جوانان و مدگرایی

مُد و مُدگرایی پدیده‌ای است که کمابیش در میان همه اقشار جامعه وجود دارد ؛ اما در این میان، جوانان و نوجوانان بیش از دیگران به «مُد» اهمیت می‌دهند و «مُدگرا» هستند. امروزه جوانان با گسترش وسایل ارتباط جمعی و فناوری‌های جدید رایانه‌ای، ارتباطات گسترده‌ای با جوامع و فرهنگ‌های گوناگون یافته‌اند و موقعیت آنها در شناخت و فهم ارزش‌ها، باورها و انتخاب هنجارهای مطلوب، پیچیده‌تر و مشکل‌تر شده است و چه بسا زمینه‌های موجود، باعث شده تا جوانان و نوجوانان به رفتارها و هنجارهای متضاد با ارزش‌های جامعه خویش روآورند. یک روز مانتوهای بلند و روز دیگر مانتوهای کوتاه، یک روز آرایش موی سر به سبک آلمانی و روز دیگر موهای بلند و اصلاح نشده، زمانی شلوارهای با پاچه گشاد که روی زمین کشیده می‌شود، و زمانی دیگر، شلوارهای تنگ و کوتاه، مُد می‌شوند. اگر از این همه افرادی که عادت کرده‌اند رفتار و نوع و سبک لباسشان‌را طبق آخرین مدهای رایج تنظیم کنند، بپرسید که به چه علت این کار را کرده‌اند، یا مثلاً این آرم و کلمه روی لباس آنها چه کارکردی دارد، به سختی بتوان پاسخ متقاعد کننده‌ای شنید، جز آن‌که: «خُب، قشنگه!»، «برای این که مُده!»، «همه می‌کنند!» و ...

این پاسخ‌ها گرچه سطحی به نظر می‌رسند، اما در یک تحلیل روان‌شناختی نشان‌دهنده نوعی از «تعلّق گروهی»، «نوجویی»، «تنوّع‌طلبی» و گرایش جوانان به «امروزی شدن» است

و کاملاً یک پدیده طبیعی و بهنجار در جهت ارضای این نیازها محسوب می‌شود؛ (۱) اما از آن‌جا که همراه کالای مُد شده، شیوه‌های رفتاری، هنجاری و ارزش‌های خاصی در بین جوانان و نوجوانان رونق و شیوع می‌یابد و مد، عاملی می‌شود برای انتقال هنجار و ارزشی از جامعه‌ای به جامعه‌ای دیگر، بررسی زمینه‌ها و پیامدهای مدگرایی، یکی از موضوعات مهم در جامعه ما محسوب می‌شود که این نوشتار، نگاهی است گذرا به همین موضوع .

تعریف مُد و مدگرایی

»مد»ها الگوهای فرهنگی‌ای هستند که توسط بخشی از جامعه، پذیرفته می‌شوند و دارای یک دوره زمانی نسبتاً کوتاه‌اند و سپس فراموش می‌شوند. (۲) بنابر این، «مدگرایی» آن است که فرد، سبک لباس پوشیدن و طرز زندگی و رفتار خود را طبق آخرین الگوها تنظیم کند و به محض آن‌که الگوی جدیدی در جامعه رواج یافت، از آن یکی پیروی نماید.

گستره مد

گستره مُد به اندازه گستره زندگی انسان است و تمامی شئونات آن‌را دربر می گیرد.

تغییرات مُدگونه، در: علوم و فنون، نظریه‌ها، گرایش به جنبه‌های مختلف علمی، الگوهای تربیتی، سبک منش و رفتار، پوشش، آرایش، محیط‌آرایی و ... قابل تسرّی است .

پوشاک و آرایش، شاخص کالای مُد شونده

با وجود آن‌که مُد و مُدگرایی کُل گستره زندگی اجتماعی را دربر می گیرد، پوشاک و

سبک و شیوه آرایش، شاخص‌ترین کالای مُد شونده محسوب می‌شود .

عوامل و زمینه‌های مُدگرایی

در یک نگاه کلی و جامع‌نگر، مُدگرایی را می‌توان ناشی از عوامل و زیرساخت‌های تاریخی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و روان‌شناختی دانست .

ریشه‌های تاریخی مدگرایی به سال‌های بسیار دور برمی‌گردد. با نگاهی به تاریخ ایران، در عصر سلطنت فتحعلی شاه و ناصرالدین شاه که پای ایرانیان به فرنگ باز شد، تا عصر رضا شاه که دوره حسّاسی را در تاریخ ایران رقم زد، فصل متفاوتی در مدگرایی ایرانیان گشوده شد. از آن زمان که رضا شاه با سلطه سیاسی بر کشور، نحوه و شکل لباس پوشیدن مردم ایران را تغییر داد، تاکنون، مُدهای مختلف در ایران (و بخصوص در بین قشر جوان)، رایج گردیده است .

مدگرایی و غرب‌گرایی

گرچه مدگرایی و غرب‌گرایی دو مفهوم جدا از هم و دارای تعریف متمایز از یکدیگرند، اما سیر تحولات تاریخی - اجتماعی در ایران به گونه‌ای سرنوشت این دو مفهوم را با هم گره زده است که هرگاه سخن از مدگرایی به میان می‌آید، مفهوم غرب‌گرایی نیز به ذهن، تبادر می‌کند ؛ زیرا پس از رشد تکنولوژی در اروپا، سنّت‌ها مورد انتقاد قرار گرفت و جامعه به تدریج، اندیشه‌ها، طرز زندگی و نوع لباس را تغییر داد .

همین‌طور در ایران و کشورهایی نظیر آن، رشد صنعت در رأس شعارها قرار گرفت و

خیلی زودتر از آن، نوع تفکر، طرز زندگی و آداب لباس پوشیدن، دستخوش تغییر شد .

میل به اروپایی شدن در جامعه ایرانی باعث شد که به جای بازسازی و نوسازی چارچوب اقتصادی – اجتماعی جامعه خود، به نماها و نمادها و ظواهر صنعتی شدن توجه کنند که مهم‌ترین نمای اروپایی شدن، پوشیدن لباس‌های اروپایی و ترویج مدهای غربی به شمار می‌رفت .

ایرانیان بر این باور شدند که باید خود و فرهنگشان را اروپایی کنند، تا بدین ترتیب از ضعف و عقب‌ماندگی رهایی یافته، در ردیف کشورهای پیش‌رفته قرار گیرند .

بنابراین «مدگرایی» و «غرب‌گرایی» در ایران، در یک بستر فکری و دوشادوش هم رشد کرده‌اند. در حال حاضر نیز بیشترین مدهایی که در جامعه و بخصوص در بین جوانان رایج می‌شود، برگرفته از الگوهای غربی و با همان انگیزه است .

مُد و مدرنیسم

مُد و مُدگرایی را می‌توان از جهتی مولود مدرنیسم دانست ؛ زیرا مدرنیسم، نگاه نو به عالم و آدم است ؛ نگاه و شناختی که برخاسته از زیستن در «اکنون» و گسستن از «گذشته» است و صریحاً با مفهوم سنّت (tradition) در تقابل می‌افتد. «مدرنیته» که شکل عینیت‌یافته فرهنگ مدرن است همراه و همزاد با گذر از گذشته به حال، نوآوری، تجدّد و سلیقه و مُد است. از این‌رو مدرنیته همواره خود را در ستیز و چالش با کهنگی، رکود، قدمت و سنّت و پیروی از هنجارهای پایدار قرار می‌دهد و کشش و تمایل آن به‌سوی تجدّد و نوآوری

در فرهنگ و ارزش‌های اجتماعی است. بنابراین، مدگرایی و نوآوری در تفکر و رفتار (به معنای رایج آن) به عنوان نماد اندیشه مدرنیسم قلمداد می‌شود (۴) و از آن‌جا که جوامع غربی موطن و مظهر مدرنیته و مدرنیسم بوده‌اند، فرایند مدرنیزاسیون (مدرن‌سازی) و اشاعه طرح‌ها و مدهای نو، در واقع با غربی‌سازی و غرب‌گرایی کاملاً هم‌اُفق و بلکه معادل خواهد بود، و این، خود می‌تواند از زاویه دیگر، رابطه مدگرایی و غرب‌گرایی را نشان دهد .

عوامل و زمینه‌های روان‌شناختی مدگرایی در جوانان

علاوه بر زیرساخت‌های تاریخی و اجتماعی، مدگرایی در بین جوانان از یک سری اصول و سازه‌های روان‌شناختی نیز تبعیت می‌کند و با انگیزه‌ها و نیازهای چندی در ارتباط است .

تنوع‌طلبی و نوگرایی

جوانی، فصل تازه‌ای در زندگی و سرآغاز ورود انسان به جهان پرشور و رنگارنگ است که غرایز طبیعی در شکل‌دهی آن، نقش اصلی را بر عهده دارند. استقلال‌طلبی، تنوّع‌دوستی، هیجان‌خواهی، نقد گذشته و نوگرایی از جمله ویژگی‌های دوران جوانی است که به شدّت، رفتارهای جوانان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. تمایل به امروزی شدن و نوگرایی به درجات مختلف در هر نوجوان وجود دارد و گواه نیاز وی به شکستن قالب‌های موجود، فاصله گرفتن از هنجارهای پیشین و رسیدن به هویّتی متمایز از کسانی که پیش از او بوده‌اند و همچنین گرایش به فاصله گرفتن از والدین است. این نیاز، زمانی

که نمود بیرونی به خود می‌گیرد و در رفتار جوان منعکس می‌شود، به صورت مدگرایی ظاهر می‌گردد .

مدگرایی و همانندسازی

همانندسازی در مکتب روانْتحلیلگری به فرایندی ناهشیار اطلاق می‌شود که فرد، طی آن، ویژگی‌ها (نگرش‌ها و الگوهای رفتاری)ی فرد دیگری را برای خود سرمشق قرار می‌دهد و با تقلید از نگرش‌ها و ویژگی رفتاری وی احساس می‌کند که مقداری از قدرت و کفایت او را نیز به دست آورده است. (۵ (

منبع اصلی همانندسازی در دوران کودکی والدین هستند ؛ زیرا کودک، اولین و بیشترین برخورد را در زندگی با والدین خود دارد ؛ اما در دوران نوجوانی که فرد از والدینش فاصله می‌گیرد، الگوهایی را که خود را با آنها شبیه کرده است، از دست می‌دهد و در درون او خلأی به وجود می‌آید. چنین خلأی می‌باید از طریق یافتن الگوهای دیگر، یعنی از طریق همانندسازی‌های جدید با دیگری، پر شود .

به اعتقاد روانشناسان، همین خلأ و احساس ناامنی ناشی از آن باعث می‌شود که نوجوان در مسیر خود به راه حل‌هایی متوسّل شود که این راه‌حل‌ها از طریق همانندسازی با شخصیت‌هایی است که الگوی نوجوان قرار می‌گیرند. این شخصیت‌ها می‌توانند شخصیت‌های معروف گذشته، هنرپیشه‌های سینما، نوازندگان و آوازخوانان، و یا گروه‌های مختلفی مانند «هیپی»ها باشند و فرد، خود را از نظر ظاهری شبیه آنها ساخته، در

شیوه لباس پوشیدن و طرز رفتار با آنان همانندسازی کند. به محض این‌که یک هنرمند یا ورزشکار لباسی را بپوشد و در صحنه‌ای ظاهر شود، جوانان با وی همانندسازی نموده، سعی می‌کنند به عنوان مُد، آن را در جامعه طرح کنند .

رقابت و چشم و همچشمی با دیگران

انگیزه رقابت و چشم و همچشمی با دیگران، از دیگر عوامل پیروی از مُد در بین جوانان و نوجوانان محسوب می‌شود. این انگیزه، در همه افراد وجود دارد و به گونه‌های مختلف بروز می‌کند. رقابت اگر در زمینه‌های مثبتْ جهت داده شود، باعث پیشرفت و رشد و تکامل معنوی فردی می‌شود ؛ اما اگر جهتگیری آن به‌سوی امور مادّی و مُدپرستی باشد و فرد، سعی کند از لحاظ ظاهری (و مثلاً در سبک و شیوه لباس پوشیدن) از دیگران عقب نماند، سرانجامِ خوبی نخواهد داشت

مدگرایی و التزام‌های ناشی از دوستی

یکی از عوامل پیروی از مُد در بین جوانان و نوجوانان، ترس و نگرانی از مجازات‌های خصوصاً غیر رسمی از سوی دوستان است. لذا تحقیر و تمسخر ، پوزخند زدن و متلک گفتن اطرافیان و ترس از آن، باعث می‌شود که جوانان و نوجوانان از مُدهای رایج پیروی کنند .

مدگرایی و جلب توجه دیگران

افرادی هستند که با تعویض و تغییر هر روزه لباس و آرایش خود و خریدن لباس‌های

گران قیمت و مُدِ روز، در صدد جلب توجه دیگران برمی‌آیند. استفاده از لباس‌های چسبناک و برّاق و رنگارنگ، جوراب‌هایی شبیه تور ماهیگیری، کفش‌هایی با پاشنه‌های خیلی بلند، آرایش تُندی با رنگ‌های غیر طبیعی و... (که بیش از همه در بین جوانان و بخصوص دختران رایج است)، باعث جلب توجه دیگران شده، نگاه‌هایی را به خود معطوف می‌دارد .

.مدگرایی و تشخُّص‌طلبی

برتری‌جویی و تشخّص‌طلبی از دیگر عوامل پیدایش مُد در بین جوانان است. افرادی که خود را برتر از دیگران و مربوط به قشر مرفّه جامعه می‌دانند، سعی می‌کنند این برتری را در گویش، لباس پوشیدن، محیطآرایی و سبک آرایش و زیورآلات خود نشان دهند و لذا مُدهای جدید را مطرح می‌کنند .

تورْشتایْن وِبْلن (Thorstein veblen) مد را وسیله‌ای برای این‌که افراد، نشان دهند ثروتمند و با شخصیت و یا دارای اندیشه‌ای خاص هستند، می‌داند؛ (۷) لذا به محض این‌که مُدی در جامعه گسترده شد، اشراف‌زادگان و ثروتمندان به سراغ این مد جدید می‌روند ؛ زیرا مُد قدیمی دیگر آنها را از طبقات دیگر جامعه متمایز نمی‌کند .

نقش تولیدکنندگان در اشاعه مُد

شرکت‌های تولیدی از طریق روان‌سنجی و شناخت روحیات افراد جامعه و با توجه به همین روحیه نوگرایی و میل به امروزی شدن در جوانان، هر روز، یک فُرم شلوار، پیراهن،

کفش، کلاه، عینک، آباژور، کاغذ دیواری، گوشی تلفن و... را عرضه می‌کنند و اندک تغییری از جانب آنها، یک مُد جدید می‌شود و حتّی گاهی برای آن‌که کالای تولیدی‌شان زودتر در جامعه مُد شود، از یک فرد مشهور (مثل یک هنرمند سینما یا ورزشکار)، با اِعطای مبلغ زیادی پول، می‌خواهند که برای یک‌بار هم که شده، از آن کالای جدید استفاده کند و در فیلم یا صحنه تلویزیون، ظاهر شود .

یکی از دلایل عمده‌ای که تولیدکنندگان و طرّاحان خارجی توانسته‌اند در سطح جهانی برای خود، جایی باز کنند و مُدآفرینی داشته باشند، آشنایی آنها با مبانی روان‌شناختی «تأثیرگذاری» و به کارگیری روش‌ها و اصول فنّی مناسب در کار است، در حالی‌که تولیدکنندگان داخلی و محدود، معمولاً به الگوبرداری و تقلید از آنها می‌پردازند و به نحوی مُدهای غربی را در جامعه ترویج می‌کنند .

رسانه‌ها و ترویج مُد

شبکه‌های تلویزیونی، مطبوعات و پایگاه‌های فعّال اینترنتی، انواع مدهای جدید را تبلیغ می‌کنند و از این طریق، زمینه را برای گرایش خانواده‌ها و بخصوص جوانان به‌سوی مدهای نو مهیّا می‌سازند .

اسلام، مدگرایی و امروزی شدن

حال، این سؤالْ مطرح است که مدگرایی، تجدُّد و امروزی شدن، تا چه اندازه مطلوب است؟ و نظر اسلام در این زمینه چیست؟ در یک نگاه کلی، اسلام با همه نوع مُد، مخالف

نیست. اسلام، امروزی شدن و نوگرایی در سبک و شیوه لباس پوشیدن را نیز به صورت کلّی پذیرفته است. آنچه اسلام با آن مخالف است، پشت‌پا زدن به ارزش‌ها (مثل: پوشش شرعی، پرهیز از اسراف، و...)، رعایت نکردن اخلاق اجتماعی، آزادی مطلق در روابط دختر و پسر، و همانندسازی با بیگانگان است. حال اگر این پدیده‌های انحرافی در قالب مُد به خود جوانان داده شوند و میل فطری «نوگرایی» و نیازِ «امروز شدن» به لجنزار انحرافات سوق یابد، اسلام با آن مخالف است .

پس مُدهای خوب داریم و مُدهای بد! امروزی شدن نیز همین‌گونه است. گاه، امروزی شدن، رابطه انسان را با گذشته‌اش (که همان سابقه تاریخی و هویت فرهنگی اوست)، قطع می‌کند و گاه در امتداد دیروز و با حفظ تعلّقات انسان به سنّت‌ها و ارزش‌های پیشین است. اسلام با این نوع تجدُّد و امروزی شدن که در راستای ارزش‌ها و با حفظ اصول و مبانی اعتقادی باشد، هیچ‌گاه مخالف نیست .

آسیب‌شناسی مدگرایی جوانان

مدگرایی، گرچه ریشه در نیازهای طبیعی جوانان دارد و برخاسته از روحیه نوگرایی جوانان است، اما به لحاظ آن‌که مُدها و مُدِل‌ها نمایانگر علایق و ارزش‌های مسلّط یک زمان و یک قشر خاص‌اند و افزون بر آن، می‌بینیم که امروزه جوانان ما از مدهایی (چون: رَپ، هِوی متال، و...) پیروی می‌کنند و ناخواسته به رهنجارهایی رومی‌آورند که چه بسا با فرهنگ و ارزش‌های اجتماعی ما در تضاد است، پس می‌توان گفت که مدگرایی در

جامعه ما تا حدود زیادی کارکرد منفی به خود گرفته است و پیامدهای آن، به شدّت، جوانان ما را تهدید می‌کند. لذا بحث از آسیب‌شناسی مدگرایی ضرورت می‌یابد .

پیامدهای منفی مدگرایی

با توجه به این‌که بیشتر مُدهای رایج در بین جوانان و نوجوانان برگرفته از الگوهای بیگانه و غیر خودی است، می‌توان گفت که مدگرایی به معنای جدید آن، نوعی از خودبیگانگی و تقلید از فرهنگ غربی را القا می‌کند، تا آن‌جا که الآن بعضی از جوان‌ها از نوک پا تا فرق سرشان غربی است و حتّی وقتی نگاه می‌کنی، می‌بینی کلمات یا جملاتی بر روی لباس یا داشبورد ماشین یا آینه و کُمد شخصی یا درِ ورودی مغازه‌شان نوشته شده که کم‌تر ارتباطی با زندگی شخصی یا آرمان‌ها و علایق فردی آنها دارد و گاه حتّی معنای آن را نیز به درستی نمی‌دانند و شاید اگر بدانند، موجب شگفتی، خنده یا ناراحتی‌شان بشود، عباراتی مثل: «ما پسران شیطانیم»، «گروه لجن!»، «سفید، امّا آشغال»، «گروه سیاهان بوگندو!»، «زیبایی کثیف»، «عشق نشئه»، «گناه تا مرگ»، «بوسه بر صندلی الکتریکی» و ...

این، چیزی است که از مُدگرایی یا مدپرستی جوانان امروز ما به چشم می‌آید ؛ چیزی که شاید بتوان گفت تا حدّ زیادی، ناشی از تقلید کورکورانه و غفلت از خویش است ؛ چرا که کلمات و عبارات بالا، شعارهای آخرین مُدهای شخصیتی‌ای است که غربی‌ها به جوانان جهان تقدیم کرده‌اند، درحالی‌که جوان امروز ما، نگاه خاص خودش، شخصیّت خودش و حتی مشکلات خودش را دارد !

تقلید هر روزه از آخرین مدهای رایج در جهان غرب، به چه معناست، جز: از خودبیگانگی، بحران هویت، تزلزل شخصیت، وابستگی اقتصادی، احساس حقارت و...؟ از همه دردناک‌تر، این است که بسیاری از رفتارها و هنجارهایی که امروزه به عنوان مُد در جامعه ما مطرح است و از سوی عده‌ای تبلیغ هم می‌شود، با اصول اخلاقی و ارزش‌های فرهنگی جامعه ما به هیچ وجه همخوانی ندارد. روابط بی‌قید و شرط دختر و پسر، عدم رعایت پوشش اسلامی، آرایش مو و صورت صرفاً به قصد جلب توجه (مثلاً به سبک جنس مخالف و یا به سبک‌های بسیار پیچیده و وقتگیر)، آرایش مو به سبک جوانان منحرف غربی (مثلاً به سبک همجنس‌گرایان)، به کارگیری وسایل تزئینی غیرمتعارف (مثلاً حلقه بینی برای دختران و حلقه گوش و انگشتر طلا برای پسران) و... همه به نحوی شخصیت جوان مدگرای امروزی را به نمایش می‌گذارند ؛ مدهایی که به اتلاف وقت و انرژی و قابلیت‌های فکری و سرمایه‌های مادّی جوانان و خانواده می‌انجامند و شاید بتوان گفت که هیچ سهم و نقشی در نو شدن و امروزی شدن جوان و جامعه ندارند !

فرهنگ خودی، اصلی‌ترین ضابطه مدگرایی و امروزی شدن

فرهنگ و ارزش‌های اجتماعی از اساسی‌ترین عناصر یک نظام اجتماعی هستند که پایه ارزیابی ما را از پدیده‌های اطرافمان تشکیل می‌دهند و در واقع، رفتار ما را نسبت به آنها تنظیم می‌کنند. بنابراین، در پذیرش یا عدم پذیرش الگوها و مدهایی که در جامعه رواج می‌یابند، ابتدا باید رابطه آنها را با نظام ارزشی حاکم بر جامعه و اصول و مبانی مورد قبول

آن مردم، مورد ارزیابی قرار داد و میزان همگرایی یا واگرایی آنها را از یکدیگر سنجید .

به عنوان نمونه، مدهای لباس، اگر در عین جذابیّت و امروزی بودن، برخاسته از فرهنگ خودی باشند و با اصول و مبانی اعتقادی و اخلاقی جامعه ما تعارض نداشته باشند، نشانه خلاقیّت و نوآوری جوانان ما بوده، هویت فرهنگی آنان را به نمایش می‌گذارند. بنابراین، باید تدابیری سنجیده شود تا مُدها و مُدل‌ها، هم نیاز به تنوع‌طلبی و نوجویی و میل به امروزی شدن جوانان را تأمین کنند و هم جوانان ما از پیامدهای منفی مدگرایی، درامان بمانند

نکته آخر

همه ما به خوبی می‌دانیم که پیروی از الگوها و مدهای غربی و پوشیدن لباس‌های با آرم خارجی یا تقلید از مدل موی سر فلان فوتبالیست، نمی‌تواند به ما شخصیت اعطا کند و موجب پیشرفت و ترقّی ما گردد. عوامل اصلی موفقیت در تمامی زمینه‌ها، خودباوری (اعتماد به نفس) و پایبندی به اصول اعتقادی و ارزش‌های اخلاقی است. تا زمانی که علم و دانش در وجود ما شکوفا نگردد و زیرساخت‌های شخصیت ما مبتنی بر الگوهای فرهنگ اصیل این مرز و بوم، شکل نگیرد، آرایش ظاهر و تقلید از مدها و الگوهای دیگران، جز بحران هویت و دور شدن از اصالت فرهنگی خویشتن، نتیجه‌ای در پی نخواهد داشت .

پس بیایید یک‌بار دیگر در رفتارمان تجدیدنظر کنیم و اصالت‌های فرهنگی‌مان را در پرتو

جذابیت‌های دروغین فرهنگ بیگانه از دست ندهیم .

همان‌گونه که میل به امروزی شدن و مُدگرایی (که از ویژگی‌های دوران جوانی است)، ناخواسته ما را به پیروی از الگوهای بیگانه می‌کشانَد، غرور و احراز هویت نیز به همین دوره سنّی اختصاص دارد. چه خوب است غرور ملی و غیرت دینی را در خویش تقویت کنیم و میل به امروزی شدن و مدگرایی را با الهام گرفتن از آموزه‌های تمدّن‌ساز اسلام و فرهنگ غنی اسلامی - ایرانی خویش و متناسب با هویت فرهنگی خود، به فعلیت برسانیم.