

عنوان مقاله:

ارائه ی مدل پیش بینی کننده تحلیل احساسات کاربران از شهر مبتنی بر شبکه ی اجتماعی توئیت؛ نمونه مطالعاتی: کلان شهرهای ایران

محل انتشار:

دوفصلنامه معماری و شهرسازی ایران، دوره 14، شماره 2 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسنده:

مریم محمدی - دانشیار، گروه طراحی شهری، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر، تهران، ایران / پژوهشگر، گروه آمار، دانشکده ریاضی، دانشگاه واترلو، واترلو، کانادا.

خلاصه مقاله:

تحلیل احساسات کاربران از طریق شبکه های مجازی، به حوزه ای موثر در علوم مختلف تبدیل شده و مخاطبان آن نه تنها صاحبان شرکت ها و سیاست مدارن، بلکه کاربران هستند. در این میان این حوزه در مطالعات شهری هم نفوذ کرده و به دلیل روش مندی آن؛ چه در قالب پژوهش هایی که صرفا تحلیل احساس را هدف خود قرار داده اند و چه به صورت لایه ای تلفیقی در پژوهش ها مورد استفاده برنامه ریزان و طراحان شهری قرار گرفته است. مقاله ی پیش رو با هدف تبیین این حوزه در تحلیل احساسات شهری در قالب روش های مدل گرا بر آن است تا با بررسی اهمیت احساس و روش های مطرح بررسی آن در شهر، جایگاه این حوزه را در مطالعات شهری نشان دهد و در ادامه به آموزش ماشین برای ارائه ی مدل پیش بینی کننده برای تحلیل احساسات شهر بپردازد. مجموعه ی داده های این پژوهش مربوط به ۸ کلان شهر ایران است که از توئیت استخراج شده و تحلیل داده های متنی مورد توجه قرار گرفته است. به منظور آموزش ماشین برای تحلیل احساسات از یادگیری ماشین و یادگیری عمیق بهره برده شده و نتایج آنها با هم مقایسه شده است. الگوریتم های مورد استفاده در یادگیری ماشین، ماشین بردار پشتیبان، رگرسیون لجستیک و درخت تصمیم بوده و در یادگیری عمیق، ماشین با استفاده از شبکه ی عصبی و شبکه ی هیبریدی آموزش و تست شده است. براساس نتایج یادگیری عمیق برای پیش بینی احساسات و قطبیت متن در کلان شهرهای ایران بهتر عمل کرده و دقتی برابر با ۸۰ داشته است.

کلمات کلیدی:

تحلیل احساسات، یادگیری ماشین، یادگیری عمیق، توئیت، شبکه ی اجتماعی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1981032>

