



## 基于影评数据的在线评论有用性影响因素研究

摘要点击 32 全文点击 54

[查看全文](#) [查看/发表评论](#) [下载PDF阅读器](#)

中文关键词 组织从经验中学习; 团队从经验中学习; 知行统一; 团队建设性争论; 团队绩效;

英文关键词 organizational learning from experience; team learning from experience; unity of knowing and doing; team constructive controversy; team performance;

基金项目 国家杰出青年基金资助项目(70625003);;国家自然科学基金资助项目(70272007;70572005;70321001;70602003);;教育部人文社会科学重点研究基地基金资助重大项目(06JJD630013)

学科分类代码

作者	单位	E-mail
郝媛媛	哈尔滨工业大学管理学院	
叶强		
李一军		

中文摘要

面对互联网上海量的在线客户评论,如何能快速有效地进行识别和选择从而发现和利用其中有用的评论,已经成为人们关注的重要问题.以体验型商品电影的在线评论为研究对象,结合文本挖掘技术和实证研究方法,从文本特征出发探索影响在线评论有用性的因素,建立在线评论有用性影响因素模型,并利用该模型对评论有用性进行分类预测.与现有相关研究相比,提出的模型总体拟合效果显著提高,并发现在线影评中积极的情感倾向、较高的正负情感混杂度、较高的主客观表达混杂度以及较长的平均各句长度,对评论的有用性具有显著的正面影响.最后预测结果表明,该模型对在线影评的有用性具有较强的判别能力.

英文摘要

Empirical method is used to study the cause and effect of organizational learning from experience on team level. Two dimensions of team learning from experience—knowing and doing—are constructed based on team learning behavior(capacity) model. Knowing determines the effectiveness of the transformation from experience into knowledge while doing determines whether the knowledge has been taken full advantage of to direct the behavior. These are the most important dimensions of the whole process of tea...

关闭

版权所有 © 2007 《管理科学学报》

通讯地址: 天津市南开区卫津路92号天津大学第25教学楼A座908室 邮编: 300072

联系电话/传真: 022-27403197 电子信箱: [jmstju@263.net](mailto:jmstju@263.net)