

فصل‌نامه علمی پژوهش‌های تاریخی (نوع مقاله: پژوهشی)

معاونت پژوهش و فناوری دانشگاه اصفهان

سال پنجاه و هفتم، دوره جدید، سال سیزدهم

شماره دوم (پیاپی ۵۰)، تابستان ۱۴۰۰، صص ۱۱۲ - ۹۳

تاریخ وصول: ۱۴۰۰/۱/۲۳، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۷/۱۲

Doi: <http://dx.doi.org/10.22108/jhr.2021.128075.2172>

مسائل مد و خودآرایی زنان در نشریه اطلاعات بانوان (۱۳۳۶ تا ۱۳۴۰ش / ۱۹۵۷ تا ۱۹۶۱م)

سودابه معظمی گودرزی* - شهاب شهیدانی** - جهانبخش ثواقب***

چکیده

ایجاد نوسازی فرهنگی براساس الگوهای غربی، از برنامه‌های حکومت پهلوی دوم بود. تغییر در سبک زندگی زنان، به‌ویژه در زمینه پوشش و خودآرایی آنها، از اقداماتی بود که در این نوسازی فرهنگی صورت گرفت. برای رسیدن به این منظور، نهادهای فرهنگی دولت پهلوی با کمک رسانه‌ها، به‌ویژه مطبوعات، الگوهای جدید خودآرایی و مد را بین قشرهای مختلف تبلیغ می‌کردند و ترویج می‌دادند. هفته‌نامه اطلاعات بانوان در زمره نشریات مربوط به بانوان در دهه سی شمسی/۱۹۵۰م بود که الگوهای پسندیده‌شده دولت را منتشر می‌کرد.

هدف این مقاله بررسی مؤلفه‌ها و چگونگی ترویج الگوهای مد و خودآرایی در نشریه مزبور از سال ۱۳۳۶ تا ۱۳۴۰ش/۱۹۵۷ تا ۱۹۶۱م، به روش توصیفی تحلیلی است. یافته پژوهش نشان می‌دهد این نشریه به علت همسوی بودن با سیاست‌های فرهنگی دولت پهلوی دوم، به‌ویژه در زمینه پوشش و خودآرایی زنان، در تبلیغ مد و خودآرایی به سبک غربی نقش مؤثری ایفا می‌کرد؛ اما هم‌زمان با آگاهی از پیامدهای تغییر سبک زندگی و نوع پوشش زنان به سبک غربی و بروز بحران‌های اخلاقی و اجتماعی، تلاش می‌کرد علاوه‌بر بهره‌مندی زنان از خودآرایی و پوشش، آنها را با مفاهیم دیگری از مد و خودآرایی آشنا کند؛ همچنین آنها را به رعایت اصولی همچون سادگی، متانت، وقار، عفت و حیا و رعایت اعتدال براساس باورهای سنتی وادارد. باوجود تلاش وافر، این نشریه برای رواج توأمان مدگرایی غربی و صیانت اخلاقی زنان به راه‌حل مناسبی دست نیافت.

واژه‌های کلیدی: حکومت پهلوی دوم، اطلاعات بانوان، زنان، خودآرایی، مد.

* دانشجوی دکتری تاریخ ایران اسلامی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه لرستان، خرم‌آباد، ایران goudarzi.su@fh.lu.ac.ir

** استادیار گروه تاریخ، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه لرستان، خرم‌آباد، ایران (نویسنده مسؤول) Shahidani.sh@lu.ac.ir

*** استاد گروه تاریخ، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه لرستان، خرم‌آباد، ایران savagheb.j@lu.ac.ir



مقدمه

از نظر تاریخی، آغاز تغییر در نوع پوشش و خودآرایی زنان و تبدیل شدن آن به مسئله، با تغییر و تحولاتی هم‌زمان است که از اواسط دوره قاجاریه در عرصه‌های مختلف زندگی سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی ایرانی‌ها به وجود آمد؛ سپس زمینه را برای دگرگونی تدریجی در سبک سنتی زندگی زنان فراهم کرد. در اثر این روابط، ایرانی‌ها با فرهنگ و تمدن جدید غرب آشنا شدند که یکی از بارزترین و ملموس‌ترین عناصر آن لباس و شیوه خودآرایی، به‌ویژه به سبک پوشش و آرایش زنان غربی بود.

در دوره پهلوی، نوسازی کشور براساس الگوهای غربی یکی از برنامه‌های مهمی بود که به آن توجه شد. در این برنامه، ایجاد تغییرات فرهنگ، به‌ویژه در نحوه پوشش و خودآرایی و ظواهر زنان، در دستور کار طراحان سیاست‌های فرهنگی کشور قرار گرفت. سیاستی که از آن به نوسازی فرهنگی تعبیر می‌شد. در حکومت پهلوی، سیاست‌های فرهنگی با این جهت‌گیری طراحی می‌شد که الگوهای فرهنگی غربی را جایگزین الگوهای سنتی و مذهبی جامعه ایرانی کند. در این میان، رسانه‌ها و به‌ویژه مطبوعات، در این جایگزینی فرهنگی نقش مهمی ایفا می‌کردند.

نشریه اطلاعات بانوان یکی از نشریه‌هایی بود که در راستای اهداف حکومت پهلوی دوم، الگوهای جدید پوشش و آرایش را ترویج می‌داد. این نشریه تلاش می‌کرد زنان را با مباحث تازه‌ای مانند پوشش، خودآرایی، تعلیم و تربیت دختران، اشتغال زنان، شکل‌گیری مجامع و تشکل‌های زنانه، حقوق اجتماعی و مدنی و آزادی زنان، خوراک و تغذیه و سرگرمی زنان، ازدواج، خانه‌داری و بچه‌داری زنان به شیوه نوین آشنا کند؛ همچنین آنها را به پیروی از این

شیوه ترغیب کند. اطلاعات بانوان توجه به پوشش و آرایش زنان را براساس مد روز در کشورهای غربی و تبلیغ استانداردهای زیبایی غربی به شکل‌های مختلف ترویج می‌کرد.

این مقاله با طرح این پرسش: رویکرد هفته‌نامه اطلاعات بانوان به مؤلفه‌های مد و خودآرایی زنان چگونه بوده است؟ درصدد بررسی این مقوله است که نشریه اطلاعات بانوان چگونه الگوهای جدید غربی خودآرایی و مدگرایی را میان زنان ایرانی عصر پهلوی دوم ترویج می‌داد؛ همچنین چگونه می‌کوشید تعارض پدیدآمده در اثر این پدیده جدید را در جامعه سنتی تعدیل کند. در فرضیه مقاله، بین اقدامات نشریه اطلاعات بانوان در حکم متغیر اصلی و الگوی خودآرایی و پوشش در حکم متغیر تابع، رابطه برقرار شده است که ممکن است نقش مثبت و افزایشی یا نقش کاهشی و منفی و بی‌اثر باشد. براساس نتایج به‌دست آمده در این مقاله، نشریه اطلاعات بانوان در تغییر این الگو نقش مؤثری داشته است.

پیشینه پژوهش

در دوره‌های مختلف تاریخی، درباره پوشاک ایرانی‌ها پژوهش‌های متعددی انجام شده است که بیشتر سیر تحول پوشاک مردم ایران یا برخی گروه‌های قومی را بررسی کرده‌اند. برخی از این پژوهش‌ها به مقوله مد و خودآرایی کمتر توجه کرده‌اند و با دوره بحث‌شده در این پژوهش نیز فاصله دارند. یحیی ذکاء (۱۳۳۶) در کتابی کم‌حجم با نام *لباس زنان ایران از سده سیزدهم تا به امروز*، با تقسیم‌بندی تغییرات لباس زنان شهرنشین در پنج دوره تاریخی از عهد زندیه تا زمان نگارش کتاب، در تاریخ زنان ایران ۱۷ دی ۱۳۱۴/۱۹۳۵م را مبدأ تحول و نهضت بزرگی به شمار آورده است. زمانی که زن‌ها چادرهای سیاه را

کنار گذاشتند و با کلاه و پالتو و مانتو در مجامع عمومی شرکت کردند (ذکاء، ۱۳۳۶: ۴۴).

مهدی صلاح (۱۳۸۴) در کتاب *کشف حجاب؛ زمینه‌ها، پیامدها و واکنش‌ها* کوشیده است سیر کشف حجاب را در ایران عصر رضاشاه با تکیه بر منابع اصلی و به ویژه اسناد بررسی کند. این نویسنده افزون بر زمینه‌ها، پیامدهای اجتماعی و فرهنگی و اقتصادی و سیاسی آن را کاویده است. مریم رفعت جاه (۱۳۸۶) در مقاله «هویت انسانی زن در چالش آرایش و مد»، علت‌های گرایش زن‌ها را به مد با توجه به رویکردهای مختلف اقتصادی اجتماعی، روانی، ظاهرگرایی، اخلاقی و عاطفی تبیین کرده است.

رسول موسوی حاجی و رؤیا ظریفیان (۱۳۹۳) «تأثیر موج تجددخواهی و جریان نوسازی بر تحول پوشاک ایرانیان از ابتدای قاجار تا پایان دوره پهلوی اول» را بررسی کرده‌اند؛ سپس به این نتیجه رسیده‌اند در دوره پهلوی اول، زیر سلطه نظام استبدادی تجددخواهی که الگوهای مرکزی و از بالا را برای هویت بخشی به جامعه القا می‌کرد، تغییر در پوشاک مردان با همراهی مراجع فرهنگی جامعه تداوم یافت؛ اما تغییر در پوشاک بانوان به علت همراهی نکردن این گروه شکل دیگری به خود گرفت (موسوی حاجی، ۱۳۹۳: ۱۹۳ و ۲۱۴).

زهرا سوری (۱۳۹۴) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود با موضوع «عوامل تأثیرگذار بر تغییرات مد و لباس دوره پهلوی اول و دوم (۱۳۰۴-۱۳۵۷ ش)»، بیان می‌کند رضاخان در سیاست مدرن‌سازی جامعه، برای تغییر لباس مردان و سپس به صورت اجباری تغییر لباس زنان یا کشف حجاب تلاش کرد.

در دوره پهلوی دوم، به پیروی از مد و طراحی لباس‌های اروپایی بسیار توجه شد و زن‌ها به پیروی از این سبک گرایش بیشتری داشتند. شهرام یوسفی فر

و شهناز جنگجو (۱۳۹۵) در دو مقاله، «کارکردهای فرهنگی آگهی‌های تجاری مرتبط با زنان در روزنامه اطلاعات» و «چگونگی بازنمایی زن و زنانگی در آگهی تجاری روزنامه اطلاعات» را در بازه زمانی ۱۳۰۴ تا ۱۳۲۰ ش، در قالب تحلیل آماری مطرح کرده‌اند. در این مقاله تکیه بر آگهی‌هاست نه مقاله‌های منتشرشده درباره زن‌ها.

مهدی سیاوشی و فرهاد زیویار (۱۳۹۵) «تأثیر سیاست‌های فرهنگی پهلوی بر بروز بحران هویت زن ایرانی» را بررسی کرده‌اند. نویسنده‌های این مقاله بر این باورند که سیاست‌هایی نظیر ترویج سبک زندگی غربی و ترویج علنی بی‌حجابی و ترویج ولنگاری با تغییر در قانون ازدواج و طلاق، با هویت زن ایرانی در تعارض بود. غلبه نسبی ساختارهای مبتنی بر الگوی توسعه غربی بر جامعه ایران عصر پهلوی اول در درازمدت زن ایرانی را با بحران هویت روبه‌رو کرد.

کوثری و تفرشی (۱۳۹۶) «هویت زنانه در گفتمان پهلوی دوم» را با نمونه پژوهی مجله زن روز و سخنرانی‌های محمدرضاشاه درباره زنان مطرح کرده‌اند. راضیه یاسینی (۱۳۹۹) نیز در «سیاست‌های گفتمانی پوشاک زنان در ایران در دوره پهلوی اول (آمرانه) و دوم (اشاعه‌گرایانه)»، دو رویکرد متفاوت را در این دو دوره مطرح کرده است.

در پژوهش پیش رو، متفاوت از نمونه‌های مذکور، مؤلفه‌های مد و خودآرایی زن‌ها در عصر پهلوی دوم و نگرش‌های موجود درباره این مسئله در بستری تاریخی و با تکیه بر مقاله‌های نشریه *اطلاعات بانوان* سال‌های ۱۳۳۶ تا ۱۳۴۰ ش بررسی شده است. با توجه به اینکه پژوهش مستقلی مبتنی بر این نشریه انجام نشده است و این نشریه به طور ویژه مؤلفه‌های مد و خودآرایی را بازتاب داده است، این مقاله خلاء موجود در این زمینه را برطرف می‌کند.

مد و خودآرایی و هویت جنسی

واژه مد (Mod) واژه‌ای فرانسوی است و در زبان فرانسه به معنی طرز، اسلوب، عادت، شیوه، سلیقه، روش، رسم و باب روز آمده است. این واژه پس از جنگ جهانی اول و به دنبال نفوذ تمدن غرب وارد زبان فارسی شد (صبور اردوبادی، ۱۳۶۸: ۱۵ و ۱۶). مد «روشی برای لباس پوشیدن، رفتارکردن، دکوراسیون با یک علاقه که مدنظر قرار می‌گیرد» (فرهنگ وبستر، ۱۹۸۶: ۸۲۵). مد بخشی از عرف است و در جایی مستقل و متمایز از آن است که رفتار موضوع بحث برخلاف رسم که دوام و دیرپایی ویژگی آن است، بیشتر به علت تازگی صورت می‌گیرد. مد به قرارداد نزدیک است؛ زیرا به طور عمده از تمایل به حیثیت اجتماعی نشئت می‌گیرد (شایان مهر، ۱۳۷۷: ۴۸۲/۱). مد، هم‌زمان فرایندی اجتماعی و پدیده‌ای فرهنگی است. شاخصی است برای تغییر در ساختار اقتصادی، هنجارها، ارزش‌ها و ترکیب‌بندی قشرهای اجتماعی موجود در هر کشور (ذکایی، ۱۳۹۱: ۵۸). «دگرگونی‌هایی که زود رواج می‌یابند و عمری نسبتاً محدود دارند (در هنر، لباس، آرایش، سخن و...)» (ساروخانی، ۱۳۷۰: ۲۶۳).

واژه آرایش برگرفته از واژه آرایشتن پهلوی و اسم مصدر از ماده مضارع aray از ایرانی باستان arada و به معنی آراستن و پیراستن و زینت‌کردن 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 زینت‌کردن، زیورکردن، زیور به خود گرفتن، خویشتن را ساختن، جمال‌گرفتن، آذین‌کردن. برخی واژه آرایش را در معنای آراستگی با افزودن زیورها، در برابر پیرایش آورده‌اند که زدودن و کاستن اضافات است (ابراهیمی، ۱۳۸۶: ۱۷۴). «هویت جنسی به منزله یکی از انواع هویت

اجتماعی، پاسخی است که مرد یا زن به پرسش من کیستم و من چیستم می‌دهد تا خود را از جنس مقابل متمایز سازد. هویت جنسی، تجربه شخصی از خود در مقام مرد یا زن بودن است» (زیبایی نژاد، ۱۳۸۸: ۲۶). جنسیت از مهم‌ترین دل‌مشغولی‌های ذهنی مد است. مد، مرزهای جنسیتی را تعریف می‌کند. از اوایل دوره صنعتی بود که لباس، تمایز جنسیتی را به شکل بارزتری نشان داد و مد به ابزاری مهم در ارتقای آگاهی از فردیت و جنسیت بدل شد (ویلسون، ۱۳۹۴: ۱۵۳ تا ۱۵۵).

از دیدگاه روانشناسی، نیاز انسان به خودنمایی و زیبایی، زمینه‌مدگرایی را فراهم می‌کند. برمبنای دیدگاه جامعه‌شناختی نیز مقوله‌هایی همچون الگو و فرهنگ مصرف، سبک زندگی، رهبران مد و بدن آگاهی در گرایش به مد مؤثرند؛ همچنین پدیده مد با طبقه اقتصادی اجتماعی افراد، نقش رسانه‌های جمعی، فرآیند جهانی‌سازی و نظام سرمایه‌داری مرتبط است (ر.ک. رفعت‌جاه، ۱۳۸۶: ۱۴۵ تا ۱۶۹). گفته شده است بدن، فی‌نفسه معمایی برای خود ندارد و در هر جامعه، مکان، زمان و مقطع تاریخی که قرار می‌گیرد، فرهنگ مسلط جامعه معنا و نحوه ادراک آن را تعیین می‌کند (روحی، ۱۴۰۰: ۱۳۰). بدن به نادرست پدیده‌ای بدیهی به نظر می‌رسد؛ در حالی که حاصل تبیینی اجتماعی و فرهنگی است (لوپرتون، ۱۳۹۲: ۱۴۲). در نهایت باید گفت جامعه جز بدن‌های واقعی یا خیالی موجودیتی ندارد و همواره پوششی از مد آن را احاطه کرده است.

مد و خودآرایی ایرانی‌ها در عصر پهلوی

در این شکی نیست که وضعیت زنان عصر قاجار در مجموع نامطلوب بود. در مناطق شهری، مؤلفه‌هایی همچون حجاب‌باشدت تمام رعایت می‌شد و

بی‌حجابی و سربرهنگی خود نوعی مجازات تلقی می‌شد (مارتین، ۱۳۸۷: ۱۲۶ و ۱۲۷). با این حال در عصر قاجار صرف قیافه، ممکن بود شوهر را دل‌بسته همسر خود کند و زنان به طور معمول برای جلب شوهر به زیبایی خود متکی بودند (مارتین، ۱۳۸۷: ۱۲۷ و ۱۲۸). در دوره قاجار در میان زنان بزرگان و اشراف، امکان آشنایی با نوع تن‌پوش و خودآرایی غربی فراهم شد (توکلی طرقي، ۱۳۸۲: ۲۵). در دوره مشروطه، تحولات مد و خودآرایی، بیشتر به آگاهی زنان شاهزاده‌ها و اشراف از برخی مظاهر مد و خودآرایی غرب محدود بود (تاج‌السلطنه، ۱۳۶۱: ۳۱؛ لومینسکی، ۱۳۹۲: ۹۸ و ۹۹؛ عین‌السلطنه، ۱۳۷۴: ۳۸۲۲/۵).

با ظهور پهلوی اول و پس از آن، ایرانی‌ها به تدریج با نحوه دیگری از مدیریت بدن و نیز مناسبات جنسی بین زن و مرد در فرهنگ مدرن غرب مواجه و آشنا شدند. این امر بر مناسبات و تمایلات جنسی ایرانی‌ها تأثیر گذاشت و نحوه مواجهه سنتی ایرانی‌ها، به‌ویژه زنان را با بدن به چالش کشید. از این رو هنجارهای فرهنگی درباره هویت جنسی و مسائل مربوط به آن دگرگون شد و فرهنگ جدیدی شکل گرفت که خواهان تغییر در نحوه مدیریت بدن و از جمله پوشش و آرایش سنتی زن‌های ایرانی بود. تلاش برای تغییر در روابط جنسی و مدیریت بدن در واقع بخشی از برنامه اصلاحات اجتماعی و سیاسی و اقتصادی بود که در عصر پهلوی پدیدار شد (Afary, 2009: 118; Najmabadi, 2005: 147-148).

سیاست‌های فرهنگی دوره رضاشاه، به‌ویژه در سال‌های منتهی به پایان حکومت او، روند تغییر در مد و خودآرایی را شتاب بیشتری داد. در سال ۱۳۱۷ ش/ ۱۹۳۸ م سازمان پرورش افکار تأسیس شد و مجموعه‌ای از کمیسیون‌های سخنرانی، رادیو، تدوین کتاب‌های درسی، کتاب‌های کلاسیک، فعالیت‌های

نمایشی، موسیقی و مطبوعات بودند که وظیفه هدایت و سازماندهی فعالیت‌های فرهنگی را در تهران و سایر شهرها برعهده داشتند. نظارت با توجه به تعریف فعالیت‌های مد و خودآرایی، کمیسیون ویژه‌ای برای این منظور نبود؛ اما جهت دهی کلی این کمیسیون‌ها براساس نظریه‌ها و خواست دولت پهلوی اول و مؤلفه‌های تجدد بود (فرهنگ‌ستیزی در دوره رضاشاه، ۱۳۷۵: ۳۷).

در شرح وظایف هریک از این کمیسیون‌ها برنامه‌هایی از جمله مبارزه با خرافات و عقاید سخیف، بهداشت و اخلاق، مقام زن در جامعه، بهداشت شخصی، آداب معاشرت، اهمیت تشکیل خانواده، زناشویی، تفریحات اجتماعی، همکاری مرد و زن در زندگی، تفریحات خانوادگی، حقوق زنان در اسلام و لزوم حضور همسران کارمندان در مراسم‌ها در شهرهای مختلف ایران اجرا شد (فرهنگ‌ستیزی در دوره رضاشاه، ۱۳۷۵: ۱۹ تا ۲۶ و ۳۵ و ۴۰).

در یکی از این اسناد، سال ۱۳۱۹ ش/ ۱۹۴۰ م پیشنهاد شده است لباس دختران سرودخوان به رنگ پرچم ایران باشد (فرهنگ‌ستیزی در دوره رضاشاه، ۱۳۷۵: ۱۱۱) یا اینکه در مجالس سخنرانی، برنامه‌ها با موسیقی و نمایش همراه باشد؛ به نحوی که به کشف حجاب و نهضت بانوان کمک مؤثری شود (فرهنگ‌ستیزی در دوره رضاشاه، ۱۳۷۵: ۱۲۹).

رسانه‌های جمعی، به‌ویژه مطبوعات و سینما، از منابع مهم تغییر هویت در عرصه زندگی زن‌ها در دوره موضوع بحث بود؛ چون افراد هنگام استفاده از وسایل ارتباط جمعی وارد اشکالی از تعامل می‌شوند که از جنبه‌های خاص، با نوع تعامل رودررو تفاوت دارد (تامپسون، ۱۳۸۰: ۹). این رسانه‌ها با به تصویر کشیدن زنان در لباس و آرایش غربی و صحنه‌هایی از روابط عاشقانه و جنسی، بر روحیات و روابط جنسی ایرانی‌ها تأثیر می‌گذاشت (هاکس، ۱۳۶۸: ۲۱۲ و ۲۱۳).

جامعه تلقی می‌شد. در واقع، مد و خودآرایی نیز امتداد سکولاریسمی بود که از انقلاب مشروطه آغاز شده بود (مارتین، ۱۳۹۸: ۳۲۵ و ۳۳۶).

یاسمین رستم کلایی در مقاله «برنامه گسترده برای زنان ایران نو»، براساس مقاله‌های نشریه *عالم نسوان*، مبحثی را درباره شیوه پوشیدن برای ورود به مکان‌های عمومی مطرح کرده است (ر.ک. کرونین، ۱۳۸۲: ۲۵۹ تا ۲۶۴). به نوشته او «با شروع اختلاط مردان و زنان طبقه متوسط بالا در برخی محافل دولتی یا مکان‌های کمتر رسمی، مدهای اروپایی، آرایش و لوازم آرایش چهره و شیوه آرایش موها به سبک اروپاییان رفته‌رفته در آگهی‌های تبلیغاتی و مقالات *عالم نسوان* و انتشارات دولتی دهه‌های ۱۳۰۰ و ۱۳۰۱ ظاهر شد» (کرونین، ۱۳۸۲: ۲۵۹).

اجتماع ایران ساختاری سنتی داشت؛ پس سیاست فرهنگی دولت و افراط‌گرایی در مقوله تجدد مقلدانه، آن هم بدون آموزش‌های کافی و مناسب به زن‌ها، بروز مشکلات اخلاقی و اجتماعی را در جامعه آن دوران باعث شد. این دسته از زن‌ها در تقلید از خودآرایی به سرعت خود را هم‌رنگ اروپایی‌ها کردند و حتی بیشتر از اروپایی‌ها «آراسته‌تر و بی‌خجالت‌تر در انظار ظاهر شده، بی‌پرده‌تر گردیدند» (شهری، ۱۳۶۸: ۵۳۱/۲).

در حکومت پهلوی دوم به علت مخالفت‌های جدی مردم و علما، قانون ممنوعیت پوشش اسلامی در سال ۱۳۲۳ ش/۱۹۴۴م لغو شد؛ با این حال «محمدرضاشاه اقدام برای کشف حجاب را تأیید می‌کرد و پوشاک سنتی زنان را مانع اصلی زندگی اجتماعی آنها می‌دانست» (مجله سازمان زنان ایران، ۱۳۴۵: ۱۸؛ به نقل از یاسینی، ۱۳۹۹: ۱۰۰). محمدرضا پهلوی خود اعتراف کرده بود اصلاحات رضاشاه در وضع اجتماعی زن‌های ایران، به ویژه مسئله کشف حجاب و پوشش زن‌ها، با اعمال قدرت

«در دوره پهلوی، برای هر دو جنس طبقه متوسط شهری، تمیزی و خوش‌اندami همسر آینده به معیارهای مهمی برای ازدواج تبدیل شده بود و آنان می‌خواستند همسرشان علاوه بر سلامت، زیبا و مطابق مد روز باشند» (Amin, 2004: 87).

با این حال، به طور قطع با پیشرفت مسائل فرهنگی در دوره پهلوی، مولفه‌های فرهنگی و اجتماعی نیز بر تعیین پایگاه زنان افزود. در دوره پهلوی اول و دوم، تضعیف یا بی‌اعتبار شدن گزاره‌های دینی در برخورد با بدن، راه را برای سکولاریزه کردن زبان بدن فراهم کرد. گذراندن این مسیر از تلاقی و تفاوت موضوع سلامت و بهداشت زنان و ترویج مد و خودآرایی بود. «مفهوم زن، زنانگی، نقش و جایگاه زن در جامعه و تعریف مناسبات جنسیتی در دوران پهلوی، برساخته‌ای گفتمانی به شمار می‌رود که نمود رقابت‌ها و تعارضات میان نیروهای اجتماعی مختلف در جامعه است که هریک نمایندگان و حافظان سنت یا حامیان تغییر و ورود به دنیای جدید محسوب می‌شوند» (ذکایی، ۱۳۹۸: ۸۸).

در عصر پهلوی دوم نیز تحولاتی در وضعیت زنان به وجود آمد؛ اما بنیادین و فراگیر نبود و به طبقه‌ای ویژه از جامعه شهری زنان مربوط بود. این تحولات تغییر لباس، ورود به مجامع و مجالس، آزادی در رفت‌وآمد و معاشرت و مسافرت، ورود به دانشکده‌ها و مدارس عالی و اشتغال به کار در بعضی اداره‌ها و مؤسسه‌های عصر پهلوی دوم را شامل می‌شد و برای قشر خاصی از زن‌ها بود. به هر حال به علت مسافرت‌ها، مجله‌ها، رادیو و سینما پیروی از مد و ظاهر و خودآرایی گسترش یافت. باید پذیرفت از آن رو که در شکل سنتی حضور زنان در جامعه به دور از زبان بدن و از راه‌های دیگر بود، مد و خودآرایی جدید، نوعی حضور زن‌ها با زبان بدن در

دنبال شد؛ اما پس از آن، راه معقول آن بود که اقدامات اصلاحی به شیوه دموکراسی پیگیری شود تا نتایج بهتری عاید کشور شود. او می گوید اما «من و دولت من... ترجیح دادیم که این مسئله را به سیر طبیعی خویش واگذاریم و برای اجرای آن به اعمال زور متوسل نشویم» (پهلوی، ۱۳۴۹: ۴۶۷).

با نگاهی به قوانین و مقررات تصویب شده در حکومت پهلوی دوم، متوجه می شویم سیاست فرهنگی این نظام در نظر داشت بخش های مهمی از فرهنگ مذهبی و سنتی ایرانی را به حاشیه براند؛ همچنین به دستاوردهای فرهنگی و هنری غرب، همانند دستاوردهای صنعتی و اقتصادی آن، ارزش بیشتری دهد (سیاوشی، ۱۳۸۰: ۲۵۷؛ اکبری، ۱۳۸۴: ۲۵۴).

ارتباط بیشتر با دنیای غرب و به ویژه آمریکا، دروازه های فرهنگی غرب را با تکیه بر مطبوعات و رسانه ها به روی ایران گشود و انواع پوشاک و مد روز غربی در ایران عرضه شد و زن هایی که تمایلات دینی کمتری داشتند، از این محصولات استفاده می کردند و پوشاک ایرانی زن ها به تدریج جایگاه خود را از دست داد. گفته شده است در رویکرد سیاسی، بدن ابزار کنترل اجتماعی است که دولت ها و حکومت ها با کنترل و مدیریت آن، بر افراد جامعه مسلط می شوند (میلز، ۱۳۹۲: ۱۳۲ و ۱۳۳).

در این صورت، مجموعه سیاست های فرهنگی عصر پهلوی درباره زبان بدن و نوع مد و خودآرایی از موضوع جنجالی کشف حجاب آغاز شد. در واقع موضوع کشف حجاب با امریت نهاد دولت، سرآغاز جدی برای کنترل اجتماعی زن ها و تسریع در روند مد و خودآرایی و تعریف زبان بدن جدید زن ایرانی است. در این روند، دربار محمدرضا شاه و به ویژه اشرف پهلوی، خواهر شاه، و بعدها فرح پهلوی، همسر شاه، نقش بسزایی داشتند. اشرف پهلوی که رئیس سازمان

زنان ایران بود، اقداماتی معطوف به تغییر فرهنگ زن ها، از جمله نوع پوشاک آنها را پیگیری کرد که از نظر محافظه کاران سنت گرا، در آن دوره بسیار لیبرال و لائیک تلقی شد (ساناساریان، ۱۳۸۴: ۱۳۷).

سازمان زنان ایران با هدف افزایش دانش سیاسی و اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی زن ها، فعالیت های گسترده ای را در زمینه برابری زن ها، آموزش و پرورش آنها، ورود زن ها به فعالیت های اجتماعی و فرهنگی، تأسیس مراکز رفاه خانواده و غیره انجام داد (ر.ک. ساناساریان، ۱۳۸۴: ۱۲۹ تا ۱۳۲). طبیعی است زمینه ترویج مدگرایی و فاصله گرفتن زن ها از پوشش سنتی را نیز فراهم کرد. این تغییر فرهنگی زن ها در نوع پوشاک، با «توسعه صنعت جهانی مد در غرب و تأثیرگذاری آن بر کشورهای سراسر جهان به مثابه اجزای دهکده جهانی» شدت گرفت (یاسینی، ۱۳۹۹: ۱۰۷).

در عکس های خانوادگی، زن ها به تدریج با پوشش های جدیدتری ظاهر شدند که در بیشتر مواقع حجاب کمتری داشتند. در عرصه مطبوعات، مظاهر خودآرایی همچون تصاویر کشف حجاب شده زن ها با مدها و نوع لباس و آرایشی متفاوت از خودآرایی سنتی زن های ایرانی و البسه جدید، با نام های فرنگی چاپ شد (منظورالاجداد، ۱۳۸۰: ۱۲ و ۱۳)؛ به طوری که زن های طبقه های عالی و متجدد و غرب گرا براساس آخرین مدهای غربی، پارسی، لباس می پوشیدند (الولساتن، بی تا: ۳۷۱).

در دوره پهلوی دوم، مطبوعات ایران الگوهای را ارائه کردند که به طور عمده برآمده از فرهنگ غربی و براساس الگوهای غربی و به ویژه آمریکایی بود. پس از اواسط دهه سی شمسی نشریه ها در جلب توجه زن ها به بدن و آرایش و پوشش نقش مهمی داشتند. خواننده ها و هنرپیشه های غربی به سرمشق جوانان ایرانی بدل شدند و ارزش های غربی، در تضاد

با ارزش‌ها و هنجارهای سنتی و مذهبی ایران، گاه در حکم ارزش‌های پسندیده‌شده مطرح می‌شدند (صمیمی، ۱۳۸۶: ۱۸۸).

مجله اطلاعات بانوان

اطلاعات بانوان از نشریه‌های وابسته به مؤسسه اطلاعات بود که نخستین بار در ۱۲ فروردین ۱۳۳۶ش/۱۹۵۷م با صاحب‌امتیازی و مدیر مسئولی قدسی امیرارجمندی (مسعودی) و سردبیری ایرج مستعان در تهران منتشر شد. این نشریه در سال‌های ۱۳۳۸ و ۱۳۳۹ش/۱۹۵۹ و ۱۹۶۰م موفق شد میان مجله‌های ایرانی، تیراژ بی‌سابقه‌ای کسب کند. *اطلاعات بانوان* به معرفی زن‌های بااستعداد در زمینه‌های مختلف مبادرت کرد و هرکدام از صفحه‌های نشریه به یکی از موضوعات زن‌ها اختصاص داشت. در صفحه نخست، مقاله انتقادی درباره یکی از مسائل اجتماعی روز نوشته می‌شد. صفحه‌های دیگر شامل گزارش، یک صفحه شعر، داستان به قلم نویسنده‌های جوان و زن، داستان‌های ترجمه‌شده با نام مستعار «فادی» که در اصل مترجم آن فضل‌الله جلوه بود، صفحه آشپزی، خیاطی، خانه‌داری، ورزش بانوان، معرفی آخرین مدهای لباس و آرایش، معرفی کانون‌ها و انجمن‌های ویژه بانوان و مطالب دیگر بود.

در سال‌های ۱۳۳۶ تا ۱۳۴۰ش/۱۹۵۷ تا ۱۹۶۱م بخش درخور توجهی از مطالب این نشریه به معرفی شیوه‌های زندگی، نوع روابط زن و مرد، طرز لباس پوشیدن، مدهای لباس و تن‌پوش، خودآرایی غربی، آشپزی و تبلیغات و آگهی‌های تجاری اختصاص داشت. درواقع، الگوهای مطلوب و ایدئالی بودند که زن ایرانی را به تقلید و الگوبرداری از آن تشویق می‌کردند. *اطلاعات بانوان* آخرین مدهای

لباس و آرایش را از پاریس و ایتالیا با عکس‌های نیمه‌برهنه زن‌ها منتشر می‌کرد؛ همچنین گزارش‌های مختلفی از هنرپیشه‌های غربی با شرح خاطرات و زندگی آنها در نشریه چاپ می‌شد که معرف نوع لباس و آرایش آنها بود. در سرمقاله شماره نخست این نشریه با نام «پاسخ به یک نیاز»، از ضرورت توجه به نیمی از حقوق جامعه ایران (زن‌ها) در قالب دختران و همسران و مادران یاد شده است که «آینده ملت ایران را روشن و درخشان» خواهد کرد (اطلاعات بانوان، ش ۱، ۱۳۳۶: ۱).

نشریه اطلاعات بانوان باوجود آنچه در سرمقاله خود گفته بود، به احقاق حقوق زن‌ها کمتر توجه کرد و حتی مسائل سیاسی را از زندگی آنها جدا کرد. مجله بیشتر درصدد ترغیب بانوان کشور به الگوبرداری از مدهای غربی بود و در راستای تغییر سبک زندگی زن‌ها از نوع سنتی به مدرن، قدم برمی‌داشت. نشریه مزبور در ارائه الگوهای فعالیت می‌کرد که دولت می‌پسندید. این نشریه در نخستین شماره، پیامی از ثریا پهلوی منتشر کرد. ثریا در این پیام اظهار امیدواری کرده بود «زن ایرانی با افزایش دانش و بینش خود، سطح فکر خود را ارتقاء دهد و راه و رسم صحیح زندگی را همچون زنان کشورهای پیشرفته فرا گیرد» (اطلاعات بانوان، ش ۱، ۱۳۳۶: ۱).

دیدگاه‌های اطلاعات بانوان به مدگرایی زن‌ها

یکی از بخش‌های مهم اطلاعات بانوان مقاله‌ها و گزارش‌هایی بود که درباره زن‌ها منتشر می‌شد. در این مقاله‌ها مقوله مدگرایی زنانه، شیوه درست مدگرایی، پیامدهای منفی آن، دیدگاه مردها به مدگرایی زن‌ها و بازتاب زندگی زن‌های دیگر کشورها برای آگاهی زن‌های ایرانی و مسائلی از این قبیل مطرح می‌شد. در تبیین چگونگی بازتاب

مدگرایی زن‌ها در اطلاعات بانوان، چندین مقوله مهم را باید مطرح کرد که این نشریه آن را بررسی می‌کرد:

۱. نقد آسیب‌های مدگرایی زنانه

زبان بدن در قالب مد و خودآرایی جدید، از تاریخ مد در اعصار حاکمیت نظام‌های سنتی متمایز است. در نظام‌های سنتی، خوانش بدن وجودی بی‌ارزش و فاقد اعتبار و رو به فانی است (لیکاف، ۱۳۹۴: ۲۰)؛ اما در مقابل، در عصر مدرن علاوه بر اعتباریافتن استعداد و توانایی و آزادی فردی، کالبد فیزیکی نیز بدون کمترین پیش‌فرض و محدودیت‌هایی که در اخلاق سنتی است، فردیت و تشخیص دارد. در ادامه، پوشش و آراستن یا همان مد وابسته‌ترین موضوع به بدن عریان است که بلافاصله آن را دربرمی‌گیرد. از این رو هر تعریف و جایگاهی برای بدن ممکن است مراتب بعدی در مد و خودآرایی را نیز تغییر و توسعه دهد یا محدود کند. تفاوت نگاه سنتی و اخلاق مذهبی با نگاه دنیای مدرن به مقوله بدن و مد و خودآرایی از اینجا ناشی می‌شود. بدن همچنین بیان‌کننده وضعیت جامعه است (ایناتلو، ۱۳۹۵: ۴۰) و تفاوت در زبان بدن در حیطه مد و خودآرایی نیز بیان‌کننده تفاوت‌های اجتماعی است.

با این توضیح، تصمیم‌های غالب در حوزه زنان در نهایت به نوع پوشش و خودآرایی آنها معطوف خواهد شد. در عصر پهلوی اول نقش تجددگرایانه زن‌ها به ناسیونالیسم و خانواده‌محوری معطوف شد که سمت‌وسوی آن منافع و اهداف حکومت ملی و یکدست کردن جامعه بود تا دغدغه و تأکید بیشتر بر هویت واقعی جنسی زن‌ها (حسینی، ۱۳۹۸: ۴۷). از سوی دیگر در این دوره، گرایش مفرط برخی از زن‌ها به مد و خودآرایی در مصاف با مفاهیمی همچون شرافت و عفت در نشریه‌های پیش از

اطلاعات بانوان نیز انعکاس یافته بود (عالم‌نسون، ۷ ش، ۱۰، مهر ۱۳۰۶: ۳۶۶؛ راهنمای زندگی، ۸، اسفند ۱۳۱۹: ۵).

نشریه *ایران‌فیلم* رفتار تقلیدی دختران ایرانی را در صرف تجملات و آرایش‌های نامناسب از دیگران نقد کرد و به دختران توصیه کرد به درد نمی‌خورد و به چه علت باید از عادت‌ها و آرایش‌های نامناسب و زنده و مدهای رنگارنگ اروپایی تأثیر گرفت که پایه اخلاق را متزلزل می‌کند (*ایران‌فیلم*، ش ۳، مهر ۱۳۲۳: ۱۲). از این رو با وجود تبلیغات تجددگرایی در حوزه زن‌ها، از همان ابتدای کشف حجاب نیز برخی نشریه‌ها به سادگی و رعایت اصول اخلاقی و برحذر داشتن زن‌ها از مپدرستی و تجمل‌گرایی توجه می‌کردند (خشونت و فرهنگ، اسناد مربوط به کشف حجاب، ۱۳۷۱: ۲). با این حال برای جامعه ایرانی، هضم این دوگانگی مد غربی و سفارش‌های اخلاقی ممکن نبود.

نشریه *اطلاعات بانوان* نیز با سیاست‌ها و اقدام‌های فرهنگی دولت پهلوی و شتاب آن در گرفتن الگوی غربی در زمینه‌های سینما، موسیقی و اجرای کنسرت‌های خارجی، هنر شامل انواع هنرهای نمایشی و تجسمی، تبلیغات فرهنگی، الگوهای فرهنگی و پوشش و مدهای آرایش همراه بود. نشریه تلاش می‌کرد سبک زندگی و مد غربی را جایگزین روش‌های سنتی و مذهبی موجود کند. بخش درخور توجهی از زن‌های ایرانی همچنان از چادر و روسری و پوشش‌های سنتی استفاده می‌کردند و اقدام رضاشاه در کشف حجاب اجباری، اشتباه فرهنگی بزرگ و عامل نارضایتی از او بود؛ اما *اطلاعات بانوان* ۱۷ دی ۱۳۱۴ ش را روز تاریخی بزرگ و با عظمتی در زندگی زن ایرانی معرفی می‌کرد که به آزادی آنها انجامید (اطلاعات بانوان، ش ۴۱، دی ۱۳۳۶: ۲).

اطلاعات بانوان خوش پوشی و آراسته‌بودن براساس مد روز و آرایش کردن را از مؤلفه‌های تجدید معرفی می‌کرد. این نشریه با اختصاص دادن صفحه‌هایی به آخرین ژورنال‌های مد لباس و آگهی لوازم آرایشی خارجی و تشویق زن‌ها به استفاده از این الگوها، با هویت جنسی و زبان بدن عموم زن‌های ایرانی فاصله داشت؛ اما از سوی دیگر به علت اشاعه افراط‌گونه مد و خودآرایی غربی در میان برخی زن‌های ایرانی، به مقاله‌هایی درباره وقار و متانت و حیا توجه کرد که در سنت‌ها و ارزش‌های اعتقادی جامعه ایرانی ریشه داشت. نشریه توصیه می‌کرد رعایت سادگی و وقار، حس احترام دیگران را به زن‌ها جلب خواهد کرد و آنها را در نظر همه، زنی عقیف و باشخصیت جلوه خواه داد (اطلاعات بانوان، ش ۱، فروردین ۱۳۳۶: ۳۵).

توجه نشریه به مد ایرانی و پوشش‌های سنتی نبود و نیز پوشیدن چادر و روسری را ترویج نمی‌کرد؛ اما در کنار پوشش و آرایش غربی، رعایت عفاف و حیا و سادگی و نیز اعتدال را توصیه می‌کرد. نشریه سفارش می‌کرد زن‌های ایران چه چادری یا بدون آن، آراستگی و شیک‌پوشی را با جلفی و سبکی و بی‌بندوباری یکسان نپندارند (اطلاعات بانوان، ش ۷، مرداد ۱۳۳۷: ۲).

در مقاله‌ای دیگر با نام «بزرگ‌ترین سرمایه زن پاکدامنی است»، به دو دیدگاه در این باره اشاره کرده است: دسته‌ای به اصطلاح متجدد، حرف از نجابت و پاکدامنی را باورهای قرون وسطایی می‌دانند و به روابط بدون محدودیت و آزاد زن و مرد معتقدند و می‌گویند زن‌ها اجازه دارند هر طور دوست دارند در انظار ظاهر شوند؛ دسته دیگر نیز نجابت و پاکدامنی را در ظاهر جست‌وجو می‌کنند و به اعتقاد آنها، دختری پاکدامن است که سرتاپای او زیر چادر پنهان

باشد و از انواع تفریحات و اجتماع گریزان باشد. از نگاه نشریه، عفاف و پاکدامنی چه در پوشش با چادر یا بی‌چادر به طور حتم باید رعایت شود و بی‌توجهی به این اصل، بازگشت به عصر توحش و بربریت است (اطلاعات بانوان، ش ۸۱، آبان ۱۳۳۷: ۹/۸).

نشریه از زن‌ها برای مبارزه با برخی رفتارهای نابهنجار دعوت می‌کند. رفتارهایی که آنها را «جلفی، سبکسری، بی‌بندوباری، هوس بازی و تجمل پرستی» می‌نامد و معتقد است این نوع رفتارها دست مخالفان «نهضت زن ایرانی» بهانه خوبی می‌دهد. نهضت زن ایرانی حرکتی بود که زن‌ها برای احقاق حقوق خویش و مطالبات فرهنگی و اجتماعی در جامعه به راه انداختند (اطلاعات بانوان، ش ۷، مرداد ۱۳۳۷: ۲).

در مقاله‌ای دیگر، به بانوان ایرانی گوشزد می‌شود در واقع زنی زیباست که افزون‌بر توجه به زیبایی ظاهری، ارزش‌های اخلاقی و شخصیت واقعی خود را پرورش دهد. قلب خود را از ضعف‌های اخلاقی و حسادت‌ها و کینه‌ها تهی کند و روح خود را با دانش و بینش غنی کند (اطلاعات بانوان، ش ۱۶۶، تیر ۱۳۳۹: ۳/۲).

مدگرایی غربی به صورت الزامی با بی‌حیایی مترادف نیست؛ اما برای جامعه سنتی ایرانی عصر پهلوی، این راه برون‌رفت با سبک و شیوه غالب زن‌های ایران هم‌خوانی نداشت و تلفیق مدگرایی غربی با عفاف و حجاب رایج در جامعه سازگار نبود. در واقع، این نوعی رفتار پارادوکسیکال یا تناقض نما بود که در بطن سیاست فرهنگی دولت و نشریه‌هایی که مروج آن بودند، وجود داشت. از یک سو، از لزوم آزادی زن‌ها و ترویج سبک زندگی غربی و هم‌سانی زن‌های ایرانی با زن‌های اروپایی از نظر پوشش و آرایش می‌نوشتند؛ از سوی دیگر، با اشاره به برخی آموزه‌های اخلاقی که بیشتر از مؤلفه‌های جامعه سنتی وام گرفته شده بود، درصدد بودند زن‌ها را در چنبره

نجابت و حیا حفظ کنند. نشریه ترویج الگوی غربی را با توصیه‌های اخلاقی تلفیق کرد؛ اما این دوگانگی راهگشای اصلاح و پیشرفت در امور زن‌ها نبود.

۲. بازتاب نارضیاتی مردها از مدگرایی افراطی زن‌ها

اطلاعات بانوان یکی از صفحه‌های خود را به دیدگاه‌های مردها به مد و خودآرایی زن‌ها اختصاص داده و از آنها خواسته بود در هر شماره، نظر خود را درباره زن ایرانی به مجله ارسال کنند. از یادداشت‌های این صفحه برمی‌آید رویکرد بیشتر مردان به زن ایرانی بسیار انتقادی و اعتراضی بوده است؛ به ویژه از آن نظر که محور اصلی هویت زن‌ها تنها چهره ظاهری و بدن نمای آنها شده بود. از نگاه مردها، تعارضی که در وجود زن‌های ایرانی وجود داشت این بود که ظاهر و سبک زندگی مصرفی و تجملاتی آنها به شکل اغراق آمیزی به زن اروپایی شبیه شده بود. زن جدید ایرانی تمامی حق و حقوق زن اروپایی را در زندگی شخصی خود خواهان بود؛ اما به پذیرش مسئولیت‌های جدید خود در خانواده و جامعه جدید حاضر نبود. نشریه از قلم مردی در این باره چنین نوشت: زن‌های ایران مرد را به چشم «جورکش» نگاه می‌کنند و هدف آنها از ازدواج تنها تأمین هزینه‌های ریخت‌وپاش و خرید لباس و تجملات از جیب مرد است. انتظار دارند مرد شبانه روز کار کند تا آنها بتوانند بپوشند و خوش بگذرانند. مردی دیگری در همین زمینه نوشت: دغدغه زن ایرانی در رسیدگی به پوست لطیف و زیبایی‌اش خلاصه می‌شود و به پرورش فکری و علمی خود اهمیتی نمی‌دهد. بیشتر زن‌ها به مطالعه و رشد فکری هیچ توجهی نمی‌کنند.

در این باره، زنی که خود را از فعالان حقوق زن معرفی کرده، اشاره کرده است: در کنار عمده زن‌ها که تنها به ظاهر خود اهمیت می‌دهند، زن‌هایی هم ادعا

می‌کنند تحصیل کرده‌اند و برای احقاق حقوق زن‌ها تلاش می‌کنند؛ اما در واقع، جز سروصدا و حرف زدن و بیانیه‌های پوچ و بی‌ثمر و رفتن به سازمان‌های پوشالی که تنها اسم و رسم دارند و از محتوا خالی‌اند، انجام نمی‌دهند. مرد دیگری در انتقاد از مدگرایی زن‌های ایرانی نوشت: زن‌های ایرانی مدام در حال دیدن ژورنال‌های مد لباس و آرایش اروپایی و آمریکایی‌اند؛ یعنی حتی برای طراحی مد هم ذره‌ای خلاقیت ندارند و قادر نیستند مدهای بومی خود را طراحی کنند، «زن ایرانی که لباس می‌پوشد از روی آن ممکن است او را زنی متعلق تمام کشورها دانست جز ایران» (اطلاعات بانوان، ش ۱، ۱۳۳۶: ۹).

در برخی از شماره‌های اطلاعات بانوان، به شکواییه مردها از مدپرستی و آرایش‌های افراطی و بی‌بندوباری همسرانشان توجه شده است. این مردها از این گلایه می‌کنند که همسران آنها مشروب خوردن، رقصیدن با مردها، سیگار کشیدن و پوشیدن لباس‌های نامتعارف و بسیار زننده را از ویژگی‌های زن متجدد می‌دانند. آنها از نشریه می‌خواهند با ارائه راهکاری برای چنین زن‌هایی، آنها را از اسیرشدن در انحرافات اخلاقی نجات دهند (اطلاعات بانوان، ش ۳۱/۸۲، ۱۳۳۷/۱۳۳۹: ۱۷/۲۲).

نشریه در تلاش برای مهار این تجددگرایی افسارگسیخته، از زن‌ها درخواست می‌کند با توجه به مسئله عفت و وقار، حتی بر مبنای دین اسلام و تقوی، از فرنگی‌مآبی و متجددبودن دروغین دست بردارند (اطلاعات زنان، ش ۳۱، تیر ۱۳۳۹: ۲۲). نشریه در مصاحبه با تعدادی از مردها، به زن‌های ایرانی تذکر داده است حتی مردها هم نمی‌پذیرند از مدهایی پیروی کنید که نشان‌دهنده بی‌بندوباری و سبکسری است. در ادامه نیز بیان می‌کند مردها از مد سررشته‌ای ندارند؛ اما در مجموع، دوست دارند زنانشان در عین خوش‌پوشی و سلیقه، سنگین و متین باشند و عفت و

زیبایی‌های طبیعی خود را جلوه دهند (اطلاعات بانوان، ش ۱۲، خرداد ۱۳۳۶: ۲).

در گزارشی دیگر، به میزان نفرت مردها از زن‌هایی اشاره شده است که برای جلب توجه، به مدهای زننده و وقیح رو می‌آورند: «وقاحت این بیکینی‌پوش‌ها در کنار دریا بیش از جلب توجه، جلب تنفر می‌کند» (اطلاعات بانوان، ش ۱۶۹، تیر ۱۳۳۹: ۳). برخی از مردها اظهار تأسف می‌کردند از اینکه عده‌ای از زن‌ها فریب ظاهر فریبنده تمدن اروپایی را خورده و پیروی کورکورانه از مد را بین طبقات مختلف اجتماع رواج داده‌اند. این مدگرایی را به مرضی مسری تشبیه می‌کردند که به حیثیت عده‌ای از زن‌های ایرانی ضربه بزرگی زده است. از دیدگاه این مردها، پیروی از مدهای عجیب و غریب بر زیبایی آنها نمی‌افزاید و حتی آنها را زشت‌تر و زننده‌تر می‌کند (اطلاعات بانوان، ش ۱۲۳، شهریور ۱۳۳۸: ۵).

دامنه مباحث مد از نگاه مردها به دیدگاه‌های زن‌ها نیز تسری پیدا کرد. طیفی از خواننده‌ها بر این باور بودند مردهای جامعه باید آموزش ببینند و بپذیرند آزادی در پوشش، حق هر زنی است و آنها نباید با دیدن زن نیمه‌برهنه‌ای به او زل بزنند و آزارش دهند. تعداد بیشتری اما بر این باور بودند مدگرایی هم حد و اندازه دارد و حتی فواحش غربی هم در خیابان این طور لباس نمی‌پوشند. «هر لباس و آرایشی برای زمان و مکان خاصی مناسب است. همان طور که اگر کسی با چادر سیاه به مراسم رقص برود، ناخوشایند و عجیب است. اگر با شورت و دکلمه در میدان شهناز و لاله‌زار راه برود، خلاف قاعده و زشت است» (اطلاعات بانوان، ش ۷۰، ۱۳۳۷: ۲). زنی دیگر از خوانندگان نوشت: «به گفته زنان آلمانی و فرانسوی و آمریکایی ساکن در ایران، حتی بازیگران خارجی نیز مانند بعضی از زنان ایرانی تا این حد لباس جلف و زننده نمی‌پوشند». نویسنده در

ادامه از زن‌های ایرانی خواست از هر راه ممکن علیه بی‌بندوباری و بی‌عفتی که به اسم مد و زیبایی انجام می‌شود و زن را در جاذبه جنسی اش خلاصه می‌کند، مبارزه کنند (اطلاعات بانوان، ش ۷۰، ۱۳۳۷: ۲).

۳. بازداشتن زن‌ها از تقلید افراطی مدهای غربی

به علت استقبال زن‌های ایرانی از جدیدترین لباس‌های مد روز در اروپا، به ویژه فرانسه، برندهای مختلف لباس، جدیدترین تولید و مدهای خود را در قالب شو لباس به نمایش گذاشتند. این شو با حضور تعداد بسیاری از مانکن‌های خارجی در ایران اجرا شد و برگزارکنندگان فروش خوبی نیز داشتند. استقبال زن‌ها از این شوها از تبلیغات جراید و سینما تأثیر می‌گرفت. نشریه اطلاعات بانوان نیز پیوسته آخرین مدل‌های ماه و سال لباس و آرایش زنانه را معرفی می‌کرد؛ اما از سوی دیگر، در مهار و تعدیل مدگرایی افراطی می‌کوشید و اشاره می‌کرد: «اگر دخترهای آمریکایی و فرانسوی بی‌بندوبار هستند به ما چه مربوط است؟ چرا از فعالیت‌ها، آداب و نزاکت، فداکاری و گذشت آنها پیروی نمی‌کنیم» (اطلاعات بانوان، ش ۸۲، آبان ۱۳۳۷: ۴۱).

درواقع، افراط برخی از زن‌های ایرانی در پیروی از مد و خودآرایی به سبک غربی، به ویژه تقلید از هنرپیشه‌ها و خواننده‌های هالیوودی، اطلاعات بانوان را بر آن داشت یکی از اهداف خود را بر مبنای آگاه‌کردن زن‌های ایرانی در این زمینه قرار دهد. در یکی از مقاله‌های این نشریه اشاره شده بود اگر کسی در این ضیافت‌های شبانه «از ما بهتران» حضور پیدا کند یا در یکی از خیابان‌های تهران و استامبول و لاله‌زار و شاهرضا گردشی کند، نمونه‌هایی از این مدپرستان را به چشم خواهد دید که «با گیسوان رنگ‌کرده نقره‌ای و طلائی با سایه بنفش و صورتی، دماغ‌های عمل‌کرده با نوک سربالای... و لباس‌های دکلمه با دامن‌های بالازانو در

خیابان‌ها جولان می‌دهند». در انتها نیز می‌گوید چگونه حتی از مانکن‌های پارسی جلوتر زده‌ایم؟ (اطلاعات بانوان، ش ۱۵۸، اردیبهشت ۱۳۳۹: ۳).

در سال ۱۳۳۶ ش/ ۱۹۵۷ م یکی از شرکت‌های فرانسوی با حضور مانکن‌های ایتالیایی و تعداد فراوانی از زن‌های ایرانی، شو مدل لباس‌های «کیسه‌ای» خود را به نمایش گذاشت. این مدل لباس پس از جنگ جهانی دوم در اروپا و آمریکا مد شده بود. به نوشته اطلاعات بانوان، با وجود گشادی و راحت بودن و حتی زشت بودن مد کیسه‌ای، تعدادی از زن‌ها فقط به این علت که لباس مد روز در غرب است، از این شو استقبال کردند و این لباس را خریدند (اطلاعات بانوان، ش ۵۲، ۱۳۳۷: ۳ و ۴). با این حال با وجود چنین انتقادهایی به مد کیسه‌ای، در تهران بعضی از خانم‌ها با ترکیب چند مد دیگر با لباس خمره‌ای، لباس جدیدی ابداع کردند. یکی این خانم‌ها به واسطه مغایرت بسیار با شئون اجتماعی مردم، در خیابان لاله‌زار جنجال آفرید و اقدام او به اعتراض گروهی مردم و به ویژه زن‌ها منجر شد. در نشریه از حوادث مشابهی در مناطق مختلف تهران نیز یاد شده است (اطلاعات بانوان، ش ۷۰، ۱۳۳۷: ۲).

نشریه با تقسیم بندی تقلید به مثبت و سازنده (خوب) و کورکورانه و نابجا (بد)، از آن گروه از زن‌های ایرانی به شدت انتقاد می‌کند که مدپرستی و تقلید کورکورانه از مدها و آرایش‌های غربی را نشانه تجدد و فرنگی مآبی می‌دانند (ر.ک: اطلاعات بانوان، ش ۱۹۶، بهمن ۱۳۳۹: ۷). نشریه تقلیدی را پسندیده و حتی ضروری می‌داند که باعث پیشرفت و افتخار هر ملت شود؛ همچنین زن‌ها را تشویق می‌کند که به تقلید از زن‌های اروپایی و آمریکایی، به فعالیت‌های اجتماعی و حتی سیاسی وارد شوند. دختران تحصیل کنند و علم و هنر بیاموزند. به جای رقصیدن و مشروب خوردن و مایوپوشیدن کنار دریا و مدپرستی

و تجمل‌گرایی، از زن‌های اروپایی صرفه‌جویی، تدبیر در زندگی، سادگی و شور و نشاط را تقلید کنند (اطلاعات بانوان، ش ۱۹۶، بهمن ۱۳۳۹: ۷).

در مقاله‌ای دیگر، اظهار تأسف شده است از اینکه بانوان ایرانی از نظر مدپرستی حتی از اروپایی‌ها جلو زده‌اند؛ اما بانوان هندی با وجود اینکه دوپست سال در سلطه اروپایی‌ها و انگلیسی‌ها بودند، مانند زن‌های ایرانی به عقاید و رسوم خود پشت پا نزدند و هنوز با ساری حاضر می‌شوند که چادر مخصوص و روپوش ملی آنهاست (اطلاعات بانوان، ش ۸۷، آذر ۱۳۳۷: ۱۲). نشریه، افراط‌کاری زن‌ها در پیروی کورکورانه از مد، تقلید از ستاره‌ها و فیلم‌های مبتذل سینما، جست‌وجوی راه زندگی از خلال صفحه‌های رمان‌های تهوع‌انگیز و هوس‌بازی را منجر به تنزل مقام و شخصیت زن‌ها می‌داند؛ همچنین آن را مانع ترقی و تکامل اجتماع ارزیابی می‌کند (اطلاعات بانوان، ش ۱۵۸، اردیبهشت ۱۳۳۹: ۳). نشریه سفارش می‌کند اگر زن‌ها می‌خواهند به حقوق اجتماعی دست یابند باید خود را «از آن شکل عروسک‌های رنگ و روغن زده و مقلدین مسخره سیرک‌ها درآورند و خود را از لجن‌زار مدپرستی و تقلید بیرون بیاورند» (اطلاعات بانوان، ش ۱۵۷، ۱۳۳۹: ۱۰).

نشریه واقعه ۱۷ دی و اقدام رضاشاه در قضیه کشف حجاب را می‌ستود؛ اما از زن‌ها و دخترهایی انتقاد می‌کند که مفهوم واقعی آن را متوجه نشده و این آزادی را با بی‌بندوباری اشتباه گرفته‌اند. به اعتقاد نشریه، هدف از کشف حجاب بی‌بندوباری و تقلید از ظواهر زندگی فرنگی و هنرپیشه‌های غربی سینما نبود و منظور پیشرفت زن‌ها و حضور در اجتماع بود (اطلاعات بانوان، ش ۴۱، دی ۱۳۳۶: ۲).

۴. بازتاب زندگی واقعی زن‌های غربی

یکی از اقدامات نشریه برای تعدیل تجددگرایی

هم این سادگی را تا حدود چشمگیری حفظ می‌کنند (اطلاعات بانوان، ش ۶۲، خرداد ۱۳۳۷: ۵).

نشریه گزارش‌های دیگری از نحوه پوشش و آرایش زن‌های پاریس، مهد مد و آرایش‌های جدید، در قالب نامه‌هایی از زن ایرانی جست‌وجوکننده مد ارائه کرده است. زنی که سال‌ها در پاریس اقامت کرده است. به گفته این زن، در پاریس مد روز، یعنی مدی که همه به آن توجه و از آن پیروی کنند، معنا و مفهومی ندارد و مد پوششی است که با صورت، اندام، سن و وضع اجتماعی بهتر تطبیق شود. آرایش‌های تند و زننده و در بیشتر مواقع نفرت‌انگیزی که در تهران رایج بود، در پاریس و دنیای مد و زیبایی ویژه این زن‌ها بوده است: زن‌های خودفروش و مانکن‌های خیاط‌خانه‌های بزرگ و رقاصه‌ها که به طور مسلم شغل آنها ایجاب می‌کرد این‌گونه آرایش کنند (اطلاعات بانوان، ش ۶۹، مرداد ۱۳۳۷: ۲۹/۱۴).

نشریه با چاپ گزارش‌هایی از زن‌های دیگر کشورهای غربی، درصدد است زن ایرانی را با ارزش و جایگاه زن غربی در زندگی واقعی و جامعه آشنا کند و او را از تقلید کورکورانه برحذر دارد؛ اما گاه دچار تناقض می‌شود. یک جا از زن‌های غرب تلقی منزه دارد و در جای دیگر، گزاره‌هایی مبنی بر فساد و ولنگاری زن‌های غرب ارائه می‌کند. نکته مهم آنکه این نشریه مصادیقی از زن‌های ساده و موفق غرب را در قالب تصویر و مقاله ارائه و معرفی نمی‌کند. این تناقض نشان می‌دهد محور بحث نشریه تلاش برای واقع‌بینی و تأمل درست در مسائل زن‌های غرب است؛ اما در عمل به فراخور موضع و موقعیت، برای القای نصیحت‌های اخلاقی و سیاست فرهنگی حاکمیت، جایگاه و شأن زن‌های در غرب را به نوبت عوض می‌کند.

افراطی در زن‌ها، ارائه گزارش‌های مختلف و چاپ مقاله‌های متعدد از پوشش و خودآرایی زن‌های سایر کشورهای دنیا، از جمله آمریکا و شوروری و فرانسه، بود. براساس گزارش‌هایی که در نشریه آمده است، بسیاری از خانم‌های ایرانی، آمریکا را از نزدیک ندیده بودند و زندگی زن‌های این کشور را با مشاهده فیلم‌های هالیوودی قضاوت می‌کردند و به محض اینکه اسم زن یا دختر آمریکایی می‌آمد، موجودی آزاد و بی‌بندوبار و ولخرج و مدپرست در نظرشان مجسم می‌شد که شب و روز دنبال تفریح و مدپرستی است. در ادامه آمده است زن آمریکایی، مثل مرد آمریکایی، چنان سرگرم کار و فعالیت است که وقت اضافی برای مدپرستی و تظاهر و چشم‌وهم‌چشمی ندارد. زن آمریکایی ورزش می‌کند و به همین علت آنها هیکل متناسب و اندام زیبا دارند و در ساده‌ترین لباس و آرایش، زیبا و دل‌فریب به نظر می‌رسند (اطلاعات بانوان، ش ۱۰۵، فروردین ۱۳۳۸: ۶).

در شماره دیگری از نشریه چنین آمده است: «شما کدام زن انگلیسی و آمریکایی را دیده‌اید که خود را شبیه بریتیت باردوا و سوفیا لورن، ستاره‌های سینمای هالیوود، در بیاورد و از این تقلید احمقانه خوشحال باشد؟ شما تاکنون کدام زن آمریکایی را دیده‌اید که برای خرید گوشت و سبزی پیراهن یقه‌باز بپوشد و سینه و پشت خود را بیرون بیاورد. زن‌های آمریکایی و انگلیسی اول شخصیت خود را بالا برده‌اند و بعد با مبارزه، حقوق سیاسی و اجتماعی خود را به دست آورده‌اند» (اطلاعات بانوان، ش ۱۵۷، اردیبهشت ۱۳۳۹: ۱۰).

در گزارشی دیگر، رفتار و پوشش زنان شوروری را مطرح کرده است که در این کشور، بیشتر لباس‌ها ساده و گشاد و بدون توجه به تغییرات مد دوخته می‌شود؛ اینکه زن‌های شوروری ساده و بدون آرایش سرکار حاضر می‌شوند و در مجامع و حتی ضیافت‌ها

۵. بیان زندگی واقعی مانکن ها و ستاره های سینمای غرب

برای حل تناقض پیش آمده، نشریه پیروی مطلق از نسخه های مد غربی را نمی پذیرد؛ بنابراین ذهنیت دختران را به زندگی ستاره های سینما و مانکن های مد لباس به واقعیت نزدیک می کند. نشریه خطاب دختران جوان می گوید این ستاره ها نیز یک زندگی معمولی دارند و در زمان زیبایی و جوانی طرفدارانی دارند و آنگاه که پیر می شوند و زیبایی خود را از دست می دهند نه دیگر درآمدی دارند و نه کسی از آنها سراغی می گیرد (اطلاعات بانوان، ش ۱۸۱، مهر ۱۳۳۹: ۲۷).

نشریه همچنین برای تعدیل تجددگرایی افراطی برخی از زن های ایرانی، با مانکن هایی مصاحبه می کند که به ایران سفر کرده اند تا زن ها را با دیدگاه های واقعی مانکن های اروپایی در زمینه مد و خودآرایی آشنا کند. از نظر یکی از مانکن ها، در اروپا آرایش های غلیظ و ویژه مانکن ها و ستاره های سینماست که به جهاتی ناگزیرند به طور مفصل خود را بیاریند و صرف نظر از اوقاتی که برای انجام کار ناچارند هر نوع لباسی به تن کنند، به طور معمول لباس هایی می پوشند که با وضع زندگی و درآمدشان متناسب باشد. در انتها توصیه می شود کاش همه خانم ها به این موضوع توجه می کردند و هرروز با پوشیدن لباس های عجیب و غریب، خود را به صورت مضحکی در نمی آوردند؛ همچنین پیشنهاد می شود به جای تقلید کورکورانه از هر مدی، ابتدا وضع اجتماعی و فرهنگی خود را بسنجند و سپس انتخاب کنند (اطلاعات بانوان، ش ۸۰، مهر ۱۳۳۷: ۵).

در مصاحبه ای دیگر با نام «بیچاره مانکن ها» به مشکلات و شکایت های مانکن ها، از جمله ناچیزبودن درآمد آنها، اشاره می شود. درآمدی که گاه از اجرت یک دست لباس کمتر بود و مانکن ها برای مبارزه با

این بی انصافی ابزاری نداشتند؛ هرچند برحسب ظاهر، عکس آنها روی مجلات مد چاپ می شد و لوازم آرایش را با قیمت مناسب برای خودآرایی در اختیارشان قرار می دادند (اطلاعات بانوان، ش ۱۰۱، اسفند ۱۳۳۷: ۸). نشریه برای آگاه سازی زن ایرانی، با بررسی زندگی مانکن های فرانسوی و هنرپیشه های هالیوود و افشای اسرار زندگی واقعی آنها، مخاطب را روشن می کند عکس ها و فیلم هایی که در مجله ها و سینما و تلویزیون از این چهره ها می بینند با واقعیت زندگی این نوع زن ها بسیار متفاوت است.

۶. تلاش برای بازتعریف مفهوم مد و خودآرایی

در این دوره، داشتن ظاهر و قیافه مطابق آرایش به سبک غربی و پوشاک براساس مد روز جزء مؤلفه های تجدد به شمار می رفت؛ تاحدودی در همه شماره های نشریه، بخش ویژه ای به این مقوله اختصاص یافته بود. در راستای تلاش برای برون رفت زن های ایرانی از گرایش بیش از حد به مد و آرایش غربی، نشریه به دنبال آن بود برای بحران های اجتماعی و اخلاقی ناشی از آن راهکاری ارائه کند. از این رو می کوشید در زمینه مد و خودآرایی زن ها به مقوله تجدد افراطی نگاه اصلاحی و تربیتی اعمال کند.

زن های این دوره از مفهوم مد و خودآرایی درک درستی نداشتند و گرفتار تقلید کورکورانه از پوشش و خودآرایی شده بودند؛ پس رویکرد مجله آن بود که حدودی را برای مد و خودآرایی معین کند و به گونه ای، پیروی از مدهای نامتعارف را مهار کند. در تعاریفی که نشریه درباره مد و خودآرایی چاپ کرده است، اعتدال و سادگی و شخصیت زن از اصول مهم و کلیدی به شمار می رود. مجله پیروی از مد متعارف و معقول را نشانه حسن سلیقه زن و باعث جلب احترام و تحسین اطرافیان می داند (اطلاعات بانوان،

ش ۷۰، مرداد ۱۳۳۷: ۲؛ ش ۲۰، مرداد ۱۳۳۶: ۲).

مجله استعمال لوازم آرایش خوب را قدم نخست در راه زیبایی می‌داند؛ البته به شرط اینکه به روش صحیح و به اندازه متعادل مصرف شود (اطلاعات بانوان، ش ۱۶۱، خرداد ۱۳۳۹: ۵۸). در نشریه به دوشیزه‌ها و بانوان توجه به سادگی و شخصیت زنانه پیوسته گوشزد می‌شود و به شدت از بانوانی انتقاد می‌شود که زیبایی و شخصیت خود را همچون عروسک‌های خیمه‌شب‌بازی فدای هوس طراحان مد و سازنده‌های لوازم آرایش می‌کنند. نشریه توصیه می‌کند آرایش‌های تند و غلیظ و به اصطلاح سینمایی و آرتیستی به هیچ وجه آنها را زیبا جلوه نمی‌دهد و حتی باعث تمسخر دیگران می‌شود (اطلاعات بانوان، ش ۱۱، خرداد ۱۳۳۶: ۲؛ ش ۲۰۸، اردیبهشت ۱۳۴۰: ۱۶). اشاره می‌کند لباس باید ساده و راحت باشد؛ زیرا دنیای امروز سادگی را بیشتر از تجمل و زرق و برق می‌پسندد (اطلاعات بانوان، ش ۵۸، اردیبهشت ۱۳۳۷: ۹).

نشریه با تعریف صحیح از مد و به‌روزرودن، درصدد است زن ایرانی را به این مسئله آگاه کند که با مد پیش رفتن فقط در پوشش و خودآرایی صورت و مو خلاصه نمی‌شود. نشریه می‌خواهد تلقی از مد غربی را براساس آنچه در فیلم‌ها و عکس‌های خواننده‌ها و هنرپیشه‌های غربی ارائه شده است، اصلاح کند. در وجه دیگری از این موضوع، به مسائل بهداشت زن‌ها نیز اشاره می‌کند و گوشزد می‌کند زن ایرانی اگر می‌خواهد همانند زن اروپایی با مد پیش رود و به‌روز باشد، این خواسته بدون توجه به مسائلی از قبیل بهداشت و سلامتی و تناسب اندام امکان‌پذیر نیست؛ از این رو نظافت و بهداشت را رکن اصلی و اساسی در زیبایی زن‌ها می‌داند و در شماره‌های مختلف می‌کوشد زن‌ها را به اهمیت این امر و توجه به آن بیش از استفاده از آرایش آگاه کند

(ر.ک: اطلاعات بانوان، ش ۱۲۰، مرداد ۱۳۳۸: ۱۰؛

ش ۱۶، خرداد ۱۳۳۹؛ ش ۲۱ و ۱۱۰، خرداد ۱۳۳۸: ۱۸). از نظر نشریه در زندگی متمدن امروز، مسئله بهداشت و رعایت آن به‌اندازه‌ای اساسی و درخور توجه است که در تعیین سطح پیشرفت و ترقی مردم کشورهای مختلف، میزان مصرف صابون آنها از عوامل مؤثر به شمار می‌آید (اطلاعات بانوان، ش ۱۲۰، مرداد ۱۳۳۸: ۱۰). آرایش لازم و بایسته باید تلفیقی از سلیقه، ذوق، نظافت و عشق به زیبایی باشد (اطلاعات بانوان، ش ۳، فروردین ۱۳۳۶: ۳). برای مراقبت و حفاظت از مو و پوست و دندان سفارش‌هایی می‌کند و آن را در زیبایی چهره و ظاهر زن‌ها تأثیرگذار می‌داند. حتی در شماره‌های متعددی از نشریه، توصیه‌های غذایی و بهداشتی برای سلامتی و زیبایی زن‌ها نیز درج می‌شد (اطلاعات بانوان، ش ۱۳/۱۴/۲۰/۲۱، ۱۳۳۶: ۲۷/۱۲/۲۶/۱۴)

سخن دیگر نشریه آنکه پیروی از مد اگر با حفظ متانت و وقار توأم باشد و با رعایت زمان و مکان و در عین سادگی باشد، حتی در نظر کوتاه‌فکرترین و عقب‌مانده‌ترین افراد جامعه، زننده و ناپسند جلوه نمی‌کند (اطلاعات بانوان، ش ۷، مرداد ۱۳۳۷: ۲). زن با شخصیت و باارزش، مدی را برمی‌گزیند که با چهره، سن، درآمد، اندام، شخصیت اجتماع، زمان، مکان و اوضاع فرهنگی او تطبیق کند در غیر این صورت از لطف و وقار زن کم می‌کند (اطلاعات بانوان، ش ۱۲۳، شهریور ۱۳۳۸: ۵/۴؛ ش ۶۹، مرداد ۱۳۳۷: ۱۴). بنابراین، از دیدگاه نشریه، مد به معنای سلیقه روز است؛ اما پیروی از سبک و سلیقه‌ای که شخصیت، سلامت، زیبایی، اعتدال و چگونگی زمان و مکان در آن رعایت شده باشد و در عین حال ساده و متین باشد.

آرایش حقیقی نیز عبارت است از افزودن و بهتر جلوه‌دادن زیبایی‌های طبیعی در سایه رعایت بهداشت و نظافت. نشریه اطلاعات بانوان، زن متجدد را کسی

می‌داند که لباس‌های متعدد و پرشماری برای مراسم‌های مختلف داشته باشد و بداند که لباس مناسب شام با لباس مناسب نهار و لباس گردش بیرون از شهر در برش و دوخت و مدل متفاوت است. پس از این توضیحات، مدل‌های متنوعی از لباس با رسم شکل و تصویر برای سفارش به خیاط ارائه شده است (اطلاعات بانوان، ش ۶، ۱۳۳۶: ۲۹).

با این حال در ادامه تعارض بازتعریف مد و خودآرایی در این نشریه، همچنان وجه برتری و غالب مد و خودآرایی غربی مدنظر بود و به شدت ترویج می‌شد. عکس‌های مد و خودآرایی زن‌ها به شیوه غربی وجه دیگری از این تحلیل مد و خودآرایی را نشان می‌دهد. در عکس‌های ایرانی دوره قاجار صورت طبیعی افراد در بیشتر مواقع به نحوی است که هرکدام به کاری مشغول‌اند که لحظه‌های عمل در زندگی تلقی می‌شود. در این عکس‌های قاجاری که تا اوایل دوره پهلوی اول ادامه یافته است، لباس‌ها و زینت‌آلات مطابق مد تنها ابزاری بود که نشانه‌ای از زمانه بود. در واقع، در قاب تصاویر مد و خودآرایی جدید، امکان خودبودن به معنای زبان بدنی وجود نداشت (روحي، ۱۴۰۰: ۲۸).

این قبیل عکس‌ها با تصاویر مد و خودآرایی جدید فاصله دارد که برپایه عکاسی مدل و لحظات جدا از عمل و زندگی، طبیعی است. مدت‌ها طول کشید تا عکس‌های تبلیغاتی از زبان بدن و چهره طبیعی عبور کند و بیان دنیای ایدئال و مطلوب و بیشتر دست نیافتنی باشد. عکس‌ها و نقاشی‌های تبلیغاتی کالاهای تجاری که در مجله اطلاعات بانوان چاپ شده است، با نوع پوشش و تصاویر گذشته متفاوت است و با زبان بدن و خودآرایی اغراق‌آلود همراه است؛ تا حدی که گاه در این تصاویر، مد و بدن‌نمایی بر خود کالای تجاری رجحان می‌یافت.

گذشته از تصاویر تبلیغ کالا با مد و خودآرایی

جدید، نمونه‌های فراوانی از کالاهای آرایشی و بهداشتی و مدل‌های غربی نیز ارائه شده است که به طور مستقیم در راستای تبلیغ و اشاعه مد و خودآرایی مدنظر نشریه بود. در واقع، این نشریه در قاب تصویر قادر نبود بازتعریف خود را از مد و خودآرایی تعدیل شده و پیشنهادی به خوبی ارائه کند و میان گفتار و نصایح نشریه درباره مد خوب با نحوه تبلیغ مد و خودآرایی تند و اغراق‌آلود به سبک غربی، تعارض‌های مهمی وجود داشت.

نتیجه

دولت پهلوی با اقدامات و سیاست‌های ساختارشکن، در پی نوسازی فرهنگی براساس الگوهای غربی بود. تغییر در سبک زندگی زن‌ها و مد و هویت جنسی، به‌ویژه در زمینه پوشش و خودآرایی آنها، از اقداماتی بود که دولت در این نوسازی فرهنگی دنبال کرد. رسانه‌ها به‌ویژه مطبوعات، همانند نشریه اطلاعات بانوان، از ابزارهای مهم دولت در تبلیغ و ترویج سیاست‌های خود در این باره بود. این نشریه تلاش کرد مد و خودآرایی به سبک جدید را از مبانی تجدد و نوگرایی معرفی کند و شیوه‌های ترویج آن را در زندگی روزمره زن‌ها بازتاب دهد؛ اما از آنجا که ارزش‌های تازه‌راه‌یافته، حاصل تحولات درونی جامعه نبود، در این باب تناقض‌هایی ایجاد می‌کرد.

پس از دهه سی شمسی، پیوستگی لایه‌های بالای طبقات شهری و تکنوکرات‌ها و وابستگان به نهادهای اداری با تجددگرایی پهلوی دوم رو به افزایش بود و از این لحاظ، نوعی اعتراض محدود به تنگناهای نظام سنتی در حوزه مد و خودآرایی زن‌ها تلقی می‌شد؛ اما مقوله خودآرایی و مد جدید در اصول، در عرصه حیات سنتی زن‌های ایرانی که بخش مهم و غالب جمعیت را تشکیل می‌دادند، جایگاهی نداشت. از سوی دیگر صورت‌بندی مد و خودآرایی در فاصله

جامعه سنتی و مدرن، به دوگانه‌انگاری و پریشان‌رفتاری درباره نوع پوشش و آرایش منجر شده بود. نشریه اطلاعات بانوان نیز در نگاهی کلی، از این معضل فارغ نبود؛ بنابراین تلاش نشریه در راستای ترویج هم‌زمان مد غربی و توصیه‌ها و مراقبت‌های اخلاقی، در روند مدگرایی زن‌های ایران بود.

نشریه درصدد بود معضل دوگانگی مد و خودآرایی غربی را با اخلاق سنتی زن‌ها و مؤلفه‌هایی همچون حجب و حیا و سادگی و وقار برطرف کند؛ بنابراین نویسنده‌های نشریه با ذکر شواهدی همچون نفرت مردها از مدگرایی افراطی و ذکر معایب اخلاقی و حیات نابسامان هنرپیشه‌ها و مانکن‌های غربی و درجایی دیگر با ملاحظه‌های بهداشت و سلامت زن‌ها درصدد ترمیم این دوگانگی بودند. مبنای این توصیه‌ها در برخی مواقع با ارجاع‌های مذهبی یا اخلاق سنتی بود؛ اما در اصل قادر نبود شکاف و فاصله میان مد و آرایش غربی را با ارجاع به این‌گونه آموزه‌های اخلاقی پر کند.

ارجاع‌های کلی و نبود شواهد کافی در قالب مقاله و تصاویر، در راستای معرفی زن‌های ساده‌پوش و موفق غربی و مصادیق آن، قادر نبود از سوءتفاهم‌ها در نظر و عمل به مد و خودآرایی غربی بکاهد. در ادامه، ارائه حجم فراوان و تنوع بسیار چشمگیری از تصاویر و تبلیغ خودآرایی افراطی در این نشریه نیز از کاهش بحران‌های اخلاقی و اجتماعی جلوگیری می‌کرد. از این رو بیشترین حجم مقاله‌های اطلاعات بانوان به آسیب‌شناسی مد و خودآرایی غربی در روند تجدد و نوگرایی زن‌ها معطوف بود. نشریه همراه با تغییر در شکل ظاهری زن‌ها، می‌کوشید جریان تجدد را به نقد کشد و دیدگاه‌های متفاوت را عرضه کند؛ همچنین بر این باور بود دخترها و زن‌ها در عین داشتن پوشش و خودآرایی به سبک غربی، باید نگاهی واقع‌بینانه و به دور از افراط و تفریط داشته

باشند. پوشش و آرایش جدید را با معیارهای فرهنگی جامعه ارزیابی و تعبیر و تفسیر کنند؛ اما همسویی با سیاست‌های فرهنگی پهلوی از یک سو و ترویج انواع مد و خودآرایی غربی از سوی دیگر، شالوده این مجله را در تناقض قرار داده بود. این نکته پذیرفتنی است که مدگرایی غربی به صورت ضرورت امری غیراخلاقی نیست و نشریه نیز بر این اساس تلاش می‌کرد؛ با وجود این، برای زن‌ها و جامعه ایران، فهم چنین رویه‌ای گویی زمان و دوره دیگری را می‌طلبد.

کتابنامه

الف. کتاب

۱. اکبری، محمدعلی، (۱۳۸۴)، دولت و فرهنگ، تهران: ایران.
۲. ال. ساتن، ال. پی، (بی‌تا)، رضاشاه کبیر یا ایران نو، ترجمه عبدالعظیم صوری، چاپ افست محمدعلی علمی.
۳. پهلوی، محمدرضا، (۱۳۴۹)، مأموریتی برای وطنم، تهران: بنگاه ترجمه و نشر کتاب.
۴. تاج‌السلطنه، (۱۳۶۱)، خاطرات تاج‌السلطنه، تصحیح منصوره اتحادیه، تهران: تاریخ ایران.
۵. تامپسون، جان، (۱۳۸۰)، رسانه و مدرنیته (نظریه رسانه‌ها)، ترجمه مسعود اوحدی، تهران: سروش.
۶. توکلی طرفی، محمد، (۱۳۸۲)، تجدد بومی و بازاندیشی تاریخ، تهران: تاریخ ایران.
۷. خشونت و فرهنگ؛ اسناد محرمانه کشف حجاب ۱۳۲۲-۱۳۱۳، (۱۳۷۱)، به کوشش مدیریت پژوهشی، انتشارات و آموزش، تهران: سازمان اسناد ملی ایران.
۸. ذکاء، یحیی، (۱۳۳۶)، لباس زنان ایران از سده سیزدهم تا به امروز، تهران، اداره کل هنرهای زیبا.
۹. ذکایی، محمدسعید و مریم امن‌پور، (۱۳۹۱)،

۲۳. کرونین، استفانی، (۱۳۸۲)، شکل‌گیری ایران نوین؛ دولت و جامعه در دوران رضاشاه، ترجمه مرتضی ثاقب‌فر، چ ۲، تهران: جامی.
۲۴. لومینسکی، س، (۱۳۹۲)، ایران و ایرانیان؛ ایران در روزگار مظفرالدین شاه از نگاه سفرنامه‌نویس روس، ترجمه محمد نایب‌پور، تهران: نگاه گستران فردا.
۲۵. لیکاف، جرج و جانسون مارک، (۱۳۹۴)، فلسفه جسمانی، ترجمه جهان‌شاه میرزاییگی، تهران: آگاه.
۲۶. لوبروتون، داوید، (۱۳۹۸)، جامعه‌شناسی بدن، ترجمه ناصر فکوهی، تهران: ثالث.
۲۷. مارتین، ونسا، (۱۳۸۷)، عهد قاجار؛ مذاکره، اعتراض و دولت در ایران قرن بیستم، ترجمه حسن زنگنه، تهران: ماهی.
۲۸. -----، (۱۳۹۸)، ایران بین ناسیونالیسم اسلامی و سکولاریسم، ترجمه محمدابراهیم فتاحی و لیلیایی، تهران: نی.
۲۹. منظورالاجداد، محمدحسین، (۱۳۸۰)، سیاست و لباس؛ گزیده اسناد متحدالشکل شدن البسه ۱۳۰۷ - ۱۳۱۸، تهران: سازمان اسناد ملی.
۳۰. میلز، سارا، (۱۳۹۲)، میشل فوکو، ترجمه مرتضی نوری، تهران: مرکز.
۳۱. ویلسون، الیزابت، (۱۳۹۴)، مد و مدرنیته، ترجمه ناصرالدین غراب، تهران: علمی و فرهنگی.
۳۲. هاکس، مریت، (۱۳۶۸)، ایران: افسانه و واقعیت، خاطره سفر به ایران، ترجمه محمدحسین نظری‌نژاد، محمدتقی اکبری و احمد نمایی، مشهد: آستان قدس رضوی، معاونت فرهنگی.
- ب. مجله**
۳۳. اطلاعات بانوان، ۱۳۳۶، ش ۱؛ ۱۳۳۶، ش ۳؛ ۱۳۳۶، ش ۱۱؛ ۱۳۳۶، ش ۱۲؛ ۱۳۳۶، ش ۱۳؛ ۱۳۳۶، ش ۱۴؛ ۱۳۳۶، ش ۲۰؛ ۱۳۳۶، ش ۲۱؛ ۱۳۳۶، ش ۴۱؛ ۱۳۳۷، ش ۵۸؛ ۱۳۳۷، ش ۶۲؛
- درآمدی بر تاریخ فرهنگی بدن در ایران، تهران: تیسرا.
۱۰. روحی، زهره، (۱۴۰۰)، تاریخ فرهنگی بدن و بدنمندی در ایران عصر جدید، تهران: انسانشناسی.
۱۱. زیبایی‌نژاد، محمدجواد، (به کوشش) (۱۳۸۸)، هویت و نقش‌های جنسیتی (مجموعه مقالات)، بی‌جا: مرکز امور زنان و خانواده ریاست جمهوری.
۱۲. ساروخانی، باقر، (۱۳۷۰)، درآمدی بر دایره‌المعارف علوم اجتماعی، تهران: کیهان.
۱۳. ساناساریان، الیز، (۱۳۸۴)، جنبش حقوق زنان در ایران (طغیان، افول و سرکوب از ۱۲۸۰ تا انقلاب ۱۳۵۷)، تهران: اختران.
۱۴. سوری، زهرا، (۱۳۹۴)، عوامل تأثیرگذار بر تغییرات مد و لباس دوره پهلوی اول و دوم (۱۳۰۴ - ۱۳۵۷ ش)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه علم و فرهنگ، دانشکده هنر و معماری.
۱۵. سیاوشی، سوزان، (۱۳۸۰)، لیبرال دموکراسی در ایران، تهران: باز.
۱۶. شایان‌مهر، علیرضا، (۱۳۷۷)، دایره‌المعارف تطبیقی علوم اجتماعی، تهران: کیهان.
۱۷. شهری، جعفر، (۱۳۶۸)، تاریخ اجتماعی تهران در قرن سیزده، تهران: رسا.
۱۸. _____، (۱۳۸۳)، طهران قدیم، چ ۴، تهران: معین.
۱۹. صبور اردوبادی، احمد، (۱۳۶۸)، آیین بهزیستی در ایران، ج ۴، قم: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
۲۰. صلاح، مهدی، (۱۳۸۴)، کشف حجاب؛ زمینه‌ها، پیامدها و واکنش‌ها، تهران: مؤسسه مطالعات پژوهش‌های سیاسی.
۲۱. صمیمی، مینو، (۱۳۸۶)، پشت پرده تخت طاووس، ترجمه حسین ابوترابیان، تهران: اطلاعات.
۲۲. عین‌السلطنه، (۱۳۷۴)، روزنامه خاطرات عین‌السلطنه، تصحیح مسعود سالور و ایرج افشار، تهران: اساطیر.

۴۳. کوثری، مسعود و امیرعلی تفرشی (بهار ۱۳۹۶) «هویت زنانه در گفتمان پهلوی دوم»، تحقیقات فرهنگی ایران، دوره ۱۰، ش ۱ (پیاپی ۳۷)، ص ۱۷۵ تا ۱۴۵.

۴۴. موسوی حاجی، رسول و رؤیا ظریفیان، (بهار و تابستان ۱۳۹۳)، «تأثیر موج تجددخواهی و جریان نوسازی بر تحول پوشاک ایرانیان از ابتدای قاجار تا پایان دوره پهلوی اول»، جامعه‌شناسی تاریخی، دوره ۶، ش ۱، ص ۱۹۳ تا ۲۱۹.

۴۵. یاسینی، راضیه، (زمستان ۱۳۹۹)، «سیاست‌های گفتمانی پوشاک زنان در ایران دوره پهلوی اول (آمرانه) و دوم (اشاعه گرایانه)»، مطالعات فرهنگ - ارتباطات، ش ۲۱، ص ۵۲ تا ۸۹.

۴۶. یوسفی فر، شهرام و شهناز جنگجو، (۱۳۹۵)، «کارکردهای فرهنگی آگهی‌های تجاری مرتبط با زنان در روزنامه اطلاعات»، مطالعات فرهنگ - ارتباطات، ش ۱۷، ص ۳۶ تا ۱۷۵.

۴۷. «چگونگی بازنمایی زن و زنانگی در آگهی تجاری روزنامه اطلاعات»، پژوهشنامه تاریخ اجتماعی و اقتصادی، ش ۵، ص ۱ تا ۱۰۹.

د. منابع لاتین

48. Amin, Camron Michael, (2004), "Importing Beauty culture into Iran in the 1920-1936s", *Comparative Studies of South Asia, Africa and the Middle East*

49. Afary, Janet, (2009), *Sexual politics in Modern Iran*. New York. Cambridge. Najmabadi, Afsaneh, (2005), *Women with Mustaches and Men without Beards Gender and Sexual Anxieties of Iranian Modernity*, University of California Press.

50. *Webster's Third New International Dictionary*, (1986), vol.1, Copyright, By Merriam Webster.

س ۱۳۳۷، ش ۶۹؛ س ۱۳۳۷، ش ۷۰؛ س ۱۳۳۷، ش ۸۰؛

س ۱۳۳۷، ش ۸۱؛ س ۱۳۳۷، ش ۸۲؛ س ۱۳۳۷، ش ۸۷؛

۳۳۷، ش ۱۰۱؛ س ۱۳۳۸، ش ۱۰۵؛ س ۱۳۳۸، ش ۱۱۰؛

س ۱۳۳۸، ش ۱۲۰؛ س ۱۳۳۸، ش ۱۲۳؛ س ۱۳۳۹،

ش ۳۱ دوره دوم؛ س ۱۳۳۹، ش ۱۵۷؛ س ۱۳۳۹،

ش ۱۵۸؛ س ۱۳۳۹، ش ۱۶۱؛ س ۱۳۳۹، ش ۱۶۲؛

س ۱۳۳۹، ش ۱۶۶؛ س ۱۳۳۹، ش ۱۶۹؛ س ۱۳۳۹،

ش ۱۸۱؛ س ۱۳۳۹، ش ۱۹۶؛ س ۱۳۴۰، ش ۲۰۸.

۳۴. *ایران فیلم*، س ۱۳۱۹، ش ۸؛ س ۱۳۱۹، ش ۳.

۳۵. *پرچم اسلام*، س ۱۳۲۵، ش ۱۱.

۳۶. *راهنمای زندگی*، س ۱۳۱۹، ش ۸.

۳۷. *عالم نسوان*، س ۱۳۰۹، ش ۷، ش ۱.

ج. مقاله

۳۸. ابراهیمی، معصومه، (۱۳۸۶)، «آرایش و

پوشش در ایران دوره اسلامی»، در: *دانشنامه ایران*،

زیر نظر کاظم موسوی بجنوردی، چ ۲، تهران:

دائرةالمعارف بزرگ اسلامی.

۳۹. حسینی، مرضیه و سیمین فصیحی، (۱۳۹۸)،

«وجه جنسیتی گفتمان دولت - ملت رضاشاه و تأکید

بر ارزشمندی نقش خانگی زنان»، *تاریخ اسلام و*

ایران، س ۲۹، دوره جدید، ش ۴۳، ص ۲۹ تا ۵۲.

۴۰. ذکایی، سعید و مریم امن‌پور، (۱۳۹۸)،

«دیرینه‌شناسی برساخت زنانگی در ایران از عصر

مشروطه تا پایان پهلوی اول»، *مجله جامعه‌شناسی*

ایران، دوره ۲۰، شماره ۴، زمستان ۹۸، صص ۸۶-۱۱۵.

۴۱. رفعت جاه، مریم، (۱۳۸۶)، «هویت انسانی زن

در چالش آرایش و مد»، *فصلنامه شورای فرهنگی*

اجتماعی زنان، س ۱۰، ش ۳۸، ص ۱۳۵ تا ۱۷۹.

۴۲. سیاوشی، مهدی و فرهاد زیویار،

(پاییز ۱۳۹۵)، «تأثیر سیاست‌های فرهنگی پهلوی بر

بروز بهران هویت زن ایرانی»، *زنان و خانواده*،

دوره ۱۱، ش ۳۶، ص ۷ تا ۳۲.