

Atsakingos ir tvarios plėtros komunikacija

Atsakingos ir tvarios plėtros komunikacija yra labai aktuali tematika sparčiai besikeičiančiame pasaulyje, apimanti dalijimąsi informacija ir supratimo apie darnaus vystymosi tikslus, strategijas ir veiksmus didinimą. Tai įtrauki ir sutelkianti suinteresuotąsias šalis ir plačiąją visuomenę komunikacija, skatinanti tvarią plėtrą per visuomenės informavimą, gyvenimo ir elgsenos pokyčių kaitą, socialinių bei aplinkosauginių problemų identifikavimą, tvarių praktikų bei elgsenos modelių taikymą.

Disertacinių tyrimų laukas: visuomenės/vartotojų sąmoningumo ir suvokimo didinimas tvarios plėtros kontekste; visuomenės dalyvavimo klimato kaitos švelninimo procesuose skatinimas; visuomenės informavimo kampanijų kūrimas; tvarios organizacijos koncepcija; įmonių socialinė atsakomybė; žaliaji vartotojų/darbuotojų elgsena; tvari lyderystė; pasitikėjimą stiprinančios intervencijos, skatinančios individų dalyvavimą su tvaria elgsena susijusių sprendimų priėmimo procesuose; viešosios nuomonės įtaka tvarios organizacijos veiklai; komunikacijos įrankiai ir technologijos atsakingos ir tvarios plėtros skatinimui; atsakinga ir tvari veikla organizacijų reputacijos didinimui bei veiklos rizikų mažinimui.

Responsible and Sustainable Development Communication

Communication for responsible and sustainable development is a very relevant topic in a rapidly changing world, involving the sharing of information and raising awareness of sustainable development goals, strategies and actions. It is an inclusive and mobilizing stakeholder and general public communication that promotes sustainable development through public awareness, lifestyle and behavioral change, identification of social and environmental issues, and application of sustainable practices and behavioral patterns. *Dissertation research field:* increasing public/consumer awareness and perception in the context of sustainable development; promotion of public participation in climate change mitigation processes; creating public awareness campaigns; concept of sustainable organization; Corporate social responsibility; green consumer/employee behaviour; sustainable leadership; confidence-building interventions that promote the participation of individuals in decision-making processes related to sustainable behavior; the influence of public opinion on the activities of a sustainable organization; communication tools and technologies for promoting responsible and sustainable development; responsible and sustainable activities for increasing the reputation of organizations and reducing operational risks