

# Możliwości powiązania danych geolokacyjnych i analizy sentymentu w analizie zachowań użytkowników w wybranych portalach społecznościowych

Dariusz Mydlarz

Promotor: dr inż. Anna Zygmunt

Akademia Górniczo-Hutnicza im. Stanisława Staszica w Krakowie  
Wydział Informatyki, Elektroniki i Telekomunikacji – Katedra Informatyki

Kraków, 10 grudnia 2014 roku

# Agenda

- 1 Motywacja i cele
- 2 Sposób realizacji i przebieg prac
- 3 Uzyskane rezultaty

# Motywacja i cele

Cel – zbadanie możliwości połączenia trzech dziedzin:

- 1 analizy sieci społecznościowych
- 2 analizy sentymentu
- 3 geolokacji

Motywacje:

- 1 dziedziny nie łączone wcześniej
- 2 ogromna popularność serwisów społecznościowych
- 3 wykorzystanie szerokiej wiedzy zdobytej na studiach

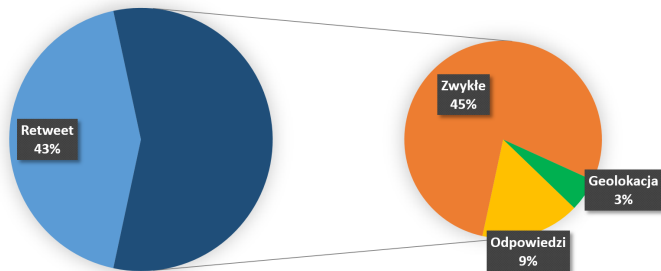
# Sposób realizacji i przebieg prac

- ❶ zbieranie danych z Twittera
- ❷ wybór i budowa narzędzi do ekstrakcji wiedzy
  - klasyfikator sentymentu
- ❸ odkrywanie wiedzy
  - obliczenie sentymentu wpisów
  - identyfikacja zwolenników i przeciwników
  - zastosowanie geolokacji
  - odkrywanie zachowań użytkowników

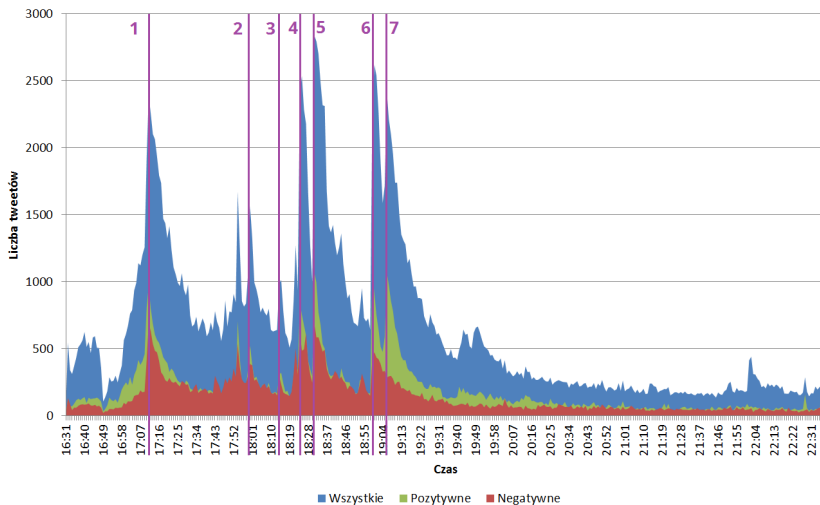


## Uzyskane rezultaty

- 1 7 mln tweetów
- 2 49% pozytywnych, 47% negatywnych

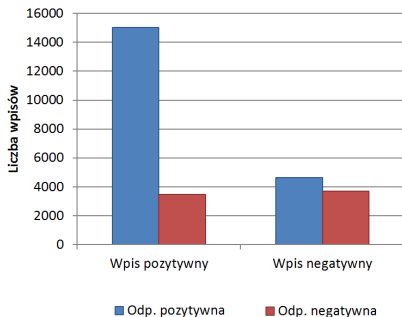


# Aktywność użytkowników i rozkład sentymentu

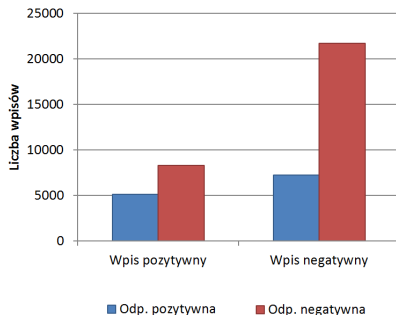


# Interakcja między użytkownikami

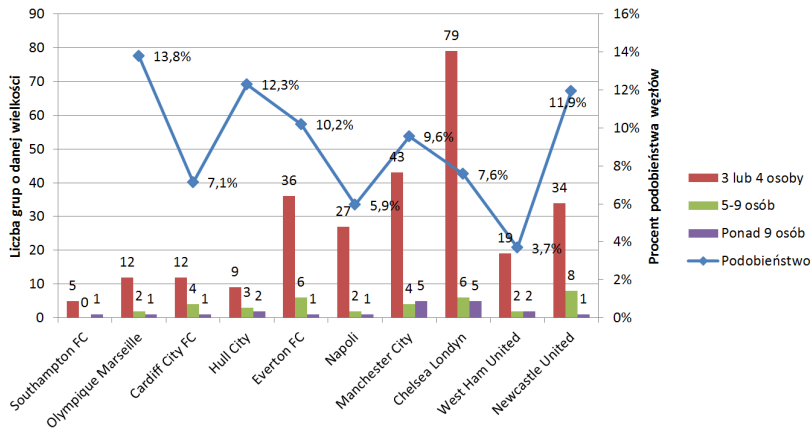
**Sentyment odpowiedzi. Odpowiada  
zwolennik na wpis zwolennika**



**Sentyment odpowiedzi. Odpowiada  
przeciwnik na wpis przeciwnika**



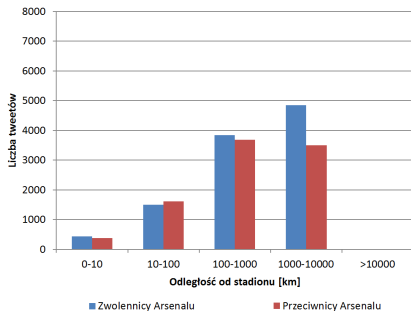
## Struktura grup między meczami



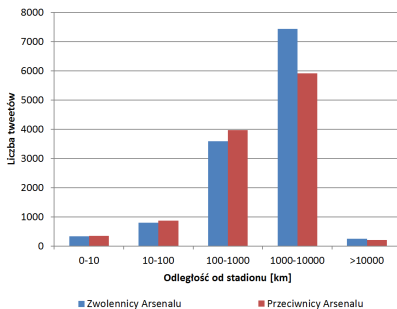


# Aktywność kibiców, a odległość od stadionu

**Mecze Arsenalu u siebie. Odległość komentujących od stadionu**



**Mecze Arsenalu na wyjeździe. Odległość komentujących od stadionu**



# Podsumowanie

Osiągnięte cele:

- 1 połączono geolokację, sentyment i sieci społeczne
- 2 zbudowano narzędzie do przetwarzania dużej ilości danych z Twittera pod kątem analizy sieci społecznych
- 3 odkryto ciekawe zależności wśród badanej społeczności

Możliwe kierunki rozwoju:

- 1 rozbudowanie narzędzia do analizy sentymentu
- 2 odkrywanie tematów rozmów
- 3 bliższe przyjrzenie się grupom