

# 감정의 파도를 타다: 영화 리뷰 감성 분석

데이터 마이닝 프로젝트

## 목차

table of contents

- 1 주제 선정 이유
- 2 데이터 소개 및 전처리
- 3 감성 분석 결과
- 4 문제점 및 활용 방안



Part 1

# 주제 선정 이유





Part 2

# 데이터 소개 및 전처리

**ID**

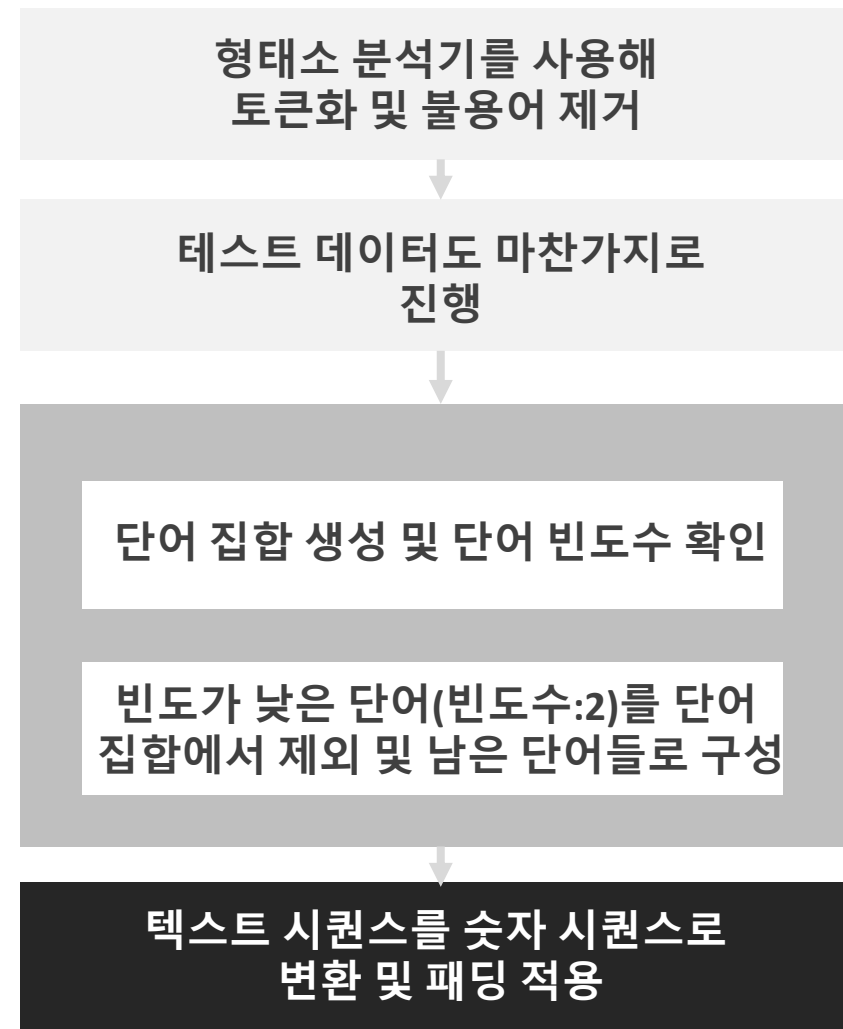
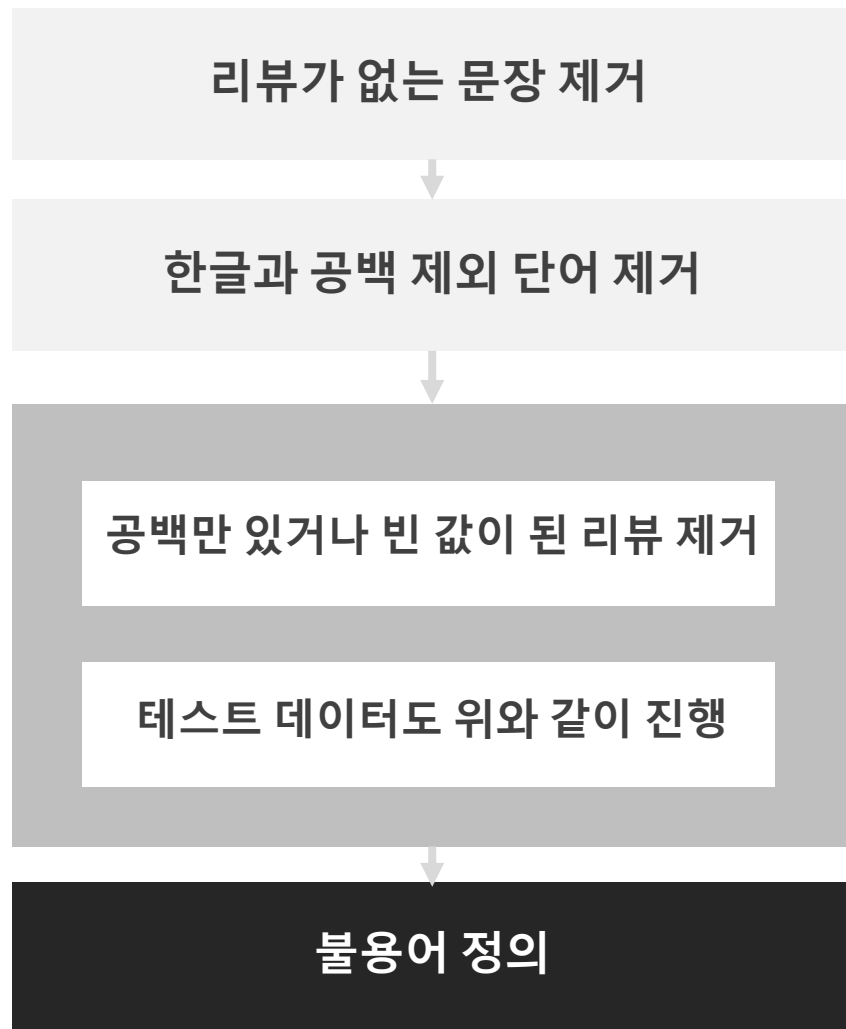
타입: 정수형  
의미: 네이버에서 제공된  
아이디  
NA: 0

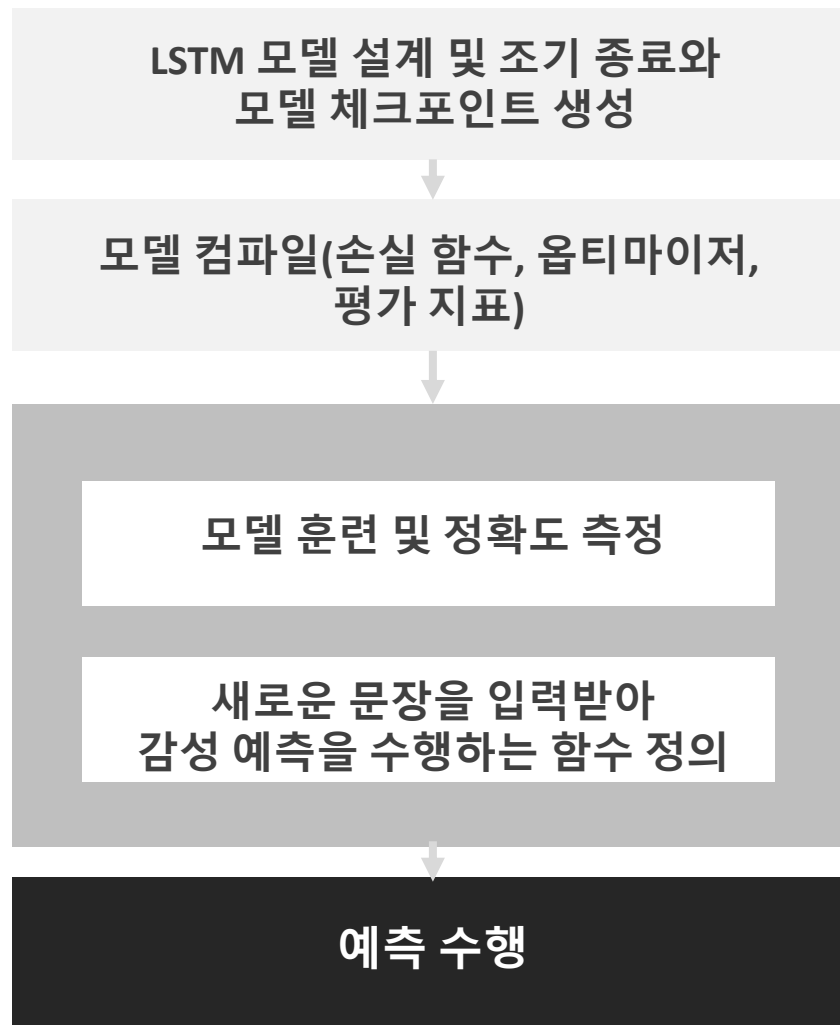
**Document**

타입: 문자형  
의미: 실제 리뷰(문장)  
NA: 5

**Label**

타입: 정수형  
의미: 리뷰의 감정 분류  
0 == 부정적, 1 == 긍정적  
NA: 0









Part 3

# 감성 분석 결과



### 테스트 정확도

```
{  
print(paste("테스트 정확도: ", model_accuracy)  
"테스트 정확도: 0.8601"  
}
```

### 감성 예측 수행

```
{  
"좀 별로네요"  
99.17% 확률로 부정 리뷰입니다.  
  
"재밌어요"  
99.21% 확률로 긍정 리뷰입니다.  
  
"나쁘진 않아요"  
57.29% 확률로 긍정 리뷰입니다.  
}
```



Part 4

# 문제점 및 활용방안

### 반어적 리뷰 확인

{

(“이 영화를 보고 암이 나았습니다 감사합니다 ππ”)

97.87% 확률로 긍정 리뷰입니다.

(“당신이 이 영화를 보지 않았다면 아직 살아있을 이유 하나를 간직하고 있는 것이다.”)

92.59% 확률로 긍정 리뷰입니다.

(“모니터도 울고 외장하드도 울고 숨어있던 바이러스도 울었다”)

96.79% 확률로 긍정 리뷰 입니다.

}

### 활용 방안

#### 1. 고객 서비스 개선

1. 고객 피드백 분석
2. 고객 만족도 추적

#### 2. 마케팅 전략 최적화

1. 캠페인 효과 분석
2. 타겟 마케팅

#### 3. 브랜드 관리

1. 위기 관리
2. 브랜드 평판 모니터링

**감사합니다.**