

## »TINEB«, »ZGODOVINAR\_666« IN »ASSANGE« – KAJ O IDENTITETI POSAMEZNIKA RAZKRIVAJO UPORABNIŠKA IMENA

Urška VRANJEK OŠLAK, Mija MICHELIZZA

Inštitut za slovenski jezik Frana Ramovša ZRC SAZU

*Vranjek Ošlak, U., Michelizza, M. (2016): »TineB«, »Zgodovinar\_666« in »assange« – kaj o identiteti posameznika razkrivajo uporabniška imena. Slovenščina 2.0, 4 (2): 132–156.*

*URL: [http://www.trojina.org/slovenscina2.0/arhiv/2016/2/Slo2.0\\_2016\\_2\\_07.pdf](http://www.trojina.org/slovenscina2.0/arhiv/2016/2/Slo2.0_2016_2_07.pdf).*

Vzdevki oz. uporabniška imena v računalniško posredovani komunikaciji so reprezentacija uporabnikov v spletu, zato predvidevamo, da se ti zelo potrudijo in jih oblikujejo tako, da jih ta kar najboljše predstavljajo. Uporabniška imena so pogosto zelo inovativna in izkazujejo visoko stopnjo igranja z jezikom, na kar na eni strani vpliva dejstvo, da v obravnavanih tipih računalniško posredovane komunikacije ne sme biti uporabnikov z enakim uporabniškim imenom, na drugi strani pa želja posameznika, da bi bilo njegovo uporabniško ime kar se da inovativno in unikatno. Pri oblikovanju uporabniškega imena uporabniki svojo identiteto zakrivajo oz. razkrivajo na različne načine, in sicer glede na tip računalniško posredovane komunikacije, v katerem sodelujejo. Raziskava uporabniških imen v komentarjih novinarskih prispevkov in na Twitterju je pokazala, da uporabniki, ki komentirajo spletne novice, bolj težijo k zakrivanju identitete kot uporabniki Twitterja. Po drugi strani uporabniki Twitterja v uporabniškem imenu pogosteje razkrijejo svojo identiteto, in sicer tako, da v njem uporabijo ime in/ali priimek.

**Ključne besede:** uporabniško ime, vzdevek, Twitter, komentarji pod novinarskimi prispevki, računalniško posredovana komunikacija

### 1 UVOD

Ob registraciji za uporabo različnih spletnih platform uporabniki običajno izberejo tudi svoje uporabniško ime, ki v spletni komunikaciji predstavlja avtorja zapisanih besedil. Prve in hkrati najboljše raziskave vzdevkov v

računalniško posredovani komunikaciji (dalje RPK) se pojavijo v povezavi z IRC (angl. Internet Relay Chat),<sup>1</sup> ki je svoj razmah doživel ob koncu prejšnjega stoletja. Vzdevke, ki jih je bilo mogoče enostavno in pogosto spreminjati, čeprav tudi z določenimi omejitvami (npr. omejitev dolžine vzdevka na 9 znakov), v kasnejših tipih RPK<sup>2</sup> nadomestijo uporabniška imena, kjer se je treba za sodelovanje registrirati. To običajno pomeni, da je treba poleg vzdevka navesti še druge osebne podatke (npr. ime, priimek, elektronski naslov). V prispevku analiziramo, kaj o identiteti posameznika razkrivajo uporabniška imena iz komentarjev pod novinarskimi prispevki na novičarskih portalih in uporabniška imena s Twitterja. Identiteta na spletu se večinoma pojavlja v pomenu osebnih podatkov, ki jih razkrijemo pri spletni komunikaciji (Lee 2013: 159–160), tako jo razumemo tudi v tem prispevku. Zanimalo nas je predvsem, ali uporabniško ime pove tudi kaj o identiteti avtorja besedil ali pa prevladujejo uporabniška imena, ki so rezultat igre z jezikom in ki uporabniku omogočijo (večjo) anonimnost. Z analizo jezikovnih elementov uporabniških imen v komentarjih pod novinarskimi prispevki in na Twitterju želimo prikazati tipe uporabniških imen ter z veliko mero previdnosti tudi ugibati o morebitnih razkritih osebnih podatkih. Raziskava prinaša uvid v specifičen element spletne komunikacije, ki predstavlja in na neki način tudi zaznamuje uporabnika.

## **2 TEORETIČNO OZADJE**

### **2.1 Od vzdevkov do uporabniških imen**

Z razmahom klepetalnic in forumov so uporabniki virtualno okolje interneta razumeli kot okolje, kjer lahko spreminjajo svojo identiteto, anonimnost je bila glavna atrakcija, danes pa so bolj izpostavljeni drugačni tipi aktivnosti

---

<sup>1</sup> IRC še vedno obstaja, čeprav je krog uporabnikov razmeroma majhen in vsaj v Sloveniji večinoma omejen na ljudi, ki se ukvarjajo s programiranjem ali sistemsko administracijo (v pogovoru z uporabnikom IRC Klemnom Robnikom, 12. februar 2016).

<sup>2</sup> Tipi RPK so pojmovani širše od žanrov in označujejo krovne tipe komunikacije na spletu in v elektronskih medijih.

uporabnikov, kot npr. deljenje, povezovanje, všečkanje (Praprotnik 2014: 4). Razlikovanje med zasebnim in javnim prostorom, med biti »off-line« in »on-line«, se je precej zabrisalo tudi z družabnimi omrežji, saj se je zavedanje uporabnikov, kdaj nastopajo v svoji zasebni vlogi in kdaj kot javni govorci, izjemno zmanjšalo (Praprotnik 2014: 5). Če si podrobneje ogledamo družabna omrežja, se ta glede identitete uporabnikov med seboj zelo razlikujejo – od Facebooka, kjer se uporabnik pogosto predstavlja z lastnim imenom in priimkom,<sup>3</sup> do različnih družabnih omrežij za mlade (npr. Netlog), kjer je psevdonimnost uporabnikov pogostejša, Twitter pa je verjetno nekje vmes. Vsekakor pa je (tudi zaradi Facebooka, kjer gre predvsem za povezovanje s prijatelji in znanci iz realnega življenja) opazen trend zmanjševanja stopnje anonimnosti na spletu.<sup>4</sup> Vendar pa je tipov RPK, v katerih uporabniki nastopajo anonimno, še vedno precej. Če se torej uporabnik odloči, da za svojo komunikacijo na spletu uporabi vzdevek oz. uporabniško ime, ki v dobršni meri zakriva njegovo identiteto, to »deluje kot 'obraz', kot tisto, kar daje posamezniku videz, na podlagi katerega se ljudje v kasnejših situacijah ponovno prepoznajo« (Oblak 2004: 79). V realnem življenju nam vzdevke običajno dajejo drugi in so nam torej včasih vsiljeni. Vzdevki ali uporabniška imena, ki jih izberemo sami,<sup>5</sup> pa ne reflektirajo nujno naših osebnostnih značilnosti in videza, ampak lahko odsevajo naše aspiracije ali celo sanje oziroma želje, saj v virtualnem okolju interneta ne moremo prepoznati nobenih osnovnih informacij o osebi, s katero komuniciramo, razen tipkanega teksta, pa še ta je lahko izmišljen (Praprotnik 2003: 87). Vzdevke oz. uporabniška imena imajo uporabniki možnost ustvariti sami, to pa od njih zahteva »nekoliko kreativnosti in odprtega uma« (Praprotnik 2005: 121), čeprav obstajajo različne omejitve

---

<sup>3</sup> Avtorici sta na podlagi analize svojih prijateljev na Facebooku ugotovili, da se jih 96 % predstavlja s svojim pravim imenom in priimkom (N = 649).

<sup>4</sup> Raziskovalci so ta pojav poimenovali »internet pravih imen« (angl. real name Internet) – gre za težnjo nekaterih spletnih portalov, da bi njihovi uporabniki na spletu uporabljali in izkazovali svojo pravo identiteto. Eden glavnih portalov, ki težijo k temu, je Facebook (Van der Nagel in Frith 2015: s. p.).

<sup>5</sup> Tovrstno izbiranje vzdevkov oz. uporabniških imen Praprotnik (2005: 126, 2003: 87) v vsakdanjem življenju primerja s pustovanjem, ko si lahko nadenemo različne maske.

(število znakov, prepovedani znaki ipd.).

Igranje z jezikom se pokaže že zelo zgodaj v otroštvu in je prisotno v številnih situacijah: pri ugankah, križankah, družabnih igrah, izumljanju novih besed, rebusih, kratkih sporočilih itd. Številne televizijske in radijske oddaje temeljijo na igranju z jezikom, prav tako tudi oglaševanje, nagnjenost k igranju z jezikom je zelo močna pri pisanju kratkih sporočil SMS (Crystal 2009: 71–72). Predvidevamo, da do podobnih vzgibov pride pri izbiranju vzdevka ali uporabniškega imena – da bo inovativno in zanimivo, drugačno od drugih.<sup>6</sup>

V naslednjih podpoglavjih nekoliko podrobneje opišemo dosedanje raziskave vzdevkov in uporabniških imen v različnih tipih RPK, tudi zaradi kasnejšega oblikovanja poskusne klasifikacije uporabniških imen.

## 2.2 O vzdevkih na IRC

Kot rečeno, so med najbolj raziskanimi vzdevki tisti na IRC. V nadaljevanju predstavljamo dve slovenski in dve tuji raziskavi na to temo. Med prvimi je slovenske vzdevke na IRC klasificirala Medved (2001: 106–107), ki jih je razvrstila v 9 skupin: (1) vzdevek je moje ime, (2) vzdevek je moja lastnost, (3) z vzdevkom postanem znana osebnost, (4) vzdevek je fizična lastnost, (5) pripravna angleščina v vzdevku, (6) vzdevek kot simbol, (7) seksualne želje in nagnjenja v podobi vzdevka, (8) vzdevek kot želja, (9) posebna osebna nota.

Žist (2003: 13–14) je podobno analiziral vzdevke na IRC, zanimalo pa ga je, koliko informacij o uporabniku razkrivajo vzdevki. Ugotovil je, da približno

---

<sup>6</sup> Podobni vzdevkom oz. uporabniškim imenom so napisi na registrskih tablicah (Crystal 1998: 6). Uporabnik Twitterja z uporabniškim imenom roni kordis (@had) zbira fotografije nekonvencionalnih registrskih tablic. Navajamo nekaj primerov tovrstne rabe: *KR EVA982*, *GO JELEN*, *PO HORJE*, *LJ LARA*, *PO Z3R*, *KR 4-JE*, *GO DEVILS*, *KK PARTY*, *MB PA3CIA*, *KR RTM*, *PO ZABIT*, *LJ 1MANCA*, *KP SRECE*, *LJ KRNEKI*, *GO BUNNY*, *KR MIKA*, *PO KRIJEM* (pod tablico pa je napis: »nadstreški, terase, lope«), *PO TEPUH5*, *KP IDEJ*, *KR BADBOY*. Primeri registrskih tablic so povzeti po #registrska (Twitter).

(opomba se nadaljuje na naslednji strani)

polovica vzdevkov razkrije eno informacijo, 30 % dve, vzdevki, ki razkrivajo tri informacije, pa so redkejši (npr. *BIKER16*, *Lesba20*, *lesbica18*, *lustkan24*, *lisicka14*, *piranja21*, *Potrebn18*).<sup>7</sup> Obstajajo tudi vzdevki, ki težijo k popolni neinformativnosti (npr. *KCLAPSMK*).

O vzdevkih na IRC verjetno med prvimi piše Bechar-Israeli (1995). Ugotavlja, da čeprav so vzdevki pogosto res igra z jezikom, pa so uporabnikom zelo pomembni. Predstavljeni so kot inherentni del njihove digitalne identitete, čeprav je primerov, da uporabnik za vzdevek izbere svoje ime, zelo malo. Vzdevke je možno stalno spreminjati, a večina uporablja vedno istega, prisotne pa so razne tehnične omejitve, ki obstajajo pri izbiri vzdevka. Pravo ime uporablja le okoli 7 % oseb, največ vzdevkov je vezanih na osebo (starost, država) in na tehnologijo, vzdevkov s spolno ali provokativno konotacijo je le okoli 4 %. Bechar-Israeli (ibid.) analizira vzdevke in jih deli na 16 kategorij: (1) nanašanje na osebo, (2) nanašanje na floro in favno, (3) nanašanje na tehnologijo/medij, (4) nanašanje na jezikovno igro/tipografijo, (5) nanašanje na identiteto, (6) imena predmetov, (7) nanašanje na slavno osebo, (8) nanašanje na osebe iz literature, filma, televizije, zgodb, (9) onomatopeja, (10) nanašanje na države, narode, (11) nanašanje na spolnost, (12) provokativnost, (13) nanašanje na starost, (14) nanašanje na odnose, (15) pravo ime, (16) vzdevki brez kategorije. Bechar-Israeli (ibid.) ugotavlja tudi, da se pri izumljanju vzdevkov uporablja besedno igro in jezikovne konstrukte. Veliko uporabnikov je sprejelo angleščino kot uradni jezik interneta, zato je zelo pogosta v vzdevkih.

Pistlesi (2004: 52–59) predstavi klasifikacijo vzdevkov na podlagi analize vzdevkov na IRC (v italijanščini). Vzdevke razdeli v 10 skupin, in sicer: (1) vzdevki, povezani s televizijo, filmi, stripi, risankami in redkeje literaturo, (2) vzdevki, povezani z znanimi osebnostmi iz sveta športa (predvsem

---

<sup>7</sup> Ob predvidevanju, da številka označuje starost, sta drugi dve informaciji spol in interes ali lastnost. Seveda so informacije, ki jih uporabnik želi predstaviti kot lastne, lahko tudi lažne.

nogometaši), zvezdniki (pevci in igralci) ali politiki, (3) vzdevki, ki so povezani s fizičnimi ali psihičnimi značilnostmi posameznika, (4) vzdevki, ki so povezani s stvarmi, znamkami oblačil, pijač ipd., (5) vzdevki, ki so lastna imena ali njihove pomanjševalnice, a ne nujno tudi dejanska imena uporabnikov, (6) vzdevki, ki so povezani z informatiko, spletom ali podobnimi tehnološkimi okolji, (7) vzdevki, ki so povezani s krajevnimi imeni, (8) vzdevki, ki vsebujejo besedno igro, kratkopisne krajšave, kratice ipd., (9) vzdevki, ki so povezani s področjem spolnosti ali drog in (10) vzdevki, ki so povezani z imeni živali.

### **2.3 O uporabniških imenih na blogih**

Jezikovne značilnosti uporabniških imen na blogih analizira Michelizza (2015), pri katerih ugotavlja: (1) drugačen zapis šumevcev: šumevci so zapisani v skladu z normo, pogosto so zamenjevani s sičniki, šumevec lahko zaznamuje podvojen sičnik, ali pa je na njegov zapis lahko vplival tuji jezik; (2) brisanje mej: do brisanja besedne meje pogosto prihaja med imenom in priimkom, nazivom in imenom ipd., sklapljanje prehaja celo na cele stavke oz. povedi; (3) posebnosti pri zapisu velikih in malih začetnic: večina (70,72 %) analiziranih uporabniških imen je zapisanih z malo začetnico, razmeroma pogoste so dvo- ali večzačetnice, redka so zapisana s samimi velikimi črkami; (4) kratice in medmete: uporabniška imena so lahko kratična, okrajšana s pomočjo t. i. kratkopisne krajšave ali medmetna; (5) vpliv tujih jezikov: v uporabniških imenih na blogih so tuja lastna in občna imena, skupaj pisane tuje besedne zveze, pri čemer norma tujega jezika v zapisu ni nujno upoštevana.

### **2.4 O uporabniških imenih na Twitterju**

Jain in Kamaraguru (2014) sta opravila študijo sprememb uporabniških imen na Twitterju in ugotovila, da le okoli 10 % (od 8,7 milijona) analiziranih uporabnikov spreminja uporabniško ime. Uporabniki spremenijo svoje uporabniško ime iz različnih vzrokov: da bi pridobili prostor v tvitu ali privabili več sledilcev, za promocijo uporabniških imen, za prilagajanje aktualnim

dogodkom, da postanejo anonimni oz. prepoznavni ter za kratkočasenje (ibid.). Ugotavljata, da so uporabniki, ki spreminjajo uporabniško ime, dejansko popularnejši in tudi aktivnejši.

O tvitanju slavnih oseb (Mariah Carey, Miley Cyrus in Perez Hilton) v svojem članku pišeta Marwick in Boyd (2011).<sup>8</sup> Slavne osebnosti imajo možnost verificiranja svojega uporabniškega računa – z oznako »Verified Account« potrdijo, da dejansko tvitajo same oz. so tviti na tem profilu potrjeni z njihove strani. Ta možnost obstaja od junija 2009 (Lee 2013: 72).

## 2.5 O uporabniških imenih v komentarjih pod novinarskimi prispevki

Pirc (2015: 49) v svoji raziskavi komentarjev pod novinarskimi prispevki ugotavlja, da le dva komentatorja<sup>9</sup> v zbranem gradivu nastopata z imenom in priimkom, vendar kot smo v prispevku že večkrat omenili, se o avtentičnosti »podpisa« s pravim imenom in priimkom ni mogoče prepričati. Nekateri uporabniki svojo virtualno identiteto dopolnijo tudi z grafično predstavitevjo, tako da dodajo sličico (avatar), ki lahko sporoča uporabnikov osebni nazor, politično usmerjenost ipd. (ibid.).

Zaradi možnosti anonimnega<sup>10</sup> spletnega komuniciranja se je precej razširil

---

<sup>8</sup> Raziskovalka danah Boyd piše, da se je za uradni zapis svojega imena z malimi črkami odločila, ker je želela s tem pokazati, da je ime del njene identitete in da ga zato lahko oblikuje po svojih željah, da jo bo tako kar najnatančneje predstavljalo. V iskanju pravega imena ga je večkrat celo zamenjala (spletni vir: *what's in a name* <<http://www.danah.org/name.html>>). Podobno se tudi nekateri spletni uporabniki za svoje uporabniško ime odločijo šele po temeljitem premisleku, nanj pa so lahko zelo navezani (Praprotnik 2003: 86).

<sup>9</sup> Točnega števila komentatorjev sicer avtorica ne navaja, v analizo pa je bilo vključenih 607 komentarjev (Pirc 2015: 48).

<sup>10</sup> Kot ugotavlja Boudourides (1995: 3–4; v Praprotnik 2003: 46), ima anonimnost dvostranski učinek. Po eni strani zmanjšuje vpliv socialnega pritiska na posameznika, po drugi strani pa z »osvobajanjem« posameznika zvišuje stopnjo agresivnega ali vsaj neprijaznega komuniciranja. Vedno bolj razširjeni sovražni govor v spletnih besedilih kot posledica take anonimnosti (oz. psevdonimnosti) je pereč problem, ki so ga začele nekatere medijske hiše reševati z registracijo ali celo omejitvijo možnosti komentiranja na samo določene prispevke. Komentarje na portalu MMC moderira administrator, »ki lahko, če oceni neprimernost vsebine, posamezne komentarje odstrani, v skrajnem primeru pa tudi blokira uporabniško ime« (Pirc 2015: 48–49).

sovražni govor (Vranjek Ošlak in Centa 2015: 79; Gorjanc 2005). Erjavec in Poler Kovačič (2012: 194–196) ugotavljata, da se pisci sovražnega govora v komentarjih delijo v dve glavni kategoriji, in sicer na organizirane in samoorganizirane pisce komentarjev s sovražnim govorom. Pri organiziranih piscih (»vojakih«) njihovi vzdevki nimajo posebnega pomena, želijo le zakriti svoje povezave z institucijami, pri samoorganiziranih piscih pa ima večina vzdevkov določen pomen, kot na primer *kapitan* in *pravični*. »Ti poimenovanji označujeta moč, pravičnost in vodstvo; nakazujeta, da sporočila teh oseb vsebujejo edino pravilno/normalno interpretacijo novinarskega prispevka« (ibid.).

### 3 VZOREC IN ANALIZA

V prvi del analize so bila vključena uporabniška imena 300 najproduktivnejših avtorjev komentarjev pod novinarskimi prispevki. Seznam je bil pridobljen iz korpusa Janes (Erjavec et al. 2015), in sicer iz podkorpusa Janes vo.3.1 Comment, v katerem so zbrani komentarji na novinarske prispevke s portalov MMC RTV Slovenija, Reporter in Mladina. V drugi del analize so bila vključena uporabniška imena 300 najproduktivnejših slovenskih avtorjev tvitov. Seznam je bil pridobljen iz korpusa Janes, in sicer iz podkorpusa Janes vo.3.4 Tweet.<sup>11</sup>

Zanimalo nas je, kaj o identiteti posameznika povedo uporabniška imena. Razdelili smo jih v kategorije, ki so določene glede na stopnjo razkrivanja oz. zakrivanja identitete.<sup>12</sup> Na vrhu klasifikacije je ime, ki je v osnovi najbolj informativno, saj neposredno izkazuje posameznikovo identiteto, čeprav se zavedamo, da je v spletnem okolju težko dokazljivo, kdo se skriva za nekim spletnim vzdevkom. Sledijo uporabniška imena, ki vsebujejo druge posameznikove osebne značilnosti, tj. podatke o kraju bivanja, veroizpovedi,

---

<sup>11</sup> Za pomoč pri pridobivanju seznama se zahvaljujema Jaki Čibeju.

<sup>12</sup> Čeprav se zavedamo, da informacije, ki se pojavijo v uporabniškem imenu, niso nujno značilne za uporabnika tudi v realnem življenju, uporabniška imena razvrščamo v posamezne kategorije glede na oblikovni kriterij. Preverjanje resničnosti informacij pri avtorjih, ki bi vsekakor bilo zanimivo, bi preseglo zastavljeni obseg raziskave.



lastnostih, dejavnosti (poklicu), starosti in horoskopu. Še manj o identiteti komentatorja ali uporabnika Twitterja povedo uporabniška imena, iz katerih je mogoče razbrati nekatere interesne značilnosti, kot je zanimanje za znane osebe (ali poistovetenje z njimi), naravo, blagovne znamke, hobije, tehnologijo, dogodke in hrano. Identiteta uporabnika je najboljše varovana v uporabniških imenih, iz katerih o posamezniku ni mogoče razbrati ničesar – uporabniki jih inovativno oblikujejo tako, da se poigravajo z jezikom, uporabljajo splošne in nevtralne besede ali pa si izberejo uporabniško ime, ki mu je težko določiti motiviranost. Poleg oblikovnega kriterija smo si pri določanju kategorij ponekod pomagali s pregledom uporabnikovega profila, včasih je pri uvrstitvi v kategorijo pomagala fotografija (npr. pri uporabniškem imenu *Wasabi*, ki bi lahko bil motiviran z istoimenskim filmom, vendar smo ga uvrstili v kategorijo »hrana« zaradi profilne slike).

V nadaljevanju predstavljamo poskus klasifikacije uporabniških imen na Twitterju in v komentarjih pod novinarskimi prispevki glede na stopnjo razkrivanja identitete uporabnika. Razdelitev kategorij je delno povzeta po Bechar-Israeli (1995), Medved (2001) in Pistolesi (2004) ter prilagojena glede na problemsko zasnovu prispevka in izbrani vzorec. Analiza drugih značilnosti uporabniških imen se opira na Michelizza (2015).

Osebne značilnosti:

- ime (ime in/ali priimek, vzdevek z možnimi modifikacijami);
- kraj (kraj, država ali regija, prebivalec);
- religija (veroizpoved);
- lastnost (fizična ali psihična lastnost, vrednota);
- dejavnost (poklic, izobrazba, hobi, status, sorodstveno razmerje);
- starost (kot del uporabniškega imena – starost v letih, letnica rojstva);
- horoskop.

Interesne značilnosti:

- znana oseba (igralec, politik, športnik, literarna/zgodovinska oseba, glasbenik itd.),
- narava (žival, rastlina, naravni pojav, drag kamen itd.),
- znamka (blagovna znamka, avtomobil, naslov knjige, časopisa),
- zanimanje (glasba, slog, generacijska/politična pripadnost, šport, mitologija),
- tehnologija in matematika,
- dogodek,
- hrana.

Drugo:

- igranje z jezikom (sklop, frazeologija, stavek, kratica, zaimек, medmet, inovativno izmišljeno uporabniško ime itd.),
- nepovezano (splošne, nevtralne besede),
- težko določljiva motiviranost.

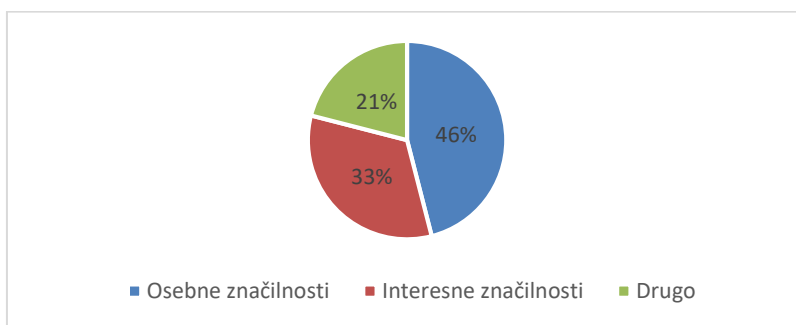
Vzdevki sicer lahko razkrivajo različne informacije o uporabniku, vendar pogosto ni mogoče natančno določiti, kako je izbrano uporabniško ime povezano z uporabnikom oz. je mogočih interpretacij več. Splošne kategorije, na katere je mogoče razdeliti uporabniška imena, so pri uporabnikih Twitterja in komentatorjih iste, razlikujeta se zastopanost posameznih kategorij in splošna težnja k razkrivanju oz. zakrivanju identitete. Kot smo že omenili, nekateri podatki iz uporabniških imen morda niso resnični, prav tako ni mogoče vedeti, ali je interpretacija uporabniškega imena popolnoma pravilna, zato na tovrstne primere ponovno opozorimo v interpretaciji podatkov oz. jih v primeru nejasnosti razvrstimo v kategoriji »nepovezano« ali »težko določljiva motiviranost«. Prav tako je nekatera uporabniška imena mogoče razvrstiti v več kategorij, za potrebe analize so bila razvrščena v tiste kategorije, ki so v klasifikaciji razvrščene višje in torej o uporabnikovi identiteti povedo več (npr. uporabniško ime *tomazmb* je razvrščeno v kategorijo »ime«, ker je glede na

klasifikacijo »ime« bolj informativno glede identitete kot »kraj«). Uporabniška imena smo razvrščali ne glede na jezik, saj je za splet značilno sobivanje več jezikov – poleg angleščine so analizirana uporabniška imena še v latinščini, španščini, arabščini in nemščini.

### 3.1 Analiza uporabniških imen komentatorjev pod novinarskimi prispevki

Glavni namen komentiranja novic na spletnih portalih je izražanje mnenja. Ker se lahko mnenje uporabnika razlikuje od mnenja večine in od stališča portala, predstavljenega v komentirani novici, in ker so izražena mnenja pogosto napisana z ostrimi besedami ali celo vključujejo sovražni govor, uporabniki pri izbiri uporabniških imen težijo k zakrivanju svoje identitete oz. vsaj k neuporabi svojega pravega imena.

Iz obravnavanih uporabniških imen je mogoče sklepati o nekaterih uporabnikovih osebnih lastnostih in/ali interesih, pri drugih pa to zaradi zakrivanja identitete z igranjem z jezikom, izbire splošnih in nevtralnih besed ter težje določljive motiviranosti ni mogoče. Razporeditev glede na stopnjo razkrivanja oz. zakrivanja identitete je prikazana v grafu 1, kategorije pa so podrobneje razložene v nadaljevanju.



**Graf 1:** Razkrivanje identitete v uporabniških imenih komentatorjev.

### 3.1.1 OSEBNE LASTNOSTI

Identiteto posameznika, ki se skriva za uporabniškim imenom, je mogoče razbrati le, če je v spletni identiteti uporabljeno njegovo pravo ime in/ali priimek, česar pa v večini primerov seveda ne moremo z gotovostjo trditi. Ime (torej ime ali priimek, del imena ali priimka) je razvidno iz 24 % uporabniških imen. Najpogosteje je v uporabniškem imenu uporabljeno ime (*silvester, vladimir, toni66, STANE, hubert69*), pogosto mu je dodana tudi začetnica priimka (*TineB, janezc, MateoS, viljam\_s*), redkeje celoten priimek (*janezdolzan*). Manj je samo priimkov (*vranjek, JUH*) in morebitnih vzdevkov (*čarli*). Imena in priimki so lahko modificirani v obliko vzdevkov, da pritegnejo pozornost, npr. s tujimi črkami in črkovnimi kombinacijami (*kayci, Mety, minnaema*). Pogoste so tudi manjšalnice in ljubkovalnice (*Nikec3, rokec, Roky89*).

Druge osebne lastnosti posameznika, ki neposredno sicer ne izdajajo njegove identitete, povedo pa kaj drugega o njem, lahko razberemo iz uporabniških imen v kategorijah »kraj«, »religija«, »lastnost«, »dejavnost«, »starost« in »horoskop«. Taka uporabniška imena ima 22 % obravnavanih komentatorjev. V kategorijo kraja smo uvrstili uporabniška imena, ki vključujejo imena krajev, regij, držav in prebivalcev. Sklepamo, da je uporabnik osebno povezan s krajem iz izbranega vzdevka ali pa mu je ta kako drugače blizu (*mb128, veleje, Korošec*). Uporabniška imena v kategoriji »religija« lahko kažejo na uporabnikovo versko prepričanost (*ateistek*), uporabniška imena v kategoriji »horoskop« pa na nebesno znamenje (*kozorog1973*). Kategoriji »lastnost« in »dejavnost« zajemata uporabniška imena, za katera predvidevamo, da vsebujejo informacije o uporabnikovih fizičnih in psihičnih lastnostih ter vrednotah (*melanholik, optimist2, zamudnik, Neprostovoljec, Pojasnjevalec, PRPA, PONOS*), pa tudi o poklicu, izobrazbi, hobijih in sorodstvenih razmerjih (*zemljemerec, krosnjar, kurjac, ponudnik, malidelnicar, upokojenka, gobar, tetka, Kvantni mehanik*).

Številke, za katere predvidevamo, da izražajo uporabnikovo starost ali letnico rojstva, se tipično pojavljajo v uporabniških imenih, iz katerih je mogoče prepoznati uporabnikovo ime (*Roky89, Dani1971, emilie13, sanja25*). O starosti uporabnika je mogoče sklepati pri 6 % uporabniških imen.

### 3.1.2 INTERESNE LASTNOSTI

Nekatera uporabniška imena vključujejo besede, ki namigujejo na uporabnikove interese (33 %) – ta uporabniška imena smo uvrstili v kategorije »znana oseba«, »narava«, »znamka«, »zanimanje«, »tehnologija in matematika«, »dogodek«, »hrana«. Kategorija »znana oseba« posredno razkriva, za katero področje se uporabnik zanima in s kom iz sveta slavnih se morda poistoveti (*otto bizantiski, assange, fedorov71, Chopin, Morgenstern, Senna-Maze 28, Flagellum Dei*). Podobno razkrivajo tudi uporabniška imena iz drugih kategorij – morda se uporabnik zanima za naravo (*severniki, rubin, kolibri123, jak, Bulldog, MajskiCvet, Bobr*) ali kupuje oz. oglašuje izdelke določene blagovne znamke (*nuetrifem, megan, scenic, feral tribune, 7up, SoloCare, GUESS*). Uporabniško ime morda izdaja kaj o njegovih glasbenih, političnih in drugih preferencah (*rokers, zapatist, generacija56, levak, Ples, Rockos, Rasta75*) ali pa to, da se zanima za tehnologijo in matematiko (*equation solved, CtrlDelete, MiD*), dogodke (*vojnalogi*) ali da mu je všeč določena vrsta hrane (*Golaž, Wasabi*).

### 3.1.3 DRUGO

Nekatera zbrana uporabniška imena o posameznikovi identiteti ne izdajo veliko (včasih je npr. iz vzdevka razviden le spol uporabnika) ali ničesar (21 %). To so tista, pri katerih se zdi, da je za uporabnika izbira uporabniškega imena predvsem igra z jezikom – za to kategorijo so značilni (1) sklopi in uporabniška imena v obliki stavka (*NoriPlanet, ALFAinOMEGA, ciracara, nevem, nimivseeno1, pikam\_dopust, resnica\_boli, go keith go*), (2) različni elementi iz frazeologije (*KovacevaKobila*), (3) zaimki in medmeti (*J@st, Jest, jast123*,

*tuditi, ups, binbon, en\_tipson, taeden, Entoshl*) ter (4) druge inovacije (*komsomolec, B in .*). Pogosto so v enem uporabniškem imenu prisotni različni inovativni postopki.

Prav tako izvemo malo o uporabniku iz tistih uporabniških imen, ki vključujejo splošne besede, ki na videz niso povezane z uporabnikom (*espero, veza, boroč, help, Breathe*), in iz uporabniških imen, katerih motiviranost je težko določiti (*pfç, vx, vxxxx, wisan, zibbof, zozozo, ZeK, Xaax, Q\_*).

### 3.1.4 SPLOŠNE ZNAČILNOSTI

#### *Modifikacije*

Poleg inovacij, ki so značilne za posamezno kategorijo, so pogoste tudi druge tipične modifikacije, ki so manj povezane s skrivanjem identitete posameznika in več s stilnim učinkom. Take modifikacije so npr. (1) zapis od zadaj naprej (*raknac navi* [= Ivan Cankar]), (2) menjava črk s številkami in znaki (*J@st*) in (3) različne premetanke črk (*ezat\_ anim* [= Tina Maze]).<sup>13</sup>

#### *Šumevci*

Novičarski portali omogočajo (1) uporabo šumevcev v uporabniških imenih (*čarli, šurda, božo1, deželan, člk, kralj matjaž*), vendar se zdi, da so spletni uporabniki še vedno tako navajeni na njihovo odsotnost, da namesto njih kljub temu pogosto uporabljajo (2) sičnike (*kurjac, malidelnicar, KovacevaKobila, Mimobeznik, ciracara, nekdodalec*) ali jih (3) nadomeščajo z drugimi črkovnimi kombinacijami (*tjasham, Emsho, makoshark, Entoshl*).

#### *Številke*

Številke se v uporabniških imenih pojavljajo v treh vlogah: (1) razlikovalna oz.

---

<sup>13</sup> Čeprav imajo podobne premetanke večinoma stilni učinek, pa lahko tudi skrivajo identiteto uporabnika in izpostavijo tematiko, o kateri želi ta izraziti svoje mnenje. Uporabnik *ezat\_ anim* je na portalu MMC (pogosto žaljivo) komentiral članke o tekmovalnih uspehih Tine Maze.

indeksalna vloga, kjer številka sama po sebi načeloma nima pomena ali pa gre za splošno znano številko iz popularne kulture (*Kekec 99, Arsenal\_fan1, Band3, kolibri123, ikn1; Zgodovinar\_666, mikicoo7, mircekoo7*), (2) informacija o starosti uporabnika, kjer je s številko lahko izražena uporabnikova letnica rojstva (*Rasta75, Roky89, Dani1971*) ali njegova starost (*emilie13, sanja25, anny22*). Seveda gre v teh primerih za ugibanje, nejasni so tudi primeri kot *piatim69, hubert69*, kjer bi lahko šlo za letnico rojstva, starost ali številko iz popularne kulture. Kaže se tudi (3) inovativno menjavanje črk s številkami; primeri tovrstne rabe so redki (npr. *throl*).

### *Označevanje besednih mej*

Načini označevanja besednih mej so v uporabniških imenih različni. Za različne kategorije uporabniških imen je značilna (1) raba dvozačetnic (*DejanD, ElTorro, CtrlDelete, MajskiCvet*). Dvo- ali večzačetnice imajo v uporabniških imenih vlogo ločevanja besed, na katero so spletni uporabniki navajeni in se je držijo, čeprav novičarski spletni portali dopuščajo tudi (2) rabo presledka, ki je uporabljen redkeje (*Anar Hija, the law1, pok vejice, severna zvezda*). Besede so v uporabniških imenih lahko (3) ločene tudi z nekaterimi pisnimi znamenji, npr. s podčrtajem (*vestni\_opazovalec, K\_ris, resnica\_boli*). (4) Druga pisna znamenja in ločila (poleg podčrtaja še vezaj, pika in afna) imajo sicer lahko vlogo ločevanja besed (*SF-SN, borut-blas*), a so pogosteje uporabljena povsem stilno (*ti-ne, B in ., o.r.c.h.i.d, Q\_, J@st*). V redkih primerih lahko besede ločuje tudi (5) menjavanje velikih in malih črk (*ALFAinOMEGA, SLOBloodPatriot*).

### *Male in velike črke*

Največ (64 %) uporabniških imen je zapisanih (1) le z malimi črkami (*svobodan, thetilko, timoti, deželan, generusus, tujka*), po pogostnosti jim sledijo (2) uporabniška imena z veliko začetnico na začetku ali znotraj imena (29 %; *Kvantni mehanik, Golaž, Wasabi, Binder Dandet, Milkijevizakladi, DrumBeat*), najmanj (7 %) pa je (3) uporabniških imen, ki so zapisana z

velikimi črkami (*MIRNČAN, KLIPAN, PRPA, PONOS, DREADLORD, OMNIC*) ali (4) s kombinacijo velikih in malih črk (*ALFAinOMEGA, el CARTEL*), ki ima lahko stilni učinek.

### 3.2 Analiza uporabniških imen na Twitterju

Twitter uporabljata dve skupini uporabnikov – zasebni in javni (različne organizacije – stranke, medijske hiše, podjetja itd.) (Erjavec in Fišer 2013: 110). Zasebni uporabniki ga uporabljajo za zasebno komunikacijo, zabavo in izražanje mnenj, medtem ko je glavni namen uporabe Twitterja pri javnih uporabnikih (samo)promocija in obveščanje drugih uporabnikov in sledilcev o novostih. Javni uporabniki, ki jih je bilo v analizi 25 %, vedno razkrivajo svojo identiteto in/ali dejavnost, s katero se ukvarjajo in ki jo oglašujejo na strani (*STA\_novice, STA\_Sport, vecer, strankaSDS, Dnevnik\_si*). Njihovih uporabniških imen zato nismo natančneje analizirali, saj je njihova identiteta jasna, poleg tega je zanje pomembnejša prepoznavnost kot inovativnost. Zasebni uporabniki svojo identiteto v uporabniškem imenu<sup>14</sup> razkrivajo večinoma v primerih, ko je glavni namen uporabe Twitterja zasebna komunikacija in zabava. Uporabniki, ki pogosto izražajo svoje mnenje, ki je lahko družbeno manj sprejemljivo, težijo k zakrivanju identitete. Zasebni profili na Twitterju so nekakšna reprezentacija uporabnikov v spletu, zato se nekateri zelo potrudijo, da so kar se da inovativni in unikatni, ne glede na to, ali razkrivajo (npr. *PrinasalkaZlata* [= Zlata Krašovec] – drugi del je pravo ime (kar je razvidno iz profila), prvi pa je dodan zaradi igranja z jezikom; podobno *ItaqRina* [= Katarina Lotrič] – poigravanje z vzdevkom igralke Ite Rine [= Ida Kravanja]) ali zakrivajo pravo identiteto (*oggctopus* [= Aleš Ogorevc] – prvi del uporabniškega imena je začetek priimka).

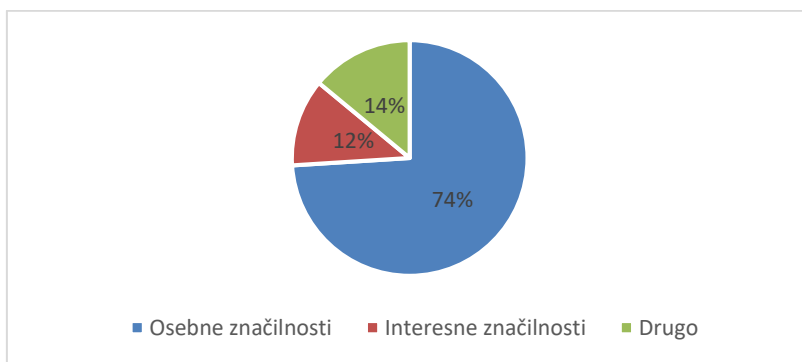
63 % zasebnih uporabnikov Twitterja ima v uporabniškem imenu navedeno

---

<sup>14</sup> Poleg uporabniškega imena na Twitterju lahko vidimo tudi t. i. »ime«, kjer pogosto najdemo ime in priimek uporabnika, s čimer smo si tudi pomagali pri uvrstitvi uporabniškega imena v posamezne kategorije.



ime, pri 11 % je izražena kakšna druga osebna značilnost, iz 12 % uporabniških imen lahko sklepamo o interesnih dejavnostih, 14 % uporabniških imen pa uporabnikovo identiteto skoraj popolnoma zakriva. V grafu 2 so prikazane kategorije glede na zastopanost z deleži.



**Graf 2:** Stopnja razkrivanja identitete pri zasebnih uporabniških imenih na Twitterju.

### 3.2.1 OSEBNE ZNAČILNOSTI

Ime uporabnika<sup>15</sup> (razvidno je ime ali priimek, del imena ali priimka) je uporabljeno v 63 % uporabniških imen. Najpogostejše so kombinacije imena in priimka (*edvardkadic*, *MarijaDrenovec*, *Jure\_Bajic*, *ErikaPlaninsec*, *MarkoPavlicic*, *AlanOrlic*, *maticslopsak*, *Karlo\_Vrataric*, *KatarinaJenko*, *ursicdomen*) ter kombinacije imena in začetnice priimka (*DzaniB1984*, *darkob*, *stanka\_d*, *bosstjanz*, *uros\_m*, *OtmarK*). Manj pogosta so samo imena (*Moj\_ca*, *Miran7777*, *Ursha1991*) ali samo priimki (*murekar*, *matjasec*, *Turinek*, *crnkovic*, *\_pikl*, *Mauhler*, *Hribar13*). Pojavljajo se še kombinacije priimka in začetnice imena (*MSalberger*, *mropret*, *RSustar*, *vmatijevec*, *krajncb*, *BSkof*, *t\_celestina*, *SustarsicM*), imena pa imajo ponekod tudi različne dodatke, npr. vzdevke ali druge besede, ki opisujejo uporabnika in lahko

<sup>15</sup> O istovetnosti uporabnikovih osebnih podatkov na Twitterju se lahko pogosto prepričamo tudi s pregledom njegovega profila, saj uporabniki pogosto objavljajo fotografije in druga sporočila, ki jasno kažejo na resničnost v uporabniškem imenu navedenih podatkov.

vključujejo besedno igro (*JozeJos*, *IrenaSirena*, *UrškaSoncek*, *PrinasalkaZlata*). Imena in priimki so lahko modificirani, da pritegnejo pozornost, npr. s tujimi črkami in črkovnimi kombinacijami (*ItaqRina*, *TaiaG*, *Boyan\_M*, *crico111*). Pogoste so tudi manjšalnice in ljubkovalnice (*n\_e\_j\_k\_o*, *Mojcica83*, *lenci53*).

Druge osebne lastnosti posameznikov lahko razberemo iz uporabniških imen v kategorijah »kraj«, »lastnost«, »dejavnost« in »starost«. Taka uporabniška imena ima 11 % uporabnikov Twitterja. Kraj ali širše območje, s katerim je uporabnik povezan, razkrivajo uporabniška imena, kot so *MiranStajerc*, *Celjan\_master*, *stavenskoverhski*, *z8\_LJ*. Uporabnikove fizične in psihične lastnosti ter vrednote lahko razkrivajo uporabniška imena, kot so *kricac*, *Trdosrcnez*, *Firbec* in *asocialec*, v kategoriji »dejavnost« pa uporabniška imena kažejo na poklic, izobrazbo, hobi in sorodstveno razmerje (*lajnar\_EU*, *Spovednik*, *komunalc*, *kriminolog*, *Gospod\_profesor*, *megafotr*).

O starosti uporabnika lahko sklepamo iz 5 % uporabniških imen, ki vključujejo številko, za katero predvidevamo,<sup>16</sup> da predstavlja letnico rojstva (*Mojcica83*, *Ursha1991*, *johnko89*, *Maxova68*, *DzaniB1984*) oz. uporabnikovo starost (*Brane49S*, *Che27Che*).

### 3.2.2 INTERESNE ZNAČILNOSTI

Interesne značilnosti uporabnika razkriva 12 % uporabniških imen. Največ uporabnikov iz te kategorije je navdih za svoje uporabniško ime dobilo v naravi (*LazarjevPolzek*, *opica*, *ovtsa*, *miskasmetiska*, *svizec*). Manj uporabniških imen (le po nekaj primerov) razkriva povezave s tehnologijo in matematiko (*strelovod*, *chatek*, *madpixel*, *kvadratak*), zanimanjem za šport, mitologijo in politiko (*PrometejDD*, *had*, *Libertarec*, *surfon*) ter znanimi osebami

---

<sup>16</sup> Podobno kot pri komentatorjih tudi pri nekaterih uporabnikih Twitterja, ki imajo v uporabniškem imenu dvomestno številko, ni mogoče vedeti, ali gre za starost ali zadnji dve številki letnice rojstva.

(*Che27Che*, *Fitzroy1985*, *vanfranco*). Najmanj uporabniških imen sodi v kategorije »znamka« (*Mystic\_rovers*), »hrana« (*vitaminC\_si*, *krofek*, *spirulinka9*) in »dogodek« (*Njokifestival*).

### 3.2.3 DRUGO

Večina uporabniških imen, ki o uporabniku izdajajo najmanj, spada v kategorijo »igranje z jezikom« – najdemo lahko sklope in uporabniška imena v obliki stavka (*krtmen*, *MeFollowYouAll*, *JsSmRenton*, *FejstMozakar*, *nad\_bogom*, *missnymphée*, *MadamSugarfree*), različne elemente iz frazeologije (*an\_imo\_pectore*), zaimke in medmete (*badabumbadabum*, *tiskraba*, *tamejhna*) ter druge inovacije (*izRODEk* – iz profila je razvidno, da gre za referenco na Franca Rodeta;<sup>17</sup> *oggetopus*, *E\_nk\_a*). Pogosto so v enem uporabniškem imenu prisotni različni inovativni postopki.

### 3.2.4 SPLOŠNE ZNAČILNOSTI

#### *Modifikacije*

Druge tipične modifikacije so (1) rimanje in glasovni učinki (*BetinaMalina*, *bibabuba12*, *IrenaSirena*, *MuriMursic*), (2) izpuščanje samoglasnikov (*jkmcnk* [= Jaka Močnik]), (3) menjava črk s številkami (*stavenskouvrhsk1*) in (4) različne premetanke črk (*tibonalta*)<sup>18</sup>. Zanimivi so tudi primeri, kjer je v uporabniškem imenu naveden (5) naziv, npr. *MadamSugarfree*, *missnymphée*, *MrVates*, *Gospod\_profesor*.

#### *Šumevci*

Twitter ne omogoča uporabe šumevcev v uporabniških imenih, zato jih uporabniki nadomeščajo (1) z različnimi kombinacijami črk (*Flajschman*,

---

<sup>17</sup> Žaljivost na spletu se sicer v večji meri pojavlja v komentarjih na novinarske prispevke, zaslediti pa jo je mogoče tudi na Twitterju. Uporabnik *izRODEk* v svojem profilu s sliko nakazuje, da je profil namenjen žaljenju javne osebe, svoje tvite pa sproti briše.

<sup>18</sup> Ime uporabnice razkriva, da je njeno pravo ime Tina, zato sklepamo, da gre za premetanko iz imena in priimka [= Tina Bolta].

*Chuppacadabra, tyschew, jernejch*) ali namesto njih pišejo kar (2) sičnike, kar je ustaljena spletna praksa (*Pizama, Mojčica83*). V imenu, ki se na profilu izpiše nad uporabniškim imenom, je mogoča tudi uporaba šumevcev (npr. uporabnik z uporabniškim imenom *Kracalnik* ima na profilu ime *Garač*).

### *Številke*

Številke se tudi v uporabniških imenih Twitterja pojavljajo (1) v razlikovalni oz. indeksalni vlogi ali kot številka iz popularne kulture (*dfiser3, DKosir7, schoo666*) ter (2) kot dodatna informacija o starosti uporabnika, kjer je s številko lahko izražena uporabnikova letnica rojstva (*Mojčica83, Ursha1991, johnko89, Maxova68, DzaniB1984*) ali njegova starost (*Brane49S, Che27Che*). Tretja vloga, ki je najredkeje izražena, je (3) inovativno menjavanje črk s številkami, npr. *stavenskourhsk1*. Kot smo že omenjali, v nekaterih primerih ni popolnoma jasno, za katero vlogo gre (*Miran7777* – številke imajo lahko samo razlikovalno vlogo, lahko bi šlo tudi za podvojeni zadnji dve številki letnice rojstva ali za kaj tretjega).

### *Označevanje besednih mej*

V uporabniških imenih na Twitterju so (1) besedne meje večinoma zaznamovane z veliko začetnico – v uporabniških imenih, ki vsebujejo ime uporabnika, so zlasti pogoste dvozačetnice (*ErikaPlaninsec, MarkoPavlisic, AlanOrlic, RomanVodeb, MasaButara, MatevzNovak, PetraSlanic*), pojavljajo pa se tudi v drugih, inovativnejših tvorbah, kjer najdemo tudi večzačetnice (*LazarjevPolzek, MadSquidd, GobaFunk, SillyInnerVoice*). Sistem ne dopušča uporabe presledka, zato je namesto njega pogosto (2) uporabljen podčrtaj, ki ima tudi stilno (*\_pikl, \_Inja\_*), ne le ločevalno vlogo (*illegall\_blonde, mara\_sirako, Jure\_Bajic*).

### *Male in velike črke*

Na Twitterju močno prevladujejo (1) uporabniška imena iz samih malih črk

(*lucijausaj, iztokmajhenic, edvardkadic, megafotr, krofek, tretjeoko, russhie*), (2) uporabniška imena z veliko začetnico na začetku (*Maxatnes, Petrasa1, \_Inja\_, Maxova68*) in (3) dvozačetnice (*StojanPovh, TamaraVonta, MajaSimoneti, MisaHrovat*). Precej manj je (4) uporabniških imen s samimi veliki črkami (*DC43, Z3MQP*) ter (5) kombinacij malih in velikih črk (*PrometejDD, izRODEK*).

#### 4 SKLEP

Že hiter pregled uporabniških imen komentatorjev na portalih in uporabnikov Twitterja je pokazal, da so uporabniška imena tvorjena na številne različne načine ter izkazujejo veliko pestrost in inovativnost uporabnikov. Identiteta uporabnikov se pri tem razkriva oz. zakriva na različne načine – pogosto lahko iz uporabniškega imena sklepamo o osebnih ali interesnih značilnostih uporabnika, v nekaterih primerih pa nič od tega ni razvidno. Včasih tudi ni mogoče natančno določiti, kako je izbrano uporabniško ime povezano z uporabnikom oz. je mogočih interpretacij več. Kategorije, na katere je mogoče razdeliti uporabniška imena, so pri uporabnikih Twitterja in komentatorjih glede na splošno delitev iste, razlikujeta se zastopanost posameznih kategorij in splošna težnja k razkrivanju oz. zakrivanju identitete. Uporabniška imena na Twitterju pogosteje kot uporabniška imena komentatorjev na spletnih portalih vsebujejo najpomembnejšo informacijo o identiteti avtorja – ime. To je lahko posledica tega, da se ta dva tipa RPK razlikujeta glede na osnovni namen komunikacije – pri komentiranju spletnih novic je to izražanje mnenja (večinoma o temi prispevka), ki je zaradi anonimnosti lahko potencirano ali celo radikalizirano, pri Twitterju pa prevladuje zasebna komunikacija (tako za zabavo kot tudi za izražanje mnenj in argumentirano razpravljanje). Nekateri podatki iz uporabniških imen morda niso resnični, prav tako ni mogoče vedeti, ali je interpretacija uporabniškega imena popolnoma pravilna, vendar tega večinoma ni mogoče preveriti. Prav tako je nekatera uporabniška imena mogoče razvrstiti v več kategorij. Za analizirana uporabniška imena je značilno

sobivanje slovenščine in angleščine – uporabniška imena iz vseh kategorij so lahko v slovenščini ali angleščini, pojavijo pa se tudi uporabniška imena v latinščini, španščini, arabščini in nemščini.

#### LITERATURA

- Bechar-Israeli, H. (1995). From <Bonehead> to <cLoNehEAd>: Nicknames, play and identity on Internet Relay Chat. *Journal of Computer-Mediated Communication* 2/1. s. p. Dostopno prek: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.1995.tb00325.x/full> (27. julij 2016).
- boyd, d.: *what's in a name*. Dostopno prek: <http://www.danah.org/name.html/> (3. marec 2016).
- Crystal, D. (1998): *Language play*. London: Penguin Books.
- Crystal, D. (2009). *Txtng: The Gr8 db8*. New York, Oxford: Oxford University Press.
- Erjavec, K. in Poler Kovačič, M. (2012): Novinarstvo in internet: Značilnosti piscev sovražnega govora v komentarjih pod spletnimi novinarskimi prispevki. *Teorija in praksa*, let. 49. 190–203.
- Erjavec, T. in Fišer, D. (2013): Jezik slovenskih tvitov (korpusna raziskava). *Družbena funkcijskost jezika (vidiki, merila, opredelitev)*. *Obdobja* 32. Žele, A. (ur.). Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Filozofska fakulteta. 109–116.
- Erjavec, T., Fišer, D. in Ljubešič, N. (2015). Razvoj korpusa slovenskih spletnih uporabniških vsebin Janes. Fišer, D. (ur.). *Zbornik konference Slovenščina na spletu in v novih medijih*. Ljubljana: Znanstvena založba Filozofske fakultete. 20–26.
- Gorjanc, V. (2005): Diskurz slovenskih spletnih forumov – dokončen potop strpnosti? *Večkulturnost v slovenskem jeziku, literaturi in kulturi*. 41.

- SSJLK. Stabej, M. (ur.). Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Filozofska fakulteta, Center za slovenščino kot drugi/tuji jezik. 20–29.
- Jain, P. in Kumaraguru, P. (2014): @I to @Me: An Anatomy of Username Changing Behavior on Twitter. *arXiv:1405.6539v1* [cs.SI].
- Lee, N. (2013): *Facebook Nation*. New York: Springer.
- Marwick, A. in boyd, d. (2011): To See and Be Seen: Celebrity Practice on Twitter. *Convergence. The International Journal of Research into New Media Technologies*. 17 (2). 139–158.
- Medved, K. (2001). Klepet na internetu – iluzija ali resničnost? *Spletka.net* 2/5. 106–107.
- Michelizza, M. (2015): *Spletna besedila in jezik na spletu*. Ljubljana: Založba ZRC, ZRC SAZU.
- Oblak, T. (2004): Kultura druženja *chat room* generacije. »Za užitek gre!«. *Javnost*, št. 11. 75–88.
- Pirc, A. (2015): *Spletni komentarji pod novinarskimi prispevki kot tip računalniško posredovane komunikacije*. Diplomsko delo. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Filozofska fakulteta.
- Pistolessi, E. (2004): *Il parlar spedito. L'italiano di chat, e-mail e SMS*. Padova: Edsera editrice.
- Praprotnik, T. (2003): *Skupnost, identiteta in komunikacija v virtualnih skupnostih*. Ljubljana: ISH: Zbirka Documenta.
- Praprotnik, T. (2005): Kdo smo online? Nekateri kontekstualni dejavniki računalniško posredovane komunikacije. *Monitor ISH*, letnik 7, št. 1. 113–137.
- Praprotnik, T. (2014): Ali kaj fejsbukate? Samorazkrivanje v družbenih omrežjih; primer Facebook. *Medijska vzgoja in produkcija*, letnik 7, št. 4 (december 2014). 4–10.

Van der Nagel, E. in Frith, J. (2015): Anonymity, pseudonymity, and the agency of online identity: Examining the social practices of r/Gonewild. *First Monday*, letnik 20, št. 3 (marec 2015). s. p.

Vranjek Ošlak, U. in Centa, A. (2015): Prava frekvenca – analiza žaljivega govora v spletnih komentarjih. *Slovenščina na spletu in v novih medijih*. Fišer, D. (ur.). Ljubljana: Znanstvena založba Filozofske fakultete Univerze v Ljubljani. 75–79.

Žist, M. (2003): *Komunikacija v novih medijih*. Diplomsko delo. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Filozofska fakulteta.

## **“TINEB”, “ZGODOVINAR\_666” AND “ASSANGE” – HOW IDENTITY-REVEALING ARE USERNAMES**

The research of usernames in comments of online articles and on Twitter showed that users who comment online news tend to cover their identity more often than Twitter users. We assume that the reason for this is that online news commentators mostly express their opinion, which may differ from the point of view of the online news portal. Due to anonymity, the opinion can be intensified or even radicalized. Therefore, commentators wish to at least partially conceal their identity. On the other hand, Twitter users frequently reveal their identity in their username, namely by using their real name and/or surname since the main purpose of using Twitter is for private communication and entertainment. On Twitter, it is also possible to find individuals who conceal their identity in order to express their opinion; however, they are less frequent. In usernames, users of both CMC types frequently replace their real name and/or surname with words that relate to their personal features (location, religion, characteristics, activity, horoscope and age) or express their interests (celebrities, nature, trademarks, interests, technology and mathematics, events, food). In this way, their identity is indeed obscure to some extent; however, they still express something about themselves. Users largely cover their identity by choosing an innovative username; they may use a general or neutral word or even construct their username in such way to make it difficult to determine its motivation. The analysis of the collected usernames also revealed some other username characteristics typical for online communication in general. In their usernames, users often play with language because they want the username to be innovative



and unique in order to represent them online. Modifications of the text are frequent, i.e. switching letters or replacing them with numbers. Omitting diacritical signs (carons) on č, š, ž is also particular as such letters are often substituted by c, s, z or by letter combinations. Numbers may be used only as indexes or they may indicate the user's age or year of birth or even refer to a number known from popular culture. Username specific are also the ways of marking word boundaries – words are most often separated by using upper- or lowercase and underscores. Usernames are predominantly written in lowercase.

**Keywords:** username, nickname, Twitter, online news comments, computer-mediated communication

To delo je ponujeno pod licenco Creative Commons: Priznanje avtorstva-  
Deljenje pod enakimi pogoji 4.0 Slovenija.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution ShareAlike 4.0  
License Slovenia.

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

