

## عنوان مقاله:

نظر کاوی بدون نظارت برای محصولات تجاری در زبان فارسی

## محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی پژوهشهای کاربردی در مهندسی کامپیوتر و فن آوری اطلاعات (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

## نویسندگان:

مینا حقیقت بروجنی - دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی نرم افزار دانشکده مهندسی کامپیوتر دانشگاه اصفهان ایران

محمدعلی نعمت بخش - دانشیار و عضو هیئت علمی دانشکده مهندسی کامپیوتر دانشگاه اصفهان ایران

## خلاصه مقاله:

مطالعه عقاید و مفاهیم مرتبط با آن مانند احساسات نگرشها و غیره در حوزه نظر کاوی و تحلیل احساسات جای دارد این حوزه با ظهور رسانه های اجتماعی در وب سایتها؛ وبلاگها و سایتهای اجتماعی به سرعت در حال توسعه است در این پژوهش یک روش بدون نظارت تحلیل احساسات برای محصولات در زبان فارسی ارائه می شود که بصورت ساخته یافته باانجام مراحل گارسینگ لغوی و نحوی و با استفاده از ساختار ومعنای جملات و همچنین استفاده از وردنت فارسی برای تعیین جهت معنایی نظرات مربوط به ویژگی ها ؛ شدت و قطبیت نظرات را به دست می آورد. طی ارزیابی انجام شده دقت روش ذکر شده 72 درصد است و مقایسه ی آن با روش موجود نشان از بهبود نتایج موثر بودن آن دارد.

## کلمات کلیدی:

نظر کاوی؛ نظر کاوی مبتن بر ویژگی ؛ تحلیل احساسات

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/466814>

