

Twitter som backchannel

CHRISTIAN KONSTENIUS



**KTH Datavetenskap
och kommunikation**

Twitter som backchannel

C H R I S T I A N K O N S T E N I U S

Examensarbete i medieteknik om 15 högskolepoäng
vid Programmet för medieteknik
Kungliga Tekniska Högskolan år 2010
Handledare på CSC var Leif Handberg
Examinator var Daniel Pargman

URL: [www.csc.kth.se/utbildning/kandidatexjobb/medieteknik/2010/
konstenius_christian_K10089.pdf](http://www.csc.kth.se/utbildning/kandidatexjobb/medieteknik/2010/konstenius_christian_K10089.pdf)

Kungliga tekniska högskolan
Skolan för datavetenskap och kommunikation

KTH CSC
100 44 Stockholm

URL: www.kth.se/csc

Twitter som backchannel

Sammanfattning

På konferenser och events så har talaren länge varit den enda som haft möjlighet att säga sitt. Publiken har fått ställa sina frågor efter att talaren är klar, och då bara en person i taget. Alla i publiken är låsta till att lyssna på samma person och har ingen effektiv möjlighet att kommentera eller kontrollera det som sägs. Frågor ställs av publiken och svaras av talaren.

Så här såg det ut fram till bara några år sedan. Publiken börjar idag plocka fram sina laptops under presentationer. Det började med att publiken surfade runt på internet eller kollade sin email men har idag utvecklats till så mycket mer. I och med att internet utvecklas och sociala medierna får allt fler användare så hittar publiken nya sätt att kommunicera under event. Det kommenteras, ställs frågor och kontrolleras fakta i en takt som tidigare inte var möjlig. Idag är Twitter den största aktören på marknaden inom backchannels men är Twitter verkligen så bra till detta eller saknar publiken någonting?

Twitter as Backchannel

Abstract

At conferences and events, the speaker has been the only one who had the opportunity to have his say. The audience has to ask their questions after the speaker is finished and with only one person at a time. Everyone in the audience is forced to listen to the same person and have no effective way to comment or to verify what is being said. Questions is being asked by the audience and answered by the speaker.

This is what it looked like until a few years ago. Today the audience begins to pick up their laptops during presentations. It began with the audience surfing the Internet and checking their emails, but has now evolved into so much more. As the Internet develops and the social medias gain more users, the audience will find new ways to communicate. They comment, check facts, ask and answer questions at a rate that was previously not possible. Twitter is today the largest actor when it comes to backchannels. But is Twitter really good for this purpose or are the audience missing something?

Förord

Denna text är ett examensarbete på kandidatnivå som är skrivet av en student på Medieteknikprogrammet på Kungliga Tekniska Högskolan i Stockholm. Det är en text som är menad att börja gå in på hur Twitter används som backchannel och vad backchannels är bra för. Jag kommer att presentera vad jag anser kring ämnet och vad resultatet av en mindre undersökning ger.

Handledare för projektet var Leif Handberg.

Innehållsförteckning

Inledning	1
Bakgrund.....	2
Begreppskalibrering	2
Fler gör sig hörda	3
Vilka tjänster används idag?	3
Mikroblogger	4
Hur används tjänsterna?	5
Kort genomgång av Twitter som backchannel.....	5
Andra tjänster som försöker göra detta bättre	6
Enkeltrådad kommunikation – Ett problem	6
Backchannels – Flertrådad kommunikation.....	7
Osynlighet – Ett annat karaktärsdrag	7
Anonymitet.....	8
Virtuell Identitet.....	8
Loggar och meddelanden	9
Hur ökar man antalet deltagare?	10
Hur ska en talare få deltagarna i en backchannel på sin sida?	11
Hur kan man bevaka vad som sägs?	12
Metod	13
En analys av Twitters loggar.....	15
Resultat.....	16
Diskussion av resultatet.....	19
Min kravlista på en backchannel.....	20
Hur väl klarar Twitter min kravlista?	21
Litteraturlista.....	23

Inledning

Backchannels, en term som funnits sedan 70-talet men som på senare tid har blivit ett alltmer använt fenomen. Dagens sociala medier har gett åhörare en chans att kommentera saker som händer medan det pågår. Allt från events, föreläsningar och konferenser, till OS och melodifestivalen kommenteras flitigt på tjänster så som Twitter och Google Wave(som nyligen beslutats att lägga ner).

Åhörare kan se andras kommentarer och själv lämna kommentarer men eftersom tjänsterna som används, först och främst inte är tänkta att användas till detta så finns det en hel del saker som kan förbättra åhörarens och ansvarigas upplevelse av backchannels.

Är Twitter verkligen den bästa tjänsten för detta? Om det är många som kommenterar, försvinner inte då ens meddelande bland alla andras meddelanden? Går det verkligen att göra sig hörd och uttrycka sina åsikter?

Det finns idag både ”officiella” backchannels(där en chatt, forum eller liknande blivit specificerad, av de ansvariga, för användning som backchannel, där alla åsikter och frågor ska samlas). Ett vanligt exempel är personer som sänder live tv-sändningar över internet som samtidigt sitter på en chatt där folk kan lämna kommentarer och frågor. Det är däremot betydligt vanligare med ”oofficiella” backchannels där folk kommenterar på tjänster som Twitter vad de tänker och tycker om t.ex. ett event. Dessa ”oofficiella” backchannels har ofta mer deltagare, men fyller samtidigt ett mindre syfte, då de ansvariga för eventet sällan ser vad folk skriver förrän det är slut och har svårt att filtrera mellan t.ex. frågor och kommentarer.

Frågan jag ställer är alltså, hur skulle man förmedla åhörarnas kommentarer och frågor till de ansvariga vid en konferens/event på ett smidigt sätt via Twitter? Går det bra att göra som majoriteten och använda Twitter för detta? Vad gör Twitter bra och vad skulle de behöva göra bättre, ur backchannelperspektiv?

Bakgrund

Det finns en del olika definitioner av vad en backchannel är. Det finns allt från klassiska definitioner inom lingvistik som handlar om hur samtal mellan två eller fler parter kan skapa något som liknar en backchannel där information kan skickas mellan parter. Ett exempel på vad som menas med detta är då två personer pratar med varandra[1]. En person har då oftast ordet och är den som pratar för tillfället. Åhöraren kan då komma med korta kommentarer så som t.ex. ”ja”, ”nej”, ”ok” etc. utan att behöva ta över platsen som talare.

En annan definition som är mer aktuell för det som tas upp i denna uppsats är mer inriktad på internet och sociala medier. Den definition som jag valt lyder som följer:

En backchannel är ett sätt för åhörare att, med hjälp av tjänster på internet, hålla en konversation, samtidigt som de lyssnar på talaren.

Varför ska man då använda en backchannel? Backchannels är bra till mycket men den främsta anledningen är att åhörarna kan lämna kommentarer och ställa frågor utan att nödvändigtvis störa den som talar. Eftersom det idag blir vanligare att publiken sitter med datorer eller mobiltelefoner under presentationer och events så ställer det större krav på talaren. Åhörarna kan idag kontrollera fakta i en presentation i realtid medan presentationen pågår. Om de är missnöjda så kan de berätta det för hela världen. Cliff Atkinson skriver i sin bok ”The Backchannel”[1] att det finns tendenser att det bildas en såkallad ”mob mentality” bland åhörarna där de går ihop och motsätter sig talaren. Hela publiken får då åsikter som de nödvändigtvis inte skulle fått om de bara satt tysta och lyssnade utan möjlighet till kommunikation mellan varandra. Det är inte så vanligt men det inträffar då de ansvariga inte sköter sin backchannel ordentligt. Då det förekommer så ställer det till problem där kommunikationen mellan talare och åhörare drabbas negativt.

Begreppskalibrering

För att förtydliga vad jag pratar om så kommer här lite förklaringar på ord som kommer att förekomma i den här uppsatsen.

- **Backchannel:** Backchannel är den kommunikation som sker mellan publikdeltagarna. Det kan vara allt från viskningar mellan två personer till en stor diskussion på en chatt. Denna kommunikation involverar flera som pratar samtidigt. Detta kommer att förklaras bättre senare.
- **Frontchannel:** Detta är kommunikationen mellan den ensamma talaren på scenen och publiken. Den involverar ofta en talare och flera som lyssnar.
- **Publiken:** Ganska självförklarande, däremot så användare jag andra ord för denna grupp ibland beroende på vad stycket handlar om. Andra ord kan vara ”deltagarna”, ”åhörarna”, etc.
- **Twitter:** Den största tjänsten på internet som folk använder för att skapa backchannels.
- **Mikrobloggar:** Bloggar där man kan skriva korta inlägg, ofta kortare än ett sms. Twitter är ett exempel.

Fler gör sig hörda

Backchannels låter åhörare, som normalt skulle sitta tysta, att få sin röst hörd. Många användare känner sig bekvämare med att skriva kommentarer och frågor på en dator istället för att räcka upp handen och behöva prata inför en större grupp människor. Det här gör att man får fler som deltar än vad man skulle få om man inte använder en backchannel.

Det kan därför vara extra viktigt på evenemang och presentationer där åhörarna förväntas att sitta tysta, att ha en backchannel. Utan en backchannel så får de ansvariga kanske ingen feedback på sitt arbete. Men med hjälp av en backchannel så kan alla i publiken kommentera och ställa frågor som kanske annars skulle gå förlorade. En annan av de största fördelarna med backchannels, som använder sociala medier, är att de inte är begränsade till ett speciellt rum utan folk från hela världen kan kommentera vad som sägs på en presentation.

En person kan sitta i Sverige och kommentera ett event som utspelar sig på andra sidan världen. Jag skulle gissa att det inte är ovanligt att vid stora events, t.ex. Apples årliga Keynote-event, att den stora majoriteten av allt som sägs inte kommer från folk som faktiskt är på plats utan från folk på andra platser i världen som lämnar sina kommentarer. Det här ger företag en oslagbar mängd av feedback, helt gratis.

Man är inte heller begränsad i tiden. Eftersom man använder sociala medier som backchannel så kan man när som helst lämna en kommentar eller en fråga till de ansvariga. Jag är osäker på om det fortfarande är en backchannel vi pratar om, om man kommenterar på ett event efter att det är slut. Men eftersom ens kommentar fortfarande hamnar på samma plats så är det fortfarande till nytta.

Vilka tjänster används idag?

Nästan vilken tjänst som helst på internet som låter användare lämna meddelanden till varandra kan i teorin fungera. Det är däremot långt ifrån optimalt att t.ex. diskutera på ett forum och ännu värre att göra det via email. Orsaken till att jag anser att detta är dåliga tjänster, för att starta en backchannel, är bland annat:

- Ett forum kräver att man själv uppdaterar sidan hela tiden för att se nya meddelanden. Man blir då av med känslan att allt sker i realtid.
- Om man använder ett forum så måste användare/lyssnare vara registrerade på just det forumet. Detta kan göra att man får färre deltagare i en backchannel.
- Det blir snabbt rörigt om man ska ha en backchannel som bygger på email, om man har många deltagare.
- Vissa har väldigt liten plats på sina email konton och om man då har en backchannel med många deltagare så kan man lätt fylla sitt konto på några minuter.

En tjänst som funnits länge, och som fungerar bättre än email och kanske forum, är en vanlig chatt. Ett chatrum gör att alla får sina meddelanden i realtid. Det är däremot svårt eller rent utav omöjligt att sortera svaren efter något annat än tidpunkt då de skickades. Detta gör att om man vill svara på en fråga så kanske kommer det ett tiotal fler frågor till innan man *kanske* får ett svar på sin fråga. Det är då lätt att missa att man fått svar på sin fråga. Att man samtidigt sitter och försöker hänga med på det talaren pratar om gör det inte heller lättare. När det kommer till att sortera och hantera meddelandena så har forum ett klart övertag över chatt och email.

Tabell 1. En liten tabell för att sammanfatta olika tjänsters värde som backchannel:

	Forum	Email	Chatt
Bra	<ul style="list-style-type: none"> Bra på att hantera och sortera meddelanden. Lätt för folk att kommentera på andras inlägg och svara på folks frågor. 	<ul style="list-style-type: none"> Alla har email. Möjligt att få email i realtid. Meddelanden sparas på ditt konto. 	<ul style="list-style-type: none"> Alla meddelanden kommer i realtid. Man behöver inte nödvändigtvis vara registrerad.
Dåligt	<ul style="list-style-type: none"> Långsam/Inte i realtid utan man måste själv manuellt ladda om hemsidan. 	<ul style="list-style-type: none"> Krångligt att hantera meddelanden. Fyller folks e-post konton med "skräp" på nolltid. Passar allmänt dåligt som backchannel. 	<ul style="list-style-type: none"> Krångligt att kommentera på folks inlägg och svara på folks frågor. Meddelanden sparas (oftast) inte.

En optimal tjänst borde ta allt det bra, inget av det dåliga och möjligtvis lägga till något nytt. Det finns tyvärr ingen tjänst som gör detta riktigt bra. Däremot finns det några moderna tjänster som är lite bättre än de jag har tagit upp hittills. Dessa tjänster finns inom kategorin sociala medier.

Det finns många olika sociala medier, det kan vara allt från sociala nätverk och bloggar till sociala nyhetstjänster (Digg, Reddit, etc.) och wikis. När det kommer till backchannels så är det däremot tjänsterna kring "mikroblogging" som blivit populära att använda.

Mikrobloggar

Mikroblogging innebär att man skriver en sorts blogg där man lämnar korta meddelanden, oftast kortare än ett sms. Man kan sedan ha så kallade "followers" som hela tiden ser vad du skriver på din blogg. Det blir alltså ungefär samma resultat som att ändra status på Facebook.

Det som skiljer en mikroblogg med statusuppdateringarna på Facebook är möjligheten att sätta så kallade hashtaggar i ditt meddelande. En hashtag är ett ord som börjar med ett #-tecken. Dessa används på tjänster så som Twitter för att folk ska kunna söka och sortera meddelanden. Om man t.ex. vill söka på alla meddelanden som är taggade med t.ex. #Medieteknik så söker man helt enkelt efter #Medieteknik och får då upp alla resultat man kan förvänta sig.

Tack vare hashtaggar så kan man se mikrobloggar, som t.ex. Twitter, som gigantiska chattar där man måste välja vilka meddelanden man vill se. Att söka efter en speciell hashtag blir ungefär som att gå in i det respektive chattrummet. Som ett exempel så skulle man kunna säga att alla meddelanden som är taggade med #Medieteknik, hamnar i ett virtuellt Medieteknik-rum. Skillnaden mot en vanlig chatt däremot är att varje meddelande kan vara taggade med flera hashtaggar. Ett meddelande kommer alltså inte bara till t.ex. #Medieteknik-rummet utan kommer till alla "rum" som meddelandet är taggat med. Så om ett meddelande är taggat med #Medieteknik och #kexjobb så hamnar meddelandet i båda rummen.

Hur används tjänsterna?

Det finns många microbloggar som skulle kunna användas som backchannel men jag kommer att fokusera på Twitter som är den stora ledaren för att skapa backchannels i realtid.

Majoriteten av inläggen folk skriver på Twitter är däremot inte backchannel-relaterade utan det handlar oftast om allt från kommentarer vad som händer i deras liv, adressen till någon rolig YouTube-video, till nyheter från hela världen. Precis som en microblogg skall vara.

Även bland backchannel relaterade inlägg så varierar stilen en hel del. Av det jag har sett så finns det tre olika varianter; kommentarer, frågor och länkar. De flesta av inläggen är kommentarer där de säger vad de tycker om vad som sägs/presenteras på t.ex. ett event. Kommentarer får oftast inte någon respons. Frågor är ovanligare, främst på grund av de dåliga oddsen att få svar på sin fråga. Frågor är oftast inte riktade till talaren eller de ansvariga utan oftast så ställer folk frågan rakt ut i luften och hoppas att någon annan på Twitter svarar. Det händer att man får svar, men då oftast av vänner eller bekanta.

Kort genomgång av Twitter som backchannel

Twitter är det utan tvekan det största och mest populära verktyget för att skapa en backchannel. Orsaken till detta är bland annat att Twitter har så många fler användare än deras konkurrenter. Det finns flera andra tjänster som gör samma sak lika bra eller ibland till och med bättre. Men på grund av Twitters stora användarbas så har de nya tjänsterna svårt att konkurrera med Twitter.

Hur används då Twitter som en backchannel och vilka funktioner finns?

- **Tweet** – Ett tweet är helt enkelt det meddelande man skriver. Det är grunden till Twitter. Ett "tweet" är begränsat till 140 tecken. Denna begränsning beror på att Twitter från början var tänkt att användas tillsammans med mobiltelefoner där man kunde skicka sms till ett nummer och så fick man sitt sms publicerad på sin profil. Det går fortfarande att använda sms tillsammans med Twitter.
- **@username** – Om man vill prata om en annan Twitter-användare i sitt tweet så använder man ett @ framför användarnamnet. Detta blir automatiskt en länk till den personens konto. Den personen kan i sin tur även se alla tweets, som han blivit omnämnd i, på sin sida.
- **RT or Retweet** – Detta är en enkel men kraftfull funktion för en backchannel. Den låter användare "vidarebefordra" eller återupprepa en annans användares tweet (meddelande). Detta sker oftast på formen: "RT @Username: Original message". Genom att räkna antal retweets på ett visst tweet så kan man på ett hyfsat sätt mäta hur många som ansåg det var ett bra, intressant eller viktigt tweet. Till exempel så kan man i en backchannel använda retweets för att mäta hur många som vill ställa samma fråga eller hur många som håller med en viss kommentar.
- **#hashtag** – Hashtaggar har jag förklarat tidigare, men för att förklara det kort så är det ett sätt att markera vad ett tweet handlar om. T.ex. alla tweet som har något med KTH att göra taggas troligen #KTH. Detta gör att det går lätt att hitta relevanta tweets. En intressant fakta är att hashtaggar inte är något som är bestämt av Twitter utan något som användarna kommit på själva. Kanske kommer det från IRC som är den tjänst som användes innan Twitter, och används fortfarande ibland.
- **Followers** – Followers på Twitter är folk som bestämt sig att det du skriver är intressant och därför valt att "prenumerera" på dina tweets. De får då alla dina inlägg

som meddelanden så fort du skickar dem. Det blir lite som att prenumerera på en RSS-feed som en viss användare uppdaterar med tweets/meddelanden.

Twitter har många funktioner men det är dessa som är de viktigaste och mest använda då man använder Twitter som en backchannel.

En funktion som Twitter saknar som alla konkurrenter har(när det kommer till backchannels) är att kunna rösta och bedöma meddelanden. Tjänster så som Backchan.nl, Yammer.com har lagt till denna enkla funktion. Dessa två tjänster är antingen bara till för företag eller är fortfarande under utveckling. Allmänheten har därför ingen möjlighet att prova dessa tjänster istället för Twitter än.

Andra tjänster som försöker göra detta bättre

Det finns en hel del olika tjänster som bara är till för att skapa backchannels, här nedan nämner jag några av de jag tycker verkar intressanta.

Backchan.nl utvecklas som ett open source projekt av MIT Media Lab och har bara en funktion; tjänsten låter åhörare på ett event ställa frågor och sedan rösta om de tycker andras frågor är viktiga att ta upp eller inte.

Yammer.com är en kommersiell tjänst för företag och är någon slags blandning av Twitter och Facebook. De har däremot lagt till fler funktioner för att förbättra användbarheten som backchannel. T.ex. så kan man ”gilla” andras meddelanden och svara på folks inlägg, det skapas då trådar ungefär som på ett forum. Tjänsten kostar om man vill ha alla funktioner men det finns också en gratis version(även den inriktad till företag) som jag har testat.

Dessa tjänster kommer ha det svårt att vinna mark från Twitter som idag nästan har monopol, om man kan kalla det så, inom backchannelvärlden.

Enkeltrådad kommunikation – Ett problem

När en talare pratar inför publiken så sitter publiken oftast snällt och lyssnar. Så har det alltid varit och så kommer det troligen att vara ett bra tag till på presentationer och liknande events. Men detta är något som backchannels försöker att förbättra.

I rapporten Backchannel: A whisper in Digital Conversation [1] så nämner författarna att kommunikationen mellan talare och publik är en enkeltrådad eller seriell kommunikation där man väntar på sin tur att prata efter att den andra parten har sagt det han vill. Det kan bara vara en som pratar i taget och alla andra måste sitta tysta och lyssna.

De som lyssnar har oftast inget val annat än att lyssna på det som talaren säger, eftersom det i de flesta sådana situationer vore oartigt att prata med andra då talaren pratar. Ofta kan de räcka upp handen och ställa frågor eller komma med kommentarer, men även detta kan vara ”otillåtet” om det är tänkt att man ska ta alla frågor i slutet av presentationen. Detta gör att publiken sitter med tankar och frågor i sina huvuden som de inte kan förmedla vidare.

Om många vill komma till tals så kommer denna begränsning att begränsa hur många som kan få prata. När folk ställer frågor eller kommer med kommentarer så blir de tillfälligt talaren och alla andra måste då lyssna på dem istället i några sekunder. Kommunikation är alltså seriell.

Man skulle kunna säga att alla som har något de vill säga måste ställa sig i en kö och vänta på sin tur. Och sedan avbetar man en efter en i kön tills kön är tom eller tiden är slut.

Men alla får ändå inte säga vad de vill, folk tvingas ofta ofrivilligt att lämna kön för att någon innan dem i kön ändrar samtalsämne eller att tiden tar slut. Massor av synpunkter och kommentarer går då förlorade.

Backchannels – Flertrådad kommunikation

Ett sätt som publiken har valt att lösa detta är att använda olika typer av backchannels. Det kan vara allt från att de sitter och chattar med sina vänner som är på samma presentation till att de sprider sina tankar till allmänheten på Twitter. Detta skapar en form av flertrådad kommunikation där alla som har något att säga kan säga vad de vill, när de vill. Folk behöver inte heller sitta och ”lyssna” på en persons åsikter utan kan följa vad flera personer säger samtidigt. Så kort sagt så blir fler folk hörda tack vare backchannels.

Kommunikationen sker inte längre seriellt. Det finns inte längre några köer att stå i för att få säga sitt. Visst, om man förväntar sig svar så måste man vänta på svar innan man kan skriva vidare men det är inte en enda stor gemensam kö. Man skulle kunna säga att för varje ny fråga eller kommentar så startas en ny tråd/kö där folk kan ställa sig i. Dessa nya köer har däremot lite nya regler som kommer av hur sättet internettjänsten de använder fungerar. Det är inte längre den som stått längst i kön som nödvändigtvis får säga sitt först, utan det är den som säger/skriver sin fråga eller kommentarer snabbast som blir hörd först. Detta beror på att ens meddelande, i de flesta internettjänster skickas så fort man har tryckt Enter, den som trycker Enter först blir hörd först. Man behöver alltså inte vänta på sin tur utan man kan säga det man vill, direkt då man kommer på det. Hur alla dessa köer eller trådar, som de brukar kallas, hanteras beror på vad för tjänst som man använder till backchannel.

Dessa trådar kan vara i många olika former; det kan vara en privat konversation på en chatt, en forumtråd, ett speciellt taggat tweet, etc.

Osynlighet – Ett annat karaktärsdrag

På grund av tekniken som används av backchannels så är det svårt att veta, då man är på ett event, om det över huvudtaget finns en backchannel och vilka som deltar i den. Personer som sitter till synes inaktiva i frontchannel kan vara aktiva i en backchannel utan att det märks utifrån. Eftersom backchannels inte syns i frontchannel så påverkas inte frontchannel av vad som sägs i en backchannel.

I uppsatsen ”Backchannel: Whispering in Digital Conversation” så nämner författarna att det går att dela upp backchannels i två kategorier.

- ”Tangential backchannel” – Detta är en backchannel där det diskuteras saker som handlar om eller relateras till det som sägs i frontchannel. Ett exempel skulle kunna vara då ett antal personer i publiken vid ett event diskuterar vad talaren precis har sagt.
- ”Självständig backchannel” – Eftersom en backchannel inte syns i en frontchannel så kommer det dyka upp backchannels där det diskuteras saker som är orelaterade till det som sägs i frontchannel. Ett exempel skulle kunna vara då två vänner diskuterar vad de ska hitta på i helgen.

Det är främst tangential backchannels som jag pratar om i den här uppsatsen.

De nämner även lite om skillnaden mellan privata och publika backchannels. Privata backchannels är backchannel där allt som sägs hålls dolt för omvärlden och det är bara vissa utvalda som får se vad som sägs. Det är så här Facebook fungerar; du måste vara vän med en person för att se vad de skriver. Även många forum är låsta för omvärlden och kräver att man registrerar sig för att se innehållet.

Twitter fungerar lite annorlunda. Hos Twitter så skickar du ut allt du säger till omvärlden som alla får läsa. Allt du säger kan läsas av vem som helst. Detta är en publik backchannel. Orsaken till att Twitter är det största verktyget för backchannels är just detta; alla ser vad du skriver. Många bloggare och andra kändisar har uppmärksammat detta och insatt att det här är ett enkelt sätt för dem att göra sig hörda och skaffa publicitet.

Publika backchannels är däremot inte nödvändigt bäst i alla sammanhang. Vid affärsmöten till exempel så kan det vara dåligt, både för företaget och också den enskilde anställde, om allmänheten ser vad som sägs.

Anonymitet

En sak som kan ses som både positivt och negativt är möjligheten att vara anonym på internet. Anonymitet i en backchannel kan leda till att folk börjar prata om saker helt orelaterade till ämnet eller att de börjar bete sig dåligt. Det kan däremot också leda till att folk vågar säga saker de annars inte skulle göra.

Att veta att allt du säger sparas och kan läsas, när som helst, av vem som helst och med ditt namn skrivet på alla dina meddelanden, kan vara skrämmande för många. Detta gör att de kanske censurerar sig själva och säger bara sådant som inte sticker ut eller upprör. Det är alltid lättare att hålla med någon än att säga att de har helt fel. Det här gör att hela grupper av personer inne i en backchannel kan enas kring en fråga eller kommentar som hälften av personerna egentligen inte håller med om.

Jag ser två saker man kan göra för att förhindra detta; antingen så kan man dölja alla namnen eller ersätta dem med siffror så att bara administratörer eller liknande ser vem som säger vad eller så kan man välja att inte spara konversationerna överhuvudtaget. Men för företag som t.ex. samlar feedback så är det viktigt att konversationerna i en backchannel sparas.

Virtuell Identitet

Att hålla allt anonymt är däremot inte nödvändigt en bra sak. Flera forskare hävdar att ”skapandet av en identitet och ett rykte i ett virtuellt samhälle länge har varit förstått som en av de viktigaste egenskaperna för ökat deltagande och engagemang inom det samhället.” [3]

Att själv kunna skaffa sig en identitet och ett bra rykte i ett online-community kan ha avgörande betydelse om folk väljer att vara aktiva eller ej. Om man till exempel inte ser vem som skriver vad så skulle många låta bli att skriva överhuvudtaget eftersom de inte kan ta äran för ett smart svar, intelligenta kommentarer etc. Få skulle troligen sitta och skriva ett svar på en svår fråga i flera minuter om de inte kunde ta åt sig äran.

Det kan alltså vara bra att inte dölja namn eller ersätta med siffror. Istället borde man få välja användarnamn själv. Användare kan då välja att använda sitt riktiga namn och då avslöja sig själv eller så kan de använda ett påhittat namn och förbli anonym.

Att motivera användare att skriva i en backchannel är ett av de större problemen ansvariga för ett event, konferens eller föreläsning, drabbas av (när det kommer till backchannels). Varför ska de egentligen skriva i en backchannel. Det är lätt att förstå att folk som har frågor ställer dessa i en backchannel, men varför är det folk som svarar? Det kan självklart finnas en lång rad av olika anledningar till detta. Jag tror att det är två anledningar som är vanligare än de andra; antingen vill man förstärka sin ”status” i gruppen av folk eller så vill man förstärka sitt ego. Det kan också vara ett sätt att titta så att man har förstått allting rätt själv.

En backchannel kan vara antingen i en slags community-form, som Twitter, där man har en egen profil sida och kan skaffa vänner/followers osv. Det kan också vara i en form där man inte har någonting mer än bara sitt namn för att definiera sin identitet. Vanliga chatter är typiska exempel på detta.

Loggar och meddelanden

Att spara allt som sägs i en frontchannel är vanligt. Vid en föreläsning till exempel så antecknar man allt som föreläsaren säger och ofta så har han/hon redan sina anteckningar nedskrivna som man kan få. Loggar i en backchannel är däremot mer ovanliga. Att logga allt som sägs i en backchannel skulle vara samma sak som att skriva ner alla privata konversationer som sker i en föreläsningssal hävdar författarna till ”Backchannel: A whisper in Digital Conversation”. Jag kommer senare i denna uppsats visa hur enkelt det är att få ut användbar data från loggarna med hjälp av text mining.

För att kunna visualisera en log av en backchannel så har exemplet med en tidslinje tagits upp av flera olika personer[2]. Det som de flesta av har tänkt sig är att man har en tidslinje där varje meddelande dyker upp som små noder. Man kan sedan hålla muspekaren över dessa noder för att se deras innehåll. Jag håller inte med att detta är den bästa metoden. Jag känner att översikten av innehållet skadas av att meddelandena visas som noder. Som bäst så tror jag att det kan vara ett komplement till ett annat sätt att göra det på.

Jag tror personligen att jag skulle föredra sättet som Twitter och Facebook valt att visa sina meddelanden. De visar sina meddelanden i en lista med lite olika design. Den här listan är i Twitters fall sorterad efter tidpunkt då meddelandet skrevs, ungefär som en chatthistorik. Facebook gör detta på ett lite annorlunda sätt, de har valt att ha två val; antingen så sorteras meddelandena/händelserna efter tidspunkt (most recent) eller så kan man sortera efter vad de kallar ”Top News”. Vad för algoritm de har valt att använda för att välja ut ”Top News” vet jag inte. Det känns som de prioriterar saker som att; folk har laddat upp bilder, blivit vän med någon och statusuppdateringar som har fått många kommentarer. Denna funktion (Top News) är något som jag tycker att varje backchanneltjänst borde ha. Den påminner lite om ett traditionellt forums möjligheter att sortera efter antal svar en viss forumtråd har fått men med mer funktioner. Man skulle kunna ha den funktionen för att sortera meddelanden efter: antal klick, antal kommentarer, antal som gillar en kommentar, antal som har samma fråga etc.

Både Twitter och Facebook har en annan funktion som jag känner är nödvändig om man tittar igenom meddelanden medans de fortfarande kommer in. De har funktionen att säga till då det kommit in nya meddelanden, utan att flytta runt alla meddelanden på skärmen. Twitter gör detta genom att de har en knapp som dyker upp med texten: ”10 more tweets since you started searching”. Facebook gör detta på ett liknande sätt, de har en liten bubbla där det står en siffra som motsvarar antalet händelser som dykt upp sen du tittade sist. Så istället för att ha som en chatt där alla meddelanden scollar förbi medans du sitter och skriver så har du gått om tid och hinner kasta ett snabbt öga på alla meddelanden. Att ha alla meddelanden som små noder på en tidslinje skulle inte ge samma snabba överblick. Sen går det alltid att diskutera hur viktigt det egentligen är att veta exakt när varje meddelande skickades.

Hur ökar man antalet deltagare?

Jag har nu gått igenom en hel del om backchannels, men vad kan man göra för att få många deltagare egentligen? I den här delen så tänkte jag gå igenom vad jag tycker och tror är viktiga för att få ett aktivt backchannel-deltagande.

Nedan kommer en lista på saker som jag anser är viktiga för att användare ska vilja delta i en backchannel. Det är alltså ingen lista för vad jag tycker en backchannel ska innehålla utifrån talarens synpunkt. Istället så illustrerar den vad man kan göra för att locka så många användare som möjligt att delta.

1. **Popularitet** – Har tjänsten du använder idag många användare? Om inte så kanske du bör fundera kring varför det är så. Att använda en tjänst som du tror din publik använder är viktigt om du vill ha många deltagare. Det är ovanligt att folk uppskattar att de behöver registrera sig på en ny tjänst bara för att kommentera ditt event. Använd istället en tjänst som de redan använder så slipper du det problemet.
2. **Mycket funktioner/liten lärningskurva** – Ett val som du måste göra är att bestämma om du vill använda en tjänst som är enkel att använda eller en med många funktioner. Optimalt så vill man ha en tjänst som är jätteenkel att använda och som kan göra allt. Detta är målet men rent praktiskt så är detta närmast omöjligt att skapa, då det oftast blir svårare att lära sig programmet ju mer funktioner man lägger till. Du måste själv sätta ut gränsen mellan att ha många funktioner och en liten lärningskurva.
3. **Telefoner/Laptops** – Fungerar tjänsten du använder på mobiltelefoner eller måste användarna sitta med sina laptops? Att kunna skicka sms, använda dedikerade applikationer eller ha en mobil version av hemsidan, på sin mobiltelefon, för att kommunicera med tjänsten är ett bra sätt att få fler deltagare. Folk utan laptops kan då även de delta i konversationen.
4. **Rösta** – Att kunna rösta, gilla, tumma-up, betygsätta eller på olika sätt rangordna olika kommentarer och frågor är något som är viktigt för en användbar backchannel. Det gör att folk slipper ställa samma frågor flera gånger. De kan också göra att talaren/de ansvariga lätt kan se vilka frågor som flest folk vill få svar på eller vilka kommentarer som flest instämmer med. De ansvariga slipper då läsa igenom alla meddelanden utan får en färdig topplista med frågor och kommentarer som åhörarna/deltagarna har fixat åt dem, och i bästa fall även lyckats svara på själva.
5. **Bifoga saker** – Att kunna bifoga saker i meddelanden är en viktig del för att kunna ha en bra kommunikation mellan användarna. Som en understa acceptabla gräns så ska man enligt mig kunna bifoga länkar men ju mer olika typer av material man kan bifoga desto bättre.
6. **Community** – Att använda tjänster med ett aktivt online community gör att användare bland annat kan bli mer produktiva än om det är en sluten/dedikerad hemsida eller tjänst som man använder.

Twitter är den idag överlägset största tjänsten för backchannels och det är ingen slump. Detta beror mycket på det som jag precis nämn i listan ovan. Deras största styrka är hur enkelt det är att använda. De har lagt ribban mellan funktioner och lärningskurva perfekt. Det är enkelt men det finns ändå en hel del kraftfulla funktioner, inte minst sökfunktionen. För mer avancerade användare så finns det APIs (*application programming interface*) som kan användas för att skapa ytterligare funktioner, eller egna program som använder Twitters data.

Tack vare Twitters API så har de fått klienter till varje stort operativsystem till datorer och mobiler. Det har gjort att vem som helst, oavsett om man äger en splitter ny laptop eller en gammal mobil kan skicka Tweets vart som helst, när som helst. Det har även möjliggjort hemsidor att ha en Twitter-feed rullandes live på deras hemsida. Detta har gjort att Twitter har spridit sig otroligt fort och används idag av hundratals miljoner användare varje månad.

För varje ny användare Twitter får så ökar dess värde som tjänst exponentiellt. Twitter får då inte bara en ny användare utan de får en användare som kommer att försöka få sina vänner att börja använda Twitter, på så sätt växer deras användarbas exponentiellt. Den starka position som Twitter har fått gör att inga nya tjänster kommer att ha någon chans att ta över deras plats. Det skulle krävas något katastrofalt agerande från Twitters ledning(som att de börja ta betalt för Twitter) för att de ska falla från sin tron.

Hur ska en talare få deltagarna i en backchannel på sin sida?

När man fått ett stort antal deltagare så kommer nästa problem, om de inte gillar något med presentationen, vad kan man då göra för att de ska vara nöjda? Det är viktigt att ha koll på vad som händer i en backchannel. Man ska inte fixa en backchannel om man sen inte kontrollerar den på något sätt. Om man märker att folk inte är nöjda i backchannel så gäller det att man märker det snabbt innan det går för långt. Om man väntar för länge så kan det gå som det gjorde för Sarah Lacy då hon skulle intervjua Facebooks VD Mark Zuckerberg vid SXSW - 2008. Det här exemplet har uppmärksammat i otaliga texter som jag läst då jag sökt fakta kring backchannels till denna text. Det som hände var att publiken tog över hela intervjun.

Det hela började med att folket i publiken(och tillsynes även Mark själv) var missnöjda med frågorna som Sarah ställde. Till och med Mark kommenterade vid ett tillfälle till publikens stora förtjusning: "You know, you got to ask questions." efter att Sarah pratat i ett par minuter utan att ställa en enda fråga, utan istället bara kommit med kommentarer och åsikter själv kring Facebook. Publiken sitter och stör sig mer och mer på hur Sarah sitter och slösar bort allas tid med saker de inte är intresserad av. Mot slutet av intervjun så tröttnar en i publiken och utropar "Ask more interesting questions!" detta får hela publiken att revoltera och ta över intervjun från Sarah de resterande minuterna.

Det här kunde ha undvikits om Sarah och hennes kollegor hade kontrollerat vad som sades i deras backchannel(som de ansvariga för SXSW hade tagit sig tid för att fixat åt publiken). Det som hände istället var att publiken blev mer och mer missnöjda utan att någon ansvarig visste om det. Till slut så sprack det och publiken revolterade.

Jay Rosen[7] nämner i sin artikel tio punkter för att överleva en backchannel. Jag har nedan plockat ut de fyra som jag håller med om mest och sammanfattat dessa.

- **"Obekant för dem, superbekant för dig"** – Se till att välja ett ämne som din publik är obekanta med, ju mindre de vet desto mer verkar det som att du vet. Välj ett ämne som inte är uttjat.

-
- **”Bevaka din backchannel som en hök”** – Bevaka vad som sägs och låt publiken veta att du eller dina kolleger läser vad folk skriver där. Och framförallt, reagera om publiken verkar missnöjd.
 - **”Lämna gott om tid åt frågor”** – Lämna ca 40 % av tiden åt frågor från publiken. Detta låter publiken få svar på sina frågor som de kanske har.
 - **”Ordna en träff direkt efteråt”** – Ta tid efter din presentation och låt publiken träffa dig så de kan ställa frågor personligen till dig. På så sätt går ingen därifrån och önskar att de fått mer tid.

Hur kan man bevaka vad som sägs?

Det finns otaliga sätt att lösa det här på men vissa sätt är bättre än andra. Ett sätt skulle vara att ha en backchannel rullandes på en laptop framför sig när man presenterar. Detta är däremot distraherande och det är svårt att fortsätta prata och samtidigt försöka följa vad som skrivs i en backchannel. En optimal backchannel skulle leverera en lista med frågor och kommentarer som folk har, sorterad och klar.

Det är däremot inte så vanligt att tjänsterna klarar/gör detta. Om den tjänsten som man använder inte har så avancerade funktioner så kan man be en vän, kollega eller fråga någon i publiken om de kan läsa vad som sägs i en backchannel och ställa dessa frågor eller komma med dessa kommentarer.

Om du inte vill göra det på något av dessa sätt så kan du titta igenom en backchannel under pauserna och se vad folk har skrivit.

Metod

Jag har valt att analysera loggarna från Twitter och se vad jag kan få ut för statistik med begränsad tid och resurser. Twitters loggar är inte till så stor nytta om det inte går att få ut någon väsentlig information ur dem. En lång lista med 10.000st Tweets skulle vara jobbig, kostsam eller kanske till och med omöjlig att manuellt gå igenom. Optimalt skulle vara om det fanns en mjukvara som kunde gå igenom alla tweets och sen automatiskt leverera en lista med intressant statistik som kunde vara relevant för oss. Nu finns det inte, vad jag har hittat, något program som gör exakt detta åt oss. Något som däremot finns är program för data- och text mining som kan användas.

Text mining är samlingsnamn för olika tekniker för att hitta mönster i stora mängder av data. Kort sagt så kan säga att man gör om en mängd data till information man har nytta av. Detta är idag ett eget forskningsområde som det forskas flitigt på. Det kan skrivas många uppsatser bara om detta område men det är inte det jag fokuserar på, utan jag ska bara använda enkla tekniker som jag redan kan sedan tidigare och använda dessa. Data- och text mining sker oftast i tre steg[10]:

- *Strukturera texten* – För att en dator ska kunna tolka en text så måste texten struktureras innan den kan behandlas. Detta kan till exempel innebära att man tar bort delar av texten som kan ställa till problem. Twitter fixar detta åt oss genom att använda ett XML-format som kan tolkas av många olika program.
- *Hitta mönster* – Mönster som man kan söka efter kan vara allt mellan himmel och jord. Man kan leta efter enkla saker så som att undersöka hur många procent av en grupp elever som ställde en fråga på en skolas hemsida. Men det kan också vara svårare saker som att försöka tolka hur folk mår baserat på deras blogginlägg. Tidningen Metro skrev nyligen en artikel om några forskare som utvecklat en programvara som hyfsat framgångsrikt gör just detta.

– *Mjukvaran designades för att hitta deprimerande innehåll i språk som inte nämner uppenbara termer som "depression" eller "själv mord", säger Professor Yair Neuman, som ligger bakom programmet, till Physorg.* – Ur en artikel om ett program som kan bedöma vilka bloggare som var deprimerade. Metro teknik [5]
- *Tolka mönster* – Tolkningen av mönstren som dyker upp kan tolkas, beroende på vad man söker, automatiskt av datorn eller manuellt av en människa. En människa måste däremot ofta kontrollera vad datorn kommer fram till så att den inte drar felaktiga slutsatser.

Text mining har många användningsområden. Områden kan variera mellan allt från säkerhet och sjukvård till marknadsföring och akademiska områden. Det finns många sätt som vi kan använda dessa tekniker på för att få relevant information från våra backchannelloggar.

Några saker som vi kan ta reda på med hjälp av text mining är:

- **Hur många procent av användarna ställer frågor?** Detta kan man enkelt göra genom att räkna antalet tweets som innehåller frågetecken. Man måste däremot tänka på att

folk kan använda smileys och liknande som använder frågetecken. Dessa ska man självklart inte räkna med.

- **Hur många får svar på sina frågor?** Det här är lite klurigare att räkna ut. Ett sätt skulle kunna vara att räkna hur många som skriver till användaren efter att han ställt frågan. Det kommer däremot troligen smita förbi många meddelanden som inte skulle räknas eller som man missar.
- **Få en graf över hur många tweets som skickades, minut för minut?** Det här är bara att räkna hur många tweets som har samma tidsstämpel. Det kan vara intressant att veta när folk pratade som mest/minst.
- **Få en graf på hur många retweets skickades för ett visst meddelande?** Detta är ett bra sett att se hur många som har samma fråga eller håller en kommentar. Det är bara att räkna hur många tweets som liknar varandra och innehåller "RT @..." det finns.
- **Hur många talade till eller om andra personer?** Även här räknar man alla meddelanden som innehåller @-tecken.
- **Få en graf över hur många meddelanden som användare skickade.**
- **Se vilka de vanligaste förekommande orden är.**
- **Sortera ut meningar som innehåller vissa specifika ord.**
- **Se hur många som är positiva och negativa till det som sägs.**
- **Se hur många som talar om saker som är relevanta med det som talaren pratar om.**

Som man inser så finns det massor av saker man kan få reda på av att analysera loggarna. Det finns mycket mer än de exemplen jag valt ovan att vaska ut från informationen. Det är upp till var och en att själva välja ut vad de är intresserade att ta reda på.

Att ha en inspelning av vad som sägs/händer vid en konferens eller event kan vara ett enkelt sätt att få ut ytterligare värdefull information som annars skulle vara svårt att få ut. Författarna till ClassChatt [3] nämnde ett exempel där en föreläsare blivit upprörd då alla åhörare plötsligt skrattade till, och då felaktigt antagit att det berodde på något som sades i deras backchannel.

“

Another iSchool professor confided that the iSchool backchannel was disconcerting for him because he did not know what was being said. “When a whole bunch of people start smiling broadly or snickering, you sometimes go, wait, did I say something weird or what?”

“

We compared the video recording of his lecture at this point with the backchannel chat which revealed a very intriguing story about the disconnect between the professor’s perception of backchannel activity and actual activity.

“

However, when we looked at the logs, we found that during this time was when the backchannel experienced the least activity of all throughout the whole class.

- Citat från ClassChatt [3]

Det här exemplet illustrerar tydligt en av fördelarna av att komplettera loggarna med en video. Utan video så skulle man inte veta vad som händer och när, i frontchannel. Videon ökar däremot det manuella arbetet avsevärt då det är svårt att automatisera analysen av videon och detta då måste ske manuellt.

En analys av Twitters loggar

För att få lite exempel på vad för data som man kan få ut av text mining av det enklare slaget på en större mängd Tweets så har jag försökt mig på att göra detta. Jag är ingen expert inom detta område och har bara gjort något liknande någon enstaka gång förut. Trots detta så tänkte jag att jag kunde ge det ett försök och se vad en nybörjare inom text mining kan få ut.

Det första jag tittade på var vilket program jag skulle göra detta i. Eftersom jag inte visst hur man använder några specialprogram för text mining så tänkte jag att Microsoft Excel var en bra kandidat för mig för att göra detta. Men det visade sig att det var svårare än jag räknat med att göra detta i Excel så jag fick tänka om. Jag ville helst inte lägga ner massa tid på att lära mig ett nytt program, som sen kanske inte ens kan göra det jag vill. Jag började istället tänka på olika programmeringsspråk. Jag vet hur jag skulle kunna göra detta i Java, Python och C++ men det skulle ta för lång tid även det.

Jag valde istället att använda SQL(Structured Query Language). SQL är ett språk för att hantera stora mängder data i en databas som jag fått lära mig under min utbildning och som jag har blivit hyfsat flytande i. Nu har jag ett språk som jag kan använda för att ställa frågor till en databas med för att få ut data som jag är intresserad av. Nu kommer nästa problem, hur jag fixar en stor mängd data från Twitter.

Jag möts av två dåliga nyheter då jag läser igenom Twitters APIs dokumentation; Först av allt så kan man bara söka på tweets som är en och en halv vecka gamla. Det andra är att man bara kan få de senaste 1500 sökresultaten för varje given sökterm. Detta gör att jag inte kan få tag på tweets från gamla konferenser. Jag blir då tvungen att hitta ett sätt att logga tweets allt eftersom de kommer.

Det finns många olika tjänster för detta. Jag valde en tjänst som heter Archivist. Archivist är ett program som man laddar ner till datorn och som man låter arbeta i bakgrunden och som då laddar ner alla nya tweets var femte minut. Archevist kan sedan exportera alla tweets i två olika format; xml och ett format för Excel. Formatet för Excel fungerade inte då det använde en tab för att separera stycken, men eftersom folk använde tabs i sina tweets så blev det många felaktiga radbyten etc.

Efter lite små justeringar så var jag redo att börja ställa frågor till databasen.

Resultat

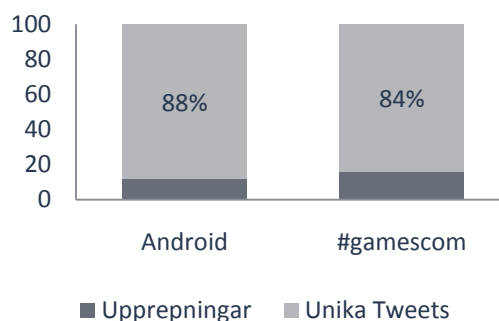
Jag bestämde mig för att prova utföra så många av de frågor som jag nämnde tidigare i Metod-delen, som möjligt. Jag har valt att undersöka två olika sökord. Det ena är "Android" som jag hittade på Titters "Trending Topics" lista. Denna lista är en lista över de ämnen som flest användare pratar om just nu. Det andra ämnet jag har valt är "#gamescom" vilket är Europas största dator-/TV-spels mäsas.

Jag satte igång logg-programmet Archevist som fick arbeta tills jag fick ca tiotusen tweets(vilket tog ca fyra timmar) som innehöll "Android". Och för "#gamescom" så lät jag programmet arbeta under mässans två första dygn.

Här nedan kommer resultatet av olika frågor jag ställde mot databasen:

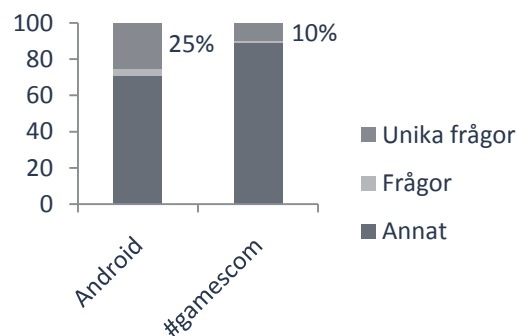
- **Hur många unika Tweets finns det?** – Denna fråga ställde jag för att se hur många som spammar eller skriver samma saker om och om igen.

Resultat: Här så blev resultatet ganska lika mellan mässan(#gamescom) och Android. I båda fallen så höll sig spam och upprepningar i allmänhet, under 20%. Sättet som jag ställde frågan låter däremot skräppost med små variationer smita igenom så siffran bör vara en aningen större.



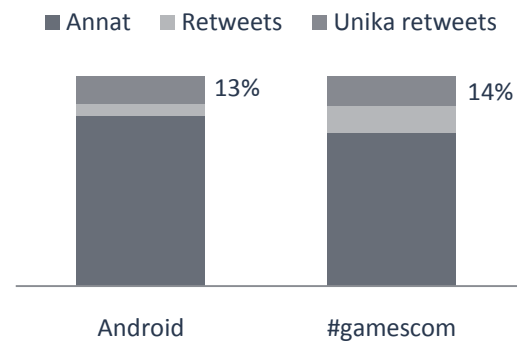
- **Hur många frågor ställdes?** I backchannel-syfte så tänkte jag se hur många procent av alla tweets som är frågor.

Resultat: Förvånansvärt så ställdes det nästan tre gånger så många frågor kring Android än vad det gjordes på mässan. Däremot så märkte jag att det smet med ett antal tweets som inte var frågor utan bara innehöll frågetecknet av andra anledningar. Den stora majoriteten av resultaten verkar däremot vara frågor så resultatet är i rätt storleksordning.



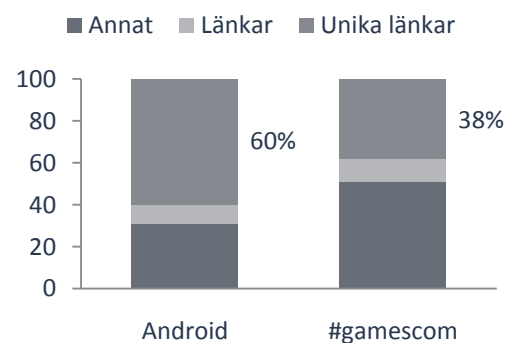
- **Hur många retweets skickades?** – Denna fråga är en av de viktigaste frågorna som ställdes mot databasen ur backchannel-synpunkt. Den illustrerar hur många personer som har samma frågor eller samma kommentarer som andra användare.

Resultat: Även här så är resultaten väldigt lika. En sak som är intressant är däremot att det var nästan dubbelt så många som retweetade samma saker (inte unika) på mässan än vad de gjorde om Android.



- **Hur många tweets innehöll länkar?** – En annan sak som är lätt att undersöka är att titta hur många som skickar länkar via Twitter. Genom en enkel SQL-fråga så får vi svar på detta.

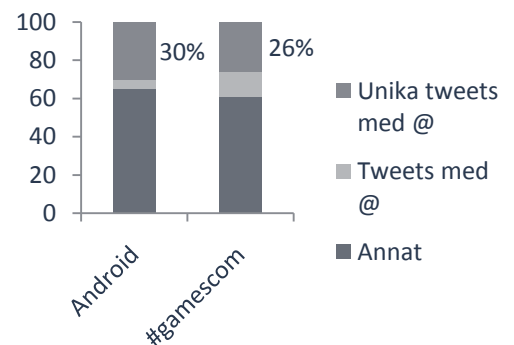
Resultat: Det här var ett av de resultat som förvånade mig mest. Närmare 70 % av alla tweets om Android innehöll länkar, detta är nästan 20% fler än på mässan.



- **Hur många tweets nämnde andra personer?** –

Twitter har funktionen som gör att om man använder @ framför en användares namn så tilltalar eller pratar om denna person. Jag tänkte undersöka hur flitigt denna funktion används.

Resultat: Inte helt förvånande så fick vi fler tilltal än retweets, eftersom retweets räknas med i detta. Ungefär 30 % av alla tweets är tilltal (använder @) i båda fallen. Även här så finns det många som spammar, om man räknar med dessa så blir siffran istället ca 35-40%.



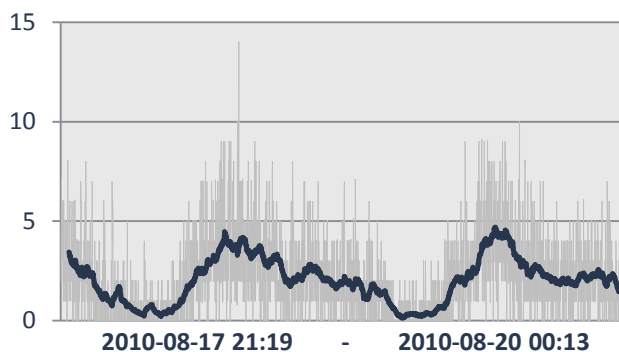
- **Hur många tweets skickade varje användare?** – Det här är ett bra sätt att filtrera ut spammare. Det var väldigt tydligt vilka som spammade och vilka som skickade seriösa tweets.

Resultat:

- Avrundat så har varje användare skickat i medel 1,4 tweets om Android och 2,1 tweets om #gamescom.
- **82 %** av användarna skickade bara 1 tweet om Android och **69 %** bara 1 tweet om #gamescom.
- Bara **0,5 %** skickade mer än 10 tweets om Android och bara **3 %** om #gamescom.
- Den användare som skickade flest tweets om Android skickade **94** tweets, nästan dubbelt så många som tvåan. Den som skickade flest tweets om #gamescom skickade **81** tweets, detta var ungefär lika många de följande 5 användarna.

- **Hur många tweets skickades, minut för minut?** – I en backchannel så kan det vara bra att veta hur många som var aktiva, därför kan det vara bra att få en logg över den allmänna aktiviteten.

Resultat: Jag undersökte både Android och #gamescom. Grafen om Android visade däremot ingenting intressant då det endast såg ut som ett brus. Grafen om #gamescom som man kan se i grafen nedan, visar däremot tydligt hur aktiviteten ökar under dagarna och minskar under nätterna. Man kan se spikar som troligen visar när vissa populära spel eller liknande saker presenterades på mässan.



- **Topplista över de vanligaste tweeten** – Jag tänkte att det kunde vara intressant att se vilka som är det vanligaste förekommande meddelanden som folk har tweetat.

Resultat: De fem vanligaste tweeten för "Android" och "#gamescom":

Android	
Android steps up pace in mobile market share grab ...	85
Android steps up pace in mobile market share grab ...	83
RT @rocksoftware: The Chad Ochocinco - Official Ap...	69
RT @OGOchoCinco: OCNN Breaking News: My Android ap...	21
RT @info_plantao: Aquisições de #Android superam ...	21
#gamescom	
RT @Diablo: Gamescom is tomorrow, and a new featur...	79
RT @PlayStation: Portal 2 gets a release date (2/9...	47
RT @PlayStation: LittleBigPlanet 2 #gamescom video...	33
RT @Microsoft: Unveiling 'Age of Empires Online' h...	27
RT @PlayStation: Killzone 3 multiplayer video from...	23

Jag blev lite förvånad över att det inte dök upp skräppost här i topplistan. Det betyder däremot inte att något av meddelandena ovan inte kan vara skräppost, det är svårt att veta utan att se vem som skriver vad. Kring Android så handlade majoriteten av alla tweets i topplistan om nyheter från olika hemsidor som handlade om Android. På topplistan om #gamescom så såg man uteslutande stora företag som Blizzard, Microsoft och PlayStation som presenterar sina nya spel. Man kan här se vilka spel som väckte mest intresse för folket på Twitter, t.ex. så väckte Blizzards spel Diablo 3 överlägset störst intresse. Men det kan vara lika intressant att notera att PlayStation har tre av fem av platserna i topplistan.

Diskussion av resultatet

Det var intressant att se hur lika resultaten ändå blev för de två sökorden. Att användandet av Twitter var så lika när folk använde det som backchannel och när de använde det som microblogg var lite förvånande. Däremot så märkte man vissa tendenser som känns karaktäristiska för backchannels. Ett exempel skulle kunna vara att fler personer retweetade samma saker. Detta beror på att dessa tweets ofta kom från företagen som ställde ut på mässan.

De användare som skickade flest tweets skickade inte heller något tweet i ”topplista över vanligaste tweets”. De vanligaste tweeten kom från att många personer som kopierade andras tweets eller retweetade, och inte från skräppost från enskilda användare.

En annan sak som skiljde Android och #gamescom var att det skickades betydligt färre länkar kring #gamescom än Android. Detta beror troligen på att Android hamnat på ”Trending-Topics” på grund av att folk tweetat nyheter från olika hemsidor och då även bifogat länkar till ursprungshemsidan. På Gamescom däremot så fanns det inte så många hemsidor att länka till eftersom alla nyheter kom från mässan istället för från internet.

Det var också intressant att se hur tydligt man kunde se aktiviteten på mässan i grafen över tweets per minut. Att antalet tweets sjönk på natten tyder på att majoriteten var europeer som twittrade om mässan och kanske var många av de som twittrade på plats på mässan. Det skulle vara intressant att undersöka om alla tweets i ”spikarna” i grafen handlar om liknande saker eller om spikarna bara är en slump.

Den användare som twittrade mest kring Android hade användarnamnet hiit_stats. Som namnet kanske antyder så använder han det kontot för att logga sin träningsstatistik. Han använder ett program till sin Android telefon för detta, det är därför han fått ihop 93 tweets på några timmar (ett tweet för varje repetition verkar dock vara att ta i enligt mig). De flesta i topplistan över spammare verkar vara automatiserade tjänster för att leverera nyheter kring Android med tweets innehållande rubriker från olika nyhetssidor. Jag provade att klicka på länkarna med antivirusprogram på högsta beredskap. Det verkade däremot som det inte var någon fara. Istället kom man till en och samma nyhetsblogg då man klickade på länkarna. De användare som skrev flest tweets kring #gamescom var däremot inga automatiserade program utan personer så var på plats på mässan och som kommenterade flitigt det som visades där.

Att använda SQL som text mining verktyg fungerade bra för de enkla frågor som jag ställde, men så fort som det börjar bli lite mer avancerade frågor som man ska ställa till databasen så känner jag att man skulle behöva komplettera SQL med något programmeringsspråk. Att skriva en SQL fråga som svarar på frågan ”Hur många användare fick svar på sina frågor?” går att göra med SQL men det skulle bli en väldigt lång och svårtolkad SQL-sats. Om man istället skulle använda ett programmeringsspråk som till exempel Java eller Python så skulle det gå enklare att se vad man håller på med och vad koden gör. Men den tiden det skulle krävas känner jag att jag inte har.

Min kravlista på en backchannel

Jag har tänkt sammanfatta det jag har gått igenom i denna uppsats genom att göra en kravlista över vad jag anser är nödvändigt för att en backchannel ska vara användbar vid ett event med många deltagare. Den kommer vara baserad på vad jag läst och vad jag såg under min undersökning av Gamescom.

- 1. Realtid:** Alla meddelanden måste visas i realtid. Man ska inte behöva manuellt uppdatera hemsidan/tjänsten för att se nya meddelanden. Det är däremot viktigt att inkommande meddelanden inte skrollar i listan med meddelanden, som det oftast fungerar på en chatt, så att man inte hinner läsa igenom vad folk säger. Antingen så kan man ha en skylt som visar hur många nya meddelanden som väntar på att bli lästa eller så kan de läggas in i listan automatiskt utan att skrolla den.
- 2. Kommentarer:** Det måste gå att kommentera på folks meddelanden. Helst skulle jag se att det fungerar så som internetforum brukar fungera; att varje meddelande blir en "tråd" som folk sedan kan gå in och kommentera i. Man ska sedan tydligt se hur många kommentarer varje meddelande har fått. Av antalet retweets att döma på Gamescom så behövs det ett bättre sätt att kommentera på folks tweets.
- 3. Betygsätt:** Man måste på något sätt kunna betygsätta eller rangordna frågor och kommentarer. Detta är viktigt för att en talare eller de ansvariga enkelt ska se vilka frågor/kommentarer som publiken tycker är viktigast utan att behöva läsa igenom allt som sagts i konversationen. Jag kunde genom att räkna antalet retweets se vilket spel som flest pratade om på Gamescom. De jag däremot inte kunde se var vilka frågor och kommentarer flest folk hade.
- 4. Sortera meddelanden:** En sak som är viktigt för talaren är att kunna sortera mellan frågor, kommentarer och övrigt. Helst så skulle jag se att frågor och kommentarer får var sin egen topplista som visas på framsidan tillsammans med den vanliga backchannel-konversationen. Jag kunde själv sortera ut frågor, retweets och liknande med hjälp av SQL, detta borde man däremot kunna göra direkt på Twitter.
- 5. Anonymitet:** Man måste få möjligheten att inte använda sitt riktiga namn. Många användare blir mer aktivt deltagande om de får vara anonyma och inte behöver förknippas med vad de säger. Däremot så är det bra om varje användare har ett registrerat användarnamn så att de kan bli kontaktade av folk som vill ha mer hjälp, komma med en kommentar eller liknande.
- 6. Kontroll/regler:** Om det ska vara anonymt så måste det finnas något sätt att se till att folk sköter sig och inte blir respektlösa mot talaren eller varandra. Antingen så kan man legitimera sig då man registrerar sitt användarnamn på valfritt sätt. På så sätt kan de ansvariga på ett event veta vilket användarnamn som hör till vilken person. Ett annat sätt är att låta användare ha koll på varandra. I många onlinespel så har användare möjligheten att rapportera andra användare som missköter sig och om ett visst antal personer klagat på en person så blir han/hon blockerad för några minuter.

-
7. **Community:** Det kan vara bra att ha en tjänst som även har community-funktioner (profil, vänner, ...). Det är däremot inte en vital tjänst för en backchannel utan bara något som kan öka användarantalet.
 8. **Låg inlärningskurva:** Tjänsten ska vara enkel och intuitiv. Folk ska veta direkt hur tjänsten fungerar och hur de ska gå tillväga för att göra vad de vill. Alla knappar, listor och andra komponenter ska vara på ställen som är logiska och ha vettig funktion och design.
 9. **Bifoga filer:** En bra backchannel borde kunna bifoga och visa bilder, videoklipp och andra medietyper utan att behöva lämna tjänsten. På Gamescom så såg jag att nästan 50% av alla tweets innehöll länkar, många av dessa länkar tror jag att man skulle kunna undvika om man kunde bifoga filmer, bilder eller liknande saker i tweets.
 10. **Loggar:** För att få data att analysera efter en stor konferens eller liknande event så är det viktigt att alla meddelanden sparas. Ju mer data och information man sparar desto bättre. Som jag visat tidigare i denna rapport så kan man få ut en hel del intressant information ur loggarna. Däremot så var det onödigt jobbigt att behöva ha ett program igång på min dator i 48 timmar för att kunna logga Gamescom.
 11. **Integration med hemsidor/API:** En sak som börjar bli vanligt på senare tid är att stora sociala medier har API: er för sina tjänster som utvecklare kan använda. Detta gör att de mer avancerade användarna kan skapa nya funktioner till tjänsten som de kan tänkas behöva men som ännu inte finns. Utan Twitters API så hade jag inte kunnat göra min undersökning eftersom Twitter ensamt inte hade klarat det.

Hur väl klarar Twitter min kravlista?

För att utvärdera hur bra Twitter verkligen är som backchannel så tänkte jag jämföra tjänsten med min kravlista och se hur det gick och vad som eventuellt fattas.

Det första jag nämnde var att en backchannel måste ske i realtid. Twitter hanterar sina meddelanden i realtid genom att man får en knapp ”7 more tweets since you started searching”. Detta är ett bra sätt att hantera det på. Det jag skulle vilja att de lägger till, är däremot att de nya meddelanden blir en annan färg än de gamla så att man vet vilka som är nya då man tryckt på knappen.

En annan sak jag känner att Twitter verkligen saknar är förmågan att kommentera på folks meddelanden. Enda sättet det går att göra på nu är att använda ”@användarnamnet”, vilket inte är särskilt bra eftersom man då inte vet om det är svar på en fråga eller något annat. Det enda @-tecknet betyder, är att man pratar till eller om denna användare. Jag skulle hellre se att man skulle kunna kommentera på meddelanden ungefär på samma sätt som Facebook har löst det, där man har en kommentera-knapp på varje meddelande.

Även betygsättning är dåligt gjort på Twitter. Det finns inget egentligt sätt att betygsätta/ranka meddelanden. Utan någon slags ranking av meddelanden så vet de ansvariga till exempel inte vilken fråga som flest personer har. Det ända sättet att ranka olika meddelanden på Twitter är att

retweeta ett meddelande om man gillar det och låta bli om man inte gör det. Facebook har löst det lite bättre där man har en "like" knapp. Denna knapp på Facebook gör egentligen inte så mycket eftersom man inte kan ordna meddelanden efter antalet folk som klickat "like". Ett bättre sätt vore att ha som YouTube hade förut; att ha en skala på fem stjärnor eller som de har nu med tumme upp eller tumme ner.

Twitter har bara ett sätt att sortera meddelanden; efter tid. Det går däremot att filtrera ut meddelanden med hjälp av den kraftfulla sökfunktionen i kombination med hashtaggar. Jag skulle dock vilja se fler funktioner kring detta. Att sortera meddelanden efter antal svar och antal visningar är något som internetforum har kunnat sedan de kom för första gången många år sedan.

I frågorna kring anonymitet och kontroll så ser jag inga problem på Twitter. Man registrerar sig och får då välja användarnamn helt fritt. Om en användare missköter sig så kan man rapportera honom för spamming alternativt blocka honom. Dessa två alternativ känns ganska lagom. En idé däremot är att man borde ha en funktion där en användares meddelanden döljs för allmänheten om han blivit blockad av ett visst antal användare.

Twitter har en väldigt låg inlärningskurva, jag skulle utan problem kunna lära såväl min lillebror som min morfar att använda Twitter. Detta är väldigt bra eftersom det låter en så stor grupp människor använda Twitter vilket gör att de fått en stor användarbas. Detta tillsammans med Twitters enkla community-funktioner skapar något som lockar många.

Twitter låter inte folk bifoga något i sina meddelanden normalt. Sättet folk har valt att lösa detta är att använda tredjepart tjänster som använder Twitters API. Jag vet inte själv så mycket om Twitters API. Jag har däremot använt det och lyckats göra enkla funktioner så som att skicka tweets från min egen hemsida. Detta gick väldigt enkelt och smärtfritt. Det sista jag har att kommentera på är Twitters loggar. Jag skulle gärna se att de tar bort begränsningarna (1500 tweets och 1.5 vecka) men annars så har jag inte så mycket att säga till om kring dessa. Fler loggar är alltid bättre, men någonstans måste man dra en gräns antar jag.

Generellt så skulle jag säga att det fanns en hel del som fattas för att Twitter ska vara en bra backchannel-tjänst. Twitter har däremot så många användare idag det spelar ingen roll för dem. Twitter är i förstahand en mikroblogg och i andrahand en backchannel-tjänst vilket tydligt märks. Elementära funktioner som internetforum och andra äldre tjänster har haft i årtal saknar Twitter fortfarande.

Tackvare hängivna användare och flitiga tredjepartsutvecklare så har det kommit många tredjeparts tjänster som fyller de funktioner som Twitter saknar. Att inkludera ett API var ett smart strategiskt drag men också ett tecken på att de saknar egna idéer. Det är förståeligt att Twitter vill behålla sin enkla inlärningskurva men det behöver inte nödvändigtvis vara dåligt för dem att lägga till lite fler funktioner.

Twitters användande av hashtaggar och snabel-a känns förlegat och något som borde ersättas med ett grafiskt gränssnitt. Att ett meddelande som måste hållas under 140 tecken är tvunget att innehålla en massa instruktioner om vem man pratar om och om vad, känns väldigt feltänkt. Ett meddelande ska bestå av just det... ett meddelande. Metadatan ska hållas separat från innehållet annars har man tänkt fel någonstans. En hemsida och speciellt en social medietjänst ska designas efter användarna och inte efter hur programmerarna helst vill ha det. Jag säger inte att de ska ta bort hashtaggar och snabel-a, de kan vara bra om man tweetar från mobiltelefonen via SMS, men så fort man tweetar via en webbläsare så ska hashtaggar och snabel-a bort.

Litteraturlista

[1] **The Backchannel: How Audiences Are Using Twitter and Social Media and Changing Presentations Forever.**

Cliff Atkinson

<http://www.backchannelbook.com/>

[2] **Backchannel: Whispering in Digital Conversation**

Sharon Cogdill, Tari Lin Fanderclai, Judith Kilborn and Marian G. Williams

<http://csdl.computer.org/comp/proceedings/hicss/2001/0981/04/09814033.pdf>

[3] **ClassChat – A Tool For Visualizing Backchannel Discussions**

Steve Chan, Sarai Mitnick, Sarita Yardi

<http://www.ischool.berkeley.edu/files/ClassChatFinalWriteup.pdf>

[4] **Enabled Backchannel: Conference Twitter Use by Digital Humanists**

Ross, C., Terras, M., Warwick, C., and Welsh, A.

http://www.ucl.ac.uk/infostudies/claire-ross/Digitally_Enabled_Backchannel.pdf

[5] **Datorprogram avslöjar deprimerade bloggare**

Aron Andersson (5 Juli, 2010)

<http://www.metro.se/2010/07/05/38964/datorprogram-avslojar-deprimerade-blo/>

[6] **7 things you should know about backchannels.**

Okänd författare.

<http://net.educause.edu/ir/library/pdf/ELI7057.pdf>

[7] **How the Backchannel Has Changed the Game for Conference Panelists**

Jay Rosen (17 Mars, 2010)

<http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2010/03/17/backchannel.html>

[8] **How to Present While People are Twittering**

Olivia Mitchell (23 Februari, 2009)

<http://pistachioconsulting.com/twitter-presentations/>

[9] **Twitters API-dokumentation**

<http://apiwiki.twitter.com/Things-Every-Developer-Should-Know#6Therearepaginationlimits>

[10] **Text Mining – Wikipedia Artikel**

http://en.wikipedia.org/wiki/Text_mining

[11] **What is Text Mining?**

Marti Hearst, UC Berkeley

<http://people.ischool.berkeley.edu/~hearst/text-mining.html>

