

دمج تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في الإعلان ثلاثي الأبعاد

Integrate AI Technology into 3D Advertising

أ.د/ عطيات بيومي الجابري

أستاذ متفرغ بقسم الإعلان كلية الفنون التطبيقية – جامعة حلوان

Prof. Ateyat Bayoumi Al-Jabri

Professor Emeritus, Department of Advertising, Faculty of Applied Arts, Helwan University

ATEYT_ALGABRY@a_arts.helwan.edu.egg

أ.د/ سمر هاني أبودنيا

أستاذ التصميم التفاعلي بقسم الإعلان كلية الفنون التطبيقية – جامعة حلوان

Prof. Samar Hani Abodonia

Professor of Design, Department of Advertising, Faculty of Applied Arts - Helwan University

Samar_abodonia@a-arts.helwan.edu.eg

م / إيمان ياسر علي كامل

معيدة بالمعهد العالي فنون تطبيقية – قسم إعلان- كلية الفنون التطبيقية- جامعة حلوان

Assist. Lect. Eman Yasser Ali Kamel

Assistant Lecturer, Higher Institute of Applied Arts, Advertising Department , Faculty of Applied Arts - Helwan University

Emanyasser@a-arts.helwan.edu.eg

المخلص:

شهد العالم في السنوات الأخيرة تطوراً تكنولوجياً مذهلاً بشكل لا مثيل له، فالتكنولوجيا المدعمة بالذكاء الاصطناعي هي مصطلح يطلق على التطوير التقني الذي يطور الأدوات والمعدات الجديدة بهدف تطويرها وتحسين حياة البشر بشكل أفضل، فهي نتاج تطبيقي للعلوم المعرفية؛ وهي المعرفة العلمية والهندسية التي تعمل على تطوير المنتجات والخدمات السائدة لسهولة استخدامها فتحول عناصر الطبيعة لأدوات تخدم الإنسان وتعتمد في تطويرها على الذكاء لزيادة كفاءتها وإضافة عنصر السرعة عليها.

وتُعد فكرة أدائية لحل المشكلات وليست مجرد أدوات تقنية ومعدات، فهي نشاط إنساني يشمل الجانبين العلمي والتطبيقي، كما أنها نتاج خلاصة التفكير الإنساني المبدع للوصول لحل سريع يعمل على مساعدته لتقليص الوقت والجهد المبذول في إطار مادي تقني.

وقد تعددت مصادر التكنولوجيا وتنوعت وسائطها فبتطورها قد حازت على اهتمام المصمم الإعلاني، فحفزت طاقته الإبداعية مما أسهم بشكل إبداعي إيجابي على الإعلان فتحسن المنتج النهائي وزاد الارتباط النفسي به بسبب زيادة الجذب البصري وتنوع المثيرات، فكل نوع من التكنولوجيا الحديثة تأثير مختلف على التصميم الإعلاني يرجع إلى الطريقة المبتكرة التي يمتاز بها هذا النوع، كما أنها سهلت طريقة الدمج بين الأنواع المختلفة من التكنولوجيا للوصول إلى فكرة إعلانية وتصميمية ذات غاية إبداعية مختلفة ، وقد تطورت بشكل خاص عام 2018 عندما حدثت ثورة إلكترونية على وسائل التواصل الاجتماعي حيث فازت لوحة " مسرح اوبرا الفضاء"، التي نفذها "جيسون ألين" وتعد أول صورة مولدة بالذكاء الاصطناعي ؛ الذي يُعد كمحاكاة للذكاء البشري للكمبيوتر فيعتمد على الخوارزميات الديناميكية ليفكر ويتصرف مثله، فكل ما يحتاج إليه

قدر كبير من البيانات ليقدّر على معالجتها بصورة سريعة فينتج تصميم إعلاني في وقت قياسي مما يوفر على المصمم كثيراً من الوقت والجهد المبذول ، مع مراعاة أن يظل أسلوب المصمم و الفكرة خالصة له، فالذكاء الاصطناعي ما هو إلا وسيلة تصميمية .

الكلمات المفتاحية:

التكنولوجيا الحديثة – الذكاء الاصطناعي – الأساليب الفنية – منصات ثلاثية الأبعاد.

Abstract:

In recent years, the world has witnessed an unparalleled technological development. AI-enabled technology is a term for technical development that develops new tools and equipment for better development and improvement of human life. It is scientific and engineering knowledge that develops prevailing products and services for ease of use, transforming the elements of nature into human-serving tools and relying on intelligence to increase their efficiency and add speed to them.

As a performance idea for problem-solving and not merely technical tools and equipment, it is a humanitarian activity involving the scientific and applied aspects, and it is the product of the compendium of creative human thinking to arrive at a quick solution that helps it to reduce time and effort within a technical material framework.

Many sources of technology have diversified, and their development has gained the interest of the advertising designer. and stimulated his creative energy, which contributed creatively and positively to advertising by improving the end product and increasing psychological attachment to it due to increased visual attraction and diversity of thrills, Each type of modern technology has a different effect on advertising design due to the innovative way in which this type is characterized And it facilitated the way of integrating different types of technology to arrive at an advertising idea and design with different creative goals, It developed especially in 2018 when an electronic revolution took place on social media where a panel won "Space Opera Theatre", implemented by Jason Allen, is the first AI-generated image; As a simulation of a computer's human intelligence, it relies on dynamic algorithms to think and act like it, all that a great deal of data needs to be able to process it quickly produces an advertising design in record time that saves the designer a lot of time and effort, with the design style and idea still pure, AI is a design tool.

Keywords:

Modern technology - artificial intelligence - artistic styles - 3D platforms.

مقدمة:

لا زالت التكنولوجيا الحديثة في تطور سريع مستمر، فلا تعترف بكلمة نهاية، تقودنا إلى جعل الإعلان كعالم متصل منفصل بالنسبة للمتلقي في إطار تفاعلي حر مباشر، وتعتبر الإعلانات ثلاثية الأبعاد أحد الأشكال المتزايدة من التسويق وخصوصاً التسويق الرقمي، ويعد من الأساليب الإعلانية الهامة حيث يتصل بالجمهور بشكل مباشر وفعلي؛ فيفضل التكنولوجيا الحديثة التي خلقت مجالاً آخر من التفاعل بين المتلقي والشركة.

فأصبح محاط به بزاوية 360° يتفاعل معها ، كما تخلق من حوله عالم افتراضي يمكن فيه لوقت أطول مستمتعاً بتجربة مختلفة ، حيث يقوم على أسس فنية ليحقق أكبر قدر من الاستفادة والتعامل مع أكبر قاعدة جماهيرية ممكنة ، فيستخدمه

زادت فاعلية الرسالة الإعلانية فلم تعد تؤخذ في ظاهرها ، فأصبحت كإعتراف ضمني يؤكد المستهلك في قرارته بنفسه كما زاد تأثير الإندهاش وانجذاب المتلقي فأصبح يتذكر الإعلان لمدة أطول حيث يصبح هو بذاته جزء من الإعلان يحتك بالمنتج؛ ويعمل على جعل الإعلان ناجح بنفسه، فهي قد تصل إلى بضع ثواني بالنسبة للشركة المعلنة؛ ولكنها تجربة مؤثرة وفريدة تثير انتباهه وتجذبه إليها بعكس الإعلانات التقليدية التي تذهب هي إليه، فتعلق في ذاكرة المتلقي وتؤثر عليه فترة كبيرة من الزمن، حيث يحصل على إجابات شاملة لتسؤلاته من خلال إعلان واحد، مما يحقق الجانب المرجو من الإعلان. ومع التطور التكنولوجي لم يعد يقتصر الإعلان ثلاثي الأبعاد على نطاق جغرافي واحد؛ ولا على حدود ديموغرافية – الفئة العمرية، طبيعة الجنس سواء ذكر أو أنثى- واحدة في كثير من الإعلانات؛ فالتداخل التقني الممتع؛ والطابع الافتراضي على الإعلان عمل على خلق قواعد جماهيرية جديدة.

وبدخول الذكاء الاصطناعي إلى الإعلان ثلاثي الأبعاد أصبح كحجر الزاوية في مجال تصميم الإعلان ثلاثي الأبعاد، فظهرت العديد من المنصات والمولدات التي قامت بتوسيع القدرات الإبداعية للمصممين حيث أتيحت إمكانيات جديدة للتعبير بشكل إبداعي فني تقني.

مشكلة البحث:

- كيف يمكن الدمج بين التكنولوجيا الحديثة بالذكاء الاصطناعي وتوظيفها في الإعلان ثلاثي الأبعاد بشكل تصميمي فريد ومتميز بالمتلقي يعلق في ذهنه؟

أهمية موضوع البحث:

تكمن أهمية البحث في دراسة طريقة وأثر الدمج بين التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي وكيفية الاستفادة منها في عملية تصميم إعلان ثلاثي الأبعاد، حيث يفتح آفاق جديدة للتفكير التصميمي المبدع؛ كما يساهم في حل العديد من المشكلات التصميمية لتنفيذ الإعلان ثلاثي الأبعاد كتقليل الوقت المبذول من أيام إلى ساعات، كما يؤثر على المتلقي في جذب انتباهه بإنشاء تجربة تجمع بين الواقعية والافتراضية تعلق في الذهن.

أهداف البحث:

يهدف البحث إلى دراسة..

- الدمج بين التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي وتوظيفها في تصميم إعلان ثلاثي الأبعاد.

- إنشاء تجربة تصميمية فريدة ومتميزة بالنسبة للمتلقي بشكل يعلق في الذهن.

فرض البحث:

يفترض البحث أنه...

يمكن تحقيق الدمج بين أنواع التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي وتوظيفها في تصميم إعلان ثلاثي الأبعاد، ويكون ذا أثر على المتلقي بإنشاء تجربة فريدة ومميزة تعلق بالذهن.

حدود البحث:

الحدود الزمانية: منذ عام 2018 (تاريخ حدوث ثورة إلكترونية) وحتى 2024.

الحدود المكانية: حدود الدراسة العملية نماذج إعلانية محلياً وعالمياً.

منهج البحث:

يتبع المنهج الوصفي التحليلي لنماذج أجنبية ومصرية.

مصطلحات البحث:**منصات افتراضية ثلاثية الأبعاد:**

هي المنصات والمولدات التي قامت بتوسيع القدرات الإبداعية للمصممين حيث أتيحت إمكانيات جديدة للتعبير بشكل إبداعي فني تقني، تجمع بين تطبيقات الواقع المعزز؛ وعوالم الواقع الافتراضي التفاعلية (7, Bridge 2024).

الشخصية الافتراضية ثلاثية الأبعاد:

هي شخصية Avatar تكون موجودة ضمن حدود العالم الافتراضي، ولكن لها قدرات رؤية حسية، قد تتفاعل مع الواقع وقد تتفاعل مع الكائنات الذكية الأخرى، كما يمكن تزويدها بخوارزميات لتتشبه بالبشر وتتواصل معهم بقدرات إدراكية. وتلك الشخصية من الممكن أن تكون افتراضية أو واقعية كما أنه من الممكن إضافة صفات وتعديلها عليها بشكل مختلف ك (الشكل واللون والملابس)، كما يمكن بيع وشراء تلك الشخصيات الافتراضية عن طريق الأسواق الافتراضية التابعة للمنصات، كما يمكن تحديد NFT لتحديد ملكية الشخصية نفسها لتداول في الأسواق كما لو أنها عملة.

(borovikov, yercho. 2016, 7).

أولاً: الإطار النظري للبحث:**تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي (artificial intelligence technology) AI:**

هو محاكاة للذكاء البشري للحاسوب فيعتمد على الخوارزميات الديناميكية ليفكر ويتصرف مثله، حيث يحتاج إلى قدر كبير من البيانات ليقرر على معالجتها. (نهلة السيد 2023، 220).

اصطلاحاً يعني الأنظمة التي تأخذ نهج سلوكي ذكي في تحليل بيئة رقمية لاتخاذ قرار تصميمي مناسب بدرجة معينة من المنطقية والاستقلالية.

إجرائياً معناه المعالجة السريعة الذكية ذات التواصل الفعال والمحاكاة البشرية للقيام بمهام متنوعة، كما يمكنها تطوير نفسها آلياً من خلال المعلومات المغذية لها عن طريق الفحص والتنقيب بالإضافة إلى التفكير المنطقي. (شيرين البحيري 2023).

تاريخ الذكاء الاصطناعي:

تعود بدايته إلى العقد الخامس من القرن العشرين حيث قُدمت ورقة بحثية بعنوان الآلات الحاسبة والذكاء؛ تنص على إمكانية صنع آلة ذكية تحاكي البشر، ثم تلاها بعام أول اختبار لإنشاء برنامج يستعمل الذكاء الاصطناعي حيث قام بتشغيل لعبة الداما Checkers على الحاسوب، وفي عام 1956 صيغ لأول مرة مصطلح الذكاء الاصطناعي، وهذا الأمر بعد ذلك نسبةً للتكنولوجيا آن ذاك.

مع بداية القرن 21 زاد التسارع في علم الذكاء الاصطناعي، فأصبحت الروبوتات التفاعلية متاحة في الأسواق، وظهرت العديد من أنواع التكنولوجيا التي تعمل على دمج العالمين، كما تطورت البرامج التصميمية بشكل سريع وقوى وأصبحت على درجة عالية من الدقة.

وبشكل خاص تطور الذكاء الاصطناعي بقوة في عام 2018 عندما تم الإعلان عن أول صورة مولدة باستخدام الذكاء الاصطناعي، فباستخدام عدة كلمات قام الحاسوب بمعالجتها وخلق صورة نابغة من ترجمة الكلمات، كما في شكل رقم (1):



شكل رقم (1) مسرح اوبرا الفضاء، نفذها "جيسون ألين"

حيث تعد أول صورة بالذكاء الاصطناعي فازت بمسابقة عالمية عام 2018.

(12/7/2024). Online Available at: <https://alshaanalaraby.com/2847/>-

أنواع الذكاء الاصطناعي من حيث القدرة:



مخطط رقم (1) يوضح أنواع الذكاء الاصطناعي. 1*



مخطط رقم (2) يوضح أنواع الذكاء الاصطناعي من حيث طريقة عمله. 2*

صفات تقنية الذكاء الاصطناعي:

تعلم الآلة:

تنقية تسمح بتحسين أدائها من خلال التعرف على بيانات واتخاذ القرارات بناءً على تلك الأنماط. (Linda Tucci, 2023) كما في شكل رقم (2):



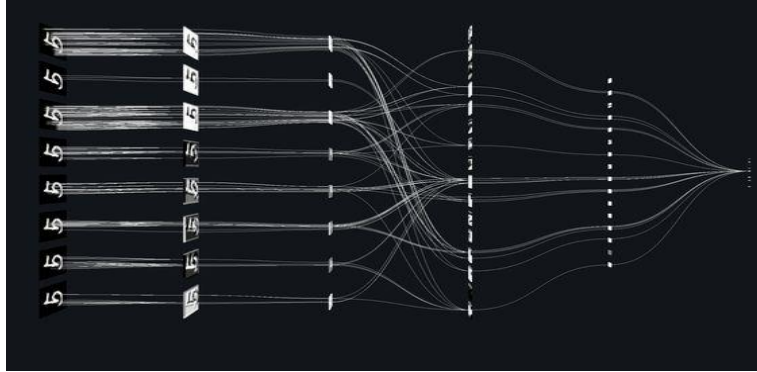
شكل رقم (2) يوضح التعلم الآلي من خلال التعرف على البيانات.

Online Available at: <https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2018/08/24/will-machine-learning-ai-make-human-translators-an-endangered-species/?sh=4092fc073902> (13/7/2024).

الشبكات العصبية:

تحاكي الدماغ البشري من خلال الخوارزميات، وتتكون من أربع مكونات رئيسية: المدخلات، والأوزان، والحدود، والمخرجات.

كما في شكل رقم (3):



شكل رقم (3) يوضح الشبكات العصبية من خلال الخوارزميات.

Online Available at: <https://medium.com/cracking-the-data-science-interview/a-gentle-introduction-to-neural-networks-for-machine-learning-d5f3f8987786> (13/7/2024).

انترنت الأشياء:

اتصال بيئي من الإنترنت للأجهزة الذكية في الأشياء ذات الاستخدام اليومي، مما يتيح لها إرسال واستقبال البيانات. (Oxford dictionary, 2015).

كما في شكل رقم (4):



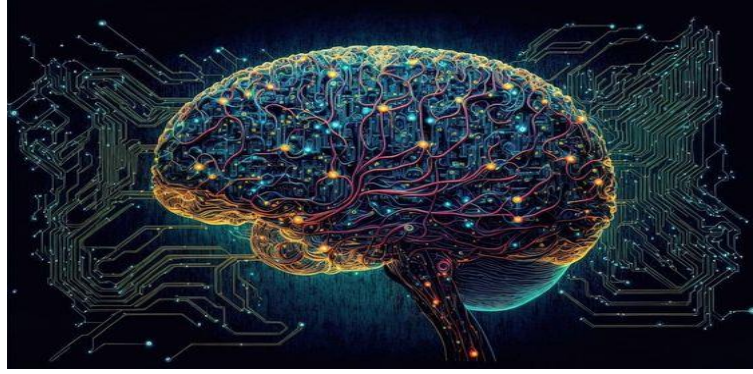
شكل رقم (4) يوضح انترنت الاشياء في إرسال واستقبال البيانات.

Online Available at: <https://www.noobpreneur.com/2019/01/30/the-future-of-the-internet-of-things/> (2024).73/1

التعلم العميق:

نوع من التعلم الآلي يعتمد على الشبكات العصبية الاصطناعية، حيث يدمج بين الطبقات المتعددة لاستخراج مميزات ذات مستوى أعلى بشكل تدريجي من البيانات المدخلة.

كما في شكل رقم (5):



شكل رقم (5) يوضح التعلم العميق من خلال البيانات المدخلة.

Online Available at: <https://www.forbes.com/sites/kevinmurnane/2016/04/01/what-is-deep-learning-and-how-is-it-useful/?sh=1d04843bd547> -
(2024).7/14 (learning-and-how-is-it-useful/?sh=1d04843bd547

البيانات الضخمة:

مجموعة بيانات كبيرة للغاية يمكن تحليلها حسابيًا للكشف عن أنماط والاتجاهات والارتباطات وبشكل خاص فيما يتعلق بالسلوك البشري والتفاعلات التي تحدث بين البشر في مجتمعاتهم. كما في شكل رقم (6):



شكل رقم (6) يوضح البيانات الضخمة ودراسة تفاعلات البشر.

Online Available at: <https://techbullion.com/unraveling-the-big-data-labyrinth-where-innovation-meets-ethics/> -
(24/4/2024).

الدمج بين الذكاء الاصطناعي والإعلان ثلاثي الأبعاد:

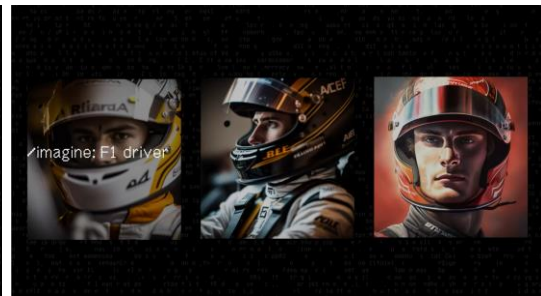
في الآونة الأخيرة زاد توظيف الذكاء الاصطناعي في تصميم الإعلان ، حيث يعتبر كوسيلة للإنجاز سواء كان في الوقت أو الجهد ؛ فبدلاً من أن تمضي الكثير من الساعات في جمع المعلومات والصور والدمج بينهم الذي قد يصل في بعض الأحيان لأيام ، أصبح بمجرد كتابتك لما يدور في ذهنك وإدخاله لمنصات الذكاء الاصطناعي يتم إنتاج صور ومقاطع من فيديو أو معلومات تفيدك في التعديل عليها وإنشائها واستخدامها بشكل مباشر في الإعلان ، وقد اعتمدته كثير من الوكالات المحلية والعالمية ؛ مثال على ذلك مبادرة Mullen Lowe MENA ، من قبل وكالة الإعلانات: Mullen Lowe ، ترتبط هذه الحملة الإعلانية للمحتوى والرقمية والتجريبية بصناعات التعليم والإعلام والمصلحة العامة، كما في

شكل رقم (7) ؛ حيث تم تقديم هذه الحملة عام 2023 من قبل Senior Creative: Belén Arregui من Mullen Lowe MENA ، وقد نُشرت هذه الحملة المهنية بعنوان «إصلاح مؤسسات العفو الدولية» في الإمارات العربية المتحدة في يناير 2023.

كما أصبحت جميع الصور للجمهور خالية من حقوق الملكية الفكرية ، كلما قمت بتنزيلها واستخدامها على الإنترنت ، زاد تعلم الذكاء الاصطناعي ، هذه مجرد خطوة واحدة نحو بناء عالم أكثر إنصافاً، حيث يعكس الذكاء الجميع ؛ حيث إن الهدف من هذه الحملة هو تعليم الذكاء الاصطناعي إدراك أن النساء يمكن أن يصبحن أطباء ورواد فضاء ومديرين تنفيذيين، تماماً مثل الرجال الذين يمكن أن يكونوا أطباء أو مرضيين أو معلمين، فلا نهدف فقط إلى إصلاح التحيز الجنسي والعنصري للذكاء الاصطناعي ولكن أيضاً كسر الحواجز بين الجنسين في المهن وتعميم شموليتها الاصطناعي ويمثل



شكل رقم (7-ب) يوضح نتيجة البحث عن الحاصلين على جوائز عالمية بالذكاء الاصطناعي.



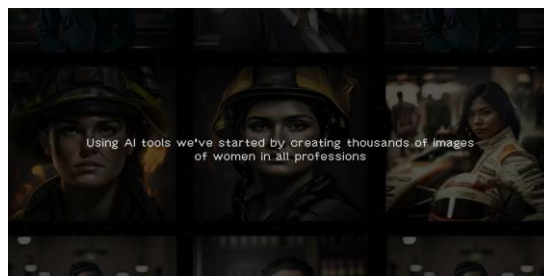
شكل رقم (7-أ) يوضح نتيجة البحث عن المهن في الذكاء الاصطناعي.



شكل رقم (7-د) يوضح النسبة الخاطئة بسبب تحيز البيانات أو الفرق المسؤولة عن إدارتها.



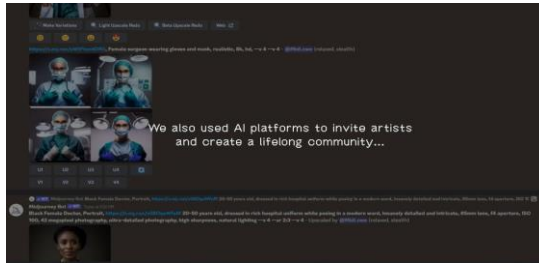
شكل رقم (7-ج) يوضح أن جميع النتائج بالذكاء الاصطناعي تظهر رجال.



شكل رقم (7-و) يوضح استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي لتناول صور النساء في جميع المهن.



شكل رقم (7-هـ) يوضح الرغبة في الانضمام لكسر هذا التحيز.



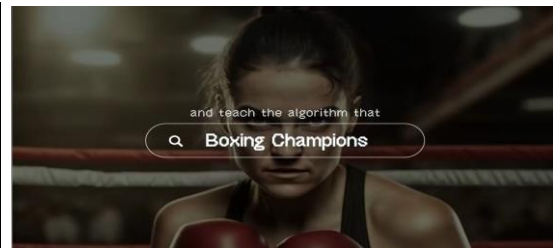
شكل رقم (7-ج) يوضح استخدام المنصات ودعوة الفنانين لإنشاء مجتمع لمدى الحياة.



شكل رقم (7-ز) يوضح إزالة الجنس من أسماء الملفات وأوصافها حتى يتمكن من التعرف عليها.



شكل رقم (7-ي) يوضح أن الطريقة الوحيدة لوقف التحيز هي إيضاح أن النساء مُنتجات.



شكل رقم (7-ط) توضح إتمام الأمر بتعليم الخوارزميات، مع إيضاح تجربة البحث الجديدة.

شكل رقم (7) حملة إعلانية "إصلاح المؤسسات الدولية" مقدمة من اليونسكو، لتعريف الذكاء الاصطناعي بوجوب كسر التحيز عن طريق استخدامه لذلك.

- Online Available at: <https://www.adsoftheworld.com/campaigns/fixing-the-bais> (2024/7/14).

منصات توليد نماذج ثلاثية الأبعاد والنمذجة ثلاثية الأبعاد بالذكاء الاصطناعي:

أصبح الذكاء الاصطناعي بمثابة ثورة تقنية تفتح آفاق جديدة؛ تعمل على رفع الكفاءة وتحسين من سرعة تنفيذ العمليات حيث توفر الوقت والجهد المبذول وتسهيل الإنتاج بتكلفة أقل وجودة ودقة أعلى، حيث يتميز الذكاء الاصطناعي بقدرته العالية على المحاكاة ليحلل ويستخرج أشكال وأنماط جديدة لبناء نماذج إعلانية ثلاثية الأبعاد.

منصة استوديو ماستر بيس: Masterpiece studio

يعمل على تحويل النص الكتابي لنموذج ثلاثي الأبعاد، فتستخدم تقنية معالجة اللغات الطبيعية (NLP) المتطورة لتحويل اللغة الوصفية للمستخدم إلى نموذج ثلاثي الأبعاد.

كما في شكل رقم (8) حيث يوضح ملعب «text-to-3D» كامل مصمم للاستكشاف السريع والنماذج الأولية - تم بناؤه بالتعاون مع NVIDIA، حيث إنه ليست هناك حاجة لأن تكون مصممًا سريعًا - كل ما هو مطلوب هو لوحة مفاتيح ومتصفح وقليل من الخيال - وبضع كلمات فقط؛ فتقوم بتوليد عناصر تمكين حقيقية وتمكين كل مبدع من تخطي الأجزاء الصعبة من الإبداع ثلاثي الأبعاد:



شكل رقم (8) يوضح شكل منصة Masterpiece studio.

- Online Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=O1TIGOmSQ4M&t=61s> (2024).7/14

منصة رودين: RODIN

هي منصة ناتجة من اتحاد مايكروسوفت مع نفيديا، تعمل على إنشاء نماذج ثلاثية الأبعاد واقعية باستخدام المعلومات المدخلة لتنتج صور نابضة بالحياة، كما يوفر مناظر بزاوية 360°.

كما في شكل رقم (9) حيث في هذا الفيديو، سوف نستكشف اثنين من أدوات الذكاء الاصطناعي القوية التي طورتهما هذه الشركات NVIDIA's RANA و: Microsoft Rodin. RANA هي أداة للتوليف الواقعي للبشر تحت أي وجهة نظر ، ووضع جسم ، وإضاءة ، بينما Rodin هي أداة لتوليد صور رمزية رقمية ثلاثية الأبعاد من إدخال صورة أو وصف نصي. سوف نتعمق في التفاصيل الفنية لكيفية عمل هذه الأدوات ونرى أمثلة على قدراتها الرائعة. ابق على اتصال لإلقاء نظرة فاحصة على تقنية الذكاء الاصطناعي المتطورة التي طورتهما NVIDIA وMicrosoft.



شكل رقم (9) يوضح استخدام منصة RODIN.

Online Available at: - <https://www.youtube.com/watch?v=1Lkk7PHbE8E&t=6s> (14/7/2024).

التقنيات التكنولوجية الحديثة ثلاثية الأبعاد بالذكاء الاصطناعي:**تقنية الانتشار المستقر: Stable Diffusion**

هو أحد نماذج مولدات الذكاء الاصطناعي (generative AI) ظهر في عام 2022 يعمل على تحويل النص والصورة لأشكال واقعية كما يستخدم لإنتاج الفيديوهات والرسوم المتحركة، يقوم باستخدام المساحة الكامنة فيتعتمد على الانتشار مما يقلل متطلبات وقت المعالجة الخاصة بالصور، كما يمكن للمصمم ضبطه بدقة لتلبية احتياجاته الخاصة؛ بأقل من خمس صور من خلال التعلم الانتقالي.

ثانياً: الدراسة التحليلية للبحث:**العناصر التحليلية المستخدمة في تحليل النماذج الإعلانية:****أولاً: بيانات الإعلان:**

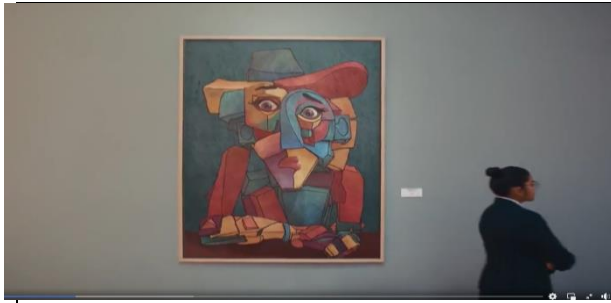
من خلالها يتم تناول (موضوع الإعلان- مكان الإعلان- تاريخ النشر- الجهة المعلنه- الرسالة- الفئة المستهدفة- الوسيلة).

ثانياً: الفكرة الإعلانية:

حيث يتم عرض فكرة الإعلان ثلاثي الأبعاد، ونوع التكنولوجيا المدعمة بالذكاء الاصطناعي.

ثالثاً: رجع الصدى:

يتم من خلاله توضيح رد فعل المتلقي المستهدف نحو الإعلان.



شكل رقم (1-ب) صورة لأحد الأعمال الفنية تتحرك بمجرد النفاذ المرشدة عنها.



شكل رقم (1-أ) يوضح صورة لمتحف من الخارج.



شكل رقم (1-د) تنتقل الزجاجاة إلى لوحة القرصان وتتحرك معه في البحر ثم يخرجها من لوحته للخارج إلى لوحة أخرى بالمتحف من جديد.



شكل رقم (1-ج) تظهر زجاجاة كوكاكولا بيد اللوحة السابقة وتتحول الزجاجاة إلى نفس أسلوب الرسم الخاص باللوحة - تكعيبي-.



شكل رقم (1-و) يظهر الطالب فاقد الشغف يشعر بالنعاس، كما تظهر فريدة كوهلو في الخلفية تطير تحاول الإمساك بالزجاجاة لتعطيتها للوحة المراة ذات الرداء.



شكل رقم (1-هـ) تنتقل زجاجاة كوكا كولا بين اللوحتين وأثناء تنقلها بينهم تتخذ أسلوب الرسم الخاص بكل لوحة كما لو أنها جزء منها.



شكل رقم (1-ح) يقوم الطالب بشرب زجاجاة الكوكا كولا ليحصل على النشاط والطاقة ويعود شغفه للرسم.



شكل رقم (1-ز) تقوم المراة ذات الرداء بفتح الزجاجاة ثم تضعها بجوار الطالب ليحصل عليها.



شكل رقم (1- ي) نهاية الفيديو وتكون بابتسامة الطالب وظهور لوجو وسلوجن الشركة "سحرها حقيقي".

شكل رقم (1- ط) يعود الطالب للرسم مجدداً فيقوم برسم لوحة إبداعية تنال تقدير من معلمته.



امسح الكود لمشاهدة الإعلان رقم 1

شكل رقم (1) يوضح إعلان ثلاثي الأبعاد لشركة "كوكا كولا" بالتكنولوجيا المدعومة بالنكاء الاصطناعي.

Online Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=VGa1imApfdg> (14/7/2024).

أولاً: بيانات الإعلان:

موضوع الإعلان	تجمع Coca-Cola بين الأعمال الفنية الشهيرة في إطار درامي لكسب فئة جديدة.
مكان الإعلان	اليوتيوب وسائل التواصل الاجتماعي.
تاريخ الإعلان	2023
بلد الإعلان	الولايات المتحدة الأمريكية.
الجهة المعلنه	Coca-Cola
الرسالة	انظر ماذا يحدث عندما يجتمع الكون بأكمله بطرق السحر الحقيقي لمساعدة الصبي الذي يحتاج إلى الارتقاء والقليل من الإلهام.
الفئة المستهدفة	طلبة الكليات الفنية وكل من يدرس الفن.
الوسيلة	Social media

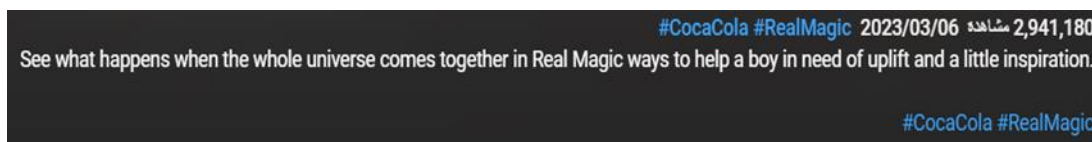
ثانياً: الفكرة الإعلانية:

الفكرة الإعلانية	تجمع Coca-Cola بين الأعمال الفنية الشهيرة لأندي وار هول وجي إم دبليو تورنر ويوهانس فيرمير، إلى جانب مقطوعات لبعض الفنانين الناشئين الواعدين في العالم، حيث يظهر الدمج بين السحر الخاص بالفن الناتج عن المدارس الفنية المتعددة حيث تنوع بين أساليب الفنانين ومدارسهم. مع السحر الخاص بمشروب كوكاكولا بجملة: "انظر ماذا يحدث عندما يجتمع الكون بأكمله بطرق السحر الحقيقي لمساعدة الصبي الذي يحتاج إلى الارتقاء والقليل من الإلهام."
------------------	---

حيث الربط بين نوعي الاستمتاع، باستخدام الذكاء الاصطناعي والتقنيات ثلاثية الأبعاد مع الانتشار المستقر، كما تم اختيار الموسيقى والأصوات الخاصة بشكل يتناغم مع حركة اللوحات لتظل معها للنهاية في إطار درامي.	
أعتمد هذا الإعلان على العديد من الأنماط التكنولوجية حيث استخدم الذكاء الاصطناعي في تطوير الحركة وإكسابها الواقعية. كما نفذت العناصر ثلاثية الأبعاد عن طريق منصات توليد نماذج ثلاثية الأبعاد والنمذجة ثلاثية الأبعاد. كما تم استخدام تقنية الانتشار المستقر التي تنتج صوراً واقعية فريدة من نوعها من أوامر النص والصورة.	التكنولوجيا المستخدمة

ثالثاً: رجع الصدى:

حصل الإعلان في منصة يوتيوب فقط على عدد مشاهدات يصل إلى 2,941,180



كما ظهرت التعليقات بشكل إيجابي على الإعلان وبشكل خاص بين الطلاب الكليات الفنية فجاءت التعليقات بمنصات أخرى على النحو التالي:



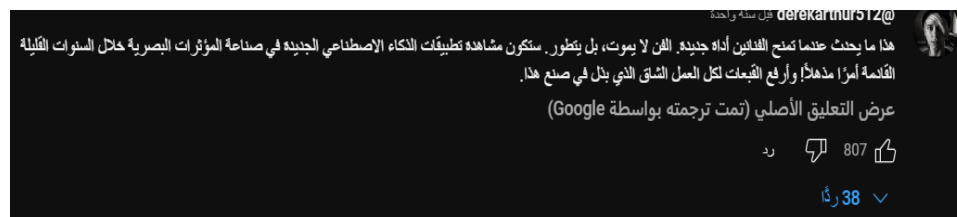
Maleena Shu • 3rd+

Aligning Customer Needs With User-Centric Digital Experiences

1y ...

This is impressive! It is a brilliant blend of creativity and technology. AI is unlocking new levels of creativity, efficiency and effectiveness in marketing. Excited times ahead!

Like Reply



وتسائل البعض الآخر عن طريقة تنفيذ إعلان مثله:



Mohamed Adel Ebrahim Gomaa • 3rd+

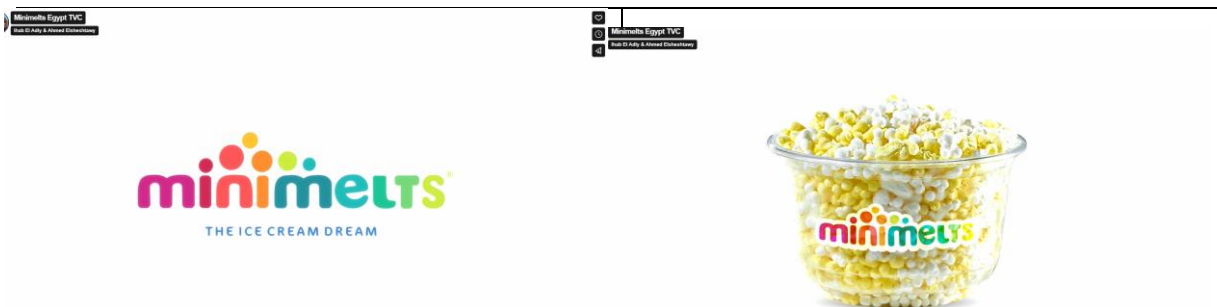
Senior Marketing Specialist

1y ...

اذاي نقدر نعمل فيديو ذي دا ؟

See translation





شكل رقم (2-ط) تظهر أنواع كورات ايس كريم ميني ميلز.	شكل رقم (2-ي) يظهر في النهاية اللوجو وسلوجن "ميني ميلز عالم ليا لوحدي".
	
امسح الكود لمشاهدة الإعلان رقم 2. شكل رقم (2) يوضح إعلان ثلاثي الأبعاد بالتكنولوجيا الحديثة والذكاء الاصطناعي لأيس كريم "ميني ميلز".	

Online Available at: <https://www.adsoftheworld.com/campaigns/a-flavorful-world-beyond->
(15/7/2024). [dreams](https://www.adsoftheworld.com/campaigns/a-flavorful-world-beyond-)

أولاً: بيانات الإعلان:

موضوع الإعلان	عالم لذيذ يتجاوز الأحلام
مكان الإعلان	التلفاز وسائل التواصل الاجتماعي ومول مصر.
تاريخ الإعلان	2023
بلد الإعلان	مصر
الجهة المعلنة	Mini melts
الرسالة	ميني ميلز عالم ليا لوحدي
الفئة المستهدفة	المراهقين والشباب محبي الأيس كريم.
الوسيلة	Social media & Tv

ثانياً: الفكرة الإعلانية:

الفكرة الإعلانية	هي أول إعلان تجاري مصمم باستخدام الذكاء الاصطناعي في مصر و الشرق الأوسط. تركز الحملة على حقيقة أن "أيس كريم ميني ميلتس" يحتوي على مجموعة ضخمة من النكهات الملونة المتنوعة التي يمكن مزجها لمنحك تجربة جديدة تمامًا. بدور مفهوم الإعلان حول كيف يمكن لهذا الأيس كريم أن يأخذك إلى عالم الأحلام المليء بالنكهات والألوان والإمكانيات التي لا نهاية لها.
------------------	---

أعتمد هذا الإعلان على العديد من النمذجة ثلاثية الأبعاد بواسطة الذكاء الاصطناعي في شكل الشباب أثناء دخولهم عالم الأحلام، حيث تم تصميم أغلب العالم الافتراضي بواسطة الذكاء الاصطناعي، كما ساعد على تطوير الحركة وإكسابها الواقعية عن طريق الذكاء الاصطناعي. كما نفذت الشخصيات الافتراضية ثلاثية الأبعاد عن طريق منصات توليد نماذج ثلاثية الأبعاد "منصة رودين" والنمذجة ثلاثية الأبعاد بواسطة الذكاء الاصطناعي وطريقة حركتهم وتناغم رقصاتهم.	التكنولوجيا المستخدمة
---	-------------------------------------

ثالثاً: رجع الصدى:

تلقي هذا الإعلان رجع صدى من الجمهور حيث ذهبوا لفرعه الذي أنشئ في مول مصر في أواخر ديسمبر، كما جاءت التعليقات إيجابية في تأثيره على فئة الشباب.



شكل يوضح التعليقات الإيجابية للجمهور على الإعلان ودعوات التهاني بافتتاح الفرع في مول مصر.

نتائج البحث:

- 1- الدمج بين أنواع التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي أضاف عناصر جديدة وساعد في تنفيذ إعلان ثلاثي الأبعاد مبتكر.
- 2- حل مشكلة الوقت الطويل لتنفيذ إعلان ثلاثي الأبعاد من أيام إلى ساعات، كما أن المنصات المدعومة بالذكاء الاصطناعي أصبحت ذات مميزات إضافية جديدة تضيف الواقعية على الإعلان.
- 3- استخدام التكنولوجيا في الإعلانات ثلاثية الأبعاد، يكسبها تواصل مستمر مع المتلقين، تساعد على جذب انتباههم وثقتهم وجذب متلقين جدد.
- 4- إن استخدام التكنولوجيا المدعومة بالذكاء الاصطناعي في الإعلان الإبداعي ثلاثي الأبعاد يساهم في حل العديد من المشكلات التصميمية التي كانت تواجهه الشركات في تنفيذ حملاتهم الإعلانية بشكل مبدع، وبصورة سريعة ترضي أيضاً الجمهور.

توصيات البحث:**توصيات للجهات الأكاديمية التي تعمل في مجال الإعلان:**

- عقد ورش عمل وندوات تثقيفية للطلبة والمصممين حول طريقة توظيف الذكاء الاصطناعي، وتوجيههم نحو تخطيط وتصميم الحملات الإعلانية باستخدامه بنسبة وليس ككل وأنه مجرد وسيلة مساعدة داخل الإعلان وليست المنفذ والمنسق الأساسي له، فلا يجب الاعتماد عليه ككل؛ بل دمجها مع باقي أنواع التكنولوجيا للحصول على حملات إعلانية مصرية ذات طابع ينافس العالمية.

توصيات موجهة لمصممي الحملات الإعلانية:

- إن المصمم الإعلاني هو صاحب الفكرة وصاحب طريقة ابتكارها وتنفيذها بصورة إبداعية، فهو الصانع الأول لها، والإعلان ما هو إلا فكرة جديدة؛ لذلك من الضروري استخدام ما توفره لنا التكنولوجيا من سبل تطور وراحة تصميمية طالما أنه لم تتعد على ملكية الغير، فالذكاء الاصطناعي وسيلة موفرة للجهد الوقت، فاستخدمه كأداة لك في خدمتك.

خلاصة البحث:

إن توظيف التكنولوجيا باستخدام الذكاء الاصطناعي وبشكل أساسي في الحملات الإعلانية ثلاثية الأبعاد؛ ساعد على إضفاء حيوية ومرونة في تناول المتلقي للإعلان، كما أن الذكاء الاصطناعي ساعد المصمم على تخطي عقبات تصميمية كثيرة كانت تواجهه؛ فأصبح تركيزه على طريقة العرض الإبداعي والفكرة المبتكرة دون نيل عناء التصميم على كاهله سواء كان وقتي أو جهد تصميمي، كما ساعدت التكنولوجيا في خروج الإعلان ثلاثي الأبعاد بصورة غير مألوفة تجذب الجمهور بشكل قوى، وتؤثر على ذهنه لوقت طويل، فالتجربة تكون مميزة، ويكون تلقيه للإعلان سهل وبسيط حيث يكون الإعلان ذا طابع جمالي يتقبله المتلقي ويوسع من مداركه فيؤثر على سلوكه.

المراجع:**مراجع عربية:**

- 1- السيد، نهلة. "التصميم الإعلاني التفاعلي في ظل التطور التكنولوجي الحديث". القاهرة: الفنون والعلوم التطبيقية، المجلد 10، عدد 3 (يوليو 2023).
- 2- شحاتة، هبة عبد المهيمن. "الإعلانات المجسمة ثلاثية الأبعاد كشكل من أشكال إعلانات الطريق". دمياط: الفنون والعلوم التطبيقية 9، عدد 1 (2022).
- 3- فرج الله، زينب. "التكنولوجيا الحديثة ودورها في تحقيق إدارة المورد البشر". مصر: الدراسات الإنسانية والاجتماعية، 2021.

Faragullah, Zainab. "Altecnologya Al7adesa w Dorha Fe Ta7keek Edaret Almwared Albasher." Maser: Alderasat Alensanya w Alegtma3ya, 2021.

Mo5atat (1-2) Men Tasmeem Alba7esa.

مراجع أجنبية:

- 1- Borovikov, Sergey Yercho. "On Virtual Character that Can See -7th Annual International Conference on Biologically Inspired Cognitive Architecture". BICA, 2016.
- 2- Bridge. "Introduction to 3D Model Generation technology Using Artificial Intelligence", Generative 3D Art. USA: wads worth, 2024.

مراجع رقمية:

- 1- Rhine Render. "3D ads a new way to reach your audience". <https://www.rhinerender.de/ar/post/3d-advertising-a-new-way-to-reach-your-audience>. (Accessed July 14, 2024).
- 2- Tech Bullion. "Big data". <https://techbullion.com/unraveling-the-big-data-labyrinth-where-innovation-meets-ethics/>. (Accessed July 14, 2024).
- 3- IBM. "Deep learning". <https://www.ibm.com/cloud/learn/deep-learning>. (Accessed July 14, 2024).
- 4- Adobe. "GenerativeAI". https://www.adobe.com/eg_ar/products/firefly/discover/generative-ai-vs-other-ai.html. (Accessed July 14, 2024).