

வணிகம்

Published: August 21, 2014 11:38 IST Updated: August 21, 2014 13:12 IST

டேட்டா குவியல் அதிகரித்துக்கொண்டே போவது எதனால்?

ரவி சின்னதம்பி



கணினிகள் கண்டுபிடிக்கப்பட்டு நீண்ட நாட்களாக எல்லாத் துறைகளிலும் உபயோகப் படுத்தப்பட்டு வருகின்றது. அது என்ன இப்போது திடீரென்று பிக்-டேட்டா, பிக்-டேட்டா என்று எல்லோரும் பேசுகின்றார்கள். திடீரென இது எப்படி இந்த அளவுக்கு முக்கியத்துவம் பெற்றுவிட்டது என்று நீங்கள் கேட்கலாம்.

ஆங்கில இலக்கணப்படி பார்த்தால் பிக்-டேட்டா என்ற சொல் இணைப்பே தவறு எனலாம். தமிழில் கடலை குறிப்பிட பெரிய தண்ணீர் என்று சொன்னால் எப்படி உங்களுக்கு சிரிப்பு சிரிப்பாக வருமோ அப்படிப்பட்ட சொற்றொடர்தான் இது எனலாம்.

கணினி கண்டுபிடிக்கப்பட்டு பல ஆண்டுகளாகிவிட்டாலும், நாம் டேட்டா பதிவுகளை அதிவேகத்தில் அதிகரித்துக்கொண்டு வருவது சமீபகாலத்தில் தான்.

மூர்ஸ் தத்துவம்

வளர்ந்த நாடுகளில் பல்லாண்டுகளாக கணினிகள் உபயோகத்தில் இருக்கின்றதே? அங்கே டேட்டாக்கள் பதிவு பல ஆண்டுகளாக இருக்கின்றதே என்ற கேள்வியை நீங்கள் கேட்கலாம். இங்குதான் நீங்கள் ஒரு முக்கியமான கம்ப்யூட்டிங் குறித்த விதியைப் புரிந்துகொள்ளவேண்டும். மூர்ஸ் தத்துவம் என்னும் ஒரு விதிதான் அது.

உங்கள் அனைவருக்கும் பரிட்ச யமான இன்டெல் நிறுவனத்தின் இணை நிறுவனர் தான் மூர்ஸ். கணினிகளின் கம்ப்யூட்டிங் வேகம் ஒன்றரை வருடங்களுக்கு ஒரு முறை இரட்டிப்பாகும் என்பதுதான் அவருடைய தத்துவத்தின் சாராம்சம்.

இரண்டு நான்காகி, நான்கு எட்டாகி, எட்டு பதினாறாகி, பதினாறு முப்பத்திரண்டாகி என்ற எக்ஸ்போனென்சியல் கணக்கில் இரட்டிப்பாக்கிக்கொண்டே போகும் கணினிகளின் வேகம் என்கின்றது இந்த விதி. இதனைச் சுலபமாகப் புரிந்துகொள்ள நீங்கள் ஏற்கெனவே சிறுவயதில் கேட்டிருக்க வாய்ப்பிருக்கும் கதை ஒன்றை நினைவூட்டுகின்றேன்.

சதுரங்க வேட்டை

சதுரங்க விளையாட்டை (செஸ்) கண்டுபிடித்தவர் குப்த பேரரசரிடம் அந்த விளையாட்டைக் காண்பித்து பாராட்டுப்பெற்றாராம்.

மன்னர் இந்த அற்புதமான விளையாட்டை கண்டுபிடித்ததற்காக உமக்கு என்ன பரிசு வேண்டும் என்று கேட்க, சதுரங்கத்தை கண்டுபிடித்தவரோ எனக்கு உணவு தானியம் கொஞ்சம் வேண்டும். அதிகமில்லை ஜென்டில்மேன். இந்த சதுரங்க போர்டில் இருக்கும் கட்டங்களின் எண்ணிக்கை

அளவுக்கு மட்டுமே வேண்டும். ஒரு சின்ன பார்முலா இருக்கின்றது என்றாராம்.

இந்த சதுரங்கக் கட்டத்தில் முதல் கட்டத்தில் ஒரு தானியம். இரண்டாவது கட்டத்தில் இரண்டு மடங்கு அதாவது இரண்டு. மூன்றாவது கட்டத்தில் அதைவிட இரண்டு மடங்கு அதாவது நான்கு என்ற அளவில் மட்டுமே கொடுங்கள் மன்னா என்றாராம்.

மன்னரோ கேலிச் சிரிப்புடன் யாரங்கே! ஒரு அரைக்கால் படியில் தானியம் கொண்டுவா, இந்த ஆளுக்கு தானியம் கொடுத்தனுப்பலாம் என்று சொல்ல பணியாளர்களும் அதற்கு முயல 32-வது கட்டத்தில் கணக்குப்படி 40 லட்சம் தானியம் தேவைப்பட்டது.

அரண்மனைக்குள் இருக்கும் களஞ் சியத்திலேயே அந்த அளவுக்குத் தேவையான தானியம் இல்லையாம்!. அறுபத்தி நாலாவது கட்டத்திற்கு தேவையான தானியத்தை சேர்த்துக் குவித்தால் அந்த குவியலுக்கு அருகே இமயமலையே மிகச் சிறிய குன்றாய் தோன்றும் என்பதுதான் நிஜம். இதுதான் எக்ஸ்போனென்சியல் வளர்ச்சியின் பிரம்மாண்டம். என்ன இப்போதே கண்ணைக்கட்டுகின்றதா?

வேகம்தான் வளர்ச்சி

கணினியின் வேகம் அதிகமாக அதிகமாக டேட்டா குவியலும் அதிக மாகிக்கொண்டே போகின்றது. முதல் கணினியான பாபேஜ் கண்டுபிடித்த முதல் இன்ஜினை (அப்படித்தான் அந்த சமயத்தில் அந்தக் கணினியை அழைத்தார்கள்) சுவிட்ச்-ஆன் செய்தால் அந்த ஊரிலேயே மின்சார சப்ளை குறைந்து விளக்குகள் கொஞ்சம் மங்கலாகி திரும்பவும் சகஜ நிலைக்குத் திரும்பும் என்பார்கள் என்பது உங்களுக்கு சொல்லவிரும்பும் ஒரு கணினி குறித்த சுவையான தகவல்.

இன்றைக்கு நீங்கள் கையில் வைத்து உபயோகிக்கும் ஆப்பிள் ஐ-பேட் 1985ம் ஆண்டு முதல் முதலில் வடிவமைக்கப்பட்ட கிரே-2 என்ற சூப்பர் கம்ப்யூட்டரை விட வேகமாகச் செயல்படுகின்றது என்று சொன்னால் நம்புவீர்களா? அந்த சூப்பர் கம்ப்யூட்டர் ஒரேயிடத்தில் நிலையாய் இருக்கும்.

ஆப்பிள் ஐ-பேடோ உங்களுடன் போகுமிடத்திற்கெல்லாம் வரும், பாடும், ரிக்கார்ட் செய்யும், படித்துகாட்டும் என பல்வேறு உபயோகமான விஷயங்களை செய்யும் இல்லையாம்!. அதிவேகத்தில் அதிகரிக்கும் இந்த மொபைல் கம்ப்யூட்டிங் பவர்தான் டேட்டா சேகரிப்புக்கான அடித்தளத்தை அமைக்கின்றது எனலாம்.

மொபைல் கம்ப்யூட்டிங்தான், உங்களுக்கு என்ன பிடிக்கும். கடைசியாய் எந்தப் பொருளைப் பார்த்தீர்கள், எங்கெல்லாம் சென்றீர்கள் என்ற பதிவுகள் உடனுக்குடன் பல்வேறு கணினிகளில் செய்யப்பட்டுக்கொண்டேயிருப்பதற்கு காரணமாயிருக்கின்றது என்பதை உணர்ந்துகொள்ளுங்கள்.

வரப்பெற்ற வரம்

இந்த அசுர வேக கணினி வேலை செய்யும் வேக வளர்ச்சிதான் டேட்டா பதிவுகளை அளவுக்கு அதிகமாக வளர்க்கின்றது. டேட்டாவை நீங்கள் தருவதற்கு தயாராக இருந்தாலும் நிறுவனங்கள் அதைப் பதிந்துவைத்துக்கொள்ள வசதிகள் வேண்டுமில்லையா? டேட்டா பதிவுகளை செய்துவைக்க துணிச்சல் தருவதும் வேகமாக வளர்ந்துகொண்டே வரும் இந்த கம்ப்யூட்டிங் பவர்தான்.

எதற்கும் எல்லாவற்றையும் பதிவு செய்துவை. தேடுவதற்கான பவர்தான் நம்மிடம் இருக்கின்றதே என்ற எண்ணமும் டேட்டா பதிவுகளை செய்ய நிர்வாகங்களை ஊக்குவிக்கின்றது எனலாம். இப்படி பதிய முயல்வதனாலேயே போகுமிடங்களில் எல்லாம் நாம் நம்முடைய பதிவுகளை அறிந்தும் அறியாமலும் செய்துகொண்டே போகின்றோம்.

வெறுமனே டேட்டாவை சேர்த்து குவித்து வைப்பது மட்டுமே நிறுவனங்களின் வேலை இல்லை. டேட்டாவை வைத்து நடந்ததை கோர்த்துப் பார்த்து நடக்கப்போவதை அறிய முயல்வதுதான் அனலிடிக்கஸ் தரும் வரம். ஆண்டவனை மட்டும் நாங்கள் நம்புகின்றோம்.

மற்றவர்கள் டேட்டாவோடு வரவும் என்று சொன்னார் டிமிங் என்ற ஒரு பேராசிரியர். டேட்டா எப்போதுமே பேசும் தன்மை கொண்டது. டேட்டா நிறையவே கதை சொல்லும். அதிலிருந்து நிறுவனங்கள் கற்றுக்கொள்ள வேண்டியது அதிகமாக உள்ளது.

இதில் ஏன் எல்லா நிறுவனங்களும் ஆவலாய் இருக்கின்றன என்று கேட்பீர்கள். எதிர்காலத்தைப் பற்றித் தெரிந்துகொள்ள எப்போதுமே நாம் மிகவும் ஆவலாக இருக்கின்றோம்.

பெரும்பாலானோர் ஜாதகத்துடன் ஜோசியம் பார்க்கக் கிளம்புவது அதனால்தானே! வியாபாரத்தில் எதிர்காலம் பற்றித் தெரிந்துகொள்ள டேட்டா என்ற ஜாதகம் நிறையவே உதவுகின்றது. அதனாலேயே பிக்-டேட்டா அனலிடிக்ஸ் இப்போது தலையில் தூக்கி வைத்து கொண்டாடப்படுகின்றது.

கேள்வியும் பதிலும்

புதிய பொருளை அறிமுகப் படுத்தினால் நம்முடைய வாடிக்கை யாளர்களில் எத்தனை பேர் வாங்கு வார்கள் என்பது சாதாரணமான கேள்வி. யார் வாங்குவதற்கு அதிகமான வாய்ப்பு இருக்கின்றதோ அவர்களை மட்டுமே மார்க்கெட்டிங் டிப்பார்ட்மெண்டில் இருந்து தொடர்பு கொள்ளுங்கள் என்பதுதான் அனலிடிக்ஸ் தரும் வசதி.

இப்படி சலித்துவைத்துக்கொண்டு தொடர்பு கொள்வதன் மூலம் மார்க்கெட்டிங் செலவுகள் மிகவும் குறையும்தானே! இன்டர்நெட்டில் முழுகியிருக்கும் வாடிக்கையாளர்கள் எந்த விதமான விளம்பரத்தை கிளிக் செய்வார் என்பது சாதாரணமான கேள்வி. இன்னாருக்கு எந்த விளம்பரத்தை காண்பிக்கலாம் என்பது அனலிடிக்ஸ் சொல்லும் பதில்.

இருபத்தியோரு வயது நபருக்கு புதிய சுகர் டெஸ்ட்டிங் மிஷினின் மாடலை விளம்பரமாக அவர் பிரவுஸ் செய்யும் போது காண்பிப்பதை விட புத்தம்புது மொபைல் மாடலின் விளம்பரத்தைக் காண்பிப்பதுதானே உசிதம்.

டேட்டா அனலிடிக்ஸின் மூலம் வாடிக்கையாளர்களின் பிரியங்களைக் கண்டறிந்து, அவர்கள் செயல்பாட்டில் இருக்கும் ஒற்றுமையை கண்டுபிடித்து தேவைகளை சுலபத்தில் பூர்த்தி செய்யமுடியும்.

பிக்-டேட்டா அனலிடிக்ஸ் மூலம் நிர்வாகங்கள் முடிவெடுக்க முயலும் போது கடையிலும், ஷோரூமிலும், விற்பனை பிரதிநிதிகளிடையேயும் எந்த விதமான மாறுதல்களையும் செய்யதேவையில்லை.

அப்படி எதைத்தான் அனலிடிக்ஸின் மூலம் தெரிந்துகொள்ள முடியும் என்பீர்கள். சரியான டேட்டாக்கள் பதியப்படும்போது இந்த ஆள் இந்த சமானை வாங்குவாரா, டொனேஷன் கொடுப்பாரா, ஒரு விஷயம் பற்றி என்ன நினைக்கின்றார், நியாயஸ்தரா, பொய் சொல்கின்றாரா, எத்தனை பேர் அன்றைய பயணத்தின் டிக்கெட்களை கேன்சல் செய்ய வாய்ப்புள்ளது, எத்தனை பேர் ஓட்டுப்போடுவார்கள், தேர்தலில் யார் ஜெயிப்பார் போன்ற பல்வேறு விஷயங்களையும் அனலிடிக்ஸின் மூலம் சற்று சோதித்து முன்னரேயே அறிந்துகொள்ளமுடியும்.

cravi@seyyone.com

Keywords: [கணினிகள்](#), [டேட்டா குவியல்](#), [பிக்-டேட்டா](#), [மூர்ஸ் தத்துவம்](#), [ரவி சின்னதம்பி](#), [தொழில்நுட்பம்](#), [தகவல்கள்](#), [டேட்டா அனலிடிக்ஸ்](#), [பிளினஸ் அனலிடிக்ஸ்](#)

Topics:

[தொழில்நுட்பம்](#) [தகவல்](#)