

تأثير استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في التصميم الجرافيكي على تفاعل المستخدمين لتصميم الإعلانات التجارية

إعداد

إيناس عبد الحميد قطناني

المشرف

أحمد حسني الصوي

جامعة الزيتونة الأردنية، 2023

الملخص

يتمثل الهدف الرئيسي في هذه الدراسة إلى التعريف بمفهوم الذكاء الاصطناعي، وأدواته، ومجالات استخدام هذه الأدوات، والبحث في العوامل المؤثرة في تفاعل المستخدمين مع هذه الأدوات لتصميم الإعلانات التجارية، والذي يتفرع منه دراسة أثر الفائدة النفعية، وسهولة الاستخدام، وكيف تتحقق فائدة المتعة عند استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في تصميم الإعلانات التجارية، حيث قامت الباحثة بجمع البيانات إلكترونياً عن طريق (Google Form)، واستخدام المنهج الوصفي التحليلي التجريبي لتحليل البيانات، حيث بلغت عينة الدراسة (536) تم جمعها من طلبة كلية "الخوارزمي الجامعية التقنية" بفرعيها الدبلوم والبيكالوريوس و"كلية الأميرة ثروت الجامعية المتوسطة"، وعدد ممن يعملون في هذا المجال، وقد أظهرت النتائج أنّ هناك أثر إيجابي لاستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي على الفائدة النفعية بنسبة (4.20)، وذلك بتوفير الوقت والجهد على المستخدمين لأدوات الذكاء الاصطناعي في إعلاناتهم التجارية، وأظهرت النتائج أثر إيجابي على سهولة الاستخدام بنسبة (4.16) مع المستخدمين؛ وذلك لما تحققه من تخفيف أعباء تصميمية كبيرة عنهم، وأسفرت هذه النتائج عن ظهور أثر إيجابي على فائدة المتعة بنسبة عالية (4.13) لما له من مقدرة على تعزيز النواحي الإبداعية للمستخدم، وإثراء القيم الجمالية للتصميم، وزيادة الرضى عن الشكل النهائي له، حيث تم الخروج من هذه التجربة بعدة توصيات أهمها: التركيز على إجراء دراسات حول أثر متغيرات مستقلة جديدة على التفاعل مع تصميم الإعلانات التجارية، وإدماج أدوات الذكاء الاصطناعي في التصميم الجرافيكي والإعلانات التجارية في التعليم.

الكلمات المفتاحية: التصميم الجرافيكي، الذكاء الاصطناعي، الإعلانات التجارية، الفائدة النفعية،
تفاعل المستخدمين، سهولة الاستخدام، فائدة المتعة.