

توظيف تطبيق كانفا (Canva) في إنتاج المحتوى الإعلامي لدى طلاب الإعلام

الليبيين: دراسة ميدانية على طلبة الإعلام بجامعة سرت

سالم محمد فرج - قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة سرت

<https://orcid.org/0009-0006-4677-2921>

salum.mahmeed@suedu.ly

<https://doi.org/10.36602/famj.2026.22.18>

تاريخ النشر: 2026/6/28

تاريخ القبول: 2025/6/5

تاريخ الارسال: 2026/4/14

الملخص :

يهدف هذا البحث الى التعرف على درجة توظيف طلاب الإعلام لتطبيق كانفا (Canva) في صناعة المحتوى الإعلامي، والكشف عن طبيعة استخدامهم له، ومجالات هذا الاستخدام، ومدى إسهامه في تنمية مهاراتهم في إنتاج المحتوى الإعلامي الرقمي ، حيث يعتبر هذا البحث من البحوث الوصفية التي تعتمد على أسلوب المسح ، وتكون مجتمع البحث من جميع طلبة قسم الإعلام بجامعة سرت ، وتم استخدام العينة العشوائية البسيطة لاختبار مفردات البحث وقد بلغ حجم العينة (90) مفردة ، واعتمد البحث على الاستبيان الالكتروني كأداة رئيسة لجمع البيانات من عينة البحث ، وتوصل البحث الى مجموعة من النتائج أهمها: أن أغلبية طلاب الإعلام لديهم معرفة من "متوسطة إلى عالية" بتطبيق canva بنسبة إجمالية بلغت (85.6%)، مع انخفاض ملحوظ في فئة من لا يعرفون التطبيق حيث بلغت نسبتهم (4.4%)، أكدت النتائج أن تطبيق كانفا يعتبر "أداة مساعدة" في العمل الإعلامي لعينة البحث، حيث بلغت نسبة توظيف التطبيق "غالباً وأحياناً" (73.3%)، بينما يعتمد عليه (12.2%) بشكل مستمر. يوصي البحث بتنظيم ورش عمل للطلاب في مهارات التصميم المتقدمة.

الكلمات المفتاحية : توظيف - التطبيق كانفا - المحتوى الإعلامي .

The Use of the Canva Application in Producing Media Content among Libyan Media Students: A Field Study on Media Students at the University of Sirte.

Salma Ahmed Faraj, Department of Media, Faculty of Arts, Sirte University, Libya

ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-4677-2921>

Email: salum.mahmeed@suedu.ly

Abstract :This study aims to identify the level of use of the Canva application among media students at the Faculty of Arts, University of Sirte, in producing media content. It also seeks to explore the nature of their usage and its implications for content creation. The study highlights the role of Canva as an effective tool in producing digital media content, as it is considered one of the modern tools that rely on simplicity and creativity in design, The study adopted a descriptive approach and relied on a survey method. Data were collected using a questionnaire distributed to a random sample of students from the Department of Media at the University of Sirte. The sample size reached (90) respondents, The findings revealed several results, most notably that the majority of media students at the University of Sirte have a high level of awareness and use of the Canva application, with a response rate of (85.6%). There was a noticeable decrease among those who do not use the application, with a percentage of (4.4%). The results also showed that Canva is considered an important supporting tool in media work by the study sample, as the rate of frequent and sometimes use reached (73.3%), while a smaller percentage (12.2%) reported continuous reliance on it.

The study concluded that Canva contributes to enhancing students' design skills and supports their ability to produce media content effectively.

Keywords: Employment, Canva, Media Content

مقدمة البحث

يشهد العالم في العصر الحديث تحولات رقمية متسارعة أثّرت بشكل كبير على مختلف مجالات الحياة، ومن أبرزها المجال الإعلامي الذي أصبح يعتمد بشكل متزايد على التقنيات الرقمية في إنتاج المحتوى ونشره، فقد أدى التطور التكنولوجي وانتشار الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي إلى ظهور أنماط جديدة من الإعلام الرقمي، الأمر الذي فرض على المؤسسات الإعلامية والأفراد على حد سواء مواكبة هذه التغيرات من خلال تبني أدوات وتقنيات حديثة تساعد في تحسين جودة المحتوى الإعلامي وزيادة قدرته على التأثير في الجمهور، وفي هذا السياق برزت تطبيقات التصميم الرقمي كأحد أهم الأدوات التي ساعدت في تسهيل عملية إنتاج المحتوى الإعلامي، حيث أتاحت للمستخدمين إمكانية إنشاء مواد بصرية متنوعة بأساليب احترافية دون الحاجة إلى خبرات تقنية متقدمة، ومن بين هذه التطبيقات يبرز تطبيق Canva كمنصة رقمية مبتكرة توفر مجموعة واسعة من القوالب الجاهزة والأدوات التفاعلية التي تمكن المستخدمين من تصميم محتوى إعلامي متنوع يشمل المنشورات الرقمية، والإنفوجرافيك، والعروض التقديمية، والفيديوهات القصيرة، ومع تزايد أهمية المحتوى البصري في البيئة الإعلامية الرقمية، أصبحت مهارات التصميم والإنتاج الإعلامي من المتطلبات الأساسية لطلاب الإعلام، حيث لم يعد دورهم مقتصرًا على إعداد المادة الخبرية أو النصية، بل امتد ليشمل القدرة على إنتاج محتوى متكامل يجمع بين النص والصورة والتصميم، ومن هنا تبرز أهمية توظيف التطبيقات الرقمية مثل كانفا في دعم العملية التعليمية وتنمية المهارات المهنية للطلاب بما يتوافق مع متطلبات سوق العمل الإعلامي، وعلى الرغم من انتشار استخدام تطبيق كانفا في إنتاج المحتوى الإعلامي، إلا أن مدى توظيفه بشكل منهجي وفعال من قبل طلاب الإعلام لا يزال بحاجة إلى دراسة ميدانية تكشف عن طبيعة هذا

الاستخدام ومستواه، ومدى إسهامه في تنمية المهارات الإعلامية، إضافة إلى التعرف على التحديات التي قد تواجه الطلاب في استخدامه.

ومن هذا المنطلق يسعى هذا البحث إلى دراسة واقع توظيف طلاب الإعلام لتطبيق كانفا في صناعة المحتوى الإعلامي، من خلال تحليل أنماط الاستخدام، ودوافعه، ومجالاته، وأثره على جودة المحتوى المنتج، بما يسهم في تقديم رؤية علمية يمكن الاستفادة منها في تطوير العملية التعليمية في أقسام الإعلام، وتعزيز استخدام الأدوات الرقمية الحديثة في إعداد كوادر إعلامية قادرة على مواكبة التحولات الرقمية المتسارعة.

مشكلة البحث:

يشهد المجال الإعلامي في السنوات الأخيرة تحولاً رقمياً متسارعاً نتيجة التطورات التكنولوجية المتلاحقة وانتشار الأدوات الرقمية التي أسهمت في تغيير أساليب إنتاج المحتوى الإعلامي وطرائق عرضه وتداوله ، وقد أدى هذا التحول إلى بروز مجموعة من التطبيقات والمنصات الرقمية التي توفر إمكانيات تصميم سهلة وسريعة، وتتيح للمستخدمين إنتاج مختلف أشكال المحتوى الإعلامي بطرق أكثر جاذبية وتفاعلية، ومن بين هذه الأدوات الرقمية برز تطبيق كانفا (Canva) كأحد التطبيقات الحديثة التي وفرت بيئة تصميم مرنة تعتمد على القوالب الجاهزة والأدوات البصرية المتنوعة، إضافة إلى دمج بعض تقنيات الذكاء الاصطناعي التي تساعد المستخدمين على إنتاج مواد إعلامية متنوعة مثل الصور، والإنفو جرافيك، والعروض التقديمية، والمنشورات الخاصة بوسائل التواصل الاجتماعي، فضلاً عن الفيديوهات القصيرة. وفي ظل هذا التحول المتزايد نحو الإعلام الرقمي، أصبحت مهارات التصميم وإنتاج المحتوى البصري من المهارات الأساسية التي ينبغي أن يمتلكها طلاب الإعلام، لما لها من دور مهم في تطوير قدراتهم المهنية وتأهيلهم لمتطلبات سوق العمل الإعلامي الذي يعتمد بدرجة كبيرة على إنتاج محتوى رقمي جذاب ومؤثر، ونظراً لاستخدام تطبيق كانفا (Canva) في مجال الاعلام الرقمي، لما له من أدوات تصميم مبسطة تسهم في إنتاج مواد إعلامية بجودة عالية وفي وقت أقل مقارنة ببرامج التصميم التقليدية، تظهر

الحاجة إلى دراسة مدى توظيف طلاب الإعلام لهذا التطبيق في إنتاج المحتوى الإعلامي والكشف عن طبيعة هذا التوظيف ومستواه، ومدى إسهامه في دعم مهاراتهم الإعلامية والإبداعية في مجال صناعة المحتوى الإعلامي ، كما أن استخدام هذه التطبيقات قد يواجه عدداً من التحديات أو المعوقات المرتبطة بمدى إلمام الطلاب بمهارات التصميم الرقمي، أو محدودية التدريب الأكاديمي على استخدام الأدوات الرقمية الحديثة في المقررات الدراسية، الأمر الذي يستدعي الوقوف على واقع استخدام هذه التطبيقات داخل البيئة التعليمية الإعلامية، ومن هذا المنطلق تنبع مشكلة البحث الحالي في محاولة التعرف على درجة توظيف طلاب الإعلام لتطبيق كانفا (Canva) في صناعة المحتوى الإعلامي، والكشف عن طبيعة استخدامهم له، ومجالات هذا الاستخدام، ومدى إسهامه في تنمية مهاراتهم في إنتاج المحتوى الإعلامي الرقمي.

اهمية البحث:

تنبع أهمية البحث من كونه يتناول أحد التطبيقات الرقمية الحديثة المستخدمة في صناعة المحتوى الإعلامي ، ويسعى إلى الكشف عن واقع توظيف طلاب الإعلام له ، بما يسهم في تطوير العملية التعليمية ومواكبة التحول الرقمي في المجال الإعلامي ، إضافة إلى تقديم نتائج علمية يمكن الاستفادة منها في تحسين مهارات الطلاب في إنتاج وتصميم المحتوى الاعلامي.

اهداف البحث :

يسعي البحث الى تحقيق مجموعة من الاهداف تتمثل في :

- 1- قياس مستوى استخدام طلاب قسم الاعلام بجامعة سرت لتطبيق كانفا في انتاج المحتوى الاعلامي .
- 2- التعرف على دوافع استخدام الطلاب قسم الاعلام بجامعة سرت لتطبيق كانفا في تصميم المحتوى الاعلامي

- 3- تحديد انواع المحتوى الاعلامي الذي يوظف فيه طلاب قسم الاعلام لتطبيق كانفا .
 - 4- الكشف عن المهارات الإعلامية التي يسهم تطبيق كانفا في تنميتها لدى طلاب قسم الاعلام بجامعة سرت .
 - 5- التعرف على الصعوبات التي تواجه طلاب قسم الاعلام اثناء استخدام تطبيق كانفا في صياغة المحتوى الاعلامي
 - 6- تقديم مقترحات تسهم في تطوير توظيف تطبيق كانفا في العملية التعليمية بقسم الاعلام .
- تساؤلات البحث :**

- يسعي البحث الى الاجابة عن مجموعة من التساؤلات تتمثل في :
- 1- ما مستوي استخدام طلاب قسم الاعلام بجامعة سرت لتطبيق كانفا في اعمالهم الاعلامي ؟
 - 2- ما دوافع استخدام الطلاب لتطبيق كانفا في تصميم المحتوى الاعلامي ؟
 - 3- ما انواع المحتوى الاعلامي الذي يوظف فيه طلاب قسم الاعلام لتطبيق كانفا ؟
 - 4- ما المهارات الإعلامية التي يسهم تطبيق كانفا في تنميتها لدى طلاب قسم الاعلام بجامعة سرت ؟
 - 5- ما الصعوبات التي تواجه طلاب قسم الاعلام اثناء استخدام تطبيق كانفا في صياغة المحتوى الاعلامي ؟
 - 6- ما المقترحات التي يقدمها طلاب الاعلام لتطوير توظيف تطبيق كانفا في العملية التعليمية بقسم الاعلام ؟

الدراسات السابقة:

تعد الدراسات السابقة ركيزة اساسيه في بناء الاطار المعرفي لأي بحث علمي ، إذ تسهم في توضيح الجهود البحثية التي تناولت موضوع الدراسة ، والكشف عن أبرز النتائج التي توصلت إليها ، حيث سعت العديد من الدراسات الى استكشاف واقع توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الاعلامي سواء على مستوى الانتاج أو الاخراج أو النشر وقياس اثرها في تحسين جودة المحتوى الاعلامي وتنمية المهارات الاعلامية ، وفي هذا السياق يأتي عرض الدراسات السابقة بهدف الوقوف على ابرز ما توصلت إليه من نتائج ، وتحديد أوجه الاتفاق والاختلاف بينها وبين الدراسة الحالية ، بما يسهم في بناء اطار علمي يدعم موضوع البحث هدفت دراسة (غوب، 2024) إلى الكشف عن أثر استخدام تطبيق كانفا على تنمية مهارة تصميم الايفوجرافيك في مادة المهارات الرقمية لدى طالبات المرحلة المتوسطة، وقد استخدمت الدراسة المنهج الاجرائي وتكونت عينة الدراسة (32) مفردة وظهرت نتائج وجود اثر إيجابي مرتفع لاستخدام التطبيق على تنمية مهارة تصميم الانفوجرافيك في مادة المهارات الرقمية لدى طالبات المرحلة المتوسطة في انتاج المحتوى المرئي التعليمي، هدفت دراسة (مخلوف، 2024) الى توضيح العقبات التي تواجهه توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية وانعكاس توظيف الذكاء الاصطناعي على عملهم المهني واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية و استخدمت المقابلة المقننة كأداة رئيسية لجمع البيانات من العينة العمدية قوامها 40 مفردة، وظهرت الدراسة أن ما نسبته 40% من الباحثين رأوا أن جميع من يشاركون بصناعة المحتوى الإعلامي يحتاجون الى تدريبات عميقة بالذكاء الاصطناعي ،هدفت دراسة (علي، 2024) الى الكشف عن واقع توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإنتاج الإعلامي بالمؤسسات اليمنية وقد تم استخدام المنهج

الوصفي، كما تم الاستعانة بالاستبيان الذي تم توزيعه على عينة قصديه من المنتجين والمعينين في المؤسسات الإعلامية اليمنية وعددهم 123 مفردة أظهرت النتائج أن هناك استفادة ضعيفة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية اليمنية سواء كان في انتاج المحتوى المرئي أو المحتوى المقروء أو المحتوى المسموع ، هدفت دراسة (الموضي، 2024) الى التعرف على حجم اهتمام المؤسسات الإعلامية في توظيف الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإعلامي، وتنتمي الدراسة الى الدراسات الوصفية، وتعتمد على منهج المسح الميداني وتم استخدام الاستبيان كأداة لجميع البيانات من الباحثين وطبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها 100 مفردة من الاكاديميين في مجال الاعلام الأردني وأظهرت نتائج الدراسة أن توظيف الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الأردنية له أهمية كبيرة بلغت نسبتها 80 % من وجهة خبراء الاعلام الأردني ،هدفت دراسة (Devyanti, 2024) الى تصميم منشورات رقمية على انستغرام باستخدام كانفا للترويج للفعاليات الثقافية ، دراسة حالة على عينة قصدية قوامها 16 مشاركاً من منظمو و خبراء و تصميم و وزار الحدث ، وتم استخدام المنهج الكيفي باستخدام نموذج EPIC ، لتقييم فاعلية الإعلان، وتوصلت النتائج الى أن التصميمات المصممة عبر كانفا ساعدت في زيادة التفاعل مع المنشورات الرقمية وكذلك حققت التصميمات مستوى مرتفعاً من التأثيرات و الاقناع في الجمهور وايضاً ساهمت في زيادة التفاعل مع المحتوى الترويجي على وسائل التواصل، هدفت دراسة (محمد أ.، 2025) الى التعرف على درجة توظيف طلاب الاعلام التربوي لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المشروعات الإعلامية وعلاقتها بتنمية المهارات الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني لديهم ،وتنتمي الدراسة الى الدراسات الوصفية ،واستخدمت المنهج المسح واستمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات المطلوبة وطبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (463) مفردة من طلاب الاعلام التربوي بالجامعات المصرية ،وتوصلت الدراسة الى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين مستوى استخدام الباحثين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في انتاج المشروعات الاذاعية والتلفزيونية ودرجة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في اطار

أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، هدفت دراسة (الفالح، 2025) الى تقييم أثر دمج أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي في منصة كانفا على تشكيل الهوية البصرية للعلامات التجارية والمشروعات المختلفة، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي النقدي وخلصت الدراسة الى مجموعه من النتائج أبرزها: ان أدوات كانفا تسهم بشكل كبير ي تيسير وإنشاء العناصر البصرية للهوية، إلا أنها قد تتح هويات سطحية ومفتقرة للتفرد في حال غياب التوجيه الإبداعي المتخصص ،هدفت دراسة (عشري، 2025) الى تحليل الأدوات المتاحة ي منصة كانفا ودورها في تصميم الإعلانات الرقمية، وتنتمي هذه الدراسة الى المنهج الوصفي التحليلي، وتم استخدم اداة تحليل المضمون على عينة قصدية من نماذج تصميم إعلانات رقمية باستخدام منصة كانفا، وتم استخدم اداة تحليل المضمون وظهرت النتائج أن منصة كانفا توفر أدوات تصميم متعددة تسهم في انتاج إعلانات رقمية جذابة، وبينت أن نجاح التصميم يعتمد على مهارات المستخدم الإبداعية رغم وجود أدوات الذكاء الاصطناعي.

أوجه المقارنة والاستفادة من الدراسات السابقة

تشير المقارنة بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة التي تناولت توظيف تطبيقات التصميم الرقمي وأدوات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإعلامي إلى وجود أوجه اتفاق واختلاف متعددة، سواء على مستوى الأهداف أو المناهج أو العينات أو الأدوات أو النتائج.

1. فعلى مستوى الهدف، تتفق الدراسة الحالية مع معظم الدراسات السابقة في سعيها إلى الكشف عن واقع توظيف التقنيات الحديثة في المجال الإعلامي والتعليمي، وبيان دورها في تحسين جودة المحتوى وتنمية المهارات، إلا أن البحث الحالي يتميز بتركيزه على تطبيق محدد وهو "كانفا"، بينما اتجهت الدراسات السابقة في غالبيتها إلى تناول الذكاء الاصطناعي بشكل عام أو مجموعة من الأدوات الرقمية، وهو ما يمنح البحث الحالي طابعاً أكثر تخصصاً.

2. أما من حيث المنهج فقد اعتمد البحث الحالي على المنهج الوصفي المسحي، باعتباره الأنسب لدراسة الظواهر الاجتماعية والإعلامية ورصد اتجاهات الأفراد وسلوكياتهم، وبذلك تتفق مع أغلب الدراسات السابقة، مما يعكس وجود اتفاق منهجي واضح بين هذه الدراسات.
3. أما على مستوى الأداة فقد استخدم البحث الحالي أداة الاستبيان لجمع البيانات، وهو ما يتفق مع غالبية الدراسات السابقة التي اعتمدت الأداة نفسها، نظرًا لملاءمتها لطبيعة الدراسات المسحية وقدرتها على جمع بيانات كمية قابلة للتحليل الإحصائي.
4. وفيما يخص النتائج فقد أظهر البحث الحالي أن مستوى توظيف تطبيق كانفا في صناعة المحتوى الإعلامي جاء في حدود المستوى المتوسط، في حين أشارت العديد من الدراسات السابقة إلى مستويات أعلى من الاستخدام أو إلى إمكانيات كبيرة لهذه الأدوات في تحسين الأداء الإعلامي ويمكن تفسير هذا الاختلاف بكون الدراسات السابقة ركزت على الإمكانيات النظرية أو طبقت على عينات أكثر خبرة أو تلقت تدريبًا متخصصًا، بينما يعكس البحث الحالي واقع الاستخدام الفعلي لدى عينة قد تعاني من محدودية في التدريب أو الخبرة التطبيقية.
5. كما استفادة البحث الحالي من الدراسات السابقة في توفير مرجعية علمية ساعدت في اشتقاق أهداف البحث الحالي وتساؤلاتها بطريقة منطقية متسقة ، وأسهمت في اختيار المنهج الوصفي المسحي كأنسب منهج لطبيعة البحث وكذلك في تصميم أداة الاستبيان، من حيث المحاور وصياغة العبارات بما يتلاءم مع موضوع البحث.

نوع البحث ومنهجه :

يندرج البحث ضمن البحوث الوصفية الكمية التي تهتم بوصف ظاهرة معينة ،و تهدف إلى وصف الاتجاهات والدوافع والحاجات واستخدامات وسائل الاعلام (المشهداني، 2017، صفحة 24) . وتم الاعتماد على منهج المسح الميداني الذي يعد واحد من المناهج الأساسية في البحوث الوصفية التي تستخدم في البحوث الاجتماعية والإعلامية والاتصالية ، فهو من المناهج العلمية المنظمة التي تهدف لجمع البيانات والمعلومات من جميع افراد مجتمع البحث أو عينه منه خلال

فترة زمنية محددة بغرض وصف الظاهرة المدروسة وتحليلها (الحמיד، 2000، صفحة 140). هذا
واستخدمت الباحثتين منهج المسح الميداني في هذا البحث بهدف وصف مدى توظيف طلاب
الاعلام لتطبيق كانفا في صناعة المحتوى الاعلامي .

مجتمع وعينة البحث:

مجتمع البحث يشمل المجتمع الاكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها
لتحقيق نتائج البحث وتعميمها على كل مفرداته ألا انه قد يصعب الوصول الى المجتمع
المستهدف لضخامته فيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه والاقترب منه لجمع
البيانات والذي يعتبر جزءا مثالا للمجتمع المستهدف ويلبي حاجات البحث واهدافه وتختار منه
عينة البحث (الحמיד، 2015، صفحة 130)، ويتمثل مجتمع البحث في طلاب قسم الإعلام
بجامعة سرت و البالغ عددهم (112) طالباً والذين يوظفون تطبيق كانفا(canva) في صناعة
المحتوى الاعلامي، وتم اختيار عينة قوامها (90) مفردة بطريقة العينة العشوائية البسيطة من
طلاب قسم الاعلام بجامعة سرت لتكون ممثلة لمجتمع البحث .

أداة جمع البيانات:

تمثلت الأداة الرئيسية للبحث في الاستبيان الالكتروني وبنيت عباراته وفق مقياس ليكرت
الخماسي ، وتضمن ست محاور رئيسيه ، المحور الاول تعلق بالبيانات الشخصية ، المحور الثاني
خصص مستوى المعرفة والتوظيف لتطبيق كانفا (canva) ، المحور الثالث خصص لدوافع
استخدام طلاب الاعلام لتطبيق كانفا في صناعة المحتوى الاعلامي، المحور الرابع خصص
للمحتويات الإعلامية التي يتم انتاجها عبر تطبيق كانفا، المحور الخامس خصص لإسهامات تطبيق
كانفا في تنمية المهارات الإعلامية لدى طلاب الإعلام ، المحور السادس خصص لل صعوبات
ومقترحات طلاب الاعلام لاستخدام تطبيق كانفا في صناعة المحتوى الاعلامي.

اختبار الصدق والثبات :

يقصد بصدق الاستبانة مدى قدرة أداة القياس على قياس الظاهرة أو المتغير الذي وضعت لقياسه بدقة ، أي أن تكون الاداة فعلاً تقيس ما يفترض أن تقيسه و ليس شيئاً آخر، (واخرون، 2010، صفحة 46) وللتأكد من صدق الاستبيان قامت الباحثة بالصدق الظاهري وذلك لمعرفة مدى وضوح بنود الظاهرة في اداة القياس ، وملائمتها من حيث اللغة والشكل والمحتوى لما يراد قياسه حسب تقدير الخبراء والمحكمين (الخضري، 2012، صفحة 232) ، ولتحقيق درجة الثبات المطلوبة ولضمان جودة البيانات وقدرة الأداة على قياس ما وضعت لأجله، عرضت الأداة في صورتها الأولية على (4) من المحكمين لاستطلاع آرائهم حول مدى ملائمة الأسئلة للمحاور، وسلامة الصياغة اللغوية وقد تم إجراء التعديلات اللازمة بناءً على مقترحاتهم. وتم قياس ثبات الأداة من خلال (معامل ألفا كرو نباخ - Cronbach's Alpha) للتحقق من سلامة الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان، وبلغت قيمة معامل ألفا كرو نباخ (83.3%).

الجدول رقم (1) يوضح معامل ألفا كرو نباخ

Cronbach's Alpha N of Items	
49	.838

حدود البحث:

الحدود المكانية : تتمثل في مكان إجراء البحث بقسم الاعلام بجامعة سرت

الحدود الزمنية : تتمثل في زمن إجراء البحث من الفترة 2026/2/22 الى 2026/3/31

الحدود الموضوعية: تتمثل في معرفة مستوى توظيف تطبيق كانفا في صناعة وانتاج المحتوى الاعلامي لدى طلاب الاعلام بجامعة سرت .

مفاهيم البحث :

التوظيف: يشير مفهوم التوظيف إلى الاستخدام المقصود والمنظم للأدوات أو الوسائل المختلفة و الاستفادة من الوسائل والتقنيات الحديثة واستخدامها بصورة منظمة ومخططة بما يحقق أهدافاً معرفية أو تعليمية محددة (الحמיד، 2021، صفحة 87)، وإدماج الوسائل التكنولوجية في العملية الاتصالية بطريقة منهجية بما يسهم في تطوير الأداء الإعلامي ورفع كفاءة الرسالة الاتصالية (السيد، 2011، صفحة 112) وإجرائياً يقصد بالتوظيف في هذا البحث مدى استخدام طلاب الإعلام لتطبيق كانفا في إنتاج وتصميم المحتوى الإعلامي الرقمي، ويقاس من خلال استجابات أفراد العينة على فقرات الاستبيان المتعلقة بدرجة الاستخدام ومجالاته ودوافعه.

تطبيق كانفا (CANVA): يعد تطبيق Canva إحدى منصات التصميم الرقمي الحديثة التي توفر أدوات وقوالب جاهزة تساعد المستخدمين على إنتاج تصميمات بصرية متنوعة بسهولة، مثل العروض التقديمية والإنفو جرافيك والملصقات ومنشورات وسائل التواصل الاجتماعي. (الفالح، 2024، صفحة 145) وإجرائياً يقصد بتطبيق كانفا في هذا البحث المنصة الرقمية التي يستخدمها طلاب الإعلام لتصميم وإنتاج محتوى إعلامي بصري مثل المنشورات الرقمية والإنفو جرافيك والعروض التقديمية، ويتم قياس درجة توظيفه من خلال بنود الاستبيان المطبقة على عينة الدراسة **المحتوى الاعلامي:** يشير المحتوى الإعلامي إلى الرسائل أو المواد التي يتم إنتاجها وتقديمها عبر وسائل الإعلام المختلفة بهدف نقل المعلومات أو الأفكار أو الآراء إلى الجمهور. (محمود، 2014، صفحة 56) إجرائياً يقصد بالمحتوى الإعلامي هو المواد الإعلامية الرقمية التي يقوم طلاب الإعلام بإنتاجها باستخدام تطبيق كانفا مثل المنشورات الرقمية والإنفو جرافيك والعروض التقديمية والملصقات الإعلامية.

نتائج البحث الميداني:

الجدول رقم (2) يوضع العوامل الديمغرافية للعينة

المتغيرات	البيانات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
النوع	ذكر	35	38.9%
	انثي	55	61.1%
الفئة العمرية	من 18 سنة إلى أقل من 20	11	12.2%
	من 20 سنة إلى أقل من 23	47	52.2%
	من 23 سنة فما فوق	32	35.6%
التخصص	إذاعة وتلفزيون	41	45.6%
	صحافة ونشر إلكتروني	18	20.0%
	علاقات عامة	31	34.4%

نلاحظ في جدول أن عدد الإناث بلغ (55) أنثى، بنسبة بلغت (61.1%) وبالتالي فهذه الفئة هي الأكثر تمثيلاً في دراستنا الحالية. يليها فئة الذكور بتكرار قدره (35) ذكراً، وبنسبة بلغت (38.9%). والمتوسط الحسابي هو (1.61) و الانحراف المعياري (490).

نستنتج من البيانات في الجدول أعلاه أن الفئة العمرية (من 20 سنة إلى أقل من 23) جاءت في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (52.2%) تلتها الفئة العمرية (من 23 سنة فما فوق) بنسبة بلغت (35.6%)، وكانت الفئة العمرية (من 18 إلى أقل من 20) هي الأقل تمثيلاً بنسبة بلغت (12.2%). مما يدل على أن عينة الدراسة هي من فئة الشباب الناضج تعليمياً، وبالتالي يستطيع أفراد عينة الدراسة تقديم إجابات واعية وموضوعية تتناسب مع أهدافها. و بلغ المتوسط الحسابي العام لأعمار العينة (2.23) و بلغت قيمة الانحراف المعياري (654).

نلاحظ من الجدول رقم (3) أن (45.6%) من عينة الدراسة هم من طلاب وطالبات الإذاعة و التلفزيون و (34.4%) علاقات عامة و إعلان، بينما بلغت نسبة طلاب و طالبات الصحافة و النشر الإلكتروني (20%) وبلغ المتوسط الحسابي (1.89) والانحراف المعياري (892)، مما

يدل وجود تباين متوسط ومقبول في توزيع أفراد عينة الدراسة بين التخصصات الثلاثة، وهو ما يعطي هذه الدراسة شمولية في رصد الآراء من عدة تخصصات إعلامية وعدم انحصارها في تخصص واحد فقط.

جدول رقم (3) يوضح مستوى معرفتك باستخدام تطبيق كانفا

مستوى المعرفة	التكرار	النسبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
لا أعلم	4	4.4%	3.29	.824
منخفضة	6	6.7%		
متوسطة	43	47.8%		
عالية	34	37.8%		
عالية جدا	3	3.3%		
المجموع	90	100%		

نلاحظ من الجدول السابق أن (47.8%) من أفراد عينة الدراسة لديهم معرفة متوسطة باستخدام تطبيق كانفا و (37.8%) لديهم معرفة عالية بكيفية استخدام هذا التطبيق، و (6.7%) يملكون معرفة منخفضة، بينما نجد أن هناك فئة و نسبتها (4.4%) لا يعرفون كيف يستخدمون هذا التطبيق. وبلغ المتوسط الحسابي (3.29) والانحراف المعياري هو (.824). أي (أقل من 1)، مما يدل على أن مستوى معرفة أفراد العينة باستخدام تطبيق كانفا يعد متوسطاً يميل الى الارتفاع الامر الذي يستدعي العمل على تنمية المهارات المتقدمة وتعزيز الاستخدام الاحترافي للتطبيق من خلال التدريب والتأهيل المستمر.

جدول رقم (4) يوضح مستوى توظيف تطبيق كانفا في صناعة المحتوى الإعلامي

مستوى التوظيف	التكرار	النسبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
أوظف تطبيق كانفا بشكل مستمر في إنتاج المحتوى الإعلامي	11	12.2%	2.56	.984
أوظفه غالباً في إعداد المحتوى الإعلامي	35	38.9%		
أوظفه أحياناً عند الحاجة	31	34.4%		
نادراً ما أستخرجه في إنتاج المحتوى الإعلامي	9	10.0%		
لا أستخرجه إطلاقاً في صناعة المحتوى الإعلامي	4	4.4%		
المجموع	90	100%		

نلاحظ من الجدول رقم (4) أن عبارتي "أوظفه غالباً" و "أوظفه أحياناً" تشكل النسبة الأكبر من عينة الدراسة بنسبة إجمالية بلغت (73.3%) مما يدل على أن هذا التطبيق يعد أداة مساندة في العمل الإعلامي لأفراد عينة الدراسة. وبلغت نسبة من يعتمدون عليه بشكل مستمر في إنتاج محتوهم الإعلامي (12.2%). بينما بلغت نسبة من لا يستخدمون هذا التطبيق إطلاقاً (4.4%). المتوسط الحسابي هو (2.56) و الانحراف المعياري (.984) مما يشير إلى وجود تباين طفيف في مستوى التوظيف لتطبيق كانفا بين أفراد العينة، فمنهم من يوظفه كعنصر أساسي في إنتاج والمحتوى الإعلامي ومنهم من يكتفي به عند الضرورة، ونستنتج من ذلك أن توظيف تطبيق كانفا في صناعة المحتوى الإعلامي لدى أفراد العينة يتسم بالمحدودية النسبية، حيث يتركز الاستخدام في المستويات المتوسطة (غالباً وأحياناً) مع ضعف واضح في الاستخدام المنتظم والمستمر، وترجع الباحثتان السبب إلى الفجوة بين المعرفة والتطبيق، حيث يمتلك أفراد العينة معرفة مقبولة بالتطبيق، لكنهم لا يوظفونه بشكل مستمر وذلك بسبب نقص المهارات العملية والتدريب، وتعزز هذه النتيجة أهمية تدريب الطلبة لرفع كفاءة الاستخدام لديهم نحو مستويات أكثر احترافية واستدامة للتطبيق.

جدول رقم (5) يوضح استخدامات طلاب الاعلام لتطبيق كانفا .

الاستخدام	المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	اتجاه العينة	الترتبة
إعداد التكاليفات الدراسية	2.63	.694	87.6%	دائما	1
تصميم المواد البصرية المرتبطة بالمقررات الدراسية	2.52	.657	84.0%	دائما	2
انتاج محتوى للنشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي	2.06	.740	68.6%	أحيانا	6
يوفر قوالب جاهزة تسهل عملية التصميم	2.12	.776	70.6%	أحيانا	5
تصميم المنشورات الإعلامية	1.88	.684	62.6%	أحيانا	7
يساعدني على الابداع و الابتكار من خلال الادوات المتقدمة داخل كانفا	2.28	.835	76.0%	أحيانا	4
إعداد العروض التقديمية	2.30	.800	76.6%	أحيانا	3
الدرجة الكلية	2.26	.741	75.3%	أحيانا	

نلاحظ من الجدول السابق أن العبارة المتعلقة بـ "إعداد التكاليفات الدراسية" جاءت في المرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابي وهو (2.63) ووزن نسبي (87.6%) ، يليها في المرتبة الثانية عبارة " تصميم المواد البصرية المرتبطة بالمقررات الدراسية" بمتوسط (2.52) و وزن نسبي (84.0%). و يظهر الجدول أيضا تبايناً في استجابات أفراد العينة حول أوجه استخدام تطبيق

Canva، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام (2.26) و الوزن النسبي العام (75.3%)، وفي المقابل جاءت استخدامات أخرى بدرجات اقل، مثل إعداد العروض التقديمية بتوسط (2.30) والمساعدة على الابداع والابتكار (2.28)، انتاج محتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي (2.06). مما يشير إلى ان التطبيق يستخدم بشكل اكبر كأداة تعليمية مساندة في انجاز المهام الدراسية، في حين يظل توظيفه في انتاج المحتوى الاعلامي الاحترافي وتنمية الابداع محدود نسبياً، ويرجع السبب في ذلك الى طبيعة احتياجات المبحوثين التي تركز على الجانب الاكاديمي، اضافة الى نقص المهارات التي تمكنهم من استغلال الامكانيات الكاملة للتطبيق.

جدول رقم (6) يوضح دوافع الاستخدام لتطبيق كانفا في صناعة المحتوى الاعلامي؟

الدوافع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	اتجاه العينة	الرتبة
أن سهولة استخدام التطبيق تعد دافعا أساسيا لتوظيفه في إنجاز الأعمال الإعلامية	2.80	.502	93.3%	موافق	2
يسهم تنوع القوالب الجاهزة في التطبيق في تشجيع المستخدمين على الاعتماد عليه في إنتاج المحتوى الإعلامي	2.73	.515	91%	موافق	4
يساهم التطبيق في تحسين الشكل الجمالي للمحتوى الإعلامي و رفع جودته البصرية	2.61	.594	87%	موافق	6
تعد مجانية التطبيق عاملا رئيسا في الإقبال على استخدامه لدى طلاب الإعلام	2.72	.520	90.6%	موافق	5
يساعد استخدام تطبيق كانفا على توفير الوقت و الجهد في إعداد المحتوى الإعلامي	2.80	.502	93.3%	موافق	2
يوفر تطبيق كانفا دعما جيدا للغة العربية، مما يعزز استخدامه في البيئة التعليمية العربية	2.77	.498	92.3%	موافق	3
يسهم تطبيق كانفا في تنمية الإبداع و الابتكار لدى مستخدميه في مجال إنتاج المحتوى الإعلامي	2.81	.472	93.6%	موافق	1
الدرجة الكلية	2.74	.402	91.3%	موافق	

نلاحظ من الجدول أعلاه وجود موافقة مرتفعة جداً على أن تطبيق كانفا يساهم في تنمية الإبداع و الابتكار حيث جاءت هذه العبارة في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (2.81)، يليها في المرتبة الثانية تساوت عبارتي سهولة استخدام التطبيق تعد دافعا أساسيا لتوظيفه في إنجاز الأعمال الإعلامية و يساعد استخدام تطبيق كانفا على توفير الوقت و الجهد في إعداد المحتوى الإعلامي بمتوسط حسابي بلغ (2.80). و جاءت في المرتبة الأخيرة عبارة يساهم التطبيق في تحسين الشكل الجمالي للمحتوى الإعلامي و رفع جودته البصرية بمتوسط حسابي بلغ (2.61)، إلا أنها لا تزال ضمن نطاق "موافق" ووزن نسبي مرتفع وهو (87%). و نلاحظ أن الدرجة الكلية للمتوسط الحسابي للمحور هي (2.74) إلى أن عينة الدراسة "توافق" وبقوة على أن تطبيق Canva يوفر بيئة مثالية لإنتاج المحتوى الإعلامي. بالإضافة إلى أن الانحراف المعياري (402). يؤكد على إجماع عينة الدراسة على رؤية واحدة حيث لم يكن هناك أي هناك فروقات في تقييمهم لهذه الدوافع، وتتفق هذه النتيجة مع عدد من الدراسات السابقة التي اشارت إلى فاعلية أدوات التصميم الرقمية في تنمية المهارات الابداعية وتحسين المخرجات الإعلامية لدى الطلبة، حيث اكدت تلك الدراسات أن استخدام التطبيقات الحديثة يمنح الطلاب فرصاً أكبر للتعبير عن افكارهم بطرق مبتكرة، مما ساهم في انتشاره بين طلاب الإعلام واعتماده كأداة اساسية في إنتاج المحتوى .

جدول رقم (7) يوضح نوع المحتوى الإعلامي الذي يتم اعداده و إنتاجه عبر تطبيق كانفا من قبل طلاب الإعلام

النسبة	التكرار	المحتويات الإعلامية
8.1%	19	انفو جرافيك اخباري
3.4%	8	بطاقات اقتباس و تصاميم عناوين
3.0%	7	ملصقات دعائية
2.1%	5	منشورات حملات توعية
2.1%	5	شعارات و هوية بصرية
2.6%	6	نشرات تعريفية
21.3%	50	عروض تقديمية للمحاضرات
4.3%	10	أغلفة بحوث أو مشاريع
26.4%	62	فيديوهات قصيرة
6.0%	14	صور مصغرة
11.5%	27	تصميم البوسترات الاعلانية
2.6%	6	الرسوم البيانية و المخططات
2.1%	5	التصاميم الإعلامية المصممة بصريا
0.9%	2	حملات تسويقية لمنصات التواصل الاجتماعي
3.8%	9	كل ما سبق ذكره

نلاحظ في الجدول رقم (7) أن الفيديوهات القصيرة هي أكثر محتوى إعلامي يتم اعداده و إنتاجه عبر تطبيق كانفا من قبل طلاب الإعلام بنسبة بلغت (26.4%)، يليها العروض التقديمية للمحاضرات بنسبة (21.3%). أي ان اهتمام عينة الدراسة تركز في فئتين فقط حيث اقتربتا من حاجز 50%. مما يشير إلى اهتمامهم بالأدوات التعليمية و "الترفيه السريعة" عند التعامل مع المحتوى الإعلامي، ونستنتج من ذلك ان استخدام الطلبة لتطبيق كانفا يتركز بشكل اساسياً في إنتاج المحتوى السهل والسريع ، وخاصة المرئي منه ، مما يشير الى الحاجة لتعزيز مهارات الطلبة في توظيف التطبيق في مجالات الإعلامية أكثر عمقاً وتخصصاً.

جدول رقم (8) يوضح مدى اسهام تطبيق كانفا في تنمية المهارات الاعلامية لدى طلاب الإعلام

الاسهامات	المتوسط	الدرجة	النسبة المئوية	تجاه العينة	الترتيب
يسهم استخدام التطبيق في تنمية مهارتي في التصميم الاعلامي	2.84	.422	94.6%	دائما	1
يساعدني تطبيق كانفا على صياغة عناوين اعلامية جذابة و مختصرة	2.40	.557	80%	أحيانا	6
يساهم تطبيق كانفا في تطوير مهارات الاخراج الاعلامي لدي	2.37	.661	79%	أحيانا	7
ينمي التطبيق قدرتي على اختيار الألوان و الخطوط المناسبة في التصميم الاعلامي	2.31	.647	77%	أحيانا	8
يعزز التطبيق قدرتي على توظيف الصور و النصوص بشكل متكامل داخل المحتوى الاعلامي	2.47	.657	82.3%	أحيانا	5
يساعدني تطبيق كانفا على إنتاج محتوى رقمي احترافي بسرعة و كفاءة	2.49	.604	83%	أحيانا	4
يعزز التطبيق ثقتي في إنتاج أعمال إعلامية قابلة للنشر	2.56	.602	85.3%	دائما	2
يسهم التطبيق في تأهيلي لسوق العمل في مجال الإعلام الرقمي	2.54	.584	84.6%	دائما	3
الدرجة الكلية	2.49	.420	83.3%	دائما	

تظهر النتائج في الجدول رقم (8) أن أفراد عينة الدراسة يروون أن تطبيق "كانفا" يسهم بشكل "دائم" بمتوسط عام بلغ (2.50) في تطوير تنمية المهارات الاعلامية لدى طلاب الإعلام. حيث جاءت عبارة التطبيق ينمي مهارة التصميم بمتوسط بلغ (2.84) ووزن نسبي (94.6%)،

يليه في المرتبة الثانية عبارة يعزز استخدام التطبيق ثقتي في إنتاج أعمال إعلامية قابلة للنشر بمتوسط (2.56) ووزن نسبي (85.3) مما يعني أن تطبيق كانفا يكسر حاجز "الخوف من الفشل". وجاءت عبارة لتأهيل لسوق العمل في الإعلام الرقمي في المرتبة الثالثة بمتوسط (2.54) ووزن نسبي (84.6%)، وهذا يشير إلى اعتقاد عينة الدراسة بأن المهارات التي يتم اكتسابها من خلال هذا التطبيق كافية لمتطلبات الوظائف الحالية. و تحصلت عبارة ينمي التطبيق قدرتي على اختيار الألوان و الخطوط المناسبة في التصميم الإعلامي على المرتبة الأخيرة بمتوسط (2.31) ووزن نسبي (82.3%) و اتجه عينة الدراسة هنا هو "أحيانا" مما يدل على أن أغلب المستخدمين يعتمدون على "الألوان" الجاهزة في القوالب، بدلاً من ابتكار تناسق ألوان خاص بهم.

جدول رقم (9) يوضح الصعوبات التي تواجه طلاب الاعلام عند توظيف تطبيق كانفا في صناعة المحتوى الإعلامي

النسبة	التكرار	الصعوبات
33.1%	39	محدودية بعض القوالب و العناصر المجانية في التطبيق
9.3%	11	محدودية خيارات التخصيص المتقدمة مقارنة ببعض برامج التصميم الاحترافية الأخرى
17.8%	21	أواجه صعوبة في اختيار تصاميم متناسقة و مبتكرة بسبب كثرة القوالب المتاحة في التطبيق
7.6%	9	بعض الخطوط العربية أو تنسيق النصوص في التطبيق قد لا تلي جميع الاحتياجات الإعلامية بشكل كامل
12.7%	15	تواجهني احيانا مشكلات في جودة الصور أو حقوق استخدامها داخل التطبيق
19.5%	23	عدم توفر اتصال دائم بالإنترنت يشكل عائقاً أمام استخدام التطبيق بكفاءة

نلاحظ من الجدول أن أبرز صعوبات التي تواجه افراد العينة عند توظيفهم لتطبيق كانفا في صناعة المحتوى الإعلامي هي محدودية بعض القوالب و العناصر المجانية في التطبيق حيث تحصلت على المرتبة الأولى بنسبة بلغت (33.1%) ويعزى ذلك إلى أن النسخة المجانية من التطبيق تشعرهم بالتقييد بسبب حجب العناصر الاحترافية، يليها في المرتبة الثانية عدم توفر اتصال دائم بالإنترنت يشكل عائقاً أمام استخدام التطبيق بكفاءة بنسبة (19.5%) ويرجع هذا إلى ضعف شبكات الانترنت بشكل عام. وجاءت في المرتبة الثالثة أواجه صعوبة في اختيار تصاميم متناسقة و مبتكرة بسبب كثرة القوالب المتاحة في التطبيق بنسبة بلغت (17.8%) والسبب في ذلك هو كثرة

النماذج المتاحة. و في المرتبة الأخيرة بعض الخطوط العربية أو تنسيق النصوص في التطبيق قد لا تلبي جميع الاحتياجات الإعلامية بشكل كامل بنسبة بلغت (7.6%). استنادا على النتائج أعلاه نلاحظ أن العوائق المادية (المجانية مقابل المدفوعة) و العوائق التقنية (الإنترنت) هي أساس العوائق و الصعوبات التي تواجه طلاب الاعلام عند توظيفهم لتطبيق كانفا في صناعة المحتوى الإعلامي ، بينما جاءت الصعوبات المتعلقة بجودة الصور والخطوط في مراتب متأخرة.

جدول رقم (10) يوضح المقترحات المناسبة لتطوير توظيف تطبيق كانفا في قسم الإعلام

المقترحات	الترتيب	النسبة	العدد	المرتبة
توفير حسابات مدفوعة للطلبة داخل القسم	8	8.9%	4.30	1.618
دمج التطبيق في مشاريع التخرج و التكاليفات التطبيقية	11	12.2%		
تشجيع العمل الجماعي عبر المنصة	6	6.7%		
توفير دليل ارشادي لاستخدام التطبيق	6	6.7%		
تنظيم ورش عمل و دورات تدريبية متخصصة في تصميم المحتوى الإعلامي	39	43.3%		
تشجيع أعضاء هيئة التدريس على توظيف التطبيق في الأنشطة و التكاليفات الدراسية	20	22.2%		
المجموع	90	100%		

تظهر النتائج في الجدول السابق توجه أراء عينة البحث نحو الجانب التدريبي والتمكين الأكاديمي كحلول لتطوير توظيف تطبيق كانفا في قسم الإعلام بجامعة سرت. حيث تحصلت عبارة تنظيم ورش عمل و دورات تدريبية متخصصة في تصميم المحتوى الإعلامي على المرتبة الأولى بنسبة بلغت (43.3%)، يليها في المرتبة الثانية عبارة تشجيع أعضاء هيئة التدريس على توظيف التطبيق في الأنشطة و التكاليفات الدراسية بنسبة (22.2%) وفي المرتبة الثالثة جاءت عبارة دمج التطبيق في مشاريع التخرج و التكاليفات التطبيقية بنسبة بلغت (12.2%). وتحصلت على المرتبة الأخيرة عبارتي تشجيع العمل الجماعي عبر المنصة وتوفير دليل ارشادي لاستخدام التطبيق

بنسبة (6.7%) لكل منهما، ما يدل على أنهم يمكن أن يكتفون بالتدريب المباشر عن قراءة الأدلة الورقية، وقد يميلون للفردية في التصميم أكثر من التشارك.

أولاً: النتائج العامة للبحث

1. أظهرت النتائج أن أغلبية طلاب الإعلام لديهم معرفة من "متوسطة إلى عالية" بتطبيق canva بنسبة إجمالية بلغت (85.6%)، مع انخفاض ملحوظ في فئة من لا يعرفون التطبيق حيث بلغت نسبتهم (4.4%).
2. بينت النتائج أن تطبيق كانفا يعتبر "أداة مساعدة" في العمل الإعلامي لعينة الدراسة، حيث بلغت نسبة توظيف التطبيق "غالباً وأحياناً" (73.3%)، بينما يعتمد عليه (12.2%) بشكل مستمر.
3. أظهرت النتائج أن تطبيق كانفا يتم استخدامه أحياناً عند الحاجة فقط وليس بشكل دائم، في مجالات إعداد التكاليفات الدراسية وتصميم المواد البصرية المرتبطة بالمقررات الدراسية.
4. أظهرت النتائج إجماع كبير جداً على أن التطبيق يساهم في الابتكار و تحسين الشكل الجمالي للمحتوى الإعلامي و رفع جودته البصرية.
5. بينت النتائج أن الإنتاج الإعلامي لطلاب الاعلام كان الفيديوهات القصيرة بنسبة (26.4%) والعروض التقديمية بنسبة (21.3%).
6. أوضحت النتائج أن التطبيق يساهم بشكل فعال في التمكين المهني، وقام بكسر حاجز الخوف وتعزيز الثقة لإنتاج أعمال قابلة للنشر.
7. أظهرت النتائج أن الصعوبات التي تواجه الطلاب انحصرت في الجوانب المادية والتقنية من محدودية العناصر المجانية و ضعف الاتصال بالإنترنت.
8. أكدت النتائج وجود رغبة لدى الطلاب في دمج التطبيق رسمياً في مشاريع التخرج والتكاليفات التطبيقية، كما أنهم يفضلون التدريب المباشر والتفاعلي على الأدلة الورقية أو العمل الجماعي الافتراضي.

ثانيا: التوصيات

1. تنظيم ورش عمل للطلاب في مهارات التصميم المتقدمة.
2. توفير اشتراكات للطلاب وأعضاء هيئة التدريس، لتجاوز عقبة "محدودية العناصر المجانية" التي ظهرت كأبرز عائق في الدراسة.
3. توفير شبكات اتصال جيدة داخل الجامعة لتمكين الطلاب من استخدام التطبيق أثناء ساعات الدراسة.

قائمة المصادر و المراجع :

- الخضري ابراهيم. (2012). *اسس البحث التربوي* (المجلد 1). الرياض ، السعودية: دار الزهراء .
- مكايي حسن ، السيد ليلي حسين. (2011). *الاتصال ونظريات المعاصرة* (المجلد 1). مصر ، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية .
- ذوقان عبيدات واخرون. (2010). *البحث العلمي : مفهوم و أدواته و اساليبيه* (المجلد 1). عمان ، الاردن: دار الفكر.
- الفالح راكان غازي. (2024). *تأثير أدوات الذكاء الاصطناعي في منصة Canva على تصميم الهوية البصرية* . مجلة ابن خلدون للدراسات و الابحاث .
- المشهداني سعد سليمان . (2017). *مناهج البحث الإعلامي* (المجلد 1). الامارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي،.
- محمود علم الدين. (2014). *مقدمة في الإعلام والاتصال الجماهيري* (المجلد ط 1). القاهرة ، مصر: دار السحاب.
- عبد الحميد محمد. (2000). *منهج البحث في العلوم الاجتماعية و الإعلام* (المجلد 1). القاهرة ، مصر: عالم الكتاب.
- عبد الحميد محمد. (2015). *البحث العلمي في الدراسات الإعلامية* (المجلد 1). مصر ، جامعة حلوان: عالم الكتب.

- عبد الحميد محمد. (2021). نظريات الاعلام و اتجاهات التأثير. مصر ، القاهرة: علم الكتاب للنشر و التوزيع .

- عشري اسماء. (2025). استخدام مواقع الذكاء الاصطناعي في تصميم إعلانات الشركات : دراسة تحليلية لمنصة canva نموذجاً . المجلة المصرية لبحوث الإعلام (المجلد 90) ، الصفحات 293-245.

- محمد أمل السعيد. (2025). توظيف طلاب الإعلام التربوي لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المشروعات الإعلامية و علاقتها بتنمية مهارات الانتاج الإذاعي و التلفزيوني لديهم دراسة على النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا. المجلد (3) العدد (5) ، الصفحات 2436-2562.

- الفالح ، ركان غازي عبدالله. (2025). تأثير أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي في منصة canva على تشكيل الهوية البصرية : دراسة تحليلية . مجلة ابن خلدون للدراسات و الابحاث ، المجلد 5 ، العدد 12 ، الصفحات 269-296.

- علي ، مبارك محمد. (2024). واقع توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في انتاج المحتوى الإعلامي بالمؤسسات الاعلامية اليمنية . مجلة كلية الفنون و اعلام ، جامعة مصراته ، ليبيا ، العدد (17) ، الصفحات 253-280.

- مخلوف محمود .(2024) . انعكاسات توظيف الذكاء الاصطناعي على العمل المهني في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية بنظر القائمين بالاتصال . مجلة النجاح للابحاث المجلد (38) ، الصفحات 1094-1120.

- عطية ياسين عدنان ، نوران فوائد ، غرب نوف وليد. (2024). اثر استخدام برنامج كانفا على تنمية مهارات تصميم الانوجرافيك لدى طالبات الصف الاول متوسط بجدة . مجلة جامعة الملك عبد العزيز العدد (5) ، الصفحات 71-88.

- شنتاوي ، يسرى محمد ، براء كمال ، الموضي ،اية حسن. (2024). انعكاسات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإعلامي من وجهة نظر خبراء الإعلام الاردنيين . المجلة العلمية لبحوث المرأة و الإعلام و المجتمع ، الاردن ، المجلد (1) العدد (2) ، الصفحات 312-337 .

N.,Nugroho,H &.,Saputra,D. Devyanti .(2024) .Creatng Instagram feeds as arts and culture weeks promotional media with Canva application and EPLC method . *International Journal Software Engineering and Computer Science*, 4, 248-240 الصفحات (2) ،

- محكمي استمارة الاستبيان :

- أ.د / مفتاح محمد اجمعية ، أستاذ ، قسم الصحافة ، كلية الاعلام ، جامعة مصراته ، ليبيا.
- أ.د / حسن عبدالله يحيى دجره، أستاذ ، قسم الإذاعة ، كلية الاعلام ، جامعة الحديدية ، اليمن .
- د / احمد الياس الحضري ، أستاذ ، قسم العلاقات العامة ، كلية الاعلام ، جامعة مصراته ، ليبيا.
- د / عبدالله محمد عبدالله أطبيقة ، أستاذ مشارك ، قسم الاعلام ، كلية الآداب ، جامعة سرت ، ليبيا