

Raportowanie ESG stanowi ujawnianie informacji niefinansowych, odnośnie planów, działań i wyników organizacji w zakresie ochrony środowiska, kwestii społecznych i ładu korporacyjnego (ESG). Pokazuje ono, jak przedsiębiorstwa działające w sposób zrównoważony dążą do ograniczenia negatywnego i wzmocnienia pozytywnego wpływu na otoczenie. Niniejszy projekt jest motywowany czterema przesłankami. Po pierwsze, zgodnie z dyrektywą CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) od 2024 roku obowiązek raportowania ESG będzie dotyczyć dużych organizacji oraz spółek notowanych na giełdach UE. Od 2026 roku raportowanie ESG ma już objąć wszystkie spółki. Po drugie, z perspektywy UE, jakość informacji prezentowanych w poprzednich raportach społecznej odpowiedzialności budzi poważne obawy i zastrzeżenia dot. wiarygodności i jakości danych. Po trzecie, organizacje stosują różne standardy raportowania, używając różnych form językowych. Poznanie strategii zarządzania wrażeniem (impression management) oraz narzędzi retoryki wykorzystywanych w raportowaniu ESG pozwoli na lepsze zrozumienie języka komunikacji organizacji. Po czwarte, prezentowanie działań środowiskowych, społecznych oraz w zakresie ładu korporacyjnego jest traktowane jako sposób zwiększania legitymizacji społecznej. W tym kontekście, ważne jest ustalenie czy i jak organizacje wykorzystują narzędzia retoryki w obowiązkowych raportach ESG oraz jaki ma to wpływ na ich legitymację społeczną i wartość.

Głównym celem projektu jest określenie, w jaki sposób organizacje wykorzystują retorykę do zarządzania wrażeniem w raportach ESG oraz czy jest to dla nich opłacalne. Szczegółowe cele projektu obejmują: 1) identyfikację narzędzi retoryki stosowanych w raportowaniu ESG; 2) określenie, w jakim stopniu użycie retoryki wspiera legitymizację organizacji; 3) analizę skutków ujawnienia manipulacji w raportowaniu ESG dla postrzegania organizacji; 4) określenie wpływu manipulacji w raportowaniu ESG na wartość organizacji.

Projekt składa się z czterech zadań. Celem zadania pierwszego jest analiza treści raportów ESG pod kątem wykorzystania retoryki. W toku zadania zidentyfikowane i ocenione zostanie użycie etosu, patosu, logosu, mowy sądowej, mowy doradczej i mowy ceremonialnej. W drugim zadaniu określony zostanie wpływ retoryki na postrzeganie i legitymizację organizacji. Ocena postrzegania organizacji zostanie przeprowadzona w odniesieniu do: 1) przekonań na temat funkcjonowania organizacji, 2) postaw wobec organizacji; 3) jej legitymizacji. W szczególności analizowane będą strategie zarządzania wrażeniem wykorzystywane w narracji zewnętrznej do stworzenia pozytywnego wizerunku. Zadanie trzecie koncentruje się na zmianie percepcji organizacji przez interesariuszy po ujawnieniu manipulacji w raportach. Zadanie czwarte analizuje wpływ retoryki na oceny inwestorów. W tym zadaniu następuje porównanie wartości organizacji szacowanej w oparciu o informacje finansowe, informacje niefinansowe oraz informacje zmanipulowane.

Projekt ma charakter interdyscyplinarny; łączy badania z zakresu nauk o zarządzaniu (etyka biznesu, społeczna odpowiedzialność biznesu), teorii komunikacji i filozofii. Projekt pogłębia wiedzę na temat etyki biznesu poprzez zbadanie, w jaki sposób organizacje wykorzystują strategie zarządzania wrażeniem, w szczególności narzędzia retoryki, w celu ujawnienia i legitymizacji swoich działań ESG, i czy interesariusze penalizują takie zachowania. Z perspektywy rozwoju zrównoważonego projekt poszerza uprzednie badania dotyczące znaczenia raportowania ESG dla interesariuszy zewnętrznych oraz sposobów komunikowania działań niefinansowych.