

THÔNG TIN TÓM TẮT

VỀ NHỮNG KẾT LUẬN MỚI CỦA LUẬN ÁN TIỀN SỸ

1. Tên đề tài: ***“Nhận thức và hành vi của người nông dân Việt Nam về truyền thông quảng bá sản phẩm OCOP”***

2. Chuyên ngành: Quan hệ công chúng

3. Mã số: 9.32.01.08

4. Nghiên cứu sinh: Trần Thị Thuỳ Dương

5. Người hướng dẫn: PGS.TS. Đỗ Chí Nghĩa và PGS.TS. Phạm Hương Trà

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

7. Những kết luận mới của luận án

Luận án đã xây dựng khung phân tích về nhận thức và hành vi truyền thông quảng bá sản phẩm OCOP của người nông dân Việt Nam trên cơ sở tích hợp lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB), lý thuyết nhận thức xã hội (SCT) và lý thuyết truyền thông tham gia. Đây là cách tiếp cận liên ngành, góp phần bổ sung cơ sở lý luận cho nghiên cứu truyền thông phát triển ở Việt Nam.

Luận án tiếp cận người nông dân với tư cách là chủ thể truyền thông trong hoạt động quảng bá sản phẩm OCOP thay vì chỉ là đối tượng tiếp nhận thông tin. Kết quả nghiên cứu làm rõ vai trò của người nông dân trong quá trình chia sẻ và lan tỏa thông tin về sản phẩm OCOP trong bối cảnh chuyển đổi số hiện nay.

Luận án cung cấp dữ liệu thực nghiệm từ 988 người nông dân tại 5 địa phương đại diện cho các vùng kinh tế - xã hội khác nhau của Việt Nam. Qua đó chỉ ra khoảng cách giữa nhận thức và hành vi tham gia truyền thông thực tế; đồng thời xác định vai trò của năng lực bản thân và các điều kiện hỗ trợ truyền thông quảng bá sản phẩm OCOP.

Luận án đề xuất giải pháp nhằm nâng cao năng lực truyền thông số, phát huy vai trò chủ thể của người nông dân trong truyền thông quảng bá sản phẩm OCOP, góp phần nâng cao hiệu quả thực hiện Chương trình OCOP trong giai đoạn hiện nay.

Người hướng dẫn khoa học

Nghiên cứu sinh

PGS. TS. Đỗ Chí Nghĩa PGS.TS. Phạm Hương Trà Trần Thị Thuỳ Dương

