



د. اللولو القحطاني

دكتوراه الإعلام الرقمي



موضوع البحث

د. اللولو القحطاني

232000702

المحاور الرئيسية

موضوع البحث الذكاء الاصطناعي في مجال الدعاية

والإعلان، وذلك:

- البحث المقترح.
- نبذة عن البحث المقترح.
- أهم الأبحاث في موضوع البحث.
- الاتجاهات البحثية السائدة.
- الفجوات البحثية.
- موقع البحث بالنسبة للأبحاث السابقة.



تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على الابتكار في مؤسسات الدعاية والإعلان في السعودية : دراسة ميدانية على فرق العمل الإبداعية

تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على الابتكار في مؤسسات الدعاية والإعلان في السعودية : دراسة ميدانية على فرق العمل الإبداعية

تمثل مؤسسات الدعاية والإعلان في السعودية بيئة تنافسية تعتمد على الإبداع والابتكار في تصميم العلامات التجارية، وإدارة الحملات التسويقية، وإنتاج المحتوى الإعلاني، مع دخول تقنيات الذكاء الاصطناعي إلى هذا المجال، شهدت الصناعة تحولاً كبيراً، حيث أصبح بالإمكان تحليل سلوك الجمهور، أتمتة العمليات الإعلانية، وتعزيز دقة استهداف الحملات، مما أدى إلى تحسين الكفاءة التشغيلية وزيادة الإنتاجية.

ورغم هذه التحولات، لا تزال هناك تساؤلات قائمة حول مدى تأثير الذكاء الاصطناعي على الإبداع البشري داخل هذه المؤسسات فبينما يُنظر إلى هذه التقنيات على أنها تساهم في تعزيز الإنتاجية وتحسين جودة المخرجات الإعلانية، تظل هناك حاجة لفهم كيفية تفاعل " فرق العمل الإبداعية " معها، هل تعمل هذه الأدوات على تحفيز القدرات الابتكارية وتعزيز مهاراتهم، أم أنها تحدّ من التفكير الإبداعي وتحول الابتكار إلى عملية محكومة بالخوارزميات؟ كما أن طبيعة تكامل المصممين والمسوقين مع هذه الأدوات داخل بيئات العمل لا تزال غير واضحة، مما يفتح المجال لدراسة أعمق حول تأثير هذه التقنيات على الإبداع والابتكار.

من هذا المنطلق، تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على الابتكار في مؤسسات الدعاية والإعلان في السعودية، من خلال دراسة ميدانية على فرق العمل الإبداعية.

أهداف الدراسة

- التعرف على أثر تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في تنمية المهارات لتطبيقها في التصميم الجرافيكي.
- استكشاف الطرق التي يمكن من خلالها تحويل الأفكار والابتكارات إلى تطبيقات لدعم المنتجات وحلول تعزز الصناعة التي تجعلها أكثر تنافسية على الساحة العالمية.
- تطبيق تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي التوليدي لإنشاء أصول وتصميمات جرافيكية إبداعية وذلك لاستهداف المستهلكين والعملاء الجدد وتحسين جاذبية المنتجات ودعم الصناعات.

منهجية الدراسة

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي والدراسة التحليلية.

نتائج الدراسة

- يدعم البحث استخدام التقنيات الرقمية الحديثة وتطويعها في التصميم الإبداعي مما يحسن مستوى الأداء الابتكاري والمهارى لإنشاء تجارب فريدة للتصميمات الجرافيكية التى تتلاءم مع التطور.
- تحقيق النتائج الإيجابية باستخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي التوليدي لتصميم ودعم الهوية الجرافيكي وزيادة الوعي بالعلامة التجارية.
- يثير محتوى البحث العديد من الأفكار البحثية لدعم المصمم الجرافيكي على مواكبة أحدث اتجاهات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي الناشئة.
- يدعم البحث السادة المتخصصين فى مجال التصميم والاتصال الجرافيكي للاستفادة من تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي وتطبيقاتها.



معلومات الدراسة

توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي (AI)
في تصميم الاعلان الرقمي التفاعلي
(دراسة حالة علي طلاب الفرقة الثانية
بقسم الجرافيك وفنون الإعلان)

د. نهلة علي

المعهد العالي للفنون التطبيقية

أبريل 2024

المجلة العربية الدولية للتكنولوجيا المعلومات والبيانات
المجلد الرابع - العدد الثاني أبريل - يونيو 2024

توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي (AI) في تصميم الإعلان الرقمي التفاعلي (دراسة حالة على طلاب الفرقة الثانية بقسم الجرافيك وفنون الإعلان)

د. نهلة علي
أستاذة مساعد بالمعهد العالي للفنون التطبيقية
الرياض من أكتوبر - مصر
nahla@gmail.com

المستخلص

أصبحت التغيرات التكنولوجية في عصر مستعمر علماً بعد عام، والتكنولوجيا التي كانت تعتبر مستحيلة قبل عشر سنوات أصبحت على أرض الواقع اليوم. وبعد ذلك، الاصطناعي هو تقنية المستقبل على مدار الأوقات للثقة، وحدث الركائز الأساسية التي تقوم عليها صناعة التكنولوجيا في العصر الحالي، حيث شملت تطوره جميع النواحي العلمية والتعليمية والطبية والصناعية. ويساهم التطبيقات في كافة المجالات، ولكن أهمية البحث في ضرورة إضفاء طابعها لتقنيات لتقنيات جديدة لمعرفة أهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي والاستفادة منها في تصميم الإعلانات. من خلال الدراسة التطبيقية مع طلاب الفرقة الثانية قسم الجرافيك وفنون الإعلان، لتعريف مستواهم الأكاديمي بشكل ميكروبي. من خلال دراسة لتجارب النظرة وتطبيقه للتعديل لتقنيات لمساعدة في زيادة الوعي الفني، وكذلك القيام بعمل تجارب تطبيقية عديدة لإخراج تصميم لإعلان تفاعلي متناسق باستخدام تقنيات وأدوات الذكاء الاصطناعي، وبه أنزل بصري، والتركيز على العناصر التصميمية للتعديل، مثل الأشكال والألوان للتعديل في تطبيق الإعلانات بكلمات الفنون. وفي الختام قسم الجرافيك وفنون الإعلان، وأن الطلاب بقسم الجرافيك وفنون الإعلان يبرزون الإعلان بمرئياتهم صعبة تطبيقية، وتطبيقات الذكاء الاصطناعي لإخراج تصميمات إعلانية تفاعلية عصرية، بها عناصر تصميمية جديدة مذكورة. ولجميع التغيرات التي تحدث في العمل التطبيقي، وتطبيقاتها في عملية الإنتاج في مجال الجرافيك وفنون الإعلان، وتتمثل التغيرات وتشكلت البحث في عدم وجود تقنيات بحثية وثقة الدراسات العملية

لتاريخ استلام البحث: 2023/12/34
لتاريخ إجازة البحث: 2024/01/02



هدف الدراسة

- تطوير مخبرات مقرر تصميمي (تكنولوجيا الإعلان الثابت) بأحد الأكاديميات للتصميم بحيث يؤكد مدى مقدار الاستفادة من تقنية الـ AI مع الطلاب وأعمالهم.

أسئلة الدراسة

- ما تطبيقات وتقنيات أدوات الذكاء الاصطناعي التي تم استخدامها مع طلاب الجرافيك وفنون الإعلان لتصميم الإعلان التفاعلي؟
- كيف يمكن الاستفادة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتصميم الإعلان التفاعلي مع طلاب الجرافيك وفنون الإعلان ضمن تطوير مقرر دراسي الفرقة الثانية قسم الجرافيك وفنون الإعلان؟

منهجية الدراسة

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي.

نتائج الدراسة

- تطوير مخبرات مقرر تصميمي (تكنولوجيا الإعلان الثابت) بأحد الأكاديميات، للتصميم بتطبيق تقنية الـ AI مع الطلاب وأعمالهم.
- تطبيقات الذكاء الاصطناعي تساعد الطالب في التحكم في جميع التصميمات مثل أنظمة الصوت والكتابات والصور عن طريق الأوامر الصوتية أو الإشارات أو الحذف والإضافة من صور لصور وقد حقق الطلاب في هذا التصميم المعارف والفهم واتباع أساليب التعليم والتعلم لتحقيق نواتج التعلم المستهدفة واتبعت طرق التقييم وتحقيق الهدف المرجو من التصميم.
- الذكاء الاصطناعي يعمل على مشاركة الطلاب كمجموعات لمعالجة ودمج عدد كبير من التفاصيل لعمل تصميمات إعلانية متميزة وفريدة واتباع أساليب التعليم المتبعة.



المجلة العربية الدولية للتكنولوجيا المعلومات والبيانات
المجلد الرابع - العدد الثاني أبريل - يونيو 2024

توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي (AI) في تصميم الإعلان الرقمي التفاعلي
(دراسة حالة على طلاب الفرقة الثانية بقسم الجرافيك وفنون الإعلان)

د. نهلة علي
أستاذة مساعد بالمعهد العالي لفنون التصميم
الرياض من أكتوبر - مصر
nahla@gmail.com

المستخلص

أصبحت التقنيات الحديثة في تصميم مستخدمين عاماً بعد عام، والتقدم الذي كادت تعتبر مستعجلة قبل عشر سنوات أصبحت على أرض الواقع اليوم. تعددت أشكال التصميم، فوالتصميم المستقل على مدار الأوقات، وحدثت الرقعة الأساسية التي تقوم عليها صناعة التكنولوجيا في العصر الحالي، حيث شملت تطبيقاته جميع الفروع العلمية والعلمية والطبية والهندسية، ويساهم التطبيقات في كافة المجالات، ولكن أهمية البحث في ضرورة إدراج تطبيقات لفنون التصميم لأغراض أهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي والاستفادة منها لتصميم الإعلانات. من خلال الدراسة التطبيقية مع طلاب الفرقة الثانية قسم الجرافيك وفنون الإعلان، لتعريف مستواهم الأكاديمي بشكل ميكروبي، من خلال دراسة لتجارب النظرة والتطبيق المتعددة لتقنيات لمساعدة في زيادة الوعي الفني، وكذلك القيام بعمل تجارب تطبيقية عديدة لإدراج تصميم إعلان تفاعلي متناسق باستخدام تقنيات وأدوات الذكاء الاصطناعي، وبه أنزل بصري، والتركيز على العناصر التصميمية المتعددة، مثل الأشكال والألوان والأصوات في تطبيق الإعلانات بكافة الفنون. وفي الختام قسم الجرافيك وفنون الإعلان، وأن الطلاب بقسم الجرافيك وفنون الإعلان يحرصون على الإعلان بمرحلة صعبة تطبيقية، وتطبيقات الذكاء الاصطناعي لإدراج تصميمات إعلانية تفاعلية عديدة، وبه عناصر تصميمية جديدة متحركة، ولجميع جميع الأدوات التي تعمل الطلاب عليها، ومنها في عملية الإنتاج في مجال الجرافيك وفنون الإعلان، والتمثيل لتقنيات وشبكة البحث في عدم وجود مقارنات بحلة وثقة الدراسات العليا

لتاريخ استلام البحث: 2023/12/34
لتاريخ إجازة البحث: 2024/01/02

221



أبريل 2024

SLS

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي والتجريبي.

نتائج الدراسة

- يمكن للإعلانات الذكاء الاصطناعي أن تتنبأ بدقة برغبات المستخدم واحتياجاته في سياقات مختلفة وفترات زمنية محددة، ويمكن أن تقترح عروضًا خاصة بالمستخدم ومن هنا تصبح معرفة نفسية المستهلك أو مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي ضرورة لفاعلية عمل هذه التقنية.
- فرضت تقنية الذكاء الاصطناعي مفهوماً جديداً وأهمية على واقع الإعلان بشكل عام وعلى وسائل التواصل الاجتماعي كنمط إعلاني متزايد، والتي سعت في الفترة الأخيرة إلى تطبيق هذه التقنية من أجل تعزيز دورها الهام في التنافس مع بعضها البعض.
- أن الذكاء الاصطناعي لديه القدرة على تحسين كفاءة وفعالية تصميم الإعلانات بشكل كبير، ولكن الإبداع البشري والإشراف لا يزالان عنصرين أساسيين في عملية التصميم، غالبًا ما تأتي أفضل النتائج من التعاون بين البشر والذكاء الاصطناعي، حيث يعمل الذكاء الاصطناعي على تعزيز القدرات البشرية دون استبدالها بالكامل.



معلومات الدراسة

التخيل البصري بتقنية الذكاء الاصطناعي
والإفادة منها في توليد أفكار تصميمية

مبتكرة لدي مصممي الفنون

أ.م.د/ سمية محمد محمد عيسى

قسم التربية الفنية

كلية التربية النوعية

جامعة طنطا

ديسمبر 2023

المجلة العلمية لعلوم التربية النوعية | العدد الثامن عشر | ديسمبر ٢٠٢٣

التخيل البصري بتقنية الذكاء الاصطناعي والإفادة منها في توليد أفكار
تصميمية مبتكرة لدي مصممي الفنون

أ.م.د/ سمية محمد محمد عيسى

المركز القومي للدراسات والبحوث - قسم التربية النوعية - جامعة طنطا

المستخلص:

يتناول هذا البحث تقنية إنشاء الإصطناعي القائمة على التخيل البصري، والإفادة منها في توليد أفكار جديدة ومبتكرة، حيث تُعَبِّد هذه التقنية دور كبير في توسيع مجال التصميم لتلعب الأفكار المشاطة والمتزايدة، وتمكنه من تطوير الأفكار واستكشاف إمكانات حول موضوع معين في وقت قصير، مما يسمح للمصمم بمشاهدة إمكانيات جديدة في العمل والتفكير خارج الصندوق.

والكائنات مشكلة البحث في كيفية توليد أفكار تصميمية مبتكرة باستخدام التخيل البصري بتقنية الذكاء الاصطناعي ومعالجتها فيما وهل يمكن لهذه التقنية أن تُطوِّر من قدرة المصمم الإبداعية وإنتاج تصميمات ذات جودة وإبتكارية عالية؟

وتتضمن أهداف البحث الحالي في التعرف على تطبيقات وتقنيات إنشاء الإصطناعي والمعالجة بمجال التصميم ومدى أهميتها للمصمم، كذلك إلقاء الضوء على مشكلة التخيل البصري المشترك بين العنصر البشري والآلة لتوليد تصميمات مبتكرة، كما يهدف البحث إلى تحليل قدرة المصممين ودارسي الفنون على استغلال أفكار جديدة يمكن أن تُطوِّر من قدرتهم التصميمية، وقد اتبع البحث المنهج الوصفي والنتائج شبه التجريبي لموسسون، إلى تحقيق أهداف البحث، كما أُنشِئت أبحاثاً تعمل على معالجة تصميمية لمجموعة متنوعة متزايدة من التصميمات القائمة على التخيل البصري بتقنية الذكاء الاصطناعي ومعالجتها فيما وإختبارها جديداً، وتوصل البحث إلى عدد من النتائج أهمها أن تكنولوجيا التصميم المتطورة تعمل على تحسين القدرة الإبداعية للمصمم وأنه من الممكن تآخي التعاون المشترك بين الإبداع البشري ورواية الآلة بملفوثب أمثالي يُشكل مستقبل مبدع في مختلف مجالات التصميم، وقد أُنشِئت أبحاثاً على ضرورة تطوير النماذج والمفاهيم الدراسية ودعمها بالتقنيات الحديثة والتي تُركَّب مستحدثات العصر لتلعب منها المتعلمين في مجال الفن والتصميم.

أهداف الدراسة

- توليد أفكار تصميمية مبتكرة عن طريق التخيل البصري بتقنية الذكاء الاصطناعي ومعالجتها فنياً.
- تحفيز قدرة المصممين ودارسي الفنون على استنباط أفكار جديدة يمكن أن تطور من قدرتهم التصميمية.

منهجية الدراسة

تتبع الدراسة المنهج الوصفي التحليلي في إطارها النظري، والمنهج شبه التجريبي في إطارها العملي.

نتائج الدراسة

- تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي تساهم في تشكيل نظام جمالي جديد ومتطور للمصممين ودارسي الفنون.
- التخيل البصري بتقنية الذكاء الاصطناعي يعمل على توليد أفكار تصميمية متنوعة تساعد المصمم على إنتاج أعمال فنية فريدة وإيجاد بدائل كثيرة تثري مجال التصميم.
- أدوات الذكاء الاصطناعي تحسن من جودة التصميم.
- تكنولوجيا التصميم المتطورة تعمل على تطوير القدرة الإبداعية للمصمم ولها دور كبير في توسيع الخيال ومساعدته في التفكير خارج الصندوق.
- يمكن تبني التعاون المشترك بين الإبداع البشري ورؤية الآلة بأسلوب أخلاقي ليشكل مستقبل مبدع في مختلف مجالات التصميم.



جولائی 2023

1-4 جامعة أديس أبابا لبحوث السماعات - معهد البصريات والتأثيرات البصرية (المراد: البصريات) - أديس أبابا

التكامل الاصطناعي بين كلا من التسويق الاصطناعي والإعلان الرقمي
Artificial intelligence between both artificial marketing and digital
advertising

مركز بحوث العلوم التطبيقية - كلية العلوم التطبيقية - جامعة أمم القادسية

Lecturer, Department of Advertising - Faculty of Applied Arts - Damiata University
ahmedshams2006@yahoo.com

ملخص البحث:

أصبح القائد الاستراتيجي الدور معقداً مثقالاً في تحديد كل المجالات العلمية والفنية والادارية الإنسانية ليقود المؤسسة
القائمة على الأداء عن طريق خلق ثقافة مبنية على التغيير والتجديد والتعلم والابتكار والاعتماد على مخرجات عملية التفكير
الاستراتيجي في كل المجالات العلمية والادارية من أجل توفير بيئة مناسبة للتطوير والابتكار والاعتماد على
القائد الاستراتيجي في كل ما يخص عملية تحديد أهداف عملية عمل المؤسسة من أجل تحقيق أهدافها الاستراتيجية والاعتماد على
القائد في كل ما يخص عملية تحديد أهداف عملية عمل المؤسسة من أجل تحقيق أهدافها الاستراتيجية والاعتماد على القائد
الاستراتيجي في كل ما يخص عملية تحديد أهداف عملية عمل المؤسسة من أجل تحقيق أهدافها الاستراتيجية والاعتماد على القائد

وقد تركز مجال التمويل وإدارة المال في القطاع الاستراتيجي المالي نحو قطاع الائتماني والمصرفي، أما باقي الأهمية للقطاع التوسيعي والإنتاجية، حيث تشكّلان العنصرين الأساسيين للقطاع الاستراتيجي المصنوعي، إذ يمثلان الركائز الأساسيتين لتوسيع حيز الإنتاجية ككل.

وتتعلق جميع المصادقات المذكورة بكون من خلال المثلث يجرى إحياء العلاقات القائمة المتسلطة وعلى الرغم من أن ذلك الاستناد إلى إسهامه من خلال مجموعة أخرى من الكيانات في العديد من المصادقات العامة. إن كمية المصادق التي يتم إحيائها يومئذٍ تصبح الفرصة المثلث والمصنوع وتحتل مصادق المصادق إلهام إلى تطوير أعضاء جميع القرار الثلاثة في المصادقات الثلاثة.

يعد هذا الكتاب على الخصوص ذات قيمة فائدة اصطلاحية في مجال التمويل العام، والمالية العامة، وكذلك من حيث كونه مثالاً للتقنية في تناول الكتاب الاصطلاحي إلى مزايا أساسية وأهمية يتكاتف من أجل تعزيز أهمية الدراسة الإنسانية.

المستشار القانوني:

فيلم الاصطدام - حريق فندق الاصطدام - علم الة - العلم لعق - إحتار فلك - الاصطدام (إحتار فلك)

Abstract

Today, artificial intelligence has become a common concept in many fields of technical sciences and humanities; the presence of smart phones in our hands is the best proof of that, as it became necessary to acquire smart devices and deal with smart information programs. Artificial Intelligence is also considered one of the most successful fields at the present time, as it came out of the research phase into the field of development and work.

Artificial intelligence began to take center stage when it was considered a scientific breakthrough during the past two decades due to the expertise skills and achievements that

معلومات الدراسة

الذكاء الاصطناعي بين كلٍّ من التسويق
الاصطناعي والإعلان الذكي

م.د/ آلاء محمد السيد عبده

قسم الإعلان

كلية الفنون التطبيقية

جامعة دمياط

مارس 2023

The collage consists of several newspaper clippings. The largest clipping on the left is from 'The New York Times' and is dated 'August 1, 1992'. It features a large headline 'Olympic Athletes' and a sub-headline 'U.S. Team'. Below the headline is a large photograph of a group of athletes. To the right of the photograph is a column of text. Below the photograph is another column of text. The clipping is titled 'The New York Times' at the top. Other smaller clippings are visible on the right side of the collage, including one from 'The Washington Post' and one from 'The Los Angeles Times'. These clippings also contain text and some small photographs. The overall layout is a grid-like arrangement of these newspaper clippings.

- تعمل المنافسة المتزايدة وزيادة عدد الوسائل الإعلامية والوسائط الالكترونية إلى زيادة المنافسة وجعل السوق أكثر تعقيداً، مما أدى إلى ضرورة مراعاة المحتوى الإعلاني ليلانم الطبيعة المختلفة للوسائط الالكترونية الجديدة مقارنة بالوسائط الإعلانية التقليدية.

The collage consists of several newspaper clippings. The largest clipping on the left is from 'The New York Times' and is dated 'August 1, 1992'. It features a large headline 'U.S. Olympic Team' and a sub-headline 'U.S. Olympic Team'. The text below the headlines is partially legible, mentioning 'U.S. Olympic Team' and 'U.S. Olympic Team'. To the right of this clipping is another one from 'The Washington Post', dated 'August 1, 1992', with a headline 'U.S. Olympic Team'. Below these are two smaller clippings from 'The Los Angeles Times', dated 'August 1, 1992', with headlines 'U.S. Olympic Team' and 'U.S. Olympic Team'. The clippings are arranged in a grid-like fashion, with some text visible and others partially obscured.

الاتجاهات البحثية السائدة

تكشف الدراسات الحديثة عن تركيز واضح على دور الذكاء الاصطناعي في تحسين عمليات التصميم الإعلاني وتعزيز الإبداع البصري، حيث تُبرز الأبحاث قدرة هذه التقنيات على توليد أفكار تصميمية مبتكرة، وتحسين جودة الإعلانات الرقمية، ورفع كفاءة تنفيذ الحملات التسويقية، كما تبرز اتجاهات بحثية تتعلق باستخدام الذكاء الاصطناعي في أتمتة العمليات الإعلانية، وتحليل الجمهور، وتخصيص المحتوى الإعلاني بناءً على البيانات السلوكية، كذلك، هناك اهتمام متزايد بدمج الذكاء الاصطناعي في التعليم الأكاديمي للمصممين والمعلنين، حيث يُستخدم لتطوير المناهج التعليمية الخاصة بتصميم الإعلانات التفاعلية وتعليم الطلاب كيفية الاستفادة منه في إنتاج إعلانات رقمية أكثر كفاءة، إلى جانب ذلك، تتناول بعض الدراسات أثر الذكاء الاصطناعي على عمليات اتخاذ القرار في الحملات التسويقية، ومدى تأثيره على تفاعل المستهلكين مع الإعلانات المخصصة.

تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على الابتكار في مؤسسات الدعاية والإعلان في السعودية : دراسة ميدانية على فرق العمل الإبداعية



الفجوات البحثية

رغم انتشار الدراسات حول تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحسين التصميمات الإعلانية وتحليل البيانات التسويقية، إلا أن هناك فجوات بحثية بارزة تتطلب مزيداً من الاستكشاف، خصوصاً في السياق المحلي لمؤسسات الدعاية والإعلان في السعودية، فلم تتناول الأبحاث بشكل كافٍ كيف يؤثر الاعتماد المتزايد على الذكاء الاصطناعي على التفكير الإبداعي البشري، وهل يساهم في تطويره أم إضعافه؟ كما لا تزال العلاقة بين الذكاء الاصطناعي والفرق الإبداعية داخل وكالات الدعاية والإعلان المحلية غير مدروسة بعمق، حيث يظل الغموض قائماً حول كيفية اندماج المصممين والمبدعين مع هذه الأدوات في بيئات العمل اليومية، وتأثيرها على عملية الابتكار، إضافةً إلى ذلك، لم يتم تحليل التحديات الأخلاقية والقانونية المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلانات، مثل حماية البيانات الشخصية للمستهلكين في المملكة، وضمان الشفافية في المحتوى الإعلاني، ومدى تأثيره على ممارسات الاستهداف الإعلاني العادل وفق الضوابط التنظيمية المحلية.

تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على الابتكار في مؤسسات الدعاية
والإعلان في السعودية : دراسة ميدانية على فرق العمل الإبداعية



موقع البحث بالنسبة للأبحاث السابقة

تأتي هذه الدراسة في سياق يسعى إلى سد فجوة بحثية جوهرية تتعلق بتأثير الذكاء الاصطناعي على الابتكار داخل فرق العمل الإبداعية في مؤسسات الدعاية والإعلان في السعودية، حيث لم تتناول الدراسات السابقة هذا التأثير بشكل مباشر، بل ركزت على تحليل الأدوات التقنية ومدى فعاليتها في تحسين المخرجات الإعلانية دون التعمق في انعكاسها على الابتكار والابداع البشري وأساليب العمل الإبداعي، وبذلك، تقدم هذه الدراسة إضافة نوعية تساهم في فهم العلاقة الديناميكية بين التقنيات الحديثة والإبداع البشري، مع تسليط الضوء على التجربة المحلية لممارسي الإبداع في قطاع الدعاية والإعلان في المملكة العربية السعودية.

تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على الابتكار في مؤسسات الدعاية
والإعلان في السعودية : دراسة ميدانية على فرق العمل الإبداعية





https://jsos.journals.ekb.eg/article_381557.html



https://aijtid.journals.ekb.eg/article_351164.html



https://journals.ekb.eg/article_330364.html



https://sjsep.journals.ekb.eg/article_339437.html



https://journals.ekb.eg/article_327882.html



https://mjaf.journals.ekb.eg/article_175096.html

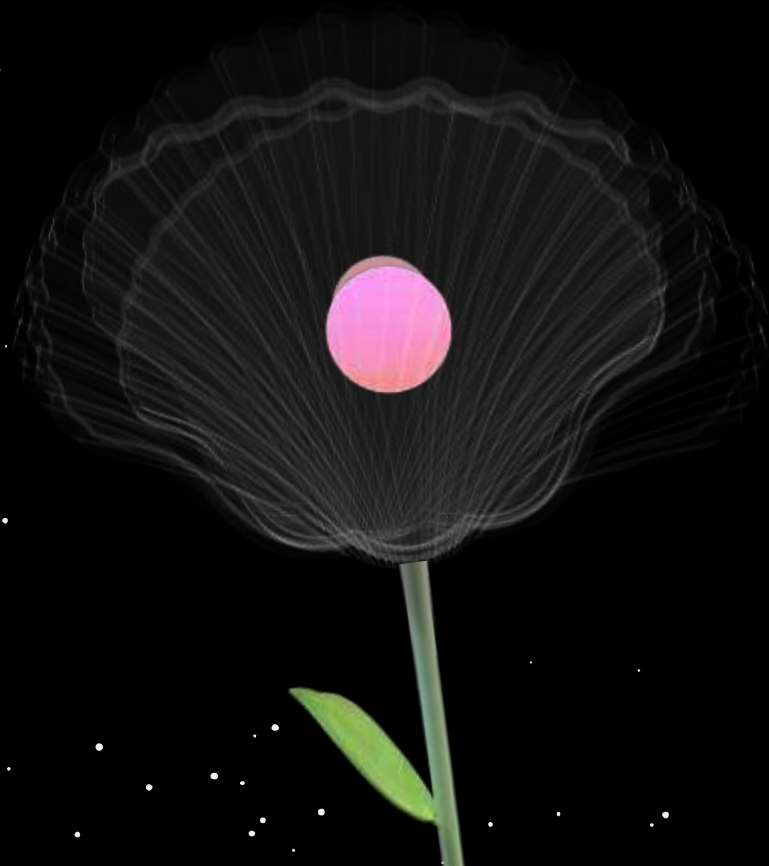




د. اللولو القحطاني

دكتوراه الإعلام الرقمي





دتمم بخیر و سرور

