

## Исследование стратегии классификации эмоциональных книг на платформе «WeChat Книги»

Научный руководитель – Мартыненко Елена Викторовна

*Ма Фан*

*Аспирант*

Российский университет дружбы народов, Филологический факультет, Москва, Россия  
*E-mail: 18846147867@163.com*

Развитие эмоциональных книг имеет тенденцию к диверсификации и маркетизации. С одной стороны, с развитием «эмоциональной экономики» эмоциональные книги стали популярным товаром на рынке, поскольку они удовлетворяют эмоциональные потребности читателей, такие как «исцеление», «декомпрессия», «резонанс» и т.д. С другой стороны, с ростом популярности цифрового чтения эмоциональные книги также занимают важное место на рынке электронных книг и аудиокниг. В настоящее время мы находимся в переходной стадии от Web2.0 до Web3.0. Платформа пользовательского контента (UGC) в эпоху Web2.0 также стала более зрелой. Люди могут свободно делиться своими взглядами и оценками книг на платформе UGC, такой как «WeChatКниги». Пользователи могут добавлять пользовательские теги к книгам по эмоциональной тематике, а часто используемые теги становятся идентификаторами ресурсов таких книг, что упрощает поиск для других пользователей. Пользователи также могут выражать свои мысли и мнения в обзорах книг и использовать теги для классификации и рекомендации контента. В системе социальной маркировки пользователи помечают ресурсы посредством самостоятельного создания или повторных ссылок и упоминаний существующих тегов и, наконец, формируют динамические сетевые отношения тройного взаимодействия «пользователь—ресурс—теги» социальные высокочастотные теги, которые отражают стандарты общественной классификации.[1] В этой статье проведен анализ текста на тегах и отзывах на эмоциональные книги на платформе UGC, проанализировано поведение пользователей платформы UGC в соответствии с тегами по теме эмоциональным книгам и обобщено их содержание и характеристики с целью предоставления справочной информации для классификации ресурсов «эмоциональные книги» в публичных библиотеках, издательствах и другие учреждениях.[4]

С помощью ручного скрининга платформы «WeChat Книги» по состоянию на февраль 2025 года было получено 1375 тегов по теме «эмоциональные книги», а с помощью Octopus collector было собрано 73862 отзывов о книгах на платформе «WeChat Книги». Кроме того, Python используется для сбора и анализа содержание тегов по теме «эмоциональные книги» и данных комментариев, анализирования длины надписи и части речи тегов по теме «эмоциональные книги», а также анализирования высокочастотных характерных слов, группировки темы LDA и анализирования эмоциональных тенденций книжных отзывов.[3] Исходя из этого, выделяются пять содержательных характеристик тегов по эмоциональным книгам, далее обобщаются пять тем обзоров по эмоциональным книгам,[2] наконец, предлагаются две стратегические идеи для оптимизации классификации-ресурсов по эмоциональным книгам.

Основываясь на анализе тегов и отзывов по теме «эмоциональные книги», будущая платформа эмоциональных книг должна создать многомерную систему маркировки и обновляемой в режиме реального времени классификации, чтобы отражать потребности пользователей, оптимизировать механизм классификации и рекомендаций, расширять возможности поиска, использования и продвижения эмоциональных книг, способствовать

участию пользователей и их взаимодействию и осуществлять эффективную организацию и обмен информацией. Благодаря функциям пользовательской оценки, рекомендательной системы и маркировки платформа UGC позволяет пользователям участвовать в классификации эмоциональных книг, формируя такие категории, как «популярные эмоциональные книги» и «эмоциональные книги с высокими оценками». Отзывы пользователей и такие теги как «семейная привязанность» и «любовь взрослых», помогают уточнить классификацию, чтобы сделать ее более подходящей для нужд запросов пользователей и повысить эффективность поиска. Платформа UGC собирает данные о поведении пользователей, например, книжные привычки, ключевые слова для поиска и т.д. в режиме реального времени, динамически корректирует классификацию эмоциональных книг, выделяет популярные темы и предоставляет персонализированные рекомендации. Этот механизм позволяет гибко адаптировать классификации и рекомендации к потребностям пользователей и изменениям на рынке [5].

### Источники и литература

- 1) Бинзабиа Р., Уэйд С. Построение онтологии на основе фолксономии: Попытка представить знания, заложенные в отснятых материалах || Журнал интернет-технологий и защищенных транзакций (JITST), 2012, 1(4):93-99.
- 2) Тивенс Дж.С., Хаманн С. Половые различия в активации мозга в ответ на эмоциональные стимулы: метаанализ исследований нейровизуализации || Нейропсихология, 2012, 50(7):1578-1593.
- 3) Ван Ци. Основанный на многоуровневых характеристиках Мультимодальный анализ настроений сети fusion attention network || Китайская информационная газета [U+FF0C] 2022 [U+FF0C] 36 ( 10 ) : 145-154.
- 4) Cai QR, Ma HQ . Тонкая модель анализа настроения для отзывов о товарах на основе Word2Vec и CNN || Информационная работа, 2020, 64 ( 6 ) : 49-58.
- 5) Тан Сб, Цю С. Исследование тематической модели высококачественного анализа комментариев || современный Книга "Информационные технологии", 2015 (7): 104-112