

Spis treści

Wykaz skrótów	8
Wstęp.....	10
ROZDZIAŁ I. Narracje w rachunkowości.....	20
1.1. Rachunkowość jako system informacyjny i narzędzie komunikacji	21
1.2. Język a rachunkowość	32
1.3. Istota i rozwój narracji w rachunkowości	43
1.4. Sprawozdawczość narracyjna	50
ROZDZIAŁ II. Zarządzanie wrażeniem w rachunkowości.....	58
2.1. Istota zarządzania wrażeniem.....	59
2.2. Zarządzanie wrażeniem w rachunkowości za pomocą narracji	63
2.3. Sposoby zarządzania wrażeniem za pomocą narracji w rachunkowości.....	90
2.4. Sprawozdanie z działalności jako przedmiot zarządzania wrażeniem.....	98
ROZDZIAŁ III. Narracje i zarządzanie wrażeniem w naukach społecznych i humanistycznych.....	112
3.1. Narracje i zarządzanie wrażeniem w świetle nauk społecznych	113
3.2. Narracje i zarządzanie wrażeniem w świetle nauk humanistycznych.....	121
3.3. Zewnętrzna weryfikacja sprawozdawczości narracyjnej	127
3.4. Sposoby badania narracji w sprawozdawczości	137
3.5. Metody wykrywania zarządzania wrażeniem w narracyjnych formach sprawozdawczych	142
ROZDZIAŁ IV. Narracje i zarządzanie wrażeniem w polskiej praktyce gospodarczej – badanie empiryczne	152
4.1. Cele badania empirycznego	153
4.2. Próba badawcza.....	154
4.3. Opis badania empirycznego.....	160
4.4. Wyniki badania empirycznego.....	163
4.5. Wnioski z przeprowadzonego badania	199

ROZDZIAŁ V. Propozycja badania zarządzania wrażeniem w narracyjnych formach sprawozdawczych	208
5.1. Klasyfikacja strategii zarządzania wrażeniem za pomocą narracji w sprawozdawczości	209
5.2. Klasyfikacja metod wykrywania zarządzania wrażeniem w narracyjnych formach sprawozdawczych.....	227
5.3. Wskaźnik zarządzania wrażeniem w sprawozdawczości narracyjnej	243
5.4. Przykład zastosowania wskaźnika zarządzania wrażeniem w sprawozdawczości narracyjnej.....	259
Zakończenie.....	266
Załącznik.....	282
Listy do akcjonariuszy jako przykład zastosowania wskaźnika zarządzania wrażeniem w sprawozdawczości narracyjnej.....	283
Bibliografia	300
Strony internetowe.....	321
Sprawozdania z działalności (wykorzystane w rozdziale IV).....	321
Narratives in accounting as an impression management tool. Summary.....	324