

УДК 687.1

ВПЛИВ ОДЯГУ НА САМООЦІНКУ ОСОБИСТОСТІ

К.І. АНДРОЩУК, М.Л. РЯБЧИКОВ

Луцький національний технічний університет

Ряд авторів досліджували процеси впливу одягу на психологічні, когнітивні та продуктивні процеси людини [1-3]. Їхні висновки свідчать про те, що певні види одягу та позитивні думки, пов'язані з ними, мають велику користь для добробуту та загальної продуктивності людини. Проте невідомо, як викликати позитивний вплив.

В дослідженні [4] введено термін «одягнене пізнання», щоб описати вплив одягу на те, що ми думаємо, відчуваємо та діємо. Хорошим способом пояснити цю теорію є посилання на аналогію: «Одяг може зробити людину, але костюми формують характер» [5]. Цікавим і поширеним явищем в акторській майстерності є те, як професійні актори використовують певний одяг, щоб підключитися до своїх героїв, навіть на ранніх стадіях проекту.

Функції одягу з часом змінилися, вийшовши за рамки свого початкового призначення — просто прикривати наше тіло, щоб впливати на психологічні процеси, такі як самооцінка.

Вважається, що ця зміна посилилася у феодально-упорядкованих суспільствах, де характерний одяг використовувався для диференціації соціальних класів, завдяки чому прагнення належати до соціальних еліт підживлювалося модою.

Суспільство та індустрія моди використовували й досі використовують одяг, щоб спотворити внутрішній голос жінок щодо свого тіла з метою отримання прибутку. Наприклад, протягом історії реклами «ідеальна» жінка приймала кілька форм, коли маркетологи заохочували жінок купувати продукт чи послугу, щоб подолати прірву між ними та ідеальною жінкою, яку очікує від них суспільство. У результаті рекламодавці хочуть, щоб жінки відчували самосвідомість, вони стають найкращими клієнтами для більшості модних брендів.

Теорія стверджує, що будь-який улюблений одяг може спонукати людину діяти так, як вона хоче, викликаючи якості, які приведуть її туди, якщо виконуються два припущення: одяг має символічне значення, асоційоване з ним, і проходження через фізичний досвід носити такий одяг. Ці припущення необхідно виконувати, оскільки, згідно з теорією втіленого пізнання, тіло не лише пов'язане з розумом, але й впливає на нього.

У дослідженні використовувався експериментальний план для перевірки причинно-наслідкового зв'язку між незалежною змінною, тобто одягом, і залежними змінними, тобто внутрішнім голосом і самооцінкою учасника. У результаті був розроблений експеримент між суб'єктами. Залежно від уподобань учасника одяг поділявся на «хороший» і «поганий».

Природно, у кожного учасника була сформована самооцінка до експерименту, а також їхні переваги використовувати свій одяг для самовираження чи ні, що робить ці дві змінні упередження змішаними. Щоб

зменшити їхній вплив на внутрішню валідність дослідження, учасники заповнили дві анкети щодо використання одягу для самовираження та їхньою самооцінка

Перед початком тестування учасники повинні були заповнити форму згоди, якщо вони бажають продовжити. У результаті їх повідомили про мету дослідження та можливість вийти з експерименту в будь-який час.

Потім учасників попросили відповісти на три анкети. Першим було демографічне опитування, а потім опитування з п'яти пунктів про вплив одягу на їх щоденне, і, нарешті, анкета, яка вимірювала стан їхньої самооцінки; Результати цього останнього тесту були названі «попередньою самооцінкою», посилаючись на оцінки самооцінки перед завданням експерименту.

Третій крок включав показ учасникам п'яти образів різних стилів одягу залежно від статі. Тих, хто не назвав себе чоловіком чи жінкою, запитали, чи хочуть вони побачити вбрання в жіночому чи чоловічому тілі. Після презентації стимулів учасників попросили вибрати найкращий або найгірший одяг для повсякденного носіння.

Невідповідність може бути результатом невеликого розміру вибірки, оскільки не було доказів мультиколінеарності між змінними, але це також може бути наслідком інструментарію методології. Щоб пояснити, одним із двох основних факторів, які лежать в основі теорії пізнання одягу, є фізичний досвід його носіння, який не оцінювався в дослідженні, оскільки експеримент проводився виключно в Інтернеті.

Розуміння того, як одяг впливає на самопочуття людини, наприклад на її внутрішній голос і самооцінку, було головною темою поточного дослідження, оскільки воно може впливати на те, як людина поводиться та взаємодіє з оточенням. Це дослідження розширило область дослідження, яка досі в основному невідома, а саме, що люди можуть зробити, щоб викликати або запобігти позитивним і негативним внутрішнім голосом.

Література

1. Alderson-Day, B., Mitrenga, K., Wilkinson, S., McCarthy-Jones, S., & Fernyhough, C. (2018). The varieties of inner speech questionnaire–revised (VISQ-R): replicating and refining links between inner speech and psychopathology. *Consciousness and cognition*, 65, 48-58.
2. De Rooij, A. (2022). Varieties of Inner Speech and Creative Potential. *Imagination, Cognition and Personality*, 41(4), 460-489.
3. Hatzigeorgiadis, A., Zourbanos, N., Galanis, E., & Theodorakis, Y. (2011). Self-talk and sports performance: A meta-analysis. *Perspectives on Psychological Science*, 6(4), 348-356.
4. Adam, H., & Galinsky, A. D. (2019). Reflections on encloded cognition: Commentary on Burns et al. *Journal of Experimental Social Psychology*, 83, 157-159.