

# Ефимкина А.О.<sup>1</sup> Индивидуальное представление образа тела и выбора одежды

## *Efimkina A.O.<sup>1</sup> Individual representation of the body image and clothing choices*

<sup>1</sup>Новосибирский государственный технический университет, Новосибирск, Россия

Представлен обзор исследований, посвященных взаимосвязи образа тела и выбираемой одежды. Показано, что существенное влияние на формирование образа тела имеют транслируемые СМИ культурные стереотипы идеальной внешности. Формируется зависимость от соответствия этим образам, которая может приводить к негативной самооценке. Культурный образ тела влияет на отношение к весу и развитие самообъективации как у женщин, так и у мужчин. Последняя вредна для личности тем, что лишает иных ценностей, кроме тела. Однако если фокус внимания смещен на иные личностные проявления, человек легче переживает несоответствие культурным идеалам. Одежда имеет взаимосвязь с образом тела и идентичностью и может служить вспомогательным инструментом для изменения образа тела с целью улучшения психологического состояния человека.

**Ключевые слова:** образ тела, психологический аспект одежды, культурные образы идеальной внешности, индивидуальный стиль одежды, самоотношение, самообъективация, проблема веса

## Введение

При выборе литературы для обзора мы руководствовались интересом, который развился благодаря многолетней практике индивидуальной и групповой психотерапии [Ефимкина, 2021]. В психотерапии одежда клиента используется в качестве инструмента диагностики как мета-сообщение о его эмоциональном и физическом состоянии, которое он не вербализует [Ефимкина, 2023]. Одевание – преднамеренное поведение, основанное на психофизиологическом состоянии человека, его социальном и культурном опыте, воспитании в семье и обществе [Boomsma, 2020]. Используя этот инструмент прикладным образом, мы сформировали цель найти научное подтверждение его интуитивному применению. Какая связь между выбором одежды, образом тела и личностной идентичностью? Действительно ли одежда может транслировать личностные особенности?

Исходя из этих вопросов, мы сформулировали цели обзора: установить степень изученности взаимосвязи между личностным представлением образа тела и выбором одежды. Задача – рассмотреть работы, связанные с образом тела, личностной идентичностью и одеждой. Вышеуказанные аспекты стали ключевыми словами для поиска источников. Мы использовали базу PubMed и подписку на Academia.edu. На базе PubMed с 2018 г. по настоящее время поиск по словам «body image», «clothing choice» выдает 6 результатов, из которых только одна статья относится к нашей теме. По словам «body image», «clothing», «personal identity» за последние пять лет поиск предлагает 12 результатов, только три из которых касаются нашего исследования. В целом количество публикаций, посвященных одежде, не уменьшается, однако они относятся к другим областям исследований (например, к маркетингу, социологии, изучению имиджа, областям текстильной продукции и дизайна), а не к психологии.

## Образ тела

Выбираемая человеком одежда зависит от образа тела, существующего в сознании. Он может меняться или быть стабильным, быть точно соответствующим фигуре или искаженным.

В современной зарубежной психологии термин «образ тела» принято понимать как структуру, в которую входят четыре главных компонента: перцептивный (восприятие человеком собственного тела), аффективный (чувства по отношению к телу), когнитивный (мысли о теле) и поведенческий (действия в связи с особенностями тела) [Tylka, 2019].

Одним из важных факторов, влияющих на формирование идеального образа «Я», являются

Ефимкина А.О. Индивидуальное представление образа тела и выбора одежды СМИ, транслирующие актуальный культурно-эстетический идеал. Женщины больше мужчин подвержены социальному давлению в следовании образцам внешности, что зачастую приводит к негативной самооценке, депрессии и социальной дезадаптации. Вследствие этого неудовлетворенность женщин своим «Я» является проблемой, требующей изучения для выстраивания программ психологической коррекции. Здесь важно выявить факторы, влияющие на повышение самооценки, а также на улучшение эмоционального самочувствия и самоотношения.

Под образом тела понимается восприятие своего тела и отношение к такому восприятию [Cash, 1990]. Одежда может служить инструментом изменения образа тела для приближения к идеальному телесному «Я». Характеристики одежды (линия, стиль, цвет и текстура) помогают в его создании или изменении. Одежда играет важную роль в отражении удовлетворенности телом или в компенсации неудовлетворенности. С ее помощью можно открывать или скрывать части тела в соответствии с представленным телесным образом «Я» (или телесным катексисом) [Sontag, Lee, 2004].

### ***Влияние социокультурного идеала на формирование образа тела***

Медиа-изображения являются одним из факторов формирования и оценки образа тела. Мы рассматриваем тело через призму культуры, поэтому идеалы привлекательного влияют на развитие его образа, и другие люди реагируют на нашу внешность как функцию образов, идеализированных в культуре [Fallon, 1990; Grogan, 2008; Hesse-Biber, 1996]. Исследования среди женщин продемонстрировали нормативное недовольство весом [Rodin et al., 1994] и подавляющую неудовлетворенность телом [Fallon, Rozin, 1985; Tiggemann, 2001; Rodin et al., 1984; Sun, Guo, 2014], что свидетельствует об эффективности социокультурной перспективы в объяснении образа тела.

В ходе исследования несоответствия фактической и идеальной внешности женщин и его взаимосвязи с образом тела, настроением и самооценкой [Jung et al., 2001] было замечено, что при соответствии тела культурным стандартам повышается самооценка и позитивное к нему отношение, а при несоответствии – самооценка падает, возникают негативное самоотношение и отрицательные чувства [Rudd, Lennon, 1994].

Значительную роль играют мораль и эстетика. Есть мнение, что именно нужда в модификациях и дополнениях тела обуславливает существование одежды [Roach-Higgins, Eicher, 1992]. Эта нужда постоянно стимулирует развитие технологий: сначала возникают новые, более совершенные и доступные немногим технологии, но, когда продукты технологии (одежда,

Ефимкина А.О. Индивидуальное представление образа тела и выбора одежды (аксессуары, модные дополнения) становятся доступными, общество ограничивает их использование моральными и эстетическими убеждениями.

Моральные требования включают в себя этикет одежды, регламентирующий то, что считается правильным или неприемлемым, а также санкции за нарушение регламента того, как нужно прикрывать тело. Строгие санкции часто связаны с убеждениями о скромности, однако понятия о скромной одежде в разных обществах и подгруппах варьируются. Отношения между системами технологий создания одежды и системами эстетических и моральных убеждений сложны, а изменения в одной из них могут стимулировать изменения в других [Roach-Higgins, Eicher, 1992].

Современные медиа демонстрируют множество противоречивых вариантов телесной идентичности и вынуждают человека создавать из своего тела индивидуальный образ, повышающий символический капитал [Дзялошинский, 2020; Bessenoff, Gayle, 2006; Junget et al., 2001]. Социокультурные идеалы и постоянно сменяющиеся друг друга стандарты и развивающиеся технологии задают настолько быстрый темп смены идентичностей, что индивид не успевает соответствовать этим рамкам. Как реакция возникает модный нонконформизм, уход от навязываемых идеалов, что позволяет человеку восстановить ощущение изначального «Я» [Emberley, 1987].

Дж. Майер видит задачу современной индустрии моды и ее потребителей в развитии устойчивости. Она называет это постепенным движением в эру «медленной моды». Для индустрии оно состоит в экологическом сокращении ресурсов, а для индивида – в осознанном потреблении, в ограничении покупок, в бережном отношении к уже имеющейся одежде [Mayer, 2020].

Тенденция устойчивости в отношении образа тела опирается на принципы позитивной психологии, на любовь и заботу о теле таком, какое оно есть. На первый план выходит психологическое благополучие как человека, так и общества. Альтернативой недостижимым идеалам СМИ служат бодипозитивизм и феминизм, которые находят большой отклик в интернете и социальных сетях. «Очевидно, все это отражает назревшую в обществе потребность освободиться от навязываемых стандартов красоты и почувствовать себя, наконец, комфортно в своем собственном теле со всеми его достоинствами и недостатками» [Мешкова, 2021, с. 63].

### ***Объективация и самообъективация***

Ефимкина А.О. Индивидуальное представление образа тела и выбора одежды

Неудовлетворенность телом как систематический социальный феномен наблюдается именно у женщин. Ее причина кроется в общественных стереотипах, манипулирующих индивидуальным сознанием. Одним из таких стереотипов является разделение тела и разума, где телу соответствует женщина, а разуму – мужчина. Как следствие, женщины воспринимают себя через призму телесного «Я», наблюдают за своим телом и телом других людей, имеют высокую степень интернализации культурных канонов в отношении тела и представления о внешности [Каминская, Айламазян, 2015].

Отношения, восприятие, чувства и поведение человека, связанные с одеждой, формируются другими и собой [Johnson, Lennon, 2014; Johnson et al., 2014]. Согласно теории объективации, женщины в сексуально насыщенных культурах могут восприниматься только как сексуально ценные объекты [Fredrickson, Roberts, 1997].

Сексуальная объективация – функция централизации взгляда в реальных социальных контактах и медиа-изображениях с фокусом на частях тела. Она вызывает состояние сознания, влияющее на самовосприятие и вытекающее в привычку наблюдать за внешним видом. Это требует когнитивных усилий, которые могут привести к трудностям при выполнении задач повседневной жизни [Szymanski et al., 2011]. Женщины самообъективируются в результате интериоризации точки зрения наблюдателя на свое физическое «Я» как функцию внешнего вида, а не достижений [Harrison, Fredrickson, 2003]. Эксперименты показывают, что самообъективацию у женщин можно вызвать, например, прося их примерить и оценить, как на их теле сидит купальник по сравнению с объемным свитером [Fredrickson et al., 1998].

Обнаружен рост сексуализированных деталей одежды для девочек с 1971 по 2011 гг. В качестве таких деталей рассматривают, например, тесно облегающую и обнажающую живот одежду или обувь на высоких каблуках [Graffet al., 2013]. В результате анализа одежды на сайтах 15 розничных продавцов сделан вывод, что девочки чаще изображаются в сексуализированной одежде, и крупные розничные торговцы предлагают именно такую одежду через свои веб-сайты [Goodinet al., 2011].

Для того чтобы определить, влияет ли сексуализированная одежда на то, как воспринимают девочек сторонние наблюдатели [Graffet al., 2012], был проведен эксперимент с тремя вариантами одежды пятиклассниц: детским, неоднозначно сексуализированным и сильно сексуализированным. В последнем случае студенты бакалавриата оценивали девочку как менее нравственную, уважающую себя, способную, решительную, компетентную и умную, чем в первых

Ефимкина А.О. Индивидуальное представление образа тела и выбора одежды двух. Таким образом, ношение сексуализированной одежды может повлиять на восприятие другими и опосредованно – на самообъективацию [Tiggemann, Andrew, 2012].

Еще более прямая взаимосвязь установлена между вызывающей одеждой и объективацией других. Изучалось внимание участников к телам моделей (худой и полной), одинаково привлекательных по чертам лица, во время манипулирования одеждой (провокационной или обычной) [Holland, Haslam, 2013]. При этом выяснилось, что более объективирующий взгляд направлен на тела моделей в провокационной одежде. Их рассматривали в большей степени как обладателей сексуально привлекательных тел, чем как людей, обладающих личностными качествами.

Также в рамках теории объективации исследовалось влияние одежды на самоощущение самообъективации, стыда и неудовлетворенности телом и плохого настроения [Tiggemann, Andrew, 2012]. Исследование включало 4 сценария: думать о том, чтобы носить купальный костюм 1) в обществе или 2) в примерочной; думать о том, чтобы носить свитер 3) в обществе или 4) в примерочной. По сравнению с мыслями о свитере, мысли о купальнике приводили к более высоким уровням самообъективации, стыда и неудовлетворенности телом и негативного настроения. Манипуляция предполагала не ношение одежды, а только размышления о ней, что демонстрирует силу провокационного платья: одна только мысль о том, чтобы его надеть, влияет на самовосприятие.

Объективация может быть одним из объяснений стремления мужчин к мускулистому телу. Хотя теория объективации была предложена для женщин, ее распространили и на мужчин [Hebl et al., 2004; Martins et al., 2007]. Было установлено, что в западной и вестернизированной культуре мужчины тоже объективированы и могут быть склонны к самообъективации [Elliott, Elliott, 2005; Patterson, England, 2000].

Также изучалось, как образы в СМИ, где мускулистые, стройные мужские тела являются эстетической нормой, влияют на мужчин [Kolbe, Albanese, 1996]. По результатам фокусных интервью был сделан вывод, что мужчины видят объективацию своего пола в рекламе [Elliott, Elliott, 2005]. Стремление к мускулистости усиливается у мужчин в ситуации предполагаемой угрозы их мужественности, например, при выполнении каких-либо оцениваемых действий [Steinfeldt et al., 2011] или при восприятии того, что они обладают некоторыми менее мужскими чертами [Blashill, 2013].

### ***Вес как критерий образа тела в самоидентичности***

Важной темой в исследованиях стала проблема веса. Этот аспект включают в себя культурные идеалы большинства современных обществ, выражая через слово «вес» описание худобы, полноты и т.п. Современные люди заботятся о весе, и это отражается на телесном образе и одежде. Так, установлено, что озабоченность весом коррелирует с выбором одежды, скрывающей фигуру [Stolovy, 2021]. Когда женщины чувствуют себя «толстыми», то выбирают одежду не столько для выражения индивидуальности, сколько для маскировки полноты [Kwon, Parham, 1994].

При исследовании гендерной идентичности с помощью статистического анализа доказано, что мужчины больше удовлетворены собственным весом, чем женщины. Женщины больше озабочены лишним весом, а приведение его к существующим стандартам положительно отражается на самооценке [Пышкина, Зиновьева, 2019].

Значительное внимание теме веса уделяется в критическом обзоре социальной психологии одежды [Johnson et al., 2014]. При этом рассматриваются исследования в двух областях: 1) одежда как стимул и ее влияние на атрибуции в отношении других, на атрибуции в отношении себя и на собственное поведение; 2) отношения между одеждой, телом и самостью. Одним из признаков озабоченности весом может стать практика проверки тела (взвешивание, измерение частей, пощипывание, втягивание живота, постукивание по нему для придания плоскости) [Naase et al., 2011]. Такое контролирующее поведение может привести к избеганию тела (избеганию взгляда на отражение, раздевалок спортзала или демонстрации тела) [White, Warren, 2011]. Могут проявиться РПП, одержимость весом или формой тела и критическая оценка любого его аспекта [Smeets et al., 2011].

Также стоит отметить практику самовзвешивания (self-weighing). Исследование показало, что самостоятельное взвешивание приводит к поддержанию потери веса [Butryn et al., 2007] и предотвращению набора веса [Levitsky et al., 2006], а также способствует рискованному поведению с целью контроля веса (например, голоданию) [Neumark-Sztainer et al., 2006] и даже увеличению веса [Needham et al., 2010]. При исследовании гендерных различий в самовзвешивании обнаружено, что среди женщин оно связано с беспокойством о внешнем виде, с озабоченностью формой тела и более высоким весом, а среди мужчин – с удовлетворенностью своим телом, с поддержанием здоровья и физической формы и с положительной оценкой здоровья [Klos et al., 2012]. Модификации тела, практикуемые мужчинами, больше связаны с развитием мускулатуры, чем со стремлением к худощавости [Cafri et al., 2005a; Cafri et al., 2005b].



Женщины более подвержены влиянию культурных идеалов, чем мужчины. Хотя не всем удастся приблизиться к культурному идеалу, нереалистично суженному и достигаемому лишь частью из них, некоторые страдают от этого расхождения меньше. Степень удовлетворения или недовольства может зависеть от того, насколько женщине важна сфера внешности. Самооценка не страдает, если внешность не является для нее центральным элементом. Женщина может признать, что ее тело отличается от культурного стандарта, но все же принять это отличие по целому ряду причин (например, если она ценит профессиональную компетентность больше внешности или верит в наследственность) [Jung et al., 2001].

### ***Когнитивные подходы к вопросу образа тела: теория схемы и теория самонесоответствия***

Одной социокультурной оценки недостаточно для объяснения разницы в восприятии идеалов СМИ относительно образа тела. Находясь в одном и том же социокультурном контексте, одни озабочены несоответствием физических признаков культурным образцам массмедиа, другие кажутся довольными, а третьи, даже будучи приближены к идеалам СМИ, все равно недовольны собственными телами. Эти различия могут объяснить две когнитивные теории: теория схем [Markus et al., 1987] и теория самонесоответствия [Strauman, Glenberg, 1994; Strauman et al., 1991].

*Теория схем.* Я-схемы [Markus, 1977] представляют собой когнитивное обобщение о себе, важны для обработки информации [Markus et al., 1987] и функционируют как важные аспекты самоопределения человека. Я-схема – это построение человеком черт, которые делают его уникальным и составляют ощущение «Я» на основе наблюдения за своим поведением, реакцией других и более общими социальными сигналами, подсказывающими, какие атрибуты самости являются важными [Myers, Вюсса, 1992].

Так, люди с РПП имеют искаженное отношение к еде, весу и фигуре, что способствует поддержанию нарушенного образа тела. Если при разработке схемы внешний вид в ней является центральным, значимым и влиятельным ядром, люди склонны избирательно обращать внимание на нюансы внешности в себе и других.

*Теория самонесоответствия.* У индивида есть реальное «Я» и идеальное «Я», между которыми могут существовать несоответствия [Higgins, 1987]. Когда расхождение велико, оно



Ефимкина А.О. Индивидуальное представление образа тела и выбора одежды может быть связано с депрессией [Higgins et al., 1987]. Показано, что степень такого несоответствия у женщин выше, чем у мужчин [Fallon, Rozin, 1985; Jacobi, Cash, 1994].

Была исследована взаимосвязь между несоответствием внешности и показателями образа тела, настроения и самооценки, а также проведена оценка относительной полезности конкурирующих точек зрения: самонесоответствия и Я-схемы [Jung et al., 2001]. Участницам показали образы популярных в СМИ представителей культурного идеала внешности с целью ответа на вопрос: «Повлияет ли степень несоответствия во внешности женщин на их настроение и оценку образа тела и себя после того, как они познакомятся с привлекательными образами других?» В итоге был сделан вывод, что несоответствия не означают, что внешний вид имеет центральное значение и влияет на самооценку. Скорее, некоторые женщины знают о несоответствии внешности, и в случае, когда оно признается, но внешность не имеет центрального значения для самости, женщины могут не страдать от заниженной оценки образа тела при воздействии привлекательных образов других.

Дополнение теории самонесоответствия представлениями согласно теории Я-схем позволяет дополнительно объяснить различия в образе тела. Я-схемы хотя и трудно, но можно изменить, что оставляет надежду на улучшение самовосприятия и самоотношения женщин.

### ***Связь личностных черт, образа тела и одежды***

Эмоциональное и полифункциональное значение повседневного выбора одежды мало исследовано, однако одежда является внешним проявлением личности [Cooley, 1902; Flugel, 1930; Sontag, Schlater, 1982; James, 2007].

Между становлением идентичности и одеждой существует тесная взаимосвязь, влияющая, например, на мировосприятие человека, ожидание того, как его воспринимают окружающие, а также суть их взаимоотношений. Взаимодействие с одеждой при ежедневном процессе одевания можно рассматривать как технологию создания личностной идентичности. Повседневные практики в одежде есть в жизни каждого и являются частью взаимодействия между людьми. В этом смысле они важнее моды, которая, по мнению И. Буумсммы, скорее относится к сфере искусства и доступна немногим [Boomsma, 2020].

Тали Столови приводит метафоры «вторая кожа» и «видимое Я», означающие как физическую близость одежды и тела, так и психологическую близость одежды к самости [Stolovy, 2021]. Одежда близка к той части личностной идентичности, которую актуализирует сознание

Ефимкина А.О. Индивидуальное представление образа тела и выбора одежды человека. Столови подчеркивает психологическое влияние одежды через пример того, как надевание белого лабораторного халата повышает эффективность внимания. Она обращается к термину «одетое познание», (англ. «enclothed cognition»), который отличается от воплощенного познания (англ. embodied cognition – теория, рассматривающая разум во взаимосвязях с физическим телом и окружающей средой) тем, что связь между физическим опытом и его индивидуальным значением для человека опосредуется предметом одежды, имеющим символическое значение [Ibid.].

Использование концепции символического и эмоционального в одежде может пролить свет на вопрос, почему люди в одной и той же социокультурной среде выбирают разные стили одежды. Этот выбор отражает как собственное отношение людей к себе, так и отношение к ним других [Kwon, 1991]. Люди могут менять свое настроение и выражать чувства через одежду [Kallstrom, 2009].

Образ тела – многомерная конструкция, включающая восприятие, самоотношение и поведение, к которому, в частности, относится одевание тела. Другими словами, то, как люди чувствуют и воспринимают свое тело, влияет на управление ими внешностью через выбор одежды [Rudd, Lennon, 2000; Jung et al., 2001]. Следовательно, привычки в одежде можно предсказать по образу тела [Tiggemann, Lacey, 2009].

Была исследована взаимосвязь между практиками ношения одежды (стили и функции), личностными чертами и образом тела среди 792 израильских женщин [Stolovy, 2021]. Гипотеза Столови заключалась в том, что практика ношения одежды связана с личностными чертами и может быть предсказана по образу тела.

Функции одежды оценивались с помощью шкалы, измеряющей выбор одежды по ее удобству, возможности маскировки, повышению уверенности в себе, соответствию моде и выражению индивидуальности [Kwon, Parham, 1994]. Для самооценки образа тела в исследовании использовался многомерный опросник, который измеряет общий образ тела и удовлетворенность формой тела [Cash, 1994]. Учитывались: оценка внешнего вида, ориентация на внешний вид, озабоченность избыточным весом, самооценка веса. Для определения стиля одежды участниц попросили выбрать из вариантов один стиль, наиболее точно описывающий их гардероб: 1) повседневный; 2) романтический; 3) драматический; 4) классический; и 5) городской. Выяснилось, что у выбравших повседневный стиль оценка внешнего вида ниже, чем у

Ефимкина А.О. Индивидуальное представление образа тела и выбора одежды предпочитающих городской, а средний балл ориентации на внешний вид выше для городского стиля, чем для драматического и повседневного.

Были выявлены: отрицательная корреляция между оценкой внешнего вида и использованием одежды для маскировки; положительная корреляция с другими функциями одежды (уверенностью и индивидуальностью); положительная корреляция ориентации на внешний вид с уверенностью и индивидуальностью; положительная корреляция между озабоченностью весом и самооценкой веса и маскировкой. Однако основной акцент исследования сделан на чертах личности.

В исследовании использовалась модель личностных черт «Большой пятерки»: нейротизм, экстраверсия, открытость опыту, доброжелательность и добросовестность. Нейротизм отражает эмоциональную нестабильность, экстраверсия – количество и интенсивность межличностных взаимодействий, открытость опыту – склонность к поиску новых захватывающих впечатлений, доброжелательность – заботу о сотрудничестве и социальной гармонии, добросовестность – организованность и целенаправленное поведение. Результаты в целом подтверждают гипотезу о том, что личностные черты играют роль в выборе одежды, которая, в свою очередь, является проявлением личности. Показано, что люди с высоким показателем добросовестности склонны выбирать классическую и официальную одежду. Люди с высокими баллами по нейротизму более застенчивы, обладают более высоким стыдом тела, а потому склонны к маскировке. Экстраверты имеют более высокую оценку собственного тела, менее сдержанны, более напористы и разговорчивы, испытывают больше положительных эмоций и склонны к более смелым экспериментам в одежде. Женщины, открытые опыту, экспериментирующие с модой и индивидуальным стилем, более склонны выбирать изысканный городской, а не комфортный и маскирующий тело повседневный минималистский стиль [Stolovy, 2021].

Аллен и Уолтер исследовали имеющие четкий оценочный компонент нюансы восприятия физического «Я», которые могут нанести ущерб психологическому благополучию [Allen, Walter, 2016]. В результате было доказано, что негативный образ тела связан с высоким уровнем нейротизма и низким уровнем экстраверсии или добросовестности. Причем нейротизм оказался связан с негативным образом тела как у женщин, так и у мужчин.

Негативный образ тела характерен для мужчин и женщин всех возрастов [Allen, Walter, 2016] и вреден для индивидуального функционирования. Примером служит высокий уровень неудовлетворенности своим телом, низкий уровень уважения к своему телу, повышенные

Ефимкина А.О. Индивидуальное представление образа тела и выбора одежды дисморфические представления о лице и низкий уровень оценки тела [Tiggemann, 2004]. Негативный образ тела связан с более частым возникновением психологического дистресса [Coco, 2014; Przedziecki et al., 2013], нарушениями сексуального функционирования [Woertman, Van den Brink, 2012], симптомами депрессии [Jackson et al., 2014; Silveira et al., 2015] и нарушением пищевого поведения [Menzel et al., 2010; Peat et al., 2008].

Негативному восприятию тела способствует воздействие изображений стройного идеала в СМИ [Grabe et al., 2011; Groesz et al., 2008]. Неудовлетворенность телом является следствием субъективной оценки людьми своей внешности [Grogan, 2008], тревога по поводу социального физического состояния развивается из чувства дистресса, связанного с воспринимаемой оценкой физического «Я» [Hart et al., 1989], нарушение образа тела отражает искажение восприятия веса и формы [Cash, Brown, 1987], а причиной дисморфического расстройства тела может стать озабоченность воображаемым или незначительным дефектом внешности [Phillips, Crino, 2001]. Помимо этого, важны такие факторы индивидуальных различий, как черты личности [Dionne, Davis, 2012; Stolovy, 2021; Allen, Walter, 2016].

В 1980-х гг. в обществе критически возрастает недовольство телом, а вместе с ним увеличивается и количество исследований проблемы лишнего веса. Был предложен термин «нормативное недовольство» [Rodin et al., 1984]. В 1990-е гг. с изучения негативного образа тела фокус смещается на оценку иных его аспектов [Cash, Smolak, 2011].

Томас Кэш разрабатывает надежные и валидные психометрические инструменты для оценки различных аспектов образа тела. С его именем связано развитие теоретических концепций образа тела как многомерной конструкции и создание журнала «Body Image: An International Journal of Research» [Thompson et al., 2019]. В 2004 году Кэш предлагает рассматривать позитивный образ тела в качестве самостоятельного конструкта [Williams et al., 2004]. Основными угрозами для образа тела названы нереалистичные образы, транслируемые СМИ, популяризация диет, разговоры о похудении, поддразнивание на тему фигуры. Создается специальный опросник (Body Image Coping Strategies Inventory) и обозначается копинг-стратегия позитивного рационального принятия (positive rational acceptance), позволяющая противостоять угрозам для образа тела [Cash et al., 2005]. Предложенная Кэшем программа 8 ступеней формирования позитивного образа тела популярна до сих пор. В ее основе лежит когнитивно-бихевиоральная терапия; особый упор делается на принимающие установки, осознанное отношение к телу, его функциональной стороне, поддержанию позитивного образа тела [Мешкова, 2021].

## Заключение

Проведенный обзор показал значимость социальных идеалов внешности для формирования образа тела. Зависимость от культурных стереотипов может влиять на самооценку и отношение к весу, а также способствовать развитию самообъективации. Одежда имеет взаимосвязь с образом тела и идентичностью и может служить вспомогательным инструментом для изменения образа тела с целью улучшения психологического состояния человека.

Основным ограничением исследования является пока еще слабое внимание исследователей к психологическим, в том числе психометрическим, аспектам выбора одежды в качестве самопрезентации при большем акценте на социальные и культурные стереотипы такого выбора.

Большинство исследователей согласны в том, что существенное влияние на формирование образа тела оказывают культурные образы идеальной внешности, транслируемые СМИ. Навязыванию нереалистичных идеальных образов через одежду также способствует модная индустрия. При постановке телесного образа в центр жизни человека образуется своеобразная зависимость от соответствия этим культурным образам, ведущая к негативной самооценке и отрицательным чувствам к телу.

В случае, когда вместо центрированности на теле важны иные личностные проявления или достижения либо фокус внимания смещен в сторону функциональности тела, человек легче переживает несоответствие культурным идеалам и свободен от социального давления. Современные тенденции смещения внимания с быстрой смены идентичностей модных образов на разумное потребление и развитие осознанного подхода к формированию гардероба, выражающего личностную идентичность, также способствуют укреплению психологического здоровья.

Начиная с 90-х гг. предыдущего столетия, разрабатываются и успешно внедряются программы помощи в формировании позитивного отношения к телу. Также в моде наблюдается переосмысление существующих образов в сторону бодипозитива и принятия не только определенных идеальных, а разнообразных телесных образов.

## Благодарности

Автор благодарит за помощь в подборе материалов и редакции текста научного руководителя аспирантуры О.М. Разумникову.

## Литература

Дзялошинский И.М. Телесная идентичность в системе самосознания индивида. *Corpus Mundi. Общетеоретические вопросы*, 2020, 1, 23.

Ефимкина А.О. Гадание на реальности. *Азбука арт-терапии*. М.: Класс, 2021.

Ефимкина А.О. Дискурс одежды как диагностический материал в психотерапии. В кн.: В.В. Козлов (Ред.), *Психология XXI столетия: сборник по материалам ежегодного Конгресса «Психология XXI столетия»*, Ярославль: ЯрГУ, ЯГПУ, МАПН, 2023. С. 114–117.

Каминская Н.А., Айламазян А.М. Исследования образа физического «Я» в различных психологических школах. *Национальный психологический журнал*, 2015, 3(19), 45–55.

Мешкова Т.А. Концепция позитивного образа тела в современной зарубежной психологии. *Современная зарубежная психология*, 2021, 10(2), 55–69. DOI:10.17759/jmfp.2021100206

Пышкина Е.С., Зиновьева Е.В. Телесный образ Я и гендерная идентичность молодежи. *Вестник науки и образования*, 2019, 9(63), ч.1. С. 101-105

Allen M.S., Walter E.E. Personality and body image: A systematic review. *Body Image*, 2016, 19, 79–88.

Bessenoff J.R., Gayle R. Can the media affect us? Social comparison, self-discrepancy, and the thin ideal. *Psychology of Women Quarterly*, 2006, 30, 239–251.

Blashill A. Psychosocial correlates of frequent indoor tanning among adolescent boys. *Body Image*, 2013, 10(2), 259–262.

Boomsma Y. The Fabricated Self – The Role of Clothing in Identity Development. Master thesis. University of Twente, Netherlands, 2020.

Butryn M.L., Phelan S., Hill J.O., Wing R.R. Consistent self-monitoring of weight: a key component of successful weight loss maintenance. *Obesity*, 2007, 15(12), 3091–3096.

Cafri G., Thompson J.K., Ricciardelli L., McCabe M., Smolak L., Yesalis C. Pursuit of the muscular ideal: physical and psychological consequences and putative risk factors. *Clinical Psychology Review*, 2005, 25(2), 215–139.

Cafri G., Yamamiya Y., Brannick M., Thompson J.K. The influence of sociocultural factors on body image: a meta-analytic review. *Clinical psychology: Science and practice*, 2005, 12(4), 421–433.

Cash T.F. The psychology of physical appearance: Aesthetics, attributes and images. In: T.F. Cash T.Pruzinsky (Eds.), *Body images: Development, deviance, change*. New York: The Guilford Press, 1990. pp. 51–79.

Cash T.F. Body-image attitudes: evaluation, investment, and affect. *Perceptual and Motor Skills*, 1994, 78(3\_Suppl.), 1168–1170. DOI:10.2466/pms.1994.78.3c.1168

Cash T.F., Brown T.A. Body image in anorexia nervosa and bulimia nervosa: A review of the literature. *Behavior Modification*, 1987, 11, 487–521.

Cash T.F., Santos M.T., Williams E.F. Coping with body-image threats and challenges: validation of the Body Image Coping Strategies Inventory. *Journal of Psychosomatic Research*, 2005, 58(2), 190–199. DOI:10.1016/j.jpsychores.2004.07.008

Cash T.F., Smolak L. Understanding Body Images: Historical and Contemporary Perspectives. In: T.F.Cash, L.Smolak(Eds.), *Body Image: A Handbook of Science, Practice, and Prevention*. New York: Guilford Press, 2011. pp. 3–11.

Coco G.L., Salerno L., Bruno V., Caltabiano M.L., Ricciardelli L.A. Binge eating partially mediates the relationship between body image dissatisfaction and psychological distress in obese treatment seeking individuals. *Eating Behaviors*, 2014, 15, 45–48.

Cooley C.H. *Human Nature and the Social Order*. New York, NY: Charles Scribner's Sons, 1902.

Dionne M.M., Davis C. Body image and personality. In: T.F. Cash (Ed.), *Encyclopedia of body image and human appearance*. London, UK: Elsevier, 2012. pp. 136–140.



Elliott R., Elliott C. Idealized images of the male body in advertising: a reader-response exploration. *Journal of Marketing Communications*, 2005, 11(2). pp. 3–19.

Emberley J. The fashion apparatus and the deconstruction of postmodern subjectivity. *Canadian Journal of Political and Social Theory/Revue canadienne de theorie politique et sociale*, 1987, XI(1-2). pp. 39-50

Fallon A. Culture in the mirror: Sociocultural determinants of body image. In: T.F. Cash, T. Pruzinsky (Eds.), *Body images: Development, deviance, and change*. New York: The Guilford Press, 1990. pp. 80–109.

Fallon A.E., Rozin P. Sex differences in perceptions of desirable body shape. *Journal of Abnormal Psychology*, 1985, 94 (1), 102–105.

Flugel J.C. *The Psychology of Clothes*. London: Hogarth, 1930.

Fredrickson B.L., Roberts T.A. Objectification theory: toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*, 1997, 21(2), 173–206. DOI:10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x

Fredrickson B.L., Roberts T.A., Noll S.M., Quinn D.M., Twenge J.M. That swimsuit becomes you: sex differences in self-objectification, restrained eating, and math performance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1998, 75(1), 269.

Goodin S.M., Van Denburg A., Murnen S.K., Smolak L. "Putting on" sexiness: a content analysis of the presence of sexualizing characteristics in girls' clothing. *Sex Roles*, 2011, 65(1-2), 1–12.

Grabe S., Ward L.M., Hyde J.S. The role of the media in body image concerns among women: A meta-analysis of experimental and correlational studies. *Psychological Bulletin*, 2008, 134, 460–476.

Graff K.A., Murnen S.K., Krause A.K. Low-cut shirts and high-heeled shoes: increased sexualization across time in magazine depictions of girls. *Sex Roles*, 2013, 69(11-12), 571–582.

Graff K.A., Murnen S.K., Smolak L. Too sexualized to be taken seriously? Perceptions of a girl in childlike vs. sexualizing clothing. *Sex Roles*, 2012, 66 (11-12), 764–775.

Groesz L.M., Levine M.P., Murnen S.K. The effect of experimental presentation of thin media images on body satisfaction: A meta-analytic review. *International Journal of Eating Disorders*, 2002, 31, 1–16.

Grogan S. *Body image: Understanding body dissatisfaction in men, women and children*. New York: Routledge, 2008.

Haase A.M., Mountford V., Waller G. Associations between body checking and disordered eating behaviors in nonclinical women. *International Journal of Eating Disorders*, 2011, 44(5), 465–468.

Harrison K., Fredrickson B.L. Women's sports media, self-objectification, and mental health in black and white adolescent females. *Journal of Communication*, 2003, 53(2), 216–232.

Hart E.A., Leary M.R., Rejeski W.J. The measurement of social physique anxiety. *Journal of Sport & Exercise Psychology*, 1989, 11, 94–104.

Hebl M.R., King E.B., Lin J. The swimsuit becomes us all: ethnicity, gender, and vulnerability to self-objectification. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 2004, 30(10), 1322–1331.

Hesse-Biber S. *Am I thin enough yet? The cult of thinness and the commercialization of identity*. New York: Oxford University Press, 1996.

Higgins E.T. Self-discrepancy: A theory relating self and affect. *Psychological Review*, 1987, 94, 319–340.

Higgins E.T., Klein R., Strauman T. Self-concept discrepancy theory: A psychological model for distinguishing among different aspects of depression and anxiety. *Social Cognition*, 1987, 3, 51–76.

Holland E., Haslam N. Worth the weight: the objectification of overweight versus thin targets. *Psychology of Women Quarterly*, 2013, 37(4), 462–468.

Jackson K.L., Janssen I., Appelhans B.M., Kazlauskaitė R., Karavolos K., Dugan S.A., Kravitz H.M. Body image satisfaction and depression in midlife women: The Study of Women's Health Across the Nation (SWAN). *Archives of Women's Mental Health*, 2014, 17, 177–187.

Jacobi L., Cash T.F. In pursuit of the perfect appearance: Discrepancies among self- and ideal-percepts of multiple physical attributes. *Journal of Applied Social Psychology*, 1994, 24, 379–396.

James W. *The Principles of Psychology*. New York: Cosimo, Inc., 2007. Vol. 1.

John O.P., Naumann L.P., Soto C.J. Paradigm shift to the integrative Big Five trait taxonomy: History, measurement, and conceptual issues. In: O.P. John, R.W. Robins, L.A. Pervin (Eds.), *Handbook of personality: Theory and research*. 3rd ed. New York: Guilford, 2008. pp.114–158.

Johnson K.P., Lennon S.J. The social psychology of dress. In: J.B. Eicher (Ed.), *Encyclopedia of world dress and fashion* (online). Berg: New York, 2014. DOI: 10.5040/9781474280655-BG001

Johnson K., Lennon S., Rudd N. Dress, body, and self: research in the social psychology of dress. *Fashion and Textiles*, 2014, 1(20). DOI:10.1186/s40691-014-0020-7

Jung J., Lennon S.J., Rudd N.A. Self-schema or self-discrepancy? Which best explains body image? *Clothing and Textiles Research Journal*, 2001, 19(4), 171–184. DOI:10.1177/0887302X0101900403

Kallstrom L. *Why Do Clothes Create the Mood*. Mumbai: Life Style, 2009.

Klos L., Esser V., Kessler M. To weigh or not to weigh: the relationship between self-weighing behavior and body image among adults. *Body Image*, 2012, 9(4), 551–554.

Kolbe R.H., Albanese P.J. Man to man: a content analysis of sole male images in male audience magazines. *Journal of Advertising*, 1996, 24(4), 1–20.

Kwon Y.H. The influence of the perception of mood and self-consciousness on the selection of clothing. *Clothing and Textiles Research Journal*, 1991, 9, 41–46. DOI:10.1177/0887302X9100900406

Kwon Y.H., Parham E.S. Effects of state of fatness perception on weight conscious women's clothing practices. *Clothing and Textiles Research Journal*, 1994, 12, 16–21. DOI:10.1177/0887302X9401200403

Ефимкина А.О. Индивидуальное представление образа тела и выбора одежды

Levitsky D.A., Garay J., Nussbaum M., Neighbors L., Della Valle D.M. Monitoring weight daily blocks the freshman weight gain: a model for combating the epidemic of obesity. *International Journal of Obesity*, 2006,30(6),1003–1010.

Markus H. Self-schema and processing information about the self. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1977,35, 63–78.

Markus H., Hamill R., Sentis K.P. Thinking fat: Self-schemas for body weight and the processing of weight relevant information. *Journal of Applied Social Psychology*, 1987, 17(1), 50–71.

Martins Y., Tiggemann M., Kirkbride A. Those Speedos become them: the role of self-objectification in gay and heterosexual men's body image. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 2007, 33(5), 634–647.

Mayer J. *Creating Identity Through Fashion: A Study of Mindful Consumption at Filippa K/Student's thesis*. 2020. Retrieved from <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:uu:diva-403055>

McCrae R.R., Costa P.T. The five-factor theory of personality. In: O.P. John, R.W. Robins, L.A. Pervin (Eds.), *Handbook of personality: Theory and research*. 3rd ed. New York: Guilford, 2008. pp.159–181.

Menzel J.E., Schaefer L.M., Burke N.L., Mayhew L.L., Brannick M.T., Thompson J.K. Appearance-related teasing, body dissatisfaction, and disordered eating: A meta-analysis. *Body Image*, 2010, 7, 261–270.

Myers P., Biocca F. The elastic body image: The effect of television advertising and programming on body image distortions in young women. *Journal of Communication*, 1992, 42(3), 108–133.

Needham B.L., Epel E.S., Adler N.E., Kiefe C. Trajectories of change in obesity and symptoms of depression: the CARDIA study. *American Journal of Public Health*, 2010, 100(6), 1040–1046.

Neumark-Sztainer D., Van den Berg P., Hannan P.J., Story M. Self-weighing in adolescents: helpful or harmful? Longitudinal associations with body weight changes and disordered eating. *Journal of Adolescent Health*, 2006, 39(6), 811–818.

Ефимкина А.О. Индивидуальное представление образа тела и выбора одежды

Patterson M., England G. Body work: Depicting the male body in men's lifestyle magazines. In: Proceedings of The Academy of Marketing Annual Conference. England: University of Derby, 2000.

Peat C.M., Peyerl N.L., Muehlenkamp J.J. Body image and eating disorders in older adults: A review. *The Journal of General Psychology*, 2008, 135, 343–358.

Phillips K.A., Crino R.D. Body dysmorphic disorder. *Current Opinion in Psychiatry*, 2001, 14, 113–118.

Przedziecki A., Sherman K.A., Baillie A., Taylor A., Foley E., Stalgis-Bilinski K. My changed body: Breast cancer, body image, distress and self-compassion. *Psycho-Oncology*, 2013, 22, 1872–1879.

Roach-Higgins M.E., Eicher J.B. Dress and Identity. *Clothing and Textiles Research Journal*, 1992, 10(1). pp. 1-8.

Rodin J., Silberstein L., Striegel-Moore R. Women and weight: A normative discontent. In: T.B. Sonderegger (Ed.), *Psychology and gender: Nebraska symposium on motivation*. Lincoln, NE: University of Nebraska Press, 1984. Vol.32. pp.267–307.

Rudd N., Lennon S. Aesthetics of the body and social identity. In: M. DeLong, A.M. Fiore (Eds.), *Aesthetics of textiles and clothing: Advancing multidisciplinary perspectives*. Monument, CO: ITAA, 1994. pp.163–175.

Rudd N.A., Lennon S.J. Body image and appearance management behaviors in college women. *Clothing and Textiles Research Journal*, 2000, 18, 152–162. DOI:10.1177/0887302X0001800304

Silveira M.L., Ertel K.A., Dole N., Chasan-Taber L. The role of body image in prenatal and postpartum depression: A critical review of the literature. *Archives of Women's Mental Health*, 2015, 18, 409–421.

Smeets E., Tiggemann M., Kemps E. Body checking induces an attentional bias for body-related cues. *International Journal of Eating Disorders*, 2011, 44(1), 50–57.

Sontag M.S., Lee J. Proximity of clothing to self scale. *Clothing and Textiles Research Journal*, 2004, 22(4), 161–177. DOI:10.1177/0887302X0402200402

Sontag S., Schlater D. Proximity of clothing to self: evolution of a concept. *Clothing and Textiles Research Journal*, 1982, 1, 1–8. DOI:10.1177/0887302X8200100101

Steinfeldt J.A., Gilchrist G.A., Halterman A.W., Gomory A., Steinfeldt M.C. Drive for muscularity and conformity to masculine norms among college football players. *Psychology of Men and Masculinity*, 2011, 12(4), 324–338.

Stolovy T. Styling the Self: Clothing Practices, Personality Traits, and Body Image Among Israeli Women. *Frontiers in Psychology*, 2021, 12, 1-12, DOI:10.3389/fpsyg.2021.719318

Strauman T.J., Glenberg A.M. Self-concept and body image disturbance: Which self-beliefs predict body size overestimation? *Cognitive Therapy and Research*, 1994, 18, 105–125.

Strauman T.J., Vookles J., Berenstein V., Chaiken S., Higgins E.T. Self-discrepancies and vulnerability to body dissatisfaction and disordered eating. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1991, 61(6), 946–956.

Sun Y., Guo S. Media Exposure, Social Comparison and Self-Discrepancy: A Model of Prediction of Fashion Clothing Involvement. *Intercultural Communication Studies XXIII*. 2014, 2, 151-172.

Szymanski D.M., Moffit L.B., Carr E.R. Sexual objectification of women: advances to theory and research. *The Counseling Psychologist*, 2011, 39(1), 6–38.

Thompson J.K., Schaefer L.M., Thomas F., Cash T.F. A multidimensional innovator in the measurement of body image; Some lessons learned and some lessons for the future of the field. *Body Image*, 2019, 31, 198–203. DOI:10.1016/j.bodyim.2019.08.006

Tiggemann M. Body image across the life span in adult women. The role of self-objectivation. *Developmental Psychology*, 2001, 37, 243–253.

Tiggemann M. Body image across the adult life span: Stability and change. *Body Image*, 2004, 1, 29–41.

Ефимкина А.О. Индивидуальное представление образа тела и выбора одежды

Tiggemann M., Andrew R. Clothes make a difference: the role of self-objectification. *Sex Roles*, 2012, 66(9-10), 646–654.

Tiggemann M., Lacey C. Shopping for clothes: Body satisfaction, appearance investment and functions of clothing among female shoppers. *Body Image*, 2009, 6, 285–291. DOI:10.1016/j.bodyim.2009.07.002

Tylka T.L. Beyond «truly exceptional»: A tribute to Thomas F. Cash, an innovative leader in the body image field. *Body Image*, 2019, 31, 191–197. DOI:10.1016/j.bodyim.2019.10.011

White E., Warren C. Body checking and avoidance in ethnically diverse female college students. *Body Image*, 2011, 10(4), 583–590.

Woertman L., Van den Brink F. Body image and female sexual functioning and behavior: A review. *Journal of Sex Research*, 2012, 49(1), 84–211.

Поступила в редакцию: 8 марта 2023 г. Дата публикации: 17 июля 2023 г.

#### Сведения об авторе

*Ефимкина Анна Олеговна*. Аспирант кафедры психологии и педагогики, факультет гуманитарного образования, Новосибирский государственный технический университет, пр-т К. Маркса, д. 20, Новосибирск, Россия.

E-mail: efim\_kin@mail.ru

#### Ссылка для цитирования

Ефимкина А.О. Взаимосвязь личностного представления образа тела и выбора одежды. *Психологические исследования*. 2023. Т. 16, № 89. С. 6. URL: <https://psystudy.ru>

Адрес статьи: <https://doi.org/10.54359/ps.v16i89.1397>

***Efimkina A.O.<sup>1</sup> Individual representation of the body image and clothing choices***

<sup>1</sup>Novosibirsk State Technical University, Novosibirsk, Russia



This paper presents a comprehensive review of studies exploring the interplay between body image and clothing choice. It highlights the substantial influence of media-transmitted cultural stereotypes of ideal beauty on body image formation. Individuals tend to conform to these societal ideals, which can lead to negative self-perceptions and self-esteem issues. The cultural body image affects attitudes towards weight and contributes to the development of self-objectification among both women and men. The latter phenomenon is detrimental to individual well-being, as it limits self-worth to physical appearance alone. However, when attention shifts to other personal aspects, individuals can cope with non-conformity to cultural beauty standards more successfully. In turn, clothing can serve as a supportive tool for modifying body image to enhance one's psychological state.

**Key words:** body image, psychology of clothing, cultural images of ideal appearance, individual style of clothing, self-attitude, self-objectification, the problem of weight

### Acknowledgments

The author would like to thank her supervisor of the postgraduate course O.M. Razumnikova for editing and help in selecting materials.

### References

Allen M.S., Walter E.E. Personality and body image: A systematic review. *Body Image*, 2016, 19, 79–88.

Bessenoff J.R., Gayle R. Can the media affect us? Social comparison, self-discrepancy, and the thin ideal. *Psychology of Women Quarterly*, 2006, 30, 239–251.

Blashill A. Psychosocial correlates of frequent indoor tanning among adolescent boys. *Body Image*, 2013, 10(2), 259–262.

Boomsma Y. The Fabricated Self – The Role of Clothing in Identity Development. Master thesis. University of Twente, Netherlands, 2020.

Butryn M.L., Phelan S., Hill J.O., Wing R.R. Consistent self-monitoring of weight: a key component of successful weight loss maintenance. *Obesity*, 2007, 15(12), 3091–3096.

Cafri G., Thompson J.K., Ricciardelli L., McCabe M., Smolak L., Yesalis C. Pursuit of the muscular ideal: physical and psychological consequences and putative risk factors. *Clinical Psychology Review*, 2005, 25(2), 215–139.

Cafri G., Yamamiya Y., Brannick M., Thompson J.K. The influence of sociocultural factors on body image: a meta-analytic review. *Clinical psychology: Science and practice*, 2005, 12(4), 421–433.

Cash T.F. The psychology of physical appearance: Aesthetics, attributes and images. In: T.F. Cash, T. Pruzinsky (Eds.), *Body images: Development, deviance, change*. New York: The Guilford Press, 1990. pp. 51–79.

Cash T.F. Body-image attitudes: evaluation, investment, and affect. *Perceptual and Motor Skills*, 1994, 78(3\_Suppl.), 1168–1170. DOI:10.2466/pms.1994.78.3c.1168

Cash T.F., Brown T.A. Body image in anorexia nervosa and bulimia nervosa: A review of the literature. *Behavior Modification*, 1987, 11, 487–521.

Cash T.F., Santos M.T., Williams E.F. Coping with body-image threats and challenges: validation of the Body Image Coping Strategies Inventory. *Journal of Psychosomatic Research*, 2005, 58(2), 190–199. DOI:10.1016/j.jpsychores.2004.07.008

Cash T.F., Smolak L. Understanding Body Images: Historical and Contemporary Perspectives. // In: T.F. Cash, L. Smolak (Eds.). *Body Image: A Handbook of Science, Practice, and Prevention*. New York: Guilford Press, 2011. pp. 3–11.

Coco G.L., Salerno L., Bruno V., Caltabiano M.L., Ricciardelli L.A. Binge eating partially mediates the relationship between body image dissatisfaction and psychological distress in obese treatment seeking individuals. *Eating Behaviors*, 2014, 15, 45–48.

Cooley C.H. *Human Nature and the Social Order*. New York, NY: Charles Scribner's Sons, 1902.

Dionne M.M., Davis C. Body image and personality. In: T.F. Cash (Ed.), *Encyclopedia of body image and human appearance*. London, UK: Elsevier, 2012. pp. 136–140.

Ефимкина А.О. Индивидуальное представление образа тела и выбора одежды  
Dzyaloshinsky I.M. Telesnayaidentichnost v sistememesamosznaniya individa. Corpus Mundi. Obshcheteoreticheskiye voprosy, 2020, 1, 23.

Efimkina A.O. Diskurs odezhdy kak diagnosticheskiy material v psikhoterapii. In: V.V. Kozlov (Ed.), Psikhologiya XXI stoletiya: sbornik po materialam yezhegodnogo Kongressa "Psikhologiya XXI stoletiya". Yaroslavl: YarGU, YAGPU, MAPN, 2023. pp. 114–117.

Efimkina A.O. Gadaniye na realnosti. Azbuka art-terapii. Moscow: Klass, 2021.

Elliott R., Elliott C. Idealized images of the male body in advertising: a reader-response exploration. Journal of Marketing Communications, 2005, 11(2), 3–19.

Emberley J. The fashion apparatus and the deconstruction of postmodern subjectivity. Canadian Journal of Political and Social Theory/Revue canadienne de theorie politique et sociale, 1987, XI(1-2). pp. 39-50

Fallon A. Culture in the mirror: Sociocultural determinants of body image. In: T.F. Cash, T. Pruzinsky (Eds.), Body images: Development, deviance, and change. New York: The Guilford Press, 1990. pp.80–109.

Fallon A.E., Rozin P. Sex differences in perceptions of desirable body shape. Journal of Abnormal Psychology, 1985, 94(1), 102–105.

Flugel J.C. The Psychology of Clothes. London: Hogarth, 1930.

Fredrickson B.L., Roberts T.A. Objectification theory: toward understanding women's lived experiences and mental health risks. Psychology of Women Quarterly, 1997, 21(2), 173–206. DOI:10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x

Fredrickson B.L., Roberts T.A., Noll S.M., Quinn D.M., Twenge J.M. That swimsuit becomes you: sex differences in self-objectification, restrained eating, and math performance. Journal of Personality and Social Psychology, 1998, 75(1), 269.

Goodin S.M., Van Denburg A., Murnen S.K., Smolak L. "Putting on" sexiness: a content analysis of the presence of sexualizing characteristics in girls' clothing. Sex Roles, 2011, 65(1-2), 1–12.

Grabe S., Ward L.M., Hyde J.S. The role of the media in body image concerns among women: A meta-analysis of experimental and correlational studies. *Psychological Bulletin*, 2008, 134, 460–476.

Graff K.A., Murnen S.K., Krause A.K. Low-cut shirts and high-heeled shoes: increased sexualization across time in magazine depictions of girls. *Sex Roles*, 2013, 69(11-12), 571–582.

Graff K.A., Murnen S.K., Smolak L. Too sexualized to be taken seriously? Perceptions of a girl in childlike vs. sexualizing clothing. *Sex Roles*, 2012, 66(11-12), 764–775.

Groesz L.M., Levine M.P., Murnen S.K. The effect of experimental presentation of thin media images on body satisfaction: A meta-analytic review. *International Journal of Eating Disorders*, 2002, 31, 1–16.

Grogan S. *Body image: Understanding body dissatisfaction in men, women and children*. New York: Routledge, 2008.

Haase A.M., Mountford V., Waller G. Associations between body checking and disordered eating behaviors in nonclinical women. *International Journal of Eating Disorders*, 2011, 44(5), 465–468.

Harrison K., Fredrickson B.L. Women's sports media, self-objectification, and mental health in black and white adolescent females. *Journal of Communication*, 2003, 53(2), 216–232.

Hart E.A., Leary M.R., Rejeski W.J. The measurement of social physique anxiety. *Journal of Sport & Exercise Psychology*, 1989, 11, 94–104.

Hebl M.R., King E.B., Lin J. The swimsuit becomes us all: ethnicity, gender, and vulnerability to self-objectification. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 2004, 30(10), 1322–1331.

Hesse-Biber S. *Am I thin enough yet? The cult of thinness and the commercialization of identity*. New York: Oxford University Press, 1996.

Higgins E.T. Self-discrepancy: A theory relating self and affect. *Psychological Review*, 1987, 94, 319–340.

Ефимкина А.О. Индивидуальное представление образа тела и выбора одежды  
Higgins E.T., Klein R., Strauman T. Self-concept discrepancy theory: A psychological model for distinguishing among different aspects of depression and anxiety. *Social Cognition*, 1987, 3, 51–76.

Holland E., Haslam N. Worth the weight: the objectification of overweight versus thin targets. *Psychology of Women Quarterly*, 2013, 37(4), 462–468.

Jackson K.L., Janssen I., Appelhans B.M., Kazlauskaitė R., Karavolos K., Dugan S.A., Kravitz H.M. Body image satisfaction and depression in midlife women: The Study of Women’s Health Across the Nation (SWAN). *Archives of Women’s Mental Health*, 2014, 17, 177–187.

Jacobi L., Cash T.F. In pursuit of the perfect appearance: Discrepancies among self- and ideal-percepts of multiple physical attributes. *Journal of Applied Social Psychology*, 1994, 24, 379–396.

James W. *The Principles of Psychology*. New York: Cosimo, Inc., 2007. Vol. 1.

John O.P., Naumann L.P., Soto C.J. Paradigm shift to the integrative Big Five trait taxonomy: History, measurement, and conceptual issues. In: O.P. John, R.W. Robins, L.A. Pervin (Eds.), *Handbook of personality: Theory and research*. 3rd ed. New York: Guilford, 2008. pp. 114–158.

Johnson K.P., Lennon S.J. The social psychology of dress. In: J.B. Eicher (Ed.), *Encyclopedia of world dress and fashion* (online). Berg: New York, 2014. DOI: 10.5040/9781474280655-BG001

Johnson K., Lennon S., Rudd N. Dress, body, and self: research in the social psychology of dress. *Fashion and Textiles*, 2014, 1(20). DOI:10.1186/s40691-014-0020-7

Jung J., Lennon S.J., Rudd N.A. Self-schema or self-discrepancy? Which best explains body image? *Clothing and Textiles Research Journal*, 2001, 19(4), 171–184. DOI:10.1177/0887302X0101900403

Kallstrom L. *Why Do Clothes Create the Mood*. Mumbai: Life Style, 2009.

Kaminskaya N.A., Aylamazyan A.M. Issledovaniya obraza fizicheskogo “YA” v razlichnykh psikhologicheskikh shkolakh. *Natsionalniy psikhologicheskii zhurnal*, 2015, 3(19), 45–55.

Klos L., Esser V., Kessler M. To weigh or not to weigh: the relationship between self-weighing behavior and body image among adults. *Body Image*, 2012, 9(4), 551–554.

Kolbe R.H., Albanese P.J. Man to man: a content analysis of sole male images in male audience magazines. *Journal of Advertising*, 1996,24(4),1–20.

Kwon Y.H. The influence of the perception of mood and self-consciousness on the selection of clothing. *Clothing and Textiles Research Journal*, 1991, 9, 41–46. DOI:10.1177/0887302X9100900406

Kwon Y.H., Parham E.S. Effects of state of fatness perception on weight conscious women's clothing practices. *Clothing and Textiles Research Journal*, 1994, 12, 16–21. DOI:10.1177/0887302X9401200403

Levitsky D.A., Garay J., Nussbaum M., Neighbors L., Della Valle D.M. Monitoring weight daily blocks the freshman weight gain: a model for combating the epidemic of obesity. *International Journal of Obesity*, 2006,30(6),1003–1010.

Markus H. Self-schema and processing information about the self. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1977,35, 63–78.

Markus H., Hamill R., Sentis K.P. Thinking fat: Self-schemas for body weight and the processing of weight relevant information. *Journal of Applied Social Psychology*, 1987, 17(1), 50–71.

Martins Y., Tiggemann M., Kirkbride A. Those Speedos become them: the role of self-objectification in gay and heterosexual men's body image. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 2007, 33(5), 634–647.

Mayer J. *Creating Identity Through Fashion: A Study of Mindful Consumption at Filippa K/Student's thesis*. 2020. Retrieved from <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:uu:diva-403055>

McCrae R.R., Costa P.T. The five-factor theory of personality. In: O.P. John, R.W. Robins, L.A. Pervin (Eds.), *Handbook of personality: Theory and research*. 3rd ed. New York: Guilford, 2008. pp.159–181.

Menzel J.E., Schaefer L.M., Burke N.L., Mayhew L.L., Brannick M.T., Thompson J.K. Appearance-related teasing, body dissatisfaction, and disordered eating: A meta-analysis. *Body Image*, 2010, 7, 261–270.

Meshkova T.A. Kontsepsiya pozitivnogo obraza tela v sovremennoy zarubezhnoy psikhologii. Sovremennaya zarubezhnaya psikhologiya, 2021, 10(2), 55–69. DOI:10.17759/jmfp.2021100206

Myers P., Biocca F. The elastic body image: The effect of television advertising and programming on body image distortions in young women. Journal of Communication, 1992, 42(3), 108–133.

Needham B.L., Epel E.S., Adler N.E., Kiefe C. Trajectories of change in obesity and symptoms of depression: the CARDIA study. American Journal of Public Health, 2010, 100(6), 1040–1046.

Neumark-Sztainer D., Van den Berg P., Hannan P.J., Story M. Self-weighing in adolescents: helpful or harmful? Longitudinal associations with body weight changes and disordered eating. Journal of Adolescent Health, 2006, 39(6), 811–818.

Patterson M., England G. Body work: Depicting the male body in men's lifestyle magazines. In: Proceedings of The Academy of Marketing Annual Conference. England: University of Derby, 2000.

Peat C.M., Peyerl N.L., Muehlenkamp J.J. Body image and eating disorders in older adults: A review. The Journal of General Psychology, 2008, 135, 343–358.

Phillips K.A., Crino R.D. Body dysmorphic disorder. Current Opinion in Psychiatry, 2001, 14, 113–118.

Przedziecki A., Sherman K.A., Baillie A., Taylor A., Foley E., Stalgis-Bilinski K. My changed body: Breast cancer, body image, distress and self-compassion. Psycho-Oncology, 2013, 22, 1872–1879.

Pyshkina E.S., Zinovyeva E.V. Telesnyobraz YA I gendernayaidenticnostmolodezhi. Vestnik nauki I obrazovaniya, 2019, 9(63), pt.1, 101-105.

Roach-Higgins M.E., Eicher J.B. Dress and Identity. Clothing and Textiles Research Journal, 1992, 10(1). pp. 1-8.

Rodin J., Silberstein L., Striegel-Moore R. Women and weight: A normative discontent. In: T.B. Sonderegger (Ed.), Psychology and gender: Nebraska symposium on motivation. Lincoln, NE: University of Nebraska Press, 1984. Vol.32. pp.267–307.



Rudd N., Lennon S. Aesthetics of the body and social identity. In: M. DeLong, A.M. Fiore (Eds.), *Aesthetics of textiles and clothing: Advancing multidisciplinary perspectives*. Monument, CO: ITAA, 1994. pp.163–175.

Rudd N.A., Lennon S.J. Body image and appearance management behaviors in college women. *Clothing and Textiles Research Journal*, 2000, 18, 152–162. DOI:10.1177/0887302X0001800304

Silveira M.L., Ertel K.A., Dole N., Chasan-Taber L. The role of body image in prenatal and postpartum depression: A critical review of the literature. *Archives of Women's Mental Health*, 2015, 18, 409–421.

Smeets E., Tiggemann M., Kemps E. Body checking induces an attentional bias for body-related cues. *International Journal of Eating Disorders*, 2011, 44(1), 50–57.

Sontag M.S., Lee J. Proximity of clothing to self scale. *Clothing and Textiles Research Journal*, 2004, 22(4), 161–177. DOI:10.1177/0887302X0402200402

Sontag S., Schlater D. Proximity of clothing to self: evolution of a concept. *Clothing and Textiles Research Journal*, 1982, 1, 1–8. DOI:10.1177/0887302X8200100101

Steinfeldt J.A., Gilchrist G.A., Halterman A.W., Gomory A., Steinfeldt M.C. Drive for muscularity and conformity to masculine norms among college football players. *Psychology of Men and Masculinity*, 2011, 12(4), 324–338.

Stolovy T. Styling the Self: Clothing Practices, Personality Traits, and Body Image Among Israeli Women. *Frontiers in Psychology*, 2021, 12, 1-12, DOI:10.3389/fpsyg.2021.719318

Strauman T.J., Glenberg A.M. Self-concept and body image disturbance: Which self-beliefs predict body size overestimation? *Cognitive Therapy and Research*, 1994, 18, 105–125.

Strauman T.J., Vookles J., Berenstein V., Chaiken S., Higgins E.T. Self-discrepancies and vulnerability to body dissatisfaction and disordered eating. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1991, 61(6), 946–956.

Ефимкина А.О. Индивидуальное представление образа тела и выбора одежды

Sun Y., Guo S. Media Exposure, Social Comparison and Self-Discrepancy: A Model of Prediction of Fashion Clothing Involvement. *Intercultural Communication Studies XXIII*. 2014, 2, 151-172.

Szymanski D.M., Moffit L.B., Carr E.R. Sexual objectification of women: advances to theory and research. *The Counseling Psychologist*, 2011, 39(1), 6–38.

Thompson J.K., Schaefer L.M., Thomas F., Cash T.F. A multidimensional innovator in the measurement of body image; Some lessons learned and some lessons for the future of the field. *Body Image*, 2019, 31, 198–203. DOI:10.1016/j.bodyim.2019.08.006

Tiggemann M. Body image across the life span in adult women. The role of self-objectivation. *Developmental Psychology*, 2001, 37, 243–253.

Tiggemann M. Body image across the adult life span: Stability and change. *Body Image*, 2004, 1, 29–41.

Tiggemann M., Andrew R. Clothes make a difference: the role of self-objectification. *Sex Roles*, 2012, 66(9-10), 646–654.

Tiggemann M., Lacey C. Shopping for clothes: Body satisfaction, appearance investment and functions of clothing among female shoppers. *Body Image*, 2009, 6, 285–291. DOI:10.1016/j.bodyim.2009.07.002

Tylka T.L. Beyond «truly exceptional»: A tribute to Thomas F. Cash, an innovative leader in the body image field. *Body Image*, 2019, 31, 191–197. DOI:10.1016/j.bodyim.2019.10.011

White E., Warren C. Body checking and avoidance in ethnically diverse female college students. *Body Image*, 2011, 10(4), 583–590.

Woertman L., Van den Brink F. Body image and female sexual functioning and behavior: A review. *Journal of Sex Research*, 2012, 49(1), 84–211.

#### Information about the author

*Efimkina Anna Olegovna*. Postgraduate Student, Department of Psychology and Pedagogy, Faculty

Ефимкина А.О. Индивидуальное представление образа тела и выбора одежды  
of Humanitarian Education, Novosibirsk State Technical University, Marksa Ave., d. 20, Novosibirsk,  
Russia.

E-mail: efim\_kin@mail.ru

For citation: Efimkina A.O. Individual representation of the body image and clothing choices. Psikhologicheskie Issledovaniya, 2023, Vol. 16, No. 89, p. 6. <https://psystudy.ru>