

Las redes sociales y su influencia en la motivación para aprender inglés en la educación superior

Social media and its influence on motivation for learning English in higher education

¹Bryan Dario Collaguazo Jiménez

²Mishell Romina Angulo Alvarez

²Autor de correspondencia: mrangulo@espe.edu.ec

¹Universidad Indoamérica. Ecuador.
dariocollaguazo27@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0009-8924-3407>

²Universidad Indoamérica. Ecuador.
mrangulo@espe.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-6434-6137>

Datos del artículo:

Recibido: agosto 15, 2025

Aceptado: noviembre 05, 2025

Publicación: enero 05, 2026

Palabras clave:

redes sociales, motivación, aprendizaje del inglés, educación superior.

Keywords:

social networks, motivation, English learning, higher education.

DOI:

<https://doi.org/10.53877/v39k9c12>

Este artículo está bajo la licencia



Resumen

Las redes sociales tales como Instagram, TikTok, Youtube, Facebook o Whatsapp están presentes en la vida cotidiana de los estudiantes, como resultado estas plataformas no son ajenas en los procesos de aprendizaje y pueden contribuir a la participación, acceso a información académica y la disposición a aprender el idioma inglés como lengua extranjera. A través de una encuesta estructurada con una metodología cuantitativa, se recopilaron datos sobre la percepción y la interacción de 40 estudiantes de educación superior del Ecuador para determinar si las redes sociales implementadas con un enfoque académico influyen en la motivación de la enseñanza del inglés como lengua extranjera, y de esta forma, se difunda el conocimiento mediante proyectos orientados al desarrollo y a la adaptación de estrategias innovadoras que permitan afrontar los desafíos del idioma inglés en la educación superior. Los resultados evidenciaron que las redes sociales pueden funcionar como una herramienta de motivación para mejorar la confianza de los estudiantes, promoviendo el aprendizaje independiente y a la vez reforzando la enseñanza del idioma inglés; por lo que la integración estratégica y académica de las redes sociales contribuye a mejorar las experiencias de aprendizaje convirtiéndolas más dinámicas e interactivas.

Abstract

Social media such as Instagram, TikTok, YouTube, Facebook, and WhatsApp are present in students' daily lives, as a result, these platforms are part of learning process and can contribute to participation, access to academic information, and a willingness to learn English as a foreign language. Through a structured survey using a quantitative methodology, data was collected on the perceptions and interactions of 40 higher education students in Ecuador to determine if social media, implemented in an academic purpose, influences on the motivation for learning English as a foreign language, and thereby, to disseminate this knowledge through projects focused on developing and adapting innovative strategies to address the challenges of English language in higher education. The results showed that social media can act as a motivational tool to improve students' confidence, promoting independent learning, and reinforcing English language teaching; therefore, the strategic and academic integration of social media

contributes to improve learning experiences, making them more dynamic and interactive.

Forma sugerida de citar (APA):

Collaguazo Jiménez, B. D. y Angulo Alvarez, M. R. (2026). Las redes sociales y su influencia en la motivación para aprender inglés en la educación superior. *RICEd: Revista de Investigación en Ciencias de la Educación*. 4(7), 33-41. <https://doi.org/10.53877/v39k9c12>

INTRODUCCIÓN

Los idiomas están sujetos a una constante evolución y adaptación frente a los cambios sociales, culturales y tecnológicos de la era moderna, lo cual se ha incrementado con la internet en el siglo XX y la posterior aparición de las redes sociales, que han acelerado el proceso de evolución lingüística y modificando la comunicación de las personas.

En este entorno digitalizado, hay idiomas que tienen mayor alcance que otros debido al número de hablantes nativos o por la relevancia en el sector tecnológico e informático, en este sentido, Ananiadou, McNaught & Thompson (2024) afirman en su estudio que el inglés es el idioma más utilizado en internet, representando más del 50 % del contenido en línea, a pesar de que solo lo habla el 16 % de la población mundial. De modo que, el acceso a cierta información, aplicaciones o servicios no está disponible en todos los idiomas, lo que incrementa la importancia del inglés como lengua global.

Asimismo, la navegación promedio en el internet y redes sociales es menor o mayor dependiendo la generación poblacional. Según Kemp (2024), las personas entre 18 y 24 años pasan un promedio de 3 horas y 6 minutos al día en redes sociales, lo que representa una proporción considerable de su tiempo libre y de entretenimiento; es decir, el uso de redes sociales es común entre los jóvenes. Como resultado, los jóvenes están interconectados en entornos digitales, lo cual formula interrogantes sobre sus efectos en la identidad, las habilidades cognitivas y el rendimiento académico.

En el ámbito académico, la falta de atención y concentración de los estudiantes debido al uso de dispositivos móviles es una preocupación constante para los profesores; sin embargo, Al-Rahmi et al. (2022) demuestran, mediante un modelo de ecuaciones estructurales, que la integración planificada de estas plataformas en la educación superior contribuye a la satisfacción estudiantil y a la mejora del rendimiento académico, siempre que se utilicen con un enfoque pedagógico orientado a la interacción a través del aprendizaje colaborativo.

Por otro lado, los profesores pueden beneficiarse de las redes sociales en sus planes de clase para mejorar la eficacia de su enseñanza tanto dentro como fuera del aula, ya que proporcionan metodologías de aprendizaje innovadoras, actividades interactivas y dinámicas de enseñanza que fomentan la motivación y el desarrollo de las habilidades lingüísticas de los estudiantes; de hecho, las redes sociales pueden funcionar como entornos de aprendizaje complementarios que fortalecen la motivación, promoviendo la interacción y favoreciendo el desarrollo de habilidades lingüísticas (Barrot, 2022).

En el ámbito internacional, Rwodzi, de Jager, & Mpofu. (2020) exploraron cómo el uso de las redes sociales apoya la enseñanza y el aprendizaje del inglés como segunda lengua entre estudiantes de educación superior de Sudáfrica a través de aplicaciones tales como Facebook, WhatsApp y YouTube, cuyos hallazgos concluyeron que se pueden obtener beneficios pedagógicos con la integración correcta de las redes sociales, mejorando la motivación y competencia comunicativa.

Asimismo, Tambunan, Sari & Rasmitadila (2022) concluyeron que las redes sociales, en particular Instagram, actúan adecuadamente en entornos educativos para la enseñanza del idioma inglés, generando mayores niveles de interés y motivación en estudiantes universitarios de Indonesia, por lo tanto, el uso de estas plataformas no es exclusivamente recreativo o para el entretenimiento y pueden funcionar como complementos al aula tradicional integrándolas con objetivos pedagógicos claros.

Zainal & Rahmat (2020) investigaron cómo las redes sociales tales como Facebook, Twitter y Youtube influyen en el desarrollo del vocabulario y explorar cómo estas aplicaciones afectan el interés en el aprendizaje del idioma inglés entre estudiantes de educación superior de Malasia. El estudio concluyó que las redes sociales influyen positivamente en el aprendizaje del vocabulario, además de que los estudiantes manifestaron una motivación extra para aprender el idioma inglés al desarrollar sus habilidades lingüísticas.

En el contexto ecuatoriano, Barcia et al. (2025) realizaron un estudio en una institución de educación superior en el que el 81% de los estudiantes considera que las redes sociales son útiles para aprender inglés, mientras que el 10% de ellos las considera bastante útiles, y un pequeño grupo de estudiantes piensa que no son útiles (5%) o no son nada útiles (4%); como resultado, estos hallazgos sugieren que la mayoría de los estudiantes reconocen el valor de las redes sociales como una herramienta eficaz y accesible para el aprendizaje de idiomas.

El autor Villalva (2022) llevó a cabo un estudio para analizar la influencia de las redes sociales en las habilidades orales entre estudiantes de segundo año de bachillerato. El estudio empleó una metodología cuasiexperimental para evaluar el impacto de las plataformas de redes sociales en dichas habilidades, mientras que los resultados de esta investigación permitieron deducir que el grupo experimental, que utilizó WhatsApp, Facebook y YouTube en sus actividades de aprendizaje, demostró mejores habilidades de expresión oral que el grupo de control.

El objetivo principal del presente estudio es implementar las redes sociales con un enfoque académico; motivando el aprendizaje del idioma inglés como lengua extranjera (EFL) en los estudiantes en el contexto ecuatoriano; y que, de esta forma, se difunda el conocimiento a través de proyectos orientados al desarrollo y a la adaptación de estrategias innovadoras que permitan afrontar los desafíos en la enseñanza del idioma inglés en la educación superior.

Este estudio analiza las implicaciones pedagógicas de la integración de redes sociales en la enseñanza del inglés como lengua extranjera en la educación superior. Asimismo, busca identificar los intereses y perspectivas de los estudiantes de inglés como lengua extranjera (EFL) sobre el uso de las redes sociales, y examinar si la exposición a las redes sociales contribuye a fomentar su motivación en el aprendizaje del idioma.

MATERIALES Y MÉTODOS

El presente estudio empleó una metodología cuantitativa para analizar de forma objetiva la multiplicidad en que los estudiantes de educación superior interactúan con las redes sociales, permitiendo recopilar datos primarios medibles. En el contexto de enseñanza del inglés como lengua extranjera, esta metodología se aplica a través de encuestas estructuradas para analizar actitudes y experiencias de aprendizaje (Nguyen & Nguyen, 2024).

Los datos primarios se recopilaron mediante una encuesta estructurada con escalas Likert de cinco puntos, aplicada digitalmente en Google Forms. La encuesta tuvo dos secciones: la primera sección encuestó la edad y el nivel de inglés (autoevaluación) y la segunda sección contenía 10 preguntas que evaluaron el interés y la perspectiva de los encuestados sobre el uso de las redes sociales en el ámbito de la enseñanza del inglés como lengua extranjera.

La validez del instrumento se verificó enviando la encuesta a 3 expertos en pedagogía de la enseñanza del idioma inglés; asimismo, para asegurar la fiabilidad de la encuesta aplicamos el coeficiente de alfa de Cronbach, el cual es un indicador de consistencia interna que refleja la coherencia entre los ítems del instrumento y la homogeneidad de la escala. El alfa de Cronbach es ampliamente aceptada en estudios de enseñanza del inglés como lengua extranjera; por ejemplo, los autores Hoang (2024) y Sabadoust et al. (2025) utilizaron respectivamente este coeficiente para validar cuestionarios sobre integración tecnológica y calidad para los docentes reportando valores superiores a 0,90.

Los participantes de la encuesta fueron 40 estudiantes de educación superior del Ecuador seleccionados aleatoriamente, considerando que según Rahman et al. (2022), el muestreo aleatorio simple asegura que cada miembro de la población tenga la misma probabilidad de ser seleccionado, lo que minimiza el sesgo de selección y permite que los resultados obtenidos sean representativos. Por lo tanto, este método evita dividir a los estudiantes en categorías tales como instituciones públicas o privadas, ingresos económicos, género o etnia.

RESULTADOS

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de la primera sección de la encuesta realizada aleatoriamente a 40 estudiantes de educación superior en el Ecuador. La sección 1 está orientada al rango de edad y el nivel de inglés (autoevaluación).

Tabla 1

Rango de edad de los encuestados

Rango de edad	Porcentaje	Estudiantes
18 - 22 años	75%	30
22 - 25 años	17,5%	7
25 años o más	7,5%	3
Total	100%	40

Nota. Fuente: elaboración propia con base en los resultados de la encuesta.

Tabla 2

Nivel de Inglés (autoevaluación) de los encuestados

Nivel de Inglés	Porcentaje	Estudiantes
Nivel Básico	42,5%	17
Nivel Intermedio	35%	14
Nivel Avanzado	22,5%	9
Total	100%	40

Nota. Fuente: elaboración propia con base en los resultados de la encuesta.

La sección 2 incluye 10 preguntas orientadas a evaluar la percepción y el uso que los estudiantes de educación superior hacen de las redes sociales en el ámbito de la enseñanza del idioma inglés. Para determinar la consistencia del instrumento, se aplicó el coeficiente alfa de Cronbach, obteniendo una puntuación $\alpha = 0,8$ un valor aceptable para determinar la fiabilidad de la encuesta (Kaya & Boz, 2019).

Las 10 preguntas empleadas en la encuesta fueron agrupadas en 4 categorías analíticas; tales como: uso e intensidad, exposición educativa, motivación educativa y valor pedagógico, esto con el propósito de establecer una consistencia estadística interna de la investigación y de reducir la dispersión de las preguntas compuestas en una escala tipo Likert al permitir identificar tendencias generales y no únicamente variaciones puntuales por pregunta (Zeng

et al., 2024), además de obtener un valor promedio de cada pregunta y de cada categoría de todas las respuestas recopiladas.

Tabla 3

Agrupación analítica de las preguntas empleadas en la encuesta

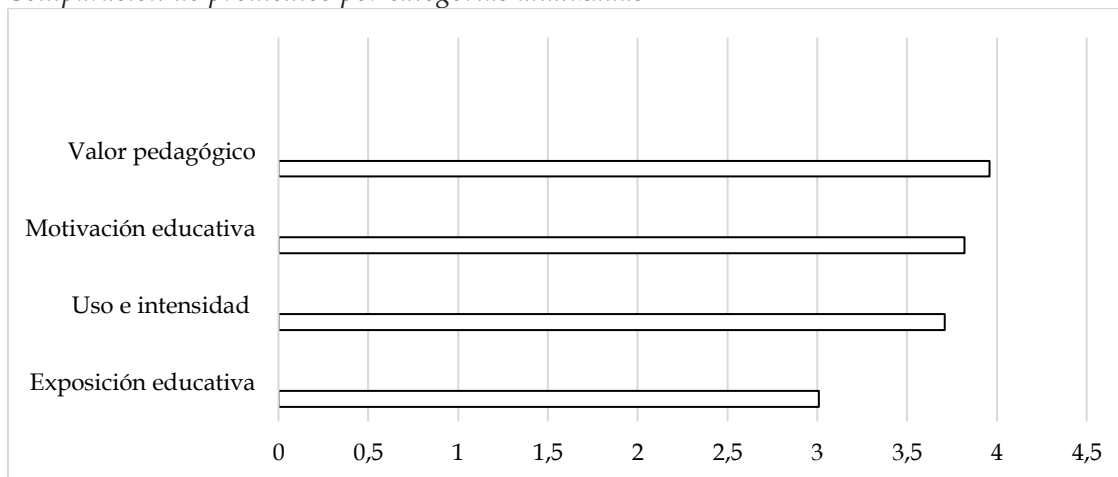
Categoría	Preguntas	Promedio
Uso e intensidad	I have more than five social media platforms installed on my phone	3.70
	I spend more than five hours per day viewing content on social media.	3.73
	Promedio de la categoría	3.71
Exposición educativa	I follow accounts, platforms, or content creators specifically related to learning English.	2.53
	Watching English content on social media motivates me to practice.	3.50
	Promedio de la categoría	3.01
Motivación educativa	Social media helps me learn new English vocabulary and expressions. I feel more motivated to improve my English when I interact with content on social media.	4.00
	Using social media increases my motivation to continue learning English.	3.70
	Promedio de la categoría	3.77
Valor pedagógico	I prefer learning English through accounts, platforms, or content creators rather than traditional methods.	3.85
	Social media is a valuable complement or alternative to traditional English learning methods.	4.08
	Using social media contributes to my overall engagement and participation in English learning activities.	3.90
Promedio de la categoría		3.96

Nota. Fuente: elaboración propia con base en los resultados de la encuesta

Por otro lado, la figura 1 representa un gráfico de barras sobre la comparación de las categorías, de mayor a menor promedio obtenido, en donde se permite visualizar las diferencias existentes; por ejemplo, se puede observar que las categorías de “Valor pedagógico” y “Motivación educativa” registran las puntuaciones más altas, seguido por la categoría de *Uso e intensidad* y finalmente “Exposición educativa”.

Figura 1

Comparación de promedios por categorías analizadas



Nota. Fuente: elaboración propia con base en los resultados de la encuesta

DISCUSIÓN

Según la tabla 1, 30 estudiantes de los encuestados tienen su rango de edad entre los 18 y 22 años representando el 75%, 7 estudiantes se encuentran entre los 22 y 25 años representando el 17,5%, y únicamente 3 estudiantes superan los 25 años representando el 7,5%. Estos resultados concuerdan con los datos de la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo; en efecto, el 61,14% de la población universitaria de pregrado tiene entre 18 y 22 años, mientras que el 29,81% entre 23 y 29 años, evidenciando que la edad promedio de estudiantes universitarios varía de los 18 hasta los 25 años (Bonilla-Marchán, Delgado, & Stefos, 2019), como resultado, los estudiantes comparten trayectorias educativas recientes en la enseñanza del inglés, lo cual conlleva a niveles comparables de prácticas de aprendizajes similares.

Esta homogeneidad de la edad reduce la variabilidad externa y permite una interpretación más precisa de los resultados, demostrando la coherencia entre la encuesta y la población nacional al mejorar la representatividad del estudio y definiendo el alcance de los resultados para poblaciones universitarias, por lo que, el rango de edad evita la generalización de los resultados a grupos con características educativas diferentes.

La tabla 2 indica que 17 encuestados se autoevalúan con un nivel básico representando el 42,5%, 14 estudiantes con un nivel intermedio representando el 35%, y 9 estudiantes con un nivel avanzado representando el 22,5%, no obstante, esto no representa el nivel real del idioma inglés al no basarse en exámenes estandarizados, pero compone un indicador importante en la percepción de los estudiantes sobre sus habilidades lingüísticas, lo cual influye en actividades relacionadas a la motivación, la elección de métodos de aprendizaje y el nivel de confianza en el dominio del inglés.

Estos resultados están en concordancia con el estudio de Almeida, Castillo, & Rosero (2021) donde los resultados de una prueba mock PET-B1 aplicada en 3 instituciones de educación superior en el Ecuador demostraron promedios inferiores para obtener el nivel B1 del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas, lo cual refuerza la correlación entre la autoevaluación de los encuestados y los desafíos reales del aprendizaje en instituciones de educación superior a nivel ecuatoriano.

Para un correcto análisis, las 10 preguntas fueron categorizadas para fortalecer la consistencia estadística, dando como resultado, que la categoría "*Valor pedagógico*" tenga el promedio más alto ($P=3,96$); evidenciando que los estudiantes consideran a las redes sociales como una herramienta útil y eficaz para aprender inglés como lengua extranjera.

La categoría "*Motivación educativa*" alcanzó el segundo promedio más alto ($P=3,82$), lo cual demuestra que la exposición a contenido digital orientado al inglés incrementa la disposición para practicar el idioma; por otro lado, la categoría "*Exposición educativa*" evidenció el promedio más bajo ($P=3,01$), lo que significa un seguimiento limitado de cuentas o plataformas especializadas en enseñanza del inglés; sin embargo, una baja exposición no refleja en niveles bajos de la motivación o valor educativo.

Esto resalta que los estudiantes de educación superior no están expuestos a cuentas educativas, pero aun así se sienten motivados y consideran las redes sociales como un método legítimo para la enseñanza del inglés; en este contexto, Zhou (2021) menciona que las redes sociales promueven la participación activa y el compromiso del aprendizaje, pero su impacto pedagógico se reduce cuando el uso se estanca en un nivel informal y superficial, por lo que, el uso de las redes sociales debe enfocarse en ámbitos académicos con propósitos educativos para que el impacto en los estudiantes sea efectivo.

Asimismo, las diferencias entre las 4 categorías reflejan un patrón claro: la exposición estratégica a contenido educativo es baja, pero la percepción de valor pedagógico y la motivación generada por las redes son altas, lo cual es una ventaja entre los estudiantes de educación superior quienes están acostumbrados al uso de nuevas tecnologías, mejorando la implementación de recursos más dinámicas e interactivos en entornos académicos.

Los estudiantes encuestados tienen la percepción de que las redes sociales ayudan al aprendizaje del inglés en ámbitos como vocabulario y expresiones, y que su uso aumenta la motivación y participación en actividades con métodos no tradicionales, lo cual es respaldado por la demostración de que las redes sociales; tales como Instagram y YouTube, contribuyen al aprendizaje del vocabulario, el aumento de la motivación y a la participación activa de los estudiantes (Rafiee & Kassaian, 2024).

Las implicaciones pedagógicas de las redes sociales en la enseñanza del inglés como lengua extranjera son innegables y la influencia en los estudiantes para motivarlos en aprender el idioma es notoria. Sin embargo, el uso inadecuado de las plataformas no contribuye al desarrollo de sus capacidades lingüísticas.

CONCLUSIÓN

El estudio concluye que la integración de las redes sociales con fines pedagógicos puede convertirse en una herramienta eficaz para fortalecer la motivación y el interés de los estudiantes ecuatorianos de educación superior en el aprendizaje del inglés como lengua extranjera, lo cual se alinea con los hallazgos del estudio de Azar & Yousofi (2022) al demostrar que el uso de las redes sociales eleva el compromiso en los estudiantes de inglés.

Los estudiantes quienes participaron en esta investigación tienen entre 18 y 25 años de edad, rango que demuestra la apertura hacia el uso de plataformas digitales en su proceso de

aprendizaje al reflejar una disposición para métodos de enseñanza innovadores adaptados a su realidad tecnológica en la era moderna actual.

Además, los resultados confirmaron que los estudiantes dedican una parte considerable de su tiempo a las redes sociales y que una porción de ese uso se enfoca en la adquisición de vocabulario y expresiones en inglés, aunque resulta relevante mencionar que el aporte formativo de estas plataformas depende del tipo de contenido consumido y de la forma en que la herramienta digital se utiliza por los usuarios, de modo que la exposición a material general o centrado en el entretenimiento sin propósitos académicos definidos reduce de forma notable los avances esperados en estudiantes de educación superior (Badr et al., 2024).

Las instituciones de educación superior en Ecuador deben encaminar el uso de las redes sociales hacia objetivos educativos al incorporarlas en el diseño de estrategias de enseñanza, aprovechando que estas plataformas forman parte de la vida cotidiana de los jóvenes estudiantes y permitir convertir su familiaridad digital en un recurso que fortalezca el desarrollo académico en el área del inglés.

Finalmente, el estudio destaca la importancia de la innovación educativa en la incorporación de las nuevas tecnologías de uso diario con un propósito estructurado y pedagógico, dado que las redes sociales pueden convertirse en una herramienta fundamental para mejorar la motivación, la interacción y el rendimiento de los estudiantes de educación superior que aprenden inglés como lengua extranjera.

Conflicto de interés

El autor y la coautora declaran que no existen conflictos de intereses que puedan haber influido en la realización o presentación de los resultados de este estudio. El estudio se ha realizado exclusivamente con fines académicos y sin patrocinio de instituciones u organizaciones externas o privadas.

REFERENCIAS BLIOGRÁFICAS

- Almeida, E., Castillo, D., & Rosero, A. (2021). *Assessment practices in some language centers in public universities of Ecuador and student proficiency outcomes*. *Literatura y Lingüística*, (44). <https://doi.org/10.29344/0717621X.44.3017>
- Al-Rahmi, W. M., Alzahrani, A. I., Yahaya, N., Alalwan, N., & Kamin, Y. B. (2022). Social media use in higher education: Building a structural equation model for student satisfaction and performance. *Frontiers in Public Health*, 10, 1003007. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2022.1003007>
- Ananiadou, S., McNaught, J., & Thompson, P. (2024). *The English language in the digital age*. European Language Equality Network. <https://european-language-equality.eu/>
- Azar, A. S., & Yousofi, N. (2022). *Boosting EFL learners' commitment and enjoyment in language learning through social networking use*. *Frontiers in Psychology*, 13, 999586. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.999586>
- Badr, A. M. M., Al-Abdi, B. S., Rfeqallah, M., Kasim, R., & Ali, F. A. M. (2024). *Information quality and students' academic performance: The mediating roles of perceived usefulness, entertainment and social media usage*. *Smart Learning Environments*, 11, Article 45. <https://doi.org/10.1186/s40561-024-00329-2>
- Barcia, M. R., Tello, J. E., Toapanta, P. G., & Rodríguez, G. E. (2025). *Using social networks for effective English Language Teaching*. *Sinergia Académica*, 8(3), 461–472. <https://doi.org/10.51736/sa576>

- Barrot, J. S. (2022). *Social media as a language learning environment: A systematic review of the literature (2008–2019)*. *Computer Assisted Language Learning*, 35(9), 2534–2562. <https://doi.org/10.1080/09588221.2021.1883673>
- Bonilla-Marchán, W., Delgado, I., & Stefos, E. (2019). *Los estudiantes de pregrado en Ecuador: Un análisis de datos*. *Revista Universidad y Sociedad*, 11(5), 287–296.
- Hoang, N. H. (2024). *Developing and validating a questionnaire on EFL teachers' actual integration of ICT into their classes at Vietnamese higher education*. *Language Teaching Research Quarterly*, 42, 1–20. <https://doi.org/10.32038/ltrq.2024.42.01>
- Kaya, E., & Boz, Y. (2019). *A review of research on science teachers' beliefs and practices*. *Research in Science Education*, 49(4), 1251–1275. <https://doi.org/10.1007/s11165-016-9602-2>
- Kemp, S. (2024). *Digital 2024: Global overview report*. DataReportal. <https://acortar.link/0qx6Ax>
- Nguyen, T. T. N., & Nguyen, A. (2024). *A survey into EFL students' perceptions of studying English with native English-speaking teachers at Eastern International University Foreign Language Center*. *Journal of Knowledge Learning and Science Technology*, 3(2), 162–176. <https://doi.org/10.60087/jklst.vol3.n2.p176>
- Rafiee, M., & Kassaian, Z. (2024). *Learning English vocabulary via Instagram or YouTube: Surveying the effects on achievement, motivation and willingness to communicate*. *System*, 121, 103244. <https://doi.org/10.1016/j.system.2024.103244>
- Rahman, M., Tabash, M. I., Salamzadeh, A., & Abduli, S. (2022). *Sampling techniques (probability) for quantitative social science researchers: A conceptual guidelines with examples*. *SEEU Review*, 17(1), 42–51. <https://doi.org/10.2478/seeur-2022-0023>
- Rwodzi, C., de Jager, L., & Mpofu, N. (2020). *The innovative use of social media for teaching English as a second language*. *The Journal for Transdisciplinary Research in Southern Africa*, 16(1). <https://doi.org/10.4102/td.v16i1.702>
- Sabadoust, G., Tavassoli, K., & Famil Khalili, G. (2024). *Development and validation of an EFL teachers' quality assurance questionnaire*. *Journal of Modern Research in English Language Studies*, 12(1), 57–83. <https://doi.org/10.30479/jmrels.2024.19667.2299>
- Tambunan, A. R. S., Sari, W. S., & Rasmitadila. (2022). *Students' perceptions of Social Networking Sites for English language learning: A study in an Indonesian higher education context*. *World Journal of English Language*, 12(8), 86–98. <https://doi.org/10.5430/wjel.v12n8p86>
- Villalva, M. P. (2022). *The influence of social media on EFL learners' speaking skills*. *Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación*. <https://acortar.link/dA61IT>
- Zainal, Z., & Rahmat, N. H. (2020). *Social media and its influence on vocabulary and language learning: a case study*. *European Journal of Education Studies*, 7(11). <https://acortar.link/XevHzX>
- Zeng, B., Jeon, M., & Wen, H. (2024). *How does item wording affect participants' responses in Likert scale? Quantitative Psychology and Measurement*, 15. <https://acortar.link/ctByja>
- Zhou, S. (2021). *Impacts of social media on language learning: A review of literature*. *International Journal of Education and Literacy Studies*, 9(1), 104–113. <https://acortar.link/wivRWk>