

یادداشت

«بادیگاردیسم»

و تمایز جویی حاد سلبریتی‌ها

علیرضا جباری دارستانی

روزنامه‌نگار

عنصر متمایز یک سلبریتی در نفس تمایز‌جویی‌اش نهفته است. یک سلبریتی فقط از این منظر از دیگران متمایز است که تلاش می‌کند با دلایل و میانجی‌هایی، خود را به عنوان موجودیتی که از دیگران متمایز و فاصله‌دارد، معرفی کرده‌و این تمایز‌جویی را هم به امری ضروری تبدیل کند. هویت‌نمادین سلبریتی‌ها عموماً به عنوان امری برساخته شده شکل می‌گیرد و بر این مبنای تابع ارزش‌های تمایزگذار و فاصله‌گذار سوژه‌گتیو است. سلبریتی‌ای که از دیگران متمایز و فاصله‌نداشته باشد، فاقد معنی است و هر چه بتواند بر مبنای ارزش‌های نمادین فاصله‌هاش را با دیگران بیشتر کند، در تقویت و تعین بخشی به هویت متمایز خود به عنوان سلبریتی موفق‌تر عمل کرده است. او بر این مبنای هر چه دست‌نیافتنی‌تر باشد، «سلبریتی‌تر» است و برای نیل به این وضعیت «تر» یا «ترین» نیاز دارد یک «شرایط استثنایی» ایجاد کند و با ضروری دانستن تمایز‌جویی و فاصله‌گذاری خویش با دیگران، هویتش را عمق بیشتری ببخشد.

از این نظر سلبریتی‌نه‌تنها تلاش می‌کند خود را به عنوان یک سوژه متمایز نشان دهد، بلکه با تلاش برای تبدیل خود به عنوان یک ابژه فاصله‌دار، «شرایط استثنایی»‌ای را شکل می‌دهد که در آن باید منحصربه‌فرد و یگانه قلمداد شود. بر این اصل، او شدیداً آماده تن زدن و فرارفتن از «قاعده» است و در مقام امری نادر و استثنایی همواره سعی خود را معطوف به فراروی از مناسبات معمول اجتماعی می‌کند.

اینکه این فرآیند آگاهانه صورت می‌گیرد یا نیمه‌آگاهانه و ناآگاهانه، کمترین اهمیتی ندارد. مسأله اساسی، مناسباتی است که در حیات واقعی-تخیلی امروز ما برساخته می‌شود و همه عناصر از پیش موجود حیات انسانی-عقلانی را درگروگن می‌کند. بر این مبنای تحلیل سلبریتی و برساخته شدن هویتش به‌مثابه عصری تمایز‌جو و حتی تمایز‌ساز بدون وقوف به ماهیت و مناسبات جهان مبادله‌ای – کالایی کنونی، تحلیلی نارسا است. در جهان سرمایه‌داری که ما در آن به تجربه، رشد فرآینده مصرف در همه ابعادش را به عینه مشاهده می‌کنیم، با مقوله‌ای به‌مثابه ارزش نمادین مصرف‌طرف‌هستیم که مهم‌ترین کارکردش القای فاصله و تمایز ارزشی بین مصرف‌کننده امر نادر و استثنایی با دیگران است. این ارزش نمادین نشان می‌دهد مصرف یک کالا تا چه حد غیرخثنی است و برساننده بسیاری از ارزش‌های تعین بخش و فاصله‌گذار در دل زندگی است؛ حتی برای کسانی که گمان می‌کنند اساساً ارزشی فاصله‌گذار در این زندگی وجود ندارد، خود مصرف و افتادن در مناسبات زندگی مصرفی، به‌طور تناقض‌بار آنها را به ارزش‌جویی و ارزش‌سازی نمادینی دچار می‌کند که گویا همه عمر در حال انکار آن بوده‌اند. اتفاقاً به همین دلیل است که در این شرایط خودآگاه‌ناآگاه‌بودن فراروی سلبریتی‌ها از قاعده چندان توفیری در اصل ماجراندارد، زیرا این مناسبات پذیرفته‌شده به‌طور پنهان کلیت زندگی ما را شکل می‌دهند و کارکردها و تأثیرات خود را در همه ابعاد گسترش داده و کیفیتی را برمی‌سازند که همه چیز را درگروگن می‌کنند، خواه ما به این فرآیند آگاهانه‌تن دهیم، خواه ناآگاهانه. یک سلبریتی‌ای این‌نظر، مناسبات جهان مبادله‌ای مصرفی را پذیرفته‌و بر مبنای آن با مصرف‌هر چه بیشتر آنچه‌به بیشترین تمایز‌ها منجر می‌شود، تلاش می‌کند خود را به موجودیتی متمایز و فاصله‌دار با دیگران تبدیل کند. از این نظر هر امر استثنایی و نادر کارکردی بسزا و هویت‌ساختگی سلبریتی دارد و او را به امری ارزشمند و استثنایی و نادر بدل می‌کند. در این بسزاستن استخدام بادیگاردهایشان تا حد کافی از «غیرسلبریتی‌ها» بادیگاردها را به شدیدتر و ازگرم‌ترین شکلش القا کنند، کمک‌شایانی به تعین بخشی، تمایز‌جویی و فاصله‌دار کردن‌هر چه بیشتر سلبریتی‌ها با دیگران می‌کند؛ بنابراین بار سنگینی را در فرآیند هویت‌جویی آنها به دوش می‌بخشد.

در اینجا ذکر یک نکته درباره این «دیگران» که سلبریتی‌ها تلاش می‌کنند از آنها متمایز شوند، لازم است. این دیگران در وهله اول همه «غیرسلبریتی‌ها» هستند؛ اینکه بسیار روشن است. اما مگر سلبریتی‌ها قبل از استفاده بادیگاردهایشان تا حد کافی از «غیرسلبریتی‌ها» تمایز نداشتند؟ قطعاً جواب مثبت است؛ سلبریتی‌ها بدون استخدام بادیگاردها و به میانجی صنوفی چون «رسانه‌های زرد» و استفاده این رسانه‌ها از «پاپاراتزی‌ها» و به‌طور مطلق دامن زدن به «پاپاراتزیسم» گسترده در همه عرصه‌ها، این تمایز بخشی اولیه را با «غیرسلبریتی‌ها» برای سلبریتی‌ها فراهم کرده‌اند. پس نیاز به بادیگارد و القای شرایط استثنایی‌تر برای سلبریتی‌ها از کجانشانی می‌شود؟ در پاسخ باید به تمایز‌جویی دسته دوم و بالاتری اشاره کرد که سلبریتی‌ها به میانجی میلی سبیری‌ناپذیر برای خاص‌تر، نادرتر، استثنایی‌تر و... شدن، در پی دستیابی به آن هستند. این هم تمایز‌جویی در عرصه‌ای خاص‌تر از فضای عمومی یا خصوصی «غیرسلبریتی‌ها» است؛ یعنی تمایز در خود جهان سلبریتی‌ها. گویی تمایز از فضای عمومی غیرسلبریتی محور دیگر عطش و شهوت تمایز‌جویی آنها را برآورده نمی‌کند و حالا وقت آن است که برای ارضای این میل از دیگر سلبریتی‌های هم‌سطح هم متمایز شد. در این شرایط ما به راحتی امکان دسته‌بندی سلبریتی‌ها را با دو امر تمایزبخش «با بادیگارد» و «بدون بادیگارد» خواهیم داشت و این نشان می‌دهد ارزش‌های مبادله‌ای و مصرفی جهان سرمایه‌داری تا چه میزان می‌تواند از آدمی موجودی سبیری‌ناپذیر و حرصی بسزاسازد که با مصرف هر آنچه هست، نوعی استیلای غیرانسانی را تا سر حد ممکن طلب کند؛ یعنی موجودی بسزاسد که فراروی است؛ همه قواعد و انسان‌های معمول و معمولی برایش کافی نباشد و روز به روز بر آتش عطشش برای تمایز با همه‌هم‌رده‌هایش هم‌بدمد!

اما نکته پایانی که باید به آن توجه داشت، ساختار فضای یادکرده سلبریتیسمی موجود در کشور ما برای تحقق این وضعیت استثنایی تمایزبخش، صرفاً به استخدام یک یا دو نفر از آشنایان «گول‌خ‌بدن کار» دست نمی‌زند تا به‌طور نمایشی خود را بادیگارددار معرفی کند؛ زیرا در این صورت خیلی ساده می‌توان فضای یادکرده اطراف این سلبریتی‌را با سوزن تیز نقد خالی کرد که اینها نمایشی ساختگی و توهمی است که تو دستست و پا کرده‌ای تا بگویی «پیاذ هم قاطی میوه‌ها شده است!» نه، ساختار سلبریتی محور و سلبریتی‌پرور بسیار هوشمندانه‌تر و دقیق‌تر از این حرف‌ها عمل می‌کند؛ این فضا با القای ضرورت شرایط استثنایی سلبریتی‌ها از بیرون (مثلاً توسط موسسات حفاظت‌فیزیکی گول‌خ‌پرور)، ضرورت‌دومی ایجاد می‌کند تا «بادیگاردبازی» و تحت عنوان ساختگی و بی‌حتوای «حفاظت» و «مراقبت» تئوریزه و باورپذیر سازد و به دنبال آن هم به‌نیاز سبیری‌ناپذیر سلبریتی‌هایی را تمایز‌جویی‌پایخ‌دهد. همچنین شمار قابل توجهی از شغل‌ها و صنوف تخیلی و کاذب را ایجاد کند که از قبل امری شدیداً پوچ و بی‌معنی، امکان پهن شدن سفره‌هایی وسیع برای لفت و لیس‌های هر چه بیشتر فراهم شود.

بدین ترتیب نباید از مولفه‌های اقتصادسیاسی هم در تحلیل این وضعیت غافل بود. زیرا در یک جهان سرمایه‌داری‌ها رشد، که برای مصرف‌راتا آخرین حد ممکن دامن می‌زند و حتی شرایطی ایجاد می‌کند که به راحتی می‌توانید انسان و همه‌متعلقانش از جمله بدن و زیست و هیكلش را هم مصرف کنید، همه چیز باید یک ارتباطی با عنصر «پول» داشته باشد! مولفه‌ای که مهم‌ترین عنصر تمایزبخش در جهان کالایی-مصرفی سرمایه‌داری است.



هنری‌ها چطور بادیگارددار شدند؟

کارآفرینی باتن درشت‌ها

این روزها در فضای مجازی عکس‌هایی از چهره‌های سرشناس دست‌به‌دست می‌شود که برای حضور در انتظار از افرادی استفاده می‌کنند که به عنوان بادیگارد شناخته می‌شوند. آدم‌هایی با لباس‌های یک‌دست، گوشی‌هایی به گوش یا هیکل‌هایی تنومند



افشین حیدری

روزنامه‌نگار

به عنوان اولین سوال می‌خواستیم بدانم خدمات

شرکت شما بیشتر در چه حوزه‌هایی است؟

کاری که توسط تیم ما انجام می‌شود، بیشتر حفاظت و مراقبت است و به شدت با کلمه بادیگارد که در میان مردم مرسوم شده است، مخالف هستیم. همان‌طور که می‌دانید در طول سال برنامه‌ها و جشنواره‌های مختلف هنری و ورزشی از قبیل جشن حافظ، جشنواره فجر، آکران‌های خصوصی و عمومی و... برقرار می‌شود که سعی کرده‌ایم در زمینه خودآگاه‌ناآگاه‌بودن و امنیت برنامه‌ها خدماتی را ارائه کنیم. کار دیگری که مجموعه ما از صمیم قلب و بدون هیچ‌گونه چشمداشت مادی انجام می‌دهد، فعالیت در زمینه خیریه است. کاری که چند وقتی است تحت‌عنوان آرزوهای طلایی و با مشارکت موسسه‌ها و مراکز خیریه شروع کرده‌ایم و سعی داریم بخشی از آرزوهای خاص بچه‌ها را برآورده کنیم. بد نیست بگوییم در مراسم ختم مرحوم مرتضی پاشایی ۸۰ نفر را به صورت رایگان به این برنامه اعزام کردیم یا در بسیاری از برنامه‌ها که می‌دانیم خیلی مردم‌پسند است و هیچ متولبی‌ای برای انجام آن نیست، سعی کرده‌ایم به صورت داوطلبانه و بدون هیچ‌گونه چشمداشت مالی حضور پیدا کنیم.

دغدغه شما از راه‌اندازی خدمات این چنینی چه بوده و آیا قبل از فعالیت مجموعه شما این گونه خدمات‌دهی وجود داشته یا خیر؟

در تمام دنیا این اتفاق می‌افتد؛ تیم‌هایی به عنوان سکوریتی (امنیتی) وجود دارند. زمانی که هنرمندان وقتی باید در ایران این گونه خدمات وجود داشته باشد. شاید یکی از دلایل دیگری که خیلی مراه‌انجام این کار مصر کرد این بود که ما در ایران ورزشکاران فوق‌العاده‌ای داریم که خیلی به انجام خود توجه می‌کنند ولی آن‌طور که باید نمی‌توانند از این موقعیت‌منبع‌درآمدی داشته باشند. این نیاز به تأمین امنیت در همایش‌ها و برنامه‌های هنری و همچنین کارآفرینی در این حوزه برای ورزشکاران مستعد ما بر آن داشت فعالیت‌هایی را در زمینه حفاظت و مراقبت از جان مردم در حوادث غیرمنتظره ارائه کنیم.

افراد که تمایل دارند در این زمینه فعالیت کنند

باید از چه فاکتورهایی برخوردار باشند؟

قبلاً ۱/۹۰ و بدنی ورزشنده و ورزشکار بودن از جمله موارد ظاهری است که برای ورود به تیم ما مدنظر است. البته در کنار آن، برخورداری از شهرت اجتماعی و دانش‌های مخصوصی در زمینه‌های آتش‌نشانی، موتورسواری، دوره‌های رزمی و... نیز باید وجود داشته باشد. نکته دیگری که شاید خیلی از مردم‌عادی و افراد به‌ظاهر بادیگاردنما در کار ما را مدنظر ندارند، بهره‌مندی از هوش بالا، خلاقیت و... در تصمیم‌گیری‌های شرایط بحرانی است که کار ما را خاص می‌کند و اعضای تیم‌مان باید از آن برخوردار باشند.

علاقه‌مندی بعضی از هنرمندان به حضور بادیگارد

در کنارشان بیشتر به خاطر کلاس کاری است یا واقعاً نیاز به این حضور احساس می‌شود؟

بارها شده که استفاده غیرتخصصی از نیروهایی که به زعم ما کارشناس نیستند و حضور آنها در بعضی برنامه‌ها و همراهی با بازیگران سرشناس باعث شده مشکلات خاصی برای آنها رخ دهد. بالطبع بازیگری که مورد توجه خیل عظیمی از مردم است، باید برای حضور در برنامه‌های مختلف، افرادی کارشناس در کنارش حضور داشته باشند تا در مدیریت بحران که بارها شاهد آن بوده‌ایم تصمیم‌گیری‌های درستی صورت گیرد. به نظر بیشتر از یک نمایش، نیاز جدی به تشریفات و

گفت‌وگو و یادداشت درمورد حضور محافظان در فضای هنر



قائلند و تن به هر کاری نمی‌دهند؛ به قول خودشان تعداد کارهایی که انجام نمی‌دهند، بیشتر از کارهایی است که انجام می‌دهند. صفایی می‌گوید کارآفرینی‌ای که انجام داده بخشی به‌خاطر حسن نیازی است که از سوی چهره‌های مشهور برای مراقبت وجود دارد و از طرف دیگر ورزشکاران مستعدی هستند که توانایی مراقبت تخصصی از چهره‌ها را دارند.

که به قاعده یک دیوار بزرگ جلوی چشمانت را می‌گیرند. مهدی صفایی، مدیر یکی از شناخته‌شده‌ترین تیم‌های مراقبت و تشریفات است که به قول خودش، با کارآفرینی‌ای که شکل داده مجموعه‌ای برای مراقبت‌های فردی، مکانی، اجتماعی و تخصصی تشریفات جمع‌کرده است. اعضای این تیم حفاظت معتقدند بین چهره‌های سینمایی و مردم شناخته شده‌اند و برای خودشان پرستیژ خاصی

حضور مراقبت‌های کارشناسی در برنامه‌هاست که آن را از اهمیت دوچندان برخوردار کرده است. خیلی از هنرمندان در جمع‌هایی که با حضور خیل عظیمی از مردم برگزار می‌شود، تهدید می‌شوند یا در خیل عظیم جمعیت برای کاهش حوادث احتمالی نیاز است کسانی از جان مردم مراقبت کنند. البته ناگفته‌نماند گروهی هستند که شاید از این گونه حضورها، استفاده تبلیغاتی کنند؛ یعنی بیشتر برای مطرح شدن خودشان به سراغ استفاده از خدمات ما می‌آیند. شاید بد نیست بگوییم در ختم مرحوم مرتضی پاشایی یکی از خوانندگان زیرزمینی از ما درخواست تعدادی نیرو برای حضور در آن مراسم کرد. اما ما با توجه به اولویت‌هایمان در ارائه خدمات به جمع‌های بزرگ، در خواست وی رازد کردیم. بعداً متوجه شدیم این خواننده از فردی غیر کارشناس استفاده کرده است که در آن برمه خیلی در فضای مجازی خبرساز شد.

حضور مراقبت‌های کارشناسی در برنامه‌هاست که آن را از اهمیت دوچندان برخوردار کرده است. خیلی از هنرمندان در جمع‌هایی که با حضور خیل عظیمی از خوانندگان زیرزمینی از ما درخواست

تعدادی نیرو برای حضور در آن مراسم کرد. اما ما با توجه به اولویت‌هایمان در ارائه خدمات به جمع‌های بزرگ، در خواست وی رازد کردیم. بعداً متوجه شدیم این خواننده از فردی غیر کارشناس استفاده کرده است که در آن برمه خیلی در فضای مجازی خبرساز شد.

بر خلاف دنیای سیاست که شاید همراهی تیم حفاظتی در کنار شخصیت مرسوم است در دنیای هنر مردم دوست دارند با هنرمندان خود عکس و امضا بگیرند. فکر نمی‌کنید حضور بادیگارد در کنار هنرمندان نوعی فاصله میان آنها با هواداران به وجود می‌آورد؟

ما اصلاً موضوعی به اسم بادیگارد نداریم. اینکه در میان مردم استفاده از این عنوان مرسوم شده است را اصلاً قبول ندارم؛ این سیستم بیشتر یک خدمات تشریفات است. گاهی که داریم این است که هنرمندان وقتی در جمع بزرگی حضور پیدا می‌کنند نیاز به همراهی افرادی متخصص دارند که در شرایط بحرانی و خاص تصمیم‌گیری‌های درستی برای حفاظت از جان مردم و هنرمندان بگیرند و اگر این تخصصی که به زعم مردم بخش بزرگی از کار ما را تشکیل می‌دهد، نباشد، ممکن است فاصله به‌وجود بیاید در حالی که اگر مدیریت درستی وجود داشته باشد کسی این فاصله را اصلاً احساس نمی‌کند.

اینکه گفته می‌شود ارائه خدمات تشریفات به برنامه‌ها و افراد جزء خدمات گران به حساب می‌آید، چقدر صحت دارد؟

این موضوع شاید در خصوص بادیگارد‌ها که مجاز به حمل سلاح و ابزارآلات نظامی هستند، صدق کند اما این گفته را در خصوص ارائه خدمات تشریفات خیلی قبول ندارم. افرادی که در تیم ما حضور دارند بیشتر از هر چیز عاشق هستند و در زندگی خود بیش از هر چیز نگاه حمایتی دارند و به این کار عشق می‌ورزند. اتفاقاً برخلاف تصور عامه که سوپرستارها پول خوبی برای ارائه خدمات به ما می‌پردازند، باید بگوییم چنین چیزی صحت ندارد. شاید بد نیست خاطره‌ای را از فردی بگوییم که در کار ما مدعی است ولی از نظر ما تخصص آن را ندارد. این فرد در یک برنامه رادیویی حاضر شده بود و در خصوص دست‌مزد خودش حرف می‌زد که ماهی هشت میلیون درآمد دارد؛ در حالی که همین فرد چند وقت قبل از ما برای یک مبلغ ناچیزی تقاضای پول کرده بود. به نظر من این گونه مسائل بیشتر از اینکه واقعیت داشته باشد در حد یک شایعه است که گاهی توسط بعضی افراد شبیه به ما زده می‌شود و صحت ندارد.

خدماتی که ارائه می‌دهید فقط مختص طیف خاصی از افراد و برنامه‌ها است یا اینکه هر کسی می‌تواند از شما درخواست نیرو کند؟

ابتدا باید بگوییم تیم ما مختص فرد نیست. ما بیشتر برنامه‌ها را پوشش می‌دهیم. فرقی برای تیم ما نمی‌کند که چه کسانی در آن دعوت دارند؛ چه مهران مدیری

در یکی از جشنواره‌ها، یکی از نیروهای حفاظتی

مدعی شده بود اگر ابزار و تجهیزات محافظان نظامی را داشته باشیم یک سر و گردن از آنها بالاتر هستیم. چقدر این نگاه را به عنوان یک به‌تجربه در این حوزه قبول دارید؟

باید بگوییم سیستمی است که نیروهای نظامی است تفاوت‌های زیادی با کار ما دارد؛ حتی گاهی دیده شده بعضی افرادی که در تیم‌های حفاظتی شخصیت‌ها هستند، حته خیلی درشتی ندارند اما چنان از تبحر و تخصص برخوردارند که قابل‌مقایسه با کار ما نیستند. نکته دیگری که در کار آنها وجود دارد، استفاده از وسایل و ابزارآلات نظامی است که بر حسب ماموریت‌های خود از آنها استفاده می‌کنند. به واقع اینکه خواهیم خودمان را با نیروهای نظامی مقایسه کنیم امری اشتباه است؛ چون هر کدام نوع ماموریت‌های متفاوتی دارند.

باتوجه به جته‌ای که دارید شاید برای شما پیش آمده باشد که گاهی مواقع خواسته‌های غیر اخلاقی و در جهت استفاده‌های شخصی به شما پیشنهاد شود. در این مواقع چه عکس‌العملی از خود نشان می‌دهید؟

از این گونه موارد بسیار برای ما اتفاق افتاده است؛ حتی پول‌های کلانی را نیز پیشنهاد داده‌اند اما با توجه به رسالت کاری ما آنها را رد می‌کنیم. خیلی مواقع پیش آمده بود که برای عروسی‌های مختلط یا مسائل شخصی حاضر به دادن پول‌های زیادی بودند که ما قبول نکردیم. البته این موضوع بیشتر در اوایل کارمان اتفاق می‌افتاد. با توجه به قانونی بودن کار ما کم کم این درخواست‌ها کاهش پیدا کرد، به طوری که الان به ندرت برای این گونه کارهای غیر مرتبط به سراغ ما می‌آیند.

تا حالا چه اقداماتی را برای رسمی کردن این شغل در جامعه انجام داده‌اید؟

در حال ریزی‌با وزارت کشور هستیم تا هر چه سریع‌تر مجوزهای لازم را برای فعالیت‌های ما اخذ کنیم. البته لازم به ذکر است که ما هماهنگی‌های خاصی با ناجا و نهادهای امنیتی داریم ولی با توجه به اینکه بارها شده از موقعیت کاری ما در خیلی مکان‌ها و برنامه‌ها سوءاستفاده شده است، سعی داریم در قالب یک فعالیت قانون‌مند و با مجوز حرکت کنیم. بد نیست بگوییم پس از اینکه ما کت و شلوار و پیراهن مشکی را به عنوان لباس واحد خودمان انتخاب کردیم، کمی برداری‌های بیش از حدی از ما شد که به پای شرکت ما نوشته شد. بی‌سامانی در این حوزه باعث شده تا همین چند وقت پیش یکی از هنرمندان بدلکار کشورمان، که شاهد هنرنمایی‌های زیادی از وی در فیلم‌های مختلف بودیم، در زمینه تدریس دوره‌های بادیگاردی نیز ورود کند. در یکی از پیج‌ها دیدم که تبلیغ آموزش بادیگاردی توسط این هنرمند شده است که خیلی نسبت به این کار گله‌مند شدم. در تماسی که با وی داشتم ابراز گلاجه خود را بیان کردم. وی نیز با ابراز شرمندگی گفت قرار بوده فقط مباحث بدلکاری مطرح شود و از این برنامه خبر ندارد.

هزینه‌هایی که برای تشریفات برنامه‌ها می‌شود، معمولاً چقدر است؟

معمولاً با گروه‌های خاصی کار می‌کنیم. کرایه ماشین‌های مدل بالا هر کدام رقم خاصی دارد. به عنوان مثال برای کرایه بنز هر ۱۰ ساعت یک میلیون کرایه می‌دهیم یا برای استفاده از ابزارهای دیگر سعی می‌کنیم با حرفه‌ای‌ها کار کنیم و در کار تشریفات کم نگذاریم.