



دور الذكاء الاصطناعي في تعزيز مضامين الاعلان التجاري

أسماء عباس لفته

كلية البوليتكنك للفنون التطبيقية / بغداد، الجامعة التقنية الوسطى، العراق
البريد الإلكتروني: asmaaxmaher@mtu.edu.iq

المخلص

يمثل الذكاء الاصطناعي الوجه الجديد للحياة على الكرة الارضية كونه يتدخل في العديد من مفاصل الحياة العامة للناس وهو ما يمكن ان يشكل ظاهرة تستحق البحث والتقصي يتكون البحث من ثلاث فصول الفصل الاول الاطار المنهجي والي ضم مشكلة البحث وأهدافه وحدوده المكانية والزمانية بالإضافة الى مجموعة التعاريف التي وردت في عنوان البحث فيما ضم الفصل الثاني الاطار النظري الي تكون من مبحثان كان الاول حول مفهوم الذكاء الاصطناعي وبعض خواصه ومميزاته بينما كان المبحث الثاني مختصا في الاعلانات التجارية واهم مقومات تصميمها فيما ضم الفصل الثالث مجموعة العينات التي اختارتها الباحثة بشكل قصدي وصولا للنتائج والاستنتاجات مع مجموعة المصادر التي استخدمتها الباحثة في بحثها .

الكلمات المفتاحية: الاعلان التجاري، الذكاء الاصطناعي.



The Role of Artificial Intelligence in enhancing the Fields of Commercial advertising

Asmaa Abbas Lafta

Polytechnic College of Applied Arts/ Baghdad, Middle Technical University, Iraq

Email: asmaaxmaher@mtu.edu.iq

ABSTRACT

Artificial intelligence represents the new face of life on Earth, as it interferes in many aspects of people's public life, which could constitute a phenomenon worthy of research and investigation. The research consists of three chapters, such as the first chapter, the methodological framework, which includes the research problem, its objectives, and its spatial and temporal boundaries, in addition to the set of definitions that It was mentioned in the title of the research, while the second chapter included the theoretical framework that consisted of two sections. The first was on the concept of artificial intelligence and some of its properties and features, while the second section was specialized in commercial advertisements and the most important elements of their design, while the third chapter included a group of samples that the researcher intentionally chose to arrive at the results and conclusions with a group. Sources that the researcher used in her research.

Keywords: Commercial advertising, Artificial intelligence.



الفصل الاول الإطار المنهجي للبحث

• مشكلة البحث

حملت التكنولوجيا معها الكثير من المتغيرات التي عملت على تحويل حياتنا العامة بمختلف نواحيها من خلال تدخلها في شكل العلاقات التي تربطنا مع مختلف الأشياء فالمبتكرات والبدائل الذكية صارت سمة من سمات عصرنا الحالي فتدخلت الحاسبة لتكون بديلا عن الانسان في مختلف المجالات التي يمارسها فصارت المعامل تدار من خلال مجموعة من الاجهزة والبرامج كشكل تقني فيما صار الذكاء الاصطناعي كبديل مهم يمكنه التفكير وحل المشاكل وأقتراح الحلول ليكون بديلا ستراتيجيا مهما بديلا عن الانسان في الاعمال التي تتطلب درجات عالية من التفكير وأصبح من الممكن ان يحدد ويشخص مختلف المشاكل الفنية والتقنية ويعمل على ايجاد الحلول الخاصة بها ومن تلك الجوانب التي يمكن له التدخل فيها هي مجالات التسويق عن طريق الاعلانات التجارية ومضامينها او المواضيع التي تدخل في حدود المستهلك والاستهلاك وسوف تقوم الباحثة بمحاولة الغوص في تفاصيل وأهمية وقدرة الذكاء الاصطناعي في عملية تعزيز مجموعة المضامين التي يمكن لتلك البرامج التدخل والتحكم بها ومقدار الاثر الذي تحققه في هذا المجال من خلال الاجابة على سؤال البحث المتمثل بما يلي (ما مدى قدرة الذكاء الاصطناعي على تقديم المقترحات التي يمكنها ان تعمل على تعزيز مضمون الاعلانات التجارية) .

• أهمية البحث والحاجة اليه :

تسليط الضوء على امكانية الذكاء الاصطناعي في تعزيز مضمون الاعلانات التجارية .

• اهداف البحث

كشف أهمية الذكاء الاصطناعي في بناء شكل الاعلان التجاري ومضمونه .

• حدود البحث

الحدود المكانيّة: نماذج مختارة
الحدود الزمانيّة : عام 2023.

• تحديد المصطلحات

الذكاء الاصطناعي

اصطلاحا :

يعرف الذكاء الاصطناعي بأنه " القدرة على تمثيل نماذج حاسوبية لمجال من مجالات الحياة وتحديد العلاقات الاساسية بين عناصره ومن ثم استخدام ردود الفعل التي تتناسب مع أحداث ومواقف هذا المجال " ¹ ويعرف ايضا بأنه " احد علوم الحاسب الالي الحديث التي تبحث عنه اساليب متطورة للقيام بأعمال الانسان وأستنتاجات تشابه ولو في حدود ضيقة تلك الاسباب التي تنسب لذكاء الانسان " ² التعريف الاجرائي : تعرف الباحثة الذكاء الاصطناعي على انه القدرة على تطبيق الانظمة المتطورة للحاسوب للقيام بمهام الانسان لمجال في مجالات الحياة كافة للوصول الى استنتاجات تشبه عادة ذكاءا بشريا مثل التفكير والتعلم وغيرها .

الاعلان التجاري :

اصطلاحا : يعرف بأنه " فن التعريف المباح بالسلعة أو الخدمة أو المنشأة المباحة باستخدام وسائل الاتصال، وذلك مقابل أجر معين يدفعه المعلن " ³

¹ قيس عودة الكناني، مفهوم الذكاء . بغداد مكتبة الزاوية ، سنة 2019، ص 23 .

² ثائر محمود ، صادق فليح عطيات ، مقدمة عن الذكاء الاصطناعي ، الطبعة الاولى ، عمان ، مكتبة المجمع العربي ، سنة 2006 ، ص 11 .



ويعرف ايضا بأنه : " هي الرسائل التي يتم تشغيلها بشكل خاص على وسائط البث مثل التلفزيون والراديو ، ويعد اختيار الوسيلة المناسبة لإقناع الجمهور المستهدف عنصرًا حاسمًا في نجاح الدعاية.⁴ فن التعريف المباح بالسلعة أو الخدمة أو المنشأة المباحة باستخدام وسائل الاتصال، وذلك مقابل أجر معين يدفعه المعلن التعريف الاجرائي : هو مجموعة من الرسائل التعريفية لسلعة أو خدمة على وسائط بث متنوعة تنقل معلومات واضحة وجذابة الهدف منها ترغيب المستهلكين وتلبية احتياجاتهم وتكون مقابل اجر معين يدفعه المعلن .

الفصل الثاني الاطار النظري

المبحث الاول الذكاء الاصطناعي المفهوم والاستخدام

اختلف العلماء في تحديد ماهية الذكاء بشكل عام نتيجة تعدد وأختلاف طرق القياس العقلي لذلك النشاط الا ان السنوات الخمسين الأخيرة استطاع العلماء تحديد بعض ملامح الفهم لطبيعة الذكاء بشكل عام مع اختلاف شكل وكيفية دراسته ، فلقد حاول العديد من العلماء ربط الذكاء بمجموعة المكونات العضوية للانسان او الكائن الحي بشكل عام مع وجود تفاوت في شكل الذكاء بين مجموعة الكائنات وما ساعد على ذلك هو ان الذكاء الاصطناعي قد " خرج من طور البحث الى الاستعمال التجاري وأثبت كفاءة في مجالات متعددة وأمكن تطبيقها في الكثير من التطبيقات التجارية للشركات والمؤسسات الصناعية وغيرها"⁵ وعملية النجاح هذه هي من ساعدت على عملية استمرار الابحاث التي تهتم به بخاصة وأنه يرتبط بدرجة رقي الكائن الحي بشكل عام او هو المسؤول عن تصنيف الكائنات ومن خلاله يمكن ان نميز بين الافراد او الكائنات الحية الموجودة معنا هذا يعني بأن " الذكاء هو امكانية نمط معين من السلوك الكامن في التكوين الجسمي للكائنات الحية وهو موروث وغير مكتسب"⁶ اذن فهو يرتبط بالجهاز العصبي للانسان ومختلف الكائنات الحية وتركيبها الدماغية ومجموعة افعاله ومقترحاته التي يقوم بها بغض النظر عن الدرجات التي يمتلكها او يتعامل بها الا ان الانسان اذكى من القرد والقرود اذكى من بعض الحيوانات وهكذا وهو نوع من انواع الاحكام التي يمكن ان نطلقها او نتعامل بها لتصنيف درجة ذكاء الكائنات الحية بشكل عام .

والذكاء الاصطناعي واحد من اهم مراحل تطور عملية اشتغال الحاسوب الالكتروني فهده الاساس هو " فهم طبيعة الذكاء الانساني عن طريق عمل برامج للحاسب الالي قادرة على محاكاة السلوك الانساني"⁷ وهو ما يمكن ان يمنح الحاسبة الالي القدرة على حل العديد من المسائل التي تحتاج الى اتخاذ قرارات في مجموعة من المواقف المختلفة والتي قد تختلف ما بين موقف وآخر فعلمية المعالجة تكون عن طريق تقديم مجموعة من الحلول الغير منتهية وابطس مثال عليها هو لعبة الشطرنج الموجودة في الحاسبة الالكترونية التي نتداولها ونستخدمها ، وعملية حل المسائل تكون مبنية على وفق معلومات يقوم المبرمج بأدخالها يسمح للحاسبة بمراجعتها وبناء العديد من المقترحات عليها فهي بمثابة الخبرة المكتسبة لدى الانسان وهو ما يمكن للحاسبة الرجوع اليها في اي وقت للتوصل الى النائج التي تكون مطابقة او على درجة عالية من الصواب .

تعتمد عملية بناء برامج الذكاء الاصطناعي على مجموعة من الخوارزميات التي تعود عملية تصميمها للعالم العربي الخوارزمي والتي تحتاج الى خطوات منطقية ومعقولة اكثر من حاجتها الى السرعة في عملية بنائها وتحليلها او عملية حلها لمجموعة المشاكل التي تطرح عليها فتكون " عمليات استقرائية ومنطقية مبنية على عملية استنباط في

³ د. عبدالمنعم بلال ، التحكم الالي والذكاء الاصطناعي بين النظرية والتطبيق ، مركز الاهرام ، سنة 2011 ، ص 21 .
⁴ دنيا محمود ، مفهوم الاعلانات التجارية وأنواعها ، المرسال موقع الكتروني على الشبكة العنكبوتية ، تاريخ النشر 30 مارس 2023 .

⁵ مهند ابراهيم ، الذكاء الاصطناعي وجه العالم الجديد ، عمان (دار عريفات للطباعة والنشر) ، سنة 2017 ، ص 43 .

⁶ قيس عودة ، مصدر سابق ، ص 28 .

⁷ الان بونيه ، الذكاء الاصطناعي واقعه ومستقبله ، ترجمة علي صبري فرغلي ، سلسلة عالم المعرفة ، سنة 1993 ، ص



معظم نشاطاتها الذكية " ⁸ فهي تقترب من عملية التنبؤ أو قراءة المستقبل أكثر من عملية طرحها للحلول الاعتيادية والتقليدية كما ان لها لغة خاصة بها تستخدمها في عملية حلها لمجموعة القضايا التي تطرح عليها أن " السمة الاولى لتلك البرامج هو عملية استخدامها للرموز بدل اللغات الصفرية التي تستخدم في الحاسبات العادية وهو ما يمكن ان تمنحها قدرة التنبؤ " ⁹ وهو ما جعلها أكثر ذكاءاً من الحاسبة الالي عن طريق سرعة عملية استرجاعها للبيانات المخزونة وطريقة معالجتها بشكل افضل ، وهو ما سمح لها بعملية القيام بمجموعة من الفحوصات المرضية على مجموعة من المرضى في العديد من التجارب فهي " لديها القدرة على التعبير عن المفاهيم البالغة والتعقيد وأخذ القرارات بتشكيلات متطورة عن طريق مجموعة من الحالات الثنائية " ¹⁰ ولديها القدرة على اقتراح وتقديم الحلول وفق مجموعة من البيانات الناقصة والغير مكتملة أو مقارنتها بحالات اخرى مشابهة لها مثال على ذلك هو اقتراح نوع من الدواء لحالة مرضية قد لا تكون بيانات المريض كاملة الا ان الذكاء الاصطناعي يمكنه افتراض مجموعة من المعلومات يمكن ان تكون قريبة جداً من المعلومات الاصلية الناقصة وهو ما يسمح لها بافتراض مجموعة من الحلول التي يمكن ان نعتبرها مثالية الى حد كبير وهو ما جعلها من أهم سمات الذكاء الاصطناعي وهي امكانية " حل المسائل في حالة عدم توفر جميع البيانات اللازمة وقت الحاجة لاتخاذ القرار ويحدث ذلك كثيراً في الطب حين لا تكون نتائج التحليل كاملة وحالة المريض بحاجة الى اتخاذ قرار سريع " ¹¹ وهو هنا ما يعمل على دفع الطبيب الى الاسراع في اتخاذ القرار بناء على مجموعة من الحلول التي تكون على دقة عالية وقريبة جداً من الصواب وهو ما يمكن ان يجعل النتائج أكثر دقة واقل خطأ بسبب كثرة الاقتراحات الصحيحة التي يمكنها ان تمنح المستخدم مساحة ومرونة أكبر في اتخاذ القرارات وتعديلها بالاضافة الى امكانية تلك البرامج على تصوير حلول جديدة لم تكن متوقع او على النقيض من كل التوقعات والحسابات المعروفة وهو ما يمكن ان يكون سمة إضافية من سمات هذه البرامج بالاضافة الى الخاصية التي لا تمتلكها كل البرامج الاخرى في العالم الا وهي قدرة هذا النظام على التعلم أذ لديه " القدرة على التعلم التي هي من المميزات للسلوك الذكي " ¹² فالذكاء الاصطناعي يمتلك قدرة التعلم وكسب الخبرات بشكل كبير وهو ما يجعله يستفيد من هذه الخبرات في عملية تجنب الاخطاء وما يمكن ان تجعل له ستراتيجية خاصة في معالجة وتقديم مختلف المشاكل التي يمكن ان تواجه اليه او يكون مسئولاً عن حلها

المبحث الثاني

الاعلان التجاري والمضمون الشكلي

يمثل الاعلان الجانب الاهم في عملية التصميم وهو من أهم الاسباب التي يمكن ان يتوقف عليها نجاح اي مصمم او شركة على أعتبره خلق جديد لفكرة تحمل الكثير من المعاني المختزلة والمركزة والاعلانات بصورة عامة والتجاري منها بشكل خاص هي " وسيلة اتصالية مؤثرة في المتلقي سلبياً او ايجابياً " ¹³ وهو ما يمكن ان يجعل صناع الاعلان والمصممون يركزون على عملية توضيح الافكار وربطها بالمضامين بأكثر من اتجاه وهو ما يسمح للمصمم بتقديم الافكار بأكثر من شكل لنفس الموضوع او المضمون ، وهو ما جعل من عملية تصميم الاعلانات الحالية ان لا تكون بمجهود فردي كما في السابق بل هو عملية مركبة لمجموعة من الطاقات يكون التصميم من أهم تلك المفاصل التي تخل في تصنيع الشكل النهائي للاعلان خاصة وأننا " كلما نؤدي شيئاً لغرض معين فاننا في الواقع نصمم وهذا يعني ان معظم ما نقوم به يتضمن قسطاً من التصميم " ¹⁴ وعملية التصميم هي التي تجعل من الاعلان واجهة او بوابة تسمح للمستهلك بالدخول الى ذلك المنتج ويكون هذا الموضوع أكثر وضوحاً في الاعلانات الثابتة او الجدارية والتي

⁸ مهند العميدي ، مصدر سابق ، ص 60 .

⁹ الان بونيه ، نفس المصدر ، ص 17 .

¹⁰ نفس المصدر ، ص 17 .

¹¹ نفس المصدر ، ص 17 .

¹² قتيبة مازن عبدالمجيد ، استخدام الذكاء الصناعي في تطبيقات الهندسة الكهربائية ، رسالة ماجستير مقدمة ال الاكاديمية

العربية في الدنمارك ، سنة 2009 ، ص 14 .

¹³ رائد عبد الجبار الطالب : اثر العوامل الادراكية في استيعاب تصميم الفضاء الداخلي، رسالة ماجستير ، كلية الهندسة ،

جامعة بغداد، بغداد، 1999، ص 35.

¹⁴ اسماعيل شوقي، الفن والتصميم، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان، القاهرة، سنة 1999، ص 46.



قد تختلف في عملية تصميمها عن الاعلانات المتلفزة او المسموعة من ناحية الشكل او الالوان وأحجام داخل الاعلان وهو ما يمكن ان يعمل على جلب انتباه المستهلك لمضمون المواد او المواضيع المعروضة والمعلن عنها وهنا نحن امام نقطة مهمة وهي شكل المواد المعروضة ومضمونها مع نوع المنتج أذ يجب ان يكون في الدرجة الاولى هو ما يسلط عليه الضوء لتوجيه انتباه الناس اليه وثانيا حتى تظهر مجموعة تفاصيله بشكل افضل وأدق فعملية توجيه نظر المستهلك او المتلقي من خلال تضمينه لبعض العناصر تكون بمثابة " عملية بناء وتركيب التكوينات التي تؤلف من اجزاء وتتفاعل وتترابط مع بعضها وتتناسب حركة الاجزاء مع الحركة الكلية للتكوين الذي يبرز قيمة الهيئة متمثلاً بالالوان والخطوط والمساحات والكتل"¹⁵ حيث يجب خلق عنصر التوازن لمجموعة تلك العناصر المكونة لشكل الاعلان خاصة وأن لها تأثير كبير على شكل الاعلان الذي يمكن ان يؤثر بشكل او آخر على عملية التسويق ولذا فإن عملية تصميم الاعلان يجب ان يتدخل فيها احساس الفنان وذوقه لبناء شكله وحركة صورته من أجل تقريب المسافات ما بين الموضوع المعلن عنه والمستهلك او المتلقي .

قد تتدخل مجموعة من العناصر الابداعية في عملية تصميم الاعلانات التجارية او الاعلانات العادية من خلال اعتمادها على مجموعة من النظم الابداعية من أجل خلق بعد وظيفي لتلك المنتجات المراد الافصاح والاعلان عنها فرغم حاجة الاعلانات الى مجموعة من القيم الجمالية والفنية الا انها تبقى بحاجة الى مضمون يكون لها هدف محدد يمكنه مخاطبة فئة معينة من الاشخاص فيكون لأهمية " الاعلان وتصميمه صورة بالاضافة الى وظيفته الاساسية التي يؤديها وهي الاعلان عن موضوع ما او مادة معينة "¹⁶ هذا يعني ان الاعلان وتصميمه محصور بين موضوعين الاول جمالي وفني يخص عملية التصميم والتنفيذ والاخر هو ضرورة اصال المضمون الى المتلقي ، لضمان عملية نجاح الهدف من الاعلان " بدءاً بجذب الانتباه ومروراً بآثاره الاهتمام واستثارة الرغبات وانتهاءً بأحداث الاقتناع لدى المتلقي بمضمون الاعلان "¹⁷ وهو ما يمكن ان يحقق استجابة ورد فعل ايجابية لدى المستهلك على مختلف المستويات وصولاً لعملية الشراء التي تكون هي الهدف المهم من الاعلان التجاري .

والاعلان التجاري يشبه باقي المواضيع في مختلف الفنون او العلوم الاخرى حيث يجب ان يمتلك مجموعة من الموصفات التي تميزه عن باقي الفنون الاخرى والتي يمكن ان تسمح له بجذب اكبر عدد من المستهلكين المراد استهدافهم ومن تلك العناصر هو وجود فكرة ينتمي لها موضوع الاعلان أذ يكون من أهم تلك الشروط او العناصر هو الخط العام الذي ينتمي اليه موضوع الاعلان فعملية الاعلان عن السيارات تحتاج الى اظهار بعض الامور التي يمكنها ان تدفع المستهلك للتقصي والبحث مثال ذلك اظهار شوارع او موصفات للراحة والامان اما العنصر المهم الاخر فهو المساحة التي يمكن ان يأخذها الموضوع المراد الاعلان عنه من مساحة الاعلان حيث تكون له الحصة الاكبر في المساحة الاعلانية وان يغطي اغلب مساحة الاعلان مما يسمح بجذب انتباه المستهلك بشكل افضل ويبقى كلا العنصران محصوران داخل حدود الفن وما يمكن ان يقدمه الفن من قيم جمالية للموضوع المراد الاعلان عنه وهو ما يمكن أن " تقترب من المتلقي وتشارك معه لتحقيق الهدف وكسر الجمود والثبات في الصورة " ¹⁸ وهنا تكمن وظيفة الفن في تحريك مشاعر وذائقة المستهلك وتوجيهها باتجاه يرغب المصمم توجيهه اليه ، لهذا يذهب المصمم الى استخدام الصور بدل الكلمات في عملية التصميم لما تمتلكه الصور من قوة على مخاطبة عدد وفئات أكثر من المستهلكين " فالتعبيرات المرئية من الرسوم والصور لها التأثير الكبير اكثر من التعبيرات المقروءة او الكلمات "¹⁹ وهو ما يمكن ان يجعل من الصور او الرسوم من أهم عناصر تصميم الاعلانات او الصيغة العامة لها ، وهو مرتبط ايضا بعملية التذكر لدى الانسان فالدماغ يقوم بعملية حفظ الاشياء على شكل صور وهو ما يمكن ان يجعل للصور تأثيراً اكثر وان تبقى في الذاكرة فترة اطول اكثر من الاشياء المكتوبة وحتى المسموعة .

ما اسفر عنه الاطار النظري :

1. يمتلك الذكاء الاصطناعي القدرة على تقديم مجموعة كبيرة من الحلول الغير منتهية والتي تكون لها نتائج جيدة في اغلب الاحيان

¹⁵ فاتن عباس الاسدي: علاقة اللون بالتصميم الداخلي للمستشفيات المصابين بامراض القلب في مدينة بغداد، رسالة

ماجستير، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد ، ص 6.

¹⁶ مرزوق عبد الحكم العادلي: الاعلانات الصحفية، دراسة في الاستخدامات والاشباع ، ط1، دار الفجر للنشر

والتوزيع، القاهرة ، سنة 2004، ص 30.

¹⁷ نادي حامد حجازي ، الوسائط المتعددة ، دار الاخبار للطباعة والنشر ، سنة 2008 ، ص 13.

¹⁸ فيليب غايار: تقنية الصحافة، ط2، بيروت، سنة 1983، ص 168.

¹⁹ منى سعيد الحديدي ، الاعلان ، الدار المصرية اللبنانية للطباعة ، سنة 1999 ، ص 245.



2. يمكن للذكاء الاصطناعي الاعتماد على مجموعة البيانات الناقصة وغير الكاملة للوصول الى مجموعة الحلول المقترحة
3. يمتلك الذكاء الاصطناعي القدرة على كسب المعرفة والخبرة والاستفادة منها عند الرجوع اليها في مواضيع مشابهة او قريبة .
4. التركيز على المضمون في تصميم الاعلان وعملية ربط الافكار مع بعضها داخل الاعلان الواحد يمكن ان يمنح المصمم العديد من الافكار ويزيد من فرصة جذب انتباه المستهلك او المتلقي بشكل افضل .
5. تخضع عملية تصميم الاعلانات الى مجموعة من القيم والعناصر يكون التوازن من اهمها .
6. تحتاج عملية تصميم الاعلانات الى تدخل ذائقة المصمم فنيا وخبرته الجمالية في عملية تصميم أي اعلان من اجل الوصول الى افضل الاشكال .
7. تحتاج عملية تصميم الاعلانات خاصة التلفزيونية الى وجود فكرة تربط وحدة الموضوع يمكن ان تنتمي لها مجموعة من العناصر تخص الاعلان نفسه .
8. يكون للصور والتعبيرات المرئية الاثر الاكبر في جذب انتباه المستهلك أكثر من العناصر المكتوبة وهو ما يمكن ان يزيد من عملية التسويق وانتشار الاعلان والافصاح عنه .

الفصل الثالث

اجراءات البحث

منهج البحث : اختارت الباحثة المنهج التحليلي الوصفي منهجا لتحليل عينات البحث وبشكل قصدي .

إنموذج رقم (1) :-

هذا الاعلان المصور جزء منه (الصور) هي بتقنية الذكاء الاصطناعي وهو اعلان رز محمود وهو اعلان خاص عن مادة الرز من انتاج شركة بوكس وهو عبارة عن اعلان تلفزيوني مصور تتجاوز فترته الزمنية (50 ثانية) تحليل العينة :

يحتوي الاعلان على فكرة واحدة تنتمي لنفس الموضوع تتكون من البيئة المصممة لهذا الاعلان والتي تحمل العديد من الافكار الفنية بشكل درامي واضح يمتلك قيم درامية كبيرة فيها بداية ووسط ونهاية ولم تغيب عن الاعلان عناصر تصميم الاعلان الثابت لشكل الكتل وتوزيعها فلقد حظى التوازن بتفاصيل الشكل في أغلب لحظات الاعلان وظلت ملامح كيس الرز واضحة وظاهرة بالرغم من وجود فعل اقوى منها في بعض اجزاء الاعلان وان عملية ارتباط الشكل مع مضمون الموضوع كانت حاضرة داخل هذا الاعلان وكانت أكثر حضورا في عملية التحميل او أثناء حركة العربية ولحظات جلوس عناصر الهنود الحمر عند الاكل كما ان عناصر الفكرة كانت موجودة من خلال شكل البيئة التي جهزت لهذا الاعلان (شارع ترابي منزل خشبي خيول مرقعة يستخدمها الهنود الحمر) وهو ما يمكن ان يمنح الشكل درجة من الصدق الفني او التكامل التي تمنح الشكل بعدا جماليا صورة رقم (1).



صورة رقم (1)

[إعلان رز محمود من إنتاج شركة بوكس -](#)

YouTube

إنموذج رقم (2):-

اختارت الباحثة هذا الاعلان وهو من الاعلانات المرئية وفترته الزمنية (1:40) دقيقة واربعين ثانية المستخدم فيه الذكاء الاصطناعي كتقنية لانتاج شكل الاعلان حيث يمكن للمتلقي ان يرى مدى الامكانيات التي تمتلكها الصور وطريقة تصميمها والدقة العالية الموجودة في المنتج النهائي لذلك الاعلان حيث يمكننا ان ندرك الاشكال الغير المنتهية او الحركات التي يمكن ان تنتجها تلك الاشكال خاصة وان اعلان المرأة هذا والمصمم بالكامل بهذه التقنية والتي تتحرك ضمن حدود شكل متوازن داخل حدود منطقة واحدة مع حركة يدان لم تخرج عن اطار نفس المنطقة والموضوع المعلن عنه عبارة عن لقاء مع احد المختصين بالذكاء الاصطناعي وحديث عن بعض الاشياء التعليمية التي تحتاج لشرح توضيحي استطاعت هذه المرأة المصممة بالذكاء الاصطناعي ممارسة دور المذيعة (حيث حلت محل المذيعة الحقيقية لهذا البرنامج في قناة الجزيرة) في عملية الشرح والتي لم تحتاج خلالها لاي وسيلة شرح اضافية حيث سيطرت من خلال وحدة الموضوع والدخول في ادق التفاصيل الى توضيح الفكرة الكاملة بكل تفاصيلها ومن خلال التركيز على تفاصيل ومعالم وجه الفتاة لا يمكن لاي شخص ان يفرق بينها وبين الفتاة الحقيقية نتيجة دقة التفاصيل التي ضمها برنامج الذكاء الاصطناعي بشكل عالي الدقة حتى حركة عيونها وخصال شعرها وطريقة كلامها التي لا يمكن ان نفرق بين لغة الفتاة كآلة وبين أي شخص حقيقي صورة رقم (2) .



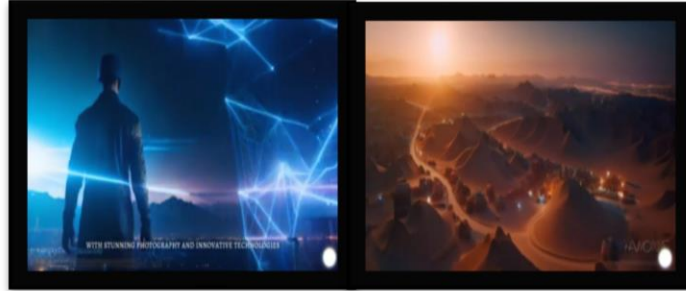
يقولون إن الذكاء الاصطناعي قد يحل
محل الإنسان

صورة رقم (2)

إنموذج رقم (3) :-

[للمرة الأولى.. مذبة ذكاء اصطناعي تحل محل مذبة
الجزيرة مباشر على الهواء وتجاوز ضيفاً YouTube -](#)

هذا النموذج هو اعلان مرئي وفترته الزمنية (1:38) دقيقة وثمانية وثلاثون ثانية لاحد الشخصيات المصممة بالذكاء الاصطناعي لفلم (NEXO) والصور الاخرى لمجموعة من المشاهد التي تنتمي للفلم وهي الاعلان الاول. يمثل النموذج الثالث صور متنوعة لتصميم بعض الشخصيات ويمكن ان نرى مجموعة الخيارات التي يقدمها البرنامج للمصمم بناء على مجموعة المعلومات التي يقدمها المبرمج وهو ما يمكن ان يمنح المصمم مجموعة اكبر من الخيارات التي تسمح له بالتفكير في اختيار اكثر من نموذج وهو ما يمكن ان يمثل مجموعة من الحلول التي يمكن للمصمم تقديمها لأصحاب الإعلانات كمجموعة من الأفكار التي تمنحهم اكثر من اختيار بناء على مجموعة من المعلومات التي تكون في الغالب غير مكتملة على اعتبار ان اصحاب الشركات ليسو على دراية بكل التفاصيل التي تحملها مجموعة بضائعهم وهو ما يمكن ان يسمح للذكاء الاصطناعي بعملية استعراض قدراته الغير محدودة في انتاج وتعدد تلك الاشكال المنتجة والمعروضة امام اصحاب الشركات بالاضافة الى وجود اغلب عناصر التصميم من الوان وتوازن شكلي وتعدد النقاط في مجموعة النماذج المقدمة للتأكيد على قدرة وأمكانية الصورة في جذب الانتباه لدى المستهلك وهو ما كان واضحاً في غياب الكتابة في اغلب التصميمات المعروضة كأعلانات وتم الاستعاضة عنها بالصور والحركة والالوان لضمان انتشارها بشكل اوسع وضمن حدود فكرة واحدة لم تنشئ بها المواضيع صورة رقم (3).



[اعلان فيلم نيكسو \(بالذكاء الاصطناعي \(Ai \) Nexo Movie Trailer |](#)

صورة رقم (3)

النتائج والاستنتاجات :

1. تمتلك البرامج الخاصة بالذكاء الاصطناعي القدرة على منح مجموعة من الحلول والمقترحات للمصمم بشكل كبير
2. تكون جمالية الاعلانات بشكل عام والتجارية بشكل خاص مرتبطة بعناصر التصميم الاساسية (اللون التوازن التركيب ...)

الاستنتاجات :

1. يكون للصور الاثر الكبير في عملية جذب انتباه المستهلك في الاعلانات اكثر من المواضيع المكتوبة بشكل كبير
2. يحتاج الاعلان الى الفن وعناصره لضمان جلب انتباه المستهلك



المصادر والمراجع

1. ابراهيم (مهند) ، الذكاء الاصطناعي وجه العالم الجديد ، عمان (دار عريفات للطباعة والنشر) ، سنة 2017.
2. الكناني ، قيس عودة ، مفهوم الذكاء . بغداد مكتبة الزاوية ، سنة 2019.
3. بلال(د. عبدالمنعم)، التحكم الالي والذكاء الاصطناعي بين النظرية والتطبيق ، مركز الاهرام ، سنة 2011.
4. محمود (ثائر) ، صادق فليح عطيات ، مقدمة عن الذكاء الاصطناعي ، الطبعة الاولى ، عمان ، مكتبة المجمع العربي ، سنة 2006 .
5. بونيه (الان) ، الذكاء الاصطناعي واقعه ومستقبله ، ترجمة علي صبري فرغلي ، سلسلة عالم المعرفة ، سنة 1993 .
6. الحديدي (منى سعيد) ، الاعلان ، الدار المصرية اللبنانية للطباعة ، سنة 1999.
7. حجازي (نادي حامد) ، الوسائط المتعددة ، دار الاخبار للطباعة والنشر ، سنة 2008.
8. العادلي (مرزوق عبد الحكم) ، الاعلانات الصحفية، دراسة في الاستخدامات والاشباع ، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة ،سنة 2004.
9. غايار (فيليب) ، تقنية الصحافة، ط2، بيروت، سنة 1983.
10. الاسدي (فاتن عباس) ، علاقة اللون بالتصميم الداخلي للمستشفيات المصابين بامراض القلب في مدينة بغداد، رسالة ماجستير ، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد.
11. شوقي (اسماعيل) ، الفن والتصميم، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان، القاهرة ،سنة 1999.
12. الطالب (رائد عبد الجبار) ، اثر العوامل الادراكية في استيعاب تصميم الفضاء الداخلي، رسالة ماجستير ، كلية الهندسة ، جامعة بغداد، بغداد،سنة 1999.
13. عبد المجيد (قتيبة مازن) ، استخدام الذكاء الصناعي في تطبيقات الهندسة الكهربائية ، رسالة ماجستير مقدمة ال الاكاديمية العربية في الدنمارك ، سنة 2009.
14. YouTube - إعلان رز محمود من إنتاج شركة بوكس
15. للمرة الأولى.. مذيعة نكاء اصطناعي تحل محل مذيعة الجزيرة مباشر على الهواء وتحاور ضيفا
YouTube
16. Nexo Movie Trailer (Ai) | اعلان فيلم نيكسو (بالذكاء الاصطناعي)