



SZKOŁA GŁÓWNA HANDLOWA W WARSZAWIE
WARSAW SCHOOL OF ECONOMICS

Studium

Kierunek/makrokierunek:

Specjalność:**

Forma studiów:

Maciej Sadkowski

MS107984

Wykorzystanie analizy sentymentu do analizy leków na podstawie komentarzy pacjentów

Praca magisterska
napisana w instytucie informatyki i
gospodarki cyfrowej
pod kierunkiem naukowym Mariusza
Rafała

Warszawa 20...

*Zastosować właściwe

Spis treści

Wstęp	3
ROZDZIAŁ 1. Opisanie NLP oraz przetwarzania języka naturalnego do analizy NLP	
1.1 Text mining.....	6
1.2 Definicja NLP.....	8
1.3 Analiza sentymentu oraz jej rodzaje.....	11
1.4 Definicja macierzy Document-Term i Term-Document.....	14
1.5 N-gramy.....	15
1.6 Algorytm LDA.....	16
1.7 Uczenie maszynowe w analizie tekstowej oraz sieci neuronowe.....	18
ROZDZIAŁ 2. Analiza sentymentu w badaniach rynkowych	
2.1 Źródła danych.....	26
2.2 Zastosowanie biznesowe.....	27
2.3 Zastosowanie biznesowe analizy sentymentu.....	34
2.4 Analiza sentymentu w produkcji leków.....	39
ROZDZIAŁ 3. Zastosowanie NLP w badaniu ocen leków	
3.1 Opis zbioru danych i przedstawienie schematu działania systemu.....	43
3.2 Wyszukanie związków o najwyższej kontrybucji i podział na n-gramy.....	44
3.3 Analiza sentymentu przy wykorzystaniu sieci neuronowej.....	49
3.4 Przedstawienie analizy eksploracyjnej oraz wyników predykcji.....	52
3.5 Użyte biblioteki oraz pakiety.....	59
3.6 Kod źródłowy.....	60
Zakończenie	61
Bibliografia	65
Aneks	66

Wstęp

Odkrywanie i rozwój leków datuje się od pierwszych lat ludzkiej cywilizacji. Powstanie tradycyjnej medycyny chińskiej są szacowane jest na 3500 r. p.n.e. za panowania legendarnego cesarza Shennonga (Ng, 2009). Spis leków z tej dziedziny został później wykorzystany w zachodnich lekach np. rezerpina występująca w korzeniach rauwolfii zmijowej występującej w Azji jest używana w środkach hipotensyjnych (zapobiegających nadciśnieniu) oraz uspokajających. Innym przykładem może być efedryna występująca w przeszli chińskiej, środek ten używany jest m.in. do leczenia nieżyty nosa oraz jako środek zapobiegający niedociśnieniu (Ng, 2009). Przykładem innej dawnej cywilizacji, która również posiadała rozwiniętą medycynę był starożytny Egipt. Papirus Ebersa, który został stworzony co najmniej 3500 lat temu, zawierał 877 recept na choroby wewnętrzne, schorzeń oczu oraz skóry czy też dolegliwości ginekologiczne. Natomiast papirus Kahuna, który jest datowany na 1800 r. p.n.e. był kolekcją kuracji oraz metod leczenia na problemy ginekologiczne (Ng, 2009). Medycyna była również fundamentem cywilizacji starożytnej Grecji oraz Rzymu. W „De materia medica” autorstwa Pedaniosa Dioskurydesa opisane były środki lecznicze oparte w 80% na roślinach, 10% było pochodzenia zwierzęcego, a 10% bazowało na minerałach (Ng, 2009).

Początki medycyny nowoczesnej na przełomie XIX i XX wieku dokonały przełomu w historii ludzkości. Jeszcze na początku XX wieku dostępnymi lekami były tylko: Digitalis (środek pobudzający pracę mięśni sercowych), Chinina (środek używany do leczenia malarii), Ipekakuana (wykorzystywana do leczenia dyzenterii), Aspiryna oraz rtęć (używano jej do leczenia kiły). W 1928 roku Alexander Fleming odkrył działanie penicyliny przeciwko gronkowcom. W 1944 roku, dzięki działaniom Howarda Floreya oraz Ernsta Chaina, umożliwiona została produkcja penicyliny na dużą skalę, która stała się pierwszym antybiotykiem (Ng, 2009). W 1966 roku Monroe E. Wall oraz Mansukh C. Wani odkryli, że kamptotecyna, substancja występująca w korze oraz łodydze drzewa *Camptotheca acuminata*, niszczy komórki rakowe (Kohn, 2020). Odkrycie tych leków oraz stworzenie wiele innych środków doprowadziło do tego, że przeciętna długość życia w Stanach Zjednoczonych w 1998 roku wynosiła 74 lat dla mężczyzn oraz 80 lat dla kobiet (dane pochodzące z Uniwersytetu Berkeley). Dla porównania, w 1900 roku oczekiwana długość życia dla mężczyzn była na poziomie 46 lat oraz 48 dla kobiet. Rozwój medycyny oraz powszechny dostęp do leków wpłynęły również na światową populację. W 1900 roku światowa populacja liczyła 1 656 000 000 ludzi. W roku 1950 liczba ta wzrosła do 2 516 000 000 (pomiędzy tymi dwoma okresami doszło do wybuchu I Wojny Światowej i II Wojny Światowej oraz pandemii grypy hiszpanki). W 1995 roku światowa populacja liczyła 5 576 000 000 ludzi, a w 2020 osiągnęła poziom 7 772 850 162 ludzi (Kaneda, 2021). Ponadto, w poszczególnych tych okresach ilość urodzeń na 1000 osób wynosiła odpowiednio: 40, 38, 31 i 19. Oznacza to, że w coraz

późniejszych okresach rodziło się coraz mniej dzieci, lecz populacja zwiększała się mimo tego faktu (Kaneda, 2021).

Do jednych z zagrożeń zażywania leków są tzw. efekty uboczne. W latach pięćdziesiątych XX wieku zachodnioniemiecki koncern farmaceutyczny Chemie Grünenthal GmbH opracował lek o nazwie Talidomid. Środek ten był pierwotnie przeznaczony jako lek usypiający. W latach 1957-1961 lek ten był powszechnie stosowany jako środek przeciwbólowy dla kobiet w ciąży, używano go również przeciwko przeziębieniu czy grypie. Lek ten jednak okazał się wykazywać silne działania teratogenne (tzn. uszkadzające płód) w pierwszych fazach okresu prenatalnego co doprowadziło do narodzin ponad 10 000 tysięcy dzieci z poważnymi wadami jak deformacje stawów czy kończyn. Według szacowań, ok. 50% spośród tych narodzonych dzieci nie dożyło jednego roku (sciencemuseum.org.uk, 2019). W czasach współczesnych powszechne są już portale oraz strony w których pacjenci mogą opisać lek oraz opisać jego działanie oraz wskazać na ewentualne skutki uboczne. Zaletą dostępu do ocen i recenzji leków są:

- Możliwość oszacowania opinii o różnych lekach przeciwko konkretnej dolegliwości
- Znalezienie informacji o efektach ubocznych
- Oszacowanie zadowolenia pacjentów
- Redukcja kosztów czasowych i finansowych (mniejsze zużycie czasu do znalezienia odpowiedniego leku oraz wybranie odpowiedniego leku pozwala na pozbycie się kosztów kupna nieodpowiedniego środka)

Przeczytanie wszystkich komentarzy i oszacowanie wszystkich ocen jest jednak procesem wymagającym od użytkownika dużych zasobów czasowych. Rozwiązaniem biznesowym, które mogłoby wpłynąć na poprawę doświadczenia użytkownika oraz na skrócenie czasu potrzebnego do osiągnięcia danego celu biznesowego jest opracowanie systemu rekomendacji leków. W systemie tym użytkownik uzyskałby dostęp do danych nt. leków przeciwko różnym schorzeniom oraz uzyskałby sugestię od systemu, który lek jest najwyżej oceniany przez użytkowników. Ponadto, model ten byłby również rozwinięty o model analizy sentymentów wykorzystujący sieć neuronową służący do weryfikacji komentarzy i rozróżniający opinię pozytywną od negatywnej. Celem systemu opartego o model jest umożliwienie użytkownikowi:

- Przedstawienie procentu pozytywnych komentarzy leków na daną dolegliwość bądź chorobę
- Przedstawienie szczegółowej analizy eksploracyjnej dotyczącej komentarzy na każdy lek
- Możliwość weryfikacji stworzonego przez użytkownika komentarza – sprawdzenie czy komentarz jest pozytywny bądź negatywny

Do analizy danych tekstowych powszechnie stosowane są algorytmy uczenia maszynowego oraz algorytmy NLP. Przetwarzanie języka naturalnego jest szybko rozwijającą się dziedziną służącą do m.in. filtrowania spamu, wykrywania mowy nienawiści w tekście czy też badania czy dany komentarz był nacechowany pozytywnie czy negatywnie (Stedman, 2020). Uczenia maszynowego używa się do m.in. predykcji cen akcji na rynku, określenia czy klient zrezygnuje z usług czy też przypisania do właściwej kategorii. Rozwiązania oparte o AI można też zastosować do przetwarzania danych innych niż dane tabelaryczne. Są one bardzo cennym narzędziem ze względu na zautomatyzowaną możliwość przetwarzania danych oraz dokonania predykcji na wysokim poziomie, często przekraczającym umiejętności ludzkie (np. wykrywanie nowotworu na podstawie zdjęcia rentgenowskiego). W ten sposób użytkownik systemu analizującego czy lek jest oceniany dobrze na podstawie komentarzy, uzyskiwałby informację o ilości pozytywnych opinii oraz o ilości komentarzy krytycznych. Do budowy tego systemu składającego się z interfejsu graficznego użytkownika, silnika przetwarzającego dane oraz modelu sieci neuronowej zdecydowano się na użycie języka programowania R wraz z takimi bibliotekami i pakietami jak: shiny, tidytext, keras, dplyr oraz caret. Potencjalnymi użytkownikami tego rozwiązania byłoby zarówno producenci leków, klinicyści jak i pacjenci. Ta pierwsza grupa klientów mogłaby użyć wyników analizy sentymentu do zbadania zadowolenia pacjentów i określenia czy produkt jest wadliwy lub dobrze działający. Grupa pacjentów natomiast skorzystałaby na tym systemie, gdyż mogłaby w szybki sposób podjąć decyzję o tym, którego leku na dane schorzenie czy dolegliwość wartożyć. Dodatkowo, pacjent mógłby sprawdzić komentarze o danym leku oraz jak dużo z tych opinii zostało zaklasyfikowane jako komentarze pozytywne. Istotną kwestią też jest by system ten był w stanie przetwarzać duże ilości danych, w czasach współczesnych systemy biznesowe muszą przetwarzać miliony rekordów. Ponadto, processing tych danych powinien się odbywać w sposób wydajny, zrównoleglony oraz z uwzględnieniem przetwarzania nowych informacji w czasie rzeczywistym.

1. Opisanie NLP oraz przetwarzania języka naturalnego do analizy NLP

1.1 Text mining

Text mining jest to transformacja nieustrukturyzowanych danych tekstowych w uporządkowany format w celu otrzymania wartościowych informacji, które pozwalają na zrozumienie tekstu (Stedman, 2020). Ponadto przy użyciu różnych narzędzi statystycznych czy algorytmów uczenia maszynowego jak maszyna wektorów nośnych czy deep learning można badać związek między danymi w tekście. Same dane mogą przyjmować format :

- Ustrukturyzowany (Dane są w ustandaryzowanej formie tabelarycznej, składającej się z wielu wierszy i kolumn. W takiej formie łatwiej przechowywać i procesować dane, można dokonywać analizy czy też budować modele predykcyjne) (Stedman, 2020)
- Nieustrukturyzowany (Takie dane nie mają z góry zdefiniowanego formatu, może to być tekst z różnych źródeł jak media społecznościowe recenzje produktów czy formaty multimedialne takie jak pliki audio czy wideo) (Stedman, 2020)
- Pół-ustrukturyzowany (Jest to pewne połączenie danych ustrukturyzowanych i nieustrukturyzowanych, dane są w pewny sposób uporządkowane, ale nie spełniają kryteriów relacyjnej bazy danych. Przykładem takiego formatu są pliki XML, JSON czy też HTML) (Stedman, 2020)

Szacuję się, że ok. 80% danych dostępne jest w formie nieustrukturyzowanej co czyni text mining wyjątkowo cennym narzędziem do analizy danych tekstowych. Oprócz badania korelacji między słowami w tekście, text mining też skupia się na częstotliwości ich występowania oraz powtarzalnych wzorców jakie występują w tekstowym zbiorze danych (Stedman, 2020). Text mining wyróżnia algorytmy, które nie wymagają interakcji człowieka czy też znajomości semantyki języka ze strony analityka. Text mining składa się z metod można wyróżnić następujące pojęcia:

- Klasyfikacja tekstu
- Ekstrakcja tekstu
- Klasteryzacja tekstu

Klasyfikacja tekstu jest procesem w którym nieustrukturyzowanym danym tekstowym przypisywana jest kategoria(tag). W ten sposób umożliwia się analizowanie różnych źródeł danych i uzyskiwanie wartościowych wniosków w szybki i mało kosztowny sposób. Do najważniejszych czynności klasyfikacji tekstu należą m.in. analiza sentymentu oraz rozpoznanie języka. Analiza sentymentu jest procesem w którym rozpoznaje się emocjonalny wydźwięk tekstu.

W ten sposób istnieje możliwość do zautomatyzowanego sklasyfikowania czy opinia jest pozytywna, bądź negatywna (MonkeyLearn, 2022). Rozpoznanie języka polega na odpowiednim rozpoznaniu języka w którym tekst został napisany. Zastosowanie rozpoznania języka można znaleźć w centrach obsługi gdzie w ten sposób zgłoszenie może zostać szybko skierowane do odpowiedniego regionu.

Ekstrakcja tekstu to technika w której ze źródła danych tekstowych wyciągane są specyficzne elementy jak słowa kluczowe, nazwy własne, adresy zamieszkania, adresy e-mail itp. Dzięki temu czasochłonne i monotonne manualne wyszukiwanie takich informacji może zostać w pełni zautomatyzowane. Ekstrakcja tekstu występuje najczęściej w połączeniu z klasyfikacją tekstu. Do głównych czynności ekstrakcji tekstu należą: wyszukiwanie słów kluczowych, rozpoznawanie nazw własnych oraz wykrywanie cech (MonkeyLearn, 2022). Słowa kluczowe są to najbardziej istotne wyrazy w tekście, które mogą zostać użyte do podsumowania zbioru tekstowego. Formą podsumowania tekstu jest np. chmura słów czyli graficzne zobrazowanie zawartości tekstu w którym największe znaczniki oznaczają najistotniejsze wyrazy. Identyfikacja nazw własnych jest to metoda służąca do rozpoznawania imion, nazw firm czy organizacji w tekście. Wykrywanie cech jest to technika służąca do rozpoznawania określonych charakterystyk w tekście. Wykrywanie cech jest często używane do analizy opisu produktów, gdzie za pomocą tej techniki można z tekstu wyciągnąć informacje o takich atrybutach jak: kolor, marka, model czy też cena (MonkeyLearn, 2022).

Klasteryzacja tekstu jest to proces służący do pogrupowania nieprzypisanych źródeł danych w ten sposób by w jednej grupie znajdowały się teksty podobne do siebie we większym stopniu niż zbiory tekstowe z innych grup (Kunwar, 2013). W tej implementacji dokumenty mogą być reprezentowane jako wektory cech. Podobieństwo między tekstami jest obliczanie poprzez mierzenie odległości między tymi cechami. Obiekty będące blisko siebie powinny wówczas należeć do jednego klastra, w przypadku gdy ta odległość jest większa – wówczas te źródła tekstowe powinny należeć do dwóch innych grup (Kunwar, 2013). Klasteryzacja tekstu uwzględnia trzy aspekty:

- Wybór odpowiedniej miary dystansu do identyfikacji bliskości pomiędzy dwoma wektorami cech
- Funkcja kryterium która pozwala obliczyć odpowiednie dopasowanie klastrów
- Algorytm optymalizujący funkcję kryterium

Klasteryzacja tekstu znajduje zastosowanie w :

- Identyfikacji fake news (Rozpoznanie czy informacja jest prawdziwa bądź fałszywa)
- Filtrowaniu spamu (Rozpoznawanie niechcianych wiadomości wysłanych pocztą elektroniczną)

- Tłumaczeniu tekstu (Translacja tekstu z jednego języka na drugi)
- Generowaniu taksonomii
- Analiza zgłoszeń w centrum wsparcia (Identyfikacja i przypisanie zgłoszeń do przyjętych wcześniej raportów) (Kunwar, 2013)

W ten sposób organizacje mogą znaleźć potencjalnie cenne spostrzeżenia w źródłach danych jak: firmowe dokumenty, wiadomości od klientów, rejestry rozmów z centrali rozmów, ankiety, recenzje, wpisy użytkowników na portalach mediów społecznościowych, zapisy z instytutów medycznych czy inne źródła danych tekstowych (Stedman, 2020).

1.2 Definicja NLP

Przetwarzanie języka naturalnego (ang. „Natural-language processing” – NLP) jest to zbiór technik pozwalających na zrozumienie komputerowi języka. W przetwarzaniu tym wyróżnia się dwa etapy

- Preprocessing danych
- Rozwój algorytmu

Preprocessing danych to zbiór metod służących do przygotowania oraz oczyszczenia danych dla komputera w celu przygotowania formatu danych w taki sposób by można było na nich pracować. Wśród metod składających się na preprocessing można wyróżnić takie etapy jak:

- Tokenizację
- Eliminowanie słów stop listą
- Stemming
- Dzielenie na części zdania

Metoda tokenizacji polega na dzieleniu tekstu na mniejsze części i zostanie bardziej opisana w dalszej części pracy. Powstałe w wyniku podziału tzw. tokeny służą do zbudowania słownika i mogą to być odpowiednio: słowa, znaki lub fragmenty słów przy czym słownik jest to zbiór wszystkich unikatowych tokenów. Dzielenie całego tekstu na słowa jest najpowszechniej stosowanym algorytmem tokenizacji. Problemem takiego rozwiązania jest natomiast tzw. problem słów spoza słownika (ang. „OOV words” – „Out Of Vocabulary”) (Pai, 2020). Problem ten dotyczy przypadku, gdy w zbiorze testowym znajdują się słowa spoza słownika powstałym w wyniku tokenizacji zbioru treningowego. Do możliwych rozwiązań należy zebranie ze zbioru testowego tzw. nieznanych tokenów (ang. „unknown tokens” – UNK) czyli tokenów brakujących w zbiorze treningowym, które występują w zbiorze testowym (Pai, 2020). W następnym kroku dokonuje się selekcji k najczęściej występujących tokenów, natomiast rzadziej występujące słowa są zastępowane nieznanymi tokenami. W ten sposób eliminowany jest problem z nieznanymi wyrazami podczas przetwarzania zbioru testowego. Ograniczeniem tego rozwiązania natomiast jest częściowa utrata informacji podczas odrzucania rzadziej występujących słów, które mogą

mieć wysoki stopień istotności zgodnie z prawem Zipfa. Innym ograniczeniem dzielenia całego tekstu na słowa jest złożoność obliczeniowa algorytmu. Zbiory treningowe, jeszcze nie przetworzone mogą być bardzo obszernymi korpusami(ang. „corpus”). W rezultacie, obliczenie częstotliwości każdego unikatowego tokenu dla tak dużego korpusu może obciążyć pracę komputera. Oba ograniczenia tokenizacji według wyrazów mogą zostać rozwiązane przy pomocy tokenizacji znakowej. Wówczas zdanie „Nauka uczenia maszynowego jest interesująca” zostanie rozbite podczas tokenizacji znakowej na sekwencję: [„N”, „a”, „u”, „k”, „a”, „u”, „c”, „z”, „e”, „n”, „i”, „a”, „m”, „a”, „s”, „z”, „y”, „n”, „o”, „w”, „e”, „g”, „o”, „j”, „e”, „s”, „t”, „i”, „n”, „t”, „e”, „r”, „e”, „s”, „u”, „j”, „a”, „c”, „a”]. Każdemu unikatowemu tokenowi (w tym przypadku są to znaki) w następnej kolejności jest przypisany identyfikator (Kanna, 2021). Zaletą tego rozwiązania jest znacznie mniejszy słownik, alfabet w języku angielskim czy łacińskim liczy 26 liter co pozwala na dużą oszczędność zasobów pamięciowych komputera (Kanna, 2021). Ponadto, kwestia nieznanych tokenów w ten sposób też jest rozwiązana przez zachowanie informacji pochodzącej ze słowa. Dzieje się tak poprzez rozbicie takiego słowa na znane już tokeny, przez co nie dochodzi do utraty informacji. Do ograniczeń takiego rozwiązania należy natomiast fakt, że rozbudowane zdania czy fragmenty tekstu wpływają na powstawanie bardzo dużych sekwencji znaków co utrudnia zbadanie relacji pomiędzy znakami w celu skonstruowania poprawnych słów (Pai, 2020). Ostatnim typem tokenizacji jest dzielenie tekstu na podsłowa np. wówczas słowo „smartest” zostałoby podzielone na dwa tokeny „smart” i „est” (Pai, 2020).

Eliminacja słów stop listą polega na usunięciu ze źródła danych wyrazów, które znajdują się w tzw. stop liście (ang. „stop words”). Najczęściej takimi słowami są takie części mowy jak: rodzajniki, przyimki, zaimki czy też spójniki. W języku angielskim przykładami takich słów będą takie wyrazy jak: „the”, „an”, „where”, „on”, „because” – nie przenoszą one dużo informacji w zdaniu, dlatego warto je eliminować w celu pozostawienia słów, które zawierają dużo informacji (Kanna, 2021). Kolejną zaletą tego rozwiązania jest mniejszy słownik co pozwala na oszczędność zasobów obliczeniowych komputera. W niektórych przypadkach takich jak analiza sentymentu, eliminacja słów stop listą może wpłynąć niekorzystnie na uzyskany rezultat. Wówczas następujące zdanie „This drug was not good at all” zostałoby uproszczony do postaci „drug good” co wpłynęłoby na błędnie sklasyfikowane zdanie jako pozytywne (Kanna, 2021). Kolejnym ograniczeniem jest też fakt, że różne stop listy mogą zawierać inne słowa, zbiory takich słów są udostępniane przez takie biblioteki programistyczne jak tidytext, scikit-learn czy też nltk.

Stemming polega zaś na usuwaniu formantów ze słów w celu uproszczenia zbioru tekstowego, dzięki temu wyciągane jest samo zdanie słowa. Jako przykład można podać słowa „programming” i „programmer” (Kibble, 2013). Słowa te nie mają takiego samego znaczenia, lecz wskazują na tę samą dziedzinę, więc można je uprościć poprzez stemming. Wówczas dostajemy

w rezultacie słowo „programm”, które będzie częściej się powtarzać oraz z racji swojej krótszej nazwy, jest też bardziej oszczędne pamięciowo i obliczeniowo dla komputera. (Kibble, 2013) Do najpowszechniej stosowanego algorytmu jakim jest stemming w języku angielskim należy algorytm Portera (Manning, Schütze i Raghavan, 2009). Algorytm ten składa się z 5 kroków skracania upraszczania słowa następujących bezpośrednio po sobie. W każdym kroku należy wybrać zasadę uproszczenia końcówki słowa dla najdłuższego sufiksu. Jako przykład pierwszego kroku można podać następującą grupę zasad (Manning, Schütze i Raghavan, 2009):

$$SSES \rightarrow SS$$

$$IES \rightarrow I$$

$$SS \rightarrow SS$$

$$S \rightarrow S$$

Oraz grupę słów, która zostanie poddana transformacji według tych zasad:

$$caresses \rightarrow caress$$

$$ladies \rightarrow ladi$$

$$princess \rightarrow princess$$

$$dogs \rightarrow dog$$

W późniejszych krokach algorytmu często stosowane jest pojęcie tzw. miary słowa. Koncept ten polega na sprawdzaniu ilości sylab w słowie w celu określenia czy końcówka słowa jest faktycznie sufiksem, który należy usunąć (Manning, Schütze i Raghavan, 2009). Przykładem zastosowania zasady z użyciem miary słowa może być następujący przykład:

$$(m > 1) EMENT \rightarrow$$

Oraz następujące słowa poddane transformacji:

$$achievement \rightarrow achiev$$

$$cement \rightarrow cement$$

Słowo „cement” nie zostało poddane skróceniu ze względu na to, że słowo to składa się z jednej sylaby, gdyby nie uwzględniono miary słowa w zasadzie transformacji, wynikiem zostałoby „c”, które doprowadziłoby do utraty ważnych informacji (Manning, Schütze i Raghavan, 2009).

Dzielenie na części zdania, polega natomiast na przypisaniu słowom w tekście odpowiednich poziomów będącymi takimi częściami zdania jak np. podmiot, orzeczenie czy dopełnienie. Zaletą tego rozwiązania jest łatwiejsza identyfikacja logiki zdania oraz przechwycenie większej ilości informacji. Ograniczeniem tej metody jest natomiast większa złożoność obliczeniowa, w szczególności dotyczy to źródeł tekstu ze zdaniami wielokrotnie złożonymi.

Następnym etapem przetwarzania języka naturalnego po preprocessingu danych jest

rozwój i opracowanie algorytmu. Do systemów analizujących tekst należą:

1. Systemy oparte o reguły

Ten rodzaj klasyfikacji opiera się o lingwistyczne reguły, według opracowanych przez człowieka reguły lingwistyczne pomiędzy specyficznym wzorcem lingwistycznym a klasą odpowiedzi. W momencie gdy algorytm zostanie zaimplementowany, system będzie w stanie zaklasyfikować różne struktury językowe i przypisać je do odpowiedniej grupy. Reguły opierają się o wzorce składniowe, morfologiczne oraz leksykalne. Zasady te mogą też być związane z aspektami semantycznymi oraz fonologicznymi. Przykładową regułą może być następujący przypadek:

(Czarny | Biały | Niebieski | Zielony | Czerwony) → Kolor

Na podstawie tej reguły, system przypisze kategorię „Kolor” w momencie, gdy jakikolwiek z podanych w regule wyrazów pojawi się w tekście. Systemy oparte o reguły są łatwe do zrozumienia, ponieważ są opracowane przez człowieka. Aczkolwiek, dodawanie nowych reguł do działającego systemu wymaga przeprowadzenia dużej ilości testów w celu sprawdzenia czy nowa reguła nie wpływa na działanie predykcji pozostałych zasad. W rezultacie, wadą systemów opartych o reguły jest problem ze skalowalnością rozwiązania. Kolejnym ograniczeniem tych systemów jest również wymaganie posiadania konkretnej znajomości lingwistyki i danych, które należy analizować.

2. Systemy oparte o uczenie maszynowe

Te systemy są oparte o algorytmy uczenia maszynowego. Uczenie maszynowe zostanie objaśnione dokładniej w dalszej części pracy.

3. Systemy hybrydowe

Są to systemy decyzyjne wykorzystujące zarazem reguły jak i algorytmy uczenia maszynowego. Pozwala to na poprawę osiągniętych rezultatów.

1.3 Analiza sentymentu oraz jej rodzaje

Analiza sentymentu polega na wykorzystaniu przetworzenia języka naturalnego, analizy tekstu, lingwistyki komputerowej do systematycznego identyfikowania, wyodrębniania, określania emocjonalnego wydźwięku źródła tekstowego, czy był on pozytywny, negatywny bądź neutralny. Znaczenie analizy sentymentu jest tak duże ze względu na to że może ono być w pełni zautomatyzowane, dzięki czemu oszczędza to dużo pracy człowieka i jego czasu. Ponadto jest to narzędzie o rosnącej popularności, które używane jest w takich dziedzinach jak: e-commerce, marketing (badanie satysfakcji klientów z produktu), polityka (badanie nastrojów społecznych) czy też badanie rynku. Ogromną skarbnicą takich danych są różne platformy społecznościowe jak: twitter, facebook, reddit gdzie codziennie miliony użytkowników udziela wpisów na różne tematy (Silge i Robinson, 2017).

Przeprowadzanie analizy sentymentu należy zawsze zacząć od stworzenia lub pobrania leksykonu (czyli specjalnego zbioru danych) zawierający poszczególne wyrażenia i ich scoring sentymentu. W następnym kroku algorytm sam zaczyna po podziale tekstu na określone części (takie jak np. n-gramy, czy też poszczególne wpisy) klasyfikować wydźwięk emocjonalny danego fragmentu tekstu. Algorytm wówczas dokonuje bilansu kontrybucji w oparciu o każde poszczególne słowo w analizowanym fragmencie i podaje wynik sentymentu. Zakres wyników może przyjmować różny charakter: od ciągłego gdzie wartości poniżej 0 odpowiadają negatywnemu wydźwiękowi zaś wyniki powyżej 0 wskazują na coraz bardziej pozytywny ton wypowiedzi. Wyniki też mogą być w postaci dyskretnej: wówczas wszystkie negatywne słowa są w kategorii negatywnej (lub -1), zaś pozytywne w kategorii pozytywnej (lub 1).

Do głównych wyzwań i trudności z jakimi analiza sentymentu się musi mierzyć są

- Zaprzeczenia
- Złożone zdania o kontrastującym wydźwięku
- Sarkazm
- Rozpoznanie nazw własnych (Named-entity recognition)

Przykładem zaprzeczenia są wszelakie zdania z takim wyrazami jak „nie”, „niezbyt” czy „wcale”. Przypadkiem tego można uznać za dwa zdania, „Biorąc pod uwagę wszelkie wydarzenia, należy uznać dzisiejszy dzień za udany” wskazuje na pozytywny wydźwięk wypowiedzi z którym analiza sentymentu nie powinna mieć błędu. Dla zdania „Biorąc pod uwagę wszelkie wydarzenia, nie należy wcale uznać dzisiejszy dzień za udany” z kolei już nie można być pewnym poprawności wyniku analizy ze względu na to, że przy zsumowaniu lub uśrednieniu wyniku sentymentu poszczególnych słów wciąż wynik może wskazywać na pozytywny ton wypowiedzi mimo, że w rzeczywistości tak nie jest.

W przypadku zdań o złożonych o kontrastującym wydźwięku problemem z jakim algorytm musi się zmierzyć jest występowanie słów o kontrastującym wydźwięku co może wpływać na błędny wynik analizy. Przykładem takiego zdania może być : „Dzisiaj rano czułem się okropnie, ale mimo to na przyjęciu bawiłem się przednio”. Takie zdanie jest dla modelu ciężkie do poprawnego rozpoznania ze względu na obecność słów o bardzo rozbieżnym wydźwięku, występują tu słowa o bardzo pozytywnym wydźwięku jak „bawiłem się” i „przednio”, ale też jest słowo „okropnie”, które ma bardzo negatywny wynik sentymentu.

Modele analizy sentymentu nie są natomiast w ogóle w stanie poprawnie sklasyfikować opinii sarkastycznych. Dzieje się tak ponieważ, wydźwięk emocjonalny nie jest przenoszony wprost w słowach dlatego też takie zdanie „Bardzo się cieszę, że mój pociąg przyjedzie z dwugodzinnym opóźnieniem” nie jest w stanie być prawidłowo sklasyfikowanym przez jakąkolwiek analizę sentymentu.

Ze względu na czynnik wykrywany w analizie sentymentu można wyróżnić jej poszczególne rodzaje:

- Standardowa analiza sentymentu
- Szczegółowa analiza sentymentu
- Wykrywanie emocji
- Analiza sentymentu oparta o aspekt
- Wykrywanie zamiaru

Standardowa analiza sentymentu identyfikuje szczegóły w opinii i dokonuje jej klasyfikacji. Jest to najpowszechniejsza odmiana analizy sentymentu. Dla przykładowego zdania: „Produkt x jest niezawodny, bardzo polecam stosowanie go” standardowa analiza sentymentu powinna zwrócić wynik „Opinia pozytywna”, natomiast dla zdania: „Produkt y jest wadliwy oraz bardzo drogi, oceniam go źle” analiza ta powinna zwrócić wynik „Opinia negatywna”.

Szczegółowa analiza sentymentu (ang. „Fine-grained sentiment analysis”) jest rozszerzeniem standardowej analizy sentymentu. W przeciwieństwie do standardowej analizy sentymentu, szczegółowa analiza sentymentu dokonuje też analizy polaryzacji opinii. W rezultacie, wynikiem analizy danego tekstu może być 5 klas takich jak „Opinia bardzo pozytywna”, „Opinia pozytywna”, „Opinia neutralna”, „Opinia negatywna” czy „Opinia bardzo negatywna”. Szczegółowa analiza sentymentu znajduje zastosowanie w badaniu ocen produktów oraz recenzji (Roldós, 5 Sentiment Analysis Examples in Business, 2020).

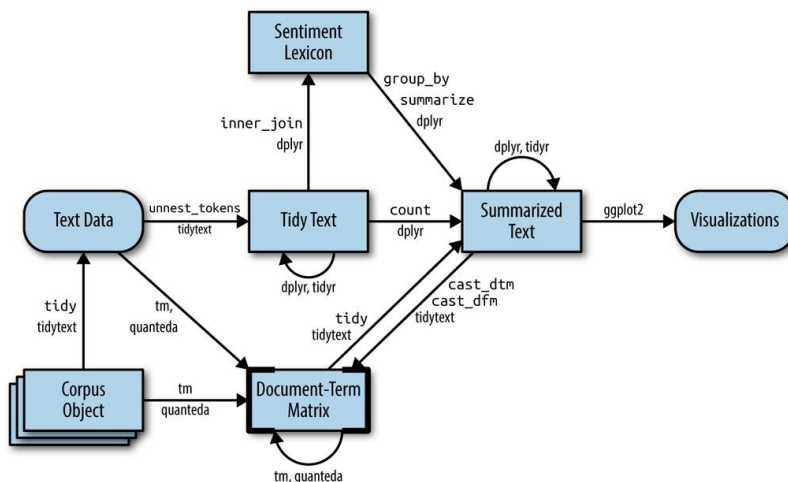
Analizę sentymentu, która opiera się o wykrywanie emocji używa się do rozpoznania emocji autora tekstu. W przeciwieństwie do standardowej i szczegółowej analizy sentymentu wykrywanie emocji jako rezultaty wyjściowe przyjmie wartości takie jak: smutek, radość, złość, strach czy zmartwienie. Systemy oparte o wykrywanie emocji wykorzystują do tego specjalne leksykony – czyli zbiory określonych słów, które mają pewny wydźwięk emocjonalny. Innym rozwiązaniem stosowanym do wykrycia określonych emocji w tekście są algorytmy uczenia maszynowego (Roldós, 5 Sentiment Analysis Examples in Business, 2020). Uczenie maszynowe w wykryciu emocji może być skuteczniejsze od korzystania z leksykonów ze względu na fakt, że autor tekstu może przekazać swoje emocje w sposób niejednoznaczny. Przykładowe zdanie: „Ten lek mnie wykańcza, stanowczo go nie polecam” może przenosić takie emocje jak ból, złość bądź smutek. Słowo „wykańcza” może zostać zinterpretowane w różny sposób, dlatego skorzystanie z leksykonu w tym przypadku może doprowadzić do błędnego wykrycia emocji autora (Roldós, 5 Sentiment Analysis Examples in Business, 2020).

Analiza sentymentu oparta o aspekt polega na rozszerzeniu analizy sentymentu o dokonania oceny przedmiotu opinii autora. Jest to szczególnie użyteczne w przypadku badania opinii klienta o produkcie, gdyż można w ten sposób określić co jest przyczyną zadowolenia bądź

niezadowolenia klienta. Zaletą tego rozwiązania jest również jego skalowalność: analiza sentymentu oparta o aspekt pozwala na zautomatyzowaną analizę dużej ilości danych tekstowych, pozwalającą na oszczędność zasobów finansowych oraz czasowych. Inną korzyścią analizy sentymentu opartej o aspekt jest możliwość dokonywania analizy w czasie rzeczywistym, dzięki czemu można w znacznie szybszy sposób wykryć niepożądane efekty i podjąć kroki w celu ich eliminacji. Oprócz możliwości szybszej reakcji na zdanie klienta, analiza sentymentu oparta o aspekt pozwala na lepsze zrozumienie produktu oraz lepszą analizę potrzeb klienta (Pascual, 2019).

Wykrywanie zamiaru w analizie sentymentu polega na wykryciu zamiaru lub planów autora tekstu oraz poprawnej klasyfikacji tego celu. Rozwiązanie to jest stosowane w chatbotach oraz systemach inteligentnego dialogu, gdzie bardzo istotne jest poprawna interpretacja potrzeb i zamiarów użytkownika. Do analizy zamiaru używa się transformerów czyli modeli deep learning pozwalających na wyliczenie istotności poszczególnych elementów wejściowego zbioru danych. Inną strukturą wykorzystywaną do analizy zamiaru jest kapsułowa sieć neuronowa. Ten model jest używany do modelowania hierarchicznych związków, neurony w tej sieci są kapsułami będącymi wektorami prawdopodobieństw wystąpienia określonej cechy (Pascual, 2019).

1.4 Definicja macierzy Document-Term i Term-Document



Wykres 1: Schemat działania metod biblioteki tidytext przy pracy z macierzami DTM i TDM
Źródło: (Silge i Robinson, 2017)

W eksploracji tekstu do jednych z najczęściej używanych struktur analitycznych należą macierze Document-Term i Term-Document. Macierz Document-Term jest to macierz w której:

- Każdy wiersz reprezentuje dokument (czyli źródło tekstowe takie jak książka czy artykuł)
- Każda kolumna reprezentuje term (czyli słowo)
- Każda wartość reprezentuje ilość danego termu w danym dokumencie

Ponieważ taka macierz przeważnie składa się z zer macierze DTM są głównie implementowane w postaci rzadkiej (ang. „sparse matrix“). Macierze rzadkie są często używaną strukturą w obliczeniach i informatyce ze względu na łatwość skompresowania i co za tym idzie, mniejszym obciążeniem pamięciowym. Mierzenie rzadkości (ang. „sparsity”) takiej macierzy jest dane wzorem:

$$Rzadkość = \frac{\text{Ilość zer w macierzy}}{\text{Ilość wszystkich wartości w macierzy}} \times 100\%$$

Transponowana macierz DTM jest nazywaną macierzą Term-Document. Wtedy w to w danej kolumnie znajdują się liczności poszczególnych termów w danym dokumencie (Kibble, 2013). Wówczas w bardziej wygodny sposób można wyliczać takie metryki jak częstotliwość występowania termu tf (term-frequency), idf (inverse document frequency) czy też współczynnik tf-df.

Zastosowanie macierzy DTM czy TDM do różnych zadań w przetwarzaniu języka naturalnego, do takich czynności należą:

- Poprzez rozbicie tekstu i dokonania atomizacji, można dzięki macierzom DTM i TDM poprawić działanie silników wyszukiwania poprzez ujednoznacznienie słów o różnym znaczeniu i wyszukiwanie synonimów (Verma, 2021)
- Większość procesów NLP dotyczy eksploracji więcej niż jeden rodzaj danych behawioralnych w tekście. Macierze TDM są bardzo użyteczne w ekstrakcji danych behawioralnych, a poprzez przeprowadzanie wielowymiarowej analizy macierzy DTM można określić wiele tematów poruszonych w danych (Verma, 2021)

Prawo Zipfa głosi, że częstotliwość występowania danego termu w dokumencie jest odwrotnie proporcjonalna do jego rangi istotności, co oznacza, że iloczyn rangi istotności termu i częstotliwości występowania jest stała (Silge i Robinson, 2017).

1.5 N-gramy

Jedną z technik działania na ogromnych i skomplikowanych zbiorów tekstowych jest dzielenie tekstu na tzw. n-gramy. N-gramy są to sekwencje składające się z n słów. Pozwala to na łatwiejsze operowanie na tekście i ograniczenie czasowe działania algorytmów. Do uproszczenia tekstu używa się także stoplisty. Stoplista jest to zbiór słów, które nie mają same w sobie znaczenia, więc nie są potrzebne w analizie znaczenia tekstu (Silge i Robinson, 2017). Są to

różnego rodzaju spójniki i przyimki, które służą do logicznego sensu wypowiedzi, lecz nie nadają jej żadnego znaczenia, tonu czy wydźwięku. Ilość n-gramów w jednym zdaniu lub fragmencie tekstu K można określić wzorem:

$$Ngramy_K = X - (N - 1)$$

Gdzie X oznacza ilość słów w zdaniu K

W modelach i analizie NLP najczęściej używa się bigramów (sekwencji dwuwyrzowych) oraz trigramów (sekwencji trójwyrzowych). N-gramy są używane m.in. do budowania języków, gdzie sprawdzana jest poprawność pisowni czy też skracania źródeł tekstowych w celu pozbycia się niepotrzebnych wyrazów. Za przykład można podać to zdanie: „Dzisiaj przewidywane są przelotne opady”. Gdy rozbije się je na bigramy otrzyma się wówczas:

- „Dzisiaj przewidywane”
- „przewidywane są”
- „są przelotne”
- „przelotne opady

Zgodnie ze wzorem otrzymano ze zdania składającego się z 5 słów, 4 bigramy (Silge i Robinson, 2017). Z kolei gdy to zdanie rozbije się na trigramy to powstaną poszczególne człony:

- „Dzisiaj przewidywane są”
- „przewidywane są przelotne”
- „są przelotne opady”

Zgodnie ze wzorem otrzymano ze zdania składającego się z 5 słów, 3 trigramy (Silge i Robinson, 2017).

1.6 Algorytm LDA

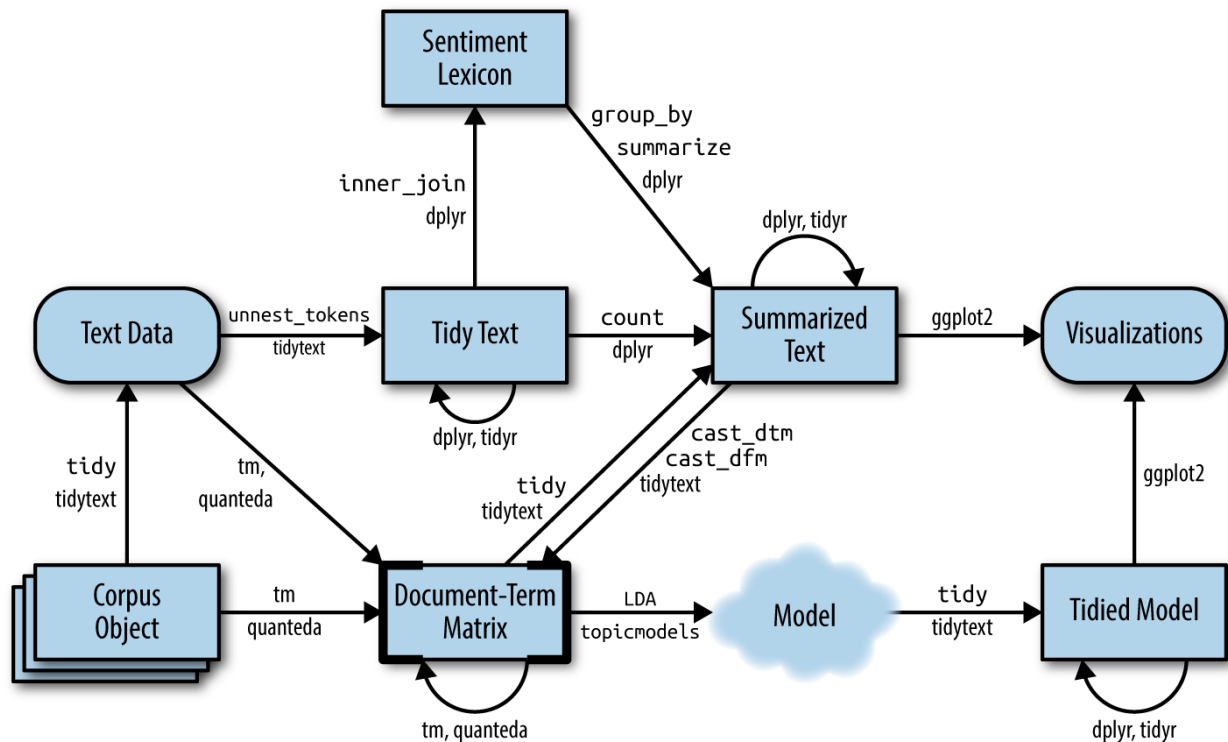
Jednym z zagadnień dziedziny jaką jest text mining, jest modelowanie tematyki (ang. „topic modeling”), które polega na znajdowaniu wśród dokumentów grup o zbliżonej tematyce. Jedną z najpowszechniej stosowanych metod w modelowaniu tematyki jest algorytm LDA („Latent Dirichlet Allocation”) (Silge i Robinson, 2017). W algorytmie tym występują dwie zasady:

1. Każdy dokument jest zbiorem tematów

Należy przyjąć, że każdy zbiór tekstowy może zawierać słowa o różnej tematyce w szczególnych proporcjach. Przykładem może być dwutematyczny model, wówczas zbiory tekstowe mogą zostać sklasyfikowane w następujący sposób (Silge i Robinson, 2017):

- Dokument 1 jest w 80% poświęcony tematyce A oraz w 20% tematyce B
 - Dokument 2 jest w 30% poświęcony tematyce A oraz w 70% tematyce B
2. Każdy temat jest zbiorem słów

Przykładem może być dwutematyczny model to badania wiadomości w portalu medialnym, który dzieli wiadomości na dwie kategorie: „polityka” i „rozrywkowa”. Do najczęściej pojawiających się słów w informacjach poświęconych polityce będą takie wyrazy jak: „prezydent”, „parlament”, „rząd”, „ministrowie”. Z kolei wśród wiadomości ze świata pochodzących ze świata rozrywki słowami występującymi bardzo często będą: „aktor”, „gwiazda”, „telewizja”, „serial”, „piosenkarz”. Bardzo istotnym faktem jest to, że słowa mogą występować w dwóch tematach jednocześnie, np. wyraz „pieniądze” może należeć do obu kategorii (Silge i Robinson, 2017).



Wykres 2: Schemat działania metod biblioteki tidytext w języku R przy działaniu z algorytmem LDA

Źródło: (Silge i Robinson, 2017)

LDA jest matematyczną metodą, która jednocześnie określa grupę słów powiązaną z danym tematem oraz określa zbiór tematów, które opisują dany dokument. Do poddania dokumentów analizie, należy najpierw je poddać preprocessingowi, tokenizacji a następnie przekształcić w macierz DTM składającą się z m dokumentów i n unikatowych wyrazów. W następnym kroku, macierz DTM zostaje przekształcona w dwie macierze: macierz DocumentTopic oraz macierz TopicWord. Macierz DocumentTopic zawiera możliwe k tematów jako kolumny, które dany dokument może zawierać. Macierz TopicWord składa się ze słów, które mogą występować w danej tematyce. Algorytm wykorzystuje również dwa parametry do kontroli rozkładu (Seth, 2021):

- α (alfa), prawdopodobieństwo należności tematu do dokumentu
- β (beta), prawdopodobieństwo należności słowa do tematu

Kończymy celem algorytmu LDA jest znalezienie najbardziej optymalnej reprezentacji macierzy DocumentTopic oraz TopicWord w której współczynniki prawdopodobieństwa o najwyższej

wartości determinują, do jakiego tematu należy przypisać słowa oraz jakie tematy należy przypisać do danego dokumentu (Seth, 2021).

1.7 Uczenie maszynowe w analizie tekstowej oraz sieci neuronowe

Systemy oparte o uczenie maszynowe opierają się modelach, które zostały nauczone poprzez poprzednie dane, które zostały sklasyfikowane prawidłowo. W tym celu zbiory treningowe muszą być spójne oraz reprezentatywne w celu osiągnięcia modelu, który będzie dokonywać poprawnej klasyfikacji. Na początku tego procesu, dane tekstowe są poddawane tzw. wektoryzacji. Ze zdefiniowanego zbioru wyrazów, dla każdego słowa obliczona jest ilość jego wystąpienia w tekście. Przetransformowane informacje wraz z oczekiwanymi predykcjami są przetwarzane przez algorytm uczenia maszynowego. W ten sposób model poddany etapowi treningu może dokonywać predykcji danych, które nie zostały sklasyfikowane. Do wykorzystywanych algorytmów uczenia maszynowego należą:

- Naiwne klasyfikatory Bayesowskie (klasyfikatory te są oparte o teorię prawdopodobieństwa oraz teorię Bayesowską do zaklasyfikowania tekstu. Dane wówczas są zwektoryzowane do wektorów prawdopodobieństw tekstu należącego do określonej kategorii. Klasyfikatory te dokonują poprawnej oceny nawet w przypadku gdy zbiór treningowy zawiera niewiele danych)
- Maszyna wektorów nośnych (Algorytm ten dzieli zaklasyfikowane wektory na dwie grupy: grupę w której znajdują się wektory należące do określonej klasy i drugą zawierającą te wektory, które do tej klasy nie należą. Algorytm ten osiąga lepsze wyniki od klasyfikatorów bayesowskich lecz są znacznie trudniejsze w zaimplementowaniu)
- Deep learning (Systemy oparte o głębokie sieci neuronowe – ich działanie zostanie opisane w dalszej części pracy)

Kończącą fazą opracowania, trenowania i testowania modelu jest ewaluacja jego dopasowania. Do oceny modelu klasyfikacji tekstu wykorzystuje się różnego rodzaju metryki:

1. Skuteczność (ang. „accuracy”) – jest to najprostsza i najbardziej podstawowa metryka stosowana do mierzenia dopasowania modelu. Skuteczność jest dana wzorem:

$$Acc = \frac{TP + TN}{TP + TN + FN + FP}$$

Gdzie TP oznacza ilość poprawnych klasyfikacji pozytywnych (czyli odpowiedzi twierdzącej), TN to ilość poprawnych klasyfikacji negatywnych (czyli odpowiedzi przeczącej). FN jest za to ilością błędnych klasyfikacji negatywnych (czyli błędne zaklasyfikowanie obserwacji jako nie należące do danej klasy), a FP natomiast jest ilością błędnych klasyfikacji pozytywnych (czyli

będących zaklasyfikowanych jako przynależące do danej klasy niezgodnie z prawdą). Oznacza to, że skuteczność jest stosunkiem poprawnych odpowiedzi do wszystkich dokonanych predykcji. Wiarygodność skuteczności modelu ma jedno zasadnicze ograniczenie: w przypadkach gdy rozkład przynależności obserwacji do klas jest nierównomierny (tj. gdy w jednej klasie może znajdować się o wiele więcej obserwacji niż w innych), może dojść do tzw. paradoksu skuteczności. Paradoks ten polega na sytuacji w której wysoka skuteczność modelu może nie oznaczać, że model jest dobrze dopasowany, gdyż jedna klasa odpowiedzi może zawierać 99% wszystkich obserwacji, wówczas model może klasyfikować te dane poprawnie, ale istnieje zagrożenie błędnej klasyfikacji pozostałych obserwacji. Stanowi to poważne zagrożenie w sytuacjach gdzie poprawne wykrycie klasy rzadziej występującej jest o wiele istotniejsze. Metrykami które w sposób bardziej wiarygodny opisują model są czułość, swoistość i precyzja.

2. Czułość (ang. „sensitivity” lub „recall”) – metryka ta jest również znana jako współczynnik poprawnych pozytywnych klasyfikacji. Czułość jest dana wzorem:

$$Recall = \frac{TP}{TP + FN}$$

Oznacza to, że czułość jest stosunkiem poprawnych klasyfikacji pozytywnych do wszystkich pozytywnych klasyfikacji. Im wyższa wartość współczynnika czułości, tym model w lepszym stopniu klasyfikuje pozytywne obserwacje (Malik, 2020).

3. Swoistość (ang. „Specificity”) – statystyka ta jest znana też jako współczynnik poprawnych negatywnych klasyfikacji. Swoistość jest dana wzorem:

$$Specificity = \frac{TN}{TN + FP}$$

Oznacza to, że swoistość jest stosunkiem poprawnych klasyfikacji negatywnych do wszystkich negatywnych klasyfikacji. Wysoka wartość współczynnika swoistości oznacza, że model rozpoznaje negatywne obserwacje na wysokim poziomie (Malik, 2020).

4. Precyzja (ang. „Precision”) – precyzja jest miarą służącą do zbadania ile pozytywnych klasyfikacji spośród wszystkich pozytywnych klasyfikacji modelu było poprawnych. Precyzja jest dana wzorem:

$$Precision = \frac{TP}{TP + FP}$$

Miary te w bardziej miarodajny sposób opisują dopasowanie modelu, ponieważ oprócz badania poprawności odpowiedzi, uwzględniają również rozkład zmiennej objaśnianej. Dzięki temu można zbadać, czy model np. poprawnie diagnozuje choroby nowotworowe. Wówczas wysoka skuteczność modelu nie jest aż tak istotna jak precyzja, która informuje o tym ile % procent diagnoz choroby okazało się być prawidłowe czy też wysoka czułość modelu, dzięki której prawie

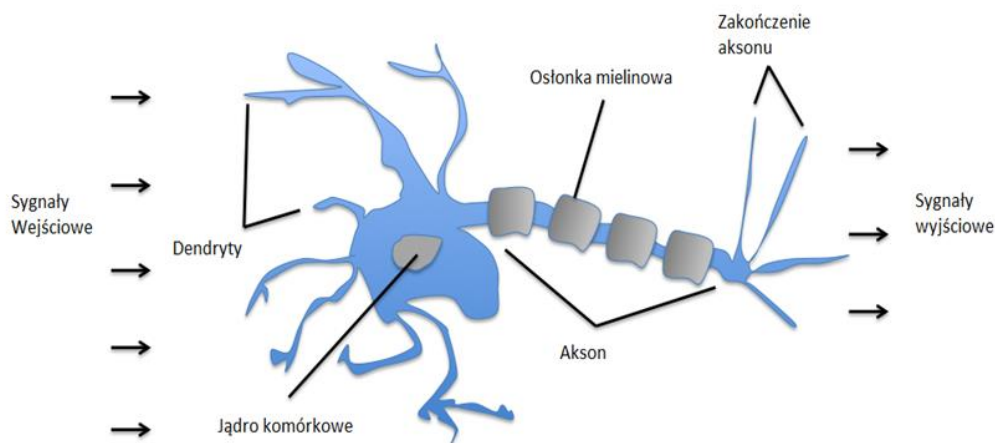
wszyscy pacjenci z chorobą zostaliby poprawnie zdiagnozowani.

5. Wskaźnik F1 (ang. „F1 score”)

$$F = \frac{2 \times Precision \times Recall}{(Precision + Recall)}$$

Wskaźnik F1 uwzględnia zarówno czułość jak i precyzję. Jest to metryka znacznie bardziej miarodajna od czułości, ponieważ uwzględnia poprawność klasyfikacji modelu dla każdej z kategorii.

Do klasyfikacji komentarzy użyto metody uczenia głębokiego (ang. „deep learning”). Opiera się ona o struktury matematyczne zwane sieciami neuronowymi. Nazwa tych struktur, nie jest przypadkowa, ich działanie jest inspirowane naturą, konkretnie mózgami zwierząt. Sam neuron jest komórką składającą się z ciała komórkowego (perikarionu), czyli wypustek określanych mianem dendrytów i aksonów. Neurony potrafią odbierać i przysyłać sygnały elektryczne oraz wszelakie informacje (Cherry, 2021). Dendryt z kolei to wypustka stanowiąca przedłużenie komórki nerwowej i odpowiada za odbieranie impulsów i przysyłanie ich do ciała komórki w celu ich integracji. Dendryt to największa część neuronów – stanowi do 90% powierzchni wielu z nich. Akson z kolei służy do przysyłania informacji z ciała komórkowego do reszty komórek nerwowych. Proces ten znany jest jako neurotransmisja (Cherry, 2021).

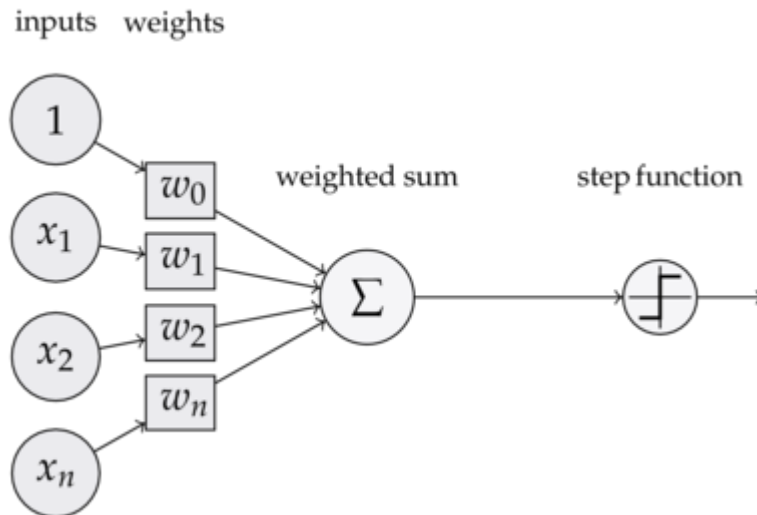


Wykres 3: Schemat budowy neuronu

Źródło: www.healthline.com

W 1958 roku Frank Rosenblatt opracował i zbudował najprostszy model sieci neuronowej zwanej perceptronem. W swojej najprostszej wersji perceptron był zbudowany z dwóch warstw neuronów reprezentujących odpowiednio wejście i wyjście. Rosenblatt odkrył też ważną właściwość perceptronu, którą przedstawił swoim twierdzeniem: „Jeżeli tylko istnieje taki wektor

wag w , przy pomocy którego element perceptronowy odwzorowuje w sposób zbiór oczekiwanych wartości wyjściowych, to istnieje metoda uczenia tego elementu gwarantująca zbieżność do wektora w (Loiseau, 2019).



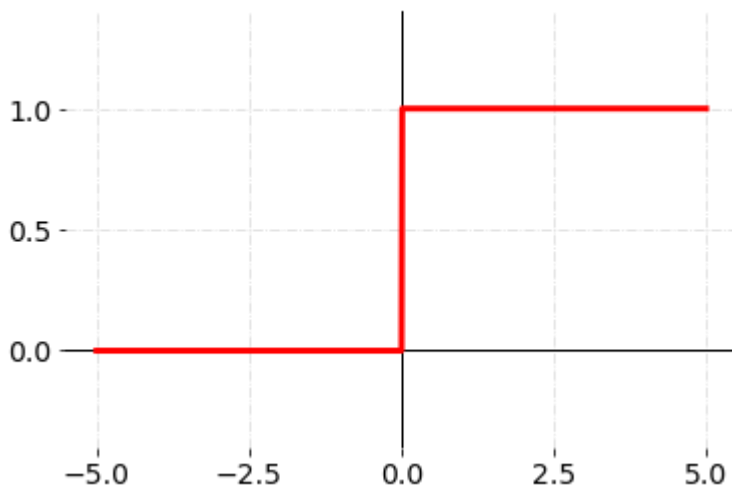
Wykres 4: Schemat perceptronu Rosenblatta

Źródło: www.statworx.com

Na wykresie 4 przedstawiono perceptron z tzw. uprzedzeniem (ang. „bias”), czyli do parametrów wejściowych dodano również wartość równa 1 razem ze swoją wagą w celu łatwiejszego przypisania. Obliczenie sumy ważonej jest dane wzorem:

$$\sum_i^n w_i \times x_i$$

Gdzie x oznacza i -ty parametr wejściowy a w jego wagę. W kolejnym kroku suma ważona trafia to funkcji aktywacji, gdzie wartość sumy jest przekształcona na wyjście. Pierwotnie były to binarne funkcje dyskretne, które w zależności od tego czy suma jest większa od wartości progowej zwracały 1 lub 0, bądź 1 lub -1 (Loiseau, 2019).



Wykres 5: Przykład binarnej funkcji aktywacji

Źródło: www.towardsdatascience.com

Taka bardzo prosta funkcja aktywacji ma dwie duże wady. Z racji tego, że jest binarna oznacza to, że nie nadaje się do rozwiązywania problemów klasyfikacji, gdzie ma się do czynienia z więcej niż 2 klasami rozpoznania. Kolejnym problemem jest fakt, iż gradient takiej funkcji wynosi 0 co poważnie utrudnia przeprowadzenie korekcji wag algorytmem propagacji wstecznej.

Rozwiązaniem tego problemu stanowią nieliniowe funkcje aktywacji:

- Pozwalają przeprowadzenie algorytmu propagacji wstecznej ze względu na powiązanie pochodnej funkcji aktywacji z wejściem co pozwala na lepsze zrozumienie, które wagi w neuronie są w stanie dokonać lepszej predykcji
- Pozwalają na składanie wielu warstw neuronów co pozwala na uzyskanie wyjścia w postaci nieliniowej kombinacji parametrów wejściowych przepuszczonych przez wiele warstw.

Do najczęściej używanych funkcji aktywacji należą:

Modele sieci neuronowych podobnie jak inne modele predykcyjne mogą być nadzorowane i trenowane. Taka optymalizacja sieci odbywa się poprzez korekcję wartości wag w neuronach. Do najpopularniejszego algorytmu korekcji wag należy tzw. algorytm propagacji wstecznej. Jest to algorytm używany w sieciach wielowarstwowych czyli takich sieciach neuronowych, które oprócz warstwy wejściowej i wyjściowej mają jeszcze warstwy ukryte. Algorytm ten opiera się na minimalizacji sumy kwadratów błędów uczenia z wykorzystaniem optymalizacji metody największego spadku (Korbicz, Obuchowicz i Uciński, 1994). Należy najpierw rozważyć błąd sieci ξ :

$$\xi = \sum_{\mu=1}^P \xi_{\mu} = \frac{1}{2} \sum_{\mu=1}^P \sum_{j=1}^n (y_j^{z\mu} - \varphi_j^{\mu})^2$$

Gdzie

$$\xi_{\mu} = \frac{1}{2} \sum_{j=1}^n (\delta_j^{\mu})^2$$

Przy czym n oznacz liczbę elementów w warstwie wyjściowej.

Problemem uczeni sieci neuronowych jest znalezienie globalnego minimum funkcji błędu ξ . Bardzo często używaną do tego metodą jest gradientowa metoda największego spadku. Polega to na iteracyjnym poszukiwaniu kolejnego lepszego punktu w kierunku przeciwnym do gradientu funkcji celu w danym punkcie. Stosując tę metodę, zmiana wagi połączenia w_{ji} powinna spełniać relację:

$$\Delta w_{ji} = -\eta \frac{\partial \xi}{\partial w_{ji}} = -\eta \sum_{\mu=1}^P \frac{\partial \xi_{\mu}}{\partial w_{ji}} = -\eta \sum_{\mu=1}^P \frac{\partial \xi_{\mu}}{\partial y_j^{\mu}} \frac{\partial y_j^{\mu}}{\partial w_{ji}}$$

Gdzie η oznacza współczynnik proporcjonalności.

W przypadku liniowych elementów przetwarzających zachodzi równość:

$$\frac{\partial \xi_{\mu}}{\partial \xi_j^{\mu}} = -(y_j^{z\mu} - y_j^{\mu}) = -\delta_j^{\mu}$$

$$\frac{\partial y_j^{\mu}}{\partial w_{ji}} = \frac{\partial \varphi_j^{\mu}}{\partial w_{ji}} = u_i^{\mu}$$

Stąd zostanie otrzymana korekta wagi

$$\Delta w_{ji} = \eta \sum_{\mu=1}^P \delta_j^{\mu} u_i^{\mu}$$

Po czym ostatecznie otrzymana jest tzw. „regułą delty”, która jest dana wzorem:

$$w_{ji}^n = w_{ji}^s + \Delta w_{ji}$$

Gdzie górny indeks n oznacza nową, a s starą wagę. Reguła delty przy dostatecznie małym współczynniku proporcjonalności uczenia η , poszukuje zbioru wag minimalizującego funkcję błędu sieci liniowej. Należy pamiętać, że metoda propagacji wstecznej działa tylko dla

wielowarstwowych sieci jednokierunkowych, nie zadziała ona na przykład w modelach generatywnych które opierają się o sieci rekurencyjne czyli takie sieci, które posiadają sprzężenie zwrotne (Korbicz, Obuchowicz i Uciński, 1994).

Wśród warstw ukrytych możemy rozróżnić wiele ich rodzajów: są to na przykład sieci gęste czyli sieci składające się od kilkunastu do kilkudziesięciu neuronów (może być w jednej warstwie 16, 32 czy nawet 64 neuronów). Najczęściej używaną funkcją aktywacji w tego rodzaju warstwie jest funkcja ReLU. Warstwę tę też można użyć jako warstwę końcową (np. w postaci neuronów z funkcją sigmoidalną). Innymi, szeroko stosowanymi warstwami są sieci konwolucyjne. W sieciach tych używa się filtra nazywanego jądrem (ang. „kernel”). Jednym z hiperparametrów sieci konwolucyjnej jest rozmiar jądra. Mniejszy rozmiar jądra wpływa na lepszą dokładność w uzyskaniu informacji kluczowych z danych wejściowych. Wpływa to również na mniejszego zmniejszenia dalszych warstw co w rezultacie daje głębszą architekturę (tj. więcej warstw w sieci neuronowej). Większy rozmiar z kolei kosztem odbija się na mniejszej dokładności lecz lepszej generalizacji problemu, gdy np. w danych wejściowych nie trzeba przykładać uwagi do szczegółów. Podczas uczenia sieci neuronowej dokonywana jest korekta wag w filtrze. Następnie uogólniony wynik jest poddawany funkcji aktywacji – najczęściej używana jest wówczas funkcja ReLU. Sieci CNN (ang. „Convolutional Neural Networks”) są szeroko używane w rozpoznawaniu i klasyfikacji obrazów (filtry 2D) czy też w analizie tekstowej (filtr 1D). Po przejściu wartości przez filtr wyniki przechodzą przez pooling (Mamczur, 2021). Pooling służy do upraszczania obrazu bądź tekstu co wpływa pozytywnie na wydajność modelu ze względu na mniejszą ilość parametrów do przetworzenia. Wyróżnia się trzy rodzaje tej warstwy:

- Max pooling (z danych elementów wybiera się ten o największej wartości)
- Min pooling (z danych elementów wybiera się ten o najmniejszej wartości)
- Average pooling (Wówczas wynik się uśrednia)

Jako przykład można podać macierz pikseli :

$$\begin{bmatrix} 129 & 243 \\ 85 & 100 \end{bmatrix}$$

Stosując max pooling, wynikiem będzie piksel o wartości 243, jeżeli użyty zostanie min pooling, rezultatem będzie 85. Z kolei average pooling zwróci średnią wartość czyli 139. Max pooling jest powszechnie stosowany przy analizie sentymentu ze względu na potrzebę wyróżniania wyrazów o mocnym wydźwięku (Mamczur, 2021). Do zapobiegania nadmiernego przeuczenia się sieci używa się warstw w których dokonywany jest tzw. dropout (ang. „odrzuć”). Polega to na losowym wyłączaniu niektórych połączeń między neuronami. Powoduje to, że sieć nie łapie zbyt szybko wyuczonego wzorca przez co problem przeuczenia jest znacznie zredukowany.

Oprócz rozpoznawania i klasyfikacji obrazów czy tekstów, sieci neuronowe można wykorzystywać również do analizy video czy też zwykłych danych tabelarycznych. Ponadto

można też wyróżnić sieci generatywne, są to specjalne sieci rekurencyjne (czyli takie, które w odróżnieniu do jednokierunkowych sieci neuronowych, posiadają sprzężenie zwrotne w swojej topologii), które potrafią generować dane, a nawet takie obiekty jak zdjęcia, dźwięk czy tekst. Sieci generatywne można np. zastosować w odtworzeniu bardzo starych nagrań czy przy odnowieniu jakichś starych zdjęć z brakującymi elementami (Mamczur, 2021).

2. Analiza sentymentu w badaniach rynkowych

2.1 Źródła danych

Wśród najczęściej stosowanych źródeł danych tekstowych używanych w analizie sentymentu wyróżnia się następujące obszary:

1. Media społecznościowe

Według szacowań portalu statista, z serwisów mediów społecznościowych, korzysta więcej niż 3,6 miliarda ludzi. Serwisy takie jak TikTok, Twitter, Facebook, YouTube czy Instagram posiadają kilkaset milionów aktywnych użytkowników co pozwala na uzyskanie ogromnej ilości informacji (Dixon, 2022). Ponadto, wśród serwisów jak TikTok czy Tumblr dominującą grupą są ludzie w przedziale wiekowym od 16 do 24 lat, wśród użytkowników serwisu Facebook są to ludzie w grupie wiekowej 25-34 (Repustate, 2021). Najbardziej zróżnicowanym wiekowo portalem jest Twitter, zrzesza on 350 milionów użytkowników, a wśród nich są również najważniejsi przedstawiciele państw, właściciele i prezesi największych korporacji na świecie czy też sportowcy oraz artyści. Następnym krokiem po wyborze danej platformy jest zebranie danych. Serwisy takie jak Twitter, Facebook czy YouTube udostępniają otwarte API pozwalające na dostęp do komentarzy bądź wpisów. Innym sposobem na zebranie danych tekstowych jest korzystanie z takich metod jak web scraping w przypadku gdy portal nie udostępnia prostszej metody dostępu do informacji (Repustate, Why Should We Use Sentiment Analysis In Social Media Mining?, 2021). Analiza sentymentu dla tych portali jest bardzo wartościowa, gdyż informacje o ilości polubień, udostępnień czy komentarzy pod wpisem bądź filmem nie jest zawsze w stanie przedstawić wiarygodną informację o zadowoleniu użytkowników oraz ich opinii na dany temat. Analizy sentymentu w mediach społecznościowych używa się do badania:

- Odkrywania nowych trendów na rynku
- Śledzenia świadomości marki
- Potencjalnych nowych produktów
- Działalności konkurencji
- Możliwości rozwoju kampanii reklamowych online

2. Opinie klientów i konsumentów

Wartościowym źródłem danych do analizy sentymentu są również opinie klientów. Serwisy takie jak Google, TripAdvisor, Yelp, Imdb zawierają bardzo dużą ilość komentarzy na temat filmów, restauracji, kawiarni czy też placówek medycznych jak zakłady stomatologiczne czy też opinie o usługach lekarskich. Wśród portali, które zawierają opinie na temat leków razem z ich oceną, możemy wyróżnić m.in. stronę: www.drugs.com oraz stronę: www.webmd.com.

W tym przypadku analiza sentymentu pozwala firmom na badanie satysfakcji klientów z usług

oraz produktów jak również na uzyskanie cennych informacji o jakości produktów takie jak np. wady w produkcie czy też efekty uboczne w przypadku leków (Repustate, 10 Sentiment Analysis Data Sources For Strategic Data Analytics, 2021).

3. Artykuły oraz filmy z portali informacyjnych

Analiza sentymentu dla danych pochodzących z portali informacyjnych pozwala na monitorowanie reputacji marki oraz sytuacji na rynku. Uzyskanie takiej wiedzy jest bardzo wartościowe, gdyż można w ten sposób przewidzieć zmianę cen akcji danej firmy na rynku czy też ceny surowców w zależności od obecnej sytuacji. W ten sposób firma może uzyskać przewagę na rynku i wiedzę o potencjalnych możliwościach inwestycyjnych (Repustate, 10 Sentiment Analysis Data Sources For Strategic Data Analytics, 2021).

4. Interakcje z pracownikiem oraz jego feedback

Opinia zwrotna od pracownika stanowi kluczową rolę w badaniu doświadczenia pracownika (z ang. "employee experience", EX) oraz poprawy kultury organizacyjnej przedsiębiorstwa czy też zadowolenia pracowników. Dane mogą zostać zebrane w postaci rozmów audio, chatbotów, nagrań video, komunikacji z działem HR oraz ankiet (Repustate, 2021).

5. Ankiety

Ankiety są jednym z najlepszych źródeł danych do analizy sentymentu jeżeli celem biznesowym jest zbadanie klientów czy pracowników. Otwarte pytania czyli takie w których użytkownik może udzielić obszernej wypowiedzi stanowią bardzo bogate źródło informacji takich jak zadowolenie klienta czy też poznanie jego potrzeb. W opiece zdrowotnej bardzo cennym źródłem takich informacji jest Patient Voice w której pacjenci mogą udzielić opinii zarówno jak o wizycie u lekarza jak również o całej kuracji czy o obsłudze placówki medycznej. Stanowi to w rezultacie ogromnie ważne źródło dla szpitali czy klinik, gdyż w ten sposób można przy pomocy analizy sentymentu uzyskać informacje o satysfakcji pacjentów oraz o tym czy personel szpitala, kliniki bądź przychodni odpowiednio wykonuje swoje obowiązki (Repustate, 10 Sentiment Analysis Data Sources For Strategic Data Analytics, 2021).

2.2 Zastosowanie biznesowe

Do najczęściej realizowanych celów biznesowych analizą sentymentu należą takie pojęcia jak:

1. Monitorowanie marki

Monitoring marki oraz zarządzanie reputacją firmy to jedna z najpowszechniejszych rozwiązań w których stosuje się analizę sentymentu. Użycie narzędzi wykorzystujących analizę sentymentu umożliwia szybkie wykrycie negatywnych opinii na temat firmy i podjęcie kroków w celu szybkiego poprawienia reputacji przedsiębiorstwa. Inną zaletą tego rozwiązania jest możliwość śledzenia zmian w reputacji marki w czasie co pozwala na śledzenie postępu w

budowie dobrej opinii o firmie. Kolejną możliwością jaką analiza sentymentu oferuje w tym przypadku jest użycie uczenia maszynowego to wykrycia trendów oraz dokonanie estymacji potencjalnej reakcji klientów na określoną decyzję ze strony firmy (Roldós, 2020). Użycie analizy sentymentu do stworzenia raportu dotyczącego reputacji marki powinno również zawierać następujące informacje:

- Łączna ilość dokonanych transakcji, kampanii przez firmę w określonym czasie
- Łączna ilość wspomnień na temat marki
- Procent ilości pozytywnych opinii
- Procent ilości negatywnych opinii
- Obliczenie wyniku sentymentu społecznego
- Graficzne przedstawienie wyniku sentymentu społecznego w czasie (w celu zobrazowania jak reputacja zmieniała się w czasie) (Newberry, 2020)

Obliczenie wyniku sentymentu społecznego dokonuje się na kilka sposobów:

- Obliczenie procenta pozytywnych opinii w stosunku do wszystkich komentarzy
- Obliczenie procenta pozytywnych opinii w stosunku do komentarzy zawierających sentyment (wówczas odrzuca się opinie neutralne) (Newberry, 2020)

2. Poprawa obsługi klienta

Według badań przeprowadzanych przez firmę McKinsey & Company więcej niż 25% klientów rezygnuje z usług bądź produktów firmy po jednym złym doświadczeniu w związku z obsługą (McKinsey, 2016). Ponadto, wzrost popularności mediów społecznościowych, forów powoduje, że jedno złe doświadczenie może wywoływać straty w firmie wiele razy. Analiza sentymentu na danych tekstowych opisujących takie zdarzenia może przygotować zespół odpowiedzialny za doświadczenie klienta na potencjalne trudności oraz pomóc mu lepiej zrozumieć odczucia klienta podczas całego procesu biznesowego (Roldós, 2020). W analizie sentymentu służącej do badania doświadczenia klienta używane są dwa czynniki:

- Biegunowość (tj. czy wydźwięk emocjonalny w tekście jest pozytywny bądź negatywny)
- Stopień (tj. jak silne są emocje opisane przez użytkownika) (Patel, 2022)

Dane wykorzystywane do analizy sentymentu w badaniu obsługi klienta mogą pochodzić z różnych źródeł. Feedback od klienta może zostać podczas komunikacji z klientem w sytuacjach takich jak :

- Rozwiązania zgłoszenia o obsługę (wówczas można zebrać poszczególne wiadomości od użytkownika)
- Uruchomienie sprzedaży nowego produktu
- Zakończenie procesu wdrażania klienta w system i ogólną organizację firmy

W celu uzyskania jak najwartościowszych informacji w danych organizacja może dokonać podziału klientów na 3 grupy (Patel, 2022). Są to:

- Promotorzy (ang. „Promoters”) – jest to najbardziej pożądana przez firmę grupa klientów. Spośród tych grup promotorzy mają zdecydowanie najwyższy współczynnik LTV(ang. „lifetime value”) i to oni są źródłem największych dochodów dla firmy
- Grupa pasywnych klientów (ang. „Passives”) – są to klienci o neutralnym stosunku do firmy, prawdopodobieństwo na zrezygnowanie z usług organizacji na rzecz konkurenta jest wyższe
- Krytycy (ang. „detractors”) – są to niezadowoleni klienci, którzy krytykują produkt, lub obsługę organizacji. Wśród tych 3 grup, mają najniższy współczynnik LTV (Patel, 2022)

Zebranie wszystkich opinii i podział na te 3 grupy pozwala na dokonanie analizy sentymentu. Wówczas można określić jakie scenariusze bądź rozwiązania są skorelowane i związane z opiniami wyrażanymi przez grupę promotorów (Patel, 2022). W ten sposób można też wyróżnić jakie błędy oraz nieprawidłowości występują w działaniu firmy na które grupa krytyków zwraca dużą uwagę. W rezultacie organizacja jest w stanie zmodyfikować swoje produkty, ich cechy oraz jakość usług w celu osiągnięcia jak największej ilości grupy zadowolonych oraz lojalnych klientów przy jednoczesnej minimalizacji ilości krytyków firmy (Patel, 2022).

Kolejnym źródłem danych, które można wykorzystać do poprawy obsługi klienta są media społecznościowe. Platformy takie jak Facebook, Twitter czy Instagram są dużym i istotnym źródłem danych, gdyż klienci na tych portalach mogą w sposób bardziej ekspresywny wyrażać swoją opinię (Patel, 2022). Wśród słów używanych przez użytkowników mediów społecznościowych mogą znajdować się takie pozytywne wyrazy jak: „good”, „excellent”, „fantastic” albo takie negatywne wyrażenia jak: „awful”, „hate” czy też „horrible”. Zaletą kolekcji danych z mediów społecznościowych jest dostępność otwartego API, w ten sposób można kolekcjonować i analizować dane w czasie oraz śledzić zadowolenie klientów z obsługi (Patel, 2022).

3. Badanie satysfakcji pracowników

Analiza sentymentu opierająca się o informacje zwrotne od pracowników w ankiecie czy też w opiniach użytkowników na portalach takich jak Glassdoor czy GoWork albo wiadomości wysyłane pocztą elektroniczną. Pozwala to na lepsze zrozumienie potrzeb pracowników, a co za tym idzie poprawę ich satysfakcji. Dzięki temu można poprawić takie wskaźniki jak produktywność czy wskaźnik rotacji czyli procent pracowników, którzy odeszli w określonym przedziale czasowym (Roldós, 2020). Do analizy dużej ilości danych tekstowych dotyczących satysfakcji zatrudnionych wykorzystuje się uczenie maszynowe w celu zautomatyzowania

procesu. Dzięki temu można oszacować na podstawie informacji uzyskanej w komentarzach, bądź ankietach, którzy konkretnie pracownicy są zadowoleni, a którzy zatrudnienie nie czują satysfakcji w swoim miejscu pracy (Rosencrance, 2020). Po oszacowaniu wyników i ich agregacji, dane należy zaprezentować zarządowi bądź menadżerom w organizacji. Zdolność wizualizacji sentymentu wśród pracowników pozwala również na zwiększenie zaangażowanie pracowników. Zarząd organizacji może też poprawić dzięki temu proces zarządzania pracownikami czy lepsze zrozumienie doświadczenia pracownika (Rosencrance, 2020). Firmy mogą też dokonywać analizy sentymentu komentarzy pracowników na wielu płaszczyznach, np. w oparciu o wiadomości e-mail i poprzez wyszukanie kluczowych słów dla określonych departamentów (Rosencrance, 2020). W ten sposób firma może określić potrzeby pracowników i dostosować swoje zarządzanie do opinii działu bądź indywidualnych osób. Korzyści z rozwiązania jakim jest analiza sentymentu czerpią również dział HR (ang. „Human Resources”). Departament ten w dużym stopniu opierał się głównie o jakościowe i wysoko ustrukturyzowane dane pochodzące z list płac i innych źródeł dedykowanych dla HR (Rosencrance, 2020). Analiza sentymentu pozwala na przetwarzanie danych pochodzących z innych, często nieustrukturyzowanych źródeł i wykrycie informacji o pozytywnym bądź negatywnym wydźwięku. Inną zaletą tego rozwiązania jest uzyskanie lepszego i efektywniejszego wglądu w opinię pracowników o firmie poprzez analizę ich komunikacji wewnątrz organizacji (Rosencrance, 2020). Umożliwia to również pracownikom działu HR obserwację jakim tonem, językiem posługuje się pracownik w swoich wiadomościach e-mail przez co można zidentyfikować satysfakcję zatrudnionego z firmy oraz swojej pozycji w niej (Rosencrance, 2020).

4. Zapewnienie lepszej analizy produktu

Poprzez analizę sentymentu opinii użytkowników na temat produktu można w lepszy sposób analizować produkt. W ten sposób można określić oczekiwania klienta od produktu oraz jakie zmiany wpłynęłyby pozytywnie na jego satysfakcję. Ponadto, wykorzystanie analizy sentymentu opartej na aspekcie umożliwia ocenić potencjalne obszary do zmian w konkretnej cesze produktu takie jak np. funkcjonalność, interfejs czy też doświadczenie użytkownika (ang. „user experience”, „UX”) (Roldós, 2020). Analiza nieustrukturyzowanych danych może pomóc w:

- W porównaniu ocen i recenzji produktu z towarami stworzonymi przez konkurencję
- Osiągnięciu wglądu w najnowsze produkty w czasie rzeczywistym, 24 godziny na dobę
- Oszczędzenie dużej ilości czasu na ręczne przetwarzanie danych

W ten sposób, poprzez zautomatyzowany processing i analizę recenzje produktów zostają sklasyfikowane jako pozytywne bądź negatywne. W pierwszym kroku, należy zebrać dane zawierające recenzje oraz opinie klientów o danym produkcie. Cennymi źródłami takich informacji są takie portale jak: Yelp, Amazon, Google Play czy też Capterra (Pascual, 2019). Do

zebrania informacji ze stron internetowych powszechnie używa się techniki, która nazywa się web scraping. Jest to metoda służąca do wyodrębnienia danych ze stron internetowych zastępująca ręczne wpisywanie bądź kopiowanie i wklejanie tekstu. Pozyskane w ten sposób dane często są ustrukturyzowane (Pascual, 2019). Web scraping można podzielić na dwie kategorie:

- Narzędzia wizualne (są to wyspecjalizowane programy z graficznym interfejsem użytkownika, do ich użycia niepotrzebna jest znajomość programowania – dzięki temu ich użycie jest o wiele prostsze)
- Biblioteki programistyczne (Różnego rodzaju pakiety programistyczne pozwalające programiście na stworzenie narzędzia dokonującego web scraping według potrzeb programisty. Do bibliotek tych można zaliczyć: Scrapy, BeautifulSoup bądź Pyspider dla języka Python, Simplecrawler lub Nodecrawler w języku JavaScript czy też Rvest dla języka R) (Pascual, 2019)

Po zebraniu danych należy je ustrukturyzować w odpowiedniej formie. Do kluczowych kolumn należą:

- Data (kiedy tekst został napisany bądź wysłany)
- Tekst (czyli treść opinii lub recenzji)
- Wynik (ocena którą wystawił użytkownik)

Rodzajem analizy sentymentu używanej do analizy produktów jest analiza sentymentu oparta o aspekt ze względu na fakt iż oprócz samego wydziwisku emocjonalnego w tekście bardzo istotne też jest wykrycie, który element bądź cecha produktu jest przyczyną takiego wyniku (Pascual, 2019). Rozbudowany tekst jak np. recenzja może mieć w sobie więcej niż jeden sentyment oraz aspekt np. użytkownik może w recenzji okazać zadowolenie z dobrej jakości zdjęć jaką aparat wywołuje ale może też jednocześnie wyrazić rozczarowanie szybkim zużyciem baterii. W tym celu dzieli się recenzję na zdania, żeby z każdego zdania można było w stanie wyróżnić dokładnie jeden aspekt i dokładnie jeden sentyment (Pascual, 2019).

5. Monitorowanie rynku

Serwisy informacyjne, blogi, fora lub media społecznościowe stanowią bardzo bogate źródło informacyjne w kontekście badania nastrojów na rynku, oczekiwań klientów bądź konwersacji na temat określonej kampanii marketingowej czy też produktu, który został wprowadzony na rynek. W tym obszarze również analiza sentymentu oparta o aspekt pozwala na wskazanie konkretnych elementów, które należy uznać za szczególnie istotne (Wonderflow, 2018). Do monitoringu rynku za pomocą analizy sentymentu używa się słów kluczowych (ang. „keywords”) (Pinkowska, 2020). Słowa kluczowe służą do wyszukania wśród danych tekstowych tych fragmentów, które są dla organizacji istotne jak np. firmy będące konkurencją, kraje będące potencjalnymi rynkami czy też obszary w których firma chce uruchomić inwestycje. Oprócz słów

kluczowych należy też wybrać język w którym dane informacje zostały napisane. W analizie rynku używana jest rozwinięta analiza sentymentu (Pinkowska, 2020). Zastosowanie klasycznej, binarnej analizy sentymentu klasyfikującej pozytywne oraz negatywne opinie posiada wiele ograniczeń. Nowoczesne narzędzia do analizy sentymentu w badaniu rynku wykorzystują sieci neuronowe. W ten sposób można zapewnić poprawne określenie sentymentu dla określonego słowa i jego synonimów (Pinkowska, 2020). Dodatkową zaletą tego jest rozwiązanie jest fakt, iż badany jest sentyment słów w oparciu o rodzinę języków. W ten sposób, algorytm oprócz osiągnięcia większej precyzji, jest też w stanie działać poprawnie dla większej ilości języków (Pinkowska, 2020).

Jednym z zagrożeń wynikających z analizy sentymentu w celu badania rynku jest wiarygodność danej informacji (Pinkowska, 2020). Zadaniem stojącym przed analitykiem oraz firmą jest określenie czy informacja pochodzi z dobrze zbadanego źródła czy też jest to niezweryfikowana wieść. Problemem powszechnie badanym jest również korelacja między zmianą cen a sentymentem. Cena oraz sentyment powinny być ze sobą skorelowane, lecz nie zawsze wiadomym jest, która z tych rzeczy ma pierwotny wpływ (tj. czy negatywne opinie miały wpływ na obniżenie kursu bądź akcji albo na odwrót – czy wzrost cen akcji wpływa na zwiększenie pozytywnych opinii oraz informacji) (Pinkowska, 2020). Jest to nie tylko część technicznej analizy ale również kluczowa informacja dla inwestorów oraz handlowców. Stosowanie analizy sentymentu do predykcji cen oraz akcji było badane przez wielu uczonych z takich uczelni jak Uniwersytet Stanforda czy Uniwersytet Londyński (Pinkowska, 2020).

W czasach współczesnych, przy bardzo dużej ilości informacji, zmienność na rynku jest jeszcze większa. Każda negatywna bądź pozytywna opinia może mieć duży wpływ na sytuację na rynku i wpłynąć na jej zmianę. Celem analizy sentymentu jest jak najszybsze wykrycie wszelkich nowych pozytywnych lub negatywnych opinii by mieć możliwość zareagowania na zmiany na rynku. Ponadto, analiza sentymentu pozwala na przetwarzanie informacji w czasie rzeczywistym, dzięki czemu można badać nowo przychodzące informacje (Pinkowska, 2020). W ten sposób firma może podjąć kroki w celu uniknięcia negatywnych sytuacji w przyszłości i zwiększenia szans na wystąpienie tych dobrych. Do zagrożeń zaś wynikających z analizy sentymentu należą niezweryfikowane informacje oraz tzw. fake news. Poprzez zastosowanie się do nich firma może narazić się na niepożądane konsekwencje oraz błędne podjęcie kroków (Pinkowska, 2020).

6. Śledzenie konkurencji

Analiza sentymentu może zostać również użyta do badania sytuacji na rynku u firm konkurencyjnych czy też do obserwacji ich reputacji. Pozwala to na wykrycie potencjalnych rozwiązań oraz zagrożeń dla firmy oraz można w ten sposób określić swoją pozycję na rynku w tej chwili. Ponadto, dzięki analizie sentymentu opartej na aspekcie można porównać sytuację firmy

z konkurencją na różnych szczeblach takich jak: obsługa klienta, jakość produktów, doświadczenie użytkownika. Kolejną zaletą tego rozwiązania jest możliwość śledzenia postępów oraz zmian pomiędzy przedsiębiorstwem a jego konkurencją (Wonderflow, 2018). Najczęstszym źródłem danych do śledzenia konkurencji są platformy mediów społecznościowych lub portale z recenzjami. Rodzajem analizy sentymentu który jest używany w monitoringu konkurencji jest analiza sentymentu oparta o aspekt. Do filtrowania danych też używa się słów kluczowych czyli np. kategorii w której firma chce znaleźć informacje o konkurencji lub nazwy firm z którą organizacja bezpośrednio rywalizuje na rynku albo konkurencyjne produkty na rynku. Dzięki temu można oszacować w których szczegółach produktu konkurencjach mogła osiągnąć przewagę lub które elementy produktu wzbudziły brak satysfakcji wśród klientów.

7. Obserwacja mediów społecznościowych

Codziennie na portalach mediów społecznościowych publikowane jest wiele tysięcy wpisów na różne tematy. Analiza sentymentu pozwala na zautomatyzowane klasyfikowanie tychże wpisów i uzyskanie wglądu w takie obszary jak: zadowolenie społeczeństwa z pełniącego władzę aktualnego rządu, reakcja na ostatnie wydarzenia polityczne, wydarzenia sportowe bądź muzyczne czy też ocena najnowszych produktów. Dodatkowym atutem obserwacji mediów społecznościowych jest fakt, że serwisy takie jak Twitter czy YouTube udostępniają otwarte API, co pozwala na analizę danych w czasie rzeczywistym (Wonderflow, 2018). Analizę sentymentu dla danych pochodzących z mediów społecznościowych można użyć do badania reputacji oraz opinii użytkowników o organizacji w czasie (Gavran, 2022). Systemy oparte o analizę sentymentu dokonują również analizy porównawczej w opinii klientów między organizacją a firmami konkurencyjnymi. Dodatkowo, użytkownicy różnych platform mediów społecznościowych mogą przejawiać różne gusta, dlatego w systemach opartych o analizę sentymentu stosuje się również analizę porównawczą dla wielu platform mediów społecznościowych w celu sprawdzenia na której stronie użytkownicy mają korzystniejsze zdanie bądź na której platformie znajduje się większa ilość krytycznych komentarzy (Gavran, 2022). W analizie sentymentu mediów społecznościowych powszechnie stosowane są słowa kluczowe w celu wyszukania wpisów na określony temat jak dana firma, technologia bądź model produktu. Ponadto, w celu określenia przyczyny określonego wydźwięku emocjonalnego, do systemów analizy sentymentu w mediach społecznościowych używa się analizy sentymentu opartej o aspekt. Jest to rozwiązanie używane szczególnie przy monitorowaniu zdań użytkowników o jakości obsługi klienta bądź ich doświadczenia (Gavran, 2022). W ten sposób organizacja może określić które czynniki w obsłudze należy poprawić, a które elementy stanowią przewagę biznesową nad konkurencją. Inną zaletą monitorowania mediów społecznościowych jest możliwość szybkiego wykrycia kryzysowej sytuacji w czasie (Gavran, 2022). Jeżeli w krótkim czasie doszło do nagłego wzrostu ilości

negatywnych w krótkim czasie – dzięki analizie sentymentu opartej o aspekt i słowa kluczowe organizacja jest w stanie szybko wykryć nagły kryzys wizerunkowy, określić przyczynę tego zdarzenia i podjąć decyzje mające na celu poprawę sytuacji wizerunkowej (Gavran, 2022). Do zagrożeń występujących w analizie sentymentu w mediach społecznościowych należą np. opinie sarkastyczne, które mogą mieć często odwrotne przesłanie emocjonalne w porównaniu do tłumaczenia dosłownego. W źródłach tekstowych znajdujących się na platformach mediów społecznościowych przeważa ilość zdań pisanych nieformalnych. Często wśród tych zdań można znaleźć piktogramy służące do wyrażania emocji czyli tzw. emoji (Pozzi, 2018). Piktogramy te można podzielić na dwie kategorie: te o pozytywnym wydźwięku emocjonalnym oraz te o negatywnym sentymencie. Analiza sentymentu uwzględniająca emoji pozwala na osiągnięcie większej dokładności w ocenie ze względu na dodatkowy czynnik zawierający sentyment (Pozzi, 2018). Jest to w szczególności istotne, ponieważ duży procent wpisów w mediach społecznościowych zawiera te piktogramy. (Pozzi, 2018)

2.3 Zastosowanie biznesowe analizy sentymentu

Wśród komercyjnych zastosowań analizy sentymentu można wyróżnić takie produkty jak:

1. Talkwalker (analiza trendów, reputacji oraz produktu)

Jest to narzędzie wykorzystujące NLP, w tym analizę sentymentu do badania opinii klientów czy ich odczuć. Można w ten sposób określić reputację firmy oraz satysfakcję klientów z produktu. Dzięki temu można wykryć panujące trendy na rynku, zbadać dotychczasową sytuację firmy na rynku oraz porównać pozycję oraz reputację firmy z konkurencją. Inną zaletą tego produktu jest jego wrażliwość na emocjonalny wydźwięk tekstu: model analizy sentymentu jest w stanie na przykład wykryć sarkazm w zdaniu co jest jednym z największych wyzwań przy analizie sentymentu (Opitz, 2017). System ten ponadto jest w stanie dokonać analizy dla ponad 90 języków. Model analizy sentymentu wykorzystujący w tym systemie jest oparty na nowym podejściu (Opitz, 2017). W pierwszej kolejności sieć neuronowa uczy się znaczenia danego zdania. W ten sposób sieć neuronowa symuluje kognitywne funkcje mózgu, w ten sposób model jest w stanie poprawnie klasyfikować bardzo złożone zdania, w tym również te zawierające ironię lub sarkazm. Skuteczność tego modelu jest wprost proporcjonalna to ilości danych tekstowych przetworzonych przez sieć neuronową. W celu osiągnięcia 90% skuteczności model powinien przetworzyć ok. 10 milionów obserwacji w zbiorze treningowym (Opitz, 2017). Dla porównania model analizy sentymentu bazujący tylko na słowach kluczowych jest w stanie osiągnąć skuteczność na poziomie wynoszącym tylko od 50 do 80%, z punktu biznesowego taki model nie jest dobrze dopasowany oraz nie nadaje się do spełnienia celu biznesowego (Opitz, 2017). Skuteczność modelu opartego o sieć neuronową wykorzystuje się do poprawy doświadczenia klienta. System ten będąc

rozszerzonym o oparcie o aspekt jest w stanie wykryć wzrost negatywnych opinii i ich przyczynę. W ten sposób organizacja jest w stanie podjąć odpowiednie kroki w celu rozwiązania kryzysowej sytuacji. Innym zastosowaniem tego rozwiązania jest monitorowanie trendów na rynku oraz opinii o produktach, dzięki czemu dokonać wyróżnienia cech produktów wzbudzających zadowolenie bądź krytykę wśród użytkowników bądź wyróżnienie elementów wzbudzających dużą uwagę w danym przedziale czasowym (Opitz, 2017). Z usług Talkwalker korzystają takie firmy oraz instytucje jak: Goodwill, Spotify, Orange, Dentsu International czy Europejski Bank Inwestycyjny (Opitz, 2017). Strona produktu jest dostępna pod następującym linkiem: www.talkwalker.com

2. Clarabridge

Produkt ten wykorzystuje różne źródła danych takie jak: ankiety, recenzje, wiadomości wysłane pocztą elektroniczną czy wpisy z mediów społecznościowych – aplikacje z których pobierane są dane to m.in. Yelp, Glassdoor, Slack, Twitter, Facebook, WhatsApp czy też TripAdvisor (Clarabridge, 2019). Narzędzie to jest w stanie rozpoznać temat wypowiedzi, wyróżnić kluczowe informacje. System wykorzystuje swoją własną implementację analizy sentymentu wykorzystującą podejście uwzględniające gramatykę oraz leksykalność w tekście. Główną funkcjonalnością tego produktu jest badanie zachowania klientów i predykcja przyszłego zachowania (Clarabridge, 2019). W ten sposób model jest w stanie dokonać poprawnej klasyfikacji źródeł tekstowych w których występują m.in. zaprzeczenia, zdania warunkowe czy sentyment w specyficznym kontekście w zdaniu oraz wyjątki. Przykładem wyjątku w źródle tekstowym jest zdanie zawierające słowo zmieniające wartość sentymentu. Przykładem wyjątku może być: „Te spodnie są zbyt pomarańczowe”. Słowo „pomarańczowe” jest neutralne w skali sentymentu, aczkolwiek, słowo to w połączeniu z wyrazem „zbyt” staje się wyrażeniem negatywnym (Clarabridge, 2019). Dlatego też można wyróżnić regułę określającą zależność, że słowa takie jak „zbyt” czy „za” (ang. „too”) w połączeniu ze słowem neutralnym tworzą w rezultacie wyrażenie negatywne. Aplikacja Clarabridge wykorzystuje w analizie sentymentu ponad 500 wyjątków dla procesowania danych napisanych w języku angielskim w celu poprawnej analizy danych tekstowych (Clarabridge, 2019). Ponadto, produkt ten wykorzystuje szczegółową analizę sentymentu – model korzysta ze skali o wartościach od -5 do 5. Pozwala to na rozróżnienie stopnia wydziwisku emocjonalnego np. zdanie „Ten posiłek był dobry” uzyska ocenę 1, zaś wypowiedź „To było najlepsze danie jakie jadłem w życiu” osiągnie ocenę 5. Dzięki temu zmienna wynikowa nie jest uproszczona do postaci binarnej co pozwala na uzyskanie większej wiedzy o danej opinii. Do użytkowników tej platformy należą takie korporacje jak: BMW, Under Armour, Accenture, Deloitte czy też Ernst & Young. Strona produktu znajduje się pod linkiem: www.qualtrics.com/clarabridge

3. MeaningCloud

Narzędzie to pozwala na integrację nowych danych z obszerną bazą wiedzy i dokonanie analizy sentymentu. Ponadto, można użyć go do analizy:

- Dokumentów, wraz z integracją z systemami CMS (ang. „Content Management System” – System Zarządzania Treścią) oraz RPA (ang. “Robotic Process Automation” – Zrobotyzowana Automatyzacja Procesów)
- Analizy VoC (ang. „Voice of the Customer”) – czyli analizowanie informacji zwrotnej od klienta
- Analiza pracowników – wykrycie mocnych i słabych stron pracowników w organizacji w celu poprawy ich satysfakcji oraz osiągnięcia lepszej produktywności
- Analiza mediów społecznościowych
- Serwisy kontaktowe w celu lepszej klasyfikacji incydentów i poprawy satysfakcji klienta

Produkt ten oferuje również możliwość integracji z takimi aplikacjami jak Microsoft Excel czy też ze stronami internetowymi w postaci wtyczek. Kolejną zaletą tej platformy jest opcja analizy sentymentu dla ponad 50 języków, w tym również języka polskiego. Oprócz tego, MeaningCloud udostępnia również API co pozwala na wykorzystanie go w aplikacjach organizacji i brak potrzeby wdrażania go w system wewnętrzny firmy. Do klientów tego rozwiązania należą takie firmy i organizacje jak: Pfizer, ING, World Bank Group, Vocento oraz Unidad Editorial. Strona tego produktu znajdują się pod następującym linkiem: www.meaningcloud.com

4. Aylien

Portal ten w odróżnieniu do poprzednio wymienionych komercyjnych produktów nie dokonuje analizy sentymentu danych tekstowych związanych z klientami bądź potencjalnymi konsumentami produktów. Głównym zastosowaniem tego produktu jest analiza danych informacyjnych z różnych portali oraz monitorowanie najnowszych danych finansowych (Aylien, 2022). W rezultacie, firmy korzystają z tego rozwiązania w celu szacowania ryzyka oraz wykrycia potencjalnych inwestycji na rynku. W produkcie wykorzystywana jest tzw. analiza sentymentu oparta o podmiot (ang. „Entity-level sentiment analysis”) (Aylien, 2022). Ten rodzaj analizy sentymentu jest wykorzystywany do określenia wydźwięku emocjonalnego dla każdego unikatowego podmiotu występującego w tekście, również wtedy gdy wartości sentymentu dla tych podmiotów mogą się znacząco różnić między sobą. Przykładem może być następujący fragment tekstu: „Książka A jest przyzwoita w porównaniu do książki B, która była beznadziejna (Aylien, 2022). Nie jest ona jednak aż tak dobra jak książka C”. Podstawowa, prosta analiza sentymentu oceni ten fragment najprawdopodobniej jako opinię negatywną podczas gdy widoczne są różne odczucia emocjonalne autora w stosunku do każdego wymienionego podmiotu w tym tekście.

Analiza sentymentu oparta o podmiot dokona dla tego fragmentu tekstu predykcji w postaci tabeli składającej się z:

- nazwy podmiotu
- wartości sentymentu oszacowanej przez model w postaci prawdopodobieństwa bycia przypisanym do danej klasy
- rodzaj podmiotu
- ilość wspomnień (Aylien, 2022)

Podmiot	Wartość sentymentu	Rodzaj podmiotu	Ilość wspomnień
A	0,57 (pozytywna)	Tytuł książki	1
B	0,78 (negatywna)	Tytuł książki	1
C	0,55 (pozytywna)	Tytuł książki	1

Drugim przykładem może być z kolei następujący fragment: „Książka A jest świetna, ale książka B jest jeszcze lepsza. Szkoda, że książka C nie jest nawet w połowie tak dobra jak one”. Analiza sentymentu oparta o podmiot może wówczas dokonać predykcji w postaci:

Podmiot	Wartość sentymentu	Rodzaj podmiotu	Ilość wspomnień
A	0,65 (pozytywna)	Tytuł książki	1
B	0,78 (pozytywna)	Tytuł książki	1
C	0,63 (negatywna)	Tytuł książki	1

Analiza sentymentu oparta o podmiot jest skuteczna szczególnie w przypadkach gdy firma bądź organizacja planuje w swoim systemie monitorować informacje z kraju i ze świata oraz śledzić poszczególne podmioty jak: konkretne osoby, firmy, państwa lub miasta w celu monitoringu inwestycji, sytuacji na rynku bądź sytuacji politycznej dla określonego podmiotu (Aylien, 2022).

Aylien udostępnia swoje usługi również w postaci REST API co pozwala na integrację z systemami organizacji. Do klientów tej platformy zalicza się takie grupy i firmy jak: IHS Markit, Wells Fargo oraz AON (Aylien, 2022). Strona tego produktu jest dostępna pod linkiem: www.aylien.com

5. Mention

Do rozwiązań tego systemu należy monitorowania sytuacji, w których zostanie wspomniana nazwa organizacji (ang. „mention” – wzmianka) w mediach społecznościowych, portalach informacyjnych czy też wyszukiwarkach internetowych (Mention, 2021). Głównym zastosowaniem analizy sentymentu w tej platformie jest monitoring reputacji organizacji na rynku oraz porównanie jej z firmami konkurencyjnymi. Model analizy sentymentu używany przez

Mention oprócz klasyfikowania opinii pozytywnych bądź negatywnych może również określić niektóre pozytywne bądź negatywne opinie jako neutralne. W ten sposób redukowany jest niepotrzebny szum w analizie. Dodatkowo, model ten oparty jest o sieć neuronową potrafiącą dokonywać predykcji dla 16 różnych języków (Mention, 2021). Dzięki temu klienci korzystający z tego systemu mogą w krótkim czasie wykryć cenne informacje w mediach społecznościowych na temat ich firmy oraz dowiedzieć się czy nagły wzrost zainteresowania firmą jest efektem pozytywnego bądź negatywnego zjawiska (Mention, 2021). Ponadto, firmy korzystające z tego rozwiązania mogą w ten sposób znaleźć osoby, które mogą promować markę, a ich rekomendację użyć do budowania wizerunku firmy. Inną zaletą tego systemu opartego o analizę sentymentu jest możliwość szybkiej reakcji na sytuacje kryzysowe dzięki analizie w czasie rzeczywistym. Analiza sentymentu w tym systemie umożliwia również monitorowanie działań firm konkurencyjnych (Mention, 2021). Przypadkami użycia monitoringu konkurencji są m.in. obserwacja niezadowolonych klientów firmach będących rywalami na rynku oraz przyczyna braku ich satysfakcji (analiza sentymentu oparta o aspekt) (Mention, 2021). Z drugiej strony, w przypadku udanych inwestycji, kampanii reklamowych bądź udanego wprowadzenia produktu na rynek analiza sentymentu pozwala na wykrycie w mediach społecznościowych pomysłów, które przyniosły konkurencyjnej firmie. Organizacjami oraz korporacjami, które korzystają z usług Mention są: Benq, Deliveroo, Microsoft czy też Prisma Media (Mention, 2021). Strona główna Mention jest dana pod adresem: www.mention.com

Analiza sentymentu jest komercyjnie najczęściej wykorzystywana jako narzędzie do monitorowania reputacji organizacji, zadowolenia klientów z usług oraz produktów czy też do badania satysfakcji wśród zatrudnionych w firmie. Główną przyczyną dlaczego analiza sentymentu jest tak wartościowa jest wzrost popularności mediów społecznościowych oraz pojawienie się portali z recenzjami, które stanowią źródło obszernej i cennej wiedzy, która nie była w takim stopniu dostępna 20 czy 30 lat temu. Analizę sentymentu w praktyce można implementować na wiele sposobów. W praktyce używa się zarówno analizy sentymentu szczegółowej by lepiej i precyzyjniej zbadać odczucia użytkowników. Z kolei do określenia przyczyny wyniku sentymentu powszechnie używana jest analiza sentymentu oparta o aspekt. Inną implementacją analizy sentymentu, w której użytkownik może zbadać opinie autora tekstu na różne podmioty takie jak filmy, książka, osoby jest analiza sentymentu oparta o podmiot. Precyzja analizy sentymentu w systemach jest też wysoka dzięki zastosowaniu takich struktur matematycznych jak sieci neuronowe, które poprzez przetwarzanie duże ilości danych, są dopasowywane do rozwiązania konkretnego problemu biznesowego na poziomie 90%.

2.4 Analiza sentymentu w produkcji leków

Zastosowanie analizy sentymentu w celu zbadania leków przynosi wiele korzyści. Jedną z zalet tego rozwiązania jest fakt, iż w przypadku wprowadzenia nowego produktu na rynek z modelu mogą skorzystać pacjenci, którzy dzięki temu mogą podjąć decyzję jaki lek zakupić. Z kolei producenci leków oraz klinicyści są w stanie określić cenną informację nt. opinii pacjentów oraz dowiedzieć się, czy są jakiekolwiek zdarzenia niepożądane (Na i Kyaing, 2015). Analiza sentymentu pozwala na podsumowanie komentarzy oraz wyróżnienie cech produktu, które mogą być przyczyną satysfakcji bądź niezadowolenia wśród pacjentów. Do badania komentarzy dotyczących leków powszechnie używaną implementacją analizy sentymentu jest analiza sentymentu oparta o aspekt (Na i Kyaing, 2015). Analiza oparta o aspekt pozwala na wyróżnienie takich istotnych szczegółów w opinii o leku jak:

- Ogólna opinia (określenie zadowolenia autora tekstu)
- Efektywność (czy środek przyniósł poprawę stanu samopoczucia)
- Skutki uboczne (czy wystąpiły efekty niepożądane)
- Dolegliwość
- Koszt leku
- Dawka

W celu uzyskania lepszego dopasowania modelu, w analizie sentymentu używanej do badania produktów farmaceutycznych używa się również rozbicia zdania na mniejsze części. Przykładem może być następujące zdanie: „Zażyłem ten lek i zadziałał on bardzo dobrze”, które zostanie podzielone na dwie części. Pierwszym zdaniem będzie: „Zażyłem ten lek”, a drugim członem będzie zaś: „i zadziałał on bardzo dobrze”. Wśród takich fragmentów wyróżnia się dwie grupy: zdania podrzędne i zdania niezależne. Zdanie niezależne (inaczej nazywane zdaniem głównym) jest to takie zdanie zawierające podmiot i orzeczenie, dlatego też zachowuje ono samo w sobie logiczne znaczenie. Wiele zdań niezależnych może zostać połączonych za pomocą średnika lub przecinka z dodatkiem spójnika (są to takie słowa jak „gdyż”, „ale”, „więc”, „albo”, „i” itp.). Zdania podrzędne są to takie zdania, które wzbogacają zdania główne o dodatkową informację lecz nie mogą występować same jako pojedyncze zdanie. Zdania podrzędne zaczynają się od takich spójników jak: „pomimo”, „jeżeli”, „jakby”, „po” itp. Do rozbicia zdań na człony używa się takich struktur jak drzewa (konkretnie drzewa wyprowadzenia) (Na i Kyaing, 2015). Ważnym czynnikiem w poprawnej analizie sentymentu w badaniu leków jest korzystanie z obszernego leksykonu sentymentu. W odróżnieniu do analizy innych produktów słowa bądź związki niektórych wyrazów mogą mieć bardzo spolaryzowany wynik sentymentu. Do przypadków, które w analizie sentymentu mogą mieć duże znaczenie może należeć np. słowo „działać”. Wówczas, takie słowo powinno mieć wysoki scoring sentymentu ze względu na to, że wskazuje, że dany lek

działa. Natomiast takie związki wyrazów jak : „wysoki poziom cukru”, „wzrost ciśnienia” czy też „utrata włosów” wskazują na negatywną opinię i algorytm analizy sentymentu powinien być w stanie to określić (Na i Kyaing, 2015). W analizie sentymentu służącej do badania leków używane są również specjalne reguły umożliwiające uzyskanie lepszego dopasowania modelu.

1. Intensyfikacja, łagodzenia, minimalizacja, maksymalizacja

W podstawowych implementacjach analizy sentymentu nie uwzględniana jest reguła intensyfikacji, łagodzenia, minimalizacji czy maksymalizacji. Intensyfikacja jest to przypadek, w którym zostanie użyty przysłówek wzmacniający wydźwięk emocjonalny w tekście. Przykładem intensyfikacji może być użycie takich słów jak: „bardzo”, „ogromnie”, „zdecydowanie”. Wówczas para wyrazów: „zdecydowanie lepszy” uzyska znacząco wyższy wynik sentymentu niż w przypadku gdy we fragmencie tekstu znajdzie się tylko słowo „lepszy” (Na i Kyaing, 2015). Odwrotnym procesem do intensyfikacji jest działanie łagodzące. Do słów łagodzących będą należeć takie przysłówki jak np. „trochę”, „nieco” itp. Wtedy para wyrazów „trochę lepszy” będzie mieć o połowę mniejszy wynik sentymentu niż w przypadku, gdy we fragmencie znajdzie się tylko słowo „lepszy”. Proces maksymalizacji jest natomiast działaniem wpływającym na polaryzację słowa, zaś minimalizacja powoduje zbliżenie wyniku sentymentu do zera (Na i Kyaing, 2015). Do słów maksymalizujących będą należeć takie wyrazy jak: „kompletnie”, „totalnie”, „całkowicie”. Słowa minimalizującymi będą zaś: „nikła”, „minimalna”, „pomijalnie” itp.

2. Wartościowanie pozytywne i negatywne

Zasada wartościowania pozytywnego i negatywnego dotyczy słów, które określają z góry czy wartość sentymentu jest pozytywna bądź negatywna. Do słów wartościujących negatywnie należą czasowniki takie jak: „nienawidzić” bądź „cierpieć”. Pozytywnie wartościującymi słowami będą takie czasowniki jak: „pomóc”, „poprawić” czy „polepszyć”. W przypadku zdań o neutralnym wydźwięku emocjonalnym słowa wartościujące pozytywnie zmieniają wartość sentymentu zdania zmieniają wartość sentymentu z 0 na 0,5 - zaś negatywnie wartościujące na -0,5 (Na i Kyaing, 2015).

3. Redukcja zaburzenia

Jest to zasada stosowana w przypadkach gdy występują następujące związki:

- Czasownik o znaczeniu ograniczającym wraz z zaburzeniem bądź chorobą (w standardowej implementacji analizy sentymentu zdanie: „Ten lek ograniczył ból” może zostać błędnie zaklasyfikowane jako zdanie o sentymencie negatywnym) (Na i Kyaing, 2015)
- Choroba wraz z czasownikiem o znaczeniu ograniczającym (Przykład: „Ból głowy ustąpił”) (Na i Kyaing, 2015)

4. Połączenie przyimka z dolegliwością

Zasada ta określa zależność pomiędzy przyimkami a słowami oznaczającymi chorobę bądź dolegliwość. Przykładowo, bez zastosowania tej reguły wyrażenie: „dobry lek na gorączkę” może zostać błędnie sklasyfikowany jako opinia negatywna (wartość bezwzględna wyniku sentymentu słowa „dobry” jest niższa od bezwzględnej wartości sentymentu słowa „gorączka”) (Na i Kyaing, 2015). Natomiast przy użyciu tej zasady wyrażenie to uzyska sklasyfikowane jako opinia pozytywna. Inne przykłady klasyfikacji przy użyciu tej reguły:

- „nieefektywny lek na ból” (opinia negatywna)
- „pomógł przy katarze” (opinia pozytywna)
- „umierać z bólu” (opinia negatywna)

5. Łączniki zaprzeczające

Reguła ta polega na zignorowaniu podrzędnych zdań zawierających zaprzeczające łączniki takie jak „pomimo”, „mimo że”, „przeciwnie”. Wówczas algorytm skupia się tylko na analizie sentymentu zdania głównego (Na i Kyaing, 2015). Na przykład, w zdaniu: „Pomimo, że lek zadziałał dobrze, doznałem bóli głowy”. W tym przypadku podrzędne: „Pomimo, że lek zadziałał dobrze” zostanie zignorowane i nie będzie brane pod uwagę w klasyfikacji całości zdania (Na i Kyaing, 2015).

6. Czasowniki frazowe (ang. „phrasal verbs”)

W języku angielskim czasowniki frazowe powstają poprzez połączenie czasownika z przyimkiem. Połączenie to powoduje, że czasownik frazowy ma nowe znaczenie, często zupełnie inne niż pojedyncze człony z których powstał (Na i Kyaing, 2015). W implementacji analizy sentymentu, która nie uwzględnia tej zasady wyrażenie „back off” może zostać sklasyfikowane błędnie jako związek o negatywnym wydźwięku emocjonalnym, ponieważ słowa „back” i „off” będą analizowane osobno oraz dosłownie (Na i Kyaing, 2015). Z kolei przy zastosowaniu tej reguły wyrażenie to zostanie ocenione jako pozytywne (ang. „back off” – pol. „cofnąć się”, „wycofać się”, „odsunąć się”) (Na i Kyaing, 2015).

7. Pytania

Jeżeli fragment tekstu kończy się znakiem zapytania, wówczas neutralizowany jest jego wydźwięk sentymentu, a jego scoring wynosi wówczas 0 (Na i Kyaing, 2015).

Analizę sentymentu w produkcji leków oprócz zastosowania wymienionych reguł opiera się również o algorytmy takie jak: maszyna wektorów nośnych, klasteryzacja tekstu oraz deep learning. Oprócz znajomości tych narzędzi istotna jest znajomość dziedziny biznesu – w tym przypadku farmacji oraz medycyny. Znajomość pojęć związanych z lekami, różnych nazw objawów oraz schorzeń jest bardzo istotna w kontekście stworzenia odpowiednio dopasowanego modelu analizy sentymentu. Oprócz tego, dobrze dopasowany model ma dużą wartość biznesową zarówno dla pacjentów, którzy mogą korzystać z systemu opartego o to rozwiązanie w celu znalezienie najlepszego leku na daną chorobę, jak i dla producentów leku, którzy w krótkim czasie mogą być w stanie zidentyfikować braki w produkcji, skutki uboczne i zareagować na te czynniki.

3. Zastosowanie NLP w badaniu ocen leków

3.1 Opis zbioru danych i przedstawienie schematu działania systemu

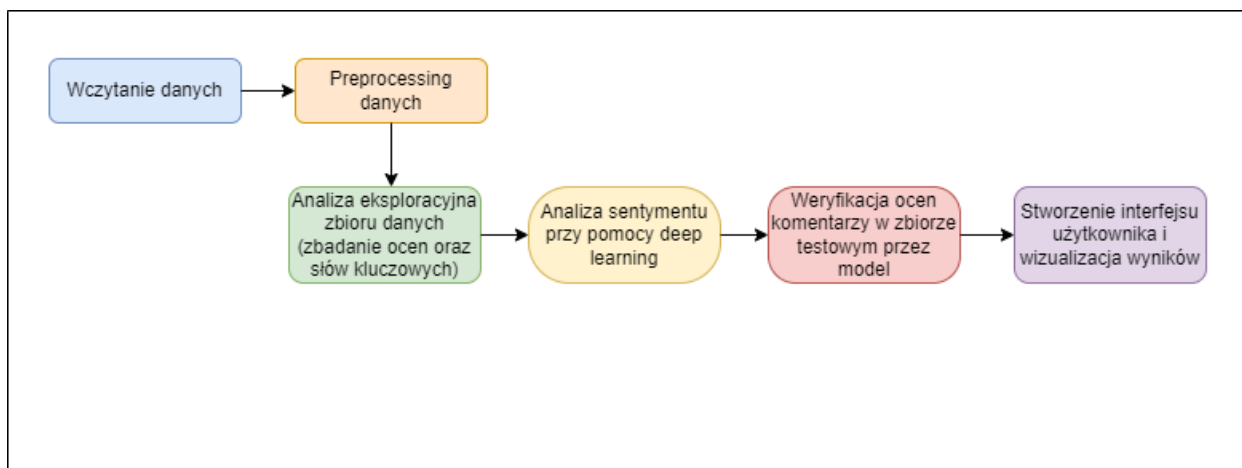
Zbiór danych dotyczy komentarzy pacjentów na użyty przez nich w określonej dolegliwości. Komentarze były zbierane z różnych stron poświęconych recenzjom leków poprzez współpracę uniwersytetu Kansas State i Uniwersytetu Technicznego w Dreźnie. Wszystkie komentarze zostały napisane w języku angielskim, lecz nie podano informacji o krajach z których pacjenci pochodzili. Zbiór danych liczy łącznie ponad 215 tysięcy obserwacji. Oceniono w nim 3436 leków na 885 różnych dolegliwości. Dane pochodzą z lat 2008-2017 i składają się z poszczególnych zmiennych:

- drugName: nazwa leku
- condition: dolegliwość lub choroba
- review: treść komentarza
- rating: ocena, którą wystawił pacjent w skali 1-10
- date: data opublikowania komentarza
- usefulCount: ilość użytkowników, którzy uznali dany komentarz za przydatny

Zbiór danych jest dostępny pod linkiem

<https://archive.ics.uci.edu/ml/datasets/Drug+Review+Dataset+%28Drugs.com%29>

(Kallumadi i Gräßer, 2018)



Wykres 6: Diagram przedstawiający przepływ procesów w systemie

Źródło: Opracowanie własne

Na wykresie 6 przedstawiono diagram schemat procesów w systemie. W pierwszej kolejności dokonywane jest wgranie zbioru wejściowego, następnie przeprowadzany jest preprocessing, w celu doprowadzenia danych do stanu w którym komputer jest w stanie je

analizować. W kolejnych krokach dokonywana jest analiza eksploracyjna zbioru danych, badany jest m.in. rozkład ocen, słowa o najwyższej kontrybucji czy też leki wysoko oceniane przez pacjentów. Później została zrealizowana analiza sentymentu przy użyciu sieci neuronowej w celu klasyfikacji komentarzy pozytywnych i negatywnych. Po skonstruowaniu modelu i poddaniu go procesowi treningu oraz testowania, zostanie on użyty do weryfikacji komentarzy nie zawierających się w zbiorze treningowym. Wyniki tych poszczególnych procesów zostaną zwizualizowane przy pomocy bibliotek takich jak shiny, shinydashboard, ggplot2 oraz plotly.

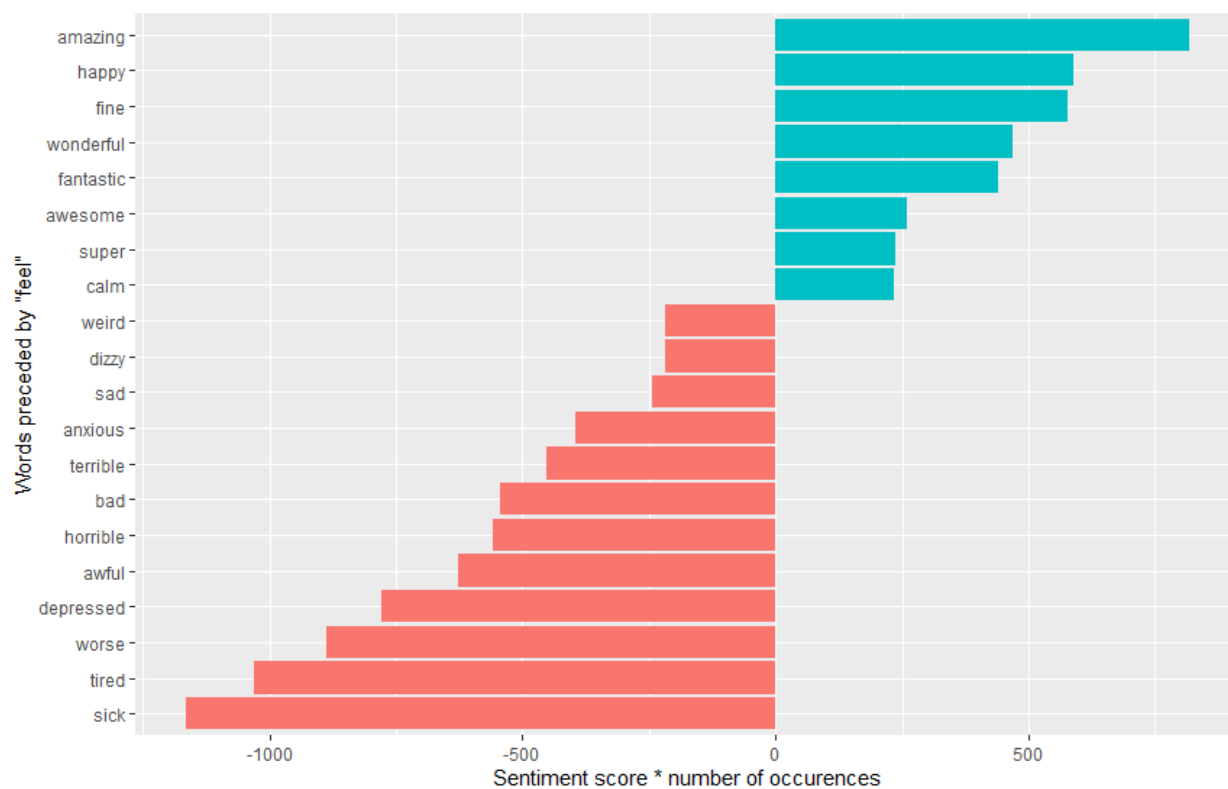
3.2 Wyszukanie związków o najwyższej kontrybucji i podział na n-gramy

Do wyszukania słów kluczowych oraz wykrycia tych wyrażeń o najwyższym współczynniku kontrybucji użyto biblioteki tidytext. W pierwszym kroku usunięto ze zbioru komentarzy wyrazy znajdujące się w stop liście. Są to słowa budujące logikę zdania takie jak np. spójniki („ponieważ”, „oraz”, „bo”) czy też słowa popularne („mp3”, „pc”). Słowa te nie wpływają na identyfikację tekstu oraz nie posiadają emocjonalnego wydźwięku, dlatego też usuwa się je w celu zredukowania wielkości zbiorów i oszczędności pamięci operacyjnej. Następnie przy pomocy biblioteki tidytext pobrany został leksykon AFINN (dtu.dk, 2011), który jest słownikiem w którym każde słowo ma przypisaną wartość sentymentu. W tym leksykonie słowa o negatywnym wydźwięku przyjmują ujemne wartości, zaś te o pozytywnym zwracają wartości dodatnie (np. wyrazy „amazing” czy „breathhtaking” zwracają 5, natomiast wulgaryzmy przyjmują wartość -5) (Silge i Robinson, 2017). W dalszej kolejności obliczane są licznosci n-gramów czyli występujących obok siebie n słów. Dla tego przypadku za n przyjęto 2 gdyż można w ten sposób ukazać związek między bezpośrednio sąsiadującymi ze sobą słowami oraz obliczyć ich kontrybucję na podstawie częstości ich występowania oraz wartości sentymentu. Po obliczeniu wystąpienia słów obliczona została kontrybucja każdego słowa wzorem (Silge i Robinson, 2017):

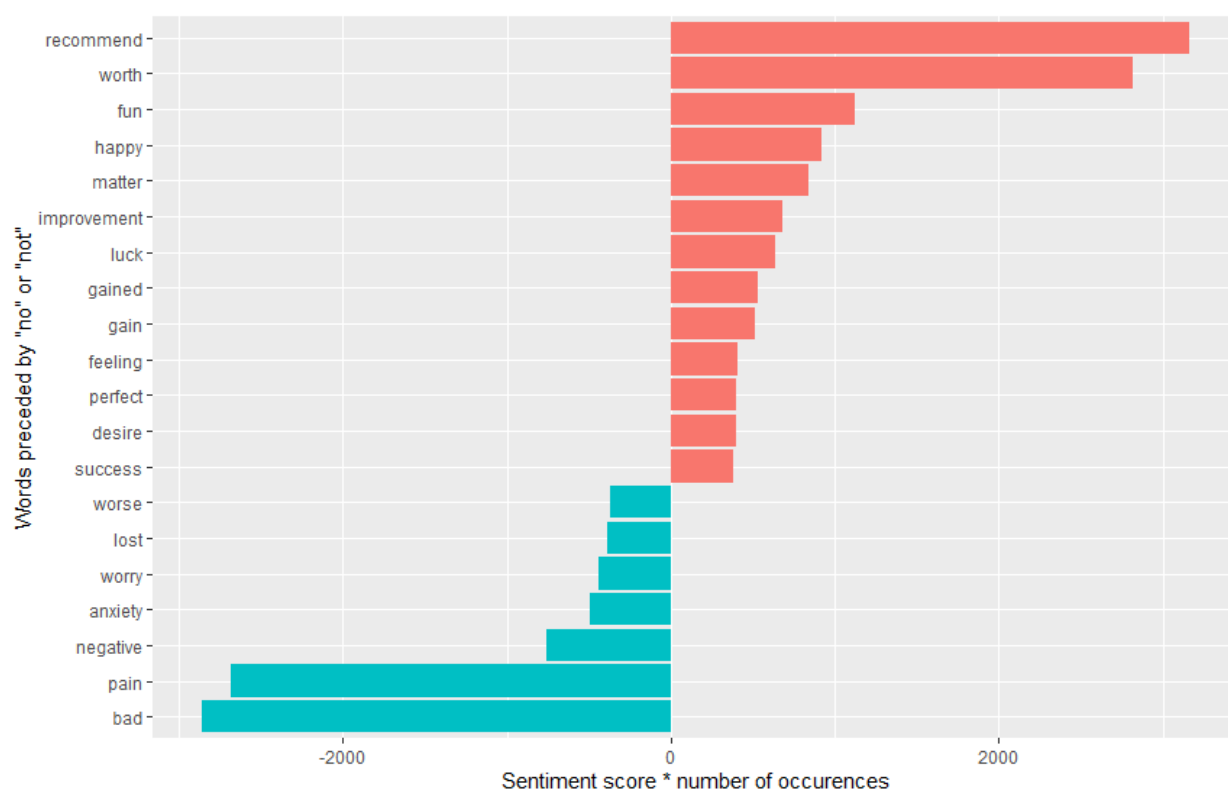
$$\text{Kontrybucja} = \text{Wartość sentymentu słowa} * \text{ilość wystąpień}$$

Gdzie wartość sentymentu słowa oznacza wartość sentymentu dla danego słowa w leksykonie AFINN, a ilość wystąpień dotyczy ilości wystąpień w dokumencie (dla tego przypadku wzięto pod uwagę cały zbiór komentarzy).

Kontrybucja pozwala na obliczenie jak bardzo dany term (czyli słowo) lub n-gram wpływa na wydźwięk tekstu (czy jest to zdanie nacechowane pozytywnie – przy wypadkowej kontrybucji o wartości większej niż 0 lub negatywnie w przypadku gdy łączna kontrybucja danego zdania bądź tekstu jest ujemna). W następnym kroku zbadano odczucia pacjentów wynikające z komentarzy.



Wykres 7: Słowa które najczęściej były poprzedzone słowem „feel” w różnej odmianie
Źródło: Opracowanie własne



Wykres 8: Słowa które najczęściej były poprzedzone słowem "no" lub "not" o najwyższej kontrybucji
Źródło: Opracowanie własne

$$tf - idf_{i,j} = tf_{i,j} \times idf_i$$

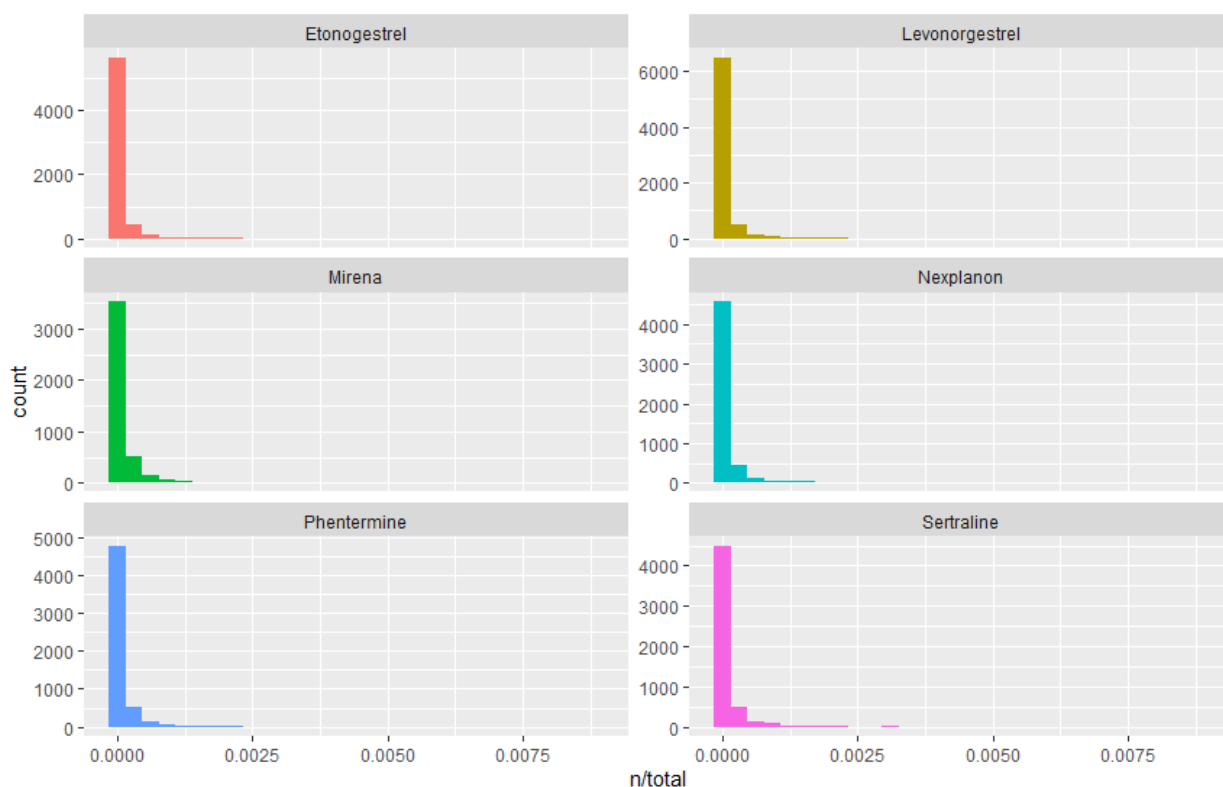
Gdzie:

$$tf_{i,j} = \frac{n_{i,j}}{\sum_k n_{k,j}}$$

$$idf_i = \log \frac{|D|}{|\{d: t_i \in d\}|}$$

$|D|$ - oznacza liczbę dokumentów w korpusie, a $|\{d: t_i \in d\}|$ oznacza liczbę dokumentów zawierających przynajmniej jedno wystąpienie i-tego termu (Silge i Robinson, 2017).

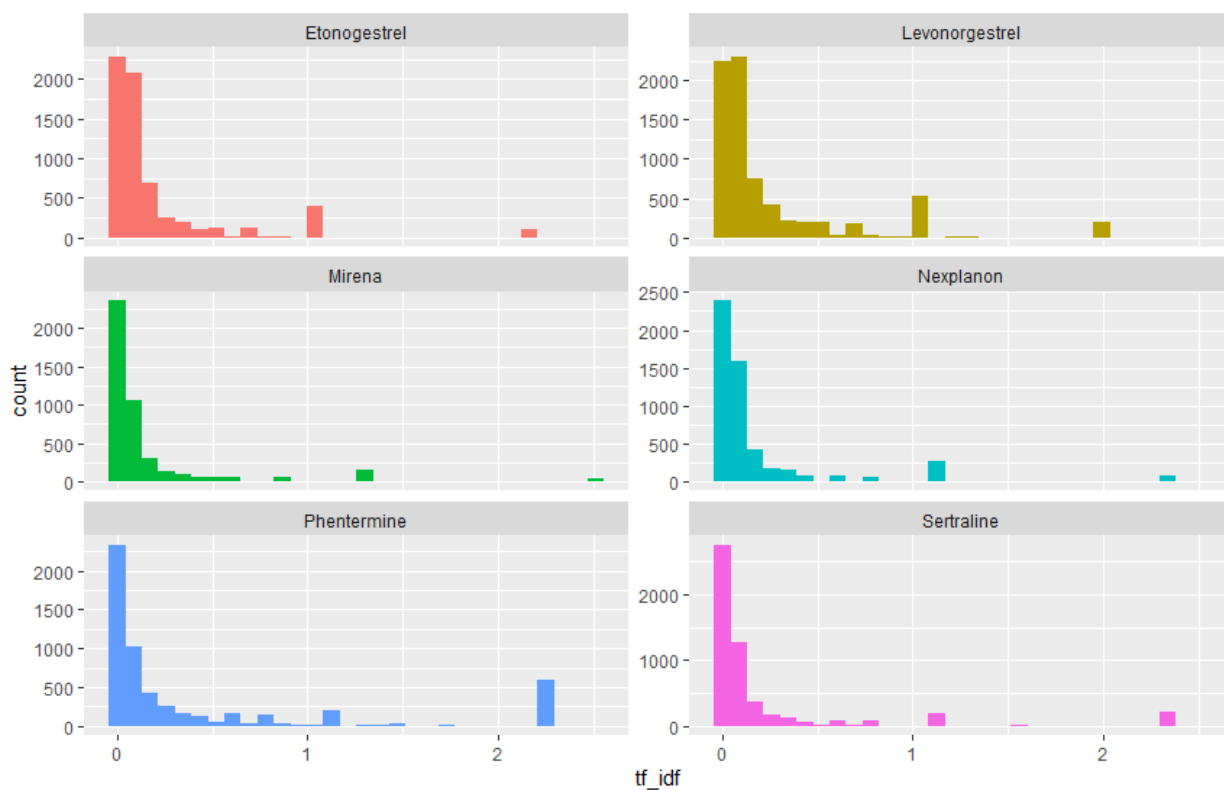
Współczynnik tf-idf jest istotny gdyż informuje czy zbiór danych tekstowych zawiera istotne informacje i można na nim robić analizę NLP w celu osiągnięcia określonego celu biznesowego. Analiza ta została przeprowadzona dla całego ogółu zbioru komentarzy.



Wykres 10 Histogram współczynnika częstotliwości występowania słów(tf) w komentarzach dla 6 najczęściej komentowanych leków

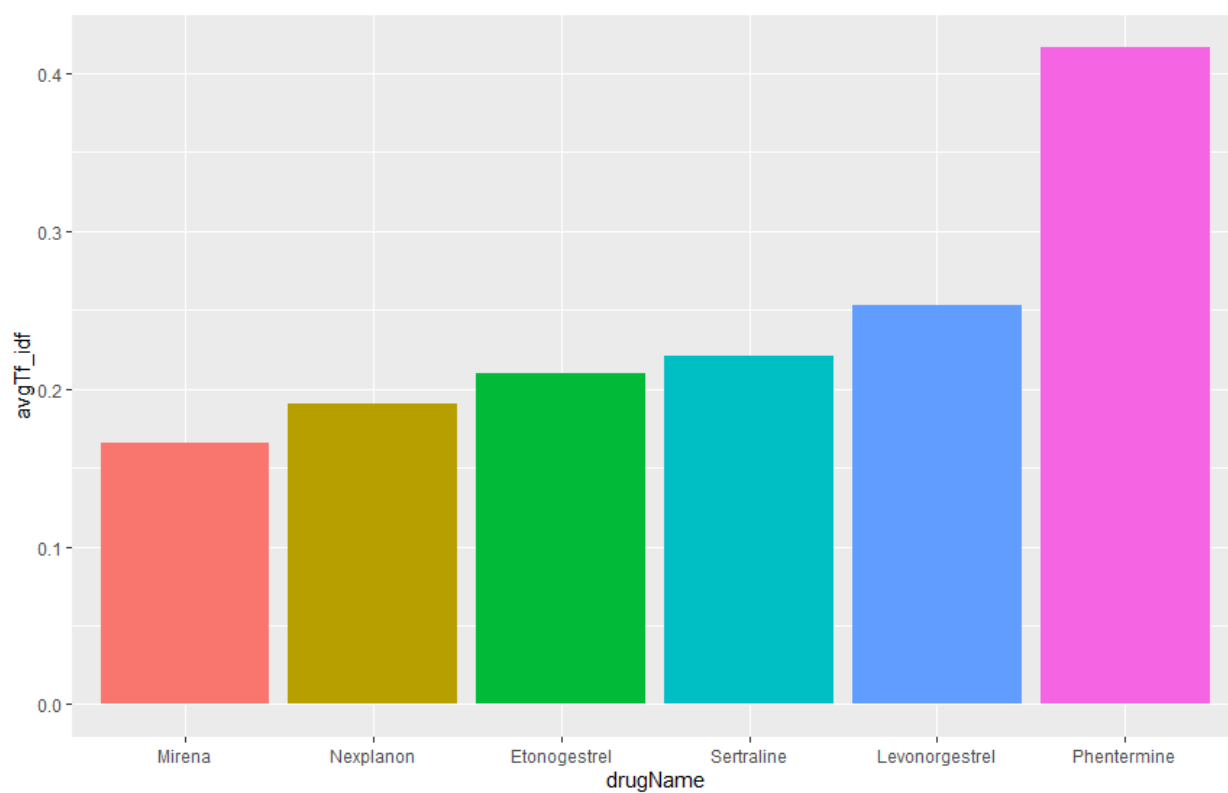
Źródło: Opracowanie własne

Wykres 10 pokazuje, że dla każdego z 6 najbardziej ocenianych leków tj. Etonogestrel, Levonorgestrel, Nexplanon i Mirena (środki antykoncepcyjne), Phentermine (lek wspomagający odchudzanie) i Sertraline (środek antydepresyjny), zdecydowanie najwięcej jest słów mało powtarzających się. Oznacza to, że wśród komentarzy dla tego leku nie brakuje słów istotnych dla znaczenia całego zdania zgodnie z prawem Zipfa (Silge i Robinson, 2017).



Wykres 11: Histogram tf_idf termów dla 6 najczęściej ocenianych leków

Źródło: Opracowanie własne



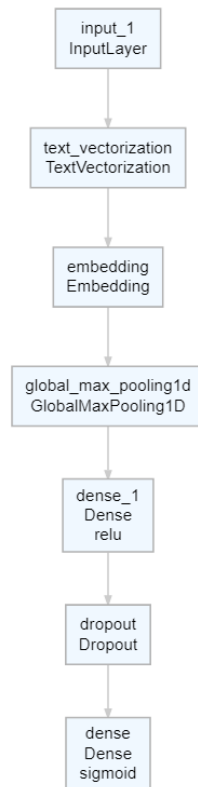
Wykres 12: Średni tf_idf dla 6 najczęściej ocenianych leków

Źródło: Opracowanie własne

Na histogramie tf-idf termów w komentarzach dla 6 najczęściej ocenianych leków dominują słowa o małej wadze (ponad 4000 termów przeciętnie dla zbadanego leku o tf-idf bliskim 0). To nie oznacza jednak, że zbiory tych komentarzy są nie znaczące. Na wykresie 5 widać, że dla każdego ze zbadanych leków jest grupa słów o współczynniku tf-idf powyżej 1 czy nawet 2. Oznacza, że w zbiorze są słowa o dużej wadze, które pozwalają na zbadanie kontekstu wypowiedzi co jest kluczowe w możliwości stworzenia użytecznego modelu. Ma to odzwierciedlenie również w wykresie średnich współczynnika tf-idf (wykres 12), przy żadnym leku średnia tf_idf nie wynosi poniżej 0,1.

3.3 Analiza sentymentu przy wykorzystaniu sieci neuronowej

Po dokonaniu analizy eksploracyjnej, zbadaniu ocen w zbiorze treningowym, zbadaniu słów o dużej kontrybucji i zbadaniu tf_idf można dojść do wniosku, że w zbiorze komentarzy znajdują się wyrazy o wysokiej wadze istotności (czyli takie o wysokim tf-idf) jak i bigramy (czyli n-gramy składające się z 2 słów) o dużej kontrybucji. Analizę wykonano na zbiorze składającym się ze z 161 297 obserwacji oraz 7 zmiennych. Na tej podstawie można dojść do wniosku, że ten zbiór komentarzy nadaje się do skonstruowania modelu sieci neuronowej w celu zaklasyfikowania czy dany komentarz był opinią pozytywną bądź negatywną. Najpierw dokonano konwersji zmiennej oceny na zmienną binarną. Za ocenę negatywną przyjęto oceny od 0 do 6, zaś za pozytywne oceny od 7 do 10. W następnej kolejności zbudowano model sieci neuronowej. Jej architekturę przedstawiono na wykresie 13.



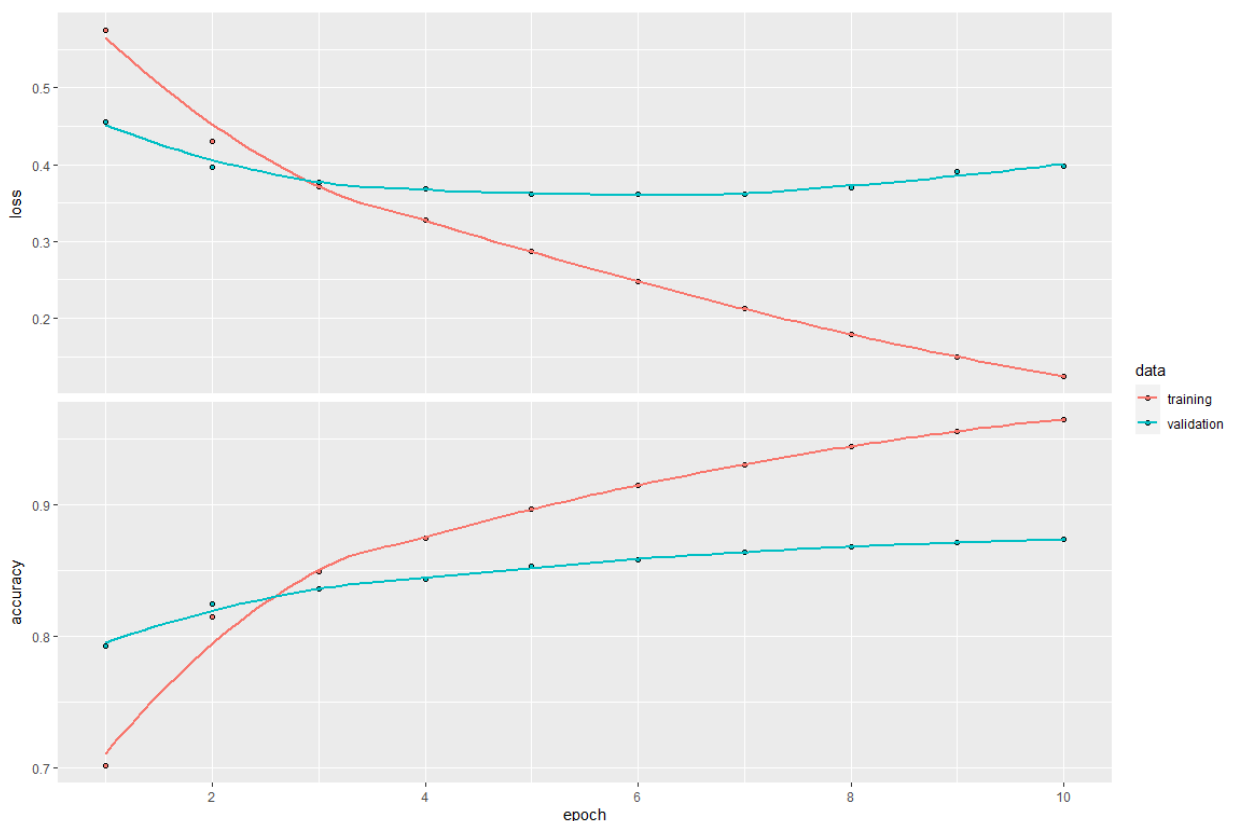
Wykres 13: Architektura modelu sieci neuronowej

Źródło: Opracowanie własne

W pierwszej kolejności stworzona jest warstwa wejściowa jednowymiarowa, następnie tworzona jest warstwa odpowiadająca za wektoryzację tekstu (Chollet, 2018). Tekst jest wówczas konwertowany na wektor bitów, gdzie jeżeli dane słowo wystąpi w danym tekście wejściowym, to wówczas wartość w indeksie tego słowa będzie wynosiła 1 i analogicznie 0, gdy tego słowa nie będzie. Znacznie ułatwia to wówczas przetwarzanie tekstów przez komputer. Drugą warstwą jest embedding, warstwa ta przyjmuje na wejściu słowa w zwektoryzowanej wersji. Warstwa ta może być użyta do klasteryzacji tekstu, lub jako część modelu uczenia głębokiego (Brownlee, 2017). W tym przypadku zostanie użyta jako część modelu, która podobnie jak cały model, poddana będzie procesowi treningu. W kolejnej warstwie wbudowana po której jest warstwa jednowymiarowego max pooling (pooling jest jednowymiarowy gdyż na wejściu znajdują się przekształcone w wektory słowa). Max pooling umożliwia skupienie się na wyróżniających wartościach w macierzach (bądź wektorach) w przeciwieństwie do pooling uśredniającego (Du i Shanker). W kolejnych fazach używana jest warstwa gęsta składająca się z 16 neuronów, w każdym z nich znajduje się funkcja aktywacji ReLU po której dokonywany jest dropout na poziomie 0.5. Wartość tego parametru służy do ustawiania prawdopodobieństwa z którym wartość na wyjściu neuronu zostanie odrzucona. W warstwach wejściowych rekomendowane jest ustawianie współczynnika odrzucenia na poziomie bliższym 1 jak np. 0.8 – z kolei w głębszych warstwach najczęściej używaną wartością tego parametru jest 0.5 (Brownlee, A Gentle Introduction to Dropout for

Regularizing Deep Neural Networks, 2018). Ostatnim elementem modelu jest warstwa wyjściowa gęsta w której funkcją aktywacji jest funkcja sigmoidalną zwracająca prawdopodobieństwo, że komentarz jest pozytywny (Chollet, 2018).

Po zbudowaniu sieci poddano ją uczeniu na zbiorze treningowym. Dla znaczącego przyspieszenia procesu uczenia skorzystano z wsparcia GPU w bibliotece tensorflow oraz keras. Za ilość iteracji przejścia przez cały zbiór danych przyjęto 10 zaś za batch 512, oznacza to, że w jednej iteracji bierze udział 512 obserwacji. Przyjęto taką ilość ze względu na dużą ilość obserwacji przetworzoną w jednej iteracji. Przy dużej ilości iteracji, w których jest niski batch model bardziej jest dostosowany do problemów wymagających szczegółowego wglądu w obserwację. Z kolei decyzja o mniejszej ilości iteracji, do której używa się batch o większym wolumenie obserwacji jest rekomendowane w przypadku gdy oczekiwana jest generalizacja problemu (Keskar, Mudigere, Nocedal, Smelyanskiy i Tang, 2017). Wyniki uczenia w postaci wykresów skuteczności modelu oraz wartości funkcji straty na zbiorze treningowym i walidacyjnym przedstawiona na wykresie 14.



Wykres 14: Skuteczność i wartość funkcji straty modelu sieci neuronowej na zbiorze treningowym i walidacyjnym

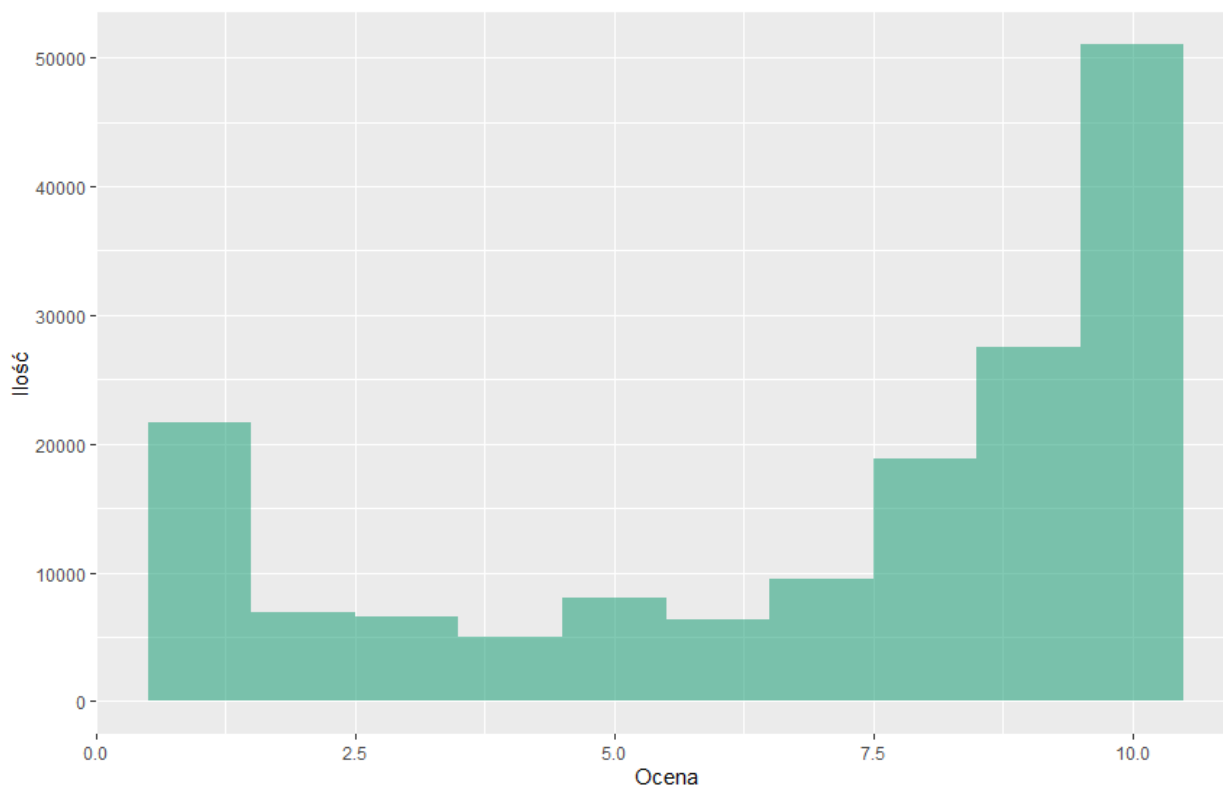
Źródło: Opracowanie własne

Wartość funkcji straty na zbiorze walidacyjnym wyniosła 0,4 w 10 epoce, zaś dla zbioru

treningowego wyniosła 0,05. Z kolei precyzja modelu dla zbioru walidacyjnego wyniosła ok. 0,85 a dla treningowego ponad 0,95.

3.4 Przedstawienie analizy eksploracyjnej oraz wyników predykcji

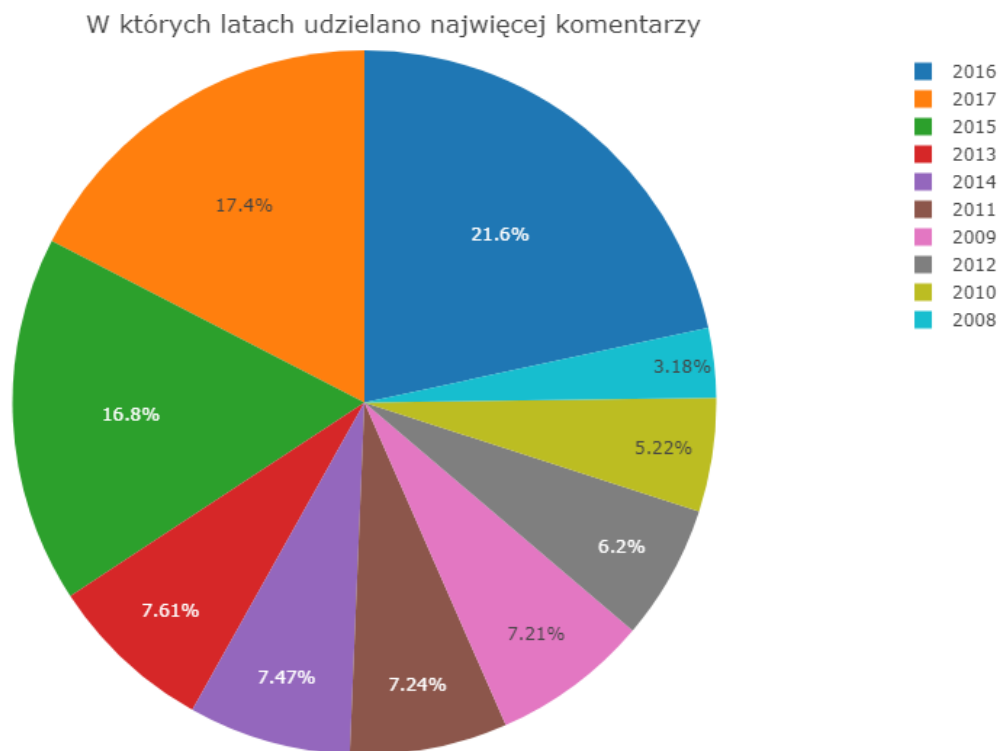
Do analizy eksploracyjnej użyto bibliotek graficznych takie jak: ggplot2 oraz plotly. Na początku zbadano histogram ocen leków. W następnym kroku dokonano analizy sentymentu opartej o sieć neuronową stworzoną za pomocą biblioteki keras. Na wykresie 20 przedstawiono jego wykres, który został stworzony przy pomocy biblioteki ggplot2 (Sievert, 2019) (Lander, 2017).



Wykres 15: Histogram ocen dla wszystkich leków

Źródło: Opracowanie własne

Według wykresu 15, najwięcej jest skrajnych ocen, czyli 1 oraz 9 i 10. Ta ostatnia ocena pojawia się najczęściej co oznacza, że większość opinii w zbiorze jest bardzo pozytywna i rekomendująca dany lek. W następnym kroku zbadano jak często oceniano leki w poszczególnych latach (2008-2017).



Wykres 16: Procent wszystkich komentarzy w poszczególnych lat

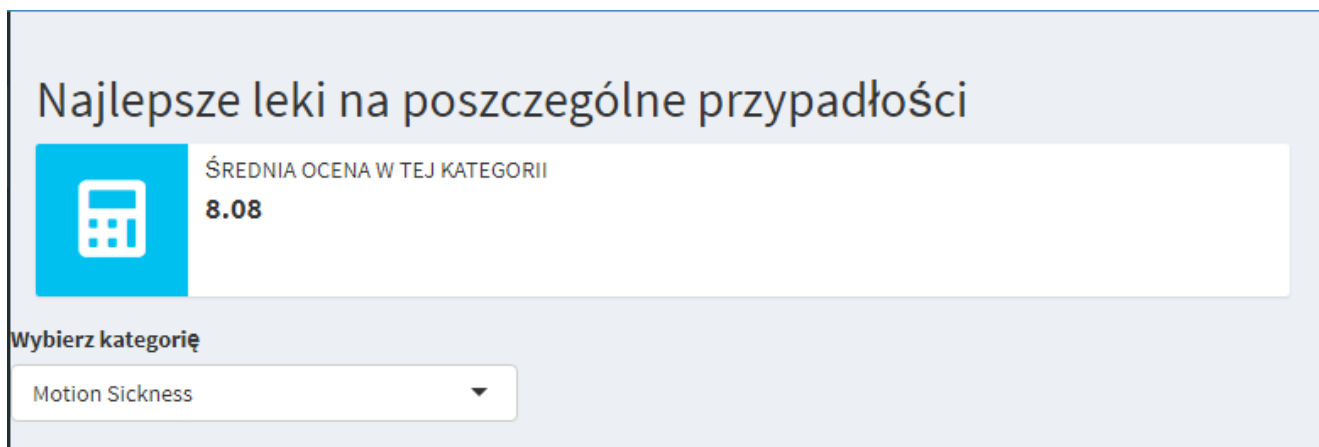
Źródło: Opracowanie własne

Według wykresu 16 najwięcej komentarzy zebrano w roku 2016 – ponad 20 procent z całego zbioru. Oprócz tego dużo komentarzy napisano też w latach 2015 i 2017 (ponad 15%), w pozostałych latach wyniki już były poniżej 10%.

W kolejnym kroku zbudowano interaktywny dashboard za pomocą biblioteki shiny. Na wykresach 17, 18, 19 i 20 przedstawiono interaktywne wskaźniki KPI dla wybranej kategorii schorzeń czy dolegliwości. Ponadto w sekcji przedstawiono również wykres słupkowy dla najwyższej ocenianych leków w wybranej kategorii (Sievert, 2019).

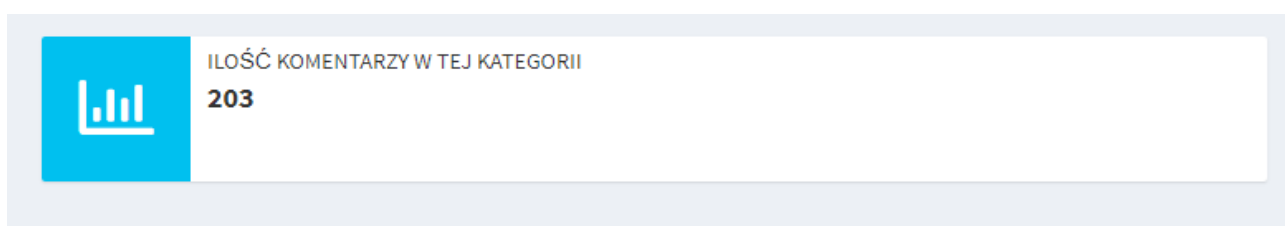
Wykresy te pokazują, że leki na chorobę lokomocyjną były oceniane bardzo wysoko, średnia ocena wynosi aż ponad 8 przy ponad 200 komentarzach. Ponadto, komentarze te zebrały łącznie prawie 4000 poleceń co wskazuje, że wiele osób poleca te środki. Do najwyższej ocenianych leków na tą dolegliwość należą Cyclizine, Marezine, Travel-Eze czy Dramamine: wszystkie z tych 4

leków zbierały średnią ocenę ponad 9,5.



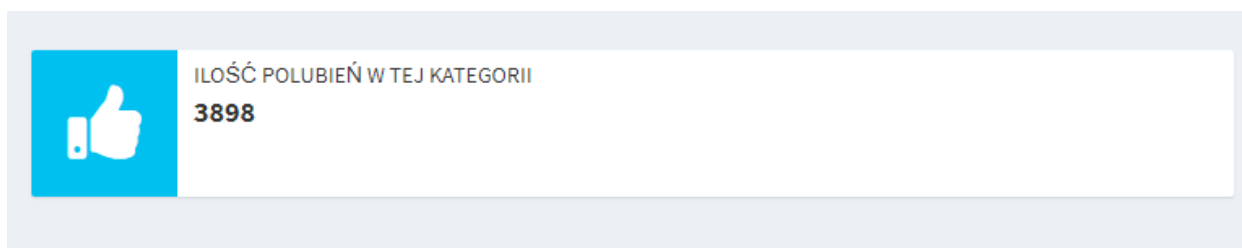
Wykres 17: Średnia ocena dla leków na chorobę lokomocyjną

Źródło: Opracowanie własne



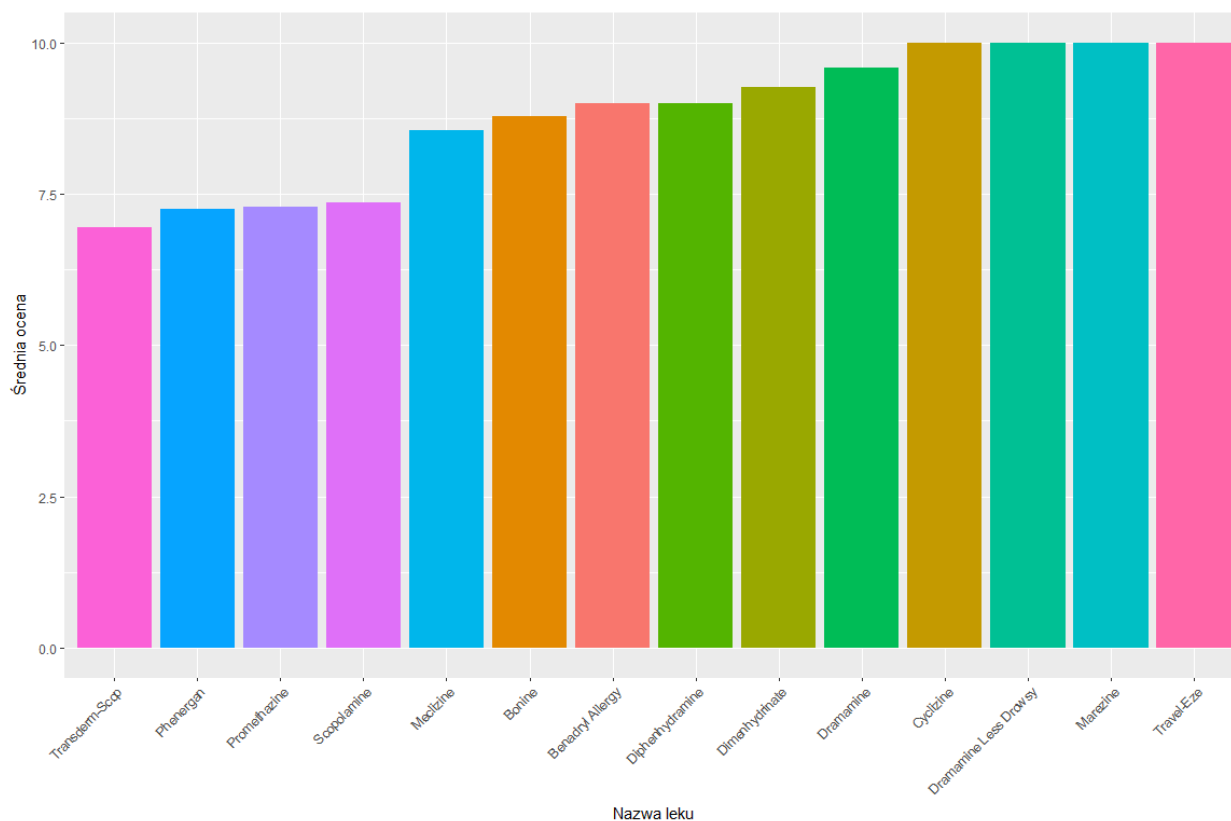
Wykres 18: Łączna ilość komentarzy dla leków na chorobę lokomocyjną

Źródło: Opracowanie własne



Wykres 19: Łączna ilość polubień dla leków na chorobę lokomocyjną

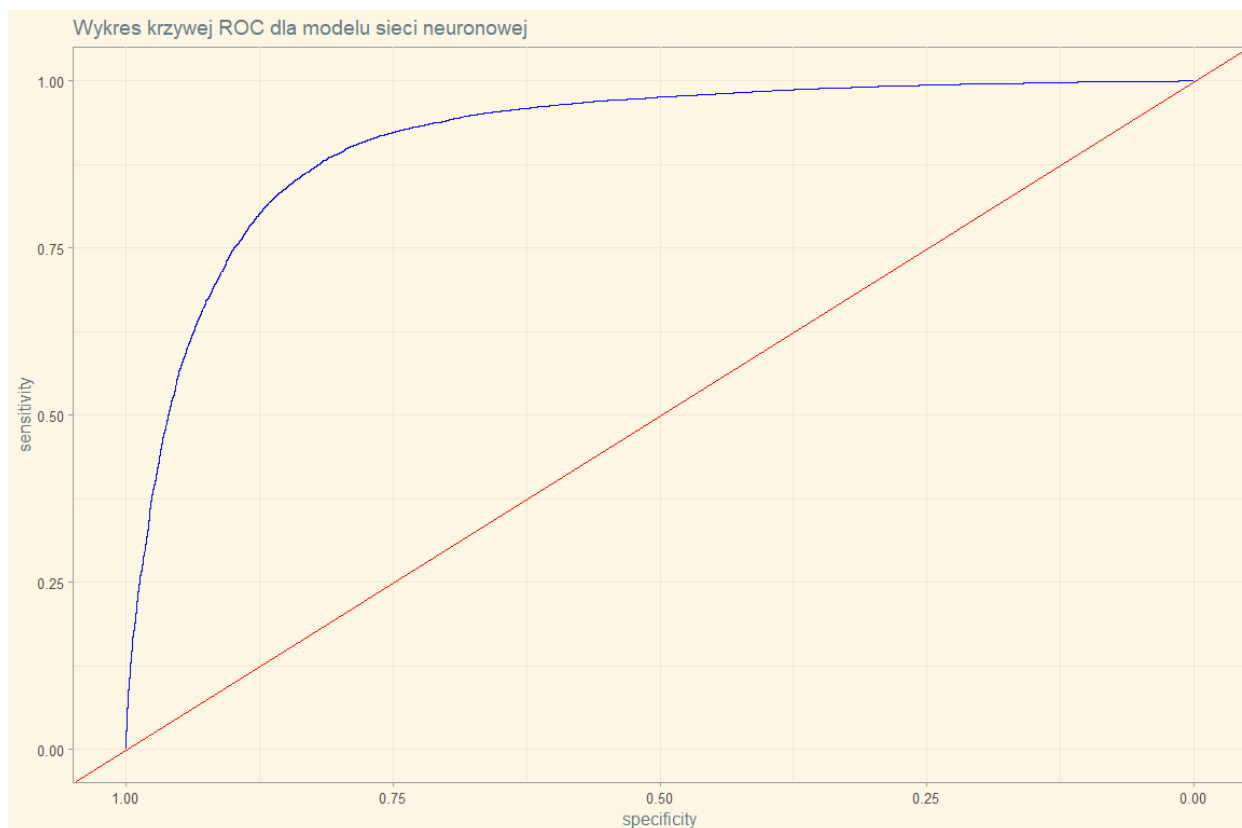
Źródło: Opracowanie własne



Wykres 20: Leki na chorobę lokomocyjną z najwyższą średnią

Źródło: Opracowanie własne

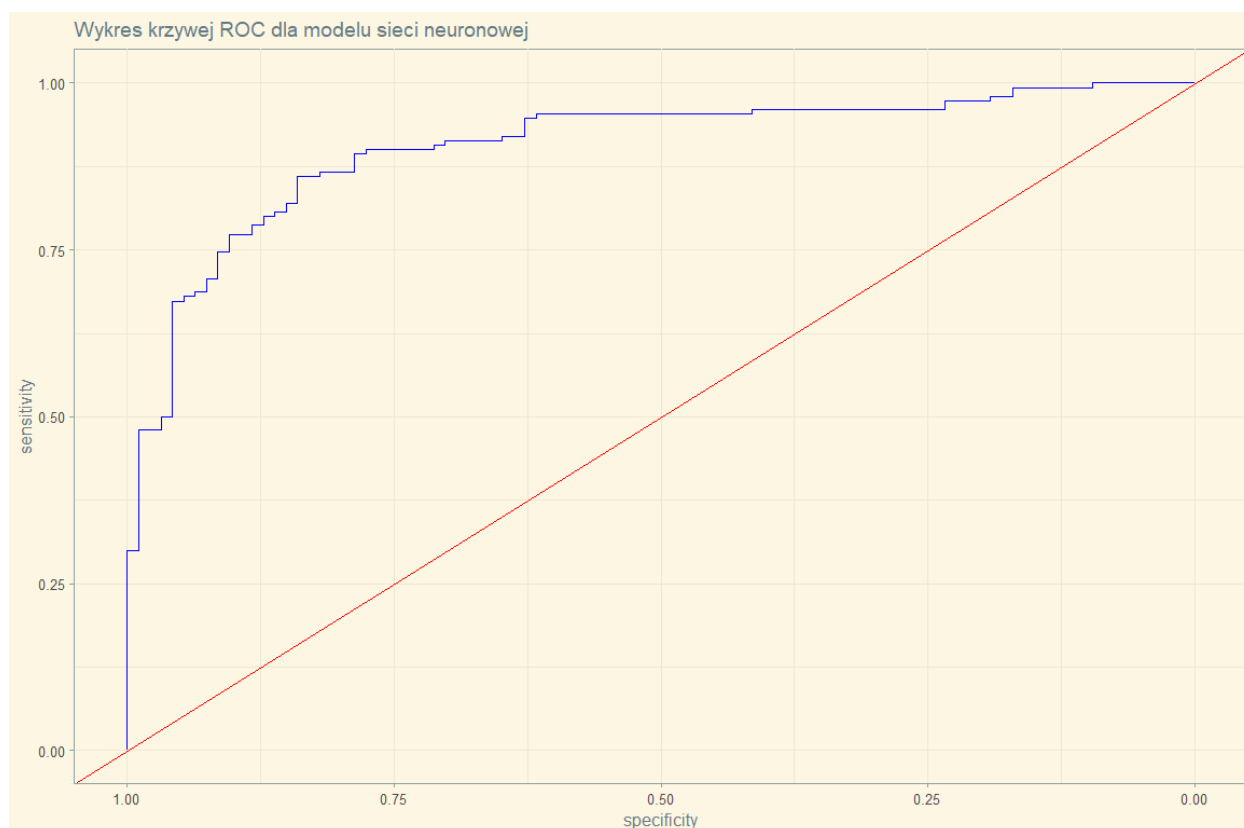
W następnej kolejności zaprezentowano wyniki klasyfikacji modelu, gdzie model sieci w zależności od podanego tekstu dokonywał weryfikacji czy opinia jest pozytywna bądź negatywna. Do zbadania dopasowania modelu do danych, wykorzystano bibliotekę pROC i caret.



Wykres 21: Krzywa ROC modelu sieci neuronowej klasyfikującej komentarze – ujęcie ogólne

Źródło: Opracowanie własne

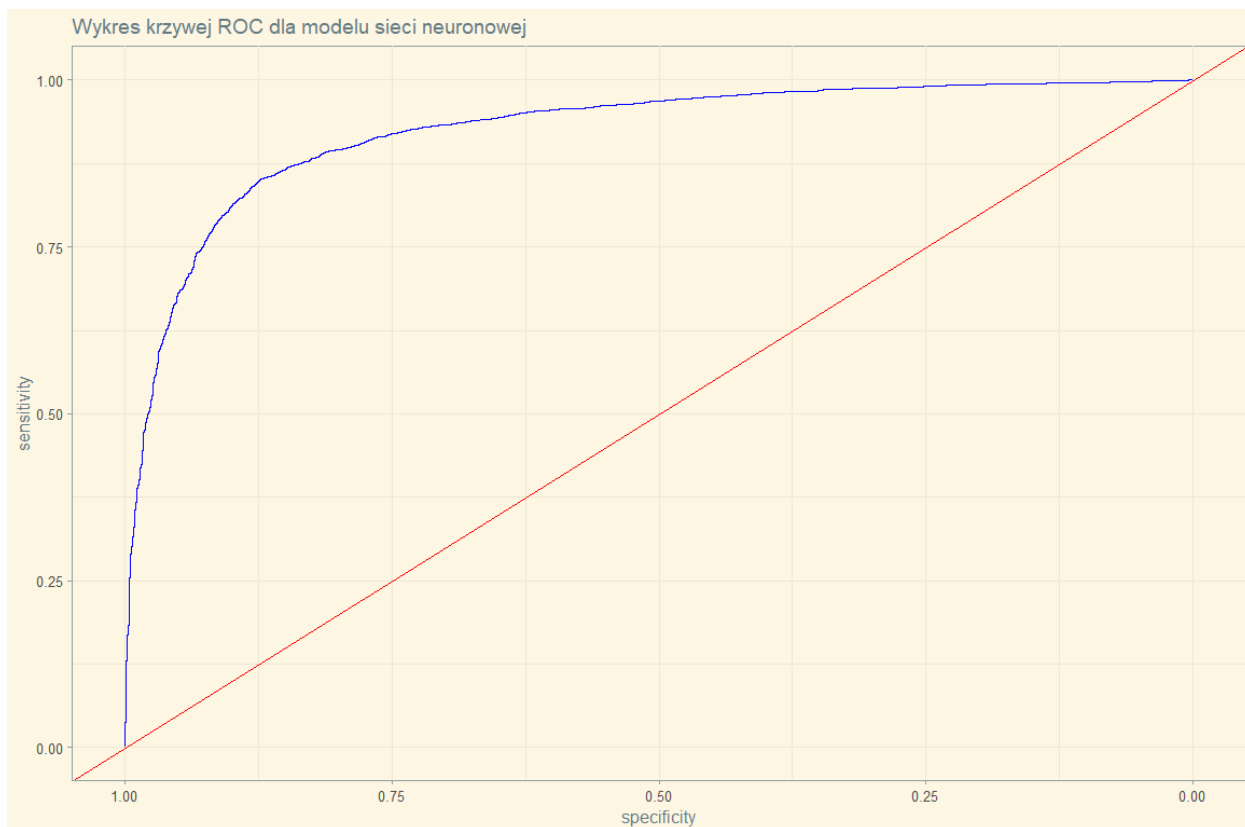
Pole pod krzywą ROC, która została pokazana na wykresie 10, wyniosło 0,91. Czułość wyniosła 0,78, swoistość 0,91, a precyzja wyniosła 0,89. Przełożyło się to na skuteczność modelu na poziomie 87% (Wickham, 2017) oraz na wynik wskaźnika F1 na poziomie 0,83. Sprawdzono również dopasowanie modelu na konkretnych grupach leków jak np. leki przeciw różnym odmianom raka.



Wykres 22: Krzywa ROC modelu sieci neuronowej klasyfikującej komentarze - leki na raka

Źródło: Opracowanie własne

Pole pod przedstawioną na wykresie 22 krzywą ROC wyniosło 90,5. W porównaniu z całokształtem, swoistość dla leków na raka okazała się być na nieco niższym poziomie – 0.9. Przełożyło się to na minimalnie wyższą czułość modelu – 0.78, precyzja wyniosła 0.85, a wskaźnik F1 był na poziomie 0.82. Skuteczność modelu dla tej grupy leków wyniosła poziom 85%. Oznacza to, że dla leków na raka model w podobnym stopniu klasyfikuje negatywne i pozytywne opinie. Inną specyficzną grupą leków na której zbadano dopasowanie modelu były środki antykoncepcyjne (ang. „Birth control”).



Wykres 23: Krzywa ROC modelu sieci neuronowej klasyfikującej komentarze

Źródło: Opracowanie własne

Pole pod krzywą ROC wyniosło 0,925. Skuteczność sieci okazała się mieć wynik 0,87, w porównaniu do ujęcia ogólnego specyficzność okazała się niższa, bo wyniosła 0,83. Czulość za to wzrosła do 0,88, precyzja osiągnęła z kolei poziom 0,88, a wskaźnik F1 podobnie jak precyzja wyniósł 0,88. Oznacza to, że model dla środków antykoncepcyjnych jest bardziej dopasowany do klasyfikowania recenzji jako pozytywne niż dla ogólnego ujęcia.

W ostatnim kroku spadano odpowiedź modelu na wprowadzony przez użytkownika tekst.

Wpisz komentarz

Using that drug was a horrible experience, I do not recommend that

ODPOWIEDŹ MODELU
Opinia negatywna

Wykres 24: Odpowiedź modelu na prosty komentarz

Źródło: Opracowanie własne

Rozpoznanie opinii

Wpisz komentarz

Using that drug was at the beginning a horrible experience, then I started to feel fantastic as my headache disappeared. I highly recommend that



ODPOWIEDŹ MODELU

Opinia pozytywna



Wykres 25: Odpowiedź modelu na bardziej rozbudowany komentarz

Źródło: Opracowanie własne

Na początku sprawdzono odpowiedź modelu na prosty komentarz, który w dość jasny sposób wskazuje na negatywną opinię. Na wykresie 25 zaś ten komentarz rozbudowano, początek wskazuje wstępnie na negatywną opinię lecz dalsza część opinii pokazuje, że użytkownik był bardzo zadowolony z leku. Sieć udzieliła poprawnej odpowiedzi co wskazuje, że model ten poprawnie sobie radzi z rozbudowanymi zdaniami.

3.5 Użyte biblioteki oraz pakiety

Do stworzenia interfejsu użytkownika, opracowania modelu, dokonania analizy eksploracyjnej oraz analizy NLP użyto następujących bibliotek:

- dplyr (biblioteka z pakietu tidyverse do pracy na ramkach danych)
- stringr (biblioteka z pakietu tidyverse do pracy na zmiennych tekstowych oraz korzystania z wyrażeń regularnych)
- ggplot2 (biblioteka z pakietu ggplot2 służąca do tworzenia wykresów)
- plotly (biblioteka służąca do tworzenia interaktywnych wykresów)
- tidytext (biblioteka do analizy NLP)
- wordcloud (biblioteka używana do obrazowania analizy NLP)
- keras (biblioteka do modeli deep learnig będąca rozszerzeniem biblioteki tensorflow)
- caret (biblioteka do tworzenia i badania modeli uczenia maszynowego)
- pROC (biblioteka służąca do przeliczenia parametrów swoistości i czułości, pozwalająca na tworzenie krzywej ROC)
- shiny (framework służący do tworzenia interaktywnych i webowych wykresów)
- shinydashboard (rozszerzenie biblioteki shiny o dodatkowe komponenty i funkcjonalności)
- ggthemes (rozszerzenie biblioteki ggplot2 o dodatkowe style wykresów takie jak np. z tygodnika „The Economist” czy też z gazety „The Wall Street Journal”)
- DT (biblioteka do pracy z ramkami danych w bibliotece shiny)

3.6 Kod źródłowy

Pełny kod źródłowy jest dostępny pod linkiem:

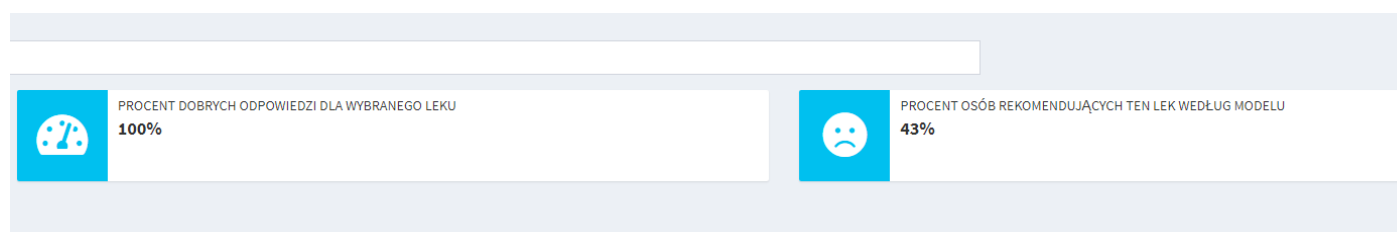
<https://github.com/HomeSeeker88/MastersThesis>

Cały projekt można sklonować przy pomocy programu git lub ściągnąć bezpośrednio z linku.

Zakończenie

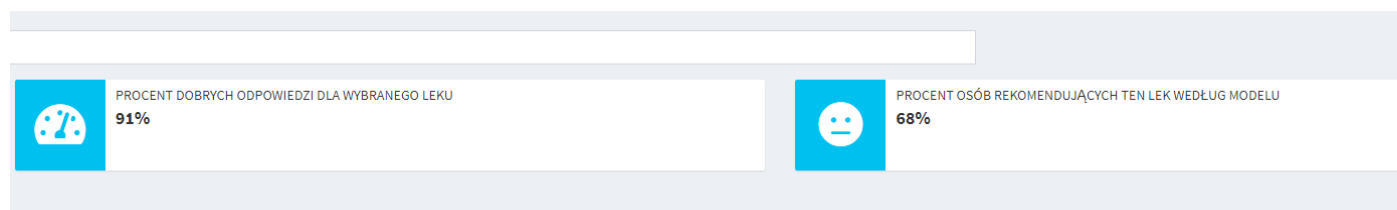
W pierwszej części pracy zostały wytłumaczone teoretyczne podstawy narzędzi oraz metod użytych w systemie rekomendacyjnym leków.

Na podstawie wyników dotyczących badań wyrażen kluczowych, tf-idf czy analizy eksploracyjnej zbudowano system rekomendacyjny analizy sentymentu oparty o model sieci neuronowej. W systemie tym można zbadać komentarze na temat każdego leku, który został oceniony w zbiorze, odnaleźć najlepiej oceniane leki na wybraną chorobę lub dolegliwość, czy też zobaczyć statystyki dopasowania modelu sieci neuronowej. Dzięki temu użytkownik może szybko znaleźć lek na dokuczające mu objawy oraz sprawdzić opinie innych na dany lek. W sekcji poświęconej modelowi można też zbadać jak poszczególne komentarze zostały rozpoznane przez model. Na zielono zostaną zaznaczone komentarze ocenione przez model jako opinie pozytywne, komentarze krytyczne zostały zaś wyświetlone w kolorze czerwonym. Ponadto, użytkownik może sprawdzić ile procent pacjentów rekomenduje dany lek, w zależności od ilości zadowolonych pacjentów, ikona przy danych procentowych zmienia się. Dla progu od 0 do 49% ikoną będzie smutny wyraz twarzy, od 50 do 74% twarz o neutralnym wyrazie, zaś od 75% ikoną będzie uśmiechnięta twarz.



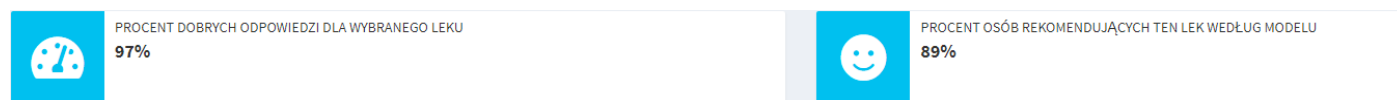
Wykres 26: Lek oceniony negatywnie przez pacjentów

Źródło: Opracowanie własne



Wykres 27: Lek oceniony niejednoznacznie przez pacjentów

Źródło: Opracowanie własne



Wykres 28: Lek oceniony pozytywnie przez pacjentów

Źródło: Opracowanie własne

Na wykresach 26, 27 i 28 przedstawiono jak model ocenia komentarze na temat różnych leków, interfejs systemu natomiast informuje użytkownika czy dany lek jest polecany przez

pacjentów: odpowiednio na wykresie 26 pokazane jest, że według modelu dany lek nie jest rekomendowany. Wykres 27 wskazuje natomiast na różne opinie wśród pacjentów, gdzie większej ilości opinii pozytywnych, znalazło się ponad 30% komentarzy krytycznie oceniających dany lek. Wykres 28 pokazuje lek, który został oceniony pozytywnie przez ponad 75% komentujących, dlatego też interfejs użytkownika pokazuje, że ten lek jest odpowiednim środkiem na daną dolegliwość.

Użytkownik ma też możliwość wpisać swój komentarz i sprawdzić odpowiedź sieci neuronowej. Model osiąga dokładność odpowiedzi na poziomie ok. 85% co można uznać za wynik satysfakcjonujący, model największe trudności ma z weryfikacją zdań w których występują zaprzeczenia. Ponadto sprawdzono działanie modelu na komentarzach dotyczących działaniach różnych grupach leków w celu sprawdzenia czy model jest tak samo dopasowany to konkretnych grup opinii. System adresuje takie potrzeby biznesowe klientów jak:

- Sprawdzenie jaki procent użytkowników jest zadowolonych z leku
- Podanie w analizie eksploracyjnej informacji o najlepiej ocenianych lekach
- Uzyskanie cennej informacji w krótkim czasie, bez konieczności czytania każdego komentarza osobno

System mógłby zostać rozszerzony o kolejne funkcjonalności:

- Rozszerzenie analizy komentarzy w innych językach europejskich takich jak niemiecki, polski czy francuski
- Oparcie systemu na oprogramowaniu służącym do przetwarzania bardzo dużej ilości danych jak np. Spark (biblioteki sparkr i sparklyr)
- Udostępnienie otwartego API, które pozwoliłoby programistom na integrację swojego oprogramowania z systemem rekomendacji
- Udoskonalenie interfejsu użytkownika o dodatkowe widżety oraz funkcjonalności, w celu poprawy doświadczenia użytkownika (czyli tzw. UX – ang. „User Experience”)

Taki rozbudowany system rekomendacji mógłby być wykorzystany przez np. sklepy internetowe, apteki czy też mogłyby być używane przez firmy farmaceutyczne w celu zbadania satysfakcji klientów. Jednocześnie klientami systemu mogliby być również pacjenci szukający odpowiedniego leku, w tym przypadku mogliby na podstawie komentarzy sprawdzić, czy dany lek jest dobrze oceniany przez klientów na podstawie wyników podanych przez model sieci neuronowej. Ponadto: pakiety takie jak shiny, ggplot2 bądź plotly dobrze realizują zobrazowanie wyników działania systemu poprzez generowanie responsywnych i interaktywnych wykresów. Do ograniczeń rozwiązania należał fakt, iż skonstruowanie modelu zostało przeprowadzone ze wspomaganie GPU, jest to rozwiązanie kosztowne finansowo. Ponadto implementacja analizy

sentymencie nie uwzględnia czynników takich jak aspekt czy wykrycie podmiotu. Dalsze badania nad tym systemem powinny dotyczyć:

- Lepszego dostrojenia hiperparametrów modelu sieci neuronowej
- Oparcie systemu o narzędzie służące do przetwarzania danych w czasie rzeczywistym jak np. Apache Kafka
- Zautomatyzowanie procesu załadowywania danych oraz ich manipulacją przy użyciu takiego narzędzia jak Apache Airflow
- Potencjalne rozbudowanie analizy sentymentu o oparcie o aspekt (wykrycie przyczyny opinii pacjenta)
- Wykrywanie w tekście czynników wskazujących na wystąpienie skutków ubocznych

Rozbudowany o te czynniki i funkcjonalności system mógłby być bardzo cennym produktem o dużej wartości na rynku, ponieważ istnieje niewiele platform adresujących problem badania wypisywanych przez pacjentów na temat leków, które zażyli.

Bibliografia

1. Aylien. (2022). *Using Entity-level Sentiment Analysis to understand News Content*.
2. Baheti, P. (2022). *12 Types of Neural Network Activation Functions: How to Choose?*
3. Brownlee, J. (2017). *How to Use Word Embedding Layers for Deep Learning with Keras*.
4. Brownlee, J. (2018). *A Gentle Introduction to Dropout for Regularizing Deep Neural Networks*.
5. Cherry, K. (2021). *The Role of Neurotransmitters*.
6. Chollet, F. (2018). *Deep Learning. Praca z językiem R i biblioteką Keras*.
7. Clarbridge. (2019). *The Pillars of Text Analytics: Sentiment, Categorization, Effort and Emotion*.
8. Dixon, S. (2022). *Number of social media users worldwide from 2018 to 2027*.
9. dtu.dk. (2011). *AFINN lexicon*.
10. Du, T. i Shanker, V. K. (brak daty). *Deep Learning for Natural Language Processing*.
11. Gavran, K. (2022). *Social Media Sentiment Analysis: A Guide*.
12. Kallumadi, S. i Gräßer, F. (2018).
<https://archive.ics.uci.edu/ml/datasets/Drug+Review+Dataset+%28Drugs.com%29>.
13. Kaneda, T. (2021). *How Many People Have Ever Lived on Earth?*
14. Kanna, C. (2021). *Word, Subword, and Character-Based Tokenization: Know the Difference*.
15. Keskar, N., Mudigere, D., Nocedal, J., Smelyanskiy, M. i Tang, P. (2017). *On Large-Batch Training for Deep Learning: Generalization Gap and Sharp Minima*.
16. Kibble, R. (2013). *Introduction to natural language processing*. Goldsmith University of London.
17. Kohn, K. W. (2020). *Drugs Against Cancer: Stories of Discovery and the Quest for a Cure*.
18. Korbicz, J., Obuchowicz, A. i Uciński, D. (1994). *Sztuczne sieci neuronowe. Podstawy i zastosowania*.
19. Kunwar, S. (2013). *Text Documents Clustering using K-Means Algorithm*.
20. Lander, J. (2017). *R dla każdego*.
21. Loiseau, J.-C. B. (2019). *Rosenblatt's perceptron, the first modern neural network*.
22. Malik, F. (2020). *Sensitivity Vs Specificity In Data Science*.
23. Mamczur, M. (2021). *Jak działają konwolucyjne sieci neuronowe?*
24. Manning, C., Schütze, H. i Raghavan, P. (2009). *Introduction to information retrieval*.
25. McKinsey. (2016). *The CEO guide to customer experience*.
26. Mention. (2021). *Sentiment Analysis*.
27. MonkeyLearn. (2022). *What is Text Mining?*
28. Na, J.-C. i Kyaing, W. (2015). *Sentiment Analysis of User-Generated Content on Drug Review Websites*.
29. Newberry, C. (2020). *How to Conduct a Social Media Sentiment Analysis*.
30. Ng, R. (2009). *Drugs: From Discovery to Approval, Second Edition*.
31. Opitz, L. (2017). *Sentiment Analysis Just Got Smarter*.
32. Pai, A. (2020). *What is Tokenization in NLP? Here's All You Need To Know*.
33. Pascual, F. (2019). *Analyze Sentiment in Product Reviews*.
34. Pascual, F. (2019). *Guide to Aspect-Based Sentiment Analysis*.
35. Patel, S. (2022). *A Guide to Customer Sentiment Analysis*.
36. Pinkowska, M. (2020). *How to use sentiment analysis for stock market?*
37. Pozzi, F. A. (2018). *The role of emojis in sentiment analysis*.
38. Repustate. (2021). *10 Sentiment Analysis Data Sources For Strategic Data Analytics*.
39. Repustate. (2021). *Why Should We Use Sentiment Analysis In Social Media Mining?*
40. Roldós, I. (2020). *5 Sentiment Analysis Examples in Business*.
41. Roldós, I. (2020). *What is Sentiment Analysis?*

42. Rosencrance, L. (2020). *Employee sentiment analysis*.
43. sciencemuseum.org.uk. (2019). *Thalidomide*.
44. Seth, N. (2021). *Topic Modeling and Latent Dirichlet Allocation (LDA) using Gensim and Sklearn*.
45. Sievert, C. (2019). *Interactive Web-Based Data Visualization with R, plotly and shiny*.
46. Silge, J. i Robinson, D. (2017). *Text mining with R - A tidy approach*.
47. Stedman, C. (2020). *Text mining (text analytics)*.
48. Verma, Y. (2021). *A Guide to Term-Document Matrix with Its Implementation in R and Python*.
49. Wickham, H. (2017). *R for Data Science*.
50. Wonderflow. (2018). *10 Sentiment Analysis Examples That Will Help Improve Your Products*.

OŚWIADCZENIE AUTORA PRACY DYPLOMOWEJ

1

LICENCJACKIEJ/MAGISTERSKIEJ

pod tytułem

napisanej przez:nr albumu

pod kierunkiem

Świadom odpowiedzialności prawnej oświadczam, że niniejsza praca dyplomowa została napisana przeze mnie samodzielnie i nie zawiera treści uzyskanych w sposób niezgodny z obowiązującymi przepisami.

Oświadczam również, że przedstawiona praca dyplomowa nie była wcześniej przedmiotem procedur związanych z uzyskaniem tytułu zawodowego w wyższej uczelni.

Oświadczam ponadto, że niniejsza wersja pracy dyplomowej jest identyczna z załączoną wersją elektroniczną.

Wyrażam zgodę na poddanie pracy dyplomowej kontroli, w tym za pomocą programu wychytującego znamiona pracy niesamodzielnej, zwanego dalej programem, oraz na umieszczenie tekstu pracy dyplomowej w bazie porównawczej programu, w celu chronienia go przed nieuprawnionym wykorzystaniem, a także przekazanie pracy do Ogólnopolskiego Repozytorium Prac Dyplomowych.

Wyrażam także zgodę na przetwarzanie przez Szkołę Główną Handlową w Warszawie moich danych osobowych umieszczonych w pracy dyplomowej w zakresie niezbędnym do jej kontroli za pomocą programu oraz w zakresie niezbędnym do jej archiwizacji i nieodpłatnego udostępniania na zasadach określonych w zarządzeniu.

.....
(data)

.....
(podpis autora)

¹
Zastosować właściwie.