

# Interacciones Digitales: Un Análisis Comparativo en el Uso de Redes Sociales entre Millennials y Generación Z

Verónica-Alexandra ARMIJOS-BUITRÓN

Departamento de Ciencias Empresariales, Universidad Técnica Particular de Loja  
Loja, 11-01-608/Loja, Ecuador

Mónica-Patricia COSTA-RUIZ

Departamento de Ciencias Empresariales, Universidad Técnica Particular de Loja  
Loja, 11-01-608/Loja, Ecuador

Dayanara-Gissel CAGUANA-ABAD

Departamento de Ciencias Empresariales, Universidad Técnica Particular de Loja  
Loja, 11-01-608/Loja, Ecuador

**RESUMEN:** En el panorama digital contemporáneo, las redes sociales se han consolidado como plataformas cruciales para la interacción social, la difusión de información, el entretenimiento, y el desarrollo profesional. Este artículo presenta un análisis comparativo del uso que las generaciones Millennials y Z hacen de las redes sociales, basándose en un estudio cuantitativo que evalúa diversas actividades online. La investigación se centra en identificar y contrastar los patrones de comportamiento de ambas generaciones en plataformas digitales, ofreciendo insights valiosos sobre sus preferencias y comportamientos en el ecosistema digital. El análisis en este estudio revela profunda comprensión del papel de las redes sociales para Z y Millennials. Aunque ambos buscan entretenimiento y conexión, los Millennials las emplean más para promoción personal y profesional, mientras que la Generación Z muestra inclinación hacia la expresión personal y creación de contenido.

**Palabras Claves:** redes sociales, generación Z, Millennials.

*Digital interactions: A comparative analysis of the use of social networks between Millennials and Generation Z*

**ABSTRACT:** In the contemporary digital landscape, social networks have established themselves as crucial platforms for social interaction, the dissemination of information, entertainment, and professional development. This article presents a comparative analysis of the use that Millennials and Z generations make of social networks, based on a quantitative study that evaluates various online activities. The research focuses on identifying and contrasting the behavioral patterns of both generations on digital platforms, offering valuable insights about their preferences and behaviors in the digital ecosystem. The analysis in this study reveals deep understanding of the role of social media for Z and Millennials. Although both seek entertainment and connection, Millennials use them more for personal and professional promotion, while Generation Z shows an inclination towards personal expression and content creation.

**Keywords:** Social Media, Generation Z, Millennials.

## 1. INTRODUCCIÓN

En la era digital, las redes sociales han emergido como un fenómeno cultural que redefine la forma en que las generaciones interactúan, se comunican y construyen sus identidades [1]. Entre todas, dos generaciones se destacan por su íntima relación con el ciberespacio: los Millennials y la Generación Z. Estos jóvenes,

criados entre el cambio de milenio y la actualidad, han crecido con una conexión constante a través de plataformas en línea, dando forma tanto a sus experiencias individuales como a la sociedad en su conjunto.

En este artículo, se explora cómo las redes sociales han transformado la forma en que los Millennials y la Generación Z se relacionan entre sí y con el mundo que los rodea. Desde el surgimiento de nuevas formas de expresión hasta el impacto en la salud mental, para ello es importante determinar el papel que desempeñan estas plataformas en la vida diaria de estas generaciones. Con la información recopilada ha sido posible realizar un análisis significativo de cómo las redes sociales han tejido una red intrincada en la realidad de los Millennials y la Generación Z, influenciando no solo la forma en que se comunican, sino también la manera en que forjan su identidad en un mundo cada vez más interconectado.

## 2. MARCO TEÓRICO

### Impacto de las redes sociales en la identidad digital

En la era digital, la construcción de la identidad ha experimentado cambios sin precedentes gracias a la omnipresencia de las redes sociales. Los grupos humanos como los Millennials y la Generación Z, criados en la era de la conectividad digital, han visto cómo sus identidades personales se desarrollan y definen entorno al uno del Internet. Sin duda las plataformas digitales han influido en la forma en que estas dos generaciones han adaptado su estilo de vida en función de las percepción individual y colectiva [2].

La identidad digital se refiere a la representación de un individuo en el ámbito virtual, comprendiendo la suma total de información, actividades y relaciones que configuran su presencia en línea [3]. Este concepto abarca tanto los datos personales que el individuo comparte conscientemente en plataformas digitales como la huella digital generada por sus interacciones en la web [4]. La identidad digital es moldeada por una variedad de factores, incluyendo las redes sociales utilizadas, el contenido compartido, las preferencias en línea y la percepción de la privacidad [5]. Se puede decir entonces que la identidad digital es un fenómeno dinámico y en constante evolución, influido por la interacción continua del individuo con el entorno digital y su participación en comunidades virtuales.

Los Mileniales, caracterizados como pioneros digitales, han experimentado la transición hacia la era digital en sus años formativos, adoptando y adaptándose a las nuevas tecnologías conforme estas emergían [6]. Esta cohorte se ha distinguido por su capacidad para integrar herramientas digitales en diversas esferas de su vida, desde la comunicación hasta la educación y el trabajo. En consecuencia, la identidad digital de los Mileniales refleja una serie de experiencias y prácticas en línea, modeladas por su papel como primeros exploradores y adoptantes de plataformas digitales [7].

Por otro lado, la Generación Z, conocida como nativos digitales, se ha desarrollado en un entorno saturado de tecnología, donde la presencia en línea es prácticamente inherente a su identidad [8]. Desde una edad temprana, estos individuos han estado inmersos en un paisaje digital omnipresente, navegando por redes sociales, consumiendo contenido en línea y participando en comunidades virtuales. Así, su identidad digital se caracteriza por una fluidez y una naturalidad en el uso de plataformas en línea y una comprensión intuitiva de las normas y prácticas digitales [9].

En este contexto, la identidad digital de ambas generaciones se ve moldeada por una serie de factores y dinámicas específicas. Por un lado, las interacciones en línea y la exposición a diversas plataformas digitales contribuyen a la formación de una identidad virtual única, influenciada por factores como la autoexpresión, la percepción de la privacidad y la construcción de redes sociales. Por otro lado, la presión social y cultural, así como las expectativas externas, pueden influir en la manera en que los individuos moldean y proyectan su identidad en el ciberespacio [10].

### **Dinámicas de interacción social**

Las dinámicas de las relaciones interpersonales a través del uso del Internet han modificado la naturaleza y calidad de las conexiones sociales. Las relaciones humanas en estas generaciones objeto de estudio, se han visto afectadas por su entorno basado en el uso de redes sociales como canal de interacción en línea y fuera de ella.

Otro tema significativo es el impacto en la salud mental que puede provocar el uso de redes sociales en los Millennials y la Generación Z, sin duda son varios los desafíos psicológicos asociados con el uso intensivo de plataformas digitales.

La evolución de las dinámicas de interacción social en las redes sociales ha sido un fenómeno muy importante en la esfera actual, moldeando las relaciones humanas en la era digital [11]. En este contexto, es importante analizar cómo dichas dinámicas han experimentado transformaciones significativas a lo largo del tiempo, así como comprender su impacto en las relaciones interpersonales en el presente [12].

Inicialmente, las redes sociales surgieron como plataformas digitales diseñadas para facilitar la conexión y comunicación entre individuos, permitiendo la interacción en un espacio virtual [13]. Estas plataformas proporcionaban un medio para compartir información personal, intereses comunes y contenido multimedia, estableciendo así nuevos canales de comunicación y vínculos sociales [14].

Con el tiempo, las dinámicas de interacción social en las redes sociales han evolucionado de manera notable, influenciadas por una serie de factores, incluyendo avances tecnológicos, cambios en la cultura digital y la adopción generalizada de dispositivos móviles. Esta evolución se ha reflejado en la diversificación de plataformas de redes sociales, la introducción de nuevas funciones y herramientas de comunicación, y la creciente integración de elementos multimedia en las interacciones en línea [15].

En el panorama actual, las redes sociales han influido significativamente en las relaciones humanas, tanto en el alcance como en la naturaleza de la interacción. Por un lado, las redes sociales han ampliado el alcance de las conexiones sociales, permitiendo a los individuos establecer y mantener relaciones con una audiencia más amplia y diversa, incluyendo amigos, familiares, colegas y comunidades en línea. Las dinámicas de interacción en las redes sociales han sido objeto de críticas y debates, especialmente en lo que respecta a su impacto en la calidad y autenticidad de las relaciones humanas [16].

### **Cambio en las normas sociales**

Las redes sociales han desafiado y redefinido las normas sociales en la era digital. Las plataformas digitales han influido en la percepción de la privacidad, la compartición de información personal y la construcción de normas sociales.

La creación de tendencias en las redes sociales ha formado la cultura popular contemporánea, los contenidos virales, los desafíos en línea y otros fenómenos digitales han contribuido a la formación de una cultura masiva. Desde diferentes aristas se puede apreciar cómo la influencia de las redes sociales se extiende más allá de las pantallas y se integra en la vida diaria de estas generaciones.

Las redes sociales han reconfigurado las normas de privacidad y exhibición personal. Antes de la era digital, la privacidad se asociaba con la esfera física, y en el ámbito digital, la privacidad se ha vuelto más compleja por la capacidad de compartir información personal de manera rápida y masiva [17]. Esto ha llevado a la reevaluación de las normas sociales relacionadas con la divulgación de información personal y la gestión de la privacidad en línea [18].

Así también, se puede decir que las redes sociales han influido en las normas de comunicación y etiqueta en línea. La rapidez y la facilidad con la que se pueden intercambiar mensajes en plataformas como todas las plataformas han dado lugar a una comunicación más directa e informal, lo que ha modificado las expectativas sobre la formalidad y el tono de la comunicación en línea [19]. Por otro lado, el anonimato relativo de algunas plataformas ha generado nuevas normas de comportamiento, con consecuencias tanto positivas como negativas en términos de cortesía y respeto en línea [20].

Otro aspecto destacado es el impacto de las redes sociales en las normas de interacción social y relaciones personales. La disponibilidad constante de información sobre amigos, familiares y conocidos en las redes sociales ha alterado las normas sociales relacionadas con la discreción y la confidencialidad en las relaciones interpersonales [21]. Además, el mantenimiento de relaciones en línea puede generar nuevas expectativas sobre la

frecuencia y el tipo de interacción requerida, lo que ha llevado a una reevaluación de las normas sociales tradicionales relacionadas con la amistad y la intimidad [22].

### Desafíos y oportunidades

Con todo lo analizado, se puede decir que el uso de redes sociales ofrece oportunidades significativas, como la amplificación de la visibilidad de marcas y la conexión directa con audiencias globales. Facilita el networking, el activismo, y brinda una plataforma para compartir contenido creativo y participar en diálogos relevantes.

La gestión de la seguridad en línea es un aspecto fundamental en el entorno digital contemporáneo. En este contexto, la divulgación inadvertida de información personal puede acarrear consecuencias graves, como el robo de identidad y el acoso cibernético [23]. La relevancia de este asunto radica en la protección de los derechos individuales y la salvaguarda de la integridad y seguridad de los usuarios en línea [24]. Este objetivo requiere la implementación de políticas y medidas efectivas de protección de datos y seguridad cibernética por parte de las plataformas de redes sociales, así como legislaciones adecuadas por parte de los gobiernos no solo evitando la proliferación de desinformación en las redes sociales sino también la confianza en términos de veracidad y confiabilidad de la información compartida. La propagación de noticias falsas puede tener consecuencias que van desde la polarización de opiniones hasta la erosión de la confianza en los medios de comunicación y las instituciones democráticas [25]. Abordar este aspecto requiere la implementación de medidas efectivas para promover la alfabetización mediática, la verificación de hechos y el uso de políticas y tecnologías para combatir la desinformación en línea.

Garantizar que los usuarios tengan acceso a un entorno diverso y enriquecedor que fomente la exploración y el descubrimiento permite abordar problemas como la burbuja de filtros y la polarización de contenido promoviendo la accesibilidad y la inclusión, asegurando así que todas las voces y perspectivas puedan escucharse y considerarse oportunamente [26].

Una de las oportunidades más destacadas que ofrecen las redes sociales es la capacidad de establecer conexiones profesionales significativas facilitando el aprendizaje, la formación y construcción de comunidades interrelacionadas [27]. Las redes sociales facilitan la exploración de nuevas oportunidades y experiencias. Estas plataformas permiten a los usuarios descubrir nuevas ideas, tendencias y experiencias culturales a través del contenido compartido por otros usuarios y motivando a la formación de comunidades interconectadas, donde la comprensión intercultural y la empatía son fundamentales para construir un futuro global más inclusivo y sostenible [28].

En un momento en que la participación ciudadana y la conciencia social son más relevantes que nunca, las redes sociales se han convertido en herramientas poderosas para el debate de muchos temas actuales en controversia, pero es imprescindible destacarlas como uno de los instrumentos de alcance más importantes que se han visto hasta hoy.

### 3. METODOLOGÍA

La metodología empleada para este estudio se centró exclusivamente en el análisis cuantitativo de datos recogidos a través de **826** encuestas **online** aplicadas a individuos de las

generaciones Millennials y Z. Se priorizó la distribución equitativa por edad, género y ubicación geográfica para asegurar la diversidad de la muestra, se realizó el estudio en las ciudades de Quito, Guayaquil, Cuenca y Loja, por ser las más grandes y representativas en el país. Las encuestas se diseñaron para evaluar las preferencias y diferentes usos de las redes sociales por cada generación, abarcando actividades como la conexión con otros, compartir momentos, seguir noticias y eventos, promoción personal o de negocios, entretenimiento, y aprendizaje.

Los datos se agruparon por generación: Generación Z y Millennials, permitiendo una comparación directa de los promedios en la participación en estas actividades. Para el análisis de datos, se utilizó software estadístico como el SPSS, permitiendo identificar patrones de uso, preferencias y diferencias significativas entre ambas generaciones. Este enfoque cuantitativo facilitó la obtención de resultados objetivos y comparables, proporcionando una base sólida para las conclusiones del estudio.

### 4. RESULTADOS

De los datos obtenidos y luego del análisis descriptivo y comparativo, es posible determinar los resultados más relevantes que a continuación se presentan y que permiten evidenciar las preferencias en el uso de redes sociales de las dos generaciones objeto de estudio en esta investigación.

#### Género

La figura 1 muestra que existe un equilibrio de género en ambas generaciones. Esta distribución equitativa sugiere que, desde una perspectiva de género, no hay una predominancia significativa de ningún género sobre el otro dentro de las muestras analizadas de las generaciones Z y Millennials.

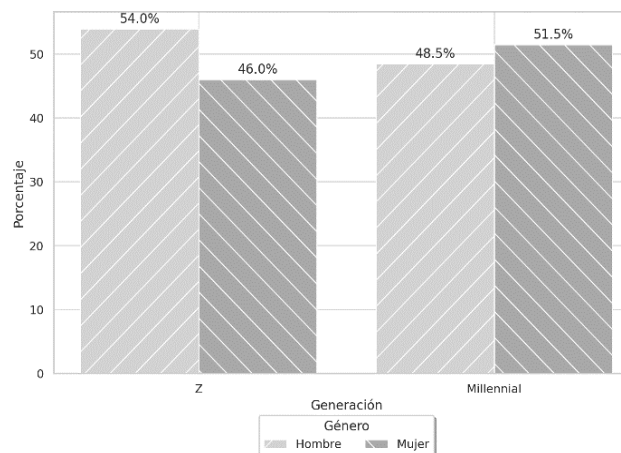


Figura 1. Distribución de género en la muestra analizada.

#### Edad

La figura 2 muestra la distribución por edad de las dos generaciones analizadas en este estudio. La curva de densidad para la generación Z muestra un pico concentrado en edades más jóvenes, lo cual es coherente con la definición de esta generación como la más reciente. La forma de la curva indica una variabilidad relativamente baja en la edad dentro de esta generación, centrada principalmente en los últimos años de la adolescencia y el inicio de la veintena. La edad de concentración más común es 21 años. Esto sugiere que dentro de la generación

Z, hay una concentración significativa de individuos en esta edad, reflejando posiblemente el punto de transición de la educación secundaria a la educación superior o al inicio de la vida laboral.

Mientras que la distribución de edad para los Millennials, por otro lado, es más amplia, reflejando una mayor variabilidad en la edad dentro de esta generación. Esto es esperado, dado que los Millennials abarcan un rango de edad que incluye tanto a adultos jóvenes como a aquellos acercándose a la mediana edad, mostrando un espectro más amplio de etapas de vida dentro de la generación. La edad de concentración más común para los Millennials es 38 años, lo cual podría coincidir con etapas avanzadas de desarrollo profesional o la consolidación de familias y otros compromisos personales y profesionales.

Esta figura proporciona una visualización clara de cómo se distribuyen las edades dentro de las generaciones Z y Millennials, destacando las diferencias en la variabilidad de la edad y las concentraciones de edad predominantes en cada grupo.

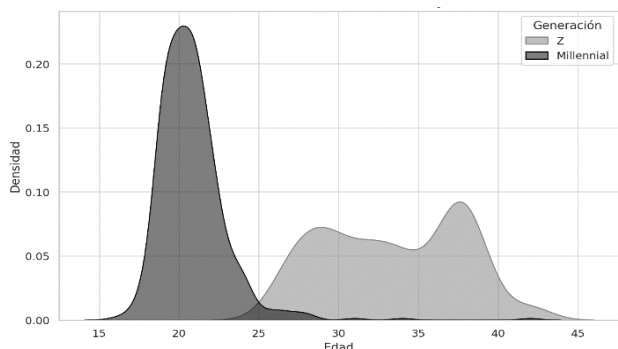


Figura 2. Distribución de edades por generación

### Nivel educativo

La figura 3 muestra la diversidad en la educación alcanzada dentro de cada generación. La generación Z muestra una proporción de niveles educativos que refleja su etapa de vida más joven, con una mayor concentración en los niveles de educación secundaria y tercer nivel, indicativo de estudiantes en etapas finales de la educación secundaria o en la educación universitaria. Mientras que los Millennials presentan una distribución que incluye una proporción significativa en el tercer y cuarto nivel, lo que sugiere un mayor alcance de educación universitaria y de posgrado, coherente con una generación que ha tenido más tiempo para completar estudios avanzados.

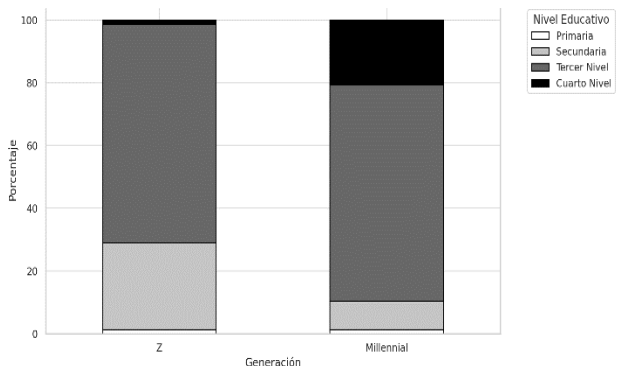


Figura 3. Nivel de educación por generación

### Uso de Plataformas de Redes Sociales por Generación

De acuerdo con los datos recopilados, se puede observar en la Figura 4. que la Generación Z muestra una menor presencia en Twitter y Facebook en comparación con los Millennials, pero ambas generaciones usan Instagram de manera similar, indicando una preferencia ligeramente mayor de los Millennials por Twitter y Facebook.

Twitter: La media para la Generación Z es aproximadamente 1.19, indicando un uso menor comparado con los Millennials, cuya media es aproximadamente 1.63. Esto sugiere que los Millennials usan Twitter con mayor frecuencia o tienen una mayor presencia en esta plataforma.

Instagram: Ambas generaciones tienen medias similares, con la Generación Z en aproximadamente 1.12 y los Millennials en 1.08, lo que indica un uso similar de Instagram entre ambas generaciones.

Facebook: La media para la Generación Z es aproximadamente 1.55, en comparación con los Millennials, cuya media es 1.25. Esto podría interpretarse inicialmente como una mayor presencia de la Generación Z en Facebook; sin embargo, es importante recordar cómo se codificaron estos valores y qué significan exactamente en términos de "uso". Si el código "1" significa presencia o uso y "2" significa no uso, entonces un promedio más bajo indica un uso más frecuente. Por lo tanto, este resultado mostraría en realidad un uso más frecuente de Facebook por parte de los Millennials.

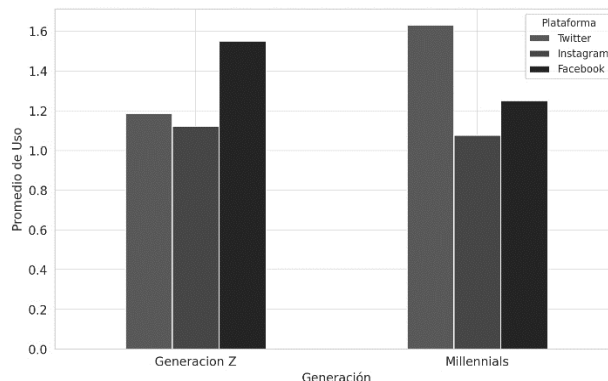


Figura 4. Uso de plataformas de redes sociales

### Horas Promedio en Redes Sociales

La figura 5, muestra el número promedio de horas por día que cada generación dedica al uso de redes sociales. Según los datos la Generación Z invierte aproximadamente 4.39 horas por día, mientras que los Millennials dedican alrededor de 2.45 horas por día a las redes sociales.

Esta visualización destaca una diferencia significativa en el compromiso con las redes sociales entre las generaciones, sugiriendo que la Generación Z está más inmersa en el entorno digital comparada con los Millennials. Este hallazgo puede reflejar diferencias en las preferencias de comunicación, acceso a la tecnología durante la formación temprana, y el papel central que las redes sociales juegan en la vida social y el entretenimiento de la Generación Z.

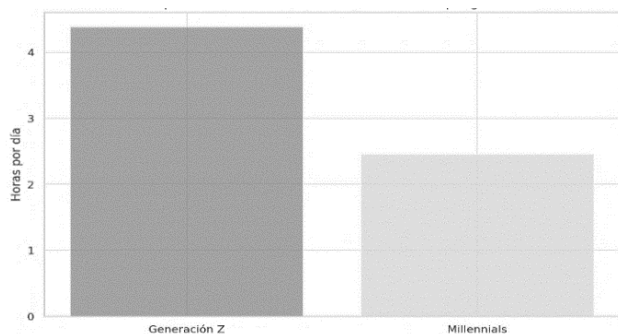


Figura 5. Horas promedio en redes sociales

### Usos que las generaciones dan a las redes sociales

Los promedios calculados (figura 6) muestran cómo las generaciones Z y Millennials usan las redes sociales para diferentes propósitos.

- Conectarse con otros: Generación Z (1.48), Millennials (1.64)
- Compartir momentos personales: Generación Z (1.53), Millennials (1.99)
- Seguir noticias y eventos: Generación Z (1.46), Millennials (1.49)
- Seguir artistas o celebridades: Generación Z (1.76), Millennials (1.74)
- Promocionar ellos mismos o sus negocios: Generación Z (1.89), Millennials (1.70)
- Entretenimiento: Generación Z (1.33), Millennials (1.69)
- Buscar oportunidades laborales: Generación Z (1.84), Millennials (1.77)
- Aprender nuevas cosas: Generación Z (1.67), Millennials (1.65)
- Descubrir productos o servicios: Generación Z (1.72), Millennials (1.72)
- Crear contenido original: Generación Z (1.89), Millennials (1.83)

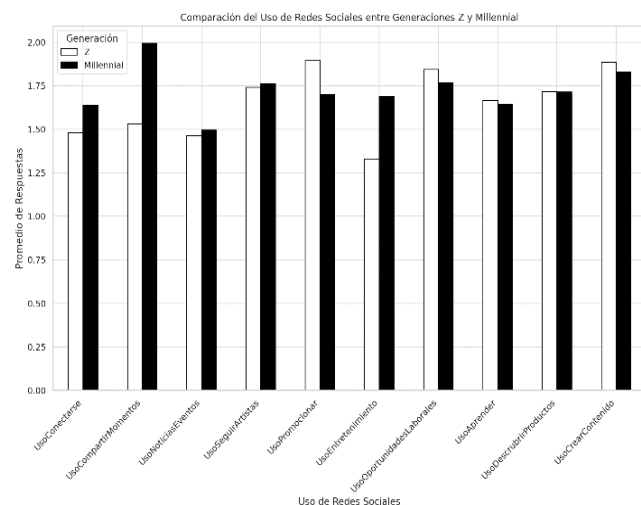


Figura 6. Usos de las redes sociales por generación

Los Millennials exhiben un valor promedio ligeramente superior (1.64) en comparación con la Generación Z (1.48) en esta actividad, indicando una tendencia hacia una mayor interacción social.

Se observa una disparidad significativa entre las dos generaciones, con los Millennials (1.99) mostrando un valor notablemente más alto que la Generación Z (1.53), lo que sugiere una mayor propensión a compartir experiencias personales en plataformas de redes sociales.

Ambas generaciones exhiben valores cercanos en usar las redes sociales para seguir noticias y eventos, aunque ligeramente favorecidos hacia los Millennials (1.49) en comparación con la Generación Z (1.46), lo que indica un interés similar en mantenerse informados.

Con valores prácticamente idénticos para ambas cohortes, se sugiere un interés similar en seguir a figuras públicas en redes sociales.

Existe una mayor propensión a promocionar activamente sus perfiles personales o emprendimientos en redes sociales por parte de la generación Z. La Generación Z (1.89) muestra un valor considerablemente más alto que los Millennials (1.70)

En cuanto a entretenimiento, los Millennials (1.69) exhiben un valor significativamente más alto que la Generación Z (1.33) lo que sugiere un uso más extenso de las redes sociales con fines de esparcimiento personal.

La Generación Z (1.84) muestra un valor ligeramente superior al de los Millennials (1.77) en utilizar las redes sociales como herramienta para buscar oportunidades profesionales lo que indica un mayor interés y conciencia de los potenciales beneficios en networking por parte del primer grupo.

Ambas generaciones coinciden, en valores idénticos, en utilizar las redes sociales como plataforma para descubrir nuevos productos o servicios.

Los resultados analizados muestran diferencias significativas en el uso de redes sociales entre la Generación Z y los Millennials, con variaciones notables en actividades específicas como compartir momentos personales, promocionar negocios y buscar oportunidades laborales.

## 5. CONCLUSIONES

El análisis realizado revela una comprensión profunda del papel que las redes sociales juegan en las vidas de las generaciones Z y Millennials, destacando tanto convergencias como divergencias en sus patrones de uso.

Mientras que ambas generaciones se involucran activamente en estas plataformas para entretenimiento y conexión social, los Millennials tienden a utilizarlas más para promoción personal y profesional, reflejando sus etapas de vida y prioridades. La Generación Z, por su parte, muestra una mayor inclinación hacia la expresión personal y la creación de contenido.

Estos hallazgos sugieren que las redes sociales son un terreno común para la interacción digital, aunque las motivaciones y resultados varían significativamente entre generaciones. Este estudio subraya la importancia de estrategias diferenciadas que reconozcan los comportamientos digitales únicos y las preferencias de cada grupo generacional, ofreciendo valiosos insights para académicos, profesionales del marketing, y responsables de políticas.

Las tecnologías digitales han transformado radicalmente la forma en que interactuamos con el mundo que nos rodea. Sin embargo, este cambio no ha estado exento de desafíos, especialmente en lo que respecta al tiempo de utilización y sus implicaciones para la salud física, mental y social. El uso excesivo de la tecnología puede provocar problemas como la fatiga visual, el sedentarismo, la ansiedad y el aislamiento social. Es crucial establecer límites y encontrar un equilibrio saludable entre el tiempo en línea y fuera de línea para mitigar estos efectos negativos.

Para abordar este problema de manera efectiva, se requiere una estrategia integral que promueva el uso responsable de las aplicaciones y tecnologías. Esto incluye programas educativos dirigidos a diferentes generaciones para aumentar la conciencia sobre los riesgos asociados con el uso excesivo de la tecnología y enseñar habilidades para gestionar el tiempo de pantalla de manera efectiva. Al educar y promover un uso consciente de las tecnologías, podemos cultivar una relación más saludable y equilibrada con el mundo digital.

## 6. REFERENCIAS

- [1] Buckingham, D. (2007). *Youth, identity, and digital media* (p. 216). the MIT Press.
- [2] Karanfiloğlu, M., Sağlam, M., & TOPSUMER, F. (2022). Advertisement perception and generations: Comparison between x, y, and z generations. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2022(58), 38-56.
- [3] Schultze, U. (2014). Performing embodied identity in virtual worlds. *European Journal of Information Systems*, 23(1), 84-95.
- [4] Grassi, P. A., Garcia, M. E., & Fenton, J. L. (2017). Digital identity guidelines. NIST special publication, 800, 63-3.
- [5] Feher, K. (2021). Digital identity and the online self: Footprint strategies—An exploratory and comparative research study. *Journal of information science*, 47(2), 192-205.
- [6] Vallesteros, F. D. J. A., Apale, J. M. G., Avendaño, J. R., Balana, M. J., Guevara, M. G., & Custodio, L. S. *Untapped Realities: Phenomenological Study of Generational Response to Technological Change of Baby Boomers in the Digital Age*.
- [7] Lathuru, M. S., Manuputty, F., & Angkotasana, S. (2024). Interactions Between Generations in Digital Literacy Education: A Case of Millennial Families in Suli, Central Maluku. *BAILEO: JURNAL SOSIAL HUMANIORA*, 1(2), 141-154.
- [8] Twenge, J. M. (2023). *Generations: The Real Differences Between Gen Z, Millennials, Gen X, Boomers, and Silents—and What They Mean for America's Future*. Simon and Schuster.
- [9] Gentina, E., Chen, R., & Yang, Z. (2021). Development of theory of mind on online social networks: Evidence from Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat. *Journal of Business Research*, 124, 652-666.
- [10] Majid, A., & Amirulkamar, S. (2023). Identity Politics Approaching the 2024 Election through Social Media Through Sociology of Religion Perspective. *Journal of Governance and Public Policy*, 10(3), 274-287.
- [11] Bessarab, A., Mitchuk, O., Baranetska, A., Kodatska, N., Kvasnytsia, O., & Mykytiv, G. (2021). Social networks as a phenomenon of the information society. *Journal of Optimization in Industrial Engineering*, 14(Special Issue), 17-24.
- [12] Thompson, J. B. (2020). Mediated interaction in the digital age. *Theory, Culture & Society*, 37(1), 3-28.
- [13] Torous, J., Bucci, S., Bell, I. H., Kessing, L. V., Faurholt-Jepsen, M., Whelan, P., ... & Firth, J. (2021). The growing field of digital psychiatry: current evidence and the future of apps, social media, chatbots, and virtual reality. *World Psychiatry*, 20(3), 318-335.
- [14] Sweet, K. S., LeBlanc, J. K., Stough, L. M., & Sweany, N. W. (2020). Community building and knowledge sharing by individuals with disabilities using social media. *Journal of computer assisted learning*, 36(1), 1-11.
- [15] Maloney, D., & Freeman, G. (2020, November). Falling asleep together: What makes activities in social virtual reality meaningful to users. In *Proceedings of the Annual Symposium on Computer-Human Interaction in Play* (pp. 510-521).
- [16] Zou, W., Hu, X., Pan, Z., Li, C., Cai, Y., & Liu, M. (2021). Exploring the relationship between social presence and learners' prestige in MOOC discussion forums using automated content analysis and social network analysis. *Computers in Human Behavior*, 115, 106582.
- [17] Katz, R., Ogilvie, S., Shaw, J., & Woodhead, L. (2022). *Gen Z, explained: The art of living in a digital age*. University of Chicago Press.
- [18] Ribeiro-Navarrete, S., Saura, J. R., & Palacios-Marqués, D. (2021). Towards a new era of mass data collection: Assessing pandemic surveillance technologies to preserve user privacy. *Technological Forecasting and Social Change*, 167, 120681.
- [19] Guerrero, L. K., Andersen, P. A., & Afifi, W. A. (2017). *Close encounters: Communication in relationships*. Sage Publications.
- [20] Kiesler, S., Kraut, R., Resnick, P., & Kittur, A. (2012). Regulating behavior in online communities. *Building successful online communities: Evidence-based social design*, 1, 4-2.
- [21] Vaidhyathan, S. (2018). *Antisocial media: How Facebook disconnects us and undermines democracy*. Oxford University Press.
- [22] Fox, A. K., & Hoy, M. G. (2019). Smart devices, smart decisions? Implications of parents' sharenting for children's online privacy: An investigation of mothers. *Journal of Public Policy & Marketing*, 38(4), 414-432.
- [23] Jain, A. K., Sahoo, S. R., & Kaubiyal, J. (2021). Online social networks security and privacy: comprehensive review and analysis. *Complex & Intelligent Systems*, 7(5), 2157-2177.
- [24] Rawat, R., Garg, B., Mahor, V., Telang, S., Pachlasiya, K., & Chouhan, M. (2022). Organ trafficking on the dark web—the data security and privacy concern in healthcare systems. *Internet of Healthcare Things: Machine Learning for Security and Privacy*, 189-216.
- [25] Tong, C., Gill, H., Li, J., Valenzuela, S., & Rojas, H. (2021). "Fake news is anything they say!"—Conceptualization and weaponization of fake news among the American public. In *What IS News?* (pp. 153-176). Routledge.
- [26] Reglitz, M. (2022). Fake news and democracy. *J. Ethics & Soc. Phil.*, 22, 162.
- [27] Katz, M., & Nandi, N. (2021). Social media and medical education in the context of the COVID-19 pandemic: scoping review. *JMIR medical education*, 7(2), e25892.
- [28] Luo, T., Freeman, C., & Stefaniak, J. (2020). "Like, comment, and share"—professional development through social media in higher education: A systematic review. *Educational Technology Research and Development*, 68, 1659-1683.