ситуации. Обратното, ако бизнесът се откаже от претенцията си за научност и по-възможност взема "по-добри" решения в конкретните ситуации, тогава бизнесът, а от там и решенията, взети като част от бизнеса практиката, ще загубят легитимността, осигурявана от претенциите за научност.

ПУБЛИКАЦИИ, СВЪРЗАНИ С ТЕМАТА НА ДИСЕРТАЦИЯТА

de Geus, John. 2018. "Corporate instrumentalization of deliberative democracy in global governance." In *Statu Nascendi Journal of Political Philosophy and International Relations* 1 (1).

de Geus, John. 2017. "Global governance through multi-stakeholder deliberation as a driver of inequality." EBEN Research Conference 2017. European Business Ethics Network. Conference paper.

