

ƯỚC LƯỢNG QUAN TÂM NGƯỜI DÙNG TRÊN MẠNG XÃ HỘI
DỰA TRÊN TƯƠNG TỰ BÀI VIẾT

*ESTIMATING USER'S INTEREST ON SOCIAL NETWORKS
BASED ON ENTRIES SIMILARITY*

Tác giả: *Nguyễn Thị Hội, Trần Đình Quế*

*Trường Đại học Thương mại; hoint@tmu.edu.vn
Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông; tdque@yahoo.com*

Tóm tắt:

Phát hiện quan tâm của người dùng trên các mạng xã hội là một trong những chủ đề thu hút nhiều nghiên cứu và được áp dụng trong nhiều ứng dụng như khuyến nghị người dùng, các chương trình quảng cáo cá nhân hóa hoặc phân loại người dùng. Trong bài báo này, nhóm tác giả đề xuất một mô hình dựa trên việc phân tích các bài viết của người dùng trên các mạng xã hội để phát hiện và so sánh tương quan về quan tâm của họ. Mô hình đề xuất được đánh giá bằng thực nghiệm với dữ liệu thực. Kết quả thực nghiệm cho thấy rằng nếu hai người dùng có nhiều bài viết giống nhau thì sẽ có quan tâm tương tự nhau và ngược lại, nếu hai người dùng có quan tâm giống nhau thì cũng có nhiều bài viết tương tự nhau.

Từ khóa: Quan tâm của người dùng; Mạng xã hội; Bài viết trên mạng xã hội; Độ đo tương tự; Người dùng trên mạng xã hội.

Abstract:

Discovering interests of users on social networks is one of the issues attracting many researches and being applied to various fields such as user recommendations, personalized ads, or categorizing users into groups. In this paper, we propose an approach based on the analysis of user posts on social networks to detect and compare the correlations of interest of two users on the network. Our proposal is also empirically evaluated with the real data. The evaluation shows that the more similar entries two users have, the more similar interests they have and vice versa. If two users have similar interests, their entries are the same.

Key words: User's interest; Social network; Entry; Similarity measure; Users on social networks.