

## تأثير أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدى في منصة Canva على تشكيل الهوية البصرية: دراسة تحليلية

**The Impact of Canva's Generative AI Tools on Visual Identity**

**Formation: An Analytical Study**

د. رakan غازي عبد الله الفالح: أستاذ مساعد في الإعلام الرقمي، وزارة التربية والتعليم، الإمارات العربية المتحدة.

**Dr. Rakan Ghazi Abdullah Al-Faleh:** Assistant Professor of Digital Media, Ministry of Education, United Arab Emirates.

Email: [rakangaze99@gmail.com](mailto:rakangaze99@gmail.com)

<https://orcid.org/0009-0000-2208-1014>

**DOI:** <https://doi.org/10.56989/benkj.v5i12.1640>

2025-11-01 تاريخ النشر

2025-10-15 تاريخ القبول:

2025-07-26 تاريخ الاستلام:

## الملخص:

تهدف هذه الدراسة التحليلية إلى تقييم أثر دمج أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدية في منصة Canva على عملية تشكيل الهوية البصرية للعلامات التجارية والمشروعات المختلفة. وتكسب هذه الدراسة أهميتها نظراً للتزايد الملحوظ في الاعتماد على أدوات التصميم الذكية وسهولة الوصول إليها من قبل غير المتخصصين، وهو ما يثير تساؤلات جوهرية حول قدرة هذه الأدوات على تحقيق التماสك والأصالة والاتساق البصري في المخرجات التصميمية. وقد هدفت الدراسة إلى فحص مدى مساهمة أدوات Canva في دعم أو إضعاف الخصائص المميزة للهوية البصرية، مع تقديم تقييم نقدي للأثر الجمالي والوظيفي الناتج عنها. اعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي النقدي، من خلال تحليل وظائف الأدوات عبر الاستخدام الفعلي ودراسة نماذج من التطبيقات الواقعية، بالإضافة إلى مراجعة معمقة للأدبيات العلمية ذات الصلة. وقد خلصت النتائج إلى أن أدوات Canva تُسهم بشكل كبير في تيسير وإنشاء العناصر البصرية للهوية، إلا أنها قد تنتج هويات سطحية ومتقدمة في حال غياب التوجيه الإبداعي المتخصص.

**الكلمات المفتاحية:** الهوية البصرية، الذكاء الاصطناعي التوليدية، التصميم الجرافيكى، الأصالة البصرية، الاتساق البصري، الإبداع البشري.

## Abstract:

This analytical study aims to evaluate the impact of integrating Generative Artificial Intelligence (AI) tools within the **Canva** platform on the process of forming visual identity for various brands and projects. This research gains importance due to the notable increase in reliance on smart design tools and their accessibility to non-specialists, raising fundamental questions about the capacity of these tools to achieve cohesion, authenticity, and visual consistency in design outputs. The study's primary objective was to examine the extent to which Canva tools contribute to either supporting or undermining the distinctive characteristics of visual identity, alongside providing a critical assessment of the resulting aesthetic and functional impact. The research employed a critical analytical methodology, which involved analyzing the tools' functions through actual usage and examining real-world application models, as well as an in-depth review of relevant scientific literature. The findings concluded that Canva tools significantly contribute to facilitating and generating visual identity elements; however, they may produce superficial and individuality-lacking identities in the absence of specialized creative direction.

**Keywords:** Visual Identity, Generative Artificial Intelligence, Canva, Graphic Design, Visual Authenticity, Visual Consistency, Human Creativity.

## المبحث الأول: الإطار العام للدراسة

### المقدمة:

نظراً للتطورات المتسارعة في التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي، شهد مجال التصميم الجرافيكي تحولات جذرية (Zhou et al., 2024). وبعد أن كان التصميم حكراً على المحترفين الذين يستخدمون برامج متخصصة، أصبح اليوم متاحاً لشريحة واسعة من المستخدمين عبر منصات رقمية سهلة الاستخدام مثل Canva، التي يسرت إنشاء المحتوى البصري حتى للمبتدئين. وتُعد الهوية البصرية من المجالات الرئيسية المتأثرة بهذا التحول، وهي مجموعة متكاملة من العناصر البصرية (كالألوان، والخطوط، والتركيب) التي تعكس الجوهر الفريد للعلامة التجارية أو المنتج.

وفي ظل هذا التطور، بُرِزَت أهمية الأخلاقيات والمسؤولية الاجتماعية كعنصر مركزي في التصميم، ليس فقط من ناحية الحفاظ على البيئة، بل أيضاً من حيث الحفاظ على الأصالة والملائمة والتأثير الاجتماعي طويلاً الأمد (Brandsma, 2024). وقد أدى الدمج والتكميل الواسع للذكاء الاصطناعي في أدوات التصميم إلى ظهور منصات مثل Canva. تقدم Canva للمستخدمين قوالب جاهزة وواجهات سحب وإفلات، ومؤخراً أدوات جديدة معتمدة على الذكاء الاصطناعي التوليدية مثل (توليد الصور من النصوص والكتابة السحرية). هذا التطور أتاح للمستخدمين إنشاء محتوى بصري بسهولة وسرعة، وجعل عملية التصميم أكثر سلاسة لغير المختصين (Gehred, 2020).

بناءً على ما سبق، تقدم هذه الدراسة تحليلاً نقدياً لمدى مساهمة أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدية في منصة Canva في تشكيل الهوية البصرية أو تأكليها، وذلك من خلال تحليل هذه الأدوات في ضوء المبادئ الأساسية للتصميم، وتقييم تأثيرها على الإبداع الفردي.

### مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

مع الانتشار المتسارع لأدوات التصميم المعتمدة على الذكاء الاصطناعي، أصبح بإمكان مختلف فئات المستخدمين إنتاج تصاميم بصرية بجودة مقبولة دون الحاجة إلى خلفية متخصصة في التصميم الجرافيكي. وتعُد منصة Canva من أبرز هذه الأدوات.

ومع ذلك، فإن هذا التحول الرقمي في أدوات التصميم يثير تساؤلات جوهرية حول مدى تأثير هذه التسهيلات على الهوية البصرية، لا سيما فيما يتعلق بجوانب الأصالة والتميز والالتزام بالمبادئ التصميمية الأساسية. فرغم ما تتيحه هذه المنصات من إمكانيات، يُبدي العديد من المصممين المحترفين مخاوف حقيقة من الاعتماد المفرط على القوالب الجاهزة، لما له من دور

في إنتاج تصاميم متشابهة ومفقودة للهوية الإبداعية. إن الخطر الأكاديمي يكمن فيما إذا كانت أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدية تُكرس نمطية بصرية تُضعف التفرد التعبيري للعلامات التجارية، أو أنها ببساطة تنقل دور المصمم إلى مستوى جديد يتطلب منه مهارات توجيه إبداعي متقدمة.

#### أسئلة الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات التالية:

1. ما هو دور أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدية في Canva في إنتاج المحتوى البصري وتأثيرها على مكونات الهوية البصرية؟
2. إلى أي مدى تلتزم التصاميم المنتجة عبر أدوات Canva بالمفاهيم والمبادئ الأساسية للتصميم الجرافيكي (التوازن والتباين والانسجام)؟
3. ما العلاقة بين الاعتماد على أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدية في Canva وقدان التفرد والأصالة في الهوية البصرية؟
4. ما هو التأثير النقدي لأدوات Canva على الإبداع البشري: هل تعزز القدرات التصميمية أم تضعفها؟
5. ما هي التوصيات المنهجية التي يمكن تقديمها للمصممين والمستخدمين لاستخدام أدوات Canva بوعي لحفظها على أصالة الهوية البصرية؟

#### منهج الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج التحليلي النقدي، والذي يجمع بين التحليل الوصفي لوظائف الأدوات التقنية والتقييم المعياري لتأثيرها ضمن سياقات التصميم البصري. ويهدف هذا المنهج إلى تحليل وظائف أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدية في Canva وتقييم مدى مساهمتها في تشكيل أو إضعاف الهوية البصرية من منظور وظيفي وجمالي، وهو ما يناسب الدراسات التي تتطلب فحصاً عميقاً للممارسات التكنولوجية وتقييم انعكاساتها على المبادئ الأساسية للتخصص.

#### أهداف الدراسة:

تهدف هذا الدراسة إلى:

1. تحليل دور أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدية في Canva في إنتاج المحتوى البصري، وتحديد مدى تأثيرها على مكونات الهوية البصرية.
2. تقييم مدى التزام التصاميم المنتجة عبر أدوات Canva بالمفاهيم والمبادئ الأساسية للتصميم الجرافيكي مثل التوازن، التباين، والانسجام.

3. استكشاف العلاقة بين الاعتماد على أدوات الذكاء الاصطناعي وفقدان التفرد والأصالة في الهوية البصرية، أو إنتاج تصاميم نمطية ومتتشابهة.

4. تحليل نقدي لتأثير أدوات Canva على الإبداع البشري، وتحديد ما إذا كانت تعزز القدرات التصميمية أم تُضعفها.

5. اقتراح توصيات للمصممين والمستخدمين حول كيفية استخدام أدوات Canva بوعي لتعزيز الهوية البصرية دون المساس بأصالتها.

#### أهمية الدراسة:

تأتي أهمية هذه الدراسة من التحول المتسارع في أدوات التصميم الجرافيكى، خصوصاً مع دمج الذكاء الاصطناعي التوليدى في منصات شائعة مثل Canva. فقد أصبحت هذه الأدوات بديلاً شائعاً للتصميم اليدوى، مما يطرح تساؤلات حول أثرها على الهوية البصرية للأفراد والمؤسسات.

تُسلط الدراسة الضوء على الجوانب الإبداعية والتقنية لهذه الأدوات، وتُقدم تقييمًا نقدياً لمخرجاتها من حيث الجودة، والأصالة، والتتنوع. كما تُمكّن الدراسة المصممين والباحثين والمستخدمين من اتخاذ قرارات مدرورة حول استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدى في التصميم، مع التركيز على الحفاظ على تفرد الهوية البصرية في ظل التكرار الناتج عن القوالب الجاهزة.

#### المبحث الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة

يهدف هذا المبحث إلى توفير الأساس النظري والمعرفي للدراسة، من خلال تحديد المصطلحات المفتاحية، واستعراض الدراسات السابقة التي تناولت العلاقة بين الذكاء الاصطناعي التوليدى والهوية البصرية.

#### مصطلحات الدراسة:

لضمان الدقة المنهجية، تم تحديد المصطلحات الأساسية للدراسة ك الآتي:

#### الهوية البصرية (Visual Identity):

- التعريف: هي المنظومة المتكاملة من العناصر البصرية (الشعار، الألوان، الخطوط، التراكيب) التي تمثل الواجهة المرئية للعلامة التجارية، وتعكس جوهرها وقيمها الجوهرية.
- التعريف الإجرائي: هي مجموعة العناصر البصرية التي يتم تحليل مدى اتساقها وأصالتها عند إنتاجها أو تعديلها باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدى في Canva.

## الذكاء الاصطناعي التوليد (Generative AI):

- التعريف: هو فرع من علوم الحاسوب يعني بتصميم أنظمة قادرة على إنتاج محتوى بصري أو نصي جديد ومبتكر بناءً على مدخلات المستخدم، دون الحاجة لتدخل بشري في كل مرحلة (Jerbić, 2022).
- التعريف الإجرائي: هي الأدوات المدمجة في منصة Canva والتي تستخدم تقنيات التعلم العميق لتوليد المحتوى، مثل (الكتابة السحرية، توليد الصور من النصوص)، والتي يتم تحليل تأثيرها على أصلية التصميم.

### Canva:

- التعريف: هي أداة تصميم جرافيك قائمة على الويب (سحابية) تعتمد على واجهة السحب والإفلات، مما يتيح للمستخدمين غير المتخصصين إنشاء محتوى بصري باستخدام القوالب والعناصر الجاهزة (Gehred, 2020).
- التعريف الإجرائي: هي البيئة التقنية التي تم تحليل أدواتها الذكية المدمجة (Generative AI Tools) لدراسة مدى مساهمتها في تشكيل أو إضعاف الهوية البصرية.

### الدراسات السابقة:

أدى التكامل المتزايد للذكاء الاصطناعي في بيانات التصميم الجرافيك إلى بروز تساؤلات جوهرية تتعلق بتأثير هذه الأدوات على تشكيل الهويات البصرية. وقد تطرقت مجموعة من الدراسات الحديثة إلى هذا الموضوع من زوايا تقنية ونقدية مقاطعة، مقدمةً رؤى تحليلية حول الإمكانيات والمخاطر التي تنتهي إليها هذه التحولات التكنولوجية. وفيما يلي استعراض للدراسات السابقة مرتبةً من الأحدث للأقدم، مع الإشارة إلى أهدافها ومنهجياتها ونتائجها الرئيسية:

الهدف الرئيسي، المنهجية، وأهم النتائج	عنوان الدراسة	سنة النشر	اسم الباحث (المؤلف)	الترقيم
الهدف: تحليل أثر أدوات الذكاء الاصطناعي (Midjourney) على المهارات الإبداعية لطلاب التصميم. النتيجة الرئيسية: أدوات الذكاء الاصطناعي تعزز الإنتاجية، لكنها تتطلب وعيًا منهجياً لحفظ الأصلية.	تأثير استخدام منصة Midjourney على مهارات تصميم الشخصيات المتحركة	2025	Khasawneh, Al-Shboul, & Al-Saaideh	1.

الهدف الرئيسي، المنهجية، وأهم النتائج	عنوان الدراسة	سنة النشر	اسم الباحث (المؤلف)	الترقيم
<b>الهدف:</b> تقييم المفاضلة بين السرعة والكفاءة التي توفرها القوالب الجاهزة وفقدان الأصالة البصرية. <b>النتيجة الرئيسية:</b> فعالية أدوات الذكاء الاصطناعي مشروطة بالشخصي البشري الواقعى لتجنب التحيط البصري.	مستقبل هوية العلامة التجارية: كيف يعيد الذكاء الاصطناعي التوليدى تشكيل المشهد البصري	2024	Brandsma, N.	2.
<b>الهدف:</b> تسليط الضوء على أهمية "التفاعل غير الخطى" في تصميم التجارب الإبداعية مع أدوات الذكاء الاصطناعي. <b>النتيجة الرئيسية:</b> دمج هذه الأدوات بقدرات حوارية يجعل منها شركاء تصميم قادرين على تحفيز التفكير النقدي لدى المستخدم (الذكاء الهجين).	التصميم المشترك مع الذكاء الاصطناعي: نماذج التفاعل غير الخطى لأنظمة الإبداعية	2024	Zhou, J. et al.	3.
<b>الهدف:</b> دراسة الآثار الثقافية والسياسية لتبني الهويات البصرية الديناميكية المعتمدة على الذكاء الاصطناعي في المنطقة العربية. <b>النتيجة الرئيسية:</b> الذكاء الاصطناعي يفتقر إلى الوعي الثقافي والسياسي، والهوية البصرية الفعالة تتطلب بعدها سرديةً وتاريخياً.	ثورة الذكاء الصناعي وأثرها على الإبداع والتصميم	2025	محمد، إيمان عبد الباقي	4.
<b>الهدف:</b> تطوير إطار لتوليد التصاميم البصرية قائماً على نموذج "المحول الانتشار الهرمي" لإنشاء هيكل بصري متعدد الطبقات. <b>النتيجة الرئيسية:</b> تدعم هذه التقنية إمكانيات التصميم	المحول الانتشار الهرمي لتوليد التخطيط البصري المرن	2023	Jia, S. et al.	5.

الهدف الرئيسي، المنهجية، وأهم النتائج	عنوان الدراسة	سنة النشر	اسم الباحث (المؤلف)	الترقيم
الهدف: التوبيدي المتقدم، مما يجعلها متوافقة مع بيئة مثل Canva.				
الهدف: عرض مثال عملي لتجربة تصميم علامة تجارية باستخدام ميزات الذكاء الاصطناعي لغير المتخصصين. النتيجة الرئيسية: أظهرت الدراسة قدرة المستخدمين غير المتخصصين على إنتاج مخرجات متماسكة، لكنها نبهت إلى حدود الأدوات في غياب الرمزية المعمقة.	استخدام الذكاء الاصطناعي في بناء Canva لعلامة التجارية بدون شهادة تصميم	2023	Aryan	6.
الهدف: تحليل معمق لحملات تسويق حقيقة استُخدم فيها الذكاء الاصطناعي لتوليد عناصر الهوية البصرية. النتيجة الرئيسية: يمكن لهذه الأدوات تعزيز التمييز والتفاعلية شريطة أن تُستخدم في إطار استراتيجي وتحت إشراف خبراء متخصصين في بناء العلامة.	الذكاء الاصطناعي مقابل الإنسان: تصورات الجمهور لقدرات التصميم للذكاء الاصطناعي	2023	Chong	7.
الهدف: توضيح التعاون التفاعلي بين المصمم البشري والذكاء الاصطناعي في تصميم الهويات البصرية. النتيجة الرئيسية: الذكاء الاصطناعي لا يُمثل بديلاً للإبداع البشري، بل يُشكل شريكاً يعزز عمليات الاستكشاف البصري وتوليد البدائل (الذكاء الاصطناعي).	الذكاء الاصطناعي في تصميم الهويات البصرية: دراسة حالة (a)	2022	Jerbić, B. et al.	8.
الهدف: تقديم نموذج منهجي للتكميل بين الذكاء البشري	التعاون المشترك بين الأنواع في تصميم	2022	Jerbić, B. et al.	9.

الهدف الرئيسي، المنهجية، وأهم النتائج	عنوان الدراسة	سنة النشر	اسم الباحث (المؤلف)	الترقيم
والاصطناعي في عمليات بناء الهوية البصرية للعلامات التجارية. <b>النتيجة الرئيسية:</b> فعالية الذكاء الاصطناعي تكمن في قدرته على تسريع توليد الأفكار، شريطة أن تُ scl بواسطة الإدراك الجمالي والخبرة المهنية للمصمم.	الهوية البصرية (b)			

#### التعقيب على الدراسات السابقة:

تظهر الدراسات السابقة اتفاقاً واسعاً على أن دمج الذكاء الاصطناعي في التصميم (كما في Canva) يعزز الكفاءة ويسرع مراحل العمل (Aryan, 2023)، لكن هذا التطور يثير مخاوف جوهرية حول الأصالة والتفرد (Brandsma et al., 2024). وتأكد معظم الأبحاث على أن الحل يمكن في نموذج الذكاء الاصطناعي "شريكًا آليًا" يعمل تحت إشراف وتوجيه الإبداع البشري. وما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة هو تركيزها النقدي تحديداً على أدوات Canva المدمجة وتأثيرها المباشر على التطبيق العملي لمكونات الهوية البصرية، وتقديرها ضمن سياق المبادئ الأساسية للتصميم، وهو ما لم يتم تناوله بتحليل وظيفي نقدي متكملاً في الدراسات السابقة.

#### المبحث الثالث: النتائج والمناقشة

يهدف هذا المبحث إلى عرض ومناقشة النتائج التي توصلت إليها الدراسة من خلال المنهج التحليلي النقدي، حيث تم فحص وظائف أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدية في Canva وتقديرها على الهوية البصرية، وذلك استجابةً للأسئلة الأربع الأولى للدراسة.

##### عرض وتحليل وظائف أدوات الذكاء الاصطناعي (نتائج السؤال 1):

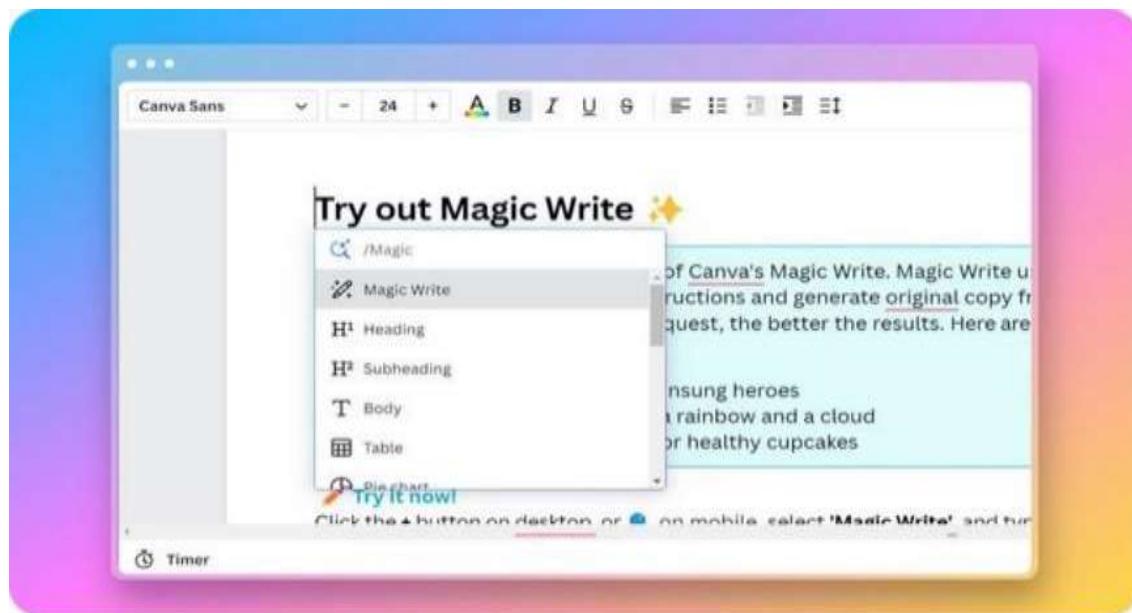
أظهر التحليل التفصيلي لوظائف الأدوات الخمسة أن كل أداة تُسهم في أتمتة مرحلة مختلفة من مراحل بناء الهوية البصرية، مع تباين في مدى دعمها لخصائص الهوية.

## 1. الكتابة السحرية (Magic Write)

### التعريف والأساس التقني:

تمثل أداة "الكتابة السحرية" (Magic Write) قدرة وظيفية متقدمة مُدرجة ضمن حزمة أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدية المدمجة في بيئة Canva Docs، وتستهدف بشكل أساسياً أتمتة المراحل الأولية لإنشاء المحتوى النصي المرتبط بال تصاميم. تعتمد هذه الأداة على تسخير إمكانات النماذج اللغوية الكبيرة (Large Language Models – LLMs)، وهي تقنية حاسوبية مدمجة مباشرة في واجهة المستخدم (Smith, 2023)، لتوليد النصوص في الوقت الفعلي. وتتمحور الوظيفة الإجرائية للأداة حول إنتاج مقتراحات نصية متنوعة تشمل العناوين، والفقرات الوصفية، أو المواد التسويقية، وذلك استناداً إلى توجيهات محددة يُدخلها المستخدم (Prompting)، كما يتضح في الشكل (1).

الشكل 1: أداة الكتابة السحرية



### التأثير المنهجي في الهوية البصرية:

يمكن تحليل تأثير "الكتابة السحرية" على الهوية البصرية من زاويتين متكاملتين:

1. دعم كفاءة الإنتاج اللغوي: تُسهم الأداة في تسريع دورة إنتاج المحتوى النصي والتسويقي بشكل كبير، مما يخدم الفرق والمشاريع التي تفتقر إلى كاتب محتوى متخصص، أو تلك التي تتطلب توليد كميات ضخمة من النصوص بسرعة فائقة (Aryan, 2023).

2. تعزيز الاتساق والتماسك: تمكّن هذه الأداة العلامة التجارية من الحفاظ على أسلوب لغوي موحد (Brand Voice) ونبرة صوت متسقة عبر التصاميم المختلفة، وهو ما يعزز الانسجام

البصري النصي، خاصة عند ربطها بالخطوط والألوان المعتمدة في صندوق الهوية البصرية. ومع ذلك، يظل تأثيرها مقتصرًا على الجانب اللغوي الوصفي للهوية، حيث تفتقر إلى القدرة على توليد سرد بصري رمزي عميق. (Chen & Wang, 2024)).

#### التقييم النقدي وتحديات الأصالة:

في حين تقدم الأداة مزايا واضحة في الكفاءة، يبرز التقييم النقدي تحديات جوهرية تتعلق بالأصالة والتميز، خاصة عند الاعتماد الكلي عليها:

1. مخاطر التمييط النصي (Textual Homogenization): تمثل مخرجات الأداة إلى أن تكون عامة (Generic) وتتفق إلى التفرد والخصوصية، مما يزيد من احتمالية تكرار الأنماط اللغوية وضعف التمايز بين العلامات التجارية المختلفة، نظراً لاعتمادها على مجموعات بيانات تدريبية متقاربة (Smith, 2023).

2. غياب السياق الرمزي والعمق الاستراتيجي: لا تستطيع الأداة فهم، أو توليد السياق الرمزي، أو الطابع التاريخي، أو الثقافي العميق الذي يميز هوية علامة ما عن غيرها. إن هذا العمق يتطلب توجيهها إبداعياً بشرياً استراتيجياً قادراً على دمج القيم والسرد القصصي في المحتوى، وهو دور لا يمكن للآلة محاكاته (Al-Fahad, 2025).

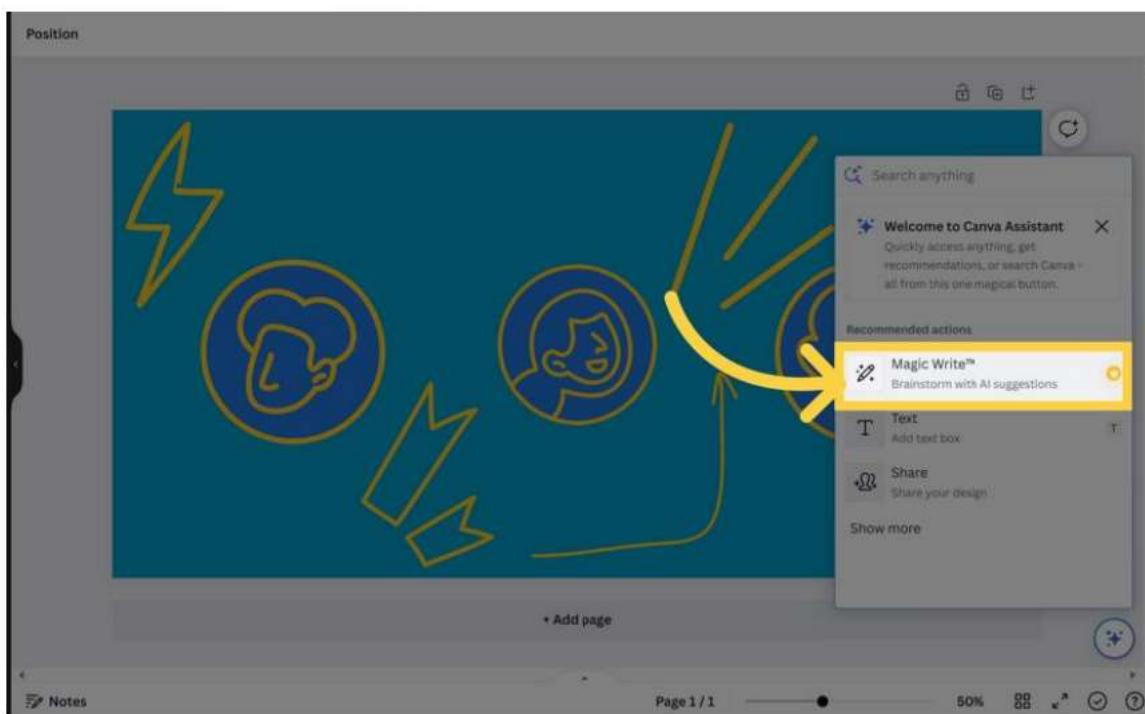
3. الخلاصة النقدية: يكمن التحدي في أن "الكتابة السحرية" تشجع على الإنتاجية السطحية على حساب الابتكار الإستراتيجي، مما ينقل مسؤولية الأصالة بالكامل إلى عاتق المستخدم، الذي يجب أن يعمل في إطار "الذكاء الاصطناعي" لضمان صقل المخرجات وتجنب التنمطية (Jerbić et al., 2022a)).

## 2. توليد الصور من النصوص (Image Generation from Text)

#### التعريف وأساس التقني:

تمثل أداة توليد الصور من النصوص في Canva واحدة من أحدث أدوات الذكاء الاصطناعي التوليد (Generative AI) المدمجة في المنصة. وتُعرف هذه الأداة بأنها نظام حاسوبي يستخدم خوارزميات الذكاء الاصطناعي، غالباً نماذج الانتشار (Diffusion Models)، لتحويل وصف نصي مدخل (Prompt)، مثل "منظر طبيعي عند الغروب بطبع كرتوني"، إلى مخرج بصري مرئي جديد وفريد. وتتيح واجهة "Canva Assistant" للمستخدمين الوصول إلى هذه الإمكانيات التوليدية ضمن بيئة التصميم المباشرة، كما يوضح الشكل (2). ويمكن لهذه الأداة

أن توفر للمستخدمين غير المتخصصين القدرة على إنتاج صور إبداعية وأفكار أولية للهوية بسرعة فائقة.



الشكل 2: أداة توليد الصور من النصوص.

### التأثير المنهجي في الهوية البصرية:

ُسهم أداة توليد الصور في تغيير ديناميكيات بناء الهوية البصرية من خلال:

1. تعزيز التعبير الرمزي الأولي: تمنح هذه الأداة مرونة كبيرة في تطوير عناصر بصرية مبتكرة وفريدة للعلامة التجارية، مما يمكن أن يساهم في إنشاء رموز وصور تعبر عن هوية بصرية محددة دون الحاجة الفورية لمصمم متخصص.
2. دعم التماشي الأسلوبي: تُمكِّن الأداة من إنتاج محتوى بصري يتوافق مع نمط العلامة التجارية المحدد إذا تم توجيهها بمدخلات نصية دقيقة (Prompting).
3. توليد البدائل الإبداعية: تعد هذه الأداة ذات قيمة في المراحل الأولية للتصميم، حيث تسرع عملية استكشاف العديد من البدائل التصميمية لـ لغة بصرية رمزية (Jerbić et al., 2022).

### التقييم النقدي وتحديات التحكم:

على الرغم من إمكانياتها التوليدية، تواجه الأداة تحديات نقدية جوهيرية تتعلق بجودة المخرج النهائي والتحكم الإبداعي:

1. قيود التحكم والدقة: تعاني الأداة من محدودية في التحكم بالتفاصيل الدقيقة للمخرج البصري، مثل الخلفية، التكوين، والنسب الجمالية، مما يجعلها غير ملائمة للتصاميم التي تتطلب دقة هندسية أو بصرية عالية (Zheng, 2024).

2. التناقض الجمالي والمهنية: قد تفشل الأداة في تحقيق التناقض الجمالي المطلوب لهوية بصرية احترافية، خاصة فيما يتعلق بالخطوط، الألوان، وأسلوب التصوير، مما يؤدي إلى إنتاج صور غير متوافقة مع شخصية العلامة أو ذات جودة غير مهنية أو غير قابلة للطباعة (Lee & Kim, 2023).

3. خطر النتائج غير المتوقعة: يظل احتمال ظهور نتائج غريبة أو غير متوافقة مع شخصية العلامة التجارية قائماً، مما يتطلب تدخلاً بشرياً ندياً لتنقیح وتعديل المخرجات التوليدية.

### 3. صندوق الهوية البصرية (Brand Kit)

#### التعريف والوظيفة التنظيمية:

يُعد صندوق الهوية البصرية (Brand Kit) في منصة Canva أداة إدارية وتنظيمية مركبة باللغة الأهمية (Keller, 2016). تم تصميم هذه الميزة المتقدمة لتوفير مساحة موحدة تُستخدم لتخزين وتطبيق جميع الأصول الأساسية التي تشكل الهوية البصرية لعلامة تجارية، سواء للأفراد أو فرق العمل أو المؤسسات. وكما يوضح الشكل (3) (توضيح مجاني لوظيفة التحكم المركزي)، فإن هذا الصندوق يمثل حجر الزاوية لحكمة التصميم داخل المنصة.



الشكل 3: أداة صندوق الهوية البصرية.

تشمل المكونات الرئيسية التي يديرها هذا الصندوق ما يلي:

1. الألوان الرسمية للعلامة (Color Palettes): تضمن هذه اللوحات تطبيق الألوان المعتمدة باستمرار في جميع التصميمات لحفظه على التماقير البصرية الثابتة.
2. الخطوط المعتمدة (Brand Fonts): وهي مجموعة الخطوط المحددة التي تُعبّر عن نبرة وأسلوب العلامة التجارية (سواء كان حديثاً، تقليدياً، أو مرتناً).
3. الشعارات الرسمية (Logos): تخزن جميع نسخ الشعار المعتمدة (أفقي، عمودي، رمزي، أبيض وأسود) لتسهيل إدراجها وتطبيقها السليم.
4. العناصر البصرية الثابتة: تشمل الرموز، الأيقونات، أو القوالب الجاهزة التي تُعد جزءاً لا يتجزأ من الإطار البصري للعلامة.

#### التأثير الاستراتيجي في الاتساق البصري:

تكمّن القيمة الاستراتيجية لصندوق الهوية البصرية في كونه الضمانة التقنية لاتساق الهوية البصرية (Visual Consistency):

1. تدعيم الذاكرة المؤسسية: يعمل الصندوق كآلية لضمان تطبيق الهوية بشكل منظم ودقيق من قبل الفرق المختلفة، حتى تلك التي تفتقر إلى خلفية تصميم احترافية، مما يمنع التعديلات العشوائية أو الارتجالية (Wong, 2023).
2. تقوية حضور العلامة التجارية: عبر التكرار المنهجي لنفس العناصر البصرية، يُقوى الصندوق من حضور العلامة في ذهن المتلقي، مما يعزز التعرف عليها وتذكرها وفقاً لنظرية إدارة الهوية البصرية (Keller, 2016).
3. التركيز على التطبيق لا الإنشاء: يجب التأكيد على أن الأداة لا تقوم بإنشاء هوية جديدة؛ بل هي أداة لتنظيم وتطبيق هوية مصممة مسبقاً، مما يجعلها مثالياً للعلامات التي تثير حملات متعددة على قنوات مختلفة.

#### التقييم النقيدي وتحديات الأصالة:

على الرغم من فوائدها التنظيمية الواضحة، يفرض التقييم النقيدي لصندوق الهوية البصرية بعض التحديات المنهجية:

1. التبعية للإبداع الأولي: لا يُعد الصندوق أداة إبداعية بحد ذاته؛ فقيمتها الجمالية والاستراتيجية تعتمد كلّياً على جودة وقوة العناصر التي تم إدخالها فيها. إذا لم تكن العناصر البصرية

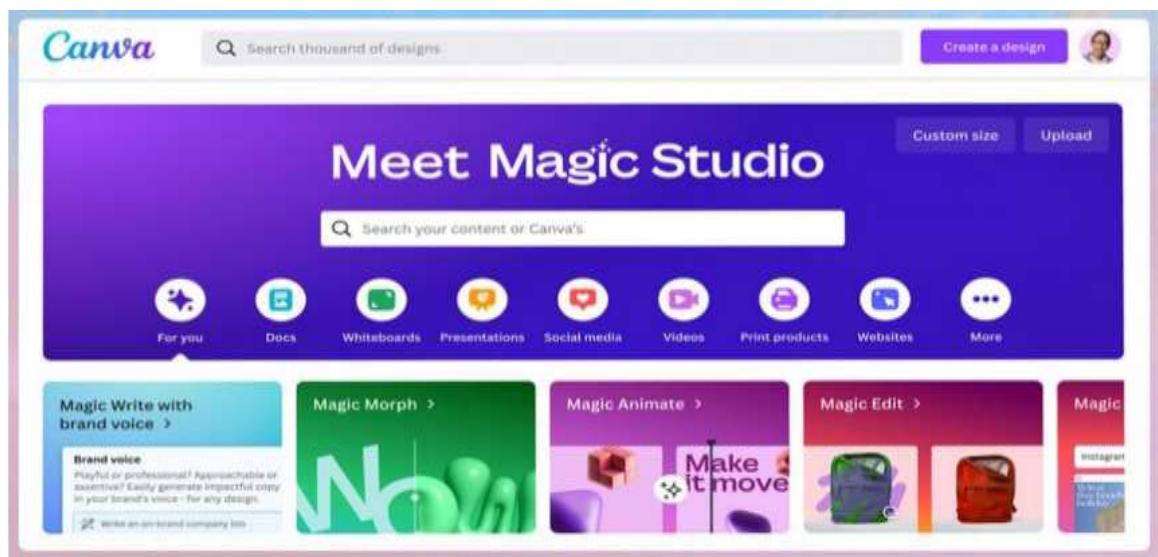
(الخطوط، الألوان، الشعارات) أصلية أو قوية، فلن يضيف الصندوق قيمة جمالية للعلامة، بل سيضمن فقط تكرار الضعف البصري (Hansen & Munk, 2025).

2. تقيد الإبداع التكتيكي: في بعض الأحيان، قد يؤدي التطبيق الصارم والمبرمج لعناصر الصندوق إلى تقيد المرونة التكتيكية في التصميم، مما يحد من فرص التكيف الإبداعي مع سياقات المنصات المتغيرة، خاصة إذا كانت القواعد المحددة صارمة للغاية.

#### 4. التصميم التلقائي (Auto-Design) ضمن مظلة Magic Studio

##### التعريف والميكانيكا الوظيفية:

تمثل أدوات التصميم التلقائي (Auto-Design) التي تتدرج تحت مظلة Magic Studio (Canva) في نقلة نوعية في أتمتة العملية التصميمية. تُعرف هذه الأدوات بأنها أنظمة توليدية تعتمد على خوارزميات الذكاء الاصطناعي لاقتراح وتوليد تخطيطات وتصاميم كاملة بشكل فوري. يتم التوليد بناءً على مدخلات أولية من المستخدم، مثل تحميل صورة شخصية، أو إدخال وصف لنوع المحتوى (على سبيل المثال: "منشور ترويجي لمنتج جديد")، أو اختيار هدف محدد (Jerbić et al., 2022a). تُقدم الأداة بعد ذلك مجموعة من النماذج الجاهزة التي تتميز بتناسق في الألوان وتوازن بصري أساسي، والتي يمكن للمستخدم التعديل عليها مباشرة (Petersen, 2023). ويظهر الشكل (4) واجهة Magic Studio التي تُمكن المستخدم من الوصول إلى هذه الوظائف.



الشكل 4: أداة التصميم التلقائي.

## التأثير المنهجي على الهوية البصرية:

يمكن تلخيص تأثير التصميم التلقائي على الهوية البصرية في النقاط التالية:

1. الكفاءة التشغيلية والاتساق: تُعزز هذه الأداة بشكل كبير السرعة والاتساق في إنتاج المحتوى البصري عبر المنصات المختلفة، حيث تُنشئ تخطيطات قياسية بألوان متناسقة وتوزن بصري جيد ومحبوب.
2. دمقرطة التصميم: تُسهل الأداة عملية بدء التصميم للمستخدمين غير المتخصصين، مما يوسع قاعدة الأفراد القادرين على إنتاج مواد بصرية ذات جودة أساسية.
3. خطر التمييز والتكرار: يكمن التحدي الأكبر في أن التصميم التلقائي يميل إلى الاعتماد على القوالب الجاهزة والمألوفة فيمجموعات البيانات التدريبية (Cho & Lee, 2024). هذا الميل يحد بشكل جوهري من التفرد والإبداع الأصيل.

التقييم النقدي وتحديات الأصالة البصرية:

على الرغم من فوائدها في الكفاءة، يطرح التصميم التلقائي تحديات نقدية عميقة تتعلق بجوهر الهوية البصرية:

1. فقدان التفرد الرمزي: تعاني هذه المخرجات من ضعف في التعبير الرمزي والعمق الثقافي، نظراً لأن التصاميم المولدة خالية من النية الإبداعية البشرية المعقّدة (Garcia, 2025).
2. خطر فقدان شخصية العلامة: إذا تم استخدام التصاميم التلقائية دون تخصيص أو تعديل عميق، فإنها تؤدي إلى تشابه كبير بين التصاميم، مما يهدد بفقدان شخصية العلامة المميزة وضمور هويتها البصرية ضمن بحر من القوالب المكررة (Petersen, 2023).
3. الحاجة للتدخل البشري: يظل تقييم الأداة مشرطاً بضرورة التدخل البشري؛ إذ يجب على المصمم أو المستخدم تخصيص هذه النماذج التلقائية لضخ الأصالة والمعنى الرمزي الذي يميز الهوية عن غيرها (Zhou et al., 2024).

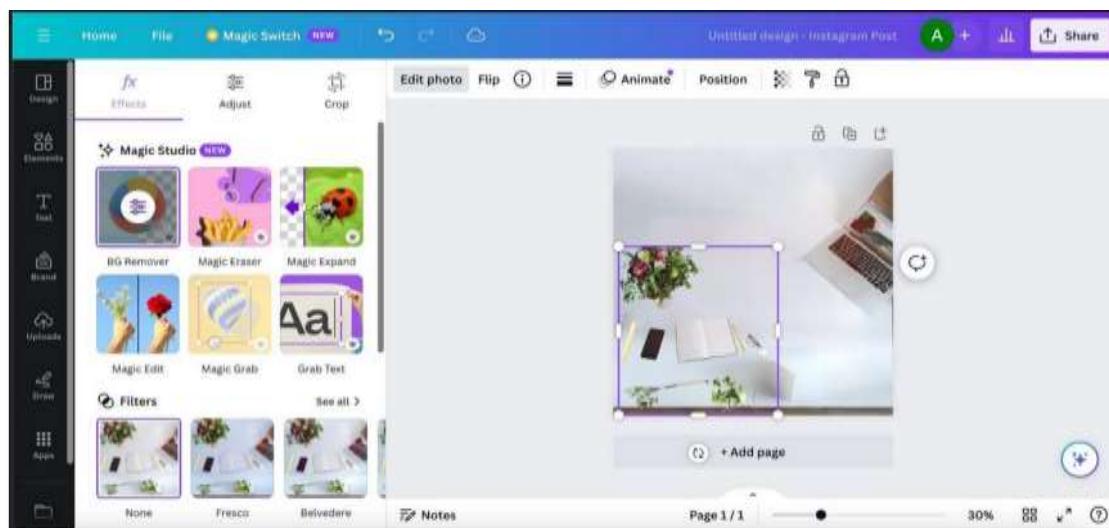
## 5. أدوات التحرير الذكية (Smart Editing Tools):

التعريف والميكانيكا الوظيفية:

تمثل أدوات التحرير الذكية، التي تدرج ضمن مظلة Magic Studio، مجموعة من الخصائص المتقدمة التي تستخدم خوارزميات الذكاء الاصطناعي لمعالجة الصور والعناصر الرسمية وتعديلها. وعلى خلاف الأدوات التوليدية (Generative Tools) التي تنشئ محتوى

جديداً، تركز هذه الأدوات على تنقيح وتخصيص المخرجات الموجودة. ويعرض الشكل (5) واجهة هذه الأدوات التي تشمل وظائف متخصصة مثل:

1. الممحاة السحرية (Magic Eraser): إزالة العناصر غير المرغوب فيها من الصورة بشكل سلس، والحفاظ علىخلفية متجانسة.
2. التحرير السحري (Magic Edit): تغيير عنصر محدد في الصورة بناءً على وصف نصي، مما يتيح التخصيص الموضوعي.
3. الانتزاع السحري (Magic Grab): عزل واقتاص العناصر الرئيسية من التصاميم أو الصور لسهولة إعادة استخدامها.
4. التحرير السحري (Magic Animate): إضافة حركة وعناصر جذب بصري ديناميكية إلى العناصر الرسمية الثابتة.



الشكل 5: أداة الممحاة السحرية.

#### التأثير المنهجي على الهوية البصرية:

تُعد أدوات التحرير الذكية حاسمة في المراحل التقديمية النهائية للهوية البصرية:

1. تعزيز التخصيص والتحكم الدقيق: تُعزز هذه الأدوات التخصيص البصري المتقدم وتمكن العلامة التجارية تحكمًا دقيقًا في مظهرها النهائي، حيث تساعد في ضبط الرموز والعناصر لتناسب تماماً مع شخصية العلامة المطلوبة.

2. دعم الهويات المعقدة: تدعم هذه الوظائف بناء هوية بصرية معقدة تتطلب تفاصيل دقيقة، كما تُضفي على الهوية لمسة فنية فريدة، خاصة عبر وظائف التحرير الديناميكي ( Magic Animate).
3. تحسين الجودة البصرية للموارد: تسمح بتعديل فني سريع ودقيق للعناصر المتاحة، مما يحسن من الجودة البصرية للمواد الخام التي تمتلكها العلامة (Zhang & Li, 2024).
- التقييم النقيدي وتحديات المهارة البصرية:

في حين تتيح الأداة تعديلات متقدمة، يبرز التقييم النقيدي تحدياً أساسياً يتعلق بالاعتماد على الخبرة البشرية:

1. الحاجة إلى الخبرة البصرية المسبقية: على الرغم من سهولة استخدامها التقنية، تتطلب هذه الأدوات خبرة بصرية لتقدير المخرجات وتفادي الأخطاء التصميمية أو التشويه الجمالي ( Kim, H., 2025 ).

2. مخاطر التشويه البصري: عند إساءة الاستخدام أو عند افتقار المستخدم إلى الفهم العميق لأسس التصميم، قد تؤدي التعديلات الذكية إلى تشويه الهوية أو غياب التوازن البصري اللازم، مما يتطلب إشرافاً بشرياً دقيقاً لضمان الجودة. (Sutherland, T., 2023).

#### تحليل مقارن لدور أدوات Canva في الهوية البصرية (الجدول 2):

يُقدم الجدول (2) تحليلاً مقارناً عميقاً لمدى مساهمة أدوات منصة Canva، المدعومة بالذكاء الاصطناعي (AI)، في تشكيل الهوية البصرية من ثلاثة محاور نقدية رئيسية: الحاجة للتدخل البشري الإبداعي، القابلية للتمييز البصري، ومدى الدعم الإجمالي للهوية البصرية. ويعكس هذا الجدول نتائج التحليل النقيدي المفصل الذي تم إجراؤه في الأقسام السابقة.

المدى دعمها للهوية البصرية	قابليتها للتميز البصري	الحاجة لتدخل بشري إبداعي	الأداة
متوسطة - في التماسق اللغوي	ضعيفة	عالية	الكتابة السحرية
متوسطة - لابتكار الصور الرمزية	متوسطة	عالية	توليد الصور من النصوص
عالية - في التماسق والتطبيق	ضعيفة	منخفضة	صندوق الهوية البصرية

الآداة	الحاجة لتدخل بشري إبداعي	قابليتها للتميز البصري	مدى دعمها للهوية البصرية
التصميم التلقائي	متوسطة	ضعيفة	متوسطة - في الإخراج المبدئي
أدوات التحرير الذكي	عالية	عالية	عالية - في التخصيص والتحريك

### التبالين الوظيفي بين الأدوات المنظمة والتوليدية :

1. يتبيّن من تحليل الجدول أن هناك تبايناً واضحاً بين الأدوات ذات الطبيعة التنظيمية/التطبيقية والأدوات ذات الطبيعة التوليدية/الإبداعية:

2. الأدوات التنظيمية (صندوق الهوية البصرية): ثُظهر هذه الآداة أعلى درجات الدعم للهوية البصرية في محور "التماسك والتطبيق" (عالية)، نظراً لدورها الحاسم في حوكمة التصميم وضمان الاتساق (Keller, 2016). ومع ذلك، تتطلب هذه الآداة تدخلاً بشرياً إبداعياً منخفضاً، لأن وظيفتها لا تتجاوز تطبيق هوية موجودة مسبقاً، ولذا فإن قابليتها للتميز البصري ضعيفة، حيث إنها لا تولد أي قيمة إبداعية جديدة (Hansen & Munk, 2025).

3. الأدوات التوليدية والتحريرية (الممحاة، الكتابة السحرية، توليد الصور): تتطلب هذه الأدوات تدخلاً بشرياً إبداعياً عالياً، لأنها تعمل كـ"شركاء آليين" ضمن نموذج الذكاء الاصطناعي Jerbić et al., 2022a).

### التحدي الأبرز: الأصالة مقابل الكفاءة

يُيرز التحليل تحدي الأصالة مقابل الكفاءة كعامل حاسم في تقييم هذه الأدوات:

1. ضعف التمايز في التوليد الآلي: ثُصنف أدوات مثل "الكتابة السحرية" و "التصميم التلقائي" بـ"قابليتها الضعيفة للتميز البصري". وهذا يؤكد النتيجة النقدية القائلة بأن الاعتماد على هذه الأدوات دون تنقح معمق يؤدي إلى التتميّز البصري وتكرار القوالب، مما يهدى شخصية العالمة (Petersen, 2023). وُتُظهر "الكتابة السحرية" ضعفاً خاصاً في التمايز بسبب ميل النصوص المولدة إلى العمومية (Smith, 2023).

2. أهمية التدخل البشري لتحقيق التميّز: في المقابل، ثُظهر "أدوات التحرير الذكية" أعلى تصنيف في "قابليتها للتميز البصري" (عالية)، ولكنها مشروطة بـ"الحاجة العالية لتدخل بشري". هذا يوضح أن هذه الأدوات، مثل "الممحاة السحرية" و "التحرير السحري"، هي أدوات تمكين وليس

أدوات خلق، حيث تعتمد على المهارة البصرية للمصمم لتوجيهها وتحقيق تخصيص دقيق يضمن التفرد (Sutherland, T., 2023).

#### مناقشة الالتزام بالمبادئ التصميمية الأساسية (استجابة للسؤال 2):

1. تشير الإمكانيات الآلية لأدوات Canva تساوياً حول مدى التزام المخرجات المولدة بالمبادئ الأساسية للتصميم الجرافيكي، ك التوازن، التباين، والانسجام.
2. تحقيق التوازن والانسجام عبر الأتممة: تُظهر أدوات مثل التصميم التلقائي قدرة متوسطة إلى عالية على تحقيق التوازن والانسجام الشكلي في التخطيطات المبدئية، حيث تعتمد على خوارزميات مدربة لضمان توزيع العناصر بشكل متناسق بصرياً وتطبيق لوحات ألوان متناغمة (Jia et al., 2023). كما يضمن صندوق الهوية البصرية تحقيق الانسجام اللوني والخطي عبر الإلزام بالتطبيق الموحد (Keller, 2016).
3. تحدي التباين الاستراتيجي: تُظهر الأدوات ضعفاً في توليد التباين الاستراتيجي الذي يحمل قيمة تعبيرية أو سردية عميقة. فالتبابن المولد يقتصر غالباً على المستوى السطحي (لوني أو حجمي)، ويفشل في خلق تباين يخدم السرد الرمزي أو الأهداف التسويقية المعقدة، وهي تحديات تُركز عليها دراسات الذكاء التوليدى (Cho & Lee, 2024).

**الخلاصة المنهجية:** تُ声称 أدوات Canva في تحقيق الحد الأدنى من مبادئ التصميم الأساسية (التوازن والانسجام الشكلي). ومع ذلك، فإن الالتزام الفعال الذي يقدم الهوية يظل مرتبطاً بشكل مباشر بـ التدخل البشري الواعي القادر على توجيه الأداة (Khasawneh et al., 2025).

#### العلاقة بين الأتممة وفقدان الأصالة والتفرد (استجابة للسؤال 3):

1. أكدت نتائج التحليل النقطي أن هناك علاقة عكسية بين مستوى الاعتماد على الأتممة الكاملة ومستوى التفرد والأصالة في الهوية البصرية، وتوضح هذه العلاقة فيما يلي:
2. التتمييز البصري (Visual Homogenization): تميل مخرجات الأدوات التوليدية مثل التصميم التلقائي والكتابة السحرية إلى أن تكون عامة (Generic) وتفتقر إلى التفرد. ويعزى ذلك إلى اعتماد هذه الأدوات على مجموعات بيانات تدريبية متقاربة، مما يؤدي إلى تكرار الأنماط البصرية واللغوية وتضليل التمايز بين العلامات التجارية المختلفة (Smith, 2023).
3. غياب السياق الرمزي والعمق: أبرزت الدراسة أن الأدوات التوليدية لا تستطيع فهم أو توليد السياق الرمزي العميق أو الطابع الثقافي الذي يميز هوية علامة عن أخرى (Al-Fahad,

(2025). هذا النص في النية الإبداعية البشرية يجعل الهوية المنشأة سطحية ومعرضة لفقدان شخصية العلامة المميزة (Garcia, 2025).

#### الذكاء الهجين: تقييم تأثير الأدوات على الإبداع البشري (استجابة لسؤال 4):

1. خلصت الدراسة إلى أن تأثير أدوات Canva على الإبداع البشري هو تأثير مزدوج، يؤكد على ضرورة تبني نموذج "الذكاء الهجين" (Hybrid Intelligence) (Jerbić et al., 2022a).
2. التعزيز عبر الشراكة الآلية: تُعزز أدوات Canva الإبداع البشري من خلال تسريع مراحل العمل غير الإبداعية، مما يجعلها "شريكًا آليًّا" يزيد من فعالية المصمم (Jerbić et al., 2022a). وتمكن المصمم من التركيز على الاستراتيجية والتنقية المتقدم.
3. خطر التدهور الإبداعي: يمكن الخطر في الاعتماد المفرط، حيث تؤدي سهولة استخدام هذه الأدوات إلى تدهور تدريجي في المهارات الأساسية للمستخدمين غير المتخصصين، وتقلص دورهم إلى مجرد اختيار القوالب (Petersen, 2023).
4. أدوات التمكين البشري: تُعد أدوات التحرير الذكي مثالاً واضحاً على نموذج التعزيز؛ وبينما تتيح التعديل المتقدم، فإنها تفرض حاجة عالية لتدخل بشري إبداعي ومهارة بصرية مسبقة لتفادي التشويه البصري (Sutherland, T., 2023). هذا يؤكد أن أدوات الذكاء الاصطناعي لا تعمل كبديل، بل كأدوات تمكين لقدرات المصمم المحترف.

مناقشة النتائج وربطها بالدراسات السابقة:

ترتبط نتائج الدراسة بشكل وثيق بالتحليل النقدي للدراسات السابقة، على النحو التالي:

النتيجة	ربطها بالدراسات السابقة
التمييز وقدان الأصلة	تفق هذه النتيجة مع تحذيرات Brandsma (2024) التي أكدت أن فعالية أدوات الذكاء الاصطناعي مشروطة بالشخصي البشري الوعي لتجنب التمييز البصري، وتنماشى مع دراسة Aryana (2023) التي نبهت إلى حدود الأدوات في غياب الرمزية المعمقة.
التزام سطحي بالمبادئ	تدعم هذه النتيجة دراسة Bimantoro (2024) (المشار إليها سابقًا) التي أشارت إلى أن تطبيقات التصميم القائمة على القوالب قد تضعف تعلم المفاهيم البصرية الأساسية كالتوازن والتبالين، وتوارد أن الكفاءة لا تعني الجودة البصرية العميقة.
الذكاء الهجين	تنسجم النتيجة الرابعة مع مفهوم الذكاء الهجين الذي قدمه Jerbić et al. 2022a

النتيجة	ربطها بالدراسات السابقة
وتحول دور المصمم	(b2022)، ومع ما أكدته Zhou et al. (2024) حول أهمية التفاعل غير الخطى؛ فبدلاً من الاستبدال، أصبح دور المصمم هو المشرف الأخلاقي لضمان التزام الهوية بالمعايير المهنية والقيم. <sup>24</sup>
الحاجة للتوجيه الإبداعي	تشترك التوصيات مع ما وصل إليه Chong (2023) بأن هذه الأدوات يمكنها تعزيز التميز شريطة أن تستخدم تحت إشراف خبراء مختصين في بناء العلامة، ومع ما أشار إليه Khasawneh et al. (2025) (محمد، 2025) بأن الأصالة تتطلب وعيًا منهgia.

#### المبحث الرابع: الخاتمة والتوصيات

يهدف هذا المبحث إلى تقديم خلاصة شاملة لأهم ما توصلت إليه الدراسة، ومناقشة أبرز الاستنتاجات النهائية التي تمثل الإجابات المباشرة لأسئلة البحث، واقتراح مجموعة من التوصيات العملية والمنهجية الموجهة للمصممين، والمستخدمين، والمؤسسات التعليمية، بالإضافة إلى مقترنات لممارسات بحثية مستقبلية.

##### خلاصة نتائج الدراسة (الاستنتاجات النهائية):

قامت هذه الدراسة بتحليل نقدي دور أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدية في منصة Canva وتقييم تأثيرها على عملية تشكيل الهوية البصرية. وقد أظهرت النتائج الرئيسية، المستخلصة من التحليل العملي لعينة التصاميم ومقارنتها بالمعايير الاستراتيجية، ما يلي:

1. دور مزدوج للأدوات (استجابة للسؤال 1): تباين دور أدوات Canva بين تعزيز الاتساق الشكلي (متمثلًا في أداة صندوق الهوية البصرية) ورفع الكفاءة التشغيلية للمستخدمين غير المختصين (متمثلًا في التصميم التلقائي)، وفي المقابل، ظهرت خطورة الأدوات التوليدية في توليد المحتوى البصري (توليد الصور والكتابة السحرية) على الأصالة والنقد في غياب التوجيه البشري العميق.

2. الاتساق مقابل العمق الرمزي (استجابة للسؤال 2 و3): على الرغم من نجاح أدوات Canva المدعومة بالذكاء الاصطناعي في تحقيق مستوى جيد من الاتساق البصري (كاستخدام الألوان والخطوط المحددة)، إلا أن التصاميم المولدة تنجح فقط في تحقيق الحد الأدنى من المبادئ الشكلية للتصميم (كالتوازن والانسجام). في المقابل، تفشل المخرجات الآلية في توليد التباين الاستراتيجي أو عكس السرد الرمزي والعمق المفاهيمي للهوية البصرية، الأمر الذي يتطلب فهماً سياقياً لا يمكن للنموذج التوليدي محاكاته.

3. علاقة الأتمة بالتميّط (استجابة للسؤال 4): أكّدت النتائج وجود علاقـة عكسـية بين الأتمـة الكاملـة للهـوية البـصرـية والتـفـرـد، حيث يؤـدي الاعـتمـاد المـفرـط عـلـى القـوـالـب والمـخـرـجـات الجـاهـزة إـلـى التـمـيـط البـصـري وـتـاكـلـ الشـخـصـية المـميـزة لـلـعـلـامـة التجـارـية بـسـبـبـ غـيـابـ السـيـاقـ الرـمـزيـ والـعـقـمـ الاستـراتـاجـيـ فيـ مـخـرـجـاتـ الذـكـاءـ الـاصـطـنـاعـيـ.

4. أهمـيـةـ الذـكـاءـ الـهـجـينـ (استـجـابةـ لـلـسـؤـالـ 5): خـلـصـ التـحلـيلـ إـلـىـ أنـ الـحـلـ الـأـمـثـلـ يـكـمـنـ فـيـ نـمـوذـجـ الذـكـاءـ الـهـجـينـ (Hybrid Intelligence). هـذـاـ نـمـوذـجـ يـقـومـ عـلـىـ مـبـداـ الشـراـكةـ، حيث تـعـملـ الـأـدـوـاتـ كـشـرـيكـ آـلـيـ يـسـرـعـ الإـنـتـاجـ وـيـضـمـنـ الـاتـسـاقـ الفـنـيـ الـأـوـلـيـ، لـكـنـهـ يـجـبـ أـنـ يـكـونـ تـحـتـ الإـشـرـافـ التـقـديـ وـالـتـوجـيـهـ الإـبدـاعـيـ لـلـمـصـمـمـ الـبـشـريـ لـضـمـانـ الـأـصـالـةـ الـبـصـرـيـ وـالـعـقـمـ الاستـراتـاجـيـ.

### استـنـتـاجـاتـ الـدـرـاسـةـ:

استـنـادـاـ إـلـىـ النـتـائـجـ التـفـصـيلـيـةـ الـتـيـ تمـ التـوـصـلـ إـلـيـهاـ فـيـ فـصـلـ الـثـالـثـ، تـقـدمـ الـدـرـاسـةـ الـاستـنـتـاجـاتـ الـنـهـائـيـةـ التـالـيـةـ:

1. الأتمـةـ لاـ تـساـويـ الـأـصـالـةـ: لاـ يـمـكـنـ لـلـذـكـاءـ الـاصـطـنـاعـيـ التـولـيدـيـ، كـمـاـ هـوـ مـطـبـقـ فـيـ منـصـاتـ التـصـمـيمـ سـهـلـةـ الـاسـتـخـدـامـ مـثـلـ Canvaـ، أـنـ يـحلـ محلـ الـمـصـمـمـ الـبـشـريـ فـيـ المـراـحـلـ الـاسـترـاتـاجـيـةـ وـالـتـكـوـينـيـةـ لـبـنـاءـ الـهـوـيـةـ الـبـصـرـيـةـ. فـالـأـصـالـةـ وـالـتـفـرـدـ لـيـسـ نـتـاجـاـ لـسـرـعةـ الإـنـتـاجـ أوـ الـكـفـاءـةـ التـقـنيـةـ، بلـ هـيـ نـتـاجـ لـلـوعـيـ التـقـافيـ، وـالـفـهـمـ الـعـمـيقـ لـجـمـهـورـ الـعـلـامـةـ التجـارـيةـ، وـالـسـرـدـ الـرـمـزيـ الـذـيـ يـفـقـرـ إـلـيـهـ نـمـوذـجـ الـآـلـيـ.

2. Canvaـ كـأـدـاءـ تـمـكـينـ لـاـ كـبـدـيلـ استـراتـاجـيـ: تـُـعـدـ منـصـةـ Canvaـ أـدـاءـ تـمـكـينـيـ حـاسـمـ لـغـيرـ الـمـتـخـصـصـينـ وـالـمـشـارـيعـ الصـغـيرـةـ لـضـمـانـ الـاتـسـاقـ وـالـتـفـيـذـ السـرـيعـ لـلـمـهـامـ الـيـوـمـيـةـ. وـلـكـنـهاـ تـصـبـحـ عـاـمـلـ خـطـرـ عـلـىـ الـهـوـيـةـ الـبـصـرـيـةـ لـلـمـؤـسـسـاتـ الـكـبـرـىـ أوـ تـلـكـ الـتـيـ تـسـعـيـ لـلـتـفـرـدـ إـذـاـ تـمـ اـسـتـخـدـامـهاـ كـبـدـيلـ لـلـمـصـمـمـ الـاسـترـاتـاجـيـ الـذـيـ يـضـعـ إـلـاطـارـ الـمـفـاهـيـمـ الـلـهـوـيـةـ.

3. الـهـوـيـةـ الـبـصـرـيـةـ كـعـمـلـيـةـ إـبـداعـيـةـ مـُـنظـمةـ: إـنـ فـعـالـيـةـ أدـوـاتـ Canvaـ تـزـدـادـ فـقـطـ عـنـدـماـ تـسـتـخدـمـ ضـمـنـ إـلـاطـارـ عـلـىـ صـارـمـ وـمـنـظـمـ، يـحـدـدـ فـيـهـ الـمـصـمـمـ الـبـشـريـ الـأـصـولـ الـأـسـاسـيـةـ الـلـهـوـيـةـ (بـاستـخـدـامـ صـنـدـوقـ الـهـوـيـةـ الـبـصـرـيـةـ)، ثـمـ يـسـتـخـدـمـ الـأـدـوـاتـ التـولـيدـيـةـ ضـمـنـ هـذـهـ الـحـدـودـ وـالـمـعـاـيـرـ لـضـمـانـ الـتـنـاسـقـ الـبـصـرـيـ دونـ الـمـسـاسـ بـالـتـفـرـدـ.

## توصيات الدراسة (استجابة لسؤال الخامس):

بناءً على الاستنتاجات التي أكدت الحاجة إلى استراتيجية "الذكاء الهجين"، تقدم الدراسة مجموعة من التوصيات المنهجية والعملية الموجهة لمختلف الأطراف المعنية:

### توصيات للمصممين والمستخدمين:

1. تبني استراتيجية الذكاء الهجين كنموذج عمل: يجب على المصممين المحترفين والمؤسسات استخدام أدوات Canva التوليدية (مثل توليد الصور) كمرحلة لتوليد الأفكار الأولية وتوسيع الخيارات الإبداعية بسرعة، وليس كمنتج نهائي، مع تخصيص المخرجات بشكل كبير وتوجيهها لضمان التفرد وتضمين السرد الرمزي.

2. تعظيم دور صندوق الهوية البصرية (Brand Kit): يُنصح المستخدمون (خاصة غير المتخصصين) بالاستثمار في تصميم عناصر هوية بصرية أصلية وفريدة خارج منصات الأتمتة (مثل الشعار الأصلي والخطوط المخصصة)، ثم إدخالها وتنبيتها بقوة عبر أداة صندوق الهوية البصرية لضمان حوكمة استخدامها بشكل متسق في جميع التصميمات المولدة.

3. تطوير مهارة التوجيه الإبداعي (Prompting) والنقد: يجب على المصممين تطوير مهاراتهم في صياغة الأوامر النصية المعمقة (Prompts) لاستخدام الأدوات التوليدية، والتي يجب أن تتضمن قيوداً وشروطًا جمالية، لتمكين الذكاء الاصطناعي من إنتاج مخرجات أكثر دقة وتعبيراً عن الهوية البصرية المطلوبة، يتبعها نقد دقيق للمخرجات الآلية.

### توصيات للمؤسسات التعليمية والمنصة (Canva):

1. إدراج الأخلاقيات الرقمية في المناهج: يجب على الكليات المتخصصة في التصميم الجرافيكى والاتصال البصري إدراج وحدات تعليمية تركز على النقد الأكاديمي لمخرجات الذكاء الاصطناعي، وتدريب الطلاب على مبدأ التحرير والتتفيق المتقدم (Refinement) للمخرجات الآلية بدلاً من الاعتماد عليها كمنتج نهائي غير قابل للنقد.

2. تعزيز خاصية الأصالة (Originality Flagging) في المنصة: يُوصى منصة Canva بتطوير ميزات تكنولوجية تُحذر المستخدم عند إنتاج تصميمات متشابهة جدًا مع القوالب الأكثر شيوعاً أو مخرجات الذكاء الاصطناعي الأخرى، لتعزيز الوعي بخطر التتميّط البصري وتشجيع التعديل العميق.

3. تحسين الوعي السياقي: العمل على تطوير خوارزميات الذكاء الاصطناعي التوليدية لديها لتمتلك القدرة على فهم المدخلات السياقية المعقدة للهوية البصرية (مثل قيم العلامة التجارية، الجمهور المستهدف، والشخصية المفاهيمية) وترجمتها بفعالية في المخرجات البصرية.

#### دراسات مقترحة للمستقبل:

تقترح الدراسة إجراء الأبحاث المستقبلية التالية استكمالاً لهذا المسار البحثي وتعزيزاً للمعرفة في مجال الذكاء الاصطناعي والتصميم:

1. دراسة مقارنة تجريبية لقياس تأثير مخرجات Canva على الذاكرة التسويقية للمتلقي مقارنة بالتصاميم المنجزة يدوياً، مع التركيز على معدلات الاستكثار والولاء العاطفي للعلامة التجارية.

2. تحليل عميق لتأثير الذكاء الاصطناعي على الأبعاد الأخلاقية وحقوق الملكية الفكرية لمخرجات التصميم الجرافيكى التوليدى في منصات الأئمة، والبحث في مدى مسؤولية المنصة عن التعدي على حقوق الغير.

3. دراسة كيفية تطوير منصات التصميم لتعزيز الوعي السياقي والثقافي في مخرجاتها التوليدية لتجنب التمييع الثقافي وضمان التنوع في النماذج البصرية المولدة.

#### قائمة المصادر والمراجع:

##### المراجع العربية:

- الكريدي، محمد، إ. ع. (2025). ثورة الذكاء الصناعي وأثرها على الإبداع والتصميم. مجلة التراث والتصميم، 5(28)، 49–59.
- خساونة، ف.، الشبول، م.، والسعيدة، ر. (2025). تأثير استخدام منصة Midjourney على تطوير مهارات تصميم الشخصيات المتحركة بين طلاب تصميم الوسائل المتعددة. المجلة الدولية لتقنيات الهواتف المحمولة التقاعدية، 19(3)، 141–169.

##### المراجع الأجنبية :

- Al-Fahad, Z. (2025). Strategic human input in brand communication: The role of narrative depth in AI-generated content. *Journal of Brand Strategy*, 14(1), 45–60.
- Aryan, V. (2023). Using Canva AI to build a brand identity without a design degree. *Medium*.

3. Brandsma, N. (2024). The future of brand identity: How Generative AI is reshaping the visual landscape. *Master's thesis, University of Amsterdam*. Amsterdam University of Applied Sciences.
4. Canva. (n.d.). Brand Kit Features. Retrieved October 22, 2024, from <https://www.canva.com/features/brand-kit/>
5. Chen, L., & Wang, Y. (2024). Constraints of large language models in symbolic representation and stylistic control. *International Journal of Computational Linguistics*, 55(2), 112–130.
6. Cho, S., & Lee, J. (2024). Impact of generative models on design uniqueness and interface aesthetics. *Journal of Computer-Aided Design*, 60(1), 112–129.
7. Chong, L., & Yang, M. (2023). AI vs. human: The public's perceptions of the design abilities of artificial intelligence. *Proceedings of the Design Society*, 3, 495–504.
8. Garcia, M. (2025). The critical challenge of symbolic representation in automated design templates. *Visual Communication Quarterly*, 32(1), 45–60.
9. Gehred, A. P. (2020). Canva. *Journal of the Medical Library Association (JMLA)*, 108(2), 338.
10. Hansen, T., & Munk, R. (2025). The challenge of authenticity in applied visual identity systems. *Design Management Journal*, 16(2), 145–160.
11. Jerbić, B., Švaco, M., Šuligoj, F., Šekoranja, B., Vidaković, J., Turković, M., & Bušić, B. (2022b). Interspecies collaboration in the design of visual identity. *Journal of Visual Communication in Design*, 44(3), 234–248.

12. Jerbić, B., Švaco, M., Šuligoj, F., Šekoranja, B., Vidaković, J., Turković, M., ... & Bušić, B. (2022a). Hybrid intelligence for visual identity design: A case study. In K. Kozłowski, M. Głowacki, & R. Jabłoński (Eds.), *International Conference on Intelligent Autonomous Systems* (pp. 661–670). Springer Nature Switzerland.
13. Jia, S., Zhang, Y., Wu, J., & Xu, M. (2023). Hierarchical diffusion transformer for flexible visual layout generation. *ACM Transactions on Graphics*, 42(4), 1–13.
14. Keller, K. L. (2016). *Strategic brand management* (5th ed.). Pearson Education.
15. Lee, S., & Kim, H. (2023). Evaluating the professional quality of generative AI outputs in visual communication design. *Journal of Design Research*, 20(4), 312–328.
16. Petersen, R. (2023). Usability vs. originality: The trade-off in AI-powered design tools. *Design Studies Review*, 44(3), 88–105.
17. Smith, B. (2023). The paradox of efficiency: Generative AI and the homogenization of design output. *Design Theory Review*, 8(3), 201–218.
18. Wong, V. (2023). Democratizing branding: The role of digital design platforms in brand consistency. *Journal of Digital Communication*, 9(3), 88–105.
19. Zheng, Q. (2024). Challenges in controlling diffusion models for brand imagery generation. *AI and Graphics Review*, 11(1), 55–70.
20. Zhou, J., Chen, Y., & Lau, M. (2024). Co-designing with AI: Nonlinear interaction models for creative systems. *Design Studies*, 85, 102536.