

УДК 811.161.1'276

UDC 811.161.1'276

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЗНАКА @ ДЛЯ ДИАЛОГОВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В TWITTER (на материале твитов на английском языке)

THE USES OF THE @ SIGN FOR CONVERSATIONAL INTERACTION ON TWITTER (carried out on the English language tweets)

Н. А. Залесская,
аспирант кафедры речеведения
и теории коммуникации МГЛУ

N. Zalesskaya,
Postgraduate Student of the department of Speech
Studies and Communication Theory, MSU

Поступила в редакцию 12.07.2019.

Received on 12.07.2019

Служба микроблогов Twitter используется для диалогового взаимодействия и сотрудничества. В настоящей статье анализируются функции и использование знака @ в общедоступных сообщениях в Twitter (твитах). Для определения насколько хорошо Twitter поддерживает обмены высказываниями между пользователями, с какой целью пользователи обращаются к Twitter и какие изменения в использовании или дизайне сделают его более пригодным в качестве инструмента для эффективного взаимодействия, анализируется и согласованность обменов высказываниями.

Ключевые слова: твит, Твиттер, диалоговое взаимодействие, обмены высказываниями между пользователями, функции знака @, согласованность обменов.

The microblogging service Twitter is used for conversational interaction and collaboration. In order to determine how well Twitter supports user-to-user exchanges, what people are using Twitter for, and what usage or design modifications would make it (more) usable as a tool for effective interaction, this study analyzes a corpus of public Twitter messages (tweets), focusing on the functions and uses of the @ sign, and the coherence of exchanges.

Keywords: tweet, Twitter, conversational interaction, user-to-user exchanges, functions of the @ sign, coherence of exchanges.

«Твиттер» (Twitter, от англ. *to tweet* – «чирикать, щебетать, болтать») – социальная сеть для публичного обмена сообщениями с помощью веб-интерфейса, SMS, средств мгновенного обмена сообщениями или сторонних программ-клиентов для пользователей интернета любого возраста [1]. Благодаря гибкости доступа и облегченной архитектуре, Twitter используется для обмена идеями и координации действий, подобно обмену мгновенными сообщениями, только еще более динамичному [2]. С помощью Twitter распространяется информация в институциональных условиях и для объединения групп индивидов в критических ситуациях [3]. Пользователи отправляют сообщения (твиты) веб-интерфейсу, где они и отображаются. В ноябре 2017 г. Twitter расширил максимально допустимое число знаков в одном сообщении вдвое – со 140 до 280 символов. Однако нововведение не распространилось на японский, корейский и китайский языки (здесь, как прежде, 140 символов). По желанию пользователей сообщения могут быть общедоступными или личными. Общедоступные твиты отображаются в обратном хронологическом порядке на домашней странице Twitter.com и на

странице Twitter каждого пользователя («микробиблиотека» пользователя). Личные сообщения могут видеть только лица, подписавшиеся на фид пользователя (так называемые «фоловеры»).

В будние дни количество пользователей Twitter в два раза больше, чем в выходные. По состоянию на декабрь 2016 г. большинство пользователей – жители США, как правило, молодые мужчины в возрасте 18–24 лет – «поисковые» пользователи сайта, посещающие его всего несколько раз в месяц. Более «тяжелые» пользователи Twitter (индивиды, использующие сайт шесть или более раз в месяц) находятся в возрасте 25–44 лет [4]. Основные категории пользователей Twitter – *источники информации* (публикуют новости и имеют большую базу фоловеров) и *искатели информации* (сами редко публикуют твиты, но регулярно «следуют» за другими пользователями). Пользователи обсуждают события в своей жизни или жизни общества, делятся мыслями, обмениваются информацией или URL-адресами. При появлении знака @ в качестве маркера адресности (указывающего предполагаемого адресата) было установлено, что 21 % пользователей обращались к Twitter

именно с целью общения [5]. В многопользовательских общественных средах требуется высокая степень адресности, так как внимание адресата восстанавливается с появлением в беседе очередного высказывания. Адресность – это стратегия создания согласованных реплик в Сети. В контексте интернет-коммуникации согласованность определяется как устойчивый, ориентированный на темы, обмен репликами между пользователями. Согласованность часто бывает проблематичной, поскольку сообщения отправляются в том порядке, в котором они получены системой, независимо от того, на какую именно реплику отвечает сообщение. Как следствие, сообщения, логически реагирующие друг на друга, часто прерываются посредством промежуточных сообщений. Чем больше участников в беседе, тем больше вероятность нарушения согласованности сообщений. В «шумном» (из-за большого количества твитов и скорости, с которой они отправляются) окружении Twitter использование знака @ является полезной стратегией для повторного включения одного твита в другой и для обеспечения согласованных обменов.

Целью статьи является анализ использования Twitter в качестве средства общения. Особое внимание уделяется роли, которую в твитах играет знак @. Для определения насколько эффективно Twitter используется для общения (с учетом того, что представители разных культур могут придерживаться различных шаблонов ведения беседы), нам потребовалось ответить на ряд вопросов:

1. Каково распределение языка твитов по периодам времени, и в какой степени знак @ используется в твитах на разных языках?
2. Каковы функции знака @ в твитах на английском языке?
3. Зависит ли содержание твита от наличия/отсутствия в нем знака @?
4. Как часто сообщения (со знаком @ / без него) на английском языке, которые направлены адресату, получают ответы?
5. Насколько согласованными и продолжительными являются интерактивные обмены, а также в какой степени в них используется знак @?

Для ответа на вопросы исследования – каково распределение языка твитов по периодам времени и в какой степени знак @ используется в твитах на разных языках – нами проанализирована случайная выборка

(50 твитов) из каждого периода времени суток (06:00, 10:00, 14:00 и 18:00), в общей сложности 200 твитов, для: а) языка, на котором написан твит, и б) географического положения отправителя, которое указано в большинстве профилей пользователей. Твиты собраны с помощью одного из инструментов Twitter, находящегося в свободном доступе. Как и следовало ожидать, активность публикации в Twitter варьируется в зависимости от часового пояса. Наиболее распространены твиты на английском языке, за ними следуют твиты на испанском и русском языках. Различные языковые группы используют знак @ с одинаковой частотой. В целом, 30 % твитов от общего количества сообщений с использованием знака @ оказалось в выборке «06:00» и «18:00», 33 % твитов в выборке «10:00» и 37 % в выборке «14:00». Это говорит о том, что интерактивное использование Twitter быстро набирает популярность и становится глобальной тенденцией. Хотя твиты на английском языке были самыми распространенными во всех четырех периодах времени, чаще всего они встречались (72 %) в двух выборках: «14:00» и «18:00». Для ответа на оставшиеся вопросы исследования было сосредоточено внимание на твитах, вошедших в выборку «18:00», так как здесь инструмент, с помощью которого автоматически собирались и архивировались твиты, реже сигнализировал о потерянных твитах и / или об ошибке.

Второй вопрос исследования был направлен на классификацию и количественную оценку различных способов использования знака @ в твитах на английском языке. Для ответа на этот вопрос использовался метод контент-анализа. В ходе исследования нами определены следующие функции знака @:

- адресность: направляет сообщение другому пользователю;
- ссылка: упоминает другого пользователя, но не адресует сообщение. Например, *veeeeery happy for @forgetmenotroma and her promotion/maaaaak рада повышению по службе @forgetmenotroma;*
- смайлик: используется как часть смайлика. Например, @_@;
- электронная почта: используется как часть адреса электронной почты. Например, *contact me at kathylynn626@gmail.com/ напиши мне на kathylynn626@gmail.com;*
- «в (at)» – местоположение: информация о том, где находится объект. Например, *chilling @ [at]Olio e Piu with the girls/ расслабляемся с подружками @ [e] Olio e Piu;*

- «в (at)», не определяющий местоположение: используется в качестве предлога, не выражающего местоположение. Например, *3 cups of espresso, willing to lift weights, have 3 conversations and @ the same time stream video to my computer while listening to music / выпил 3 чашки эспрессо, хочу тягать железо, разговаривать с 3-мя людьми одновременно и @ [в] то же время стримить видео на свой компьютер, слушая музыку;*
- другое: использование знака не подпадает ни в какую другую категорию. Может использоваться для обозначения нецензурных слов и металингвистических ссылок на использование знака @ в Twitter. Например, *The *&^ %\$#@! shopping was doubly unfortunate/этот *&^ %\$#@! шопинг прошел крайне не удачно.*

В выборке «18:00» со знаком @ найдено 588 твитов на английском языке. Функции знака @ представлены в таблице 1. Почти 90 % знаков @ в сообщениях из выборки «18:00» использовалось для направления твита конкретному адресату. Следующей наиболее распространенной функцией знака @ было обращение к другому пользователю с указанием текущего местоположения. Анализ случайной выборки из 50 твитов на английском языке со знаком @ из других периодов времени показывает, что частота функций, продемонстрированная в таблице 1, составляет большую часть.

Далее было выявлено, отличается ли содержание твитов, где знак @ используется для направления сообщения конкретному адресату, от твитов, в которых знак использован для себя или для широкой аудитории в Twitter. Для классификации основной темы содержания каждого твита (вопрос 3) использовался контент-анализ. Основные темы случайной выборки из 105 твитов на английском языке («18:00») представлены в таблице 2.

Таблица 1 – Функции знака @ в твитах на английском языке

	Количество	%
Адресность	528	89.79 %
Ссылка	37	6.30 %
«At (в)» – местоположение	12	2.04 %
«At (в)», не определяющий местоположение	5	0.85 %
Электронная почта	3	0.51 %
Смайлик	1	0.17 %
Другие	2	0.34 %
Всего	588	100.00 %

Самым популярным содержанием твитов является сообщение о собственном опыте, в соответствии с заявленной Twitter целью – ответить на вопрос «что вы сейчас делаете?». 57 % твитов без знака @ и 24 % твитов со знаком @ – это подробный ответ на данный вопрос. Кроме того, наблюдаются интересные различия между содержанием твитов со знаком @ и без него. Твиты со знаком @ больше ориентированы на адресата, с большей вероятностью предоставляют информацию другим и с еще большей вероятностью побуждают других делать что-либо – их контент более интерактивен. Напротив, твиты без знака @ более сосредоточены на отправителе, хотя они также сообщают об опыте других и делают более общие заявления. Низкая частота ориентации на адресата (2 %) и призывов / наставлений (1 %) в твитах без знака @ предполагает, что, хотя пользователи теоретически могут выбрать опцию – отвечать на другие твиты, не используя знак @, на практике такие ответы встречаются редко.

Для ответа на два последних вопроса исследования, которые включали частоту ответов и характеристики расширенных обменов сообщениями, были изучены сообщения на английском языке (со знаком @ и без него), опубликованные в Twitter в течение первых 30 минут после 18:00. С помощью методов анализа взаимодействия были идентифицированы все общедоступные ответы с использованием знака @, которые появились в течение часа после исходного сообщения, а также все обмены твитами (одно исходное сообщение и минимум один ответ). Сообщения без знака @ были включены

Таблица 2 – Содержание случайной выборки твитов на английском языке

	с @	без @	Всего
О получателе	7 (18 %)	2 (3 %)	9 (9 %)
Объявление / реклама	0 (0 %)	5 (8 %)	5 (5 %)
Призыв / наставление	6 (16 %)	1 (1 %)	7 (7 %)
Информация для других	7 (18 %)	1 (1 %)	8 (8 %)
Информация для себя	2 (5 %)	5 (8 %)	7 (7 %)
Мнение	4 (11 %)	5 (8 %)	10 (10 %)
Опыт других	1 (3 %)	5 (8 %)	6 (6 %)
Собственный опыт	9 (24 %)	38 (57 %)	47 (45 %)
Запрос информации	0 (0 %)	2 (3 %)	2 (2 %)
Другое	2 (5 %)	2 (3 %)	4 (4 %)
Всего	38	67	105

в этот анализ, так как по нашим наблюдениям, некоторые ненаправленные твиты (без знака @) оказались иницирующими разговор сообщениями, и, таким образом, становились инициациями постфактум. Однако, как отмечалось выше, респонденты чаще использовали знак @ для обозначения адресата. Этот показатель реагирования является приблизительным, поскольку он не включает ответы, опубликованные после часового периода, а также ответы, в которых не использовался знак @, или личные ответы. Даже без учета этих данных, из 785 общедоступных твитов на английском языке, опубликованных за полчаса, в которых знак @ использовался для адресации сообщения конкретному лицу, 346 сообщений (44,07 %) получили публичный ответ. Это означает, что показатель ответа в Twitter (платформа для общения), по крайней мере, находится на среднем уровне или немного выше среднего.

Итак, установлено, что англоговорящие пользователи являются доминирующей языковой группой, присутствующей в выборке, и это неудивительно – Twitter был создан в США. Тем не менее в выборке также были представлены твиты на испанском и русском языках. Знак @ использовался примерно с одинаковой частотой (около 30 %) на всех языках, на которых было написано достаточное для анализа количество твитов. Таким образом, использование Twitter как инструмента межличностного взаимодействия актуально во всем мире.

Наличие знака @ означает, что твит является частью беседы. Около 90 % твитов со знаком @ адресованы отдельным пользователям и не выполняют какую-либо иную функцию (хотя был также определен ряд иных функций). Более того, наиболее интерактивный контент – наставления и контент, отно-

сящийся к адресату, – в подавляющем большинстве случаев был обнаружен в твитах со знаком @ (таблица 2). Было также выявлено, что твиты со знаком @ содержат более широкий спектр контента по сравнению с твитами без знака @, и что большинство твитов без знака @ просто отвечало на вопрос Twitter – «что вы сейчас делаете?» Это говорит о том, что знак @, помимо более интерактивного использования Twitter, косвенно способствует расширению типов контента в твитах.

Общедоступные ответы, опубликованные в течение часа, показали, что 44,07 % твитов со знаком @ получило ответ. С одной стороны, это говорит о том, что некоторое количество сообщений, иницирующих общение в Twitter, остается без ответа. Но, тем не менее, полученные данные указывают на то, что даже в нынешней «шумной» среде Twitter успешные обмены возможны и имеют место.

Последнее мнение также подтверждается результатами анализа общения в Twitter. Было обнаружено, что одночасовая выборка включает в среднем около двух обменов твитами на английском языке в минуту, обычно коротких и происходящих между двумя пользователями. В то же время были выявлены и более длительные взаимодействия нескольких пользователей.

В Twitter происходит актуальное развитие службы совместного решения проблем, и беседы развиваются довольно слаженно. Однако чем больше число участников, тем больше риск того, что потоки сообщений будут пересекаться, отчего пострадает тематическая согласованность. В контексте данного исследования предполагается, что если Twitter будет использоваться для совместной работы, то общение в диадах или небольших группах будет более эффективным, чем многопользовательские открытые дискуссии.

ЛИТЕРАТУРА

1. Твиттер [Электронный ресурс] : Википедия. Свободная энциклопедия. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Twitter>. – Дата доступа: 06.02.2019.
2. Quan-Haase, A. Instant messaging for collaboration : A case study of a high-tech firm [Electronic resource] / A. Quan-Haase, J. Cothrel, B. Wellman. – Mode of access: <http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue4/quan-haase.html>. – Date of access: 02.03.2019.
3. Twitter.com [Electronic resource] : Twitter home page. – Mode of access: <http://twitter.com/home>. – Date of access: 30.03.2019
4. Twitter traffic explosion: Who's behind it all? [Electronic resource] / Compete. – Mode of access: <http://blog.compete.com/2016/02/12/twitter-traffic-growth-usage-demographics/>. – Date of access: 02.12.2016.
5. Twitter [Electronic resource] / Wikipedia. The Free Encyclopedia. – Mode of access: <http://en.wikipedia.org/wiki/Twitter>. – Date of access: 02.04.2019.

REFERENCES

1. Twitter [Elektronnyy resurs] : Vikipediya. Besplatnaya entsiklopediya. – Rezhim dostupa: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Twitter>. – Data dostupa: 02/06/2019.
2. Quan-Haase, A. Instant messaging for collaboration : A case study of a high-tech firm [Electronic resource] / A. Quan-Haase, J. Cothrel, B. Wellman. – Mode of access: <http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue4/quan-haase.html>. – Date of access: 02.03.2019.
3. Twitter.com [Electronic resource] : Twitter home page. – Mode of access: <http://twitter.com/home>. – Date of access: 30.03.2019
4. Twitter traffic explosion: Who's behind it all? [Electronic resource] / Compete. – Mode of access: <http://blog.compete.com/2016/02/12/twitter-traffic-growth-usage-demographics/>. – Date of access: 02.12.2016.
5. Twitter [Electronic resource] / Wikipedia. The Free Encyclopedia. – Mode of access: <http://en.wikipedia.org/wiki/Twitter>. – Date of access: 02.04.2019.