

عنوان مقاله:

کلان داده ها و تحول گرایی در بستر رسانه های دیجیتال

محل انتشار:

نخستین کنفرانس ملی تحول گرایی در مدیریت (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسنده:

حجت حاجی محمدی یزدی - کارشناسی ارشد، مدیریت رسانه، دانشگاه تهران

خلاصه مقاله:

در سال های اخیر سازمان ها توجه ویژه ای به نقش تجزیه و تحلیل کلان داده ها نموده اند. داده های بزرگ حضور خود را تقریباً در هر صنعتی نشان داده اند و امری واضح است که نه تنها دنیای کسب و کار، بلکه جامعه را به طور گسترده رشد میدهد. افزایش چشمگیر حجم داده ها، سرعت تولید آنها و همچنین تنوع زیاد در ساختار داده ها باعث شده است تا روشهای سنتی پردازش و مدیریت داده ها کارایی لازم را نداشته باشند. از این رو، شرکتها برای مدیریت و پردازش داده های خود به سمت استفاده از فناوری جدیدی با عنوان کلان داده گام برداشته اند. جریان داده ها از انواع مهم کلان داده ها است که کاوش آنها باعث کشف الگوهای پنهان میشود و اطلاعات ارزشمندی را در اختیار علوم مختلف قرار میدهد. یک مزیت رقابتی بالقوه از طریق تجزیه و تحلیل داده های بزرگ برای ایجاد تحول در روابط اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی فراهم می شود. درست مانند سایر صنایع، تلویزیون نیز تحت تاثیر این تحول دیجیتال قرار گرفته است. ادغام تلویزیون با فناوری را می توان در زمینه هایی مانند تولید و توزیع محتوا مشاهده کرد که از طریق پردازش کلان داده در بسترهای رسانه دیجیتال رخ می دهد. فرآیند تبدیل دیجیتال در تلویزیون از طریق حوزه های استفاده از داده های بزرگ در پلتفرم های دیجیتال و در محدوده کاربردهای فعلی در این مطالعه پوشش داده شد. اهمیت داده های بزرگ برای صنعت رسانه که ارتباط نزدیکی با فناوری دارد، از طریق نوآوری هایی که به اکوسیستم پخش جدید ارائه می کند ارائه شد. این مطالعه با رویکرد نظری خود به بررسی مفهوم سازی داده های بزرگ و بهبود و استفاده از داده های بزرگ در بسترهای رسانه های دیجیتال می پردازد.

کلمات کلیدی:

کلان داده، رسانه های دیجیتال، تحول گرایی، تلویزیون اینترنتی.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1525103>

