



نقش احیای پوشاک سنتی ایرانی در توسعه گردشگری مد (مطالعه موردی: پوشاک سنتی اقوام یزدی و زرتشتی)

گیتا اشغلی فراهانی^{۱*}، ابوالفضل مرادی^۲

۱- کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی، گرایش برنامه ریزی توسعه، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران

۲- دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

*gita.farahani1393@gmail.com

ارسال: آبان ماه ۱۴۰۱ پذیرش: آذر ماه ۱۴۰۱

چکیده

امروزه بسیاری از پوشش های سنتی اقوام ایرانی با ظهور جلوه های جدید رنگ و طرح های گوناگون شهری، تبدیل به صنایع دستی شده اند و بیشتر گونه های آن را باید در موزه های مردم شناسی و باستان شناسی یافت. با توجه به تنوع بالای پوشاک سنتی در کشور ایران، اگر در جهت احیا و تقویت تولید این نوع پوشاک، برنامه ریزی و سرمایه گذاری های کلان انجام گیرد، کشور ایران می تواند به مقصدی جذاب برای گردشگری مد در جهان تبدیل شود و گردشگران علاقه مند به پوشاک سنتی ایرانی را از همه جای جهان به خود جذب کند. در این راستا، پژوهش حاضر، با هدف تبیین نقش احیای پوشاک سنتی اقوام یزدی و زرتشتی در توسعه گردشگری مد، صورت گرفته است. روش انجام پژوهش، توصیفی- تحلیلی است و با استناد به مطالعات کتابخانه ای نگارش یافته است. نتایج پژوهش نشان می دهد که، احیای پوشاک سنتی، به خصوص پوشاک سنتی اقوام یزدی و زرتشتی، در جهت توسعه گردشگری مد، اثرات مثبت اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و زیست محیطی، برای کشور و جامعه مقصد به همراه دارد.

کلمات کلیدی: پوشاک، سنتی، گردشگری مد، یزدی، زرتشتی.

۱- مقدمه

صنعت گردشگری به عنوان یکی از بزرگترین صنایع جهان، مهم ترین منبع درآمد و ایجاد فرصت های شغلی برای بسیاری از کشورهای دنیاست. این صنعت از دو جهت حائز اهمیت است: نخست، موجبات آشنایی ملل با دیگر فرهنگ ها، نژاد ها، قوم ها، سرزمین ها و گویش ها را فراهم می کند، و دوم از نظر اقتصادی، منبع تامین درآمد و ارزش محسوب می شود [۱]. بر همین اساس، یکی از راهبرد هایی که اخیراً در غالب کشورهای جهان مورد توجه قرار گرفته، توسعه و گسترش توریسم در نواحی دارای پتانسیل گردشگری، می باشد. در این میان کشور ایران، با داشتن قابلیت های فراوان، یکی از کشورهای بالقوه گردشگری جهان است که نیازمند شناسایی هرچه بیشتر توانمندی ها و قابلیت های نقاط مستعد و برنامه ریزی دقیق جهت امکان سنجی این مناطق به لحاظ توان جذب گردشگر است [۲].

از طرفی امروزه دیگر، تنها آثار تاریخی وسیله جذب توریسم به کشورهای در حال توسعه، که اکثراً دارای تمدنی کهن هستند، نبوده بلکه همراه آن فرآورده های دستی با طرح ها و اصالت های ویژه خود مطرح هستند و می توانند مکمل دیدنی های تاریخی هر کشور باشند. یکی از نشانه های فرهنگی در مناطق مختلف جهان و ایران پوشاک سنتی است. به اعتقاد کارشناسان، پوشاک،

بارزترین سمبل فرهنگی است، که عامل مهمی در جذب گردشگر قلمداد می شود [۳]. از سوی دیگر، گردشگری مد به طور فزاینده ای به بخشی از صنعت توریسم تبدیل شده است [۴]. گردشگری مد، نوعی از گردشگری است، که با گردشگری خلاق، گردشگری فرهنگی و گردشگری خرید آمیخته است. در گردشگری مد، گردشگران به دنبال آشنایی با طراحان مد، طرح های جدید، مارک های جهانی و از همه مهم تر، فرهنگ و محصولات محلی و سنتی کشورها هستند. برای کاهش تاثیرات منفی این نوع از گردشگری، گردشگری مد سنتی، مطرح است که گردشگران را به خرید لباس هایی که از مواد طبیعی ساخته شده تشویق می کند. در گردشگری مد سنتی، منسوجات سنتی که در خیاطی و یا طراحی پارچه آنها، از عناصر فرهنگ محلی استفاده می شود، مورد توجه قرار می گیرد [۵]. پوشاک سنتی ایرانی دارای قدمت بسیاری است که در گستره جغرافیایی وسیع، تنوع اقلیمی و تقابل اقوام بومی و مهاجم پا گرفته و بالیده است. اما متأسفانه، امروزه در حال تبدیل شدن به یک کالای موزه ای است و پوشش های غربی به مرور جایگزین آن شده است [۶].

به عنوان نمونه، پوشاک سنتی اقوام یزدی و زرتشتی بر اثر مرور زمان دستخوش تحولاتی گردید، تا به امروز که دیگر، لباسشان با لباس مسلمانان تفاوتی ندارد، البته در شهر یزد و برخی نواحی زرتشتی نشین برخی از زنان و مردان زرتشتی لباس سنتی خود را هنوز حفظ کرده اند. اما چنانچه این بخش از میراث فرهنگی، به واسطه گردشگری مد احیا نشود، به ورطه فراموشی سپرده خواهد شد. بنابراین هدف پژوهش حاضر، تبیین نقش احیای پوشاک سنتی یزدی و زرتشتی در توسعه گردشگری مد کشور ایران است. در راستای مباحث مذکور، این سوال مطرح می شود که احیای پوشاک سنتی یزدی و زرتشتی چه نقشی در توسعه گردشگری مد در کشور ایران دارد؟

۲- مبانی نظری

۲-۱- پوشاک سنتی

از زمان کهن، مقوله پوشش، ارزش خاص و ویژه ای برای بشر داشته است و بی تردید نقش بسیار مهمی نیز در فرهنگ و تمدن بشری بازی می کند. پوشش از نظر لغوی به معنی پوشاندن می باشد و به هر چیزی که روی چیز دیگری را بپوشاند، پوشاک می گویند [۷]. فکر ایجاد لباس، ناشی از احتیاج انسان به دفاع از عوارض طبیعی، به خصوص در مقابل سرما بوده است. لیکن لباس نیز مثل هرگونه وسیله زندگی که پا از دایره رفع احتیاج ابتدایی بیرون می گذارد، حالت تفننی به خود گرفته و در طول زمان از صورت ابتدایی خود بیرون آمده است. اقوام مختلف روی زمین هر یک بنا به مقتضیات اقلیمی، آداب و رسوم و فرهنگ و تمدن خود، به ایجاد لباس های گوناگون پرداخته و در دوخت، شکل و تزئین آن، ابتکارات گوناگون به وجود آورده اند. مطالعه و نمایش تطور لباس های یک ملت، امروزه، نه تنها از لحاظ تعقیب سیر تاریخی و درک زیبایی و تنوع آن ها قابل تعمق است، بلکه از نظر فهم روانشناسی و عادات و رسوم مخصوص آن ملت نیز شایان توجه می باشد. بنابراین از مطالعه انواع پوشاک در زمان ها و مکان های مختلف می توان به روحیات یک قوم نیز پی برد [۸].

اگرچه در گذشته به مقتضای عوامل مختلف مانند: درآمد اقتصادی، نوع کار، مواد اولیه، باورها، هنرهای اجدادی و غیره، از پوشش های متنوع و متعددی استفاده می شده است، اما امروزه، به جز در برخی از روستاها این نوع پوشش به دست فراموشی سپرده شده است. لباس های محلی و سنتی، از دوخت و تزئین ها و نقش هایی برخوردارند، که در عین هماهنگی و زیبایی، متنوع نیز هستند. این تنوع در مورد پوشاک و همچنین پارچه و بافته های سنتی در روستاها، منبع الهام مناسبی برای بهره برداری و استفاده کاربردی جهت انتقال طرح، نقش و رنگ به پوشاک شهر و فرهنگ شهری است؛ البته با رعایت اصول و ساختارهای مناسب برای فضای فرهنگی شهرها. تاریخ نشان داده که ایران، دارای فرهنگ و هنری غنی و پر بار، از گذشته تا امروز بوده و لازم است برای احیاء مجدد ارزش های نهفته اما حاکم بر هنر و فرهنگ ایرانی، آن ها را دوباره در زندگی امروز به کار گیریم. لباس سنتی ایرانیان بیش از سی نوع است، که برخی از این لباس ها با اندک تغییری، مناسب برای فضای جامعه امروزی خواهد شد که علاوه بر

جذابیت، منحصر به فرد بودن، زیبایی و شکیل بودن؛ راحت، مناسب و برگرفته از سنت های بومی مناطق مختلف است و اثربخشی بی بدیلی بر میراث فرهنگی ایرانی گذاشته و به نوعی با رویکردهای جدید، محافظت از میراث فرهنگی محسوب می شود [۹].

۲-۲- حفاظت از پوشاک سنتی

پور فرج و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهش خود با عنوان "جایگاه لباس های کردی در گردشگری مورد مطالعه کرمانشاه و کردستان"، ۷ عامل را ذکر کرده اند، که در صورت اجرایی شدن آن ها، از بی توجهی به پوشش سنتی و فراموش شدن آن، جلوگیری می شود [۱۰]. این ۷ عامل در جدول شماره ۱ آورده شده است.

جدول ۱- عوامل موثر در حفاظت از پوشاک سنتی [۳]

ردیف	عنوان	توضیحات
۱	ایجاد هویت گروهی	لباس مانند زبان علاوه بر هویت قومی، اجتماعی و جغرافیایی، وابستگی های شغلی-صنفي، سیاسی، مذهبی، شان و منزلت اجتماعی، اقتصادی و طبقاتی، تفاوت های سنی و جنسی را مشخص می کند. برای این که عملکرد اجتماعی و فرهنگی لباس در هویت سازی قشرهای جامعه ای را دریابیم، لازم است لباس مردم را همچون مجموعه ای از نشانه های زبانی مادی بنگریم و بررسی و تحلیل کنیم.
۲	خرید سوغاتی	اگر دولت مردان و سازمان میراث فرهنگی از لباس سنتی به عنوان سوغات حمایت کنند. به این صورت که آن را معرفی کنند و قیمت ثابت و بدون تغییر نه تنها برای لباس بلکه برای صنایع دستی در نظر بگیرند، می تواند عاملی برای جذب گردشگر برای خرید لباس سنتی به عنوان سوغاتی باشد.
۳	افزایش تنوع لباس	عوامل تاثیر گذاری بر لباس محلی وجود دارد که باید به مبادلات فرهنگی، تهاجم فرهنگی، نوسانات اقتصادی و وضعیت معیشتی مردم، عوامل سیاسی، عوامل مذهبی و سنتی، شرایط جغرافیایی، اقلیم و آب و هوا، شرایط اجتماعی و شیوه زندگی مردم توجه نشان داده شود، چرا که تمامی این عوامل باعث ایجاد تنوع در لباس سنتی مناطق مختلف شده است.
۴	اشتغال و درآمدزایی	در این جا می توان جنبه های اقتصادی و سودآوری لباس محلی و بومی را اینگونه مطرح کرد که: (۱) ابزاری برای جذب گردشگران خارجی (۲) تولید صنعتی در خدمت محصول کاملاً سنتی (۳) اهرمی قدرتمند برای گردشگری خلاق.
۵	افزایش جشنواره و موزه های لباس	بهره گیری از آخرین دست آوردهای دنیا در زمینه طراحی لباس، راهی مناسب در جهت ایجاد انگیزه و حس رقابت در میان طراحان می باشد تا با آگاهی از روند رشد این طراحیها به خلق آثار بدیع و زیبا و الهام گرفته از فرهنگ ایرانی بپردازند، که جشنواره و موزه های لباس موقعیت های خوبی برای طراحی هر چه بهتر لباسهای سنتی هستند.
۶	تبلیغات	در تبلیغات برای این که یک کالا پرفروش باشد، احتیاج به ایجاد شرایطی است که عبارتند از: (۱) کالاها را به راحت ترین شکل ممکن طراحی کرد (۲) مشتریان باید بتوانند آن را به راحتی تهیه کنند (۳) شرایط ویژه برای محصولات در نظر گرفته شود (۴) توصیف ویژگی های محصولات یا برند (۵) در نظر گرفتن علاقه مشتریان.
۷	استفاده از لباس سنتی در نمایش افسانه و داستان های محلی	افسانه و داستان هر قوم و نژادی، انعکاس آئینه وار زندگی روزمره آن قوم و نژاد می باشد. با استفاده از لباس سنتی می توان از این داستان ها و افسانه ها، نمایش های سنتی و محلی اجرا کرد، که این امر سبب جذب گردشگران و لذت بردن آن ها از دیدن این نوع لباس ها می شود.

۲-۳- مد

مد، لغتی فرانسوی، به معنای روش و طبقه موقت، که طبق ذوق و سلیقه اهل زمان، طرز زندگی و لباس پوشیدن و غیره را تنظیم کند. حقیقت این است که مد به عنوان یک ابزار برای تغییر درون و عمق است؛ برای جا انداختن فرهنگ و شیوه هایی از زندگی رایج در میان جوامع بشری. پیترو اسمیت معتقد به سه سطح برای ارزش های زیبایی شناختی است و بر طبق گفته وی بیشترین تغییرات در سطح مد انجام می شود، در فاصله های کوتاه زمانی، چیزی جای چیزهای قبلی را می گیرد و باعث تغییر سلیقه می گردد [۱۱]. با اینکه صنعت مد برای اولین بار در اروپا و آمریکا توسعه یافته است؛ اما امروزه تبدیل به صنعتی چند میلیارد دلاری بین المللی و جهانی شده که شامل چهار سطح می باشد، این چهار سطح عبارتند از: تولید مواد اولیه، تولید محصولات مد توسط طراحان و تولیدکنندگان، خرده فروشی و اشکال مختلف تبلیغات و ترویج [۱۲].

مد، به عنوان یک پدیده ای همزمان فرهنگی و جهانی، در بسیاری از شهرها، به ویژه کلانشهرهای بزرگ که نقش برجسته ای را بر عهده دارد، مانند پاریس، لندن، میلان یا نیویورک به یک عامل جذاب تبدیل شده است. در کشورهایی که مد از شهرت و اعتبار جهانی برخوردار نیست، ظهور جنبش های مد بیشتر با خصوصیات فرهنگی محلی همراه است، که توسط طراحان مد به

عنوان منبع الهام و تمایز استفاده می شود. در شهرهای بزرگ، طراحان و مارک های مشهور جهان از اهمیت شناخته شده ای برخوردار هستند. با این حال، در شهرهای کوچک تر، به طور کلی با میراث فرهنگی و هنری همراه است. مد در بعضی از مناطق به عنوان یک پیشنهاد خاص، با اصالت و تمایز ریشه های تاریخی یا با الهام از فرهنگ محلی ظاهر می شود [۱۳].

آغاز مدگرایی در ایران به سال ۱۳۲۱ ه.ش برمی گردد؛ که زینت جهانشاه به همراه همسرش از سوئیس به ایران بازگشتند؛ یکسال بعد، او خیاط خانه خود را در خیابان امیریه تأسیس کرد و با همراهی پنج کارگر هر آنچه را که در طول سفرها و اقامت در فرنگ آموخته بود، به خانم های تهرانی عرضه کرد. جهانشاه برای اینکه مشتریان، علاوه بر آشنایی با طرز کار او، برای اولین بار مجموعه لباس و مد را بشناسند، خیاط خانه خود را با یک نمایش مد در تهران افتتاح کرد. طراحان مد تلاش می کنند، بدانند که هر نوع لباس چه مخاطبی دارد و در چه موقعیتی پوشیده می شود. آنها برای انجام این مهم، طیف گسترده ای از مواد، رنگ ها، الگوها و سبک ها را در اختیار دارند. درباره لباس امروز نیز باید گفت، بیشتر از آن که پوششی مناسب باشد، تصویر و تبلیغ و گاه تهاجم فرهنگی و کاملاً بیگانه است. بنابراین آنچه از معنای مد در جامعه ما باید مدنظر قرار گیرد، مدی است که طراحی لباس آن بر اساس فرهنگ غنی ایرانی باشد [۹].

۲-۴- گردشگری مد

امروزه معماری، مد و توریسم، فراتر از یک صنعت، به مثابه یک پدیده پویای جهانی و اجتماعی، دارای پیچیدگی های خاص خویش است. کشورهای پیشرفته جهان، معماری، مد و توریسم را بهترین راه اعتلای فرهنگ، ایجاد تفاهم بین المللی و دستیابی به درآمدهای سرشار اقتصادی می دانند. هرچه فضای توریسم شکل گرفته، اصیل و از فرهنگ و آداب و رسوم قدیمی برخوردار باشد، جاذبه بیشتری را برای گردشگران به وجود می آورد [۱۴].

در این میان مد چهره دهکده جهانی است، که پیام های مختلفی در مورد هویت فرهنگی، متمایز بودن، مارک های جهانی، بازتاب های محلی، اصالت و سنت فرهنگی در مقابل تولید انبوه را، در بر دارد و ما به عنوان گردشگر و مصرف کننده، این پیام ها را تقریباً به صورت ناخودآگاه جذب می کنیم و بر اساس نحوه پردازش این پیام ها، تصمیم گیری می کنیم؛ نتیجه این است که دنیای مد با دنیای جهانگردی همگرایی می کند و به طور فزاینده ای جهانگردی مد به بخشی از صنعت توریسم تبدیل می شود [۴].

گردشگری مد، نوعی از گردشگری است که با گردشگری خلاق، گردشگری فرهنگی و گردشگری خرید، آمیخته است. این شکل از گردشگری نوعی تعامل بین سازمان های بازاریابی مقصد، انجمن های تجاری، جوامع میزبان و گردشگران به عنوان مصرف کننده، ایجاد می کند. انگیزه بسیاری از گردشگرانی که برای مد به یک مقصد سفر می کنند، تجارت، تفریح، بازدید از نمایش های مد، خرید لباس، تجربه و مطالعه مد است. بنابراین، می توان گفت گردشگری مد پدیده ای است که در آن گردشگران برای لذت بردن و کسب تجربه در مد، سفر می کنند. از جمله برخی راهکارها برای ارتقا این نوع از گردشگری، می توان به تاسیس موزه مد و برگزاری هفته مد در شهرهای مختلف دنیا به منظور جذب گردشگر، اشاره کرد. امروزه گردشگری مد به یک صنعت مصرفی تبدیل شده است که افراد زیادی را به خود جذب کرده و می تواند مزایای رقابتی در یک مقصد ایجاد کند. در زمینه ترویج گردشگری مد، نظرات مثبت و منفی بسیاری وجود دارد. برای کاهش تاثیرات منفی این نوع گردشگری، مفهوم گردشگری مد سنتی ظهور یافته است که در مقابل گردشگری انبوه و مد سریع، قرار دارد. این نوع گردشگری مد، مفهوم پایداری را دنبال می کند و الهام گرفته از طرح های سنتی و یا استفاده از روش های سنتی حرفه ای است. گردشگری مد سنتی نه تنها مصرف گرایی را کاهش می دهد و هرگز منسوخ نمی شود، بلکه برای احیای مولفه های فرهنگی و ایجاد کارآفرینی نیز تلاش می کند و فرصت هایی را برای نیروی انسانی، به ویژه زنانی که در این زمینه آموزش دیده و مهارت کافی دارند، به وجود می آورد. در واقع این نوع گردشگری، گردشگران را به خرید لباس هایی که از مواد طبیعی ساخته شد، تشویق می کند [۵]. مارینی معتقد است که لباس های سنتی و مدرن می تواند چیز های زیادی در مورد تاریخ و فرهنگ جوامع نشان دهد و این امر از نظر گردشگری ارزشمند است [۱۵].

اگر بخواهیم تعریف دیگری از گردشگری مد ارائه بدهیم می‌توانیم بگوییم نوعی از گردشگری است که در واقع به گردشگر در فضایی متفاوت از فضای خودش حس متفاوت می‌دهد که می‌تواند هنگام بازگشت به خانه در زمینه پوشش حرفی برای گفتن داشته باشد یا از پوششی استفاده کند که پیش از آن شجاعت استفاده از آن را نداشته است. مثل گردشگرانی که تجربه استفاده از روسری را برای نخستین بار پیدا می‌کنند و با آن عکس یادگاری می‌گیرند یا آنها که در سفر به کشورهای شرق آسیا یا آفریقا از بافت مو استفاده می‌کنند و یا خریدن "عبایا" از کشورهای خلیج فارس و کیمونو از ژاپن [۱۶].

۲-۵- پیشینه تحقیق

در جدول شماره ۲، مهم ترین منابع داخلی و خارجی که به طور مستقیم با موضوع تحقیق ارتباط داشته، مورد بررسی قرار گرفته است.

جدول ۲-پیشینه مطالعات داخلی و خارجی مرتبط با موضوع پژوهش

نویسنده	عنوان	نتایج	سال
داودی رکن آبادی و همکاران	تحلیل جامعه شناختی پوشش روزمره و آیینی زنان در میان اقلیت های مذهبی، مطالعه موردی: زرتشتیان و مندائیان	زرتشتیان و مندائیان با داشتن پوششی متحد الشکل، گرایش بالایی به حفظ هویت قومی از طریق پوشاک دارند، البته این گرایش به پوشش سنتی غالباً محدود به مراسم و اجتماعات خصوصی آنان است و در زندگی روزمره پوششی همانند سایر ایرانیان را ترجیح می دهند.	۱۴۰۱
صادقی و همکاران	مطالعه تطبیقی پوشش محلی مردم هرمزگان با زرتشتیان	در پوشش محلی مردم هرمزگان و زرتشتیان، مشخص است که زنان بندری و زرتشتی به حجاب و پوشش سر اهمیت میدهند و هر دو گروه از لچک استفاده میکنند. مردان بندری و زرتشتی نیز پوششی خاص و منحصر به فرد دارند و هر دو گروه از پیراهن استفاده میکنند.	۱۳۹۹
حیدری منفرد	نقش گردشگری در حفاظت از پوشش سنتی، مطالعه موردی: پوشش سنتی کردهای ایران	همکاری سازمان های مربوطه در حوزه گردشگری، ایجاد نمایشگاه، خرید پوشش سنتی به عنوان سوغات، تنوع در لباس و غیره، می تواند در حفاظت از پوشش سنتی موثر باشند.	۱۳۹۸
حریر فروش	امکان سنجی فرهنگ پوشش لباس اقوام ایرانی به مثابه جاذبه گردشگری، مطالعه موردی: اقوام ترکمن، مازنی و گیلک	بررسی و تحلیل عوامل موثر در برنامه ریزی و توسعه فرهنگی را با توجه به جایگاه فرهنگ و پوشش اقوام به عنوان جاذبه توریستی و میراث فرهنگی و همچنین اهمیت لباس اقوام به عنوان بازتابی از هویت و فرهنگ ایران زمین	۱۳۹۶
پورفرج و همکاران	جایگاه لباس کردی در گردشگری، مطالعه موردی؛ کرمانشاه و کردستان	حمایت دولتمردان و سازمان میراث فرهنگی از تولیدکنندگان لباس های سنتی و تبلیغات برای آنان در جوامع عمومی و همچنین متوجه کردن اقشار مختلف جامعه از ارزش این محصولات فرهنگی بسیار موثر واقع خواهد شد.	۱۳۹۶
لیبراتو و همکاران	هفته های مد به عنوان محرک توسعه پایدار در مقاصد گردشگری	صنعت مد پرتغال به شهر پورتو ارزش می افزاید و به توسعه پایدار از دیدگاه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کمک می کند و بسیار مهم است که چندین ذی نفع شهر همکاری کنند تا منافع حاصل از این رویداد در مقاصد گردشگری به حداکثر برسد.	۲۰۲۲
ترابی فارسانی و جمشیدی ^۲	بررسی تاثیرات مثبت گردشگری مد سنتی	در قالب نتایج تحقیق نوعی از گردشگری مد را می توان تعریف کرد که به آن گردشگری مد سنتی گفته می شود که به دنبال اهداف پایداری است و و ترویج آن در مقصد ۶ اثر مثبت اقتصادی ۱۱ اثر فرهنگی اجتماعی و ۴ اثر مثبت زیست محیطی را به همراه دارد.	۲۰۲۰
سیرینسا ^۳ و همکاران	پتانسیل صنعت مد برای توسعه گردشگری در سریلانکا	پتانسیل عظیمی برای صنعت مد وجود دارد تا با ترویج کلمبو به عنوان یک شهر مد، سهمی حیاتی در توسعه گردشگری در سریلانکا داشته باشد. اما این بستگی به چارچوب مناسب برای توسعه، حمایت مالی دولت از تمامی ذی نفعان صنعت مد و گردشگری و تلاش های بازاریابی و تبلیغاتی موثر دارد.	۲۰۱۹

¹ Liberato

² Torabi Farsani & Jamshidi

³ Sirisena

۲۰۱۹	یک کشور باید میراث خود را به دلیل تاثیر پایدار آن در ذهن گردشگران در بالا بردن خاطرات خوب و تجربه فراموش نشدنی در یک مقصد خاص حفظ کند، همچنین این مقاله درک بیشتر گردشگری و عوامل جذب توریست از جمله پوشاک سنتی، غذا، موسیقی، رقص، سوغاتی و ... را توسعه می دهد.	پوشاک سنتی، سوغات و غذا به عنوان عوامل جذب توریست	الدباغ ^۱
۲۰۱۷	صنعت مد با نرخ های بالایی در حال توسعه است، به همین دلیل است که کشورها باید سیاست های ویژه ای را برای ترویج گردشگری مد، اعمال کنند.	صنعت مد و گردشگری خرید	تومسیان ^۲
۲۰۱۷	فرهنگ غنی و تاریخی ایران پتانسیل زیادی برای توسعه صنایع مختلف از قبیل صنعت مد دارد و ایران می تواند شانس خود را برای ورود به دنیای مد و صنعت گردشگری امتحان کند، البته این امر به تحقیق و توسعه زیرساخت های اساسی، نیازمند است.	سنت، مد و چشم انداز جدید در گردشگری مد	منتظر و زارع بیدکی ^۳

در بررسی و جمع بندی پیشینه مرتبط با موضوع پژوهش مشخص شد، مطالعات داخلی بیش تر بر سه مفهوم، حفظ هویت قومی به وسیله پوشاک سنتی، آگاه سازی اقشار مختلف جامعه از ارزش این نوع پوشاک و حمایت های مالی و غیر مالی دولت مردان و سازمان های مربوطه در این زمینه تاکید دارند. همچنین بررسی مطالعات خارجی مرتبط نشان داد که، تحقق و توسعه زیرساخت ها، تاثیر مثبت گردشگری مد در توسعه پایدار و حفظ میراث یک کشور به وسیله گردشگری مد، از مباحث مهم و قابل توجه در این زمینه هستند. به علاوه آن که این نوع از گردشگری به همراه تاثیرات مثبت آن، با نرخ فزاینده ای در جهان، در حال توسعه است. پژوهش هایی که تاکنون در حوزه گردشگری، در ایران انجام شده، بیش تر مسائلی از قبیل: گردشگری سلامت، گردشگری فرهنگی_ تاریخی، طبیعت گردی، ژئوتوریسم و ... را مد نظر قرار داده اند و به گردشگری مد که در واقع یک نوع گردشگری رویداد است، کمتر پرداخته شده. در این راستا پژوهش حاضر سعی دارد، خلائی که در این زمینه در تحقیقات گذشته وجود داشته است را تا حدودی جبران کند. به علاوه آن که حفظ پوشاک سنتی به دلیل پتانسیل بالای آن در مناطق مختلف کشور، به خصوص در روستاهای ایران حائز اهمیت است؛ چرا که پوشاک سنتی و سنت های تولیدی در این زمینه، در حال فراموشی هستند، پس باید در جهت احیا این سنت ها و حفظ این نوع پوشاک، تلاشی همچون توسعه گردشگری مد صورت گیرد، تا منجر به پایداری بیش تر سکونتگاهی در مناطق روستایی شود.

۳- روش تحقیق

روش تحقیق پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از لحاظ انجام تحقیق، توصیفی-تحلیلی است. در تحقیقات توصیفی-تحلیلی، محقق علاوه بر تصویرسازی آنچه هست، به تشریح و تبیین دلایل چگونگی بودن و چرایی وضعیت مسئله و ابعاد آن می پردازد [۲۳]. روش گردآوری اطلاعات به شیوه کتابخانه ای و بررسی منابع مرتبط بوده و به جهت بررسی انسجام مطالب گردآوری شده با خبرگان و کارشناسان مصاحبه شده است. لازم به ذکر است، مستندات پژوهش، تحقیقات و مطالعات پیشین انجام شده مرتبط با متغیرهای عنوان پژوهش است.

۴ - مطالعه موردی پژوهش

استان یزد یکی از سرزمین های باستانی اقوام ایرانی و دارای تاریخی با قدمت سه هزار ساله است که از مراکز مهم فرهنگ و تمدن به شمار می رود. سازمان یونسکو یزد را در کنار ونیز ایتالیا به عنوان یکی از شهرهای تاریخی و اولین (شهر خشت خام جهان) نامیده است. این استان در میان استان های اصفهان، فارس، خراسان جنوبی و رضوی، سمنان و کرمان احاطه شده است و به تعبیری قطب مرکزی راه های کشور محسوب می گردد. شایان ذکر است این استان نه تنها از نظر منابع انسانی و صنعتی غنی است، بلکه

¹ Aldabbagh

² Tovmasyan

³ Montazer & Zare Bidoki

دارای میراث فرهنگی و منبع گردشگری طبیعی متعددی شامل منحصربه فردترین بافت تاریخی بکر مدنی و زنده دنیا، آثار متعلق به دوران قبل از اسلام، معماری اسلامی و نیز سرمایه های فرهنگی غیر ملموس شامل هنرهای سنتی و صنایع دستی، پوشاک، غذاهای محلی، آداب و رسوم و سنت های خاص، همزیستی پیروان ادیان مختلف و ... است. به طور کلی شهر یزد به دلیل برخورداری از سرمایه های لازم و اولیه گردشگری، استعداد زیادی برای جذب گردشگر و قابلیت بالایی در جذب سرمایه، برای توسعه صنعت گردشگری را دارد [۲۴].

یکی از اقلیت های مذهبی ساکن در ایران، زرتشتیان هستند، که دین زرتشت را باور دارند. این دین، یکی از قدیمی ترین ادیان جهان است که از آموزه های زرتشت، سرچشمه می گیرد. دین زرتشت از حدود ۶۰۰ ق.م تا ۶۵۰ م، دین رسمی شاهنشاهی های باستانی ایران بود تا اینکه در نهایت با ورود مسلمانان به ایران جایگاه خود را از دست داد. در ایران زرتشتیان بیشتر در شهرهای یزد، کرمان، تهران، اصفهان، شیراز و اهواز در جوار مسلمانان زندگی مسالمت آمیزی دارند و با فرهنگ خاص خود با هم زندگی می کنند [۱۷]. لباس سنتی یزدی ها و زرتشتیان بر اثر مرور زمان دستخوش تحولاتی گردیده؛ تا به امروز که دیگر لباسشان با لباس مسلمانان تفاوتی ندارد. در شهر یزد و برخی نواحی زرتشتی نشین برخی از زنان و مردان زرتشتی لباس سنتی خود را هنوز حفظ کرده اند [۲۵]. اصولاً، پارچه مهم ترین کالای تولیدی در یزد است، خصوصاً پارچه ابریشم یزدی که از گذشته شهرت بین المللی داشته است. مارکوپولو سیاح پر آوازه ونیزی بیان می کند که پارچه های ابریشمی موسوم به یزدی نزد بازرگانان شهرت فراوانی دارد [۲۶].

زرتشت در مورد لباس و پوشش پیروانش دستور صریحی نفرموده و تنها در حفظ عصمت و پاکدامنی مرد و زن توصیه اکید داشته است. پس از آمدن اسلام به ایران، احکامی در خصوص وضع ظاهر و البسه زرتشتیان گنجانده شد و علمای اسلام مقرر کردند که زرتشتیان و سایر غیرمسلمانان نباید در لباسی که می پوشند، شبیه مسلمانان باشند؛ بلکه باید کمربندی واضح ببندند و لباس هایی متمایز بپوشند که آنها را متفاوت با مسلمانان نشان دهد و حتی از پوشیدن بالاپوش ابریشمی، کفش و جوراب عربی منع شدند و بدین شکل لباس زرتشتیان از مسلمانان متمایز و تفاوت های قومیتی و مذهبی در لباس ایرانیان هویدا شد [۱۷].

۴-۱- پوشش زنان

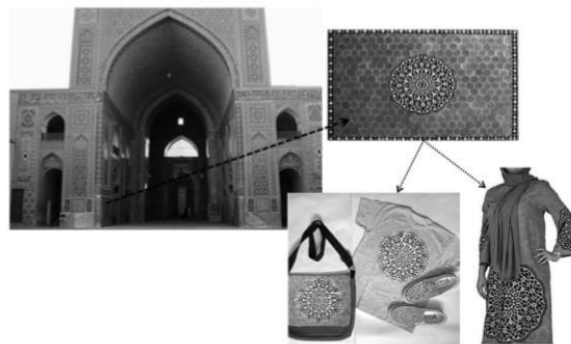
در استان یزد، بارزترین پوشاک سنتی، پوشاک زنان زرتشتی است. در سفرنامه ها ذکر شده که، زنان زرتشتی طرفدار رنگ های متنوعی بوده اند، سرپوش رنگارنگ به سر می گذاشتند، پیراهن آبی یا چهارخانه می پوشیدند و شلوار خال خال به پا می کردند. در واقع پوشاکی که بانوان زرتشتی از آن استفاده می کردند، شباهت بسیار نزدیکی به پوشاک بانوان دیگر نقاط ایران داشته است. چنانکه روسری آنان از نظر شکل و طرز استفاده نظیر روسری بانوان بختیاری و پیراهن آنان هم شبیه پیراهن بانوان لر بوده است و شلوار، از لحاظ شکل و برش همان شلوار بانوان کرد اذربایجان غربی است و کلاهک، همان کلاهک بانوان بندری است [۲۵].

درباره خصوصیات لباس سنتی زنان زرتشتی، سرجامه آنان، روسری هایی رنگی و منقوش و بزرگ به طول حدود پنج متر و عرض یک متر است که بر روی کلاهک قرار داده می شده است و با دستمالی به نام (کلاغی) آن را محکم می کرده اند. این سرجامه که کاملاً سر را می پوشاند در قسمت جلوی بالاتنه بر روی دست ها قرار می گیرد و تا بالای مچ دست را می پوشاند. همچنین در قسمت پشت، بلندای روسری تا پشت پا می رسد. پیراهن سنتی زنان زرتشتی بر دو گونه رویی و زیرین است. پیراهن زیرین کوتاه و پیراهن رویی با بلندایی تا ساق پا است. پیراهن رویی از قسمت زیر سینه تا پایین ترکهایی دارد که در ترکیبی رنگارنگ در کنار هم قرار می گیرند. رنگ لباس ها نیز در فام های سبز و زرد به کرات دیده می شود. شلوار از جمله پاجامه های زنان زرتشتی در یزد نیز برش های متعدد دارد. پاچه های شلوار از تکه های باریک، رنگارنگ و نقش داری تشکیل شده است که در کنار یکدیگر دوخته می شود. دمپا و کمر این شلوار گشاد در قسمت کمر و مچ پا با بند بسته می شود [۲۷].



شکل ۱- البسه بانوان زرتشتی در عصر قاجار [۲۸]

امروزه زرتشتیان جامه سنتی خود را حفظ کرده اند و در حال حاضر این هنر نزد زرتشتیان یزد و کرمان رواج دارد. بعضی از خانواده های قدیمی زرتشتی به خصوص در یزد، برخی عناصر سنتی پوشاک خود را نظیر پیراهن و شلوار رنگارنگ، لچکی زری، نوعی مقنعه به نام (مکنو)، قبای زری دوزی شده و چارقد ابریشمی بر تن می کنند. البته با کوچ های متعدد زرتشتیان در دهه های اخیر و تغییر سبک زندگیشان؛ دیگر نمی توان بر این ادعا صحه نهاد. با این حال زرتشتیان در مراسم مذهبی لباس خاصی بر تن می کنند. این لباس که از قدیم الایام بر تن آنان دیده شده، اولین بار توسط شاردن فرانسوی در قرن یازدهم هجری توصیف شده است. البته تصویری که از لباس زنان زرتشتی دوره صفویه باقی مانده است، آنان را با لباس بیرون از خانه نشان می دهد. کالرا کولیور رایس که در سال های پیش و پس از جنگ جهانی اول از ایران دیدن کرده است؛ لباس زنان زرتشتی را اینگونه توصیف میکند: "بیشتر لباس های زنان زرتشتی، ابریشمی است و در یزد بافته می شوند [۲۸]."



شکل ۲- لباس طراحی شده بر اساس کاشی مسجد جامع یزد [۵]

به طور کلی پوشاک بانوان زرتشتی را می توان به ۶ تکه تقسیم کرد:

۱. کلاهک (لچک) ۲. پیراهن زیر (سدره) ۳. پیراهن رو ۴. روسری (مقنی یا مکنی) ۵. شلوار ۶. کفش



شکل ۴- سدره [۱۷]۱۴۰۱



شکل ۳- لچک [۲۹]



شکل ۶- نمونه ای از روسری [۲۷]



شکل ۵- پیراهن رویی [۱۷]



شکل ۷- شلوار [۲۹]



۲-۴- پوشش مردان

در گذشته پوشاک سنتی مردان زرتشتی بنا به دستور حکومت های وقت، باید از دیگران متمایز می بود، بدین صورت که یک وصله مستطیل بزرگ به رنگ زرد به پشت خود می دوختند. در واقع زرتشتیان از ماقبل از دوره سلطنت رضاشاه مجبور بودند به این شیوه لباس بپوشند. پوشیدن جوراب تا مدت های مدیدی برای زرتشتیان ممنوع بود. به دست کردن انگشتر، داشتن یا بستن ساعت مچی، نیز برای آنان منع شده بود. آنها حق نداشتند سوار بر اسب شوند یا به حمام های عمومی بروند. مردان زرتشتی قباهای بلند نخی به رنگ قهوه ای به تن می کردند که راه راه های سفید داشت و دستار سفید یا خاکی رنگ به سر داشتند و عموماً ریش می گذاشتند و اکثراً لباس سفید یکدست می پوشیدند. شاید به همین منظور باشد که در برخی کتب تاریخی به سفید جامگان معروفند.

مردان زرتشتی برای پوشاندن سر خود از "چادر شب" استفاده می کردند. جنس چادر شب معمولاً از ابریشم و رنگ آن ترکیبی از رنگهای سفید، عنابی و قرمز بود. ابتدا عرفچینی به سر می گذاشتند، سپس چادر شب را به دور سر می پیچیدند. هنوز استفاده از چادر شب در برخی نواحی اطراف یزد مانند مریم آباد، نعیم آباد، رحمت آباد و... در بین مردان مسلمان و زرتشتی به چشم می خورد. جنس پارچه هایی که زردشتیان به غیر از چادر شب از آن استفاده می کردند، پنبه ای بوده است. این پارچه ها توسط خود مردم بافته شده و به پارچه "کریاس" معروف بوده است. به طور کلی، پوشاک مردان زرتشتی پنج تکه می باشد که عبارتند از:

۱. سر بند
۲. پیراهن زیر
۳. پیراهن رویی
۴. شلوار
۵. کفش [۲۵].



شکل ۸- لباس سنتی مردان زرتشتی [۳۰]



شکل ۹- لباس سنتی مردان زرتشتی در مراسم مذهبی [۲۹]

۵- بحث و یافته ها

یافته های تحقیق حاضر با توجه به مبانی نظری و جدول شماره ۲ (پیشینه تحقیقات داخلی و خارجی مرتبط)، به دست آمده است. با بررسی مقالات و پیشینه مرتبط مشخص شد، احیای پوشاک سنتی یزدی و زرتشتی به دلیل تنوع بالای رنگ، طرح و قدمت و پیشینه تاریخی آن، در جهت توسعه گردشگری مد در کشور ایران، اثرات مثبتی در ابعاد اجتماعی- فرهنگی، اقتصادی و زیست محیطی به همراه دارد. در جدول شماره ۳، این ابعاد سه گانه، اثرات مربوط به هر بعد و رفرنس های مرتبط، ذکر شده است.

جدول ۳- اثرات احیای پوشاک سنتی یزدی و زرتشتی

رفرنس	اثرات	بعد
(داودی رکن آبادی، ۱۴۰۱) (حریر فروش، ۱۳۹۶) (پور فرج و همکاران، ۱۳۹۶) (لیبراتو و همکاران، ۲۰۲۲) (تراپی فارسانی و جمشیدی، ۲۰۲۰) (الدباغ، ۲۰۱۹) (منتظر و زارع بیدکی، ۲۰۱۷)	<ul style="list-style-type: none"> حفظ هویت قومی و ترویج ارزش های سنتی کاهش تاثیرات مخرب بر ارزش های جوامع محلی معرفی تاریخچه صنعت نساجی مقصد به گردشگران احیای فرهنگ های فراموش شده و توجه بیشتر به اصل و ریشه های سنتی ملت ها احیای استفاده از الگوهای به دست آمده از محیط ویژگی های ذهنی و فرهنگی جامعه میزبان تشویق به حفظ سنت های بومی منعکس کننده سبک زندگی، هنر، تاریخ، مذهب مردم مقصد ایجاد شور و نشاط اجتماعی به دلیل تنوع طرح ها و رنگ ها در لباس های سنتی بهبود تصویر مقصد و افزایش اعتبار فرهنگی جامعه میزبان 	اجتماعی- فرهنگی
(حیدری منفرد، ۱۳۹۸) (پور فرج و همکاران، ۱۳۹۶) (لیبراتو و همکاران، ۲۰۲۲) (تراپی فارسانی و جمشیدی، ۲۰۲۰) (سیرینسا و همکاران، ۲۰۱۹) (نومسیان، ۲۰۱۷)	<ul style="list-style-type: none"> افزایش خلاقیت و نوآوری در تولید رونق اقتصادی جوامع توانمند سازی جوامع محلی و کارآفرینی افزایش تنوع در منابع درآمدی تنوع بخشیدن به صنعت گردشگری 	اقتصادی
(تراپی فارسانی و جمشیدی، ۲۰۲۰)	<ul style="list-style-type: none"> کاهش مشکلات پزشکی- تنفسی مانند آسم و غیره، به دلیل کاهش استفاده از مواد صنعتی احیای استفاده از ابزار های سنتی دوخت و تولید پارچه که بدون استفاده از انرژی های تجدید ناپذیر کار می کنند. 	زیست محیطی

۶- نتیجه گیری

پوشاک، بارز ترین سمبل فرهنگی، مهم ترین و مشخص ترین مظهر قومی و سریع ترین وسیله انتقال فرهنگ یک ملت است و علاوه بر کارکرد موثر فرهنگی، اجتماعی، می تواند نقش جاذبه گردشگری هم داشته باشد. با توجه به اینکه گروه های مختلف اقوام ایرانی که در کشور ما زندگی می کنند، هر کدام دارای ویژگی های قومی برجسته ای بوده و تن پوش ویژه ای داشته اند که علاوه بر اینکه معرف قومیت، زبان و سایر مشخصات فرهنگی آنان می باشد، دارای تنوع بسیار در طرح و رنگ نیز هست. از این رو کشور ایران دارای پتانسیل زیادی برای توسعه گردشگری مد است، که این مبحث به خصوص در روستاهای ایران، حائز

اهمیت است، چرا که پوشاک سنتی و سنت های تولیدی در این زمینه، در حال فراموشی هستند و اگر تلاشی همچون توسعه گردشگری مد، در جهت احیای این سنت ها و حفظ پوشاک سنتی صورت گیرد، منجر به پایداری بیش تر سکونتگاهی در مناطق روستایی خواهد شد، که البته این امر به تحقیق و توسعه زیرساخت های اساسی نیازمند است. در این میان پوشاک سنتی اقوام یزدی و زرتشتی به دلیل قدمت بالای تاریخی و نیز وجود طرح ها و رنگ های بیشتر در طراحی آن، جذابیت و قابلیت بالایی برای جذب گردشگران علاقه مند به مد، دارد. در این راستا، تحقیق حاضر، با هدف تبیین نقش احیای پوشاک سنتی اقوام یزدی و زرتشتی در توسعه گردشگری مد، صورت گرفت. نتایج پژوهش با توجه به جدول شماره ۳، نشان می دهد که، احیای پوشاک سنتی به خصوص پوشاک سنتی اقوام یزدی و زرتشتی، در جهت توسعه گردشگری مد، اثرات مثبت اجتماعی_ فرهنگی، اقتصادی و زیست محیطی، برای کشور و جامعه مقصد به همراه دارد. البته این امر حمایت دولتمردان و سازمان میراث فرهنگی از تولیدکنندگان و طراحان لباس های سنتی یزدی و زرتشتی و تبلیغات برای آنان در جوامع عمومی را می طلبد.

نتایج پژوهش حاضر، از بعد اجتماعی_ فرهنگی و اقتصادی، با تحقیق حریر فروش (۱۳۹۶)، تحت عنوان "امکان سنجی فرهنگ پوشش لباس اقوام ایرانی به مثابه جاذبه گردشگری، مطالعه موردی: اقوام ترکمن، مازنی و گیلک" و تحقیق پور فرج و همکاران (۱۳۹۶)، تحت عنوان "جایگاه لباس کردی در گردشگری، مطالعه موردی: کرمانشاه و کردستان" مشابهت دارد، زیرا هر دو در تحقیقاتشان بر اهمیت جایگاه پوشش سنتی اقوام به عنوان جاذبه فرهنگی تاکید داشته اند و حمایت دولتمردان و سازمان های مربوطه را در این زمینه موثر می دانند. همچنین نتایج پژوهش حاضر در بعد زیست محیطی و اقتصادی با تحقیقات لیراتو و همکاران (۲۰۲۲)، تحت عنوان "هفته های مد به عنوان محرک توسعه پایدار در مقاصد گردشگری" و تحقیق ترابی فارسانی و جمشیدی (۲۰۲۰)، تحت عنوان "بررسی تاثیرات مثبت گردشگری مد سنتی"، مشابهت دارد، زیرا این دو نیز در نتایج تحقیقات خود به تاثیرات مثبت اقتصادی و زیست محیطی توسعه گردشگری مد اشاره کرده اند.

در زمینه پیشنهادات کاربردی به مسئولین اجرایی، می توان به مواردی از قبیل:

- ایجاد نمایشگاه های بین المللی و ملی و بستر سازی برای خرید و فروش پوشش سنتی به عنوان سوغات به گردشگران داخلی و خارجی
- همکاری دو جانبه سازمان های مربوطه در حوزه مد و گردشگری
- حمایت مالی دولت از تمام ذی نفعان به خصوص تولید کنندگان لباس های سنتی
- اعمال سیاست های ویژه برای توسعه گردشگری مد در کشور، اشاره نمود.

۷- منابع

۱. روشن کلاتی، ح (۱۴۰۰). تنوع بخشی توسعه گردشگری در شهر مشهد با تاکید بر گردشگری سلامت، پایان نامه کارشناسی ارشد، استاد راهنما: سیاوش ایمنی قشلاق، رشته گردشگری مذهبی، دانشکده علوم گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ.
۲. جهان تیغ، ح، پارسینانی، کک، خسروی، س (۱۳۹۳). بررسی شاخص های گردشگری فرهنگی- هنری با تاکید بر پوشاک قوم ترکمن، کنفرانس بین المللی توسعه پایدار، راهکارها و چالش ها، با محوریت کشاورزی، منابع طبیعی، محیط زیست و گردشگری.
۳. رهنمایی، س (۱۳۹۳). لباس محلی، نمادی از فرهنگ و هویت ملی، مطالعه موردی: استان گیلان، اولین همایش ملی گردشگری درآمد و فرصت، همدان، دانشکده شهید مفتح.

4. Craik, J.(2013). Fashion, Tourism and Global Culture. The hand book of fashion studies bloomsbury academic, United Kingdom, 364_380.

5. Torabi Farsani, N. Moazzen Jamshidi, H. (2020). An investigation of the positive impacts of traditional fashion tourism, Journal of Policy Research in Tourism, Leisure & Events.

۶. حیدری منفرد، ف (۱۳۹۸). نقش گردشگری در حفاظت از پوشش سنتی مورد مطالعه پوشش سنتی، مورد مطالعه: پوشش سنتی کرد های ایران، پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته مدیریت جهانگردی، استاد راهنما: اکبر پورفرج، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی.
۷. صادقی، زه، نجفی، آ، حمزوی، س ف (۱۳۹۹). مطالعه تطبیقی پوشش محلی مردم هرمزگان با زرتشتیان، مجله پژوهش های معاصر در علوم و تحقیقات، سال دوم، شماره ۱۲ تیرماه.
۸. ذکاء، ی (۱۳۳۶). لباس زنان ایران، از سده سیزدهم هجری تا امروز، تهران، اداره کل هنرهای زیبای کشور، اداره موزه‌ها و فرهنگ عامه.
۹. پایدارفرد، آ، نامور مطلق، ب، محجوبی، ف (۱۳۹۴). طراحی لباس ملی با الهام از پوشاک سنتی مردم خراسان جنوبی، فصلنامه مطالعات ملی، ۶۴ سال ۱۶، شماره ۴.
۱۰. پور فرج، ا، تاج زاده نمین، ا، حیدری منفرد، ف (۱۳۹۶). جایگاه لباس کردی در گردشگری، مطالعه موردی کرمانشاه و کردستان، سومین کنفرانس بین المللی مدیریت، حسابداری و اقتصاد دانش بنیان.
۱۱. سلطانی، ی (۱۳۹۰). مد و تاثیرگذاری آن بر هویت، معماری و شهرسازی مدرن، تهران، سومین همایش ملی عمران شهری.
12. Tovmasyan, GR. (2017). Fashion industry and shopping tourism, Actual problems of the humanities and natural sciences, 80-83.
13. Ferreira, Fernando B.N. Rocha, Ana Maria. Zille António Dinis Marques, Andrea and Fangeuero, Raul. (2022). The Fashion and the City: Porto Case Study, Advances in Science and Technology (Volume 113), pp. 81_88. <https://doi.org/10.4028/p-aepg82>
۱۴. بایندور نصرالله بگلو، ف، حسینی غفاری، س م (۱۳۹۶). نماد گرایی پیوندی در معماری، مد و توریسم و گردشگری، چهارمین کنفرانس بین المللی فناوری های نوین در مهندسی عمران، معماری و شهر سازی.
15. Marini, A. (2016). 15 beautiful traditional fashion trends from around the world.
۱۶. هنر آنلاین (۱۳۹۴). گردشگری خرید، بازاری که چشم بر آن بسته ایم/ فشن توریسم، در گفت و گو هنر آنلاین با سیمین ثقفی، ۶ تیر ماه، کد خبر: ۶۸۶۵۴؛ لینک خبر: www.honaronline.ir
۱۷. داودی رکن آبادی، ا، محمدی، ر، شریف زاده، م ر، اردلانی، ح (۱۴۰۱). تحلیل جامعه شناختی پوشش روزمره و آیینی زنان در میان اقلیت های مذهبی، مطالعه موردی: زرتشتیان و مندائیان، فصلنامه جامعه شناسی فرهنگ و هنر، دوره چهارم، شماره اول، بهار، ص ۱_۲۰.
۱۸. حریرفروش، م (۱۳۹۶). امکان سنجی فرهنگ پوشش لباس اقوام ایرانی به مثابه جاذبه گردشگری، مطالعه موردی: اقوام ترکمن، مازنی و گیلک، پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته هنر، استاد راهنما: جواد علیمحمدی اردکانی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه علم و فرهنگ.
19. Liberato, Pedro. Mendes, Benedita. Liberato, Dália. Alén, Elisa. (2022). Fashion Weeks as a Driver of Sustainable Development in Tourism Destinations: The Case of Portugal Fashion, Advances in Tourism, Technology and Systems, 644-658.
20. Sirisena, B. D.W. Herath, H.M.W.M. and Damunupola, A.K.A. (2019). Potentiality of Fashion Industry for the Tourism Development in Sri Lanka: International Research Conference of UWU-2019.
21. Aldabbagh, M. (2019). Traditional Clothing, Souvenirs, and Food as Factors of Tourist Attraction, Journal of Home Economics, Volume 29, Number (1), 197-225.
22. Montazer, Z. Zare Bidoki, F. (2017). Traditional, fashion and new perspective on fashion tourism, 17th World Textile Conference AUTEX 2017- Textiles - Shaping the Future IOP Publishing, IOP Conf. Series: Materials Science and Engineering 254, 172018, <https://doi.org/10.1088/1757-899X/254/17/172018>
۲۳. حافظ نیا، م ر (۱۳۹۶). مقدمه ای بر روش تحقیق در علوم انسانی، چاپ ۲۳، تهران، انتشارات سمت.
۲۴. منتظری، م. براتی، ن (۱۳۹۳). برنامه ریزی راهبردی توسعه گردشگری، رهیافتی کارآمد جهت تحقق گردشگری پایدار، مطالعه موردی: شهر یزد، مجله هفت شهر، دوره چهارم، شماره ۴۷_۴۸، ص ۴۰_۵۷.
۲۵. وب سایت اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان یزد: <http://portal.yazdcity.ir>
۲۶. حر زاده، م (۱۳۹۹). بررسی اوضاع اجتماعی و فرهنگی یزد از پایان سده هفتم هجری تا نیمه قرن نهم هجری، پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته تاریخ ایران اسلامی، استاد راهنما: محمد رضا رحمتی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی / بخش تاریخ، دانشگاه یزد.

۲۷. یاسینی، س ر (۱۳۹۵). ارزیابی جامعه شناختی - زیبایی شناختی پوشاک سنتی زنان مناطق کویری ایران با تمرکز بر اقلیم فرهنگی و طبیعی، جامعه شناسی هنر و ادبیات، دوره ۸، شماره دوم پاییز و زمستان، ص ۱۶۳_ ۱۸۹.
۲۸. بشوتنی زاده، آ (۱۴۰۰). ضرب المثل های دَری بهدینی زرتشتیان ایران و تأثیر آن ها بر نقش مایه های هنر زرتشتی دوزی، فصلنامه علمی جامعه شناسی فرهنگ و هنر، دوره سوم، شماره چهارم، زمستان، ۶۱_ ۸۷.
۲۹. عزیززی، ر. طباطبایی جبلی، ز (۱۳۹۹). مطالعه نقوش زرتشتی دوزی با رویکرد انسان شناسی هنر، نشریه علمی باغ نظر، ۱۷ (۸۵)، تیر ماه، ص ۱۷_ ۳۰.
۳۰. خبرگزاری تسنیم (۱۳۹۶). پوشاکی که از سن تکلیف تا پایان عمر می پوشند، ۲۷ تیر ماه، لینک خبر: <https://tn.ai/1467649>

The Role of Revival of Traditional Iranian Clothing in the Development of Fashion Tourism (Case Study: Traditional Clothing of Yazdi and Zoroastrian Peoples)

Gita Ashghali Farahani^{1*}, Abolfazl Moradi²

1- Masters in Tourism Management, Development Planning, University of Science and Culture, Tehran, Iran

2- PhD in Geography and Rural Planning, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

*gita.farahani1393@gmail.com

Abstract

Today, many of the traditional coverings of Iranian peoples have become handicrafts with the emergence of new color effects and various urban designs, and most of its types should be found in anthropology and archeology museums. Considering the high diversity of traditional clothing in Iran, if large-scale planning and investments are made to revive and strengthen the production of this type of clothing, Iran can become an attractive destination for fashion tourism in the world and interested tourists. to attract traditional Iranian clothing from all over the world. In this regard, the current research aims to explain the role of the revival of traditional clothing of the Yazdi and Zoroastrian peoples in the development of fashion tourism. The research method is descriptive-analytical and it was written based on library studies. The results of the research show that the revival of traditional clothing, especially the traditional clothing of the Yazdi and Zoroastrian tribes, in the direction of developing fashion tourism, brings positive economic, socio-cultural and environmental effects for the country and the destination community.

Keywords: clothing, traditional, fashion tourism, Yazdi, Zoroastrianism.