

<https://doi.org/10.31891/PT-2024-2-10>

УДК 159.938

Людмила КОЗЛОВСЬКА

магістр психології,
Хмельницький національний університет
e-mail: kozlovska_15@ukr.net

Євген ПОТАПЧУК

доктор психологічних наук, професор,
Хмельницький національний університет
<https://orcid.org/0000-0001-7040-8456>
e-mail: potapchuk1@i.ua

ПСИХОЛОГІЧНИЙ ВПЛИВ СОЦІАЛЬНОГО ОТОЧЕННЯ НА ВИБІР ОДЯГУ В ЗАЛЕЖНОСТІ ВІД ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У статті здійснено теоретичне дослідження психологічного впливу соціального оточення на вибір одягу. Виявлено, що соціальне оточення, культурні норми та професійна діяльність мають великий вплив на психологічний стан та вибір одягу, зокрема виникненню стресу, тривоги та невпевненості. Зазначено, що різноманітність професійних чинників та оточуючого середовища формує різні вимоги до стилю одягу. Висвітлено необхідність удосконалення розуміння впливу соціального оточення на психологічний стан, яке сприятиме підвищенню професійної самосвідомості та адаптації до різних умов праці. Підкреслено важливість розробки стратегій підтримки психологічного комфорту працівників, зниженню рівня стресу серед працівників та підвищення їхню самооцінки в професійній діяльності. Окреслено необхідність подальших досліджень у напрямку розробки практичних рекомендацій для підтримки комфорту працівників, враховуючи їхні потреби та вподобання, сприйняття соціального тиску та адаптацію працівників до відповідних умов професійного середовища.

Ключові слова: психологічний вплив, соціальне оточення, вибір одягу, культурні норми, професійна діяльність, психологічний комфорт, самооцінка.

Liudmyla KOZLOVSKA, Yevhen POTAPCHUK

Khmelnitskyi National University

THE PSYCHOLOGICAL INFLUENCE OF THE SOCIAL ENVIRONMENT ON THE CHOICE OF CLOTHING DEPENDING ON PROFESSIONAL ACTIVITY

The article examines the influence of the social environment on the choice of clothing and its psychological consequences. It has been determined that cultural norms and the professional sphere affect a person's mental state and their choice of clothing, causing stress, anxiety and insecurity. The importance of understanding this influence for increasing self-awareness and adaptability in the workplace is highlighted. The need to develop strategies to support the psychological comfort of employees, which will reduce the level of stress and increase self-esteem, is noted.

The importance of further research taking into account individual needs is emphasized. Specifying these aspects in recommendations to support the psychological comfort

of employees will contribute to the improvement of the general emotional state. The relevance of the conducted detailed study and analysis of factors affecting the individual selection of clothing in a professional environment has become useful for developing more effective personnel management strategies and improving labor productivity. The study and analysis of the psychological influence of the social environment, cultural norms and professional standards on the choice of clothing is a key aspect in the formation of a person's style and well-being. The discrepancy between personal style and the demands of the social environment generates a number of negative psychological consequences, such as stress, anxiety and self-doubt, which can become an obstacle to effective work and enjoyment of it.

In particular, it is important to focus further research on education and training on the development of psychological resilience and stress management, which will help employees better adapt to the demands of the professional environment and maintain emotional balance.

Keywords: psychological influence, social environment, choice of clothing, cultural norms, professional activity, psychological comfort, self-esteem.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Вибір одягу є складним процесом, який часто залежить від соціального оточення та професійної діяльності особи і являється не лише практичним аспектом життя, але й складним психологічним процесом, що відображає цінності, ідентичність та відношення до оточуючого світу [2]. Соціальне оточення, включаючи колег, друзів, сім'ю та культурні норми, відіграють важливу роль у формуванні наших вподобань та уподобань щодо одягу. Слід зауважити, що оточення впливає на вибір одягу з кількох причин, а саме: професійні стандарти визначають, який тип одягу є прийнятним або відповідним для конкретної професії чи сфери діяльності; культурні норми мають свої унікальні вимоги та очікування стосовно того, як одягатися в певних ситуаціях; специфіка умов навколишнього середовища (наприклад, в залежності від погодних умов необхідно вибирати одяг, що захищає від дощу, снігу або спеки) [3; 6; 7]. Нарешті, співробітники, колеги та оточення також впливають на вибір одягу, тобто у певних випадках люди можуть спрямовуватися на те, як одягаються їхні колеги або оточення, щоб відповідати загальному стилю чи очікуванням.

Але, як свідчить практика, вплив того ж таки соціального оточення та професійної діяльності на вибір одягу передусе виникненню появи низки негативних психологічних чинників, що в подальшому здатне призвести до появи різних проблем, зокрема: стрес та тривога (тиск від колег або оточення, тобто обов'язкове носіння офіційний одягу, що не відповідає власному особистому стилю); низька самооцінка та непевненість у собі (одяг не відповідає соціальним або професійним стандартам, тобто постійно порівнювання себе з іншими та відчуття не відповідності очікуванням колег); конфлікт ідентичності (вибір одягу, що визначається зовнішніми чинниками, а не власними

уподобаннями, тобто конфліктом між бажанням виражати свою індивідуальність через стиль одягу і необхідністю відповідати професійним стандартам свого робочого середовища); соціальна ізоляція (відчуття відокремлення від колег через різницю у стилі одягу, що призводить до уникання спілкування та відчуття «не вписування» в загальну групу); емоційний дискомфорт (відчуття неспокою під час важливої презентації через тиск відповідати соціальним очікуванням, що ускладнює концентрацію на робочих аспектах) [4; 5; 8; 11; 12].

Як бачимо, розбіжність між особистим стилем і вимогами соціального або професійного середовища викликає ряд негативних психологічних проблем, які впливають на загальне самопочуття, емоційний стан і продуктивність особи, що здатне негативно відобразитися на роботі, взаєминами з колегами та загальному благополуччі.

Аналіз досліджень та публікацій

Раніше проведені дослідження вказують на те, що соціальне оточення, культурні норми та професійні стандарти, мають великий вплив на вибір одягу [1; 3; 5; 8]. Особливо важливим є коректний та правильний вибір одягу в контексті професійної діяльності, оскільки він здатний впливати на враження, яке ми робимо на інших, а також на самооцінку та впевненість в цілому [2; 3; 14].

Дослідники Д. Канеман, П. Словик, А. Тверський стверджують, що люди зазвичай свідомо враховують дотримання соціальних норм та очікування оточуючих при виборі одягу, щоб уникнути відчуття відчуження чи неприйняття [6]. Також, за їхнім твердженням культурні норми, зокрема стандарти краси та моди мають значний вплив на вибір одягу.

Одним з важливих аспектів досліджень є розуміння впливу професійних стандартів на вибір одягу, зокрема дослідження D. Antoine та C. Maig вказують на те, що у професійному середовищі вибір одягу є строго регульований професійними стандартами та очікуваннями, що впливає на враження, яке ми створюємо про себе та інших [2; 3]. Дослідженням важливості коректного та правильного підбору одягу досягнення професійного успіху, статусу займалися такі вчені як В. Васютинський [4], О. Мельник, О. Морін, Л. Гуцан, І. Ткачук, О. Пархоменко, Т. Лузан [9], J. Beuder [1].

З наведених вище досліджень видно, що вони зосереджуються на тому, як соціальне оточення, культурні норми і професійні стандарти визначають вибір одягу, проте не досліджують, як ці чинники впливають на психологічний стан людини, її впевненість у собі,

внутрішні переживання та впливають на самооцінку та поведінкові реакції.

Формулювання цілей статті

Мета статті полягає в аналізі психологічного впливу соціального оточення на вибір одягу в залежності від професійної діяльності.

Виклад основного матеріалу

За результатами наукових досліджень, встановлено, що вплив соціального оточення, культурних норм і професійних стандартів на вибір одягу є різним залежно від професійної сфери та оточуючого середовища [1; 3; 4; 13; 14]. Розмаїтість професійних сфер і культурних норм створює різноманітність у вимогах до одягу та стилю. Так, у консервативних сферах діяльності, де формальність і професійний вигляд важливі, вибір одягу зазвичай обмежується діловими костюмами, піджаками та спідницями, адже кожна деталь виробу має своє значення, і вибір одягу спрямований на створення враження професійності та серйозності [1; 3]. Будь-яке, навіть невелике, відхилення від встановлених стандартів може сприйматися як неприйнятне. Водночас, у мистецьких сферах, де високо цінуються індивідуальність і самовираження, вибір одягу є значно більш експериментальним, що дає більше свободи у виборі стилю та використанні нестандартних елементів одягу – незвичних кольорів, форм, матеріалів. Вищезазначені відмінності у підходах до одягу у різних професійних сферах відображають важливість адаптації до конкретних вимог та культурних норм. Правильний вибір одягу є не лише професійною необхідністю, але й способом вираження професійного статусу, особистої ідентичності та взаємодії з оточуючими [1]. Тому розуміння цих відмінностей є ключовим для успішної адаптації у різних професійних сферах.

Схильність до дотримання соціальних норм і культурних стандартів може впливати на психологічний стан особи при виборі одягу. Уявлення про те, як оточуючі сприйматимуть зовнішній вигляд, здатне викликати стрес або почуття невпевненості [11]. З іншого боку, відповідність професійним стандартам у специфічних сферах може збільшити впевненість особи у собі та сприяти позитивному самопочуттю. Неправильний вибір одягу, який не відповідає цим нормам, викликати стрес і негативно впливає на емоційний стан. Крім того, психологічний вплив соціального оточення виявляється в способі сприйняття самого себе та інших людей [3]. Наприклад, одяг може стати

символом статусу та авторитету у професійному оточенні, і той, хто відповідає вимогам сприймається як більш компетентна та впевнена особистість. З іншого боку, відчуття невідповідності стандартам породжує комплекси неповноцінності та впливати на соціальні відносини та самопочуття. Тому, для розуміння саме психологічного впливу соціального оточення, культурних норм та професійних стандартів на правильний підбір одягу, здійснено опитування 74 осіб різних професійних сфер діяльності. Результати опитування показали, що 61,7% відчувають вплив оточуючого середовища на їхній вибір одягу. Негативні емоції при цьому виникають у 53,1% осіб, що в подальшому здатне призвести до стресу, почуття неповноцінності, сорому, як наслідок цей стан спонукає до погіршення фізичного (серцево-судинна та імунна системи організму людини) та психологічного здоров'я. Додаткові результати опитування показали, що 44,9% учасників відчувають зниження ефективності праці через стрес, пов'язаний з вибором одягу, що не відповідає соціальним нормам. Крім того, 38,5% осіб зазначили, що негативний вплив оточення на їхній вибір одягу призводить до значного погіршення якості сну, що впливає на їхню загальну працездатність. Також, 51,2% відчувають важкість у взаємодії з колегами через почуття непевності, спричинене негативною реакцією на їхній вибір одягу.

Дані опитування вказують, що 59,8% респондентів відчувають вплив колег та керівництва на свій вибір одягу, що свідчить про значущість соціального оточення у формуванні стилю одягу та врахуванні професійних очікувань. З іншого боку, 38,3% респонденти зазначили, що їхній вибір одягу практично не залежить від думок чи впливу оточення, що свідчить про більшу автономію в їхньому стилі та меншу чутливість до соціального тиску. Щодо індивідуальних вподобань, для 30,1% респондентів зручність має найважливіше значення при виборі одягу, для 28,2% – професійний вигляд, для 24,9% – мода, а для 16,8% – вираження особистої індивідуальності, що свідчить про те, що одяг вибирається на основі комфорту та відповідності сфері діяльності, але елементи моди та вираження індивідуальності також мають значення.

Аналіз результатів опитування додатково підкреслюють значення вивчення та розуміння впливу соціального оточення, культурних норм та професійних стандартів на психологічний та фізичний стан людини через вибір одягу для забезпечення комфорту та успіху у професійній сфері. Адже, правильно підібраний одяг може стати не лише засобом вираження професійного статусу, але й інструментом підвищення самооцінки, психологічної впевненості та

емоційного благополуччя. В умовах великого тиску соціальної оточення люди віддають перевагу такому одязі, який відповідає загальноприйнятим стандартам, незалежно від власних вподобань, що створює ситуації, коли людина почувається невпевнено у виборі одягу, оскільки вона намагається задовольнити очікування оточення, навіть якщо це не відображає її справжні бажання, вподобання або стиль.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Вивчення та аналіз психологічного впливу соціального оточення, культурних норм та професійних стандартів на вибір одягу є ключовим аспектом у формуванні стилю та самопочуття особистості. Розбіжність між особистим стилем та вимогами соціального середовища породжує низку негативних психологічних наслідків, таких як стрес, тривога та невпевненість у собі, що може стати перешкодою для ефективної роботи та отримання задоволення від неї. Тому, необхідність розуміння психологічних аспектів вибору одягу повинна допомогти розробити стратегії підтримки психологічного комфорту працівників, такі як гнучкість у виборі одягу та підтримка індивідуальних вподобань, що сприяє підвищенню самооцінки та зниженню рівня стресу. Поряд з гнучкістю у виборі одягу та підтримкою індивідуальних вподобань, також важливо враховувати роль психологічної підтримки та позитивного підходу до взаємодії з працівниками. Це означає створення сприятливого середовища, де працівники відчуваються підтриманими і розуміють, що їхні унікальність і індивідуальність цінуються. Зокрема, подальші дослідження важливо зосередити на проведенні навчання та тренінгів з розвитку психологічної стійкості та управління стресом, що допоможе працівникам краще адаптуватися до вимог професійного середовища та зберігати емоційний баланс.

Зважаючи на сказане вище, перспективою подальших досліджень є розробка практичних рекомендацій для підтримки психологічного комфорту працівників через гнучкість у виборі одягу та підтримку їхніх індивідуальних вподобань. Крім того, вивчення впливу етнічних та гендерних різниць на сприйняття соціального тиску, а також впливу різних професійних середовищ щодо вибору одягу на психологічний стан працівників та їхню професійну ефективність.

Література

1. Beuder, J. Four Core Principles of Retail Customer Loyalty and Retention. *Corner expert*. 2013. №8. С. 5-9.

2. [Carolyn Mair](#). The Psychology of Fashion. Routledge, 2018. 150 p.
3. Denis Antoine, Fashion Design. A Guide to the Industry and the Creative Process. 2020. 224 p.
4. Васютинський В. О. Стиль життя як соціально-психологічна характеристика субкультури бідності. *Наукові студії з соціальної та політичної психології*. 2012. 30 (33). С. 19-32.
5. Кальба Я. Є. Психологія мас. навчальний посібник. Тернопіль : Навчальна книга – Богдан, 2012. 208 с.
6. Канеман Д., Словик П., Тверський А. Прийняття рішень у невизначеності. Правила і упередження. Харків : Гуманітарний центр, 2018. 536 с.
7. Культура і суспільство. URL. : <https://www.vesna.org.ua/txt/zablotkv/istkul/part1.html#II> (дата звернення 10.05.2024).
8. Москаленко В. В. Психологія соціального впливу. Навч. пос. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 448 с.
9. Побудова кар'єри : навч.-метод. посіб. / О.В. Мельник, О.Л. Морін, Л.А. Гуцан та ін.; за ред. О.В. Мельника. Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2014. 172 с.
10. Професійні стандарти. URL. : <https://register.nqa.gov.ua/profesijni-standarti> (дата звернення 10.05.2024).
11. Психологічний словник / Авт.-уклад. В.В. Синявський, О.П. Сергєєнкова/ За ред. Н.А. Побірченко. Київ : Науковий світ, 2007. 336 с.
12. Собченко О. М. Психологія впливу : Навч. пос. Київ : Кондор-Видавництво, 2013. 158 с.
13. Соціальна психологія : навч. посіб. / Н.Ю. Воляннюк, Г.В. Ложкін, О.В. Винославська та ін. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 254 с.
14. Терзян Ю.Г., Хомутова О.О. Мода та її вплив на поведінку споживачів. *Траскторія науки*. Т. 2, № 5. 2016. С. 128-135.

References

1. Beuder, J. Four Core Principles of Retail Customer Loyalty and Retention. *Comer expert*. 2013. №8. С. 5-9.
2. Carolyn Mair. The Psychology of Fashion. Routledge, 2018. 150 p.
3. Denis Antoine, Fashion Design. A Guide to the Industry and the Creative Process. 2020. 224 p.
4. Vasiutynskiy V. O. Styl zhyttia yak sotsialno-psykholohichna kharakterystyka subkultury bidnosti. *Naukovi studii z sotsialnoi ta politychnoi psykholohii*. 2012. 30 (33). S. 19-32.

5. Kalba Ya. Ye. Psykholohiia mas. navchalnyi posibnyk. Ternopil : Navchalna knyha – Bohdan, 2012. 208 s.
6. Kaneman D., Slovyk P., Tverskyi A. Pryiniattia rishen v nevyznachenosti. Pravyla i uperedzhennia. Kharkiv : Humanitarnyi tsentr, 2018. 536 s.
7. Kultura i suspilstvo. URL.: <https://www.vesna.org.ua/txt/zablotkv/istkul/part1.html#II> (data zvernennia 10.05.2024).
8. Moskalenko V.V. Psykholohiia sotsialnoho vplyvu. Navch.pos. Kyiv : Tsentr uchbovoi literatury, 2007. 448 s.
9. Pobudova kar'ery: navch.-metod. posib. / O. V. Melnyk, O. L. Morin, L. A. Hutsan ta in.; za red. O. V. Melnyka. Kirovohrad : Imeks-LTD, 2014. 172 s.
10. Profesiini standarty. URL.: <https://register.nqa.gov.ua/profesiijni-standarti> (data zvernennia 10.05.2024).
11. Psykholohichni slovnyk / Avt.-uklad. V.V.Syniavskyi, O.P.Serhieienkova/ Za red. N.A.Pobirchenko. Kyiv : Naukovyi svit, 2007. 336 s.
12. Sobchenko O. M. Psykholohiia vplyvu: Navch. pos. Kyiv : Kondor-Vydavnytstvo, 2013. 158 s.
13. Sotsialna psykholohiia: navch. posib. / N. Yu. Volianiuk, H. V. Lozhkin, O. V. Vynoslavska ta in. Kyiv : KPI im. Ihoria Sikorskoho, 2019. 254 s.
14. Terzian Yu. H. Khomutova O. O. Moda ta yii vplyv na povedinku spozhyvachiv. Traektoriya nauky. T. 2, № 5. 2016. S. 128-135