استخدام الاطفال لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الأجتماعى والإشباعات المتحققة منها

هاني رمزي عزيز

ا.د/ هانى شفيق رمزى

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

- مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

من خلال ملاحظة الباحث وقيامة بدراسة استطلاعية ، ومن خلال احساس 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.

ومما سبق تتلخص مشكلة الدراسة في: ما واقع استخدام الأطفال لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي والاشباعات المتحققة منها؟

هدف الدراسة:

هدفت الدراسة الى التعرف على دوافع استخدام الاطفال لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي والاشباعات المتحققة منها.

نوع ومنهج الدراسة :

نوع الدراسة: تنتمى هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية

منهج الدراسة: اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الاعلامى بالعينة.

مجتمع وعينة الدراسة:

عينة الدراسة الميدانية : 400 مفردة من الذكور والإناث . وبمعدل 100 طفل وطفلة من كل محافظة من المحافظات ( المنيا، أسيوط، سوهاج ).

أدوات الدراسة:

تم جمع بيانات الدراسة الحالية من خلال صحيفة الاستبيان.

متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل: استخدام الأطفال لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعى.

المتغير التابع: الاشباعات المتحققة من فيديوهات التعلم.

المتغير الوسيط: المتغيرات الديموجرافية الخاصة بالسن ، والنوع، والمستوى الاجتماعى، والقاهرة ومحافظات الوجه القبلى.

محددات الدراسة:

الحدود الموضوعية: تتمثل في استخدام عينة من الأطفال لفيديوهات مواقع الاتصال الاجتماعى والأشباعات المتحققة منها.

الحدود الزمانية: في الفصل الدراسي الأول من شهر اكتوبر حتى شهر منتصف شهر ديسمبر 2018.

نتائج الدراسة:

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

توجد علاقة دالة إحصائيا بين الدوافع (الطقوسية- النفعية) لتعرضه لفيديوهات التعلم بمواقع التواصل الاجتماعي وبين الاشباعات(المحتوى- العملية) المتحققة من ذلك التعرض

عدم 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

Studying problem and its 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?

Study Purpose:

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

Type and Syllabus of the Study:

Type of the Study: this study belongs to the descriptive studies

Syllabus of the Study: this study depended on media survey through sample whereas

Community and Sample of the Study:

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

The Study Tools:

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

Study 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.

Study 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.

Study 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.

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.

مقدمة الدراسة

في الآونة الأخيرة تزايد الأقبال على مواقع التواصل الاجتماعى والتى باتت لها التأثير الشخصى والجماهيرى الذى يكاد يزاحم وسائل الاعلام التقليدية في مكانتها الأولى عند المستخدمين والمستقبلين للإعلام، وأصبحت مواقع التواصل الاجتماعى بما تقدمه من فيديوهات للتعلم بمثابة منصة جديدة للإعلام تتميز عن الاعلام التقليدي بسعة انتشارها وكثرة زوارها ومرتاديها ، وتجاهلها أصبح يعنى عدم مواكبة العصر. وتشكل فيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعى منصة جديدة للإعلام.

أولا- مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

تتلخص مشكلة الدراسة في: انتشار استخدام الطفل المصري لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي، والتى يمكن ان تنتج استخدمات واشباعات جديدة ومختلفة عن استخدامات وسائل الاعلام التقليدية الأخرى. وهل تختلف الاستخدامات والاشباعات المتحققة منها لأطفال الوجه القبلى عن القاهرة، وكيفية استثمار استخدام هذه المواقع كمنصات اعلامية هامة ومؤثرة وحرة نسبيا أكثر من وسائل الاعلام التقليدية حيث أن الدراسات في هذا الموضوع حديثة لم يتم تغطيتها بشكل كاف.

ندرة الدراسات التى تناولت فيديوهات التعلم على مواقع الاتصال الاجتماعى وكيفية الاستفادة منها من خلال مدخل الاستخدامات والاشباعات،على الأطفال وتقديم مقترحات عملية لإستثمار ايجابياته والحد من سلبياته.

مما سبق تتحدد مشكلة الدراسة في : ما الاشباعات المتحققة من إستخدامات الأطفال لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي؟

وينبثق من هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية :

ما مدى تعرض طلاب المرحلة الاعدادية لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي؟

ما أهم أسباب مشاهدة طلاب المرحلة الاعدادية لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي؟

ما دوافع استخدام طلاب المرحلة الاعدادية لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي؟

ما أهم الاشباعات المتحققة من مشاهدة طلاب المرحلة الاعدادية لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي؟

ثانيا- أهمية الدراسة:

أهمية دراسة استخدام الأطفال لفيديوهات التعلم والاستفادة منها في تحقيق الإشباعات لديهم.

يعد موضوع الدراسة من البحوث الحديثة في مجال الدراسات الإعلامية، حيث تحتاج المكتبة الإعلامية الي مزيد من الأبحاث

رصد العلاقة بين استخدام الأطفال لفيديوهات التعلم والإشباعات المتحققة منها.

أهمية فيديوهات التعلم على مواقع التواصل الإجتماعي والدور الذي تلعبه في حياة أطفال المرحلة الاعدادية من سن 12 – 15 سنة.

تسهم هذه الدراسة في تعظيم الفائدة من استخدام فيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق أعلى اشباع للأطفال.

ثالثا- أهداف الدراسة:

التعرف على تعرض طلاب المرحلة الاعدادية لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي؟

الكشف عن أهم أسباب مشاهدة طلاب المرحلة الاعدادية لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي؟

رصد دوافع استخدام طلاب المرحلة الاعدادية لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي؟

تحديد أهم الاشباعات المتحققة من مشاهدة طلاب المرحلة الاعدادية لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي؟

رابعا: الدراسات السابقة:

قام الباحث بترتيب الدراسات السابقة العربية والأجنبية التى أطلع عليها الي محورين تنازليا من الأحدث الي الأقدم طبقا للترتيب الزمني وذلك كما يلي:

جاءت دراسة Tiernan, 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 75 طفل وطفلة بمرحلة التعليم الأساسي, تم اختيارهم عمديا ممن يستخدمون فيديوهات مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك 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 والإتاحة المستمرة عبر الصفحات والتحديث المستمر.

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 التقليدية وعن بعد. واستخدمت الدراسة منهج دراسة الحالة النوعية لاستكشاف استخدامات وإشباعات الأطفال من الفيديوهات التعليمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي. وتكونت عينة الدراسة من 50 طفل وطفلة متوسط أعمارهم ما بين 7-8 سنوات في قبرص, تم استخدامهم كدراسة حالة نوعية (25 بمواقف التعلم المختلطة التقليدية و25 بمواقف تعلم عن بعد) نتيجة لاعتمادهم على فيديوهات التعلم عبر شبكات التواصل الاجتماعي. واستخدمت الدراسة الأدوات التالية: الملاحظات 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. وظهور 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.

دراسة - Kore, T. (2016) " بعنوان: استخدام الأطفال للفيديوهات التعليمية عبر شبكات التواصل الأجتماعي ومفاهيمهم حول تأثير الاستخدام"

هدفت 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 (60) طفل وطفلة متوسط أعمارهم ما بين 8-9 سنوات تم اختيارهم بأسلوب العينة العمدية من طلاب مدرسة سان جوزيف شمال أستراليا خلال العام الدراسي 2015/2016. تم تطبيق الأدوات على الأطفال للإجابة على التساؤلات واستخلاص النتائج. واستخدمت الدراسة أدتان هما، استبانة استخدام الفيديوهات التعليمية بشبكات التواصل الاجتماعي. والمقابلات البنائية مع الأطفال. ومن أهم النتائج التى توصلت اليها الدراسة أظهرت التحليلات تصنيف استخدام الأطفال للفيديوهات التعليمية بشبكات التواصل الاجتماعي إلى: استخدامات تعليمية وترفيهية. أيضا, تم التوصل إلى أن الأطفال يستخدمون الفيديوهات التعليمية أثناء الدروس وعند عمل الواجبات المدرسية. وظهور علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية بين زمن التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي ومشاهدة الأطفال للفيديوهات التعليمية، وظهور مفاهيم إيجابية للأطفال نحو تأثير الفيديوهات التعليمية بشبكات التواصل الاجتماعي على تعلمهم.

دراسة Kim, L. ( 2015) بعنوان: " استخدام فيديوهات التعلم عبر الفيسبوك بين الأطفال في السويد في ضوء نظرية الاستخدامات والإشباعات ونظرية ستيفنسون".

هدفت الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام الأطفال لفيديوهات التعلم عبر الفيسبوك في ضوء الأساس النظري لنظرية الاستخدامات والإشباعات ونظرية ستيفنسون. استخدمت الدراسة منهجي البحث الكمي والنوعي. وتكونت عينة الدراسة من 71 طفل وطفلة (متوسط العمر ما بين 7-9 سنوات) في السويد خلال العام الدراسي 2014/2015, تم اختيارهم عمديا وفقا لاستخدام الفيديوهات التعليمية بالفيسبوك. أيضا, تمثلت العينة غير البشرية في مجموعة من الفيديوهات التعليمية (العدد= 10) هي الأكثر استخداما بين هؤلاء الأطفال. واستخدمت الدراسة أدتان هما،استبانة استخدام الفيديوهات التعليمية بشبكات التواصل الاجتماعي، تحليل محتوى عينة من الفيديوهات التعليمية بالفيسبوك. وكان من أهم النتائج : التوصل إلى أن متوسط استخدام الأطفال بالعينة للفيديوهات التعليمية عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك تراوحت بين 1-3 ساعات يوميا. كما أظهرت التحليلات تصنيف دوافع استخدام الأطفال للفيديوهات التعليمية بشبكات التواصل الاجتماعي إلى: دوافع معرفية, دوافع تأثيرية, ودوافع ترفيهية. وأيضا أظهر التحليل العاملي وجود مجموعة من العوامل المرتبطة بإستخدام الأطفال للفيديوهات التعليمية بالفيسبوك تمثلت في: الديناميكية, وسهولة الوصول, والتحديث.

كما قدمت دراسة Hegadi, P. S., & Angadi, G. R. (2015) بعنوان: " استخدامات الأطفال للفيديوهات التعليمية عبر الفيسبوك وتأثيراتها على الإنجاز الأكاديمي ومهارات التفاعل الاجتماعي ومواقف الأطفال نحوها".

هدفت الدراسة إلى: فحص استخدامات الأطفال للفيديوهات التعليمية عبر الفيسبوك. والتعرف على تأثيرات الفيديوهات التعليمية على الإنجاز التعليمي للأطفال. والتعرف على تأثيرات الفيديوهات التعليمية على مهارات التفاعل الاجتماعي للأطفال. واستخدمت الدراسة منهج البحث الوصفي والنوعي الاستطلاعي. وتكونت عينة الدراسة من 100 طفل وطفلة بمرحلة التعليم التمهيدي والأساسي (متوسط العمر 7-8 سنوات) تم اختيارهم عمديا من أحد المدارس في دكا خلال العام الدراسي 2014/2015. أيضا, شارك في الدراسة 24 معلم ومعلمة من خلال المقابلات شبه البنائية. تم تطبيق الأدوات على أفراد العينة للإجابة على تساؤلات الدراسة. تم استخدام الأدوات التالية: مقياس المواقف من الفيديوهات التعليمية. ومقياس مهارات التفاعل الاجتماعي. والاختبارات التحصيلية. والمقابلات شبه البنائية مع المعلمين. وكانت أهم النتائج التى أظهرتها الدراسة : تعدد استخدامات الأطفال للفيديوهات التعليمية بموقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك ما بين استخدامات تعليمية ومعرفية وترفيهية. وظهور علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الأطفال للفيديوهات التعليمية بشبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك ودرجاتهم في الاختبارات التحصيلية. كما أظهرت علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية استخدام الأطفال للفيديوهات التعليمية بشبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك ودرجاتهم على مقياس مهارات التفاعل الاجتماعي. كما برهنت نتائج الدراسة على التأثير الإيجابي لاستخدام الأطفال للفيديوهات التعليمية بشبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك وكل من الإنجاز التعليمي والتفاعل الاجتماعي.

وقدمت ايمى جراملييش Gramlich, Amy k. ( 2014) ، بعنوان" استخدام نماذج دمج الفيديوهات في التعلم في مدارس التعليم المتوسط التجريبية في فصول الآسبانى".

هدفت الدراسة الى معرفة الدوافع والرغبة لدى مراهقين القرن الحادى والعشرين طلاب المدارس المتوسطة التجريبية في التعلم في فصول الأسبانى من خلال الفيديوهات والموضوعات التى تتصل بتجاربهم المعاصرة ودوافعهم في اشباع حاجتهم من خلال التكنولوجيا والثقافة الشعبية، والاشباعات 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 فى الموارد الأصلية التى تمثل اللغة ولكن الثقافة الشعبية المتاحة في العصر الحديث لم تعد فقط في الفصول ولكنها موجودة في الوسائل المساعدة في تلبية احتياجات الطلاب الثقافية، مثل أشرطة الفيديو ، يوتيوب، تويتر، بينتر بريست، الصوت، جوجل، والمجلات على الانترنت والهواتف المحمولة التى تساعد الطلاب على تسديد احتياجاتهم من التعلم والثقافة. ومع ذلك لايزال يشعر عدد محدود من المعلمين ان عليهم ايجاد وقت للتحضير 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 الأسبانى .

وجاء ت دراسة هيوج كيلام KELLAM, HUGH. ( 2011). بعنوان " استخدام المدربين للفيديوهات المدمجة عبر الانترنت في العناية بالصحة".

هدفت الدراسة الي استخدام المدربين لدمج الفيديو في التعلم عبر الانترنت. وجد الباحث أنه تزايد استخدام المدربين للفيديوهات في تدريباتهم عبر الانترنت، بالأخص في التعليم والصحة، وبالتالي الحاجة الى بحوث في مجال فهم كيفية تصميم واستخدام ودمج الفيديو ، بوصفه الأداة الأكثر فعالية وكاأداة تربوية تؤثر في البيئة التعليمية والتعلم عبر الانترنت، وكانت عينة البحث 45 من المهنيين والطلاب وتقيمهم لأشرطة الفيديو الرقمية ، واستخدم المقابلة الشخصية وتحليل مضمون لثلاث عينات من الفيديوهات الرقمية وقام الباحث بفحص النوع ، والنمذجة والمظاهر الشخصية، والقصص، والتعليقات والروايات. وجاءت النتائج أن الفيديوهات لها قيمة كبيرة في التعليم، كما جعلت بيئة التعلم أكثر أصالة، ولاتنسى ، واقعية، وأسلوب للإستيعاب مختلف.

خامسا: مصطلحات الدراسة الإجرائية:

الفيديو: الصورة المتحركة الثلاثية الأبعاد التى تعج بالحيوية"

فيديوهات التعلم : تعريف اجرائي .. هى معظم أفلام الفيديو القصيرة او مقاطع من أفلام، او اعلانات، سواء كانت جادة او كوميدية ، ثقافية، فنية، مهارية، متخصصة،... وتقدم معنى أو فكرة او مهارة أو قيمة انسانية تساعد على تنمية وتطوير الطفل.

سادسا : نوع ومنهج الدراسة :

نوع الدراسة: تنتمى هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية

منهج الدراسة: اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الاعلامى بالعينة، حيث تنتمي هذه الدراسة الي الدراسات الوصفية وفي إطارها استخدم الباحث منهج المسح الإعلامي لعينة من الأطفال طلاب المرحلة الإعدادية من سن ( 12 – 15 ) عاما.

سابعا: مجتمع وعينة الدراسة:

عينة الدراسة الميدانية : 400 مفردة من الذكور والإناث . وبمعدل 100 طفل وطفلة من كل محافظة من المحافظات (المنيا، أسيوط، سوهاج ) عينة الدراسة.

خصائص عينة الدراسة وفقا لمتغيرات النوع، المحافظة، المستوى الاقتصادى الاجتماعى

جدول رقم (1)

توزيع عينة الدراسة وفقا للنوع، المحافظة، المستوى الاقتصادى الاجتماعى.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| المتغير | المجموعات | التكرار | النســبة |
| النــوع | ذكور | 210 | 52.5% |
| إناث | 190 | 47.5% |
| المجموع | | 400 | 100% |
| المحافظة | القاهرة | 100 | 25% |
| أسيوط | 100 | 25% |
| المنيا | 100 | 25% |
| سوهاج | 100 | 25% |
| المجموع | | 400 | 100% |
| المستوى الاجتماعي الاقتصادي | مرتفع | 103 | 25.8% |
| متوسط | 269 | 67.2% |
| منخفض | 28 | 7.0% |
| المجموع | | 400 | 100% |

ثامنا: الأدوات المستخدمة لجمع بيانات الدراسة:

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

تاسعا: 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 الثانى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على إجمالي مقياس دوافع التعرض لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي تبعا 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 (الطقوسية- النفعية) لاستخدامه لها.

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

عاشرا: محددات الدراسة:

الحدود الموضوعية: تتمثل في استخدام عينة من الأطفال لفيديوهات مواقع الاتصال الاجتماعى والأشباعات المتحققة منها.

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

الحدود الزمانية: في الفصل الدراسي الأول من شهر اكتوبر حتى شهر منتصف شهر ديسمبر 2018.

الحدود البشرية: سوف تقتصر الدراسة على 400 طفل في المرحلة الاعدادية من سن 12 – 15 سنة

الإطار النظري للدراسة

تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

كما عرفها ليتش, كومو ونجوجي (2016) شبكات التواصل الاجتماعي بأنها " تطبيقات تسمح للمستخدمين بالتواصل من خلال عمل صفحات للمعلومات الشخصية, ودعوة الأصدقاء والزملاء 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 (2018 ) مواقع التواصل الاجتماعي بأنها "خدمات قائمة على الويب تسمح للأفراد بـ: 1) إنشاء صفحة شخصية عامة أو شبه عامة داخل منظومة محددة, 2) تحديد قائمة من المستخدمين الآخرين لبناء الاتصال معهم, 3) عرض وتعديل قائمة الاتصالات داخل منظومة التواصل الاجتماعي" .

خصائص شبكات التواصل الاجتماعي

أشار مايفيلد (2015) 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 الراجعة حول الموضوعات والقضايا المختلفة.

الإنفتاح: أزالت شبكات التواصل الاجتماعي القيود المرتبطة بالوصول للمحتوى, والانفتاح على المشاركة في صورة تصويت ووتعليقات 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 و المجدادي: الفيديوهات التعليمية بأنها "تكنولوجيا رقمية أو أدوات اتصال يتم استخدامها في إدارة وخلق محتوى معلوماتي يضيف إلى مجتمع المعرفة".

وعرف أفيرام و ايشيت الكلاي: الفيديو التعليمي بأنه "أداة ثرية وقوية يمكن استخدامها في بيئات التعلم الإلكتروني ليس فقط لتقديم المعلومات بطريقة جذابة وممنتظمة ولكن أيضا تشجيع التعلم التعاوني 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 متصفحي هذه الشبكات".

أيضا عرف تشنج و لي: 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 تثير 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.

مزايا فيديوهات التعلم الإلكتروني عبر شبكات التواصل الإجتماعي إلى" :

أولا: مزايا تعليمية: وتشمل:

مراعاة الفروق التعليمية بين الأطفال.

التركيز على مهارات أكاديمية جديدة.

تنمية مهارات حل المشكلات الناقدة لدى الأطفال.

ثانيا: الأهمية التقنية: وتشمل:

زيادة التفاعل بين الطفل والإنترنت والتكنولوجيا بصفة عامة.

الاستفادة من مستحدثات التقنيات الإلكترونية في التعلم.

ثالثا: الأهمية الاجتماعية: تشمل:

إعداد جيل جديد من المعلمين ذوي الكفاءة التكنولوجية.

زيادة استفادة الأطفال من الخصائص التفاعلية المقدمة عبر الفيديوهات الإلكترونية.

تصنيفات فيديوهات التعلم عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

تنقسم فيديوهات التعلم عبر شبكات التواصل الإجتماعي إلى بث مباشر (مثل الفيديوهات التي تبث على الهواء مباشرة) أو غير مباشر (تلك المقاطع التي يتم تسجيلها مسبقا) ".

من جهة أخرى, يتم التمييز بين خمسة أنواع لتقنية الفيديوهات التعليمية الإلكترونية":

فيديوهات حدث تعليمي محدد.

الفيديوهات التعليمية لحدث عام.

الفيديوهات التعليمية لوثائق تفسيرية وتجارب.

الفيديوهات التعليمية لمحتوى مكتبة إلكترونية ذات مصادر تعليمية.

بناء واستخدام الفيديوهات التعليمية للموارد والأعمال الشخصية للطالب.

أيضا, صنف كراسافيديس الفيديوهات التعليمية الإلكترونية من حيث السرعة والفورية إلى" :

الفيديوهات التعليمية التناظرية:

هو ذلك البث المصور الذي يقدم خبرات فورية أو تفاعلات مباشرة للطلاب داخل الفصل مثل غرف الدردشة والمؤتمرات الفيديو كونفرانس عبر الويب. يسمح ذلك البث التناظري للطلاب بمتابعة المعلم, والحصول على المثيرات السمعية البصرية.

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 الفيديوهات إيجابيا على تعلم واسترجاع المعلومات البسيطة والمعقدة".

من جهة أخرى, يمكن تمييز نوعين من الفيديوهات التعليمية في ضوء متغير التفاعلية:

الفيديوهات التعليمية أحادية الاتجاه: هو ذلك البث المحدد زمنيا ويغطي العروض المباشرة أو عند الطلب, ويتسم بتدفق عملية البث في اتجاه واحد فقط.

الفيديوهات التعليمية التفاعلية ثنائية الاتجاه: تتضمن المؤتمرات التعليمية التفاعلية والعروض التفاعلية المضغوطة والمؤتمرات عن بعد".

هذا وتنقسم تقنية الفيديوهات التعليمية الإلكترونية حسب البروتوكول المستخدم إلى":

الفيديوهات التعليمية القائمة على بروتوكول البث الفوري: يقدم هذا النوع من بروتوكولات البث الفوري إمكانية التحكم في بيانات في تدفقات البيانات المتزامنة, كما يعمل بمثابة بروتوكول للتحكم عن بعد في خادم نشر الفيديوهات.

إطار عمل وسائط الجافا: يقدم هذا النوع من الفيديوهات التعليمية تحكم وتوزيع جيد للبيانات المنتشرة عبر تقنية البث, كما يسمح بإرسال واستقبال البيانات ضمن أنماط أحادية ومتعددة البث, ويدعم استخدام العديد من الأجهزة والمنصات الإلكترونية.

الفيديوهات 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.

نماذج استخدام الفيديو التعليمي للأطفال:

أن نماذج أو أشكال استخدام الفيديوهات التعليمية مع الأطفال يتمثل في" :

ربط محتوى الفيديو بأهداف التعلم.

إعداد الأسئلة التمهيدية لتوجيه انتباه الأطفال لجوانب أو نقاط معينة بلفيديو التعليمي.

إيقاف وإعادة تشغيل الفيديوهات من أجل المناقشات المتعمقة.

بناء أنشطة تقويمية لمحتوى الفيديوهات التعليمية.

دعم المناقشة الجماعية لمحتوى الفيديو التعليمي.

تصميم أنشطة متابعة والتي تشجع على مزيد من الفهم المتعمق وتكامل المحتوى. أيضا, أضاف نيومان نماذج الفيديو التعليمي التالية":

مكتبات الفيديوهات التعليمية عبر الويب, هي عبارة عن مجموعة من الفيديوهات والبرامج المصورة التي يتم رفعها وتخزينها عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

تقنية الفيديو عند الطلب Video-on-Demand (VOD): 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.

قواعد بيانات الفيديو, حيث يتم تكامل الفيديوهات التعليمية في نظام لقاعدة بيانات الفيديو

استخدامات وإشباعات ملفات وسائط الفيديو التعليمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

أن ملفات الفيديو التعليمية يمكن استخدامها في الأغراض التالية" :

عرض مفهوم وتقديم معلومات جديدة عبر توفير السياقات المألوفة لدى الأطفال.

توشيح أو التوسع في المعارف التي تم تغطيتها في الدروس والنصوص.

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 و شو وروبرت الإشباعات المتعلقة بملفات وسائط الفيديو التعليمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي بالنسبة للأطفال كما يلي" :

أولا: إشباعات 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 بفيديوهات التعلم عبر شبكات التواصل الاجتماعي بتنوع أنماط العرض.

ثانيا: إشباعات وجدانية:

تتمثل مظاهر الإشباع الوجداني للأطفال من خلال التعرض للفيديوهات التعليمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي في:

التعرض للعديد من المشاعر والوجدانات أثناء المشاهدة.

الشعور بالمتعة والراحة والسعادة المستمدة من الجوانب المشوقة للفيديوهات التعليمية.

التعلم حول المشاعر من خلال الفيديوهات التعليمية.

تفسير المشاعر الواردة في الفيديوهات التي يشاهدونها.

ثالثا: إشباعات معرفية:

تساند الفيديوهات التعليمية الأطفال في فهم واستيعاب المعلومات والمفاهيم المقدمة إليهم. تحديدا, تفيد هذه الفيديوهات الأطفال في تفسير العمليات المعقدة وتوضيح المهارات الأساسية. أيضا, تحقق هذه الفيديوهات الإشباع المعرفي للأطفال من خلال تقسيم العمليات والمهام المعقدة وتفسرها بطريقة سهلة الفهم. وتساعد خصائص الفيديوهات التعليمية مثل العرض البطيء وزيادة سرعة التشغيل وإمكانية الإيقاف وإعادة التشغيل لتأكيد فهم الأطفال للمعلومات الواردة بالفيديو.

نتائج الدراسة

مدى تعرض طلاب المرحلة الاعدادية "عينة الدراسة" لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي

جدول (2) يوضح

مدى تعرض طلاب المرحلة الاعدادية "عينة الدراسة"

لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي وفقا للنوع

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| النوع  مدى | ذكور | | إناث | | الإجمالي | |
| ك | % | ك | % | ك | % |
| دائما | 61 | 29.2 | 53 | 28.0 | 114 | 28.6 |
| أحيانا | 133 | 63.6 | 117 | 61.9 | 250 | 62.8 |
| لا | 15 | 7.2 | 19 | 10.1 | 34 | 8.5 |
| الإجمالــي | 209 | 100 | 189 | 100 | 398 | 100 |

قيمة كا2= 1.053 درجة الحرية = 2 معامل التوافق = 0.051 مستوي الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة كا2 من الجدول السابق عند درجة حرية =2، وجد أنها = 1.053 وهى قيمة غير دالة إحصائيا عند أي مستوى دلالة، وقد بلغت قيمة معامل التوافق 0.051 تقريبا مما يؤكد على عدم وجود علاقة دالة إحصائيا بين النوع (ذكور- إناث) ومدى تعرض- لإجمالى 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 إجمالى مفردات عينة الدراسة بلغت 28.6% ، وبلغت نسبة من يتعرضون لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي بصفة غير منتظمة "أحيانا" من إجمالى مفردات عينة الدراسة 62.8% بينما بلغت نسبة من لا يتعرضون لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي من إجمالى مفردات عينة الدراسة 8.5% .

أهم أسباب مشاهدة طلاب المرحلة الاعدادية"عينة الدراسة" فيديوهات التعلم بمواقع التواصل الاجتماعي

جدول (3) يوضح

أهم أسباب مشاهدة طلاب المرحلة الاعدادية"عينة الدراسة"

على مشاهدة فيديوهات التعلم بمواقع التواصل الاجتماعي وفقا للنوع

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| النوع  الأسباب | ذكور | | إناث | | الإجمالي | | قيمة Z | الدلالة | الترتيب |
| ك | % | ك | % | ك | % |
| الرغبة في معرفة ماهو جديد في فيديوهات التعلم | 114 | 58.8 | 108 | 63.5 | 222 | 61.0 | 0.453 | غيردالة | 1 |
| تضيف إلى معرفتي معلومات جديدة | 83 | 42.8 | 71 | 41.8 | 154 | 42.3 | 0.096 | غيردالة | 3 |
| تعلمني مهارات جديدة | 89 | 45.9 | 78 | 45.9 | 167 | 45.9 | 0.005 | غيردالة | 2 |
| أتعلم سلوكيات جديدة | 56 | 28.9 | 60 | 35.3 | 116 | 31.9 | 0.611 | غيردالة | 5 |
| تعلمني مبادئ وقيم مجتمعية سامية | 35 | 18.0 | 46 | 27.1 | 81 | 22.3 | 0.858 | غيردالة | 7 |
| لأن أصدقائي يشاهدونها ويرسلوها لي | 23 | 11.9 | 29 | 17.1 | 52 | 14.3 | 0.495 | غيردالة | 9 |
| لإبداء الرأي والمشاركة مع الآخرين | 27 | 13.9 | 26 | 15.3 | 53 | 14.6 | 0.131 | غيردالة | 8 |
| تمكني من تكوين رأي حيال قضية أو موضوع ما | 24 | 12.4 | 17 | 10.0 | 41 | 11.3 | 0.225 | غيردالة | 10 |
| لتقضية أوقات الفراغ | 40 | 20.6 | 52 | 30.6 | 92 | 25.3 | 0.948 | غيردالة | 6 |
| اعتبره جزء من التسلية والترفيه | 58 | 29.9 | 61 | 36.5 | 120 | 33.0 | 0.625 | غيردالة | 4 |
| جملة من سئلوا | 194 | | 170 | | 364 | |

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم أسباب مشاهدة طلاب المرحلة الاعدادية"عينة الدراسة" فيديوهات التعلم بمواقع التواصل الاجتماعي وفقا للنوع، حيث جاء فى الترتيب الأول من تلك الأسباب " الرغبة في معرفة ماهو جديد في فيديوهات التعلم"، حيث جاء بنسبة بلغت 61.0% من إجمالى مفردات عينة الدراسة، وجاء سبب " تعلمني مهارات جديدة" فى الترتيب الثاني بنسبة 45.9% من إجمالى مفردات عينة الدراسة، في حين جاء بالترتيب الثالث سبب " تضيف إلى معرفتي معلومات جديدة"، حيث جاءت بنسبة 42.3% من إجمالى مفردات عينة الدراسة، وجاء " اعتبره جزء من التسلية والترفيه " فى الترتيب الرابع بنسبة 33.0% من إجمالى مفردات عينة الدراسة، وجاء " أتعلم سلوكيات جديدة " فى الترتيب الخامس بنسبة 31.9% من إجمالى مفردات عينة الدراسة، وجاء " لتقضية أوقات الفراغ " فى الترتيب السادس بنسبة 25.3% من إجمالى مفردات عينة الدراسة، بينما جاء بالترتيب السابع " تعلمني مبادئ وقيم مجتمعية سامية"، حيث جاءت بنسبة 22.3% من إجمالى مفردات عينة الدراسة، وجاءت " لإبداء الرأي والمشاركة مع الآخرين " فى الترتيب الثامن بنسبة 14.6% من إجمالى مفردات عينة الدراسة، أما في الترتيب التاسع فجاءت " لأن أصدقائي يشاهدونها ويرسلوها لي" بنسبة 14.3% من إجمالى مفردات عينة الدراسة، وفي الترتيب العاشر والأخير جاء سبب " تمكني من تكوين رأي حيال قضية أو موضوع ما" وذلك بنسبة 11.3% من إجمالى مفردات عينة الدراسة.

دوافع استخدام طلاب المرحلة الاعدادية مقاطع فيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي

جدول رقم (4)

دوافع استخدام طلاب المرحلة الاعدادية مقاطع فيديوهات التعلم

على مواقع التواصل الاجتماعي حيث ن=364

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| الاستجابة  الدوافع | دائما | | أحيانا | | أبدا | | متوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الرأي |
| ك | % | ك | % | ك | % |
| الرغبة في الاستمتاع بمشاهدة الفيديوهات للتعلم | 161 | 44.2 | 181 | 49.7 | 22 | 6.0 | 2.381 | 0.5982 | أحيانا |
| لجاذبية الصورة المتحركة والألوان داخل الفيديوهات | 116 | 31.9 | 168 | 46.2 | 80 | 22.0 | 2.098 | 0.7281 | أحيانا |
| للرغبة بالتمتع بالتقنيات الفنية داخل فيديوهات التعلم | 140 | 38.5 | 163 | 44.8 | 61 | 16.8 | 2.217 | 0.7116 | أحيانا |
| للقضاء من أوقات الفراغ | 154 | 42.3 | 139 | 38.2 | 71 | 19.5 | 2.228 | 0.7534 | أحيانا |
| للتخلص من الشعور بالملل | 140 | 38.5 | 172 | 47.3 | 52 | 14.3 | 2.241 | 0.6857 | أحيانا |
| للراحة والاسترخاء عند مشاهدة فيديوهات التعلم | 114 | 31.3 | 191 | 52.5 | 59 | 16.2 | 2.151 | 0.6735 | أحيانا |
| للاستمتاع بكل ما هو جديد داخل فيديوهات التعلم | 174 | 47.8 | 162 | 44.5 | 28 | 7.7 | 2.401 | 0.6286 | دائما |
| للترفيه لما تحتويه فيديوهات التعلم من كوميديا | 145 | 39.8 | 173 | 47.5 | 46 | 12.6 | 2.271 | 0.6723 | أحيانا |
| للشعور بالتسلية عند مشاهدة فيديوهات التعلم | 150 | 41.2 | 162 | 44.5 | 52 | 14.3 | 2.269 | 0.6955 | أحيانا |
| للإشباع الحسي الفكاهي عندي | 118 | 32.4 | 173 | 47.5 | 73 | 20.1 | 2.123 | 0.7147 | أحيانا |
| لأتعلم من الأفكار الجديدة داخل فيديوهات التعلم | 165 | 45.3 | 161 | 44.2 | 38 | 10.4 | 2.348 | 0.6611 | أحيانا |
| لأتعلم سلوكيات جديدة تطور من شخصيتي | 144 | 39.6 | 171 | 47.0 | 49 | 13.5 | 2.260 | 0.6807 | أحيانا |
| لأتعلم مهارات تعبيرية جديدة للتعبير عن مشاعري | 124 | 34.1 | 180 | 49.5 | 60 | 16.5 | 2.175 | 0.6898 | أحيانا |
| لتعلم أفكار جديدة تطور وتنمي ذهني | 171 | 47.0 | 164 | 45.1 | 29 | 8.0 | 2.390 | 0.6311 | دائما |
| لتغير أنماط تفكير قديمة وغير نافعة | 113 | 31.0 | 185 | 50.8 | 66 | 18.1 | 2.129 | 0.6902 | أحيانا |
| للتعرف على ثقافات جديدة من خلال فيديوهات التعلم | 142 | 39.0 | 192 | 52.7 | 30 | 8.2 | 2.307 | 0.6155 | أحيانا |
| لتعلم قيم سامية مثل (العطاء والصدق ومساعدة الغير.. | 142 | 39.0 | 182 | 50.0 | 40 | 11.0 | 2.280 | 0.6501 | أحيانا |
| للرغبة في تحقيق التواصل مع الآخرين من خلال التعليق على الفيديوهات | 110 | 30.2 | 169 | 46.4 | 85 | 23.4 | 2.068 | 0.7296 | أحيانا |

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- للتخلص من الشعور بالملل- للراحة والاسترخاء عند مشاهدة فيديوهات التعلم- للترفيه لما تحتويه 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- لتغير أنماط تفكير قديمة وغير نافعة- للتعرف على ثقافات جديدة من خلال فيديوهات التعلم- لتعلم قيم سامية مثل "العطاء والصدق ومساعدة الغير.."- للرغبة في تحقيق التواصل مع الآخرين من خلال التعليق على الفيديوهات) باستجابة "أحيانا" وذلك بمتوسط حسابى(2.381- 2.098- 2.217- 2.228- 2.241- 2.151- 2.271- 2.269- 2.123- 2.348- 2.260- 2.175- 2.129- 2.307- 2.280- 2.068) على التوالي.

أما دوافع مشاهدتها (للاستمتاع بكل ما هو جديد داخل فيديوهات التعلم- لتعلم أفكار جديدة تطور وتنمي ذهني) وذلك بشكل "دائما" ومتوسط حسابى(2.401-2.390) على التوالي.

أهم الاشباعات المتحققة من مشاهدة طلاب المرحلة الاعدادية مقاطع فيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي

جدول رقم (5)

أهم الاشباعات المتحققة من مشاهدة طلاب المرحلة الاعدادية مقاطع فيديوهات التعلم

على مواقع التواصل الاجتماعي حيث ن=364

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| الاستجابة  الدوافع | دائما | | أحيانا | | أبدا | | متوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الرأي |
| ك | % | ك | % | ك | % |
| استمتع بمشاهدة فيديوهات التعلم | 169 | 46.4 | 174 | 47.8 | 21 | 5.8 | 2.406 | 0.5980 | أحيانا |
| يشبعني الألوان والحركة داخل الفيديوهات | 116 | 31.9 | 174 | 47.8 | 74 | 20.3 | 2.115 | 0.7141 | أحيانا |
| أستمتع بالتقنيات الفنية داخل الفيديوهات | 136 | 37.4 | 166 | 45.6 | 62 | 17.0 | 2.203 | 0.7099 | أحيانا |
| الترفيه لما تحتويه من فيديوهات ساخرة | 103 | 28.3 | 158 | 43.4 | 103 | 28.3 | 2.000 | 0.7533 | أحيانا |
| تقلل عندي الشعور بالملل | 131 | 36.0 | 178 | 48.9 | 55 | 15.1 | 2.208 | 0.6846 | أحيانا |
| أشعر بالراحة والاسترخاء عند مشاهدة الفيديوهات | 131 | 36.0 | 175 | 48.1 | 58 | 15.9 | 2.200 | 0.6930 | أحيانا |
| الاستمتاع بكل ماهو جديد داخل فيديوهات التعلم | 170 | 46.7 | 170 | 46.7 | 24 | 6.6 | 2.401 | 0.6108 | دائما |
| يخلصني من الشعور بالملل | 137 | 37.6 | 179 | 49.2 | 48 | 13.2 | 2.244 | 0.6705 | أحيانا |
| تشبع الحس الفكاهي لدي | 121 | 33.2 | 163 | 44.8 | 80 | 22.0 | 2.112 | 0.7355 | أحيانا |
| أتعلم من الأفكار الجديدة داخل فيديوهات التعلم | 172 | 47.3 | 167 | 45.9 | 25 | 6.9 | 2.403 | 0.6157 | دائما |
| أتعلم سلوكيات جديدة أتعلم مهارات تعبيرية جديدة | 141 | 38.7 | 179 | 49.2 | 44 | 12.1 | 2.266 | 0.6621 | أحيانا |
| أتعلم الحفاظ على الصداقات | 151 | 41.5 | 157 | 43.1 | 56 | 15.4 | 2.260 | 0.7084 | أحيانا |
| أتعلم كيف أحمي نفسي | 150 | 41.2 | 165 | 45.3 | 49 | 13.5 | 2.277 | 0.6862 | أحيانا |
| أتعلم الاعتراف بالجميل | 129 | 35.4 | 174 | 47.8 | 61 | 16.8 | 2.186 | 0.6988 | أحيانا |
| أتعلم قيمة الصدق | 163 | 44.8 | 163 | 44.8 | 38 | 10.4 | 2.343 | 0.6598 | أحيانا |
| أتعلم قيمة العطاء | 162 | 44.5 | 167 | 45.9 | 35 | 9.6 | 2.348 | 0.6485 | أحيانا |
| تدفعني لتبني أفكار جديدة | 166 | 45.6 | 170 | 46.7 | 20 | 7.7 | 2.379 | 0.6247 | دائما |
| أتعلم التواصل مع الآخرين من خلال التعليقات | 117 | 32.1 | 167 | 45.9 | 80 | 22.0 | 2.101 | 0.7296 | أحيانا |
| أشعر بالرضا عند عمل share لتعم الفائدة | 112 | 30.8 | 151 | 42.5 | 101 | 27.7 | 2.030 | 0.7654 | أحيانا |
| أعبر عن رأيي من خلال كتابة تعليق على فيديوهات التعلم | 110 | 30.2 | 172 | 47.3 | 82 | 22.5 | 2.076 | 0.7231 | أحيانا |

تشير بيانات الجدول السابق إلى استجابات المبحوثين حول الاشباعات المتحققة من مشاهدتهم لمقاطع فيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت تحقق الاشباعات (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- أتعلم سلوكيات جديدة أتعلم مهارات تعبيرية جديدة- أتعلم الحفاظ على الصداقات- أتعلم كيف أحمي نفسي- أتعلم الاعتراف بالجميل- أتعلم قيمة الصدق- أتعلم قيمة العطاء- أتعلم التواصل مع الآخرين من خلال التعليقات- أشعر بالرضا عند عمل share لتعم الفائدة- أعبر عن رأيي من خلال كتابة تعليق على فيديوهات التعل"أحيانا" فقد جاءت بمتوسط حسابى(2.406- 2.115- 2.203- 2.000- 2.208- 2.200- 2.244- 2.112- 2.266- 2.260- 2.277- 2.186- 2.343- 2.348- 2.101- 2.030- 2.076) على التوالي.

أما الاشباعات المتحققة دائما عند مشاهدهم لفيديوهات التعلم فهي (الاستمتاع بكل ماهو جديد داخل فيديوهات التعلم- أتعلم من الأفكار الجديدة داخل فيديوهات التعلم- تدفعني لتبني أفكار جديدة) وذلك بمتوسط حسابى(2.401-2.403- 2.379) على التوالي.

ثانيا: نتائج التحقق من صحة الفروض :

يحتوي هذا الجزء علي خلاصة ماتوصلت إليه الدراسة الراهنة من نتائج تطبيق الاستبيان، وسوف يتناول الباحث في هذا الجزء نتائج التحقق من صحة فروض الدراسة والإجابة عن بعض تساؤلاتها البحثية، ثم تقدم ملخصا عن هذه النتائج، والتي في ضوئها يمكن طرح عدد من المقترحات والتوصيات، وفي ضوء أهداف الدراسة وفروضها سوف يتم عرض نتائج التحقق من صحة الفروض فيما يلي :

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

جدول (6)

نتائج اختبار (ت)( T- test) لدلالة الفروق بين دوافع تعرض

المبحوثين لفيدوهات التعلم وفقا لاختلاف النوع

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| الدوافع | المجموعات | العدد | المتوسط | الانحراف المعياري | قيمة ت | درجة الحرية | الدلالة |
| طقوسية | ذكور | 194 | 2.293 | 0.5858 | 1.799 | 362 | غيردالة |
| إناث | 170 | 2.405 | 0.6007 |
| نفعية | ذكور | 194 | 2.340 | 0.6002 | 1.160 | 362 | غيردالة |
| إناث | 170 | 2.411 | 0.5713 |
| الإجمالي | ذكور | 194 | 2.360 | 0.5968 | 0.538 | 362 | غيردالة |
| إناث | 170 | 2.394 | 0.5786 |

تشير نتائج اختبار "ت" فى الجدول السابق إلى لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين للدوافع الطقوسية لتعرض المبحوثين لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث، حيث بلغت قيمة "ت" 1.799 وهى قيمة غير دالة إحصائيا عند جميع مستوى الدلالة.

وجاءت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية للدوافع النفعية لتعرض المبحوثين لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث، حيث بلغت قيمة "ت" 1.160 وهى قيمة غير دالة إحصائيا عند جميع مستوى الدلالة.

وفقد جاءت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية لإجمالي مقياس الدوافع لتعرض المبحوثين لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث، حيث بلغت قيمة "ت" 0.538 وهى قيمة غير دالة إحصائيا عند جميع مستوى الدلالة، وبالتالى فقد يثبت عدم صحة هذا الفرض، والذى ينص على أنه 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 الاجتماعي الاقتصادي (مرتفع- متوسط- منخفض).

جدول (7)

تحليل التباين أحادي الاتجاه(On-WayANOVA) لدوافع التعرض لفيديوهات التعلم وبين متوسطات درجات المبحوثين تبعا المستوى الاجتماعية الاقتصادي

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| المقياس | مصدر التباين | مجموعات المربعات | درجة الحرية | متوسط مجموع المربعات | قيمة ف | الدلالة |
| طقوسية | بين المجموعات | 0.543000 | 2 | 0.271500 | 0.7666 | غيردالة |
| داخل المجموعات | 127.8416 | 361 | 0.354132 |
| المجمــوع | 128.3846 | 363 | - |
| نفعية | بين المجموعات | 0.088801 | 2 | 0.044401 | 0.1281 | غيردالة |
| داخل المجموعات | 125.0980 | 361 | 0.346532 |
| المجمــوع | 125.1868 | 363 | - |
| الإجمالي | بين المجموعات | 0.874888 | 2 | 0.437444 | 1.2677 | غيردالة |
| داخل المجموعات | 124.5619 | 361 | 0.345047 |
| المجمــوع | 125.4368 | 363 | - |

تشير بيانات الجدول السابق إلي عدم توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الدوافع الطقوسية لتعرض المبحوثين لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل وذلك تبعا لاختلاف المستوى الاجتماعي الاقتصادي، حيث بلغت قيمة ف 0.7666 وهذه القيمة غير دالة عند جميع مستويات الدلالة.

بينما ظهر عدم وجود فروق الدوافع النفعية لتعرض المبحوثين لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي وذلك تبعا لاختلاف المحافظة، حيث بلغت قيمة ف 0.12816 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 تبعا لاختلاف المستوى الاجتماعي الاقتصادي، فقد جاءت قيمة ف وهو 1.2677، وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند أي مستوى دلالة، ما يثبت عدم صحة هذا الفرض والذى ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على إجمالي مقياس دوافع التعرض لفيديوهات التعلم على مواقع التواصل الاجتماعي تبعا 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 (الطقوسية- النفعية) لاستخدامه لها.

جدول (8)

نتائج معامل ارتباط سبيرمان لبيان العلاقة بين تعرض المبحوثين لفيدويوهات التعلم

وبين دوافع استخدامه لها

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| معدل التعرض المبحوثون لفيديوهات التعلم | | | اتجاه العلاقة | الدلالة |
|  | العدد | معامل الارتباط R | موجبة | دالة\*\* |
| دوافع الطقوسية | 364 | 0.1357\* |
| دوافع النفعية | 0.3654\*\* |

تشير نتائج اختبار "سبيرمان" فى الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية ذات بين معدل تعرض المبحوثين لفيديوهات التعلم بمواقع التواصل الاجتماعي ودوافعه الطقوسية، حيث بلغت قيمة "R" 0.1357\* وهى قيمة دالة إحصائيا عند مستوي دلالة 0.05.

وأيضا تشير نتائج اختبار "سبيرمان" فى 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\*\* وهى قيمة دالة إحصائيا عند مستويات الدلالة 0.01 مما يدل على صحة الفرض وهو توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين لفيديوهات التعلم بمواقع التواصل الاجتماعي وبين الدوافع (الطقوسية- النفعية) لاستخدامه لها.

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

جدول (9)

نتائج معامل ارتباط سبيرمان لبيان العلاقة بين معدل تعرض المبحوثين لفيديوهات التعلم

وبين الاشباعات المتحققة من ذلك الاستخدام

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| معدل التعرض لفيديوهات التعلم | | | اتجاه العلاقة | الدلالة |
|  | العدد | معامل الارتباط R | موجبة | دالة\*\* |
| اشباعات المحتوى | 364 | 0.1459 |
| اشباعات العملية | 0.2171 |

تشير نتائج اختبار "سبيرمان" فى الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين لفيديوهات التعلم بمواقع التواصل الاجتماعي وبين الاشباعات المحتوى، حيث بلغت قيمة "R" 0.1459 وهى قيمة دالة إحصائيا عند مستويات الدلالة 0.01.

وأيضا تشير نتائج اختبار "سبيرمان" فى الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين لفيديوهات التعلم بمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاته العلمية، حيث بلغت قيمة "R" 0.2171 وهى قيمة دالة إحصائيا عند مستويات الدلالة 0.01 مما يدل على صحة الفرض وهو توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين معدل تعرض المبحوثين لفيديوهات التعلم بمواقع التواصل الاجتماعي وبين الإشباعات (المحتوى- العملية) المتحققة من ذلك الاستخدام.

الفرض الخامس: توجد علاقة دالة إحصائيا بين الدوافع (الطقوسية- النفعية) لتعرضه لفيديوهات التعلم بمواقع التواصل الاجتماعي وبين الاشباعات(المحتوى- العملية) المتحققة من ذلك التعرض.

جدول (10)

نتائج معامل ارتباط سبيرمان لبيان العلاقة بين دوافع التعرض لفيديوهات التعلم

وبين الاشباعات المتحققة من ذلك التعرض

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| دوافع تعرض المبحوثين لفيديوهات التعلم | | | اتجاه العلاقة | الدلالة |
| والاشباعات المتحققة من ذلك التعرض | العدد | معامل الارتباط R | موجبة | دالة\*\* |
| 364 | 0.5891 |

تشير نتائج اختبار "سبيرمان" فى الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين الدوافع (الطقوسية- النفعية) لتعرض المبحوثين لفيديوهات التعلم بمواقع التواصل الاجتماعي والاشباعات المتحققة منه (المحتوى- العلمية)، حيث بلغت قيمة "R" 0.5891 وهى قيمة دالة إحصائيا عند مستويات الدلالة 0.01 مما يدل على صحة الفرض وهو توجد علاقة دالة إحصائيا بين الدوافع (الطقوسية- النفعية) لتعرضه لفيديوهات التعلم بمواقع التواصل الاجتماعي وبين الاشباعات(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., & Almeqdadi, 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; 1 1-11.

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 attitudes and behavior?”, Journal of Communication, Vol. 56 No. 1, pp. 110-32.

Karasavvidis, I. (2014). Wiki uses in higher education: exploring barriers to successful implementation. Interactive Learning Environments, 18(3), 219-231.

KELLAM, HUGH. “ Designing digital video to support learner outcomes: A study in an online learning resource for helthcare profess ionals and students.” University of OTTAWA ( Canada) 2011.

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.

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.

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.

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.

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.

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.

Lo, Yuan-Hsiang. (2013). What is the participant learning experience like using YouTube to study a foreign language? ProQuest Information & Learning. AAI3546245.

Luschei, T., Dimyati, 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.

Mayfield, A. (2015), What is Social Media. [e-book] iCrossing. Available through: Google Scholar Accessed: October 2015.

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.

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.

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.

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.

Tiernan, P. (2016). Social Networked Literacy And Online Video: Investigating Students’ Use Of Online Educational Video On Social Networks In Assignments, PhD Thesis, Dublin City University.