

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

**ЛОБАН**  
Екатерина Николаевна

**ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ  
(на примере блога «koko.by»)**

Дипломная работа  
АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 01 15 «Социальные коммуникации»

Научный руководитель  
кандидат философских наук,  
доцент Н. В. Ефимова

Минск, 2019

## АННОТАЦИЯ

Объект исследования дипломной работы – коммуникационные сети потребителей в Интернете. Предмет исследования дипломной работы – информационное взаимодействие подписчиков блога «koko.by» в Instagram. Цель дипломной работы - оценить взаимодействие между подписчиками блогера, связанного с рекламными материалами. Методологическую основу дипломной работы составили общенаучные методы: метод анализа и синтеза, метод индукции и дедукции, кейс-стади, а также частнонаучные, используемые при проведении социологических исследований (сетевой анализ).

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: выделен ряд ключевых характеристик информационного общества, которые были обусловлены его историческим развитием; определены основные характеристики поколения Z, сложившиеся в результате развития информационных технологий; определена и предложена структура элементов блога «koko.by»; предложено основание для оценки потребительского поведения молодёжи под влиянием блогерской сферы и дан ряд рекомендаций по его изучению.

Новизна полученных результатов обусловлена отсутствием комплексного изучения материалов блогеров и их влияния на коммуникационные сети потребителей. Полученные результаты характеризуются широкими возможностями теоретического и практического применения. Материалы дипломной работы могут применяться в учебном процессе, а также при разработке имиджевой стратегии брендов.

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

*Ключевые слова: поведение потребителей, информационное общество, процесс принятия решения, поколение z, теория поколений, социальные сети, блог «koko.by», instagram, интернет, партнёрский материал, popsters, сплочённость группы, центральность по степени, коммуникационные сети.*