



Research Paper

Determinants of women's clothing behavior in the framework of Maslow's hierarchy of needs

Negar Kazemi Esfeh¹, Farideh Talebpour^{2*}

1. Ph. D. student of Art Research, Faculty of Art, Alzahra University, Tehran, Iran

2. Professor, Department of Textile and Fashion Design, Faculty of Art, Alzahra University, Tehran, Iran



<https://doi.org/10.22034/scart.2025.144375.1797>

Received: March 12, 2025

Accepted: November 8, 2025

Available Online: June 22, 2026

Keywords: Clothing behavior, women, social cover, Maslow's hierarchy of needs, Qom city.

Abstract

Clothing, as one of the main factors of nonverbal communication, beyond its primary role in physiological needs, is an important tool in explaining individual and social behaviours. This phenomenon can reflect the social status, level of belonging, growth path, and perfection of individuals' personalities. According to Maslow's hierarchy of needs theory, covering behavior is formed in a process context and begins with basic needs and extends to the self-actualization stage. The present study aims to identify the factors affecting the covering behavior of women's society based on Maslow's hierarchy of needs and seeks to answer the question of what is the relationship between the factors affecting the covering behavior of women's society and Maslow's hierarchy of needs? The research method is descriptive-analytical and survey-type. Data collection is from library and field sources. The statistical population consisted of 384 female students aged 18 to 35 in the city of Qom, who were selected by simple random sampling. The data collection tool was a researcher-made questionnaire with a five-point Likert scale, the reliability of which was confirmed by Cronbach's alpha of 0.877. The data were analyzed by Pearson's correlation test. The results showed that all five dimensions of Maslow's needs have a positive and significant relationship with women's clothing behavior. Among them, the self-actualization dimension had the greatest impact, followed by physiological needs, love/belonging, self-esteem, and safety. The findings indicate that women's clothing not only has a protective function, but also acts as a tool for expressing individuality, creativity, social identity, and gaining respect. Accordingly, adopting a comprehensive approach in cultural policy-making and clothing design that simultaneously responds to functional, security, social, reputation, and creative aspects can promote satisfaction and social acceptance of clothing among women.

Kazemi Esfeh, N., Talebpour, F. (2026). Determinants of women's clothing behavior in the framework of Maslow's hierarchy of needs. *Sociology of Culture and Art*, 8 (2), 1-30.

Corresponding author: Farideh Talebpour

Address: Professor, Department of Textile and Fashion Design, Faculty of Art, Alzahra University, Tehran, Iran.

Email: talebpour@alzahra.ac.ir

Extended Abstract

1- Introduction

Clothing, as one of the main factors of nonverbal communication, beyond its primary role in physiological needs, is an important tool in explaining individual and social behaviours. This phenomenon can reflect the social status, level of belonging, growth path, and perfection of individuals' personalities. According to Maslow's hierarchy of needs theory, covering behavior is formed in a process context and begins with basic needs and extends to the self-actualization stage. The present study aims to identify the factors affecting the covering behavior of women's society based on Maslow's hierarchy of needs and seeks to answer the question of what is the relationship between the factors affecting the covering behavior of women's society and Maslow's hierarchy of needs? Clothing behavior can be considered part of a complex communication system; a communication that occurs directly and largely unconsciously among individuals. Therefore, this behavior can reflect an unconscious effort to satisfy individual needs, goals, and values. The needs that are manifested in the style and type of clothing of individuals play a fundamental role in the process of socialization and, ultimately, individual growth and development. This makes each individual's perspective and approach to their clothing different from others. According to the framework of Maslow's hierarchy of needs, clothing is classified as a physiological need, along with things such as food and shelter. Although Maslow himself classified clothing under physiological needs, numerous research evidences indicate that clothing is also capable of satisfying needs at higher levels of this hierarchy, such as the need for belonging and self-esteem. Therefore, one of the effective strategies for understanding the underlying motivations of protective behavior is to utilize the model presented by Maslow regarding human needs.

2- Methods

The research method is descriptive-analytical and survey-type. Data collection is from library and field sources. The statistical population consisted of 384 female students aged 18 to 35 in the city of Qom, who were selected by simple random sampling. The data collection tool was a researcher-made questionnaire with a five-point Likert scale, the reliability of which was confirmed by Cronbach's alpha of 0.877. The data were analyzed by Pearson's correlation test.

3- Findings

The results showed that all five dimensions of Maslow's needs have a positive and significant relationship with women's clothing behavior. Among them, the self-actualization dimension had

the greatest impact, followed by physiological needs, love/belonging, self-esteem, and safety. The findings indicate that women's clothing not only has a protective function, but also acts as a tool for expressing individuality, creativity, social identity, and gaining respect. Accordingly, adopting a comprehensive approach in cultural policy-making and clothing design that simultaneously responds to functional, security, social, reputation, and creative aspects can promote satisfaction and social acceptance of clothing among women. Clothing not only responds to basic needs such as protection from cold and heat, but at higher levels, it is considered a means of expressing a sense of belonging to a group, gaining social respect, and even realizing individual creativity and self-actualization. These results confirm that the choice of clothing type, as a social behavior, does not arise only from biological necessities, but is also influenced by more complex motives such as social acceptance, status promotion, and lifestyle display. On the other hand, the findings revealed that different dimensions of human needs have different intensities and priorities in influencing clothing behavior. Functional and physiological needs continue to play a prominent role in clothing choice, but along with them, the need for self-esteem and self-actualization has also become increasingly important. This shows that women view clothing not only as a necessity for protection, but also as a medium for representing themselves and expressing individual values and beliefs. In fact, clothing, at its symbolic level, is considered part of an individual's "material self" that conveys their social identity to others.

4- Discussion & Conclusion

From a social perspective, the results of the study emphasize that clothing is a tool for creating bonds with reference groups and gaining acceptance from others. This dimension is especially important in the cultural context of Iranian society, where collective norms play a prominent role in shaping behaviors. Thus, the choice of clothing can both express belonging to a specific social group and be a basis for individual differentiation. This duality indicates the complexity of clothing as a non-verbal communication behavior. The self-esteem dimension also has a special place in this regard. The findings of the present study and confirmation of studies such as Meyer's study showed that women seek to demonstrate their social status, strengthen self-confidence, and gain respect through the choice of clothing. Clothing, as Meyer also stated, is a tool for image management and self-promotion and plays a role in shaping a positive self-concept. This alignment of the results with previous research strengthens the validity of the present findings and shows that coverage can be one of the key mechanisms in maintaining and enhancing self-

esteem. At a higher level, clothing can be an arena for creativity and self-actualization. Many young women in today's society use clothing as a medium to express their individuality, values, and lifestyle. The choice of specific designs, colors, and styles reflects their efforts to achieve a level of expression of originality and creativity that goes beyond functional necessities or social norms. This finding is consistent with Maslow's view of self-actualization and shows that even in a seemingly simple matter like clothing, deep psychological motivations and the desire for self-actualization are present. From a cultural policy perspective, the results of this study imply the need for a comprehensive and multi-layered view of the issue of clothing. Adopting an approach that emphasizes solely the protective or normative aspects of clothing cannot meet the multidimensional needs of women. Policies and programs in the fields of culture and fashion must simultaneously consider the functional, security, social, prestige, and creative

dimensions of clothing. Only in such circumstances can sustainable social acceptance and satisfaction in the field of coverage be achieved. Also, paying attention to individual and cultural differences in prioritizing needs can lead to the design of policies that are more realistic and effective.

5- Funding

There is no funding support.

6- Authors' Contributions

The authors declared equal participation in writing the article.

7- Conflict of Interests

This research does not conflict with personal or organizational interests.

عوامل مؤثر بر رفتار پوششی زنان براساس سلسله مراتب نیازهای مازلو (مطالعه موردی: زنان دانشجو ۱۸ تا ۳۵ سال شهر قم)

نگار کاظمی اسفه^۱، فریده طالب‌پور^۲*

۱. دانشجوی دکتری، پژوهش هنر، دانشکده هنر، دانشگاه الزهرا (س)، تهران، ایران.

۲. استاد، گروه طراحی پارچه و لباس، دانشکده هنر، دانشگاه الزهرا (س)، تهران، ایران.


<https://doi.org/10.22034/scart.2025.144375.1797>

چکیده

پوشش، به عنوان یکی از عوامل اصلی ارتباط غیرکلامی، فراتر از نقش اولیه در نیازهای فیزیولوژیک، ابزاری مهم در تبیین فردی و اجتماعی به شمار می‌آید. این پدیده می‌تواند موقعیت اجتماعی، سطح تعلق، مسیر رشد و کمال شخصیت افراد را بازتاب دهد. بر اساس نظریه سلسله‌مراتب نیازهای مازلو، رفتار پوششی در زمینه فرآیندی شکل می‌گیرد و از نیازهای ابتدایی آغاز می‌شود و تا مرحله خودشکوفایی امتداد می‌یابد. پژوهش حاضر با هدف شناسایی عوامل مؤثر بر رفتار پوششی اجتماع زنان بر اساس سلسله‌مراتب نیازهای مازلو بوده و در پی پاسخ به این سوال است که چه ارتباطی میان عوامل مؤثر بر رفتار پوششی اجتماع زنان با سلسله‌مراتب نیازهای مازلو وجود دارد؟ روش پژوهش، توصیفی-تحلیلی و از نوع پیمایشی است. جمع‌آوری اطلاعات از منابع کتابخانه‌ای و میدانی است. جامعه آماری شامل ۳۸۴ زن دانشجو ۱۸ تا ۳۵ سال در شهر قم بود که به‌صورت تصادفی ساده انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق‌ساخته با طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت بود که پایایی آن با آلفای کرونباخ ۰/۸۷۷ تأیید شد. داده‌ها با آزمون همبستگی پیرسون تحلیل گردید. نتایج نشان داد تمامی ابعاد پنج‌گانه نیازهای مازلو با رفتار پوششی زنان رابطه مثبت و معنادار دارند. در این میان، بُعد خودشکوفایی بیشترین تأثیر را داشت و پس از آن نیازهای فیزیولوژیک، عشق/تعلق، عزت‌نفس و ایمنی قرار گرفتند. یافته‌ها بیانگر آن است که پوشش زنان نه تنها کارکرد حفاظتی دارد، بلکه به عنوان ابزاری برای بیان فردیت، خلاقیت، هویت اجتماعی و کسب احترام نیز عمل می‌کند. بر این اساس، اتخاذ رویکردی جامع در سیاست‌گذاری فرهنگی و طراحی پوشاک که به‌طور هم‌زمان به جنبه‌های کارکردی، امنیتی، اجتماعی، اعتباری و خلاقانه پاسخ دهد، می‌تواند موجب ارتقای رضایت و پذیرش اجتماعی پوشش در میان زنان گردد.

تاریخ دریافت: ۲۲ اسفند ۱۴۰۳

تاریخ پذیرش: ۱۷ آبان ۱۴۰۴

تاریخ انتشار: ۱ تیر ۱۴۰۵

واژه‌های کلیدی: رفتار پوششی، زنان، پوشش اجتماع، سلسله مراتب نیازهای مازلو، شهر قم.

استناد: کاظمی اسفه، نگار؛ طالب‌پور، فریده (۱۴۰۵). عوامل مؤثر بر رفتار پوششی زنان براساس سلسله مراتب نیازهای مازلو (مطالعه موردی: زنان دانشجو ۱۸ تا ۳۵ سال شهر قم). *جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۸ (۲)، ۳۰-۱.

* نویسنده مسئول: فریده طالب‌پور

نشانی: استاد، گروه طراحی پارچه و لباس، دانشکده هنر، دانشگاه الزهرا (س)، تهران، ایران.

پست الکترونیکی: talebpour@alzahra.ac.ir

۱- مقدمه و بیان مسئله

انسان‌ها همواره به عنوان موجوداتی نیازمحور در پی تأمین نیازهای اولیه خود بوده‌اند. نیازهای زیستی نظیر غذا، آب و سرپناه که بقای آنان را تضمین می‌کند. این نیازها ماهیتی ذاتی دارند و بدن برای حفظ حیات خود و نه صرفاً بهبود شرایط، آن‌ها را طلب می‌کند. از منظر علمی، نیاز ویژگی است که فرد را برای دستیابی به هدفی خاص برمی‌انگیزاند و به رفتار وی معنا و جهت می‌بخشد (وارد و همکاران^۱، ۲۰۰۹: ۱). این نیازها را می‌توان به دو شکل عینی و روان‌شناختی بیان کرد که در حالت روان‌شناختی، نیاز به عنوان یک نیاز عینی برآورده نشده درک می‌گردد. در این زمینه، نظریه‌پردازان برجسته‌ای همچون مازلو (۱۹۵۴) و آلدرفر^۲ (۱۹۷۲) با ارائه چارچوب‌های سلسله‌مراتبی، به تبیین ساختار نیازهای روان‌شناختی پرداخته‌اند. مازلو با ارائه نظریه سلسله مراتب نیازها استدلال می‌کند که افراد برای ارضای نیازهای خود می‌بایست مراحل متوالی را پشت سر بگذارند. بخشی از جذابیت ماندگار این نظریه، در تلفیق موفقیت‌آمیز آن به‌عنوان یک تقسیم‌بندی از نیازهای اساسی بشر در یک سلسله‌مراتب و یک چهارچوب برای تبیین انگیزش انسانی و ارتباط آن با رفتارهای کلی نهفته است (وهیبه و همکاران^۳، ۱۹۷۶: ۲۱۳). به باور مازلو، این نیازها عموماً در سطح ناخودآگاه یا نیمه‌هشیار عمل می‌کنند و در یک مدل پنج‌لایه‌ی سلسله‌مراتبی قرار می‌گیرند که در قالب یک هرم ترسیم شده است. این سطوح به ترتیب از پایین به بالا شامل نیازهای فیزیولوژیکی، ایمنی (امنیت)، نیازهای عشق و تعلق، عزت‌نفس (احترام) و خودشکوفایی هستند که در شکل ۱ قابل مشاهده است. مطابق اصل بنیادین این نظریه، ظهور هر نیاز معمولاً متکی بر ارضای نسبی یا کامل نیاز قدرتمندتر پیش از خود است (مازلو، ۱۹۴۳: ۳۷۰). بنابراین، ارضای یک نیاز، زمینه‌ساز ظهور نیاز بعدی می‌شود. این فرآیند سلسله‌مراتبی، تأثیر مستقیمی بر رفتار پوششی افراد دارد، چرا که هر کنش مرتبط با انتخاب پوشش می‌تواند هم‌زمان توسط چندین نیاز مختلف هدایت شود (کوون و همکاران^۴، ۱۹۸۷: ۵۸). برای مثال، یک البسه خاص ممکن است برای رفع یک نیاز فیزیولوژیک (مانند محافظت در برابر سرما) انتخاب شود، اما در عین حال می‌تواند نیازهای سطح بالاتری چون احساس تعلق یا عزت‌نفس را نیز ارضا نماید. این سطوح نیاز، از پایه‌ای‌ترین تا عالی‌ترین، انگیزه‌بخش رفتارهای انسانی هستند. با تطبیق این پنج مرحله بر پدیده پوشش، می‌توان دریافت که البسه قادر هستند از نیازهای مختلف در سطوح گوناگون پشتیبانی کرده و رفتار پوششی فرد را شکل دهند؛ بدیهی است که پیش از توجه به نیازهای سطح بالا، نیازهای سطوح پایین‌تر می‌بایست تا حد قابل قبولی ارضا شده باشند.

در پایین‌ترین سطح نیازهای فیزیولوژیک، پوشش به عنوان یک ضرورت اولیه، عملکردی حفاظتی در برابر عوامل محیطی (سرما، گرما، باران، تابش خورشید و حشرات) ایفا می‌کند. در سطح بعدی نیاز به امنیت، پوشش به‌عنوان ابزاری برای تأمین ایمنی فیزیکی و روانی عمل می‌نماید. با ارضای این دو نیاز، فرد وارد سطح تعلق و عشق می‌شود که در آن از پوشش به منزله نمادی برای بیان هویت گروهی، فرهنگی و ایجاد پیوندهای اجتماعی استفاده می‌کند. در سطح احترام، البسه به ابزاری برای نمایش موقعیت اجتماعی، اعتماد به نفس و کسب احترام از سوی دیگران تبدیل می‌شوند. سرانجام، در عالی‌ترین سطح (خودشکوفایی)، پوشش به رسانه‌ای برای بیان فردیت، خلاقیت و ارزش‌های شخصی مبدل می‌گردد. در مرحله اول نیازها، نیاز فیزیولوژی است که پوشش (لباس) به عنوان یک نیاز اولیه، بدن را از عوامل محیطی مانند سرما، گرما، باران یا آفتاب و حشرات محافظت می‌کند. سپس در مرحله بعد پوشش (لباس) به عنوان ابزاری برای ایجاد امنیت فیزیکی و روانی عمل می‌کند و بخش نیاز به ایمنی فردی را تأمین می‌کند. در مرحله بعد که نیازهای تعلق و عشق است، از پوشش (لباس) به عنوان نمادی از هویت گروهی، فرهنگ یا ارتباطات اجتماعی استفاده می‌شود. سپس وارد مرحله دیگری می‌شویم که پوشش (لباس)، به عنوان ابزاری برای نمایش موقعیت اجتماعی، اعتماد به نفس و کسب احترام دیگران عمل می‌کند. در مرحله آخر که به خودشکوفایی منجر می‌شود، پوشش (لباس) به عنوان وسیله و رسانه‌ای برای بیان فردیت، خلاقیت و ارزش‌های شخصی مورد استفاده قرار می‌گیرد.

¹ . Marta Lasen, David Ward

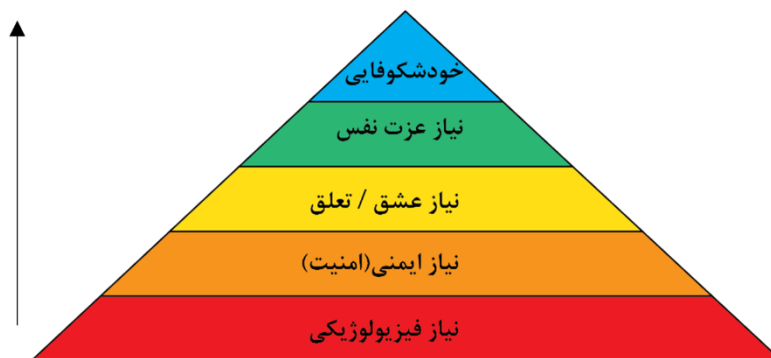
² . Alderfer

³ . Mahmoud A. Wahba, Lawrence G. Bridwell

⁴ . Yoon-Hee Kwon, Mary Ann Drayton

کاظمی اسفه، نگار؛ طالب‌پور، فریده (۱۴۰۵). عوامل موثر بر رفتار پوششی زنان براساس سلسله مراتب نیازهای مازلو (مطالعه موردی: زنان دانشجو ۱۸

تا ۳۵ سال شهر قم). جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۸ (۲)، ۱-۳۰.



شکل ۱. سلسله مراتب پنج گانه نیازهای مازلو (لئون و همکاران، ۲۰۱۷: ۱۹۰)

بر این اساس، رفتار پوششی را می توان جزئی از یک سامانه ارتباطی پیچیده به شمار آورد؛ ارتباطی که به شکلی مستقیم و تا حد زیادی ناخودآگاه در میان افراد جریان دارد. از این رو، این رفتار می تواند بازتاب دهنده کوششی ناخودآگاه برای ارضای نیازها، اهداف و ارزش های فردی باشد (کریک مور^۱، ۱۹۶۳، ۲). نیازهایی که در سبک و نوع پوشش افراد متجلی می شوند، نقشی اساسی در فرآیند اجتماعی شدن و در نهایت، رشد و توسعه فردی ایفا می کنند. همین امر موجب می شود دیدگاه و رویکرد هر فرد در قبال پوشش خود، با دیگری متمایز باشد. مطابق با چارچوب سلسله مراتبی نیازهای مازلو، پوشش در زمره نیازهای فیزیولوژیک و در کنار مواردی همچون غذا و سرپناه طبقه بندی می شود. اگر چه خود مازلو، پوشش را ذیل نیازهای فیزیولوژیک دسته بندی کرده بود، اما شواهد پژوهشی متعددی حاکی از آن است که پوشش قادر به ارضای نیازهای سطوح عالی تر این سلسله مراتب، از قبیل نیاز به تعلق و عزت نفس نیز هست. بنابراین، یکی از راهبردهای مؤثر برای فهم انگیزه های زیربنایی رفتار پوششی، بهره گیری از الگویی است که توسط مازلو (۱۹۴۳) در خصوص نیازهای انسانی ارائه گردیده است. این نظریه، چارچوبی تحلیلی و جامعی برای درک و تبیین رفتارهای پوششی فراهم می سازد. با این وجود، این پرسش اساسی مطرح می شود که عوامل مؤثر بر رفتار پوششی اجتماع زنان، براساس سلسله مراتب مازلو چیست؟ در همین راستا، هدف پژوهش حاضر، ارتباط عوامل مؤثر بر رفتار پوششی زنان براساس سلسله مراتب نیازهای مازلو است. این پژوهش در چارچوب یک مطالعه موردی و با تمرکز بر زنان دانشجوی ۱۸ تا ۳۵ سال شهر قم انجام شده است تا به شکلی عینی و ملموس، این ارتباط را واکاوی نماید.

۲- پیشینه پژوهش

۱-۲: پیشینه تجربی

نظریه سلسله مراتب نیازهای مازلو به عنوان یکی از مجموعه های بنیادین در روان شناسی انگیزش، سال هاست مورد توجه پژوهشگران حوزه های مختلف قرار گرفته است. این نظریه با طبقه بندی نیازهای انسانی از نیازهای فیزیولوژیک تا خودشکوفایی، الگویی برای تبیین رفتارهای فردی و اجتماعی ارائه می دهد و همچنان به عنوان یک مدل مرجع در تحلیل انگیزه های انسانی مطرح می شود. مازلو (۱۹۵۴) در کتاب *انگیزش و شخصیت*^۲ به بحث خود - شکوفایی پرداخته و کوشیده است مفهومی را که این واژه در ذهن متبادر می سازد را به صورت شفاف و با مثال های متعدد و تحلیل های عمیق بیان کند. در کتاب دیگری از مازلو (۱۹۶۲) با نام *به سوی روانشناسی وجود*^۳ درباره ی طبیعت انسان و رسیدن به خودشکوفایی صحبت می کند و سعادت جامعه ی بشری رو در هدایت به سمت خودشکوفایی شرح می دهد.

در ادامه، پژوهش های خارجی نیز این نظریه را بررسی کرده اند. پری و همکاران^۴ (۱۹۸۳) در مقاله "علاقه به لباس، خودشکوفایی و متغیرهای جمعیت شناختی" به بررسی رابطه بین دو معیار علاقه به پوشاک از قبیل خودشکوفایی و ویژگی های جمعیت شناختی سن، سطح تحصیلات، درآمد و شغل می پردازند و یافته های آن ها بر اهمیت توجه به تفاوت های روش شناختی (ابزار سنجش مختلف) و تأثیر بافت جمعیت شناختی (مانند شغل) در پژوهش های مرتبط با پوشاک تأکید می کند. نتایج این پژوهش نشان داد که بین خودشکوفایی و علاقه به پوشاک شخصی رابطه

^۱ . Creekmore A. M

^۲ . Motivation Personality

^۳ . Toward a Psychology of Being

^۴ . Marcia O'Reilly Perry, Howard G. Schutz, Margaret H. Rucker

کاظمی اسفه، نگار؛ طالب پور، فریده (۱۴۰۵). عوامل مؤثر بر رفتار پوششی زنان براساس سلسله مراتب نیازهای مازلو (مطالعه موردی: زنان دانشجو ۱۸

تا ۳۵ سال شهر قم). *جامعه شناسی فرهنگ و هنر*، ۸ (۲)، ۳۰-۱.

منفی معناداری وجود دارد، اما این رابطه تحت تأثیر نوع ابزار سنجش قرار می‌گیرد؛ به طوری که ابزارهای مستقیم و غیرمستقیم، ابعاد متفاوتی از علاقه به پوشاک را اندازه‌گیری می‌کنند. مونتاگ و همکاران^۱ (۲۰۲۰) نیز در پژوهشی با عنوان "ارتباط تفاوت‌های فردی در رضایت از هر یک از نیازهای مازلو به پنج ویژگی شخصیتی بزرگ و سیستم‌های عاطفی اولیه پانکسپ"^۲ به بررسی ارتباط بین سلسله مراتب نیازهای مازلو و ویژگی‌های شخصیتی پنج عاملی پرداختند. در این پژوهش ارتباط بین پرسشنامه رضایت نیاز و "پرسشنامه پنج بزرگ"^۳ برای اولین بار مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان می‌دهد که ویژگی‌های شخصیتی نقش مهمی در تلاش برای درک ارضای نیازهای افراد دارند. همچنین لیو^۴ (۲۰۲۴) در پژوهشی با عنوان "بر اساس رابطه بین طراحی پوشاک، سلسله مراتب مازلو و رنگ" به بررسی عمیق کاربرد نظریه سلسله مراتب نیازهای مازلو در طراحی لباس و بر اساس آن، بررسی ایده‌ها و جهت‌گیری‌های جدید در طراحی لباس پرداخته است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که عواملی همچون تمایزات فرهنگی، دگرگونی‌های بازار و رشد روزافزون نگرش‌های مبتنی بر ملاحظات زیست محیطی، مسیر آینده طراحی مد را شکل خواهند داد. در همان سال نگوزی و همکاران^۵ (۲۰۲۴) در پژوهشی با عنوان "عوامل اجتماعی-اقتصادی و روانشناختی مؤثر بر مصرف پوشاک در بین دانشجویان دختر دانشگاه اویو، نیجریه" به بررسی تأثیر عوامل اجتماعی، اقتصادی و روانی بر الگوی مصرف پوشاک در بین دانشجویان دختر مقطع کارشناسی در دانشگاه اویو، نیجریه پرداختند. نتایج نشان داد که این دانشجویان میان محدودیت‌های اقتصادی و نیازهای روانی-اجتماعی خود تعادل برقرار می‌کنند و پوشاک را نه تنها به عنوان یک نیاز اولیه، بلکه به عنوان ابزاری برای بیان هویت و تعلق اجتماعی می‌دانند.

در پژوهش‌های داخلی نیز پژوهش‌هایی در این زمینه صورت گرفته است. سرشار سیرگاهی (۱۳۹۳) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود با عنوان "نقد و بررسی نظریه مازلو درباره نیازهای انسان از دیدگاه قرآن" به بررسی نظریه مازلو درباره نیازهای انسان از دیدگاه قرآن پرداخته است و یافته‌های این پژوهش حاکی از آن است که مازلو نیازهای انسان را تنها به صورت کلی بیان کرده است و خودشکوفایی و کمال انسان را محدود دانسته و حرفی از فطرت به میان نیاورده است. سلطانی و همکاران (۱۳۹۵)، نیز در مقاله‌ای با عنوان "درآمدی بر نقد نظریه سلسله مراتب مازلو"، به نقد و بررسی دسته‌بندی نیازهای انسان پرداخته‌اند و نقاط مثبت و نقدهای اساسی بر نظریه مازلو از منظر دانشمندان غربی و نگاه داخلی به ویژه از زاویه دینی و بومی را مورد بررسی و تحلیل قرار داده‌اند. همچنین درجانی (۱۴۰۳) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود با عنوان "بررسی سلسله مراتب نیازهای مازلو در بین کارکنان موسسات حسابرسی؛ با تأکید بر رضایت شغلی و نیازهای حسابرسان" به بررسی سلسله‌مراتب نیازهای مازلو در میان کارکنان موسسات حسابرسی و تأثیر آن بر رضایت شغلی آن‌ها پرداخته است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که رابطه بین نیازهای زیستی، امنیتی، اجتماعی، احترام و خودشکوفایی با سطح رضایت شغلی کارکنان و اولویت‌بندی آنان با خودشکوفایی به‌طور مستقیم بر رضایت شغلی تأثیرگذار است. با بررسی مطالعات مرتبط در این زمینه، مشخص شد که با توجه به سلسله مراتب نیازهای مازلو و تبیین آن با رفتار پوششی زنان، پژوهشی انجام نشده است و پژوهش‌های موجود صرفاً به توضیح و تبیین پنج مرحله نیازهای مازلو پرداخته‌اند. بنابراین وجه تمایز نوشتار حاضر با سایر پژوهش‌ها در آن است که پنج مرحله سلسله مراتب نیازهای مازلو را در ارتباط با رفتار پوشش زنان تبیین می‌کند.

۲-۲: ملاحظات نظری

- سلسله‌مراتب نیازهای مازلو

نظریه سلسله‌مراتب نیازهای انسانی که توسط مازلو ارائه شد، یکی از کارآمدترین چارچوب‌ها برای درک انگیزش و نیازهای اساسی بشر در روانشناسی و علوم اجتماعی است. مازلو این نظریه را به عنوان بخشی از جنبش روانشناسی انسان‌گرا توسعه داد که واکنشی به جریان‌های مسلط رفتارگرایی و روانکاوی در نیمه اول قرن بیستم بود (دکاروالیو^۶، ۱۹۹۱: ۳۵). وی برای نخستین بار در سال ۱۹۴۳ در مقاله "نظریه انگیزش انسان"^۷ و سپس با تفصیل بیشتر در کتاب/نگیزه و شخصیت (۱۹۵۴) این ایده را مطرح کرد و برای بیش از یک دهه به اصلاح و

1. Christian Montag

2. Panksepp

3. big five personality traits

4. Chunping Liu

5. Ngozi U. Nwonye

6. Roy Jose DeCarvalho

7. A Theory of Human Motivation

کاظمی اسفه، نگار؛ طالب‌پور، فریده (۱۴۰۵). عوامل مؤثر بر رفتار پوششی زنان بر اساس سلسله مراتب نیازهای مازلو (مطالعه موردی: زنان دانشجو ۱۸ تا ۳۵ سال شهر قم). جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۸ (۲)، ۳۰-۱.

تکمیل آن ادامه داد (رامپاتی^۱، ۲۰۲۰: ۸). این نظریه انگیزشی، رفتار انسان را بر پایه تلاش برای ارضای نیازهایی توضیح می‌دهد که به صورت سلسله‌مراتبی سازمان یافته‌اند (میر^۲، ۲۰۱۸: ۵۷). پذیرش گسترده این مدل مرهون توانایی آن در تبیین همزمان انگیزه‌های انسانی (از طریق دسته‌بندی نیازها) و ارتباط این نیازها با رفتار کلی فرد است. پایه این نظریه بر این فرض استوار است که نیازهای معینی برای

¹ . Christina Rampathi

² .Carolyn Mair

کاظمی اسفه، نگار؛ طالب‌پور، فریده (۱۴۰۵). عوامل موثر بر رفتار پوششی زنان براساس سلسله مراتب نیازهای مازلو (مطالعه موردی: زنان دانشجو ۱۸ تا ۳۵ سال شهر قم). جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۸ (۲)، ۱-۳۰.

تمامی انسان‌ها جهانی بوده و با احساس رفاه و بهزیستی مرتبط هستند؛ نیازی که به گفته مازلو در تمام فرهنگ‌ها مصداق دارد (تای و داینر^۱، ۲۰۱۱: ۳۵۴). این سلسله مراتب عموماً در قالب یک هرم تصویر می‌شود که در آن نیازها بر اساس میزان اهمیتشان در بقا، از پایین به بالا مرتب شده‌اند. بر این اساس، هرچه نیاز در سطح پایین‌تری قرار گیرد، قدرت، تأثیر و اولویت آن بیشتر است و نیازهای سطوح بالاتر از شدت و فوریت کمتری برخوردار هستند. اگرچه نیازهای سطح بالاتر برای بقای فیزیولوژیک ضروری نیستند، اما تحقق آن‌ها برای رشد، شکوفایی و سلامت روانی انسان حیاتی است و می‌تواند به سلامت بیشتر، عمر طولانی‌تر و عملکرد زیستی مطلوب‌تر بینجامد. از این رو، مازلو این دسته از نیازها را «نیازهای رشد» یا «نیازهای هستی» می‌نامد (شولتر و همکاران، ۱۳۷۷: ۳۴۳). مازلو نیازهای انسان را در پنج سطح اصلی دسته‌بندی کرده است (مازلو، ۱۹۷۰: ۳۵-۴۷) که به‌طور کلی، به دو دسته کلان تقسیم می‌شوند که شامل نیازهای کمبود (نیازهای کاستی) که به نیازهای سطوح پایین‌تر (فیزیولوژیک، ایمنی، تعلق و احترام از سوی دیگران) اطلاق می‌شود و ارضای آن‌ها برای رفع کمبود و اجتناب از عواقب ناخوشایند ضروری است. مورد دوم نیازهای رشد (نیازهای هستی) که عمدتاً شامل نیاز به خودشکوفایی و خودآگاهانه است و انگیزه فرد را برای تحقق حداکثری توانمندی‌های خود شکل می‌دهند (وهبه و همکاران، ۱۹۷۶: ۲۱۳). مازلو بر این اصل تأکید داشت که پیش از آنکه فرد برای ارضای یک نیاز در سطح بالاتر انگیزه پیدا کند، باید نیازهای سطح پایین‌تر آن حداقل به صورت نسبی ارضا شده باشند (رامپاتی، ۲۰۲۰: ۹). بر این مبنا، فرد مسیری تکاملی را از پایین هرم آغاز می‌کند و با ارضای تدریجی هر نیاز، به سمت سطوح بالاتر و نیازهای خلاقانه‌تر و عقلانی‌تر مانند خودشکوفایی حرکت می‌کند. عدم ارضای هر یک از این نیازها می‌تواند تأثیرات منفی عمیقی بر رفتار و شخصیت فرد داشته باشد، به طوری که کیفیت و کمیت زندگی وی به چگونگی ارضای این نیازها وابسته است (رضایی، ۱۳۹۵: ۴۵). این نیازها به حدی حیاتی و ضروری هستند که ارضای آن‌ها با نیازهای اکثریت اعضای جامعه تعریف شده است؛ به گونه‌ای که با ارضای نیازهای سطح بالاتر، افراد آن جامعه کیفیت زندگی بالاتری خواهند داشت (عنایت و همکاران، ۱۴۰۰: ۹۲).

بنابراین هنگامی که یک نیاز ارضا نمی‌شود، کل ارگانیسم در راستای برآورده کردن آن سازماندهی می‌شود. برای مثال، اگر نیازهای فیزیولوژیک غالب شوند، سایر نیازها به حاشیه رانده شده و تمامی وجود فرد (ادراک، حافظه، عادات و...) در خدمت رفع آن نیاز قرار می‌گیرند (مازلو، ۱۳۷۷: ۷۲). بر طبق نظر برخی از پژوهشگران، مدل مازلو بر سه اصل بنیادین استوار است: "اصل کمبود" هنگامی که یک نیاز برآورده نشده باقی می‌ماند، تنش ایجاد می‌کند که اقدام به سمت رضایت را بر می‌انگیزد. این اصل فرض می‌کند که یک نیاز برآورده شده انگیزه ایجاد نمی‌کند و نیازهای برآورده نشده غالب هستند. "اصل تقدم" این موضوع را بیان می‌کند که نیازها باید به ترتیب صعودی برآورده شوند و تنها پس از اینکه هر نیاز مرحله پایین‌تر حداقل تا حدی برآورده شد، می‌توان نیاز مرحله بالاتر بعدی را دنبال کرد. سومین بخش "اصل پیشرفت" است که بیان می‌دارد نیازهای فیزیولوژیک، مانند غذا، سرپناه و گرما، باید قبل از اینکه فرد به دنبال برآورده کردن نیازهای بالاتر در هرم باشد، برآورده شوند (غالب، ۲۰۲۴: ۱۰۳۰). در نتیجه، نظریه مازلو فراتر از یک نظریه انگیزشی صرف، الگویی، برای رشد شخصیت ارائه می‌دهد که می‌تواند به عنوان چارچوبی قوی برای تبیین طیف وسیعی از رفتارهای انسانی، از جمله رفتارهای فرهنگی-اجتماعی مانند الگوی پوشش، مورد استفاده قرار گیرد که این موضوع با توجه به اهمیت آن در جدول ۱ به آن پرداخته شده است.

جدول ۱. سلسله مراتب نیازهای مازلو (گرفین، ۲۰۰۶: ۱۲۵)

سطح نیاز	نوع نیاز	نمودها
نیازهای اولیه	فیزیولوژیکی	غذا، آب، نیاز جنسی، خواب، سلامتی، اکسیژن، حفظ دمای بدن
	ایمنی	امنیت، ثبات، وابستگی، حمایت، رهایی از ترس، نگرانی، آشفتگی، نیاز به سازمان نظم، قانون محدودیت، داشتن حامی مقتدر و...
نیازهای روانی ^۲	تعلق و عشق	پذیرش توسط اجتماع، دوستی، علاقه به دیگران، ازدواج و...
	عزت نفس	اعتماد به نفس، عزت نفس، دستاورد، احترام به دیگران، احترام توسط دیگران
نیازهای خود تکمیلی ^۳	زیباشناختی	معنویت، اخلاق، خلاقیت، مهارت و...

۱. Tay & Diener

۲. psychological need

۳. self fulfillment need

– نیازهای فیزیولوژی

نیازهای فیزیولوژیک، که در پایه‌ی هرم سلسله مراتب نیازهای مازلو قرار دارند، به عنوان اساسی‌ترین نیازهای انسانی شناخته می‌شوند. به باور مازلو، ارضای این نیازها پیش‌شرط ضروری برای فعال‌سازی و تحقق نیازهای سطح بالاتر است (مازلو، ۱۹۴۳، ۳۷۳). این نیازها شامل موارد حیاتی مانند غذا، آب، هوا، خواب، پوشاک، سرپناه و تنظیم دمای بدن هستند. زمانی که این نیازها برآورده نشوند، به قدرتمندترین محرک‌های رفتار انسان تبدیل شده و تمام توجه و انرژی فرد را به سمت خود جلب می‌کنند (مازلو، ۱۹۵۴، ۳۶). برای نمونه، فردی که از گرسنگی یا سرمای شدید رنج می‌برد، تمامی توان خود را مصرف یافتن غذا یا گرم کردن خود می‌کند و در چنین شرایطی، انگیزه‌ای برای پیگیری نیازهای روانی‌تر مانند تعلق یا عزت‌نفس ندارد. عدم ارضای این نیازهای پایه می‌تواند به بروز پریشانی روانی جدی، اختلال در عملکرد زیستی و حتی تهدید بقا بینجامد (تائورمینا^۱ و همکاران، ۲۰۱۳، ۱۵۷). در این میان، پوشاک به عنوان یکی از نخستین دستاوردهای تمدن بشری، نقشی حیاتی و چند وجهی در برآورده ساختن نیازهای اولیه ایفا می‌کند. همان‌طور که میر پژوهشگر مد و لباس نیز اشاره کرده است، لباس به‌طور مستقیم به ارضای نیازهای فیزیولوژیک و ایمنی کمک می‌کند (میر، ۲۰۱۸: ۵۷). کارکردهای اصلی پوشش در این سطح را می‌توان به تنظیم دمای بدن، محافظت فیزیکی، حفظ بهداشت و سلامت، پاسخ به نیازهای زیستی خاص اشاره نمود. نیازهای فیزیولوژیک پیش‌نیاز مشارکت در هرگونه فعالیت انسانی و دنبال‌رو نیازهای بالاتر هستند. تنها پس از ارضای نسبی این نیازها است که پوشش می‌تواند کارکردهایی فراتر یافته و ابزاری برای بیان هویت اجتماعی، ارضای نیاز به تعلق، عزت‌نفس یا زیبایی‌شناسی گردد.

– نیاز به ایمنی (امنیت)

نیاز به ایمنی پس از ارضای نسبی نیازهای فیزیولوژیک، ظهور می‌یابد. مطابق با اصل تقدم، ارضای نسبی هر نیاز زمینه‌ساز فعال‌سازی و غلبه نیاز سطح بعدی در سلسله‌مراتب می‌گردد (مازلو، ۱۹۷۰: ۵۹). لذا هنگامی که نیازهای فیزیولوژیک برآورده شوند، مجموعه‌ای جدید از تمایلات باعنوان نیازهای ایمنی، برانگیخته شده می‌شوند. این دسته از نیازها عمدتاً حول محور جستجوی امنیت، ثبات، حفاظت، وابستگی، رهایی از ترس، اضطراب و آشفتگی تعریف می‌شوند. به بیان مازلو، انسان‌ها ذاتاً جهانی امن، قابل پیش‌بینی، منظم و ساختاریافته را ترجیح می‌دهند و مادام که این احساس امنیت، هم به صورت عینی و هم ذهنی محقق نشود، ظرفیت روانی فرد برای عمل کردن در سطوح بالاتر (مانند تعلق یا عزت‌نفس) محدود خواهد ماند (مازلو، ۱۹۴۳: ۳۷۸). بطورکلی این نیاز دارای دو بُعد به هم پیوسته از قبیل امنیت فیزیکی و امنیت روانی-اجتماعی است. ارضای این نیازها شرایط لازم برای احساس آرامش و راحتی را فراهم می‌آورد و بستری برای ظهور و پیگیری آرزوهای بالاتر را ایجاد می‌کند (تائورمینا و همکاران، ۲۰۱۳: ۱۰). همچنین این نیاز به طور بارزی در رفتار پوششی فردی تجلی می‌یابد. پوشش (لباس)، در نقش دوگانه خود، هم به عنوان یک ابزار محافظتی فیزیکی و هم به عنوان یک نماد روانی-اجتماعی عمل می‌کند. در بُعد فیزیکی، پوشش به عنوان اولین خط دفاعی، بدن را در برابر عوامل تهدیدکننده محیطی (مانند سرمازدگی، گرم‌زدگی، تابش خورشید، باران و آسیب‌های فیزیکی) محافظت می‌کند. انتخاب آگاهانه پوشاک با ویژگی‌های عملکردی خاص (مانند لباس‌های ضدآب، عایق حرارتی یا محافظتی) نمونه‌ای عینی از رفتار هدفمند برای ارضای این نیاز به امنیت فیزیکی است. در بُعد روانی-اجتماعی، پوشش‌های یکسان و استاندارد (مانند یونیفرم‌های نظامی، اداری یا حتی لباس‌های آیینی) حس تعلق به یک ساختار منظم، قابل پیش‌بینی و حمایتگر را القا می‌کنند. اینگونه پوشش‌ها با کمرنگ کردن تفاوت‌های فردی، کاهش ابهام در نقش اجتماعی و تقویت حس هویت جمعی، به طور غیرمستقیم اضطراب ناشی از بی‌نظمی و طرد اجتماعی را کاهش داده و احساس امنیت روانی را افزایش می‌دهند. بنابراین، انتخاب پوشش را می‌توان نه تنها به عنوان یک عمل فرهنگی، بلکه به عنوان بازتابی آگاهانه یا ناخودآگاه از نیاز به ایجاد یک محیط امن و قابل پیش‌بینی درک کرد. این پیوند عمیق، مطالعه رفتار پوششی را بدون در نظر گرفتن این بُعد بنیادین از نیازهای انسان، ناقص می‌سازد.

– نیازهای اجتماعی، عشق و تعلق‌پذیری

نیازهای تعلق‌پذیری و عشق سومین سطح از نیازهای انسانی را تشکیل می‌دهند که پس از ارضای نسبی نیازهای فیزیولوژیک و ایمنی، به عنوان محرک اصلی رفتار فرد ظهور می‌کنند. این نیازها بازتابی از میل ذاتی انسان به برقراری روابط عاطفی عمیق، احساس تعلق به گروه‌های اجتماعی، دریافت و ارائه محبت، و کسب پذیرش از سوی دیگران هستند. به باور مازلو، این سطح از نیازها حول محور «میل به داشتن جایگاهی پایدار برای عزت‌نفس و کسب احترام از دیگران» می‌چرخد (مازلو، ۱۹۴۳: ۳۸۱). به عبارت دیگر، پس از تأمین نیازهای اولیه بقا و

^۱ Robert J. Taormina

کاظمی اسفه، نگار؛ طالب‌پور، فریده (۱۴۰۵). عوامل موثر بر رفتار پوششی زنان براساس سلسله مراتب نیازهای مازلو (مطالعه موردی: زنان دانشجو ۱۸ تا ۳۵ سال شهر قم). *جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۸ (۲)، ۱-۳۰.

امنیت، جستجو برای ایجاد پیوندهای معنادار عاطفی و اجتماعی به کانون اصلی توجه فرد تبدیل می‌شود. ارضای این نیازها برای سلامت روانی فرد ضروری است. مازلو، معتقد بود که محرومیت از تعلق‌پذیری و عشق می‌تواند به احساسات عمیق تنهایی، انزوا، بی‌هدفی و حتی افسردگی بینجامد (مازلو، ۱۹۵۴: ۴۴). از آنجا که انسان موجودی ذاتاً اجتماعی است، این نیازها پایه‌های شکل‌گیری هویت اجتماعی و حس ارزشمندی فرد را می‌سازند. همان‌طور که سایر پژوهشگران نیز معتقد هستند که توانایی دادن و دریافت عشق، نه تنها احساس ارتباط با دیگران را فراهم می‌کند، بلکه زیربنای ضروری برای ارضای نیازهای سطح بعدی یعنی عزت‌نفس و خودشکوفایی است (کرنندال و همکاران^۱، ۲۰۱۹: ۲). این نیاز در نزد افراد از ارزش و اولویت بالایی برخوردار است (مونتاگ و همکاران، ۲۰۲۰: ۷). این نیاز شدید به تعلق‌یابی و پذیرش، به صورت بارز در رفتار پوششی فردی متجلی می‌گردد. زیرا که پوشش به عنوان یک ابزار ارتباطی غیرکلامی قدرتمند، نقش تعیین‌کننده‌ای در بیان هویت اجتماعی، ابراز تعلق گروهی و جستجوی پذیرش ایفا می‌کند. افراد آگاهانه یا ناخودآگاه، سبک پوشش خود را با هنجارهای گروه‌های اجتماعی هماهنگ می‌کنند. این هماهنگی می‌تواند در قالب پوشیدن لباس‌های رسمی برای یک مصاحبه شغلی به منظور کسب پذیرش در یک محیط حرفه‌ای، یا انتخاب پوششی مشابه با گروه دوستان برای تقویت پیوندهای اجتماعی و اعلام عضویت گروهی باشد. ویژگی دوگانه پوشش این است که هم می‌تواند ویژگی‌های مشترک و احساس تعلق جمعی را منتقل کند و هم امکان ابراز فردیت درون چارچوب گروه را فراهم نماید. این عملکرد روانشناختی-اجتماعی لباس، آن را به پلی بین فرد و جامعه تبدیل می‌کند.

– نیاز به عزت‌نفس و احترام

نیاز به عزت‌نفس و احترام پس از ارضای نسبی نیازهای فیزیولوژیک، امنیتی و اجتماعی ظهور می‌یابد. زیرا ارضای حداقلی نیازهای پایه‌ای‌تر، شرط لازم برای فعال‌سازی این نیاز والاتر است که مازلو آن را به عنوان موتور محرک پیشرفت فردی و اجتماعی در نظر می‌گیرد که حول محور میل به ارزیابی پایدار و مثبت از خویشتن می‌چرخد. به بیان دقیق‌تر، این نیاز در برگیرنده دو جنبه متمایز اما مرتبط است که شامل: عزت‌نفس درونی (احساس قابلیت، استقلال، تسلط و ارزشمندی شخصی) و احترام بیرونی (تمایل به کسب اعتبار، شهرت، جایگاه اجتماعی و تحسین از سوی دیگران) است (کرنندال و همکاران، ۲۰۱۹: ۲). همچنین برای این موضوع تاکید می‌شود که سطح احترام به خود، به‌طور مستقیم احترام دریافت شده از دیگران را تحت تأثیر قرار می‌دهد (خداپناهی، ۱۳۷۹: ۱۵۱). ارضای این نیازها علاوه بر ایجاد عزت‌نفس در فرد (گریفین^۲، ۲۰۰۶: ۱۲۹) منجر به شکل‌گیری احساساتی چون اعتمادبه‌نفس، ارزشمندی، کفایت و احساس مفید بودن در فرد می‌شود. در مقابل، محرومیت از ارضای این نیازها می‌تواند به بروز احساس حقارت، ضعف، درماندگی و در موارد حاد، به ایجاد دلسردی عمیق یا گرایش‌های عصبی و جبرانی منجر شود (مازلو، ۱۹۵۴: ۴۶). پس پوشش به عنوان یکی مؤثرترین ابزارهای ارتباطی، عملکردی دوگانه دارد: از یک سو، وسیله‌ای برای تقویت و بیان هویت فردی و حس ارزشمندی درونی است و از سوی دیگر، ابزاری برای ارتباط برون‌افکنانه این ارزشمندی به جامعه و کسب تأیید اجتماعی محسوب می‌شود. همان‌طور که میر، خاطر نشان می‌سازد، انتخاب پوشش هرگز تنها پاسخی به نیازهای فیزیولوژیک محافظتی نیست، بلکه عمیقاً با تلاش انسان برای تعریف خود، نمایش دستاوردها و تثبیت جایگاه اجتماعی او گره خورده است (میر، ۲۰۱۸: ۵۷). افراد از طریق انتخاب آگاهانه سبک، کیفیت، برند و مناسب‌بودن پوشش برای موقعیت‌های مختلف، به‌طور مداوم در حال ارسال پیام‌هایی درباره‌ی احساس خود ارزشمندی و جایگاهشان در سلسله‌مراتب اجتماعی هستند. بنابراین، مطالعه انتخاب‌های پوششی بدون در نظر گرفتن این نیاز اساسی به عزت‌نفس و احترام، نادیده گرفتن یکی از قوی‌ترین ابعاد انگیزشی شکل‌دهنده رفتار انسان است.

– نیاز به خودشکوفایی

در اوج سلسله‌مراتب نیازهای مازلو، نیاز به خود – شکوفایی قرار دارد که پس از ارضای نسبی نیازهای پایه‌ای‌تر (فیزیولوژیک، ایمنی، تعلق و عزت‌نفس) فعال می‌شود. این نیاز که توسط برخی صاحب‌نظران «تحقق خود» نیز نامیده می‌شود (فاکسال^۳، ۱۹۸۰: ۴۷)، بیانگر آرزوی فرد برای تحقق کامل توانمندی‌های ذاتی و رسیدن به بالاترین سطح رشد شخصیتی است. به تعبیر مازلو، خودشکوفایی یعنی «تمایل فرد برای تبدیل شدن به هر آنچه که استعداد بودنش را دارد» (مازلو، ۱۹۵۴: ۴۶). یا به معنای دیگر، زندگی کردن در نهایت ظرفیت وجودی خویش است (دکاروالیو، ۱۹۹۱: ۴۱). ویژگی منحصر به فرد این سطح، تجلی شدید تفاوت‌های فردی است. همان‌طور که مازلو خاطر نشان می‌سازد، شکل بروز این نیاز می‌تواند در هر فرد به گونه‌ای کاملاً متمایز متجلی شود؛ مثلاً برای یکی در میل به مادر کامل، برای دیگری در قالب

1. AliceAnn Crandall

2. Griffin

3. Gordon R. Foxall

ورزش قهرمانی و برای دیگری در خلق آثار هنری یا ابداعات علمی نمود پیدا می‌کند. شرط لازم برای رسیدن به این مرحله، ارضای کافی نیازهای سطوح پایین‌تر است. زیرا در این شرایط فرد تنها زمانی می‌تواند به سمت خودشکوفایی حرکت کند که در نیازهای احترام و تعلق خود احساس امنیت و آرامش کرده باشد (تائورمینا و همکاران، ۲۰۱۳: ۱۶۰). در این چارچوب، پوشش به عنوان یکی از بارزترین زمینه‌های تجلی خودشکوفایی عمل می‌کند. برای فرد خودشکوفای، لباس صرفاً ابزاری برای برآوردن نیازهای اولیه یا کسب تأیید اجتماعی نیست، بلکه به بیانگری هنرمندانه هویت اصیل فرد بدل می‌شود. انتخاب پوشش در این مرحله، بازتاب آگاهانه‌ای از ارزش‌های درونی، سلیقه شخصی منحصر به فرد و جهان‌بینی فرد است که فارغ از فشارهای اجتماعی و مدهای زودگذر، وسیله‌ای برای نمایش کمال شخصی و تحقق خلاقیت فردی محسوب می‌شود. بنابراین، مطالعه رفتار پوششی در این سطح مستلزم درکی عمیق از فرآیند خودشکوفایی و تجلیات آن در زندگی روزمره است.

– ارتباط بدن مادی با رفتار پوششی

وجود انسان متشکل از دو بخش اصلی جسمانی^۱ و فراجسمانی^۲ است. بخش جسمانی نیز از دو بُعد جسمانی مادی و جسمانی ایده‌آل تقسیم می‌شود. بخش جسمانی مادی شامل بدن بیولوژیکی و فعالیت‌هایی است که از طریق آن انجام می‌شود. همچنین علاوه بر این، مفهوم گسترده‌تری از بدن نیز وجود دارد که شامل ابزارها و وسایلی است که به طور فیزیکی با بدن در ارتباط هستند. این ابزارها به دو دسته تقسیم می‌شوند: ابزارهای اصلاحی^۳ و ابزارهای تزئینی بدن^۴. ابزارهای اصلاحی شامل دستگاه‌ها و فناوری‌هایی است که برای حفظ یا بهبود عملکرد بدن استفاده می‌شوند مانند ضربان‌ساز، اندام‌های مصنوعی، لنزهای تماسی و دندان‌های مصنوعی. ابزارهای تزئینی نیز شامل وسایلی است که برای زیباسازی ظاهر بدن به کار می‌روند، از قبیل لوازم آرایشی، گردنبند و گوشواره. در این میان لباس جایگاه خاصی دارد، زیرا هم می‌تواند عملکرد اصلاحی (مانند حفاظت از بدن) و هم عملکرد تزئینی (مانند بهبود ظاهر) داشته باشد. بخش جسمانی ایده‌آل افکار، احساسات و نگرش‌های فرد است که به جنبه‌های غیر مادی وجود انسان مربوط می‌شود (شانیانگ^۵، ۲۰۱۴: ۲۰۶). ترکیب بُعد جسمانی مادی و جسمانی ایده‌آل کلیت وجود فرد را شکل می‌دهد. پژوهش‌ها نشان می‌دهند که پوشش فرد می‌تواند بر رفتار و عملکرد آن تأثیر بگذارد. برای نمونه در یک مطالعه آزمایشی، دو گروه زن در آزمون ریاضی شرکت کردند. گروه نخست با لباس شنا و گروه دوم با پلیور حاضر شدند. نتایج بیانگر آن بود که گروه اول عملکرد ضعیفی نسبت به گروه دوم داشتند (فردریکسون^۶ و همکاران، ۱۹۹۸: ۲۸۰). مطالعات مشابه نیز این یافته‌ها را بررسی کرده و نشان می‌دهند که نوع پوشش، به عنوان بخشی از «خود مادی» در کنش‌ها است. افزون بر این که پوشش دارای معنی نمادین برای فرد است، پیام‌های رفتاری ویژه‌ای نیز با خود در پی دارد. موضوعی که پژوهشگران آن را با عنوان «شناخت محصور» نامگذاری کرده‌اند. این پدیده زمانی رخ می‌دهد که: (الف) فرد لباسی با معنای نمادین بپوشد و (ب) معنای نمادین توسط شخص درک شود. بنابراین خود مادی، دارای نشانه‌هایی است که به خودی خود حامل نوعی ارتباط بوده که به اندازه ارتباط کلامی حائز اهمیت هستند و می‌توانند تأثیر زیادی بر رفتار پوششی فرد داشته باشد. از این منظر، استفاده از پوشش صرفاً ابزاری برای محافظت یا زیباسازی بدن نیست، بلکه عاملی اساسی در بازنمایی هویت فردی و اجتماعی افراد بخصوص زنان در اجتماع محسوب می‌شود. پدیده‌ای که از خصوصی‌ترین تجربیات فردی تا عمومی‌ترین حوزه‌های اجتماعی را در بر می‌گیرد (علیگو و همکاران، ۱۴۰۱: ۱۵۸).

۳- روش پژوهش

پژوهش حاضر به دنبال تبیین عوامل مؤثر بر رفتار پوششی اجتماع زنان دانشجو در محدوده سنی ۱۸ تا ۳۵ سال در شهر قم با رویکرد انسان‌گرایانه مازلو است. روش این پژوهش تحلیلی، همبستگی و پیمایشی است و جمع‌آوری اطلاعات از منابع کتابخانه‌ای و میدانی (پرسشنامه محقق ساخته) انجام شده است. پرسشنامه بر مبنای پنج سطح نیازهای مازلو (فیزیولوژیک، ایمنی، عشق و تعلق، عزت‌نفس، و خودشکوفایی) طراحی گردید. قلمرو زمانی، بهار (سال ۱۴۰۴) است. جامعه آماری که طبق فرمول کوکران، ۳۸۴ نفر می‌باشد. گویه‌ها شامل دو دسته پرسش است: ۱۵ سوال (جمعیت‌شناختی: جنسیت، تأهل، سن، تحصیلات)، ۱۵ سوال (انتخاب پوشش اجتماع زنان با عوامل پنج‌گانه سلسله مراتب نیازهای مازلو مطابق جدول ۱). شیوه پاسخ‌دهی با طیف لیکرت پنج درجه‌ای از ۱=کاملاً مخالف تا ۵=کاملاً موافق سنجیده شده است.

۱. corporeal

۲. extracorporeal

۳. corrective body tools

۴. decorative body accessories

۵. Shanyang Zhao

۶. Barbara L. Fredrickson

کاظمی اسفه، نگار؛ طالب‌پور، فریده (۱۴۰۵). عوامل مؤثر بر رفتار پوششی زنان بر اساس سلسله مراتب نیازهای مازلو (مطالعه موردی: زنان دانشجو ۱۸

تا ۳۵ سال شهر قم). جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۸ (۲)، ۱-۳۰.

پایایی این پرسشنامه از طریق ضریب آلفای کرونباخ (فرمول ۱) با ویرایش ۲۶ نرم افزار SPSS محاسبه شد. ضریب آلفای کرونباخ عددی بین صفر و یک است. ضریب آلفای کمتر از ۰/۶ پایایی ضعیف، بالای ۰/۷ تا ۰/۸ پایایی نسبتاً خوب و بالاتر از ۰/۸ پایایی بالا دارد. در آلفای کرونباخ بین نمره هر گویه با کل نمره، ابزار یا آزمون همبستگی گرفته می شود و انتظار می رود افرادی که در یک گویه، نمره معینی می گیرند، در گویه های دیگر نیز آن گونه عمل کنند.

$$\alpha = \frac{K}{1-K} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_x^2} \right]$$

فرمول ۱. آلفای کرونباخ α : ضریب آلفا، k تعداد سوالات، S_i^2 واریانس مربوط به سوال i ام، S_x^2 واریانس کل آزمون. بر این اساس پایایی پرسشنامه، محاسبه و ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۷۷ بود، که مورد تأیید قرار گرفت. برای انجام آزمون از تحلیل "ضریب همبستگی پیرسون" استفاده شد که یک شاخص متقارن است؛ یعنی متغیر وابسته را می توان بر مبنای متغیر مستقل و متغیر مستقل را بر مبنای متغیر وابسته محاسبه کرد که نتایج هر دو یکی است. مقدار همبستگی این شاخص بین +۱ و -۱ تغییر می کند. اگر دقیقاً +۱ باشد بیانگر همبستگی مثبت کامل منفی بین متغیرها است. میزان کمتر از ۰/۵ در سطح پائین بین ۰/۵ تا زیر ۰/۷۵ متوسط و بالای ۰/۷۵ قوی ارزیابی می شود. ضریب همبستگی مطابق با فرمول ۲ تعریف می شود:

$$r = \frac{\sum_{i=1}^n 1 (x_i - \bar{x})(Y_i - \bar{Y})}{\sqrt{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2} \sqrt{\sum_{i=1}^n (Y_i - \bar{Y})^2}}$$

فرمول ۲. محاسبه ضریب همبستگی پیرسون

جدول ۲. گویه های مورد پرسش، طبق پنج مرحله سلسله نیازهای

پنج مرحله سلسله مراتب نیازهای مازلو	گویه های رفتار پوششی براساس سلسله مراتب نیازها
۱ نیازهای فیزیولوژیک	۱. پوشش به من کمک می کند در برابر سرما یا گرمای محیط محافظت شوم. ۲. لباس هایم را بر اساس میزان راحتی آنها انتخاب می کنم. ۳. هنگام خرید لباس، اولویت من دوام و کاربرد آن است.
۲ نیازهای ایمنی	۱. نوع پوشش من باعث می شود تا در محیط های عمومی احساس امنیت کنم. ۲. از لباس های خاصی استفاده می کنم تا مورد قضاوت یا آزار دیگران قرار نگیرم. ۳. لباس هایم را طوری انتخاب می کنم که مطابق قوانین اجتماعی/فرهنگی جامعه باشد تا از عواقب منفی جلوگیری کنم.
۳ نیازهای تعلق و عشق	۱. نوع پوشش خود را طوری انتخاب می کنم که مورد پذیرش خانواده یا دوستانم قرار بگیرد. ۲. برای احساس تعلق به گروه یا جامعه خاص (مثلاً قومی، مذهبی، حرفه ای)، از پوشش مشابه آنها استفاده می کنم. ۳. از لباس هایی استفاده می کنم که نشان دهنده عضویت در یک گروه اجتماعی (مانند تیم ورزشی، سازمانی) است.
۴ نیازهای احترام	۱. نوع پوشش من در اجتماع نشان دهنده موقعیت اجتماعی یا تحصیلی من است. ۲. وقتی لباس هایی می پوشم که مورد تحسین دیگران قرار می گیرد، اعتماد به نفسم افزایش می یابد. ۳. در محیط کار یا تحصیل از پوششی استفاده می کنم تا احترام دیگران را به خود جلب کنم.
۵ نیازهای خودشکوفایی	۱. پوشش من بازتابی از شخصیت و علایق من است. ۲. از طریق انتخاب لباس ها، سعی می کنم خلاقیت و استقلال فکری خود را نشان دهم. ۳. برایم مهم است که پوشش من باورها و ارزش های شخصی ام را بیان کند (مثلاً پوشش سازگار با محیط زیست، حجاب به عنوان یک انتخاب فردی).

۱. Pearson correlation coefficient

کاظمی اسفه، نگار؛ طالب پور، فریده (۱۴۰۵). عوامل موثر بر رفتار پوششی زنان براساس سلسله مراتب نیازهای مازلو (مطالعه موردی: زنان دانشجو ۱۸ تا ۳۵ سال شهر قم). *جامعه شناسی فرهنگ و هنر*، ۸ (۲)، ۳۰-۱.

۴- تحلیل یافته‌ها

- یافته‌های توصیفی

جدول ۳. آماره‌های توصیفی متغیرهای مورد مطالعه

نظریه سلسله مراتب نیازهای مازلو					
۵	۴	۳	۲	۱	پنج عامل
۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	تعداد
۲/۸۴	۳/۰۷	۲/۴۴	۳/۰۷	۳/۲۵	میانگین
۰/۰۳۳	۰/۰۲۵	۰/۰۲۵	۰/۰۳۲	۰/۰۲۳	انحراف استاندارد از میانگین
۰/۶۷	۰/۶۴	۰/۵۱	۰/۶۴	۰/۴۷	انحراف معیار
۱/۰۷	۱/۴۶	۱/۰۰	۱/۳۶	۱/۶۷	کمترین آماره
۸/۰۰	۵/۸۱	۴/۱۵	۴/۷۱	۴/۵۳	بیشترین آماره

بررسی توصیفی داده‌ها نشان داد از ۳۸۴ مشارکت‌کننده، ۶۲/۵٪ مجرد و در بازه سنی ۲۰ تا ۲۴ سال و ۳۷/۵٪ نیز متأهل در بازه سنی ۲۵ تا ۳۵ سال بودند. در خصوص میزان تحصیلات کاردانی ۶۱/۲۱٪ و ۶۰/۱۶٪ کارشناسی و ۱۶/۶۷٪ کارشناسی ارشد و ۰/۷۸٪ دکتری گزارش شد. از آزمودنی‌ها در مورد پنج مرحله نیازهای مازلو سوالاتی پرسیده شد که در جدول ۳ به توصیف آماری آن پرداخته شده است. داده‌های این جدول نشان می‌دهند که نیازهای فیزیولوژیک با میانگین ۳/۲۵ و انحراف معیار ۰/۴۷، بالاترین میانگین را دارد. این موضع نشان‌دهنده آن است که اکثر پاسخ‌دهندگان به جنبه‌های کاربردی و راحتی پوشش (مانند محافظت در برابر سرما و گرما) اهمیت زیادی می‌دهند. نیاز ایمنی با میانگین ۳/۰۷ و انحراف معیار ۰/۶۴، در رتبه دوم قرار دارد. این موضوع بیانگر آن است که احساس امنیت فیزیکی و روانی ناشی از پوشش نیز برای شرکت‌کنندگان حائز اهمیت است. سپس نیازهای تعلق و عشق با میانگین ۲/۴۴ و انحراف معیار ۰/۵۱، پایین‌ترین میانگین را در میان ابعاد پنج‌گانه دارد. این موضوع نشان‌دهنده آن است که اگرچه پوشش به عنوان ابزار هم‌رنگی و پذیرش اجتماعی عمل می‌کند، اما در مقایسه با نیازهای پایه‌ای، اهمیت کمتری دارد. همچنین نیاز عزت‌نفس با میانگین ۳/۰۷ و انحراف معیار ۰/۶۴، هم‌رده با نیاز ایمنی است. این عامل نشان می‌دهد که پوشش به عنوان ابزاری برای نمایش موقعیت اجتماعی و کسب احترام نیز مورد توجه است. در انتها نیاز خودشکوفایی با میانگین ۲/۸۴ و انحراف معیار ۰/۶۷، کمترین میانگین را پس از نیاز تعلق دارد. این موضوع بیانگر آن است که بیان خلاقیت و فردیت از طریق پوشش، در میان این گروه نمونه، کمتر مورد توجه قرار گرفته است.

- یافته‌های استنباطی

به منظور تحلیل استنباطی، از آزمون همبستگی پیرسون بین نمره هر بُعد نیازهای مازلو و مجموع نمرات رفتار پوششی (به‌جز همان بُعد) استفاده شد. نتایج نشان داد که کلیه روابط در سطح $p < 0.001$ معناداری هستند. نتایج آزمون‌ها به شرح زیر است: بُعد خودشکوفایی با ضریب همبستگی ۰/۵۵۳ و سهم تبیین ۳۰/۶ درصد، قوی‌ترین ارتباط را با رفتار پوششی دارد. این یافته بیانگر آن است که پوشش برای بسیاری از زنان جوان در شهر قم، ابزاری برای بیان فردیت، خلاقیت و تحقق خود محسوب می‌شود. پس از آن، بُعد نیازهای فیزیولوژیک با ضریب ۰/۵۳۶ و سهم ۲۸/۷ درصد قرار دارد که نشان‌دهنده اهمیت جنبه‌های کارکردی و راحتی پوشش است. بُعد عشق و تعلق با ضریب ۰/۴۸۳ و سهم ۲۳/۳ درصد، بیانگر نقش مؤثر پذیرش اجتماعی و هم‌رنگی با گروه مرجع در رفتار پوششی است. بُعد عزت‌نفس با ضریب ۰/۴۵۷ و سهم ۲۰/۹ درصد نیز نشان می‌دهد که پوشش می‌تواند ابزاری برای تقویت اعتبار اجتماعی و اعتمادبه‌نفس فرد باشد. در نهایت، بُعد ایمنی با ضریب ۰/۲۴۸ و سهم ۶/۲ درصد، کمترین اما همچنان معنادارترین ارتباط را نشان می‌دهد که نقش حریم شخصی و احساس امنیت را در انتخاب پوشش اجتماع زنان را بازتاب می‌دهد. به‌طور کلی، رابطه مثبت و معناداری بین هر پنج بُعد نیازهای مازلو و رفتار پوششی زنان مشاهده گردید. زیرا که ترتیب تأثیر نیازها بر پوشش، دقیقاً مطابق با اهمیت آن‌ها در هرم مازلو است. به‌گونه‌ای که نیازهای قوی‌تر (خودشکوفایی و فیزیولوژیک) در بالا و پایین هرم، بیشترین تأثیر را دارند و نیازهای میانی (عزت‌نفس، تعلق) تأثیر متوسط و نیاز ایمنی کمترین، اما هنوز قابل توجه است.

یافته‌های استنباطی در عامل اول، یعنی نیازهای فیزیولوژیک، مقدار معناداری کمتر از ۰/۰۰۱ است؛ بنابراین بین این بُعد و رفتار پوششی رابطه‌ای معنادار وجود دارد. ضریب همبستگی پیرسون برابر با ۰/۵۳۶ و در سطح اطمینان ۹۹ درصد محاسبه شده است. این نتیجه نشان می‌دهد که پاسخ‌های نمونه آماری با احتمال ۹۹ درصد با هدف پژوهش همسو هستند و می‌توان آن را به جامعه آماری زنان ۱۸ تا ۳۵ سال در شهر قم تعمیم داد. در عامل دوم، یعنی نیاز ایمنی، مقدار معناداری کمتر از ۰/۰۰۱ است و ضریب همبستگی پیرسون برابر با ۰/۲۴۸ به دست آمده است. این مقدار گرچه نسبت به سایر عوامل کمتر است، اما همچنان بیانگر ارتباط مثبت و معنادار در سطح اطمینان ۹۹ درصد است. بدین ترتیب، نتایج این عامل نیز به جامعه آماری قابل تعمیم است. در عامل سوم، یعنی نیاز عشق و تعلق، مقدار معناداری کمتر از ۰/۰۰۱ و ضریب همبستگی پیرسون ۰/۴۸۳ به دست آمده است. این عدد نشان‌دهنده وجود رابطه‌ای مثبت و نسبتاً قوی بین احساس تعلق اجتماعی و رفتار پوششی است. همسویی پاسخ‌های نمونه آماری با این یافته، تعمیم‌پذیری آن را به کل جامعه هدف تأیید می‌کند. در عامل چهارم، یعنی نیاز عزت‌نفس، مقدار معناداری کمتر از ۰/۰۰۱ و ضریب همبستگی پیرسون ۰/۴۵۷ است. این رابطه مثبت و معنادار بیانگر آن است که انتخاب پوشش می‌تواند ابزاری برای کسب احترام، جایگاه اجتماعی و اعتمادبه‌نفس باشد. این نتیجه نیز در سطح اطمینان ۹۹ درصد به جامعه آماری تعمیم‌پذیر است. در عامل پنجم، یعنی نیاز خودشکوفایی، مقدار معناداری کمتر از ۰/۰۰۱ و ضریب همبستگی پیرسون ۰/۵۵۳ به دست آمده است که قوی‌ترین رابطه میان همه ابعاد است. این یافته تأکید می‌کند که پوشش نقش مهمی در بیان فردیت، خلاقیت دارد. نتایج این عامل را نیز با احتمال ۹۹ درصد می‌توان به جامعه زنان تعمیم داد.

۶-۱. تجزیه و تحلیل داده‌ها

از نگاه مازلو، انتخاب نوع پوشش در همه سطوح اهمیت دارد. اما در دو سطح اول، اهمیت آنها کم است، زیرا انتخاب نوع پوشش افراد برای رفع این نیازها کاملاً منطقی است و باید بقا و امنیت را تأمین کند. سطوح باقی‌مانده پیامدهای قوی برای افراد به همراه دارند، زیرا در این مراحل انتخاب نوع پوشش تأثیرات بیرونی و سپس درونی زیادی برای فرد به همراه دارد. نظریه سلسله‌مراتب نیازهای انسان که توسط مازلو مطرح و به هرم مازلو معروف شده است. این موضوع را بیان می‌کند که نیازهای انسان به صورت سلسله مراتبی سازماندهی شده‌اند و ابتدا باید نیازهای پایین‌تر ارضا شوند تا نیازهای بالاتر اهمیت پیدا کنند. در این راستا، پوشش و لباس نیز می‌تواند به عنوان ابزاری برای ارضای این نیازها و بیان هویت، دوستی و موقعیت اجتماعی افراد، به‌ویژه در زنان مورد استفاده قرار گیرد. پس با توجه به سلسله مراتب نیازهای مازلو می‌توانیم رفتار پوششی زنان را در سطح اول، همان نیازهای فیزیولوژیک بدانیم. نیازهایی که به گفته او «پیش‌قدرت‌ترین» نیازها محسوب می‌شوند که باید پیش از سایر نیازها برآورده شوند. او معتقد بود برای انسانی که با کمبودهای شدید مواجه است، انگیزه‌های فیزیولوژیک اصلی‌ترین محرک رفتار خواهند بود (مازلو، ۱۹۴۳: ۳۷۳). به عنوان مثال پوشیدن لباس گرم در زمستان و لباس نازک در تابستان برای خنک نگهداشتن بدن امری اجتناب‌ناپذیر است.

در سطح دوم نیز که نیازهای ایمنی را شامل می‌شوند، پوشش می‌تواند به عنوان ابزاری برای ایجاد حس امنیت و محافظت از خود در برابر خطرات احتمالی مورد استفاده قرار گیرد. همانگونه که مازلو اعتقاد داشت که اگر نیازهای فیزیولوژیکی به خوبی برآورده شوند، مجموعه‌ای جدید از نیازها ظاهر می‌شوند که می‌توانیم آنها را تقریباً به عنوان نیازهای ایمنی دسته‌بندی کنیم (همان: ۳۷۸). به عنوان مثال، زنان ممکن است لباس‌های پوشیده و محافظه‌کارانه بپوشند تا از خود در برابر نگاه‌های ناخواسته و آزار و اذیت سایرین محافظت کنند. پس هر چه نیازهای امنیت و ایمنی بیشتر برآورده شوند، نیازهای تعلق نیز بیشتر برآورده خواهند شد.

در سطح سوم که نیازهای عشق و تعلق را شامل می‌شود، پوشش می‌تواند به عنوان ابزاری برای بیان هویت اجتماعی و تعلق به گروه‌های خاص مورد استفاده قرار گیرد. مازلو نیز در این مورد معتقد است که انسان‌ها پس از تأمین نیازهای اولیه و امنیتی، به دنبال ایجاد ارتباطات معنادار با دیگران، عضویت در گروه‌ها (مانند خانواده، دوستان، جوامع کاری یا فرهنگی) و تجربه عشق و حمایت اجتماعی هستند (مازلو، ۱۹۵۴: ۴۴). پس این موضوع سبب می‌شود تا لباس‌هایی بپوشند که نشان‌دهنده عضویت آن‌ها در یک گروه یا خرده‌فرهنگ خاص باشد، یا لباس‌هایی بپوشند که مورد پسند دوستان و همسالان‌شان باشد.

در سطح چهارم نیازها نیز، نیازهای احترام جای می‌گیرد که پوشش می‌تواند به عنوان ابزاری برای بیان موقعیت اجتماعی، قدرت و اعتمادبه‌نفس مورد استفاده قرار گیرد. به عنوان مثال، زنان ممکن است لباس‌های گران‌قیمت و برندهای معروف بپوشند تا موقعیت اجتماعی خود را نشان دهند، یا لباس‌هایی بپوشند که آن‌ها را قدرتمند و با اعتمادبه‌نفس بیشتری نشان دهد. در سطح پنجم نیز نیازهای خودشکوفایی که در بالاترین بخش هرم مازلو قرار گرفته است، پوشش را به عنوان ابزاری برای بیان خلاقیت و فردیت زنان بیان می‌کند، به عنوان مثال، زنان ممکن است لباس‌هایی با طرح‌ها و رنگ‌های منحصر به فرد بپوشند، یا لباس‌هایی را خودشان طراحی کنند. به‌طور خلاصه و با توجه به جدول شماره ۴

پوشش زنان می‌تواند به عنوان ابزاری برای ارضای نیازهای مختلف آن‌ها در سلسله مراتب مازلو و بیان هویت، دوستی و موقعیت اجتماعی آن‌ها مورد استفاده قرار گیرد.

اگرچه نظریه سلسله مراتب نیازهای مازلو غالباً به صورت الگویی خطی و ثابت ارائه می‌شود، اما شواهد تجربی نشان می‌دهد این ساختار در واقعیت انعطاف پذیر و پیچیده تر است. گرچه افراد در بیشتر موارد نیازهای اساسی خود را مطابق این سلسله مراتب برطرف می‌کنند، اما استثنای معناداری نیز وجود دارد. برای نمونه، برخی افراد عزت نفس را بر عشق مقدم می‌دانند، زیرا آن را ابزاری برای جلب محبت و پذیرش دیگران تلقی می‌کنند. در چنین حالتی، نیاز به احترام بر نیاز به تعلق اولویت می‌یابد. همچنین گاه افراد نیازهای فیزیولوژیک خود را در مسیر دستیابی به نیازهای متعالی تر نادیده می‌گیرند؛ هنرمندی که برای تکمیل اثر خود ساعت‌ها بدون غذا کار می‌کند یا مادری که غذای خود را به فرزندش می‌بخشد، نمونه‌هایی روشن از این وضعیت هستند. افزون بر این، میل به خودشکوفایی می‌تواند چنان قدرتمند باشد که حتی در صورت برآورده نشدن کامل نیازهای پایه نیز آشکار شود. عوامل فرهنگی و اجتماعی نیز بر ترتیب نیازها اثرگذار هستند. در برخی فرهنگ‌ها عشق و تعلق اهمیت بیشتری نسبت به عزت نفس دارد، در حالی که در جوامع دیگر موفقیت و دستاورد در اولویت قرار می‌گیرند. تجربیات فردی نیز می‌توانند باعث جابه‌جایی در اولویت نیازها شوند؛ مثلاً فردی که در گذشته با ناامنی روبه‌رو بوده است، حتی پس از برطرف شدن نیازهای فیزیولوژیک، همچنان امنیت را در صدر نیازهای خود قرار می‌دهد.

در همین راستا، مطالعه میر که بر روی ۳۰۰ دانشجوی زن انجام شد، نتایجی همسو با یافته‌های این پژوهش ارائه می‌دهد. میر نشان داد میان رفتارهای پوششی به عنوان نماد جایگاه اجتماعی و نیاز به عزت نفس و همچنین استفاده از پوشاک برای بهبود ظاهر، رابطه‌ای معنادار وجود دارد. به ویژه، خودارتقای و مدیریت تصویر به عنوان عوامل انگیزشی کلیدی در حفظ عزت نفس مثبت عمل می‌کنند. این شواهد تأیید می‌کند که پوشش نه تنها پاسخی به نیازهای پایه است، بلکه می‌تواند به عنوان ابزاری برای برآورده‌سازی نیازهای بالاتر و تقویت هویت فردی و اجتماعی نیز ایفای نقش کند (۱۸: ۲۰، ۵۷). بنابراین، انعطاف‌پذیری سلسله مراتب نیازها و شواهد حاصل از پژوهش‌های پیشین، از جمله یافته‌های میر بر پیچیدگی رفتارهای انسانی و تفاوت‌های فردی در اولویت‌بندی نیازها دلالت دارد.

جدول ۴. خلاصه یافته‌های کلیدی تاثیر سلسله مراتب مازلو بر رفتار

نیاز مازلو	ضریب همبستگی	سهم تبیین	نکته کلیدی
خودشکوفایی	۰/۵۵۳	۳۰/۶٪	بیان خلاقیت و هویت فردی
فیزیولوژیک	۰/۵۳۶	۲۸/۷٪	راحتی و عملکرد لباس
تعلق و عشق	۰/۴۸۳	۲۳/۳٪	پذیرش اجتماعی
عزت نفس	۰/۴۵۷	۲۰/۹٪	نمایش موقعیت اجتماعی
ایمنی	۰/۲۴۸	۶/۲٪	امنیت فیزیکی/روانی

۵- بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف شناسایی عوامل مؤثر بر رفتار پوششی زنان بر اساس سلسله مراتب نیازهای مازلو انجام شد. پرسش اصلی پژوهش آن بود که چه ارتباطی میان عوامل مؤثر بر رفتار پوششی اجتماع زنان با سلسله مراتب نیازهای مازلو وجود دارد؟ بررسی‌های نظری و تجربی نشان داد که پوشش، برخلاف تصور رایج که تنها کارکردی حفاظتی دارد، پدیده‌ای چندبعدی است که ابعاد زیستی، روانی، اجتماعی و فرهنگی را دربر می‌آورد و به عرصه‌ای برای بیان هویت فردی و اجتماعی تبدیل می‌شود. در چارچوب نظریه مازلو، نیازهای انسانی در پنج سطح از نیازهای پایه تا نیازهای متعالی سازمان یافته‌اند. یافته‌های این پژوهش براساس تحلیل داده‌های پرسشنامه با حجم نمونه ۳۸۴ نفر از زنان دانشجو ۱۸ تا ۳۵ سال، نشان داد که رفتار پوششی یک پدیده چندبعدی است که از تمامی سطوح نیازهای انسانی در هرم مازلو تأثیر می‌پذیرد. نتایج آزمون همبستگی پیرسون نشان داد که هر پنج بُعد نیازهای مازلو با رفتار پوششی رابطه مثبت و معناداری دارند، به گونه‌ای که می‌توان این الگو را با اطمینان به جامعه آماری تعمیم داد. در این میان، نیاز خودشکوفایی با ضریب همبستگی ۰/۵۵۳ و سهم تبیین ۳۰/۶٪، بیشترین کازمپی اسفه، نگار، طالب‌پور، فریده (۱۴۰۵). عوامل مؤثر بر رفتار پوششی زنان بر اساس سلسله مراتب نیازهای مازلو (مطالعه موردی: زنان دانشجو ۱۸ تا ۳۵ سال شهر قم). جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۸ (۲)، ۳۰-۱.

تأثیر را بر رفتار پوششی داشت. این یافته بیانگر آن است که بخش قابل توجهی از انتخاب‌های پوششی زنان جوان، در خدمت بیان فردیت، خلاقیت و تحقق توانمندی‌های شخصی آن‌ها است. این امر نشان می‌دهد که پوشش نه تنها وسیله‌ای برای پوشاندن بدن، بلکه بستری برای نمایش سبک زندگی، نگرش‌ها و هویت فردی است. نیازهای فیزیولوژیک با ضریب همبستگی 0.536 و سهم تبیین 28.7% ، دومین عامل اثرگذار بودند. این بعد به ضرورت‌های کارکردی و راحتی لباس از جمله تناسب اندازه، جنس و شرایط آب‌وهوایی مرتبط است. یافته‌ها نشان می‌دهد که حتی در فضایی که هنجارهای فرهنگی و اجتماعی نقش پررنگی دارند، نیاز به آسایش و کارآمدی پوشش همچنان اهمیت بالایی دارد. نیاز عشق و تعلق با ضریب همبستگی 0.483 و سهم تبیین 23.3% درصد، بیانگر آن است که پذیرش اجتماعی، هم‌رنگی با گروه و پیوند با شبکه‌های اجتماعی تأثیر معناداری بر رفتار پوششی دارند. این یافته اهمیت محیط اجتماعی و گروه‌های مرجع را در شکل‌دهی به الگوهای پوششی زنان جوان برجسته می‌کند. نیاز عزت‌نفس با ضریب 0.457 و سهم 20.9 درصد، نشان می‌دهد که پوشش می‌تواند ابزاری برای تقویت اعتبار اجتماعی، کسب احترام و افزایش اعتمادبه‌نفس باشد. این جنبه بازتابی از میل به خودارزشمندی و دیده شدن در جامعه است. در نهایت، نیاز ایمنی با ضریب 0.248 و سهم 6.2% کمترین تأثیر را داشت، اما همچنان رابطه مثبت و معناداری با رفتار پوششی نشان داد. این بُعد به نقش پوشش در ایجاد حس امنیت، حفاظت فیزیکی و رعایت حریم شخصی اشاره دارد. مجموعه این نتایج ضمن تأیید مدل نظری مازلو، بیانگر آن است که رفتار پوششی تحت تأثیر طیفی از نیازها قرار دارد که از الزامات پایه‌ای تا انگیزه‌های پیچیده‌تر و سطح بالاتر امتداد می‌یابند. پایایی بالای ابزار پژوهش (آلفای کرونباخ کل = 0.877) و حجم نمونه مناسب، اعتبار نتایج و امکان تعمیم آن‌ها به جامعه زنان ۱۸ تا ۳۵ سال را تقویت می‌کند.

بنابراین لباس نه تنها به نیازهای اولیه مانند محافظت در برابر سرما و گرما پاسخ می‌دهد، بلکه در سطوح بالاتر، وسیله‌ای برای بیان احساس تعلق به گروه، کسب احترام اجتماعی و حتی تحقق خلاقیت فردی و خودشکوفایی محسوب می‌شود. این نتایج مؤید آن است که انتخاب نوع پوشش، به مثابه یک رفتار اجتماعی، تنها از ضرورت‌های زیستی ناشی نمی‌شود، بلکه از انگیزه‌های پیچیده‌تری همچون پذیرش اجتماعی، ارتقای منزلت و نمایش سبک زندگی نیز تأثیر می‌پذیرد. از سوی دیگر، یافته‌ها آشکار ساخت که ابعاد مختلف نیازهای انسانی در تأثیرگذاری بر رفتار پوششی، شدت و اولویت متفاوتی دارند. نیازهای کارکردی و فیزیولوژیک همچنان نقش پررنگی در انتخاب لباس ایفا می‌کنند، اما در کنار آن، نیاز به عزت‌نفس و خودشکوفایی نیز به‌طور فزاینده‌ای اهمیت یافته است. این امر نشان می‌دهد که زنان به پوشش نه فقط به عنوان ضرورتی برای حفاظت، بلکه به‌عنوان رسانه‌ای برای بازنمایی خویش و بیان ارزش‌ها و باورهای فردی می‌نگرند. در واقع، لباس در سطح نمادین خود، بخشی از «خود مادی» فرد محسوب می‌شود که هویت اجتماعی او را به دیگران منتقل می‌کند.

از جنبه اجتماعی، نتایج پژوهش بر این نکته تأکید دارد که پوشش ابزاری برای ایجاد پیوند با گروه‌های مرجع و کسب پذیرش از سوی دیگران است. این بُعد به ویژه در بافت فرهنگی جامعه ایران که هنجارهای جمعی در شکل‌دهی به رفتارها نقش پررنگی دارند، اهمیت مضاعف پیدا می‌کند. بدین ترتیب، انتخاب نوع لباس می‌تواند هم ابراز تعلق به یک گروه اجتماعی خاص را نشان دهد و هم زمینه‌ای برای تمایزگذاری فردی باشد. این دوگانگی، نشان‌دهنده پیچیدگی پوشش به عنوان یک رفتار ارتباطی غیرکلامی است. بُعد عزت‌نفس نیز در این میان جایگاه ویژه‌ای دارد. یافته‌های پژوهش حاضر و تأیید پژوهش‌هایی همچون مطالعه میر نشان داد که زنان از طریق انتخاب پوشش، به دنبال نمایش جایگاه اجتماعی، تقویت اعتمادبه‌نفس و جلب احترام هستند. لباس، همان‌طور که میر نیز بیان کرده است، ابزاری برای مدیریت تصویر و خودارتقای محسوب می‌شود و در شکل‌دهی به خودپنداره مثبت نقش دارد. این همسویی نتایج با پژوهش‌های پیشین، اعتبار یافته‌های حاضر را تقویت کرده و نشان می‌دهد که پوشش می‌تواند یکی از سازوکارهای کلیدی در حفظ و ارتقای عزت‌نفس باشد.

در سطح عالی‌تر، پوشش می‌تواند عرصه‌ای برای بروز خلاقیت و تحقق خودشکوفایی باشد. بسیاری از زنان جوان در جامعه امروز، از پوشاک به‌عنوان رسانه‌ای برای بیان فردیت، ارزش‌ها و سبک زندگی خویش استفاده می‌کنند. انتخاب طرح‌ها، رنگ‌ها و سبک‌های خاص، بازتابی از تلاش آنان برای رسیدن به سطحی از بیان اصالت و خلاقیت است که فراتر از ضرورت‌های کارکردی یا هنجارهای اجتماعی قرار دارد. این یافته، با دیدگاه مازلو درباره خودشکوفایی همخوان است و نشان می‌دهد که حتی در موضوعی ظاهراً ساده مانند لباس، انگیزه‌های عمیق روان‌شناختی و میل به تحقق خویش‌نظر حضور دارد. از منظر سیاست‌گذاری فرهنگی، نتایج این پژوهش بر ضرورت نگاه جامع و چند لایه به موضوع پوشش دلالت دارد. اتخاذ رویکردی که صرفاً بر جنبه‌های حفاظتی یا هنجاری پوشش تأکید کند، نمی‌تواند پاسخگوی نیازهای چندبُعدی زنان باشد. سیاست‌ها و برنامه‌ها در حوزه فرهنگ و مد باید همزمان ابعاد کارکردی، امنیتی، اجتماعی، اعتباری و خلاقانه پوشش را در نظر بگیرند. تنها در چنین شرایطی می‌توان رضایت و پذیرش اجتماعی پایدار را در زمینه پوشش فراهم کرد. همچنین توجه به تفاوت‌های فردی و فرهنگی در اولویت‌بندی نیازها می‌تواند به طراحی سیاست‌هایی منجر شود که واقع‌بینانه‌تر و اثربخش‌تر باشند.

به‌طور کلی، نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که پوشش زنان پدیده‌ای پویا و معنادار است که در پیوندی پیچیده با سطوح مختلف نیازهای انسانی قرار دارد. این موضوع نه تنها اهمیت نظریه مازلو را در تحلیل رفتارهای اجتماعی تأیید می‌کند، بلکه بُعد فرهنگی و اجتماعی پوشاک را نیز برجسته می‌سازد. در نتیجه، می‌توان گفت انتخاب پوشش توسط زنان جوان جامعه امروز، بازتابی از تلاش آنان برای پاسخگویی همزمان به طیفی از نیازهاست که از ضرورت‌های پایه تا انگیزه‌های متعالی امتداد می‌یابد. این نتیجه‌گیری می‌تواند مبنایی برای پژوهش‌های آینده در حوزه جامعه‌شناسی پوشش و نیز سیاست‌گذاری‌های فرهنگی و آموزشی باشد.

پژوهش حاضر با محدودیت‌های نیز مواجه بود که از آن جمله می‌توان به دو مورد اشاره کرد: محدودیت جغرافیایی و جمعیتی: جامعه آماری پژوهش فقط شامل زنان دانشجوی ۱۸ تا ۳۵ ساله شهر قم می‌شود. بنابراین، تعمیم نتایج به تمامی زنان ایران، سایر گروه‌های سنی، زنان غیردانشجو یا شهرهایی با بافت فرهنگی متفاوت باید با احتیاط صورت گیرد. این پژوهش در یک مقطع خاص از زمان (بهار ۱۴۰۴) انجام شده است. رفتار پوششی و اولویت‌های نیازها می‌تواند تحت تأثیر عوامل مختلف (مانند تغییرات اجتماعی، فصل، مد) در طول زمان تغییر کند.

ملاحظات اخلاقی

پیروی از اصول اخلاق پژوهش

در مطالعه حاضر فرم‌های رضایت نامه آگاهانه توسط تمامی آزمودنی‌ها تکمیل شد.

حامی مالی

هزینه‌های مطالعه حاضر توسط نویسندگان مقاله تامین شد.

مشارکت نویسندگان

مقاله محصول مشارکت مشترک نویسندگان است.

تعارض منافع

بنابر اظهار نویسندگان مقاله حاضر فاقد هرگونه تعارض منافع بوده است.

منابع

- خداپناهی، محمدکریم (۱۳۷۹). *انگیزش و هیجان*. تهران: انتشارات سمت.
- هجری، علی؛ قاسمعلی‌پور، حسن؛ قدیمی، بهرام؛ آفرینش خاکی، اکبر (۱۴۰۴). ارائه الگوی مفهومی مدیریت بدن آقایان ورزشکار بدنساز با رویکرد جامعه‌شناختی. *فصلنامه علمی جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۷ (۴)، ۱-۱۲.
- درجانی، حسین (۱۴۰۳). بررسی سلسله‌مراتب نیازهای مازلو در بین کارکنان موسسات حسابرسی: با تأکید بر رضایت شغلی و نیازهای حسابرسان. استاد راهنما امین رستمی، دانشگاه اصفهان، دانشکده علوم اداری و اقتصاد.
- رضایی، سمیه (۱۳۹۵). بررسی دگرگونی شخصیت‌های داستانی، در داستان کوتاه فارسی براساس نظر مازلو. استاد راهنما جواد دهقانپان، رساله دکتری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه هرمزگان.
- سلطانی، محمدرضا؛ ازگلی، محمد؛ احمدنیا آلاشتی، سیامک (۱۳۹۵). درآمدی بر نقد و نظریه سلسله‌مراتب نیازهای مازلو. *نشریه مطالعات رفتار سازمانی*، ۱ (۵).
- سرشارسراگهی، محدثه (۱۳۹۳). نقد و بررسی نظریه مازلو درباره نیازهای انسان از دیدگاه قرآن. استاد راهنما سیدمحسن میرباقری، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.
- شولتز، دوان؛ الن شولتز، سیدنی (۱۳۷۷). *نظریه‌های شخصیت*. ترجمه یحیی سیدمحمدی، تهران: هما.
- علیگو، محمود؛ موحّد، مجید؛ حمیدی‌زاده، احسان (۱۴۰۱). مطالعه جامعه‌شناختی نسبت ابعاد چهارگانه هویت (مطالعه موردی نوجوانان شهر سنندج). *فصلنامه جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۴ (۲)، ۱۷۳-۱۵۵.
- عنایت، حلیمه؛ گراوند، فاطمه؛ فتوح‌آبادی، رقیه (۱۴۰۰). کیفیت زندگی و ارتباط آن با عوامل اجتماعی-روانی (مورد مطالعه: زنان سرپرست خانوار شهر شیراز). *فصلنامه جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۳ (۴)، ۸۸-۱۰۹.
- گریگوری، جس فیست و جی فیست (۱۳۹۱). *نظریه‌های شخصیت*. ترجمه یحیی سیدمحمدی، تهران: روان.
- مازلو، ابراهام (۱۳۶۷). *انگیزش و شخصیت*. ترجمه احمد رضوانی، مشهد: آستان قدس رضوی.

References

- Barnard, M. (2014). *Fashion theory: An introduction*. Routledge.
- Crandall, A., Powell, E. A., Bradford, G. C., Magnusson, B. M., Hanson, C. L., Barnes, M. D., ... & Bean, R. A. (2020). Maslow's hierarchy of needs as a framework for understanding adolescent depressive symptoms over time. *Journal of Child and Family Studies*, 29(2), 273-281.
- De Carvalho, R. J. (1991). Abraham H. Maslow (1908-1970) An Intellectual Biography. *Thought: Fordham University Quarterly*, 66(1), 32-50. <https://doi.org/10.5840/thought199166141>.
- Foxall, G. R. (2014). *Consumer behaviour (RLE consumer behaviour): A practical guide*. Routledge.
- Griffin, E. M. (2006). *A first look at communication theory*. Mc Graw-hill.
- Ghaleb, B. D. S. (2024). Towards A Dynamic Model of Human Needs: A Critical Analysis of Maslow's Hierarchy. *International Journal of Multidisciplinary Approach Research and Science*, 2(03), 1028-1046. DOI:10.59653/ijmars. v2i03.674.
- Keogan, K. (2013). The relationship between clothing preference, self-concepts and self-esteem. *Department of Psychology DBS School of Arts*.
- KWON, Y. H., & DRAYTON, M. A. (1987). Factors affecting the selection of clothes on daily basis: male and female differences. *Journal of Consumer Studies & Home Economics*, 11(1), 57-69. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.1987.tb00130.x>
- Lennon, S. J., Johnson, K. K., & Rudd, N. A. (2017). *Social Psychology of Dress*. Bloomsbury Publishing USA.
- McLeod, S. (2024). Maslow's hierarchy of needs. *Simply psychology*, 1(1-18). <https://www.simplypsychology.org/maslow.html>
- McLeod, S. (2019). What's the difference between qualitative and quantitative research? *Simply Psychology*, 30. <https://www.simplypsychology.org/qualitative-quantitative.html>
- Maslow, A. H. (1954). *Motivation and Personality*. New York: Harper & Row, Publishers. S, Inc.
- Maslow, A. H. (1962). Towards a Psychology of Being. *The Structurist*, (3), 4.
- Mair, C. (2018). *The psychology of Fashion*. Routledge.
- Maslow, A. (1943), A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*, 50: 370-96.
- Maslow, A. H. (1970). *Motivation and Personality*. New York: Harp and Row.
- Montag, C., Sindermann, C., Lester, D., & Davis, K. L. (2020). Linking individual differences in satisfaction with each of Maslow's needs to the Big Five personality traits and Panksepp's primary emotional systems. *Heliyon*, 6(7). DOI: 10.1016/j.heliyon. 2020.e04325.
- Nwonye, N. U., Ibokette, M. U., & Esiowu, P. A. (2024). Socio-economic and Psychological Factors Affecting Clothing Consumption Among Female Undergraduates in University of Uyo, Nigeria. *International Journal of Home Economics, Hospitality and Allied Research*, 3(2), 104-127.
- Perry, M. O. R., Schutz, H. G., & Rucker, M. H. (1983). Clothing interest, self-actualization, and demographic variables. *Home Economics Research Journal*, 11(3), 280-288. <https://doi.org/10.1177/1077727X8301100309>
- Rampathi, C., & Bashier, M. (2020). The effect of reward on employee motivation in retail clothing stores.
- Taormina, R. J., & Gao, J. H. (2013). Maslow and the motivation hierarchy: Measuring satisfaction of the needs. *The American journal of psychology*, 126(2), 155-177. DOI:10.5406/amerjpsyc.126.2.0155
- Tay, L., & Diener, E. (2011). Needs and subjective well-being around the world. *Journal of personality and social psychology*, 101(2), 354. DOI: 10.1037/a0023779
- Wahba, M. A., & Bridwell, L. G. (1976). Maslow reconsidered: A review of research on the need hierarchy theory. *Organizational behavior and human performance*, 15(2), 212-240. [https://doi.org/10.1016/0030-5073\(76\)90038-6](https://doi.org/10.1016/0030-5073(76)90038-6).
- Ward, D., & Lasen, M. (2009). An overview of needs theories behind consumerism. *Journal of Applied Economic Sciences*, 4(1), 137-155.

- Zhao, S. (2014). Self as an emic object: A re-reading of William James on self. *Theory & Psychology*, 24(2), 199-216.
- Zhao, S. (2014). Self as an emic object: A re-reading of William James on self. *Theory & Psychology*, 24(2), 199-216.