

A Study on the History of Women's Makeup and Theatrical Makeup in Iran from the Qajar Era to Pahlavi II

1. Keykhosro Bamesi^{id}: Department of Comparative and Analytical History of Islamic Art, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

2. Javad Aghajani^{id}*: Associate Professor, Yazd University of Science and Arts, Yazd, Iran.

*Corresponding Author's Email Address: j.aghajani@sau.ir

How to Cite: Bamesi, K., & Aghajani, J. (2024). A Study on the History of Women's Makeup and Theatrical Makeup in Iran from the Qajar Era to Pahlavi II. *Manifestation of Art in Architecture and Urban Engineering*, 2(2), 1-12.

Abstract:

The fascination with beauty and self-adornment has been a universal practice not only in modern times but also throughout history. A glance at the religious and traditional ceremonies of early humans in caves reveals how they used body painting as a form of self-expression. Over time, as customs and cultures evolved across societies, makeup and grooming practices also diversified. In Iranian culture, where the Shia religion holds significant influence, adherence to religious principles has been particularly important. The makeup practices observed among Iranian women from earlier periods to the present day exhibit striking differences. Makeup has transformed drastically from what was seen in previous eras and is now incomparable (even extending into theater, cinema, and television). The concepts of appearing cleaner and more beautiful have merged, taking on a new dimension. One of the key aspects of this research is the examination and analysis of makeup and theatrical makeup from the late Qajar period to the present day. The study explores how women in Iranian culture applied makeup, as well as the differences and similarities between historical and contemporary makeup practices, while considering relevant influencing factors.

Keywords: Makeup, theatrical makeup, Qajar women, Pahlavi makeup

Received: 07 May 2024

Revised: 01 August 2024

Accepted: 17 August 2024

Published: 22 August 2024



مطالعه تاریخیچه پیدایش آرایش زنان و گریم تاتر در دوره قاجار تا پهلوی

۲ در فرهنگ ایران

۱. کیخسرو بامسی¹⁵: گروه تاریخ تطبیقی و تحلیلی هنر اسلامی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۲. جواد آقاجانی¹⁶: استادیار دانشگاه علم و هنر یزد، یزد، ایران

*پست الکترونیک نویسنده مسئول: J.aghajani@sau.ir

نحوه استناددهی: بامسی، کیخسرو، آقاجانی، جواد. (۱۴۰۳). مطالعه تاریخیچه پیدایش آرایش زنان و گریم تاتر در دوره قاجار تا پهلوی ۲ در فرهنگ ایران. تجلی هنر در معماری و شهرسازی، ۲(۲)، ۱-۱۲.

چکیده

علاقه بیه زیبایی و زیبا نشان دادن خود نه تنها امروزه بلکه از سالیان قبل در میان مردم دنیا مرسوم است. کافی است نگاهی به مراسم‌های مذهبی و سنتی انسان‌های اولیه در غارها بیندازیم؛ خواهیم دید که چگونه با رنگ آمیزی بدن خود نوعی خاص از خود نمایی را به نمایش می‌گذاشتند. با گذشت زمان و تغییر آداب، رسوم و فرهنگ‌ها در جوامع مختلف، آرایش و پیرایش نیز به گونه‌های مختلفی به چشم می‌خورد. در میان فرهنگ ایرانی که مذهبی به نام شیعه نیز در آن حکمرانی میکند، تبعیت از اصول دینی اهمیت خاصی داشت. آنجهمیان زنان در فرهنگ ایران در دوره‌های قبل تا به امروز به چشم می‌خورد، تفاوت چشم گیری وجود دارد. آرایش از آنچه در دوره‌های قبل میبینیم بسیار تفاوت پیدا کرده و قابل مقایسه نیست (حتی وارد هنر تاتر و سینما و تلویزیون شده است). معنای تمیزتر جلوه کردن و زیباتر دیده شدن در هم ادغام شده و رنگ و بویی تازه به خود گرفته است. یکی از عواملی که در این پژوهش مهم تلقی میشود، بررسی و مطالعه آرایش و گریم از دهه‌های آخر قاجاریه تا به امروز است. در میان زنان در فرهنگ ایران چگونه آرایش میشده است و همچنین وجه تفاوت و شباهت‌های آرایش و گریم در قدیم و امروز، مورد بررسی قرار میگیرد که با در نظر گرفتن عوامل مرتبط به آن، به تحلیل خواهیم پرداخت.

کلیدواژگان: آرایش، گریم، زنان قاجاریه، آرایش پهلوی

تاریخ دریافت: ۱۸ اردیبهشت ۱۴۰۳

تاریخ بازنگری: ۱۱ مرداد ۱۴۰۳

تاریخ پذیرش: ۲۷ مرداد ۱۴۰۳

تاریخ انتشار: ۰۱ شهریور ۱۴۰۳



مقدمه

امروزه مردم این اندازه که به آرایش و خودسازی علاقه دارند به صحت، تندرستی، اخلاق و کردار نیک علاقه ندارند (اصولا نظافت و پاکیزگی، بشاشت و روشنی، اخلاق را نیکو و چهره را شاداب میکند. نظافت و پاکیزگی لازم بوده و برای جلوگیری از بیمار شدن مورد توجه است). آرایش اگر مطلوب باشد با این قیمتی که امروزه می‌خرند، ارزش ندارد. معلوم است که از خودنمایی و شهوت پرستی هم غرضی ندارند. گفته شده است: سغرات به زنی که زیورآلات به خود آویزان کرده بود و خود را آرایش کرده بود تا به تماشای شهر برود، گفت: گمان من این است که به تماشای شهر نمی‌روی بلکه می‌روی شهر تو را تماشا کند. بر همین اندازه لازم است که در وضعیت لباس به نحوی رفتار کنیم که مورد خنده دیگران نشویم و بیش از این رنج بیهوده و گرفتاری بیفایده است. پیش زمینه‌های زیادی درباره آرایش و پیرایش در فرهنگ ایران به چشم می‌خورد و نیز پژوهش‌های صورت گرفته، کمک میکند تا به مطالعه دقیق‌تر تاریخچه آرایش در فرهنگ ایران در میان زنان و بازیگران تاتر پرداخته شود و نوع کاربرد و نگاه به آرایش را در دوره‌های مختلف تاریخی با تامل بیشتری مورد مطالعه و بررسی و تحلیل قرار دهیم. این تحقیق به روش توصیفی و تحلیلی انجام پذیرفته و اطلاعات آن به صورت کاتبخانه‌ای جمع آوری شده است، تحقیق مورد نظر با زبانی ساده و گویا و پرهیز از پرداختن به توضیحات اضافی نوشته شده است، تا ذهن فهم بهتر مطالب از حجیم شدن غیر ضروری آن جلوگیری شود همچنین به دنبال پاسخ گویی به این سوال است؛ که اساسا تاریخچه فرهنگ آرایش در ایران و نحوه استفاده و دیدگاه‌های مردم از آرایش چگونه بوده و در تاتر چگونه گریم میکرده اند و به چه چیزی تبدیل شده است؟ مقاله حاضر با توضیحات مختصری درباره پیشینه آرایش و گریم در فرهنگ ایران دوره قاجار آغاز میشود و با هدف بررسی دیدگاه‌ها و نظرات منتقدان و پژوهش گران از کاربرد لوازم آرایش و روند پیشرفت و کاربرد روزافزون استفاده از لوازم آرایشی در میان زنان و بازیگران تاتر در فرهنگ ایرانی پرداخته میشود.

هدف دیگر این مقاله این است: آشنایی با خواست گاه شیوه اجرایی و تکنیک آرایشی است که یک آرایشگر یا گریمر برای انتخاب مدل متناسب برای هر نوع سلیقه بومی یا بین المللی نیاز به یک جهان بینی وسیع دارد و این مقاله به در اختیار گذاشتن اصول درست به مطالعه حرفه‌ای برای آرایش زنان قاجار تا حال چگونه بوده است

آرایش در فرهنگ نامه‌ها

فرهنگ فارسی معین: (ی) (امص.) ۱-زیب و زینت ۲-آماده شدن وصف کشیدن سپاه ۳-تصنع، ظاهر سازی ۴-زیبا کردن چهره (1)

فرهنگ فارسی دهخدا: آرایش (از پهلوی آرایش) اسم مصدر آراستن. زیب. زینت. زیور. جمال. زهره. تجمل. تزین (2).

تعریف ماده آرایشی

در لغت نامه آکسفورد، مواد آرایشی به عنوان "پودرها یا کرم‌های خاصی که به منظور تغییر رنگ و ایجاد زیبایی روی پوست یا مو استفاده میشوند" تعریف شده است. با وجود این در آیین نامه کنترل مواد آرایشی سال ۱۹۸۴، یک ماده آرایشی به عنوان هر ماده یا فراورده‌ای است که بتواند بطور انحصاری یا عمده بر قسمت‌های خارجی بدن انسان شامل اپیدرم (پوست)، سیستم مو، ناخن‌ها، لب‌ها، اندام‌های ژنیتال (خارجی) دندان یا اجزای مخاتی حفره‌های دهانی به منظور

پاکیزگی، معطر سازی یا حفاظت یا نگهداری از آن‌ها در شرایط مناسب و یا تغییر و اصلاح ظاهر و یا برطرف کردن بوی بد بدن استفاده شود (3). برای پی بردن به این که یک محصول، آرایشی است یا خیر به سه نکته توجه میشود: محل کاربرد، هدف، ترکیب یا اجزای سازنده.

تاریخچه آرایش و کاربرد لوازم آرایشی در ایران

وسایل زیبایی آرایشی و پیرایش از زمانی که مردم برای استفاده از آن وجود داشته اند، مورد استفاده بود. از ۴ تا ۷ هزار سال قبل از میلاد روغن‌های چرب مانند روغن زیتون و روغن کنجد با گیاهان معطر ترکیب میشدند تا یک پماد نو سنگی تولید شود. مدارک مستند نشان میدهد که استفاده از مواد آرایشی و زیبایی از حدود ۱۰ هزار سال قبل از میلاد بوده است. هرچند انبوه اطلاعات ما از حدود ۳ هزار سال قبل از میلاد و از نوشته‌های ثبت شده و مصنوعات بین النهرین و مصر بارتان است. نقاشی صورت در تورات ذکر شده است و استفاده سایه چشم در مراسم تدفین در مصر باستان به ده هزار سال قبل از میلاد بر میگردد. کلمه کازمتیک به معنای زیبایی در ابتدا کازمتا بوده است و برای توصیف بردگان رومی به کار می‌رفت که کارشان حمام کردن زنان و مردان در عطر بود. از زمان مصریان، هر تمدن لغات منحصr بفردی که به آرایش و عطر به عنوان یک دانش اشاره میکرد، اختراع کردند، اما این علم بعد از دوران استیلای روم باستان از بین رفت. انسان شناسان چنین می‌اندیشند که عطر سازی ابتدایی با سوزاندن سمن و رزین برای بخور بوجود آمد. گیاهانی با بوی زیاد در روغن‌های گیاهی و حیوانی ترکیب میشدند و برای روغن مالی در مراسم و برای بوجود آوردن لذت و حس خوب از آن‌ها استفاده میشد. قدیمی‌ترین مواد آرایشی ثبت شده در تجارت مصر آمده است در مصر باستان روغن‌ها و مایعات خوش بو کننده برای تمیز کردن و نرم کردن و حتی ضد عفونی کردن پوست کاربرد داشته اند. رنگ‌های طبیعی برای رنگ کردن صورت و اندام‌های بدن اساسا برای مراسم آیینی و جشن‌ها به کار میرفت. افراد اشراف زاده و ثروتمند از مواد کانی برای پوست و صورتشان استفاده میکردند (ایرانیان قدیم از سفید آب و رو شور و سرخاب استفاده میکردند) و عطرهایی با منشا روغنی در حمام به کار میگرفتند در باستان شناسی جدید آمده است که آرایش در ایران بیش از ۶۰۰۰ سال قبل به کار میرفته است و زنان و مردان از آن برای بهتر شدن ظاهرشان استفاده میکردند. یک منبع نیز نشان میدهد که داریوش پادشاه ایرانی، یکی از قدرتمندترین فرمانروایان دوران باستان از خط چشم مشکی استفاده میکرد. دیگر یافته‌های باستان شناسی در هفت تپه خوزستان نشان میدهد که زنان در ایران در ۲۰۰۰ سال قبل از میلاد از رژ لب، رژ گونه و آرایش چشم استفاده میکردند و در دوران هخامنشی متن‌های آیینی و مذهبی اشاره کرده اند که ملکه‌ها و خاندان پادشاهان زمان بسیاری را برای آرایش کردن و تزیینات موی خود برای دیدار با همدیگر و پادشاه صرف میکردند. یونانیان در دوران هخامنشیان، ایران را به خاطر رسم‌های استفاده از آرایش و پیرایش، تحسین میکردند و منشا استفاده از آرایش میدانستند. در آن زمان آرایش به روشی پیشرفته برای کامل شدن زیبایی انسان به کار میرفت. ایرانیان انواع و شیوه‌های مختلف آرایش را در دوران هخامنشیان، پارتیان و ساسانیان به کار میبردند. هفت جنسی که در آرایش زنان باستان ایران به کار میرفت: سرمه (پودر سیاه رنگی که به عنوان خط چشم استفاده میشد)، هنا برای رنگ کردن موها و دست‌ها، قازه (پودر رژ برای گونه)، سفیداب (پودری برای سفید کردن صورت)، وسمه (پودری برای تیره و ضخیم تر کردن ابرو ها)، زارک (پودر مایل به زرد برای روشن کردن رنگ مو) و خال (نقطه زیبایی). آرایش در زمان قدیم در ایران رایج بود ولی تنها زنانی که ازدواج کرده بودند اجازه آرایش داشتند. شیوه آرایش نیز در این زمان با شیوه دوره اسلام متفاوت بود. متون ابن سینا و بیرونی نخستین منابع در توصیف استفاده زنان از لوازم آرایش است. راوندی در کتاب تاریخ اجماعی ایران خود میگوید: اب سینا و بیرونی گفته اند: "زنان آرایش میکردند تا زیبایی خود را بهتر کنند". آن گونه که او مینویسد چیزهای زیادی برای آرایش استفاده میشد و در دوران قدیم در ایران

مردان هم، از لوازم آرایش استفاده میکردن همان طور که گفته شد داریوش کبیر خط چشم میکشیده. همچنین فرمانروای مشهور پارسی سورنا هم به طور مرتب آرایش میکردن است و هیچ محدودیتی در استفاده از لوازم آرایش وجود نداشته است. توصیف این که چگونه زنان ایرانی هزاران سال قبل مواد آرایشی را به کار میبردند کار مشکلی است. گفتن این که چگونه زن ساکن غار، آراستن و زیبا ساختن خود را در منطقه جغرافیایی که اینک با نام ایران شناخته میشود، انجام میداد، ساده نیست و پاسخ به چنین سوالی را میتوان تنها با حفاریهای باستان شناسی و سوابق نادر از زیر خاک در آمده در دوران باستان متوجه شد. از اندک سوابق به جا مانده در چنین زمانی روشن است که نه تنها زنان بلکه مردان هم از مواد آرایشی استفاده میکردن اند و به کارگیری مواد آرایشی در آنان از باورهای مذهبی سرچشمه میگرفت تا هدف زیبایی سازی. یافتههای باستان شناسی که به حدود ۱۰۰۰۰ سال قبل بر میگردد در غارهای متعددی مانند غار کمر بند، غار هتو (در مازندران) و غار بی ستون در کرمان شاه نشان میدهد که زنان و مردان از استخوانها و دندانهای سکار شده حیوانات و حتی سنگهای رنگی برای زیبا کردن خود استفاد هم استفاده میکردن. بنا بر این باقی ماندههای شاخ حیوانات و سنگهای رنگی و پوستها و صدفها اشاره به مواد آرایشی انسان نخستین در ایران دارد. اکتشاف و تحقیق در دشتهای ایوه و گل در منطقه بختیاری (قلب رشاه کوههای زاگرس) منجر به یافتن یک سری دیگر از این قبیل شواهد شده است پس از اسلام، فاتحان مسلمان از ایرانیان که از قدیمیترین تمدنها بودند، آموختند که به زیبایی عشق بورزند و آن را ترویج دهند و داشتن کنجکاو خردمندانه را در خود بر انگیزتند. در این دوران مغازههای عطر فروشی جایگاه مهمی در شهرهای بزرگتر داشتند. آرایشگرها در مغازههای خود، در استخدامهای خصوصی یا به عنوان طبیبان دوره گرد، به عنوان دستیاران جراحان در انجام جراحیهای کوچک و درمان مشکلات پوستی کار میکردن. تاریخچه استفاده از لوازم آرایش در ایران همواره مورد غفلت واقع شده است. شاید علت این عمر بی اهمیت تلقی شدن موضوع لوازم آرایش برای انجام تحقیقات بوده باشد. با این وجود، مطالعه در باره لوازم آرایش بر روند تحول و تکامل مود و مراکز زیبایی، پرتو افکننده موجب افزایش اطلاعات در مناسبات تجاری و تاثیرات متغایب فرهنگی میشود. یکی از مواردی که در دوران قدیم در خصوص آرایش و پیرایش مهم جلوه میکند بحث مواد مصرفی و اصطلاحاتی است که در مورد این قضیه در دورانهای پیشین به کار برده میشود. با ورود اسلام به ایران، آرایش کردن به درون خانهها و فقط برای زنان متاهل مرسوم شد. هرچند که در بین اقوام ایرانی و در طول تاریخ ماقبل از اسلام هم آرایش کردن زنان غیر متاهل مرسوم نبوده و عرف به حساب نمیآمد به گونه ای که بسیاری از حکومت های قبل از اسلام هم با آن برخورد کرده و فرد خطا کننده را مجازات میکردن. نهضت مشروطه در زمان قاجار باعث رفت و آمدهای ایرانیان به اروپا و به دنبال آن تحول عظیم در فرهنگ تاتر و لوازم آرایش و گریم گردید. این دوره را میتوان کلیدیترین رویداد مروی بر تاریخ و فرهنگ آرایش در ایران دانست. تا آن زمان موادی که در آرایش کردن به کار میرفت کاملاً طبیعی و از گیاهان یا بعضی کانیهای رنگی بدست میآمد که حتی بسیاری از آنها قابل خوردن بود، اما در این زمان مواد آرایشی با پایه شیمیایی عمدتاً از فرانسه و انگلیس به ایران وارد شده و به دنبال خود آرایشها را هم متحول کرد، آرایشها به گونه ای اصیل و ملایم بودند که ناگهان با این واسطه آرایشهای غلیظتر در جامعه پدیدار شد (در تاتر هم این چنین استفاده ای از لوازم و ابزار آرایشی میشده است) (4).

لازم به ذکر است که در همین دوران قاجار تاتر نیز از نظر تاریخی با تحول جدیدی رو به رو شد (۱۷۸۰ الی ۱۹۱۹ میلادی). نخست تعزیه به اوج خود رسید، سپس تاتر سنتی دیگری به نام تاتر روحوضی رشد کرد. در اینجا گریم خودی نشان داد با آثاری از خرابه های تاتر در گوشه و کنار، یقین است که در گذشته، نمایش در این سرزمین وجود داشته است. آثار مکتوب آن به عللی چون به آتش کشیدن، به تاراج بردن، از میان رفته و نابود شده باشند. همانطور که در قبل گفته

شد آرایش کردن از زمان‌های بسیار قدیم مخصوصاً زمانی که مردم با دارو آشنا شدند، بین خانم‌ها و آقایان علاقه فراوانی برای زیباتر نشان دادن صورتشان ایجاد شد. مطالعه تاریخ باستان این را ثابت میکند (5).

متأسفانه برای اثبات موجودیت تاتر در گذشته ایران، مدارک و منابع تاریخی در دسترس نیست. آنچه مسلم است از نظر جغرافیایی، ایران باستان ما بین سرزمین‌هایی چون مصر باستان، هند و یونان قرار داشته است و این کشورها دارای فرهنگ و هنرهای خاصی بوده‌اند و به واسطه نزدیکی و داشتن رابطه با این سرزمین‌ها، ایران نمیتواند فاقد هنرهای نمایشی بوده باشد. با نگاهی سه‌گذاشته، مشاهده میشود، این سرزمین، اغلب دست خوش تحاجم، حملات و جنگ‌هایی در طول تاریخ بوده است که هربار هر حکومت جدیدی لثمه‌ای به زیبایی و فرهنگ و هنرهای زیبا زده است.

فاجعه اصلی را میتوان سیاست‌های پی‌پایه و اساس پهلوی اول در به اصطلاح مدرن نشان دادن جامعه ایرانی دانست. در این زمان که رضاشاه در تقلید کورکورانه از غرب به منظور استفاده ابزاری از زن ایرانی برای پنهان کردن مشکلات زیرساختی مملکت و نشان دادن مدرنیته، دستور کشف حجاب را در ۱۷ دی سال ۱۳۱۴ داد و در اقدام موازی نشریات و رسانه‌های آن عصر اقدام به تبلیغات فرهنگ آرایش و پوشش غربی در ایران را داشتند که به یکباره موجب استفاده بیش از اندازه و نادرست محصولات آرایشی در کشور شد. به گونه‌ای که آن دسته از زنانی که گوش به این تبلیغات سپردند از زان پاریس و برلین و لندن پیشی گرفتند به نحوی که در مسخره کردن این زنان واژه‌هایی چاسان فسان، بزک دوزک باب شد. لازم به ذکر است دهخدا در فرهنگ لغت خود چنین آورده: "چاسان فسان واژه‌ای که به تازگی متداول شده و در تمسخر آرایش با پسوند کردن به کار می‌رود" البته بزک که دارای ریشه ترکی است به معنای آراستن به تنهایی از زمان صفویه تا آن زمان برای آرایش کردن به کار گرفته میشد و بار منفی نداشت اما با اضافه شدن واژه دوزک به معنا حجیم و سبک به آن اشاره به آرایش غلیظ و نوعی بار منفی به آن داد. در نهایت در دهه‌های بعد واژگان آرایش به معنی اضافه کردن و پیایش به معنی کم کردن بدین منظور استفاده شد و تا الان هم ادامه دارد. با سقوط و تبعید (6).

رضاشاه حکومت پسرش محمد رضاشاه پهلوی آغاز شد. هرچند که قانون کشف حجاب برچیده شد اما از آنجا که شاه جوان برای بقای حکومت به غرب محتاج بود دیگر نه تنها اروپا که آمریکا هم و فرهنگ آمریکایی و مدل‌های سینمای هالیوود هم در فرهنگ مد و آرایش ایران دخیل شد. به اضافه آن قانون اصلاحات عرضی سال ۱۳۴۱ در این دوره موجب محاجرت به یکباره روستاییان به شهرهای بزرگ شد و آن اقشاری که از زمان مشروطه تا آن زمان از این بلبشو فرهنگی در حوضه مود و آرایش به دور بودند هم تاحت تاثیر فرهنگ آرایش غرب قرار گرفتند. تاتر سینمای ایران به جز معدودی از موارد کاملاً تاحت تاثیر کورکورانه از غرب به ماجرا دامن می‌زد و در پی هویتی و سر در گمی به سر میبرد به نحوی که جلال آل احمد مینویسد: «به زن تنها اجازه تظاهر در اجتماع را داده ایم. فقط تظاهر، یعنی خودنمایی، یعنی زن را که حافظ سنت، خانواده، نسل و خونسسل به ولنگاری کشیده ایم، به کوچه آورده ایم. به خودنمایی و... ما در کار آزادی صوری زنان سال‌های سال پس از این هیچ هدفی و غرضی جزو افزودن به خیر مصرف کنندگان پودر و ملتیک... محصول سنای قبل-نداریم» که خود به تنهایی گویای شاریط آن دوران است. آنچه در این دوران به عنوان لوازم خود آرای و آرایش مرسوم بود و مورد استفاده زنان قرار می‌گرفت، هفت قلم بود که از مواد گیاهی تهیه میشود.

هفت قلم آرایش

هفت قلم آرایش یا هفت وند و یا به عبارتی پرمعنا تر «هر هفت» به هفت نوع وسیله‌ای که جهت آرایش کامل بانوان به کار می‌روند، گفته می‌شود. ای اصطلاح، امروزه نیز با لحنی طعنه آمیز درمورد خانم‌هایی که آرایش کامل می‌کردند، به کار می‌رود. اصولاً دختران در قدیم اجازه آرایش کردن را نداشتند و زنانی که متاهل بودند آرایش می‌کردند. عدد ۷ نمادین است و نشانه تکامل می‌باشد.

«اظهار نظر در مورد این که این لوازم آرایش برای اولین بار در چه دوره‌ای به کار رفته، کمی مشکل است؛ این واژه ابتدا در داستان مشهور «سمک عیار» که در قرن ششم هجری نوشته شده است، به کار رفته و حداقل به شش مورد از این اقلام به استثنای زرک در متون صدر اسلام اشاره شده است. در کتاب‌های ابوعلی سینا و ابوریحان بیرونی که در حدود یک قرن پیش از نگارش کتاب سمک عیار میزیسته اند، به «سرمه» اشاره می‌شود. بر طبق فرهنگ برهان قاطع، هفت لوازم آرایش عبارتند از: «سرمه»، «نگار» (یا حنا)، «سفید آب»، «سرخاب»، «وسمه»، «زرک»، «خال» که در برخی کتب «قلیا» (یا عطر) به جای «زرک» آورده شده است. در «تارخ راوندی» آرایش زنان بدین گونه تعریف شده است: «رنگ آمیزی دست‌ها و پاها با حنا، رنگ آمیزی صورت با سرمه، وسمه (یا نیل)، سفید (یا سفید آب)، سرخ (یا سرخاب)». «جالب آن که در ادامه مطالب آمده: "... و الف (هزار چیز دیگر) که خاتون را زیباتر کند» در پایان با نهایت سخاوتمندی به عطر نیز اشاره شده است: "... و عطر یا کهروبای مرطوب که رایحه آن به تمام جهان می‌رسد. «(6).

هفت قلم آرایش که همچنین به عنوان هفت وند یا به صورت مشخص، شناخته می‌شود، به صورت سنتی اشاره به هفت قلمی دارد که جعبه آرایش خانم‌ها را تشکیل می‌داد. اصطلاح هنوز هم به صورت تمثیلی جهت شوخی و طعنه برای توصیف خانمی که بدون آرایش تکمیل است، به کار می‌رود. آنچه از این گفتار در می‌آید آن است که زن آرایش کرده، اصالتش را به کلی از دست می‌دهد؛ هفت قلم آرایش برای خانم‌هایی که ازدواج کرده اند، شایسته بود و دختران مجرد از مصرف مواد آرایشی امتناع می‌کردند. عدد هفت مانند ۱۲ و ۱۴ که بیشتر وقت‌ها نشانه‌ای سمبل‌ها و ارزش‌های مذهبی است، الزامی برابر با تعداد حقیقی آن به کار نمی‌رود (5).

موارد مراقبت از پوست و مو شامل هفت قلم آرایش نبود و هفت قلم تنها در زمره اعمال آرایشی و تزئین برای زیبایی به کار برده می‌شد؛ هرچند که گفته می‌شود آثار و ارزش درمانی آن‌ها بر ضد خشکی و شرایط اقلیمی باعث استفاده از آن‌ها در طیف گسترده‌ای از اجتماع شده است. برای عموم مردم، روغن‌های به دست آمده از دومیه حیوانات، به ندرت و گران، توسط سمغ‌ها و عصاره‌های خوش بو، معطر می‌شد. در دوران‌های بعد، به نظر می‌رسید برخی از خانم‌های ایرانی استفاده از کرم‌های چرب کننده را به وسیله کشیدن کیسه پارچه‌ای بر روی پوست، ترجیح می‌دادند و این به دلیل آثار تمیز کننده آن‌ها روی پوست، دفع چرک و سلول‌های مرده و تسکین درد و نرم کردن پوست بود؛ دلیل دیگر، اسان تهیه می‌شد و اقتصادی‌تر بودن آن‌ها بوده است. اگرچه جفر شهری در ملاحظات بعدی در دایره المعارف، در مورد زندگی و اجتماع در ایران قرن ۱۹، ذکری از آن نکرده است هرچند برخی رسانه‌های اسلامی دستورات غیر معمول و عجیب برای خوراک پیشنهاد کرده اند، بیشتر فرمول‌هایی که بر اساس تبایع بدن داده شده، دارای آثار سودمندی شناخته شده است، مانند ماست به عنوان سفید کننده (به خصوص که قهوه‌ای شدن پوست در برابر نور خورشید را خنثی می‌کند)، خیار به عنوان لطافت دهنده پوست و هلو به عنوان نرم کننده و مرطوب کننده (5).

استفاده از زیور آلات و جواهرات مختلف نیز در میان زنان بسیار رواج داشت و به زیبایی آنان اضافه میکرده است. در دوره‌های قبل از اسلام در ایران و بر اساس کاوش‌های باستان‌شناسی، "یافن آویزه‌های صیغلی برونز که در هزاره سوم پیش از میلاد در گستره‌ای وسیع از مصر گرفته تا چین ساخته می‌شدند، مویید این مطلب است که زنان و البته مردان نیز میل زیادی به داشتن ظاهری آراسته داشته‌اند. شیشه‌های موجود در موزه اورشلین که قدمتی معادل آیین‌های برونزی دارند نیز در نوع خود منحصر به فرد هستند." (6)

سرانجام لوازم آرایشی، طبق گفته‌های برهان قاطع به صورت مجزا به این شرح است: آویز (برای آرایش دوش)، گوشواره، سلسله (گردنبند مروارید دور گردن)، گلویند، حلقه بینی، بازو بند، دست برینجان (دستبند)، خلخال و انگشتری. به این مصداق عبارت "هفت و نه کردن"، به استناد گفته احمد شاملو در کتاب کوچه، در برداشتن همه طیف ملزومات آرایش، هفت قلم آرایشی و نه قلم تزئینی است (5).

در کاوش‌های زیادی به آثاری در زمینه جواهرات دست پیدا کردیم که نشان از وجود این گونه آثار در هنر اقوام و دوره‌های مختلف داریم. لوه‌های منقوش در دوران هخامنشی در موزه لو که تصاویری از زنان را نشان می‌دهد که از این قبیل لوازم آرایش در زیبا سازی خود استفاده کرده‌اند. در دوره ساسانی نیز به واسطه ارتباطاتی که با چین و هند و دیگر کشورهای آسیایی پیش آمد، تأثیراتی را از این دوره گرفته و در آداب و رسوم خود به کار برده‌اند که یکی از این رسوم به کارگیری لوازم آرایشی در میان زنان است. تمامی هفت جزء لوازم آرایشی در مکان‌ها و دوران‌های مختلف به یک میزان دارای اهمیت نبوده و بنا به موقعیت اجتماعی افراد و نیز بها لوازم آرایش، میزان استفاده از آن‌ها متفاوت بوده است. الیطه به نظر میرسد که در این میان، هتا و سرمه استثنا بوده و در تمامی دوران‌ها از کشورهای مغرب گرفته تا هندوستان استفاده از آن رواج داشته است (5).

با وقوع انقلاب اسلامی در سال ۱۳۵۷ به رهبری امام خمینی (ره) توانست فرهنگ ایرانی و اسلامی را احیا کند. بی ربط نیست اگر بگویم حجمه فرهنگ غربی و انزجار مردم این مرز و بوم با طرز آرایش که نشریات، تلویزیون و سینما رژیم پهلوی تبلیغ میکرد چون در تعارض با فرهنگ دینی و ملی ایران بود یکی از عوامل مهم و تأثیر گذار همراهی توده مردم با انقلاب شد و از این پس شاهد بعضی از آرایش‌های نا متعارف هستیم که ما را به یاد دوران مشروطه و آرایش‌های ناشیانه آن زمان می‌اندازد که این نوع آرایش بیشتر به درد صحنه تاتر می‌خورد. بررسی و مطالعه از منظر جامعه‌شناسی و روانشناسی آرایش و پیرایش و گریم جزو اساسی ترین هنر مردم شناخته میشود به شرط آن که درست و اصولی انجام پذیرد. امروزه طبق پژوهش یک موسسه بریتانیایی، ایران در مقام پنجم مصرف محصولات آرایشی و گریم جهان و با اندکی تفاوت در مقام دوم مصرف منطقه خاور میانه است. اما جمعیت زنان ایرانی ب تنهایی حدود ۴۰ میلیون نفر است و حتی بسیاری از کشورها که در رده بعدی قرار دارند جمعیت کمتری از ایران دارند. در این پژوهش که بسیار به آن تکیه شده چون بر اساس کشورها بوده نه سرانه مصرف جمعیت هدف، آنچنان هم نباید زرگ نمایی گردد. ام این عمر به دور از هر تحلیل جامعه‌شناسی، حکایت از میل به زیبایی و تاریخ و فرهنگ یک کشور دارد ولی آنچه جای تدبیر می‌طلبد این است که متأسفانه قسمت اعظم سود مالی صنعت لوازم گریم و آرایش از کشور خارج می‌گردد.

لازم به ذکر است که بیان شود گریم و آرایش چگونه وارد ایران شد. در قرن اول میلادی گریم و آرایش در تاترها و نمایش‌های اروپایی و یونانی وارد شد و خیلی سریع جزو ارکان اصلی نمایش‌های کلاسیک قرار گرفت به طوری که مردم عادی نیز از همان نوع گریم و اجرا گریم خود را آرایش میکردند. با آغاز جنگ‌های صلیبی، دوباره آرایش کردن اوج گرفت و در شمال اروپا رایج شد. در قرن ۱۴ میلادی، آرایش و مرقبط از پوست و مو بیشتر مختص نجیب زادگان بود اما به مرور زمان در قرن ۱۸ رواج عمومی پیدا کرد. در این دوران همچنان از مواد سمی برای آرایش استفاده میشد یعنی میزان سرب مواد آرایشی بالا بود. در زمان

الیزابت اول (۱۵۵۸ تا ۱۶۳ میلادی) ماسک‌های صورت متداول شدند. در این دوره ماسک از ترکیب پودر پوست تخم مرغ، زاج سفید، بادام، تخم خشخاش، شیر، شراب، کره، میوه و سبزیجات و گیاهان کوهی ساخته میشد. گونه و لب‌ها آرایش میشدند ولی آرایش چشم‌ها بسیار کم‌رنگ بود. نقاشی‌های به جای مانده از ملکه الیزابت اول این نوع آرایش رابه‌خوبی نشان می‌دهد. به موازات همان زمان نگره‌های ه جای مانده از تصاویر زنان نیز به جای مانده و بیانگر آرایش و پیرایش در دربار ایران بوده است. ماری آنتوانت (۱۷۵۵ تا ۱۷۹۳ میلادی) ملکه فرانسه و اکثر خانم‌های مرفه فرانسوی حمام توت فرنگی و شیر می‌گرفتند. لب‌ها و گونه‌ها شدیداً با رنگ‌های صورتی و نارنجی آرایش میشدند. به ابروها فرم داده میشد ولی از سایه چشم زیاد استفاده نمیشد و در این دوره زنان به زیاده روی در آرایش معروف شدند تا جایی که پارلمان اروپا قانونی وضع کرد که در آنان استفاده از آرایش جرمی مشابه جادوگری تلقی میشد چون موجب فریب مردان در انتخاب همسر میشد و از آنجا، تجار لوازم آرایش را یکی از منابع تجارت و صادرات به شرق و مخصوصاً ایران میدانستند و این شد که ایران و خاور میانه با لوازم آرایش اروپایی آشنا شدند (البته خانم‌های اشراف و دربار) (۷).

در زمان ویکتوریا، ملکه انگلیس، آرایش صورت جذابیت خود را از دست داد. خانم‌ها بسیار ساده وبدون رنگ بودند. معروف است که زنان گونه‌های خود را با نیشگون گرفتن و لب هایشان را با گاز گرفتن سرخ میکردند. ماسک‌هایی از ترکیب اصل، تخم مرغ، شیر، میوه و سبزیجات و روغن‌های مختلف سلخته میشد. این دوره، یکی از سخت‌ترین و محدود کننده‌ترین دوران تاریخ آرایش به حساب می‌آید؛ ولی آرایش و گریم در تالارهای تاتر به صورت حرفه‌ای صورت انجام میشد تا جایی که در سال‌های ۱۹۲۰، انقلابی در کارخانه‌های لوازم آرایش به وجود آمد و سایه‌های رنگارنگ برای چشم‌ها، رژ گونه و رژ لب‌های متنوعی ساخته شد. کرم‌ها و لوسیون‌های گوناگون برای پوست و شامپوهای نرم کننده مو به بازار آمد. در سال‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ آرایش و گریم از تاتر وارد سینما و تلویزیون شد و حتی مودهای اروپایی بیشتر کشورها را تحت الشعاع قرار داد، مواد پاک کننده پوست، لوسیون‌ها و لوازم گریم متنوعی وارد بازار شد (۸).

امروزه برخی از دختران استفاده از لوازم آرایش را جزو لاینفک زندگی میدانند و این تمایل باعث شده کشور ما تبدیل به دومین مصرف کننده لوازم آرایش در جهان شود و همین لوازم آرایش را در گریم و چهره پردازی تاتر استفاده شود. از سوی دیگر سن مصرف لوازم آرایش به زیر پانزده سال رسیده و این در حالی است که در کشورهای توسعه یافته تمایل به آرایش بیشتر در بین زنان مسن دیده میشود. متغیرهای بر گرایش به مصرف لوازم آرایش در دختران جوان تاثیر میگذارد. با از بین رفتن مرزهای آرایشی سن آرایش هم به عنوان یک متغیر وابسته پایین آمده و دختران جوان در سنین پایین آرایش میکنند. هر یک از ما به عنوان افراد جامعه همواره مورد ارزیابی قرار میگیریم. این ارزیابی اجتماعی قضاوتی است که به موجب آن جامعه، حیثیت، اهمیت یا محبوبیت بیشتری بر فلان موقعیت با فلان پایگاه اجتماعی میدهد و به طور کلی آن‌ها را به هر دلیلی به موقعیت‌های پایگاه‌های اجتماعی دیگر ترجیح میدهد (۹).

نتیجه گیری

آنچه مهم تلقی میکند استفاده از وسایل آرایشی در دوره‌های قبل، به خصوص از اواخر دوره صفویه در ایران و آغاز جدی‌تر آن در دوره قاجاریه است که با هفت ماده آرایشی آغاز میشود. این مواد آرایشی در میان همه مردم قرار نمیگرفت و تنها بعضی از مردم از آرایش استفاده میکردند چرا که مبنای زیبایی را در این دوره معیارهای دیگری میدانستند (پر مو بودن، چاق بودن بیش از حد و...). کاربرد آرایش و گریم در اواخر دوره قاجار برای مروم و اشراف و تاتر تا به امروز علاوه بر زیباتر جلوه کردن به نوعی نشان دادن خود و خود نمایی کردن محسوب میشد و بسیاری از ملاک‌های دیگر امروزه از بین رفته است چرا که

تعریف از آرایش نیز با توجه به فرهنگ‌های مختلف تغییر کرده است. ایران رکورد بالایی در زمینه مصرف لوازم آرایشی و آرایش کردن پیدا کرده است و تا این میزان استفاده ضررهای زیادی را به پوست وارد میکند و اجازه نمیدهد پوست نفس بکشد و به گونه‌ای اعتیاد آور شده است.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

تشکر و قدردانی

از تمامی کسانی که در طی مراحل این پژوهش به ما یاری رساندند تشکر و قدردانی می‌گردد.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

حمایت مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

موازن اخلاقی

در انجام این پژوهش تمامی موازن و اصول اخلاقی رعایت گردیده است.

خلاصه مبسوط

Extended Abstract

The pursuit of beauty and self-adornment has been a universal phenomenon throughout human history, transcending cultural and temporal boundaries. Early humans engaged in body painting as a form of self-expression during religious and traditional ceremonies, a practice that evolved alongside societal customs and cultural norms (5). In Iranian culture, where Shia Islam has played a dominant role, adherence to religious principles has significantly influenced beauty practices, particularly among women. The transformation of makeup practices from ancient times to the present day is stark, with contemporary makeup diverging drastically from its historical counterparts, especially as it has expanded into theater, cinema, and television (4). This study employs a descriptive-analytical methodology, drawing on archival research to trace the history of makeup and theatrical makeup in Iran from the Qajar era to the Pahlavi II period. The research aims to explore the cultural significance of makeup, its evolution, and its role in theater, while addressing the societal and economic factors that have shaped its use. By examining historical texts, archaeological findings, and cultural narratives, this study seeks to provide a comprehensive understanding of how makeup has been perceived and utilized in Iranian society, particularly among women and theater performers.

The definition and cultural significance of makeup have been documented in Persian lexicons and historical texts. Moin's Persian Dictionary defines makeup as "beautification, adornment, and preparation," while Dehkhoda's lexicon traces its etymology to the Pahlavi word "ārāyeshn," emphasizing its role in embellishment and appearance (1, 2). Cosmetic materials, as defined by the Oxford Dictionary and the 1984 Cosmetic Control Regulations, include substances applied to the skin, hair, or nails for cleansing, perfuming, or altering appearance (3). The historical use of cosmetics in Iran dates back thousands of years, with evidence suggesting that early Iranians employed natural oils, plant extracts, and mineral pigments for both aesthetic and ritual purposes. Archaeological discoveries in sites like Huto Cave in Mazandaran and Bisotun in Kermanshah reveal the use of bone tools, colored stones, and animal teeth for adornment, highlighting the deep-rooted tradition of self-beautification in ancient Iran (5). During the Achaemenid and Sassanian periods, makeup became a sophisticated art, with women and men using kohl (sormeh), henna, and red ochre (sorkhab) to enhance their features. Notably, historical figures like Darius the Great and the Parthian commander Surena were known to use cosmetics, reflecting the absence of gender restrictions in ancient Iranian beauty practices (6).

The Islamic conquest of Iran brought significant changes to cosmetic practices, as makeup became confined to private spaces and primarily associated with married women. Despite these restrictions, the cultural exchange during the Safavid and Qajar eras introduced new materials and techniques, particularly through trade with Europe. The Qajar period marked a pivotal shift, as chemical-based cosmetics from France and Britain replaced traditional plant-based preparations, leading to heavier and more conspicuous makeup styles (4). This era also saw the modernization of theater, with traditional forms like Ta'zieh and Ruhozi theater incorporating elaborate makeup techniques. The Constitutional Revolution further accelerated cultural exchanges, as increased travel to Europe exposed Iranians to Western beauty standards and theatrical practices. However, the forced unveiling decree of 1935 under Reza Shah and the subsequent Westernization policies disrupted traditional beauty norms, promoting excessive and often ridiculed makeup trends among women (6). The Pahlavi era's embrace of Hollywood-inspired aesthetics and the mass migration of rural populations to cities further entrenched Western cosmetic trends, as depicted in contemporary critiques by intellectuals like Jalal Al-e Ahmad, who lamented the commodification of women's appearance (5).

The concept of the "Seven Tools of Makeup" (Haft Qalam-e Arāyesh) encapsulates the traditional Iranian approach to cosmetics, which included kohl, henna, white lead (safidāb), red ochre, wāsmeh (indigo for eyebrows), zark (yellow pigment), and beauty spots (khāl) (6). These materials, often derived from natural sources, were reserved for married women, reflecting societal norms that linked makeup to marital status and maturity. The symbolic number seven, representing perfection in Iranian culture, underscored the ritualistic and almost sacred nature of these practices (5). Historical texts like the 12th-century *Samak-e Ayyar* and medical writings by Avicenna and Biruni document the therapeutic and aesthetic uses of these materials, highlighting their dual role in beauty and skincare. For instance, yogurt was used as a skin whitener, cucumber as a soothing agent, and peach as a moisturizer, demonstrating the integration of cosmetics into daily hygiene routines (5). Jewelry and accessories, such as bronze pendants and glass beads excavated from ancient sites, further complemented these practices, illustrating the holistic approach to adornment in pre-Islamic Iran (6).

The globalization of cosmetics in the 20th century, particularly through European theatrical and cinematic influences, revolutionized Iranian beauty standards. The Victorian era's minimalist aesthetics contrasted sharply with the bold makeup trends of the 1920s, which introduced colorful eyeshadows, lipsticks, and skincare products to Iran via trade routes (7). The Pahlavi era's infatuation with Hollywood glamour, epitomized by actresses like Elizabeth Taylor, further popularized these trends, as evidenced by the proliferation of beauty salons and imported cosmetics in urban centers (8). However, the 1979

Islamic Revolution sought to reclaim indigenous beauty norms, rejecting Western excesses in favor of modesty. Despite this, Iran paradoxically emerged as one of the world's largest consumers of cosmetics, ranking fifth globally and second in the Middle East by the 21st century (9). The lowering age of cosmetic use, with girls as young as 15 adopting makeup, reflects the enduring cultural emphasis on beauty, albeit with significant economic and health implications, including skin damage and the outflow of capital to foreign brands.

In conclusion, the history of makeup and theatrical makeup in Iran reveals a complex interplay of cultural, religious, and political forces. From ancient rituals to modern consumerism, cosmetics have served as both a personal expression and a societal mirror, reflecting Iran's evolving identity. The study underscores the need for a balanced approach that honors traditional practices while addressing contemporary challenges, ensuring that Iran's rich beauty heritage endures without compromising health or economic sovereignty.

References

1. Moin M. Moin Persian dictionary: Farhang-e Mahrokh Publications; 1971.
2. Dehkhoda AA. Dehkhoda dictionary: University of Tehran Press, Dehkhoda Dictionary Institute; 1955.
3. Rashidipour M. Cosmetic and hygienic uses of plants: Tabib Publications; 1985.
4. Talaghani A. Makeup. Homayoun. 2013(4):21-3.
5. Barjasteh S. Health, hygiene, and beauty in the Qajar era: Amir Kabir Publications; 2014.
6. Mohammadian Namini M. The chastity of the pen: Iranian cosmetic tools. Book of the Month: Art. 2002(45-46):120-3.
7. Mihan M. Theatrical makeup: Jihad Daneshgahi Publications; 1985.
8. Afshar A. The science and art of makeup and beauty: Mahrokh: Parsa Publications; 1957.
9. Moghaddam F, Kiani M. Economic and social factors influencing cosmetic use among girls under 20 in Yazdshahr, Najafabad. Journal of Skin and Beauty. 2012;4(1):1-9.