Downloaded from jih-tabriziau.ir at 7:42 +0330 on Friday October 9th 2026

Journal of Islamic Crafts, 2025; 9 (2): 71-88

Journal of Islamic Crafts

DOI: http://dx.doi.org/10.66224/jic.9.2.415

Original Paper Open Access

The Impact of "Re-presenting as New" on the Revaluation of Traditional Baluchi Women's Clothing: A Study in Cultural Marketing

Zahra Khazaie[1*], Maryam Mounesi Sorkheh[2]

1. MSc. Student in Textile and Fashion Design, Faculty of Art, Alzahra University, Tehran, Iran
2. Assistant Professor, Department of Textile and Fashion Design, Faculty of Art, Alzahra University, Tehran, Iran

Received: 2025/11/19 Accepted: 2025/12/21

Abstract

The Baloch people, as an authentic Iranian ethnic group residing in the southeast of the country, have built a unified identity around the Balochi language and Islamic beliefs while maintaining historical ties with other Aryan branches. Culturally, their traditional clothing—particularly Baloch women's needlework (Suzanduzi)—stands as the clearest emblem of their identity, with Baluchestan remaining among the few regions preserving its full local dress. This craft, aesthetically captivating and symbolically rich, serves not only as the region's central tourist attraction but also as a reflection of the intricate interplay between art, culture, and social history. Despite its great potential for economic and tourism development, Baloch needlework still lacks proper recognition in national markets. This research, conducted through analytical-descriptive and historical methods using library and documentary resources, applies Rogers' Five Components of Innovation Diffusion Theory—where innovation is viewed not as an entirely new idea but as a creative synthesis of past and present values. Emphasizing the notion of "Perceived Newness" as more influential than absolute novelty, the study is applied-developmental and aims to clarify how Rogers' innovation components relate to the social acceptance of revitalized Baloch attire in modern contexts. Ultimately, it seeks strategies to strengthen the market presence of this heritage art. Addressing the absence of a theoretical model rooted in Rogers' framework, this research bridges the gap between cultural authenticity and modern demands, demonstrating that intelligent blending of tradition and innovation can elevate Suzanduzi from a local craft to a national and international brand, fostering sustainable cultural and economic growth.

Keywords:

Baloch, Traditional Clothing, Embroidery, Rogers Innovation, Diffusion

* Corresponding Author: z.khazaie@student.alzahra.ac.ir

©2025 by the Authors.This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0 license)
https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0

[DOI: 10.66224/jic.9.2.415]

Downloaded from jih-tabriziau.ir at 7:42 +0330 on Friday October 9th 2026

The Baluch people reside in the southeast of Iran and speak the Balochi language. Their distinct culture, especially the traditional clothing of Baluch women with its delicate embroidery art, is a symbol of ethnic identity and the main tourist attraction of the region. Clothing acts as a mirror reflecting culture, identity, and social structures. Handicrafts, particularly embroidery, hold enormous potential for enhancing the economy and tourism of Sistan and Baluchestan, which has not yet been fully realized. The continuity of this art has been preserved through intergenerational, mother-to-daughter transmission. The present study, utilizing Rogers' Diffusion of Innovations Theory, examines the impact of the 'Novelty Effect' on the revaluation and acceptance of this traditional clothing in modern society. The importance of the 'Novelty Effect' outweighs 'absolute newness'; innovation does not necessarily mean completely abandoning the past, but rather a creative combination of positive elements from both past and present. The purpose of the study is to determine how the revival and innovation in Baluch clothing, emphasizing the 'Novelty Effect' as the main driver for adoption, can transform this cultural heritage into a sustainable economic product and bridge the gap between cultural authenticity and the demands of the modern market.

Methodology

This research employs a descriptive-analytical and historical approach, collecting data through library and documentary methods, utilizing electronic resources and note-taking tools (index cards). The subject of study is the traditional attire of Baluch women, and the analysis is structured around Rogers' five-dimensional Diffusion of Innovations Model presented in tables, covering three sections: Strategy (Solution), Effect, and Potential Outcome. In terms of its objective, the research is applied-developmental, aiming to elucidate the relationship between the components of innovation and the degree of social acceptance of this attire in society, while proposing strategies for its advancement. From the perspective of its goal, the study is applied.

Results and Discussion

The integration of Baluch traditional clothing elements, such as intricate embroidery, into modern urban styles is being analyzed through Everett Rogers' Diffusion of Innovations Theory, as traditional Iranian fabrics face decline due to foreign imports. For this clothing to spread as a successful innovation, its five core characteristics must be understood. Complexity is low in terms of basic function—simple design and high durability align with a low "cognitive load." However, complexity arises in production; the time-intensive, skill-based nature of embroidery limits supply speed. Furthermore, specific care instructions for embroidered sections can create consumer resistance if not properly communicated, alongside general market competition from mass production. Compatibility is a significant strength. The attire possesses strong identity coherence, directly reflecting ethnic identity through its motifs and cuts, which acts as an adoption accelerator. Compatibility also extends to environmental sustainability through indigenous material use and economic alignment via pricing strategies that appeal to the younger generation. Harmonious local production strengthens the regional economy and preserves culture. Observability hinges on public awareness, which is now heavily driven by social media. Increasing visibility through depiction in films, documentaries, and cultural events is crucial. Informal word-of-mouth promotion, alongside actionable steps like holding sewing workshops or designing competitions, actively boosts public attention. Success is cemented when high consumer satisfaction drives a shift from import dependence to export growth. Trialability reduces purchase risk by allowing users to experience the garment first. Strategies include offering rental options, easy online return policies, and providing free

[DOI: 10.66224/jic.9.2.415]

Downloaded from jih-tabriziau.ir at 7:42 +0330 on Friday October 9th 2026

samples at exhibitions. Testing the attire at special events, perhaps with targeted discounts, validates that the clothing meets personal needs, paving the way for wider acceptance. Finally, Relative Advantage positions Baluch clothing as superior to market alternatives. This superiority stems from its hand-stitched quality, distinctive design, and cultural reinforcement. Economically, it revives handicrafts and creates local employment. Its higher durability and climatic comfort, coupled with design diversity and personalization options, collectively justify the adoption of this unique cultural innovation.

Conclusion

This study assessed how the various dimensions of innovation adoption, as defined by Rogers' Diffusion of Innovations model, apply to Baluch women's traditional attire. The results strongly validate that these theoretical components exert a meaningful, constructive influence on the Baluch textile sector. Far exceeding the function of a simple consumer good, Baluch clothing embodies cultural memory, native artistic flair, and a significant Iranian inheritance—a legacy prioritizing identity, originality, and depth, even amidst rapid global homogenization and commercial pressures. Examining this through Everett Rogers' lens shows the clothing's capacity to evolve into a resilient cultural and economic force, contingent upon five main criteria: Complexity, Compatibility, Observability, Trialability, and Relative Advantage. The harmonious blend of formal simplicity and ease of consumption with the detailed artistry of needlework establishes a crucial equilibrium between artistic merit and general availability. Its deep alignment with local cultural, religious, and environmental norms has facilitated its acceptance beyond the Baluch region to national and international stages.

Dynamic promotion across digital spaces, social media, public platforms, and cultural gatherings significantly boosts its Observability, contributing to the formation of a new shared cultural narrative. Furthermore, enabling Trialability via event showcases, exhibitions, and adaptable purchasing terms minimizes consumer apprehension and builds confidence. The Relative Advantage—encompassing superior quality, longevity, cultural significance, and positive environmental/economic impacts—equips it to vie successfully against mass-produced global fashion. In conclusion, the trajectory for Baluch traditional dress depends not merely on safeguarding its historical integrity but on its clever, modern adaptation for today's consumers—a generation that values heritage but requires contemporary presentation. Strategic execution, including story-driven marketing, innovative hybrid designs, and global fashion engagement, can transform this local emblem into a worldwide cultural-artistic brand. Consequently, Baluch attire will be acknowledged as a durable garment, a vibrant artifact of Iranian culture, a link connecting tradition and modernity, and a driver of sustainable socio-economic progresss.

[DOI: 10.66224/jic.9.2.415]
Downloaded from jih-tabriziau.ir at 7:42 +0330 on Friday October 9th 2026

هنرهای صناعی اسلامی، ۱۴۰۴؛ ۹ (۲): ۸۸-۷۱

هنرهای صناعی اسلامی

DOI: http://dx.doi.org/10.66224/jic.9.2.415

مقاله پژوهشی

دسترسی آزاد

تأثیر «تازه جلوه‌کردن» بر ارزش‌گذاری مجدد پوشاک سنتی زنان بلوچ: مطالعه‌ای در حوزه‌ی بازاریابی فرهنگی

زهرا خزائی[1]* ، مریم مونسی سُرخه [2]

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد طراحی پارچه و لباس، دانشکده‌ی هنر، دانشگاه الزهرا، تهران، ایران

۲. استادیار، گروه طراحی پارچه و لباس، دانشکده‌ی هنر، دانشگاه الزهرا، تهران، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۸/۲۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۹/۳۰

چکیده

پوشاک سنتی زنان بلوچ به‌عنوان سرمایه‌ای فرهنگی، بازتاب‌دهنده‌ی جلوه‌های بصری، هویت اجتماعی و ارزش‌های فرهنگی این قوم است. اصلی‌ترین خصیصه آن هنر سوزن‌دوزی است. بر اساس نظریه انتشار نوآوریِ راجرز، در فرآیند تصمیم‌گیری و گسترش یک محصول تازه، پنج عامل پیچیدگی، قابلیت سازگاری، رؤیت‌پذیری، قابلیت استفاده و مزیت نسبی نقش دارند. هدف این پژوهش بررسی نوآوری در پوشاک زنان بلوچ و میزان پذیرش آن در جامعه بر پایه نظریه‌ی انتشار نوآوریِ راجرز می‌باشد. پرسش اصلی آن است که راهکارهای مؤثر برای ترویج پوشاک بلوچ، در قالب فرم و سوزن‌دوزی، با رویکرد نظریه‌ی نوآوری راجرز چیستند؟ مطالعه‌ی پیش رو با روش تحلیلی ـ توصیفی و تاریخی انجام شده و داده‌ها به شیوه‌ی اسنادی و کتابخانه‌ای گردآوری شده‌اند؛ از نظر هدف، پژوهش کاربردی و جامعه‌ی آماری پوشاک بانوان بلوچ است. پژوهش حاضر به دلیل فقدان مدل تحلیلی مبتنی بر نظریه‌ی انتشار نوآوری راجرز جهت تبیین فرآیند پذیرش طرح‌های احیا شده در پوشاک سنتی بلوچ ضروری است. این پژوهش با تأکید بر «تازه جلوه‌کردن» به‌عنوان محرک اصلی پذیرش، راهکارهای عملی برای گذار از میراث فرهنگی به محصول پایدار اقتصادی را ترسیم می‌کند و شکاف میان اصالت فرهنگی و الزامات بازار مدرن را پر می‌سازد. یافته‌ها نشان می‌دهند، میان ابعاد نوآوریِ راجرز در پوشاک بلوچ و پذیرش اجتماعی آن رابطه‌ای معنادار وجود دارد. ارزیابی پنج شاخص، برتری این پوشاک را از منظر کیفیت، اصالت و قابلیت هم‌نشینی با مد روز نشان می‌دهد. سازگاری فرهنگی، تطبیق آن با سلایق را ممکن ساخته و رؤیت‌پذیری با حمایت رسانه‌ای سبب شناخت عمومی می‌شود. تجربه‌پذیری فرصت تماس مستقیم مصرف‌کنندگان را فراهم می‌سازد و پیچیدگی تولید با فناوری‌های نو کاهش می‌یابد. پیوند هوشمندانه‌ی سنت و نوآوری می‌تواند این هنر را از سطح محلی به برند ملی و بین‌المللی ارتقا داده و موجب رونق فرهنگی و اقتصادی گردد.

واژگان کلیدی

بلوچ، پوشاک سنتی، سوزن‌دوزی، نوآوری راجرز، انتشار

*مسئول مکاتبات: z.khazaie@student.alzahra.ac.ir

©2025 by the Authors.This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0 license)
https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0

[DOI: 10.66224/jic.9.2.415]
Downloaded from jih-tabriziau.ir at 7:42 +0330 on Friday October 9th 2026

۱. مقدمه

قوم بلوچ، یکی از اقوام اصیل ایرانی، در منطقه‌ی بلوچستان در جنوب شرقی ایران سکونت دارند. پژوهش‌ها حاکی از آن هستند که اصطلاح «بلوچستان» برای نخستین‌بار در متون فارسی دوره‌ی نادرشاه افشار به کار رفته است. این قوم که پیشینه‌ی خود را با دیگر شاخه‌های آرین‌تبار در جنوب شرقی و مرکز ایران با پیوندهای نژادی مستحکم می‌دانند، به زبان بلوچی، از شاخه‌های شمال شرقی زبان فارسی، تکلم می‌کنند و پیرو مذاهب اسلامی (شیعه و سنی) هستند. از منظر فرهنگی، پوشاک سنتی بلوچ‌ها یکی از متمایزترین جلوه‌های هویت قومی آن‌هاست؛ به‌طوری که مردم بلوچستان از معدود گروه‌های ایرانی به شمار می‌روند که به حفظ کامل پوشش محلی خود پایبند مانده‌اند. لباس فاخر زنان بلوچ، به‌ویژه با هنر ظریف سوزن‌دوزی، از چنان جذابیت بصری برخوردار است که سوزن‌دوزی بلوچی نخستین جاذبه‌ی گردشگری منطقه و اولویت خرید مسافران محسوب می‌شود. پوشاک به‌مثابه پدیده‌ای فرهنگی و جریانی پیچیده، آینه‌ای است که تصاویر ملل مختلف را در طول زمان بازتاب می‌دهد. این پدیده، نقطه‌ی تلاقی هنر، فرهنگ، قومیت و هویت است و نگرش‌های اجتماعی و اقتصادی هر دوره را منعکس می‌سازد. نوع پوشش، به‌عنوان بخش جدایی‌ناپذیر از هویت‌یابی قومی، طبقه‌ی اجتماعی، سن، سال و به‌طور ویژه جنسیت فرد پوشنده را بازنمایی می‌کند. صنایع دستی، به‌ویژه سوزن‌دوزی، برجسته‌ترین مظهر میراث فرهنگی سیستان و بلوچستان است که پتانسیل چشمگیری در ارتقای اقتصاد و گردشگری استان دارد. با وجود این، هنوز جایگاه شایسته‌ی خود را نیافته است. بخش قابل توجهی از بومیان استان از لباس سنتی استفاده می‌کنند و جذابیت این لباس‌ها به سبب تطابق با سلیقه‌ها و همخوانی با مد روز، می‌تواند توجه غیربومیان را نیز جلب کرده و به تعالی فرهنگ و اقتصاد محلی کمک نماید. این میراث ارزشمند فرهنگی که جنبه‌های عمیق اجتماعی را بازمی‌تاباند، از طریق انتقال شفاهی و عملی مهارت سوزن‌دوزی به صورت سینه به سینه از مادران به دختران، حفظ و تداوم یافته است. ساخت و طراحی لباس‌های محلی بر اساس این الگوهای غنی، راهکاری مؤثر برای تثبیت جایگاه این هنر در بازار صنایع دستی کشور است. نظریه‌ی نوآوری می‌تواند شامل ایده، روش یا سنتی تازه و منحصر به فرد باشد یا حتی به‌طرز جالبی نو جلوه کند. بر خلاف تصور رایج درباره‌ی نوآوری، نیاز به داشتن ایده‌ی کاملاً جدید نیست بلکه آنچه اهمیت دارد دیدگاه کسانی است که آن را می‌پذیرند. از این رو در انتشار یک ایده‌ی جدید، تازه جلوه‌کردن اغلب مهم‌تر از تازگی است. به عبارتی دیگر، نوآوری به این معنا نیست که هر چیز قدیمی را کنار بگذاریم و تنها مدرنیته را بپذیریم، بلکه هدف اصلی ترکیب عناصر مثبت، چه از گذشته و چه از حال، به شکلی خلاق و پویاست. در پژوهش حاضر ابعاد نوآوری مدل راجرز (Everett M. Rogers) با پنج شاخصه در نظر گرفته شده است. هدف از این پژوهش، مطالعه‌ی نوآوری در پوشاک زنان بلوچ و پذیرش آن در جامعه‌ی مدرن با نظریه‌ی انتشار نوآوری راجرز است. این نوشتار با طرح این پرسش صورت گرفته که چگونه احیا و نوآوری در پوشاک بلوچ باعث می‌شود این لباس در جامعه‌ی مدرن با نظریه‌ی نوآوری راجرز تبیین گردد. پژوهش حاضر به دلیل فقدان مدل تحلیلی مبتنی بر نظریه‌ی انتشار نوآوری راجرز جهت تبیین فرآیند پذیرش طرح‌های احیاشده در پوشاک سنتی بلوچ ضروری است. این پژوهش با تأکید بر «تازه جلوه‌کردن» به‌عنوان محرک اصلی پذیرش، راهکارهای عملی برای گذار از میراث فرهنگی به محصول پایدار اقتصادی را ترسیم می‌کند و شکاف میان اصالت فرهنگی و الزامات بازار مدرن را پر می‌سازد.

۲. پیشینه‌ی تحقیق

در حوزه‌ی پوشاک و سوزن‌دوزی بلوچ پژوهش‌های بسیاری صورت گرفته که شماری از آن‌ها به ترتیب مقاله، پایان‌نامه و کتاب بدین شرح هستند: بیهقی (۱۳۶۵) در مقاله‌ی *هنر و فرهنگ بلوچ*، به معرفی و هنر بلوچ پرداخته است. قاسمی و همکاران در مقاله‌ی *ساختار صوری نقوش طبیعی در سوزن‌دوزی زنان بلوچ (با تاکید بر نمونه‌های شهرستان سراوان)*، الگو و ساختار نقوش طبیعی سوزن‌دوزی بلوچ را با تأکید بر محدوده‌ی جغرافیایی خاص مورد بررسی قرار می‌دهد. موسوی‌حاجی و همکاران (۱۳۹۳) در مقاله‌ی *پوشاک بلوچ و پیوستگی آن با هویت ملی* به پوشاک و سوزن‌دوزی بلوچ و هویت ملی می‌پردازد. یعقوبی (۱۳۹۳) در مقاله‌ی *سوزن‌دوزی‌های پوشاک زنان بلوچ*: رنگ و نقش، به فرآورده‌های لباس بلوچ و سوزن‌دوزی‌ها می‌پردازد. علیزاده (۱۳۹۵) در پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد *دسته‌بندی و معرفی نقوش و نمادشناسی سوزن‌دوزی بلوچ* به معرفی هنر سوزن‌دوزی بلوچ، نقوش و طبقه‌بندی آن‌ها، نمادشناسی هریک و پوشاک بلوچ پرداخته است. افشار سیستانی (۱۳۷۱) در کتاب *بلوچستان و تمدن دیرینه‌ی آن*، سرزمین بلوچستان، پوشاک و سوزن‌دوزی را شرح می‌دهد. یاوری و سرخوش (۱۳۸۹) در کتاب *آشنایی با لباس‌ها و پوشاک سنتی مردم مناطق مختلف ایران*، به پوشاک اقوام ایران پرداخته که پوشاک بلوچ از جمله آن‌هاست. محمودزهی (۱۳۹۱) در کتاب *آیین‌ها، باورها و فرهنگ مردم بلوچستان*، سیمای جامع زندگی بلوچ‌ها را ترسیم و نقش

[DOI: 10.66224/jic.9.2.415]
Downloaded from jih-tabriziau.ir at 7:42 +0330 on Friday October 9th 2026

آیین‌ها، نمادها و پوشاک سنتی را در حفظ هویت فرهنگی این قوم برجسته می‌سازد. انصاری (۱۳۹۲) در کتاب *آشنایی با فرهنگ عامه و اقوام ایرانی*، با رویکرد توصیفی و مردم‌نگارانه، آداب، پوشاک، صنایع دستی و باورهای بلوچ را معرفی می‌کند. مطالعات پیشین عمدتاً توصیفی، معرفی‌کننده یا نمادشناختی بر هنر سوزن‌دوزی و پوشاک بوده‌اند، در حالی که پژوهش فعلی یک جهش پارادایمی به سمت نظریه نوآوری و مدل‌سازی اقتصادی–اجتماعی دارد. این تحقیق، فراتر از شناسایی «چه چیزی» (الگوها) و «چرا» (نمادها)، به دنبال پاسخ به این پرسش کلیدی است که «چگونه» می‌توان با استفاده از مکانیزم‌های پذیرش نوآوری، یک محصول فرهنگی سنتی را به یک نوآوری بازارپسند تبدیل کرد؛ یعنی از توصیف میراث، به سمت تدوین استراتژی‌های عملیاتی برای بقای اقتصادی آن در ساختار بازار مدرن حرکت می‌کند که این رویکرد تحلیلی در مراجع ذکر شده غایب است.

۳. روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش با رویکرد تحلیلی ـ توصیفی و تاریخی و شیوه‌ی جمع‌آوری اطلاعات کتابخانه‌ای و اسنادی و با استفاده از منابع الکترونیک و ابزار فیش می‌باشد. واحد تحلیل پژوهش، بر اساس سلسله‌مراتبی تعریف شده که شامل مصرف‌کنندگان/پذیرندگان اجتماعی، الگوها و تکنیک‌های سوزن‌دوزی (به عنوان عناصر نوآورانه در طراحی) و در نهایت پوشاک سنتی زنان بلوچ به‌عنوان محصول مورد بررسی است. تحلیل یافته‌های استخراج شده از منابع، با تطبیق و اقتباس از مدل پنج‌بُعدی انتشار نوآوری راجرز، مبتنی بر روش تحلیل محتوای کیفی و استنباط نظری صورت می‌گیرد. داده‌ها بر اساس این مدل، در قالب جدول و در سه بخش مجزا شامل راهکار، اثر نوآوری بر پذیرش اجتماعی و نتیجه‌ی احتمالی طبقه‌بندی می‌شوند. از نظر هدف، این پژوهش کاربردی توسعه‌ای است و در پی تبیین ارتباط مؤلفه‌های نوآوری در سوزن‌دوزی بلوچ (مانند تغییرات در طرح و تکنیک) با میزان پذیرش اجتماعی آن‌ها در جامعه و ارائه‌ی راهکارهای ارتقاء و حفظ این هنر است. با این حال، روش‌شناسی اسنادی دارای محدودیت‌هایی است؛ از جمله وابستگی کامل به منابع ثبت شده‌ی پیشین و عدم امکان سنجش میدانی و اعتبارسنجی مستقیم تغییرات رفتاری جامعه‌ی مورد مطالعه، که نیازمند بررسی دقیق‌تر و استفاده از روش‌های تحقیق میدانی در مراحل بعدی است.

٤. مبانی نظری

٤-۱. تازه جلوه‌کردن در پوشاک سنتی

مفهوم «تازه جلوه‌کردن» در پوشاک سنتی بلوچ، یک فرآیند تک‌بعدی نیست، بلکه یک میدان پویا از تنش‌ها و فرصت‌های ساختاری محسوب می‌شود که نیازمند تحلیل کیفی عمیق است. این جلوه نوین لزوماً به معنای کنارنهادن کامل عناصر پیشین نیست، بلکه بیش‌تر به تعامل پیچیده بین حفظ مرزهای هویتی و کسب مشروعیت در بازار معاصر مربوط می‌شود. تحلیل چارچوب انتشار نوآوری راجرز نشان می‌دهد که عناصر نوآورانه در این حوزه باید با نرخ ادراک‌شده‌ای از سازگاری با ارزش‌های فرهنگی جامعه‌ی هدف مواجه شوند تا پذیرش یابند. در صورت افزایش شدید فاصله با مدل‌های سنتی، ریسک طرد اجتماعی و از دست‌رفتن اصالت افزایش می‌یابد. بنابراین، رویکرد موفق، اتخاذ استراتژی‌های نوآوری تدریجی و افزایشی است که در آن، مؤلفه‌های نمادین (مانند رنگ، نقش‌مایه یا تکنیک دوخت و الگو) به‌گونه‌ای بازتفسیر شوند که ضمن حفظ قابلیت شناسایی فرهنگی، پاسخگوی الزامات زیبایی‌شناختی و کاربردی مدرن باشند. این توازن، مستلزم دخالت فعال بازیگران فرهنگی و طراحان در فرآیند مدیریت ادراک عمومی است تا «تازگی» به‌مثابه یک ارتقاء ارزشی تلقی شود، نه یک انحراف از سنت. «تازه جلوه‌کردن» در پوشاک سنتی بلوچ، فراتر از صرفاً ایجاد تغییرات ظاهری است؛ این فرآیند، بازتعریف معنای نهفته در عناصر سنتی است. به‌جای حذف یا جایگزینی عناصر تاریخی، هدف، تجدیدحیات معنایی آن‌ها در بستر نیازها و خواسته‌های معاصر است. این تجدیدحیات، مستلزم درک عمیق از حافظه‌ی فرهنگی و نیازمند یافتن نقاط تقاطع بین سنت و مدرنیته است. نوآوری مطلق، غالباً به‌معنای نابودکردن گذشته و جایگزینی آن با یک مدل کاملاً جدید است. در حالی که «تازه جلوه‌کردن» به دنبال تکامل و ارتقاء عناصر موجود است. نوآوری مطلق، ریسک از دست‌رفتن هویت فرهنگی را به شدت بالا می‌برد، در حالی که «تازه جلوه کردن» با حفظ ریشه‌ها، به دنبال تقویت و بازتعریف هویت است. این فرآیند، یک گفتگوی مداوم بین سنت و مدرنیته است که در آن، هر دو بر یکدیگر تأثیر می‌گذارند. «تازه جلوه‌کردن» با حفظ اصالت فرهنگی، به پوشاک سنتی بلوچ امکان می‌دهد تا در دنیای مدرن مستمر و زنده بماند. این یک رویکرد ظریف و حساس است که به درک عمیق از قدرت نمادین پوشاک و نقش آن در حفظ هویت جمعی نیاز دارد. تفاوت

[DOI: 10.66224/jic.9.2.415]
Downloaded from jih-tabriziau.ir at 7:42 +0330 on Friday October 9th 2026

کلیدی در «تازه جلوه‌کردن» با «نوآوری مطلق» در میزان انقطاع و ریسک پارادایمیک نهفته است. نوآوری مطلق که در این زمینه می‌تواند به معنای طراحی کاملاً جدید با حذف کامل الگوهای نمادین سنتی باشد، معمولاً با مقاومت شدید نهادی و اجتماعی روبه‌رو می‌شود، زیرا کل بنیان هویتی محصول را به چالش می‌کشد. این مدل در شبکه‌های بسته‌ی فرهنگی با نرخ پذیرش بسیار پایین مواجه است و اغلب توسط جامعه‌ی مصرف‌کننده به‌عنوان «تقلید» یا «از دست‌رفتن ریشه» تلقی می‌گردد. در مقابل، رویکرد اعمال‌شده در پوشاک بلوچ، یک نوآوری تدریجی است که بر پایه‌ی «تغییر درون چارچوب» استوار است. این نوآوری چارچوب اصلی را دست‌نخورده باقی می‌گذارد و تغییرات را صرفاً در سطوح ثانویه اعمال می‌کند. این استراتژی ریسک ادراکی طرد را به حداقل رسانده و به جامعه اجازه می‌دهد نوآوری را به‌عنوان تکامل هوشمندانه‌ی سنت بپذیرد، نه نابودی آن.

٤-٢. نظریه‌ی انتشار نوآوری راجرز

راجرز، جامعه‌شناس و نظریه‌پرداز ارتباطات آمریکایی، بنیان‌گذار نظریه‌ی انتشار نوآوری است (مهارتی و انتظاریان، ۱۴۰۲، ص. ۴۸). این نظریه روند گسترش و پذیرش نوآوری‌ها را در میان جوامع بررسی می‌کند و نخستین‌بار در سال ۱۹۶۲ در قالب اثری دوجلدی در حوزه‌ی جامعه‌شناسی ارتباطات ارائه شد. آخرین ویرایش آن در سال ۱۹۹۵ با عنوان *اشاعه‌ی نوآوری‌ها* منتشر گردید. این چارچوب بر مطالعه‌ی فرآیند پذیرش نوآوری در جامعه و تحلیل عوامل اثرگذار بر آن تمرکز دارد. از دید راجرز، اشاعه به‌منزله‌ی فرآیندی است که در آن نوآوری از طریق کانال‌های ارتباطی میان اعضای یک نظام اجتماعی در طول زمان گسترش می‌یابد (Rogers, 1995, p. 23). پذیرش نوآوری‌ها در جامعه با سرعت‌های متفاوتی رخ می‌دهد (مهارتی و انتظاریان، ۱۴۰۲، ص. ۴۸). راجرز معتقد بود چنانچه نوآوری از دید پذیرندگان واجد پنج ویژگی اصلی باشد، روند پذیرش آن به‌مراتب سریع‌تر و آسان‌تر خواهد بود (پردل، ۱۳۹۴، ص. ۱۲). به‌طور کلی، این نظریه از نخستین و مهم‌ترین تحقیقات در زمینه‌ی شناخت فرآیند تصمیم‌گیری و گسترش محصولات جدید شناخته می‌شود (محمدشفیعی و فیروز رنجبر، ۱۳۹۴، ص. ۵). پنج شاخصه‌ی پذیرش نوآوری عبارتند از: پیچیدگی(Complexity) ، قابلیت سازگاری(Compatibility) ، رؤیت‌پذیری (Observability) ، قابلیت استفاده (Trialability) و مزیت نسبی Relative) Advantage).

٤-٢-١. پیچیدگی

به میزان دشواری در درک و بهره‌گیری از نوآوری اشاره دارد. هر ایده‌ی تازه می‌تواند در طیفی میان سادگی تا پیچیدگی قرار گیرد (Rogers, 2003, p.81). برخی نوآوری‌ها از لحاظ مفهومی، روشن و قابل فهم‌اند، در حالی‌که برخی دیگر این‌گونه نیستند. میان درجه‌ی پیچیدگی نوآوری و سرعت پذیرش آن رابطه‌ای معکوس برقرار است (محمد شفیعی و فیروز رنجبر، ۱۳۹۴، ص. ۵). در واقع، نوآوری‌هایی که برای بیش‌تر اعضای یک نظام اجتماعی، به‌سادگی قابل فهم و استفاده باشند، معمولاً سریع‌تر پذیرفته می‌شوند؛ در مقابل، آن‌هایی که درک و کاربردشان دشوارتر است، با کندی مورد پذیرش قرار می‌گیرند. به‌طور کلی، نوآوری‌هایی که مستلزم یادگیری یا نیازمند سرمایه‌گذاری در دانش جدید باشند، معمولاً دیرتر از دیگر نوآوری‌ها به مرحله‌ی پذیرش می‌رسند (راجرز و شومیکر، ۱۳۶۹، ص. ۱۱۹).

٤-٢-٢. قابلیت سازگاری

بیانگر میزان تناسب یک محصول جدید با ارزش‌های کنونی، تجربیات گذشته و نیازهای احتمالی پذیرندگان است (Rogers, 1999, p. 461). نوآوری همواره با باورها، ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی و نیز ایده‌هایی که پیش‌تر مورد پذیرش قرار گرفته‌اند، در ارتباط است و از آن‌ها تأثیر می‌پذیرد. ایده‌های قبلی به‌عنوان ابزاری برای سنجش و ارزیابی طرح‌های جدید عمل کرده و نقطه‌ی ارجاعی آشنا برای کاهش عدم‌قطعیت و تفسیر نوآوری فراهم می‌کنند؛ این هماهنگی می‌تواند روند پذیرش را تسریع نماید. نشانه‌ی سازگاری درجه‌ای است که نوآوری توانایی پاسخ‌گویی به نیازهای واقعی مشتریان را دارد. مروجان تغییر برای افزایش سرعت پذیرش، تلاش می‌کنند این نیازها را شناسایی کرده و نوآوری‌های متناسب پیشنهاد دهند. این شناسایی اغلب از طریق بررسی‌های رسمی و غیررسمی، ارتباط مستقیم با مشتریان و آزمایش‌های گوناگون صورت می‌گیرد. علاوه بر این، نام انتخابی برای محصول نوین نیز بر میزان پذیرش آن تأثیرگذار است (محمد شفیعی و فیروز رنجبر، ۱۳۹۴، ص. ۷). در مقابل، ایده‌ای که با ارزش‌های اجتماعی رایج در تضاد باشد، به دلیل نیاز به پذیرش همزمان یک

[DOI: 10.66224/jic.9.2.415]
Downloaded from jih-tabriziau.ir at 7:42 +0330 on Friday October 9th 2026

نظام ارزشی جدید، معمولاً با روند پذیرش کندتری مواجه خواهد شد.

٤-٢-٣. رؤیت‌پذیری

در واقع، منظور میزان قابل مشاهده‌بودن نتایج حاصل از نوآوری برای دیگران است (عبادالهی و همکاران، ۱۳۹۳، ص. ۸۱). اثرات برخی ایده‌ها برای اطرافیان به‌وضوح قابل دیدن است و افراد به‌سادگی می‌توانند با آن ارتباط برقرار کنند؛ در حالی‌که توضیح یا نمایش نتایج برخی نوآوری‌ها برای دیگران چالش برانگیز به نظر می‌رسد (محمدشفیعی و فیروز رنجبر، ۱۳۹۴، ص. ۱۱).

٤-٢-٤. قابلیت استفاده

قابلیت بررسی و آزمایش یک نوآوری، سطح عدم قطعیت پذیرندگان را کاهش می‌دهد (عبادالهی و همکاران، ۱۳۹۳، ص. ۸۱). نوآوری‌هایی که امکان امتحان و آزمایش را فراهم می‌کنند، از دیدگاه پذیرندگان با ریسک کمتری همراهند. میزان آزمون‌پذیری یک نوآوری، رابطه‌ای مستقیم با سرعت پذیرش آن دارد، به‌طوری که پذیرندگان اولیه به این ویژگی اهمیت بیش‌تری می‌دهند. در حالی که گروه‌های متأخرتر، به‌جای آزمون، بر بهره‌برداری گسترده تمرکز می‌کنند. پذیرندگان اولیه معمولاً بدون سابقه‌ی انتخاب قبلی، نوآوری را می‌پذیرند، در حالی که پذیرندگان بعدی تحت‌تأثیر تجربیات دیگران قرار می‌گیرند. این اثر متقابل، اهمیت انجام آزمایش‌های گسترده را برای گروه‌های نهایی کاهش می‌دهد. بنابراین، امکان آزمایش و ارزیابی اولیه نقش مهمی در تسهیل فرآیند پذیرش نوآوری ایفا می‌کند (محمد شفیعی و فیروز رنجبر، ۱۳۹۴، صص. ۵ و ۶).

٤-٢-٥. مزیت نسبی

درک فرد از برتری یک نوآوری نسبت به ایده یا روش پیشین، اساس مفهوم مزیت نسبی است که معمولاً با بررسی سودآوری اقتصادی و فرصت‌های ارائه آن تعیین می‌شود (عبادالهی و همکاران، ۱۳۹۳، ص. ۸۱). ماهیت هر نوآوری، گونه‌ی خاصی از مزیت نسبی آن، از جمله اقتصادی یا اجتماعی، را مشخص می‌کند. راجرز تأکید دارد که فرآیند انتشار نوآوری تلاشی برای کاهش عدم قطعیت است؛ لذا پذیرندگان بالقوه در مسیر تصمیم‌گیری به دنبال اطلاعاتی هستند که ابهام پیرامون مزیت نسبی نوآوری را کاهش داده و نشان دهد ایده‌ی جدید تا چه حد از وضعیت موجود بهتر عمل می‌کند. یافته‌های پژوهشی همچنین مزیت نسبی را نشانگر میزان ریسک موجود در پذیرش نوآوری دانسته‌اند (محمدشفیعی و فیروز رنجبر، ۱۳۹۴، صص. ۵ و ۶).

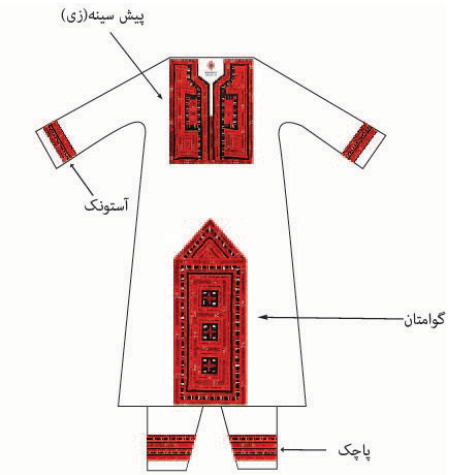
٤-٣. پوشاک سنتی زنان بلوچ

پوشاک سنتی قوم بلوچ مظهر تمایز فرهنگی است و بیش از هشتاد درصد جمعیت بلوچ همچنان به استفاده از آن علاقه‌مندند (موسوی حاجی و همکاران، ۱۳۹۳، ص. ۱۸۹). زنان بلوچ نقشی مؤثر در حفظ این میراث دارند و بخشی مهم از درآمد خود را صرف تهیه‌ی این پوشاک می‌کنند که مهم‌ترین نمود آن هنر سوزن‌دوزی است (کشاورز و جوادی، ۱۳۹۵، ص. ۲۰). این پوشش از چهار بخش اصلی شامل سرجامه، تن‌جامه، پاجامه و کفش تشکیل شده است. سرجامه شامل اجزایی چون سریک، پارچه‌ی حریر مستطیل (حدود یک در دو متر) که از پهنا بر سر و شانه انداخته می‌شود (یعقوبی، ۱۳۹۳، ص. ۵۰)؛ چادر یا گوشان، پوشش سبک خانگی تا کمر که زنان مسن رنگ تیره و جوان‌ترها رنگ‌های شاداب نخی آن را انتخاب می‌کنند (افروغ، ۱۳۸۸، ص. ۸۱)؛ مهنا، چادر مستطیلی قرمز یا زرد نخی قدیمی؛ چادرگرد (گیسو) که تنها از یک سمت آویخته می‌شود (یعقوبی، ۱۳۹۳، ص. ۵۰)؛ و پتی، پارچه‌ی سوزن‌دوزی و سکه‌دوزی شده‌ای که هنگام بیماری یا پس از زایمان بر پیشانی بسته می‌شود (موسوی حاجی و همکاران، ۱۳۹۳، ص. ۱۹۵). تن‌جامه یا جامگ، پیراهنی بلند و عریض تا زانو است که با برش راسته از پارچه‌های تیره و گلدار دوخته شده و آستین‌های آن در مچ تنگ می‌شوند (افشار، ۱۳۷۱؛ ص. ۴۰۴). پاجامه یا تمو، شلواری سنتی است که قسمت بالایی آن با لیفه یا کش بسته شده و دمپای آن تا مچ پا با پیلی‌های ظریف دوخته می‌شود؛ پارچه‌ی نخی یا پشمی آن معمولاً با پیراهن هماهنگ است (یعقوبی، ۱۳۹۳، ص. ۵۹). بخش نهایی، کفش است که انواع آن عبارتند از: سواس (دمپایی برگ نخل با دوام کم) (مالک، ۱۳۹۹، ص. ۶۰)، موچی (صدادار هنگام راه‌رفتن)، کتوک (کفی چوبی با رویه‌ی کاموایی مقاوم) (موسوی حاجی و همکاران، ۱۳۹۳، ص. ۱۹۶) و تک‌کول ساخته شده از برگ درخت داز که شبیه سواس است (افشار، ۱۳۷۱، ص. ۴۲۱).

[DOI: 10.66224/jic.9.2.415]
Downloaded from jih-tabriziau.ir at 7:42 +0330 on Friday October 9th 2026

٤-٣-١. سوزن‌دوزی پوشاک بلوچ

بارزترین ویژگی پوشاک زنان بلوچستان، سوزن‌دوزی‌های ظریف است که هویتی بصری ایجاد می‌کند. تزئینات به دو شیوه انجام می‌شوند: دوخت تکه‌های آماده یا اجرای مستقیم نقوش بر پارچه. ساختار دوخت این نوع پوشاک بر الگویی ثابت استوار است (تجویدی، ۱۳۹۰، ص. ۹)؛ حدود ۵۰ تا ۷۰ نقش در این هنر شناخته شده است (یارشاطر و بلوک‌باشی، ۱۳۸۳، ص. ۳۶۶). ریشه‌ی این هنر به وصله‌دوزی بخش‌های فرسوده‌ی لباس زنان (به دلیل مسئولیت‌های سنگین) بازمی‌گردد که با افزودن نخ‌های رنگی تکامل یافته است (یعقوبی، ۱۳۹۳، ص. ۵۲). این هنر چهار بخش اصلی لباس را تزیین می‌کند که عبارتند از زی (پیش‌سینه): کریگ، بندگ یا جیک نامیده می‌شود و در دو نوع تمام‌زی (زی‌پر) و نیم‌زی دوخته می‌شود؛ گوپتان: بخش پایین پیراهن که گاهی به پندول/جیب بزرگ شناخته می‌شود. این فرم پنج‌ضلعی از زیر سینه تا پایین دامن (حدود ۶۵ سانتی‌متر طول) امتداد دارد که حدود ۳۰ سانتی‌متر آن به شکل مستطیلی باقی مانده و کارکرد جیب را دارد (یاوری و سرخوش، ۱۳۸۹، ص. ۸۶؛ علیزاده، ۱۳۹۵، ص. ۵۳)؛ آستونک: دو تکه‌ی قرینه ذوزنقه‌شکل (۲۵ و ۴۵ سانتی‌متر) روی آستین؛ پاچک: یا دل‌پادگ/پانچک برای تزئین دمپای شلوار (یعقوبی، ۱۳۹۳، ص. ۵۸). در حاشیه‌ی اتصال، کریشی‌دوزی با قلاب (نخ ابریشم/کاموا/سوف پاکستانی) اجرا می‌شود (علیزاده، ۱۳۹۵، ص. ۵۳). در لباس کودک، کریشی‌دوزی به صورت روشن‌تر و با مروارید ریز است. دختران جوان فرم برجسته‌تر و زنان میان‌سال طرح‌های تیره‌تر و ساده‌تر را ترجیح می‌دهند. ساده‌ترین نوع با نخ مشکی و دوخت دندان‌موشی برای زنان مسن رواج دارد. کارکرد اصلی کریشی‌دوزی پوشاندن محل اتصال بود، اما با خلاقیت طرح‌های متنوعی یافت (مالک، ۱۳۹۹، ص. ۶۵). نقوش ظریف «خودکار» و نقوص کم‌کیفیت‌تر «توئی» نامیده می‌شوند (علیزاده، ۱۳۹۵، ص. ۳۰). در این هنر تفاوت‌های منطقه‌ای مشهود است؛ در جنوب (مکران) رنگ تیره با نقوش پر و ریز، و شمال (سرحد) رنگ روشن با طرح ساده رواج دارد (خاموشی، ۱۳۸۷، ص. ۷۹). این تفاوت‌ها نمودی از تمایز هویت‌های فرهنگی هستند (johnny, 2017, p:7). رنگ‌های گرم (قرمز/نارنجی) فراوان استفاده می‌شوند (فریدون‌زاده و همکاران، ۱۳۹۸، ص. ۷۱). انتخاب رنگ و شیوه‌ی به‌کارگیری آن ارتباطی نزدیک با سلیقه‌ها، نگرش‌ها و باورهای هر جامعه دارد. تأثیرات روانی رنگ نیز امری ثابت و یکسان نیست، بلکه در میان فرهنگ‌های گوناگون تفاوت می‌یابد. شرایط اقلیمی، موقعیت جغرافیایی و پیش‌زمینه‌های فرهنگی می‌توانند چگونگی استفاده از رنگ و تجربه‌ی ادراک آن را شکل دهند. از همین‌رو، می‌توان جوامعی را در نظر گرفت که هر یک، برداشت‌ها و احساسات متفاوتی نسبت به رنگ‌ها دارند (هال، ۱۳۹۴، ص. ۷۳). زیبایی‌شناسی این هنر بر پایه‌ی زاویه و قرینه‌سازی هندسی (مثلث، لوزی) استوار است و هر قوس جلوه‌ای خوشایند می‌آفریند (افروغ، ۱۳۸۸، ص. ۸۳). ریتم، نظم و حرکت ویژگی‌های بصری این هنر هستند (نظری، ۱۳۹۳، ص. ۴۲) و الگوها از طبیعت (گل، حیوانات) و باورهای فرهنگی الهام گرفته‌اند؛ به دلیل باور مذهبی، نقوش انسانی/جانوری کمتر دیده می‌شوند. هنرمند بلوچ اغلب بدون طرح اولیه و با الهام از ذهن خلاق، نقش اصیل خلق می‌کند (شه‌بخش، ۱۳۸۴، ص. ۱۴۳). این دانش بومی به صورت شفاهی و از طریق سنت‌ها منتقل شده و همواره با خلاقیت همراه است (shaari, 2015, p:11) (شکل ۱).



شکل ۱. قطعات سوزن‌دوزی بلوچ

Figure 1. Balochi Embroidery Pieces

[DOI: 10.66224/jic.9.2.415]
Downloaded from jih-tabriziau.ir at 7:42 +0330 on Friday October 9th 2026

۵. تحلیل پوشاک سنتی زنان بلوچ از منظر نوآوری راجرز

گوناگونی پوشاک اقوام ایرانی، به‌ویژه در بستر میراث فرهنگی غنی کشور، فرصت‌های ارزشمندی را پیش‌روی صنعت مد و فعالان بازاریابی قرار می‌دهد، زیرا پوشاک نه‌تنها یک کالای مصرفی، بلکه همچون زبانی بی‌واژه، بازتاب‌دهنده وضعیت اجتماعی، اقتصادی و جغرافیایی افراد و نشانه‌ای معنادار از هویت قومی و فرهنگی جامعه است. فرهنگ، به‌عنوان مجموعه‌ای از ارزش‌ها و عقاید مشترک که از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شود (Rapoport, 1980, p. 9)، در هنر سنتی نیز تداوم می‌یابد؛ به‌گونه‌ای که در این هنر، نه‌تنها مضمون، بلکه شکل و قالب اثر نیز ریشه در سنت‌های تثبیت شده دارد (پیروزرام و بینای مطلق، ۱۳۹۲، ص. ۳۰). با این حال، در شرایط کنونی، کاربرد پارچه‌های بومی و پوشاک محلی رو به افول گذاشته و تولید و مصرف آن‌ها عمدتاً به محدوده‌های بومی محدود شده است؛ روندی که با افزایش واردات پوشاک خارجی تشدید شده و به تضعیف جایگاه فرهنگی این محصولات انجامیده است، امری که ریشه‌ی آن را می‌توان در چالش‌های فرهنگی و ضعف اطلاع‌رسانی جست‌وجو کرد، زیرا پوشیدن لباس‌های مبتنی بر پارچه‌های سنتی دیگر به‌طور گسترده بخشی از نظام ارزش‌های فرهنگی جامعه‌ی ایرانی تلقی نمی‌شود (علیزاده، ۱۳۹۵، ص. ۷۲). در این میان، حوزه‌ی پوشاک عرصه‌ی تقابل و تعامل دو رویکرد متمایز است؛ از یک‌سو پوشاک سنتی با ثبات ساختاری و وفاداری به اصول دیرپا، و از سوی دیگر مد نوین که تحت تأثیر سرمایه‌داری، استانداردهای اجتماعی و منطق تغییرات سریع دائماً در حال دگرگونی است. با وجود این تمایز، لباس سنتی توانایی انطباق با شرایط اجتماعی جدید را دارد، بی‌آن‌که از ارزش‌های بنیادین خود فاصله بگیرد، و همین قابلیت، امکان تلفیق آن با طراحی‌های مدرن و پاسخ‌گویی به تمایل ذاتی انسان به تنوع و تجربه‌ی تازه را فراهم می‌سازد؛ تمایلی که در بستر مدرنیته و جهانی‌شدن نمود بیش‌تری یافته و می‌تواند پیامدهایی مثبت یا منفی به همراه داشته باشد. هنرهای سنتی، از جمله سوزن‌دوزی زنان بلوچ، همواره منبعی الهام‌بخش برای طراحی مد، پوشاک و ملحقات آن بوده‌اند و در سال‌های اخیر، گرایش‌های نوستالژیک موجب شده نسل جوان با تلفیق عناصر سنتی در پوشش مدرن، بار دیگر به این میراث فرهنگی توجه نشان دهد؛ گاه تا آن‌جا که محبوبیت یک شیوه‌ی پوشش به گسترش آن در سایر فرهنگ‌ها نیز می‌انجامد. بر این اساس، نظریه‌ی انتشار نوآوری راجرز، چارچوبی تحلیلی را برای تبیین چگونگی پذیرش یا طرد نوآوری‌ها در جامعه فراهم می‌کند و نشان می‌دهد که لباس‌های سوزن‌دوزی‌شده‌ی زنان بلوچ، در صورت برخورداری از ویژگی‌های ادراک‌پذیر نوآوری، می‌توانند به بخشی از پوشش جوامع شهری و مدرن تبدیل شوند. شایان ذکر است که این پژوهش ماهیتی آماری و مبتنی بر سنجش کمی ندارد، بلکه با رویکردی تحلیلی—توصیفی و راهکارمحور، می‌کوشد بر پایه‌ی تحلیل مفهومی، اسنادی و نظری، عوامل مؤثر بر پذیرش این پوشاک را شناسایی کرده و مسیرهایی عملی را برای احیای پوشاک بومی، کاهش وابستگی به واردات و تقویت جایگاه فرهنگی و اقتصادی پوشاک سنتی ایران ارائه دهد؛ امری که با توجه به تنوع بصری چشمگیر و میراث فرهنگی غنی کشور، می‌تواند ایران را به یکی از بازارهای مهم و هویت‌محور پوشاک در سطح ملی و فراتر از آن بدل سازد.

۵-۱. پیچیدگی

پوشاک سنتی بلوچ نمونه‌ای است که از نظر کارکرد کلی، پیچیدگی اندکی دارد: طراحی ساده، فرم آزاد، پوشش سریع و بدون نیاز به آموزش خاص و امکان استفاده در تمامی سنین، این لباس را در گروه محصولاتی با سهولت بالای استفاده قرار می‌دهد. همچنین به تجهیزات ویژه برای نگهداری نیاز ندارد، دوام بالایی دارد و قابلیت شست‌وشوی آسان (مانند دیگر پوشاک روزمره) را داراست. این ویژگی‌ها با گرایش عمومی مردم به استفاده از محصولات با «بار شناختی» پایین همخوانی دارد و به‌عنوان یک عامل تسهیل‌کننده برای پذیرش عمل می‌کند. با این حال، پیچیدگی این نوآوری در لایه‌های ظریف‌تر نهفته است: بخش سوزن‌دوزی، به‌عنوان عنصر شاخص فرهنگی و زیبایی‌شناختی، نیازمند مهارت و تجربه‌ی خاص در تولید است؛ فرایندی که در حوزه‌ی تولید، زمان‌بر و فنی محسوب می‌شود. این امر می‌تواند بر سرعت عرضه در بازار اثرگذار باشد. در بُعد نگهداری، هرچند بدنه‌ی اصلی لباس ساده و مقاوم است، قسمت‌های سوزن‌دوزی‌شده ممکن است به دستورالعمل شست‌وشوی خاص نیاز داشته باشند تا از آسیب دیدن نقش‌ها جلوگیری شود؛ این عامل، اگر به‌درستی به مصرف‌کننده آموزش داده نشود، می‌تواند مقاومت یا بی‌اعتمادی ایجاد کند. بُعد دیگر پیچیدگی، آمادگی ذهنی و فرهنگی مخاطب برای پذیرش نوآوری در پوشاک سنتی است. هرچند فرم لباس برای کاربر آشناست، تغییرات طراحی یا افزودن عناصر نوگرایانه، نیازمند ارتباط و بازاریابی هدفمند است تا مخاطب جدید با ارزش‌ها و مزایای آن آشنا شود. در این زمینه، نقش فعالیت‌های آگاهی‌بخش و تبلیغات تخصصی تعیین‌کننده است. مانع دیگر، رقابت با تولید انبوه است. مقابله با این مانع نیازمند استراتژی‌های ارزش‌محور برای نشان‌دادن مزیت‌های فرهنگی،

[DOI: 10.66224/jic.9.2.415]
Downloaded from jih-tabriziau.ir at 7:42 +0330 on Friday October 9th 2026

زیبایی‌شناسی و کیفیتی لباس بلوچ است. تحلیل مؤلفه‌ی پیچیدگی در مدل راجرز نشان می‌دهد که پوشاک سنتی بلوچ، یک پارادوکس انتشار را به نمایش می‌گذارد؛ یعنی از سویی، پیچیدگی ادراکی مصرف‌کننده در استفاده‌ی روزمره بسیار پایین است (سهولت پوشیدن، مقاومت و عدم نیاز به تجهیزات خاص)، که عاملی قویاً تسریع‌کننده است، اما در مقابل، پیچیدگی تولید، ناشی از مهارت فنی و زمان‌بَربودن سوزن‌دوزی‌های اصیل، یک گلوگاه جدی در عرضه و مقیاس‌پذیری ایجاد می‌کند. این دوگانگی بر مدل انتشار تأثیر می‌گذارد، اگرچه محصول برای کاربر نهایی جذاب است، اما ظرفیت بازار نمی‌تواند تقاضای احتمالی را به دلیل محدودیت‌های تولید برآورده سازد. جدول ارائه‌شده نشان می‌دهد که راهکارها عمدتاً بر کاهش ابهام مصرف‌کننده (آموزش نگهداری، شفافیت قیمت) و بهبود تجربه‌ی کاربری پس از خرید متمرکز شده‌اند. این تمرکز تأییدی بر این است که موانع اصلی پس از مرحله‌ی «آگاهی» و در مرحله‌ی «ارزیابی» و «آزمایش» نوآوری رخ می‌دهد. برای عبور از این فاز، تغییر استراتژی از تمرکز صرف بر اصالت به سمت مهندسی ارزش ضروری است؛ به این معنا که باید راهکارهایی برای کاهش پیچیدگی تولید (مانند طراحی ماژولار یا الگوهای ترکیبی سنتی–صنعتی) و همزمان افزایش ادراک ارزش فرهنگی برای توجیه قیمت‌گذاری (از طریق بازاریابی داستان‌محور) اتخاذ شود تا نرخ پذیرش افزایش یابد (جدول ۱).

جدول ۱. راهکار، اثر و نتیجه‌ی احتمالی در پیچیدگی

Table 1. Potential Solutions, Impacts, and Outcomes in Complexity

راهکار	اثر بر کاهش پیچیدگی	نتیجه‌ی احتمالی
آموزش بصری از طریق ویدیو و بروشور	کاهش اشتباهات و افزایش آگاهی مصرف‌کننده	اعتماد و رضایت بیش‌تر مشتری
عرضه‌ی سریع‌تر و قیمت رقابتی	کاهش هزینه‌ی عملیاتی و زمان چرخه	عرضه‌ی سریع‌تر و قیمت رقابتی
بسته بندی همراه با دستورالعمل نگهداری	کاهش ابهام مصرف‌کننده	استفاده‌ی صحیح و عمر طولانی‌تر لباس
آموزش رایگان در فروشگاه‌ها و نمایشگاه‌ها	تجربه‌ی عملی کاربر با محصول	کاهش مقاومت اولیه و افزایش خرید
بازاریابی داستان‌محور	ایجاد ارتباط عاطفی با مشتری	وفاداری و تمایل بیش‌تر به استفاده
سوزن‌دوزی ترکیبی با جداسازی آسان	تسهیل نگهداری و تعمیر	حفظ نقش‌ها و کاهش فرسودگی
قیمت‌گذاری شفاف و ارزش‌محور	درک بهتر تفاوت با پوشاک صنعتی	پذیرش قیمت و افزایش فروش
تولید مدل‌های ساده‌تر برای بازار عام	کاهش بار شناختی مصرف‌کننده	گسترش بازار هدف
همکاری با اینفلوئنسرهای مد پایدار	افزایش دیده‌شدن و جذابیت محصول	رشد تقاضا و فروش
رویداد «لباس‌گردانی» در مدارس و دانشگاه‌ها	آشنایی نسل جوان با محصول	تقویت پذیرش بلندمدت
طراحی الگوهای ماژولار	سهولت در تولید و تعمیر	کاهش هزینه و افزایش انعطاف
ایجاد لباس‌های ترکیبی سنتی–صنعتی	حفظ اصالت همراه با کاهش دشواری تولید	جذب مشتریان جدید
استفاده از فناوری واقعیت افزوده	آموزش تعاملی و جذاب	افزایش مهارت مصرف‌کننده در استفاده
مرکزهای خدمات پس از فروش	رفع نگرانی مشتری از آسیب	افزایش رضایت و وفاداری
گواهینامه‌ی کیفیت و اصالت	اطمینان‌بخشی به مشتری	کاهش تردید و تصمیم‌گیری سریع‌تر

۵-۲. قابلیت سازگاری

در دستگاه نظری راجرز، نه‌تنها معیاری فنی در ارزیابی نوآوری، بلکه شاخصی اجتماعی–فرهنگی با قدرت تعیین‌کننده در سرنوشت آن است. پوشاک سنتی بلوچ، نمونه‌ای زنده از نوآوری‌هایی است که ریشه در حافظه‌ی جمعی دارند و هر جزء آن، از برش‌های ساده گرفته تا نقوش پیچیده‌ی سوزن‌دوزی، حامل رمزگان فرهنگی است. طراحی این لباس‌ها، از لحاظ فرم، ترکیب‌بندی رنگ و کارکرد، بازتاب‌دهنده‌ی هویت قومی بلوچ است. این پیوستگی هویتی همان «زمینه‌ی فرهنگی» است که در مدل راجرز به‌عنوان شتاب‌دهنده‌ی پذیرش شناخته می‌شود. مواد اولیه، اغلب برگرفته از منابع بومی و سازگار با اقلیم، نه‌تنها حس تعلق به محیط را تقویت می‌کنند، بلکه در چارچوب پایداری زیست‌محیطی، عمل می‌کند. چنین انتخابی، با بهره‌گیری از پارچه‌های سبک و تنفس‌پذیر برای فصول گرم و بافت‌های مقاوم‌تر برای زمستان، سازگاری اقلیمی را تضمین نموده و رضایت کاربر را چندلایه می‌کند. قیمت‌گذاری اگر با توان اقتصادی قشرهای مختلف همسان‌سازی شود، قابلیت نفوذ بیش‌تری در بازار خواهد داشت. در بُعد زیبایی‌شناسی، تلفیق حساب‌شده‌ی عناصر سنتی با جزئیات مدرن می‌تواند نگاه نسل جوان را جذب کند. در نهایت، اگر فرایند ساخت این لباس‌ها با مهارت‌های سنتی موجود و زیرساخت‌های محلی هماهنگ باشد، حلقه‌ی ارزش نوآوری بسته می‌شود، فرهنگ حفظ می‌گردد، اقتصاد بومی تقویت می‌شود و وابستگی به تولیدات وارداتی کاهش می‌یابد. چنین همخوانی چندبُعدیِ فرهنگی، اقتصادی، زیست‌محیطی، اقلیمی و زیبایی‌شناسی، آن را به یک الگوی ماندگار در مدیریت

[DOI: 10.66224/jic.9.2.415]

Downloaded from jih-tabriziau.ir at 7:42 +0330 on Friday October 9th 2026

نوآوری بدل می‌کند. قابلیت سازگاری در این بافت، نه‌تنها فراتر از همخوانی صرف با ارزش‌های موجود، بلکه نقطه‌ی تلاقی تعامل میان اصالت هویتی و انعطاف‌پذیری بازارپذیر است. پوشاک بلوچ از نظر فرهنگی و اقلیمی دارای سازگاری درونی بسیار بالایی است؛ یعنی هر جزء آن منطبق بر میراث جمعی و نیازهای زیست‌محیطی منطقه است که این امر ریسک ادراکی پذیرش را در بدنه‌ی سنتی جامعه به‌شدت کاهش می‌دهد. با این وجود، جدول ۲ نمایانگر نقاط استراتژیک برای مقابله با عدم سازگاری نوظهور است. در بُعد اقتصادی، نیاز به سازگاری مالی از طریق قیمت‌گذاری ارزش‌محور برای نفوذ به طبقات جدید دیده می‌شود. در بُعد زیبایی‌شناختی، پل‌زدن بین اصالت و نیازهای سبک زندگی معاصر (جذب نسل جوان) یک ضرورت سازگاری است که باید از طریق ترکیب‌های نوین نقوش و رنگ‌ها محقق شود. بنابراین، استراتژی انتشار موفق در این نوآوری، متکی بر مدیریت فعالانه‌ی دوگانگی است؛ حفظ حداکثری سازگاری فرهنگی در هسته‌ی محصول (نقوش، برش)، و افزایش انعطاف‌پذیری در لایه‌های بیرونی (قیمت، عرضه و تزئینات جزئی) برای تضمین پذیرش گسترده‌تر در بازارهای ملی و بین‌المللی (جدول۲).

جدول ۲. راهکار، اثر و نتیجه‌ی احتمالی در قابلیت سازگاری

Table 2. Potential Solutions, Impacts, and Outcomes in Compatibility

راهکار	اثر بر افزایش قابلیت سازگاری	نتیجه‌ی احتمالی
بهره‌گیری از منابع بومی تولید داخل	تقویت حس تعلق و همخوانی با اقلیم ایران	پذیرش گسترده در بازار ملی و تقویت برند بومی
همخوانی با آداب و رسوم مذهبی ایران	همخوانی با باورهای مذهبی و فرهنگی	کاهش مقاومت فرهنگی و افزایش اعتماد بازار ملی
سازگاری با مناطق گرم و خشک	تطبیق با شرایط اقلیمی مشابه	ورود موفق به بازار خلیج فارس و افزایش صادرات
ترکیب سنت و مدرنیته در پوشش شهری	پل ارتباطی سنت و سبک زندگی معاصر	جذب نسل جوان و گسترش استفاده‌ی روزمره
هماهنگی با مناسبت‌های فرهنگی و ملی	پیوند پوشاک با رویدادهای رسمی و سنتی	افزایش تقاضا در دوره‌های خاص سال (نوروز، اعیاد)
مدل چندمنظوره‌ی داخلی و خارجی	افزایش دامنه‌ی کاربرد در موقعیت‌های مختلف	ارتقای ارزش خرید برای مصرف‌کننده
سازگاری اقتصادی با توان خرید اقشار مختلف	کاهش مانع مالی در پذیرش محصول	گسترش بازار داخلی در طبقات اقتصادی متفاوت
تولید بر اساس اصول مد پایدار	همخوانی با ارزش‌های جهانی و محلی	جذب مشتریان مد پایدار و بهبود تصویر برند
استفاده از رنگ‌بندی نوآورانه با نقوش اصیل	هماهنگی با ذائقه‌ی جوانان و حفظ هویت فرهنگی	افزایش تمایل نسل جدید به استفاده‌ی مداوم
طراحی ویژه برای رویدادهای بین‌المللی	انطباق فرهنگی و زیبایی‌شناختی با محیط جهانی	معرفی جهانی پوشاک بلوچ به‌عنوان نماد فرهنگی
ایجاد زیرساخت‌های تولید ملی غیرمتمرکز	تطبیق با ظرفیت‌های محلی و کاهش واردات	تقویت تولید داخلی و کاهش وابستگی خارجی
انعطاف‌پذیری مدل‌ها بر اساس انتخاب مشتری	سازگاری با سلایق و نیازهای متفاوت	افزایش رضایت و وفاداری مشتریان
حضور در رویدادهای فرهنگی جهانی	تطبیق با فرهنگ‌های متنوع و مد روز جهان	ارتقای جایگاه بین‌المللی برند فرهنگی

۵-۳. رؤیت‌پذیری

با گسترش استفاده از شبکه‌های اجتماعی، افراد می‌توانند تصاویر و محتواهایی منتشر کنند که سهم مهمی در افزایش شناخته‌شدن این نوآوری دارد. نمایش این پوشاک در فیلم‌ها، برنامه‌های تلویزیونی و مستندها نیز موجب ارتقای قابلیت مشاهده‌ی آن می‌گردد. تبلیغات غیررسمی از طریق روابط خانوادگی، دوستی و محیط‌های مجازی، به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی، نقش قابل توجهی در گسترش این آگاهی ایفا می‌کند. استفاده از این پوشاک در مراسم فرهنگی و رویدادهای بین‌المللی، حضور در فیلم‌ها و سریال‌ها، برگزاری کارگاه‌های آموزشی مرتبط با دوخت و طراحی پوشاک سنتی بلوچ، و بهره‌گیری از آن در تبلیغات تجاری همگی موجب افزایش توجه عمومی به آن می‌شوند. همچنین برپایی مسابقات طراحی با محوریت لباس بلوچ به دیده‌شدن

و انتشار گسترده‌تر این هنر کمک خواهد کرد. مصرف‌کنندگان این پوشاک معمولاً رضایتی بالا دارند که از کیفیت مطلوب تولید، طرح‌های گوناگون و پیوند فرهنگی عمیق نشأت می‌گیرد. کاهش واردات پوشاک و رشد صادرات آن به دیگر کشورها بیانگر موفقیت این نوآوری در

[DOI: 10.66224/jic.9.2.415]
Downloaded from jih-tabriziau.ir at 7:42 +0330 on Friday October 9th 2026

بازار است. این دگرگونی نشان‌دهنده‌ی تحول مثبت در الگوهای مصرف جامعه و گرایش به ارزش‌های بومی می‌باشد. رؤیت‌پذیری پوشاک بلوچ از منظر این پژوهش، فراتر از یک سنجش ساده از میزان دیده‌شدن، به‌عنوان یک استراتژی فعال برای مهندسی پذیرش هویتی عمل می‌کند که دو محور اساسی را هدف قرار داده است: از یک سو، ایجاد سرعت انتشار از طریق نفوذ فراگیر در نسل جوان و شبکه‌های اجتماعی برای جلب توجه سریع و از سوی دیگر، تضمین عمق تثبیت فرهنگی از طریق حضور رسمی در رویدادهای مد ملی و بین‌المللی. این استراتژی دوگانه، توسط فیلترهای اعتبارسنجی اجتماعی (نظیر همکاری با سلبریتی‌ها) تقویت می‌شود تا مقاومت‌های فرهنگی را به‌سرعت کاهش دهد. موفقیت مشاهده‌شده در تحول بازار که از کاهش واردات به رشد صادرات رسیده، نشان می‌دهد این افزایش رؤیت‌پذیری با موفقیت، ارزش نمادین پوشاک را به سطحی ارتقا داده که قابلیت رقابت جهانی را کسب کرده است. اقدامات آتی، از مستندسازی فرایند تولید برای تأیید اصالت گرفته تا راه‌اندازی کمپین‌هایی نظیر «یک روز بلوچ» برای شکل‌دهی حافظه‌ی جمعی، همگی در راستای تبدیل مواجهه‌ی ناخودآگاه به تقاضای پایدار فرهنگی و نهادینه‌سازی این نوآوری در ساختار فرهنگی–اقتصادی کشور طراحی شده‌اند (جدول ۳).

جدول ۳. راهکار، اثر و نتیجه‌ی احتمالی در رؤیت‌پذیری

Table 3. Potential Solutions, Impacts, and Outcomes in Observability

راهکار	اثر بر افزایش رؤیت‌پذیری	نتیجه‌ی احتمالی
استفاده‌ی هدفمند از شبکه های اجتماعی پرمخاطب	افزایش سرعت انتشار تصویری در نسل جوان	جلب توجه سریع و فراگیر نسلZ
همکاری با سلبریتی‌های ملی	استفاده از نفوذ چهره‌های محبوب	افزایش مقبولیت و اعتماد اجتماعی
حضور در جشنواره‌های ملی مد و لباس	معرفی رسمی در رویدادهای معتبر داخلی	تثبیت جایگاه در حوزه‌ی مد ایران
استفاده در فیلم‌های پرفروش داخلی	ایجاد تداعی مثبت از طریق تصاویر ماندگار	افزایش تمایل به خرید و استفاده
پوشش در سریال‌های تلویزیونی محبوب	آشنایی تدریجی مخاطبان با طرح‌ها و نقش‌ها	کاهش مقاومت فرهنگی و گسترش پذیرش
نمایشگاه‌های سیار در مراکز خرید	ایجاد مواجهه‌ی مستقیم مصرف‌کننده با محصول	افزایش نرخ خرید در همان زمان بازدید
پوستر و بنر در مترو، اتوبوس‌ها و مبلمان شهری	مواجهه روزانه و ناخودآگاه با تصاویر پوشاک	افزایش آگاهی عمومی بدون فشار مستقیم تبلیغاتی
تجربه‌ی پوشش بومی برای گردشگران	انتقال تجربه و تصاویر به کشورهای مبدأ	گسترش شهرت بین‌المللی و افزایش صادرات
همکاری با دانشگاه‌های هنر و مد	حضور در پروژه‌ها و نمایشگاه‌های دانشگاهی	پرورش طراحان آینده با هویت بلوچ
کمپین «یک روز بلوچ» در مدارس و ادارات	مشارکت اجتماعی و شکل‌گیری حافظه‌ی جمعی	تبدیل به نماد فرهنگی و تقاضای فصلی
حضور در هفته‌های مد بین‌المللی	نمایش لباس به مخاطبان جهانی و منتقدان مد	ورود به بازار جهانی و جذب اسپانسر
مسابقه‌ی طراحی با نقوش بلوچ	تحریک خلاقیت و توجه رسانه‌ها به طرح‌های نو	افزایش تنوع طرح‌ها و ارتقای برند
نمایش پوشاک با کمک ورزشکاران ملی	پیوند پوشاک با غرور ملی و پوشش رسانه‌ای وسیع	ارتقای ارزش نمادین و افزایش اعتبار فرهنگی
مستندسازی فرایند تولید و انتشار در یوتیوب	نمایش کیفیت، اصالت و ظرافت دوخت برای مخاطبان	ایجاد پیوند احساسی و افزایش تمایل به خرید
استفاده در تبلیغات برندهای ملی	بهره‌گیری از قدرت رسانه‌ای شرکت‌ها	سرعت‌بخشی به آگاهی جمعی و تغییر ذائقه‌ی بازار

۵-٤. قابلیت استفاده

این مفهوم به کاربران فرصت می‌دهد تا از راه‌های مختلف، تجربه‌ی خود را نسبت به محصول یا خدمت تازه بسنجند و از میزان تناسب آن با نیازهای‌شان اطمینان پیدا کنند. در حوزه‌ی پوشاک، این قابلیت به افراد اجازه می‌دهد پیش از خرید کامل، در مراسم یا موقعیت‌های خاص از آن استفاده کرده و احساس و تجربه‌ی خود را ارزیابی کنند. می‌توان گفت که آزمون‌پذیری پوشاک بلوچ نه‌تنها ابزاری برای کاهش ریسک خرید، بلکه زمینه‌ای برای تعمیق ارتباط فرهنگی و احساسی مخاطب با لباس به شمار می‌آید. تجربه‌ی استفاده‌ی آزمایشی، هنگامی که با روایت‌های فرهنگی و ارزش‌های نمادین همراه شود، احساس تعلق و کنجکاوی زیبایی‌شناختی را در مصرف‌کننده بیدار می‌کند و فرآیند ارزیابی را از سطح عملکردی به سطح هویتی ارتقا می‌دهد. در این میان، مشارکت فروشگاه‌های محلی و کارگاه‌های صنایع‌دستی در طراحی فضاهای تعاملی یا اجرای رویدادهای آزمایشی می‌تواند نقش مهمی در ایجاد اعتماد ایفا کند. همین تعامل، وقتی در قالب کمپین‌های فرهنگی یا همکاری با چهره‌های تأثیرگذار روی دهد، موجب گسترش نگرش مثبت و تمایل به تجربه‌ی محصول می‌شود. به‌طور خاص، سیاست‌های بازگشت آسان و ارائه‌ی نسخه‌های ساده‌تر با قیمت مناسب، پیوندی میان آزمون‌پذیری و دسترسی‌پذیری برقرار

[DOI: 10.66224/jic.9.2.415]
Downloaded from jih-tabriziau.ir at 7:42 +0330 on Friday October 9th 2026

می‌سازد و به مخاطبان اجازه می‌دهد پیش از پذیرش کامل، مرحله‌ای از ارتباط تدریجی را تجربه کنند. چنین روندی نه‌تنها پذیرش نوآوری را در سطح فردی تسهیل می‌کند، بلکه با افزایش رؤیت‌پذیری و حس اصالت، مسیر تثبیت پوشاک بلوچ در بازارهای ملی و بین‌المللی را هموار می‌سازد. ایجاد رویکردی یکپارچه برای آزمون‌پذیری پوشاک بلوچ، نیازمند ایجاد یک حلقه‌ی بازخورد مستمر است که از تجربه‌ی حسی، اطلاعات جمع‌آوری شده و بازخورد کاربران بهره می‌برد (جدول ۴).

جدول ٤. راهکار، اثر و نتیجه‌ی احتمالی در قابلیت استفاده

Table 4. Potential Solutions, Impacts, and Outcomes in Trialability

راهکار	اثر بر افزایش قابلیت استفاد	نتیجه‌ی احتمالی
برگزاری رویداد «یک روز با لباس بلوچ»	ایجاد تجربه‌ی واقعی پوشیدن لباس در شرایط روزمره	افزایش آگاهی احساسی و تمایل به خرید
اجاره‌ی کوتاه‌مدت لباس برای مراسم ملی و مذهبی	فراهم‌کردن امکان استفاده بدون خرید کامل	کاهش ریسک و افزایش نرخ پذیرش
غرفه‌های آزمایشی در مراکز خرید بزرگ	امکان پوشیدن و ثبت عکس توسط مشتریان	ایجاد پیوند بصری و اجتماعی با محصول
نسخه‌ی ساده‌تر و ارزان‌تر به‌عنوان نمونه‌ی آزمایشی	ارائه‌ی فرصت آزمون با هزینه‌ی کم‌تر	جذب مشتریان با توان خرید محدود
نمونه‌ی پوشاک رایگان در نمایشگاه‌ها	تجربه‌ی لمسی و بصری قبل از خرید	ایجاد اعتماد و علاقه‌مندی
سفارش لباس با امکان بازگشت آسان	حذف نگرانی از خرید نامتناسب	افزایش تمایل به امتحان و سفارش آنلاین
خدمات مشاوره‌ی شخصی در انتخاب طرح	انتخاب آگاهانه و تناسب بهتر با نیاز فرد	کاهش نارضایتی و مرجوعی‌ها
تخفیف ویژه‌ی اولین خرید	کاهش بار مالی آزمون اولیه	ترغیب ورود مشتریان جدید به بازار
ارائه‌ی لباس نمونه به چهره‌های فرهنگی و ورزشی	نمایش عمومی و کسب بازخورد واقعی	نفوذ سریع در مخاطبان گسترده
استفاده‌ی آزمایشی در محیط کار یا دانشگاه	ارزیابی عملکرد لباس در شرایط واقعی	تصمیم‌گیری دقیق بر اساس تجربه‌ی عملی
هفته‌ی تجربه‌ی پوشاک بلوچ در مناطق مختلف	فرصتی برای آزمون جمعی و تبادل نظر	تقویت پذیرش فرهنگی و اجتماعی
همکاری با فروشگاه‌های آنلاین دارای بازگشت رایگان	امکان آزمون برای مشتریان خارج از کشور	توسعه‌ی بازار بین‌المللی بدون ریسک
مجموعه‌لباس‌های چندتکه و قابل تغییر	شخصی‌سازی و انتخاب ترکیب بهینه	افزایش رضایت و احتمال خرید نهایی
کارگاه آموزشی همراه با استفاده از لباس	تجربه‌ی حسی و فرهنگی همزمان با یادگیری	پیوند هویت فرهنگی با محصول
برنامه‌ی وفاداری برای استفاده‌ی آزمایشی چندباره	آزمون مدل‌های مختلف در طول زمان	افزایش شناخت دقیق مشتری و وفاداری بلندمدت

۵-۵. مزیت نسبی

پوشاک بلوچ به‌عنوان محصولی با کیفیت بالا، طراحی‌های متمایز و تولید دست‌دوز، از مزیت نسبی قابل‌توجهی در میان محصولات پوشاک برخوردار است و همین ویژگی‌ها نقش مهمی در ترغیب مصرف‌کنندگان به انتخاب آن ایفا می‌کنند. تأکید بر جنبه‌های فرهنگی و تاریخی این پوشاک، احساس هویت و تعلق فرهنگی را در میان مخاطبان تقویت کرده و در نتیجه میل به خرید و استفاده از آن را افزایش می‌دهد؛ فرایندی که هم‌زمان به حفظ فرهنگ بومی و شکل‌گیری تصویری مثبت از محصول در ذهن مصرف‌کننده منجر می‌شود. استفاده از مواد طبیعی و روش‌های تولید سازگار با محیط زیست نیز این پوشاک را برای افرادی که دغدغه‌های زیست محیطی و اخلاقی دارند، جذاب‌تر می‌کند. افزون بر کارکرد فرهنگی، پذیرش پوشاک بلوچ آثار اقتصادی مثبتی به همراه دارد، زیرا گرایش به مصرف تولیدات محلی موجب رونق صنایع دستی، تقویت اقتصاد منطقه‌ای و ایجاد فرصت‌های شغلی برای طراحان و تولیدکنندگان می‌شود. با وجود ریشه‌های سنتی، قابلیت انطباق با مد روز و امکان شخصی‌سازی از طریق سوزن‌دوزی، به جذابیت و تمایز این پوشاک می‌افزاید. همچنین، کیفیت بالای پارچه‌ها، دوام، راحتی و سازگاری با شرایط اقلیمی، در کنار نقش آن در جذب گردشگران فرهنگی، جایگاه اقتصادی و فرهنگی پوشاک بلوچ را بیش از پیش تقویت می‌کند. مزیت نسبی پوشاک بلوچ در واقع بازتابی از هم‌پوشانی سه حوزه‌ی ارزش است: ارزش نمادین، ارزش مصرفی و ارزش فرهنگی–اجتماعی. بر این مبنا، برتری این پوشاک صرفاً در کیفیت مادی آن خلاصه نمی‌شود، بلکه در توان آن برای تبدیل معنا به سرمایه‌ی اقتصادی نهفته است. در چارچوب نظری راجرز، عنصر ادراک سودمندی نسبی زمانی مؤثر واقع می‌شود که مصرف‌کننده نه‌تنها فایده‌ی عملکردی، بلکه تمایز هویتی را در محصول تشخیص دهد. این مکانیزم در پوشاک بلوچ از طریق «تکثیر معنایی» یا بازتولید هویت قومی در بستر بازار فعال می‌شود، امری که موجب شکل‌گیری برند فرهنگی می‌گردد. از سوی دیگر، ویژگی

[DOI: 10.66224/jic.9.2.415]
Downloaded from jih-tabriziau.ir at 7:42 +0330 on Friday October 9th 2026

دست‌دوز بودن، زمان‌بر بودن فرآیند تولید و قابلیت سفارشی‌سازی، نوعی کمیابی مصنوع ایجاد می‌کند که مستقیماً در ارتقای ارزش ادراکی و امکان قیمت‌گذاری ممتاز اثرگذار است. افزون بر این، زیست‌پذیری اقلیمی و پایداری در مصرف منابع طبیعی، پوشاک بلوچ را در منطق «اقتصاد سبز و پایدار» جای می‌دهد و به آن مزیت رقابتی بین‌نسلی می‌بخشد.

بدین‌ترتیب، مزیت نسبی این پوشاک نه صرفاً جنبه‌ای سنتی، بلکه ساختاری چندبُعدی دارد که تعامل میان فرهنگ، فناوری و اقتصاد را در یک نظام خلاق و بومی بازنمایی می‌کند (جدول۵).

جدول ۵. راهکار، اثر و نتیجه‌ی احتمالی در مزیت نسبی

Table 5. Potential Solutions, Impacts, and Outcomes in Relative Advantage

راهکار	اثر بر افزایش مزیت نسبی	نتیجه‌ی احتمالی
تأکید بر دست‌دوز بودن و ظرافت سوزن‌دوزی‌ها	ایجاد تمایز محسوس در کیفیت و هنر ساخت	جذب مشتریان ارزش‌محور و فرهنگ‌دوست
استفاده از مواد طبیعی و رنگ‌های گیاهی	ایجاد مزیت زیست محیطی و سلامت پوشاک	جلب خریداران حساس به مسائل پایداری
ترکیب طرح‌های سنتی با مدل‌های مدرن	هم‌زمان جذب جوانان و حفظ اصالت فرهنگی	افزایش دامنه مخاطبان در بازار
سفارشی‌سازی طرح و رنگ بر اساس سلیقه مشتری	ارائه محصول منحصربه‌فرد برای هر خریدار	ایجاد حس مالکیت و وفاداری مشتری
دوام و ماندگاری بیش‌تر نسبت به پوشاک صنعتی	کاهش هزینه‌های تعویض مکرر لباس	تثبیت برند به‌عنوان محصول باکیفیت و اقتصادی
راحتی و تطابق با شرایط اقلیمی مختلف	افزایش کارایی و جذابیت در مناطق گرم و خشک	گسترش بازار به مناطق خیلی گرم
معرفی پوشاک بلوچ به‌عنوان نماد میراث فرهنگی	پیوند لباس با هویت ملی و غرور اجتماعی	تبدیل محصول به کالای نمادین با ارزش افزوده بالا
استفاده در رویدادهای رسمی و فرهنگی	اثبات سطح رسمی و اجتماعی محصول	نفوذ به بازار پوشاک اداری و تشریفاتی
ارائه‌ی نسخه‌های محدود	ایجاد حس کمیابی و خواستنی‌بودن	افزایش ارزش ذهنی محصول و قیمت‌گذاری ممتاز
هم‌افزایی با گردشگری فرهنگی	جذب گردشگران به تجربه و خرید پوشاک	افزایش درآمد از طریق بازار توریستی
آموزش عمومی درباره‌ی فرآیند تولید سنتی	افزایش درک و احترام به هنر و مهارت تولید	تقویت جایگاه اجتماعی و فرهنگی محصول
حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی صنایع‌دستی	معرفی مستقیم به بازار جهانی	توسعه‌ی صادرات و همکاری‌های تجاری خارجی
ایجاد برند ملی با هویت بلوچ	تقویت اعتماد و شناخت بازار	افزایش فروش در سطح ملی و فراتر از آن
حمایت دولت و نهادهای فرهنگی از تولید محلی	کاهش هزینه‌ی تولید و بازاریابی	پایداری اقتصادی و رشد اشتغال
استفاده از نیروی کار ماهر محلی	حفظ کیفیت سنتی و ایجاد اشتغال پایدار	افزایش ارزش اجتماعی و اقتصادی محصول

٦. نتیجه‌گیری

در این پژوهش، براساس مدل انتشار نوآوری راجرز، اثر ابعاد مختلف پذیرش نوآوری در پوشاک سنتی زنان بلوچ مورد ارزیابی قرار گرفت. نتایج نشان داد که مؤلفه‌های نظریه‌ی راجرز در صنعت پوشاک بلوچ نقشی مثبت و معنادار دارند. پوشاک سنتی بانوان بلوچ فراتر از یک کالای مصرفی، جلوه‌ای زنده از حافظه‌ی فرهنگی، ذوق زیباشناسانه‌ی بومی و میراث گران‌بهای ایرانی است؛ میراثی که با وجود روند پرشتاب تجاری‌سازی و یکسان‌سازی جهانی، همچنان بر پایه‌ی هویت، اصالت و معنا ایستاده است. تحلیل در چارچوب نظریه‌ی انتشار نوآوری اِورت راجرز آشکار می‌سازد که این پوشاک بر اساس پنج شاخص کلیدی شامل پیچیدگی، قابلیت سازگاری، رؤیت‌پذیری، قابلیت استفاده و مزیت نسبی، توان تبدیل‌شدن به یک جریان فرهنگی و اقتصادی پایدار را دارد. تلفیق سادگی در قالب و سهولت مصرف با ظرافت پیچیده‌ی هنر سوزن‌دوزی، تعادلی میان قابلیت دسترسی و ارزش هنری پدید آورده است. هماهنگی کامل با ارزش‌های فرهنگی، مذهبی و اقلیمی باعث شده این پوشاک نه فقط در بستر جامعه‌ی بلوچ، بلکه در قلمرو ملی و حتی جهانی مورد پذیرش قرار گیرد. حضور فعال در فضای عمومی، رسانه‌ها، شبکه‌های اجتماعی و جشنواره‌های فرهنگی، سطح رؤیت‌پذیری آن را به‌طور پویا افزایش داده و به شکل‌گیری حافظه‌ی جمعی تازه‌ای کمک کرده است. امکان استفاده‌ی آزمایشی در رویدادها، نمایشگاه‌ها و سیاست‌های خرید انعطاف‌پذیر، میزان خطر ادراکی مشتریان را کاهش داده و اعتماد مصرف‌کنندگان را تقویت نموده است. مزیت نسبی این لباس از کیفیت و دوام تا ارزش‌های فرهنگی، زیست‌محیطی و اقتصادی ظرفیت رقابت با پوشاک صنعتی و جهانی را فراهم کرده است. در نهایت، این تحلیل نشان می‌دهد

[DOI: 10.66224/jic.9.2.415]

Downloaded from jih-tabriziau.ir at 7:42 +0330 on Friday October 9th 2026

که آینده‌ی پوشاک سنتی بلوچ در حفظ صرفِ اصالت خلاصه نمی‌شود، بلکه در بازآفرینی هوشمندانه‌ی آن برای نسل امروز هم نمود دارد؛ نسلی که به دنبال معنا و پیشینه است، اما در قالب زبان و فرم امروزی. با اجرای راهکارهای عملی، از بازاریابی مبتنی بر روایت و طراحی تلفیقی گرفته تا حضور فعال در عرصه‌ی مد جهانی، می‌توان این میراث را از نماد محلی به برند فرهنگی–هنری جهانی ارتقا داد. بدین‌سان پوشاک بلوچ نه‌تنها به عنوان لباسی زیبا و بادوام، بلکه به‌مثابه سندی زنده از فرهنگ ایران، پلی میان سنت و مدرنیته، و عاملی برای توسعه‌ی پایدار اجتماعی و اقتصادی در تاریخ معاصر شناخته خواهد شد.

سپاسگزاری: در پایان، نویسندگان بر خود لازم می‌دانند که از داوران نشریه برای بهبود و غنابخشیدن به متن مقاله قدردانی نمایند.

مشارکت نویسندگان: سهم نویسندگان این مقاله ز.خ و م.م.س در پیشنهاد موضوع، گردآوری اطلاعات کتابخانه‌ای–اسنادی، روش‌شناسی، تنظیم ساختار پژوهش، مدیریت پروژه، تنظیم جداول، نگارش محتوا و ویراستاری ادبی مقاله برابر است.

تأمین مالی: این پژوهش هیچ بودجه‌ی مالی دریافت نکرده است.

تضاد منافع: نویسندگان هیچ‌گونه تضاد منافع را اعلام نمی‌کنند.

دسترسی به داده ها و مواد: تمام داده‌های تولیدشده در طول این پژوهش، در این نشریه منتشر و گنجانده شده‌اند.

منابع

References

Afrugh, M. (2009). Form and color in Baloch art. Book of the Month – Art, (133), 80–85. [In Persian].

Afshar Sistani, I. (1984). A look at Sistan and Baluchistan (The land of hardworking free people). Tehran: Nashr-e-Homa. [In Persian].

Alizadeh, S. (2015). Classification and introduction of Balouch needle working semiotics and patterns. Master's thesis in Handicrafts, Faculty of Art, Sooreh University. [In Persian].

Ansari, J. (2013). An Introduction to the Folk Culture and Ethnic Groups of Iran. Tehran: Sobhan Noor.

Bayhaqi, H. (1986). The Art and Culture of the Baloch. Honar Quarterly, (10): 444–471. [In Persian].

Ebadollahi, N., Cheshmeh-Sohrabi, M., & Noshin-Fard, F. (2014). Analysis of technological factors affecting technology acceptance based on Rogers' Diffusion of Innovations Theory: A case study of journal index software. Knowledge Studies Quarterly, 7(26): 79–92. [In Persian].

Fereydoonzadeh, H., Keshavarz, G., & Yari, F. (2019). The Aesthetics of Urban Cultural Landscape in Geographical and Ethnic Coordinates (Case Study: The Baloch People). Scientific-Research Journal of Physical Development Planning, 4(2), 67–78. [In Persian].

Ghasemi, M., Mohammadi, S., & Mousavi Haji, S. R. (2013). Formal Structure of Natural Designs in Baluch Women's Needlework (With the Emphasis onInstances from Sarāvān Township). Negareh, Scientific-Research Quarterly, (22): 61–70.[In Persian].

Hall, E., Gomez, A., & Pallasmaa, Juhani. (2015). Phenomenological Perception Queries. Translated by Aliakbari, M., & Sharifian, M. A. Tehran: Naqsh Parham.

Johnny, J. (2017). Notes on interdisciplinary perspectives of local colour identity. Journal of the International Colour Association, (19): 4–14.

Keshavarz, G., & Javadi, S. (2016). The relation of cultural symbols in Baloch embroidery. Quarterly of Eastern Art and Civilization, 4(13): 13–22. [In Persian].

Khamoushi, Z. (2008). Transformation of application in Baloch and Turkmen needlework. Islamic Art Quarterly, (9): 77–98. [In Persian].

Maharati, Y., & Entezarian, N. (2023). Introducing and Evaluation of Rogers's Diffusion Innovation Theory. Economic Innovation Ecosystem Studies, 3(1): 45–66. [In Persian]. http//doi.org/ 10.22111/innoeco.2024.47286.1083

Mahmoudzehi, M. (2012). Customs, Beliefs, and Culture of the People of Balochistan. Tehran: Abnoos.[In Persian].

Malek, S. (2020). Identification of conventional motifs in Baluchi embroidery. Bimonthly Scientific Journal of Research in Arts and Specialized Sciences, 5(9): 69–76. [In Persian].

Mohammad-Shafiei, M., & Firooz-Ranjbar, M. (2015). Identifying factors influencing the acceptance of innovation in the clothing industry using Rogers' Diffusion of Innovations Theory (Case study: Citizens of Isfahan). International Conference on Management and Economics in the 21st Century. [In Persian].

Mousavi-Haji, S.-R., Mahmoudi, S., & Ghasemi, M. (2014). Local Baluchi clothing and its connection to national identity. Quarterly Journal of National Studies, 15(1): 180–200. [In Persian]. http//doi.org/ 20.1001.1.1735059.1393.15.57.8.7

Nazari, A., Zakeriaei-Kermani, I., & Shafiei-Sararoudi, M. (2014). The Comparative Study of Designs of Kalporegan Potteries

[DOI: 10.66224/jic.9.2.415]
Downloaded from jih-tabriziau.ir at 7:42 +0330 on Friday October 9th 2026

and Baloch Needlework. Quarterly Journal of Comparative Art Studies, 4(8): 31–47. [In Persian]. http//doi.org/ 20.1001.1.23453842.1393.4.8.3.6

Pirouzram, S., & Binaya-Motlagh, S. (2013). Examining the issue of creativity in traditional art. Javidan Kherad, (24): 29–46. [In Persian].

Pardel, F., Seifi, L., & Nokarizi, M. (2015). Factors influencing the adoption of Permis in the National Content Consortium based on Rogers' Diffusion of Innovations Theory. National Studies on Librarianship and Information Organization Quarterly, 26(3): 10–22. [In Persian].

Rapoport, A. (1980). Using Culture in Housing Design, University of Wisconsin. Milwaukee.

Roger, E. (1995). Diffusion of innovation. New York: Free Press.

Roger, E. (2003). Diffusion of innovation (5th ed.). New York: Free Press.

Rogers, E., & Shoemaker, F. (1983). *Communication of Innovations: An Intercultural Approach*. Translated by Ainollah Karami & Aboutaleb Fani. Shiraz: Shiraz University Press .

Rogers, P. L. (1999). Barriers to adopting emerging technologies in education. Journal of Educational Computing Research, 22(4): 455-472.

Shaari, N. (2015). Indigenous knowledge creativity in Batik cultural product based on Kansei. International Conference on Social Sciences and Humanities (ICSSH'15), Bali, Indonesia.

Shahbakhsh, S. (2005). The Decorative Motifs of the Baloch. Ketab Mah-e Honar (Art Month Book), (89 & 90), 10–146.[In Persian].

Tajavidi, Z. (2011). Recognizing the motifs of Sistan and Balochistan needlework. Tehran: Yaran-e Mehr. [In Persian].

Yarshater, Ehsan & Bolukbashi, Ali. (2004). Clothing in the Land of Iran. Translated by Peyman Matin. Tehran: Amir Kabir. [In Persian].

Yaghoubi, H. (2014). Balochi women's clothing needlework: Form and color. Iranian Folk Culture Quarterly, (38) &(39): 52–78. [In Persian].

Yavari, H. & Sarkhosh, sh. (2010). Introduction to the Traditional Clothing of People in Various Regions of Iran. Tehran: Simaye Danesh. [In Persian].

افشار سیستانی، ایرج. (۱۳۷۱). بلوچستان و تمدن دیرینه‌ی آن. تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

افروغ، محمد. (۱۳۸۸). فرم و رنگ در هنر بلوچ. کتاب ماه هنر، (۱۳۳): ۸۵–۸۰.

انصاری، جمال. (۱۳۹۲). آشنایی با فرهنگ عامه و اقوام ایرانی. تهران: سبحان نور.

بیهقی، حسینعلی. (۱۳۶۵). هنر و فرهنگ بلوچ. فصلنامه هنر، (۱۰): ۴۷۱–۴۴۴.

پردل، فاطمه، سیفی، لیلی، و نوکاریزی، محسن. (۱۳۹۴). عوامل تاثیرگذار بر به کارگیری پرمیس در کنسرسیوم محتوای ملی بر اساس نظریه‌ی اشاعه‌ی نوآوری راجرز. فصل‌نامه‌ی مطالعات ملی کتاب‌داری و سازمان‌دهی اطلاعات، ۲۶ (۳): ۲۲–۱۰.

پیروزرام، شهریار، و بینای مطلق، سعید. (۱۳۹۲). بررسی مسئله خلاقیت در هنر سنتی. جاویدان خرد، (۲۴): ۴۶–۲۹.

تجویدی، زهرا. (۱۳۹۰). شناخت نقوش سوزن‌دوزی سیستان و بلوچستان. تهران: یاران‌مهر.

خاموشی، زهرا. (۱۳۸۷). تحول کاربرد در سوزن‌دوزی بلوچ و ترکمن. فصلنامه‌ی هنر اسلامی، (۹): ۹۸–۷۷.

راجرز، اورت، و شومیکر، فلوید. (۱۹۸۳). رسانش نوآوری‌ها: رهیافتی میان‌فرهنگی، ترجمه‌ی عین‌الله کرمی و ابوطالب فنایی. ۱۳۶۹شیراز: نشر دانشگاه شیراز.

شه‌بخش، سعید. (۱۳۸۴). نقوش تزئینی بلوچ. کتاب ماه هنر. (۹۰) و (۸۹): ۱۴۶–۱۰.

عباداللهی، نورا، چشمه سهرابی، مظفر و نوشین‌فرد، فاطمه. (۱۳۹۳). تحلیل عوامل فناورانه‌ی مؤثر بر پذیرش فناوری بر اساس نظریه‌ی اشاعه‌ی نوآوری راجرز: مورد پژوهشی نرم‌افزار نمایه‌ی نشریات. فصل‌نامه‌ی دانش‌شناسی، ۷(۲۶): ۹۲–۷۹.

علیزاده، ساغر. (۱۳۹۵). دسته‌بندی و معرفی نقوش و نمادشناسی سوزن‌دوزی بلوچ. کارشناسی ارشد صنایع دستی، دانشکده‌ی هنر، دانشگاه سوره، تهران.

فریدون‌زاده، حسن، کشاورز، گلناز، و یاری، فاطمه. (۱۳۹۸). زیبایی‌شناسی منظر فرهنگی شهر در مختصات جغرافیا و قومیت (نمونه‌ی موردی: قوم بلوچ). نشریه‌ی علمی– پژوهشی برنامه‌ریزی توسعه‌ی کالبدی، ۴ (۲): ۷۸–۶۷.

قاسمی، مرضیه، محمودی، سکینه خاتون، و موسوی حاجی، سید رسول. (۱۳۹۲). ساختار صوری نقوش طبیعی در سوزن‌دوزی زنان بلوچ (با تأکید بر نمونه‌های شهرستان سراوان). نگره، (۲۷): ۷۳–۶۱.

کشاورز، گلناز، جوادی، شهره. (۱۳۹۵). نسبت نشان فرهنگی در سوزن‌دوزی بلوچ. فصلنامه‌ی هنر و تمدن شرق، ۴ (۱۳): ۲۲–۱۳.

مالک، سودابه. (۱۳۹۹). شناسایی نقش‌مایه‌های مرسوم در سوزن‌دوزی بلوچ. دوماهنامه‌ی علمی تخصصی پژوهش در هنر و علوم تخصصی، ۵ (۹): ۷۶–۶۹.

محمدشفیعی، مجید، و فیروز رنجبر، مرضیه. (۱۳۹۴)، شناسایی عوامل موثر بر پذیرش نوآوری در صنعت پوشاک با استفاده از تئوری انتشار نوآوری راجرز (مطالعه‌ی موردی: شهروندان شهر اصفهان)، کنفرانس بین‌المللی مدیریت و اقتصاد در قرن ۲۱.

[DOI: 10.66224/jic.9.2.415]

Downloaded from jih-tabriziau.ir at 7:42 +0330 on Friday October 9th 2026

محمودزهی، موسی. (۱۳۹۱). آیین‌ها، باورها و فرهنگ مردم بلوچستان. تهران: آبنوس.

موسوی‌حاجی، سیدرسول، محمودی، سکینه خاتون و قاسمی، مرضیه. (۱۳۹۳). پوشاک محلی بلوچ و پیوستگی آن با هویت ملی. فصلنامه‌ی مطالعات ملی، ۱۵(۱): ۱۸۰–۲۰۰. http//doi.org/ 20.1001.1.1735059.1393.15.57.8.7

مهارتی، یعقوب، انتظاریان، ناهید. (۱۴۰۲)، معرفی و ارزیابی نظریه‌ی انتشار نوآوری راجرز. مطالعات زیست‌بوم اقتصادی نوآوری، ۳ (۱): ۶۶–۴۵. http//doi.org/ 10.22111/innoeco.2024.47286.1083

نظری، امیر، زکریایی‌کرمانی، ایمان، و شفیعی‌سرارودی، مهرنوش. (۱۳۹۳). مطالعه‌ی تطبیقی نقوش سفالینه‌های کلپورگان با نقوش سوزن‌دوزی بلوچ. فصل‌نامه‌ی مطالعات تطبیقی هنر، ۴ (۸): ۴۷–۳۱. http//doi.org/ 20.1001.1.23453842.1393.4.8.3.6

یارشاطر، احسان، و بلوک‌باشی، علی. (۱۳۸۳). پوشاک در ایران‌زمین. ترجمه‌ی پیمان متین. تهران: امیرکبیر.

یاوری، حسین، سرخوش، شیدا. (۱۳۸۹). آشنایی با لباس‌ها و پوشاک سنتی مردم مناطق مختلف ایران. تهران: سیمای دانش.

یعقوبی، حمیده. (۱۳۹۳). سوزن‌دوزی‌های پوشاک زنان بلوچ؛ نقش و رنگ. فصلنامه‌ی فرهنگ مردم ایران، (۳۸) و (۳۹): ۷۸–۵۲.

هال، استیون، گومز، آلبرتو پرز و پالاسما، یوهانی. (۱۳۹۴). پرسش‌های ادراک پدیدارشناسی. ترجمه‌ی علی اکبری، محمدامین شریفیان. تهران: نقش پرهام.