تقنية متميزة في سلسلة تغيّر أسلوب الناس في التعبير عن أنفسهم

هواوي nova 3 ترتقي بمستوى الجيل الجديد من صور السيلفي الخارقة

تتخطى صور السيلفي مجرّد كونها صوراً عادية! وبمعنى أكثر عمقاً وصدقاً، تعتبر صورة السيلفي انعكاساً حقيقياً لإحدى اللحظات المتميزة التي مرّت خلال حياة الشخص. وفي عصر تتنافس فيه التقنيات على جعل حياتنا أكثر سهولة، عبر توفير الوقت والقيام بالكثير من المهام نيابة عنا، يبرز التقاط صور السيلفي كتجربة تتباين وبشكل كبير مع هذا الواقع التقني السريع، إذ يتطلب التقاط صورة السيلفي الأمثل الكثير من العمل! من ضبط زاوية التصوير، إلى إجراء التعديلات المناسبة وتكرار اللقطات، ومن ثم تحرير الصورة واستخدام الفلاتر.

ولأن لكل واحد منا شغفه ومستواه الخاص من الكفاءة والطاقة والجمال، يعتبر التقاط صورة السيلفي المعززة بإمكانات الذكاء الاصطناعي وسيلة متميزة تتيح لنا التفاعل بإيجابية مع العالم. وبفضل منظورها الجديد والاستثنائي، تعتزم سلسلة هواتف HUAWEI nova 3 أن تغيّر أسلوبنا في التقاط صور السيلفي، إذ يزهو الهاتف المبتكر والمعزز بالذكاء الاصطناعي بكاميرات مزدوجة أمامية مع جهاز استشعار رئيسي بدقة 24 ميجابكسل وجهاز استشعار بدقة 2 ميجابكسل.

لقد ولت الأيام التي ركزت فيها خطط التسويق ضمن شركات صناعة الهواتف الذكية على ارتفاع عدد البكسلات والفلاتر الداخلية لإبراز صور السيلفي، فما يودّ المستخدمون الحصول عليه في الحقيقة هو هاتف ذكي بما يكفي لأداء المهام نيابة عنهم. لا تقتصر روعة الكاميرا عند حدود جعل الخلفية ضبابية، بل تحقيق التناغم الأمثل بين العنصر والمحيط للتعبير عن المعنى الحقيقي لقصّة الصورة نفسها.

وخلافاً للهواتف الذكية الأخرى التي يقتصر فيها تركيز الكاميرا الأمامية ضعيفة الدقة على وجه العنصر مع إهمال المحيط في الخلفية، تم تصميم كاميرا هواوي المعززة بالذكاء الاصطناعي لالتقاط التفاصيل باستخدام العدسة الرئيسية، والتي تقوم بالتقاط العمق لإحداث تأثيرات البوكيه المذهلة والأصلية، وإظهار العنصر والمحيط بأبهى صورة ممكنة. وتم تمكين الكاميرا الأمامية للتعرّف على أكثر من 200 سيناريو مختلف ضمن ثماني فئات، من السماء الزرقاء إلى الشواطئ المشمسة، والنباتات الخضراء المورقة، والأمسيات المرصعة بالنجوم المتلألئة، وحتى سحر أضواء المسرح أثناء عروض الأداء الفنية. والأهم من ذلك، يمكننا تخيّل الوقت والجهد الذي سنوفّره نتيجة عدم حاجتنا لتعديل الصورة وتطبيق الفلاتر مرة أخرى! وهو ما يجسّد الهدف الحقيقي من الهاتف المعزز بالذكاء الاصطناعي.

وتم دعم هواتف هواوي الذكية بخوارزميات التجميل المعززة بالذكاء الاصطناعي، والتي تأخذ بالاعتبار مفاهيم الجمال المعتمدة حول العالم، وتطبق مجموعة مختلفة من التعديلات على درجات لون البشرة وتفاصيل الوجه حسب العمر والجنس، لإبراز تقاسيم الوجه وإخفاء العيوب. كما يدعم الجيل الثالث من الهاتف الذكي إجراء معاينة وتسجيل للقطات في الوقت الحقيقي بتقنية المدى الديناميكي العالي (HDR)، فضلاً عن خيارات الإضاءة بجودة استديوهات التصوير الاحترافية. وفي الوقت نفسه، يستطيع الهاتف تحديد ملامح الوجه الخمسة للعنصر، وتطوير نموذج ثلاثي الأبعاد لتحديد المناطق التي تتطلب مزيداً من الإضاءة أو التجميل. وهذا من شأنه العمل بشكل جيد مع رموز Qmojis ثلاثية الأبعاد، وهي إحدى الميزات الممتعة التي تحوّل وجه المستخدم بشكل رقمي إلى صورة رمزية رقمية. ولطالما التزمت هواوي بإطلاق العنان لإمكانات المستخدمين عبر التكنولوجيا وغيرها؛ ويتجلى ذلك في إطلاق هاتفي HUAWEI nova 3، وHUWAEI nova 3i، اللذين يساعدا العملاء في تسجيل الذكريات السرمدية خلال السجل الرقمي الأكثر روعة للوجه والمحيط بالاعتماد على الكاميرات الخلفية والأمامية المزدوجة، وخوارزمية التجميل المعززة بالذكاء الاصطناعي، وحساسيتها العالية للضوء للحصول على صور بتقنية HDR، مع إضافة الرموز التعبيرية المتميزة للارتقاء بمستوى متعة التجربة. وبغض النظر عن مستوى خبرة المستخدم، تقدم سلسلة هواتف HUAWEI nova 3 نفسها ككاميرا معززة بالذكاء الاصطناعي تساعد في إعداد صور السيلفي حسب تفضيلات المستخدمين لابتكار تعريفها الخاص بالجمال. وبالنسبة للمستخدمين الذين يعتبرون الهواتف الجوّالة بمثابة أدوات ضرورية للتعبير عن الذات، فقد أفلت الشمس عن تجربة التقاط صور السيلفي بالهواتف الذكية. وسرعان ما ستتحول الهواتف الخالية من الذكاء الاصطناعي إلى ذكرى من الماضي. فاستعدوا الوداع الماضي لالتقاط صور مذهلة ترتقي إلى أعلى مستويات الحرفية مع بزوغ فجر هواتف HUAWEI nova 3 التي طورت توجهاً جديداً في مفهوم صور السيلفي المعززة بالذكاء الاصطناعي.

هواوي nova 3

مجموعة هواوي لأعمال المستهلكين

تعتبر مجموعة هواوي لأعمال المستهلكين واحدة من ثلاث مجموعات أعمال منضوية تحت مظلة شركة هواوي، وتوفر مجموعة من المنتجات بما فيها الهواتف المتحركة، والإكسسوارات الرقمية، والأجهزة اللوحية، والحواسيب المحمولة. وتتوافر منتجات وخدمات هواوي في أكثر من 170 بلداً، وتستخدم من قبل ثلث سكان العالم. وفي عام 2016، حلت المجموعة في المرتبة الثالثة في العالم من حيث حجم شحنات الهواتف المتنقلة. وقد انعكس النمو السنوي الكبير الذي تحققه الشركة في النهوض الكبير الذي حققته علامة هواوي والذي جعلها واحدة من العلامات التجارية الرائدة على مستوى العالم. وفي عام 2017، حلت 'هواوي' في المرتبة 49 ضمن قائمة 'براندز' لأفضل 100 علامة تجارية عالمية؛ وفي المرتبة 88 ضمن التقييم السنوي لأعلى العلامات التجارية قيمة والصادر عن مجلة 'فوربس'؛ والمرتبة 40 ضمن تصنيف 'براند فاينانس جلوبال' لأغلى 500 علامة تجارية قيمة في العالم. كما أشار تصنيف قائمة 'فورتشن 500' للعام الحالي إلى ارتقاء هواوي إلى المرتبة 83 في التصنيف، محققة قفزة كبيرة بعد احتلالها للمركز 129 ضمن قائمة العام الماضي، مع إيرادات بلغت 78.51 مليار دولار أمريكي، الأمر الذي خولها الوصول إلى قائمة أهم 100 شركة عالمية حسب 'فورتشن 500' للمرة الأولى.

وباعتبارها مجموعة رائدة في تكنولوجيا المعلومات، تخصص هواوي قسماً كبيراً من إيرادات المبيعات السنوية للأبحاث وجهود التطوير، وقامت بإنشاء 16 مركزاً للبحوث في جميع أنحاء العالم. ومن ضمن هذه المرافق مركز هواوي لأبحاث الجماليات في باريس. كما قامت هواوي بإنشاء مركز جديد للأبحاث والتطوير في 'مختبر ماكس بيريك للابتكار' في مدينة فتسلار في ألمانيا، حيث تتشارك هواوي وشركة 'لايكا' في مجال الأبحاث التكنولوجية لتطوير كاميرات الأجهزة المحمولة وجودة الصور.

بالتعاون مع «وارنر براذرز» وامتياز فيلم «ليغو»

«الخطوط الجوية التركية» تطرح «فيديو» جديداً للسلامة على متن رحلاتها

أعلنت شركة «الخطوط الجوية التركية»، التي تتفوق على شركات الطيران الأخرى من حيث عدد الدول والوجهات التي تسير رحلاتها إليها، عن إطلاق فيديو رسوم متحركة جديد لإرشاد الركاب على متن رحلاتها حول إجراءات السلامة. وتم إنتاج هذا الفيديو بالتعاون مع شركة «وارنر براذرز» الترفيهية، وبالاستعانة بالشخصيات الشهيرة من امتياز فيلم «ليغو». وعمل على إعداده طواقم عمل أفلام «ليغو» LEGO Movie ، «ليغو نينجاغو» LEGO NINJAGO® Movie، و«ليغو باتمان» LEGO Batman Movie وفيلم «ليغو 2» LEGO Movie 2 المرتقب؛ والذي سيتم عرضه في دور السينما ابتداءً من شهر فبراير 2019، حيث سيجمع أبطال الجزء الأول من جديد في مغامرة جديدة مليئة بالإثارة. وسيتم عرض الفيديو الخاص بالسلامة على جميع الرحلات الجوية للشركة اعتباراً من اليوم، فضلاً عن عرضه لأول مرة عبر الإنترنت.

الخطوط الجوية التركية

ويستعرض الفيديو، الذي يعتبر الأول من نوعه، إجراءات السلامة خطوة بخطوة على الركاب بأسلوب ممتع وفريد ينسجم مع حس الدعابة الذي تعتمده شركة الطيران. ويؤدي مجموعة من المشاهير أصوات شخصيات الفيديو التي تقدم رقصة على أنغام أغنية مميزة في ختامه. وتفخر «الخطوط الجوية التركية» بامتلاكها واحداً من أحدث أساطيل الطيران في العالم، كما أنها تسعى جاهدة لتحقيق أفضل معايير السلامة الجوية. وتهدف الناقلة من هذا الفيديو إلى إرشاد وترفيه ركابها سواء ممن يسافرون بشكل متكرر أو لأول مرة، وذلك إلى جانب مجموعة واسعة من الأفلام والبرامج التلفزيونية والموسيقى والألعاب المتوافرة بعدّة لغات في نظام الترفيه الموجود على متن طائراتها.

ويعدّ فيديو السلامة الأول ضمن سلسلة من الأعمال المستقبلية التي ستتمخض عن تعاون «الخطوط الجوية التركية» مع امتياز فيلم «ليغو»، والذي يمكن اعتباره «أكبر تعاون يتضمن أصغر فريق عمل على الإطلاق». ومع قرب إصدار فيلم «ليغو 2» LEGO Movie 2 في جميع أنحاء العالم، ستطلق «الخطوط الجوية التركية» حملة تلفزيونية عالمية، بالإضافة إلى تزيين عدد من طائراتها برسوم مستوحاة من الفيلم، وتنظيم أنشطة على متن الطائرات وضمن المطار، وكذلك إطلاق فيديو آخر حول السلامة.

وبهذه المناسبة، قال محمد إلكر آيجي ، رئيس مجلس إدارة «الخطوط الجوية التركية» ورئيس اللجنة التنفيذية: «بصفتنا شركة طيران عالمية رائدة تركز على السلامة، فإننا متحمسون للتعاون مع شركة 'وارنر براذرز' وامتياز فيلم 'ليغو' لإنتاج هذا الفيديو. وتحظى العلامتان بإعجاب الكثيرين حول العالم، حيث تعملان على تقريب الأجيال والثقافات من كل مكان، ونأمل أن يستمتع ركابنا بهذا الفيديو الذي يقدم معلومات مفيدة للجميع».

وبدوره، قال بلير ريتش، رئيس التسويق العالمي في مجموعة «وارنر براذرز بيكشترز» و «وارنر براذرز هوم انترتينمينت»: «نشعر بسعادة بالغة للعمل مع 'الخطوط الجوية التركية' مرة أخرى، و'توسيع عالمها' ليشمل عالم ليغو المليء بالألوان. ويُبرز هذا التعاون أفضل ما لدى العلامتين التجاريتين بطريقة ذكية ومبتكرة، مع إيصال المعلومات إلى الركاب بأسلوب ممتع وفريد».

وعمل على إنتاج فيديو السلامة فريق عمل مميز يتألف من 16 شخصاً؛ وهم اثنين من الفنانين المفاهيميين، و3 من مصممي الجرافيك، و7 من مصممي الرسوم المتحركة، و4 من فنّيي الإضاءة. واستغرق إنتاج الفيديو أكثر من 950 يوماً، حيث تم استخدام 2,938,840 قطعة من مكعبات الليغو، كما تطلب 9,658,631 ساعة عمل من وحدات المعالجة المركزية لإنتاج 973 نسخة من الرسوم المتحركة. وتم إنتاج 30 نسخة مختلفة من الفيديو باللغتين الإنجليزية والتركية، لتغطية تفاصيل السلامة الخاصة بطرازات الطائرات الـ 15 في أسطول «الخطوط الجوية التركية».

«سنتربوينت» تطلق منتجات «العودة إلى المدارس»

سنتربوينت

أطلقت «سنتربوينت»، وجهة الأزياء الشاملة والرائدة في الشرق الأوسط، مجموعة «العودة إلى المدارس» التي تتضمن تشكيلة متنوعة من اللوازم المدرسية الأساسية. وتتوفر تشكيلة المنتجات الجديدة التي تتميز بألوان ومواد وأنماط حديثة في متاجر «سنتربوينت» ضمن مراكز التسوق الكبرى في جميع أنحاء الكويت.

من خلال التشكيلة الجديدة، تقدم «سنتربوينت»، التي تضم تحت مظلتها أسماء شهيرة مثل «محل الأطفال» و«سبلاش» و«لايف ستايل» و«شومارت»، مجموعة واسعة من المنتجات المصممة لترضي أذواق الطلاب والطالبات من عمر سنتين إلى 18 عاماً، ويشمل ذلك حقائب الظهر والملابس والأحذية والقرطاسية وزجاجات المياه وغيرها من الأكسسوارات المزينة بشخصيات محببة مثل باربي وهالو كيتي، بالإضافة إلى شخصيات ديزني ومارفل وغيرها.

وقال سايمون كوبر، رئيس سنتربوينت: «نفخر سنتربوينت بتقديم أوسع مجموعة متنوعة من منتجات العودة إلى المدارس في المنطقة، وهي مستوحاة من أحدث صيحات الموضة والترفيه، وبهدف تلبية احتياجات جميع الأطفال بمختلف أعمارهم، قمنا هذا العام بتقديم منتجات مخصصة لطلبة المدارس الأصغر سناً. هذا إلى جانب ما توفره علاماتنا التجارية الثلاثة الشهيرة من تجربة تسوق مريحة وذات قيمة مضافة تحت سقف واحد. ونحن واثقون بأن مجموعتنا الأخيرة ستحظى باستحسان واسع لدى المتسوقين في جميع أنحاء الإمارات».

وتعتبر مجموعة «محل الأطفال» مثالية للأطفال في مرحلة ما قبل المدرسة وأطفال المدارس الابتدائية والثانوية ممن يحبون الأفلام والرياضة. وتضم مجموعة الحقائب المدرسية الأنيقة والعملية لعشاق الموضة الصغار هذا العام، الحقائب المزودة بعجلات وحقائب الظهر وحقائب وعلب الطعام وعلب الأقلام وزجاجات المياه، وجميعها مزينة بالشخصيات المحببة لدى الأطفال. وتأتي تشكيلة الفتيات مزينة بشخصيات جديدة سيرينها في «سنتربوينت» لأول مرة، مثل شوبكينز وميراكيولاس ليدي باغ وماي ميلودي، وأما تشكيلة الفتيان فتحمل صور شخصيات مفضلة لديهم من الفينجرز، وذا إنكريديبلز وترانسفورمرز والتي ستضفي من تجربتهم في المدرسة متعة حقيقية. كما تظهر ماركات مثل روكو وهاي سيبرا لأول مرة في متاجر «سنتربوينت» في المتاجر هذا الصيف، لتلبي أذواق الأطفال من عشاق التصاميم العصرية والبسيطة.

وللباحثين الذين يبحثون عن آخر صيحات الموضة ليتميزوا عن أقرانهم، توفر لهم «لايف ستايل» مجموعة واسعة من الحقائب والإكسسوارات المدرسية. وتسود تشكيلة العودة إلى المدارس هذا العام الألوان البراقة، ولمسات الكروم النهائية، والتصاميم الزخرفية، والرسومات المتميزة، وتصاميم الغرب الأمريكي الرائعة وغيرها الكثير. وتشمل التشكيلة أيضاً منتجات وعلامات تجارية تحظى برواج كبير مثل «إف سي بي»، و«فرانكلين أند مارشال»، و«جانسبورت»، و«بيبي جينز»، ومسابقة دوري أبطال أوروبا لكرة القدم. كما تتماشى الحقائب والمذكرات والأكواب والفناجين الورقية والوسائد برسوماتها الجذابة مع الروح الإبداعية للأطفال.

وللباحثين عن أفضل خيارات الأحذية للعودة إلى المدرسة بكل أناقة، تقدم تشكيلة «شومارت» للعودة إلى المدارس خيارات أنيقة وعملية من الأحذية البيضاء والسوداء والأحذية الرياضية الملونة من علامات تجارية رائدة مثل «بوما»، و«ريبوك»، و«سكتشرز»، و«كابا»، و«كانجاروز» والتي تتوفر بمقاسات تصل إلى 40 للفتيات و44 للأولاد. ويمكن للآباء والأمهات التسوق لأطفالهم بأعمار الحضانة واختيار أحذية بمقاسات تبدأ من 24. وبإمكان الأحياء الصغار انتقاء تصاميمهم وشخصياتهم الكرتونية المفضلة مثل «مغامرات مارفل»، و«ميني ماوس»، و«باربي»، و«هيلو كيتي» المتوفرة على الأحذية والحقائب المدرسية أيضاً. أما اليافعون فيمكنهم الاختيار من تشكيلة واسعة من الحقائب المدرسية العصرية التي تحتوي على مختلف الأشكال والتصاميم والتي توفرها علامات تجارية معروفة مثل «سكتشرز» التي تقدم منتجات متعددة الألوان، و«كانجاروز» التي تستعرض بدورها تشكيلة مدهشة بمختلف الألوان والرسومات.