

УДК 81

СПЕЦИФИКА ВЕРБАЛЬНОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ESG-ПРИНЦИПОВ КОМПАНИИ

В.В. Денисова

Кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры иностранных языков
e-mail: veravdenisova2016@gmail.com

Государственный университет управления (г. Москва)

Проведенное исследование носит междисциплинарный характер и демонстрирует потенциал психолингвистики в сфере эффективного продвижения бизнеса. В современной деловой среде высоко ценится приверженность ESG-принципам, и это делает вопрос правильного самопозиционирования все более релевантным. Умение выгодно и эффективно продемонстрировать специфику и результаты устойчивого развития бизнеса повышает привлекательность компании и усиливает расположенность стейкхолдеров.

Анализ опыта российских компаний, лидирующих в сфере устойчивого развития, позволил выявить стратегию эффективного самопозиционирования. Психолингвистический, в частности фреймовый анализ ESG-отчета Сбербанка за 2022 год позволил разработать универсальную фреймово-слововую модель, ориентация на которую при вербальной репрезентации ESG-принципов и достижений компании позволит усилить ее потенциал при взаимодействии в форматах B2B и B2C.

Ключевые слова: психолингвистика, устойчивое развитие, ESG-отчет, вербальная репрезентация, фреймовый анализ, фреймово-слововая модель.

Введение

Динамично меняющаяся реальность вносит коррективы во все сферы жизнедеятельности современного общества. Новые тенденции и трансформации наблюдаются как на глобальном, так и на локальном уровнях. Особый интерес на наш взгляд вызывает тема экологичности/устойчивого развития (sustainability), непрерывно приобретающая все большую актуальность и находящая отражение как в индивидуальном, так и в коллективном сознании.

Акцент на экологичность диктует смену фокуса и меняет специфику мировосприятия, самопозиционирования и взаимодействия индивида с окружающей действительностью. Постепенно повышающаяся экологическая грамотность общества приводит к осознанию необходимости и положительных эффектов экологически ответственного поведения как отдельных индивидов, так и различного рода объединений, в том числе профессиональных. Как большие, так и маленькие компании по всему миру, начинают уделять все больше внимания проявлению корпоративной социальной ответственности. Данная политика распространяется на все сферы функционирования организации, начиная с создания соответствующей кадровой политики и формирования

корпоративной культуры и заканчивая налаживанием «экологичного» взаимодействия с клиентами, партнерами, обществом в целом и окружающей средой. Как показывает практика, компании, стремящиеся к получению статуса «sustainable» / «environmentally friendly» или уже имеющие таковой, могут рассчитывать на значительный рост популярности и весомые конкурентные преимущества. На сегодняшний день мировое сообщество стремится к большей осознанности и поэтапной реализации Sustainable Development Goals (Целей в области устойчивого развития) [SDGs [http](http://sdgs.un.org/)], имеющих потенциал к изменению качества жизни людей и восстановлению ранее утраченного баланса в ряде сфер. Ввиду этого, перспективность и эффективность любого взаимодействия как в межличностном, так и в деловом контексте, во многом зависит от экологической репутации сторон, в частности – их ценностей и целей, в том числе приверженности экоповестке и разностороннего ее продвижения. Для многих принципы ESG (Environmental, Social, Governance) уже превратились или постепенно превращаются из просто модной тенденции в стратегию и образ жизни, а также профессиональной деятельности.

Поначалу не все прогрессивные компании, принимавшие статус «sustainable», могли рассчитывать на него по праву, поскольку не имели реальных тому подтверждений. На сегодняшний день статус компании и степень экологичности ее процессов возможно оценить, обратившись к ежегодным отчетам об устойчивом развитии, размещаемым на официальных сайтах в открытом доступе. Данная тенденция получила распространение во всем мире и с каждым годом все больше укрепляет свои позиции в России. Ряд крупнейших российских компаний, таких как Сбербанк России, «Норильский никель», НОВАТЭК, «Роснефть», «Лукойл», «Газпром», «Яндекс», «Росатом», МТС, «Аэрофлот», уже не первый год руководствуются принципами ESG.

Традиционно понятие sustainability рассматривают в контексте экологии, жизни социума и экономики, что не идет вразрез с Целями в области устойчивого развития. Как результат, учеными во всем мире были ранее проведены и по-прежнему проводятся более или менее фундаментальные научные исследования, охватывающие широкий спектр вопросов экологичности и устойчивого развития в указанных сферах. При этом в поле внимания лингвистики и психолингвистики понятие sustainability попало сравнительно недавно. Мы полагаем, что данный ракурс его рассмотрения является довольно важным и перспективным, особенно для междисциплинарных исследований.

В современном мире в целом и любом отдельно взятом социуме в частности, устои и ценности которых устремлены в сторону экологически ответственного поведения на всех уровнях, особую роль начинает играть правильная репутация и/или эффективное самопозиционирование в

деловой и социальной среде. Следовательно, прогрессивные компании склонны открыто, максимально доступно и прозрачно транслировать свои ценности, а также способы и результаты их внедрения в производственный процесс. В данном ключе особого внимания заслуживает рассмотрение специфики вербального выражения корпоративной социальной ответственности. В предыдущих исследованиях мы обращались к опыту зарубежных компаний, занимавших лидерские позиции в области устойчивого развития [Denisova 2022]. Психолингвистический анализ их отчетов об устойчивом развитии, в частности фреймовый анализ отобранных текстов, позволили выявить коммуникативную стратегию, позволяющую компаниям сформировать в сознании реципиентов образ «sustainable company». Данная стратегия подразумевала использование ряда конкретных лексических единиц, при помощи которых возможно получить доступ к части ментального лексикона, хранящего информацию, связанную с корпоративной социальной ответственностью. Все эти вербальные опоры, являясь частью семантического поля и связующим звеном между индивидуальным сознанием и внешним миром, позволяют получить прицельный доступ к глубинным знаниям и извлечь из сознания те их фрагменты, которые необходимы для формирования и закрепления образа экологичной компании. Такого рода информация представляет особый интерес для организаций, не имеющих достаточного опыта в сфере ESG, но планирующих внедрить устойчивые практики в деятельность своего предприятия и желающих эффективно продемонстрировать результаты данного внедрения, тем самым стабилизируя свою репутацию и упрочивая свои позиции на рынке и в профессиональной среде.

Материалы и методы

Следование Целям в области устойчивого развития является довольно прогрессивной и позитивной тенденцией, в рамках которой поощряются любые инициативы, направленные на продвижение и реализацию экоповестки. Изначально получив большее распространение за рубежом, постепенно данная тенденция набрала достаточную популярность как в российском обществе в целом, так и в более узких профессиональных сферах, в частности среди разного рода российских организаций. Таким образом, чтобы быть в тренде и выделяться среди конкурентов российским компаниям также важно уметь должным образом представить свои достижения в области ESG. Ориентиром и/или образцом для подражания в данном случае могут выступать российские компании, занимающие и удерживающие ведущие позиции в рейтингах экологичности и устойчивого развития.

Одной из таких компаний является Сбербанк России. Согласно информации, представленной на официальном сайте и датированной сентябрем 2023 года, «Рейтинговое агентство АК&М присвоило

нефинансовой отчетности Сбера рейтинг на уровне RESG 1, что соответствует высшему уровню раскрытия информации об устойчивом развитии. Сбербанк первым среди финансово-кредитных организаций получил рейтинг ESG-отчетности» [Рейтинговое агентство АК&М присвоило Сберу... [http](#)]. В октябре на сайте банка появилась следующая информация «Национальное рейтинговое агентство (НРА) присвоило Сберу некредитный рейтинг на уровне AA.esg по шкале ESG, что подтверждает высокий уровень интеграции устойчивой повестки в деятельность банка. Сбер стал первой в стране компанией финансово-кредитного сектора с рейтингом AA.esg – максимальным из когда-либо присвоенных НРА» [НРА присвоило Сберу ESG-рейтинг... [http](#)]. Приведенная информация свидетельствует о ценности опыта Сбербанка и его весомом вкладе в устойчивое развитие страны, что в свою очередь делает его отчеты об устойчивом развитии ценным материалом для изучения.

На основе вышесказанного было принято решение обратиться к Годовому отчету Сбербанка за 2022 год [[http](#)], состоящему из двух частей: Отчет менеджмента и ESG-отчет. Текст ESG-отчета был подвергнут фреймовому анализу [Минский 1979], статистическому анализу и проанализирован с применением метода интерпретации данных. Целью проведенного психолингвистического исследования было создание фреймово-слотовой модели [Денисова 2012], активация которой позволит сгенерировать в индивидуальном сознании образ экологичной компании, успешно реализующей ESG-инициативы. Предполагалось, что упорядоченная совокупность лексических единиц, которые войдут в ее состав, станет проекцией соответствующей части ментального лексикона, а также отобранные слова/концепты смогут стать вербальными опорами, необходимыми для формирования имиджа экологичной компании, а также обеспечения четкого и устойчивого ассоциирования ее деятельности с приверженностью ESG-принципам.

Результаты

Анализ ESG-отчета Сбербанка показал ряд интересных результатов. Ввиду невозможности представить всё в рамках данной статьи, сделаем акцент на основном.

При первичном рассмотрении материала удалось сформировать семантическое поле, отражающее приоритетные направления деятельности компании в контексте ESG (Рис. 1). В предлагаемой универсальной фреймово-слотовой модели «ESG-принципы компании» выделенные направления выполняют функцию фреймов, структурных единиц первого порядка (в приведенном ниже описании отмечены буквой «Ф»). За каждым отдельным фреймом закреплен набор слотов. Для фреймово-слотовой модели характерна многоуровневость, а именно – наличие элементов

суперординатного и субординатного уровней. Слоты являются минимальными единицами общей структуры, относящимися к субординатному уровню. В представленном ниже описании модели приводятся лишь слоты первого базового уровня. Полная модель содержит несколько уровней слотов. Следовательно, каждый из перечисленных в данной работе слотов включает несколько рядов единиц следующего порядка, категоризирующих и конкретизирующих единицы предыдущих уровней.

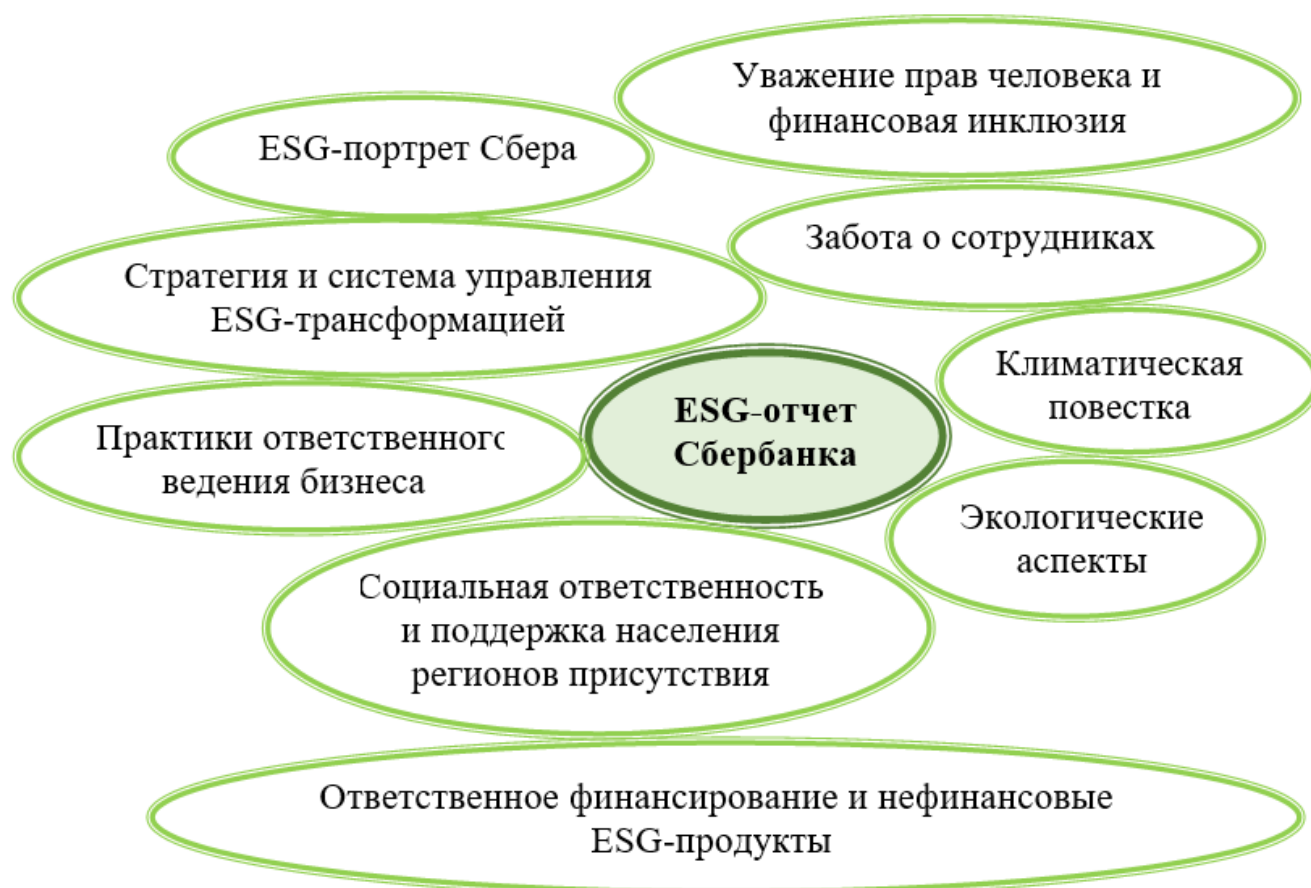


Рисунок 1. Семантическое поле «ESG-принципы в работе Сбербанка»

Фреймово-слотовая модель «ESG-принципы компании»

ESG-портрет Сбера (Ф)

слоты:

- Стратегия и система управления ESG-трансформацией
- Социальная ответственность и поддержка населения
- Забота о сотрудниках
- Уважение прав человека и финансовая инклюзия
- Ответственное финансирование и нефинансовые ESG-продукты
- Практики ответственного ведения бизнеса

- Климатическая повестка
- Экологические аспекты

Стратегия и система управления ESG-трансформацией (Ф)

слоты:

- ESG-стратегия
- Система управления ESG-трансформацией
- Существенные темы
 - окружающая среда
 - социальная сфера
 - корпоративное управление
 - экономическое процветание
- ESG-компас

Социальная ответственность и поддержка населения регионов присутствия (Ф)

слоты:

- Поддержка федеральных и региональных социально значимых проектов
- Благотворительная, спонсорская и социальная деятельность
- Образовательные инициативы
- Инициативы в сфере здравоохранения

Забота о сотрудниках (Ф)

слоты:

- Достижения
- Управление персоналом
- Многообразие сотрудников и инклюзия
- Достойные условия труда
- Корпоративная культура
- Обучение и развитие

Уважение прав человека и финансовая инклюзия (Ф)

слоты:

- Соблюдение прав человека
- Предоставление равного доступа к финансовым услугам
- Финансовая грамотность и благополучие

Ответственное финансирование и нефинансовые ESG-продукты (Ф)

слоты:

- ESG в корпоративном бизнесе
- ESG для регионов
- ESG для розничных клиентов и частных инвесторов

Практики ответственного ведения бизнеса (Ф)

слоты:

- *Деловая этика, комплаенс и противодействие коррупции*
- *Кибербезопасность*
- *Устойчивая цепочка поставок*
- *Налоговая стратегия*
- *Взаимодействие с органами государственной власти и отраслевыми ассоциациями*

Климатическая повестка (Ф)

слоты:

- *Управление климатической повесткой*
- *Климатические риски и возможности*
- *Методология и расчеты углеродного следа*
- *Климатическая стратегия*

Экологические аспекты (Ф)

слоты:

- *Экологический менеджмент*
- *Эффективное использование ресурсов*
- *Ответственное обращение с отходами*
- *Энергетический менеджмент*

Такого рода фреймово-слотовая модель [Денисова 2012] может использоваться как для вербальной репрезентации образов, хранящихся в нашем сознании, так и для образной репрезентации вербальных знаков. Ученые давно подтвердили, что слово и образ тесно связаны между собой. Образ, ментальная репрезентация, располагается в самом центре модели, поскольку он является медиатором между человеческим сознанием и внешним миром. Находясь в статичном состоянии, фреймово-слотовая модель лишь аккумулирует информацию об опыте взаимодействия индивида с окружающей действительностью, являясь своего рода отпечатком данного опыта, выраженного единицами ментального лексикона. Наш опыт и знания хранятся в сознании в виде образов. В то же время образ – это первичная когнитивная структура, возникающая в сознании при столкновении индивида с языковой реальностью и приводящая в действие фреймово-слотовую модель. Модель также имеет потенциал к обратной динамике. Необходимость вербализации когнитивного намерения, в основе которого также лежит образ, может запустить сеть информационного поиска и активировать модель.

Таким образом, эффективность самопозиционирования компании напрямую зависит от правильности подбора образов, которые должны порождаться в индивидуальном сознании при ознакомлении с

материалами ESG-отчетов и впоследствии при достаточной частоте воспроизведения формировать правильный ESG-портрет, а также создавать и поддерживать привлекательную репутацию. Правильные образы, в свою очередь, возможно вызвать при помощи правильно подобранных вербальных опор. Фреймово-слотовая модель, аналогичная модели «ESG-принципы компании», позволит получить более глубокий доступ к ментальному лексикону и необходимый отклик как от коллективного, так и от индивидуального сознания.

При работе с отчетом также было интересно обратить внимание на *частотность* и *специфику употребления* ключевого концепта **ESG** (Environmental, Social, Governance).

Термин ESG был употреблен составителями отчета 802 раза, что свидетельствует как о его неоспоримой значимости для отражения принципов деятельности Сбербанка, так и о необходимости его включения для оказания эффективного воздействия на сознание потенциальных реципиентов. Иногда он встречается отдельно как самостоятельная лексическая единица, иногда – как компонент сложных слов или словосочетаний. Далее представлены результаты частотного поиска и варианты сочетаемости лексемы ESG:

ESG-трансформация и его производные (98); *ESG-риск* и его производные (84); *Система управления ESG* (59); ... *в области ESG* (43); *Политика по ESG* и его производные (38); *ESG и устойчивое развитие* и его производные (36); *ESG Data Book* (34); *ESG-стратегия* и его производные (32); *ESG-новостка* и его производные (31); *ESG-комитет* (15); *ESG-отчет* и его производные (11); *ESG-показатели* и его производные (11); *ESG-профиль* и его производные (11); *ESG-рейтинг* и его производные (10); *ESG-портрет* (10); *(Национальный) ESG-Альянс* и его производные (8); *ESG-условия* и его производные (8); *ESG-кредит* и его производные (8); *ESG-компас* (8); *ESG-направления* и его производные (7); *ESG-инициатива* и его производные (7); *ESG-скрининг* (7); *ESG-инфраструктура* и его производные (6); *ESG-клиент* и его производные (6); *ESG-проект* и его производные (5); *ESG-модель* и его производные (5); *ESG-продукт* (5); *ESG-облигация* и его производные (4); *ESG-принцип* и его производные (4); *ESG-индекс* и его производные (4); *ESG-тема* и его производные (4); *ESG-рэнкинг* (4); *Политика в области ESG* (3); *ESG-требования* (3); *ESG Handbook* (3); *ESG-данных* (3); *ESG-новости* (2); *ESG-инновация года* (2); *ESG-эксперт* и его производные (2); *Курс «ESG: выбирая будущее»* (1); *Игра «ESG: выбирая будущее»* (1); *Управление вопросами ESG* (1); *ESG-привлекательность* (1); *Комплекс ESG-политик* (1); *ESG-консультирование* (1); *ESG-коммуникации* (1); *ESG-возможности* (1); *ESG-приоритеты* (1); *ESG-сертификат* (1); *ESG-индикаторы* (1); *ESG-политика* (1); *ESG-тренд* (1); *ESG-витрина* (1).

Выводы

Проведенное исследование показало, что значительное количество российских компаний довольно успешно справляется с реализацией Целей в области устойчивого развития. Те же из них, которые руководствуются принципами ESG и открыто транслируют информацию об успехах в области устойчивого развития, ничем не уступают по показателям зарубежным коллегам.

Цель исследования была достигнута. Нам удалось выявить специфику самопозиционирования российских компаний, следующих принципам ESG, на примере Сбербанка России. Полученные результаты позволили провести сопоставление с данными ранее проведенных исследований и прийти к выводу, что «sustainable companies» вне зависимости от страны происхождения и базирования внедряют в свою деятельность более или менее идентичные принципы и практики. Вероятно, это объясняется ориентацией на Цели в области устойчивого развития, стремлением придерживаться универсальной экологической повестки, а также готовностью к непрерывному обмену опытом в данной сфере.

Психолингвистический анализ ESG-отчета Сбербанка позволил разработать фреймово-слотовую модель «ESG-принципы компании», которая может стать опорой и ориентиром для организаций, готовых к ESG-трансформации и планирующих продвигать себя с позиции экологичности. Также данная модель может быть использована в качестве набора критериев оценки организаций на предмет реальной включенности в процесс устойчивого развития и их соответствия стандартам ESG.

Библиографический список

Годовой отчет Сбербанка за 2022 год [Электронный ресурс]. URL: https://www.sberbank.com/common/img/uploaded/_new_site/com/gosa2023/sber-ar-2022-ru.pdf (дата обращения: 25.09.2023).

Денисова В.В. Специфика образной репрезентации проксимов в лексиконе человека (экспериментальное исследование): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Курск, 2012. 197 с.

Минский М. Фреймы для представления знаний: пер. с англ. М.: Энергия, 1979. 152 с.

НРА присвоило Сберу ESG-рейтинг на уровне AA.esg (06.10.2023) [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sberbank.com/ru/sustainability/news/article?newsID=0a6a8e0b-cfe2-47ce-a258-dfa48d9e582b&blockID=fee571ad-8da3-4eae-afdb-4b2d7e28cb16®ionID=77&lang=ru&type=NEWS> (дата обращения: 06.10.2023).

Рейтинговое агентство АК&М присвоило Сберу высший рейтинг ESG-отчётности (27.09.2023) [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sberbank.com/ru/sustainability/news/article?newsID=aefd564f-2916-47bd-a694-58fd5ce07545&blockID=fee571ad-8da3-4eae-afdb-4b2d7e28cb16®ionID=77&lang=ru&type=NEWS> (дата обращения: 27.09.2023).

Denisova V.V. Corporate sustainability exposure in digital environment as a modern basis of effective B2B and B2C communication [Электронный ресурс] // Теория языка и межкультурная коммуникация. 2022. № 4 (47). С. 68–75. URL: https://api-mag.kursksu.ru/api/v1/get_pdf/4647/ (дата обращения: 25.09.2023).

The 17 Sustainable Development Goals (SDGs) [Electronic source]. URL: <https://sdgs.un.org/goals> (access date: 25.09.2023).

References

Godovoj otchet Sberbanka za 2022 god [Elektronnyj resurs]. URL: https://www.sberbank.com/common/img/uploaded/_new_site/com/gosa2023/sber-ar-2022-ru.pdf (data obrashcheniya: 25.09.2023).

Denisova V.V. Specifika obraznoj reprezentacii proksonimov v leksikone cheloveka (eksperimental'noe issledovanie): dis. ... kand. filol. nauk: 10.02.19. Kursk, 2012. 197 s.

Minskij M. Frejmy dlya predstavleniya znaniy: per. s angl. M.: Energiya, 1979. 152 s.

NRA prisvoilo Sberu ESG-rejting na urovne AA.esg (06.10.2023) [Elektronnyj resurs]. URL: <https://www.sberbank.com/ru/sustainability/news/article?newsID=0a6a8e0b-cfe2-47ce-a258-dfa48d9e582b&blockID=fee571ad-8da3-4eae-afdb-4b2d7e28cb16&ionID=77&lang=ru&type=NEWS> (data obrashcheniya: 06.10.2023).

Rejtingovoe agentstvo AK&M prisvoilo Sberu vysshij rejting ESG-otchyotnosti (27.09.2023) [Elektronnyj resurs]. URL: <https://www.sberbank.com/ru/sustainability/news/article?newsID=aefd564f-2916-47bd-a694-58fd5ce07545&blockID=fee571ad-8da3-4eae-afdb-4b2d7e28cb16&ionID=77&lang=ru&type=NEWS> (data obrashcheniya: 27.09.2023).

Denisova V.V. Corporate sustainability exposure in digital environment as a modern basis of effective B2B and B2C communication [Электронный ресурс] // Теория языка и межкультурная коммуникация. 2022. № 4 (47). С. 68–75. URL: https://api-mag.kursksu.ru/api/v1/get_pdf/4647/ (дата обращения: 25.09.2023).

The 17 Sustainable Development Goals (SDGs) [Electronic source]. URL: <https://sdgs.un.org/goals> (access date: 25.09.2023).