

عنوان مقاله:

بررسی راه های ایجاد تولیدات فرهنگی و هنری با استفاده از ظرفیت فناوری IT, ICT والگوریتم های یادگیری ماشین

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مهندسی برق، کامپیوتر، مکانیک و هوش مصنوعی (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

حلیمه رستمزاده - دانشجوی دکتری گروه مهندسی کامپیوتر، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران

علی منصفی راد - ریاست جهاددانشگاهی استان سمنان، سمنان، ایران

فرشید فلاح - مدیرکل اداره فرهنگ و ارشاد استان سمنان

خلاصه مقاله:

شبکه های اجتماعی در جامعه ما ظهور پیدا کرده و به واسطه فناوری اطلاعات، فعالیت های گسترده ای در آن در جریان است. تعاملات اجتماعی و مصارف فرهنگی چندوجهی در حال وقوع است. تعلق به گروهها و اجتماعات مجازی از جمله گروههای وبلاگی، شبکه های مجازی متنوع چندرسانه ای، عکاسی، دوستداران موزیک، فیلم، آموزش، به لطف تکنولوژی و فناوری محقق شده که همزمان فعالان می توانند در چندین گروه بدون محدودیت مکانی حضوری موقت یا دائم داشته، و از تنوع و تکرر آثار و محتویات لذت ببرند و اوقات پرسودی را در فضای مجازی داشته باشند. به همین منظور ما در این پژوهش باتوجه به ضرورت پرداختن به بحث محتوای فضای مجازی درصدد احصای ویژگی ها و مولفه های تولید و انتشار محتوا در حوزه فضای مجازی با توجه به ظرفیت ICT, IT هستیم. یکی از تأثیرات مفید استفاده از رصد شبکه های اجتماعی، تولید محتوای مبتنی بر دیتا است. زیرا در زمان پایش این شبکه ها، اطلاعات دقیقی در مورد کاربران، نیازهایشان، علایق و سلیقهشان، جنسیت، محل زندگی، سن و ... کسب خواهید کرد. همچنین با کمک این روش میتوانید بدانید که کاربران در مورد برند شما چه نظری دارند. نظرات آنها گاهی برای تولید محتوای جدید یک موضوع کاربردی و موثر است. و قتیبخواهید برای سایت یا صفحات خود در شبکه های اجتماعی محتوا تولید کنید باید بدانید کاربر از شما چه می خواهد پیشنهاد و انتقادی که کاربران در مورد یک برند ارائه می دهند، یک ایده خوب برای تولید محتوا در تولید محصولات فرهنگی در آینده است. یکی از موارد در نظر گرفته شده استفاده از تحلیل احساسات در پردازش متن محصولات فرهنگی است به این صورت که با استفاده از الگوریتم های یادگیری ماشین که شامل پردازش متن است، ابتدای متن نظیر پیرامون محصولات فرهنگی از وبسایت های محصولات فرهنگی استان سمنان استخراج می گردد. در نهایت مجموعه داده ی به کار گرفته شده با استفاده از الگوریتم های پردازش متن در یادگیری ماشین در این پژوهش، که شامل متن نظر می باشد. در نمودار نشان داده خواهد شد ارائه دهندگان نظر در محصولات فرهنگی در این وب سایت ها شامل کاربر مرد، کاربر خانم و کاربر مهمان می باشند، که هریک از آنها به ترتیب میزان درصدی را از مجموع کل نظرات به خود اختصاص داده اند.

کلمات کلیدی:

یادگیری ماشین، تولیدات فرهنگی و هنری، پردازش متن، تحلیل احساسات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1707757>

