

# #Analiza novih komunikacijskih elementov na družbenem omrežju @Twitter

Katerina Pertot, Maja Petrovčič, Nika Strojani

Oddelek za Prevajalstvo, Filozofska fakulteta, Univerza v Ljubljani

# UVOD

- ▶ jezik na družbenem omrežju Twitter
- ▶ predstavitev izsledkov naših analiz
- ▶ omembe uporabniških imen, heštagi, izrazi čustev (emojiji in emotikoni)
- ▶ kako slovenski tviteraši tvitajo v slovenščini in anglešči

# Potek raziskave

- ▶ Analiza frekvenčnih seznamov najpogostejših 1000 elementov z vsakega seznama
- ▶ Podobni kriteriji jezikoslovne analize, kot so slovensko/tuje, standardno/nestandardno, enobesedno/večbesedno/okrajšano in tematika.
- ▶ Proučevali rabo novih komunikacijskih elementov za različne družbene skupine uporabnikov
- ▶ Izdelava podkorporusov s pomočjo metapodatkov
- ▶ Tako v slovenščini kot v angleščini smo za vse tri tipe komunikacijskih elementov v vseh štirih izdelanih podkorporusih analizo opravili za 100 najpogostejših elementov
- ▶ Analiza skladenjske, pomenoslovne in pragmatične vloge obravnavanih komunikacijskih elementov v slovenskih in angleških tvitih, ki smo jo izvedli na naključnem vzorcu 100 konkordanc za posamezni podkorporus

Microsoft Excel interface showing a data table with columns for word frequency and various categories. The table is displayed in a spreadsheet format with a ribbon at the top and a taskbar at the bottom.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R
1	word	Frekvenca	Politika	Šport	EnoB	VečB	Kratica	Slo.	Šumniki	Tuji j.	Standardno	Nestandardno						
2																		
3	#junaki	11008			1	1			1			1						
4	#plts	9713			1			1	1							1		
5	#slochi	9067			1	1					1					1		
6	#slonews	8573					1				1					1		
7	#soocenje	6543		1		1			1							1		
8	#sp14si	5875			1			1	1							1		
9	#ligaprakov	5253			1		1		1			1						
10	#fail	3804				1					1					1		
11	#PLTS	3661			1			1	1			1						
12	#sampovem	3518					1		1							1		
13	#eurobasket	3329			1		1		1							1		
14	#izvr̃l̃ba	3064		1		1			1			1						
15	#odmevi	2981		1		1			1			1						
16	#rokomet	2948			1	1			1			1						
17	#volitve14	2851		1			1		1							1		
18	#Danes	2794				1			1			1						
19	#risi	2789			1	1			1			1						
20	#Ljubljana	2724				1			1			1						
21	#slovenija	2669				1			1								1	
22	#nbaslo	2668			1		1	1									1	
23	#EuroBasket2013	2586			1		1		1			1						

# OMENJANJE UPORABNIŠKIH IMEN (MENTIONS)

## TIPOLOGIJA (NAJPOGOSTEJŠIH 1000)

- ▶ enobesedne, večbesedne, okrajšane
- ▶ večbesedno: MatevzNovak, JsSmRenton, uporabnastran
- ▶ okrajšano: nk\_maribor, ABratusek, drVinkoGorenak
- ▶ najpogosteje uporabljene večbesedne omembe (65 %), najmanjkrat okrajšave (17 %)

## OMEMBE V SOBESEDILU

### Ena ali več omemb na tvit

- ▶ prevladuje ena omemba (57 %)
- ▶ pri večih omembah povprečno število 2 omembi na tvit (24 % v obeh korpusih)
- ▶ največ 8 omemb na tvit

### Kaj omemba označuje

- ▶ osebe, internetne strani, podjetja, politične stranke, oddaje, glasbene skupine
- ▶ največkrat označujejo osebe (72 %)

## UGOTOVITEV

- ▶ Slovenščina:
  - ▶ omembe uporabniških imen v slovenščini, večinoma večbesedne, nestandardna raba
  - ▶ omembe na začetku tvita, skladenjska raba, ena omemba na tvit, omemba označuje osebo
- ▶ Angleščina:
  - ▶ omembe uporabniških imen v slovenščini, večinoma večbesedne, nestandardna raba
  - ▶ omembe na začetku tvita, skladenjska raba, ena omemba na tvit, omemba označuje osebo

# EMOTIKONI IN EMOJIJI

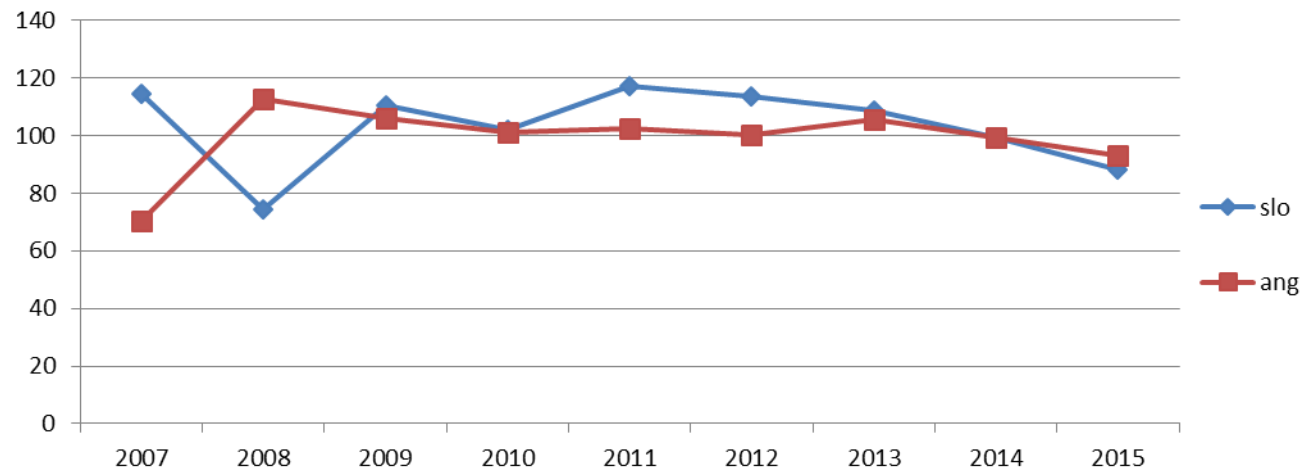
- ▶ celoten slovenski korpus: ženske več emojijev v primerjavi z moškimi
- ▶ prav tako v angleščini
- ▶ TIPOLOGIJA (NAJPOGOSTEJŠIH 1000)
- ▶ emotikoni v slovenskem in angleškem jeziku po pomenu primerljivi
- ▶ prevladujejo emotikoni s pozitivnim sporočilom, najpogostejši (5,4 %) so izrazi smeha npr. :-) ali :).
- ▶ Raba čustvenih izrazov po regijah:

## slovenski tviti

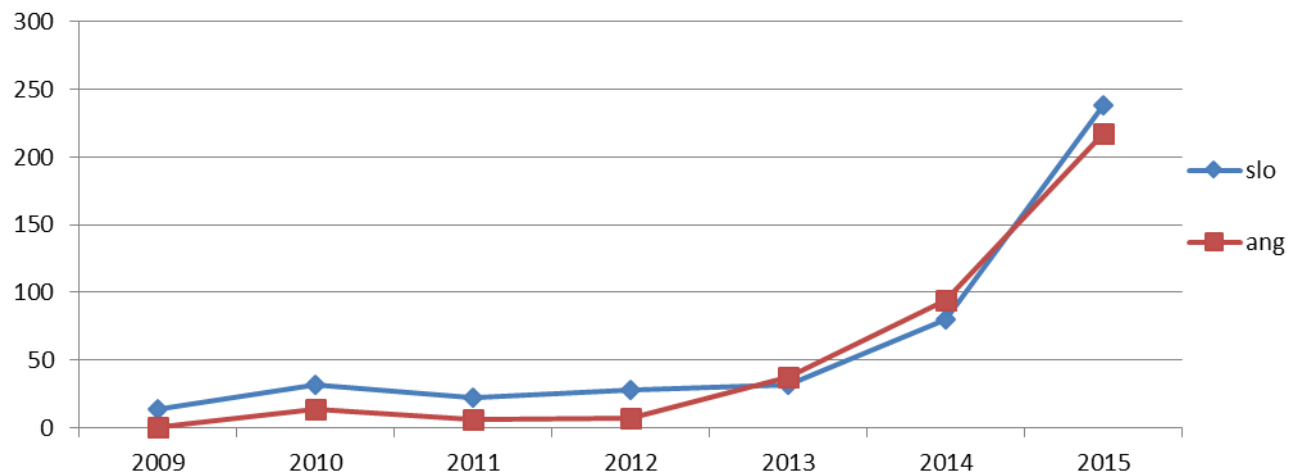
- ▶ najpogostejša raba emotikonov: Koroška
- ▶ najpogostejša raba emojijev: Štajerska
- ▶ raba emojijev narašča
- ▶ raba emotikonov počasi upada



## Emotikoni v letih



## Emojiji v letih



## RAZLIČNE SKUPINE UPORABNIKOV

- ▶ Moški z javnimi računi v slovenščini uporabljajo več emotikonov za ljubezen (6 %) in tudi več za žalost v primerjavi z angleščino (16 % žalost v slovenščini, medtem ko je teh v angleščini le 6 %)
- ▶ Ženske z javnimi računi v slovenščini uporabljajo več emojijev, ki ponazarjajo naravo (26 % proti 12 % v angleščini)
- ▶ EMOTIKONI: moški, ki tvitajo v slovenskem jeziku uporabljajo več emotikonov za žalost v primerjavi z ženskami (16 % proti 12 %) in tudi več emotikonov, ki ponazarjajo smeh (46 % proti 36 %)

## ▶ EMOJIJ IN EMOTIKONI V SOBESEDILU

- ▶ Namesto ločila
- ▶ Namesto besede
- ▶ Stavek omili ali podkrepi

1) *ženitnega posrednika se pa ne grem :D*

2) *Lučkeee, juhej :)))*

1) *Tiho bodi, ves da nisem tebe mislila!!* □

2) *Pr šepanju mi gre najbolj na živce to, da sm tak počasna - bolj k bolečina, res.*  
□

- ▶ Moški z zasebnimi računi več krepilnih emotikonov v slo kot v ang (68% proti 45%)
- ▶ Ženske z zasebnimi računi pa več v ang (63% proti 61%)

# HEŠTEGI

## TIPOLOGIJA (NAJPOGOSTEJŠIH 1000)

- ▶ v slovenskem delu korpusa so bili prvi trije najpogostejši heštegi #junaki, #plts, #slochi
- ▶ v angleškem delu pa #Slovenia, #Ljubljana, #slovenia
- ▶ tema: politika, šport
- v slovenskem delu: šport 20 % (#junaki, #slochi), politika 11 % (#soocenje, #odmevi)
- v angleškem delu: šport 17 %, politika 3, 2 %
- ▶ standardni, nestandardni jezik, raba šumnikov:
- raba šumnikov v slovenskem korpusu je zelo nizka, zgolj 5 % heštegov vsebuje šumnike
- nestandardno: #Sochi2014. (#PLTS in #plts) kratice, napisane z majhnimi črkami, pogovorni izrazi (#gotofje, #fuzbal, #butale)

## RAZLIČNE SKUPINE UPORABNIKOV

- ▶ tema
- ▶ slovenski del: najpogosteje šport pri moških uporabnikih z zasebnim računom 30 % in najmanjkrat ženske uporabnice s korporativnim računom 23 %
  - #junaki, #slochi, #ligaprvakov
  - Podkorporus uporabnice s korporativnim računom: #Ljubljana, #realestate, #fwlj
- ▶ standardni, nestandardni jezik
  - moški nekoliko večkrat uporabljajo standardne heštege (56 %), predvsem tisti s korporativnimi uporabniškimi računi (61 %)

## UGOTOVITEV

- ▶ v slovenščini kot angleščini so hešteri na sredini pogosto rabljeni stavčno; najpogosteje kot predmet, osebek, povedek in prislovno določilo kraja
- ▶ uporabniki v angleščini uporabljajo več heštegov v enem tvitu (78 %), kar ne velja za slovenščino (60 %)
- ▶ pri ženskih uporabnicah v angleškem podkorpusu z uradnimi uporabniškimi računi najdemo veliko število heštegov s področja podjetništva (#ecommerce, #Google) in marketinga (#SocialMediaMarketing, #contentmarketing)
- ▶ V nasprotju z moškimi uporabniki, ki ne glede na zaseben (27 %) ali uraden (16 %) račun, uporabljajo športne heštege (#srcebije, #mismomaribor)

# SKLEP

- ▶ **UPORABNIŠKA IMENA:** Ni večjih odstopanj: uporabniki tvitajo enako v angleščini in slovenščini
- ▶ **EMOJI IN EMOTIKONI:** raba emotikonov upada, raba emojijev narašča, uporabljajo jih v večini ženske, velikokrat namesto ločil
- ▶ **HEŠTEGI:** v večini na koncu tvita, večinoma standardni in enobesedni, najpogostejša tema je šport