

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ МІСЬКОГО  
ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ О.М. БЕКЕТОВА

Навчально-науковий інститут  
міжнародної освіти та гуманітарних наук

Кафедра іноземної філології та перекладу  
**ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА**  
до дипломної роботи  
бакалавр

на тему: «Вербальні та невербальні особливості мовленнєвої  
поведінки в контексті ділових переговорів».

Виконав:  
студентка 4 курсу групи  
Філол2022-2  
Спеціальність В11.041  
Філологія (Германські  
мови та літератури  
(переклад включно), перша – англійська)  
Пру  
дка В.Д. Керівник:  
Крохмаль А.М.  
Рецензент:  
Нікіфорова С.М.

Харків – 2026

**Керівник роботи**



(підпис)

« 19» «червня»

2026 року Висновок кафедри про  
дипломну роботу

**Дипломна робота  
розглянута.**

**Студентка**

**Прудка В.Д.**

допускається до захисту даної  
роботи в Державній  
екзаменаційній комісії

Зав. кафедри іноземної філології та перекладу



проф., д. пед. н. Ільєнко О.Л.

---

(підпис) (прізвище,  
ініціали)

«19» «червня» 2026 р.

**ХАРКІВСЬКИЙ ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА імені О.  
М. БЕКЕТОВА**

Навчально-науковий інститут міжнародної освіти та гуманітарних наук  
Кафедра іноземної філології та перекладу  
Освітньо-кваліфікаційний рівень бакалавр  
Спеціальність В11.041 Філологія (Германські мови та літератури  
(переклад включно), перша – англійська)

ЗАТВЕРДЖУЮ:  
Зав.

кафедри іноземної  
філології та перекладу  
проф., д-р пед. наук  
Ільєнко О. Л.



«30» «березня» 2026 р.




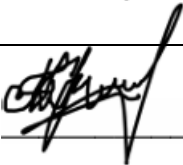
**З А В Д А Н Н Я  
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ**

Прудкій Валерії Дмитрівні

1. Тема роботи Вербальні та невербальні особливості мовленнєвої поведінки в контексті ділових переговорів, керівник роботи Крохмаль Алла Миколаївна, доц., затвержені наказом вищого навчального закладу від «07» травня
2. Строк подання студентом роботи 25 травня\_\_2026 р.
3. Вихідні дані до роботи: законодавчі документи, науково-технічна, періодична література, ресурси мережі Інтернет, матеріали виробничої та переддипломної практик.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):
  1. Поняття мовленнєвої поведінки та її роль у ділових перемовинах.
  2. Вербальні особливості мовленнєвої поведінки учасників ділових переговорів.
  3. Невербальні особливості мовленнєвої поведінки в ситуаціях




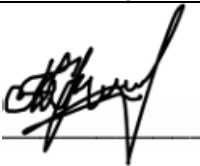
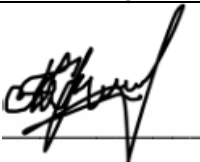
ділової комунікації. 4. Англomовний текст оригіналу та його переклад українською мовою. 5. Перекладацький аналіз вербальних та невербальних особливостей мовленнєвої поведінки в ділових перемовинах.

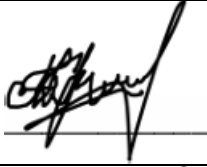

5. Консультанти розділів роботи

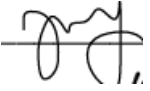
Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультантів	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Основна частина	Крохмаль А.М.		
Норма-контроль	Крохмаль А.М.		

6. Дата видачі завдання 30 березня 2026 р.

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	<i>Збір і обробка первинної інформації</i>	01.04-19.04	
2.	<i>Робота над теоретичною частиною</i>	20.04-10.05	
3.	<i>Переклад оригінального тексту</i>	11.05-13.05	
4.	<i>Робота над дослідницько-аналітичною частиною</i>	14.05-19.05	
5.	<i>Передзахист.</i>	20.05	

6.	<i>Доопрацювання кваліфікаційної роботи, внесення правок.</i>	20.05-24.05	
6.	<i>Підготовка презентації та доповіді до захисту</i>	25.05-15.06	

Студент  Прудка В.Д.

Керівник роботи  канд. пед. наук, доц. Крохмаль А.М.

## ЗМІСТ

Вступ.....	7
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ МОВЛЕННЄВОЇ ПОВЕДІНКИ В ДІЛОВИХ ПЕРЕМОВИНАХ.....	9
1.1. Поняття мовленнєвої поведінки та її роль у ділових перемовинах.....	9
1.2. Вербальні особливості мовленнєвої поведінки учасників ділових перемовин.....	10
1.3. Невербальні особливості мовленнєвої поведінки в ситуаціях ділової комунікації.....	14
РОЗДІЛ 2 ПЕРЕКЛАДАЦЬКО-АНАЛІТИЧНИЙ АСПЕКТ ДОСЛІДЖЕННЯ.....	17
2.1. Переклад англomовного тексту « <i>The Quality of Sustainability Reports and Impression Management: A Stakeholder Perspective</i> » українською мовою.....	17
2.2. Перекладацький аналіз вербальних і невербальних особливостей мовленнєвої поведінки в ділових перемовинах.....	28
Висновки.....	37
Список використаної літератури.....	39
Додатки.....	41

## ВСТУП

У сучасному науковому та професійному дискурсі ділові перемовини розглядаються не лише як інструмент узгодження умов співпраці, а як складний комунікативний процес, у якому результат значною мірою залежить від мовленнєвої поведінки учасників. У межах такої взаємодії значення має не тільки зміст висловлювань, а й спосіб їх подання, рівень прямоти або непрямоті, дотримання мовленнєвого етикету, використання стратегій переконання, а також невербальні засоби, що супроводжують комунікацію та впливають на інтерпретацію сказаного. Саме тому дослідження вербальних і невербальних особливостей мовленнєвої поведінки в ділових перемовинах є актуальним як для лінгвістики, так і для перекладознавства, міжкультурної комунікації та практики професійного спілкування.

**Актуальність теми** зумовлена кількома обставинами. По-перше, сучасне ділове середовище характеризується високою інтенсивністю міжнародних контактів, що актуалізує проблему адекватного розуміння й відтворення комунікативної поведінки представників різних мовних і культурних спільнот. По-друге, у професійному спілкуванні дедалі більшого значення набуває не лише передавання інформації, а й її прагматичне оформлення, тобто здатність мовця впливати на співрозмовника, формувати потрібне враження, підтримувати конструктивний тон і досягати комунікативної мети. По-третє, переклад у сфері ділової комунікації вимагає відтворення не тільки буквального змісту висловлювання, а й його функціонального, стилістичного та прагматичного потенціалу.

**Об'єктом дослідження** є мовленнєва поведінка учасників ділових перемовин.

**Предмет дослідження** становлять вербальні й невербальні особливості цієї поведінки, а також способи їх перекладацького відтворення

українською мовою.

**Мета роботи** полягає в комплексному аналізі мовленнєвої поведінки в ділових перемовинах з урахуванням її лінгвістичного, прагматичного та перекладознавчого вимірів.

Для досягнення мети повинно бути виконано такі **задачі**:

- з'ясувати теоретичні підходи до розуміння мовленнєвої поведінки
- визначити її роль у ділових перемовинах
- охарактеризувати вербальні та невербальні особливості ділової комунікації
- здійснити переклад англomовного тексту
- провести перекладацький аналіз мовних і

дискурсивних засобів, репрезентованих в оригінальному тексті

**Матеріалом дослідження** став англomовний науковий текст *The Quality of Sustainability Reports and Impression Management: A Stakeholder Perspective*, у якому висвітлено проблеми корпоративної комунікації, управління враженням, взаємодії зі стейкхолдерами та функціонування професійного дискурсу в діловому середовищі.

Вибір саме цього тексту зумовлений його автентичністю, термінологічною насиченістю, чіткою структурою, аналітичним характером і наявністю значного матеріалу для перекладацького аналізу.

У роботі використано описовий, контекстуальний, зіставний, дискурс-аналіз і перекладознавчий аналіз.

**Практичне значення дослідження** полягає в можливості використання його результатів у курсах перекладознавства, ділової англійської мови, теорії комунікації та міжкультурної взаємодії.

**Об'єм роботи.** Структурно робота складається зі вступу, двох розділів, висновків і списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 46 сторінок.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ МОВЛЕННЄВОЇ ПОВЕДІНКИ В ДІЛОВИХ ПЕРЕМОВИНАХ

#### 1.1. Поняття мовленнєвої поведінки та її роль у ділових перемовинах

Теоретичне осмислення мовленнєвої поведінки в ділових перемовинах потребує чіткого розмежування низки суміжних понять, без яких подальший аналіз втрачає категоріальну точність. Поняття *мова* охоплює знакову систему, що існує в суспільстві як сукупність одиниць і правил їх поєднання. *Мовлення* є індивідуальним використанням цієї системи в конкретному комунікативному акті. У концепції Н. Дж. Енфілд *комунікація* - поняття що передбачає обмін інформацією, намірами, оцінками та смислами між учасниками взаємодії у конкретному соціальному контексті (*Nick J. Enfield*). Якщо мовлення фіксує переважно словесну реалізацію повідомлення, то комунікація включає і позамовні механізми передавання значення, а саме інтенцією мовця, контекстом тощо, що свідчить про складність комунікативного процесу. Саме тому поняття мовленнєвої поведінки не можна трактувати як просту сукупність реплік.

Як зазначає Майя Мозер, *мовленнєва поведінка* охоплює не тільки продукування тексту, а й вибір комунікативної стратегії, тональності, ступеня прямоти, дистанції, способу аргументації, форми реагування на репліки іншої сторони (*Майя Мозер*). У цьому сенсі вона є функціонально організованою системою дій мовця, підпорядкованих конкретній меті. На відміну від неї *комунікативна поведінка* включає весь комплекс дій учасника взаємодії: словесні, невербальні, етикетні, просторові, часові. Барт Гюрц у праці *Communication as commitment sharing: speech acts, implicatures, common ground* розглядає комунікативну поведінку як скоордиовану взаємодію між мовцем і слухачем, метою якої є узгодження дій учасників

спілкування (*Bart Geurts*). Відповідно, мовленнєва поведінка в ділових перемовинах постає як вербально оформлена частина загальної комунікативної поведінки, але не існує ізольовано від неї. У ділових перемовинах мовленнєва поведінка набуває особливої значущості, оскільки кожне висловлювання виконує не лише інформативну, а й впливову та регулятивну функцію.

Інформативна функція полягає в передачі фактів, умов, цифр, пропозицій і уточнень. Впливова функція реалізується тоді, коли репліка спрямована на зміну позиції співрозмовника, послаблення його аргументації або формування бажаного враження. Регулятивна функція пов'язана з керуванням перебігом комунікації: учасники відкривають розмову, змінюють тему, повертають дискусію до предмета переговорів, фіксують етапи досягнення домовленості. Етикетна функція забезпечує підтримання прийняттого ділового тону, особливо у ситуаціях незгоди. Іміджева функція формує образ компетентного, передбачуваного, впевненого чи, навпаки, поступливого партнера.

Таким чином, мовленнєва поведінка виступає ключовим інструментом досягнення домовленостей, регулювання взаємодії та формування ефективної комунікативної стратегії у переговорному процесі.

## 1.2. Вербальні особливості мовленнєвої поведінки учасників ділових перемовин

У статті *Negotiation communication revisited* Марейке Шупа наголошено, що вербальний рівень переговорного дискурсу є центральним каналом фіксації позицій, аргументів, поступок і заперечень, оскільки саме через мовлення відбувається передача інформації та взаємодія між сторонами. (Mareike Schoor) У процесі ділових перемовин кожна репліка виконує багаторівневу функцію: одночасно інформує, оцінює, впливає та регулює відносини між учасниками. Водночас вибір мовних одиниць визначається прагматичними чинниками - наміром мовця, логікою етапу переговорів, прагненням зберегти контроль над ситуацією або створити атмосферу співпраці. У праці *The Principle of (Im)politeness Reciprocity* Джонатана Калпера та Вітторіо Тантуччі розкрито ідею, що вибір мовних засобів залежить від стратегічних цілей учасника перемовин: збереження контролю, посилення позицій тощо (*Jonathan Culpeper, Vittorio Tantucci*). Наприклад, на початкових етапах переговорів часто використовують нейтральні або пом'якшені формулювання, задля встановлення контакту, а на етапі узгодження умов використовують точні та конкретизовані висловлювання. Таким чином, мовлення відображає динаміку взаємодії сторін.

У контексті ділових перемовин необхідно постійно балансувати між чіткістю та дипломатичністю висловлювання. З одного боку, надмірна прямота може сприйматися як тиск або агресія й призвести до конфлікту чи погіршення партнерських відносин. З іншого боку, надмірна розмитість формулювань створює неоднозначність і може призвести до різного трактування умов угоди.

Крім того, вербальний рівень переговорного дискурсу тісно пов'язаний з імпліцитністю та контекстом. Значна частина змісту передається не прямо, а через натяки, припущення або контекстуальні маркери, що вимагає від

учасників високого рівня інтерпретаційної компетенції. Нариклад, формально нейтральна репліка може містити приховане заперечення або сигнал незгоди, який стає очевидним лише з урахуванням попереднього перебігу переговорів.

На лексичному рівні переговорний дискурс характеризується багат шаровою організацією словника, де кожен шар виконує окрему функцію. Перший шар становить нейтральна ділова лексика, яка забезпечує базове оформлення змісту переговорів і використовується для позначення ключових процедурних елементів взаємодії: етапів співпраці, умов контракту, тощо. Така лексика є стандартизованою, бо спрямована на досягнення однозначності. Другий шар утворює термінологічна лексика, яка забезпечує предметну точність і професійну специфіку змісту. Вона включає галузеві терміни та спеціалізовані поняття, що відображають дійсні бізнес-процеси. Третій шар представлений оцінною та прагматично маркованою лексикою. Через неї мовець, виражає впевненість, наполегливість або, навпаки, пом'якшує висловлювання використанням модальних конструкцій, евфемізмів чи пом'якшувальних формул. Четвертий шар включає етикетні й дипломатичні формули. До них належать усталені ввічливі конструкції, звертання, а також мовні засоби, що спрямовані на збереження позитивного іміджу співрозмовника. Цей шар є особливо важливим, так як сприяє зниженню напруги та підтриманню партнерських відносин.

Особливе місце посідають нечіткі й пом'якшені формулювання. Адже мовна нечіткість є важливим прагматичним ресурсом, що дозволяє регулювати категоричність висловлювань, знижувати рівень конфронтації та залишати простір для інтерпретації у професійній комунікації. Саме завдяки словам *approximately*, *potentially*, *reasonable*, *possible*, *under discussion* сторони залишають простір для подальшого маневру. Подібну думку розвиває А. Тан у праці *A Study of Fuzzy Language in Business Negotiation*, де підкреслено, що нечіткість у діловому мовленні дозволяє

зменшувати ризик прямої конфронтації та відкладати остаточне зобов'язання до моменту досягнення взаємовигідної формули (*Tan A., 61*).

Граматичний і синтаксичний рівні також відіграють ключову роль у формуванні комунікативної стратегії перемовин. Кен Гайленд у своїй роботі *Academic naming: Changing patterns of noun creation in research writing* відзначає, що для ділових перемовин типовими є умовні конструкції, що дозволяють оформлювати пропозицію не як категоричну вимогу, а як залежну від певних обставин або факторів позицію. Модальні дієслова виражають ступінь обов'язковості, бажаності, готовності чи обмеження. Пасивні конструкції нерідко використовуються для зниження персональної відповідальності, особливо коли потрібно уникнути прямого називання ініціатора непопулярного рішення. Безособові моделі сприяють створенню враження об'єктивності (*Ken Hyland*). Власне синтаксична організація реплік часто відбиває баланс між чіткістю та дипломатичністю: короткі речення характерні для фіксації умов, розгорнуті - для аргументації й пояснення мотивів.

Марцін Левінський у своїй статті *Conclusions of Practical Argument: A Speech Act Analysis* доводить, що прагматичне ядро переговорної комунікації становлять мовленнєві акти. Репліка в переговорах рідко виконує лише одну функцію. Пропозиція може одночасно бути тестуванням готовності до компромісу; запитання може маскувати сумнів або приховане заперечення; підсумок може фіксувати досягнення або тиснути на партнера, звужуючи поле для подальшого відступу (*Marcin Lewiński*).

Значну роль відіграють комунікативні стратегії і тактики. Стратегія кооперації передбачає наголос на спільній вигоді, помірну етикетність, готовність до узгодження умов. Стратегія конкуренції базується на жорсткішій аргументації, частішому використанні умовних або обмежувальних формул. Стратегія переконання реалізується через логічну послідовність доказів, апеляцію до вигоди, авторитету або досвіду. Тактика уточнення дає змогу локалізувати суперечливий пункт. Тактика

перефразування допомагає перевірити коректність розуміння. Тактика повтору акцентує ключову вимогу. Тактика зміщення фокусу дозволяє перенести обговорення з конфліктної позиції на менш проблемну тему. У статті З. Чжуан і Ф. Хуан наголошено, що мовні стратегії в англомовних бізнес-переговорах нерозривно пов'язані з механізмами ввічливості та залежать від форми їх вербалізації (*Zhuang Z., Huang F., 345*).

Окремого розгляду потребує мовленнєва ввічливість. У бізнес-комунікації вона виконує дві ключові функції: регулює соціальну дистанцію і запобігає ескалації конфлікту. Коли сторона вимушена відхилити пропозицію або наполягти на не вигідних умовах, ввічливість дозволяє зробити це без руйнування можливості подальшої співпраці. У статті Т. Давидової про відтворення стратегій негативної ввічливості в перекладах англомовних ділових листів показано, що пом'якшувальні засоби не є стилістичною прикрасою, а становлять структурний компонент ділового повідомлення, спрямований на збереження автономії адресата (*Давидова Т.*). Це спостереження повною мірою поширюється і на усні перемовини, де від коректності формули часто залежить збереження партнерського тону.

Порівняльний аспект важливий ще й тому, що англомовна бізнес-комунікація загалом характеризується вищою толерантністю до непрямих форм вираження незгоди. У праці С. Радецької, присвяченій особливостям складання і перекладу англійської та української ділової кореспонденції, підкреслено, що англомовний діловий стиль тяжіє до ввічливої опосередкованості, тоді як українська комунікативна практика в певних жанрах допускає більшу структурну прямоту (*Радецька С. В.*). Для аналізу мовленнєвої поведінки в переговорах ця різниця має методичне значення, оскільки саме вона впливатиме на перекладацьке відтворення прагматичного ефекту.

Для подальшого аналізу вербального компонента в практичній частині доцільно спиратися на такі критерії: характер лексики, ступінь термінологічності, наявність евфемізмів і кліше, способи пом'якшення

категоричності, типи мовленнєвих актів, стратегічна функція репліки, роль ввічливості, форма вираження згоди чи незгоди, ступінь імпліцитності. Саме ця система параметрів дозволяє перейти від загального опису мовлення до предметного аналізу тексту.

### 1.3. Невербальні особливості мовленнєвої поведінки в ситуаціях ділової комунікації

Як відомо, значення ділових перемовин формується через взаємодію словесного і несловесного планів. Невербальна комунікація охоплює систему сигналів, що супроводжують мовлення, регулюють міжособистісну дистанцію, маркують статусні відносини, виражають емоційний стан і впливають на інтерпретацію змісту. У праці К. Пелецькіса «Towards sustainable entrepreneurship: role of nonverbal communication in business negotiations» обґрунтовано, що спостереження за змінами тіла та жестами дозволяє сформувати більш або менш реалістичне уявлення про опонента, його почуття, настрої, думки, очікування та наміри. Сигнали мови тіла в ділових перемовинах доповнюють, підсилюють або послаблюють вербальні висловлювання та дозволяють учасникам визначати, чи є сказане правдою (*Kęstutis Peleckis 4*).

Система невербальних засобів у діловій комунікації включає кілька основних груп. Кінесика охоплює жести, пози, рухи голови, напрямок і динаміку корпусу. Окулесика стосується зорового контакту: його тривалості, частоти, стабільності, моментів відведення погляду. Проксеміка пов'язана з дистанцією між учасниками, розташуванням за столом, контролем над простором. Такесика охоплює комунікативно значущі дотики, насамперед рукостискання. Паралінгвістичний рівень включає темп мовлення, гучність, паузи, тембр голосу, інтонаційний малюнок. Саме поєднання цих невербальних засобів створює повне враження про мовця.

Одним із фундаментальних параметрів ділової взаємодії є простір. У ділових перемовинах дистанція сигналізує рівень формальності, ступінь довіри, бажання підтримувати контрольовану офіційність або, навпаки, створити ефект неформальної близькості. У праці Агнешки Сороковської *Preferred Interpersonal Distances: A Global Comparison* показано, що міжособистісна дистанція є потужним невербальним сигналом, який

регулює соціальні взаємодії та особливо впливає на подальший хід комунікації (*Agnieszka Sorokowska*).

Невербальні засоби виконують у перемовинах низку функцій. По-перше, вони регулюють черговість реплік. Короткий нахил корпусу вперед, підготовчий вдих, фокусування погляду часто сигналізують намір взяти слово. По-друге, вони виражають емоційний і когнітивний стан учасника: сумнів, зацікавлення, скепсис, напруження, роздратування, готовність до поступки. По-третє, вони підсилюють або нейтралізують зміст сказаного. По-четверте, вони формують іміджевий ефект. У праці К. Пелецькіса зазначається, що невербальна комунікація є важливою складовою ділових переговорів, оскільки дозволяє передавати інформацію про емоції, ставлення та наміри, а також сприяє формуванню позитивного враження та довіри між сторонами переговорів (*Kęstutis Peleckis*).

Окрему увагу привертає питання інтерпретації невербальних сигналів. У повсякденних уявленнях часто домінує спрощений підхід, коли окремому жесту приписується одне фіксоване значення. Науковий підхід таку модель не підтверджує. Тому дуже важливо формулювати думку про певні невербальні сигнали в контексті ситуації. У переговорах це особливо важливо, оскільки одна й та сама ознака, наприклад уникнення зорового контакту, може означати невпевненість, бажання уникнути конфліктної ескалації або культурно зумовлену стриманість.

Міжкультурний вимір невербальної поведінки є принциповим для міжнародних бізнес-перемовин. Як зазначають Джудіт Н. Мартін та Томас К. Накаяма, невербальна комунікація є культурно зумовленою та включає такі елементи, як зоровий контакт, особиста дистанція, жести та міміка, які по-різному інтерпретуються в різних культурних контекстах (*Judith N. Martin, Thomas K.*).

Ці параметри безпосередньо впливають на переговорну поведінку. У культурах із високою дистанцією влади частіше спостерігається стриманіша невербальна експресія молодшої або нижчої за статусом сторони. У

культурах з вищою толерантністю до прямоти допускається більш інтенсивний зоровий контакт і жорсткіша тілесна подача позиції. Саме тому один і той самий невербальний комплекс у різних культурних контекстах може мати протилежне прочитання.

У контексті англomовного ділового спілкування важливими є норми помірної експресії, контрольованої жестикуляції й дотримання соціально комфортної дистанції. У статті О. Ланських, Т. Дернової та Н. Сливки про *особливості невербальної комунікації у діловій англійській мові* підкреслено, що для англomовного бізнес-середовища характерні стриманість міміки, функціональність жесту, значущість зорового контакту і висока роль інтонаційного контролю (Ланських О., Дернова Т., Сливка Н., 171). Для перекладацького аналізу це важливо тому, що вербальний текст нерідко відтворює лише частину комунікативного змісту, тоді як решта сигналів закріплена у звичних для певної культури патернах поведінки.

У підсумку теоретико-методичні основи дослідження мовленнєвої поведінки в ділових перемовинах формують цілісну рамку для подальшого перекладацько-аналітичного розгляду. Понятійне розмежування мови, мовлення, комунікації, дискурсу та мовленнєвої поведінки дає змогу точно окреслити об'єкт аналізу. Характеристика вербального рівня виявляє структурні механізми впливу, аргументації, кооперації й конфлікту. Аналіз невербального рівня дозволяє побачити, що комунікативна ефективність у переговорах забезпечується не окремим словом або жестом, а їхньою функціональною взаємодією. Саме ця теоретична рамка створює підстави для подальшого дослідження перекладу мовленнєвої поведінки, де необхідно зберегти не лише зміст, а й прагматичний ефект, статусні відносини, етикетну коректність та культурно зумовлені смисли.

## РОЗДІЛ 2

### ПЕРЕКЛАДАЦЬКО-АНАЛІТИЧНИЙ АСПЕКТ ДОСЛІДЖЕННЯ

#### 2.1. Переклад англомовного тексту «The Quality of Sustainability Reports and Impression Management: A Stakeholder Perspective» українською мовою

##### Аналіз даних

Усі записані інтерв'ю були дослівно транскрибовані у документ Word. Транскрипти згодом були перенесені у програмне забезпечення QDA Miner для кодування. Кодування даних виконувалося з використанням функцій якісного аналізу QDA Miner. Ці функції дозволяли проводити транверсальний аналіз даних, що давав змогу консолідувати інформацію від кількох респондентів навколо конкретних тем, кодів або змінних.

Використання QDA Miner спрощує агрегацію та аналіз даних, як через створення списків кодів та категорій, так і через побудову таблиць, графіків чи діаграм.

Аналіз даних зосереджувався переважно на підтему сприйняття якості звітів зі сталого розвитку (шість категорій), мотивацій та доданої цінності використання стандарту GRI (чотири категорії), а також на звітності та аудитованості звітів (три категорії). Сприйняття стейкхолдерами якості звітів зі сталого розвитку було структуровано навколо принципів, запропонованих GRI: збалансованість, порівнянність, точність, чіткість, своєчасність та надійність.

Для ілюстрації сприйняття якості звітів GRI були використані цитати, що репрезентують як зібрані дані, так і ключові результати дослідження. Хоча якісні методи не підходять для кількісного вимірювання зібраних даних (Gephart, 2004), де це було можливо, ми оцінювали частку

респондентів, які поділяли ту саму думку, шляхом частотного аналізу у QDA Miner.

### Результати

Спершу представлено думки респондентів щодо доданої цінності GRI, а потім розглянуто їхні сприйняття якості звітів GRI.

### Актуальність та додана цінність GRI.

Майже всі респонденти відзначили, що рамки GRI мають додану цінність як для компаній, що використовують ці індикатори, так і для користувачів звітів зі сталого розвитку. Дехто обґрунтовує це тим, що “краще мати GRI, ніж нічого, і це все одно допомагає” (керівник оцінки сталого розвитку в інвестиційній компанії). Інші підкреслюють прогрес, який забезпечують індикатори сталого розвитку GRI.

Приблизно 90% респондентів зазначили, що, хоча звітність зі сталого розвитку ще не досягла того рівня довіри та прозорості, що властивий фінансовій звітності, GRI все ж суттєво покращила якість звітів зі сталого розвитку. В загальному, поступова стандартизація звітів зі сталого розвитку і їхнє застосування дедалі більшою кількістю компаній у світі, були названі важливими перевагами:

“Так, GRI має додану цінність. Вона уніфікує, стандартизує. Так, це допомагає. Важливо мати спільну мову [...]. Стандарт GRI визнаний на міжнародному рівні. Він стимулює компанії дотримуватися подібних принципів, що визнаються у всьому світі”. (консультант з SRI у державній організації).

“Я вважаю, що він дає орієнтири, які однакові для всіх компаній. Для нас зараз існує стандартизація, що дозволяє порівнювати “яблука з яблуками”; це нам допомагає. Це не обмежується лише індикаторами GRI [...]. Але безсумнівно, індикатори GRI слугують моделями”(консультант з SRI у банку).

З наведеного вище видно, що респонденти визнають актуальність GRI та її індикаторів. Більшість підкреслили зростаюче міжнародне

застосування GRI та важливість стандартизації для оцінки корпоративної сталості.

Водночас актуальність і корисність рамок GRI залежать від того, як компанії застосовують її принципи.

Більшість опитуваних відзначили, що застосування принципів GRI для визначення якості звітності є невизначеним і потребує значного вдосконалення, щоб забезпечити якість інформації. Сприйняття стейкхолдерами принципів визначення якості звіту.

Збалансованість. Респонденти погоджуються, що “багато звітів не є збалансованими, вони намагаються показати лише позитивні сторони, не є повними, вихваляють успіхи та лише побіжно або у меншому обсязі згадують про помилки чи недоліки у діяльності” (колишній консультант компанії, що спеціалізується на корпоративній соціальній відповідальності (CSR)). Інформація, що публікується, сприймається як надто ідеалістична.

Екологічний аналітик у компанії, що займається дослідженням SRI, підсумував: “Позитивна інформація походить від самої компанії, а, як правило, негативна – із зовнішніх джерел, таких як, наприклад, преса, НУО тощо”.

Ще один аналітик підтримує попередні зауваження:

“Ідеально, якби компанії публікували свої негативні інциденти на тому ж рівні, що й позитивні. І якщо вони публікують негативні випадки, вони мають пояснити, чому це сталося, чому їхня діяльність була неуспішною. Але компанії зазвичай роблять акцент на позитивних випадках. Це без сумніву. Але я не очікую нічого іншого” (Аналітик з екстра-фінансових ризиків для пенсійного фонду).

В цілому, майже 90% респондентів вважають, що більшість компаній не публікує інформацію, яка могла б зашкодити їхній репутації. За словами опитаних, однією з найпоширеніших проявів невиконання принципу збалансованості є ігнорування соціальних та екологічних суперечок, з якими стикаються компанії у своїх звітах зі сталого розвитку.

Респонденти добре усвідомлюють відсутність збалансованості у звітах та, відповідно, стратегії управління враженням, які компанії використовують для підкреслення позитивних аспектів(удосконалення) і приховування негативних результатів.

Щоб обмежити вплив цих стратегій, близько 70% опитаних аналітиків зазначили, що вони звертаються до інших джерел інформації, щоб порівняти дані компанії з інформацією від інших зацікавлених сторін.

Слова екологічного спеціаліста з дослідницької групи SRI ілюструють це:

“У більшості звітів, які я читав, компанії не згадують про суперечки. Для тих, хто стикається з суперечками, у нас є дослідницькі сервіси, що публікують прес-огляди. Ми позначаємо компанії у нашій базі даних і проводимо дослідження, щоб ранжувати їх за супротивами, з якими вони стикаються.

Загалом, ми не шукаємо негативні аспекти в документах, опублікованих організаціями. Ми аналізуємо їх на основі власних документів або сайтів організацій, таких як Greenpeace чи інших зовнішніх агенцій”.

Порівнянність. Хоча респонденти підтвердили, що використовують дані із звітів GRI, вони також висловили багато застережень щодо порівнянності інформації. Близько 70% респондентів вважають, що індикатори GRI є занадто загальними та нечіткими, щоб дозволяти порівняння у часі або між компаніями. Крім того, більшість компаній не надає даних за всіма індикаторами GRI. Внаслідок цього, за словами респондентів, індикатори GRI часто обираються, адаптуються або змінюються відповідно до потреб компаній. Ця практика обмежує стандартизацію та порівнянність звітів зі сталого розвитку, роблячи їх відносно марними для прийняття інвестиційних рішень. Один експерт зазначив:“Порівнянність не є легкою, бо компанії, що проводять процес звітності, адаптують запропоновану сітку під власні методи та потреби”.

Таким чином, незважаючи на очевидну стандартизацію індикаторів GRI, компанії часто використовують різні критерії для оцінки та звітування про свою сталу діяльність. Для більш ніж 75% респондентів ця ситуація є серйозною перешкодою для порівнянності оприлюдненої інформації, навіть між компаніями в одній галузі.

У цьому контексті критерії та риторика, використані у звітах зі сталого розвитку, спеціально розроблені для задоволення очікувань різних зацікавлених сторін, а не для розкриття порівнянної інформації про фактичні результати:

“Деякі компанії складають різні звіти для різних випадків у тих самих сферах, але не використовують однакові критерії. [...] Вони також розробляють власні критерії або іноді обирають ті, що їм на руку, а не ті, які б обрали незалежні третіх сторони. Ми називаємо це “Greenwash”. Звіти виглядають привабливо, але при критичному читанні стає зрозуміло, що результати не відповідають дійсності”. (Аналітик у дослідницькій компанії SRI).

Близько 65% респондентів також зазначили труднощі, пов’язані з порівнянністю показників компанії у часі. З решти 35% респондентів, деякі згадували труднощі з порівнянністю, але не уточнювали, що саме її обмежує. Респонденти також відзначили нестачу довгострокових даних, необхідних для вимірювання прогресу та визначення кількісних цілей на майбутнє. Відсутність чітких цілей у звітах зі сталого розвитку обмежує можливість порівнювати інформацію у часі та ставить під сумнів адекватність методів вимірювання.

Фундаментальною проблемою є методології, включно з тим, що вимірювалося раніше і що могло б слугувати базою для порівняння показників ефективності.

У багатьох випадках виявляється, що таких баз не існує або їх потрібно розробляти, і іноді важко створити їх ретроспективно. Ці бази іноді не піддаються коригуванню, що створює труднощі для вимірювання

ефективності у часі або у межах певної галузі.(Колишній консультант компанії з CSR).

Точність.

Майже 50% респондентів відзначили проблеми з релевантністю деяких індикаторів або різниці у методах вимірювання, зумовлені різними одиницями виміру цих індикаторів. Вони також підкреслили відсутність пояснень щодо способів обчислення показників, використаних у звітах зі сталого розвитку. Респонденти пояснили, що ці недоліки є серйозними перешкодами, які роблять кількісні та якісні дані у звітах менш корисними. Тому іноді складно використовувати ці дані для оцінки та порівняння ефективності компаній:

“По-перше, є питання точності інформації у звіті. Який обсяг звіту? Що саме вимірюється? По-друге, проблема полягає у якості інформації. Часто вона ненадійна, бо невідомо, як були обчислені показники. [...] Тому незрозуміло, на якому рівні вони знаходяться. У багатьох випадках немає кількісної оцінки. Навіть якщо є якісна оцінка, часто важко зрозуміти реальні результати”. (Колишній консультант компанії CSR).

Інші обмеження на даний момент стосуються надійності інформації, її перевірюваності та порівнянності. Існує мала стандартизація. Наприклад, компанії заявляють, що розкривають інформацію про свої викиди парникових газів, але ми отримуємо кубічні метри як одиниці виміру, не знаючи, скільки одиниць було вироблено, або отримуємо доходи у тисячах доларів [...]. Такі відмінності не сприяють користі даних.

Ми намагалися підштовхнути GRI до визначення релевантних метрик; вони планують це робити в майбутньому, але наразі процес дещо застряг.

Тому обмеження полягає у відсутності надійних, перевірюваних та порівнянних метрик.(Генеральний директор групи, спеціалізованої на дослідженнях та консалтингу у SRI).

Ці приклади демонструють труднощі, з якими стикаються користувачі звітів, коли визначають вимірювані дані, методи вимірювання, бази

обчислень та допустимі похибки.

Ці неточності підривають використання звітів GRI як інструменту для оцінки ефективності і, водночас, затемнюють реальні показники компаній.

Своєчасність. За визначенням GRI (2006), "час оприлюднення включає як регулярність звітування, так і близькість до фактичних подій, описаних у звіті". (с. 16).

Хоча респонденти рідко зазначали своєчасність як фактор, що обмежує якість звітів, деякі все ж наголосили на цій проблемі. Наприклад, один генеральний директор зазначив: "Обмеження також виникає через здатність самих організацій підготувати необхідну інформацію вчасно". (Генеральний директор групи, що спеціалізується на дослідженнях та консалтингу у SRI).

Рішення щодо відповідальних інвестицій часто приймаються у короткостроковій перспективі, що вимагає доступної та актуальної інформації. Однак через складність

звітів зі сталого розвитку та час, необхідний для їх підготовки, часто виникає розрив понад рік між роком, до якого стосується звіт, та датою його публікації. Це створює проблему для стейкхолдерів, які хочуть отримати оперативну інформацію.

Виробництво звіту зі сталого розвитку відповідно до стандарту GRI часто є складним завданням, особливо щодо часових та експертних ресурсів. Компанії іноді не мають достатніх ресурсів, щоб своєчасно надавати інформацію стейкхолдерам. (Фінансовий радник SRI у фінансовій установі).

Підготовка звітів покладається або на внутрішні підрозділи, такі як , відділи зв'язків із громадськістю, або на зовнішніх консультантів. В обох випадках здається, що важко надати звіт сіючасно. Коли звіти готуються всередині компанії, вона може стикатися з нестачею експертизи та ресурсів. Коли компанія залучає зовнішніх консультантів, процес збору та аналізу даних часто займає більше часу, ніж зазвичай, через необхідність консультантів ознайомитися з контекстом кожної конкретної компанії. Додатково можливий тиск з боку керівництва. Недотримання принципу своєчасності може створювати упереджені оцінки та ілюзію прозорості. Фахівці , що оцінюють показники корпоративної сталості , можуть бути схильні посилатися на попередні результати компаній, оскільки вони не мають доступу до актуальної інформації.

Оскільки компанії зазвичай підкреслюють позитивні результати та приховують негативні, існує ризик того, що зацікавлені сторони переоцінять компанії.

Чіткість. Відсутність чіткості у звітах GRI є постійною темою у відповідях учасників. Майже 80% респондентів звернули увагу на цю проблему. Це стосується як якісної, так і кількісної інформації, і не сприяє розумінню, доступності та користі звітів зі сталого розвитку. Позиція одного з респондентів ілюструє зазначену проблему:

“Звіти зі сталого розвитку викликають багато запитань. Зокрема, спостерігається нестача точності та чіткості інформації. Для тих із нас, хто проводить аналіз екологічних, соціальних та управлінських аспектів, не завжди легко знайти конкретні дані по кожному аспекту. Це здається ще складнішим у випадку звітів GRI.

Іноді доводиться звертатися до кількох джерел, щоб отримати потрібну інформацію”. (Аналітик у дослідницькій SRI компанії).

Відсутність чіткості частково пов’язана з складністю звітів зі сталого розвитку та труднощами компаній у звітності за різними питаннями, важливими для окремих зацікавлених сторін (наприклад, інвесторів, екологічних організацій, громадян, працівників). Такі питання часто погано документовані та складні для вимірювання. Інформацію важко знайти і вона не подається зрозуміло, особливо для тих, хто не є експертом зі сталого розвитку.

Майже 47% респондентів зазначили цей тип проблем, що впливає на інші принципи визначення якості інформації, такі як порівнянність, точність або надійність. Додатково близько 53% респондентів відзначили (правильно чи неправильно) нестачу чіткості більшості якісної інформації у звітах зі сталого розвитку. Для цих респондентів дослідження якісної інформації замість кількісної не сприяє строгому використанню звітів і вимагає додаткових зусиль для пошуку та аналізу.

Така позиція належить до позитивістської парадигми, згідно з якою “те, що вимірюється, керується”. Поширеність цієї парадигми серед респондентів пояснює тенденцію до фокусування на кількісних даних, що є легшими у використанні, ніж якісні дані. Водночас, поширеність якісної інформації може відображати стратегію деяких компаній, спрямовану на подачу надлишкової інформації через заплутану мову, щоб затемнити їх низьку ефективність.

Ця невідповідність пов’язана з іншою проблемою, яку зазначили 60% респондентів: обсяг інформації, оприлюдненої у звітах зі сталого розвитку.

Хоча учасники опитування заохочують компанії до підготовки детальних звітів з метою звітування про їхній соціальний та екологічний вплив, надмірна та іноді непотрібна інформація може перешкоджати якості звітів:

“Давайте будемо чесними: є величезна кількість інформації, значущість якої сумнівна. Багато слів даремно! Багато бажаного мислення! Під бажаним мисленням я маю на увазі: “Ми зменшимо наші викиди!”, “Ось наша стратегія!”. Але без конкретної цілі і методів її застосування [...]. У межах наших оцінок багато хто виявив, що існує упередженість прозорості, тобто компанії, які публікують багато

інформації, здаються успішнішими, бо можуть заповнити багато місця в показниках”. (Генеральний директор групи, що спеціалізується на дослідженнях і консалтингу в сфері SRI).

Надмірний обсяг оприлюдненої інформації не тільки ускладнює читання звітів зі сталого розвитку, але й, як показує подальший аналіз, є стратегією управління сприйняттям користувачів звітів. Використання повторень або акцентування певних слів чи висловів (посилення) застосовується для того, щоб впливати на сприйняття читачів або відволікати їхню увагу.

Надійність. Відсутність надійності інформації зазвичай згадувалася у зв’язку з іншими принципами та потребою зовнішньої перевірки інформації.

Насправді, нестача балансу, порівнянності, точності, своєчасності та чіткості робить інформацію менш надійною. Ця нестача надійності підкреслює необхідність практик верифікації та сертифікації:

“Я вважаю, що потрібна незалежна перевірка тому, що важко покладатися на те, що публікують компанії. Якщо компанія заявляє, що щороку зменшує забруднення, я не маю жодних доказів, що це правда. Це лише заява компанії. Це реальна проблема”. (Аналітик з нефінансових ризиків у пенсійному фонді).

“Ми дивимося на рівень оцінки, якщо звіт був перевірений зовнішньо. Якщо це так, компанія отримує більше балів, ніж компанія, яка не мала перевіреного звіту зі сталого розвитку”. (Спеціаліст з охорони довкілля в дослідницькій групі SRI).

В цілому, близько 90% респондентів наголосили на важливості та перевагах зовнішнього аудиту звітів зі сталого розвитку для підвищення достовірності та надійності розкриття інформації. З цієї перспективи, гарантування звітів зі сталого розвитку, окрім полегшення оцінки корпоративної ефективності у сфері сталого розвитку, впливає на рейтинги, які складають фахівці SRI. Таким чином, процес аудиту чи гарантування може сприйматися не лише як засіб підвищення достовірності

звітів, а й як інструмент переконання для зацікавлених сторін компанії: “Абсолютно, для мене аудит та гарантування - це обов’язково. І я б сказав, що найкращі звіти - це ті, що включають аудит та зовнішнє гарантування третьою стороною. І ви, можливо, знаєте, що, наприклад, у рамках торгівлі викидами вуглецю потрібно сертифікувати, що звіти відображають справедливі значення. Тому гарантування є дуже важливим”. (Аналітик з нефінансових ризиків у пенсійному фонді).

Крім того, надійність процесу гарантування, здається, тісно пов’язана з рівнем незалежності аудиторів:

“Чим далі аудитор знаходиться від компанії, тим більше ми довіряємо звіту. Наприклад, зовнішній аудит більш надійний, ніж внутрішній аудит. А аудит, проведений GRI, буде більш надійним, ніж аудит третьою стороною, бо ми не знаємо характеру відносин між аудитором та компанією”. (Спеціаліст з охорони довкілля у дослідницькій групі SRI).

Незважаючи на це, респонденти не вважають, що процес гарантування сам по собі є достатнім для забезпечення якості інформації, і близько 70% респондентів висловили занепокоєння щодо цього процесу. Одне з головних занепокоєнь стосується ризику конфлікту інтересів та надмірної знайомості аудиторів з компанією:

“Кожні сім років необхідно змінювати аудиторську фірму, щоб гарантувати, що аудитори з часом не стануть надто знайомими з компанією. [...] Інший момент полягає в тому, що аудитори не повинні мати інших контрактів із компанією, або якщо вони їх мають, ці контракти повинні бути незначними. Аудит має бути їх основним джерелом доходу, інакше виникає конфлікт інтересів, якщо вони одночасно є аудитором та консультантом”. (Аналітик з нефінансових ризиків у пенсійному фонді).

Обговорення. Результати дослідження показують, що, хоча структура GRI сприймається респондентами як крок уперед, принципи, що визначають якість звіту про сталий розвиток, на практиці застосовуються недостатньо. Основні проблеми, виявлені у звітах, стосуються відсутності балансу,

розкриття надто загальної та неактуальної інформації, складнощів у аналізі результатів у часі та визначенні кількісних цілей на наступні роки, різниці в одиницях виміру окремих показників, загальної несвоечасності, відсутності точності, ясності та надійності поданої компаніями інформації.

Незважаючи на ці обмеження, респонденти вважають, що GRI є важливим інструментом для посилення стандартизації та суворості звітів. Хоча структура GRI не досягла того самого рівня довіри та стандартизації, що й фінансова звітність, вона ґрунтується на подібних інституційних механізмах і сприяє впровадженню практик звітності, які сприймаються як легітимні та нормативно прийнятні (Etzion and Ferraro, 2010; Boiral and Gendron, 2011). Цей процес стандартизації та легітимізації, який впливає зі структури GRI, відображається в оптимізмі більшості респондентів щодо користі цієї структури для якості звітів про сталий розвиток. Додана вартість GRI, особливо у просуванні спільної мови, схожих індикаторів та більш узгоджених практик звітності, була підкреслена більшістю респондентів.

Однак, хоча GRI сприяв прогресу у сфері звітності про сталий розвиток, він залишається «роботою, що триває», процесом навчання (Gond and Herrbach, 2006) і потребує безперервного вдосконалення. Крім того, компанії мають обмежений досвід у звітності про свою діяльність у сфері сталого розвитку, а методи збору даних не є добре встановленими; ці елементи потребуватимуть часу для інституалізації (Boiral and Henri, 2015).

Внаслідок цього застосування принципів GRI, необхідних для забезпечення якості звітів про сталий розвиток, сприймається респондентами як невизначене.

Відсутність досвіду у звітних організацій та обмеження структури GRI - не єдині причини, чому принципи GRI не застосовуються суворо.

За словами респондентів, окрім згаданої думки про те, що деякі індикатори є надто загальними та нечіткими, індикатори GRI часто обираються, адаптуються або модифікуються відповідно до потреб

компаній і для покращення їх іміджу серед стейкхолдерів. Цей процес адаптації, на думку респондентів, відображає стратегії управління враженням, які можуть значно спотворювати та підривати належне застосування принципів GRI.

Зосереджуючись на сприйнятті респондентами застосування цих принципів, ця робота допомагає пролити світло на стратегії управління враженням, що можуть бути задіяні, і вносить вклад у дискусію щодо обмежень звітів про сталий розвиток загалом.

По-перше, наші результати щодо сприйнятої відсутності балансу у звітах про сталий розвиток (акцент на позитивних досягненнях, уникнення інформації про суперечки та негативні аспекти, що можуть зіпсувати репутацію компанії) підтверджують висновки літератури про оптимістичну та небалансовану риторичку цих звітів (наприклад, O'Dwyer and Owen, 2005; Cho et al., 2012, 2015; Voiral, 2013).

Ця відсутність балансу може бути пояснена стратегіями управління враженням, спрямованими на підкреслення похвальних досягнень або затемнення негативних аспектів (Merkl-Davies and Brennan, 2011; Cho et al., 2012; Khazaeli, 2013).

## 2.2. Перекладацький аналіз вербальних і невербальних особливостей мовленнєвої поведінки в ділових перемовинах

Текст *The Quality of Sustainability Reports and Impression Management: A Stakeholder Perspective* є науковою статтею аналітичного типу, побудованою за моделлю академічного дослідження з чітко вираженими структурними компонентами: анотацією, постановкою проблеми, оглядом літератури, методологією, результатами, обговоренням і висновками. Його не можна кваліфікувати як безпосередній запис ділових перемовин, однак він репрезентує мовленнєву поведінку в діловій сфері опосередковано, через опис інституційної комунікації, механізмів переконання, стратегій подання інформації та форм управління враженням у професійному середовищі. З огляду на теоретичне розмежування понять мови, мовлення та комунікації, цей текст доцільно розглядати як реалізацію мовленнєвої поведінки в межах інституційного дискурсу. Перекладацький аналіз такого матеріалу має спиратися не лише на мовні одиниці, а й на прагматичний, дискурсивний та стилістичний рівні, що дозволяє врахувати комунікативну функцію тексту.

Оскільки академічний текст не лише повідомляє інформацію, а й вибудовує доказову логіку, щодо достовірності певної наукової позиції, цей текст безумовно належить до інформаційного й аргументативного дискурсу водночас.

Цільова аудиторія оригіналу включає науковців, фахівців із корпоративної звітності, аналітиків у сфері сталого розвитку та професійних користувачів бізнес-інформації. До цієї аудиторії також можна віднести консультантів у сфері ESG, представників інвестиційних фондів, аудиторів та експертів із нефінансової звітності, для яких подібні тексти виконують не лише інформаційну, а й аналітичну та методологічну функції. Текст орієнтований на читача з високим рівнем підготовки, який володіє

спеціалізованою термінологією та здатний інтерпретувати складні аналітичні узагальнення. Комунікативна мета тексту полягає не в емоційному впливі, а в інтелектуальному переконанні читача через логічно структуровану аргументацію, опір на емпіричні дані та точне використання термінології. Автор не прагне викликати оцінні або експресивні реакції, натомість акцент робиться на раціональному осмисленні проблеми, доведенні певних тез і формуванні обґрунтованої позиції щодо якості звітності. Для цього активно використовуються кількісні показники, посилення на результати дослідження та узагальнення відповідей респондентів, що підсилює доказовість і об'єктивність викладу інформації.

Рівень формальності оригіналу є високим, що зумовлено його належністю до академічного дискурсу. Текст насичений термінами на кшталт *stakeholders*, *sustainability reporting*, *impression management*, *reliability*, *comparability*, *standartization*, які забезпечують концептуальну точність і однозначність інтерпретації. Водночас значна частина цих термінів належить до міждисциплінарного поля, поєднуючи економічну, управлінську та соціологічну проблематику, що ще більше ускладнює їх переклад та вимагає врахування контексту. Окрім термінології, текст характеризується використанням сталих академічних конструкцій, притаманних англомовному науковому стилю, таких як *it is clear that*, *according to respondents*, *the results show that*, *in general*, *it should be noted that*. Ці формули виконують функцію організації дискурсу, структурування аргументації та маркування логічних переходів між частинами тексту. У перекладі вони потребують адаптації, оскільки їх пряме відтворення може створювати ефект надмірної шаблонності або калькування.

Важливою рисою тексту також є його об'єктивізаційний характер: автор уникає прямого вираження власної позиції, натомість апелює до узагальнених результатів дослідження, використовуючи безособові та пасивні конструкції. Це відповідає нормам академічного письма, де пріоритет надається не суб'єктивній оцінці, а доказовості на нейтральності викладу.

На лексичному рівні основну складність становить поєднання вузькоспеціальної термінології з абстрактною науковою лексикою. Так, частина термінів має усталені відповідники в українській мові, наприклад *stakeholders* перекладається як *стейкхолдери*, *sustainability reporting* як *звітність зі сталого розвитку*, *reliability* як *надійність*, що забезпечує концептуальну стабільність тексту та його відповідність нормам цільового наукового дискурсу. Водночас особливу увагу слід приділити перекладу концептуально складних одиниць, які не мають однозначних відповідників у

мові перекладу та вимагають функціонального добору еквівалента. Так, словосполучення *impression management* у перекладі доцільно передавати як *управління враженням*, а не буквально як *керування враженням*, оскільки перший варіант уже закріпився в гуманітарному дискурсі й точніше відтворює зміст концепту.

Переклад лексико-семантичної адаптації термінів повинен враховувати не лише значення, але й концептуальну закріпленість одиниці в науковій традиції цільової мови.

Також у тексті функціонують і специфічні одиниці, що потребують контекстуального перекладу. Наприклад, поняття *greenwash* передано без перекладу як запозичення, що є виправданим, оскільки воно вже функціонує в міжнародному діловому та науковому дискурсах. Альтернативою могло б бути описове тлумачення *маніпулятивне покращення екологічного іміджу*, однак це знижує термінологічну компактність. Так само, словосполучення *assurance process* перекладено як *процес гарантування*, що відображає специфіку аудиторської практики у сфері сталого розвитку.

Переклад оригіналу засвідчив активне використання клішованих наукових конструкцій, характерних для англomовного академічного дискурсу зокрема *data analysis was focused mainly on, this poses a problem, according to approximately 90 percent of respondents*. Такі одиниці виконують функцію організації тексту, забезпечують логічну зв'язаність викладу та відповідають нормам стандартизованого наукового стилю англійської мови. Водночас їх дослівне відтворення створювало б стилістично штучний, калькований український текст, що порушують норми українського наукового мовлення. Тому були застосовані перекладацькі трансформації, зокрема граматична заміна та синтаксична перебудова. Наприклад, конструкція *according to approximately 90 percent of respondents* природніше передається як *приблизно 90% респондентів зазначили, що*, а не як *згідно приблизно 90 відсотків респондентів*. У більш природному перекладі була зміна синтаксичної структури, а саме прийменникова конструкція була

замінена на підрядне речення з дієслівним присудком та уточненням агентом дії. Так само, кліше *data analysis was focused mainly on* було перекладено як *аналіз даних зосереджувався переважно на*. У цьому випадку відбувається граматична заміна пасивної конструкції на більш активну безособову форму, яка звучить менш формально та кальковано. Конструкція *this poses a problem* також потребує трансформації, так як дослівний варіант *це становить проблему* є менш уживаним у українському науковому стилі. Натомість більш природним є варіант *це створює проблему*. У цьому випадку була застосована лексико-граматична заміна, яка дозволяє уникнути шаблонності та досягти більш стилістичної відповідності. Варто також зазначити, що подібні клішовані конструкції часто супроводжуються пасивними формами, такими як *were transcribed*, *was performed*, які в українському перекладі систематично трансформуються в активні або безособові моделі. Така побудова спрямована на уникнення надмірного накопичення пасивних форм, що є не типовими для української мови.

Складними виявилися також синтаксичні моделі з багаторівневими підрядними зв'язками, вставними уточненнями та ланцюгами означень. У таких випадках застосовувалися перестановка, членування речення і часткова конкретизація. Це було необхідно для збереження читабельності українського тексту без втрати логічної послідовності аргументації. Наприклад англomовне речення на кшталт *This practice limits the standartization and comparability of sustainability reports: it makes them relatively useless when making decisions for investment* у перекладі передано шляхом членування та синтаксичної адаптації, що дозволило зберегти логіку викладу та уникнути перевантаження речення.

Більш того, синтаксична організація тексту демонструє баланс між лаконічністю та розгорнутістю. В тексті доволі часто зустрічаються такі речення як: *Yes, the GRI has added value*, що перекладається як *Так, GRI має додану цінність* або *This poses a problem for stakeholders* з перекладом *Це*

створює проблему для стейкхолдерів, які хочуть отримати оперативну інформацію. Такі конструкції виконують функцію смислових акцентів. Вони не є довгими, але несуть в собі достатньо інформації, що надає змогу читачеві зафіксувати ключові висновки. Водночас складні розгорнуті речення характерні для аргументації та пояснення причинно-наслідкових зв'язків.

Прагматичний рівень оригіналу виявляється через поєднання стриманої наукової об'єктивності з прихованою оцінкою. Це особливо помітно у фрагментах, де використовуються формально нейтральні, але критично навантажені вислови, наприклад, *overly idealistic, lack of clarity, huge amount of information whose relevance is questionable*. У перекладі ці одиниці відтворено як *надто ідеалістична, відсутність чіткості, велика кількість інформації сумнівної значущості*, що дозволяє зберегти баланс між об'єктивністю та критичною оцінкою. У нашому випадку автори статті не лише інформують про результати дослідження, але, не використовуючи відверто емоційних характеристик, системно вибудовують критичне ставлення до корпоративної звітності, вводячи формули сумніву, дистанціювання і зваженого скепсису. Саме тому важливо було зберегти в перекладі не лише фактологічний зміст, а й тон наукової критики.

У нашому тексті це проявляється у випадках, де англійські конструкції типу *may reflect, appears to, tend to*, виражають не категоричне твердження, а обережну наукову інтерпретацію. Їх передача українською мовою вимагала збереження модальності припущення: *може відображати, видається, має тенденцію*. Також модальні дієслова та значення реалізуються не тільки через класичні форми, на кшталт, *may, can, should*, але і через лексико-граматичні засоби. Наприклад, у фрагменті *companies sometimes lack the resources* модальність ймовірності передається через прислівник *sometimes*, що знижує категоричність твердження і уникає узагальнюючого звинувачення. Так само, у вислові *it is sometimes difficult to use this data* імпліцитно виражається обмежена можливість, для науково-ділового стилю

це типово, адже важливо уникати абсолютних оцінок. Заміна таких форм на більш категоричні відповідники знижувала б академічну коректність тексту та забезпечила відсутність обережності наукового стилю. Саме тут виявляється значення прагматичної адаптації, коли перекладач орієнтується не лише на семантику одиниці, а й на її комунікативну функцію.

Оскільки текст є письмовою науковою статтею, прямий невербальний компонент у ньому відсутній. Відповідно, аналіз цього рівня не може спиратися на жести, міміку, паузи чи інтонацію в буквальному сенсі. Однак, навіть письмовий дискурс містить елементи паралінгвістичної організації, зокрема ритм викладу, повтор термінів та структурну сегментизацію. Саме ці дискурсивні маркери в письмовому тексті виконують функції, частково аналогічні невербальним сигналам.

У перекладі важливо було не зруйнувати цей ритм. Довгі англомовні абзаци інколи вимагали поділу на коротші українські фрагменти, щоб відтворити логічну сегментацію змісту. Такий прийом не є механічною зміною форми, а способом передати інтелектуальну інтонацію тексту: де автори переходять від опису до критики, від огляду до висновку, від нейтральної констатації до оцінки.

Основні перекладацькі труднощі можна систематизувати так:

- термінологічні, пов'язані з доббором усталених відповідників;
- лексико-семантичні, пов'язані з багатозначністю абстрактних понять;
- прагматичні, зумовлені потребою зберегти наукову стриманість і критичність;
- стилістичні, пов'язані з різницею між англомовною та україномовною академічною нормою;
- дискурсивні, пов'язані з передачею композиційної логіки тексту.

У роботі з текстом домінували такі принципи як: функціональний підхід, стратегія жанрової відповідності й термінологічна послідовність. Буквальний переклад використовувався лише там, де англійська

конструкція не суперечила нормам українського наукового стилю. В інших випадках застосовувалися модуляція, конкретизація, граматична заміна, описовий переклад і компенсація.

Таблиця 1.1 - Основні перекладацькі труднощі та способи їх подолання

<b>Тип труднощів</b>	<b>Мовний прояв в оригіналі</b>	<b>Перекладацьке рішення</b>	<b>Функція рішення</b>
Термінологічні	sustainability reporting, impression management	Усталений відповідник або функціональний еквівалент	Точність і наукова нормативність
Синтаксичні	This practice limits the standartization and comparability of sustainability reports: it makes them relatively	членування та синтаксична адаптація	логічність викладу та уникнення перевантаження речення

	useless when making decisions for investment		
Прагматичні	may, appears to, tends to	Збереження модальності припущення	Передача наукової обережності
Стилістичні	data analysis was focused mainly on, this poses a problem, according to approximately 90 percent of respondents	Жанрова адаптація до українського академічного стилю	Природність викладу
Дискурсивні	Щільні абзаци, акцентні повтори	Композиційне переформатування	Збереження ритму аргументації

Для текстів, пов'язаних із корпоративною діяльністю, особливо важлива професійна відповідальність перекладача за коректне відтворення змісту фахової інформації, оскільки перекладач має працювати з концептами репутації, підзвітності, довіри та оцінки організаційної поведінки. Навіть якщо текст не є безпосереднім записом переговорів, він функціонує в діловому полі й потенційно впливає на професійні рішення.

Отже, найхарактернішими вербальними рисами оригіналу є термінологічна щільність, аналітична аргументативність, помірна оцінність і прагматична стриманість. Найсуттєвіші труднощі перекладу пов'язані з передачею спеціальної термінології, англомовної академічної синтаксичної компресії та імпліцитної критичності. Прагматичний потенціал оригіналу загалом збережено завдяки функціональному перекладу модальних

конструкцій, жанровій адаптації синтаксису та послідовному відтворенню наукового тону. Невербальний компонент у прямому значенні в тексті не представлений, тому його аналіз у перекладі обмежується паралінгвістичними і композиційними маркерами письмового дискурсу. Саме такий підхід забезпечує наукову коректність перекладацького аналізу і відповідає специфіці нашого перекладеного матеріалу.

## ВИСНОВКИ

У ході проведення дослідження було досягнуто низку задач, які безпосередньо пов'язані з основною метою нашого дослідження. У результаті написання роботи, в першу чергу, було з'ясовано, що мовленнєва поведінка в ділових перемовинах є комплексним явищем, у якому поєднуються мовні, прагматичні, соціальні та ситуативні чинники. Визначено співвідношення понять: мова, мовлення, комунікація, комунікативна поведінка та мовленнєва поведінка. Також було встановлено, що мовленнєва поведінка охоплює не лише вибір конкретних мовних засобів, а й спосіб організації комунікації загалом, включно зі стратегіями впливу, регулюванням дистанції між учасниками, дотриманням етикетних норм та використанням невербальних компонентів.

Була з'ясована безпосередня роль мовленнєвої поведінки у ділових перемовинах. Доведено, що ділові перемовини постають як інституційна форма взаємодії, де кожна репліка підпорядковується функціям мовленнєвої поведінки, забезпечуючи ефективне досягнення домовленостей, підтримання конструктивного тону спілкування та формування професійного образу учасників комунікації.

У теоретичній частині було здійснено характеристику вербальних та невербальних особливостей ділової комунікації. Це дало змогу з'ясувати, що вербальні особливості мовленнєвої поведінки в діловому середовищі проявляються через термінологічну точність, використання клішованих структур, мовленнєвих актів, модальних і пом'якшувальних конструкцій, а також через різні стратегії кооперації, переконання, уникнення конфлікту або контролю над перебігом комунікації. Невербальний компонент, своєю чергою, включає жести, міміку, погляд, просторову дистанцію, інтонацію, темп і паузи, тобто ті елементи, що можуть підсилювати, пом'якшувати або навіть суперечити словесному повідомленню.

У практичній частині було здійснено переклад англomовного тексту

“The Quality of Sustainability Reports and Impression Management: A stakeholder Perspective.” У процесі перекладу виявлено, що найбільші труднощі пов’язані з передачею спеціальної термінології, багатокомпонентних синтаксичних структур, модальності, імпліцитної критичності та прагматичної стриманості англомовного наукового стилю. Незважаючи на це, під час перекладу було забезпечено відтворення змістової, термінологічної та стилістичної точностей тексту з урахуванням особливостей ділового та наукового дискурсу.

У ході проведення перекладацького аналізу було засвідчено, що найефективнішими в роботі з таким текстом виявилися функціональний підхід, граматична заміна, перестановка, конкретизація, модуляція та описовий переклад. Саме ці прийоми дали змогу зберегти наукову логіку викладу, термінологічну точність, стилістичну природність українського тексту та його діловий тон. Окремо встановлено, що у випадку письмового наукового тексту прямий невербальний шар відсутній, тому його аналіз у перекладі можливий лише через паралінгвістичні й композиційні маркери, які репрезентують ритм аргументації, інтелектуальну інтонацію та ступінь категоричності висловлювання.

Отже, усі вище перераховані задачі виконано, відповідно, поставлену мету досягнуто. Дослідження підтвердило, що переклад мовленнєвої поведінки в діловому дискурсі не обмежується передаванням слів і термінів, а вимагає збереження прагматичного змісту, жанрової специфіки, статусних відносин і стилістичної організації тексту.

Отримані результати можуть бути використані в подальших дослідженнях ділової комунікації, перекладу професійного дискурсу та міжкультурної взаємодії.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Давидова Т. Особливості відтворення стратегій негативної ввічливості в перекладах англomовних ділових листів українською мовою // Актуальні питання гуманітарних наук. 2022. Вип. 47(1). С. 168–172. DOI: 10.24919/2308-4863/47-1-25.
2. Ланських О., Дернова Т., Сливка Н. Особливості невербальної комунікації у діловій англійській мові // Актуальні питання гуманітарних наук. 2023. Вип. 68(1). С. 169–174. DOI: 10.24919/2308-4863/68-1-26.
3. Майя Мозер Комунікативні тактики та стратегії в політичному дискурсі // Філософія та політологія в контексті сучасної культури 2020. Т. 12, Вип. 1(25) С. 141-146. DOI: 10.15421/352016
4. Радецька С. В. Деякі особливості складання та перекладу англійської та української ділової кореспонденції // Видавництво НДУ ім. М. Гоголя. Серія “Філологічні науки”. Кн. 1. 2017. С. 202. URI: <https://lib.ndu.edu.ua/handle/123456789/570>
5. Jonathan Culpeper, Vittorio Tantucci The Principle of (Im)politeness Reciprocity // Journal of Pragmatics 2021. 175(3/4): P.146-164 DOI:10.1016/j.pragma.2021.01.008
6. Nick J. Enfield How We Talk: The Inner Workings of Conversation // New York: Basic Books. 2017. P. 352. ISBN 978-0-465-05994-2.
7. Bart Geurts Communication as commitment sharing: speech acts, implicatures, common ground // Theoretical Linguistics. 2019. Vol. 45(1–2). P. 1–30. DOI: 10.1515/tl-2019-0001.
8. Ken Hyland, Feng (Kevin) Jiang Academic naming: Changing patterns of noun creation in research writing // Journal of English Linguistics 2021. P. 1-47 DOI:10.1177/00754242211019080
9. Marcin Lewiński Conclusions of Practical Argument: A Speech Act

Analysis // Organon F Vol.28 (2) 2021. P. 420–457. ISSN 2585-7150

10. Judith N. Martin, Thomas K. Nakayama Experiencing Intercultural Communication: An Introduction (7th ed.) // McGraw Hill LLC. 2022. P. 167. ISBN 978-1-260-83744-5.

11. Kęstutis Peleckis et al. Towards sustainable entrepreneurship: role of nonverbal communication in business negotiations // The International Journal Entrepreneurship and Sustainability Issues. 2016. Vol. 4(2). P. 228–240. ISSN 2345-0282.

12. Mareike Schoop Negotiation communication revisited // Central European Journal of Operations Research. 2021. Vol.29 P.163–176. DOI:10.1007/s10100-020-00730-5

13. Agnieszka Sorokowska Preferred Interpersonal Distances: A Global Comparison // Journal of Cross-Cultural Psychology. 2017. Vol. 48(4). P. 577–592. DOI: 10.1177/0022022117698039.

14. Tan A. A Study of Fuzzy Language in Business Negotiation // Communication and Linguistics Studies. 2019. Vol. 5(3). P. 60–64. DOI: 10.11648/j.cls.20190503.11.

15. Zhuang Z., Huang F. A Research on English Business Negotiation Strategies in the Framework of Politeness Theory // Sino-US English Teaching. 2020. Vol. 17(12). P. 343–350. DOI: 10.17265/1539-8072/2020.12.001.

Оригінальний текст: «The Quality of Sustainability Reports and Impression Management: A Stakeholder Perspective»

### Data analysis

All recorded interviews were transcribed verbatim in a word document. Transcripts were subsequently transferred to QDA Miner software for codification. The coding of the data was performed using the qualitative analysis function of QDA Miner software. The functions of this software facilitated data analysis following a transversal approach that allowed us to consolidate data from multiple respondents around specific themes, codes, or variables.

The use of QDA Miner software makes it easy to aggregate and analyze data both by generating a list of codes and categories and by setting up tables, graphics, or diagrams.

Data analysis was focused mainly on those sub-themes related to the perceptions of the quality of sustainability reports (six categories), motivations for and added value of the use of GRI (four categories), and reporting and auditability of reports (three categories). The stakeholders' perceptions of the quality of sustainability reports were structured around the principles proposed by the GRI: balance, comparability, accuracy, clarity, timeliness, and reliability.

Excerpts representative both of the data collected and of key findings were used to illustrate stakeholders' perceptions of the quality of GRI reports. Although qualitative methods were not suited to the measurement of the data collected (Gephart, 2004), we estimated, where possible, the proportion of respondents who shared the same view from the frequency analysis of QDA Miner.

## Findings

We first present the respondents' views on the added value of the GRI before

considering their perceptions of the quality of GRI reports.

### Relevance and added value of the GRI

Almost all respondents acknowledged that the GRI framework has an added value both for the companies that use the indicators and for the users of sustainability reports. Some justify their arguments by indicating that it "is better to have the GRI than nothing and it helps anyway" (manager responsible for the assessment of sustainability performance in an investment company). Others insisted on the progress that the GRI's sustainability reporting indicators enable.

According to approximately 90 percent of the respondents, while sustainability reporting has clearly not yet reached the same level of credibility and transparency as financial reporting, the GRI has nonetheless substantially improved the quality of sustainability reports. In general, the gradual standardization of the sustainability reports and their use by an increasing number of companies at a worldwide level were cited as important assets:

Yes, the GRI has added value. It uniforms, it standardizes. Yes, it helps. It is essential to have a common language [...]. The GRI standard is internationally recognized. It encourages companies to adopt similar principles, which are recognized worldwide. (SRI advisor in a public organization).

I think that it gives reference points that are the same for all companies. For us, at the moment, there is a standardization that allows us to compare apples to apples; this helps us. It is not limited to the GRI indicators [...]. But there is no doubt that GRI indicators serve as models. (SRI advisor in a bank)

It is clear from the above that respondents recognize the relevance of the GRI and its indicators. Most of them stressed the increasing use of the GRI at the international level and the importance of standardization for the measurement of corporate sustainability performance.

However, the relevance and usefulness of the GRI framework depends on

the application of its principles by reporting companies. Most respondents recognize that the application of the GRI principles for defining quality reporting is uncertain and needs to be significantly improved to ensure the quality of information. Stakeholders' perceptions of the principles for defining the quality of a report.

Balance. Respondents agree that “many of these reports are not balanced, that they are trying to present the good side of the coin, are not complete, boast of the successes and quietly mention or list with much less detail accidents or flaws in the performance” (former consultant in a company specializing in corporate social responsibility (CSR)). The information published is therefore perceived as overly idealistic.

An environmental analyst in a company specializing in SRI research summarized:

“The positive information comes from the company and, in general, the negative comes from external sources such as, for example, the press, the NGOs, etc.” Another analyst supports the latter remarks:

Ideally, companies should publish their bad incidents and put them on the same level as the good incidents. And if they publish the bad incidents, they must be able to explain why it happened, why they have a bad performance. But companies mainly put emphasis on the good incidents. That's for sure. But I do not necessarily expect anything else (Extra-financial risk analyst for a pension fund).

In general, almost 90 percent of respondents believe that the majority of the companies do not publish information that could contribute to tarnishing their reputation. According to the respondents surveyed, one of the most common manifestations of non-compliance with the principle of balance is the failure to mention social and environmental controversies faced by companies in their sustainability reports.

Respondents seem well aware of this lack of balance in sustainability reports and, therefore, of impression management strategies used by companies to

highlight the positive aspects (enhancement) and to obfuscate negative outcomes.

To limit the impact of these impression management strategies, about 70 percent of the analysts interviewed argued that they resort to other sources of information to compare the company's data with that published by other stakeholders.

The words of an environmental specialist in an SRI research group illustrate this:

In most of the reports that I have read, companies do not mention controversies. For those that are facing controversies, we have research services that publish press reviews. We tag companies from our database and conduct research to rank them following the controversies they face.

In general, we do not search out negative aspects in the documents published by organizations. We analyze them from our own documents or from websites of organizations like Greenpeace or other external agencies.

Comparability. Although respondents acknowledged having used data from the GRI reports, they also have many reservations about the comparability of information. Approximately 70 percent of respondents found that the GRI indicators are both too general and too vague to lend themselves to comparisons over time or between companies. In addition, most companies are not able to provide data on all of the GRI indicators. As a result, according to respondents, the GRI indicators tend to be selected, adapted or modified according to the needs of companies. This practice limits the standardization and comparability of sustainability reports: it makes them relatively useless when making decisions for investment. An expert stated that: "comparability is not easy because the companies that perform an accountability process do so by adapting the grid that is proposed to their ways and according to their needs."

Thus, despite the apparent standardization of the GRI indicators, companies often use different criteria to evaluate and report on their sustainability performance. For more than 75 percent of respondents, this situation is a major obstacle to the comparability of the disclosed information, including between

companies within the same industry.

In this context, the criteria and rhetoric used in sustainability reports are specifically designed to meet the expectations of different stakeholders rather than to disclose comparable information on actual performance:

Some companies make different reports, for different instances, in the same fields but not using the same criteria. [...] Also, they develop their own criteria or sometimes choose criteria that play to their advantage rather than criteria that independent third parties would have chosen. We call it the Greenwash. It produces reports that initially look tantalizing but when we read more critically, one realizes that the performance is not (Analyst in an SRI research firm).

Approximately 65 percent of respondents also stressed difficulties related to the comparability of a company's performance over time. Of the 35 percent of remaining respondents, some mentioned the difficulties related to comparability but without being more precise about what limits it. Respondents also mentioned the lack of longitudinal data available to measure progress and to determine quantitative objectives for the future. The lack of clear objectives in sustainability reports limits the possibility of comparing information over time and raises questions on the relevance of measurement methods:

A fundamental problem is the methodologies, including what has been measured in the past and which may serve as a base to compare the performance.

In many cases, we realize that such bases do not exist or need to be designed and it is sometimes difficult to create them retroactively. These bases are sometimes not adjustable and it creates difficulties to measure performance over time or across an industry.(Former consultant in a CSR company).

Accuracy.

Almost 50 percent of the respondents mentioned the relevance of certain indicators or measurement differences due to different units used to quantify such indicators. They also highlighted the lack of explanation of how the measures used in the sustainability reports are calculated. Moreover, respondents explained that these shortcomings are serious obstacles and render the reports' quantitative

or qualitative data less useable. Therefore, it is sometimes difficult to use this data to measure and compare the performance of companies:

First, there is the accuracy of the information contained in the report. What is the scope of the report? What is measured? Secondly, the quality of information is a problem. Often, the information is not reliable because it is not known how the measures were calculated. [...] Therefore, it is unclear where they stand. In many cases, there is no quantification. Even though there's qualitative assessment, it is often difficult to understand what the real performance was (Former consultant in a CSR company).

The limits, at this time, are the reliability of the information, its verifiability and comparability. There is little standardization. For example, companies say that they disclose information on their greenhouse gases but we have cubic meters as units of measurement without knowing how many units were produced, or there are tons of dollars of revenue [...]. These differences do not facilitate the usefulness of the data.

We pushed the GRI to try to define metrics that would be relevant; it is a job that they want to do in the future, but for now it has stagnated a bit.

So the limit is that we do not have metrics that are reliable, verifiable and comparable (CEO of a group specialized in SRI research and consulting).

These examples demonstrate the difficulties experienced by the users of the reports when determining the measured data, the measurement techniques, the bases of calculation used, and the margins of error.

These inaccuracies undermine the use of GRI sustainability reports as a tool for performance measurement and tend to obfuscate the performance actually achieved by the companies.

Timeliness. According to the GRI (2006), "the timing of release refers both to the regularity of reporting as well as its proximity to the actual events described in the report" (p. 16).

Although the timeliness of sustainability reports was not often mentioned by respondents as a factor limiting the quality of the sustainability reports, some did

highlight the issue: for example, one CEO stated that: “the limit also comes from the ability of the organizations themselves to produce the information needed in a timely manner” (CEO of a group specializing in research and consulting in SRI).

Responsible investment decisions are often made in the short term, which requires available and up-to-date information. However, due to the complexity of sustainability reports and the time needed to produce them, there is often a gap of more than a year between the publication of the report and the referenced year. This poses a problem for stakeholders wishing to receive available information in a timely manner:

Producing a sustainability report, according to the GRI standard, is often demanding, particularly in terms of time and expertise. Companies sometimes lack the resources to make information available in a timely manner to stakeholders (SRI Financial Advisor in a financial institution).

The production of sustainability reports is assigned either to internal services, such as public relations, or to external consultants. In both cases, it seems that it is difficult to provide the report in a timely manner. When reports are produced internally, companies may face a lack of expertise and resources. When the company acquires the services of external consultants, data collection and the analysis process are often longer than usual, due to the time required for consultants to familiarize themselves with each company’s context. Moreover, there may be pressure from the management. Failure to observe the principle of timeliness can create biased assessments and the illusion of transparency. Professionals who assess corporate sustainability performance might be tempted to refer to past performance results disclosed by the companies as they do not have access to updated information.

Since companies tend to highlight their positive outcomes and obfuscate their negative results, there is a risk that stakeholders evaluate such companies too positively.

Clarity. The lack of clarity of the GRI reports is a recurring topic in the responses of the participants. Nearly 80 percent of them raised this issue. This is

reflected both in qualitative and quantitative information and does not facilitate the understanding, accessibility, and usefulness of sustainability reports. This respondent's perspective illustrates this issue:

The sustainability reports raise many questions. There is, among others, a lack of precision and clarity of the information. For those of us who perform analysis of environmental, social and governance aspects, it is not always easy to find specific data for each aspect. This seems even more difficult with the GRI reports.

We are sometimes obliged to consult multiple sources in order to have the information sought (Analyst in an SRI research firm).

The lack of clarity is partly linked to the complexity of sustainability reports and the difficulties companies have reporting on different issues relevant to specific stakeholders (e.g. investors, environmental groups, citizens, employees). These issues are often poorly documented and difficult to measure. Information is therefore difficult to find and is not clearly presented to stakeholders, in particular those who are not experts in sustainable development issues.

Almost 47 percent of respondents mentioned this type of problem, which has an impact on the other principles for determining the quality of the information, such as comparability, accuracy, or reliability. In addition, about 53 percent of the respondents tend to assimilate, wrongly, or rightly, the lack of clarity in the majority of the qualitative information in the sustainability reports. For these respondents, exploring qualitative information rather than quantitative data does not facilitate a rigorous use of the reports and requires further efforts to search for and analyze it.

Such a position is part of a positivist paradigm according to which "what gets measured gets managed." The predominance of this paradigm among respondents explains the tendency to focus on quantitative data over qualitative data, which is more difficult to use. Nevertheless, the predominance of qualitative information may reflect a strategy used by some companies to vehicle excessive information through confusing language in order to obfuscate their poor performance.

This discrepancy is linked to another problem raised by 60 percent of the respondents: the amount of information disclosed in sustainability reports. Although participants encourage companies to produce detailed reports in order to account for their social and environmental impact, excessive and sometimes unnecessary details can obstruct the quality of sustainability reports:

Let's be clear: there is a huge amount of information whose relevance is questionable. Many, many words for nothing! Much wishful thinking! What I mean by wishful thinking is "We will reduce our emissions!", "Here is our strategy!" But without a concrete objective and without application methods [...]. As part of our evaluations, many found that there's a bias in transparency, i.e., companies that publish a lot of information outperform because they can fill a lot of space in the indicators (CEO of a group specializing in research and consulting in SRI).

The excessive amount of information disclosed does not only contribute to making reading sustainability reports difficult. Further analysis shows that it is also a strategy to manage the perceptions of sustainability report users. Using repetition or emphasizing certain words or expressions (reinforcement) is used to influence the perceptions of readers or to divert their attention.

Reliability. The lack of reliability of information was usually mentioned in connection with the other principles and with the need for external verification of the information.

Indeed, the lack of balance, comparability, accuracy, timeliness, and clarity makes the information less reliable. This lack of reliability reinforces the need for verification and certification practices:

I think that independent verification is needed because it is hard to rely on what companies publish. If a company declares that it reduces pollution year after year, I have no evidence that it is true. It is only the company's statement. It is a real problem (Extra-financial risk analyst in a pension fund).

We look at the evaluation level, if the report has been verified externally. If this is the case, the company earns more points than a company that did not have

its sustainability report checked (Specialist in environment in an SRI research group).

Generally speaking, close to 90 percent of respondents emphasized the importance and benefits of an external audit of sustainability reports in order to enhance the credibility and reliability of sustainability disclosure. From this perspective, the assurance of sustainability reports, in addition to facilitating the assessment of sustainability performance, influences the rankings made by the SRI professionals. Thus, the auditing or assurance process could be perceived not only as a means of strengthening the credibility of the sustainability reports, but also as a persuasive tool for corporate stakeholders:

Absolutely, for me, audit and assurance are a must. And I would say that the best reports are those that include an audit, an external assurance, by a third party. And you may know that, for example, as part of the carbon emissions trading, one needs to certify that the reports represent fair values. So assurance is very important (Extra-financial risk analyst in a pension fund).

In addition, the reliability of the assurance process appears closely linked to the level of independence held by the auditors:

[The] further the auditor is away from the company, [the] more confidence we have in the report. For example, an external audit is more reliable than an internal audit. And an audit by the GRI will be more reliable than an audit by a third party, because we do not know the relationship between the auditors and the company (Specialist in environment in an SRI research group).

Nevertheless, respondents do not consider the assurance process to be sufficient on its own for ensuring the quality of information, and about 70 percent of respondents raised concerns regarding this process. One of the primary concerns relates to the risk of conflict of interest and familiarity with the company:

Every seven years, it is necessary to change the auditing firm to ensure that auditors, at some point, do not become too familiar with the company. [...] The other point is that auditors should not have other contracts with the company or, if they do, the contracts should be minor. The audit must be their principal source of income, otherwise there would be a conflict of interest if they are auditors and consultants at the same time (Extra-financial risk analyst in a pension fund).

Discussion. The results of the study show that, although the GRI framework is seen as a step forward by respondents, the principles for determining the quality of a sustainability report are not substantially applied in practice. The main issues observed in the reports are related to a lack of balance, the disclosure of overly general and irrelevant information, the difficulty of analyzing performance over time and in determining quantitative targets for the coming years, the differences in the units used to quantify some indicators, overall lack of timeliness, precision, clarity, and reliability in the information reported by companies.

Despite these limitations, the GRI represents an important tool for strengthening the standardization and rigor of the reports, according to respondents. Although the GRI framework has not reached the same level of credibility and standardization as financial accounting guidelines, it is based on similar institutional arrangements and contributes to promote reporting practices perceived as legitimate and normatively appropriate (Etzion and Ferraro, 2010; Boiral and Gendron, 2011). This standardization and legitimization process ensuing from the GRI framework is reflected in the optimism of most respondents with regard to the benefits of this framework on the quality of sustainability reports. The value added of the GRI - particularly in promoting a common

language, similar indicators, and more consistent reporting practices - was highlighted by most respondents.

However, while the GRI has helped make progress in the area of sustainability reporting, it remains a “work in progress,” a learning process (Gond and Herrbach, 2006) and needs continuous improvement. Moreover, firms have little experience in reporting on their sustainability performance and their methods of collecting data are not well established; these elements will take time to become institutionalized (Boiral and Henri, 2015).

As a result, the application of the GRI principles, which are necessary to ensure the quality of sustainability reports, appears as uncertain in the eyes of respondents.

The lack of experience of reporting organizations and the limitations of the GRI framework are not the only reasons why the GRI principles are not rigorously applied.

According to respondents, beyond the previously mentioned opinion that some indicators are both too general and too vague, the GRI indicators tend to be selected, adapted, or modified according to the needs of companies and to enhance their image among stakeholders. This adaptation process tends to reflect impression management strategies that can significantly distort and undermine the sound application of the GRI principles.

By focusing on stakeholders’ perceptions on the application of these principles, this paper sheds more light on the impression management strategies that may be involved and contributes to the debate on the limitations of sustainability reports in general.

First, our findings on the perceived lack of balance of sustainability reports (focus on positive achievements, avoidance of information on controversies and negative aspects that might tarnish corporate reputation) echo the literature on the optimistic and unbalanced rhetoric of these reports (e.g. O’Dwyer and Owen, 2005; Cho et al., 2012, 2015; Boiral, 2013).

This lack of balance can be explained by impression management strategies

aimed at enhancing laudable achievement or obfuscating negative aspects (Merkl-Davies and Brennan, 2011; Cho et al., 2012; Khazaeli, 2013).