

新媒體輿情與社群行為探勘演講

學習新視界

【記者詹雅婷淡水校園報導】近來新媒體和社群影響力逐漸加深，它已不再是單純抒發情緒或傳播訊息，現今這已成為一種行銷工具和網路操作輿論的主流，因此大數據分析便顯得更為重要。大數據分析以斷詞分析、關鍵字擷取，建立情緒資料庫等方式將一則則訊息化成數據進行各種研究。

19日，新北市電腦商業同業公會專案經理蕭培元於I201進行新媒體輿情與社群行為探勘演講，使大家對於這類新興調查工具有更深入瞭解。蕭經理以各種案例剖析社群及介紹各式方法將分析數據應用至品牌監控或公關處理，他便以洗髮精為例，以語意分析消費行為，得出消費者喜好後，便能以此研發出適合消費者的產品。除了應用至行銷外，近年也有芝麻信用這類程式出現，此程式以點數方式累計使用者發出的文字，如為正面文字便會增加點數，反之亦然，而點數能用於買車、購物、刷卡等等，此類程式也是以大數據方式進行，目的是在控制社會安定。

蕭經理表示，曾透過大數據分析，以人口統計、網路聲量正負情緒比、議題關注程度等方式剖析縣市的選情，進而協助立委政見策略方向。最後，蕭經理也表示數據終究只是一種參考，切勿一切皆以此為基準，因為許多文化、特色價值皆不能以此來分析。而參與這場講座的企管四陳佳穎表示本身有經營粉絲專頁，本就知道此為未來經營網路社群趨勢，但透過這場講座能以更深入的角度去發掘民眾最常使用的關鍵詞。