

LOS MEDIOS SOCIALES COMO TEMA DE INVESTIGACIÓN DE TESIS DE POSGRADO¹

Dr. Victoriano Garza-Almanza

Departamento de Ing. Civil y Ambiental
Instituto de Ingeniería y Tecnología
Universidad Autónoma de Ciudad Juárez

vgarza@uacj.mx
@publicaoperece
publicaoperece.com

¹Proyecto Sabático: “Uso de los medios sociales para la comunicación científica y ambiental universitaria”

RESUMEN

Los medios sociales como Facebook, Twitter, blogs, YouTube, Instagram, Pinterest, Tumblr, Snapchat, Flickr y otros muchos más, por su uso e impacto en todos los aspectos de la vida de la sociedad, están llamando la atención de los estudiantes de posgrado que ven en ellos una fuente inagotable de temas de investigación de tesis para cualquier disciplina. Se analizan diferentes temas y enfoques utilizados por estudiantes de posgrado para el desarrollo de sus tesis de maestría y doctorado, y razones que se aducen para la selección de sus temas. Se presentan los temas más frecuentes de investigaciones doctorales relacionadas con los medios sociales.

PALABRAS CLAVE: Medios sociales, Tema de tesis, Investigación de tesis, Tesis, Maestría, Doctorado

CONTENIDO

RESUMEN

INTRODUCCIÓN

LOS MEDIOS SOCIALES COMO TEMA DE INVESTIGACIÓN DE TESIS

INVESTIGAR LOS MEDIOS SOCIALES DESDE LA ACADEMIA: ¿MODA O NECESIDAD?

PRINCIPALES TEMAS DE MEDIOS SOCIALES EN INVESTIGACIONES DOCTORALES

CONCLUSIÓN

REFERENCIAS

INTRODUCCIÓN

La carrera del estudiante de posgrado comienza consumiendo información, y termina produciéndola.
Bert Useem

Los medios sociales se han ido integrando a la vida diaria de todas aquellas personas que utilizan smartphones, tabletas, laptops y computadoras de escritorio, tanto en la vida privada como en la pública, a raíz del surgimiento del internet y de las aplicaciones (apps) diseñadas para la comunicación, el diálogo, el intercambio de datos, y la difusión de información personal o colectiva sin restricción alguna.

En el medio académico y científico, los medios sociales aún no llegan a ser utilizados con la misma intensidad y frecuencia con que lo hace la gente en la vida diaria o los hombres y mujeres en sus negocios y empresas. Habida cuenta la existencia de normas muy específicas para la transmisión de información dentro de la comunidad científica internacional, una considerable proporción de investigadores aún no se atreve a utilizar los medios sociales como plataforma para dar a conocer parcial o totalmente su trabajo, para difundir ideas, para promover y compartir artículos publicados, o para intercambiar opiniones con otros colegas, estudiantes o personas interesadas; mucho menos, para utilizar esos medios sociales como instrumento o como objeto de investigación.

En contraste, “organizaciones privadas de todos los tamaños desde pequeñas firmas hasta grandes corporativos multinacionales, están utilizando los medios

sociales para mejorar sus negocios” (Singla & Durga, 2015). De igual forma, en el entorno de la educación superior son cada vez más los profesores y las universidades que están aprovechando el potencial de los medios sociales para reforzar la enseñanza, así como para incorporar a los programas educativos información actualizada y novedosa que se esté transmitiendo en tiempo real, y para hacer más interactivos, atractivos y vivos los cursos.

En tal sentido, debido a la marcada tendencia que se está produciendo en la educación universitaria a causa de la acelerada evolución de las tecnologías de comunicación y de los medios sociales –en combinación con el intensivo uso que de ellos están haciendo los jóvenes estudiantes–, existe una propensión entre escritores técnicos y casas editoriales a producir libros de texto adaptados a las plataformas electrónicas y al uso simultáneo de las redes sociales adicionadas a esa clase de libros. Así, disciplinas tales como la psicología, marketing, comunicación, enfermería, sociología, política, medicina, trabajo social, periodismo, deportes, y administración de empresas, son algunas en las que sus libros de texto están sufriendo vigorosas transformaciones.

En este contexto, según Hughes (2017), actualmente se calcula que a nivel universitario más del 90% de los estudiantes

utilizan las redes sociales a su alcance y tienen al menos una cuenta en algún medio como Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, Tumblr, Pinterest u otro.

A raíz de lo arriba mencionado, algunos científicos interesados en los medios sociales como tema de estudio –y no necesariamente para hacer uso de ellos en la diseminación de sus trabajos–, han estado desarrollando numerosos estudios sobre la forma en que los blogs, Twitter, Facebook o Tumblr están siendo introducidos a los sílabos de los cursos y utilizados en las aulas y laboratorios de las universidades (Acar, 2014; Anderson et al, 2012; Coffin & Fournier, 2015; Feeney & Freeman, 2015; Golder & Macy, 2012; Levin & Kojukhov, 2013; Paulsen & Taekke, 2013; 2012).

Estas investigaciones, entre otras muchas más que se suman continuamente a las bases de datos, evidencian cómo es que la educación –no únicamente la

universitaria, sino la de todos los niveles educativos– está siendo forzada de manera natural a cambiar el rumbo y los esquemas de la instrucción tradicional a instancias de la popularización de la tecnología y del exhaustivo uso que se hace de ella, y por la casi automática actualización que las personas hacen de su tecnología y de las apps con que se conectan.

Habida cuenta lo anterior, el uso e impacto de los medios sociales en todos los ámbitos de la vida humana, que se ha hecho omnipresente a cualquier hora del día o de la noche, se está convirtiendo en tema frecuente de investigaciones en los estudios de posgrado, tanto a nivel maestría como de doctorado de cualquier disciplina (Acar, 2013; Altenbach, 2016; Auxier, 2012; Benedict, 2014; Bilsing, 2015; Chauhan, 2017; Evans, 2017; Hall, 2014; Johnson, 2013; Lowe, 2016; O'Hallarn, 2016; Wolfe, 2013; Zgheib, 2014).

Los medios sociales como tema de investigación de tesis

En algún lugar, algo increíble está esperando a ser conocido.

Carl Sagan

De acuerdo a lo investigado por Axinia para su tesis de negocios (2011), en la primera década del presente siglo XXI, que es la época en que numerosos medios sociales surgieron y comenzaron a posicionarse globalmente (como Facebook y Twitter), eran relativamente pocos los investigadores interesados en el tema, y, como era una actividad demasiado nueva para la academia, el número de artículos científicos

y de investigaciones de tesis desarrolladas en esos 10 años fue muy bajo, sobre todo si se comparaba con temas de moda. Y de esos pocos trabajos correspondientes a dicha década, dice Axinia, la mayoría de ellos correspondían al año 2010 y unos cuantos al 2008 y 2009.

Pero todo eso cambió rápidamente. Los medios sociales se convirtieron en la presente década en una mina que está

generando miles de investigaciones académicas de posgrado, además de investigaciones científicas en centros especializados creados ad hoc en la presente década. En consecuencia, producción de tesis de maestría y doctorado relacionadas con los medios sociales comenzó a aumentar exponencialmente durante los últimos siete años.

La base de datos *ProQuest Dissertations and Theses Global*, en una búsqueda de tesis de maestría y doctorado bajo el concepto clave “social media”, arrojó 41,636 resultados. Se trata de tesis de maestría y disertaciones doctorales realizadas en casi todas las áreas de estudio de las universidades, desde administración y negocios hasta zootecnia. Para el período 2010–2017 hay un registro de 40, 676 tesis. A lo que va del año 2017 se han publicado en *ProQuest* 3,846 tesis con ese concepto.

¿A qué se debe el explosivo interés en investigar el uso de los medios sociales en todos los aspectos de la vida? A que es una realidad que aún no deja ver sus alcances y cuyo impacto, a pesar de que se está viviendo, no se está percibiendo en su totalidad ni, por tanto, comprendiendo. Además, como son millones los estudiantes que a diario emplean los medios sociales, en algunos de ellos se despierta el interés por investigar qué ventajas competitivas les podrían proporcionar estos recursos en el trabajo después de que concluyan sus posgrados.

No se pretende ser exhaustivo y agotar el tema con este artículo, sino únicamente hacer una aproximación basal al interés que están generando los medios sociales en el entorno de los estudios de posgrado, debido a las inagotables e innovadoras maneras en cómo se están empleando en toda clase de actividades profesionales y no profesionales.

Investigar los medios sociales desde la academia: ¿Moda o necesidad?

No creo que haya que interesarse en un tema sólo porque digan que es importante. Más bien creo que el interés es algo que lo atrapa a uno de un modo o de otro.

Joseph Campbell

Tanto a la vida diaria como a los negocios se aplica un dicho muy actual que asegura que “en los medios sociales estás adentro o te quedas fuera”, y que se ha convertido en una frase común. La idea va en el sentido de que el individuo tiene que adaptarse al cambio y formar parte de él o quedarse al margen de las miles de cosas que están ocurriendo en

ese nuevo universo, donde la información toma un carácter y un valor diferentes a lo que las generaciones anteriores a los medios sociales estuvieron acostumbradas.

Es por esto que son cada vez más las instituciones universitarias que están incorporando a los medios sociales al currículo de las carreras y al quehacer

académico. Esto sucede porque la juventud es la principal usuaria de los medios sociales y porque cuando los jóvenes egresan de la universidad, y luego se incorporan a la vida profesional, encuentran un ambiente de trabajo donde los medios sociales funcionan como accesorios básicos e imprescindibles de la praxis. También, porque la información que se transmite no se parece en nada a la vieja y clásica comunicación telefónica ni es de la misma calidad, sino que ahora el mensaje consiste en un conglomerado de datos de todas clases lo que va y viene, y que se multiplica y llega a los más recónditos lugares. Quienes reciben la información o quienes la captan pueden interactuar, ya sea conservándola, retransmitiéndola, comentando sobre ella, o añadiendo nuevos datos y volviéndola a transmitir.

Esto ha incidido en lo que se da en llamar “reportero urbano” o “periodismo ciudadano”, donde con su smartphone el ciudadano común registra información de algún evento catastrófico o social o político del que es testigo –ya sea en la calle, el trabajo o el campo–, y enseguida lo sube a las redes sociales para hacer un cuento de ello o una noticia. Así, Alshareef (2017), en su tesis documenta el caso de cómo se utiliza el Facebook en Arabia Saudita para transmitir sucesos locales como noticias, y la credibilidad que adquiere la información obtenida y diseminada de esta manera en comparación con las fuentes locales acreditadas.

En el mismo tenor, en su investigación doctoral, Hong (2014) estudia el concepto de “periodismo ciudadano” y cómo es que los medios sociales están

impactando a la industria periodística y a sus tradicionales formas de hacerlo. “Las nuevas tecnologías de comunicación, cita Hong a Thomas Friedman, han emparejado el piso, ahora casi cualquiera puede crear contenidos que pueden ser acercados a millones de personas en todo el planeta”, información que se divulga al instante y sin costo alguno. Pero esto trae consecuencias, pues, dice Hong, “para los periodistas establecidos, la participación ciudadana en el proceso de producción de noticias es un asunto complejo” que está trayendo consecuencias antes no imaginadas.

Por otra parte, los movimientos ambientalistas, donde personas no científicas –pero con preparación, responsabilidad social y sentido común– investigan su entorno físico; identifican el efecto negativo de las industrias contaminantes a su alrededor; salvaguardan los cultivos regionales evitando la introducción de organismos genéticamente modificados; observan las fluctuaciones poblacionales de la vida silvestre de la zona donde viven; y vigilan que las autoridades ambientales, agrícolas, sanitarias, y forestales cumplan con su deber, entre otras actividades, han hecho de los medios sociales el más importante recurso para difundir entre el público las irregularidades que están perjudicando al medio ambiente y sensibilizarlo.

El ambientalismo es una forma de interactuar entre los miembros del movimiento y la comunidad, de registrar las anomalías que ocurren en sus sitios de residencia, de contribuir voluntariamente a la vigilancia y protección ambiental, y al cuidado de las especies silvestres. Divulgan

sus hallazgos en blogs, Facebook, Twitter, Instagram, y otros medios sociales. El ambientalismo lo realizan a diario miles de civiles en la mayoría de los países. De esta manera, los ciudadanos hacen presión sobre las autoridades responsables del medio ambiente y sobre los representantes en los congresos, para que intervengan y den solución a los problemas y paren los proyectos de explotación o manejo de recursos que amenazan al medio natural.

“Si bien, como dice Chapman (2016), muchos investigadores han analizado el uso de las redes sociales por los movimientos activistas, ha habido poco trabajo académico sobre los impactos y las implicaciones de los medios sociales, particularmente en lo que respecta al lenguaje y los valores que sustentan el activismo”. De tal forma, para averiguar de qué manera son utilizados los medios sociales por los ambientalistas y qué consecuencias tienen entre ellos y ante la sociedad, Chapman abordó en su investigación de tesis lo que denominó “activismo digital”.

Bajo otra perspectiva, los datos que transmiten los usuarios de los diferentes medios sociales permiten investigar asuntos de seguridad, violencia, abuso y acoso sexual, migración, salud pública, turismo, etc. Con este criterio, Chulis (2016) realizó su tesis doctoral haciendo minería de datos en materia de enfermedades crónicas con la intención de manejar la colección de datos no estructurados sobre cáncer, diabetes y asma transmitidos por Twitter, mismos que buscó, detectó, identificó, recopiló, analizó, clasificó y organizó en una base de datos estructurada. Esto, señala la autora, “con el

propósito de procurar una aproximación a los patrones conductuales asociados a enfermedades específicas” que pueden ser reconocibles en los mensajes de Twitter. Es decir, para darle sentido a la información dispersa y nuevas bases para la toma de decisiones al sector de la salud pública.

Ante el “negacionismo” de una parte de la población mundial que no cree en la existencia del cambio climático, los medios sociales, como Instagram, Twitter, Pinterest, Tumblr y Flickr, entre otros, están siendo empleados como plataforma de fotografías y videos para testimoniar los efectos del fenómeno ambiental en la naturaleza planetaria. Nurmis (2017), en su disertación doctoral “*Can photojournalism enhance public engagement with climate change?*”, trabajó en la idea de que las fotografías son de extrema importancia en cuanto a la aportación de pruebas sobre la existencia del cambio climático, porque “dicen al público qué pensar en cuanto al evento y ayudan a configurar la memoria colectiva”.

Los medios sociales son un nuevo y poderoso actor en la estrategia de prevención de desastres que orientan a la gente antes, durante y después de una catástrofe. En cualquier cataclismo registrado en los últimos años, como el tsunami que arrasó Fukushima o la epidemia de ébola en África, la información transmitida por el común de la gente a través de los medios sociales ha sido de extrema utilidad a la sociedad y a las autoridades directamente involucradas, y base para la elaboración de noticias regionales o internacionales.

Por ejemplo, a raíz de lo acontecido en Houston, Texas con el huracán Harvey, Magid (2017) publicó en su columna periodística que “Facebook, Twitter y Nextdoor se convirtieron, literalmente, en líneas de vida para las víctimas del huracán”. A través de los medios sociales muchas personas dieron pistas de amigos o parientes que residían en zonas inundadas, y que gracias a sus mensajes, que fueron leídos por vecinos que se encontraba cerca de las víctimas, estas pudieron ser rescatadas. Los pedidos de auxilio de los damnificados y los ofrecimientos de ayuda de los voluntarios colmaron a tal grado las redes sociales Twitter y Facebook, de acuerdo a Wong (2017), como ningún otro evento en los Estados Unidos, lo que permite ver “el papel que juegan los medios sociales en la respuesta a un desastre”.

Holmes (2016), investigó en su posgrado cómo fue que los ciudadanos y el personal de respuesta de emergencia utilizaron los medios sociales antes, durante y después de un desastre, y encontró que tanto la ciudadanía como los oficiales de rescate se valieron de los medios con la misma vehemencia. Es decir, que en su voluntarismo el ciudadano común ha pasado de ser un espectador y víctima a elemento clave como fuente de información, y como

personal espontáneo de respuesta operativa y de salvamento en casos de desastre.

Explorar lo que sucede con los medios sociales al interior de las propias universidades, donde prácticamente el total de los estudiantes y profesores cuentan con la tecnología necesaria para hacer uso de ellos, e investigar a esos medios a través de estudios de caso o de estudios múltiples, es un tema cada vez más recurrente. Además, como señala May (2015), que investigó a 130 instituciones del estado de Arizona, los medios sociales son un tema que interesa y preocupa porque la tecnología está en constante evolución y, por lo tanto, transformando continuamente los modos de interacción y de intercambio de información. Todo esto está orillando a las instituciones educativas a encontrarles aplicaciones dentro del aula, tanto para eliminar las barreras y los falsos prejuicios que previenen su utilización, como para hallar formas de integrarlos a los procesos de enseñanza-aprendizaje (Holder-Ellis, 2015).

Como puede apreciarse, investigar la implementación, uso e impacto de los medios sociales, buscando las perspectivas más creativas para cualquier disciplina por humanística o científica que sea, puede ofrecer originales, prácticos y útiles temas de tesis.

Principales temas de medios sociales en investigaciones doctorales

Piotrowski (2015) es uno de los primeros investigadores en explorar los medios sociales como materia de estudio a nivel doctoral y, bajo esta perspectiva, en desarrollar una tipología sobre las áreas y

temas de investigación de tesis en las universidades americanas.

Con una muestra de 662 disertaciones doctorales sobre medios

sociales, Piotrowski realizó un análisis de contenidos para identificar las tendencias y codificó cada estudio con descriptores que representaban el enfoque de cada

investigación. Posteriormente, categorizó y posicionó de mayor a menor las disciplinas detectadas (Tabla 1).

MEDIOS SOCIALES: ÁREAS DE INVESTIGACIÓN EN EL DESARROLLO DE LA TESIS DOCTORAL Ch. Piotrowski (2015) Traducción VGA Tabla 1		
Áreas Disciplinarias	F	%
Asuntos políticos/Movimientos sociales	52	8
Marketing/Publicidad	40	6
Asuntos educativos/Universidad	35	5
Desempeño organizacional/Productividad	34	5
Crisis/Manejo de desastres	32	5
Salud/Manejo de enfermedades	31	4
Problemas corporativos de “marca”	26	4
Conducta del consumidor	25	4
Aspectos educativos (K-12)	24	4
Relaciones públicas	22	3
Uso de medios sociales	21	3
Medios noticiosos	20	3
Asuntos teóricos/Modelos	19	3
Minería de datos	16	2
Relaciones sociales	14	2
Comunicación	12	2
Auto-presentación	12	2
Desarrollo profesional de la facultad	11	2
Reclutamiento – Universidad, Religión, Deportes, Iniciativa privada	10	1

Tamaño de muestra = 662; temas con frecuencias menores a 9 no reportan; los porcentajes se redondearon.

Pero, por lo encontrado durante la preparación del presente trabajo, los temas que presenta Piotrowski se han diversificado. En temas ambientales, por ejemplo, abundan estudios sobre medios sociales relacionados con el cambio

climático, la protección y conservación de las especies, el cuidado ambiental, ética ambiental, educación ambiental y muchas más. Las posibilidades de nuevos temas son inagotables.

Conclusión

Los medios sociales y la tecnología de hardware y software que los soportan se han transformado en una extensión estructural y funcional del cuerpo humano. Los medios sociales y los aparatos para utilizarlos son más que una prótesis, pues permiten al usuario interactuar con el entorno y con sus semejantes de muchas maneras y en cualquier ámbito y momento de sus vidas, y explotar la posibilidad de generar a cada instante y a su arbitrio nueva información para transmitir y colocar en el ciberespacio.

En todos los planos del ser y quehacer del individuo los medios sociales se han ido posicionando y llenando la existencia de las personas a grado tal que, por el uso intensivo que de ellos se hace, se han aprovechado los modos de comunicación y transmisión de información para incidir positivamente en el trabajo, la educación, los negocios y demás aspectos de la vida. Sin embargo, los medios sociales también se han convertido en agente causal de preocupaciones pues, entre otras cosas, según apunta Silva (2017), ahora “se les está asociando con altos niveles de aislamiento, envidia, ansiedad, depresión, narcisismo, y una disminución en las habilidades de socialización” entre los jóvenes usuarios, a quienes les produce profunda insatisfacción e infelicidad, conducta que va en aumento.

¿Y qué hay del futuro de los medios sociales? El futuro se imagina pero no existe, así que prepararnos para lo inexistente basándonos en la pura imaginación puede traer consecuencias inesperadas. Más bien, lo que debe hacer la humanidad es construir el presente de tal modo que, dentro de lo posible, el futuro no

traiga sorpresas mayores a las pensadas. Es por esto que algunos “think tanks” han abordado el tema del futuro de los medios sociales; sin embargo, a pesar de lo trascendental de este tema, no se detectaron investigaciones de posgrado directamente enfocadas a estudiar este punto.

El panorama para los próximos años en relación a los medios sociales, según se infiere de las ideas de analistas e investigadores, permite advertir al menos siete tendencias: (1) el número de usuarios seguirá aumentando hasta que la curva llegue a su máximo nivel, a partir del cual las variaciones serán mínimas; así (2) un grupo grande de gente, los desposeídos, quedará excluido porque no podrá adquirir la tecnología ni beneficiarse de su utilidad; (3) una fracción significativa de la población con posibilidades de acceso a la tecnología rechazará o renunciará al uso de los medios sociales; (4) entidades gubernamentales, instituciones políticas, congregaciones religiosas, instituciones educativas, corporativos internacionales y otros, intentarán controlar y/o reglamentar el uso de los medios sociales; (5) los medios sociales dejarán de ser gratis, pues aunque mínimo tendrán un costo; (6) un eventual colapso del internet, así fuera por corto espacio de tiempo, modificará el esquema de los medios y redes sociales. Finalmente, (7) pensar desde la universidad en el impacto que los medios sociales tienen en la sociedad moderna está generando toda clase de investigaciones de tesis y, por los próximos años, difícilmente será un tema de tesis secundario o poco atractivo.

Referencias

Acar, A. 2013. *Culture and Social Media*. Doctoral Dissertation. Japan: Kobe City University

Acar, A. 2014. *Culture and Social Media: An Elementary Textbook*. UK: Cambridge Scholars Publishing

Alshareef, MA. 2017. *How Facebook is being used in Saudi Arabia as a news source*. Master Thesis. USA: Arkansas State University

Altenbach, C. 2016. *Social Media in the Classroom*. Master Thesis. USA: State University of New York

Anderson, JQ; JL Boyles & L Rainie. 2012. *The future impact of the Internet on higher education: Experts expect more-efficient collaborative environments and new grading schemes; they worry about massive online courses, the shift away from on-campus life*. USA: Pew Research Center's Internet & America Life Project

Auxier, BE. 2012. *Social media instruction in journalism and mass communications higher education*. Master Thesis. USA: University of Maryland

Axinia, E. 2011. *What is the future of employer branding through social media: A Delphi Study among academics*. Master Thesis. The Netherlands: University of Twente

Barbier, L. 2013. *In a Cabinet at Harvard: The Remains of Nabokov's Butterfly Obsession*. Atlas Obscura
<http://bit.ly/2wvOVyW>

Benedict, LP. 2014. *A critical synthesis and thematic analysis of the use of social media in higher education marketing*. Doctoral Dissertation. USA: Tarleton State University

Bilsing, DK. 2015. *Social media in study abroad*. Master Thesis. USA: Iowa State University

Coffin, T & J Fournier. 2015. *Social Media in the Learning Setting: Opportunities and Challenges*. Information Technology. University of Washington

Chauhan, K. 2017. *Social Media Use at Work*. Doctoral Dissertation. USA: University of Texas at Arlington

Chapman, K. 2016. *Digital Activism. How Social Media Prevalence has Impacted Modern Activism*. Master Thesis. USA: University of Washington

Chulis, K. 2016. *Data mining Twitter for cancer, diabetes, and asthma insights*. Doctoral Dissertation. USA: Purdue University

Evans, TZ. 2017. *Twitter in the Higher Education Classroom: Exploring Perceptions of Engagement*. Doctoral Dissertation. USA: Robert Morris University

Feeney, S & NK Freeman. 2015. *Smartphones and social media - ethical implications for educators*. YC Young Children, 70(1), 98

Golder, S & M Macy. 2012. *Social Science with Social Media*. ASA Footnotes. Vol. 40, N° 1

Hall, SJ. 2014. *How Higher Education Institutions Utilize Social Media*. Master Thesis. USA: Georgia Southern University

Holder-Ellis, M. 2015. *The Role of Social Media Technology Tools in Higher Education Instruction*. Doctoral Dissertation. USA: Walden University

Holmes, AL. 2016. *Social Media: Are There Differences Between First Responders and Citizens Contributing to Emergency*

Management Responsiveness Using Social Media? Doctoral Dissertation. USA: St. Thomas University

Hong, YJ. 2014. *Framing Citizen Journalism in Mainstream News Coverage. A Quantitative and Qualitative Analysis (1999-2012)*. Doctoral Dissertation. USA: The University of Minnesota

Hughes, B. 2017. *How social media is reshaping today's education system*. Entrepreneur <http://bit.ly/2v9arWf>

Johnson, JW. 2013. *A comparison study of the use of paper versus digital textbooks by undergraduate students*. Doctoral Dissertation. USA: Indiana State University

Levin, I & A Kojukhov. 2013. *Personalization of learning environments in post-industrial class*. M. Patrut & B. Patrut eds. "Social Media in Higher Education: Teaching in web 2.0". USA: Information Science Reference Pub.

Lowe, REM. 2016. *Education all a'Twitter: Twitter's role in educational technology*. Doctoral Dissertation. USA: Marshall University

MacRae, IJ. 2008. *Butterfly Chronicles: Imagination and Desire in Natural & Literary Histories*. Canadian Journal of Environmental Education. Vol. 13, N° 2

Magid, L. 2017. *Hurricane Harvey: Social media and mobile tech come to the rescue in Texas*. The Mercury News. 31/VIII/2017. <http://bayareane.ws/2wY9CED>

May, T. 2015. *Social Media: A Study of its Use in Higher Education*. Doctoral Dissertation. USA: Grand Canyon University

Nurmis, JM. 2017. *Can Photojournalism Enhance Public Engagement with Climate Change?* Doctoral Dissertation. USA: University of Maryland

O'Hallarn, B. 2016. *Sport, Twitter hashtags and the public sphere*. Doctoral Dissertation. USA: Old Dominion University

Paulsen, M & J Taekke. 2013. *Social Media and Teaching: Education in the new media environment*. 40th anniversary Nordmedia conference: *Defending democracy*. Oslo and Akershus University College

Piotrowski, Ch. 2015. *Social Media: Major topics in dissertation research*. Education: Vol. 135, Num. 3

Roberts, CM. 2010. *The Dissertation Journey: A Practical and Comprehensive Guide to Planning, Writing, and Defending Your Dissertation*. USA: Corwin, A SAGE Company

Silva, C. 2017. *Social media's impact on self-esteem*. Huffington Post. <http://bit.ly/2eEiEid>

Singla, ML & A Durga. 2015. *How Social Media Gives You Competitive Advantage*. Indian Journal of Science and Technology, Vol. 8 (S4)

Wolfe, L. 2013. *Technology and romantic relationships. The impact of Facebook*. Doctoral Dissertation. USA: Palo Alto California

Wong, Q. 2017. *Twitter says tweeting about Harvey eclipses these major U.S. events*. The Mercury News. 30/VIII/2017. <http://bayareane.ws/2vRoFuq>

Zgheib, G. 2014. *Social Media Use in Higher Education: An Exploratory Multiple-Case Study*. Doctoral Dissertation. USA: George Mason University