

УДК 687.016:159.923

DOI <https://doi.org/10.34142/27091805.2026.7.02.12>

Ноза Катерина 
дизайнер, Noha Lingerie,
Лос-Анджелес, Каліфорнія, США
email: n.kateryna816@gmail.com

Матоліч Ірина 
кандидат мистецтвознавства, доцент,
завідувач кафедри дизайну, ЗВО «Університет
Короля Данила», Івано-Франківськ, Україна
email: i.matolichh@gmail.com

Kateryna Noha 
Designer, Noha Lingerie,
Los Angeles, California, USA
email: n.kateryna816@gmail.com

Iryna Matolich 
PhD in Art Studies, Associate Professor, Head of the
Department of Design, King Danylo University,
Ivano-Frankivsk, Ukraine
email: i.matolichh@gmail.com

ОЦІНЮВАННЯ ВПЛИВУ ПЕРСОНАЛІЗОВАНОГО ДИЗАЙНУ ЖІНОЧОЇ БІЛИЗНИ НА ПОКАЗНИКИ ПОЗИТИВНОГО СПРИЙНЯТТЯ ВЛАСНОГО ТІЛА

Дихотомія між масовим виробництвом білизни та анатомічною варіативністю жіночого тіла спричиняє дискомфорт і формує негативний соматичний досвід. Нехтування асиметрією й біомеханікою перетворює стандартний одяг на джерело стресу, що посилює незадоволеність собою та зумовлює потребу в інклюзивному, кастомізованому проектуванні.

Мета статті полягала в оцінці впливу носіння персоналізованої білизни, розробленої за методологією «Noha», на зміни показників позитивного сприйняття власного тіла (Positive Body Image) у жінок, за додаткового аналізу супутніх чинників тактильно-ергономічного комфорту в процесі її 14-денної експлуатації.

Методи дослідження. Використано двоетапне психометричне тестування на вибірці 30 осіб. Діагностичні інструменти включали авторську анкету оцінки ергономічного комфорту за 5-бальною шкалою Лайкерта та Шкалу задоволеності образом власного тіла (BISS). Для математико-статистичної обробки використано описові статистики, критерій Шапіро-Уїлка, парний t-критерій Стюдента та T-критерій Вілкоксона з розрахунком розміру ефекту (d Коена, r).

Наукова значимість полягає в обґрунтуванні та статистичному підтвердженні ефективності методології персоналізованого проектування «Noha» як ефективного дизайнерського інструменту забезпечення анатомо-ергономічної відповідності. Розширено методологічну базу дизайну одягу шляхом інтеграції психології сприйняття тіла.

Результати. Виявлено статистично значуще ($p < 0,01$) зростання показників тактильно-ергономічного комфорту, адаптивності тканини під час рухів, ситуативної задоволеності тілом за шкалою BISS та загальної оцінки споживацького досвіду, а також суттєве зниження рівня фонового самоконтролю.

Висновки. Використання методології персоналізованого проектування «Noha» забезпечує високу анатомо-ергономічну відповідність, усуває локальний тиск і мінімізує негативний соматосенсорний зворотний зв'язок. Перехід від уніфікованих лекал до персоналізованих виробів вивільняє когнітивний ресурс споживачок від постійного моніторингу контурів власного тіла, сприяє зниженню соматичної тривожності та покращенню загального психоемоційного стану жінок.

Ключові слова: дизайн одягу; методика «Noha»; психоемоційне благополуччя; ергономічна відповідність; персоналізоване проектування; сприйняття тіла.

EVALUATION OF THE IMPACT OF PERSONALISED FEMALE UNDERWEAR DESIGN ON INDICATORS OF POSITIVE BODY IMAGE

The dichotomy between mass production of underwear and the anatomical variability of the female body causes discomfort and shapes a negative somatic experience. Disregarding asymmetry and biomechanics transforms standard apparel into a source of stress, amplifying self-dissatisfaction and driving the demand for inclusive, customized design.

The purpose was to evaluate the impact of wearing personalized underwear developed via the “Noha” methodology on changes in women’s Positive Body Image indicators, with an additional analysis of concomitant tactile and ergonomic comfort factors during a 14-day trial.

Research methods. A two-stage psychometric evaluation was conducted on a sample of 30 participants. Diagnostic instruments included an author-developed ergonomic comfort questionnaire scored on a 5-point Likert scale and the Body Image Satisfaction Scale (BISS). Mathematical and statistical processing utilized descriptive statistics, the Shapiro–Wilk test, paired Student’s t-test, and the Wilcoxon signed-rank test with effect size calculations (Cohen’s d, r).

Scientific significance lies in substantiating and statistically confirming the effectiveness of the “Noha” personalized design methodology as an effective design framework for body-garment alignment. The methodological framework of apparel design was expanded through the integration of psychology of body perception.

Results. A statistically significant ($p < 0.01$) increase was revealed in tactile-ergonomic comfort, fabric adaptability during movement, situational body satisfaction according to the BISS scale, and overall consumer experience evaluation, along with a substantial reduction in background self-monitoring.

Conclusions. Implementing the “Noha” personalized design methodology ensures high anatomical and ergonomic fit, eliminates localized pressure, and minimizes negative somatosensory feedback. The transition from standardized patterns to customized garments frees consumers’ cognitive resources from constant monitoring of body contours, contributing to reduced somatic anxiety and improved overall psycho-emotional well-being in women.

Keywords: apparel design; “Noha” methodology; psycho-emotional well-being; ergonomic fit; personalized design; body perception.

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями. Нині стан індустрії жіночого одягу в цілому та натільної білизни, зокрема, можна охарактеризувати існуючою дихотомією між вимогами масового виробництва та об'єктивною анатомо-морфологічною варіативністю жіночого тіла. Існуючі підходи до конструювання переважно беруть за основу спрощені розмірні сітки, які враховують обмежену кількість параметрів. Саме тому відбувається нехтування асиметрії, об'ємами форм молочних залоз, типом постави та динамікою біомеханічних змін тіла. Як наслідок регулярне використання виробів некоректного розміру або фасону може призводити до порушення ергономічної відповідності, додаткового локального тиску на м'які тканини та негативного користувацького досвіду споживача.

Окреслена проблема невідповідності по-

садки охоплює не лише конструкторський вимір, а й виявляє соціокультурні, психологічні та естетичні аспекти. Натільна білизна безпосередньо впливає на щоденний візуальний і тактильний досвід, формуючи сприйняття власної тілесності. Відтак, систематичний дискомфорт та невідповідність одягу реальним анатомічним формам потенційно здатні посилювати незадоволеність від носіння виробів та формувати негативного сприйняття власного тіла. Як рішення сучасні тенденції в дизайн-проектванні все частіше орієнтують творчий процес на інклюзивність та підтримку позитивного тілесного досвіду. Саме тому, актуальність дослідження обумовлена доцільністю перегляду підходів, що розглядають тіло через призму суто стандартизованих шаблонів проектування. У дослідженнях сучасної технічної естетики та дизайн-ергономіки особлива увага приділяється обґрунтуванню ефективно-

сті й доцільності методології персоналізованого проектування «Noha». Цей підхід передбачає комплексний аналіз та інтерпретацію дизайнером індивідуальних даних користувача, серед яких можуть бути анатомо-морфологічні особливості, біомеханіка рухливості та персональні уподобання. На основі цих параметрів розробляються персоналізовані дизайнерські рішення щодо форми, конструкції, посадки, рівня підтримки, матеріалів, а також функціональних і естетичних характеристик виробу.

У науково-теоретичному, практичному та освітньому вимірах дослідження розширює методологію дизайну через інтеграцію авторського аналітичного проектування, індивідуального підходу до конструювання та психології сприйняття. Впровадження запропонованої методики відкриває можливість розглядати посадку виробу як комплекс анатомічної відповідності, біомеханічної ергономіки й психоемоційного благополуччя, оптимізувати розподіл тиску та врахувати природну асиметрію тіла під час експлуатації. Також вона дає змогу змістити фокус мистецької освіти від уніфікованих канонів до індивідуалізованого й інклюзивного проектування. Відтак, формування цієї методологічної бази є вагомим чинником для подальшого розвитку теорії й практики дизайну одягу, сприяючи утвердженню гуманістичних та інклюзивних підходів.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Останні дослідження відображають тенденцію до індивідуалізації одягу, впровадження цифрових технологій 3D-сканування та врахування психології сприйняття власного тіла. Оскільки одяг є засобом самовираження та соціально-психологічної адаптації, гармонізація його антропометричної відповідності безпосередньо може мати вплив на ментальне здоров'я жінки, її самооцінку та якість життя. У зарубіжній психотерапевтичній та соціологічній літературі фундаментальні засади позитивного сприйняття власного тіла та його зв'язку із самопочуттям людини детально розкрито у праці П. Лонггерст (2022). Авторка зробила спробу систематизації теоретичних концептів, показавши, що підтримка позитивного тілесного досвіду через підбір та проектування одягу є вагомим чинником психологічної підтримки та адаптації в терапевтичній практиці.

Особливе місце в сучасних дослідженнях

посідає вивчення соціально-психологічних наслідків недосконалості масового виробництва одягу для окремих демографічних груп. Так, у праці Дж. Рогатен та В. Рулло (2026) проаналізовано феномен «невидимих жінок» середнього віку. Дослідниці встановили статистично значущий зв'язок між задоволеністю можливістю модного вибору одягу та загальним психологічним благополуччям жінок. Було показано, що ігнорування їхніх естетичних та антропометричних потреб макромаркетинговими системами посилює відчуття соціальної відчуженості.

Водночас у галузі інженерного проектування та технологій 3D-сканування активно розробляються об'єктивні антропометричні системи розмірів. Слід згадати працю Т. Нгуен та ін. (2023) у якій авторами запропоновано нову розмірну сітку бюстгальтерів для в'єтнамських жінок на основі даних 3D-сканування. За словами дослідників точні цифрові обміри дозволяють значно підвищити ергономічність і комфорт білизни. Розвиток технологічного інструментарію знайшов відображення у дисертаційному дослідженні Ю. Тяня (2024), у якому розроблено параметричну фреймворк-систему дизайну кастомізованого одягу, що забезпечує автоматизовану адаптацію конструкцій під індивідуальні фігури.

Подальшим кроком у цифровізації галузі стало застосування штучного інтелекту. У дослідженні Я. Ву та ін. (2025) обґрунтовано використання алгоритмів машинного навчання у поєднанні з 3D-скануванням для прогнозування розмірних ознак тіла, що суттєво прискорює та підвищує точність проектування персоналізованого одягу. Дослідження споживчого сприйняття та ринкової адаптації персоналізованого одягу висвітлено у праці Е. Шин та ін. (2023). Авторами проаналізовано онлайн-відгуки споживачів кастомізованих швейних виробів, в ході чого були виявлені ключові фактори задоволеності посадкою, якістю та рівнем сервісу. Загальну картину бар'єру впровадження цих інновацій узагальнено в праці Д. Касчіані та ін. (2025). Вченими виявлено, що, попри технологічний прогрес, масове застосування 3D-сканування стримується культурними, технічними та сприйнятковими бар'єрами з боку як дизайнерів і конструкторів, так і кінцевих споживачів. Таким чином, сучасні дослідження демонструють поступовий перехід від стандартного масового виробництва

одягу до мультидисциплінарних систем індивідуалізованого проектування, що поєднують 3D-технології, машинне навчання, макромаркетингові підходи та психологічні концепції позитивного тілесного досвіду.

Формулювання цілей та завдань статті.

Мета статті полягала в оцінці впливу носіння персоналізованої білизни, розробленої за методологією «Noha», на зміни показників Positive Body Image (позитивного сприйняття власного тіла) у жінок, за додаткового урахування супутніх ергономіко-тактильних чинників комфорту в процесі її 14-денної експлуатації. Для досягнення поставленої мети визначено такі завдання дослідження: проаналізувати сучасний практичний досвід та наукові підходи до вивчення впливу натільного одягу на споживацький досвід, сприйняття тіла та психоемоційне благополуччя; провести двоетапне тестування та апробувати інструментарій анкетування учасниць експерименту до використання виробу та після 14 днів його щоденної експлуатації; здійснити порівняльний аналіз динаміки ключових показників позитивного сприйняття тіла (Positive Body Image) та задоволеності ним за шкалою BISS, а також додаткових параметрів тактильно-ергономічного комфорту; обґрунтувати проектно-дизайнерську та ергономічну ефективність застосування методології персоналізованого проектування «Noha» у формуванні позитивного тілесного досвіду.

Виклад основного матеріалу та його результатів. Сучасний науковий дискурс і практичний досвід у галузі дизайну та психології сприйняття тіла демонструють глибоку трансформацію розуміння ролі натільного одягу. Він усе частіше розглядається як безпосередній психофізіологічний інтерфейс між особистістю та середовищем. Наукові підходи до питання проектування жіночої білизни формуються на стику концепцій втіленого пізнання та теорій позитивного тілесного досвіду, теоретичні засади якого фундаментально систематизовано у праці П. Лонгерст (2022). У цьому контексті тактильний зворотний зв'язок від натільного виробу постійно коригує внутрішню схему тіла людини та впливає на її когнітивні й емоційні стани. Систематичне ігнорування індивідуальних антропометричних особливостей у традиційному масовому виробництві створює феномен одягом індукованого дискомфорту, при цьому некоректна посадка чи

невдала конструкція стають джерелом фонового психологічного напруження та знижують задоволеність власним виглядом. Як доводять Дж. Рогатен та В. Рулло (2026), обмеженість якісного та естетичного вибору одягу безпосередньо корелює зі зниженням рівня суб'єктивного психологічного благополуччя споживачів.

Осмислення цих наукових спостережень підводить до висновку, що межа між суто фізичним відчуттям тканини на шкірі та глибинними психоемоційними станами особистості є значно тоншою, ніж зазвичай прийнято вважати у класичному конструюванні. Стандартний масовий одяг змушує жінку постійно підлаштовувати власне тіло під усереднені лекала. Натомість справді ергономічне проектування діє у зворотному напрямку — м'яко адаптується під унікальну морфологію конкретної фігури, створюючи відчуття абсолютної захищеності та естетичної гармонії.

У практичній площині споживацький досвід формується на перетині сенсорно-тактильного й ергономічного комфорту. До того ж тривала дія нееластичних швів, надмірного тиску чи невідповідного крою викликає подразнення соматосенсорної системи та посилює відчуття тілесної скутості. Сучасні технологічні рішення, що ґрунтуються на використанні цифрових технологій та адаптивному параметричному проектуванні, дозволяють подолати ці обмеження шляхом створення персоналізованих виробів. Зокрема, у дослідженнях Т. Нгуєн та ін. (2023) обґрунтовано використання даних цифрової антропометрії для розробки спеціалізованих розмірних систем. За словами дослідників це сприяє забезпеченню точнішої антропометричної відповідності і суттєво підвищує ергономічні характеристики натільних продуктів. На наш погляд, саме така бездоганна відповідність морфологічним параметрам фігури усуває прихований сенсорний дискомфорт, перетворюючи натільний одяг із потенційного джерела тривожності на дієвий інструмент відновлення тілесного самоприйняття, впевненості в собі та загального психоемоційного благополуччя.

Таким чином, осмислення виявлених у науковому дискурсі тенденцій підтверджує необхідність переходу від теоретичних узагальнень до емпіричної перевірки описаних ефектів у реальних умовах щоденної експлуатації виробу.

Для реалізації цієї мети було розроблено комплексний експеримент, покликаний практично апробувати авторську методологію персоналізованого проектування «Noha» та оцінити її безпосередній вплив на соматичний досвід споживачок. Сформована методологічна база дозволяє статистично обґрунтувати психологічну та ергономічну ефективність даного підходу на основі порівняння кількісних і якісних показників до та після використання адаптованого виробу.

Практична апробація авторської методології «Noha» здійснювалася за чіткою етапною послідовністю. На першому етапі проводився збір комплексних індивідуальних даних користувачок (антропометричних, біомеханічних та суб'єктивних). Наступний етап передбачав їхню глибоку інтерпретацію дизайнером для формування персоналізованих проектних рішень щодо геометрії, конструкції, посадки, рівня підтримки та естетики виробу. На основі цих рішень здійснювалося індивідуальне виготовлення білизняного комплекту. Після цього респондентки переходили до етапу реальної експлуатації виробу протягом орієнтовно 14 днів у повсякденних умовах. Завершальним етапом стало повторне психометричне оцінювання та аналіз динаміки змін показників позитивного сприйняття власного тіла.

Для реалізації поставлених завдань розроблено та апробовано мультидисциплінарну методологію, спрямовану на оцінку впливу персоналізованого натільного одягу бренду «Noha» на психоемоційний стан та тілесне самосприйняття респонденток. Вибірку дослідження склали 30 жінок віком від 22 до 48 років (середній вік — 33,4 року). Критеріями залучення учасниць виступали щоденне використання білизни чи натільного одягу стандартних розмірних сіток із регулярним досвідом відчуття посадкового або тактильного дискомфорту, відсутність гострих дерматологічних захворювань та готовність пройти повний 14-денний цикл експерименту. З урахуванням вірогідного відсіву учасниць у подовжніх розвідках, початковий обсяг вибірки було сформовано із запасом у 25 %, що дозволило зберегти статистичну репрезентативність та методичну цілісність підсумкового масиву даних.

Збір первинної інформації здійснювався за допомогою комплексної діагностичної батареї, що поєднувала авторську анкету та стан-

дартизований психометричний інструментарій. Ключовим вимірюваним результатом (Primary Outcome) дослідження виступала динаміка показників позитивного сприйняття тіла, оцінювана за допомогою Шкали задоволеності образом власного тіла (Body Image Satisfaction Scale, BISS; T. Cash et al., 2002). Як додаткові (вторинні) показники, що пояснюють фізичний механізм змінення сприйняття, застосовувалася авторська опитувальна форма оцінки тактильно-ергономічного комфорту за 5-бальною шкалою Лайкерта. Оскільки шкала BISS спеціально розроблена для оцінки короткострокових, ситуативних коливань задоволеності тілесним «Я» («тут і зараз»), її використання дозволило точно зафіксувати динаміку психологічного стану учасниць під впливом зміни натільного середовища.

Експериментальна процедура реалізовувалася у три послідовні етапи. На етапі вхідного тестування (T0) учасниці заповнювали первинну діагностичну батарею для фіксації базового рівня комфорту та поточного стану задоволеності тілом під час носіння звичайного одягу масового виробництва. Після цього здійснювався збір комплексних індивідуальних даних респонденток (зокрема антропометричних, морфологічних і функціональних характеристик фігури, а також їхніх суб'єктивних побажань). На їхній основі дизайнер здійснював системну інтерпретацію зафіксованих параметрів та розробляв персоналізовані дизайнерські рішення щодо геометричної форми виробу, його конструктивного розчленування, точності посадки, системи підтримки, підбору матеріалів, а також гармонізації функціональних і естетичних характеристик. На другому етапі учасниці отримували персоналізований виріб «Noha» та носили його в щоденному режимі протягом 14 календарних днів без зміни звичного ритму життєдіяльності. Підсумкове тестування (T1) передбачало повторне вимірювання за тими ж методиками для фіксації динаміки досліджуваних показників і збір нарративних протоколів щодо специфіки нового соматичного досвіду.

Математико-статистична обробка кількісних даних проводилася з використанням статистичних пакетів SPSS та Jamovi, де для опису первинних результатів розраховувалися дескриптивні статистики: середнє арифметичне (M), стандартне відхилення (SD), медіана (Md) та інтерквартильний розмах (IQR). Після первинного

розрахунку дескриптивних статистик перевірка параметричності розподілу здійснювалася за допомогою критерію Шапіро-Уїлка. Оцінка статистичної значущості часових зрушень ($T_0 \rightarrow T_1$) проводилася за допомогою Т-критерію Вілкоксона для зв'язаних вибірок (або парного t-критерію Стьюдента за умов нормального розподілу) з обов'язковим розрахунком розміру ефекту (d Коена) при критичному рівні значущості $p < 0,05$.

Аналіз даних показав наявність вираженої позитивної динаміки за всіма вимірюваними параметрами після 14-денного використання персоналізованого натільного одягу бренду

«Noha». Для оцінки характеру розподілу змінних за кожною шкалою було застосовано критерій Шапіро-Уїлка (W). Показники суб'єктивного тактильно-ергономічного комфорту, фонового самоконтролю та ситуативної задоволеності тілом за шкалою BISS (Таблиця 1) продемонстрували нормальний розподіл ($p > 0,05$), що дозволило використати парний t-критерій Стьюдента. Для шкал адаптивності тканини та загальної оцінки споживацького досвіду розподіл виявився відмінним від нормального ($p < 0,05$), тому порівняльний аналіз здійснювався за допомогою t-критерію Вілкоксона.

Таблиця 1 Динаміка показників комфорту та психоемоційного стану ($N = 30$)

Показник / Шкала	$T_0: M \pm SD (Md; IQR)$	$T_1: M \pm SD (Md; IQR)$	Критерій (t/W)	p	Розмір ефекту (d/r)
Тактильно-ергономічний комфорт	2,43 $\pm$ 0,63 (2,40; 0,80)	4,57 $\pm$ 0,50 (4,60; 0,60)	$t = -15,82$	$< 0,001$	$d = 2,89$
Адаптивність під час рухів	2,60 $\pm$ 0,72 (2,50; 1,00)	4,70 $\pm$ 0,47 (5,00; 0,50)	$W = 465,0$	$< 0,001$	$r = 0,88$
Зниження фонового самоконтролю	2,17 $\pm$ 0,59 (2,20; 0,80)	4,43 $\pm$ 0,57 (4,40; 0,80)	$t = -16,34$	$< 0,001$	$d = 2,98$
Задоволеність тілом (BISS)	2,52 $\pm$ 0,54 (2,50; 0,67)	4,18 $\pm$ 0,49 (4,17; 0,67)	$t = -13,11$	$< 0,001$	$d = 2,39$
Оцінка споживацького досвіду	2,80 $\pm$ 0,66 (2,80; 1,00)	4,80 $\pm$ 0,41 (5,00; 0,00)	$W = 465,0$	$< 0,001$	$r = 0,88$

Примітка: M — середнє арифметичне; SD — стандартне відхилення; Md — медіана; IQR — інтерквартильний розмах; t — парний t-критерій Стьюдента; W — t-критерій Вілкоксона; d — d Коена; r — коефіцієнт розміру ефекту для критерію Вілкоксона.

Статистично значущий зсув ($p < 0,001$) за шкалою BISS свідчить про те, що усунення механічного тиску та посадкового дискомфорту безпосередньо покращує ситуативне прийняття власного тіла. Великі значення розміру ефекту підтверджують високу практичну ефективність авторської методології персоналізованого проектування.

Для візуалізації сформованого масиву кількісних даних та оцінки вираженості виявлених змін за підсумками анкетування було побудовано порівняльну гістограму. Графік узагальнює середні бали респонденток за кожною з п'яти шкал, фіксуючи пряму динаміку між вхідним зрізом та підсумковим тестуванням. Наведена діаграма наочно ілюструє масштаб позитивних зрушень у суб'єктивному сприйнятті комфорту та психоемоційного стану жінок після переходу на персоналізовані вироби (Рисунок 1).

Аналіз та інтерпретація емпіричного ма-

сиву даних, зібраного в ході реалізації описаної експериментальної процедури, дозволили практично перевірити теоретичні припущення щодо впливу персоналізованого натільного одягу на соматичний та психоемоційний стан респонденток. Порівняння результатів вхідного тестування (T_0) та підсумкових зрізів після 14-денного використання виробів бренду «Noha» (T_1) за допомогою математико-статистичних методів продемонструвало наявність чітко виражених позитивних зрушень за всіма вимірюваними параметрами. Наведені нижче дескриптивні та порівняльні статистики наочно відображають характер і масштаб виявлених змін.

Головним результатом експерименту стало статистично значуще зростання показників позитивного сприйняття тіла (Positive Body Image) за шкалою BISS ($t = -13,11$; $p < 0,001$; $d = 2,39$). Отримані додаткові дані щодо тактильно-ергономічного комфорту та адаптив-

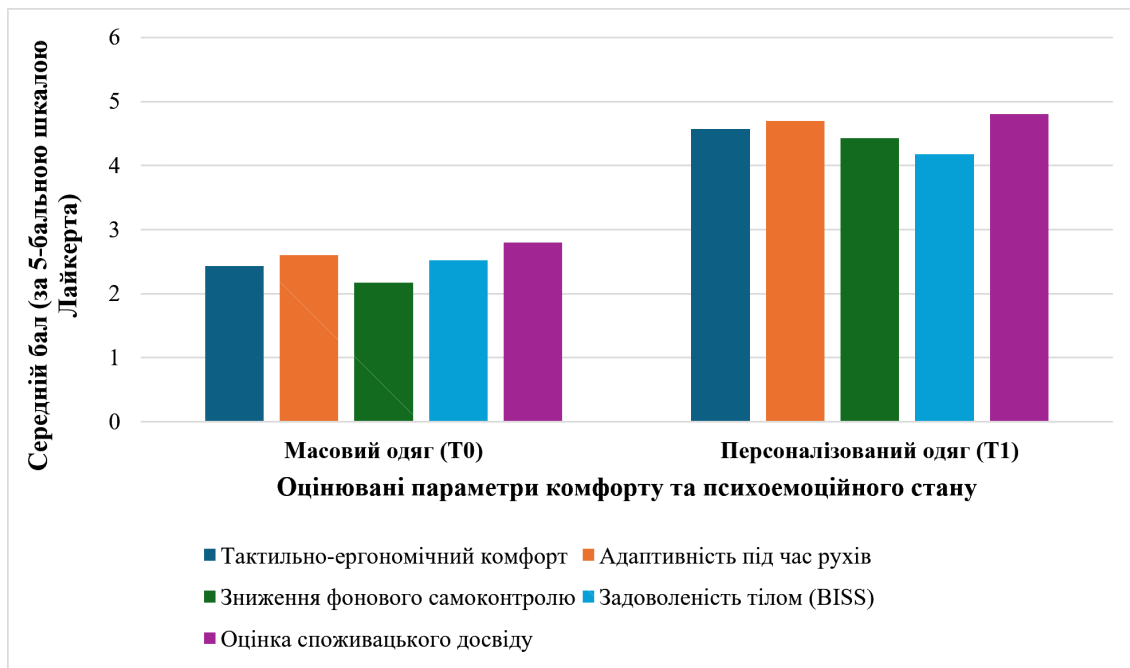


Рис. 1. Порівняльна динаміка показників до (T0) та після (T1) використання персоналізованого одягу

ності тканини дозволяють пояснити фізичний механізм цих зрушень. Усунення локального тиску виступає необхідною проектною передумовою для зниження дискомфорту.

Отримані в ході апробації результати підтверджують гіпотезу про те, що усунення посадкового та тактильного дискомфорту шляхом персоналізованого проектування натільного одягу бренду «Noha» є потужним чинником трансформації соматичного та психоемоційного досвіду жінок. Аналізуючи причинно-наслідкові зв'язки виявленої динаміки, порівняльний аналіз досліджуваних показників засвідчив якісний перехід від негативного або нейтрального сприйняття власного тілесного досвіду під час носіння одягу масового виробництва до вираженої задоволеності після впровадження персоналізованих виробів.

У контексті аналізу фізичної взаємодії тіла з виробом, найбільш виражений трансформаційний стрибок зафіксовано в площині зниження фонового самоконтролю та підвищення тактильно-ергономічного комфорту. Інтерпретуючи цей зсув, варто підкреслити, що стандартна білизна змушує жінку перебувати в стані постійного сенсорного моніторингу (фіксувати врізання лямок, зсув конструкції чи здавлювання тканин), що формує прихований осередковий стрес. Звільнення соматосенсорної системи від цього тиску дозволяє перенаправити когнітивний ре-

сурс із постійного моніторингу власних контурів на зовнішнє середовище та повсякденні завдання. Паралельно із цим, зростання адаптивності тканини під час рухів підтверджує вирішальну роль індивідуально адаптованої конструкції у подоланні дефектів посадки, що узгоджується з висновками С. Шаріф та ін. (2022) щодо переваг персоналізованого підходу перед статичними уніфікованими лекалами.

Переходячи від фізично-сенсорного виміру до психологічного рівня самосприйняття, фіксація позитивних зрушень за шкалою BISS проливає світло на глибоку залежність між фізичною зручністю одягу та суб'єктивною оцінкою власної привабливості. Оскільки задоволеність тілесним «Я» є лабільною конструкцією, яка чутливо реагує на ситуативні чинники «тут і зараз» (Т. Cash et al., 2002), зміна натільного середовища виступила безпосереднім тригером покращення сприйняття власного тіла. Одяг масового виробництва нерідко виступає «немилосердним дзеркалом». Коли виріб не сідає по фігурі, жінка схильна звинувачувати власний морфотип, а не конструктора. Це підтверджує думку К. Поспісіл (2023) про значний емоційний та естетичний тягар, покладений на жінок через стигматизуючі розмірні стандарти ринку.

З огляду на зазначені психоемоційні бар'єри, обґрунтування ефективності авторської методології «Noha» полягає у її здатності нівелю-

вати посадковий дискомфорт через втілення суто дизайнерських інструментів проектної гармонізації. Персоналізована білизна, створена за методологією Noha, виступає дизайнерським інструментом підтримки позитивного тілесного досвіду. Вона не намагається утиснути фігуру в усереднений шаблон, а завдяки авторським дизайнерським рішенням у формотворенні, точно розрахованій підтримці та світло-матеріальній естетиці м'яко повторює індивідуальний рельєф тіла, створюючи відчуття абсолютного захисту. Завдяки такому ергономічному заступництву, це почуття самоприйняття та впевненості у собі співвідноситься з працями В. Чаухан та ін. (2025), а також М. Мітчел (2024), які зазначають, що орієнтація на різноманіття жіночих форм знімає бар'єри самовідчуження та формує глибоку лояльність до продукту через емоційну резонансність. У ширшому соціокультурному розрізі, як показує праця М. Майр та ін. (2023), розширення інклюзивних практик і врахування потреб різноманітних тіл позбавляє жінок відчуття меншовартості та деструктивного порівняння.

Узагальнюючи підсумки виконаного аналізу, власна інтерпретація зафіксованих змін дозволяє стверджувати: методологія персоналізованого проектування «Noha» забезпечує цілісний синергетичний ефект. Вона перетворює натільний одяг із джерела прихованого дискомфорту на ефективний дизайнерський інструмент підтримки позитивного тілесного досвіду. Висока анатомо-ергономічна відповідність мінімізує негативний сенсорний зворотний зв'язок, піднімає рівень задоволеності тілом та формує стійкий позитивний соматичний досвід.

Висновки та перспективи подальших до-

сліджень. Доведено, що використання персоналізованого одягу, створеного за методологією «Noha», забезпечує статистично значуще зростання показників позитивного сприйняття власного тіла (Positive Body Image) та ситуативної задоволеності тілом за шкалою BISS ($p < 0,001$). Перехід від уніфікованих лекал до індивідуалізованих рішень мінімізує негативний соматосенсорний зворотний зв'язок та суттєво знижує рівень фонового самоконтролю. Додатково зафіксовано зростання показників тактильно-ергономічного комфорту та адаптивності тканини під час рухів, які виступають фізичним та ергономічним чинником, що забезпечує усунення локального тиску та підтримує стійкий позитивний соматичний досвід у процесі щоденної експлуатації виробу.

Отримані статистичні дані дозволили обґрунтувати проектно-дизайнерську ефективність методології персоналізованого проектування «Noha» у формуванні позитивного соматичного досвіду. Усунення локального тиску та дефектів посадки вивільняє когнітивний ресурс споживачок від постійного сенсорного моніторингу контурів власного тіла. Персоналізовані дизайнерські рішення нівелюють негативні наслідки адаптації до стандартизованих лекал, забезпечують високу анатомо-ергономічну відповідність і перетворюють натільний одяг на ефективний засіб підвищення задоволеності тілом та підтримки позитивного сприйняття власного тіла.

Перспективи подальших досліджень полягають у розширенні вибірки учасниць, оцінюванні довготривалого впливу персоналізованого дизайну та вдосконаленні методології «Noha» з урахуванням індивідуальних антропометричних і психоемоційних характеристик споживачок.

Авторські внески згідно з CRediT

Нога Катерина — концептуалізація; методологія; проведення дослідження; збір та курація даних; формальний аналіз; візуалізація; написання початкового варіанту статті. Матоліч Ірина — наукове консультування; валідація результатів; редагування та доопрацювання тексту.

Фінансування / Funding

Дослідження здійснено без залучення зовнішнього фінансування.

Використання Штучного Інтелекту / Use of Artificial Intelligence

Автори запевняють, що технології штучного інтелекту при підготовці цієї статті не застосовувалися.

Конфлікт інтересів / Conflict of Interest

Автори підтверджують відсутність будь-якого конфлікту інтересів — фінансового, особистого, авторського чи іншого, — який міг би позначитися на проведенні дослідження або на викладених у статті результатах.

Надійшла до редакції / Received: 21.08.2026

Прорецензовано / Peer-reviewed: 09.09.2026

Рекомендовано до публікації / Accepted for publication: 22.09.2026

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

- Casciani, D., Carella, A., Caserotti, M., & Rubaltelli, E. (2025). Adopting 3D Body Scanning in Customized Apparel Design: Cultural, Technical, and Perceptual Barriers of Fashion Designers, Pattern Maker, and Final Users Technology. *3DBODY.TECH Journal — International Journal of 3D Body Technologies*, 2, 1–17. <https://hdl.handle.net/11311/1309153>
- Cash, T. F., Fleming, E. C., Alindogan, J., Steadman, L., & Whitehead, A. (2002). Beyond body image as a trait: The nature and measurement of state body image. *Body Image*, 1(1), 15–31. <https://doi.org/10.1080/10640260290081678>
- Chauhan, V., Gupta, M., & Das, G. (2025). Empowered by representation: How plus-size models create brand evangelists. *Psychology & Marketing*, 42(1), 236–254. <https://doi.org/10.1002/mar.22122>
- Longhurst, P. (2022). Incorporating positive body image in therapeutic practice: An overview of construct definitions, concepts and theoretical foundations. *Counselling and Psychotherapy Research*, 22(2), 257–266. <https://doi.org/10.1002/capr.12494>
- Mitchell, M. A. (2024). *Inclusive Vogue: Exploring the Demand for Body Diversity in the Fashion and Modeling World* [Doctoral dissertation, University of Southern California]. ProQuest. <https://www.proquest.com/openview/7e904f562868900c434c0f2c2c992fdf/1>
- Myre, M., Glenn, N. M., & Berry, T. R. (2023). Experiences of size inclusive physical activity settings among women with larger bodies. *Research Quarterly for Exercise and Sport*, 94(2), 351–360. <https://doi.org/10.1080/02701367.2021.1983515>
- Nguyen, T. T., Tran, T. M. K., Peng, L. H., & Hoang, S. T. (2023). Design a bra sizing system for Vietnamese women based on 3D scan data. *Fibres and Textiles*, 30(5), 32–41. <https://doi.org/10.15240/tul/008/2023-5-004>
- Pospisil, K. (2023). *The price tag of stigma: The emotional and aesthetic labor of body-positive branding in plus-size retail* [Doctoral dissertation, Southern Illinois University Carbondale]. OpenSIUC. <https://opensiuc.lib.siu.edu/dissertations/2159/>
- Rogaten, J., & Rullo, V. (2026). Invisible Women: The Relationship Between Satisfaction with Fashion Clothing Choices and Well-Being in Middle-Aged Women. *Journal of Macromarketing*, 46(2), 116–130.
- Shariff, S. M., Japar, S., Shahlal, N., & Shariff, A. A. (2022). Importance of sizing and fit using 3D technology. *Digital Manufacturing Technology for Sustainable Anthropometric Apparel*, 167–184. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-823969-8.00006-X>
- Shin, E., Kincade, D. H., & Han, J. (2023). Exploring online consumer reviews of customized apparel products. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 28(1), 139–160. <https://doi.org/10.1108/JFMM-08-2022-0168>
- Tian, Y. (2024). *Parametric Design Framework for Custom-Fit Wearable Products* [Doctoral dissertation, Georgia Institute of Technology]. Georgia Tech Repository. <https://hdl.handle.net/1853/78524>
- Wu, Y., Liu, X., Morris, K. D., Lu, S., & Wu, H. (2025). An exploratory study of body measurement prediction using machine learning and 3D body scans. *Clothing and Textiles Research Journal*, 43(3), 187–203. <https://doi.org/10.1177/0887302X241257914>

REFERENCES

- Casciani, D., Carella, A., Caserotti, M., & Rubaltelli, E. (2025). Adopting 3D Body Scanning in Customized Apparel Design: Cultural, Technical, and Perceptual Barriers of Fashion Designers, Pattern Maker, and Final Users Technology. *3DBODY.TECH Journal — International Journal of 3D Body Technologies*, 2, 1–17. <https://hdl.handle.net/11311/1309153> [in English].
- Cash, T. F., Fleming, E. C., Alindogan, J., Steadman, L., & Whitehead, A. (2002). Beyond body image as a trait: The nature and measurement of state body image. *Body Image*, 1(1), 15–31. <https://doi.org/10.1080/10640260290081678> [in English].
- Chauhan, V., Gupta, M., & Das, G. (2025). Empowered by representation: How plus-size models create brand evangelists. *Psychology & Marketing*, 42(1), 236–254. <https://doi.org/10.1002/mar.22122> [in English].
- Longhurst, P. (2022). Incorporating positive body image in therapeutic practice: An overview of construct definitions, concepts and theoretical foundations. *Counselling and Psychotherapy Research*, 22(2), 257–266. <https://doi.org/10.1002/capr.12494> [in English].
- Mitchell, M. A. (2024). *Inclusive Vogue: Exploring the Demand for Body Diversity in the Fashion and Modeling World* [Doctoral dissertation, University of Southern California]. ProQuest. <https://www.proquest.com/openview/7e904f562868900c434c0f2c2c992fdf/1> [in English].
- Myre, M., Glenn, N. M., & Berry, T. R. (2023). Experiences of size inclusive physical activity settings among women with larger bodies. *Research Quarterly for Exercise and Sport*, 94(2), 351–360. <https://doi.org/10.1080/02701367.2021.1983515>

10.1080/02701367.2021.1983515 [in English].

Nguyen, T. T., Tran, T. M. K., Peng, L. H., & Hoang, S. T. (2023). Design a bra sizing system for Vietnamese women based on 3D scan data. *Fibres and Textiles*, 30(5), 32–41. <https://doi.org/10.15240/tul/008/2023-5-004> [in English].

Pospisil, K. (2023). *The price tag of stigma: The emotional and aesthetic labor of body-positive branding in plus-size retail* [Doctoral dissertation, Southern Illinois University Carbondale]. OpenSIUC. <https://opensiuc.lib.siu.edu/dissertations/2159/> [in English].

Rogaten, J., & Rullo, V. (2026). Invisible Women: The Relationship Between Satisfaction with Fashion Clothing Choices and Well-Being in Middle-Aged Women. *Journal of Macromarketing*, 46(2), 116–130. [in English].

Shariff, S. M., Japar, S., Shahlal, N., & Shariff, A. A. (2022). Importance of sizing and fit using 3D technology. *Digital Manufacturing Technology for Sustainable Anthropometric Apparel*, 167–184. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-823969-8.00006-X> [in English].

Shin, E., Kincade, D. H., & Han, J. (2023). Exploring online consumer reviews of customized apparel products. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 28(1), 139–160. <https://doi.org/10.1108/JFMM-08-2022-0168> [in English].

Tian, Y. (2024). *Parametric Design Framework for Custom-Fit Wearable Products* [Doctoral dissertation, Georgia Institute of Technology]. Georgia Tech Repository. <https://hdl.handle.net/1853/78524> [in English].

Wu, Y., Liu, X., Morris, K. D., Lu, S., & Wu, H. (2025). An exploratory study of body measurement prediction using machine learning and 3D body scans. *Clothing and Textiles Research Journal*, 43(3), 187–203. <https://doi.org/10.1177/0887302X241257914> [in English].