

A Study of Management and Commendation Based on Agent Technology

吳宜峰、楊豐兆

E-mail: 9708173@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

Blog provides a wide range of content, the user not only published an article, photos, multimedia and other information through the blog, but also recommend other blog linking. Users can share and interaction with each other on blog, so more and more users choose to use blog with others for sharing and interaction on the network. Most of the current blog only for their own internal blog to share or link, there is no cross-blog for the sharing of the area. Therefore, the study recommended building a platform, allowing users to the platform in different sites on the recommendation of the blog. The features of the system: First of all, the user can click on this platform for cross-site recommended by the blog. Second, users can join the platform as a friend, and see other users of your friends. Third, build a recommendation of an agent. An agent will recommend the use of the high number of blog recommended to the user. In this platform which can save users to search various sites of time. It also can interaction, sharing and recommendation with others, and link to someone's personal page from a user's friends list. Through each other's series, the formation of a cross-blog community.

Keywords : blog ; agent ; virtual community

Table of Contents

中文摘要	iii	英文摘要	iv
iv 誌謝辭	v	內容目錄	vi
表目錄	viii	圖目錄	viii
ix 第一章 緒論	1	第一節 研究背景	1
1 第二節 研究動機	2	第三節 研究目的	2
2 第四節 研究範圍與限制	3	第五節 研究流程	3
3 第六節 論文架構	5	第二章 文獻探討	6
第一節 部落格	6	第二節 推薦系統	11
第三節 知識本體	14	第四節 軟體代理人	11
17 第五節 Web2.0	18	第三章 需求分析	17
23 第一節 系統目標	23	第二節 使用者需求分析	23
24 第三節 系統需求分析	28	第四節 代理人需求分析	28
29 第四章 系統分析與設計	31	第一節 系統架構	31
31 第二節 使用者觀點模型	32	第三節 代理人設計	32
38 第四節 知識本體設計	41	第五章 部落格推薦系統實	38
作	43	第一節 推薦系統平台建置	43
44 第三節 使用者滿意度調查	55	第二節 使用者操	44
未來展望	66	第六章 結論與未	55
未來展望	67	第一節 結論	66
參考文獻	69	第二節	66
2-1 本體論分類及說明	15	表目錄	69
表 2-2 Web 1.0與Web 2.0比較	20	表 2-1 本體論分類及說明	15
表 2-3 Web 1.0與Web 2.0代表性網站或應用	21	表 2-2 Web 1.0與Web 2.0比較	20
表 3-1 搜尋代理人	29	表 2-3 Web 1.0與Web 2.0代表性網站或應用	21
表 3-2 推薦代	30	表 3-1 搜尋代理人	29
理人	30	表 3-2 推薦代	30
表 5-1 問卷受訪者基本資料	56	理人	30
表 5-2 對	58	表 5-1 問卷受訪者基本資料	56
系統的推薦內容是否感覺到有助	58	表 5-2 對	58
表 5-3 系統操作滿意度	60	系統的推薦內容是否感覺到有助	58
表 5-4 使用者對於系統感到愉悅滿意度	61	表 5-3 系統操作滿意度	60
表 5-5 推薦系統所提供內容豐富滿意度	63	表 5-4 使用者對於系統感到愉悅滿意度	61
表 5-6 社群建立滿意度	64	表 5-5 推薦系統所提供內容豐富滿意度	63
圖目錄	64	表 5-6 社群建立滿意度	64
圖 1- 1 研究流程圖	4	圖目錄	64
圖 2- 1 Web 2.0 Meme Map	19	圖 1- 1 研究流程圖	4
圖 3- 1 使用者案例圖	25	圖 2- 1 Web 2.0 Meme Map	19
圖 3- 2 推薦系統	27	圖 3- 1 使用者案例圖	25
循序圖	27	圖 3- 2 推薦系統	27
圖 3- 3 推薦系統使用者案例圖	28	循序圖	27
圖 4- 1 系統	31	圖 3- 3 推薦系統使用者案例圖	28
架構圖	31	圖 4- 1 系統	31
圖 4- 2 分類、新增、刪除、修改部落格活動圖	33	架構圖	31
圖 4- 3	34	圖 4- 2 分類、新增、刪除、修改部落格活動圖	33
分類、新增、刪除、修改好友活動圖	34	圖 4- 3	34
圖 4- 4 部落格推薦活動圖	35	分類、新增、刪除、修改好友活動圖	34
圖 4- 5 加入社群活動圖	36	圖 4- 4 部落格推薦活動圖	35
圖 4- 6 搜尋代理人循序圖	36	圖 4- 5 加入社群活動圖	36
		圖 4- 6 搜尋代理人循序圖	36

41 圖 4- 7 代理者交談以Ontology為模組	41 圖 4- 8 部落格推薦系統本體論架構
. 42 圖 5- 1 未登入前首頁畫面	44 圖 5- 2 新增個人帳號畫面
. 45 圖 5- 3 登入後首頁畫面	46 圖 5- 4 個人推薦畫面
. 47 圖 5- 5 新增推薦後畫面	47 圖 5- 6 點選被推薦部落格的畫面
. 48 圖 5- 7 推薦加總後畫面	49 圖 5- 8 社群使用者畫面
. 50 圖 5- 9 點選社群使用者當中的參與者	50 圖 5- 10 使用者自己的好友群組
. 51 圖 5- 11 修改好友屬性	52 圖 5- 12 個人資料修改畫面
. 53 圖 5- 13 推薦地區部落格給使用者畫面	53 圖 5- 14 各地區關鍵字搜尋統計
. 54	

REFERENCES

一、中文部份 CPRO編譯/ 撰文(2006) , 部落格成長驚人 每日新生7萬5千個[線上資料] , 來源:

http://cpro.com.tw/channel/news/content/index.php?news_id=10218 [2008, April 23] 李孟陽(2006) , 部落格地圖:部落格上的社交相似性, 私立銘傳大學資訊傳播工程學系未出版之碩士論文。 林智揚(2004) , 以知識本體為基礎的多代理人資訊系統之研究-以天氣查詢為例, 大葉大學資訊管理學系未出版之碩士論文。 藝立協(2003) , Blog:部落格線上出版、網路日誌實作, 台北:上奇科技 戚玉樑(2005) , 使用正規概念分析法於知識擷取之實證研究-以領域本體之知識庫為前提, 發表於電子商務與數位生活研討會, 台北:實踐大學。 胡訓誠(2003) , 應用本體論設計ISO 文件管理資訊管理系統, 國立高雄第一科技大學資訊管理系未出版之碩士論文 維基百科編者 (2008) , 網誌[線上資料]。 來源: <http://zh.wikipedia.org/w/index.php?title=%E7%B6%B2%E8%AA%8C&oldid=6377636>。

[2008, May 3] 戚玉樑, 林建良(2004) , 使用OWL-QL開發領域本體知識庫之知識提取, 發表於電子商務與數位生活研討會, 台北:實踐大學。 鄒景平(2003) , 非正式內容愈見重要[線上資料] , 來源: <http://www.being.org.cn/> [2007, November 13] 二、英文部份 Ansari, A., Essegaier, S., & Kohli, R. (2000). Internet Recommendation Systems. *Journal of Marketing Research*, 37(3), 363-375. Brucks, M. (1985). The effects of product class knowledge on information search behavior. *Journal of Consumer Research*, 12(1), 1-15. Chee, S. H. S., Han, J., & Wang, K. (2001). RecTree: An Efficient Collaborative Filtering Method. *Proceedings of International Conference on Data Warehouse and Knowledge Discovery*, 141-151. Cuene, J. (2005). Web 2.0 at MiMA [Online]. Available:

http://cuene.typepad.com/blog/2005/05/web_20_at_mima.html [2007, September 18]. David S. (1997). *Data somg*. New York:Harper San Francisco. David, W. M. (2003). Ubiquitous Recommendation Systems. *Computer*, 36(10), 111-112. Demko, A. B., & Pizzi, N. J. (2003). The utility of graph theoretic software metrics: a case study. *Electrical and Computer Engineering*, 2, 1309-1312. Drezner, D.W., & Farrell, H. (2004). The power and politics of blogs. Paper presented at the American Political Science Association annual meeting, Chicago. Brickley, D., & Guha, R. V. (2004). RDF Vocabulary Description Language1.0: RDF Schema. W3C Working Draft. Sifry, D. (2007). Sifry ' s Alerts [Online]. Available: <http://www.sifry.com/alerts/archives/000493.html> [2008, March 6] Du, H. S., & Wagner, C. (2005). Learning with Weblogs: An Empirical Investigation. *Proceedings of the 38th Hawaii International Conference on System Sciences*. Hawaii. Efimova, L., & Hendrick, S. (2004). In Search For a Virtual Settlement: An Exploration of Weblog Community Boundaries. *Telematica Insituut, The Netherlands*. Fernback, J. (1999). There is a There: Notes Toward a Definition of Cybercommunity, In S. G. Jones. (Ed.), *Doing Internet Research: Critical Issues and Methods for Examining the Net*. Thousand Oaks, Calif: Sage Publications. Goldberg, D. N. Oki, D. B. M., & Terry, D. (1992). Using Collaborative Filtering to Weave an Information Tapestry, *Communication ACM*, 35(12), 61-70. Harrsch, M. (2003). RSS: The next killer app for education [Online]. Available:

<http://ts.ivu.org/default.asp?show=article&id=2010> [2007, November 15] Herring, S. C., Scheidt, L. A., Bonus, S., & Wright, E. (2004). Bridging the gap: A genre analysis of weblogs. In *Proceedings of the 37th Hawaii International Conference on System Sciences*, Los Alamitos: IEEE Press. Kelleher, T., & Miller, B.M. (2006). Organizational blogs and the human voice: Relational strategies and relational outcomes. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), 395-414. O'Reilly, T. (2005). What Is Web 2.0[Online]. Available: <http://tim.oreilly.com/news/2005/09/30/what-is-web-20.html> [2007, September 15] Maes, P. (1994). Agent That Reduce Work and Information Overload. *Communication of the ACM*, 37(7), 30-40. Paul, R., & Hal, R. V. (1997). Recommender systems. *Communication of ACM*, 40(3), 56-58. Rheingold, H. (1993). *The Virtual Community*. New York: Addison-Wesley Press. Romm, C., Pliskin, N., & Clarke, R. (1997). Virtual communities and society: toward and integrative three phase model. *International Journal of Information Management*, 17(4), 261-270. Sarwar, B., Karypis, G., Konstan, J., & Riedl, J. (2000). Analysis of recommendation algorithms for e-Commerce. *Proceedings of the ACM E-Commerce 2000 Conference*, 158-167. Schafer, J. B., Konstan, J. A., & Riedl, J. (2000). e-Commerce recommendation applications. *Journal of Data Mining and Knowledge Discovery*, 5(1), 115-152. Shardanand, U., & Maes, P. (1995). Social Information Filtering: Algorithms for Automating ' Word of Mouth ' . *Proceedings of the Conference on Human Factors in Computing Systems*, 210-217.