

NGÔN NGỮ TRUYỀN THÔNG
QUA BA SẢN PHẨM TRUYỀN THÔNG XÃ HỘI
(TRÊN TƯ LIỆU TIẾNG VIỆT)

1. Họ và tên nghiên cứu sinh: ĐINH KIỀU CHÂU

2. Giới tính: Nữ

3. Ngày sinh: 16/07/1973

4. Nơi sinh: Hà Nội

5. Quyết định công nhận nghiên cứu sinh số: 2387/SĐH-ĐT, ngày 29/06/2007

6. Các hình thức thay đổi trong quá trình đào tạo: Không

7. Tên đề tài luận án: ***“Ngôn ngữ truyền thông qua ba sản phẩm truyền thông xã hội (trên tư liệu tiếng Việt)”***

8. Chuyên ngành: Lí luận ngôn ngữ

9. Mã số: 62.22.01.01

10. Cán bộ hướng dẫn khoa học: GS.TS. Lê Quang Thiêm

11. Tóm tắt các kết quả mới của luận án:

- Luận án là một trong những công trình đầu tiên ở Việt Nam nghiên cứu ngôn ngữ truyền thông nên có tính thời sự và ứng dụng cao.

- Luận án đã phân tích, tổng kết những nội dung cốt lõi liên quan đến lý luận về truyền thông, truyền thông xã hội, mối quan hệ giữa ngôn ngữ với truyền thông và đặc trưng của ngôn ngữ truyền thông.

- Thông qua phân tích dụng học một cách định tính trên ba sản phẩm truyền thông xã hội tiêu biểu lần đầu tiên được lựa chọn nghiên cứu (Lời căn dặn của Chủ tịch Hồ Chí Minh (1945-1969), Khẩu hiệu Kháng chiến trong thời kỳ chống Pháp-Mỹ (1945 – 1975), Thông điệp truyền thông Phát triển cộng đồng về sức khỏe (1998-2008)), Luận án đã trình bày và phân tích về mặt lí luận cũng như thực tế vai trò và tầm quan trọng của ngôn ngữ truyền thông trong giao tiếp bằng tiếng Việt ở Việt Nam.

12. Khả năng ứng dụng trong thực tế: Luận án sẽ là tài liệu phục vụ cho việc giảng dạy và học tập chuyên ngành Ngôn ngữ học, đặc biệt là Ngôn ngữ học ứng dụng. Ngoài ra luận án cũng có thể được sử dụng như tài liệu tham khảo đối với chuyên ngành truyền thông và các thực hành truyền thông trong cộng đồng.

13. Những hướng nghiên cứu tiếp theo:

- Về lí luận: nghiên cứu ngôn ngữ truyền thông theo hướng gắn ngôn ngữ với nhu cầu xã hội, đặc biệt trên phương diện chức năng tác động của ngôn ngữ;
- Về thực tiễn: hướng đến việc áp dụng những lí luận mới về truyền thông học, ngôn ngữ học vào việc nâng cao chất lượng thiết kế thông điệp truyền thông;
- Về phạm vi: nghiên cứu có thể mở rộng ra các không gian khác của truyền thông như nghệ thuật, phát triển cộng đồng, truyền thông thương mại và tiếp thị.

14. Các công trình đã công bố liên quan đến luận án:

1. Đinh Kiều Châu (1998), “Bước đầu tìm hiểu khái niệm sản phẩm ngôn ngữ và tiếp thị xã hội”, *Kỷ yếu Hội thảo Ngữ học Trẻ*, Hội Ngôn ngữ học Việt Nam, tr. 151-153.
2. Đinh Kiều Châu (1999), “Phân loại thông tin ngôn ngữ và thông tin truyền thông”, *Kỷ yếu Hội thảo Ngữ học Trẻ*, Hội Ngôn ngữ học Việt Nam, tr. 17-19.
3. Đinh Kiều Châu (2007), “Ngôn ngữ truyền thông: Ngôn ngữ với việc tạo dựng thương hiệu”, *Tạp chí Ngôn ngữ & Đời sống* (4), tr. 1-4.
4. Đinh Kiều Châu (2008), “Ngôn ngữ truyền thông xã hội qua những lời căn dặn của Chủ tịch Hồ Chí Minh”, *Tạp chí Ngôn ngữ & Đời sống* (5), tr. 1-5.
5. Đinh Kiều Châu (2009), “Về một vài khía cạnh ngôn ngữ truyền thông với việc thiết kế thương hiệu (Trên tư liệu tiếng Việt)”, *Tạp chí Ngôn ngữ* (11), tr. 63-72.
6. Đinh Kiều Châu (2010), “Ngôn ngữ khẩu hiệu kháng chiến (1945-1975) từ bình diện hành động ngôn từ và chức năng tác động”, *Kỷ yếu Hội thảo Ngôn ngữ học và các ngôn ngữ ở Việt Nam 2010*, Nxb Đại học Quốc gia, Hà Nội, tr. 25-33.
7. Đinh Kiều Châu (2010), “Ngôn ngữ truyền thông xã hội tiếng Việt qua các thông điệp Truyền thông phát triển cộng đồng (Trên tư liệu thông điệp truyền thông về sức khỏe)”, *Tạp chí Khoa học Đại học Quốc gia Hà Nội* (3), tr. 23-28.
8. Đinh Kiều Châu (2011), “Ngôn ngữ truyền thông phát triển cộng đồng qua phân tích chức năng các thông điệp truyền thông về sức khỏe”, *Tạp chí Từ điển & Bách khoa thư* (1), tr. 25- 28.