

THÔNG TIN TÓM TẮT VỀ NHỮNG KẾT LUẬN MỚI CỦA LUẬN ÁN TIẾN SĨ

1. Tên đề tài: **Thông điệp về môi trường kinh doanh tại Việt Nam trên báo mạng điện tử quốc tế**
2. Ngành/chuyên ngành: Báo chí học
3. Mã số: 9 32 01 01
4. Nghiên cứu sinh: **Phạm Thị Hồng Vân**
5. Người hướng dẫn: 1. PGS, TS. Vũ Thanh Vân
2. TS. Lê Thu Hà

6. Cơ sở đào tạo: Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh

7. Những đóng góp mới của luận án:

Thứ nhất, luận án xây dựng khung phân tích liên ngành tích hợp lý thuyết truyền thông bao gồm: lý thuyết thiết lập chương trình nghị sự (McCombs & Shaw, 1972), lý thuyết đóng khung (Entman, 1993), và lý thuyết về môi trường kinh doanh: mô hình PESTEL (Aguilar, 1967), mô hình OLI (Dunning, 1988, 2000) thành một hệ thống phân tích phù hợp với đặc thù của nền kinh tế mới nổi trong bối cảnh thu hút FDI, đặc biệt là hệ thống 16 chỉ báo thuộc 5 nhóm chủ đề. Đây là sự kết hợp chưa từng được thực hiện trong các nghiên cứu trước, cho phép vừa phân tích thông điệp theo phương pháp luận báo chí học, vừa đánh giá nội dung theo tiêu chí nhà đầu tư quốc tế quan tâm. Khung phân tích này có thể ứng dụng cho các nghiên cứu tương tự tại các quốc gia đang phát triển khác.

Thứ hai, luận án góp phần làm phong phú lĩnh vực nghiên cứu liên ngành giữa báo chí học, kinh tế quốc tế và quan hệ quốc tế, đặc biệt trong việc làm rõ các thao tác phân tích nội dung định tính và định lượng thông điệp báo chí về môi trường kinh doanh, một lĩnh vực còn ít được nghiên cứu có hệ thống tại Việt Nam.

Thứ ba, luận án đóng góp một nghiên cứu thực nghiệm phân tích hệ thống thông điệp về môi trường kinh doanh tại Việt Nam trên ba tờ báo mạng điện tử quốc tế, cụ thể là tại khu vực Đông Á (South China Morning Post từ Hồng Kông, Trung Quốc, Nikkei Asia từ Nhật Bản và The Korea Times từ Hàn Quốc) trong giai đoạn 2018-2023. Luận án nhận diện đặc điểm nội dung và hình thức thông điệp, xác định điểm tương đồng và khác biệt trong chương trình nghị sự và khung

thông điệp giữa ba tờ báo, đồng thời nhận diện khoảng cách có hệ thống giữa thông điệp chủ đích của Việt Nam và thực trạng thông điệp trên không gian truyền thông quốc tế. Trên cơ sở đó, luận án đề xuất hệ thống khuyến nghị cho năm nhóm chủ thể liên quan nhằm nâng cao hiệu quả truyền thông đối ngoại và thu hút FDI chất lượng cao./.

Người hướng dẫn 1

Người hướng dẫn 2

Nghiên cứu sinh

PGS, TS. Vũ Thanh Vân

TS. Lê Thu Hà

Phạm Thị Hồng Vân