

Moods and Moral Values in Blog Posts

Michel Généreux et Roger Evans

Centro de Linguística da Universidade de Lisboa



Natural Language Technology Group, University of Brighton



University of Brighton

Moods and
Moral Values
in Blog Posts

Michel
Généreux et
Roger Evans

Assise
théorique

Une typologie
des états
affectifs

Un modèle des
valeurs morales

Termes utilisés
pour les valeurs
morales

Expérience 1

Corpus
Résultats

Expérience 2

Corpus
Résultats selon
l'âge
Résultats selon
le sexe

Conclusion

1 Assise théorique

- Une typologie des états affectifs : termes vs bien-être
- Un modèle des valeurs morales : valeurs vs bien-être
- Termes utilisés pour les valeurs morales

2 Expérience 1: Relation entre valeurs morales et bien-être

- Corpus
- Résultats

3 Expérience 2: Intérêt et priorité des valeurs morales selon l'âge et le sexe

- Corpus
- Résultat selon l'âge
- Résultats selon le sexe

4 Conclusion

Assise théorique

Une typologie des états affectifs

Moods and Moral Values in Blog Posts

Michel Génèreux et Roger Evans

Assise théorique

Une typologie des états affectifs

Un modèle des valeurs morales
Termes utilisés pour les valeurs morales

Expérience 1

Corpus
Résultats

Expérience 2

Corpus
Résultats selon l'âge
Résultats selon le sexe

Conclusion

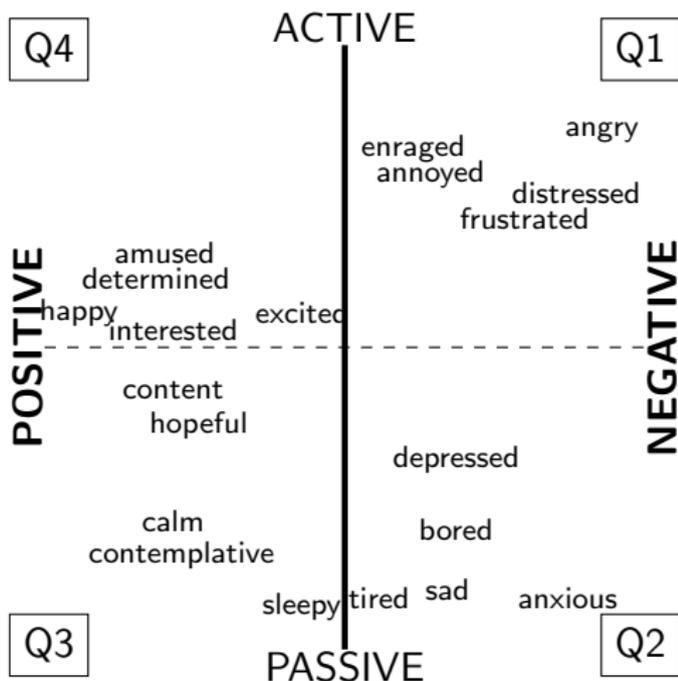


Figure 1: Typologie des états affectifs selon Scherer.

Moods and Moral Values in Blog Posts

Michel Généreux et Roger Evans

Assise théorique

Une typologie des états affectifs

Un modèle des valeurs morales

Termes utilisés pour les valeurs morales

Expérience 1

Corpus
Résultats

Expérience 2

Corpus
Résultats selon l'âge
Résultats selon le sexe

Conclusion

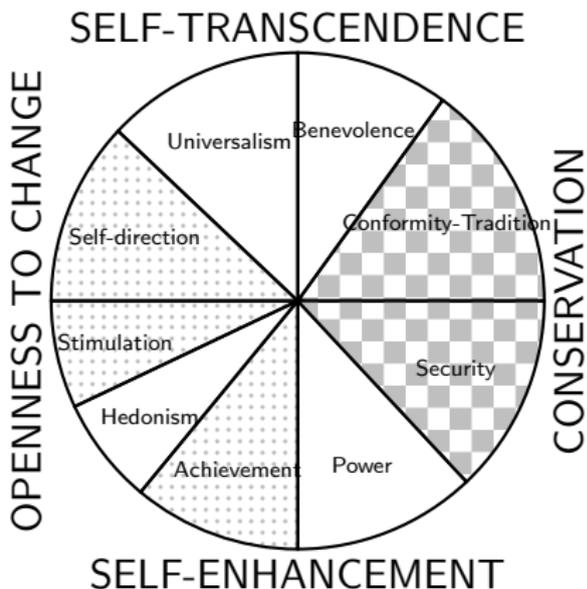


Figure 2: Modèle pour dix types de valeurs basé sur Sagiv. Les corrélations positives avec le bien-être sont présentés dans le motif en pointillés et les corrélations négatives dans le motif en damier.

POWER: power authority wealth

ACHIEVEMENT: achievement success ambition influence

UNIVERSALISM: universal understanding appreciation tolerance
wisdom equality

BENEVOLENCE: kindness helpful honesty forgiving loyal
responsible

STIMULATION: stimulation excitement novelty challenge

SELF-DIRECTION: autonomy creativity freedom independence
curiosity

TRADITION tradition humility devotion moderation

CONFORMITY: conformity politeness obedience

SECURITY: security safety stability clean

HEDONISM: pleasure enjoyment gratification

On utilise une approche basée sur la fréquence pour étudier les deux questions suivantes:

- Quels sont les valeurs morales prédominantes chez les gens (bloggeurs) heureux? (*happy, content, hopeful, etc.*)
- Quels sont les valeurs morales prédominantes chez les gens (bloggeurs) malheureux? (*sad, angry, depressed, etc.*)

Moods and
Moral Values
in Blog Posts

Michel
Généreux et
Roger Evans

Assise
théorique

Une typologie
des états
affectifs

Un modèle des
valeurs morales
Termes utilisés
pour les valeurs
morales

Expérience 1

Corpus
Résultats

Expérience 2

Corpus
Résultats selon
l'âge
Résultats selon
le sexe

Conclusion

Un total de 28672 messages provenant de blogues sur le site LiveJournal durant l'année 2005. Ces courts messages sont annotés par l'auteur, qui indique son humeur du moment (*happy, sad, etc.*). Le corpus comprend des messages avec des humeurs répartis à travers les quatre quadrants proposés par Scherer.

VALUE	P/N	POS	NEG	St. error
achievement ✓	1.41	1.07	0.76	±0.09
stimulation ✓	1.29	1.98	1.53	±0.18
power	1.27	6.16	4.84	±0.34
hedonism	1.27	1.70	1.34	±0.16
universalism	1.25	2.07	1.65	±0.13
self-direction ✓	1.25	1.69	1.36	±0.12
tradition	1.00	0.54	0.54	±0.09
security ✓	0.96	5.19	5.40	±0.26
benevolence	0.89	1.86	2.08	±0.14
conformity ✓	0.38	0.06	0.16	±0.04
Average	1.10	2.23	1.97	-

Table 1: Contenu en termes se rapportant aux valeurs morales par 10,000 mots. ✓ indique un accord avec le modèle de Sagiv. P/N représente POS/NEG.

Moods and
Moral Values
in Blog Posts

Michel
Généreux et
Roger Evans

Assise
théorique

Une typologie
des états
affectifs

Un modèle des
valeurs morales

Termes utilisés
pour les valeurs
morales

Expérience 1

Corpus
Résultats

Expérience 2

Corpus
Résultats selon
l'âge
Résultats selon
le sexe

Conclusion

On utilise de nouveau une approche basée sur la fréquence pour étudier les deux questions suivantes:

- Quels sont les valeurs morales prédominantes pour trois groupes d'âge: 13-17, 23-27 et 33-48 ans
- Quels sont les valeurs morales prédominantes chez les hommes et les femmes

Moods and
Moral Values
in Blog Posts

Michel
Généreux et
Roger Evans

Assise
théorique

Une typologie
des états
affectifs

Un modèle des
valeurs morales
Termes utilisés
pour les valeurs
morales

Expérience 1

Corpus
Résultats

Expérience 2

Corpus
Résultats selon
l'âge
Résultats selon
le sexe

Conclusion

Nous utilisons le *Blog Authorship Corpus*, qui comprend 681288 messages de 19320 blogueurs sur blogger.com en Août 2004. L'auteur indique son âge et son sexe.

Expérience 2: Valeurs morales selon l'âge

Résultat selon l'âge

VALUE	10s	20s	30s
power	5.44 ±.20	9.62 ±.30	12.48 ±.64
security	5.00 ±.20	6.54 ±.18	9.29 ±.44
universalism	1.78 ±.09	3.32 ±.11	4.58 ±.36
self-direction	1.92 ±.11	3.60 ±.16	4.43 ±.29
stimulation	1.71 ±.11	3.47 ±.15	3.86 ±.26
benevolence	1.90 ±.10	2.79 ±.11	3.65 ±.23
hedonism	1.26 ±.10	2.56 ±.14	3.32 ±.30
achievement	1.22 ±.08	2.20 ±.11	2.61 ±.17
tradition	0.63 ±.06	1.19 ±.09	2.04 ±.50
conformity	0.20 ±.04	0.54 ±.12	0.40 ±.08
Total	21.06	35.82	46.65

Table 2: Contenu en termes se rapportant aux valeurs morales par 10,000 mots pour trois tranches d'âge. L'intérêt croît avec l'âge mais la priorité reste la même.

Expérience 2: Valeurs morales selon le sexe

Résultats selon le sexe

VALUE	female	male
power	5.92 ±0.20	10.64 ±0.20
security	6.20 ±0.15	6.42±0.17
self-direction	2.56 ±0.12	3.46± 0.12
universalism	2.46± 0.09	3.26 ±0.10
stimulation	2.63 ±0.17	2.93 ±0.17
benevolence	2.40 ±0.10	2.69 ±0.11
achievement	1.43 ±0.10	2.26 ±0.10
hedonism	2.02 ±0.18	2.22 ±0.20
tradition	0.90 ±0.14	1.26 ±0.15
conformity	0.26 ± 0.20	0.50 ±0.20
Total	22.77	35.63

Table 3: Contenu en termes se rapportant aux valeurs morales par 10,000 mots pour chaque sexe. Plus d'intérêt chez l'homme. *Power* pour l'homme, *security* pour la femme.

Moods and
Moral Values
in Blog Posts

Michel
Généreux et
Roger Evans

Assise
théorique

Une typologie
des états
affectifs

Un modèle des
valeurs morales
Termes utilisés
pour les valeurs
morales

Expérience 1

Corpus
Résultats

Expérience 2

Corpus
Résultats selon
l'âge
Résultats selon
le sexe

Conclusion

Moods and
Moral Values
in Blog Posts

Michel
Généreux et
Roger Evans

Assise
théorique

Une typologie
des états
affectifs

Un modèle des
valeurs morales
Termes utilisés
pour les valeurs
morales

Expérience 1

Corpus
Résultats

Expérience 2

Corpus
Résultats selon
l'âge
Résultats selon
le sexe

Conclusion

- Notre étude montre que des valeurs telles que *achievement*, *stimulation* et *self-direction* s'associent à des personnes (blogueurs) ayant une humeur positive (heureuses?). Notre étude montre aussi que des valeurs telles que *security* et *conformité* s'associent à des personnes (blogueurs) ayant une humeur négative (malheureuses?). Ces résultats sont corroborés par des travaux en psychologie.
- On observe aussi que les personnes âgées sont plus préoccupés par la morale que les plus jeunes, et que les hommes semblent plus bavard au sujet de ces questions morales que les femmes.
- Ces résultats peuvent être mis à profit pour construire un système permettant l'identification automatique du sexe et de l'âge d'un auteur, en plus d'en tirer un profil psychologique.

Moods and
Moral Values
in Blog Posts

Michel
Généreux et
Roger Evans

Assise
théorique

Une typologie
des états
affectifs

Un modèle des
valeurs morales

Termes utilisés
pour les valeurs
morales

Expérience 1

Corpus

Résultats

Expérience 2

Corpus

Résultats selon
l'âge

Résultats selon
le sexe

Conclusion

Merci!