

Projektarbeit

Big Data

Matthias Körschens, Kevin Reinke

30. Januar 2017

Inhaltsverzeichnis

0.1	Einleitung	2
0.2	Datensatz	2
0.3	Strukturen	3
0.3.1	Verteilung der Reviews	3
0.3.2	Reviewerverhalten bei steigender Reviewanzahl	4
0.3.3	Textlänge und Produktbewertung	6
0.4	Cluster	7

0.1 Einleitung

Ziel der Projektarbeit war es, die im Rahmen der Vorlesung „Big Data“erworbenen Fähigkeiten praktisch umzusetzen. Hierfür konnten wir einen Amazonreview-Datensatz der Stanford University nutzen. Ein Dank geht an dieser Stelle an Julian McAuley, der so freundlich war uns diesen Datensatz auf Nachfrage zur Verfügung zu stellen. Zur Bearbeitung der Daten haben wir Apache Spark, sowie den Clusterrechner der FSU-Jena benutzt. Fragestellung unserer Bearbeitung war das erkennen von Muster in den Daten. Im speziellen haben wir uns auf die Verteilung der Reviews und das Bewertungsverhalten der Nutzer konzentriert.

0.2 Datensatz

Der in dieser Arbeit verwendete Datensatz besteht aus Reviews des Onlinehändlers Amazon aus der Zeitspanne von Mai 1996 bis Juni 2014. Es wird hier ein spezieller Teildatensatz verwendet, welcher lediglich Reviews aus der Kategorie Elektronik enthält. Dieser hat mit 7,8 Millionen Reviews von etwa 4,2 Millionen Nutzern eine Größe von 4,7 Gigabyte. Er ist vollständig im JSON-Format gehalten. Ein Beispielreview ist nachfolgend dargestellt:

```
{
  "reviewerID": "A2SUAM1J3GNN3B",
  "asin": "0000013714",
  "reviewerName": "J. McDonald",
  "helpful": [2, 3],
  "reviewText": "I bought this for my husband who plays the
    piano. He is having a wonderful time playing these old
    hymns. The music is at times hard to read because we think
```

```

    the book was published for singing from more than playing
    from. Great purchase though!",
    "overall": 5.0,
    "summary": "Heavenly Highway Hymns",
    "unixReviewTime": 1252800000,
    "reviewTime": "09 13, 2009"
}

```

Die Datensätze bestehen aus der ID des Reviewers (reviewerID), der Produkt-ID (asin), dem Namen des Reviewers (reviewerName), einer Liste mit zwei numerischen Werten, die die hilfreich-Bewertungen repräsentieren (helpful), dem Inhalt der Review (reviewText), der Produktbewertung (overall), der Überschrift bzw. Zusammenfassung des Reviews (summary), dem Datum der Review (reviewTime) und dem Datum im Unix-Format (unixReviewTime). Aufgrund der gegebenen Reviewer-ID lassen sich so auch neben den Reviews Rückschlüsse über die einzelnen Reviewer ziehen.

Der Datensatz ist verfügbar unter <http://jmcauley.ucsd.edu/data/amazon/>.

0.3 Strukturen

0.3.1 Verteilung der Reviews

Eine Fragestellung ist die Verteilung der Reviews auf die Nutzer. Hierfür haben wir die Reviews mit gleicher ReviewerID aufaggregiert und die Anzahl der Reviews, die ein Nutzer abgegeben hat, dem Nutzer zugeordnet. Dabei ist aufgefallen, dass die erfassten Nutzer eher wenig bewerten. Beispielsweisen gibt es etwa 2,88 von 4,2 Millionen Nutzern die nur ein einziges Review abgaben. In Abbildung 0.1 ist die Anzahl der Nutzer, die eine spezifische Anzahl an Reviews abgegeben haben, dargestellt. Für eine bessere Visualisierung wurden beide Achsen logarithmiert.

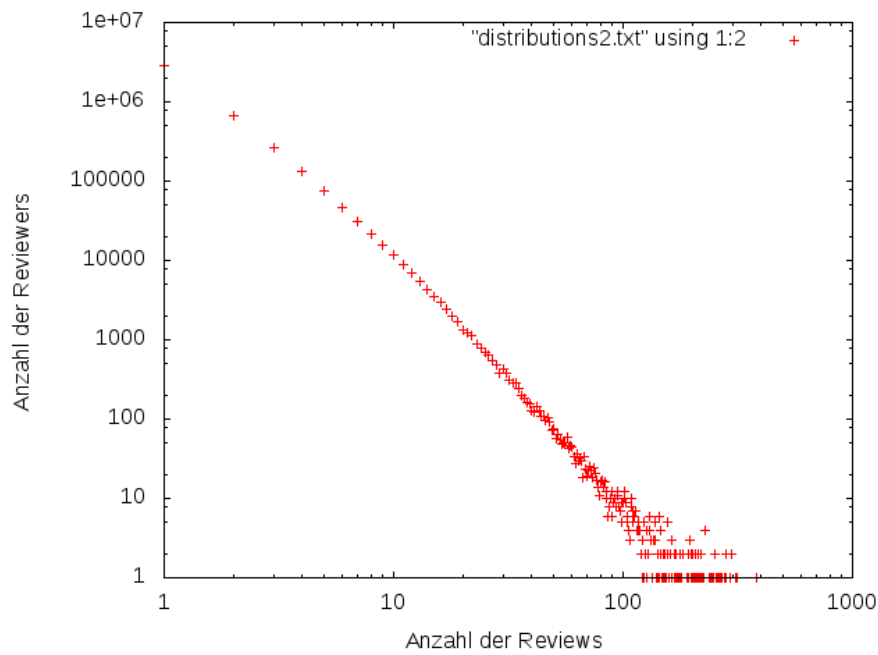
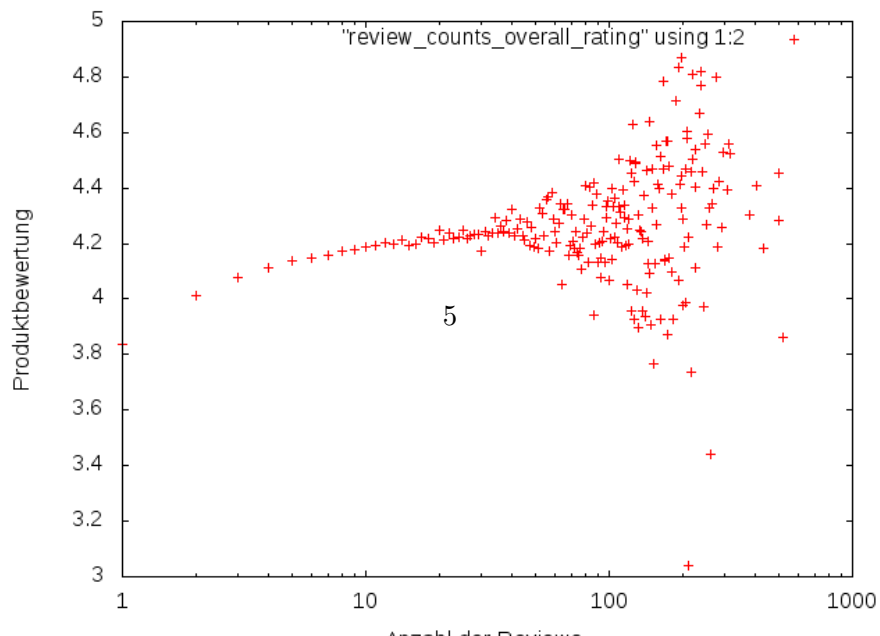
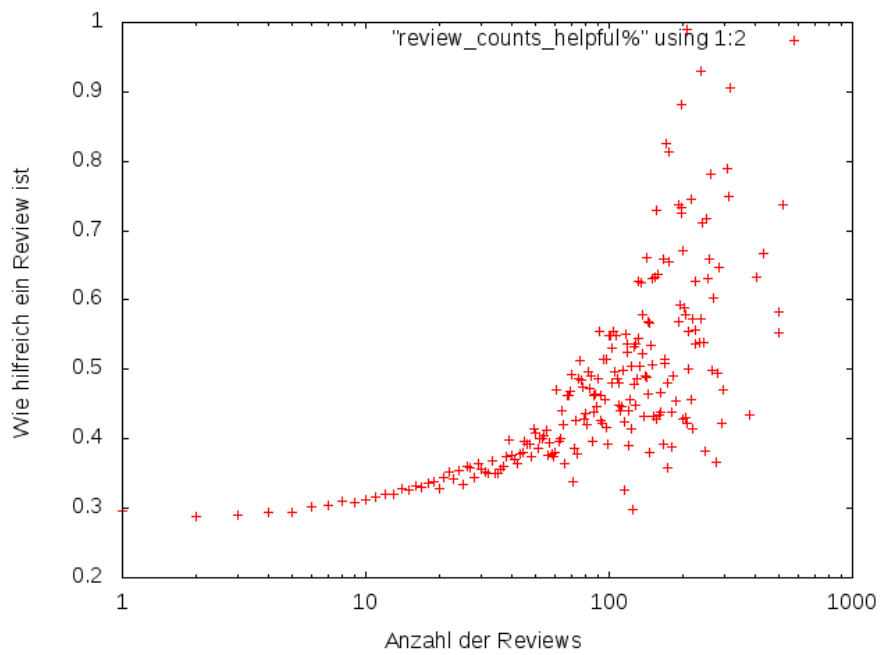
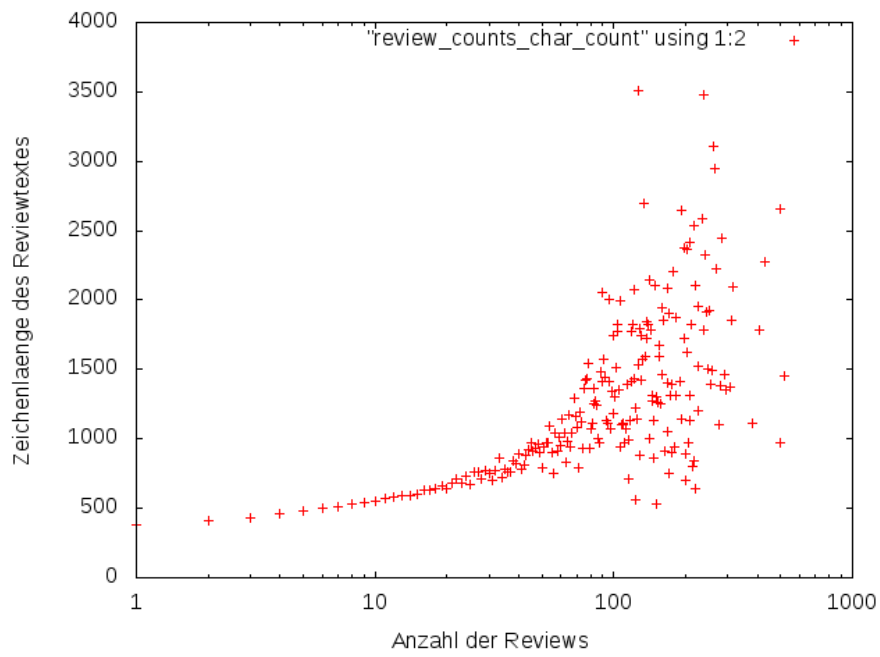


Abbildung 0.1: Reviewverteilung

0.3.2 Reviewerverhalten bei steigender Reviewanzahl

Zunächst haben wir die Gruppierung der Nutzer nach ihrer Anzahl an Reviews beibehalten und untersucht, ob sich diese Gruppen unterschiedliches Verhalten aufzeigen. Innerhalb einer Gruppe wurden für die Merkmale die Gruppendurchschnitte errechnet. Die Merkmale und ihr Zusammenhang in Abhängigkeit der Reviewanzahl sind in den folgenden Grafiken dargestellt.



Wie im vorigen Abschnitt angesprochen überwiegen die Nutzer mit wenig Reviews. Daher ist die Durchschnittsbildung über die Merkmale bei den Gruppen mit wenig Reviews (mehr Reviewer je Gruppe) stabiler. Für Gruppen mit mehr 100 Reviews, kann es unter Umständen sein, dass diese nur aus einem einzigen Reviewer besteht. Dies zeigt sich in der starken Streuung der vier Grafen mit zunehmender Reviewanzahl. Aus diesem Grund wurde die Achse der Reviewanzahl logarithmiert, um die relevanteren Gruppen in den Fokus zu rücken. Auch wenn der Durchschnitt für einige Gruppen nicht sehr aussagekräftig ist, so lassen sich dennoch deutliche Zusammenhänge erkennen. Nutzer, die mehrere Reviews verfassen, schreiben ausführlichere Bewertungstexte und werden von anderen Nutzern als hilfreicher eingestuft. Ebenso scheinen sie Produkte leicht besser zu bewerten.

0.3.3 Textlänge und Produktbewertung

Ein interessanter Zusammenhang hat sich bei der Beziehung zwischen der Textlänge des Reviews und der Produktbewertung gezeigt. Die Textlänge haben wir im folgenden nach Zeichen- und Wortanzahl untersucht. Dabei wurden alle Reviews mit gleicher Länge zusammengruppiert und über diese Gruppen die durchschnittlichen Produktbewertungen bestimmt.

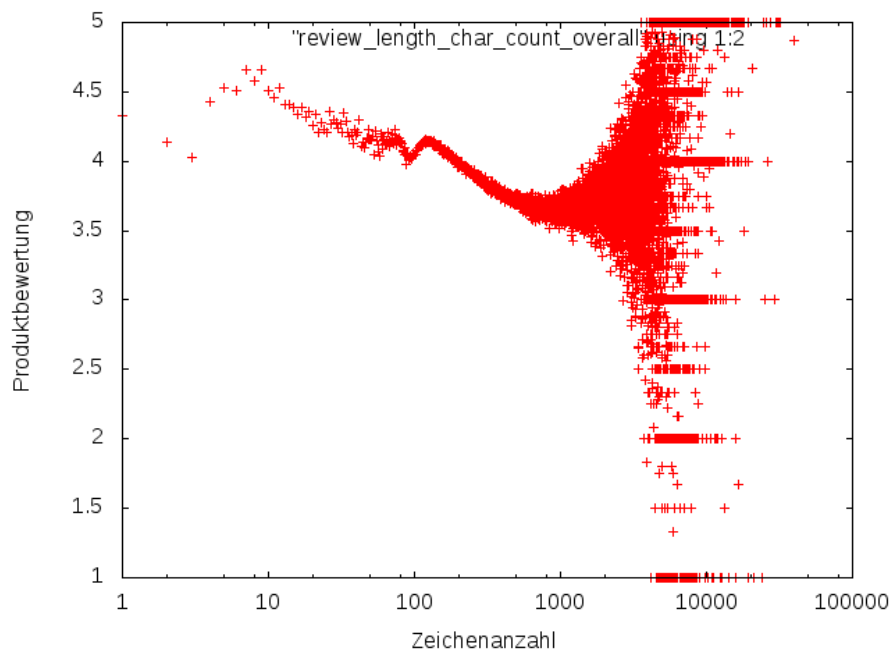


Abbildung 0.3: Reviewverteilung

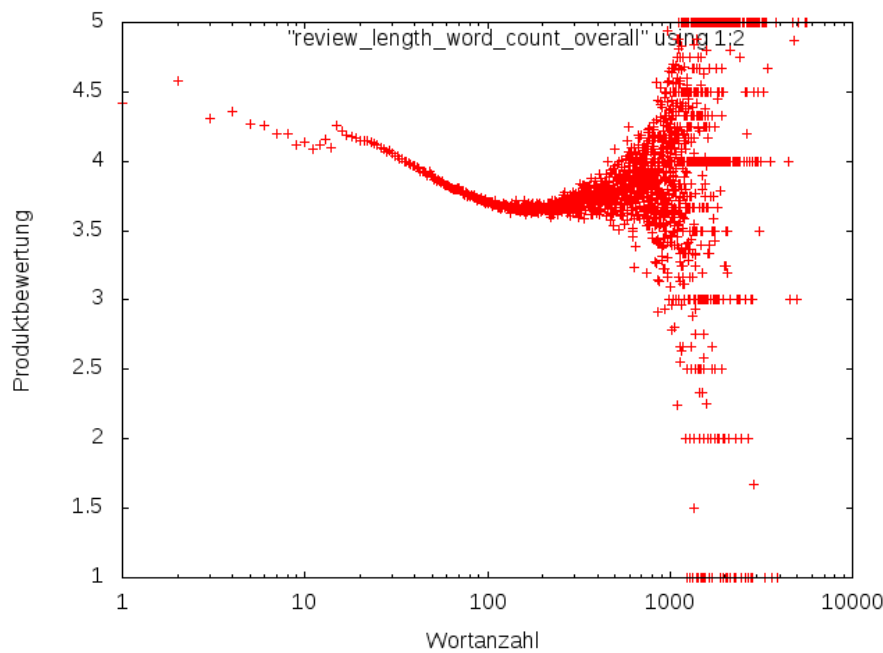


Abbildung 0.4: Reviewverteilung

Hier sind die Produktbewertungen mit wenig Wörtern anfänglich zwischen 4,0 und 4,5. Mit zunehmender Textlänge bis etwa 180 Wörtern fällt die Bewertung auf 3,6, erholt sich danach aber wieder leicht. Ab 1000 Wörtern sind zuverlässige Aussagen wieder nicht mehr möglich, da die Gruppen zu klein werden.

0.4 Cluster

Um die Nutzer untereinander in Beziehung zu setzen, mussten wir jeden Reviewer ein Merkmalsvektor zuordnen. Diesen haben wir über arithmetische Mittelung der vom Nutzer abgegebenen Reviews bestimmt. Die Merkmale sind dabei:

- Wortanzahl des Bewertungstextes
- Zeichenanzahl des Bewertungstextes
- Zeitstempel des Reviews
- Zeichenanzahl des Reviewtitels
- wie hilfreich das Review war
- Produktbewertung

Agglomeratives Clusterverfahren, welches ein Distanzmaß zwischen allen Reviewern benutzt, haben wir verworfen, da hierfür ein quadratischer Aufwand in Anzahl der Reviewer anfallen würde.