В настоящее время существует значительный интерес к изучению влияния социальных медиа на поведение потребителей. Большинство исследований в этой области фокусируются на влиянии социальных медиа на покупные решения, но редко анализируют, как социальные медиа могут влиять на другие аспекты жизни, такие как социальные связи и самооценка.

В рамках данной дипломной работы, научной новизной является оценка влияния социальных медиа на межличностные отношения и самооценку молодых людей. Большинство исследований сконцентрировано на изучении влияния социальных медиа на покупательское поведение, однако, роль социальных медиа в формировании и поддержании социальных связей и самооценки остается мало исследованной областью.

В данной работе будет проведен анализ влияния активности в социальных медиа (количество друзей и подписчиков в социальных сетях, количество лайков и комментариев под постами) на качество межличностных отношений у молодых людей. Качество межличностных отношений будет определяться с помощью стандартизированных опросников, анализа сообщений и комментариев в социальных медиа, а также сравнения этих данных с результатами опросов по самооценке и уровню удовлетворенности жизнью участников.

Процесс анализа будет включать сравнение данных, полученных от участников, с данными литературных исследований, с целью выявления связей между активностью в социальных медиа и качеством межличностных отношений и самооценкой. В случае обнаружения значимых связей, будет проведен более детальный анализ, чтобы определить, какие конкретные аспекты активности в социальных медиа могут оказывать наибольшее влияние на межличностные отношения и самооценку.

Таким образом, данная дипломная работа имеет научную новизну в изучении влияния социальных медиа на межличностные отношения и самооценку молодых людей, а также предлагает методику анализа этих взаимосвязей.