

خطة بحثية مقدمة لدرجة البكالوريوس في الإعلام الرقمي
أنماط استخدام الذكاء الاصطناعي في
التصميم البصري للمحتوى الرقمي بالسعودية
دراسة ميدانية على عينة من المصممين الرقميين
في المملكة العربية السعودية

إعداد الطالبة: أمهار تيمور ياسين احمد

الرقم الاكاديمي : 222000678

إشراف: د. توفيق عمري

العام الجامعي : 2026

Midocean University

College of Media and Marketing

Bachelor of Digital Media



Research Proposal Submitted for the Bachelor's Degree in
Digital Media

Patterns of Using Artificial Intelligence in Visual Design for Digital Content

A Field Study on a Sample of Digital Designers

Prepared by: Amhar Taimour Yassin Ahmed

Academic Number: 222000678

Supervised by: Dr. Tawfiq Omari

Academic Year: 2026

الشكر والعرفان

الحمد لله الذي وفقني لإتمام هذا البحث، وأعانني على إنجازه بعد جهد وعمل متواصل.
أتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى الدكتور **توفيق عمري** على إشرافه الكريم وتوجيهاته القيمة التي كان لها الأثر الكبير في إنجاز هذا البحث.
كما أتقدم بالشكر إلى جميع أساتذتي في كلية الإعلام والتسويق بجامعة ميدأوشن، لما قدموه من علم ومعرفة خلال سنوات الدراسة.
ولا أنسى أن أتوجه بالشكر لكل من ساهم في هذا البحث من أفراد عينة الدراسة، وكل من قدم لي الدعم والمساندة خلال هذه الرحلة العلمية.

الإهداء

أهدي هذا العمل إلى والديّ، الذين كانوا الداعم الأول لي في مسيرتي التعليمية،
وإلى كل من وقف بجانبني وساعدني بكلمة أو دعاء.
كما أهديه إلى نفسي، على صبري واجتهادي للوصول إلى هذه المرحلة،
وإلى كل من يسعى لتطوير نفسه في مجال الإعلام الرقمي والتصميم.

ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل أنماط استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في التصميم البصري للمحتوى الرقمي لدى المصممين الرقميين في المملكة العربية السعودية، في ظل التحولات المتسارعة التي يشهدها مجال الإعلام الرقمي نتيجة التطور التقني، خاصة في تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام أداة الاستبيان الإلكتروني، حيث طُبِّقَت على عينة مكونة من (21) مصممًا ومصممة رقمية، بهدف التعرف على مستوى استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي، وأنماط توظيفها في مراحل التصميم المختلفة، إضافة إلى تحليل أثرها على جودة المخرجات البصرية وكفاءة العملية الإبداعية.

وأظهرت النتائج أن استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي مرتفع نسبيًا بين أفراد العينة، مع تنوع أنماط الاستخدام بين الاستخدام المستمر والجزئي، مما يعكس انتشار هذه التقنيات في البيئة التصميمية الحديثة. كما تبين أن استخدام هذه الأدوات يتركز بشكل أكبر في مراحل توليد الأفكار والبحث البصري، وهو ما يشير إلى دورها كأداة داعمة للعملية الإبداعية، وليس بديلاً عن المصمم.

كما كشفت الدراسة عن وجود تحديات مرتبطة باستخدام هذه الأدوات، من أبرزها تشابه المخرجات وضعف الدقة في بعض الحالات.

وتخلص الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي يمثل أداة فعالة تسهم في تحسين جودة التصميم وتسريع العملية الإبداعية، مع بقاء الدور الإبداعي للمصمم عنصرًا أساسيًا في توجيه هذه التقنيات وتوظيفها بشكل احترافي.

الكلمات المفتاحية:

الذكاء الاصطناعي، الذكاء الاصطناعي التوليدي، التصميم البصري، المحتوى الرقمي، المصممون الرقميون، جودة التصميم، العملية الإبداعية

Abstract:

This study aims to analyze patterns of artificial intelligence (AI) usage in visual design for digital content among digital designers in Saudi Arabia, in light of the rapid technological transformations driven by generative AI .

The study adopts a descriptive–analytical approach using an electronic questionnaire applied to a sample of 21 digital designers. It seeks to examine the level of AI usage, identify usage patterns across different design stages, and analyze its impact on visual output quality and the creative process .

The findings indicate a relatively high level of AI adoption, with diverse usage patterns ranging from frequent to partial use, reflecting the growing integration of these tools in contemporary design environments. Results also show that AI is primarily used in idea generation and visual research, highlighting its role as a supportive tool rather than a replacement for designers .

The study also identifies key challenges, including output similarity and occasional accuracy limitations.

Overall, the study concludes that artificial intelligence enhances design quality and accelerates the creative workflow, while the designer’s role remains essential in directing and refining AI-generated outputs.

Keywords:

Artificial Intelligence, Generative AI, Visual Design, Digital Content, Digital Designers, Design Quality, Creative Process

محتويات الفهرس

3	الشكر والعرفان
4	الإهداء
10	مقدمة
11	الإطار المنهجي
12	1 موضوع الدراسة وإشكالياتها
12	1.1 الإشكالية
13	1.2 فرضيات الدراسة
13	1.3 أسباب اختيار الموضوع
13	1.4 أهمية الدراسة
14	1.5 أهداف الدراسة
14	1.6 تحديد المفاهيم والمصطلحات
15	1.7 الدراسات السابقة
21	1.8 المقاربة النظرية
22	2 الإجراءات المنهجية
23	2.1 منهج الدراسة
23	2.2 نوع الدراسة
24	2.3 أداة جمع البيانات
26	2.4 مجتمع البحث
27	2.5 مجالات الدراسة
30	الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة
30	2.1 نظرية تقبل التكنولوجيا (Technology Acceptance Model – TAM)
30	2.2 نظرية انتشار الابتكار (Diffusion of Innovations)
30	2.3 الحتمية التكنولوجية (Technological Determinism)
31	المبحث الأول: الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي
31	2.1.1 مفهوم الذكاء الاصطناعي وتطوره

31	2.1.2 الذكاء الاصطناعي في بيئة الإعلام الرقمي
32	2.1.3 الذكاء الاصطناعي التوليدي ودوره في المحتوى البصري
32	المبحث الثاني: الذكاء الاصطناعي في التصميم البصري
32	2.2.1 مفهوم التصميم البصري في البيئة الرقمية
32	2.2.2 أدوات الذكاء الاصطناعي في التصميم البصري
32	2.2.3 تأثير الذكاء الاصطناعي على العملية الإبداعية
33	المبحث الثالث: المحتوى الرقمي والتصميم البصري
33	2.3.1 مفهوم المحتوى الرقمي
33	2.3.2 العلاقة بين التصميم البصري والتأثير على الجمهور
33	2.3.3 جودة المخرجات البصرية في ظل الذكاء الاصطناعي
33	3.4 التحديات الأخلاقية والمهنية
34	الإطار التطبيقي
35	تمهيد
36	المحور الأول: البيانات العامة والمهنية لعينة الدراسة
42	المحور الثاني : مستوى استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي
44	المحور الثالث : أنماط الاستخدام والأدوات المستخدمة
47	المحور الرابع : أثر استخدام الذكاء الاصطناعي على جودة المخرجات البصرية و العملية الإبداعية
53	1. النتائج العامة في ضوء فرضيات الدراسة
54	2. مناقشة فرضيات الدراسة
55	3. النتائج العامة للدراسة
56	خاتمة
57	خاتمة
58	توصيات الدراسة
59	آفاق الدراسة
60	المراجع
61	المراجع العربية:
62	المراجع الأجنبية :

63	 الملحق
64	 الملحق (A): استمارة الاستبيان
65	 استخدام أدوات النكاء الاصطناعي
65	 مجالات الاستخدام
66	 التأثير والتحديات
66	 الملحق (B): نموذج من نتائج الاستبيان

مقدمة

شهد مجال الإعلام الرقمي خلال السنوات الأخيرة تحولات نوعية متسارعة نتيجة التطور الكبير في تقنيات الذكاء الاصطناعي، والتي لم تعد تقتصر على المهام التقنية أو التحليلية، بل امتدت لتشمل مجالات الإبداع وإنتاج المحتوى البصري. وقد أسهم ظهور تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي، مثل نماذج الشبكات العصبية العميقة ونماذج الانتشار، في إحداث نقلة نوعية في طبيعة التصميم البصري، حيث أصبحت هذه التقنيات قادرة على إنتاج عناصر بصرية معقدة تحاكي الإبداع البشري بدرجة عالية من الدقة.

وفي سياق التصميم البصري للمحتوى الرقمي، برزت أدوات الذكاء الاصطناعي كعناصر فاعلة في دعم العملية التصميمية، سواء في توليد الأفكار، أو تحسين جودة الصور، أو اقتراح التكوينات البصرية، مما أدى إلى إعادة تشكيل دور المصمم الرقمي من منفذ للعمل إلى موجه ومتحكم في مخرجات الأنظمة الذكية.

ورغم هذا التطور المتسارع، لا يزال استخدام هذه الأدوات يختلف من مصمم لآخر، سواء من حيث مستوى الاعتماد عليها أو طريقة توظيفها داخل مراحل التصميم المختلفة، كما يثار تساؤل جوهري حول تأثيرها الحقيقي على جودة المخرجات البصرية وعلى طبيعة العملية الإبداعية ذاتها.

وفي ظل محدودية الدراسات العربية التي تناولت هذا الموضوع من منظور ميداني، خاصة في البيئة السعودية، تبرز الحاجة إلى دراسة علمية تسعى إلى تحليل أنماط استخدام الذكاء الاصطناعي في التصميم البصري للمحتوى الرقمي، والكشف عن تأثيره على جودة التصميم وكفاءة العملية الإبداعية لدى المصممين الرقميين.

الإطار المنهجي

الإطار المنهجي للدراسة

1 موضوع الدراسة وإشكالياتها

1.1 الإشكالية

يشهد مجال الإعلام الرقمي تحولات متسارعة نتيجة التطور الكبير في تقنيات الذكاء الاصطناعي، خاصة الذكاء الاصطناعي التوليدي، الذي أصبح قادرًا على إنتاج تصاميم بصرية معقدة بجودة عالية وفي وقت قياسي. وقد أدى هذا التحول إلى إعادة تشكيل طبيعة العمل في مجال التصميم البصري للمحتوى الرقمي، حيث لم يعد المصمم يعتمد فقط على مهاراته الإبداعية التقليدية، بل أصبح يعمل ضمن بيئة رقمية تجمع بين الإبداع البشري والتقنيات الذكية. وفي هذا السياق، تتناول هذه الدراسة أنماط استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في التصميم البصري للمحتوى الرقمي، من خلال الكشف عن مستوى استخدام المصممين الرقميين لهذه الأدوات، وطبيعة توظيفها في مراحل التصميم المختلفة، إضافة إلى التعرف على أثرها في جودة المخرجات البصرية والعملية الإبداعية. ورغم الانتشار الواسع لهذه الأدوات، إلا أن طبيعة استخدامها لا تزال غير واضحة بشكل كافٍ، خاصة في البيئة السعودية، حيث يختلف توظيفها من مصمم لآخر حسب مستوى الخبرة وطريقة الاستخدام، كما يثار تساؤل حول مدى تأثيرها على جودة التصميم ودور المصمم الإبداعي. ومن هنا تبرز إشكالية الدراسة في محاولة تحليل أنماط استخدام الذكاء الاصطناعي في التصميم البصري للمحتوى الرقمي، والكشف عن أثره على جودة المخرجات والعملية الإبداعية لدى المصممين الرقميين.

التساؤل الرئيسي للدراسة

ينطلق البحث من التساؤل الرئيس الآتي:

ما أنماط استخدام المصممين الرقميين لأدوات الذكاء الاصطناعي في التصميم البصري للمحتوى الرقمي، وما أثر ذلك على جودة المخرجات البصرية والعملية الإبداعية؟

التساؤلات الفرعية

ينبثق عن التساؤل الرئيس للدراسة مجموعة من التساؤلات الفرعية، وهي:

1. ما مستوى استخدام المصممين الرقميين لأدوات الذكاء الاصطناعي في مراحل التصميم

المختلفة؟

2. ما أبرز أدوات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في التصميم البصري للمحتوى

الرقمي؟

3. ما أثر استخدام الذكاء الاصطناعي على جودة المخرجات البصرية من وجهة نظر المصممين الرقميين؟

1.2 فرضيات الدراسة

استناداً إلى مشكلة الدراسة وتساؤلاتها، يمكن صياغة الفرضيات الآتية:

1. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي وجودة التصميم البصري للمحتوى الرقمي.
2. يسهم استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في تحسين كفاءة العملية الإبداعية لدى المصممين الرقميين من حيث تقليل الوقت وزيادة الإنتاجية.
3. يختلف مستوى استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في التصميم البصري باختلاف خبرة المصمم الرقمي في مجال التصميم.

1.3 أسباب اختيار الموضوع

يرجع اختيار هذا الموضوع إلى عدة أسباب علمية ومهنية، أبرزها:

1. حداثة موضوع الذكاء الاصطناعي التوليدي في مجال التصميم البصري.
2. الانتشار الواسع لأدوات التصميم المدعومة بالذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية والشركات الرقمية.
3. محدودية الدراسات العربية التي تتناول الاستخدام الميداني لهذه الأدوات.
4. الحاجة إلى فهم علمي منهجي للتحويلات المهنية التي يشهدها المصممون الرقميون.

1.4 أهمية الدراسة

تتبع أهمية هذه الدراسة من أهمية الموضوع الذي تتناوله، والمتمثل في دراسة أنماط استخدام الذكاء الاصطناعي في التصميم البصري للمحتوى الرقمي لدى المصممين الرقميين، في ظل التطور السريع الذي تشهده تقنيات الذكاء الاصطناعي وانتشارها في مجالات الإعلام الرقمي وصناعة المحتوى. وتتجلى أهمية هذه الدراسة في عدة جوانب، من أبرزها:

1. تسهم هذه الدراسة في إثراء الأدبيات العلمية في مجال الإعلام الرقمي والتصميم البصري، من خلال تسليط الضوء على دور الذكاء الاصطناعي في تطوير عملية التصميم وإنتاج المحتوى الرقمي.

2. تساعد نتائج هذه الدراسة المصممين الرقميين والمؤسسات الإعلامية على فهم كيفية الاستفادة من أدوات الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة التصميم وتسريع عملية الإنتاج.
3. توضح هذه الدراسة أثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي على طبيعة عمل المصممين الرقميين، ودورها في تطوير مهاراتهم الإبداعية في بيئة العمل الرقمية.
4. تفتح هذه الدراسة المجال أمام إجراء دراسات مستقبلية تتناول تأثير الذكاء الاصطناعي في مجالات أخرى من مجالات الإعلام الرقمي وصناعة المحتوى.

1.5 أهداف الدراسة

- تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف العلمية المرتبطة بموضوع البحث، ومن أبرزها:
1. التعرف على أنماط استخدام الذكاء الاصطناعي في التصميم البصري للمحتوى الرقمي لدى المصممين الرقميين.
 2. تحديد مستوى استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في مراحل التصميم المختلفة.
 3. التعرف على أبرز أدوات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في مجال التصميم البصري.
 4. تحليل أثر استخدام الذكاء الاصطناعي على جودة المخرجات البصرية في التصميم الرقمي.
 5. الكشف عن دور الذكاء الاصطناعي في تطوير العملية الإبداعية لدى المصممين الرقميين.

1.6 تحديد المفاهيم والمصطلحات

الذكاء الاصطناعي:

لغةً : الذكاء هو الفهم وسرعة الإدراك والقدرة على التحليل واتخاذ القرار .
اصطلاحًا : يشير إلى الأنظمة الحاسوبية القادرة على محاكاة عمليات التفكير والتعلم واتخاذ القرار، من خلال معالجة البيانات باستخدام خوارزميات متقدمة (Russell & Norvig, 2021).

إجراءيًا في هذه الدراسة: يقصد به توظيف التقنيات الذكية داخل عملية تصميم المحتوى البصري لدعم بناء الرسالة الإعلامية وتحسين جودة المحتوى الرقمي.

الذكاء الاصطناعي التوليدي :

لغةً: التوليد يعني الإيجاد أو الإبداع أو إنتاج شيء جديد.

اصطلاحًا: يشير إلى تقنيات تعتمد على نماذج تعلم عميق قادرة على إنتاج محتوى جديد، بما في ذلك الصور والتصاميم البصرية، استنادًا إلى بيانات تدريب واسعة (Rombach et al., 2022)

إجرائيًا في هذه الدراسة: يقصد به استخدام التقنيات القادرة على توليد عناصر بصرية جديدة تسهم في دعم إنتاج الرسالة الإعلامية عبر المحتوى الرقمي.

التصميم البصري :

لغةً: التصميم هو وضع تصور منظم لشيء ما.
اصطلاحًا: هو عملية تخطيط وتنظيم العناصر البصرية مثل الصور والألوان والخطوط بهدف إيصال رسالة اتصالية فعالة وجذابة.
إجرائيًا في هذه الدراسة: يقصد به إنتاج المحتوى المرئي الذي يسهم في نقل الرسالة الإعلامية عبر المنصات الرقمية.(Dondis, 2017)

المحتوى الرقمي :

لغةً: المحتوى هو ما يتضمنه الشيء من مضمون أو معلومات.
اصطلاحًا: هو المواد الإعلامية التي يتم إنتاجها وتوزيعها عبر المنصات الرقمية باستخدام الوسائط المختلفة.
إجرائيًا في هذه الدراسة: يقصد به الرسائل الإعلامية المقدمة من خلال عناصر بصرية مصممة للنشر في البيئة الرقمية (Pavlik, 2021)

المصممين الرقميين :

لغةً: المصمم هو الشخص الذي يضع تصورًا أو شكلًا معينًا لشيء ما.
اصطلاحًا: هم المتخصصون في إنتاج وتصميم المحتوى البصري باستخدام أدوات وتقنيات رقمية.
إجرائيًا في هذه الدراسة: يقصد بهم الأفراد الذين يسهمون في بناء الرسالة الإعلامية من خلال التصميم البصري داخل بيئة الإعلام الرقمي.

1.7 الدراسات السابقة

حظي موضوع استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجالات الإبداعية والإعلامية باهتمام متزايد في الأدبيات الحديثة، خاصة مع التطور الكبير في أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي، وما أحدثته من تحولات في إنتاج المحتوى الرقمي والتصميم البصري. وفيما يلي عرض لأبرز الدراسات المرتبطة بموضوع البحث، مرتبة من حيث البعد التقني إلى البعد التطبيقي والإبداعي.

الدراسة الأولى : ¹

هدفت دراسة (Goodfellow, Bengio, & Courville, 2016)

بعنوان *Deep Learning* إلى تطوير نماذج التعلم العميق باعتبارها أحد أهم تقنيات الذكاء الاصطناعي الحديثة. واعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي من خلال بناء نماذج شبكات عصبية قادرة على التعلم من البيانات الضخمة، دون الاعتماد على عينة بشرية محددة. وتوصلت النتائج إلى أن التعلم العميق يمثل الأساس التقني لتطبيقات الذكاء الاصطناعي، خاصة في مجالات تحليل الصور وإنتاج المحتوى البصري المعقد.

أوجه الاستفادة: تسهم هذه الدراسة في توضيح الأساس التقني الذي تعتمد عليه أدوات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في التصميم البصري.

الدراسة الثانية :

هدفت دراسة (Elgammal et al., 2017)

بعنوان *Creative Adversarial Networks* إلى تحليل قدرة الذكاء الاصطناعي على إنتاج أعمال فنية وتصاميم إبداعية باستخدام الشبكات التوليدية. واعتمدت على المنهج التجريبي، من خلال تطوير نموذج يحاكي الإبداع الفني دون عينة بشرية. وأظهرت النتائج أن الأنظمة الذكية قادرة على إنتاج مخرجات إبداعية تتجاوز الأنماط التقليدية من خلال التعلم والانحراف عن القواعد الفنية. أوجه الاستفادة: توضح العلاقة بين الذكاء الاصطناعي والإبداع في التصميم البصري.

¹ Goodfellow, I., Bengio, Y., & Courville, A. (2016). Deep learning. MIT Press.

Elgammal, A., Liu, B., Elhoseiny, M., & Mazzone, M. (2017). Creative adversarial networks. Proceedings of the International Conference on Computational Creativity.

الدراسة الثالثة :²

هدفت دراسة (Rombach et al., 2022)

بعنوان *High-Resolution Image Synthesis with Latent Diffusion Models* إلى تطوير نماذج لتوليد الصور عالية الجودة باستخدام تقنيات الانتشار. واعتمدت على المنهج التجريبي. وأظهرت النتائج قدرة هذه النماذج على إنتاج صور دقيقة ومعقدة اعتمادًا على أوامر نصية. أوجه الاستفادة: توضح التطور التقني المتقدم في أدوات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في التصميم.

الدراسة الرابعة :

هدفت دراسة (Kaplan & Haenlein, 2019)

بعنوان *Siri, Siri in My Hand* إلى تحليل تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي وصناعة المحتوى. واعتمدت على المنهج التحليلي. وأظهرت النتائج أن الذكاء الاصطناعي أصبح أداة رئيسية في إنتاج المحتوى وتحسين كفاءته. أوجه الاستفادة: تدعم فهم دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الرقمي.

الدراسة الخامسة :

هدفت دراسة (Pavlik, 2021)

بعنوان *Artificial Intelligence and Journalism* إلى تحليل تأثير الذكاء الاصطناعي في الإعلام والصحافة الرقمية، واعتمدت على المنهج التحليلي. وأظهرت النتائج أن الذكاء الاصطناعي يساهم في تحسين إنتاج المحتوى وتخصيصه. أوجه الاستفادة: تعزز الربط بين الذكاء الاصطناعي والإعلام الرقمي.

² Rombach, R., Blattmann, A., Lorenz, D., Esser, P., & Ommer, B. (2022). High-resolution image synthesis with latent diffusion models. Proceedings of the IEEE/CVF Conference on Computer Vision and Pattern Recognition.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2019). Siri, Siri, in my hand: Who's the fairest in the land? Business Horizons, 62(1), 15–25.

Pavlik, J. V. (2021). Artificial intelligence and journalism. Digital Journalism, 9(1), 1–6.

الدراسة السادسة :³

هدفت دراسة (Dwivedi et al., 2023)

بعنوان *Artificial Intelligence: Multidisciplinary Perspectives* إلى تقديم رؤية شاملة حول تأثير الذكاء الاصطناعي في مختلف القطاعات. واعتمدت على المراجعة التحليلية للأدبيات. وأظهرت النتائج أن الذكاء الاصطناعي يساهم في تحسين الإنتاجية وتطوير الأداء الإبداعي. أوجه الاستفادة: تدعم الإطار النظري للدراسة.

الدراسة السابعة :

هدف تقرير (McKinsey & Company, 2023)

بعنوان *The Economic Potential of Generative AI* إلى تحليل الأثر الاقتصادي للذكاء الاصطناعي التوليدي. وأظهر أن هذه التقنيات ترفع الإنتاجية وتقلل الوقت في المجالات الإبداعية. أوجه الاستفادة: يوضح البعد التطبيقي لاستخدام الذكاء الاصطناعي.

الدراسة الثامنة :

هدفت دراسة (Manovich, 2020)

بعنوان *Cultural Analytics* إلى تحليل تأثير الأدوات الرقمية على الثقافة البصرية، واعتمدت على المنهج التحليلي. وأظهرت أن التقنيات الرقمية أصبحت جزءًا أساسيًا من العملية الإبداعية. أوجه الاستفادة: تدعم فهم التحول الرقمي في التصميم البصري.

³ Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Ismagilova, E., et al. (2023). Artificial intelligence (AI): Multidisciplinary perspectives. International Journal of Information Management, 57, 101994.
McKinsey & Company. (2023). The economic potential of generative AI: The next productivity frontier. McKinsey Global Institute.
Manovich, L. (2020). Cultural analytics. MIT Press.

الدراسة التاسعة :⁴

هدفت دراسة (Boden, 2016)

بعنوان *AI: Its Nature and Future* إلى تحليل العلاقة بين الذكاء الاصطناعي والإبداع الفني، واعتمدت على المنهج النظري. وأظهرت أن الذكاء الاصطناعي أداة داعمة للإبداع وليس بديلاً عنه. أوجه الاستفادة: تساعد في تفسير العلاقة التكاملية بين الإنسان والتقنية.

الدراسة العاشرة :

هدفت دراسة (عبدالرحمن، 2022)

إلى تحليل دور الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي، واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي بعينة من العاملين في المجال الإعلامي. وأظهرت النتائج أن الذكاء الاصطناعي يساهم في تحسين جودة المحتوى.

أوجه الاستفادة: تمثل مرجعاً عربياً يدعم السياق المحلي للدراسة

الدراسة الحادية عشرة :

هدفت دراسة (عبدالرزاق، 2018) إلى تحليل تطور الإعلام الرقمي، واعتمدت على المنهج التحليلي. وأظهرت النتائج أن التكنولوجيا الحديثة غيرت طبيعة إنتاج المحتوى. أوجه الاستفادة: تدعم فهم التحول الرقمي.

⁴ Boden, M. A. (2016). *AI: Its nature and future*. Oxford University Press.

عبدالرحمن، محمد. (2022). دور الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي. مجلة الدراسات الإعلامية. عبدالرزاق، أحمد. (2018). الإعلام الرقمي وصناعة المحتوى. دار المسيرة للنشر والتوزيع.

الدراسة الثانية عشرة⁵:

هدفت دراسة (إيمان بنت عبدالعزيز، 2016) إلى تحليل أخلاقيات استخدام التكنولوجيا في الإعلام الرقمي، واعتمدت على المنهج الوصفي. وأظهرت أهمية الاستخدام المسؤول للتقنيات الحديثة. أوجه الاستفادة: تدعم الجانب الأخلاقي لاستخدام الذكاء الاصطناعي.

التحليل العام للدراسات السابقة

يتضح من خلال استعراض الدراسات السابقة أن معظم الأبحاث ركزت على الجوانب التقنية والتطبيقية للذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الرقمي، وكذلك على دوره في دعم العملية الإبداعية وتحسين الإنتاجية. كما تناولت بعض الدراسات العلاقة بين الذكاء الاصطناعي والإبداع، والتحديات المرتبطة باستخدامه في المجالات الفنية.

إلا أن هذه الدراسات لم تركز بشكل كافٍ على أنماط استخدام المصممين الرقميين لأدوات الذكاء الاصطناعي داخل العملية التصميمية نفسها، خاصة في السياق العربي والسعودي. كما أن معظم الدراسات تناولت الذكاء الاصطناعي من منظور تقني أو نظري، دون التركيز على الممارسة المهنية الفعلية داخل بيئة العمل التصميمي.

ومن هنا تأتي أهمية الدراسة الحالية، التي تسعى إلى سد هذه الفجوة من خلال تحليل أنماط الاستخدام الفعلية لأدوات الذكاء الاصطناعي لدى المصممين الرقميين، والكشف عن تأثيرها على جودة المخرجات البصرية والعملية الإبداعية في سياق ميداني واقعي

⁵ إيمان بنت عبدالعزيز. (2016). أخلاقيات النشر في الإعلام الرقمي. دار النشر الأكاديمي.

1.8 المقاربة النظرية⁶

تعتمد هذه الدراسة في إطارها النظري على نظرية القبول التكنولوجي (Technology Acceptance Model – TAM)، والتي تعد من أبرز النماذج النظرية المستخدمة في تفسير تبني الأفراد للتقنيات الحديثة واستخدامها في مجالات العمل المختلفة. وتشير هذه النظرية، التي قدمها الباحث Davis (1989)، إلى أن استخدام الأفراد للتكنولوجيا يعتمد بشكل رئيسي على عاملين أساسيين هما: الإدراك المتعلق بسهولة استخدام التقنية، والإدراك المتعلق بفائدتها في تحسين الأداء، حيث تزداد احتمالية تبني التكنولوجيا كلما أدرك المستخدم سهولة استخدامها وأثرها الإيجابي في إنجاز العمل. وفي سياق الإعلام الرقمي والتصميم البصري للمحتوى الرقمي، أصبحت أدوات الذكاء الاصطناعي تمثل إحدى التقنيات الحديثة التي يعتمد عليها المصممون الرقميون في دعم العملية الإبداعية وتحسين كفاءة العمل التصميمي، من خلال ما توفره من إمكانيات مثل توليد الصور، واقتراح الأنماط البصرية، وتحسين جودة التصميم، مما يسهم في تسريع عملية الإنتاج وتطوير جودة المخرجات البصرية. وانطلاقاً من هذه النظرية، يمكن تفسير استخدام المصممين الرقميين لأدوات الذكاء الاصطناعي في ضوء إدراكهم لفائدتها في تحسين جودة التصميم وتسهيل مراحل العمل المختلفة، إضافة إلى دورها في دعم الابتكار وتطوير العملية الإبداعية في إنتاج المحتوى الرقمي. وبذلك تساعد نظرية القبول التكنولوجي في تفسير أنماط استخدام الذكاء الاصطناعي في التصميم البصري للمحتوى الرقمي، من خلال تحليل العوامل التي تدفع المصممين الرقميين إلى استخدام هذه الأدوات، ومدى تأثيرها في جودة المخرجات البصرية وكفاءة العملية الإبداعية.

⁶ Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.

2 الإجراءات المنهجية

تتبنى هذه الدراسة مقاربة ميدانية كمية بهدف الحصول على بيانات قابلة للقياس حول أنماط استخدام الذكاء الاصطناعي في التصميم البصري للمحتوى الرقمي لدى المصممين الرقميين، وتحليل هذه البيانات إحصائياً لاختبار الفرضيات والإجابة عن تساؤلات الدراسة.

وتقوم الإجراءات المنهجية للدراسة على الربط بين:

- المتغير المستقل: استخدام الذكاء الاصطناعي (مستوى الاستخدام + الأنماط + مجالات التوظيف).

- المتغير التابع: جودة التصميم البصري المدركة وكفاءة العملية الإبداعية من وجهة نظر المصممين الرقميين

- متغيرات ضابطة/وسيطية: مثل سنوات الخبرة، طبيعة العمل (حر/شركة/مؤسسة)، نوع المنصة الرقمية، ونوع المحتوى المصمم.

وتسعى الدراسة إلى قياس الاستخدام بوصفه سلوكاً مهنيًا داخل عملية التصميم، عبر مؤشرات كمية مثل: عدد مرات الاستخدام، نوع الأدوات، مراحل التصميم التي يُوظف فيها الذكاء الاصطناعي، مستوى الاعتماد، والأهداف من الاستخدام. كما تتناول أثر ذلك على مخرجات التصميم من خلال مؤشرات مثل: تحسين الجودة البصرية، تقليل الوقت، زيادة الإنتاجية، دعم توليد الأفكار، وتطوير الاتساق البصري.

كما تُراعى في الإجراءات المنهجية اعتبارات أساسية لضمان الدقة، مثل:

- وضوح تعريفات المفاهيم والمتغيرات وتعريفها إجرائيًا داخل أداة القياس.
- بناء محاور الاستبانة وفق تساؤلات الدراسة وربط كل محور بمؤشر قابل للقياس.
- فحص الأداة من حيث الصدق والثبات قبل التطبيق النهائي (بشكل مبسط ومناسب لمشروع البكالوريوس).
- توحيد أسلوب القياس باستخدام مقياس تقدير (مثل ليكرت الخماسي) لتسهيل التحليل الإحصائي.

2.1 منهج الدراسة

تعتمد الدراسة على **المنهج الوصفي التحليلي** لكونه الأنسب لدراسة الظواهر المعاصرة في بيئتها الواقعية دون تدخل الباحث في تغييرها. ويقوم هذا المنهج على مرحلتين متكاملتين:

1. الوصف:

- ويعني تصوير الظاهرة كما هي عند أفراد العينة، عبر تحديد:
- حجم انتشار استخدام الذكاء الاصطناعي بين المصممين.
- أكثر الأدوات شيوعاً في العمل التصميمي.
- المجالات الأكثر استخداماً (توليد صور، تحسين صور، اقتراح ألوان، تصميم شعارات... إلخ).
- مراحل العملية التصميمية التي يظهر فيها الاستخدام (مرحلة الفكرة/النموذج الأولي/التنفيذ/المعالجة/النشر).

2. التحليل:

- ويعني تفسير النتائج واستخلاص العلاقات، مثل:
 - العلاقة بين مستوى الاستخدام وجودة التصميم.
 - الفروق بين المصممين حسب الخبرة أو طبيعة العمل.
 - تفسير أسباب تفضيل أدوات معينة أو أنماط استخدام محددة.
- وبذلك يتيح المنهج الوصفي التحليلي تقديم صورة كمية دقيقة عن أنماط الاستخدام، مع تفسير علمي منطقي للنتائج في ضوء المقاربة النظرية المعتمدة.

2.2 نوع الدراسة

- تُصنّف الدراسة ضمن **الدراسات الميدانية الكمية**، وذلك للأسباب التالية:
- لأنها تُجرى على **عينة فعلية من المصممين الرقميين** داخل السياق المهني الواقعي (عمل حر/شركات/مؤسسات).
 - ولأنها تعتمد على **القياس العددي** لمتغيرات محددة (مستوى الاستخدام، درجة الاعتماد، أثر الاستخدام).
 - ولأنها تهدف إلى اختبار فرضيات قابلة للتحقق عبر التحليل الإحصائي (مثل الارتباط والفروق).
- كما يمكن وصف الدراسة بأنها **دراسة وصفية ارتباطية/مقارنة (ضمنياً)** لأنها:
- تصف الظاهرة أولاً (أنماط الاستخدام).

- ثم تختبر العلاقات بين المتغيرات (استخدام الذكاء الاصطناعي ← جودة التصميم).
- وتبحث في الفروق بين مجموعات العينة وفق متغيرات خلفية (خبرة، طبيعة عمل، نوع منصة).

2.3 أداة جمع البيانات

تعتمد الدراسة على الاستبانة بوصفها الأداة الرئيسة لجمع البيانات، نظرًا لملاءمتها للدراسات الكمية التي تستهدف قياس الاتجاهات والأنماط السلوكية لدى عدد مناسب من المشاركين.

- (أ) بناء الاستبانة ومحاورها
- تُبنى الاستبانة بصورة مباشرة من تساؤلات الدراسة وفرضياتها، وتتكون (بصورة مقترحة قابلة للتنفيذ) من المحاور الآتية:

1. البيانات العامة والمهنية (ديموغرافية):

مثل: العمر (اختياري)، الجنس (اختياري حسب سياسة القسم)، المستوى التعليمي، سنوات الخبرة، مجال العمل (حر/شركة/مؤسسة)، نوع المحتوى المصمم، المنصات الرقمية الأكثر استخدامًا.

2. مستوى استخدام الذكاء الاصطناعي:

يُقاس: معدل الاستخدام، تكراره، درجة الاعتماد عليه، مدة الخبرة في استخدامه، ومصادر تعلمه.

3. أنماط الاستخدام في مراحل التصميم:

يُقاس: أين يُستخدم الذكاء الاصطناعي داخل سير العمل، مثل:

- توليد الأفكار (Ideation)
- بناء النموذج الأولي (Prototyping)
- إنتاج عناصر بصرية (Images/Assets)
- تحسين الجودة (Enhancement)
- التعديل السريع وإعادة التكوين (Iteration)

4. مجالات وأدوات الاستخدام:

يقيس: الأدوات الأكثر استخدامًا (توليد صور/تحسين صور/اقتراح ألوان/إزالة خلفيات/تصميم تلقائي... إلخ) دون إلزام بأسماء تجارية، ويمكن الاكتفاء بتصنيفات الأدوات لتجنب تقادم الأسماء.

5. الأثر المدرك على جودة التصميم وكفاءة العملية الإبداعية:

يقيس: أثر الذكاء الاصطناعي على

- جودة المخرجات البصرية
- سرعة الإنجاز
- الاتساق البصري
- دعم الابتكار
- تقليل الأخطاء

مع الانتباه إلى صياغة عبارات إيجابية وسلبية لضبط دقة الاستجابة (عند الحاجة).

6. التحديات والاعتبارات الأخلاقية والمهنية:

يقيس: أبرز الصعوبات مثل حقوق الملكية، تشابه التصميم، الاعتماد الزائد، فقدان الهوية الإبداعية، وصعوبة التحكم في المخرجات.

7. أسئلة مفتوحة قصيرة (اختيارية):

مثل: "أذكر مثالاً لاستخدام فعال للذكاء الاصطناعي في عملك التصميمي" لدعم الجانب التفسيري دون تحويل الدراسة إلى نوعية.

- (ب) أسلوب القياس

تعتمد الاستبانة على مقياس ليكرت الخماسي مثل:

(أوافق بشدة - أوافق - محايد - لا أوافق - لا أوافق بشدة)

وذلك لتسهيل استخراج المتوسطات والانحرافات المعيارية وبناء مؤشرات كمية واضحة.

- ج) صدق وثبات الأداة (بصياغة مناسبة للبيكالوريوس)
- الصدق الظاهري/صدق المحتوى: عرض الاستبانة على مختص أو مشرف أكاديمي للتأكد من ملاءمة العبارات للمحاور وتساؤلات الدراسة.
- الثبات: يمكن حسابه باستخدام معامل كرونباخ ألفا (إن توفر برنامج إحصائي)، أو الإشارة إلى تطبيق تجريبي مبدئي على عينة صغيرة للتأكد من وضوح البنود وتناسقها.

2.4 مجتمع البحث

يتمثل مجتمع البحث في المصممين الرقميين الذين يمارسون التصميم البصري للمحتوى الرقمي، ويشمل ذلك:

- مصممي الجرافيك للمحتوى الرقمي. (Social Media Designers)
- مصممي الهوية البصرية والبراندنج للمشروعات الرقمية.
- مصممي واجهات المستخدم وتجربة المستخدم (UI/UX) عند ارتباط عملهم بالمحتوى البصري الرقمي.
- المصممين العاملين في وكالات التسويق الرقمي أو المؤسسات الإعلامية أو العمل الحر.
- خصائص المجتمع المستهدف
- يراعى أن أفراد المجتمع لديهم:
- خبرة عملية فعلية في التصميم الرقمي.
- احتكاك مباشر بأدوات أو تطبيقات رقمية يمكن أن تتضمن الذكاء الاصطناعي (بمستويات متفاوتة).
- ارتباط بالمحتوى الرقمي المنشور على منصات (مثل إنستغرام، تيك توك، سناب شات، يوتيوب، منصات الشركات).
- العينة (صياغة جاهزة للإدراج عند الحاجة)

تم اختيار عينة قصدية مكونة من (21) مصممًا ومصممة رقمية، بحيث تمثل مستويات مختلفة من الخبرة وطبيعة العمل في مجال التصميم الرقمي، بما يتيح إمكانية المقارنة وتحليل الفروق بين أفراد العينة. ويُعد اختيار هذا النوع من العينات مناسبًا لطبيعة الدراسة، نظرًا لكونها تستهدف فئة محددة تمتلك خصائص مرتبطة بموضوع البحث. كما أن حجم العينة يتوافق مع الطابع الاستكشافي للدراسة، ويسهم في تقديم تحليل أولي يساعد على فهم أنماط استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في التصميم البصري للمحتوى الرقمي.

2.5 مجالات الدراسة

المجال البشري:

عينة من المصممين الرقميين الذين يمارسون التصميم البصري للمحتوى الرقمي ويستخدمون أدوات رقمية في عملهم، سواء كانوا عاملين في مؤسسات أو شركات أو مستقلين.

المجال المكاني:

بيئة الإعلام الرقمي، وتشمل منصات النشر الرقمي والعمل التصميمي المرتبط بإنتاج محتوى بصري موجه للجمهور عبر الإنترنت (منصات التواصل الاجتماعي، المواقع، التطبيقات، الحملات الرقمية). ويمكن تحديده بحسب نطاق الباحث (محلي/إقليمي) وفق العينة المتاحة.

المجال الزمني:

الفترة الزمنية المخصصة لتطبيق الاستبانة وجمع البيانات وتحليلها، وتشمل: مرحلة التجريب الأولي للأداة، ثم التطبيق النهائي، ثم إدخال البيانات وإجراء التحليل الإحصائي واستخلاص النتائج.

الإطار النظري

تمهيد

يشهد مجال الإعلام الرقمي في العصر الحديث تحولات جوهرية نتيجة التطور المتسارع في تقنيات الذكاء الاصطناعي، والتي لم تعد تقتصر على الأدوار التقنية أو التحليلية، بل امتدت لتشمل مجالات الإبداع وإنتاج المحتوى البصري. وقد أدى هذا التطور إلى إعادة تشكيل العلاقة بين الإنسان والتكنولوجيا، حيث أصبح المصمم الرقمي يعمل ضمن بيئة هجينة تجمع بين المهارة البشرية والقدرات الذكية للأنظمة الرقمية.

وفي هذا السياق، تبرز الحاجة إلى تأطير هذه التحولات ضمن أطر نظرية تفسر كيفية تبني المصممين لهذه التقنيات، وتوضح طبيعة تأثيرها على العملية الإبداعية وجودة المخرجات البصرية. ومن هذا المنطلق، يعتمد هذا البحث على مجموعة من النظريات التي تساهم في تحليل أنماط استخدام الذكاء الاصطناعي في التصميم البصري، وفهم العوامل المؤثرة في توظيفه داخل بيئة العمل الرقمية.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

في ضوء موضوع الدراسة وأهدافها، يستند هذا البحث إلى مجموعة من المقاربات النظرية التي تساعد في تفسير سلوك المصممين الرقميين تجاه استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وتحليل العوامل التي تؤثر في تبني هذه التقنيات، بالإضافة إلى فهم انعكاساتها على جودة التصميم والعملية الإبداعية.

2.1 نظرية تقبل التكنولوجيا (Technology Acceptance Model – TAM)

تُعد نظرية تقبل التكنولوجيا من النماذج التفسيرية الأساسية في دراسة سلوك المستخدمين تجاه التقنيات الحديثة، حيث تفترض أن تبني أي تقنية يعتمد على عاملين رئيسيين، هما: إدراك الفائدة، وإدراك سهولة الاستخدام (Davis, 1989).

وفي سياق هذه الدراسة، يمكن تفسير توجه المصممين الرقميين نحو استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي من خلال إدراكهم لقدرتها على تسريع عملية التصميم، وتحسين جودة المخرجات، وتقليل الجهد المبذول، مما يعزز من مستوى قبولهم لهذه التقنيات واعتمادهم عليها بشكل متزايد. كما تساعد هذه النظرية في تفسير الفروقات بين المصممين في مستوى الاستخدام، تبعاً لاختلاف خبراتهم ومدى إدراكهم لقيمة هذه الأدوات.

2.2 نظرية انتشار الابتكار (Diffusion of Innovations)

تفسر هذه النظرية كيفية انتشار التقنيات الجديدة داخل المجتمعات المهنية، حيث يتم تبني الابتكار بشكل تدريجي وفق مراحل تبدأ بالمعرفة، ثم الإقناع، فالتبني، وصولاً إلى الاستخدام الفعلي (Rogers, 2003).

ويمكن توظيف هذه النظرية في تفسير الانتشار المتزايد لاستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي بين المصممين الرقميين، حيث تشير نتائج الدراسة إلى أن هذه التقنيات لا تزال في مرحلة التوسع، مما يعكس انتقالها من مرحلة الاستخدام المحدود إلى مرحلة التبني الأوسع داخل البيئة المهنية. كما توضح النظرية دور التأثير الاجتماعي والبيئة المهنية في تعزيز استخدام هذه الأدوات.

2.3 الحتمية التكنولوجية (Technological Determinism)

تنطلق هذه المقاربة من أن التطور التكنولوجي يمثل عاملاً حاسماً في تشكيل أنماط العمل والسلوك الإنساني، حيث تؤدي التقنيات الجديدة إلى إعادة بناء الممارسات المهنية وتغيير طبيعة الأدوار الوظيفية (McLuhan, 1964).

وفي ضوء هذه الدراسة، يظهر تأثير الذكاء الاصطناعي في إعادة تشكيل دور المصمم الرقمي، بحيث لم

يعد يقتصر على تنفيذ التصميم، بل أصبح مسؤولاً عن توجيه الأدوات الذكية والتحكم في مخرجاتها، مما يعكس تحولاً من الدور التنفيذي إلى الدور الإشرافي الإبداعي. وبناءً على ما سبق، يشكل هذا الإطار النظري أساساً تحليلياً لفهم أنماط استخدام الذكاء الاصطناعي في التصميم البصري، وتفسير تأثيره على العملية الإبداعية وجودة المخرجات. وانطلاقاً من ذلك، سيتم في المباحث التالية استعراض الجوانب المعرفية المرتبطة بموضوع الدراسة، بما يدعم تفسير النتائج الميدانية

المبحث الأول: الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي

يُعد الذكاء الاصطناعي من أبرز المحركات الأساسية للتحول في بيئة الإعلام الرقمي، حيث أسهم في تطوير آليات إنتاج المحتوى وتحسين جودته، مما جعله عنصراً محورياً في فهم التحولات التي يشهدها التصميم البصري.

2.1.1 مفهوم الذكاء الاصطناعي وتطوره

يشير الذكاء الاصطناعي إلى مجموعة من الأنظمة التي تحاكي القدرات الذهنية البشرية، مثل التعلم والتحليل واتخاذ القرار (Russell & Norvig, 2021). وقد شهد هذا المجال تطوراً ملحوظاً مع ظهور تقنيات التعلم العميق، التي أسهمت في تعزيز قدرة الأنظمة على إنتاج محتوى بصري معقد، مما انعكس بشكل مباشر على مجالات الإعلام الرقمي. كما ساهم هذا التطور في انتقال الذكاء الاصطناعي من كونه أداة تقنية إلى عنصر فاعل في إنتاج المحتوى الإعلامي (عبدالرحمن، 2022).

2.1.2 الذكاء الاصطناعي في بيئة الإعلام الرقمي

أدى إدماج الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي إلى إحداث تحول نوعي في أساليب إنتاج المحتوى، حيث أصبح بالإمكان إنتاج محتوى أكثر سرعة ودقة، مع إمكانية تخصيصه وفقاً لاهتمامات الجمهور. وفي هذا السياق، لم يعد المصمم يعمل بشكل مستقل عن التقنية، بل أصبح جزءاً من منظومة رقمية تعتمد على التكامل بين الإنسان والآلة (Dwivedi et al., 2023)، مما يعكس تحولاً في طبيعة الممارسة المهنية.

2.1.3 الذكاء الاصطناعي التوليدي ودوره في المحتوى البصري

يُعد الذكاء الاصطناعي التوليدي من أبرز تطبيقات الذكاء الاصطناعي الحديثة، حيث يعتمد على نماذج قادرة على إنشاء محتوى جديد بناءً على مدخلات نصية أو بيانات سابقة (Rombach et al., 2022).

ويرتبط ذلك بموضوع الدراسة الحالية، حيث يسهم استخدام هذه الأدوات في تشكيل أنماط جديدة من العمل التصميم

المبحث الثاني: الذكاء الاصطناعي في التصميم البصري

2.2.1 مفهوم التصميم البصري في البيئة الرقمية

يُعرف التصميم البصري بأنه عملية تنظيم العناصر المرئية بهدف إيصال رسالة إعلامية بشكل واضح وجذاب، ويكتسب أهمية خاصة في البيئة الرقمية نظرًا لدوره في جذب انتباه المستخدم خلال زمن قصير.

2.2.2 أدوات الذكاء الاصطناعي في التصميم البصري

شهدت أدوات التصميم تطورًا كبيرًا بفضل الذكاء الاصطناعي، حيث أصبحت قادرة على تنفيذ مهام معقدة بكفاءة عالية، مثل توليد الصور وتحسينها واقتراح التكوينات البصرية، مما أدى إلى تغيير طبيعة العمل التصميمي.

2.2.3 تأثير الذكاء الاصطناعي على العملية الإبداعية

يُعد تأثير الذكاء الاصطناعي على الإبداع من القضايا الجدلية، حيث يرى بعض الباحثين أنه يسهم في تعزيز الإبداع من خلال دعم توليد الأفكار (Elgammal et al., 2017)، بينما يرى آخرون أنه قد يؤدي إلى تقليل التميز نتيجة تشابه المخرجات (Boden, 2016). وفي ضوء ذلك، يمكن النظر إلى العلاقة بين الذكاء الاصطناعي والإبداع باعتبارها علاقة تكامل، تعتمد على قدرة المصمم على توظيف هذه الأدوات بشكل واعٍ.

المبحث الثالث: المحتوى الرقمي والتصميم البصري

2.3.1 مفهوم المحتوى الرقمي

يشير المحتوى الرقمي إلى المواد الإعلامية التي يتم إنتاجها ونشرها عبر المنصات الرقمية، ويُعد المحتوى البصري من أكثرها تأثيرًا نظرًا لقدرته على جذب الانتباه وتعزيز التفاعل.

2.3.2 العلاقة بين التصميم البصري والتأثير على الجمهور

يسهم التصميم البصري في تشكيل الانطباع الأول لدى الجمهور، ويؤثر بشكل مباشر في مستوى التفاعل مع المحتوى، خاصة في البيئة الرقمية.

2.3.3 جودة المخرجات البصرية في ظل الذكاء الاصطناعي

تعتمد جودة المخرجات البصرية على التكامل بين مهارة المصمم والتقنيات المستخدمة، حيث يسهم الذكاء الاصطناعي في تحسين الدقة وتسريع الإنتاج (McKinsey, 2023)، إلا أن الجودة النهائية تظل مرتبطة بقدرة المصمم على توظيف هذه الأدوات بشكل إبداعي.

3.4 التحديات الأخلاقية والمهنية

رغم المزايا التي يوفرها الذكاء الاصطناعي، إلا أنه يطرح مجموعة من التحديات، مثل قضايا الملكية الفكرية وتشابه المخرجات والاعتماد المفرط على التقنية، مما يستدعي وعيًا مهنيًا في استخدام هذه الأدوات.

خلاصة الفصل

يتضح من خلال هذا الفصل أن الذكاء الاصطناعي يمثل عنصرًا محوريًا في تطوير التصميم البصري للمحتوى الرقمي، حيث يسهم في تحسين جودة المخرجات وتسريع العملية الإبداعية، إلا أن تأثيره يعتمد بشكل أساسي على كيفية توظيفه من قبل المصممين.

كما يشكل هذا الإطار النظري أساسًا لتفسير نتائج الدراسة الميدانية وتحليلها في الفصل التالي.

الإطار التطبيقي

تمهيد

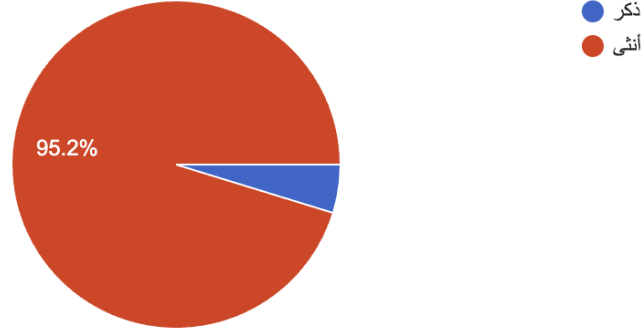
يمثل الإطار التطبيقي المرحلة التي تنتقل فيها الدراسة من البناء النظري إلى المعالجة الميدانية، إذ يتم من خلاله عرض البيانات التي جُمعت بواسطة أداة الاستبيان وتحليلها وتفسيرها في ضوء أهداف الدراسة وتساؤلاتها وفرضياتها. وتتبع أهمية هذا الفصل من كونه يتيح الوقوف على أنماط استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في التصميم البصري للمحتوى الرقمي لدى عينة الدراسة، والكشف عن طبيعة هذا الاستخدام ومستواه وأثره على جودة المخرجات البصرية والعملية الإبداعية.

وقد تم تطبيق الاستبيان على عينة من المصممين الرقميين في المملكة العربية السعودية، وبلغ عدد الاستجابات المعتمدة في التحليل (21) استجابة. وبعد جمع البيانات، تم تفرغها وتنظيمها وتحليلها باستخدام الأساليب الإحصائية الوصفية الملائمة لطبيعة الدراسة، ثم عرض النتائج في جداول وأشكال بيانية، يتبع كلاً منها تفسير علمي يوضح دلالاته في ضوء الإطار النظري للدراسة.

وسيتم عرض نتائج الدراسة وفق محاور رئيسية متسلسلة، تبدأ بالبيانات العامة والمهنية لعينة الدراسة، ثم مستوى استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي، فأنماط الاستخدام والأدوات المستخدمة، ثم أثر الذكاء الاصطناعي على جودة المخرجات البصرية والعملية الإبداعية، وصولاً إلى النتائج المرتبطة مباشرة بتساؤلات الدراسة وفرضياتها.

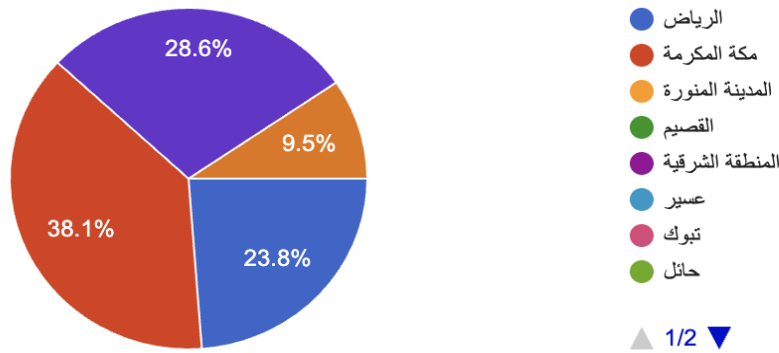
المحور الأول: البيانات العامة والمهنية لعينة الدراسة

شكل رقم (1): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس



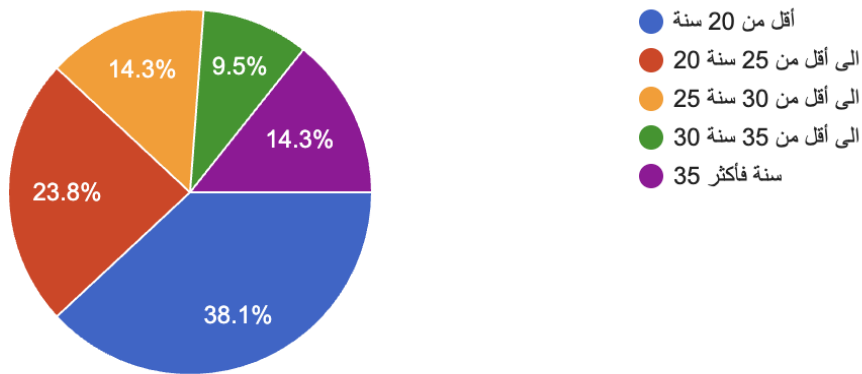
تشير نتائج الشكل رقم (1) إلى أن نسبة الإناث بلغت (95.2%)، في حين بلغت نسبة الذكور (4.8%) من إجمالي عينة الدراسة. ويعكس هذا التوزيع حضوراً نسائياً واضحاً داخل العينة، وهو ما يمكن تفسيره باتساع مشاركة الإناث في مجالات التصميم البصري وصناعة المحتوى الرقمي، خاصة في البيئات المرتبطة بمنصات التواصل الاجتماعي والعمل الحر. كما أن هذا التوزيع قد يعكس طبيعة العينة نفسها أكثر مما يعكس بالضرورة التوزيع الفعلي لجميع العاملين في المجال، وهو ما ينبغي مراعاته عند قراءة النتائج.

شكل رقم (2): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المنطقة داخل المملكة العربية السعودية



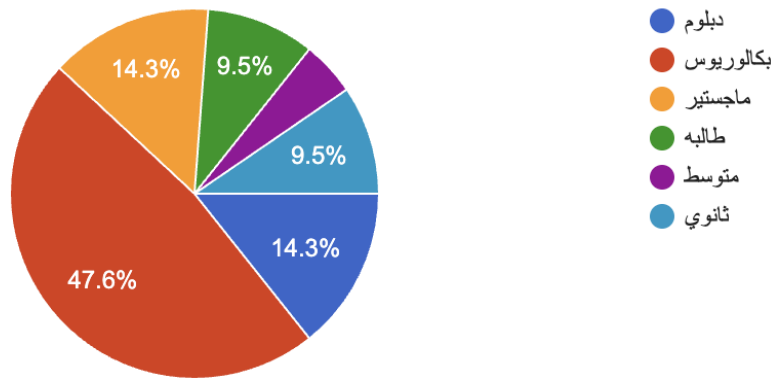
توضح نتائج الشكل رقم (2) أن أعلى نسبة من أفراد العينة كانت من منطقة مكة المكرمة بنسبة (38.1%)، تليها المنطقة الشرقية بنسبة (28.6%)، ثم منطقة الرياض بنسبة (23.8%)، في حين جاءت المدينة المنورة بنسبة (9.5%). ويشير هذا التوزيع إلى تمركز العينة في مناطق ذات نشاط رقمي ومهني مرتفع نسبياً، وهو ما قد يرتبط بزيادة الفرص المرتبطة بإنتاج المحتوى الرقمي والعمل الحر واستخدام التقنيات الحديثة في تلك المناطق.

شكل رقم (3): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية



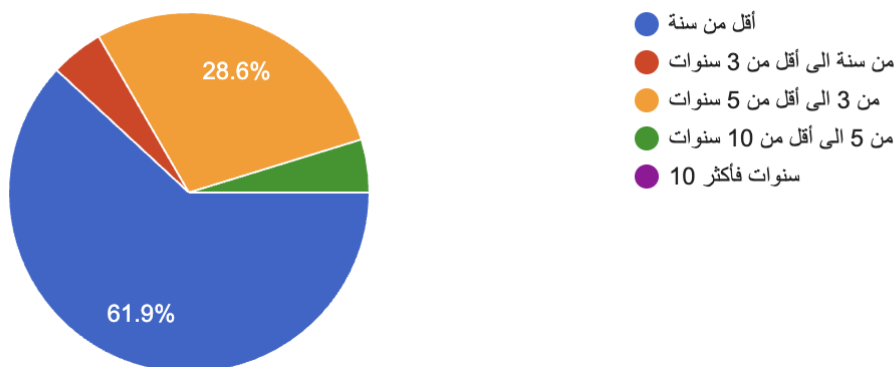
تبين نتائج الشكل رقم (3) أن الفئة العمرية الأقل من 20 سنة جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (38.1%)، تليها الفئة من 20 إلى أقل من 25 سنة بنسبة (23.8%)، ثم الفئتان من 25 إلى أقل من 30 سنة، و35 سنة فأكثر بنسبة (14.3%) لكل منهما، في حين جاءت الفئة من 30 إلى أقل من 35 سنة بنسبة (9.5%). ويشير هذا التوزيع إلى أن عينة الدراسة يغلب عليها الطابع الشبابي، وهو ما يتسق مع كون الفئات الأصغر سناً غالباً أكثر تفاعلاً مع الأدوات الرقمية الحديثة وأكثر قابلية لتبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال التصميمي.

شكل رقم (4): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي



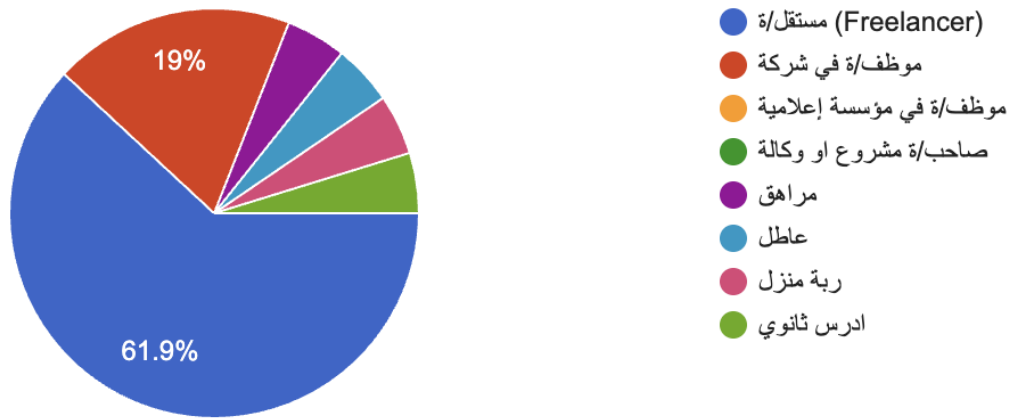
توضح نتائج الشكل رقم (4) أن نسبة الحاصلين على درجة البكالوريوس بلغت (47.6%)، وهي النسبة الأعلى، تليها فئتا الدبلوم والماجستير بنسبة (14.3%) لكل منهما، ثم الثانوي وطالبه بنسبة (9.5%)، في حين جاءت فئة المتوسط بنسبة (4.8%). ويعكس هذا التوزيع تنوعاً في الخلفيات التعليمية لأفراد العينة، بما يشير إلى أن مجال التصميم الرقمي لا يرتبط فقط بمسار أكاديمي واحد، بل يعتمد كذلك على المهارة والتدريب الذاتي والخبرة العملية.

شكل رقم (5): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة في التصميم الرقمي



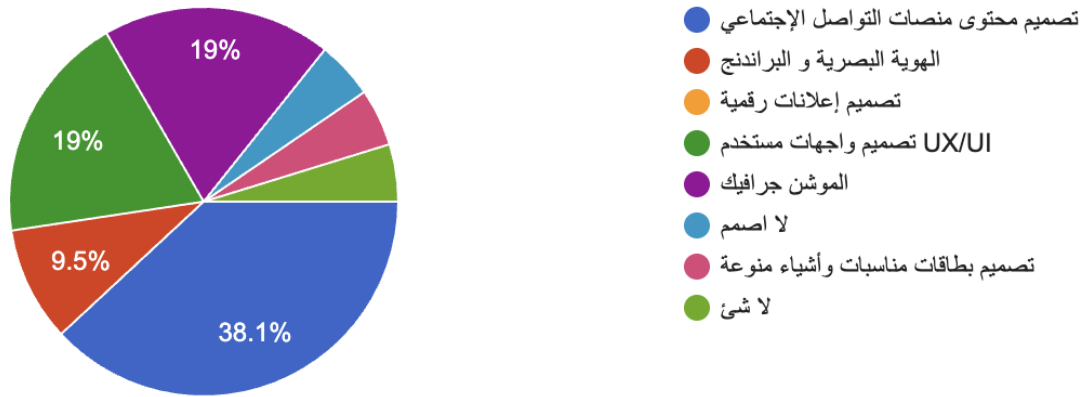
تشير نتائج الشكل رقم (5) إلى أن نسبة (61.9%) من أفراد العينة لديهم خبرة أقل من سنة، تليها نسبة (28.6%) ممن لديهم خبرة من 3 إلى أقل من 5 سنوات، في حين توزعت بقية النسب على فئات خبرة محدودة. ويعكس ذلك أن غالبية أفراد العينة من حديثي الدخول نسبياً إلى المجال، وهو ما قد يرتبط بسهولة الوصول إلى أدوات الذكاء الاصطناعي واعتماد بعض المبتدئين عليها لتسهيل الانخراط في العمل التصميمي.

شكل رقم (6): يوضح طبيعة العمل لدى أفراد عينة الدراسة



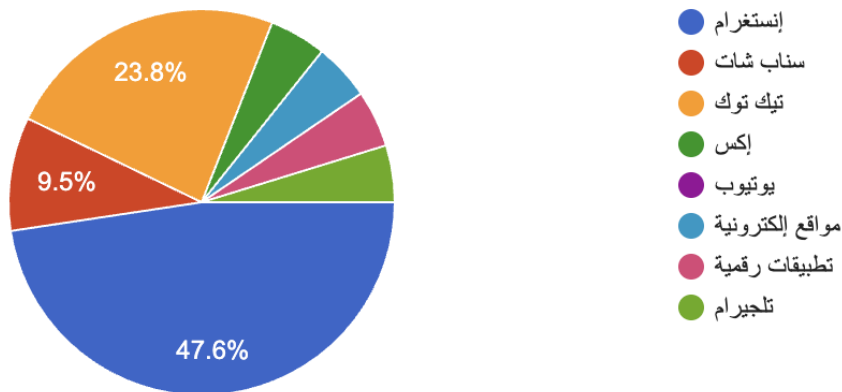
توضح نتائج الشكل رقم (6) أن نسبة (61.9%) من أفراد العينة يعملون كمستقلين (Freelancer)، تليها نسبة (19%) يعملون كموظفين في شركات، بينما توزعت بقية النسب على أنماط عمل أخرى بنسب أقل. ويشير ذلك إلى انتشار العمل الحر بين المصممين الرقميين، وهو ما يتفق مع طبيعة المجال الذي يتيح مرونة في تقديم الخدمات عن بُعد والاعتماد على المنصات الرقمية في التسويق والعمل.

شكل رقم (7): يوضح مجال التصميم الأكثر ممارسة لدى أفراد عينة الدراسة



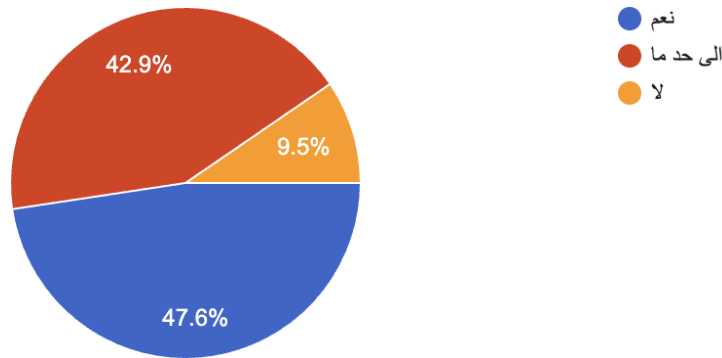
تشير نتائج الشكل رقم (7) إلى أن تصميم محتوى منصات التواصل الاجتماعي جاء في المرتبة الأولى بنسبة (38.1%)، يليه كل من تصميم واجهات المستخدم (UX/UI) والموشن جرافيك بنسبة (19%) لكل منهما، ثم الهوية البصرية بنسبة (9.5%)، بينما جاءت بقية المجالات بنسب أقل. ويعكس هذا التوزيع تمركز الممارسة التصميمية لدى أفراد العينة في المجالات التي تتطلب إنتاجًا بصريًا سريعًا ومتجددًا، وهو ما يجعلها بيئة أكثر تقبلًا لاستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي.

شكل رقم (8): يوضح المنصات الأكثر استخدامًا لدى أفراد عينة الدراسة



توضح نتائج الشكل رقم (8) أن منصة إنستغرام جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (47.6%)، تليها منصة تيك توك بنسبة (23.8%)، ثم سناب شات بنسبة (9.5%)، بينما توزعت بقية المنصات مثل إكس ويوتيوب والمواقع الإلكترونية والتطبيقات وتليجرام بنسب منخفضة ومتقاربة. ويشير ذلك إلى أن نشاط التصميم لدى أفراد العينة يرتبط بشكل أكبر بالمنصات البصرية السريعة، التي تتطلب إنتاج محتوى مرئي متجدد وجذاب، وهو ما يفسر الحاجة المتزايدة إلى أدوات تساعد في تسريع العمل وتحسين جودته.

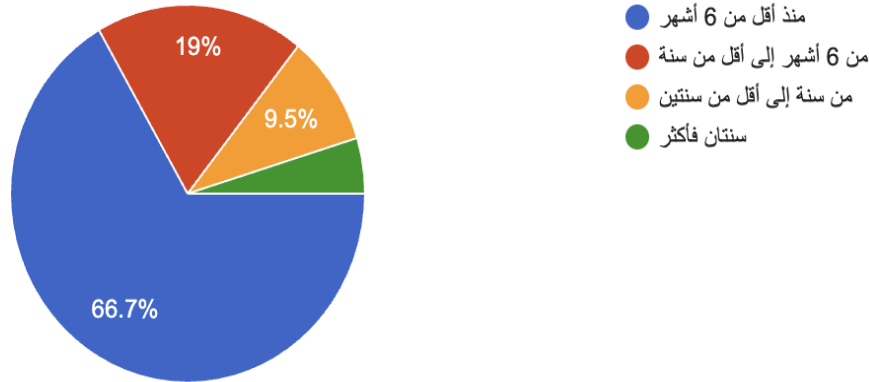
شكل رقم (9): يوضح مدى استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي لدى أفراد عينة الدراسة



تشير نتائج الشكل رقم (9) إلى أن نسبة (47.6%) من أفراد العينة يستخدمون أدوات الذكاء الاصطناعي في عملهم التصميمي، في حين أفاد (42.9%) بأنهم يستخدمونها إلى حد ما، بينما بلغت نسبة من لا يستخدمونها (9.5%) فقط. ويعكس ذلك انتشارًا واضحًا لاستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي بين أفراد العينة، سواء على مستوى الاستخدام المباشر أو الجزئي، بما يدل على أن هذه الأدوات أصبحت حاضرة في الممارسة التصميمية بدرجات متفاوتة.

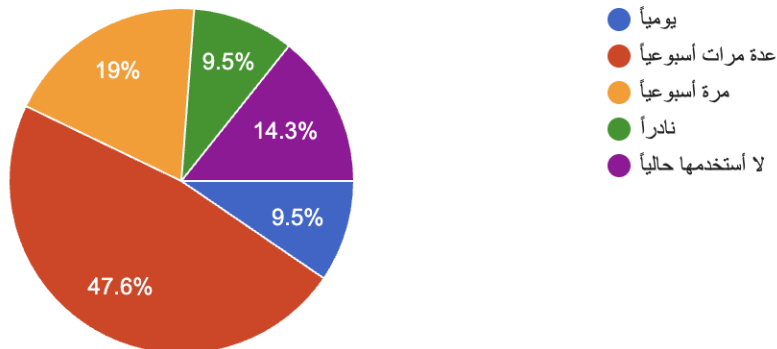
المحور الثاني : مستوى استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي

شكل رقم (10): يوضح مدة استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي لدى أفراد عينة الدراسة



توضح نتائج الشكل رقم (10) أن نسبة (66.7%) من أفراد العينة بدأوا استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي منذ أقل من 6 أشهر، وهي النسبة الأعلى، تليها نسبة (19%) ممن يستخدمونها منذ 6 أشهر إلى أقل من سنة، ثم نسبة (9.5%) منذ سنة إلى أقل من سنتين، في حين جاءت نسبة من يستخدمونها منذ سنتين فأكثر بنسبة (4.8%). وتشير هذه النتائج إلى أن استخدام هذه الأدوات يُعد حديثاً نسبياً لدى غالبية المشاركين، وهو ما يعكس التسارع الكبير في انتشارها خلال الفترة الأخيرة.

شكل رقم (11): يوضح معدل استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي لدى أفراد عينة الدراسة



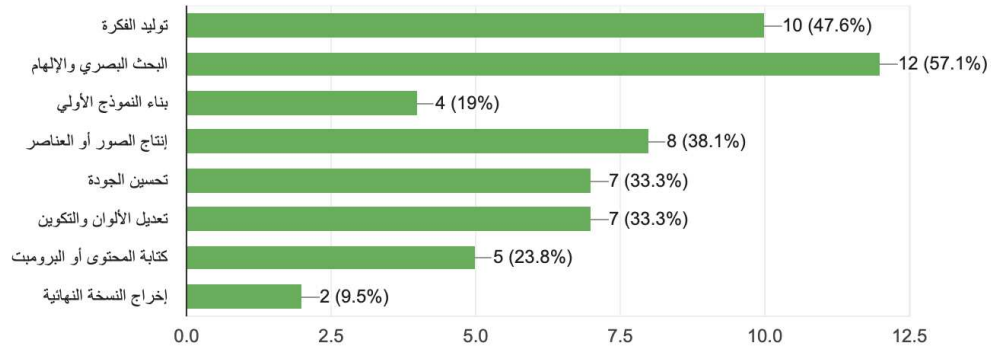
تشير نتائج الشكل رقم (11) إلى أن نسبة (47.6%) من أفراد العينة يستخدمون أدوات الذكاء الاصطناعي عدة مرات أسبوعيًا، وهي النسبة الأعلى، تليها نسبة (19%) يستخدمونها مرة أسبوعيًا، بينما بلغت نسبة من لا يستخدمونها حاليًا (14.3%)، في حين جاءت نسبة الاستخدام اليومي والنادر بنسبة (9.5%) لكل منهما. ويعكس ذلك أن استخدام هذه الأدوات يتسم بقدر من الانتظام، إلا أنه يرتبط غالبًا بالحاجة العملية وطبيعة المشروع أكثر من كونه ممارسة يومية ثابتة لدى جميع المشاركين.

شكل رقم (12): يوضح مراحل استخدام الذكاء الاصطناعي في عملية التصميم

نسخ الرسم

في أي مرحلة من مراحل التصميم تستخدم الذكاء الاصطناعي أكثر؟

21 ردًا



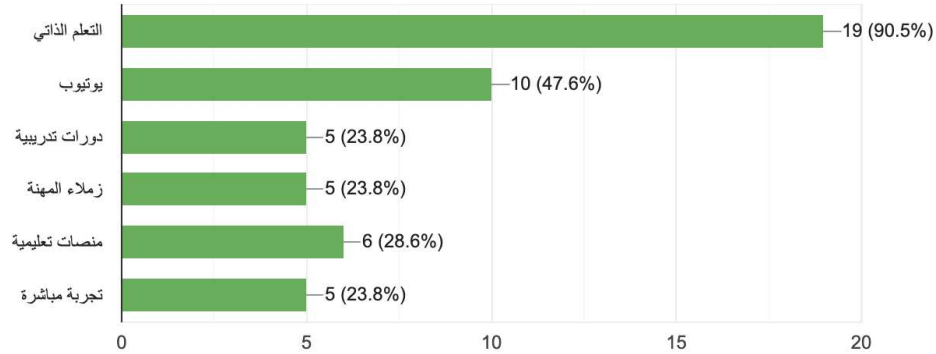
توضح نتائج الشكل رقم (12) أن أعلى استخدام لأدوات الذكاء الاصطناعي كان في مرحلة البحث البصري والإلهام بنسبة (57.1%)، تليها مرحلة توليد الفكرة بنسبة (47.6%)، ثم مرحلة إنتاج الصور أو العناصر بنسبة (38.1%). كما ظهرت مراحل أخرى مثل تحسين الجودة وتعديل الألوان والتكوين بنسبة (33.3%) لكل منها، في حين جاءت مرحلة كتابة المحتوى أو البرومبت بنسبة (23.8%)، وأخيرًا إخراج النسخة النهائية بنسبة (9.5%). وتشير هذه النتائج إلى أن استخدام الذكاء الاصطناعي يتركز بدرجة أكبر في المراحل الأولية من العملية التصميمية، أي في المراحل التي تتصل بالتفكير البصري والإلهام واستكشاف البدائل، بينما يقل الاعتماد عليه في المراحل النهائية التي تتطلب دقة أعلى وتحكمًا مباشرًا من المصمم.

شكل رقم (13): يوضح مصادر تعلم أدوات الذكاء الاصطناعي لدى المصممين



ما مصادر تعلمك لاستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي؟

21 ردًا



توضح نتائج الشكل رقم (13) أن التعلم الذاتي يمثل المصدر الأساسي لتعلم أدوات الذكاء الاصطناعي، إذ بلغت نسبته (90.5%)، تلاه يوتيوب بنسبة (47.6%)، ثم المنصات التعليمية بنسبة (28.6%)، في حين توزعت بقية المصادر مثل الدورات التدريبية وزملاء المهنة والتجربة المباشرة بنسب متقاربة بلغت (23.8%) لكل منها. ويعكس ذلك أن اكتساب المهارات المرتبطة بهذه الأدوات يعتمد بصورة أساسية على المبادرة الفردية والتجريب المستمر، أكثر من اعتماده على المسارات التعليمية الرسمية، وهو ما يتسق مع الطبيعة المتغيرة والسريعة لهذا المجال.

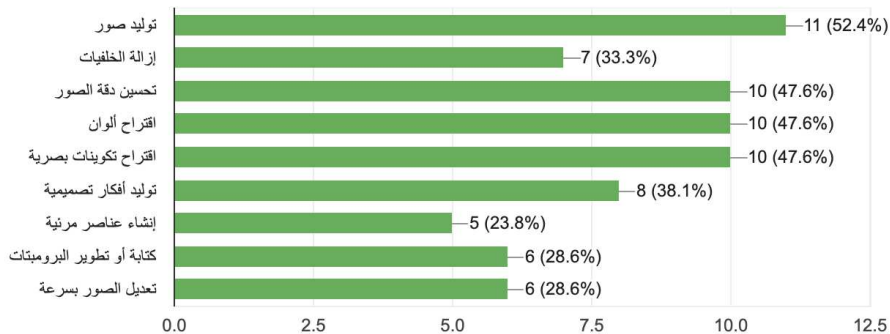
المحور الثالث : انماط الاستخدام والأدوات المستخدمة

شكل رقم (14): يوضح أبرز استخدامات الذكاء الاصطناعي في التصميم البصري

نسخ الرسم البياني

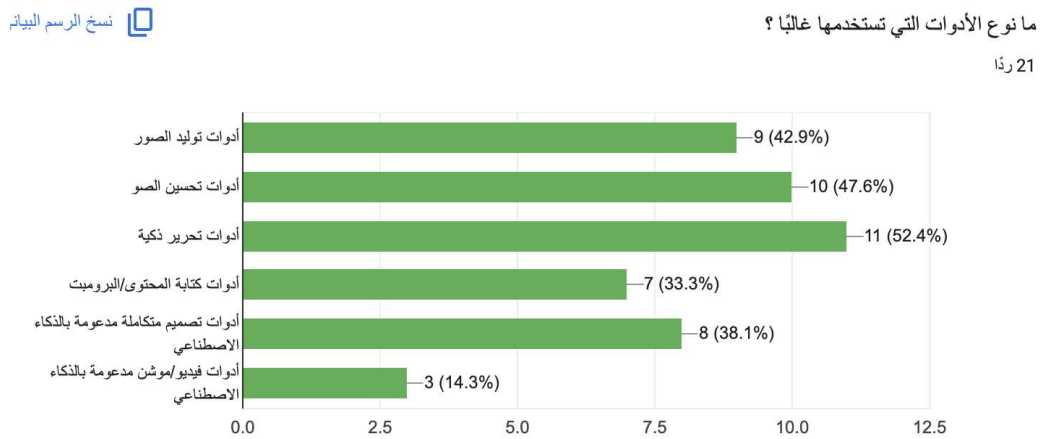
ما أبرز استخداماتك للذكاء الاصطناعي في التصميم البصري؟

21 ردًا



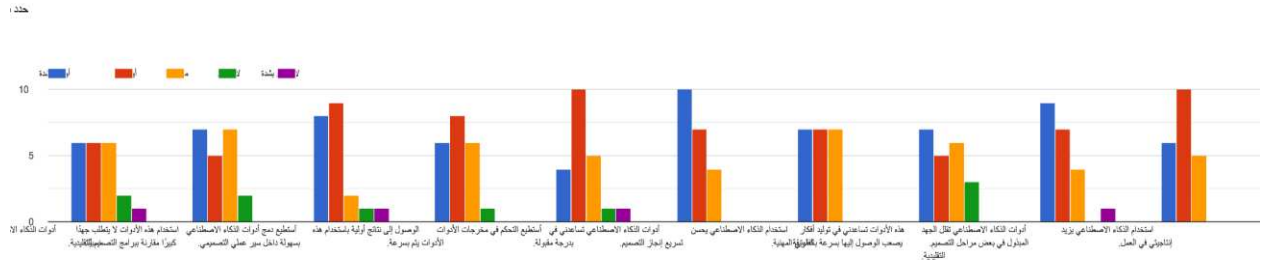
تشير نتائج الشكل رقم (14) إلى أن أبرز استخدام للذكاء الاصطناعي كان في توليد الصور بنسبة (52.4%)، مما يعكس اعتماد المصممين على هذه الأدوات في إنتاج محتوى بصري بشكل مباشر. كما جاءت كل من تحسين دقة الصور واقتراح الألوان واقتراح تكوينات بصرية بنسبة (47.6%)، وهو ما يدل على توظيف الذكاء الاصطناعي كأداة داعمة لقرارات التصميم، وليس فقط كوسيلة إنتاج. وفي المقابل، ظهرت استخدامات أخرى مثل توليد أفكار تصميمية بنسبة (38.1%)، وإزالة الخلفيات بنسبة (33.3%)، إضافة إلى كتابة أو تطوير البرومبت وتعديل الصور بسرعة بنسبة (28.6%) لكل منهما، بينما جاءت إنشاء عناصر مرئية بنسبة (23.8%). وتكشف هذه النتائج عن تنوع في أنماط الاستخدام بين الجانب الإنتاجي والجانب المساند للعملية التصميمية، بما يؤكد أن الذكاء الاصطناعي لا يُستخدم بديلاً كاملاً عن المصمم، بل أداة مساعدة تعزز الكفاءة وتدعم التنفيذ.

شكل رقم (15): يوضح أنواع أدوات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في التصميم



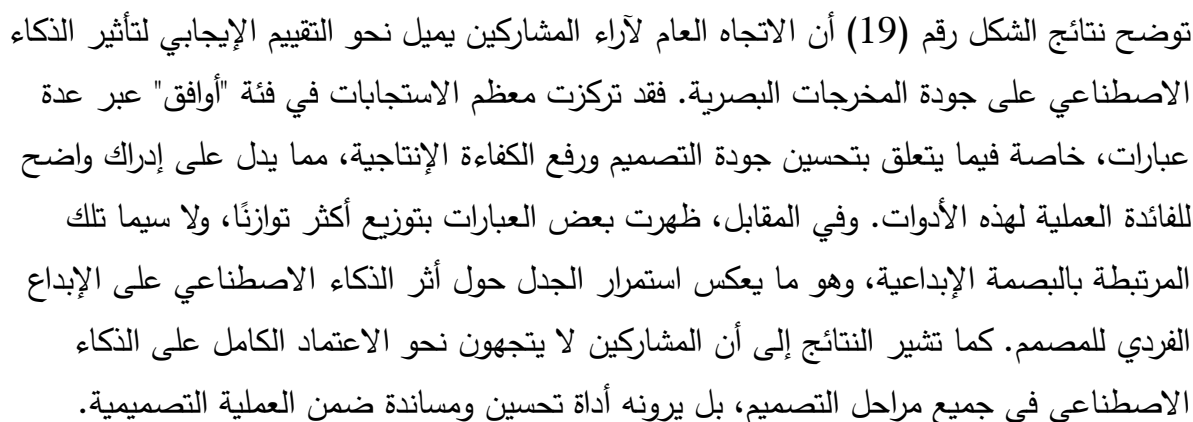
توضح نتائج الشكل رقم (15) أن أكثر الأدوات استخداماً كانت أدوات التحرير الذكية بنسبة (52.4%)، تليها أدوات تحسين الصور بنسبة (47.6%)، ثم أدوات توليد الصور بنسبة (42.9%). كما استخدم المشاركون أدوات تصميم متكاملة مدعومة بالذكاء الاصطناعي بنسبة (38.1%)، في حين جاءت أدوات كتابة المحتوى أو البرومبت بنسبة (33.3%). أما الأقل استخداماً فكانت أدوات الفيديو والموشن المدعومة بالذكاء الاصطناعي بنسبة (14.3%). وتشير هذه النتائج إلى أن الاستخدام يتركز بدرجة أكبر على الأدوات المنسجمة مع سير العمل اليومي السريع، أي الأدوات المرتبطة بتحسين المحتوى البصري القائم وتعديله، أكثر من الأدوات التي تتطلب عمليات إنتاج أكثر تعقيداً.

شكل رقم (17): يوضح التوزيع الكامل لدرجات الموافقة على سهولة استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي



تشير نتائج الشكل رقم (17) إلى وجود ميل عام نحو الاتجاه الإيجابي في تقييم سهولة استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي. فقد تركزت معظم الاستجابات بين "أوافق" و "أوافق بشدة" في عدد من العبارات، خاصة فيما يتعلق بتسريع إنجاز العمل وزيادة الإنتاجية. وفي المقابل، ظهرت درجات من الحياد في بعض الجوانب المرتبطة بسهولة التعلم أو التحكم في المخرجات، مما يشير إلى أن تجربة الاستخدام ليست متجانسة لدى جميع المشاركين. كما ظهرت نسب محدودة من عدم الموافقة في بعض العبارات المتعلقة بالدقة أو الاعتماد الكامل على النتائج، وهو ما يعكس وجود تحفظ جزئي لدى بعض المصممين تجاه مخرجات هذه الأدوات. وبناءً على ذلك، يمكن القول إن أدوات الذكاء الاصطناعي تُقيّم بصورة عامة على أنها سهلة الاستخدام وفعالة نسبياً، لكنها لا تزال تتطلب خبرة بشرية وتدخلًا تصميميًا لضمان جودة المخرجات.

شكل رقم (19): يوضح التوزيع الكامل لآراء المشاركين حول تأثير الذكاء الاصطناعي على جودة التصميم والإبداع



جدول ١

الموضوع	عربي	انجليزي	فارسي	أوردو	هندية
تأثيرات التغير المناخي على الأمن الغذائي	7	8	4	1	1
تأثيرات التغير المناخي على الصحة العامة	5	7	7	2	0
تأثيرات التغير المناخي على الاقتصاد	8	7	5	0	0
تأثيرات التغير المناخي على البيئة	7	6	6	1	0
تأثيرات التغير المناخي على التعليم	7	6	3	4	0
تأثيرات التغير المناخي على الثقافة	7	6	5	1	0
تأثيرات التغير المناخي على السياسة	7	8	5	0	0
تأثيرات التغير المناخي على المجتمع	9	5	4	0	0

47

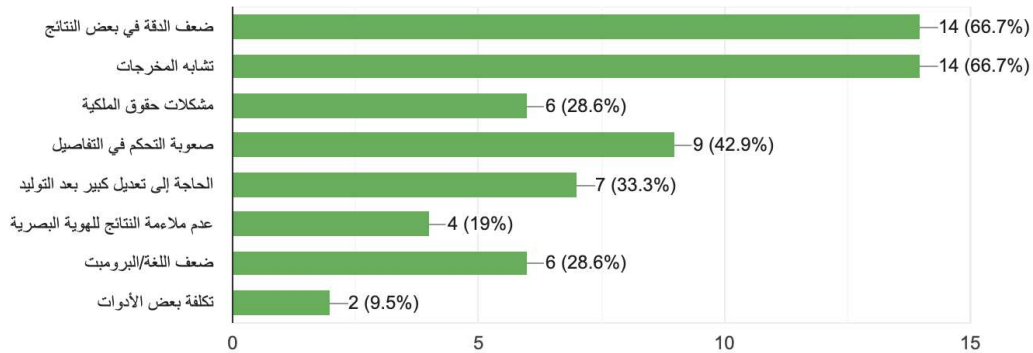
المشاركين إلى ضرورة مراجعة مخرجات الذكاء الاصطناعي بشرياً قبل اعتمادها، مما يعكس وعياً بعدم دقة النتائج بصورة كاملة وضرورة التدخل البشري لضبط الجودة. كما أظهرت النتائج أن استخدام الذكاء الاصطناعي يثير تساؤلات أخلاقية تتعلق بالأصالة والإبداع، ويكشف عن قلق من تأثير هذه الأدوات على الهوية التصميمية للمصمم. وفي الوقت نفسه، اتجهت آراء المشاركين إلى عدم إمكانية الاعتماد الكامل على الذكاء الاصطناعي في تنفيذ تصميم احترافي متكامل، بل إلى اعتباره أداة مساعدة داخل العملية التصميمية.

شكل رقم (21): يوضح أبرز التحديات المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي في التصميم

نسخ الرسم البياني

ما أبرز التحديات التي تواجهك عند استخدام الذكاء الاصطناعي في التصميم؟

21 ردًا



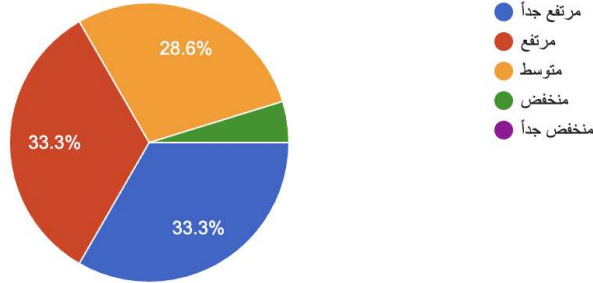
توضح نتائج الشكل رقم (21) أن أبرز التحديات تمثلت في ضعف الدقة في بعض النتائج وتشابه المخرجات، حيث بلغت نسبة كل منهما (66.7%)، وهو ما يشير إلى أن جودة النتائج لا تكون مستقرة دائماً، وقد تؤدي إلى إنتاج أعمال متكررة تقتصر على التميز. كما برزت صعوبة التحكم في التفاصيل بنسبة (42.9%)، وهو ما يعكس محدودية القدرة على توجيه المخرجات بدقة وفق رؤية المصمم. في حين أشار المشاركون إلى الحاجة إلى تعديلات كبيرة بعد التوليد بنسبة (33.3%)، مما يدل على أن النتائج الأولية ليست نهائية، بل تتطلب تدخلاً بشرياً لإعادة ضبطها وتحسينها. كما ظهرت تحديات أخرى مثل مشكلات حقوق الملكية وضعف اللغة أو البرومبت بنسبة (28.6%) لكل منهما، مما يكشف عن عوائق تقنية ومعرفية مرتبطة بطريقة استخدام هذه الأدوات. أما أقل التحديات فكانت تكلفة بعض الأدوات بنسبة (9.5%)، مما يشير إلى أن التحدي الأكبر لا يرتبط بالتكلفة بقدر ما يرتبط بجودة النتائج والتحكم فيها.

المحور الخامس : أسئلة مرتبطة بالتساؤلات و الفرضيات المباشرة

شكل رقم (22): يوضح التقييم العام لمستوى استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي

ما تقييمك العام لمستوى استخدام المصممين الرقميين لأدوات الذكاء الاصطناعي في المملكة العربية السعودية؟

21 ردًا



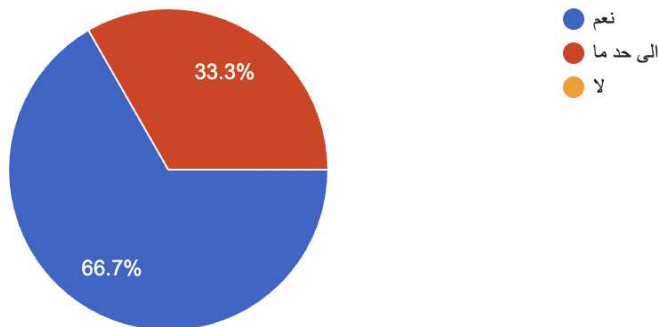
تشير نتائج الشكل رقم (22) إلى أن التقييم العام لمستوى استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي يميل إلى المستوى المرتفع، حيث توزعت الآراء بين مرتفع جداً بنسبة (33.3%) ومرتفع بنسبة (33.3%)، بينما جاءت نسبة (28.6%) ضمن التقييم المتوسط. وفي المقابل، ظهرت نسبة محدودة تشير إلى مستوى منخفض، مع غياب التقييم "منخفض جداً". ويعكس ذلك حضوراً واضحاً لهذه الأدوات في الممارسة التصميمية لدى المشاركين، مع تفاوت في عمق الاستخدام ومستوى التمكن منها.

شكل رقم (23): يوضح آراء المشاركين حول اختلاف استخدام الذكاء الاصطناعي حسب سنوات

الخبرة

في رأيك، هل تختلف أنماط استخدام الذكاء الاصطناعي باختلاف سنوات الخبرة؟

21 ردًا

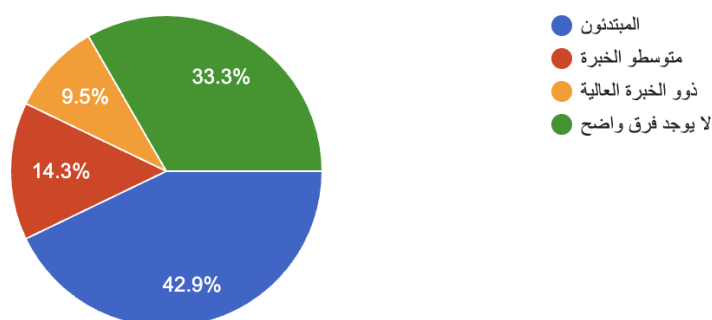


توضح نتائج الشكل رقم (23) أن غالبية المشاركين بنسبة (66.7%) يرون أن أنماط استخدام الذكاء الاصطناعي تختلف باختلاف سنوات الخبرة، بينما أشار (33.3%) إلى وجود اختلاف جزئي، مع غياب تام لفئة "لا". وتشير هذه النتيجة إلى وجود قناعة عامة بأن الخبرة المهنية تؤثر في كيفية توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي داخل العملية التصميمية، إذ يميل المصممون الأكثر خبرة إلى استخدامها بصورة أكثر انتقائية وتوجيهًا، بينما يعتمد عليها الأقل خبرة بدرجة أكبر في الجوانب المساندة أو التوليدية.

شكل رقم (24): يوضح الفئات الأكثر استخدامًا لأدوات الذكاء الاصطناعي حسب آراء المشاركين

في رأيك، أي الفئات أكثر استخدامًا لأدوات الذكاء الاصطناعي؟

21 ردًا

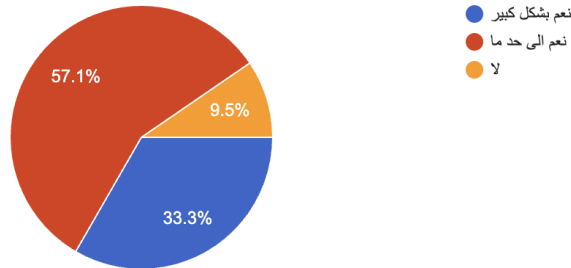


تشير نتائج الشكل رقم (24) إلى أن المبتدئين يمثلون الفئة الأكثر استخدامًا لأدوات الذكاء الاصطناعي بنسبة (42.9%)، في حين أشار (33.3%) من المشاركين إلى عدم وجود فرق واضح بين الفئات، وجاءت فئة متوسطي الخبرة بنسبة (14.3%)، بينما حصلت فئة ذوي الخبرة العالية على أقل نسبة بلغت (9.5%). وتدل هذه النتائج على أن أدوات الذكاء الاصطناعي قد تمثل عامل جذب أكبر للمصممين في المراحل الأولى من مسيرتهم المهنية، لما توفره من تسهيل في التعلم والتجريب وتسريع الإنجاز.

شكل رقم (25): يوضح آراء المشاركين حول تأثير الذكاء الاصطناعي على التفكير التصميمي

هل تعتقد أن الذكاء الاصطناعي غيّر طريقة تفكيرك التصميمية؟

21 رداً



توضح نتائج الشكل رقم (25) أن غالبية المشاركين يرون أن الذكاء الاصطناعي يؤثر على طريقة التفكير التصميمي، حيث أشار (57.1%) إلى أنه يغيرها إلى حد ما، بينما يرى (33.3%) أنه يحدث تغييراً كبيراً، في حين أن نسبة محدودة فقط (9.5%) لا ترى وجود تأثير. وتكشف هذه النتيجة أن أثر الذكاء الاصطناعي لا يقتصر على الجانب التنفيذي، بل يمتد إلى أسلوب التفكير واتخاذ القرار التصميمي، من خلال توسيع بدائل الإبداع، وتسريع المقارنة بين الحلول، وتعزيز منطق التوجيه والتجريب بدلاً من الاقتصار على التنفيذ اليدوي المباشر.

جدول رقم (26): يوضح أبرز استخدامات الذكاء الاصطناعي في العمل التصميمي وفق إجابات المشاركين

الهدف المساهمة : استئانة مفتوحة	
الذكاء الاصطناعي مثلاً لإستخدام فعال للذكاء الاصطناعي في عملك التصميمي ؟	21 رداً
يصل لي تصاميم	
تصميم بأكبر دافعي	
توليد أفكار جديد	
شئت جي بي تي	
دعوات	
إخراج النص	
أخذ أفكار منه	
دائماً يستأعني في التحويل الترسول لأفضل وأجود مستخدم	
تصميم المزار	

الذكاء الاصطناعي مثلاً لإستخدام فعال للذكاء الاصطناعي في عملك التصميمي ؟	
21 رداً	
انتاج الصور	
أصل مجسم اليوم العالمي للشكر	
الجدود	
استخدمو عشان بوجب لي أفكار الكار	
تحسين الجدود	
إزالة خلفية لصورة معلقة .	
تصميم اعلان	
لم استخدمه في التصميم للذات استخدمه لعمل ركن قهوة	
تحليل الكلام والأخطاء الإملائية	

تكشف إجابات المشاركين عن تنوع واضح في أنماط استخدام الذكاء الاصطناعي داخل العمل التصميمي، حيث لم يقتصر استخدامه على جانب واحد، بل شمل أدوارًا متعددة ومتكاملة. فقد برز استخدامه في إنتاج الصور والتصاميم البصرية، بما يعكس اعتماد المصممين عليه كأداة لتسريع التنفيذ وتحقيق نتائج بصرية سريعة، كما ظهر استخدامه في توليد الأفكار الإبداعية، حيث يلجأ إليه المصممون بوصفه مصدرًا للإلهام وتوسيع دائرة التفكير، خاصة في المراحل الأولية من التصميم. وإلى جانب ذلك، أشارت بعض الإجابات إلى توظيف الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة المخرجات، سواء عبر التعديلات البصرية أو رفع مستوى التفاصيل، فضلًا عن استخدامه في مهام تقنية مساعدة مثل إزالة الخلفيات وتعديل النصوص وتصحيح الأخطاء الإملائية.

وفي المقابل، أظهرت بعض الإجابات أن محدودية فعالية الاستخدام لا ترتبط بالأداة ذاتها، بل بطريقة توظيفها، إذ أشار بعض المشاركين إلى استخدام عام وغير محدد، أو إلى الاعتماد على المخرجات الأولية دون تطويرها داخل سياق إبداعي متكامل. وبناءً على ذلك، يتضح أن فعالية استخدام الذكاء الاصطناعي في التصميم ترتبط بقدرة المصمم على توجيه هذه الأدوات ودمجها ضمن عملية تصميمية واعية، لا بمجرد توفر الأداة أو استخدامها بصورة سطحية.

جدول رقم (27): يوضح أبرز المقترحات المقدمة من المشاركين لتعزيز الاستخدام المهني والمسؤول للذكاء الاصطناعي

ما المقترحات التي تراها مهمة لتعزيز الاستخدام المهني والمسؤول للذكاء الاصطناعي لدى المصممين الرقميين في المملكة العربية السعودية؟
21 رأياً

وضع إتياء مختلفه على حسب كل شخص
استخدم كويس
نشر الوعي بأخلاقيات الذكاء الاصطناعي
استخراج برامج أكثر تنسيق ف اللون مختلفه ل التصاميم وتصاميم جديدة
جوال
تحسين اللغة
الالتزام بالأخلاقيات والقوانين 2، رفع وعي ومهارات المصممين 3، وجود سياسات واضحة داخل المؤسسات
اتاحة الفرصة للخيال و الإبداع بدعم من الذكاء الاصطناعي
تطوير اللغة العربية بالذكاء الاصطناعي

تعكس إجابات المشاركين تنوعاً في المقترحات المرتبطة بتعزيز الاستخدام المهني والمسؤول للذكاء الاصطناعي، حيث شملت أبعاداً مهارية وأخلاقية وتنظيمية. فقد برزت الدعوة إلى توفير دورات تدريبية متخصصة تسهم في رفع كفاءة المصممين وتمكينهم من استخدام الأدوات بصورة أكثر احترافية، كما أظهرت الإجابات أهمية نشر الوعي بأخلاقيات الاستخدام، خاصة فيما يتعلق بالحقوق والخصوصية والمسؤولية المهنية، إلى جانب الحاجة إلى وجود سياسات واضحة داخل المؤسسات لتنظم استخدام هذه الأدوات.

كما أشارت بعض المقترحات إلى أهمية تحقيق التوازن في استخدام الذكاء الاصطناعي، من خلال الاستفادة منه دون الاعتماد الكامل عليه، بما يحفظ دور المصمم بوصفه العنصر الحاسم في العملية الإبداعية. وظهرت كذلك مقترحات متعلقة بتحسين الجوانب التقنية للأدوات، مثل تطوير دقة النتائج ودعم اللغة العربية وتحسين جودة المخرجات، وهو ما يكشف عن وجود فجوة بين الإمكانيات الحالية لبعض الأدوات واحتياجات المستخدمين في البيئة المحلية. وبناءً على ذلك، يمكن القول إن تعزيز الاستخدام المهني والمسؤول للذكاء الاصطناعي يتطلب تكامل التأهيل المهاري والوعي الأخلاقي والتنظيم المؤسسي والتطوير التقني.

1. النتائج العامة في ضوء فرضيات الدراسة

في ضوء فرضيات الدراسة، يتبين أن النتائج الميدانية تتجه نحو دعم الفرضيات المطروحة بدرجات متفاوتة، حيث تشير المعطيات إلى وجود ارتباط بين استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي وتحسن بعض جوانب جودة التصميم البصري، كما تشير إلى إسهام هذه الأدوات في رفع كفاءة العملية الإبداعية من خلال تسريع الإنجاز وتوسيع خيارات المعالجة البصرية. كذلك أظهرت النتائج أن مستوى الاستخدام يتأثر بخبرة المصمم، سواء من حيث كثافة الاعتماد على الأداة أو طبيعة توظيفها داخل مراحل التصميم. وتدل هذه النتائج على أن الذكاء الاصطناعي لا يعمل بوصفه بديلاً عن المصمم، بل بوصفه أداة داعمة تعزز من كفاءته وقدرته على الإنجاز، وهو ما ينسجم مع التوجهات النظرية التي ترى في هذه التقنيات امتداداً للعمل الإبداعي لا إلغاءً له.

2. مناقشة فرضيات الدراسة

الفرضية الأولى:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي وجودة التصميم البصري للمحتوى الرقمي.

تشير نتائج الدراسة إلى وجود اتجاه عام يدعم هذه الفرضية، إذ تبين من إجابات المشاركين أن ارتفاع مستوى استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي يرتبط بتحسين نسبي في بعض جوانب جودة المخرجات البصرية، خاصة عند الاستخدام الواعي والمنظم لهذه الأدوات. ومع ذلك، فإن تأكيد وجود دلالة إحصائية يتطلب تطبيق اختبارات إحصائية استدلالية، وهو ما يخرج عن حدود التحليل الوصفي المستخدم في هذه الدراسة. لذلك يمكن القول إن النتائج الحالية تدعم هذه الفرضية من حيث الاتجاه العام، دون الجزم الإحصائي النهائي بها.

الفرضية الثانية:

يسهم استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في تحسين كفاءة العملية الإبداعية لدى المصممين الرقميين. تشير نتائج الدراسة إلى دعم هذه الفرضية، حيث بين المشاركون أن استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي يسهم في تقليل الوقت والجهد المبذول في تنفيذ التصميم، وفي تسريع توليد الأفكار والبدائل البصرية، وهو ما ينعكس إيجابيًا على كفاءة الأداء والإنتاجية. كما أن تركز الاستخدام في مراحل الإلهام وتوليد الفكرة يعزز هذا التوجه، ويؤكد أن الذكاء الاصطناعي أصبح عنصرًا مساعدًا في دعم العملية الإبداعية.

الفرضية الثالثة:

يختلف مستوى استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي باختلاف خبرة المصمم الرقمي. تشير نتائج الدراسة إلى دعم هذه الفرضية، حيث أوضحت إجابات المشاركين أن الخبرة المهنية تؤثر في مستوى الاستخدام وطبيعته، إذ يميل المصممون الأقل خبرة إلى الاعتماد على هذه الأدوات بدرجة أكبر، في حين يستخدمها ذوو الخبرة بصورة أكثر انتقائية ووعيًا. ويعني ذلك أن الخبرة لا تحدد فقط مقدار الاستخدام، بل تؤثر كذلك في طريقة توظيف الأداة داخل العملية التصميمية.

3. النتائج العامة للدراسة

تشير النتائج العامة للدراسة إلى أن استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في التصميم البصري للمحتوى الرقمي لدى المصممين الرقميين في المملكة العربية السعودية يشهد حضوراً واضحاً، حيث أصبحت هذه الأدوات جزءاً من الممارسة التصميمية في مراحل متعددة، خاصة في البحث البصري، وتوليد الأفكار، وتحسين جودة المخرجات. كما أظهرت النتائج أن توظيف الذكاء الاصطناعي لا يتم بصورة موحدة بين جميع المصممين، بل يتفاوت تبعاً للخبرة المهنية وطبيعة الاستخدام، إذ يميل المبتدئون إلى الاعتماد عليه بدرجة أكبر، في حين يستخدمه الأكثر خبرة بصورة أكثر توجيهاً وانتقائية. كما أوضحت النتائج أن الذكاء الاصطناعي يسهم في تحسين كفاءة العملية التصميمية من حيث تقليل الوقت والجهد وتسريع إنتاج الأفكار، إلا أن هذا الأثر يظل مرتبطاً بدرجة وعي المستخدم بكيفية توظيف الأداة داخل العملية التصميمية. وفي الوقت نفسه، بينت النتائج أن تأثير الذكاء الاصطناعي على جودة المخرجات ليس تأثيراً مطلقاً، بل يتحدد وفق طريقة الاستخدام؛ فالاستخدام الواعي والمنظم يسهم في تحسين الجودة، في حين قد يؤدي الاستخدام العشوائي أو السطحي إلى نتائج أقل احترافية وأكثر عرضة للتشابه.

ويمكن تلخيص أهم النتائج العامة فيما يلي:

- أصبح استخدام الذكاء الاصطناعي حاضراً بوضوح في عمل المصممين الرقميين.
- تتفاوت أنماط الاستخدام وفقاً لخبرة المصمم وطبيعة عمله.
- يسهم الذكاء الاصطناعي في تسريع العملية التصميمية ورفع الإنتاجية.
- يتركز استخدامه بدرجة أكبر في المراحل الأولية من التصميم.
- يرتبط أثره الإيجابي على الجودة بطريقة التوظيف ومستوى التحكم في المخرجات.
- لا يلغي الذكاء الاصطناعي الدور الإبداعي للمصمم، بل يعيد تشكيله.

خاتمة

خاتمة

تناولت هذه الدراسة موضوع أنماط استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في التصميم البصري للمحتوى الرقمي لدى عينة من المصممين الرقميين في المملكة العربية السعودية، انطلاقاً من أهمية هذا الموضوع في ظل التحولات التقنية المتسارعة التي يشهدها مجال الإعلام الرقمي، وما ترتب عليها من تغيرات واضحة في أساليب الإنتاج البصري وطبيعة الممارسة التصميمية.

وقد سعت الدراسة إلى الكشف عن مستوى استخدام المصممين الرقميين لأدوات الذكاء الاصطناعي، وطبيعة توظيفها في مراحل التصميم المختلفة، إضافة إلى تحليل أثرها على جودة المخرجات البصرية وعلى العملية الإبداعية، وذلك من خلال مقارنة تجمع بين التأصيل النظري والمعالجة الميدانية للظاهرة محل الدراسة.

وأظهرت نتائج الدراسة أن أدوات الذكاء الاصطناعي أصبحت حاضرة بصورة واضحة في الممارسة التصميمية، خاصة في المراحل المرتبطة بالبحث البصري، وتوليد الأفكار، وإنتاج بعض العناصر البصرية، وتحسين جودة العمل. كما بينت النتائج أن هذا الاستخدام لا يتم بصورة موحدة بين جميع المصممين، بل يتفاوت تبعاً لعوامل متعددة، من أبرزها مستوى الخبرة المهنية، وطبيعة العمل التصميمي، ومدى قدرة المصمم على توظيف الأداة داخل سياق إبداعي واعٍ.

كما كشفت الدراسة أن الذكاء الاصطناعي يسهم في تسريع العملية التصميمية وتقليل الوقت والجهد وتوسيع البدائل البصرية المتاحة أمام المصمم، وهو ما ينعكس إيجاباً على كفاءة الأداء والإنتاجية. غير أن هذا الأثر الإيجابي لا يتحقق بصورة آلية، بل يظل مرتبطاً بوعي المصمم بطريقة الاستخدام، وقدرته على تقييم المخرجات وتعديلها وتوجيهها بما يحافظ على جودة العمل وبصمته الإبداعية.

وفي المقابل، أوضحت النتائج أن استخدام الذكاء الاصطناعي في التصميم البصري لا يخلو من تحديات، تمثلت بصورة خاصة في تشابه بعض المخرجات، وضعف الدقة في بعض النتائج، وصعوبة التحكم الكامل في التفاصيل، إلى جانب بعض الإشكالات الأخلاقية والمهنية المرتبطة بالأصالة والملكية الفكرية. وهو ما يؤكد أن الذكاء الاصطناعي، رغم أهميته، لا يمكن النظر إليه بوصفه بديلاً عن

المصمم، بل بوصفه أداة داعمة تحتاج إلى تدخل بشري واعٍ يضمن فاعلية استخدامها وحدودها المهنية. وبناءً على ذلك، يمكن القول إن هذه الدراسة تمثل محاولة علمية لفهم أحد التحولات البارزة في مجال التصميم البصري للمحتوى الرقمي، وتؤكد أن القيمة الحقيقية لا تكمن في مجرد استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي، بل في كيفية دمجها داخل العملية التصميمية بطريقة متوازنة تجمع بين الكفاءة التقنية

والحس الإبداعي. كما تعزز هذه الدراسة التصور الذي يرى في الذكاء الاصطناعي امتدادًا للأداء المهني والإبداعي للمصمم، لا إلغاءً لدوره أو استبدالاً له.

توصيات الدراسة

في ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج، يمكن تقديم مجموعة من التوصيات التي قد تسهم في تعزيز الاستخدام المهني والواعي لأدوات الذكاء الاصطناعي في مجال التصميم البصري للمحتوى الرقمي، ومن أبرزها ما يأتي:

1. تعزيز وعي المصممين الرقميين بكيفية الاستخدام الاحترافي لأدوات الذكاء الاصطناعي، بما يضمن توظيفها كأداة داعمة للعملية الإبداعية، لا بديلاً عن دور المصمم.
2. تشجيع المؤسسات التعليمية والإعلامية على إدماج مهارات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ضمن البرامج الأكاديمية والتدريبية المرتبطة بالإعلام الرقمي والتصميم البصري.
3. تطوير برامج تدريبية متخصصة تركز على الجوانب التطبيقية لاستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في التصميم، خاصة في مجالات توليد الأفكار، والمعالجة البصرية، وتحسين جودة المخرجات.
4. العمل على بناء معايير مهنية وأخلاقية تنظم استخدام الذكاء الاصطناعي في المجال التصميمي، بما يسهم في الحد من المشكلات المرتبطة بتشابه المخرجات وضعف الأصالة والإشكالات المتعلقة بالملكية الفكرية.
5. دعم المصممين الرقميين في تطوير مهاراتهم النقدية والإبداعية بالتوازي مع استخدام الأدوات الذكية، بما يساعدهم على تقييم المخرجات بوعي، والحفاظ على الهوية البصرية والبصمة الإبداعية للعمل.
6. تشجيع إجراء مزيد من الدراسات العلمية التي تتناول استخدام الذكاء الاصطناعي في مجالات أخرى من الإعلام الرقمي، مثل الإنتاج المرئي، والإعلانات الرقمية، وصناعة المحتوى التفاعلي.

آفاق الدراسة

في ضوء النتائج التي انتهت إليها هذه الدراسة، تبرز مجموعة من الآفاق البحثية التي يمكن أن تشكل امتداداً علمياً لموضوعها، وتسهم في تعميق فهم العلاقة بين الذكاء الاصطناعي والتصميم البصري في البيئة الرقمية.

فمن الممكن مستقبلاً التوسع في دراسة أثر استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي على مستوى الإبداع لدى المصممين الرقميين، خاصة في الجوانب المرتبطة بتوليد الأفكار، وتطوير البدائل البصرية، ومدى تأثير ذلك على الأصالة والهوية التصميمية. كما يمكن التوجه نحو دراسات تطبيقية أكثر عمقاً تتناول كيفية توظيف هذه الأدوات داخل مراحل التصميم المختلفة، والتمييز بين الاستخدام الأولي والاستخدام المتقدم من حيث أثر كل منهما على جودة المخرجات.

ومن جهة أخرى، تبدو الحاجة قائمة إلى إجراء دراسات مقارنة بين المصممين وفق متغيرات متعددة، مثل سنوات الخبرة، ونوع التخصص، وطبيعة بيئة العمل، وذلك بهدف الكشف عن الفروق في أنماط الاستخدام، وفهم علاقتها بمستوى الكفاءة والجودة والإبداع. كما يمكن توسيع مجال الدراسة ليشمل قطاعات أخرى في الإعلام الرقمي، مثل تصميم الإعلانات، وإنتاج الفيديوهات، وتصميم التجارب التفاعلية.

كذلك تفتح هذه الدراسة المجال أمام أبحاث مستقبلية تتناول البعد التعليمي والمهني لاستخدام الذكاء الاصطناعي، من خلال دراسة أهمية إدماج هذه التقنيات داخل المناهج الأكاديمية، وقياس أثر ذلك على إعداد المصممين الرقميين وتأهيلهم لمواكبة التحولات التقنية في سوق العمل.

وبذلك، فإن آفاق هذه الدراسة لا تقف عند حدود نتائجها الحالية، بل تمتد إلى مسارات بحثية متعددة يمكن أن تسهم في بناء معرفة أكثر عمقاً واتساعاً حول موقع الذكاء الاصطناعي داخل الممارسة التصميمية المعاصرة.

المراجع

المراجع العربية:

1. عبدالرحمن، محمد. (2022). الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي. دار المسيرة.
2. عبدالرزاق، أحمد. (2018). الإعلام الرقمي وصناعة المحتوى. دار المسيرة للنشر والتوزيع.
3. إيمان بنت عبدالعزيز. (2016). أخلاقيات النشر في الإعلام الرقمي. دار النشر الأكاديمي.

1. Boden, M. A. (2016). AI: Its nature and future. Oxford University Press.
2. Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Ismagilova, E., et al. (2023). Artificial intelligence (AI): Multidisciplinary perspectives on emerging challenges, opportunities, and agenda for research, practice and policy. International Journal of Information Management, 57, 101994.
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.101994>
3. Elgammal, A., Liu, B., Elhoseiny, M., & Mazzone, M. (2017). Creative adversarial networks. Proceedings of the International Conference on Computational Creativity.
4. Goodfellow, I., Bengio, Y., & Courville, A. (2016). Deep learning. MIT Press.
5. Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2019). Siri, Siri, in my hand: Who's the fairest in the land? Business Horizons, 62(1), 15–25.
6. Manovich, L. (2020). Cultural analytics. MIT Press.
7. McKinsey & Company. (2023). The economic potential of generative AI: The next productivity frontier. McKinsey Global Institute.
8. Pavlik, J. V. (2021). Artificial intelligence and journalism. Digital Journalism, 9(1), 1–6.
9. Rombach, R., Blattmann, A., Lorenz, D., Esser, P., & Ommer, B. (2022). High-resolution image synthesis with latent diffusion models. Proceedings of the IEEE/CVF Conference on Computer Vision and Pattern Recognition.

الملاحق

الملحق (A): استمارة الاستبيان

فيما يلي نموذج الاستبيان المستخدم في جمع بيانات الدراسة، والذي تم توزيعه على عينة من المصممين الرقميين بهدف التعرف على أنماط استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في التصميم البصري للمحتوى الرقمي.

البيانات العامة

1. الجنس:

☐ ذكر

☐ أنثى

2. العمر:

☐ أقل من 20 سنة

☐ من 20 إلى 25 سنة

☐ من 26 إلى 30 سنة

☐ أكثر من 30 سنة

3. المستوى التعليمي:

☐ دبلوم

☐ بكالوريوس

☐ دراسات عليا

استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي

4. هل تستخدم أدوات الذكاء الاصطناعي في التصميم؟

☐ نعم

☐ لا

5. منذ متى بدأت باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي؟

☐ أقل من سنة

☐ من سنة إلى سنتين

☐ أكثر من سنتين

6. ما مدى استخدامك لهذه الأدوات؟

☐ دائماً

☐ أحياناً

☐ نادراً

مجالات الاستخدام

7. في أي مراحل التصميم تستخدم الذكاء الاصطناعي؟

☐ توليد الأفكار

☐ التصميم

☐ التعديل والتحسين

☐ جميع ما سبق

8. هل يسهم الذكاء الاصطناعي في تسريع عملية التصميم؟

☐ نعم

☐ لا

9. هل يساعد في تحسين جودة المخرجات؟

☐ نعم

☐ لا

التأثير والتحديات

10. هل ترى أن الذكاء الاصطناعي يؤثر على الإبداع؟

☐ يزيد الإبداع

☐ يقلله

☐ لا يؤثر

11. ما أبرز التحديات التي تواجهك؟

☐ تشابه التصاميم

☐ ضعف الدقة

☐ صعوبة الاستخدام

☐ أخرى

الملحق (B): نموذج من نتائج الاستبيان

يوضح هذا الملحق نموذجًا مختصرًا من نتائج الاستبيان التي تم التوصل إليها من خلال تحليل إجابات أفراد العينة.

السؤال: هل تستخدم أدوات الذكاء الاصطناعي في عملك التصميمي؟

• نعم: 47.6%

• إلى حد ما: 42.9%

• لا: 9.5%

السؤال: هل تعتقد أن الذكاء الاصطناعي غير طريقة تفكيرك التصميمية؟

• نعم إلى حد ما: 57.1%

• لا: 33.3%

• نعم بشكل كبير: 9.5%

السؤال: ما تقييمك العام لمستوى استخدام المصممين لأدوات الذكاء الاصطناعي؟

- مرتفع: 33.3%
- متوسط: 33.3%
- مرتفع جدًا: 28.6%

السؤال: ما أبرز التحديات التي تواجهك؟

- ضعف الدقة في بعض النتائج: 66.7%
- تشابه المخرجات: 66.7%
- صعوبة التحكم في التفاصيل: 42.9%