

سیستم پیشنهاد دهنده مبتنی بر برچسب ، زمان و رتبه برای سیستم های برچسب زن اجتماعی

مهناز ذاکر تولائی^۱، منصور اسماعیل پور^۲

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد ، واحد علوم و تحقیقات همدان

۲- عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی

Mz_tavallaei@yahoo.com

نام ارائه دهنده: مهناز ذاکر تولائی

خلاصه

امروزه با توجه به رشد روز افزون داده ها در اینترنت ، حجم بسیار زیادی از داده های مرتبط و غیر مرتبطی در اختیار کاربران قرار می گیرد و نیاز به روشی است که با تحلیل رفتار کاربر، به استخراج نیازها و علاقه مندی های او بپردازد. به این منظور می توان از سیستم های پیشنهاد دهنده مبتنی بر برچسب در شبکه های اجتماعی استفاده کرد. سیستم های پیشنهاد دهنده مبتنی بر برچسب در شبکه های اجتماعی از چندین بخش تشکیل شده است. پارامترهای اصلی سیستم های برچسب زن اجتماعی؛ کاربران ، منابع ، برچسب و زمان برچسب گذاری منابع توسط کاربران است. در این مقاله ما تاثیر رتبه را بر روی پیشنهاد های سیستم بررسی می کنیم و سیستم پیشنهاد دهنده ای را بر اساس این رویکرد ایجاد میکنیم. برچسب حوزه علاقه مندی کاربر و رتبه هم ارزش هر منبع از نظر کاربر را نشان می دهد. بایستی در پیشنهاد منبع علاوه بر حوزه علاقه مندی کاربر و زمان برچسب گذاری ، ارزش هر منبع را هم در نظر گرفت تا منابع پیشنهادی از دقت و صحت بالاتری برخوردار باشند.

کلمات کلیدی: سیستم های پیشنهاد دهنده^۱، سیستم برچسب زن اجتماعی^۲، برچسب^۳، امتیاز^۴

۱. مقدمه

اخیراً سیستم های پیشنهاد دهنده مبتنی بر برچسب در شبکه های اجتماعی به صورت فزاینده ای در اینترنت گسترش پیدا کرده اند و این امکان را برای کاربران فراهم می کنند که به راحتی انواع منابع خود را به اشتراک بگذارند و جستجو کنند. سیستم های برچسب زن اجتماعی منابعی را به کاربران پیشنهاد می دهند که احتمال می دهند کاربران به آن منابع علاقه مندی بیشتری داشته باشند.

از پارامترهای پر اهمیت در سیستم های برچسب زن اجتماعی می توان به برچسب و زمان اشاره کرد که برچسب حوزه مورد علاقه کاربر و زمان هم تاریخ ثبت برچسب برای منبع را مشخص میکند و می توان گفت که علاقه مندی و نیازهای کاربران در گذر زمان تغییر میکنند و با توجه به اینکه میزان علاقه مندی کاربر به

^۱ Recommender system

^۲ Social Tagging System

^۳ Tag

^۴ Score