中文情感词典构建：借鉴英文情感词典，使用HowNet中词语的双语语义描述，抽取中文词汇并计算极性值，形成了情感词典SentiHowNet。提出基于语料中连词规则和上下文特征的情感词典扩展方法，提出了混合方法扩展SentiHowNet；

基于特征空间划分情感分类：提出了将特征空间划分为领域独立和领域依赖两部分方法，分别在两部分特征空间上训练分类器，然后将两个分类器组合在一个框架中形成一个更强的分类器，框架从无需标注的资源开始，使用自举式机器学习方法，可以在无需标注数据进行训练情况下达到有监督机器学习方法的性能；

用户主观性建模：提出了用户主观模型的概念，将用户产生内容中的所关注话题以及用户针对话题的观点组合在一起进行建模，提出一种通用的可扩展观点表示方法，将观点表示为在一个情感值空间的分布，该表示能够表达出用户多视角下的观点信息；交互行为分析：对用户信息传播行为的主观动机进行建模分析。针对Twitter 中用户转发信息的三种常见情形，使用三个主观相似性计算方法进行度量。在转发行为的分析中，三种主观相似性度量与转发行为具有相关性，能够作为转发行为预测的有用特征，并能显著提高现有预测模型的性能。

本文的研究中，并未对观点信息挖掘与分析受到实时性的影响进行讨论研究，社交媒体语言的实时性特点需要后续工作中考虑到相关研究；多种社交媒体综合和跨媒体的信息交互与传播也会对观点信息的分析提出新课题，需要提出方法解决；将观点分析研究结合与其他应用和任务相结合是一个新的研究方向，未来工作重点将结合更多实际任务或应用有针对性的进行观点信息的分析。