

استخدام الأطفال لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها

هانى رمزي عزيز

د. هانى شفيق رمزي

رئيس قسم تكنولوجيا التعليم كلية التربية النوعية بنها جامعة بنها

د. عمرو محمد نحلة

قسم الإعلام وثقافة الطفل كلية الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس

ملخص

المشكلة والتساؤلات: من خلال ملاحظة الباحث وقيامه بدراسة استطلاعية، ومن خلال احسايس الباحث والدراسة الاستطلاعية، والدراسات السابقة. ساعد الباحث في بلورة مشكلة الدراسة. ومن هنا جاءت فكرة دراسة فيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي وكيفية الاستفادة منها، وما سبق تلخص مشكلة الدراسة في ما وقع استخدام الأطفال لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها؟

الهدف: هدفت الدراسة الى التعرف على دوافع استخدام الأطفال لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها.

النوع والمنهج: تنتمي هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية واعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الاعلامي بالعينة وكانت عينة الدراسة الميدانية ٤٠٠ مفردة من الذكور والإناث بمعدل ١٠٠ طفل وطفلة من كل محافظة من المحافظات (المنيا، أسيوط، سوهاج).

الأدوات: تم جمع بيانات الدراسة الحالية من خلال صحيفة الاستبيان.

متغيرات الدراسة: المتغير المستقل استخدام الأطفال لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي، والمتغير التابع الإشباع المتحققة من فيديوهات التعلم، والمتغير الوسيط المتغيرات الديموجرافية الخاصة بالسن، والنوع، والمستوى الاجتماعي، والقاهرة ومحافظات الوجه القبلي.

محددات الدراسة: الحدود الموضوعية: تتمثل في استخدام عينة من الأطفال لفيديوهات مواقع الاتصال الاجتماعي والإشباع المتحققة منها، والحدود الزمانية في الفصل الدراسي الأول من شهر أكتوبر حتى شهر منتصف شهر ديسمبر ٢٠١٨.

النتائج: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين لفيديوهات التعلم بمواقع التواصل الاجتماعي وبين الإشباع (المحتوى- العملية) المتحققة من ذلك الاستخدام، وتوجد علاقة دالة إحصائية بين الدوافع (الطوقسية- النفعية) لتعرضه لفيديوهات التعلم بمواقع التواصل الاجتماعي وبين الإشباع (المحتوى- العملية) المتحققة من ذلك التعرض، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجمالي دوافع تعرض المبحوثين لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي وذلك تبعا لاختلاف المستوى الاجتماعي الاقتصادي.

The children uses of learning videos on social media websites and their gratifications

Problem and Inquiries: Based on the researcher's feeling, survey, and the aforesaid studies, he helped envisioning the study problem; from that comes the idea of studying tutorials on social media and how to make good use of them, Based on the aforesaid the study problem is summarized as follows: what is the fact about the children use of tutorials on the social media and the satisfactions resulted therefrom?

Aims: The study aimed at knowing the motives for the children to use the tutorials on social media and the satisfactions achieved.

Type and Syllabus: Type of the Study: this study belongs to the descriptive studies, Syllabus of the Study: this study depended on media survey through sample.

Community and Sample: The Sample of Field Study: 400 individuals of males and female. 100 male and female children from each governorates (Minia, Assuit, Sohag).

Tools: The data of the current study has been collected from questionnaire paper and a random sample of tutorials.

Variables: Dependent Variable: The children's use of tutorials on the social media, Independent Variable: Satisfactions achieved through the tutorials. Intermediate Variable: The demographical variables related to the age, gender, social level, Cairo, and governorates of Upper Egypt.

Boundaries: Subjective Boundaries: Represented at the use of the children sample the videos of social media and the satisfactions achieved therefrom, Time Boundaries The first academic round of October till the middle of December 2018.

Results: There is associative relation statistical function between the ratio of the researched being exposed to the social media tutorials and the satisfactions (content- process) achieved from such use, There is an associative statistical function between the motives (rituals- benefits) between being exposed to the social media tutorials and the satisfactions (content- process) achieved from exposure, and There are no differences with statistical indication between the total motives of exposure of the researched to the social media tutorials according to the difference of the social economical level.

١. جاءت دراسة (Tiemann, P. (2016) بعنوان "التعلم في زمن شبكات التواصل الإجتماعية والفيديو التعليمي الإلكتروني: فحص استخدامات الأطفال للفيديوهات الإلكترونية التعليمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي في حل الواجبات". هدفت الدراسة إلى فحص استخدامات الأطفال للفيديوهات التعليمية بشبكات التواصل الاجتماعي في حل الواجبات المدرسية. واستخدمت الدراسة منهج البحث العملي ذو التصميم النوعي لفحص تأثير استخدام الأطفال للفيديوهات التعليمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي. تكونت عينة الدراسة من ٧٥ طفل وطفلة بمرحلة التعليم الأساسي، تم اختيارهم عمدياً ممن يستخدمون فيديوهات مواقع التواصل الاجتماعي (الفيديوك والواتساب) لأغراض تعليمية. تم تطبيق الأدوات على أفراد العينة وتحليل استخداماتهم للفيديوهات التعليمية الإلكترونية لاستخلاص النتائج. تمثلت الأدوات المستخدمة في جمع البيانات من تحليل الفيديوهات التعليمية على الصفحات الشخصية للأطفال والمقابلات النوعية مع الأطفال. ومن أهم النتائج: أن استخدامات الأطفال للفيديوهات الإلكترونية التعليمية بمواقع التواصل الاجتماعي تراوحت بين ثلاث تصنيفات، هي: المساعدة على حل الواجبات المدرسية ومزيد من الإيضاح للدروس التعليمية وإثراء التعلم. ظهور مجموعة من العوامل المؤثرة في نجاح استخدام الأطفال للفيديوهات التعليمية بشبكات التواصل الاجتماعي تمثلت في التفاعلية والإثارة المستمرة عبر الصفحات والتحديث المستمر.

٢. كما جاءت دراسة (Scialdone, M. J. (2016) بعنوان "فهم استخدامات وإشباعات عناصر الفيديو عبر شبكات التواصل الاجتماعي في دعم الخبرات التعليمية للأطفال في بيئات التعلم المختلط والتعلم عن بعد". هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدامات وإشباعات عناصر الفيديو عبر شبكات التواصل الاجتماعي في دعم خبرات التعلم للأطفال في مواقف التعلم لتقليدية وعن بعد. واستخدمت الدراسة منهج دراسة الحالة النوعية لاستكشاف استخدامات وإشباعات الأطفال من الفيديوهات التعليمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي. وتكونت عينة الدراسة من ٥٠ طفل وطفلة متوسط أعمارهم ما بين (٧-٨) سنوات في قبرص، تم استخدامهم كدراسة حالة نوعية (٢٥) بمواقف التعلم المختلطة التقليدية و٢٥ بمواقف تعلم عن بعد) نتيجة لاعتمادهم على فيديوهات التعلم عبر شبكات التواصل الاجتماعي. واستخدمت الدراسة الأدوات التالية: لملاحظات وتحليل الوثائق التعليمية والمقابلات مع الأطفال. وتم التوصل من خلال التحليلات إلى النتائج التالية: أظهرت التحليلات وجود مجموعة من الاستخدامات والإشباعات المتحققة للأطفال من استخدام الفيديوهات الإلكترونية عبر شبكات التواصل الاجتماعي تمثلت في إشباعات تعليمية وإجتماعية ومعرفية. أظهرت التحليلات حجم تأثير ما بين متوسط إلى مرتفع لإستخدام الأطفال للفيديوهات التعليمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي على تعليمهم. وظهر فروق في التحصيل التعليمي للأطفال في المجموعتين (التعلم في المواقف التقليدية مقابل التعلم عن بعد) نتيجة لاستخدام فيديوهات التعلم عبر شبكات التواصل الاجتماعي لصالح الأطفال الذين تعلموا عن بعد.

٣. دراسة (Kore, T. (2016) بعنوان استخدام الأطفال للفيديوهات التعليمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي ومفاهيمهم حول تأثير الاستخدام، وهدفت دراسة الحالة إلى فحص استخدام الأطفال للفيديوهات التعليمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي بالإضافة إلى تأثير هذا الاستخدام. واستخدمت الدراسة منهج دراسة الحالة النوعية بالإضافة إلى المنهج الوصفي. تكونت عينة الدراسة من ٦٠ طفل وطفلة متوسط أعمارهم ما بين (٨-٩) سنوات تم اختيارهم بأسلوب العينة العمدية من طلاب مدرسة سان جوزيف شمال أستراليا خلال العام الدراسي ٢٠١٥/٢٠١٦. تم تطبيق الأدوات على الأطفال للإجابة على التساؤلات واستخلاص النتائج، واستخدمت الدراسة أداتان هما، استبانة استخدام الفيديوهات

في الأونة الأخيرة تزايد الأقبال على مواقع التواصل الاجتماعي والتي باتت لها التأثير الشخصي والجمهيري الذي يكاد يزام وسائل الاعلام التقليدية في مكانتها الأولى عند المستخدمين والمستقبلين للإعلام، وأصبحت مواقع التواصل الاجتماعي بما تقدمه من فيديوهات للتعلم بمثابة منصة جديدة للإعلام تتميز عن الاعلام التقليدي بسعة انتشارها وكثرة زوارها ومرتابيها، وتجاهلها أصبح يعني عدم مواكبة العصر. وتشكل فيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي منصة جديدة للإعلام.

مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

تتلخص مشكلة الدراسة في انتشار استخدام الطفل المصري لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي، والتي يمكن ان تنتج استخدامات وإشباعات جديدة ومختلفة عن استخدامات وسائل الاعلام التقليدية الأخرى. وهل تختلف الاستخدامات والإشباعات المتحققة منها لأطفال الوجه القبلي عن القاهرة، وكيفية استثمار استخدام هذه المواقع كمنصات اعلامية هامة ومؤثرة وحررة نسبيا أكثر من وسائل الاعلام التقليدية حيث أن الدراسات في هذا الموضوع حديثة لم يتم تغطيتها بشكل كاف، وندرة الدراسات التي تناولت فيديوهات التعلم على مواقع الاتصال الاجتماعي وكيفية الاستفادة منها من خلال مدخل الاستخدامات والإشباعات، على الأطفال وتقديم مقترحات عملية لإستثمار إيجابياته والحد من سلبياته.

مما سبق نتحدد مشكلة الدراسة في ما الإشباعات المتحققة من إستخدامات الأطفال لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي؟ وينبثق من هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية:

١. ما مدى تعرض طلاب المرحلة الاعدادية لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي؟
٢. ما أهم أسباب مشاهدة طلاب المرحلة الاعدادية لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي؟
٣. ما دوافع استخدام طلاب المرحلة الاعدادية لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي؟
٤. ما أهم الإشباعات المتحققة من مشاهدة طلاب المرحلة الاعدادية لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي؟

أهمية الدراسة:

١. أهمية دراسة استخدام الأطفال لفيديوهات التعلم والاستفادة منها في تحقيق الإشباعات لديهم.
٢. يعد موضوع الدراسة من البحوث الحديثة في مجال الدراسات الإعلامية، حيث تحتاج المكتبة الإعلامية إلى مزيد من الأبحاث.
٣. رصد العلاقة بين استخدام الأطفال لفيديوهات التعلم والإشباعات المتحققة منها.
٤. أهمية فيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي والدور الذي تلعبه في حياة أطفال المرحلة الاعدادية من سن (١٢-١٥) سنة.
٥. تسهم هذه الدراسة في تعظيم الفائدة من استخدام فيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق أعلى اشباع للأطفال.

اهداف الدراسة:

١. التعرف على تعرض طلاب المرحلة الاعدادية لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي؟
٢. الكشف عن أهم أسباب مشاهدة طلاب المرحلة الاعدادية لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي؟
٣. رصد دوافع استخدام طلاب المرحلة الاعدادية لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي؟
٤. تحديد أهم الإشباعات المتحققة من مشاهدة طلاب المرحلة الاعدادية لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي؟

٦. وقدمت إيمي جرامليش (Gramlich, Amy K. (2014)، بعنوان "استخدام نماذج دمج الفيديوهايات في التعلم في مدارس لتعليم المتوسط التجريبية في فصول الأسباني" هدفت الدراسة الى معرفة النواضع والرغبة لدى مراهقين القرن الحادى والعشرين طلاب المدارس المتوسطة التجريبية في التعلم في فصول الأسباني من خلال الفيديوهايات والموضوعات التي تتصل بتجاربههم المعاصرة ودوافعهم في اشباع حاجتهم من خلال التكنولوجيا والثقافة الشعبية، والاشباع المتحققة من الأنشطة في الفصول الدراسية، وجرت الدراسة على عينة من الطلبة المراهقين ومجموعة من المعلمين، وكشفت الدراسة أن مربين ومعلمين اللغة الأجنبية لديهم وفرة في الموارد الأصلية التي تمثل اللغة ولكن الثقافة الشعبية المتاحة في العصر الحديث لم تعد فقط في الفصول ولكنها موجودة في الوسائل المساعدة في تلبية احتياجات الطلاب لتقافية، مثل أشرطة الفيديو، يوتيوب، تويتر، بينتر بريست، الصوت، جوجل، والمجلات على الانترنت والهواتف المحمولة التي تساعد الطلاب على تسديد احتياجاتهم من التعلم والثقافة. ومع ذلك لايزال يشعر عدد محدود من المعلمين ان عليهم ايجاد وقت للتخصيص لدروس الثقافة بالطريقة القديمة. والهدف من وراء هذه الرسالة البحثية هو خلق ثقافة البوب وهي دمج وحدات التكنولوجيا لأغراض المناهج الدراسية وتزويد هذه الوحدات الدراسية الى المدارس المتوسطة التجريبية فصول الأسباني.

٧. جاءت دراسة هيوغ كيلام (Kellam, Hugh (2011). بعنوان "استخدام المدرسين للفيديوهايات المنمجة عبر الانترنت في العناية بالصحة". هدفت الدراسة الى استخدام المدرسين لدمج الفيديو في التعلم عبر الانترنت. وجد الباحث أنه تزايد استخدام المدرسين للفيديوهايات في تدريباتهم عبر الانترنت، بالأخص في التعليم والصحة، وبالتالي الحاجة الى بحوث في مجال فهم كيفية تصميم واستخدام ودمج الفيديو، بوصفه الأداة الأكثر فعالية وكأداة تربية تؤثر في البيئة التعليمية والتعلم عبر الانترنت، وكانت عينة البحث ٤٥ من المهنيين والطلاب وتقيمهم لأشرطة الفيديو الرقمية، واستخدمت المقابلة الشخصية وتحليل مضمون لثلاث عينات من الفيديوهايات الرقمية وقام الباحث بفحص النوع، والنمجة والمظاهر الشخصية، والقصص، والتعليقات والروايات. وجاءت النتائج أن الفيديوهايات لها قيمة كبيرة في التعليم، كما جعلت بيئة التعلم أكثر أصالة، ولا تنسى، واقعية، وأسلوب للإستيعاب مختلف.

مصطلحات الدراسة الإجرانية:

١ الفيديو: الصورة المتحركة ثلاثية الأبعاد التي تمج بالحيوية.
٢ فيديوهايات التعلم (تعريف اجرائي): هي معظم أفلام الفيديو القصيرة او مقاطع من أفلام، او اعلانات، سواء كانت جادة او كوميدية، ثقافية، فنية، مهارية، متخصصة... وتقدم معنى أو فكرة أو مهارة أو قيمة انسانية تساعد على تنمية وتطوير الطفل.

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية.

منهج الدراسة:

اعتمدت للدراسة على منهج المسح الاعلامي بالعينة، حيث تنتمي الى الدراسات الوصفية وفي إطارها استخدم الباحث منهج المسح الإعلامي لعينة من الأطفال طلاب المرحلة الإعدادية من سن (١٢-١٥) عاما.

مجتمع وعينة الدراسة:

عينة الدراسة الميدانية مكونه ٤٠٠ مفردة من الذكور والإناث بمعدل ١٠٠ طفل وطفلة من كل محافظة من المحافظات (المنيا، أسيوط، سوهاج).

عينة الدراسة:

١ خصائص عينة الدراسة وفقا لمميزات النوع، المحافظة، المستوى الاقتصادى الاجتماعى:

التعليمية بشبكات التواصل الاجتماعي. والمقابلات البنائية مع الأطفال. ومن أهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة أظهرت التحليلات تصنيف استخدام الأطفال للفيديوهايات التعليمية بشبكات التواصل الاجتماعي إلى استخدامات تعليمية وترفيهية. أيضا، تم التوصل إلى أن الأطفال يستخدمون الفيديوهايات التعليمية أثناء الدروس وعند عمل الواجبات المدرسية. وظهر علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية بين زمن التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي ومشاهدة الأطفال للفيديوهايات التعليمية، وظهر مفاهيم إيجابية للأطفال نحو تأثير الفيديوهايات التعليمية بشبكات التواصل الاجتماعي على تعلمهم.

٤. دراسة Kim, L. (2015) بعنوان "استخدام فيديوهايات التعلم عبر الفيسبوك بين الأطفال في السويد في ضوء نظرية الاستخدامات والإشباع ونظرية ستيفنسون". هدفت الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام الأطفال لفيديوهايات التعلم عبر الفيسبوك في ضوء الأساس النظرى لنظرية الاستخدامات والإشباع ونظرية ستيفنسون. استخدمت الدراسة منهجى البحث الكمي والنوعي. وتكونت عينة الدراسة من ٧١ طفل وطفلة (متوسط العمر ما بين ٧-٩ سنوات) في السويد خلال العام الدراسى ٢٠١٤/٢٠١٥، تم اختيارهم عمديا وفقا لاستخدام الفيديوهايات التعليمية بالفيسبوك. أيضا، تمثلت العينة غير البشرية في مجموعة من الفيديوهايات التعليمية (عدد=١٠) هي الأكثر استخداما بين هؤلاء الأطفال. ولستخدمت الدراسة أدتان هما، استبانة استخدام الفيديوهايات التعليمية بشبكات التواصل الاجتماعي، تحليل محتوى عينة من الفيديوهايات التعليمية بالفيسبوك. وكان من أهم للنتائج: التوصل إلى أن متوسط استخدام الأطفال بالعينة للفيديوهايات التعليمية عبر شبكة التواصل الاجتماعى فيسبوك تراوحت بين (١-٣) ساعات يوميا. كما أظهرت التحليلات تصنيف دوافع استخدام الأطفال للفيديوهايات التعليمية بشبكات التواصل الاجتماعي إلى دوافع معرفية، دوافع تأثيرية، ودوافع ترفيهية. وأيضا أظهر التحليل العلمى وجود مجموعة من العوامل المرتبطة باستخدام الأطفال للفيديوهايات التعليمية بالفيسبوك تمثلت في: الديناميكية، وسهولة الوصول، والتحديث.

٥. كما قدمت دراسة Hegadi, P. S.& Angadi, G. R. (2015) بعنوان "استخدامات الأطفال للفيديوهايات التعليمية عبر الفيسبوك وتأثيراتها على الإنجاز الأكاديمى ومهارات التفاعل الاجتماعى ومواقف الأطفال نحوها". هدفت الدراسة إلى: فحص استخدامات الأطفال للفيديوهايات التعليمية عبر الفيسبوك. والتعرف على تأثيرات الفيديوهايات التعليمية على الإنجاز التليمى للأطفال. والتعرف على تأثيرات الفيديوهايات التعليمية على مهارات التفاعل الاجتماعى للأطفال. ولستخدمت الدراسة منهج البحث الوصفى والنوعى الاستطلاعى. وتكونت عينة الدراسة من ١٠٠ طفل وطفلة بمرحلة التعليم التمهيدي والأساسى (متوسط العمر ٧-٨ سنوات) تم اختيارهم عمديا من أحد لمدارس في دكا خلال العام الدراسى ٢٠١٤/٢٠١٥. أيضا، شارك في الدراسة ٢٤ معلم ومعلمة من خلال المقابلات شبه البنائية. تم تطبيق الأدوات على أفراد العينة للإجابة على تساؤلات الدراسة. تم استخدام الأدوات التالية: مقياس المواقف من الفيديوهايات التعليمية. ومقياس مهارات التفاعل الاجتماعى. والاختبارات التحصيلية. والمقابلات شبه البنائية مع المعلمين. وكانت أهم النتائج التي أظهرتها للدراسة: تعدد استخدامات الأطفال للفيديوهايات التعليمية بموقع التواصل الاجتماعى الفيسبوك ما بين استخدامات تعليمية ومعرفية وترفيهية. وظهر علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الأطفال للفيديوهايات التعليمية بشبكة التواصل الاجتماعى فيسبوك ودرجاتهم فى الاختبارات التحصيلية. كما أظهرت علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية استخدام الأطفال للفيديوهايات التعليمية بشبكة لتواصل الاجتماعى تعليمية ومعرفية وترفيهية. وظهر علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الأطفال للفيديوهايات التعليمية بشبكة التواصل الاجتماعى فيسبوك ودرجاتهم على مقياس مهارات التفاعل الاجتماعى. كما برهنت نتائج الدراسة على التأثير الإيجابى لاستخدام الأطفال للفيديوهايات التعليمية بشبكة التواصل الاجتماعى فيسبوك وكل من الإنجاز التليمى والتفاعل الاجتماعى.

على الويب تسمح للأفراد بإنشاء صفحة شخصية عامة أو شبه عامة داخل منظومة محددة، وتحديد قائمة من المستخدمين الآخرين لبناء الاتصال معهم، وعرض وتعديل قائمة الاتصالات داخل منظومة التواصل الاجتماعي^٣.

خصائص شبكات التواصل الاجتماعي: أشار مايفيلد (٢٠١٥) إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تشترك فيما بينها في مجموعة الخصائص التالية:

- المشاركة: تعمل شبكات التواصل الاجتماعي على إزالة الحدود بين الوسيلة الإعلامية والجمهور من خلال تشجيع المستخدمين على المساهمة وتقديم التغذية لراجعة حول الموضوعات والقضايا المختلفة.
- الإنفتاح: أزلت شبكات التواصل الاجتماعي القيود المرتبطة بالوصول للمحتوى، والانفتاح على المشاركة في صورة تصويت وتعليقات ومشاركة معلومات.

المحادثة: على عكس وسائل الاتصال التقليدية، تركز شبكات التواصل الاجتماعي على المحادثة والاتصال ثنائي الاتجاه.

المجتمع: تسمح شبكات التواصل الاجتماعي بتشكيل أنواع مختلفة من المجتمعات بسرعة والتواصل بشكل فعال.

الاتصال: تترابط شبكات التواصل الاجتماعي مع بعضها البعض وتحتوي عادة على روابط للمواقع والمجتمعات الإلكترونية الأخرى.

تعريفات: الفيديوهات التعليمية: عرف المكلافي والمجادي: الفيديوهات التعليمية بأنها تكنولوجيا رقمية أو أدوات اتصال يتم استخدامها في إدارة وخلق محتوى معلوماتي يضيف إلى مجتمع المعرفة^٤.

وعرف أثيرام وإيشيت الكلاي: الفيديو التعليمي بأنه "أداة ثرية وقوية يمكن استخدامها في بيئات التعلم الإلكتروني ليس فقط لتقديم المعلومات بطريقة جذابة وممنظمة ولكن أيضا تشجيع التعلم لتعاوني والمناقشة".

أيضا، عرف كرامر ونورونها وفيرجو: الفيديو التعليمي بأنه "محتوى وسائط متعددة يتم نشرها على الإنترنت وتعتمد على جهد إبداعي".

أيضا، عرف نيكوبولوس وكانفان: الفيديوهات التعليمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأنها "فيديوهات إلكترونية يتم رفعها ومشاركتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي، مع إمكانية البحث عنها ومشاهدتها من جانب متصفح هذه الشبكات".

أيضا عرف تشنج ولي: تقنية الفيديوهات التعليمية الإلكترونية بأنها عرض ديناميكي مصور صوتي يتم تقديمه عبر الإنترنت ويتم مشاهدته في نفس توقيت التحميل على جهاز كمبيوتر المستخدم.

الخصائص الرئيسية للفيديوهات التعليمية عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك: وصف المادوني الخصائص الرئيسية التالية للفيديوهات التعليمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

- الفيديوهات التعليمية تحمل رؤى فريدة أو بديلة للمحتوى التعليمي التقليدي.
- الفيديوهات التعليمية تنثر التفكير بين الأطفال.
- الفيديوهات التعليمية تحوي معلومات بصرية.
- الفيديوهات التعليمية مصممة لإثارة انتباه ودافعية الأطفال.
- الفيديوهات التعليمية تحتوي على مادة علمية ملائمة لعمر الطفل.
- الفيديوهات التعليمية ترتبط بفكرة معينة ولغة مفهومة للطفل.
- الفيديوهات التعليمية تعتمد على المعرفة والخبرة السابقة للطفل.
- الفيديوهات التعليمية ترتبط بأهداف تعليم الأطفال.
- الفيديوهات التعليمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي تكون متاحة للأطفال في أي وقت.

مزاي فيديوهات التعلم الإلكتروني عبر شبكات التواصل الاجتماعي إلى:

- أولا مزاي تعليمية تشمل:
- أ. مراعاة الفروق التعليمية بين الأطفال.

جدول (١) توزيع عينة الدراسة وفقا للنوع، المحافظة، المستوى الاقتصادي الاجتماعي.

المتغير	المجموعات	التكرار	النسبة
النوع	ذكور	٢١٠	٥٢,٥%
	إناث	١٩٠	٤٧,٥%
	المجموع	٤٠٠	١٠٠%
المحافظة	القاهرة	١٠٠	٢٥%
	أسيوط	١٠٠	٢٥%
	المنيا	١٠٠	٢٥%
	سوهاج	١٠٠	٢٥%
	المجموع	٤٠٠	١٠٠%
المستوى الاقتصادي	مرتفع	١٠٣	٢٥,٨%
	متوسط	٢٦٩	٦٧,٢%
	منخفض	٢٨	٧,٠%
	المجموع	٤٠٠	١٠٠%

أدوات الدراسة:

أداة الاستبيان وذلك من خلال استمارة استبيان بعنوان "استخدامات الأطفال لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي والأشباع المتحققة منها" (إعداد الباحث) بعد الإطلاع على العديد من استمارات الباحثين السابقين.

فروض الدراسة:

الفرض الأول: يوجد فرق دال إحصائيا بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على إجمالي مقياس دوافع تعرضهم لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على إجمالي مقياس دوافع التعرض لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي تبعا لاختلاف المستوى الاقتصادي (مرتفع- متوسط- منخفض).

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين لفيديوهات التعلم بمواقع التواصل الاجتماعي وبين الدوافع (الطوقسية- النفسية) لاستخدامه لها.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين لفيديوهات التعلم بمواقع التواصل الاجتماعي وبين الإشباعات (المحتوى- العملية) المتحققة من ذلك الاستخدام.

محددات الدراسة:

الحدود الموضوعية: تتمثل في استخدام عينة من الأطفال لفيديوهات مواقع الاتصال الاجتماعي والأشباع المتحققة منها.

الحدود المكانية: بعض الأطفال (ذكور وإناث) بالقاهرة وبعض محافظات وقرى الوجه القبلي (المنيا وأسيوط وسوهاج) لمعرفة الفروق الديموجرافية والخاصة بالاستخدامات والأشباع هل تختلف استخدامات الأطفال القاهريين عن الأطفال في المحافظات وقراها.

الحدود الزمانية: في الفصل الدراسي الأول من شهر أكتوبر حتى شهر منتصف شهر ديسمبر ٢٠١٨.

الحدود البشرية: سوف تقتصر الدراسة على ٤٠٠ طفل في المرحلة الإعدادية من سن (١٢-١٥) سنة

الإطار النظري:

تعريف مواقع التواصل الاجتماعي: عرفها ليتش، كومو ونجوجي (٢٠١٦) شبكات التواصل الاجتماعي بأنها "تطبيقات تسمح للمستخدمين بالتواصل من خلال عمل صفحات للمعلومات الشخصية، ودعوة الأصدقاء ولزملاء إلى الإطلاع على هذه الصفحات وإرسال الرسائل والمحادثات بينهم. ويمكن أن تحتوي الصفحة الشخصية على أي نوع من المعلومات مثل الصور والفيديو وملفات الصوت والمدونات".

وعرف أوزاد وجوميس (٢٠١٨) مواقع التواصل الاجتماعي بأنها "خدمات قائمة

- التعليمية مع الأطفال يتمثل في:
١. ربط محتوى الفيديو بأهداف التعلم.
 ٢. إعداد الأسئلة التمهيدية لتوجيه انتباه الأطفال لحوادث أو نقاط معينة بالفيديو التعليمي.
 ٣. إيقاف وإعادة تشغيل الفيديو من أجل المناقشات المتعمقة.
 ٤. بناء أنشطة تقوية لمحتوى الفيديو التعليمية.
 ٥. دعم المناقشة الجماعية لمحتوى الفيديو التعليمي.
 ٦. تصميم أنشطة متابعة والتي تشجع على مزيد من الفهم المتعمق وتكامل المحتوى.
- أيضا، أضاف نيومان نماذج الفيديو التعليمي التالية:
١. مكتبات الفيديو التعليمية عبر الويب، هي عبارة عن مجموعة من الفيديو التعليمية والبرامج المصورة التي يتم رفعها وتخزينها عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
 ٢. تقنية الفيديو عند الطلب (VOD) Video on Demand: عبارة عن خدمة لمحتوى الفيديو الرقمي عبر الإنترنت تسمح للمستخدم عبر الدخول إلى خادم مركزي بإختيار ومشاهدة المحتوى الذي يريدون في الوقت والمكان المناسب لهم.
 ٣. قواعد بيانات الفيديو، حيث يتم تكامل الفيديو التعليمية في نظام لقاعدة بيانات الفيديو.
- ٢٤ استخدامات وإشباع ملفات وسائط الفيديو التعليمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي: أن ملفات الفيديو التعليمية يمكن استخدامها في الأغراض التالية:
١. عرض مفهوم وتقديم معلومات جديدة عبر توفير السياقات المألوفة لدى الأطفال.
 ٢. توشيح أو التوسع في المعارف التي تم تغطيتها في الدروس والنصوص.
 ٣. تلخيص ما تم عرضه من معلومات على الأطفال عبر عرض مجموعة من الأفكار المترابطة في وحدة واحدة والتوضيح للأطفال آلية عمل المفاهيم المترابطة.
- صنف كو وشو وروبرت الإشباع المتعلقة بملفات وسائط الفيديو التعليمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي بالنسبة للأطفال كما يلي:
١. أولا إشباع تتعلق بالدافعية والمشاركة: يؤدي استخدام محتوى الفيديو كجزء مكمل من عمليات التعليم والتعلم إلى زيادة دافعية الأطفال نحو التعلم بالإضافة إلى رفع مستويات مشاركتهم في الموضوعات التعليمية المختلفة. ترتبط دافعية الأطفال ومشاركتهم في مواقف التعلم نتيجة للاستعانة بفيديو التعليمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي بتنوع أنماط العرض.
 ٢. ثانيا إشباع وجدانية: تتمثل مظاهر الإشباع الوجداني للأطفال من خلال التعرض للفيديو التعليمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي في:
 - أ. التعرض للعديد من المشاعر والوجدانات أثناء المشاهدة.
 - ب. الشعور بالمتعة والراحة والسعادة المستمدة من الحوادث المشوقة للفيديو التعليمية.
 - ج. التعلم حول المشاعر من خلال الفيديو التعليمية.
 - د. تفسير المشاعر الواردة في الفيديو التعليمية التي يشاهدونها.
 ٣. ثالثا إشباع معرفية: تساند الفيديو التعليمية الأطفال في فهم واستيعاب المعلومات والمفاهيم المقدمة إليهم. تحديدا، تفيد هذه الفيديو التعليمية الأطفال في تفسير العمليات المعقدة وتوضيح المهارات الأساسية أيضا، تحقق هذه الفيديو التعليمية الإشباع المعرفي للأطفال من خلال تقسيم العمليات والمهام المعقدة وتفسيرها بطريقة سهلة الفهم. وتساعد خصائص الفيديو التعليمية مثل العرض البطيء وزيادة سرعة التشغيل وإمكانية الإيقاف وإعادة التشغيل لتأكيد فهم الأطفال للمعلومات الواردة بالفيديو.
- ب. التركيز على مهارات أكاديمية جديدة.
- ج. تنمية مهارات حل المشكلات الناقدة لدى الأطفال.
- ٢٥ ثانيا الأهمية التقنية وتشمل:
- أ. زيادة التفاعل بين الطفل والإنترنت والتكنولوجيا بصفة عامة.
 - ب. الاستفادة من مستحدثات التقنيات الإلكترونية في التعلم.
٢. ثالثا الأهمية الاجتماعية وتشمل:
- أ. إعداد جيل جديد من المعلمين ذوي الكفاءة التكنولوجية.
 - ب. زيادة استفادة الأطفال من الخصائص التفاعلية المقدمة عبر الفيديو التعليمية الإلكترونية.
- ٢٦ تصنيفات فيديو التعليمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي: تنقسم فيديو التعليمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي إلى بث مباشر (مثل الفيديو التعليمية التي تبث على الهواء مباشرة) أو غير مباشر (تلك المقاطع التي يتم تسجيلها مسبقا). من جهة أخرى، يتم التمييز بين خمسة أنواع لتقنية الفيديو التعليمية الإلكترونية:
١. فيديو تحديث تعليمي محدد.
 ٢. فيديو التعليمية لحدث عام.
 ٣. فيديو التعليمية لوثائق تفسيرية وتجارب.
 ٤. فيديو التعليمية لمحتوى مكتبة إلكترونية ذات مصادر تعليمية.
 ٥. بناء واستخدام الفيديو التعليمية للموارد والأعمال الشخصية للطلاب.
- أيضا، صنف كرسافيديس الفيديو التعليمية الإلكترونية من حيث السرعة والفورية إلى:
١. الفيديو التعليمية التناظرية: هو ذلك البث المصور الذي يقدم خبرات فورية أو تفاعلات مباشرة للطلاب داخل الفصل مثل غرف للردشة والمؤتمرات الفيديو كونفرانس عبر الويب. يسمح ذلك البث التناظري للطلاب بمتابعة المعلم، والحصول على المثيرات السمعية البصرية.
 ٢. الفيديو التعليمي اللاتناظري: يشمل ذلك النوع من البث التفاعلات التي يتحدث بمرور الوقت مثل الشرح المسجل مسبقا للدروس والبرامج التعليمية. يمكن أن يؤثر هذا النوع من الفيديو التعليمية إيجابيا على تعلم واسترجاع المعلومات البسيطة والمعقدة.
- من جهة أخرى، يمكن تمييز نوعين من الفيديو التعليمية في ضوء متغير التفاعلية:
١. فيديو التعليمية لأحادية الاتجاه: هو ذلك البث المحدد زمنيا ويغطي العروض المباشرة أو عند الطلب، ويتم بتدفق عملية البث في اتجاه واحد فقط.
 ٢. فيديو التعليمية التفاعلية ثنائية الاتجاه: تتضمن المؤتمرات التعليمية التفاعلية والعروض التفاعلية المضغوطة والمؤتمرات عن بعد، وتنقسم تقنية الفيديو التعليمية الإلكترونية حسب البروتوكول المستخدم إلى:
 ١. فيديو التعليمية القائمة على بروتوكول البث الفوري: يقدم هذا النوع من بروتوكولات البث الفوري إمكانية التحكم في بيانات في تدفقات البيانات المترابطة، كما يعمل بمثابة بروتوكول للتحكم عن بعد في خادم نشر الفيديو التعليمية.
 ٢. إطار عمل وسائط الجافا: يقدم هذا النوع من الفيديو التعليمية تحكم وتوزيع جيد للبيانات المنتشرة عبر تقنية البث، كما يسمح بإرسال واستقبال لبيانات ضمن أنماط أحادية ومتعددة البث، ويدعم استخدام العديد من الأجهزة والمنصات الإلكترونية.
 ٣. فيديو التعليمية القائمة على البروتوكول التوافقي: يعتمد البروتوكول على آلية تحكم في معدل بث البيانات المصورة والتغذية الراجعة، وتحدث عملية التوافق من خلال البروتوكول في حجم وتفسير البيانات.
- ٢٧ نماذج استخدام الفيديو التعليمي للأطفال: أن نماذج أو أشكال استخدام الفيديو التعليمية

من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاءت "إبداء الرأي والمشاركة مع الآخرين" في الترتيب الثامن بنسبة ١٤,٦% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، أما في الترتيب التاسع فجاءت "لأن أصدقائي يشاهدونها ويرسلوها لي" بنسبة ١٤,٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وفي الترتيب العاشر والأخير جاء سبب "تمكنتي من تكوين رأي حيال قضية أو موضوع ما" وذلك بنسبة ١١,٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة.

٢٢ دوافع استخدام طلاب المرحلة الإعدادية مقاطع فيديو التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (٤) دوافع استخدام طلاب المرحلة الإعدادية مقاطع فيديو التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي حيث ن= ٣٦٤

الدوافع	دائماً		أحياناً		أبداً		متوسط الانحراف المعياري للرأي
	ك	%	ك	%	ك	%	
الاستجابة	١٦٦	٤٤,٢	١٨١	٤٩,٧	٢٢	٦,٠	٠,٥٩٨٢
الرغبة في الاستمتاع بمشاهدة الفيديوهات للتعلم لجاذبية الصورة المتحركة والألوان داخل الفيديوهات	١١٦	٣١,٩	١٦٨	٤٦,٢	٨٠	٢٢,٠	٠,٧٢٨١
للرغبة بالتمتع بالتقنيات الفنية داخل فيديوهات التعلم	١٤٠	٣٨,٥	١٦٣	٤٤,٨	٦١	١٦,٨	٠,٧١١٦
للقضاء من أوقات الفراغ	١٥٤	٤٢,٣	١٣٩	٣٨,٢	٧١	١٩,٥	٠,٧٥٣٤
للتنفيس من الشعور بالملل	١٤٠	٣٨,٥	١٧٢	٤٧,٣	٥٢	١٤,٣	٠,٦٨٥٧
للراحة والاسترخاء عند مشاهدة فيديوهات التعلم	١١٤	٣١,٣	١٩١	٥٢,٥	٥٩	١٦,٢	٠,٦٧٣٥
للاستمتاع بكل ما هو جديد داخل فيديوهات التعلم	١٧٤	٤٧,٨	١٦٢	٤٤,٥	٢٨	٧,٧	٠,٦٢٨٦
لترفيه لما تحويه فيديوهات التعلم من كوميديا	١٤٥	٣٩,٨	١٧٣	٤٧,٥	٤٦	١٢,٦	٠,٦٧٢٣
للشعور بالتسلية عند مشاهدة فيديوهات التعلم	١٥٠	٤١,٢	١٦٢	٤٤,٥	٥٢	١٤,٣	٠,٦٩٥٥
للإشباع الحسي الفكاهي عندي	١١٨	٣٢,٤	١٧٣	٤٧,٥	٧٣	٢٠,١	٠,٧١٤٧
لأتعلم من الأفكار الجديدة داخل فيديوهات التعلم	١٦٥	٤٥,٣	١٦١	٤٤,٢	٣٨	١٠,٤	٠,٦٦١١
لأتعلم سلوكيات جديدة تطور من شخصيتي	١٤٤	٣٩,٦	١٧١	٤٧,٠	٤٩	١٣,٥	٠,٦٨٠٧
لأتعلم مهارات تعبيرية جديدة للتعبير عن مشاعري	١٢٤	٣٤,١	١٨٠	٤٩,٥	٦٠	١٦,٥	٠,٦٨٩٨
لتعلم أفكار جديدة تطور وتنمي ذهني	١٧١	٤٧,٠	١٦٤	٤٥,١	٢٩	٨,٠	٠,٦٣١١
لتغير أنماط تفكير قديمة وغير نافعة	١١٣	٣١,٠	١٨٥	٥٠,٨	٦٦	١٨,١	٠,٦٩٠٢
للتعرف على ثقافات جديدة من خلال فيديوهات التعلم	١٤٢	٣٩,٠	١٩٢	٥٢,٧	٣٠	٨,٢	٠,٦١٥٥
لتعلم قيم سامية مثل (العطاء والصدق ومساعدة الغير...)	١٤٢	٣٩,٠	١٨٢	٥٠,٠	٤٠	١١,٠	٠,٦٥٠١
للرغبة في تحقيق التواصل مع الآخرين من خلال التعليق على الفيديوهات	١١٠	٣٠,٢	١٦٩	٤٦,٤	٨٥	٢٣,٤	٠,٧٢٩٦

تشير بيانات الجدول السابق إلى استجابات المبحوثين حول دوافع مشاهدتهم لمقاطع فيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت دافع (الرغبة في الاستمتاع بمشاهدة الفيديوهات للتعلم- لجاذبية الصورة المتحركة والألوان داخل الفيديوهات- للرغبة بالتمتع بالتقنيات الفنية داخل فيديوهات التعلم- للقضاء من أوقات الفراغ- للتعلم من الشعور بالملل- للراحة والاسترخاء عند مشاهدة فيديوهات التعلم- للترفيه لما تحويه فيديوهات التعلم من كوميديا- للشعور بالتسلية عند مشاهدة فيديوهات التعلم- للإشباع الحسي الفكاهي عندي- لأتعلم من الأفكار الجديدة داخل فيديوهات التعلم- لأتعلم سلوكيات جديدة تطور من شخصيتي- لأتعلم مهارات تعبيرية جديدة للتعبير عن مشاعري- لتغيير أنماط تفكير قديمة وغير نافعة- للتعرف على ثقافات جديدة من خلال فيديوهات التعلم- لتعلم قيم سامية مثل (العطاء والصدق ومساعدة الغير... للترفيه في تحقيق التواصل مع الآخرين من خلال التعليق على الفيديوهات) باستجابة "أحياناً" وذلك بمتوسط حسابي (٢,٣٨١- ٢,٠٩٨- ٢,٢١٧- ٢,٢٢٨- ٢,٢٤١-

نتائج الدراسة:

٢٣ مدى تعرض طلاب المرحلة الإعدادية عينة الدراسة لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي:
جدول (٢) يوضح مدى تعرض طلاب المرحلة الإعدادية عينة الدراسة لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائماً	٦١	٢٩,٢	٥٣	٢٨,٠	١١٤	٢٨,٦
أحياناً	١٣٣	٦٣,٦	١١٧	٦١,٩	٢٥٠	٦٢,٨
لا	١٥	٧,٢	١٩	١٠,١	٣٤	٨,٥
الإجمالي	٢٠٩	١٠٠	١٨٩	١٠٠	٣٩٨	١٠٠

قيمة كا^٢ = ١,٠٥٣ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,٠٥١ مستوى الدلالة = غير دالة بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية ٢، وجد أنها ١,٠٥٣، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند أي مستوى دلالة، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٠٥١ تقريباً مما يؤكد على عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور- إناث) ومدى تعرض (إجمالي مفردات عينة الدراسة) لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي. كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يتعرضون لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٢٨,٦%، وبلغت نسبة من يتعرضون لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي بصفة غير منتظمة "أحياناً" من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٦٢,٨% بينما بلغت نسبة من لا يتعرضون لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٨,٥%.

٢٤ أهم أسباب مشاهدة طلاب المرحلة الإعدادية عينة الدراسة فيديوهات التعلم بمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (٣) يوضح أهم أسباب مشاهدة طلاب المرحلة الإعدادية عينة الدراسة على مشاهدة فيديوهات التعلم بمواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع

الأسباب	النوع	ذكور		إناث		الاجمالي	قيمة (Z)	الدلالة	الترتيب
		ك	%	ك	%				
الرغبة في معرفة ما هو جديد في فيديوهات التعلم	١١٤	٥٨,٨	١٠,٨	٦٣,٥	٢٢٢	٦١,٠	٠,٤٥٣	غير دالة	١
تضيف إلي معرفتي بمعلومات جديدة	٨٣	٤٢,٨	٧١	٤١,٨	١٥٤	٤٢,٣	٠,٠٩٦	غير دالة	٣
تعلمني مهارات جديدة	٨٩	٤٥,٩	٧٨	٤٥,٩	١٦٧	٤٥,٩	٠,٠٠٥	غير دالة	٢
أتعلم سلوكيات جديدة	٥٦	٢٨,٩	٦٠	٣٥,٣	١١٦	٣١,٩	٠,٦١١	غير دالة	٥
تعلمني مبادئ وقيم مجتمعية سامية	٣٥	١٨,٠	٤٦	٢٧,١	٨١	٢٢,٣	٠,٨٥٨	غير دالة	٧
لأن أصدقائي يشاهدونها ويرسلوها لي	٢٣	١١,٩	٢٩	١٧,١	٥٢	١٤,٣	٠,٤٩٥	غير دالة	٩
إبداء الرأي والمشاركة مع الآخرين	٢٧	١٣,٩	٢٦	١٥,٣	٥٣	١٤,٦	٠,١٣١	غير دالة	٨
تمكنتي من تكوين رأي حيال قضية أو موضوع ما	٢٤	١٢,٤	١٧	١٠,٠	٤١	١١,٣	٠,٢٢٥	غير دالة	١٠
للقضاء من أوقات الفراغ	٤٠	٢٠,٦	٥٢	٣٠,٦	٩٢	٢٥,٣	٠,٩٤٨	غير دالة	٦
اعتبره جزء من التسلية والترفيه	٥٨	٢٩,٩	٦١	٣٦,٥	١٢٠	٣٣,٠	٠,٦٢٥	غير دالة	٤
جملة من سئوا		١٩٤		١٧٠		٣٦٤			

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم أسباب مشاهدة طلاب المرحلة الإعدادية عينة الدراسة فيديوهات التعلم بمواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول من تلك الأسباب "الرغبة في معرفة ما هو جديد في فيديوهات التعلم"، حيث جاء بنسبة بلغت ٦١,٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء سبب "تعلمني مهارات جديدة" في الترتيب الثاني بنسبة ٤٥,٩% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، في حين جاء بالترتيب الثالث سبب "تضيف إلي معرفتي بمعلومات جديدة"، حيث جاءت بنسبة ٤٢,٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء "اعتبره جزء من التسلية والترفيه" في الترتيب الرابع بنسبة ٣٣,٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء "أتعلم سلوكيات جديدة" في الترتيب الخامس بنسبة ٣١,٩% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء "لقضاء من أوقات الفراغ" في الترتيب السادس بنسبة ٢٥,٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، بينما جاء بالترتيب السابع "تعلمني مبادئ وقيم مجتمعية سامية"، حيث جاءت بنسبة ٢٢,٣%

فيديوهات التعلم- تدفعني لتبني أفكار جديدة) وذلك بمتوسط حسابي (٢,٤٠١) - ٢,١٢٩ - ٢,٢٧١ - ٢,٢٦٩ - ٢,١٢٣ - ٢,٣٤٨ - ٢,٢٦٠ - ٢,١٧٥ - ٢,١٢٩ - ٢,٣٠٧ - ٢,٢٨٠ - ٢,٠٦٨) على التوالي.

أما دوافع مشاهدتها (للاستمتاع بكل ما هو جديد داخل فيديوهات التعلم- لتعلم أفكار جديدة تطور وتتمى ذهني) وذلك بشكل "دائمًا" ومتوسط حسابي (٢,٤٠١) - ٢,٣٩٠ على التوالي.

نتائج التحقق من صحة الفروض:
H١ الفرض الأول: يوجد فرق دال إحصائي بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على إجمالي مقياس دوافع تعرضهم لفيدوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي.

H٢ أهم الأسباب المتحققة من مشاهدة طلاب المرحلة الإعدادية مقاطع فيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (٦) نتائج اختبار (ت) T-test دلالة الفرق بين دوافع تعرض المبحوثين لفيدوهات التعلم وفقا لاختلاف النوع

جدول (٥) أهم الأسباب المتحققة من مشاهدة طلاب المرحلة الإعدادية مقاطع فيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي حيث $n=364$

الدوافع	المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	درجة الحرية	الدلالة
طفوسية	ذكور	١٩٤	٢,٢٩٣	٠,٥٨٥٨	١,٧٩٩	٣٦٢	غيردالة
	إناث	١٧٠	٢,٤٠٥	٠,٦٠٠٧			
نفسية	ذكور	١٩٤	٢,٣٤٠	٠,٦٠٠٢	١,١٦٠	٣٦٢	غيردالة
	إناث	١٧٠	٢,٤١١	٠,٥٧١٣			
الإجمالي	ذكور	١٩٤	٢,٣٦٠	٠,٥٩٦٨	٠,٥٣٨	٣٦٢	غيردالة
	إناث	١٧٠	٢,٣٩٤	٠,٥٧٨٦			

الدوافع	الاستجابة	دائما	أحيانا	أبدا	متوسط الحسابي	
					%	%
استمتع بمشاهدة فيديوهات التعلم	ك	٤٦,٤	١٧,٤	٤٧,٨	٢١	٠,٥٩٨٠
يشبعني الألوان والحركة داخل الفيديوهات	ك	٣١,٩	١٧,٤	٤٧,٨	٧٤	٠,٧١٤١
أستمتع بالتقنيات الفنية داخل الفيديوهات	ك	٣٧,٤	١٦,٦	٤٥,٦	٦٢	٠,٧٠٩٩
الترفيه لما تحتويه من فيديوهات ساخرة	ك	٢٨,٣	١٥,٨	٤٣,٤	١٠٣	٠,٧٥٣٣
تقلل عندي الشعور بالملل	ك	٣٦,٠	١٧,٨	٤٨,٩	٥٥	٠,٦٨٤٦
أشعر بالراحة والاسترخاء عند مشاهدة الفيديوهات	ك	٣٦,٠	١٧,٥	٤٨,١	٥٨	٠,٦٩٣٠
الاستمتاع بكل ما هو جديد داخل فيديوهات التعلم	ك	٤٦,٧	١٧,٠	٤٦,٧	٢٤	٠,٦١٠٨
يخلصني من الشعور بالملل	ك	٣٧,٦	١٧,٩	٤٩,٢	٤٨	٠,٦٧٠٥
تشبع الحس الفكاهي لدي	ك	٣٣,٢	١٦,٣	٤٤,٨	٨٠	٠,٧٣٥٥
أتعلم من الأفكار الجديدة داخل فيديوهات التعلم	ك	٤٧,٣	١٦,٧	٤٥,٩	٢٥	٠,٦١٥٧
أتعلم سلوكيات جديدة أتلم مهارات تعبيرية جديدة	ك	٣٨,٧	١٧,٩	٤٩,٢	٤٤	٠,٦٦٢١
أتعلم الحفاظ على الصداقات	ك	٤١,٥	١٥,٧	٤٣,١	٥٦	٠,٧٠٨٤
أتعلم كيف أحسى نفسي	ك	٤١,٢	١٦,٥	٤٥,٣	٤٩	٠,٦٨٦٢
أتعلم الاعتراف بالجميل	ك	٣٥,٤	١٧,٤	٤٧,٨	٦١	٠,٦٩٨٨
أتعلم قيمة الصدق	ك	٤٤,٨	١٦,٣	٤٤,٨	٣٨	٠,٦٥٩٨
أتعلم قيمة العطاء	ك	٤٤,٥	١٦,٧	٤٥,٩	٣٥	٠,٦٤٨٥
تدفعني لتبني أفكار جديدة	ك	٤٥,٦	١٧,٠	٤٦,٧	٢٠	٠,٦٢٤٧
أتعلم التواصل مع الآخرين من خلال التعليقات	ك	٣٢,١	١٦,٧	٤٥,٩	٨٠	٠,٧٢٩٦
أشعر بالرضا عند عمل Share لنعم الفائدة	ك	٣٠,٨	١٥,١	٤٢,٥	١٠١	٠,٧٦٥٤
أعبر عن رأيي من خلال كتابة تعليق على فيديوهات التعلم	ك	٣٠,٢	١٧,٢	٤٧,٣	٨٢	٠,٧٢٣١

تشير نتائج اختبار (ت) في الجدول السابق إلى لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اللوائح الطفوسية لتعرض المبحوثين لفيدوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث، حيث بلغت قيمة (ت) ١,٧٩٩ وهي قيمة غير دالة إحصائية عند جميع مستوى الدلالة، وجاءت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية لتعرض المبحوثين لفيدوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث، حيث بلغت قيمة (ت) ١,١٦٠ وهي قيمة غير دالة إحصائية عند جميع مستوى الدلالة، وجاءت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية لإجمالي مقياس الدوافع لتعرض المبحوثين لفيدوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث، حيث بلغت قيمة (ت) ٠,٥٣٨ وهي قيمة غير دالة إحصائية عند جميع مستوى الدلالة، وجاءت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية لإجمالي مقياس الدوافع لتعرض المبحوثين لفيدوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث، حيث بلغت قيمة (ت) ٠,٥٣٨ وهي قيمة غير دالة إحصائية عند جميع مستوى الدلالة، وبالتالي فقد يثبت عدم صحة هذا الفرض، والذي ينص على أنه يوجد فرق دال إحصائي بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على إجمالي مقياس دوافع تعرضهم لفيدوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي.

تشير بيانات الجدول السابق إلى استجابات المبحوثين حول الأسباب المتحققة من مشاهدتها لمقاطع فيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت تحقق الأسباب (استمتع بمشاهدة فيديوهات التعلم، يشبعني الألوان والحركة داخل الفيديوهات، أستمتع بالتقنيات الفنية داخل الفيديوهات، الترفيه لما تحتويه من فيديوهات ساخرة، تقلل عندي الشعور بالملل، أشعر بالراحة والاسترخاء عند مشاهدة الفيديوهات، يخلصني من الشعور بالملل، تشبع الحس الفكاهي لدي، أتلم سلوكيات جديدة أتلم مهارات تعبيرية جديدة، أتلم الحفاظ على الصداقات، أتلم كيف أحسى نفسي، أتلم الاعتراف بالجميل، أتلم قيمة الصدق، أتلم قيمة العطاء، أتلم التواصل مع الآخرين من خلال التعليقات، أشعر بالرضا عند عمل Share لنعم الفائدة، أعبر عن رأيي من خلال كتابة تعليق على فيديوهات التعلم "أحيانا") فقد جاءت بمتوسط حسابي (٢,٤٠٦) - ٢,١١٥ - ٢,٢٠٣ - ٢,٠٠٠ - ٢,٢٠٨ - ٢,٢٠٠ - ٢,٢٤٤ - ٢,١١٢ - ٢,٢٦٦ - ٢,٢٦٠ - ٢,٢٧٧ - ٢,١٨٦ - ٢,٣٤٣ - ٢,٣٤٨ - ٢,١٠١ - ٢,٠٣٠ - ٢,٠٧٦) على التوالي. أما الأسباب المتحققة دائما عند مشاهدتهم لفيدوهات التعلم فهي (الاستمتاع بكل ما هو جديد داخل فيديوهات التعلم- أتلم من الأفكار الجديدة داخل

H٣ الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على إجمالي مقياس دوافع لتعرض لفيدوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي تبعا لاختلاف المستوى الاجتماعي الاقتصادي (مرتفع- متوسط- منخفض).

جدول (٧) تحليل التباين أحادي الاتجاه One Way ANOVA لدوافع التعرض لفيدوهات التعلم وبين متوسطات درجات المبحوثين تبعا للمستوى الاجتماعي الاقتصادي

المقياس	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة (ف)	الدلالة
طفوسية	بين المجموعات	٠,٥٤٣٠٠٠	٢	٠,٢٧١٥٠٠	٠,٧٦٦٦	غيردالة
	داخل المجموعات	١٢٧,٨٤١٦	٣٦١	٠,٣٥٤١٣٢		
	المجموع	١٢٨,٣٨٤٦	٣٦٣	-		
نفسية	بين المجموعات	٠,٠٨٨٨٠١	٢	٠,٠٤٤٤٠١	٠,١٢٨١	غيردالة
	داخل المجموعات	١٢٥,٠٩٨٠	٣٦١	٠,٣٤٦٥٣٢		
	المجموع	١٢٥,١٨٦٨	٣٦٣	-		
الإجمالي	بين المجموعات	٠,٨٧٤٨٨٨	٢	٠,٤٣٧٤٤٤	١,٢٦٧٧	غيردالة
	داخل المجموعات	١٢٤,٥٦١٩	٣٦١	٠,٣٤٥٠٤٧		
	المجموع	١٢٥,٤٣٦٨	٣٦٣	-		

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الدوافع الطفوسية لتعرض المبحوثين لفيدوهات التعلم على مواقع التواصل وذلك تبعا لاختلاف المستوى الاجتماعي الاقتصادي، حيث بلغت قيمة (ف) ٠,٧٦٦٦ وهذه القيمة غير دالة عند جميع مستويات الدلالة. بينما ظهر عدم وجود فروق لدوافع النفعية لتعرض المبحوثين لفيدوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي وذلك

(المحتوى- العملية) المتحققة من ذلك التعرض.

جدول (١٠) نتائج معامل ارتباط سبيرمان لبيان العلاقة بين دوافع التعرض لفيديوهات التعلم وبين الأشباعات المتحققة من ذلك التعرض

الدالة	تجاه العلاقة	دوافع تعرض المبحوثين لفيديوهات التعلم	
		معامل الارتباط (R)	العدد
دالة**	موجبة	٠,٥٨٩١	٣٦٤

تشير نتائج اختبار سبيرمان في الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين الدوافع (الطفوسية- النفعية) لتعرض المبحوثين لفيديوهات التعلم بمواقع التواصل الاجتماعي والأشباعات المتحققة منه (المحتوى- العملية)، حيث بلغت قيمة R 0.5891 وهي قيمة دالة إحصائية عند مستويات الدلالة ٠,٠١ مما يدل على صحة الفرض وهو توجد علاقة دالة إحصائية بين الدوافع (الطفوسية- النفعية) لتعرضه لفيديوهات التعلم بمواقع التواصل الاجتماعي وبين الأشباعات (المحتوى- العملية) المتحققة من ذلك التعرض.

المراجع:

- Al Madhouni, Fawziya. Abdullah. (2015). The effectiveness of Using Instructional Videos in Improving Students' Achievement and Their Attitudes towards Them. **The Conference of Electronic Learning and Distant Education**. Al- Riyadh.
- Almekhlafi, A. G.& Almqdadi, F. A. (2015). Teachers' Perceptions of Technology Integration in the United Arab Emirates School Classrooms. **Educational Technology& Society**, 13 (1), 165- 175.
- Aviram, A.& Eshet- Alkalai, Y. (2017). Towards A Theory of Digital Literacy: Three Scenarios for the Next Steps, **European Journal of Open, Distance and E- Learning**; 11- 11.
- Cheung, C. M. K.& Lee, M. K. O. (2016). Exploring the gender differences in student acceptance of an internet- based learning medium. In T. Teo (Ed.), **Technology Acceptance in Education: Research and Issues**, (pp. 183- 199). Rotterdam: Sense.
- Dimmick, J., Ramirez, A., Wang, T.& Lin, S. F. (2016). Extending society: the role of personal networks and gratification- utilities in the use of interactive communication media. **New Media& Society**, 9(5), 795- 810.
- Fralinger, B., Owens, R. (2016). YouTube Instructional Videos as a learning tool. **Journal of College Teaching& Learning**, 6(8), 15- 28.
- Gee, J. P. (2014). **What Video Have to Teach Us About Learning and Literacy**. New York: Palgrave, Macmillan.
- Gramlich, Amy K. "Ten pop Culture modules for the middle school exploratory. Spanish classroom", 1569359 University of Arkansas at Little Rock, 2014.
- Hegadi, P. S.& Angadi, G. R. (2015). Children Uses of Facebook Learning Videos and Effects on Academic Achievement, Social Interaction Skills and Attitude towards Use of Facebook, **MA Thesis**, Bridge Center: Romania.
- Huang, W- H.& Nakazawa, K. (2015). An empirical analysis on how learners interact with Videos in an online level learning technology course. **Interactive Learning Environment**, 18.233- 244.
- Kalyanaraman, S. and Sundar, S. (2016), "The psychological appeal of personalized content in web portals: does customization affect

تبعاً لاختلاف المحافظة، حيث بلغت قيمة (ف) ٠,١٢٨١٦ وهذه القيمة غير دالة عند جميع مستويات الدلالة، وجاء عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجمالي دوافع تعرض المبحوثين لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي وذلك تبعاً لاختلاف المستوى الاجتماعي الاقتصادي، فقد جاءت قيمة (ف) وهو ١,٢٦٧٧، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند أي مستوى دلالة، ما يثبت عدم صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على إجمالي مقياس دوافع التعرض لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف المستوى الاجتماعي الاقتصادي (مرتفع- متوسط- منخفض).

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين لفيديوهات التعلم بمواقع التواصل الاجتماعي وبين الدوافع (الطفوسية- النفعية) لاستخدامه لها.

جدول (٨) نتائج معامل ارتباط سبيرمان لبيان العلاقة بين تعرض المبحوثين لفيديوهات التعلم وبين دوافع استخدامه لها

الدالة	تجاه العلاقة	معدل التعرض المبحوثين لفيديوهات التعلم	
		معامل الارتباط (R)	العدد
دالة**	موجبة	٠,١٣٥٧*	٣٦٤
		٠,٣٦٥٤**	

تشير نتائج اختبار سبيرمان في الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية ذات بين معدل تعرض المبحوثين لفيديوهات التعلم بمواقع التواصل الاجتماعي ودوافعه الطفوسية، حيث بلغت قيمة R 0.1357 وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠٥.

وأيضاً تشير نتائج اختبار سبيرمان في الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين لفيديوهات التعلم بمواقع التواصل الاجتماعي ودوافعه النفعية، حيث بلغت قيمة R 0.3654 وهي قيمة دالة إحصائية عند مستويات الدلالة ٠,٠١ مما يدل على صحة الفرض وهو توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين لفيديوهات التعلم بمواقع التواصل الاجتماعي وبين الدوافع (الطفوسية- النفعية) لاستخدامه لها.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين لفيديوهات التعلم بمواقع التواصل الاجتماعي وبين الأشباعات (المحتوى- العملية) المتحققة من ذلك الاستخدام.

جدول (٩) نتائج معامل ارتباط سبيرمان لبيان العلاقة بين معدل تعرض المبحوثين لفيديوهات التعلم وبين الأشباعات المتحققة من ذلك الاستخدام

الدالة	تجاه العلاقة	معدل التعرض لفيديوهات التعلم	
		معامل الارتباط (R)	العدد
دالة**	موجبة	٠,١٤٥٩	٣٦٤
		٠,٢١٧١	

تشير نتائج اختبار سبيرمان في الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين لفيديوهات التعلم بمواقع التواصل الاجتماعي وبين الأشباعات المحتوى، حيث بلغت قيمة R 0.1459 وهي قيمة دالة إحصائية عند مستويات الدلالة ٠,٠١.

وأيضاً تشير نتائج اختبار سبيرمان في الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين لفيديوهات التعلم بمواقع التواصل الاجتماعي وأشباعاته العلمية، حيث بلغت قيمة R 0.2171 وهي قيمة دالة إحصائية عند مستويات الدلالة ٠,٠١ مما يدل على صحة الفرض وهو توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين لفيديوهات التعلم بمواقع التواصل الاجتماعي وبين الأشباعات (المحتوى- العملية) المتحققة من ذلك الاستخدام.

الفرض الخامس: توجد علاقة دالة إحصائية بين الدوافع (الطفوسية- النفعية) لتعرضه لفيديوهات التعلم بمواقع التواصل الاجتماعي وبين الأشباعات

Investigating Students' Use Of Online Educational Video On Social Networks In Assignments, **PhD Thesis**, Dublin City University.

- attitudes and behavior?", **Journal of Communication**, Vol. 56 No. 1, pp.110- 32.
12. Karasavvidis, I. (2014). Wiki uses in higher education: exploring barriers to successful implementation. **Interactive Learning Environments**, 18(3), 219- 231.
 13. Kellam, Hugh. "Designing digital video to support learner outcomes: A study in an online learning resource for healthcare professionals and students". University of Ottawa (Canada) 2011.
 14. Kim, L. (2015). Facebook Learning Video Use Among Children In Sweden Based On Uses And Gratifications Theory And Stephenson's Theory, **MA Thesis**, Halmstad University: Sweden.
 15. Ko, H., Cho, C. H. and Roberts, M. S. (2015), "Learning Videos uses and gratifications", **Journal of Advertising**, Vol. 34 No. 2, pp. 57- 70.
 16. Kore, T. (2016). Children Use Of Learning Videos On Social Networking Sites And Their Perceptions About The Effects Of The Use: The Case Study, **MA Thesis**, Haramaya University.
 17. Kore, T. (2016). Children Use Of Learning Videos On Social Networking Sites And Their Perceptions About The Effects Of The Use: The Case Study, **MA Thesis**, Haramaya University.
 18. Kramer, J., Noronha, S. and Vergo, J. (2017), "A user- centered design approach to personalization", **Communications of the ACM**, Vol. 43 No. 8, pp. 45- 8.
 19. Leach, H. S., Komo, L. W.& Ngugi, I. K. (2016). Engaging Consumers Through Company Social Media Websites. **Computing and Information Systems**, 16(2), 5- 7.
 20. Lo, Yuan- Hsiang. (2013). What is the participant learning experience like using YouTube to study a foreign language? **ProQuest Information& Learning**. AAI3546245.
 21. Luschei, T., Dimiyati, S.& Padmo, D. (2015). Maintaining e- learning while transitioning to online instruction: the case of the Open University of Indonesia. **Distance Education**, 29(2), 165- 174.
 22. Mayfield, A. (2015), **What is Social Media**. [e- book] iCrossing. Available through: **Google Scholar Accessed**: October 2015.
 23. Newman, J. M. (2015). The effects of synchronous voice and video tools on acceptance of online communications by students. **Ph.D.** 3276959, University of Nevada, Reno, United States, Nevada.
 24. Nikopoulos, C. K., Canavan, C.& Nikopoulou- Smyrni, P. (2017). Generalized effects of video modeling on establishing instructional stimulus control in children. **Journal of Positive Behavior Interventions**, 11(4), 198- 207.
 25. Özad, B. E.& Gümüş, A. (2018). Social Network Sites as a Tool for Obtaining The News. International Conference on Communication, Media, **Technology and Design**, pp. 225- 228.
 26. Scialdone, M. J. (2016). Understanding The Uses and Gratifications of Social Media Video Features on The Educational Experiences of Children in Blended and Distance- Learning Environments, **PhD Thesis**, Syracuse University: New York.
 27. Tiernan, P. (2016). Social Networked Literacy And Online Video: