

**NHỮNG ĐÓNG GÓP KHOA HỌC VÀ ĐIỂM MỚI
CỦA LUẬN ÁN TIẾN SĨ**

Nghiên cứu sinh: Trần Thúy Nga

Đề tài nghiên cứu: *“Ảnh hưởng nội dung thông điệp truyền thông tiêu dùng bền vững đến thanh niên Việt Nam của các tổ chức phi chính phủ”*.

Chuyên ngành: Quan hệ công chúng

Mã số: 9320108

Người hướng dẫn khoa học: PGS,TS. Đinh Thị Thúy Hằng

PGS,TS. Bùi Thu Hương

Cơ sở đào tạo: Học viện Báo chí và Tuyên truyền

Những đóng góp khoa học của luận án

Về **lý luận**, luận án hệ thống hóa và tổng hợp các lý thuyết về ảnh hưởng của nội dung thông điệp truyền thông đối với nhóm công chúng thanh niên trong lĩnh vực tiêu dùng bền vững. Nghiên cứu góp phần mở rộng khung lý thuyết về nội dung và hiệu quả truyền thông, bổ sung cách tiếp cận mới trong việc phân tích mối quan hệ giữa thông điệp và hành vi công chúng trong bối cảnh truyền thông hiện đại.

Về **thực tiễn**, thông qua khảo sát và phân tích dữ liệu về ảnh hưởng của thông điệp truyền thông tiêu dùng bền vững tới thanh niên Việt Nam, luận án đề xuất các giải pháp nâng cao hiệu quả thiết kế và thực thi thông điệp. Kết quả nghiên cứu cung cấp nguồn tư liệu hữu ích cho các chuyên gia, nhà làm nội dung và hoạch định chính sách trong việc xây dựng chiến lược truyền thông thúc đẩy hành vi tiêu dùng bền vững.

Điểm mới của luận án

Thứ nhất, **về tiếp cận lý luận**, luận án là công trình đầu tiên tại Việt Nam nghiên cứu chuyên sâu ảnh hưởng của nội dung thông điệp truyền thông từ các tổ chức phi chính phủ tới thanh niên – nhóm công chúng có đặc trưng riêng về lối sống và tiếp nhận thông tin. Nghiên cứu đã làm rõ đặc điểm của thanh niên trong môi trường truyền thông mới, bổ sung cho lý luận về truyền thông tiêu dùng bền vững và nghiên cứu công chúng tại Việt Nam.

Thứ hai, **về thực tiễn**, luận án phân tích cụ thể tác động của thông điệp đến nhận thức, thái độ và hành vi tiêu dùng bền vững của thanh niên tại ba đô thị lớn: Hà Nội, Đà Nẵng và TP. Hồ Chí Minh. Kết quả cung cấp dữ liệu thực nghiệm giá trị, góp phần hoàn thiện cơ sở khoa học cho việc đánh giá hiệu quả truyền thông và định hướng chiến lược truyền thông vì phát triển bền vững.

Thứ ba, **về giá trị ứng dụng**, nghiên cứu hỗ trợ các nhà truyền thông, tổ chức xã hội và cơ quan quản lý trong việc thiết kế thông điệp phù hợp hơn với tâm lý và hành vi giới trẻ, qua đó tăng cường hiệu quả truyền thông, khuyến khích trách nhiệm xã hội và tiêu dùng bền vững.

Thứ tư, **về ý nghĩa xã hội**, luận án góp phần thực hiện cam kết của Việt Nam với cộng đồng quốc tế trong lĩnh vực phát triển bền vững, đồng thời củng cố vai trò tiên phong của thanh niên trong quá trình thay đổi hành vi tiêu dùng và quản trị truyền thông vì lợi ích chung.

NGƯỜI HƯỚNG DẪN 1

NGƯỜI HƯỚNG DẪN 2

NGHIÊN CỨU SINH

PGS,TS. Đinh Thị Thúy Hằng

PGS,TS. Bùi Thu Hương

Trần Thúy Nga