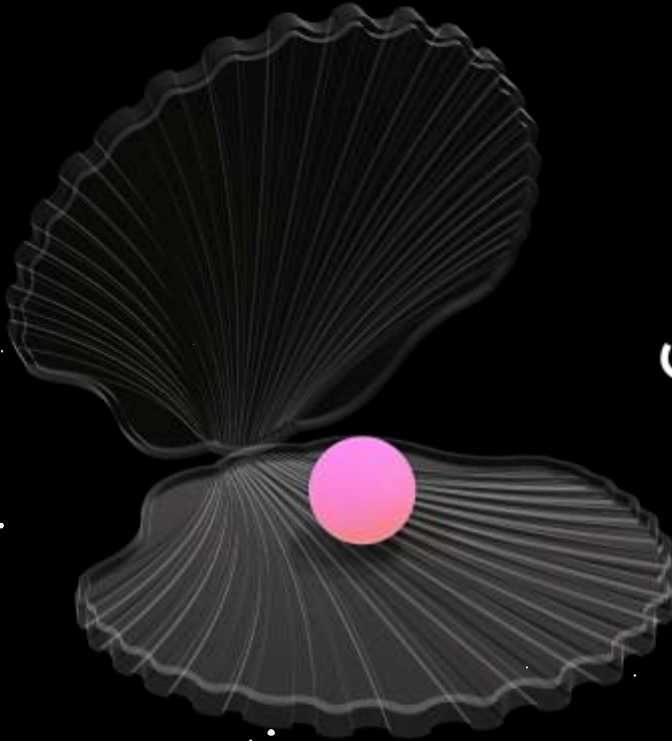




د. اللولو القحطاني

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.

أهم الأبحاث في موضوع البحث



معلومات الدراسة

تعزيز التصميمات الجرافيكية للإبداعية
باستخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي
لإنشاء حملات إعلانية لتسويق المنتجات
ودعم الصناعات

م.د/ بسنت محمد إبراهيم عبد الله

تخصص تصميم واتصال جرافيكي

قسم التصميمات المطبوعة

كلية الفنون الجميلة

جامعة الإسكندرية

نوفمبر ٢٠٢٤

الصفحة	الموضوع	المحتوى
١	المقدمة	تهدف الدراسة إلى استكشاف دور الذكاء الاصطناعي في تعزيز التصميمات الجرافيكية للإبداعية، وذلك من خلال تحليل تأثيرات أدوات الذكاء الاصطناعي على عملية التصميم الجرافيكي، وفهم كيفية استخدامها في إنشاء حملات إعلانية مبتكرة.
٢	المقدمة	تهدف الدراسة إلى استكشاف دور الذكاء الاصطناعي في تعزيز التصميمات الجرافيكية للإبداعية، وذلك من خلال تحليل تأثيرات أدوات الذكاء الاصطناعي على عملية التصميم الجرافيكي، وفهم كيفية استخدامها في إنشاء حملات إعلانية مبتكرة.
٣	المقدمة	تهدف الدراسة إلى استكشاف دور الذكاء الاصطناعي في تعزيز التصميمات الجرافيكية للإبداعية، وذلك من خلال تحليل تأثيرات أدوات الذكاء الاصطناعي على عملية التصميم الجرافيكي، وفهم كيفية استخدامها في إنشاء حملات إعلانية مبتكرة.
٤	المقدمة	تهدف الدراسة إلى استكشاف دور الذكاء الاصطناعي في تعزيز التصميمات الجرافيكية للإبداعية، وذلك من خلال تحليل تأثيرات أدوات الذكاء الاصطناعي على عملية التصميم الجرافيكي، وفهم كيفية استخدامها في إنشاء حملات إعلانية مبتكرة.
٥	المقدمة	تهدف الدراسة إلى استكشاف دور الذكاء الاصطناعي في تعزيز التصميمات الجرافيكية للإبداعية، وذلك من خلال تحليل تأثيرات أدوات الذكاء الاصطناعي على عملية التصميم الجرافيكي، وفهم كيفية استخدامها في إنشاء حملات إعلانية مبتكرة.

مقدمة البحث: التصميم - المنتج - دعم الصناعات - دعم ماضي (٢٠٢٤)
المؤلف: د/ بسنت محمد إبراهيم عبد الله
عنوان البحث: تعزيز التصميمات الجرافيكية للإبداعية باستخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي لإنشاء حملات إعلانية لتسويق المنتجات ودعم الصناعات
Enhancing creative graphic designs using generative AI to create Advertising campaigns to market products and support industries
د/ بسنت محمد إبراهيم عبد الله
Dr. Basant Mohamed Ibrahim Abdallah
Lecturer - Graphic Communication - Faculty of Fine Arts - Alexandria University
Basant.Ibrahim@akmed.ac.eg

ملخص البحث:
تهدف الدراسة إلى استكشاف دور الذكاء الاصطناعي في تعزيز التصميمات الجرافيكية للإبداعية، وذلك من خلال تحليل تأثيرات أدوات الذكاء الاصطناعي على عملية التصميم الجرافيكي، وفهم كيفية استخدامها في إنشاء حملات إعلانية مبتكرة. تهدف الدراسة إلى استكشاف دور الذكاء الاصطناعي في تعزيز التصميمات الجرافيكية للإبداعية، وذلك من خلال تحليل تأثيرات أدوات الذكاء الاصطناعي على عملية التصميم الجرافيكي، وفهم كيفية استخدامها في إنشاء حملات إعلانية مبتكرة. تهدف الدراسة إلى استكشاف دور الذكاء الاصطناعي في تعزيز التصميمات الجرافيكية للإبداعية، وذلك من خلال تحليل تأثيرات أدوات الذكاء الاصطناعي على عملية التصميم الجرافيكي، وفهم كيفية استخدامها في إنشاء حملات إعلانية مبتكرة.

الكلمات المفتاحية:
التصميم الإبداعي، التصميم الجرافيكي، الذكاء الاصطناعي، الذكاء الاصطناعي التوليدي، الحملات الإعلانية، التسويق، المنتجات، الصناعات

Abstract:
Employing artificial intelligence to support digital transformation in enhancing digital creative designs to create advertising campaigns to market products, support industries, and have a positive impact on achieving sustainable development goals. Graphic design is one of the most important visual stimuli for digital design. Therefore, artificial intelligence can be used to generate creative designs for advertising campaigns related to products and brands to attract customers, improving product attractiveness and supporting industries.

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 وتطويرها في التصميم الإبداعي مما يحسن مستوى الأداء الابتكاري والمهاري لإنشاء تجارب فريدة للتصميمات الجرافيكية التي 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 في مجال التصميم والاتصال الجرافيكي للاستفادة من تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي وتطبيقاتها.

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

مجلة التراث والتصميم - المجلد الرابع - عام ٢٠٢٤ (٢)
العدد ١٠١
العدد ١٠١
العدد ١٠١

تعزيز التصميمات الجرافيكية الإبداعية باستخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي لإنشاء حملات إعلانية تسويقية للمنتجات ودعم الصناعات

Enhancing creative graphic designs using generative AI to create Advertising campaigns to market products and support industries

د. بشار محمد إبراهيم عبد الله
Dr. Bishar Mohamed Ibrahim Abdallah
Lecturer - Graphic Communication - Faculty of Fine Arts - Alexandria University
Bishar.Ibrahim@alexu.edu.eg

ملخص البحث:
يهدف البحث إلى استكشاف أثر تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي التوليدي في تعزيز التصميمات الجرافيكية الإبداعية لإنشاء حملات إعلانية تسويقية للمنتجات ودعم الصناعات. يركز البحث على التعرف على الطرق التي يمكن من خلالها تحويل الأفكار والابتكارات إلى تطبيقات لدعم المنتجات وحلول تعزز الصناعة التي تجعلها أكثر تنافسية على الساحة العالمية. يهدف البحث إلى تطبيق تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي التوليدي لإنشاء أصول وتصميمات جرافيكية إبداعية وذلك لاستهداف المستهلكين والعملاء الجدد وتحسين جاذبية المنتجات ودعم الصناعات.

الكلمات المفتاحية:
التصميم الإبداعي الجرافيكي، الذكاء الاصطناعي، الحملات الإعلانية، التسويق، التصميم الجرافيكي.

Abstract:
This study aims to explore the impact of generative AI technology on enhancing creative graphic designs for creating advertising campaigns to market products and support industries. The research focuses on identifying the methods through which ideas and innovations can be transformed into applications that support products and solutions that enhance the competitiveness of the global market. The study aims to apply generative AI technology to create original and creative graphic designs and assets for targeting consumers and new customers, and improving the attractiveness and support of industries.

DOI: 10.11468/alex.2024.0104.1001

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
rahma2024@gmail.com

المستخلص

أصبحت التقنيات الحديثة في تصميم مستخدمين عاماً بعد عام، والتكنولوجيا التي كانت تعتبر مستخدمة لفهم عصر صيحات أصبحت على أرض الواقع اليوم. تعددت أشكال التصميم الرقمي من ناحية الشكل على مدار السنوات الماضية، وأحدثت الرقمنة التي تقوم عليها صناعة التكنولوجيا في العصر الحالي، حيث شملت تطبيقاته جميع أنواع التكنولوجيا العلمية والطبية والتعليمية. ويساهم التطبيقات في كافة المجالات، ولكن أهمية البحث في ضرورة إضفاء طابعها 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 والتطبيق المتعددة لتقنيات لمساعدة في زيادة الوعي الفني، وكذلك القيام بعمل تجارب تطبيقية عديدة لإخراج تصميم إعلان تفاعلي متناسق باستخدام تقنيات وأدوات الذكاء الاصطناعي. وفيه فإننا ندرس، والتركيز على العناصر التصميمية المتعددة، مثل الشكل والألوان والعمق في تطبيق الإعلانات بكلمات الفنون. وفي الختام قسم الجرافيك وفنون الإعلان، وأن الطلاب بقسم الجرافيك وفنون الإعلان، يساهم في تصميم إعلان تفاعلي صميعة تطبيقية، وتطبيقات الذكاء الاصطناعي لإخراج تصميمات إعلانية تفاعلية مميزة، بما عناصر تصميمية جديدة مذكورة. ولجميع جميع الأدوات التي تعمل الطلاب عليها، ومنها في عملية الإنتاج في مجال الجرافيك وفنون الإعلان. وتشتمل نتائج الدراسة على عدم وجود اختلافات بحثية وفقاً لدراسات العملية



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

الاساس من أكتوبر - مصر

elshahhat@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. وبعد انتشار التصميم الرقمي، فو تقنية التفاعل على مدار الأوقات، وأحدث الركائز الأساسية التي تقوم عليها صناعة التكنولوجيا في العصر الحالي، حيث شملت تطبيقاته جميع الفروع العلمية والعملية 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 تجارب النظرة والتطبيق والتعليق المتعددة لتقنيات لمساعدة في زيادة الوعي الفني، وكذلك القيام بعمل تجارب تطبيقية عديدة لإدراج تصميم لإعلان تفاعلي متناسق باستخدام تقنيات وأدوات الذكاء الاصطناعي، وفيه أقران بصري، والتفاعل على العناصر التصميمية المتعددة، مثل الأشكال والألوان والعمق في تطبيق الإعلانات بكلمات الفنون، والخاص قسم الجرافيك وفنون الإعلان، وأن الطلاب بقسم الجرافيك وفنون الإعلان يسمي بتجارب صعبة تطبيقية، وتطبيقات الذكاء الاصطناعي لإدراج تصميمات إعلانية تفاعلية عصرية، بما عناصر تصميمية مبدعة متحركة ولقيم جميع الأدوات التي تعمل الطلاب عليها، ومنها في عملية الإنتاج في مجال الجرافيك وفنون الإعلان، والتمثيل لتقنيات وشبكات البحث في عدم وجود مقارنات بحلة وثقة الدراسات العليا

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

معلومات الدراسة

دور الذكاء الاصطناعي في تعزيز إبداعية

الإعلان

م.د. ياسر محسن محمد فهمي

قسم الإعلان

كلية الفنون التطبيقية

جامعة ٦ أكتوبر

أبريل 2024

أبريل ٢٠٢٤

دور الذكاء الاصطناعي في تعزيز إبداعية الإعلان

The Role of Artificial Intelligence in Enhancing Advertising Creativity

د. ياسر محسن محمد فهمي

د. ياسر محسن محمد فهمي

Assistant Professor Advertising department Faculty of Applied Arts - 6th October

University

yasser.fahmy@gmail.com

ملخص البحث:

أصبح الذكاء الاصطناعي جزءاً هاماً في العديد من جوانب الحياة بدءاً من الهواتف المحمولة والتلفزيونات والتلفزيونات الذكية والسيارات ذاتية القيادة. حيث يدمج الذكاء الاصطناعي مع وسائل الإعلام التقليدية والرقمية لتقديم تجربة إعلانية مخصصة. هذا البحث يهدف إلى فهم التأثيرات الإيجابية للذكاء الاصطناعي على إبداع الإعلان، وتحليل التحديات التي تواجهها الشركات في استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلان، وتقديم توصيات لتحسين استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلان. كما يهدف البحث إلى فهم كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلان، وتحليل التحديات التي تواجهها الشركات في استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلان، وتقديم توصيات لتحسين استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلان.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاصطناعي، الإعلان، الإبداع، التسويق الرقمي.

Abstract:

Artificial intelligence has become a very important part in many aspects of life, starting from the mobile phones and ending with smart cars and autonomous cars, as it is a complex revolutionary field that helps in defining human intelligence, determining its dimensions, and then understanding this human intelligence, and therefore this new science aims to understand the complex mental processes that the human mind performs during the practice of thinking and then translate these mental processes into equivalent calculations that increase the computer's ability to solve complex problems. Therefore, artificial intelligence technology has imposed a new concept on the field of advertising in general and on social media advertising in particular. Where it has become a modern trend in design that can be worked on and developed to reach the best possible results, and various advertising means have sought to apply this technology in

DOI: 10.31801/SAUJ.2024.240403.2294 815



هدف الدراسة

- تسليط الضوء على دور الذكاء الاصطناعي في تعزيز إبداعية الإعلان.

منهجية الدراسة

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي والتجريبي.

نتائج الدراسة

- يمكن لإعلانات الذكاء الاصطناعي أن تتنبأ بدقة برغبات المستخدم واحتياجاته في سياقات مختلفة وفترات زمنية محددة، ويمكن أن تقترح عروضاً خاصة بالمستخدم ومن هنا تصبح معرفة نفسية المستهلك أو مستخدم وسائل التواصل الاجتماعي ضرورة لفاعلية عمل هذه التقنية.
- فرضت تقنية الذكاء الاصطناعي مفهوماً جديداً وأهمية على واقع الإعلان بشكل عام وعلى وسائل التواصل الاجتماعي كنظم 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، غالباً ما تأتي أفضل النتائج من التعاون بين البشر والذكاء الاصطناعي، حيث يعمل الذكاء الاصطناعي على تعزيز القدرات البشرية دون استبدالها بالكامل.

أولاً ٢٠٢١

مجلة المعرفة والتقنية والإبداع - المجلد الرابع - عدد خاص (١١)
المركز الدولي للبحوث - "مركز البحوث في التطور والابتكار"
دور الذكاء الاصطناعي في تعزيز إبداعية الإعلان

The Role of Artificial Intelligence in Enhancing Advertising Creativity

د. ياسر مهن محمد فاضل

د. ياسر مهن محمد فاضل - كلية التربية - جامعة بغداد

Dr. Yasser Momen Mohamed Fawzi

Assistant Professor Advertising department Faculty of Applied Arts - 4th October

University

yasser.fawzi@gmail.com

ملخص البحث:

أصبح الذكاء الاصطناعي جزءاً حيوياً في العديد من جوانب الحياة بدءاً من التعليم والعمل وحتى الترفيه والتسويق. في مجال الإعلان، يلعب الذكاء الاصطناعي دوراً متزايد الأهمية في تعزيز الإبداعية وتحسين كفاءة الحملات الإعلانية. هذا البحث يستكشف دور الذكاء الاصطناعي في تعزيز إبداعية الإعلان، من خلال تحليل التقنيات المستخدمة في تصميم الإعلانات، وتخصيص المحتوى، وتحسين التوقيت، وتحليل البيانات. يهدف البحث إلى فهم كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير أفكار إعلانية جديدة، وتحسين جودة الإعلانات، وزيادة فعالية الحملات الإعلانية. كما يبحث في التحديات التي تواجه استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلان، مثل قضايا الخصوصية والأمان، والحاجة إلى البيانات الجيدة، والتحديات الأخلاقية. يخلص البحث إلى أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يكون أداة قوية لتعزيز إبداعية الإعلان، ولكن يجب استخدامه بحكمة وبمساعدة البشر.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاصطناعي، الإعلان، الإبداعية، التسويق، الحملات الإعلانية.

الذكاء الاصطناعي: المجلد الرابع - عدد خاص (١١)

Abstract:
Artificial intelligence has become a very important part in many aspects of life, starting from education and work to entertainment and marketing. In the field of advertising, artificial intelligence plays an increasingly important role in enhancing creativity and improving the efficiency of advertising campaigns. This research explores the role of artificial intelligence in enhancing advertising creativity, through analyzing the technologies used in designing advertisements, personalizing content, improving timing, and analyzing data. The research aims to understand how artificial intelligence is used in developing new advertising ideas, improving the quality of advertisements, and increasing the effectiveness of advertising campaigns. It also discusses the challenges facing the use of artificial intelligence in advertising, such as privacy and security issues, the need for good data, and ethical challenges. The research concludes that artificial intelligence can be a powerful tool to enhance advertising creativity, but it should be used wisely and with human assistance.

DOI: 10.31838/4047.2021.240403.2294

815

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 لطبوع 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:

يشتمل هذا البحث على تقنية الذكاء الاصطناعي القائمة على التخيل البصري، وإفادة
ماتها في توليد أفكار جديدة ومبتكرة، حيث شجعت هذه التقنية دور كبير في توسيع مجال
المصمم لتلقي الأفكار المبتكرة والمتنوعة، ولتحسين من تطوير الأفكار واستكشاف
إمكانات حلول 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
البصري بتقنية الذكاء الاصطناعي ومعالجتها فيما وهل يمكن لهذه التقنية أن تلعب دور
كبير في التصميم الإبداعي وإنتاج تصميمات ذات جودة عالية؟

وتتمثل أهداف البحث الحالي في التعرف على تطبيقات وتقنيات الذكاء الاصطناعي
والمعالجة بمجال التصميم ومدى أهميتها للمصمم، وكذلك إلقاء الضوء على مكانة
التخيل البصري البشري المشترك بين العنصر البشري والآلة لتوليد تصميمات مبتكرة، كما

ويهدف البحث إلى تحليل طرق التصميم ونمط التفكير على أساس أفكار جديدة
يمكن أن تلهم من قراءتهم التصميمية، وقد اتبع البحث المنهج الوصفي والنتائج شبه
التحريجي للوصول إلى تحقيق أهداف البحث، كما أُنشئت أبحاثاً بعمل مساهمة

تصميمية لمجموعة متوسطة متقدمة من التصميمات القائمة على التخيل البصري بتقنية الذكاء
الاصطناعي ومعالجتها فيما وإنتاجها جمالياً، وتوصل البحث إلى عدد من النتائج أهمها

أن تكون أدوات التصميم المتطورة تعمل على تحسين القدرة الإبداعية للمصمم وأنه من
الممكن تحفيز التعاون المشترك بين الإبداع البشري ورواية الآلة بملفوي أمثالي فشكل
مساهم مدع في مختلف مجالات التصميم، وقد أكد البحث على ضرورة تطوير النواحي
والمفاهيم الدراسية ودعمها بالتقنيات الحديثة والتي تشكل مستحدثات العصر لتلبي

مها للمتطلبات 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

الكلمات المفتاحية: الإحتلال الرابع ، الكاكاو ، استعمار ، صمغ الجراجبة.

فرانسيسكو اليموري*

التي تسمى تطبيقات الهاتف المحمول. على سبيل المثال، فإن تطبيقات الهاتف المحمول (Mobile Applications) هي برامج مصممة للعمل على أجهزة الهاتف المحمول، مثل الهواتف الذكية وأجهزة الكمبيوتر المحمولة. وتستخدم هذه التطبيقات لتقديم خدمات مختلفة، مثل التواصل الاجتماعي، والتسوق الإلكتروني، والخدمات المصرفية. وتعد تطبيقات الهاتف المحمول من أكثر أنواع التطبيقات شيوعًا في عالم التكنولوجيا الحديثة.

البيانات: 1-14

- الكشف عن أثر التطبيقات ذات الصلة بتقنية الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence) المستخدمة في تصميم الإعلانات الرقمية ذات اللمسات الإبداعية بمجال الصحافة والإعلام لدى مصممي الجرافيك.
- رصد التطبيقات الحديثة المتعلقة بتقنية الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence) في مجال الصحافة والإعلام والتي يمكن أن يتعرض لها مصممي الجرافيك.
- تحليل التطبيقات والبرامج ذات الصلة بتقنية الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence) المستخدمة في تصميم الإعلانات الرقمية والوقوف على أهم الإيجابيات والسلبيات التي تخلفها التكنولوجيا الحديثة المتعلقة بتقنية الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence) في مجال الصحافة والإعلام.
- التطلع لاستكشاف أثر استخدام التكنولوجيا الحديثة المرتبطة بتقنية الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence) في مجال الصحافة والإعلام على القدرات والمهارات الصحفية والإعلامية لدى مصممي الجرافيك .

A diagram of a solar system. A large yellow star is on the left. A planet with a blue ring is in the middle. A smaller planet with a blue ring is on the right. The background is black with some small white stars.

تتبع الدراسة المنهج الوصفي.

ي تلعب دور حيوي ومؤثر في تطوير وتحسين الرقمية.

- أن تطبيقات تقنية الذكاء الاصطناعي تلعب دور حيوي ومؤثر في تطوير وتحسين التصميمات الإبداعية، والبرامج والتقنيات الرقمية الحديثة التي تثرى الإعلانات الرقمية.
- أظهرت الدراسة أهمية تطبيقات تقنية الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة والاعلام ودورها في التطوير والارتقاء بمستوى العمل الصحفي والمهني القائم على التعاون الفعال بين العناصر البشرية والمتعددة التكنولوجية للآلات الذكية، علاوة على القيام بتحقيق فئات مرضية وجودة عالية
- بوجود العديد من الايجابيات الناتجة من تطبيقات تقنية الذكاء الاصطناعي بالمؤسسات والصحف المصرية وتطوير وتنمية المهارات الفردية والقدرات الابداعية للفائمين بالاتصال عن طريق تفعيل البرامج التدريبية وتبادل الخبرات بين العناصر البشرية بعضها البعض في إطار استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي والتصميم الجرافيكي.
- كشفت الدراسة عن العديد من التطبيقات المرتبطة بالذكاء الاصطناعي خاصة بالمؤسسات الاعلامية والرقمية أو المصرية والتي يجب تحقيق تعميمها والاستفادة منها في التصميمات المتعددة سواء في الاعلانات الصحفية أو الاعلانية الترويجية او غيرها حيث انها تقوم بصفتها بالصفة الابداعية ذات المنوعة الجارية علاوة على تنمية المهارات.



مكة المكرمة والقانون والعلوم الإنسانية - أحياء القامح - بعد القامح والقانون

1990-1991 season 150 (100)

عزیز بقسم الإعلام - كلية العلوم التطبيقية - جامعة أمبابة

based

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

ملخص البحث:

[illegible]

ولا تترك مجال التمويل والإدارة للشركة الاقتصادية التي هو نشاط الاقتصادي والمعلم، أو باع (أهمية التوجيه التوجيهية والإدارية، حيث يشهد الممارسون في مجال النشاط الاقتصادي التصور لاداءها وتكون للثقلات وتسير سيرها، أهمية في التعليم، مما ساعد في تطوير التصنيع والوسائل التعليمية للطلاب).

وتحتاج أبحاث المصادق الموقوفة بأثر من خلال سجل بروحي لحياتنا العاطفية ودراسة الحالة المصنوعة وعلى الرغم من أن ذلك الاستنتاجي يستلزم أن خلال مجموعة كبيرة من التغيرات في الحد من الخدمات العامة فإن كمية الخدمات التي يتم تقديمها يومًا أصبح القواعد السجل والاصحاب عليها آثارها المصادق الموقوفة لابد أن تقرر لماذا يجب إقرار القواعد في المصادق المالية.

يعد هذا الكتاب على الخصوص ذات قيمة فائدة عظيمة في مجال التمويل كالمزاد والمشتريات والمبيعات وذلك من خلال التفرع الفعالة التي يتناولها الكتاب، المصطفى إلى مزيدا من الفائدة والمعرفة وذلك من أجل تعزيز الخبرة.

4

فئة المصنوع: عروق فئدة المصنوع - علم الفلك - العلم المعوق - إحصاء فئدة المصنوع (إحصاء الفلك)

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

DOI: 10.21866/nyap.2011.00011.2293

199

الذكاء الاصطناعي بين كلاً من التسويق

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 titled 'Olympic Hopes: A Look at the U.S. Team'. It discusses the performance of the U.S. Olympic team in the 1992 Summer Olympics in Barcelona, mentioning athletes like Michael Johnson and the team's overall success. Other smaller clippings are visible on the right and bottom, some from 'The Washington Post' and 'The Los Angeles Times', also reporting on the Olympic events. The text is in black and white, typical of newspaper print.

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

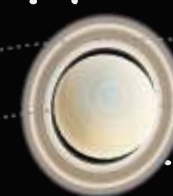
https://sjsep.journals.ekb.eg/article_339437.html



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



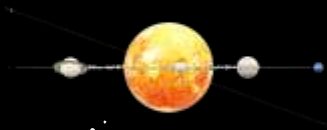
https://mjaf.journals.ekb.eg/article_175096.html

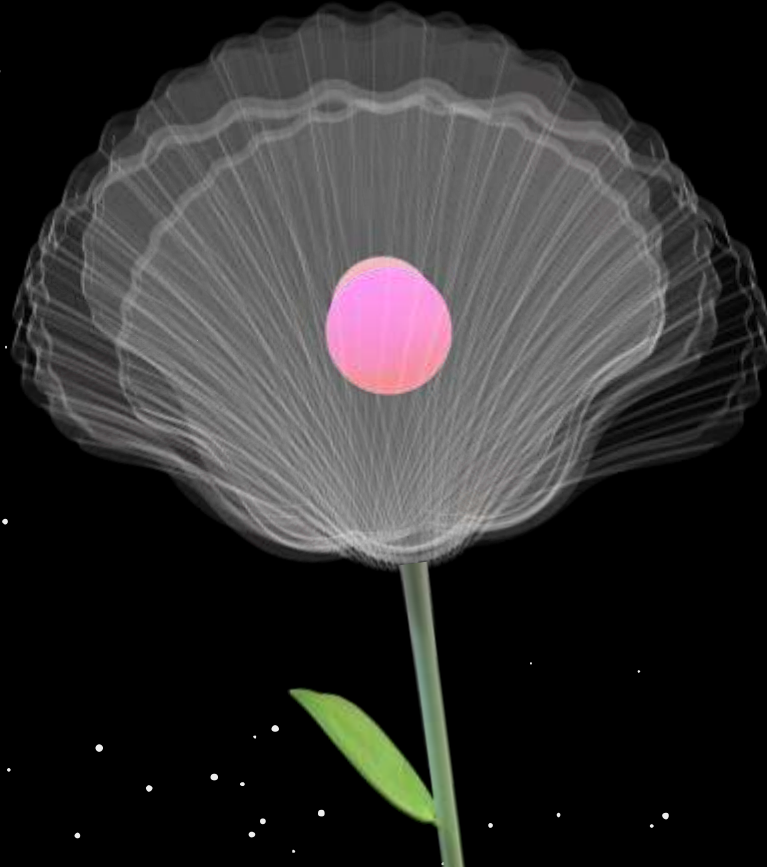




د. اللولو القحطاني

دكتوراه الإعلام الرقمي





دتم بخیر و سرور

