

كلية الفنون والثقافة

## قسم الفنون البصرية وفنون العرض

**مذكرة التخرج ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر تخصص فن الإشهار**

# توظيف الذكاء الاصطناعي في العملية الإشهارية: دراسة في عرض المنتوجات الفنية بتقنية الهولوغرام.

من إعداد الطالب(ة):

بوقزولة

شیماء

عبد العالى  
أبو

الحنة المناقشة:

تحت إشراف الدكتور:  
• بن عزّة أَحْمَد

## د. بولهوشات نجاح جامعة قسنطينة 3 / صالح بوبيدير رئيسا

د. بن سالم محمد بشير جامعة قسنطينة 3 / صالح بونيدر مناقشا

## **الملخص:**

تناولت الدراسة موضوع توظيف الذكاء الاصطناعي بخاصة الهولوغرام، موسومة: "دراسة في منجزات الهولوغرام على المنتوج الفني" ، حيث هدفت إلى الكشف على طريقة استخدام الذكاء في العملية الإشهارية من خلال إبراز مدى فعاليتها وتأثيرها على المنتوج الفني، وتحقيق هذا الهدف تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي وكذا المنهج التطبيقي التحليلي لدراسة بعض النماذج المختارة، وإبراز الدور الأساسي للذكاء الاصطناعي في تحسين حملات الإعلان والترويج لها، وزيادة نجاحها من خلال تكنولوجيا الهولوغرام التي تقدم تجربة تعزز التفاعل بين المتلقى والمنتوج الفني، كما استخدمنا مجموعة من الأدوات لتحقيق هذا الهدف كعمل نماذج شخصية وتحليل ومضات إشهارية، وتوصلت الدراسة على أن فعالية العملية الإشهارية ترتبط بالوسيلة التي يتم استخدامها حيث أن تقنية الذكاء الاصطناعي لها فعالية كبيرة على الإعلانات التجارية، باعتبار الهولوغرام ابتكار بصري ثلاثي الأبعاد يحسن من فعاليات الإعلان وزيادة جاذبيتها وتأثيرها على المشاهدين.

**الكلمات المفتاحية:** ذكاء اصطناعي، الإشهار، ترويج، منجزات، هولوغرام، منتوج

## **Le résumé :**

L'étude a traité du sujet de l'utilisation de l'intelligence artificielle, en particulier de la Hologram, étiquetée: «Une étude dans les réalisations de l'Hologram, la hauteur du produit artistique», où elle visait à révéler la façon dont l'intelligence est utilisée dans la publicité Processus en mettant en évidence son efficacité et son impact sur le produit artistique, et pour atteindre cet objectif, l'approche descriptive a été invoquée sur l'analyse, ainsi que l'approche analytique appliquée pour étudier certains modèles sélectionnés, mettant en évidence le rôle principal de l'intelligence artificielle dans l'amélioration de la publicité campagnes, et augmenter leur succès grâce à la technologie Hologram qui offre une expérience qui améliore l'interaction entre le destinataire et le produit artistique, et nous avons également utilisé un ensemble d'outils pour atteindre cet objectif comme faisant des modèles personnels et l'analyse des éclairs publicitaires et l'étude ont trouvé Le fait que l'efficacité du processus publicitaire soit liée aux moyens utilisés comme technique de l'intelligence artificielle a une grande efficacité sur les publicités commerciales, étant donné que le Hologram est une innovation optique à trois dimensions qui améliore les activités publicitaires et augmente son attractivité et son attitude impact sur les téléspectateurs.

Les Mots-clés : Intelligence Artificielle, Publicité, Promotion, Réalisations, Holographique, Produit.

# فهرس المحتويات

| العنوان   | الصفحة                             |
|---|------------------------------------|
| ملخص الدراسة  | أ- ط                               |
| المقدمة   | ٥                                  |
| تحديد المفاهيم  | ١                                  |
| <b>الفصل الأول: الإنسان الآلي البشري الاجتماعي والعملية الإشهارية</b>               | <b>١</b>                           |
| تمهيد.....  | ٧                                  |
| المبحث الأول: التعريف بالثورة الصناعية الرابعة وأهم تكنولوجياتها في المجال الإشهاري | تعريف الثورة الصناعية الرابعة..... |
| .....   | ٨                                  |
| خصائص الثورة الصناعية.....  | ٩                                  |
| دور التكنولوجيا الحديثة وتحميدها في التسويق الرقمي.....                             | ١٠                                 |
| تعريف التكنولوجيا الحديثة.....  | ١١                                 |
| مفهوم التسويق الرقمي.....   | ١٢                                 |
| تعريف التسويق الرقمي.....   | ١٣                                 |
| تطور مفهوم التسويق الرقمي.....  | ١٤                                 |
| .....   | ١٥                                 |
| خلاصة.....  | ١٦                                 |
| <b>المبحث الثاني: الذكاء الاصطناعي ومشاريعه المختلفة</b>                            | <b>١٧</b>                          |
| مفهوم الذكاء الاصطناعي.....   | ١٩                                 |
| نشأة وتطور الذكاء الاصطناعي.....  | ٢٠                                 |
| أهمية الذكاء الاصطناعي.....   | ٢٢                                 |
| خصائص ومميزات الذكاء الاصطناعي.....   | ٢٣                                 |
| عيوب الذكاء الاصطناعي.....  | ٢٥                                 |
| استعمالات وأهداف الذكاء الاصطناعي.....  |                                    |
| أنواع الذكاء الاصطناعي .....  |                                    |

# فهرس المحتويات

|    |   |
|----|---|
| 27 | تطبيقات الذكاء الاصطناعي.....   |
| 28 | الفرق بين الذكاء الاصطناعي والذكاء البشري.....                          |
| 30 | خلاصة.....  |
| 31 | <b>المبحث الثالث: الذكاء الاصطناعي والتسويق الرقمي.....</b>             |
| 32 | فوائد التسويق بالذكاء الاصطناعي.....                                    |
| 32 | تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التسويق.....                                |
| 33 | أمثلة على بعض تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التسويق.....                  |
| 36 | خلاصة.....  |
| 37 | <b>المبحث الرابع: الهولوغرام وتقنياته.....</b>                          |
| 38 | ماهية تقنية الهولوغرافي والهولوغرام.....                                |
| 40 | نشأة وتاريخ تقنية الهولوغرام.....                                       |
| 40 | أنواع الهولوغرام.....   |
| 42 | خصائص الهولوغرام.....   |
| 43 | عيوب الهولوغرام.....  |
| 44 | استخدام تقنية الهولوغرام في مجال الفنون البصرية.....                    |
| 45 | مجالات تطبيق تقنية الهولوغرام.....                                      |
| 47 | الأدوات المستخدمة في تقنية الهولوغرام وكيف تعمل.....                    |
| 50 | خطوات عمل تقنية الهولوغرام.....   |
| 54 | خلاصة.....  |
| 56 | <b>الفصل الثاني:.....</b>   |
| 57 | تمهيد.....  |
| 58 | النموذج الأول: ومضة إشهارية خاصة بتمثال توتعنخامون بالمتحف المصري.....  |
| 69 | النموذج الثاني: مضة إشهارية خاصة لأحدث تكنولوجيا التسويق والدعائية..... |
| 84 | النموذج التطبيقي: إنجاز نموذج للهولوغرام مع مضة.....                    |
| 92 | خلاصة الفصل.....  |

## **فهرس المحتويات**

---

---

|    |                     |
|----|---------------------|
| 94 | ..... خاتمة الدراسة |
| 97 | ..... قائمة المراجع |