

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИАЛЬНЫХ НАУК
Кафедра социальной коммуникации**

ПАВЛОВИЧ
Диана Сергеевна

**РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРОБЛЕМАТИКИ СОЦИАЛЬНОЙ
ОТВЕТСТВЕННОСТИ ТНК В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА
(на примере Facebook)**

Реферат дипломной работы

Научный руководитель:
кандидат социологических наук,
доцент Т. В. Купчинова

Минск, 2016

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Объем дипломной работы составляет 58 страниц и включает 2 иллюстрации, 2 приложения и 42 использованных источника.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ, СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА, ТРАНСНАЦИОНАЛЬНАЯ КОРПОРАЦИЯ, СОЦИАЛЬНЫЙ ИМИДЖ, СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА, РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА, СПОНСОРСТВО, БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ, СОЦИАЛЬНАЯ ОТЧЕТНОСТЬ.

Объект исследования дипломной работы – социальная ответственность транснациональных корпораций. Предмет исследования дипломной работы – особенности репрезентации проблематики социальной ответственности ТНК в социальных медиа. Цель дипломной работы - выявление особенностей репрезентации проблематики социальной ответственности ТНК в социальных медиа. Методологическую основу дипломной работы составили общенаучные методы, такие как анализ и синтез, исторический метод, а также частно-научный, используемый при проведении социологических исследований, метод контент-анализа.

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: выделен ряд понятий, подходов и уровней социальной ответственности, обозначена проблематика репрезентации социальной ответственности ТНК в социальных медиа, обозначено возможное решение для решения вопроса репрезентации социальной ответственности ТНК в социальных медиа.

Актуальность полученных результатов обусловлена отсутствием рассмотрения репрезентации социальной ответственности ТНК в социальных медиа в качестве важного фактора в формировании положительного имиджа компании. Полученные результаты характеризуются широкими возможностями теоретического и практического применения. Материалы дипломной работы могут применяться в учебном процессе, а также при разработке стратегии презентации социальной ответственности в социальных медиа.

Материалы и результаты дипломной работы были получены на основании достоверных источников и самостоятельно проведенных теоретических и практических исследований.

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Объем дипломной работы составляет 58 страниц и включает 2 иллюстрации, 2 приложения и 42 использованных источника.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ, СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА, ТРАНСНАЦИОНАЛЬНАЯ КОРПОРАЦИЯ, СОЦИАЛЬНЫЙ ИМИДЖ, СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА, РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА, СПОНСОРСТВО, БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ, СОЦИАЛЬНАЯ ОТЧЕТНОСТЬ.

ТРАНСНАЦЫЯНАЛЬНАЯ КАРПАРАЦЫЯ, САЦЫЯЛЬНЫ ІМІДЖ, САЦЫЯЛЬНЫЯ МЕДЫЯ, РЭПРЭЗЕНТАЦЫЯ Ў САЦЫЯЛЬНЫХ МЕДЫЯ, СПОНСАРСТВА, ДАБРАЧЫННАСЦЬ, САЦЫЯЛЬНАЯ СПРАВАЗДАЧНАСЦЬ.

Аб'ект даследавання дыпломнай работы - сацыяльная адказнасць транснацыянальных карпарацый. Прадмет даследавання дыпломнай работы - асаблівасці рэпрэзентацыі праблематыкі сацыяльнай адказнасці ТНК ў сацыяльных медыя. Мэта дыпломнай працы - выяўленне асаблівасцяў рэпрэзентацыі праблематыкі сацыяльнай адказнасці ТНК ў сацыяльных медыя. Метадалагічную аснову дыпломнай работы склалі агульнанавуковыя метады, такія як аналіз і сінтэз, гістарычны метады, а таксама прыватна-навуковы, які выкарыстоўваецца пры правядзенні сацыялагічных даследаванняў, метады кантэнт-аналізу.

У працэсе напісання дыпломнай работы былі атрыманы наступныя вынікі: вылучаны шэраг паняццяў, падыходаў і ўзроўняў сацыяльнай адказнасці, пазначана праблематыка рэпрэзентацыі сацыяльнай адказнасці ТНК ў сацыяльных медыя, прапанавана магчымае рашэнне для вырашэння пытання рэпрэзентацыі сацыяльнай адказнасці ТНК ў сацыяльных медыя.

Актуальнасць атрыманых вынікаў абумоўлена адсутнасцю разгляду рэпрэзентацыі сацыяльнай адказнасці ТНК ў сацыяльных медыя ў якасці важнага фактару ў фарміраванні станоўчага іміджу кампаніі. Атрыманыя вынікі характарызуюцца шырокімі магчымасцямі тэарэтычнага і практычнага прымянення. Матэрыялы дыпломнай працы могуць прымяняцца ў навучальным працэсе, а таксама пры распрацоўцы стратэгіі прэзентацыі сацыяльнай адказнасці ў сацыяльных медыя.

Матэрыялы і вынікі дыпломнай працы былі атрыманы на падставе дакладных крыніц і самастойна праведзеных тэарэтычных і практычных даследаванняў.

GRADUATE THESIS SUMMARY

The thesis consists of 58 pages and includes 2 picture, 2 Appendixes and 42 sources used.

KEYWORDS: CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, SOCIALLY RESPONSIBLE BUSINESS, TRANSNATIONAL CORPORATION, SOCIAL IMAGE, SOCIAL MEDIA, REPRESENTATION IN SOCIAL MEDIA, SPONSORSHIP, CHARITY, SOCIAL ACCOUNTABILITY.

The object of the thesis is the social responsibility of transnational corporations. Subject of the research thesis is the features of representation the social responsibility of transnational corporation in social media. The aim of the thesis is to determine the characteristics of representation of the social responsibility of

transnational corporations in social media. Methodological basis of the thesis was constituted by general scientific methods, such as analysis and synthesis, the historical method, and method used in sociological research, as a content analysis method.

In the course of writing this thesis following results were obtained: highlighted a number of concepts, approaches and levels of social responsibility, social responsibility issues designated representation of transnational corporation in social media, suggested a possible solution to address the issue of representation of the social responsibility of transnational corporation in social media.

The relevance of the results is due to the lack of consideration of the representation of the social responsibility of transnational corporation in social media as an important factor in the formation of a positive image of the company. The obtained results are characterized by wide possibilities of theoretical and practical application. Materials of the thesis can be implemented in the educational process, as well as in the development of social responsibility in the presentation of the strategy of social media.

The materials and results of the thesis were obtained on the basis of reliable sources and independently carried out theoretical and practical research.