

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

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

الفهرس

4	المقدمة	
6	1 موضوع الدراسة وإشكاليته	
6	1.1 الإشكالية	
7	1.2 فرضيات الدراسة	
7	1.3 أسباب اختيار الموضوع	
7	1.4 أهمية الدراسة	
8	1.5 أهداف الدراسة	
8	1.6 تحديد المفاهيم	
8	1.7 الدراسات السابقة	
9	1.8 المقاربة النظرية	
9	2 الإجراءات المنهجية	
10	2.1 منهج الدراسة	
10	2.2 نوع الدراسة	
11	2.3 أداة جمع البيانات	
12	2.4 مجتمع البحث	
13	2.5 مجالات الدراسة	

المقدمة

شهدت بيئة الإعلام الرقمي خلال العقد الأخير تحولات جوهرية بفعل التطورات المتسارعة في تقنيات الذكاء الاصطناعي، والتي لم تعد تقتصر على التحليل البياني أو الأتمتة الإدارية، بل امتدت لتشمل مجالات الإبداع البصري وإنتاج المحتوى الرقمي. فقد أظهرت تقنيات مثل التوليد الصوري المعتمد على الشبكات التوليدية الخصومية (GANs) ونماذج الانتشار (Diffusion Models) قدرة عالية على إنتاج تصاميم بصرية معقدة تحاكي الإبداع البشري (Goodfellow et al., 2014; Rombach et al., 2022).

في سياق التصميم البصري للمحتوى الرقمي، أصبحت أدوات الذكاء الاصطناعي مثل أدوات التصميم التوليدي، وتحسين الصور تلقائيًا، واقتراح أنماط لونية وتكوينية، عناصر فاعلة في سير العمل الإبداعي للمصممين الرقميين. وقد أشار تقرير McKinsey (2023) إلى أن الذكاء الاصطناعي التوليدي يمكن أن يسهم في رفع إنتاجية القطاعات الإبداعية بنسبة تتجاوز 30%.

وعلى المستوى الأكاديمي، بدأت الدراسات الأجنبية في تناول تأثير الذكاء الاصطناعي على الصناعات الإبداعية، مركزة على قضايا الإنتاجية، والتحول المهني، وأخلاقيات الاستخدام (Dwivedi et al., 2023). إلا أن الدراسات العربية لا تزال محدودة في تناول الاستخدام الفعلي لهذه التقنيات داخل بيئة المصممين الرقميين، خاصة من منظور ميداني يدرس أنماط الاستخدام وسياقاته المهنية.

من هنا تبرز أهمية هذه الدراسة، التي تسعى إلى تحليل أنماط استخدام الذكاء الاصطناعي في التصميم البصري للمحتوى الرقمي، من خلال دراسة ميدانية على عينة من المصممين الرقميين، للكشف عن طبيعة الاستخدام، دوافعه، مستواه، وتأثيره على العملية الإبداعية وجودة المخرجات.

الإطار المنهجي

الإطار المنهجي للدراسة

1 موضوع الدراسة وإشكالياتها

موضوع الدراسة

يتناول هذا البحث دراسة أنماط استخدام الذكاء الاصطناعي في التصميم البصري للمحتوى الرقمي لدى المصممين الرقميين، وذلك في ظل التطور المتسارع للتقنيات الرقمية وانتشار أدوات الذكاء الاصطناعي التي أصبحت جزءاً أساسياً من بيئة العمل في مجالات الإعلام الرقمي وصناعة المحتوى. ويهدف البحث إلى التعرف على كيفية استخدام المصممين الرقميين لهذه التقنيات في مراحل التصميم المختلفة، ومدى تأثيرها في جودة المخرجات البصرية والعملية الإبداعية في إنتاج المحتوى الرقمي.

1.1 الإشكالية

شهد مجال الإعلام الرقمي خلال السنوات الأخيرة تحولات متسارعة نتيجة التطور الكبير في تقنيات الذكاء الاصطناعي، خاصة الذكاء الاصطناعي التوليدي الذي أصبح قادراً على إنتاج الصور والتصاميم البصرية بشكل آلي وبجودة عالية. وقد أدى انتشار هذه التقنيات إلى تغيرات واضحة في طبيعة العمل في المجالات الإبداعية، وعلى رأسها مجال التصميم البصري للمحتوى الرقمي.

ومع تزايد استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الرقمي، أصبح المصمم الرقمي يعمل في بيئة جديدة تعتمد على التكامل بين الإبداع البشري والتقنيات الذكية. إذ توفر هذه الأدوات إمكانيات متعددة مثل توليد الصور، واقتراح الألوان والتكوينات البصرية، وتحسين جودة التصاميم، وتسريع عملية الإنتاج، مما يساهم في تطوير جودة المخرجات البصرية وتقليل الوقت والجهد المبذولين في عملية التصميم.

ورغم الانتشار الواسع لهذه التقنيات في مجال التصميم الرقمي، إلا أن طبيعة استخدام المصممين الرقميين لأدوات الذكاء الاصطناعي ما تزال غير واضحة بشكل كافٍ، خاصة في البيئة العربية. فبعض المصممين يستخدمون هذه الأدوات كوسيلة مساعدة لدعم العملية الإبداعية، في حين يعتمد عليها آخرون بشكل أكبر في إنتاج التصاميم البصرية.

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 المصممين الرقميين.
-

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. الأهمية العلمية:

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. الأهمية التطبيقية:

تساعد نتائج هذه الدراسة المصممين الرقميين والمؤسسات الإعلامية على فهم كيفية الاستفادة من أدوات الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة التصميم وتسريع عملية الإنتاج.

3. الأهمية المهنية:

توضح هذه الدراسة أثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي على طبيعة عمل المصممين الرقميين، ودورها في تطوير مهاراتهم الإبداعية في بيئة العمل الرقمية.

4. الأهمية المستقبلية:

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).
إجرائيًا 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 (Dwivedi et al., 2023).
إجرائيًا في هذه الدراسة: يقصد به استخدام التقنيات القادرة على توليد عناصر بصرية جديدة تساهم 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 فعّالة وجذابة.
إجرائيًا في هذه الدراسة: يقصد به إنتاج المحتوى المرئي الذي يساهم في نقل الرسالة الإعلامية عبر المنصات الرقمية.

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.

المصممين الرقميين :

لغة: 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 يساهمون في بناء الرسالة الإعلامية من خلال التصميم البصري داخل بيئة الإعلام الرقمي.

1.7 الدراسات السابقة

الدراسات السابقة

اهتمت العديد من الدراسات الحديثة بدراسة تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجالات الإبداعية والإعلامية، خاصة في مجال إنتاج المحتوى الرقمي والتصميم البصري. وفيما يلي عرض لأبرز الدراسات التي تناولت هذا الموضوع، والتي ترتبط بمتغيرات البحث الحالي.

الدراسة الأولى

Dwivedi et al., 2023

تناولت هذه الدراسة تأثير الذكاء الاصطناعي التوليدي في الصناعات الإبداعية، وهدفت إلى تحليل دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير إنتاج المحتوى الرقمي وتحسين الأداء الإبداعي في مختلف المجالات الإعلامية.

اعتمدت الدراسة على منهج المراجعة التحليلية للأدبيات العلمية المتعلقة باستخدام الذكاء الاصطناعي في الصناعات الإبداعية.

توصلت الدراسة إلى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي أصبحت تلعب دوراً مهماً في دعم العملية الإبداعية، حيث تساعد المصممين وصناع المحتوى على تسريع عملية الإنتاج وتحسين جودة المخرجات البصرية.

أوجه الاستفادة من الدراسة:

تساعد هذه الدراسة في دعم الإطار النظري للبحث الحالي من خلال توضيح دور الذكاء الاصطناعي في تطوير العملية الإبداعية في مجال التصميم البصري للمحتوى الرقمي.

الدراسة الثانية

Rombach et al., 2022

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل نماذج الانتشار (Diffusion Models) المستخدمة في توليد الصور الرقمية باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.

اعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي لتطوير نموذج قادر على توليد صور رقمية عالية الجودة اعتماداً على الأوامر النصية.

وأظهرت النتائج أن نماذج الذكاء الاصطناعي الحديثة تمثل نقلة نوعية في مجال إنتاج الصور والتصاميم الرقمية، حيث تمكن المصممين من إنتاج تصاميم معقدة بسرعة وكفاءة عالية.

أوجه الاستفادة من الدراسة:

تفيد هذه الدراسة في توضيح التطور التقني في أدوات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في التصميم البصري.

الدراسة الثالثة

McKinsey Report, 2023

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل تأثير الذكاء الاصطناعي التوليدي في القطاعات الإبداعية، بما في ذلك التصميم الرقمي وإنتاج المحتوى البصري.

اعتمدت الدراسة على تحليل البيانات والتقارير المتعلقة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية والشركات الرقمية.

وتوصلت الدراسة إلى أن استخدام الذكاء الاصطناعي يمكن أن يسهم في رفع إنتاجية العاملين في المجالات الإبداعية بنسبة تتجاوز 30%، كما يساعد في تقليل الوقت والجهد المبذولين في مراحل التصميم المختلفة.

أوجه الاستفادة من الدراسة:

تسهم هذه الدراسة في توضيح الأثر الإنتاجي لاستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في مجال التصميم البصري.

الدراسة الرابعة

Kaplan & Haenlein, 2019

تناولت هذه الدراسة مفهوم الذكاء الاصطناعي التوليدي ودوره في إنتاج المحتوى الرقمي.

اعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي لدراسة تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي وصناعة المحتوى.

وأظهرت النتائج أن الذكاء الاصطناعي أصبح أحد أهم الأدوات المستخدمة في إنتاج المحتوى الرقمي، حيث يساعد في تحسين جودة المحتوى وتسريع عملية الإنتاج.

أوجه الاستفادة من الدراسة:

تدعم هذه الدراسة فهم الدور المتزايد للذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الرقمي.

الدراسة الخامسة

Floridi et al., 2018

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل التأثيرات الاجتماعية والمهنية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في المجالات الإبداعية.

اعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي لمناقشة التحديات الأخلاقية والمهنية المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الإبداعي.

وأظهرت النتائج أن استخدام الذكاء الاصطناعي قد يغير طبيعة العمل الإبداعي، لكنه في الوقت نفسه يوفر فرصاً جديدة للمصممين لتطوير مهاراتهم الإبداعية.

أوجه الاستفادة من الدراسة:

تفيد هذه الدراسة في تحليل تأثير الذكاء الاصطناعي على دور المصمم الرقمي في بيئة الإعلام الرقمي.

الدراسة السادسة

Elgammal et al., 2017

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل قدرة تقنيات الذكاء الاصطناعي على إنتاج أعمال فنية وتصاميم إبداعية باستخدام الخوارزميات الذكية.

استخدمت الدراسة المنهج التجريبي لتطوير نماذج قادرة على إنتاج أعمال فنية رقمية باستخدام تقنيات التعلم الآلي.

وأظهرت النتائج أن الذكاء الاصطناعي قادر على إنتاج تصاميم مبتكرة يمكن استخدامها في مجالات التصميم والفنون الرقمية.

أوجه الاستفادة من الدراسة:

تساعد هذه الدراسة في فهم العلاقة بين الذكاء الاصطناعي والإبداع في مجال التصميم البصري.

الدراسة السابعة

Manovich, 2019

ركزت هذه الدراسة على دور التقنيات الرقمية الحديثة في تطوير التصميم البصري في عصر الإعلام الرقمي.

اعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي لدراسة العلاقة بين التكنولوجيا والإبداع البصري.

وأظهرت النتائج أن الأدوات الرقمية المتقدمة، بما في ذلك تقنيات الذكاء الاصطناعي، أصبحت جزءاً أساسياً من عملية التصميم البصري.

أوجه الاستفادة من الدراسة:

تسهم هذه الدراسة في دعم الإطار النظري المتعلق بتطور التصميم البصري في البيئة الرقمية.

الدراسة الثامنة

Goodfellow et al., 2014

تناولت هذه الدراسة تطوير الشبكات التوليدية الخصومية (GANs) ودورها في إنتاج صور وتصاميم رقمية تحاكي الإبداع البشري.

اعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي لتطوير نموذج قادر على توليد صور رقمية واقعية باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.

وتوصلت الدراسة إلى أن هذه التقنية يمكن أن تستخدم في مجالات التصميم الرقمي والإعلام المرئي.

أوجه الاستفادة من الدراسة:

توضح هذه الدراسة الأساس التقني الذي تعتمد عليه العديد من أدوات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في التصميم الرقمي.

الدراسة التاسعة

Boden, 2016

ركزت هذه الدراسة على العلاقة بين الذكاء الاصطناعي والإبداع الفني.

اعتمدت الدراسة على المنهج النظري لتحليل مفهوم الإبداع في ظل استخدام التقنيات الذكية.

وأظهرت النتائج أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يكون أداة داعمة للإبداع وليس بديلاً عنه.

أوجه الاستفادة من الدراسة:

تساعد هذه الدراسة في تفسير العلاقة بين الإبداع البشري والتقنيات الذكية في التصميم.

الدراسة العاشرة

Runco & Jaeger, 2012

تناولت هذه الدراسة مفهوم الإبداع في المجالات الرقمية وتأثير التكنولوجيا في تطوير العملية الإبداعية.

اعتمدت الدراسة على المنهج النظري لتحليل دور الأدوات الرقمية في تعزيز الإبداع.

وأظهرت النتائج أن التقنيات الرقمية تساعد في توسيع إمكانيات المصممين وتطوير أساليب التصميم.

أوجه الاستفادة من الدراسة:

تدعم هذه الدراسة الجانب النظري المتعلق بالإبداع في التصميم البصري.

التحليل العام للدراسات السابقة

يتضح من خلال استعراض الدراسات السابقة أن معظم الأبحاث ركزت على تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصناعات الإبداعية وإنتاج المحتوى الرقمي، كما تناولت بعض الدراسات التطورات التقنية للأدوات المستخدمة في توليد الصور والتصاميم الرقمية.

إلا أن الدراسات التي تناولت أنماط استخدام الذكاء الاصطناعي لدى المصممين الرقميين بشكل ميداني ما تزال محدودة، خاصة في البيئة العربية. لذلك تسعى الدراسة الحالية إلى تحليل أنماط استخدام الذكاء الاصطناعي في التصميم البصري للمحتوى الرقمي من خلال دراسة ميدانية على عينة من المصممين الرقميين، وذلك للكشف عن مستوى استخدام هذه التقنيات وتأثيرها على جودة التصميم والعملية الإبداعية.

1.8 المقاربة النظرية

تستند هذه الدراسة إلى مجموعة من المقاربات النظرية المرتبطة باستخدام التكنولوجيا الحديثة في المجال الإعلامي والإبداعي، حيث يشهد مجال الإعلام الرقمي تحولاً ملحوظاً نتيجة التطور السريع في تقنيات الذكاء الاصطناعي.

وتعد نظرية التحول الرقمي من أبرز المقاربات النظرية التي يمكن الاستناد إليها في تفسير استخدام التقنيات الحديثة في إنتاج المحتوى الرقمي، حيث تشير هذه المقاربة إلى أن التطور التكنولوجي يؤدي إلى تغييرات في طبيعة العمل الإعلامي وأساليب إنتاج المحتوى.

كما يمكن الاستفادة من مقاربة الإبداع الرقمي التي تركز على دور الأدوات التكنولوجية في تطوير العملية الإبداعية، حيث تساعد التقنيات الرقمية الحديثة، ومن بينها تقنيات الذكاء الاصطناعي، في توسيع إمكانيات المصممين الرقميين وتوفير أدوات جديدة تساعدهم في إنتاج تصاميم أكثر ابتكاراً وجودة.

وفي ضوء هذه المقاربات النظرية، تسعى الدراسة الحالية إلى تحليل أنماط استخدام الذكاء الاصطناعي في التصميم البصري للمحتوى الرقمي، والكشف عن تأثير هذه التقنيات في العملية الإبداعية لدى المصممين الرقميين.

2 الإجراءات المنهجية

تنبئ هذه الدراسة مقارنة 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 إجرائياً 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 (ضمنيًا) 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:

يُقاس: 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:

يُقاس: 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: "اذكر 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 ملائمة 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 (60) مصمماً رقمياً حسب إمكانيات الباحث، على أن تمثل مستويات مختلفة من الخبرة وطبيعة العمل، بما يسمح بالمقارنة واختبار الفرضيات.

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.