

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
مدیریت تحصیلات تکمیلی
پژوهشکده تاریخ

رساله دکتری رشته تاریخ گرایش ایران اسلامی

بررسی روند، زمینه‌ها و علل گرایش زنان ایرانی به مد و آرایش
جدید (دوره ناصری تا پایان دوره پهلوی اول: ۱۲۲۷-۱۳۲۰ /
۱۹۴۱-۱۸۴۸ م)

استاد راهنما
دکتر شهرام یوسفی فر

استادان مشاور
دکتر نعمت الله فاضلی
دکتر علیرضا ملائی توانی

پژوهشگر
شهناز جنگجو قولنجی

شهریور ۱۳۹۶

برگه ارزش یابی

پاسکزاری

برخود لازم می‌دانم مراتب اتنان و پاسکزاری خود را به تمامی کسانی که در انجام این پژوهش مرایاری دادند، ابراز

دارم، به ویژه

از جناب آقای دکتر شهرام یوسفی فر، استاد فریخته‌ام که زحمت راهنمایی رساله را بر عهده داشتند و با راهنمایی‌ها و
روشنگری‌های ارزشمندشان یاری‌گر بنده در تدوین این رساله بودند، کمال اتنان را دارم و از جناب آقای دکتر
علیرضا ملاتی‌توانی، رئیس محترم پژوهشکده تاریخ که مشاور و مشوق بنده در انجام این رساله بودند و از راهنمایی‌های ارزنده
ایشان بهره‌بردم، صمیمانه تشکر می‌کنم. همچنین قدردان جناب آقای دکتر نعمت‌الله فاضلی که مشاوره رساله را بر عهده
داشتند، هستم و در پایان راهنمایی‌ها و نکته‌نهی‌های عالمانه خانم دکتر صفورا برومند راج می‌نهم.

تقدیم به

پدر و مادرم

به پاس عاطفه سرشار و گرمای امیدبخش وجودشان

آنان که هر لحظه وجودم از چشمه سار پر از عشق وجودشان سیراب می شود

و

تقدیم به

تمام نیک اندیشانی که جز به شرف و سعادت جامعه انسانی هدفی ندارند.

چکیده

تا قبل از دوره ناصری سبک و فرم پوشش و آرایش برای زنان مساله نبود، آنان معمولاً مطابق با سبک و فرم پوشش و آرایش پیشینیان خود لباس می‌پوشیدند و آرایش می‌کردند، اما از دوره ناصری تا پایان دوره حکومت رضا شاه (۱۲۲۷-۱۳۲۰ ش/ ۱۸۴۸-۱۹۴۱ م)، نه تنها سبک پوشش و آرایش سنتی زنان تهرانی تغییر کرد و سبک پوشش و آرایش سنتی آنان ج خود را به سبک پوشش و آرایش غربی داد، بلکه همچنین بتدریج سبک پوشش و آرایش در نزد برخی از آنان تبدیل به یک مسأله شد و پدیده مدگرایی در این عرصه بین آنان ظهور نمود. مسأله اصلی پژوهش حاضر، شناسایی علل موثر در گرایش زنان به مد و آرایش جدید و ترسیم فضای فکری، فرهنگی و اجتماعی است که در آن پدیده مدگرایی در بین زنان امکان ظهور می‌یابد. روش تحقیق در این پژوهش، توصیفی-تعلیلی و روش گردآوری داده‌ها، کتابخانه‌ای-اسنادی است. نتیجه پژوهش نشان می‌دهد زمینه‌های گرایش به مد و آرایش در بین زنان از قبل از دوره ناصری وجود داشته و آنان به ویژه زنان طبقه بالا و متوسط جامعه، توجه زیادی به تجمل لباس و آرایش خود داشتند. از دوره ناصری تا پایان دوره رضا شاه نیز عوامل مختلفی مانند آشنائی و دسترسی به پوشاک و لوازم آرایشی غربی، تغییر فضای فکری و فرهنگی جامعه، تضعیف و سپس رفع حجاب که توجه به پوشش و آرایش را الزامی می‌نمود، تغییر در سامان جنسی ایرانیان، نوسازی در عرصه بهداشت و سلامت، سیاست فرهنگی حکومت پهلوی و نشریات و تبلیغ و تشویق مدگرایی و استفاده از لوازم آرایشی به عنوان یکی از مولفه‌های زن مدرن، در گرایش زنان به مد و آرایش موثر بودند.

واژه‌های کلیدی: مد و آرایش، زنان، تهران، آشنائی با غرب، سبک زندگی، تغییر فرهنگی

۱۱۰.....	دوره ۳-۲-۳ رضا شاه.....
بخش چهارم: آشنائی با پوشش و آرایش غربی و ورود ابزارهای فنی و علمی مدرن مربوط به پوشش و	
۱۲۱.....	آرایش
۱۲۳.....	فصل اول: آشنائی با پوشش و آرایش غربی جدید.....
۱۲۳.....	۴-۱-۱- گسترش رفت و آمدها با غرب.....
۱۲۳.....	۱. ایرانیان در غرب.....
۱۲۸.....	۲. غربی‌ها در ایران.....
۱۲۸.....	الف) سیاحان، سیاستمداران و تجار.....
۱۳۳.....	ب) مسیونرها.....
۱۳۸.....	۴-۱-۲- رسانه: عکس و فیلم.....
۱۳۸.....	۱. عکس.....
۱۴۱.....	۲. فیلم/ سینما.....
۱۴۸.....	فصل دوم: دسترسی به کالاها و خدمات مدرن.....
۱۴۸.....	۴-۲-۱- واردات کالا.....
۱۴۸.....	۱. پارچه.....
۱۵۰.....	۲. پوشاک آماده.....
۱۵۳.....	۳. لوازم آرایشی.....
۱۵۴.....	۴. نقش واردات بر سبک پوشش و آرایش ایرانیان.....
۱۵۶.....	۴-۲-۲- ابزارهای فنی و علمی و خدمات نوین در عرصه پوشاک و آرایش.....
۱۵۶.....	۱. شکل‌گیری خیاطیها و تحول در شیوههای سنتی طراحی و دوخت لباس.....
۱۶۱.....	۲. شکل‌گیری آرایشگاه.....
بخش پنجم: تغییر در فضای فکری- فرهنگی و بافت اجتماعی و الگوی سنتی حضور زن در جامعه.....	
۱۷۱.....	فصل اول: ظهور چالش در الگوی سنتی حضور زن در فضای عمومی.....
۱۷۲.....	۵-۱-۱- مبارزه با حجاب.....
۱۸۰.....	۵-۱-۲- تلاش برای تغییر در الگوی سنتی تعامل بین زن و مرد.....
۱۸۲.....	۲. در پیش گرفتن سیاست عملی.....
۱۸۴.....	فصل دوم: تغییر در بافت اجتماعی.....
۱۸۴.....	۵-۲-۱- تزلزل در الگوی سنتی تعامل بین زن و مرد.....
۱۸۷.....	۵-۲-۲- ورود زنان به فضاهای عمومی و عرصه فعالیت‌های اجتماعی- فرهنگی.....
۱۸۷.....	۱. مدارس.....
۱۸۸.....	۲. فضاهای مدرن شهری تفرجگاهها، مراکز تفریحی و دیگر فضاهای عمومی.....
۱۹۱.....	۳. تئاتر و کنسرت.....
۱۹۲.....	۴. عکاسی از زنان و ورود آنان به عکاسخانهها.....
۱۹۵.....	۵. سینما.....
۱۹۶.....	۶. اشتغال.....
بخش ششم: سیاست‌های فرهنگی حکومت پهلوی، کشف حجاب و اختلاط بین زن و مرد.....	

فصل اول: حکومت پهلوی و حمایت ضمنی از کشف حجاب	۲۰۰
۱-۱-۶- زمین‌سازی برای کشف حجاب	۲۰۲
۲-۱-۶- اعلام کشف حجاب اجباری	۲۰۵
الف) تلاش برای متمدن و مترقی دادن ایرانی و جبران احساس حقارت و خودباختگی	۲۱۴
۴-۱-۶- واکنشها	۲۱۷
فصل دوم: پیامدهای کشف حجاب در زمینه پوشش و آرایش زنان	۲۲۲
۱-۲-۶- تلقی رسمی از کشف حجاب	۲۲۲
۲-۲-۶- جابه جایی مفهوم حجاب و کشف حجاب	۲۲۳
۳-۲-۶- اختلاط زنان و مردان و تغییر در نحوه تعامل با مردان	۲۲۵
۴-۲-۶- لزوم توجه به لباس و تغییرات عمومی پوشش	۲۲۷
۵-۲-۶- اشاعه مد و آرایش	۲۳۱
بخش هفتم: رویکردهای فرهنگی نشریات و کتابها	۲۳۶
فصل اول: نقش آگهیهای تجاری در گرایش زنان به مد و آرایش	۲۳۸
۱-۱-۷- میزان انتشار آگهیهای تجاری	۲۳۹
۲-۱-۷- کارکرد فرهنگی آگهیهای تجاری	۲۴۴
فصل دوم: نشریات، تبلیغ و تشویق توجه به مد و آرایش	۲۵۶
۱-۲-۷- عالم نسوان	۲۵۶
۲-۲-۷- اطلاعات	۲۵۹
۳-۲-۷- سالنامه پارس	۲۶۴
۴-۲-۷- مهرگان	۲۶۷
فصل سوم: کتابها	۲۷۰
بخش هشتم: اهمیت یافتن بدن	۲۷۳
فصل اول: نوسازی/نوگرایی در حوزه سلامت	۲۷۵
۱-۱-۸- بهداشت، درمان و زیبایی	۲۷۵
۲-۱-۸- ورزش و تربیت بدنی	۲۷۹
فصل دوم: تغییر در مناسبات و تمایلات جنسی	۲۸۴
۱-۲-۸- نحوه تعامل بین دو جنس و پوشش و آرایش زن غربی از نگاه ایرانیان	۲۸۴
۲-۲-۸- نمودهای تغییر در تمایلات جنسی ایرانیان	۲۸۷
۱. تصاویر زنان غربی، زینت بخش خانهها و ابزارهای ایرانی	۲۸۷
۲. نگارش رسالههای تعلیمی و تأکید بر لزوم توجه زنان به پوشش و آرایش	۲۹۰
۳. به چالش کشیده شدن سبک سنتی ازدواج و زناشوئی	۲۹۲
۴. ازدواج مردان ایرانی با زنان غربی	۲۹۵
۵. تلاش برای تغییر سامان جنسی	۳۰۰
نتیجه گیری	۳۰۴
کتابنامه	۳۰۸

مقدمه

پوشاک از نیازهای اساسی و طبیعی انسان بوده و سابقه استفاده از آن به دوره‌های پیش از تاریخ می‌رسد. پوشاک در ابتدا بیشتر وسیله‌ای برای محافظت انسان در برابر گرما و سرما بوده و متناسب با شرایط جغرافیایی و ویژگی‌های آب و هوایی هر منطقه تهیه می‌شد، اما به مرور زمان و با گسترش فناوری، پوشاک دستخوش تغییرات بسیار شد و تبدیل به یک نیاز و ضرورت اجتماعی و نیز یک پدیده فرهنگی شد که ارزش‌ها، عقاید، باورها و تجربه‌های جمعی افراد یک گروه، قوم و یا جامعه در آن متجلی می‌شود. به عبارت دیگر، پوشاک تبدیل به بخشی از نظم ارزشی جوامع و یکی از مولفه‌های هویت‌ساز افراد شد.

سابقه استفاده از لوازم/وسایل آرایش نیز به مانند پوشاک به هزاره‌های قبل از میلاد برمی‌گردد. شواهد موجود نشان می‌دهد ساکنان فلات ایران در پیش از تاریخ - دست کم از هزاره چهارم ق.م- از زیب و زیورهای استخوانی و سنگی و بعدها، فلزی و همچنین مواد آرایشی استفاده می‌کردند (بهرامی، ۱۳۸۶: ۱۶۰، ۱۶۵). البته در این دوره‌های اولیه زندگی بشر، آرایش، هدف و کارکردی متفاوت از دوره‌های متاخر داشت و بیشتر به عنوان یک علامت و نشانه برای شناسایی افراد یک گروه یا قوم، توسط زنان و مردان بصورت یکسان استفاده می‌شد (هنسن و دیگران، ۱۳۸۶: ۱۰۲). اما در دوره‌های بعد کارکرد آرایش تغییر کرده و بیشتر تبدیل به امری زنانه شد که برای زیبایی مورد استفاده قرار می‌گرفت.

تا پیش از آغاز عصر جدید، پوشش و آرایش در نزد ایرانیان، بیشتر امری اخلاقی و هنجاری بود. مردم گرچه به پوشش و آرایش خود اهمیت می‌دادند، اما پدیده مد و مدگرایی در این عرصه برای آنان ناشناخته بود، هر کس بدون اینکه خود انتخاب آگاهانه‌ای داشته باشد، معمولاً مطابق با فرم و سبک پوشش و آرایشی که از اجداد خود به میراث برده بودند، لباس می‌پوشید و آرایش می‌نمود، بدون اینکه فرم و سبک آن برایش مسأله باشد، اما از اواسط دوره قاجاریه بدین سو، سبک پوشش و آرایش مردم تهران، به ویژه زنان تهرانی دچار تحول اساسی گردید. آنان سبک پوشش و آرایش سنتی خود را کنار گذاشته و سبک پوشش و آرایش غربی را اتخاذ کردند. در این دوره، سبک پوشش و آرایش، تبدیل به یک مسأله و دغدغه مهم برای آنان شد و پدیده مد و مدگرایی در این عرصه در بین آنان مطرح گردید. دغدغه‌ای که تا به امروز ادامه داشته و روز بروز بیشتر می‌شود.

به لحاظ تاریخی، آغاز تغییر در نوع پوشش و آرایش زنان تهرانی و تبدیل آن به یک مسأله، همزمان با تغییر و تحولات همه جانبه‌ای است که از اواسط دوره قاجاریه در عرصه‌های مختلف زندگی سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی ایرانیان به وجود آمد و سبک سنتی زندگی آنان را تا حد زیادی دگرگون کرد. در این دوره، به دنبال برخورد با غرب و آغاز جریان تجددخواهی در بین ایرانیان، دوره جدیدی در تاریخ ایران آغاز شد که صورت‌بندی و ساختار سیاسی-اقتصادی و اجتماعی جامعه ایران را متحول کرد.

تجددخواهی در ایران به دنبال شکست‌های ایران از روس در نیمه اول سده سیزدهم/نوزدهم، در پی آگاهی از عقب ماندگی ایران در برابر غرب، آگاهانه و با هدف نوسازی و اخذ تمدن غرب و هماهنگی با تحولات دنیای مدرن شروع شد. شکست‌های ایران از روس، در واقع، نخستین مواجهه و رویارویی جدی ایرانیان با غرب و به تعبیری «تازیانة عبرت» بود که ذهن بعضی از زمامداران و در راس آنان، عباس میرزا را به عقب ماندگی ایران از «کاروان علم و صنعت» و لزوم اخذ مدنیت جدید متوجه ساخت (آدمیت، ۱۳۴۰: ۲۳). این سرآغاز پذیرش برتری غرب و تلاش برای اقتباس تکنولوژی فنی و نظامی آغاز شد، اما از نظر جامعه‌شناختی تحول یا اصلاح، هرگز در یک مسیر انتزاعی و از پیش تعیین شده حرکت نمی‌کند، بلکه دگرگونی در بخشی از سیستم اجتماعی، خواه ناخواه، تغییر در دیگر بخش‌ها را الزامی می‌کند. بدین ترتیب،

بدنبال روی آوری ایرانیان به فراگیری علوم نظامی و اقتباس از نهادهای اداری-سیاسی، تغییراتی در دیگر بخش‌ها نیز صورت گرفت.

ضمن اینکه با ادامه ضعف و ناتوانی ایران در برخورد با مشکلات داخلی و خارجی طی سده سیزدهم/نوزدهم و آشکار شدن بیش از پیش عقب‌ماندگی ایران، همچنین افزایش آشنائی با ابعاد مختلف تمدن غرب، ایرانیان هرچه بیشتر به لزوم نوسازی و تجدد ایران واقف شدند. «ترقی معکوس»، «انحطاط»، «بی‌هوشی»، «خواب غفلت» و «بیماری مادر وطن» از جمله مفاهیمی بودند که در سده سیزدهم/نوزدهم برای تشریح موقعیت ایران در مقایسه با فرنگ به کار می‌رفت (توکلی طرقي، ۱۳۸۲: ۵۴) و گروهی از بزرگان و روشنفکران ایرانی، راه برون رفت از اوضاع نابسامان کشور را اخذ و اقتباس از تمدن فرنگ می‌دیدند. ذکاءالملک نوشت: آخر الامر هر کس غیرت اسلامی دارد و عزت ایران را می‌خواهد باید بداند واجب‌تر از همه کارها این است که بزودی تمدن وقت در این مملکت منتشر گردد و مدار کارها عدل و داد و حرف حسابی شود ... (فروغی، ۱۳۱۸: ۴۰۳-۴۰۵).

بعدها افراد دیگری مانند ملک‌الشعرای بهار که شعار «یا مرگ یا تجدد و اصلاح را سر می‌داد» (بهار، ۱۳۸۲: ۲۳۳-۲۳۲) و سید حسن تقی‌زاده که حتی یک گام جلوتر نهاده و معتقد بود ایران باید ظاهراً و باطناً و جسماً و روحاً فرنگی مآب شود و بس (کاوه، دوره جدید، س ۱، ش ۱، ۲۲ ژانویه ۱۹۲۰، ص ۲)، به گونه دیگری بر این اخذ و اقتباس تأکید کردند.

در هر حال، آشنایی ایرانیان با دنیای جدید و رویارویی با «تجدد» غربی، مهم‌ترین تجربه تاریخی ایرانیان در دوره جدید است. بلوشر، سفیر آلمان در ایران در سال‌های ۱۳۱۰-۱۳۱۴ ش / ۱۹۳۱-۱۹۳۵ م، در این زمینه می‌نویسد: «عصر جدید برای ایران و همچنین سراسر مشرق زمین مسأله‌ای را مطرح کرده که سراسر حیات دینی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی آن را تا آخرین زوایا به لرزه افکنده است، چنانکه در تاریخ ایران آن را فقط با پیروزی اسلام می‌توان همسان دانست و بس. این مسأله، موضوع برخورد با اروپائیگری است که در نیمه دوم قرن نوزدهم آغاز شده و در قرن بیستم محتوای اصلی تاریخ ایران را تشکیل می‌دهد» (بلوشر، ۱۳۶۳: ۱۵).

بیش‌تر مسائلی که امروزه جامعه ایران با آن روبرو است، سرآغازی در تحولات فکری، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی جامعه ایران در این دوره دارد. این پرسش که ایرانیان در برخورد با تمدن غرب، چگونه عمل کردند، آیا به تقلید صرف از تمدن غرب پرداختند، یا اینکه تحت تأثیر آن، به بازاندیشی در فرهنگ و تمدن خود پرداخته و شرایط سیاسی، اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی خود را مطابق با شرایط روز در کشورهای غربی تغییر دادند، پرسشی جدی است.

در بررسی تاریخ دوره معاصر و تجربه تجدد در ایران، اغلب به مسائل کلان جامعه و اصلاحات حکومتی و تغییرات سیاسی پرداخته می‌شود، در حالیکه درک و فهم زوایا و سرچشمه‌های تحولات دوران معاصر ایران، مستلزم آشنایی با جنبه‌های مختلف تاریخ معاصر ایران است و برای بررسی واقعیت عملی تجدد در ایران، باید تاریخ معاصر را از جنبه‌های مختلف و به‌ویژه مسائل فرهنگی و از جمله مسائل خاص زنان، به عنوان یکی از مسائل جدی پیش روی تجدد ایران مورد بررسی قرار داد.

تغییر در سبک پوشش و آرایش زنان و گرایش آنان به مد و آرایش جدید نیز یکی از ابعاد مهم مسأله زنان در این دوره است، بطوریکه توجه بیش از حد برخی از آنان به مد و آرایش در این دوره، انتقادات و

نگرانی‌هایی را برانگیخت. بررسی اینکه گرایش زنان به مد و آرایش تحت تاثیر چه شرایط اجتماعی و فرهنگی صورت گرفت و علل موثر در این زمینه چه بود، هدف اصلی مطالعه حاضر می‌باشد.

حاصل تحقیق در ۸ بخش ارائه شده است.

بخش اول، کلیات رساله: در این بخش مسأله و سوال‌های پژوهش، اهداف، اهمیت و ضرورت و همچنین روش پژوهش بیان شده و مفاهیم کلیدی تعریف شده‌اند. همچنین پیشینه تحقیق و معرفی و نقد منابع نیز در این بخش آمده است.

بخش دوم، تحت عنوان «پوشش و آرایش زنان: تغییر الگوی سنتی و ظهور پدیده مدگرایی»: در دو فصل است. در فصل اول، سبک پوشش و آرایش زنان، تا اواسط دوره ناصری، یعنی تا قبل از آغاز تغییر در پوشش و آرایش سنتی زنان بررسی می‌شود. در این فصل ابتدا اشاره مختصری به موقعیت خانوادگی و اجتماعی زنان در این دوره شده است و سپس سبک پوشش و آرایش زنان و ارتباط تنگاتنگ بین باورها، ارزش‌ها و نیز سبک زندگی زنان با نحوه پوشش و آرایش آنان مورد بررسی قرار گرفته است. فصل دوم، به تشریح روند تغییر در پوشش و آرایش زنان، از آغاز تغییر در پوشش و آرایش سنتی یعنی از دوره ناصری تا پایان دوره پهلوی اول می‌پردازد. در این فصل اشاره شده است که چگونه در طی این مدت، عناصر مختلف سبک پوشش غربی، جایگزین عناصر پوشش سنتی زنان شده و در دوره پهلوی پوشش زنان فرم و شکل کاملاً غربی به خود می‌گیرد و همزمان تفاوت بین پوشش اندرونی و بیرونی از بین می‌رود و لباس معناها و کارکردهای متفاوتی از گذشته پیدا می‌کند. در ادامه فصل، روند تغییر در لوازم آرایشی و نحوه آرایش زنان و جایگزینی لوازم و سبک آرایش غربی با لوازم و سبک آرایش سنتی ایرانیان و همچنین تغییر در کارکردها و معیارهای زیبایی/زیبایی‌شناختی نیز بحث شده است. افزایش میزان توجه زنان به سبک و فرم پوشش و آرایش و اهمیت آن در نزد زنان و ظهور پدیده مدگرایی در بین آنان و تبدیل آن به یک مسأله اجتماعی و اقتصادی مبحث آخر این فصل می‌باشد.

بخش سوم، «تغییر در اوضاع اجتماعی - فکری جامعه و موقعیت زن از دوره ناصری تا پایان حکومت پهلوی اول»: در دو فصل است. فصل اول به بررسی تغییرات کلی‌ای می‌پردازد که در طی دوره ناصری تا پایان حکومت پهلوی اول در فضای سیاسی، اجتماعی، فکری و فرهنگی جامعه ایران رخ داد و زمینه را برای طرح مسأله زن فراهم نمود. در فصل دوم، موقعیت اجتماعی و خانوادگی زن از دوره ناصری تا پایان حکومت پهلوی اول بررسی شده است.

بخش چهارم، «آشنائی با پوشش و آرایش غربی و ورود ابزارهای فنی و علمی مدرن مربوط به پوشش و آرایش»: در این بخش، راه‌هایی آشنائی ایرانیان با پوشش و آرایش غربی و ورود ابزارهای فنی و علمی مدرن مربوط به پوشش و آرایش بررسی می‌شود. این بخش در سه فصل تنظیم شده است. در فصل اول افزایش رفت و آمدها بین ایران و غرب، به عنوان اولین و مهمترین عامل آشنائی ایرانیان با پوشش و آرایش غربی بررسی شده است. فصل دوم، به بررسی نقش عکس و فیلم در آشنائی ایرانیان با پوشش و آرایش اختصاص دارد. بحث مربوط به واردات روزافزون کالاهای غربی مربوط به پوشش و لوازم آرایش و نیز ابزارهای فنی و علمی مربوط به پوشش و آرایش نیز مبحث فصل سوم این بخش را تشکیل می‌دهد. در این بخش، با ذکر مثال‌هایی نشان داده شده که چگونه به دنبال آشنائی با پوشش و آرایش غربی، پوشش و آرایش زنان ایرانی به چالش کشیده می‌شد.

بخش پنجم، با عنوان «ظهور چالش در الگوی سنتی حضور زن در اجتماع و تغییر در فضای فکری - فرهنگی و بافت اجتماعی جامعه»: در دو فصل است. فصل اول به بررسی شکل‌گیری مسأله حجاب و انزوای

زن ایرانی و تبدیل آن به یک موضوع مهم در نزد روشنفکران و متجددان ایرانی و تلاش آنان برای تغییر این الگو و استدلال‌های آنان در این زمینه اختصاص دارد. در فصل دوم نیز تغییر در بافت فرهنگی - اجتماعی جامعه و ورود زنان به عرصه فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی و فضاهای مختلط و تأثیر آن بر پوشش و آرایش زنان بررسی می‌شود.

بخش ششم، با عنوان «سیاست‌های حکومت پهلوی: کشف حجاب و اختلاط بین زن و مرد»: به بررسی سیاست‌های حکومتی در زمینه تغییر اجباری پوشش و آرایش زنان و نیز اختلاط آنان با مردان و تأثیر آن بر گرایش زنان به مد و آرایش می‌پردازد

بخش هفتم، با عنوان «سیاست فرهنگی نشریات و کتب: ترغیب و تشویق به توجه به مد و آرایش»: به سیاست فرهنگی نشریات و کتابها در زمینه تشویق و ترغیب زنان به اتخاذ پوشش و آرایش جدید و لزوم توجه آنان به پوشش و آرایش مطابق مد روز در کشورهای غربی می‌پردازد. این بخش شامل سه فصل است. فصل اول به بررسی نقش و کارکرد آگهی‌های تجاری منتشر شده در نشریات در زمینه گرایش زنان به پوشش و آرایش مطابق مد روز در کشورهای غربی می‌پردازد. در فصل دوم به صورت موردی، چهار نشریه از نشریات دوره پهلوی که سیاست فعالی در زمینه تشویق و ترغیب زنان به مد و آرایش در پیش گرفته بودند، بررسی شده است. فصل سوم نیز به بررسی کتاب‌هایی می‌پردازد که به ویژه بعد از کشف حجاب با هدف آموزش طریقه پوشش و آرایش به شیوه مدرن و غربی به نگارش درآمده‌اند.

بخش هشتم، «اهمیت یافتن بدن و تغییر در مناسبات و تمایلات جنسی»: به بررسی عواملی می‌پردازد که موجب اهمیت یافتن بدن، هم به لحاظ سلامت و هم به لحاظ بُعد جنسی بدن می‌پردازد. این بخش در دو فصل تنظیم شده است. فصل اول به نوسازی در حوزه سلامت که در دوره قاجاریه و پهلوی بصورت توجه به حفظ‌الصحه و تربیت بدنی نمود یافت و نیز اثرات آن بر توجه به سلامت، تناسب و زیبایی بدن می‌پردازد. فصل دوم، به بررسی تغییراتی می‌پردازد که در دوره مورد بررسی در حوزه مناسبات و تمایلات جنسی ایرانیان رخ داد و با به چالش کشیدن نحوه پوشش و آرایش سنتی زن ایرانی، تغییر در آن را الزامی کرد.

بخش اول: کلیات

۱-۱- مسأله پژوهش

توجه به پوشش و آرایش همیشه در کلیه جوامع بشری کم و بیش مطرح بوده است، اما این امر در سال‌های اخیر، در بین زنان ایرانی، رواج چشم‌گیری یافته است، بطوریکه زنان ایرانی در میزان مصرف لوازم آرایشی نسبت به زنان کشورهای منطقه و همچنین کشورهای دنیا رکورددار هستند (موسویان، ۱۳۸۶: ۳۳؛ افضل‌ی، ش ۶۹۹۲، ۸۹/۳/۳، ص ۷). این موضوع از منظر اجتماعی، فرهنگی و حتی اقتصادی تبدیل به یک مسأله شده و نگرانی‌هایی را برانگیخته است (موسویان، ۱۳۸۶: ۳۳).

گرایش زیاد زنان تهرانی به مد و آرایش، برای اولین بار در سال‌های پایانی حکومت قاجاریه، به عنوان یک موضوع مورد بحث اجتماعی و فرهنگی مطرح شد و در دوره‌های بعد ادامه یافت و تشدید شد. این در حالیست که تا کمی قبل از آن، بیرون آمدن زنان بدون چادر و روبنده (پوشش کامل)، برای زنان جامعه شهری ایرانی غیرقابل تصور بود و همه آنان در بیرون از خانه، با پوشش متحدالشکلی شامل چادر و روبنده حضور می‌یافتند، بطوریکه تمییز آنها از یکدیگر در این پوشش، اغلب حتی برای نزدیکانشان ناممکن بود. در چنین وضعیتی، مد و مدگرایی به ویژه در ارتباط با پوشش بیرون از خانه، مفهوم چندانی برای آنان نداشت. استفاده از آرایش نیز گرچه در بین زنان ایرانی از زمانهای قدیم مورد توجه بود، اما کارکرد و ساز و کاری متفاوت داشته و بیشتر مختص فضای اندرونی (خصوصی) و محافل زنانه بود.

گسترش ارتباطات با غرب و آشنایی با مظاهر اجتماعی و فرهنگی تمدن غرب در دوره قاجار، نقطه عطفی در تاریخ ایران معاصر محسوب می‌شود. علل و زمینه‌های گرایش روزافزون زنان ایرانی به مد و آرایش را نیز باید از زمان آغاز تحولات جدیدی که در جامعه ایران در پی آشنایی با تمدن غرب صورت گرفت، ردیابی نمود، به عبارت دیگر طرز جدید پوشش و آرایش زنان و گرایش آنان به مدگرایی، به مانند بسیاری دیگر از مسائل زندگی امروز ما، نسبتی با چگونگی طرح اولیه آن در جامعه ما و عوامل موثر در ادامه و تشدید آن دارد.

با گسترش ارتباطات بین ایران و غرب از اواسط دوره قاجاریه و آشنایی ایرانیان با نحوه پوشش و آرایش زنان غربی و طرز حضور اجتماعی متفاوت آنان در فضاهای عمومی، پوشش و آرایش سنتی زنان ایرانی به چالش کشیده شده و با ادامه ارتباطات و تحت تاثیر تغییر و تحولاتی که در فضای فکری، فرهنگی و اجتماعی جامعه ایران صورت گرفت، در اندک زمانی دستخوش تغییرات جدی شد. همچنین در این دوره، نحوه پوشش و آرایش زنان به عنوان یکی از مسائل مهم جامعه ایران، مورد توجه روشنفکران و متجددان قرار گرفت و دولتمردان با توجه به مبانی فکری، عقیدتی و ایدئولوژیک خاص خود، سیاست گذاریهایی در این زمینه داشتند.

فاصله زمانی بین دوره ناصری تا آخر دوره پهلوی اول (۱۳۲۰-۱۳۲۷ش / ۱۸۴۸-۱۹۴۱م.) از نظر تغییراتی که در پوشش و آرایش زنان صورت گرفته و ظهور پدیده مدگرایی در بین زنان قابل تامل است، به ویژه که در این دوره همچنین «زن و زنانگی» در ایران تبدیل به مسأله شده و امکان بازاندیشی و بازنگری در برخی ابعاد هویتی و شخصیتی زن ایرانی ایجاد شده بود و طرز حضور اجتماعی جدید زن و پوشش و آرایش وی نیز، در واقع یکی از این مولفه‌ها محسوب می‌شد. حال اینکه تغییر در پوشش و

آرایش زن و گرایش به مد و آرایش چگونه و توسط چه عواملی در جامعه ما صورت گرفت و اینکه این پوشش و آرایش جدید چه نسبتی با هویت زنان یافت، نیاز به بررسی دارد. بنابراین مسأله اصلی این رساله، بررسی علل موثر در گرایش زنان به مد و آرایش و ترسیم فضای فکری، فرهنگی و اجتماعی است که پدیده مدگرایی در آن امکان بروز می‌یابد.

۱-۲- سوال‌های پژوهش

سوال اصلی

علل موثر در گرایش زنان به مد و آرایش از اواخر دوره ناصری تا پایان حکومت رضا شاه چه بود؟

سوال‌های فرعی

۱. پوشش و آرایش زنان از چه زمانی، چگونه و تحت تأثیر چه عواملی تبدیل به مسأله شد؟
۲. تغییر در فضای فکری، فرهنگی و اجتماعی جامعه، چگونه بر اهمیت یافتن پوشش و آرایش زنان تأثیر گذارد؟

۱-۳- فرضیه‌های پژوهش

فرضیه اصلی: دسترسی به پوشاک و لوازم آرایش غربی، تغییر در سبک زندگی زنان، تضعیف حجاب و ورود زنان به اجتماع، تغییر در سامان جنسی ایرانیان و سیاست فرهنگی حکومت و نیز نشریات از مهمترین علل گرایش زنان به مد و آرایش در دوره مورد بررسی بودند.

فرضیه‌های فرعی

۱. پوشش و آرایش زن ایرانی به دنبال آشنائی ایرانیان با زن غربی و نحوه پوشش و آرایش وی، به چالش کشیده شد. روشنفکران ایرانی که حضور فعال زن غربی در فضاهای بیرونی و عرصه فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی را می‌دیدند، به مبارزه با انزوای زن ایرانی و به‌ویژه با حجاب وی به عنوان عامل و نمود بارز این انزوا و عامل عقب‌ماندگی نه تنها زن بلکه کل جامعه ایرانی پرداختند. در دوره پهلوی اول، تغییر در پوشش زن ایرانی، تبدیل به اولویت اصلی حکومت پهلوی در ارتباط با مسائل زنان شد که نمود اصلی آن، اعلام کشف حجاب اجباری در ۱۷ دی ۱۳۱۴ ش بود. به دنبال اعلام کشف حجاب، توجه به نحوه پوشش و آرایش و اتخاذ پوشش و آرایش غربی، برای زنانی که خواهان حضور در عرصه فعالیت‌های اجتماعی- فرهنگی بودند، تبدیل به یک الزام شد.

۲. ورود زنان به عرصه فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی و همچنین فضاهای عمومی مدرن شهری همزمان با تضعیف حجاب و اختلاط با مردان، نوسازی‌هایی که در زمینه بهداشت و سلامت و تربیت

بدنی صورت گرفت، به همراه تغییراتی که بتدریج در تمایلات جنسی ایرانیان روی داد، توجه به پوشش و آرایش و نحوه مدیریت بدن را الزامی نمود.

۱-۴- تعریف مفاهیم

آرایش: واژه آرایش مأخوذ از واژه «آرایش» پهلوی و اسم مصدر از ماده مضارع-ārāy از ایرانی باستان-ārāda و به معنی آراستن، پیراستن و زینت کردن چهره و موی و اندام با رنگها و زیورهای گوناگون است. در فرهنگهای فارسی، واژه آرایش و آراستن در معنا و صورتهای مختلفی آمده است: زیب و زینت کردن، زیور به خود گرفتن، خویشتن را ساختن، جمال گرفتن، آذین کردن، خود را خوش نما ساختن و جز آنها. برخی واژه آرایش را در معنای آراستگی با افزودن زیورها، در برابر پیرایش که زدودن و کاستن اضافات است، آورده‌اند (ابراهیمی، ۱۳۸۶: ۱۷۴). در این پژوهش، آرایش به معنی اصلی آن، یعنی به معنی آراستن، پیراستن و زینت کردن چهره و موی و اندام با رنگها و زیورهای گوناگون می‌باشد.

لوازم آرایشی: موادی هستند که به طور خاص برای آراستن، زیباسازی و به منظور بالا بردن زیبایی یا سلامت چهره، مو، دستها یا ناخنها تهیه می‌شوند (بهرامی، ۱۳۸۶: ۱۶۰).

مد: تعاریف مختلف از مد ارائه شده است:

«انحای بالنسبه زودگذر کنش در مورد آرایش شخصی یا طرز گفتار و بسیاری دیگر از رفتارها. مد از آن حیث از سلیقه‌های شخصی متفاوت است که تا حد معینی افراد را به اجبار به جانب همگونگی^۲ سوق می‌دهد» (شایان مهر، ۱۳۷۷: کتاب اول، ص ۴۸۲).

«مد بخشی از عرف است و در جایی مستقل و متمایز از آن است که رفتار مورد بحث برخلاف رسم که دوام و دیرپایی ویژگی آن است، بیشتر به خاطر تازگیش صورت می‌گیرد. مد به قرارداد نزدیک است، زیرا عمدتاً از تمایل به حیثیت اجتماعی نشات می‌گیرد» (شایان مهر، ۱۳۷۷: کتاب اول، ص ۴۸۲).

«دگرگونیهایی که زود رواج می‌یابند و عمری نسبتاً محدود دارند(در هنر، لباس، سخن و ...)» (ساروخانی، ۱۳۷۰: ۲۶۳).

هر چهره‌ای از فرهنگ که جنبه‌ای ناپایا دارد و افراد به جهت اعتباری که بدان وابسته است، بطور سطحی گرایش به آن نشان می‌دهند (ساروخانی، ۱۳۷۰: ۲۶۳).

«روشی برای لباس پوشیدن، رفتار کردن، دکوراسیون یا یک علاقه که مدّ نظر قرار می‌گیرد» (فرهنگ وبستر، ۱۹۸۶: ۸۲۵).

^۱ Mode واژه‌ای فرانسوی و معادل آن در انگلیسی Fashion

^۲ Conformity.

مد و مدگرایی گستره وسیعی دارد و ابعاد مختلف زندگی اجتماعی را در بر می‌گیرد، ولی در این رساله، مد صرفاً در عرصه پوشش و آرایش مورد نظر است.

فضای عمومی^۱ تعاریف مختلفی از فضای عمومی ارائه شده است:

«جایی است که افراد همان‌طور که درگیر موضوعات عمومی‌اند، می‌بینند و توسط دیگران دیده می‌شوند. بنابراین این مکان، فضای جلسات سالن شهری، مجلس قانون‌گذاری، یا هر مکان دیگری که کسب و کارهای عمومی در آن انجام می‌گیرد، است» (اشرفی، ۱۳۹۳: ۴۴۱).

«فضای عمومی مرتبط با آن بخش از محیط طبیعی و ساخته شده شهری است که دسترسی عمومی به آن آزاد است. چنین فضایی شامل همه خیابان‌ها، میدان‌ها و دیگر حقوق‌گذر، خواه دارای استفاده غالب مسکونی، تجاری یا اجتماعی/مدنی باشد و نیز فضاهای باز و پارک‌ها و فضاهای عمومی/خصوصی که دسترسی عموم به آنها بدون محدودیت است (حداقل در طول ساعات روزانه). این شامل ارتباط با فضاهای کلیدی خصوصی، و داخلی و خارجی می‌شود که دسترسی عموم به آنها معمولاً آزاد است» (همان: ۴۴۲).

«فضای عمومی به معنای فضاهای فیزیکی و روابط اجتماعی است که استفاده از آن فضا را در درون قلمرو غیرخصوصی شهرها مشخص می‌کند. فضای عمومی شهری شامل میدان‌های رسمی، جاده‌ها، خیابان‌ها و همچنین زمین‌های خالی و حاشیه‌ای و دیگر «فضاهای لبه‌ای» می‌شود این شامل همه فضاهایی است که دسترسی همگان یا حقوق استفاده را می‌پذیرد، خواه در مالکیت عمومی، خصوصی، اشتراکی و نامشخص باشد. یک منبع دارایی همگانی است، اما مرزهای آن ممکن است در گذر زمان تغییر کند» (همان: ۴۳۹).

منظور از فضای عمومی در این پژوهش، مکان‌های عمومی چون خیابان‌ها، بازار و اماکن مذهبی و هر مکان دیگری است که دسترسی و حضور عموم در آن آزاد است.

فرهنگ:^۲ در مورد فرهنگ نیز تعاریف مختلفی ارائه شده است. برخی از این تعاریف عبارتند از:

«فرهنگ را می‌توان کلیتی دانست مرکب از خصوصیات خاص مادی، معنوی، فکری و احساسی که شاخصه یک جامعه یا گروه است. فرهنگ نه تنها هنرها و آثار مکتوب یک جامعه، بلکه حالات زندگی، حقوق بنیادین افراد، نظام‌های ارزشی، سنت‌ها و باورهای آن جامعه را در برمی‌گیرد» (صالحی امیری، ۱۳۹۲: ۲۷).

^۱. Public space

^۲. Edge- space.

^۳. Culture.

فرهنگ عبارت است از ارزش‌های اجتماعی (نهادها، رسم‌ها، عقاید و واکنش‌های رفتاری) گروهی از مردم، چه بدوی چه متمدن (همان: ۳۳).

فرهنگ اشارتی است به راه و روش مشخص یک گروه از آدمیان یا طرح زندگی آن‌ها (همان: ۳۳). منظور از فرهنگ در این رساله، عبارت است از کلیه ارزش‌ها، باورها و هنجارهای اجتماعی که نحوه و سبک زندگی افراد یک جامعه، از جمله پوشش و آرایش و بایدها و نبایدهای آن را تعیین می‌کند. هویت: ارائه تعریفی واحد از هویت مشکل است:

از نظر گافمن^۱، هویت در معنای جامعه‌شناختی عبارت است از: کوشش فرد به منظور تحقق یکتایی خویشتن در شرایطی که در حال شکل دادن به رفتار خویش است. بدین‌سان فرد بین «من» در شرایط موجود و «من» واقعی قرار دارد. منظور از «من» در شرایط موجود Virtual self فرد در چارچوب شرایطی است که در درون آن جای یافته است، منی است منبعث از پایگاه اجتماعی، نقشهای محول و اما «من» واقعی Actual self تواناییهای فرد و ویژگیهای اوست بیرون از شرایطی که در آن جای گرفته است. رفتار انسانی از پیوند این دو شکل می‌گیرد و صورتی بی‌همتا، خاص و ممتاز می‌یابد (ساروخانی، ۱۳۸۰: ج ۱، ص ۳۸۲).

از نظر کاستلز، هویت، در صورتی که سخن از کنشگران اجتماعی باشد، عبارت است از فرآیند معناسازی بر اساس یک ویژگی فرهنگی یا مجموعه بهم‌پیوسته‌ای از ویژگیهای فرهنگی که بر منابع معنایی دیگر اولویت داده می‌شود. برای هر فرد خاص یا برای هر کنشگر جمعی ممکن است چندین هویت وجود داشته باشد. اما این کثرت برای خود-بازنمایی و کنش اجتماعی سرچشمه تنش و تناقض است. دلیل این امر آنست که باید هویت را از آنچه جامعه‌شناسان بطور سنتی نقش و مجموعه نقش‌ها نامیده‌اند، متمایز ساخت. نقشها (مثلا کارگر، مادر، سیگاری) بر اساس هنجارهایی تعریف می‌شوند که ساخته دست نهادها و سازمانهای جامعه هستند. وزن نسبی هر یک از آنها در اثرگذاری بر رفتار مردم بستگی به توافرها و آرایشهای موجود بین افراد و این نهادها و سازمانها دارد. هویت منبع معنا برای خود کنشگران است و به دست خود آنها از رهگذر فرآیند فردیت بخشیدن، ساخته می‌شود. با این حال ممکن است هویتها از نهادهای مسلط نیز ناشی شوند. اما حتی در این صورت نیز هنگامی هویت خواهند بود که کنشگران اجتماعی آنها را درونی کنند و معنای آنها را حول این درونی‌سازی بیافرینند (کاستلز، ۱۳۸۰: ۲۲-۲۳).

در این تحقیق هویت بیشتر به معنای، منبع معنا برای کنشگر، یعنی تعریفی که کاستلز از هویت ارائه می‌دهد، مد نظر است خواه این منبع معنا به دست خود آنها ساخته شده باشد و خواه ناشی از نهادهای مسلط باشد.

^۱. Identity

^۲.E. Goffman.

جنسیت! تعاریف مختلفی از جنسیت ارائه شده است:

انتظارات اجتماعی در مورد رفتاری که بر اعضای هر جنس مناسب دانسته می‌شود. جنسیت به ویژگی‌های اجتماعی رفتار مردانه و زنانه مربوط می‌شود (شایان‌مهر، ۱۳۷۷: کتاب اول، ص ۲۱۲).

جنسیت، به معنای جنبه‌های اجتماعی روابط بین دو جنس است و از جنبه‌های زیست‌شناختی جنس متفاوت است. جنسیت در بسیاری از حیطه‌های زندگی اجتماعی برساخته و متجلی می‌شود و سازمان اجتماعی مهمترین عامل در این زمینه به شمار می‌آید. جنسیت در فرهنگ و ایدئولوژی و فعالیت‌های گفتمانی حضور دارد. ولی فقط به آن‌ها محدود نمی‌شود. تقسیم کار جنسیتی در خانه و بازار کار، سازمان دولت، گرایش جنسی، ساخت‌یابی خشونت و بسیاری از جنبه‌های دیگر سازمان اجتماع در برساختن روابط جنسیتی نقش دارند. روابط جنسیتی در جوامع مختلف، دوره‌های تاریخی، گروه‌های قومی، طبقه‌های اجتماعی و نسل‌های مختلف شکل‌های متفاوتی پیدا می‌کند. با این وجود تمایز میان زنان و مردان وجه مشترک همه آنهاست. یکی از ویژگی‌های بسیار رایج و مشترک این است که تفاوت جنسیتی با نابرابری جنسیتی همراه می‌شود و مردان قدرت بیشتری از زنان دارند. یکی از اصطلاحات مربوط به جنسیت، پدرسالاری است که نابرابری جنسیتی را به مثابه برساخته‌ای اجتماعی مفهوم‌پردازی می‌کند (آوتویت و باتامور، ۱۳۹۲: ۳۷۰).

در این پژوهش، جنسیت به معنی انتظارات اجتماعی در مورد رفتاری است که برای هر یک از دو جنس زن و مرد مناسب دانسته می‌شود.

نقش جنسیتی^۱ مفهوم «نقش» نیز در جامعه‌شناسی به وظایف و انتظاراتی اشاره دارد که برای هر فرد برحسب پایگاهی که در جامعه احراز نموده، تعیین شده است. بنابراین نقش جنسیتی عبارت است از «انتظارات غالب در یک جامعه در مورد فعالیتها و رفتارهایی که مردان و زنان می‌توانند یا نمی‌توانند در آنها درگیر شوند» (Kammeyer 1989: 325) در این پژوهش نیز به همین معنی بکار رفته است.

حضور اجتماعی^۲ حضور افراد یا گروه‌ها در جریان، فعالیت‌ها و موقعیت‌های مختلف فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی که می‌تواند تاثیرگذار یا تاثیرپذیر باشد (شایان‌مهر، ۱۳۸۴: کتاب چهارم، ص ۳۹۱). در این پژوهش نیز به همین معنی بکار رفته است.

پدرسالاری^۳ «نظام اجتماعی است که در آن مردان بر زنان سیطره دارند و آنها را مورد ستم قرار می‌دهند. پدرسالاری مفهومی است که با آن بر ارتباط متقابل شیوه‌های گوناگون قدرت و سلطه مردان بر زنان تاکید می‌کنند. آن دسته از روابط اجتماعی را که مردان از طریق آنها بر زنان مسلط می‌شوند شامل تولید مثل، خشونت امور جنسی، کار، فرهنگ و دولت دانسته‌اند. رهیافت سنتی به پدرسالاری

۱. Gender

۲. Gender's role

۳. Social Participation

۴. Patriarchal Domination/ Patriarchy

این بود که پدرسالاری را بر اساس موقعیت مردان بعنوان سرپرست خانوار و خانواده می‌نگرند. در کاربردهای اخیرتر معمولاً معنای پدرسالاری چنان کلی‌تر و گسترده‌تر می‌شود که خانوار فقط یکی از جنبه‌های پدرسالاری یا یکی از صورتهای آن محسوب می‌شود. در همه نظریه‌های پدرسالاری بر تقسیم بنیادی منافع اکثر مردان و زنان انگشت گذاشته‌اند و آن را نتیجه ساختار اجتماعی ساختار روابط جنسیتی دانسته‌اند» (آتویت و باتامور: ۱۹۳-۱۹۴).

منظور از پدرسالاری در این پژوهش، نظام اجتماعی است که در آن مزایا و موقعیت‌های اصلی جامعه در دست مردان است و مردان بر زنان قدرت و سلطه دارند.

۵-۱ روش جمع‌آوری اطلاعات

فنون و ابزار گردآوری اطلاعات در این رساله، روش اسنادی- کتابخانه‌ای می‌باشد. منابع مورد استفاده در این پژوهش، منابع نوشتاری و تصویری هستند. ابتدا منابع مرتبط با موضوع شناسائی شد. منابع مرتبط با موضوع پژوهش حاضر شامل طیف وسیعی از انواع منابع تاریخی شامل اسناد، خاطرات، یادداشتهای روزانه، زندگی‌نامه‌ها و سفرنامه‌ها، نشریات و کتب تعلیمی بود. بدیهی است که همه این منابع از نظر میزان اعتبار و نیز میزان اهمیت در یک سطح نیستند، بنابراین در گام بعدی، منابع شناسائی شده بر اساس میزان اعتبار و اهمیت دسته‌بندی شدند. سپس اقدام به فیش‌برداری گردید. فیش‌برداری در مورد هر یک از موضوعات، از تمام منابع شناسائی شده صورت گرفت و در مرحله تصفیه و پالایش فیش‌ها، داده‌های منابع مختلف باهم سنجیده شده و داده‌های نادرست کنار گذارده شد. سپس نیز تحقیقات و پژوهش‌های جدید شناسائی شده و اطلاعات مرتبط فیش‌برداری شد.

همچنین اسناد مرتبط با موضوع پژوهش شناسائی شد. بخشی از این اسناد در سازمان اسناد و کتابخانه ملی نگهداری می‌شوند. لذا با تنظیم درخواستی، اسناد مورد نظر از این سازمان تهیه شد. بخش دیگر اسناد نیز اسنادی هستند که در وبگاه «زنان دنیای قاجار» جمع‌آوری شده‌اند. این اسناد نیز از این سایت دریافت شد.

۶-۱ روش پژوهش

روش تحقیق در این پژوهش، روش کیفی- تاریخی از نوع توصیفی- تعلیلی است. تحقیق کیفی تلاش می‌کند تا موارد عینی را با توجه به خاص بودگی ویژگی‌های زمانمند و محلی آن موارد عینی، مورد مطالعه قرار دهد. در این پژوهش وضعیت یا پدیده مورد مطالعه، به مثابه یک فرآیند مورد بررسی قرار گرفته و سپس به تبیین علی عوامل موثر در سوق یافتن زنان به مد و آرایش پرداخته شده است. همچنین در بحث آگهی‌های تجاری، از دو روش تحلیل محتوا و نشانه‌شناسی نیز استفاده شده است.

۷-۱- قلمروهای پژوهش

الف) قلمرو مکانی: نحوه پوشش و آرایش زنان شهری با نحوه پوشش و آرایش زنان عشایر و روستایی ایران در دوره قاجاریه تا حدی متفاوت از هم بود. همچنین زمان آغاز تغییر در سبک پوشش و آرایش هر یک از این دو دسته از زنان و نیز افزایش میزان توجه آنان به پوشش و آرایش تحت تأثیر عواملی چون میزان ارتباط با شهرهای دیگر و به‌ویژه خارج از کشور و میزان دسترسی به رسانه‌ها مسیر متفاوتی را طی کرد. در دوره زمانی مورد بررسی، یعنی از دوره ناصری تا پایان حکومت پهلوی اول، اهمیت یافتن سبک پوشش و آرایش و ظهور پدیده مدگرایی در بین زنان، بیشتر یک پدیده شهری بود که به ویژه در میان زنان شهرهای بزرگی چون شهر تهران بروز نمود. بنابراین این پژوهش از نظر قلمرو مکانی، بر شهر تهران در دوره زمانی مورد نظر متمرکز شده است.

ب) قلمرو زمانی: دوره زمانی میان دوره سلطنت ناصرالدین شاه قاجاریه تا پایان دوره پهلوی اول (۱۳۲۰-۱۳۲۷ / ۱۸۴۸-۱۹۴۱ م)، از نظر تغییر در سبک پوشش و آرایش زنان ایرانی و ظهور پدیده مدگرایی در بین زنان ایرانی، یک دوره تعیین‌کننده است. قلمرو زمانی پژوهش حاضر، از دوره ناصرالدین شاه یعنی ۱۲۲۷ ش / ۱۸۴۸ م تا پایان حکومت پهلوی اول در ۱۳۲۰ ش / ۱۹۴۱ م می‌باشد.

ج) قلمرو موضوعی: قلمرو موضوعی پژوهش، بررسی زمینه‌های موثر در گرایش زنان به مد و آرایش به سبک جدید (غربی) می‌باشد.

۸-۱- اهمیت و ضرورت تحقیق

با وجود پژوهش‌های فراوان صورت گرفته در ارتباط با علل گرایش روزافزون زنان ایرانی به مد و آرایش در جامعه معاصر، در هیچ یک از آنها، به زمینه‌ها و علل تاریخی بحث توجه نشده است. با توجه به اینکه فهم دقیق هر مسأله اجتماعی معاصر، در گرو بررسی تاریخی و داشتن دید تاریخی نسبت به آن مسأله است، فقدان مطالعات با رویکرد تاریخی درباره گرایش روزافزون زنان ایرانی به مد و آرایش بشدت احساس می‌شود. همچنین در اهمیت و ضرورت این تحقیق می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

پاسخ به این سوال که گرایش به مد و آرایش در میان زنان ایرانی در دوره مورد بررسی، تحت تأثیر آشنایی و تأثیر پذیری از فرهنگ غرب بوده یا شرایط متغیر اجتماعی و فرهنگی درونی جامعه ایران، بخشی از پاسخ به یک مسأله کلان‌تری دیگری، یعنی نحوه برخورد ایرانیان در برخورد با فرهنگ و تمدن غرب می‌باشد.

آشنایی و توجه به زمینه‌ها و عوامل تاریخی موثر در گرایش به مد و آرایش در میان زنان و مبانی فکری و فلسفی دخیل در این امر می‌تواند در عملکرد آگاهانه زنان امروز ایرانی با مسأله مد و آرایش راهگشا بوده و نگرشی نو در مواجهه اکنون ما با مسأله مد و آرایش بدست دهد.

فهم عوامل و زمینه‌های تاریخی در گرایش زنان به مد و آرایش می‌تواند برای توسعه افق دید و فهم کارشناسان، برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران فرهنگی از موضوع مورد بررسی موثر واقع شود.