

عنوان مقاله:

عقیده کاوی و تحلیل احساسات، وظایف و رویکردها

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مکانیک، مهندسی برق و کامپیوتر (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسنده:

مهدی محمدیان - مربی، دانشکده مهندسی کامپیوتر، دانشگاه پیام نور، صندوق پستی ۱۹۳۹۵-۳۶۹۷، تهران، ایران دانشجوی مقطع
دکتری، گرایش نرم افزار، دانشگاه علم و صنعت

خلاصه مقاله:

امروزه استفاده از بستر وب، به یکی از اجزا جدائی ناپذیر از زندگی انسانها در سراسر جهان تبدیل شده است. حضور فعال و گسترده انسانها در این بستر، تولید حجمی انبوه، مستمر و روزافزون از داده های با ارزش را موجب شده است. این داده های فاقد ساختار، در قالب نظرات عمومی در اختیار سازمانها و شرکتهای قرار گرفته و آنها میتوانند با تجزیه و تحلیلشان، دانش مفید و کاربردی مورد نظر خود را استخراج نمایند. تجزیه و تحلیل نظرات کاربران در قالب مفهومی با عنوان عقیدهکاوی یا تحلیل احساسات مطرح می شود. در این حوزه، نظرات، نگرشها و احساسات مردم در خصوص یک رویداد یا موضوع خاص ارزیابی شده و قطبیت آنها در دسته مثبت، منفی یا خنثی شناسائی میشوند. کشف خلق و خوی عمومی، تعیین رضایتمندی مشتریان، پیشبینی قیمت سهام، شهر هوشمند و هوش بازار از جمله کاربردهای این حوزه است. در این مقاله قصد داریم تا ضمن معرفی تحلیل احساسات به روشهای تحلیل احساسات و وظایف مرتبط به آن بپردازیم. روشهای نظیر روشهای مبتنی بر یادگیری ماشین، روشهای مبتنی بر واژگان، روشهای ترکیبی، روشهای مبتنی بر هستی شناسی و روش های غیر هستی شناسی و وظایفی نظیر ردهبندی ذهنیت، رده بندی احساس (تعیین قطبیت)، تشخیص نظرات هرز و نظرات مفید (واقعی) و ایجاد واژگان، از جمله مباحثی هستند که در این مقاله به آنها پرداخته شده است.

کلمات کلیدی:

عقیده کاوی، تحلیل احساسات، یادگیری ماشین، ایجاد واژه گان، هستی شناسی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1162281>

