
ШЕБАНОВА В.І.,
кандидат психологічних
наук, доцент, докторант,
факультет психології, Київський
національний університет
імені Тараса Шевченка,
м. Київ

НІКНЕЙМ ЯК САМОПРЕЗЕНТАЦІЯ НА ІНТЕРНЕТ-ФОРУМІ У ОСІБ З ПРОБЛЕМАМИ ХАРЧОВОЇ ПОВЕДІНКИ

У статті наведено результати дослідження самопрезентації на інтернет-форумі у осіб з проблемами харчової поведінки. Представлено психологічний аналіз нікнеймів у анорексиків та осіб з зайвою вагою. Визначені загальні та відмінні стратегії самопрезентації у анорексиків та осіб з зайвою вагою. Джерел – 6.

Ключові слова: проблеми харчової поведінки, анорексія, зайва вага, інтернет-комунікація, стратегії самопрезентації.

В статье приведены результаты исследования самопрезентации на интернет-форуме у лиц с расстройствами пищевого поведения. Представлен психологический анализ никнеймов у анорексиков и лиц с лишним весом. Определены общие и отличительные стратегии самопрезентации у анорексиков и лиц с лишним весом. Источников – 6.

Ключевые слова: проблемы пищевого поведения, анорексия, лишний вес, интернет-коммуникация, стратегии самопрезентации.

The article contains results investigation of self-presentation on an Internet forum in people with problems of eating behavior. Identified, the following unique features nickname that may make specific markers distorted attitude to their of corporeality in persons with anorexia: practically all names (nicknames) indicate on the indispensable desire beyond recognition, modification or decoration real name; names have exotically, mysterious and sexually appealing character; in the names are present direct indications on the destructive-depressive character of the person. Presented by women who are registered on the forums

for people with overweight, presenting themselves online community significantly more prone to realistic presentation (ie nicknames proper names). Even a large proportion of modified nicks are derived from the their own behalf, but has simplified or form or reduced-caressing nature. The specific and characteristic only for women with obesity are nicknames, including the names of food containing direct or veiled allusions to the desired size or large body.

Key words: eating disorders, weight problems, anorexia, obesity, online communication, strategies of self-presentation.

Постановка проблеми. Різні автори (О.П.Белінська, О.Є.Войсунський, А.Є.Жичкіна, В.Є.Іванов, Л.М.Мун та ін.) розглядають інтернет-мережу з психологічної точки зору, зокрема, як віртуальний простір, що широко використовується для спілкування, як засіб масової інформації та комунікації, що дозволяє розширити коло знайомств та встановити нові контакти. З цієї точки зору, спілкування та створення віртуального Я-образу, віртуальної ідентичності в інтернет-мережі може виступати новою, надзвичайно актуальною проблемою психології (на сьогоднішній час недостатньо розробленою).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Інтернет-середовище – достатньо новий предмет та об’єкт психологічних досліджень. Це особливий елемент інформаційного середовища, в рамках якого здійснюються специфічні форми людської поведінки. У кіберпросторі як елементу інформаційного середовища здійснюється цілий конгломерат діяльностей, основу яких складають пізнавальна, ігрова та комунікативна (причому перевага надається комунікативній діяльності). Природно, що в цій області відсутня усталена, апробована та надійна методологія дослідницької роботи, не

розроблені специфічні способи збору, аналізу та тлумачення інформації.

Останнім часом з’явився ряд цікавих досліджень в цьому напрямку, зокрема роботи О. М. Галічкіної, Л.Ф.Компанцевої, М. С. Романової, І.А.Остапенко, А. В. Чистякової, О.А.Соколової-Бауш, І. С. Шевченко та ін., що присвячені самопрезентації особистості в Інтернеті. Закордонні автори розглядають самопрезентацію як «засіб відображення та формування образу-Я й підтримки самооцінки» (Б.Шленкер, М.Вейголд, М. Лірі, Р. Ковальські та ін.), як демонстрацію різних соціальних ролей «можливість представити себе з найкращого боку або найбільш привабливим чином» (Дж. Тедеші, М. Ріес та ін.), як засіб організації своєї поведінки (І.Гофман). Своєрідну позицію займають дослідження Р. Аркіна та А.Шутца, у яких самопрезентація представлена «як поведінкова реалізація мотивації досягнення або уникнення невдач». У цілому ж дослідження web-презентацій поки фрагментарні, недостатні та мало розроблені, що робить їх актуальними.

Самопрезентація особистості в умовах спілкування, що опосередковане мережею Інтернет, складається в умовах специфічної (віртуальної) взаємодії «людина-людина». Соціокультурне середовище, що утворюється в інфор-

маційному просторі, а також технічні можливості спілкування створюють умови варіативності самопрезентації особистості. Сам феномен самопрезентації вважається нам дуже важливим в контексті психотерапевтичної роботи із хворими на анорексію. Зупинимось на цьому докладніше.

У сучасній психології питання, які можна об'єднати під загальною назвою «презентація особистості під час спілкування» досліджуються як феномен саморозкриття (в межах гуманістичної психології) і як феномен самопрезентації (в межах інтеракціонізму). І.С.Шевченко, досліджуючи варіативність самопрезентації особистості в інтернет-спілкуванні, під саморозкриттям розуміє повідомлення Іншим (партнерам) особистої інформації про себе; під самопрезентацією (намагання керувати враженнями Інших) вона розуміє різні стратегії та тактики, які використовує людина, щоб справити певне враження на оточуючих [5].

Найчастіше термін «самопрезентація» використовується у зв'язку проблемою формування Я-концепції та розглядом уявлень про власне Я людини. Існує взаємозв'язок самопрезентації з такими особистісними характеристиками як самосвідомість, ідентичність, саморозкриття, а також з особливостями ситуації спілкування та соціокультурним середовищем взаємодії. Часто самопрезентація розглядається як складова процесу сприйняття людини людиною. В області Інтернет-спілкування самопрезентація тлумачиться як процес свідомого та несвідомого пред'явлення (презентації) особистістю власне себе за допомогою вербальних і невербальних засобів комунікації з метою формування певного враження на партнера (партнерів) в інтернет-спільноті [5].

Попередній аналіз літературних

джерел з проблеми розладів харчової поведінки (ХП) здійснений нами у статті «Розлади харчової поведінки як феномен захисного реагування» виявив, що основою захворювання служить викривлене сприйняття себе (помилкова інтерпретація власної тілесності) [3]. Серед характерних психологічних рис осіб з розладами ХП поширеними є відчуття ізоляції і власної «ненормальності» з приводу надлишкової ваги (уявної та реальної), суперечливість почуттів та розірваність Я-концепції, активність примітивних механізмів психологічного захисту, соматизація внутрішніх конфліктів, а також порушення соціальної адаптації. Тому вивчення особливостей самопрезентації осіб з розладами харчової поведінки є надзвичайно актуальним як в плані вивчення причин виникнення розладів, так і психотерапевтичної роботи з ними.

Мета статті – на основі психологічного аналізу нікнеймів¹ визначити особливості самопрезентації анорексиків та осіб з зайвою вагою.

Виклад основного матеріалу і результатів дослідження.

У даній статті ми представимо аналіз символічної презентації особистості в інтернет-мережі – її віртуального імені.

При неформальному спілкуванні в мережі люди рідко використовують власне ім'я – зазвичай використовують нікнейм. Якщо в реальності людина не може самостійно вибрати своє ім'я бо отримує його від батьків, то у віртуальному середовищі люди мають можливість обрати собі ім'я за власним бажанням (на свій розсуд та смак). Нікнейм – невід'ємна частина

¹ Нікнейм (нік; англ. Nickname): ім'я в інтернет-мережі – псевдонім, який використовується користувачем під час спілкування (у блогах, форумах, чатах).

спілкування в Інтернеті. Це своєрідна самопрезентація, візитна картка, яка пред'являється віртуальній спільноті для ідентифікації та з метою залучення уваги. Вибір псевдоніма – це лише початковий етап ідентифікації віртуальної особистості. Вибір «ніку» є важливим завданням для особи, яка проводить багато часу в Інтернеті, де створює свій віртуальний образ. Ми розділяємо думку М.М.Алексенко, та вважаємо, що обраний нік має вплив на саму людину, бо вона налаштовується на обрану роль та намагається бути відповідною до неї [1]. На думку Н.В.Щербакової «вдалий вибір ніку ... забезпечує підтримання успіху та інтересу (інформативного, особистісного, комунікативного) в інтернет-середовищі» [6, с.180].

За висловом П. Келлі, психологічна природа вибору нікнейму дуже різноманітна і іноді досить загадкова: «У віртуальному середовищі ви взагалі можете бути ким хочете, виглядати як завгодно, бути істотою будь-якої статі за вибором, словом, у вас немає обмежень, характерних для реального світу» [2]. Отже, нікнейм у цьому сенсі – роль, образ, що взятий напрокат. Трамбування обраної ролі може мати специфіку, оскільки залежить від рівня освіченості самої людини, її культури, особистісного сприйняття образу і, найголовніше, мети, з якою людина «приходить» у Інтернет-спільноту.

Ми проаналізували характер нікнеймів 126 осіб – користувачів форуму анорексиків (див. табл. 1). Аналіз даних дозволяє стверджувати, що найпоширеніша категорія *нікнеймів* (19 % вибірки) серед користувачів форуму

анорексиків представлена *екзотично-декоративними іменами, які мають помпезний, парадний характер*. При цьому більшість подібних ніків часто супроводжуються відповідними екстравагантними аватарами, що підкреслюють ексцентричність авторів. На нашу думку, за вибором таких нікнеймів та аватарок приховується бажання привернути до себе увагу та підкреслити свою особливість, винятковість.

Ще частка представників аноректичної спільноти (12 %) також презентують себе за допомогою загадкових, привабливих та декоративних нікнеймів, але які мають метафоричний характер (на зразок *екзотичних імен, що виступають у якості характерного прізвиська у культурі індіанців, наприклад: Afterglow – вечірня зоря, післясвйво, Pantera, Ms. Princess, Vanilla_Sky і т.п.*). Вважаємо, що автори цих нікнеймів також бажають привернути до себе додаткову увагу за рахунок *таємничості, загадковості та безособовості в самопрезентації*. Загалом доля екзотичних та декоративно-загадкових нікнеймів у виборці складає 31%.

Серед користувачів форуму анорексиків достатньо розповсюдженою тенденцією виявилася категорія нікнеймів у яких доволі відверто транслюється особистісна драма, агресивний або депресивний настрій (14,3%). Наприклад: *Utrata, effi-drama, Lonely broken angel* (одинокий зламаний ангел), *End_Transmission* (кінець передачі), *Linda Weirdoman* (від англ. сленгового *weirdo* – збоченець), *la_fripouille* (фр. – мерзотник, сволота), *disorder*. У певному сенсі різновидом даної категорії ніків є імена, які мають майже прямі вказівки на проблему анорексії та підкреслюють викривлений образ власного тіла автора, наприклад: *Anarex, invisible* (невидимка), *refined* (витончена), *matreshka girl, Jambo* (ім'я

2 У нашому попередньому дослідженні (см. ст. «Особливості самопрезентації анорексиків на інтернет-форумі» [4]) ми аналізували 51 нікнейм. У зв'язку з збільшенням кількості аналізованих постів до 126 виникла потреба у перерахунку виокремлених категорій ніків.

Таблиця 1

Характер та розповсюдженість нікнеймів у користувачів форуму анорексиків (N вибірки = 126)

Характер нікнейму (категорія)	Приклади	Розповсюдженість типу абс.к-ть (%)
Екзотично-декоративне жіноче ім'я	Velena, Liona, Tata, Antonio, Iren, Angelika, ophelia215, Aleksa@, Eglantine, Michelle, Kate, Nasty, erilin1991, Catherine0007, kettyketty, Nina, Terry, ella, Annette, Layma, Jul, CherryMary, Мадлен, Mylena	24 (19 %)
Метафоричні, декоративно-загадкові прізвиська	Afterglow, Asya-White, Blümchen (з нім. <i>квіточка</i>), Pantera, coconut_girl, Liberty, freshhh, Yes Please, minimekea, Lexx, Олиф, Ms. Princess, Vanilla_Sky, svarovskaya, Harley_Quinn	15 (12 %)
		$\Sigma = 31\%$
Деструктивний, проблемний	Lonely broken angel, , INNaya, Anirun, WENDETTA1987, Utrata, Locust, RED MORTIS, Linda Weirdoman, effi-drama, la_fripouille, basta_me, psy-daffy, bowie, Baby Boo, Schizomisch, disorder, Alien, Mayless	18 (14,3 %)
Аноректичні (тілесні) відображують тілесний статус	Anarex, invisible (невидимка), refined, mateshka girl, Jambo, Praksia, Oks_AnaG, invisible, realno tolstaya	8 (6,3 %)
		$\Sigma \approx 21\%$
Міфічні та фантазійні персонажі	Shinji, jiketsu, Melamorie, Ephemera, Shakty, Akemi, ariseorise	7 (5,5 %)
Індивідуальні, характерні	VALERAYNKA, Fiorik, lublu-zubi, groove_me2nite, Moloday mama, acitamard, Foma, Grelka, August2012, Doctor Dasha Blond, Roka, Severynka, Тильда Морн	13 (10,3 %)
Модифіковане власне ім'я	kirakira, VikToRia21, nasta-a-a, Renn, Ekaterinanaaa, MARINNA, natali777, Irkin, VEERAA, V.O.V.A.	10 (8 %)
Зменшено-пестливе ім'я	Irinushka, Arinka2013, Lyubasha, alenka kisa 4, Ksun1993, Madinka, Kitsuna, Nikochka, Natashenka	10 (8 %)
Реальні повсякденні імена	Екатерина, Светлана, Anna1983, nika-77784, Кристина, Natasha, Kseniya, Мила, Nina	8 (6,3 %)
		$\Sigma = 14,3\%$
Емоційно-позитивний	Phany Unreal, WOW, mashaenjoy, Myau, Polza, 2bethebest, Boogiegirl	7 (5,6 %)
Інші	wer6131, lxxer, дд, olijh, koteg, JSm	6 (4,8 %)

слонення – відомого персонажу дитячої казки) та інші. Частка подібних нікнеймів складає 6,3%, а отже сумарний відсоток за обома категоріями, що мають проблемний характер складає майже 21 %. На нашу думку, особи, які обирають подібні ніки бажають не тільки відзначити свою незвичайність та унікальність (як у попередніх категоріях), але й оголюють душу презентуючи чуттєвість своєї душі та демонструють певні проблеми (що може свідчити про непрямий, прихований поклик про допомогу).

В окрему категорію загадкових

нікнеймів ми виокремили міфічні та фентезі-псевдоніми, які склали 5,5 % вибірки. Ніки даної категорії не зрозумілі людям, які не знайомі з певною субкультурою (зокрема, персонажами аніме³). Шеренг науковців відзначають, що багато людей з тими чи іншими обмеженнями компенсують власну недосконалість саме через намагання відтворювати характероло-

3 Особливий вид мистецтва – мальовані фільми виробництва Японії з характерним виглядом персонажів, які орієнтовані на підліткову та дорослу аудиторію, відрізняється характерною манерою відтворення персонажів і фонів.

гічні особливості поведінки свого кумира (іншої людини) та стараючись бути відповідними до обраного фан-імені зовнішньо та внутрішньо [1; 2; 5; 6]. В той же час, відзначаються і інші варіанти: за «легендарним» іменем насправді не стоїть «зарозумілість» та витонченість – він обирається випадково, за словником, без усвідомлення змісту, орієнтуючись лише на фонетичну привабливість слова [2].

Ще одна категорія нікнеймів користувачів форуму анорексиків (8%) характеризується певними модифікаціями власного імені (подвоєння імені, подовження окремих його частин та інші втручання), наприклад: kirakira, VikToRia21, nasta-a-a, Renn, Ekaterinanaaa, MARINNA, VEERAA. На нашу думку, дана категорія ників відображує схильність їх авторів до певних варіацій не тільки з власним іменем, але й до маніпуляцій з власним тілом.

У 8% випадків нік представляє собою модифікацію власного імені або псевдоніму шляхом додавання зменшувального суфіксу. На нашу думку, зменшено-пестливий псевдонім може свідчити про певну інфантилізацію особи та тенденцію «до зменшення» – свого віку, свого тіла та навіть сутності проблемної харчової ситуації («не розумію, чого вони до мене чіпляються... я просто не хочу їсти»; «ну і що з того, що я періодично блюю... кожна людина по-своєму знімає стрес... зокрема, я, саме через блювоту»). Аналіз текстової продукції (що є наявною в інтернет-чатах) свідчить, що представники даної категорії є емоційними особистостями – вразливими та сентиментальними. Вони охоче діляться своїми страхами та різноманітними проблемами з метою зрозуміти «що з ними не так». Серед найактуальніших питань, які вони обговорюють в чатах окрім дієт та особливостей прояву харчової

поведінки, є питання, що пов'язані з труднощами особистісного спілкування та особистісного зростання. Вони намагаються знайти відповіді на питання: яким чином можна подолати невпевненість у собі та у власних можливостях; яким чином можна позбутися відчуття самотності, різноманітних страхів, почуття провини, надмірної сором'язливості тощо.

Аналіз нікнеймів осіб із зайвою вагою (вибірку склали 111 користувачів онлайн-форуму клініки оздоровчого схуднення) дозволив визначити наступні особливості їх самопрезентації.

Найбільш поширеними у вибірці осіб із зайвою вагою є реальні, повсякденні імена, що презентують їх володарів як таких, які не намагаються створити віртуальний Я-образ і приховати власну сутність. 18% користувачів просто вказують на сайті власні жіночі імена, не намагаючись їх жодним чином трансформувати або прикрасити. У 12,7% вибірки реальні імена носять зменшено-пестливу форму (Natysia, Милочка, Svetochek, Татьяна та ін.). Це інфантилізований варіант власного «Я», володарі якого потребують турботи, допомоги та лагідного ставлення від оточуючих. Такі імена можуть також відображати бажання жінок зменшитися, на противагу реальній масі тіла.

Інший специфічний для даної вибірки варіант модифікації власного імені відбувається через укорочення імені або додавання суфіксу (-ка): Kosninka, Марга, Тинка, Зимка, Натка, Tatka, Anka. Означена тенденція, на нашу думку, корінним чином відрізняє дану вибірку від жінок з анорексією. Зокрема, якщо останні, презентуючи себе намагаються різними способами додати своїм самопрезентаціям витонченості, сексуальності та декоративності, то у жінок із зайвою вагою спосте-

Таблиця 2

Характер та розповсюдженість нікнеймів у користувачів форуму для осіб із зайвою вагою (N вибірки = 111)

Характер нікнейму (категорія)	Приклади	Розповсюдженість типу абс.к-ть (%)
Екзотично-декоративне жіноче ім'я	Ameli, Ева, Lanita, ZUZU, Yanina, Dajzy, Хелена, Nagina, Katrinka, Шейла, Лола, Одри	12 (10,81 %)
Модифіковане власне ім'я	Kosninka, Mapra, Тинка, Зимка, TinaG, Alenka@86, Tatka, xLenax, Ганка, Anka, ДАНА, Kate, Svetka, Ирка-дырка, Натка, Tanysh@, nasyap	17 (15,32 %)
Пов'язані з вагою або розміром, що відображують тілесний статус	Светик -60! (60-запланована вага), алла68 (68 вага зараз), Spirit lighte, smallfox, Bambolina, tonkaya_zvonkaya, Стройняшка, Весы, Худобина,	9 (8,11 %)
За мотивами харчових продуктів	Pirozhocek, Bulka, Bramble (ожина), Копченая жирная Рыбка, sazan, Жареная хрюшка	6 (5,41 %)
Метафоричні, декоративно-загадкові прізвиська	Raindrop, Atlantida, Нефертити, galaktika, Ариадна, Дуновеньє, Bead (намистинка),	7 (6,31 %)
Емоційно-позитивний	Ol.Lya.Lya, Solnce RadyGa, Zabava, VeryHappyTwice, Raduga	6 (5,41 %)
Реальні повсякденні імена	TINA, ОльгаGl, Леся, Tatiyna, Margarita, Ольга Владимировна, Ксюша, Инесса, maria7908, Оксана, Оксана К, инна, Leela, Захаровна, Galina-Romashka, Ира, Riwsкая, Snezhana, Yulia, Поля	20 (18,02 %)
Зменшено-пестливе ім'я	Natysia, Милочка, Женичка, Svetik, Ирчик, Аришка, Svetochek, anjuta, Богдаша, Ляля, оленька78, Татьяна, Ксюня888, Ksanochka	14 (12,6 %)
Індивідуальні, характерні	Телец, Bera, hotin, lider, nezabudka, не-ангел, mehack, Romalllka, texas, Заноза, Umka, Загадка, kattis, LA-DUSHKA, Идеал	15 (13,5 %)
Міфічні	Геракл, Дездемона	2 (1,8 %)
Чоловічі імена	Magnum_45, Danil, Grisha	3 (2,7 %)

рігається протилежна тенденція – їхні імена мають спрощений, буденний, навіть грубий характер.

В той же час у 10,81 % вибірки реєструються екзотично-декоративні жіночі імена – Ameli, Lanita, ZUZU, Yanina, Dajzy, Хелена, Шейла, Лола, Одри (але у порівнянні з жінками з анорексією частка таких нікнеймів є набагато нижчою, особливо з урахуванням аватарки).

У даній групі жінок виокремлюється категорія нікнеймів, що відображує їх зацикленість на вазі або уявному тілесному образі. Доля таких нікнеймів складає 8,11%. В закладених проекціях нікнеймів цієї категорії відмічаємо дві протилежні тенденції. Частка жінок достатньо прямо вказує на огрядність власного тіла, наприклад, Bambolina. Але більша частка нікнеймів має спрямованість на образ стрункого тіла, хоча іноді має саркастичний харак-

тер (Стройняшка, tonkaya_zvonkaya, Весы, Худобина, Bead). Є користувачі, які у нікнейм закладають заплановану вагу – Светик-60!, або «стартову вагу» – алла68 (вага 68 кг на момент реєстрації на сайті).

Більш завуальованою вказівкою на великі або малі розміри тіла є варіанти метафоричних імен (6,30%). Порівняємо: Atlantida, galaktika, texas або Bead (намистинка), Дуновеньє, Raindrop (дощова краплинка). В деяких випадках проекції є дуже точними і відображують актуальні проблеми людини.

Ще одну групу нікнеймів складає категорія за мотивами харчових продуктів (5,41 %) – Pirozhocek, Bulka, Bramble (ожина), Копченая жирная Рыбка, sazan, Жареная хрюшка що може свідчити про фіксованість як на їжі, так і на вазі.

З таблиць 1 та 2 можна скласти узагальнення уявлення про типову

Таблиця 3

Статистична значущість відмінностей між категоріями нікнеймів у жінок з порушеннями харчової поведінки

Категорія самопрезентації	у вибірці анорексиків	у вибірці осіб з надмірною вагою	Значення ϕ^*	Статистична значущість відмінностей
Екзотично-декоративне жіноче ім'я	19 %	10,81 %	1,782	0,05
Метафоричні, декоративно-загадкові прізвиська	12 %	6,31 %	0,513	-
Міфічні та фантазійні персонажі	5,5 %	1,8 %	1,606	-
Деструктивний, проблемний образ	14,4 %	-	4,51	0,000
Імена, що відображують тілесний статус	6,3 %	8,11 %	0,538	-
За мотивами харчових продуктів	-	5,41 %	2,074	0,019
Емоційно-позитивний образ	5,6 %	5,41 %	0,06	-
Індивідуальні, характерні	10,3 %	13,63 %	0,761	-
Модифіковане власне ім'я	8 %	15,32 %	1,798	0,05
Зменшено-пестливе ім'я	8 %	12,6 %	1,198	-
Реальні повсякденні імена	6,3 %	18,02 %	2,835	0,01

віртуальну самопрезентацію жінок з різними типами порушень харчової поведінки. Щоб перевірити значущість зроблених висновків, ми використали ϕ^* -критерій кутового перетворення Фішера.

Як видно з таблиці 3 найбільша різниця в самопрезентаціях жінок з різним типом харчових порушень стосується використання деструктивних проблемних нікнеймів ($p=0,000$) та застосування реальних повсякденних імен ($p=0,002$).

Отже, аналіз характерних атрибутів самопрезентації жінок, які реєструються на форумах анорексиків, дозволяє визначити специфічні особливості їх нікнеймів (на відміну від жінок, що реєструються на форумах для осіб із зайвою вагою): жінки тяжіють до модифікації, декорування та невпізнаності реального імені. В переважній більшості імена мають екзотично-загадковий та сексуально-привабливий характер; достатньо велика частка імен має прямі вказівки на деструктивно-депресивний стан особистості.

Жінки, що реєструються на форумах для осіб із зайвою вагою, значно

частіше ($p \leq 0,01$) схильні представляти себе на форумах в інтернет-спільноті своїми власними іменами (тобто вони тяжіють до реалістичної презентації). Навіть значна частка модифікованих ніків є похідними від власного імені, але має або спрощену форму, або має зменшено-пестливий характер. Специфічними та характерними тільки для жінок з зайвою вагою є нікнейми, що включають назви продуктів харчування, містять прямі або завуальовані натяки на великі розміри тіла.

Загальним для обох груп користувачів, що порівнюються, є обирання ніку, що відображує їх неповторні та унікальні особливості (рис характеру, соціальний статус, захоплення тощо), а також презентація себе як носія позитивного емоційно-енергетичного заряду.

Зазначимо, що в обох групах користувачів інтернет-форумів є категорія нікнеймів, що відображують їх тілесний статус, однак якісні характеристики цих проєкцій однакові: жінки обирають нікнейми, які напрядукають на наявність їх тілесного статусу та розмірів тіла (реальні або бажані).

Модифікація власних імен також знаходиться в зоні кількісної невідзначеності групових відмінностей. Однак і в цьому випадку також наявні виразні якісні феномени: жінки з

анорексією трансформують свої імена вигадливим, чудернацьким чином, перетворюють на пестливі, загадкові та сексуальні, натомість жінки з зайвою вагою – їх огрубляють та спрощують.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Алексенко Н. Н. Психоаналитические аспекты поведения человека в киберпространстве [Электронный ресурс] / Н. Н. Алексенко. – Режим доступа: <http://inetpsy.ru/2011/02/aleksenko-n-n-psichoanaliticheskie-aspekty-povedeniya-cheloveka-v-kiberprostranstve>.
2. Ники, как псевдонимы в виртуальном общении [Электронный ресурс] / Личный блог jesola. – Режим доступа: <http://jesola.livejournal.com/4430.html>.
3. Шебанова В.І. Розлади харчової поведінки як феномен захисного реагування / В. І. Шебанова, С. Г. Шебанова // Вісник післядипломної освіти: зб. наук. праць / Ун-т менедж. освіти НАПН України / редкол.: О.Л. Ануфрієва [та ін.]. – К., 2012. – Вип. 6(19) / голов. ред. В. В. Олійник. – К. : «Дорадо-Друк», 2012. – С. 422-431.
4. Шебанова В.І. Особливості самопрезентації анорексиків на інтернет-форумі / В.І. Шебанова // Теоретичні і прикладні проблеми психології : Зб. наук. праць Східноукраїнського національного університету імені В.Даля / Гол.ред.кол. Н.Є.Завадська. – Луганськ: Східноукраїнський університет імені В.Даля, 2014. – № 2 (34). – С. 366- 376.
5. Шевченко И. С. Вариативность самопрезентации личности в Интернет-общении : дис. ... канд. психол. наук: 19.00.01 / И. С.Шевченко. – Казань, 2003. – 170 с.
6. Щербакова Н. В. Псевдонім для віртуальної особистості [Електронний ресурс] / Н. В. Щербакова // Психолінгвістика . – 2009. – Вип. 3. – С. 179-183. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/psling_2009_3_24.pdf