

Etude de l'opinion et de la confiance sur TripAdvisor.

Faiza Belbachir*

*Institut polytechnique des sciences avancées (IPSA)
phdups@gmail.com

1 Introduction

De nos jours, avec l'explosion du Web la majorité des services, produits, films actuels sont marqués, jugés et appréciés par un grand nombre d'utilisateurs. Ces informations s'avèrent très utiles pour la prise de décision. Il existe différentes plateformes qui se sont spécialisées sur la notation d'avis (système d'Etoiles) comme Amazon, Airbnb, Booking, Tripadvisor. Leur principe est d'aider l'utilisateur à faire son choix en fonction de l'avis et de l'expérience d'autres utilisateurs. L'enjeu de ces sites est donc de pouvoir déterminer au mieux les commentaires les plus fiables et qui répondent aux attentes des internautes. Il est difficile de déterminer ou de mesurer cette fiabilité ou plus exactement il est difficile d'attribuer une confiance à un commentaire. Dans ce travail, nous nous sommes intéressés à répondre à cette problématique.

2 Approche proposée

Afin de déterminer les documents porteurs d'opinion fiables, nous procédons selon les étapes suivantes :

- Déterminer les documents porteurs d'opinion ;
- Déterminer les caractéristiques qui permettent de mesurer la confiance ;
- Calculer le score de confiance ;
- Combiner entre l'opinion et la confiance pour déterminer les documents porteurs d'opinion fiable.

Pour calculer le score d'opinion $ScoreOp(d)$ (equation 1) nous utilisons une approche lexicale basée sur le lexique SentiWordnet. Pour mesurer la confiance du commentaire nous nous sommes basés sur des caractéristiques dont certaines sont spécifiques à la plat-forme d'avis considérée Tripadvisor : le nombre de commentaires (NC) ; le nombre de jugements utiles (NUC) : lorsque vous lisez un commentaire, vous pouvez le juger utile ou pas et donc, plus un utilisateur a de jugements utiles plus il est considéré comme digne de confiance ; moyenne de commentaires utiles (AN) : il peut être intéressant de connaître la moyenne des commentaires jugés utiles. En effet, si un utilisateur commente beaucoup mais a peu de commentaires utiles il est moins digne de confiance que celui qui en commente moins mais avec beaucoup de commentaires jugés utiles par d'autres. Nous allons donc prendre en considération le ration entre le nombre de commentaires utiles et le nombre de commentaires comme caractéristique de confiance ; nombre de badges (NB) et le nombre de points (TP) : ces scores sont attribués