مجازی علیه سبک زندگی مادران ایرانی

آیا امکان الگوگیری از مادران اینستاگرامی وجود دارد؟

فائزه سادات حسینی
کارشناس ارشد تاریخ ایران اسلامی

بنابر اعلام گزارش دیتا ریپورتال ۴۸ میلیون ایرانی در شبکه‌های اجتماعی حساب فعال دارند که مربوط به پینترست، اینستاگرام، یوتیوب و شبکه ایکس(توییتر سابق) است. این آمار ۵۴ درصدی یک پیام بزرگ را به کشور منتقل می‌کند و آن تغییر احتمالی مرجعیت شناختی پدیده‌هاست. مرجعیت شناختی یعنی دیگر متخصصان و کارشناسان جایگاهی در جامعه ندارند و بیشتر مردم منتظر نظرات سلبریتی‌ها و اینفلوئنسرهای شبکه‌های اجتماعی هستند.

سلبریتی‌ها افرادی هستند که فقط به سبب برخی از ویژگی‌های سرگرم‌کننده مثل بازیگری، خوانندگی، ورزشی و هنری و... در چشمان مردم قرار می‌گیرند. اما گروه‌هایی دیگر از مردم در قالب تاییدکننده‌های شخص سوم مستقل هستند که با شکل دادن ایده‌آل‌ها و ادراک عمومی به‌عنوان اینفلوئنسرهای رسانه‌های اجتماعی (social media influencers or SMIs)شناخته می‌شوند. اینفلوئنسرها بنابر تعداد مخاطب به چهار دسته مگا، کلان، میکرو و نانو تقسیم‌بندی می‌شوند که مهم‌ترین ویژگی برای آنان میزان صداقت در گفتار و اعتماد میانشان است. زیرا اینفلوئنسرها با فالوئرهای خود یک شبکه بزرگ تعاملی به‌نام Post-by-Post می‌سازند که به استناد تحقیق مک نیلی و دوستانش در سال ۲۰۲۰، بالاترین میزان ارتباطات بین اینفلوئنسر و مخاطب در شبکه‌های اجتماعی به فیس‌بوک و اینستاگرام اختصاص دارد. برای همین بسیاری از شرکت‌های بزرگ اقدام به رایزنی با آنان و درخواست تبلیغ محصولات‌شان را می‌کنند که امروزه با عنوان اینفلوئنسر مارکتینگ شناخته می‌شوند.

صنعتی که امروزه بازار هدف خود را به جهت وجود روابط اعتمادی بر دسته میکرواینفلوئنسرها می‌بندد تا بتواند افزون بر دست‌یابی به بیشترین سود، بر فرهنگ مصرفی کالاها و تجمل‌گرایی بدمد. میکرواینفلوئنسرها یا خرده تاثیرگذارانی که تعداد فالوئرهای‌شان به ۱۰هزار تا ۱۰۰ هزار نفر می‌رسد و یکی از مهم‌ترین زیر شاخه‌های‌شان مام‌فلوئنسرها یا مادران تاثیرگذار هستند. دسته‌ای مهم برای معرفی الگوهای تربیتی و سبک زندگی به مادران هستند که امروزه این سؤال را در قالب «آیا امکان الگوگیری از مادران اینستاگرامی وجود دارد؟» برای متخصصان طرح می‌کنند. در این گزارش قصد بررسی این موضوع با تکیه بر پژوهش‌های غربی داریم تا بتوانیم از اهمیت مادران تاثیرگذار فضای مجازی افق‌هایی را ارائه دهیم.

بازار مکاره میکرواینفلوئنسرها

گفتیم یکی از علل برجسته شدن خرده تاثیرگذاران همانا ایجاد روابط اعتمادی پایدار است که بایست از صداقت گفتار آنان حاصل شود. همین عامل امروزه موجب جذب صاحبان کالاها به این افراد شده تا به‌جای سلبریتی‌های بزرگ از جذابیت میکرواینفلوئنسرها جهت تبلیغ خود استفاده کنند. چنان‌که به لطف رابطه بالای بین میکرواینفلوئنسر و فالوئرهایشان به گردش مالی ۱۳/۸ میلیارد دلاری در سال ۲۰۲۱ رسیدند و نهایتا تبدیل به یک روش رسمی بازاریابی در عرصه شبکه‌های اجتماعی به‌ویژه اینستاگرام و تیک‌تاک شدند. البته حدود ۸۰ درصد این کسب‌وکارها اینستاگرام را به‌سبب جلوه‌های بصری ترجیح می‌دهند و به سودآوری ۸۰۰ میلیون دلاری در سال ۲۰۲۱ رسیدند که البته رشد مالی اینها در سال ۲۰۲۲، به بالای ۹۵۸ میلیون دلار افزایش یافت. از سوی دیگر شرکت‌های مرتبط با اینفلوئنسر نیز ۲۶ درصد در سطح جهانی پیشرفت کردند و به ۱۸ هزار و ۹۰۰ کمپانی متخصص در حوزه دیجیتال مارکتینگ رسیدند. بنابراین اینستاگرام رسانه‌ای ارزشمند برای تبلیغ کالاهاست که از پس آن، علاوه بر سود بردن کسب‌وکارهای اینترنتی خودش هم از گردش مالی بالایی برخوردار است. گردشی که با حضور زنان ۲۴ ساله و جوانتر در هنگام بازنمایی از خود و سبک زندگی‌شان کسب درآمد می‌کند تا تجملات و مصرف‌گرایی غربی را با تمرکز بر نمایش زیبایی تبلیغ کند. شاهد مثال این موضوع به‌واسطه یک تحقیق فارسی در سال ۱۳۹۸ در قالب چهار مولفه بازنمایی سبک زندگی زنان ایرانی در اینستاگرام نشان داده شد که شامل امکانات و دارایی‌ها، فعالیت‌ها، ارزش‌ها، نگرش‌ها و اهداف و روابط انسانی بود. بنابر این پژوهش نمایش زیبایی، معرفی یک ایدئولوژی مشخص در بستر بازسازی واقعیت است که به‌معنای روبه‌رو نشدن با واقعیت فرد و بر مبنای نمایش بخشی از صحنه یا ساخت آن است. زیرا به‌قول گای دوبور Guy Debord فیلسوف فرانسوی به‌جهت پذیرفتن زیبایی از بدیهیات، اکنون نمایش وجود آن بر تمام جوانب زندگی ما سایه می‌افکند و انباشتی از روابط تولید مدرن یا همان سرمایه‌داری را در قالب شبکه‌ای از الگوریتم‌هایی مثل اینستاگرام نشان می‌دهد. مصداق عینی سخن دوبور را می‌توانیم در یکی از مقالات فارسی با معرفی رویدادهای ساختگی یا Fake-events در دستور کار میکرواینفلوئنسرهای زنان ایرانی ببینیم که چگونگی ارتباط آن را با افزایش جذب مخاطبان و نگه‌داری از آنان تشریح می‌کند. به این ترتیب که خرده تاثیرگذاران از این ابزار به‌عنوان یک پل اصلی تعاملی میان خود و مخاطبان‌شان، در قالب وسعت‌بخشی مراسم‌های معمولی مثل جشن تولد و ماهگردهای ازدواج و... استفاده می‌کنند تا از این طریق سبک جدید زندگی‌شان یا آن چیزی که در رویای فالوئرشان آرزوست، به نمایش بصری درآورند.

میکرواینفلوئنسرها رویای دنبال‌کنندگان خود را به نمایش می‌گذارند و سبک جدیدی از زندگی را ارائه می‌دهند

پس اینستاگرام نقش مهمی در انتقال واقعیت ساختگی به‌واسطه درگیر کردن مخاطبان را در آن دارد و این مشارکت به‌صورت فیزیکی در مراسم یا حضور آنلاین است. بر اساس این پژوهش، بخش حضور در مهمانی‌ها برای زنان میکرواینفلوئنسر به‌جهت ارزش گرافیکی یا زیبایی شناختی آن مانند نوع پوشش، آرایش، چیدمان و رنگ و رفتارها اهمیت بیشتری دارد تا از این راه ضمن کسب اعتبار، بر تعداد مخاطبان‌شان بیفزایند. در این زمینه یکی از خرده‌تاثیرگذاران زن ایرانی توضیح می‌دهد که:« ما باید هر از چند گاهی با برگزاری مراسمی، محتوای صفحات خود را به‌روزرسانی کنیم یا باید سفرهایی برویم تا بتوانیم محتوای خود را در مکان‌های مختلف تولید کنیم مثل جشن تولد یا جشن دندونی با تم‌های مختلف که آنها را شبیه عروسی در اینستا معرفی می‌کنیم.». البته این توصیف در مصاحبه با برخی از خرده تاثیرگذاران زن ایرانی هم دیده می‌شود اما اوضاع برای مام‌فلوئنسرها به‌سبب آموزش‌های تربیتی فرزندان و الگوگیری کمی متفاوت است.

مام‌فلوئنسرها و سبک زندگی

یکی از زیرشاخه‌های خرده تاثیرگذاران مام‌فلوئنسرها momfluencer هستند که تصاویر، فیلم‌ها یا تجارب مادری خود را در وبلاگ‌ها و شبکه‌های اجتماعی اینستاگرام و تیک‌تاک و... با مخاطبان‌شان به‌اشتراک می‌گذارند. مام فلوئنسرها ابتدا در وبلاگ‌ها با لغت مام بلاگر تعریف می‌شدند و بیشتر اهداف آموزشی را برای تقویت مهارت فرزندپروری دنبال می‌کردند. اما با پیدایش شبکه‌های اجتماعی بسیاری از آنان به سکو اینستاگرام منتقل و با عنوان مام‌فلوئنسر معرفی شدند که البته امروزه اقبال مادران آمریکایی به تیک‌تاک بیشتر است. نکته مهم در پیدایش این دسته بیشتر بر دو موضوع تبلیغات و تاثیرگذاری‌ها متمرکز است که موجب انتقادها و تحقیقات کارشناسان در حوزه سبک زندگی شد. با توجه به اهمیت این موضوع هم کتابی بنام Momfluenced توسط سارا پیترسن در سال ۲۰۲۳ انتشار یافت که پیدایش تاثیرگذاران مادر را حاصل یک سبک زندگی نادرست، سرمایه‌داری، نژادی و توهمی تبیین می‌کرد. او که در بهار امسال با سایت تخصصی Vox مصاحبه داشت، در تشریح دغدغه خود برای موضوع مذکور گفت:« مام‌فلوئنسر سازه‌ای بود که با شرکت‌های فناوری و برندهای مصرف‌کننده به‌عنوان راهی برای امرار معاش در رسانه‌های اجتماعی ایجاد شد. امروزه آنان یک تجارت بزرگ برای تبلیغ‌کنندگان هستند، زیرا زنان اکثرا تصمیمات خرید خانه را می‌گیرند و به‌ویژه مادران اغلب کسانی هستند که اقلام بزرگی مانند کالسکه و تخت نوزاد را انتخاب می‌کنند. علاوه بر آن، مادران تاثیرگذار از یک اهمیت فرهنگی به‌سبب انتقال معنا و چگونگی وظیفه مادری برخوردارند که بیش از هر زمان دیگر در ابتدا آنان این مفاهیم را توسط رسانه‌های اجتماعی به ما منتقل می‌کنند. درواقع آنان بیشتر تصاویر تبعیض جنسیتی، نژادپرستی و طبقه‌گرایی که در اعماق زندگی آمریکایی‌ها نفوذ دارد، تکرار می‌کنند و حال نسخه زیبایی شناسانه‌شان از نقش‌های پدری و مادری، در ذهن ما نفوذ کرده است.». بنابراین یک وجه مهم مام‌فلوئنسرها بلندگو بودن‌شان در حوزه تبلیغات بود که بیشتر پیام سرمایه‌داری را نشر می‌کرد. اما آنان یک جنبه دیگر هم بنام تاثیرگذاری بر سلامت روان مادران به‌ویژه افزایش سطح اضطراب و افسردگی داشتند. در این زمینه گزارش تحقیقی در سپتامبر ۲۰۲۲ در سایت Motherly منتشر شد که حاصل تجربه برخورد دکتر کرک پاتریک با رسانه‌های اجتماعی پس از مادر شدنش بود. وی گفت: «خیلی زود پس از تولد اولین فرزندم، خودم را با تصویرهای مادری در رسانه‌های اجتماعی مقایسه کردم و پس از آن، دچار احساس ضعف شدم. بنابراین، به طور فزاینده‌ای نسبت به این موضوع و این‌که چگونه می‌توانم این پدیده را در تحقیقاتم برای کمک به مادران دیگر هدایت کنم، اشتیاق پیدا کردم. این نظریه که تأثیرگذاران رسانه‌های اجتماعی می‌توانند تأثیراتی منفی بر زندگی کاربران داشته باشند، جدید نیست. تحقیقات موجود نشان می‌دهد که چگونه ایده‌آل‌سازی مادری در رسانه‌های اجتماعی می‌تواند با تجربیات بالقوه منفی کاربران نیز مرتبط باشد.» بدین‌ترتیب دکتر پاتریک بر روحیات ۴۶۴ مادری که صفحات مام‌فلوئنسرها را دنبال می‌کردند، متمرکز شد و بر وجود دو دسته از مام‌فلوئنسرها آگاهی یافت. اینها شامل مادران ایده‌آل و مادران واقع‌بین بودند که موجب قیاس مادران واقعی با آنان و افزایش حسادت‌شان می‌شد. درواقع، مادران ایده‌ال کسانی بودند که بر تصویرهای تحسین‌برانگیزی از مادری و جنبه‌های مثبت فرزندپروری تمرکز داشتند و به مشکلات مرتبط اشاره نمی‌کردند. همین برای مادران به‌ویژه آن دسته زنانی که تازه فرزند اول خود را به دنیا می‌آوردند گزارش‌هایی از سرخوردگی و افسردگی در سطح بالایی دریافت می‌شد ولیکن مادران واقع‌بین اینگونه تصویرسازی نمی‌کردند و از مسائل مختلف فرزندان مثل خانه‌های به‌هم‌ریخته روایت‌هایی داشتند. همین عامل باعث نزدیکی مادران به این گروه از مام‌فلوئنسرها می‌شد که کمی در آن احساس بهتری داشتند.

بنابراین خطر بلندگو شدن سرمایه‌داری و آسیب‌دیدگی بر روان مادران از طریق مام‌فلوئنسرها در پژوهش‌های غربی وجود دارد. چنان‌که در مقاله‌ای فارسی به نام «سوپرمام‌ها و مفهوم مادری در فضای اینستاگرام» این موضوع با تمرکز بر سه حساب کاربری مادران مشهور ایرانی مورد بررسی قرار گرفت. این مادران فالوئرهایی بین ۹۰ هزار تا ۶۵۰ هزار نفر داشتند که بیشتر بنابر اصل زیباسازی به تبلیغ مادر ایده‌آل می‌پرداختند تا زندگی مرفه، برند و تمیز خود را به مخاطبان‌شان بازنمایی کنند و برای آنان رویاهای‌شان را بسازند. اما بنابر گفته پژوهشگر از میزان تاثیرگذاری این روند بر فالوئرها بررسی صورت نگرفته و همین وجه تمایزی با تحقیقات غربی است که می‌گویند: تجربه ما را تکرار نکنید.

آگهی مناقصه عمومی تک مرحله‌ای خرید لوله پلی اتیلن

شهرداری یزد

موضوع آگهی: مناقصه عمومی تک مرحله ای خرید لوله پلی‌اتیلن

مبلغ و نوع سپرده شرکت در مناقصه: مبلغ ضمانت شرکت در مناقصه به صورت مقطوع به میزان ۱،۰۹۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال می باشد که می‌تواند به صورت واریز به حساب ۰۲۰۱۸۷۳۳۵۰۴ به شماره شبای ۸۸۰۱۸۰۰۰۰۰۰۰۰۲۰۱۸۷۳۳۵۰۴ بانک تجارت امام خمینی(ره) یزد و یا به صورت ضمانت‌نامه بانکی در وجه حساب مذکور به شناسه ملی ۱۴۰۰۰۲۹۹۹۸۷ و یا اوراق مشارکت بی‌نام باشد.(تأییدیه ضمانت‌نامه بانکی الزامی می‌باشد.)

مبلغ و نوع سپرده انجام تعهدات: مبلغ ضمانت انجام تعهدات در هنگام عقد قرارداد معادل ۱۰ درصد مبلغ قرارداد می‌باشد.

نحوه تأمین اعتبار پروژه: پروژه از محل بودجه سال ۱۴۰۲ شهرداری یزد تأمین اعتبار می‌شود.

مهلت خرید و تحویل اسناد: زمان خرید اسناد مناقصه از تاریخ ۱۴۰۲/۰۸/۲۵ تا تاریخ ۱۴۰۲/۰۹/۰۲ و حداکثر تاریخ ارائه پیشنهاد قیمت در سامانه ستاد (سامانه تدارکات الکترونیکی دولت) به آدرس setadiran.ir و تسلیم مدارک(ضمانت‌نامه بانکی) به دبیرخانه محرمانه حراست شهرداری یزد تا پایان وقت روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۹/۱۲ باشد و کلیه پیشنهادات در ساعت ۸ صبح روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۹/۱۳ در دفتر رئیس سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهری شهرداری یزد مفتوح و با حضور اعضاء تصمیم‌گیری خواهد شد.

محل انجام کار: سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهری یزد

محل دریافت اسناد: سایت setadiran.ir

قیمت و زمان فروش اسناد: مبلغ فروش اسناد ۱/۵۰۰/۰۰۰ ریال به صورت واریز نقدی به حساب شماره ۷۹۰۱۸۰۰۰۰۰۰۰۰۲۰۱۸۰۵۴۶۶۶ نزد بانک تجارت سایر اطلاعات و جزئیات مربوط در اسناد مناقصه مندرج است.

- به پیشنهادهای فاقد سپرده و امضاء، مشروط، مخدوش و پیشنهاداتی که بعد از انقضای مدت مقرر واصل شود، سپرده‌های مخدوش و کمتر از میزان مقرر، چک شخصی و نظایر آن مطلقا ترتیب اثر داده نخواهد شد.
- تمامی متقاضیان می‌بایست قبل از واریز وجه جهت خرید اسناد، با مراجعه به سایت setadiran.ir فرم پیش خرید اسناد را دریافت و مطالعه نمایند.
- در صورت عدم رعایت این بند و واریز وجه، شهرداری نسبت به استرداد این وجه هیچ گونه مسئولیتی ندارد.
- چنانچه برندگان اول تا دوم حاضر به انعقاد قرارداد نشوند سپرده‌های آن‌ها به ترتیب ضبط خواهد شد.
- شهرداری در رد یا قبول هر یک از پیشنهادات مختار است.
- شرکت در مناقصه و دادن پیشنهاد به منزله قبول شروط و تکالیف شهرداری یزد موضوع ماده ۱۰ آیین نامه معاملات شهرداری های مراکز استان ها می‌باشد.
- هزینه چاپ و نشر آگهی به عهده برنده مناقصه می باشد.

شناسه ۱۶۰۶۱۵۰ روابط عمومی سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهری شهرداری یزد

صالحی، شهردار لشت نشا عنوان کرد:

استفاده از روش بازیافت سرد مصالح رودخانه‌ای و تثبیت باسیمان برای زیرسازی و روسازی پروژه‌های شهری

درسال ۱۴۰۲ برای اولین بار در استان گیلان در سطح شهرداری‌های استان از مصالح رودخانه ای و تثبیت با سیمان در زیرساخت استفاده کردیم.

ابراهیم صالحی توچاهی، شهردار لشت نشا با بیان این مطلب و در تشریح پروژه‌های اجرایی شهرداری گفت: پروژه بلوار شهید بهشتی در حال احداث می‌باشد که طول این پروژه در فاز اول حدود ۴۵۰ متر و به عرض ۱۲ متر می‌باشد که در مرحله تعریض، بهسازی و تثبیت است. وی افزود: روشنایی معابر و فضای سبز بصورت همزمان در حال اجرا است که با فعالیت مداوم و حتی در روزهای بارانی طی دو ماه آینده این پروژه را برای مردم خوب لشت نشا به بهره‌برداری خواهیم رساند. شهردار لشت‌نشا اظهار داشت: این پروژه با اعتباری در حدود ۸۰ میلیارد ریال در حال اجراست.

مهندس صالحی همچنین درخصوص پروژه های تثبیت و بازیافت اظهار داشت: در گیلان عموما پروژه‌های زیرسازی و روسازی مسیر به صورت تعویض خاک بستر انجام می‌پذیرد؛ در پروژه مذکور از روش بازیافت سرد وتثبیت مصالح با سیمان استفاده نموده‌ایم.

وی ادامه داد: در سال ۱۴۰۲؛ برای اولین بار در گیلان؛ در سطح شهرداری‌های استان از دستگاه مخصوص بازیافت سرد مصالح (WR)بهره برده وهمچنین از لایه‌های روسازی مستعمل شده با باز یافت سرد مصالح و اضافه نمودن سیمان توان باربری بستر به عدد استاندارد افزایش داده و سپس مرحله اجرای آسفالت را انجام خواهیم داد.

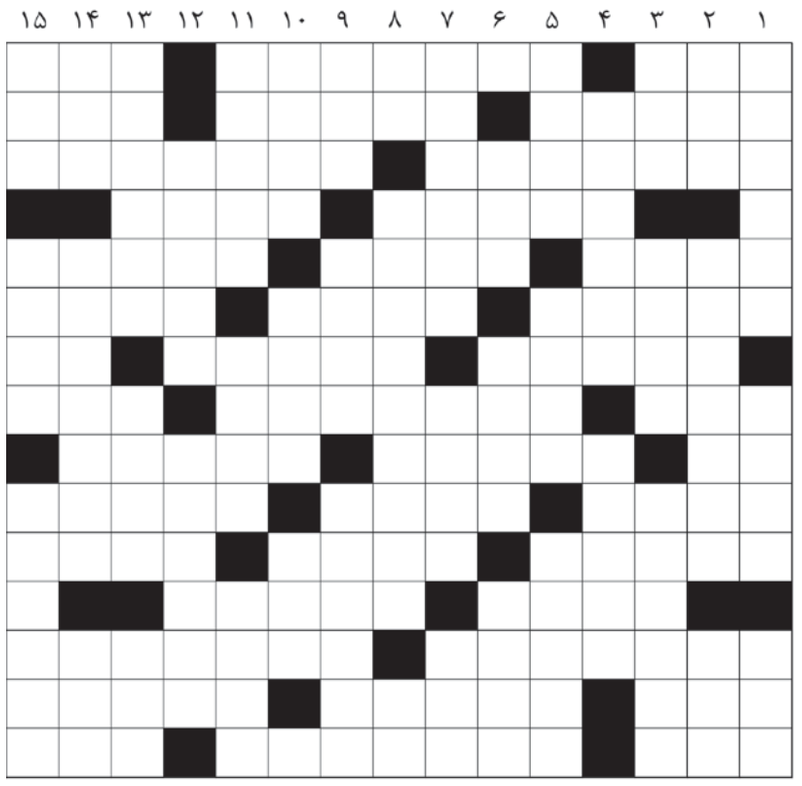
شهردار لشت نشا اضافه کرد: این کار کمتر در گیلان انجام شده و این عمل باعث می‌شود که از خاکبرداری مجدد و مصرف مجدد مصالح؛ صرف هزینه و زمان جلوگیری کنیم.

در این راستا، آقای مهندس طهماسبی مدیر آزمایشگاه فنی مکانیک خاک استان گیلان و هیئت همراه وآقای مهندس غفاری؛ مدیر عامل شرکت مهندسین مشاور طراحان البرزسبز از مراحل اجرای پروژه و دیگر پروژه‌های در دست اجرا شهرداری لشت نشا بازدید میدانی بعمل آوردند. مهندس صالحی درخصوص جمع‌آوری آب‌های سطحی نیز یادآور شد: سه‌کیلومتر پروژه لوله گذاری و جمع‌آوری آب‌های سطحی در شهر انجام شده است که البته در فازهای بعدی و در نقاط چالشی لوله‌گذاری استمرار خواهد یافت. وی اضافه کرد: درخصوص نقاط حادثه خیز هم دیوارگذاری رودخانه اوشمک در فاز سوم آن در حال اجرا می‌باشد و در بحث گردشگری و سرمایه‌گذاری طرح مطالعاتی آن انجام شده تا از سرمایه‌گذاران برای این کار دعوت شود. صالحی اذعان داشت: تمامی این امور با کمک و همراهی اعضای محترم شورای شهر صورت گرفته و خوشبختانه تاکنون توانسته‌ایم خدمات قابل‌قبولی برای مردم انجام دهیم. وی همچنین درخصوص طرح تفکیک زباله از مبدا گفت: این مبحث مهم در سطح شهر در حال اجرا و آموزش می‌باشد و جمع‌آوری زباله‌های خشک از مبدا توسط شهرداری انجام می‌شود چرا که در این خصوص پیمانکاری دعوت نشد و شهرداری راسا و به‌منظور بهبود امور شهری و خدمت به شهروندان این کار را انجام می دهد.

طراح: بیژن گورانی

جدول ۶۶۰۷

جدول عادی



افقی: ۱) قرقره کاغذ- یک هزارم متر- گشاد نیست۲) رنگارنگ- قطع عملیات جنگی- تنها۳) کشور آفریقایی که مستعمره فرانسه بود- بالابر طبقاتی۴) برده- بتی در عصر جاهلی۵) از بیماری‌های فصل سرما- خش تصویر ویدئویی- جانور خیالی ترسناک۶) اسباب ولوازم- داخل- آغشته به رنگ۷) آرامش دادن- بی‌ریا- شالوده۸) نخ‌های عمودی پارچه- از ارزهای دیجیتال- جزیره یونانی۹) برادر عرب- مصیبت‌ها- بهشتی۱۰) پرچم- از مباحث ریاضی- صبحانه نخورده۱۱) شغل وزیر- از سازهای بادی برنجی در ارکستر سمفونیک- مشهور۱۲) ویران‌کننده- رمان مشهور دافنه دوموریه۱۳) عموی پیامبر(ص)- شاخه‌ای از پزشکی که به حفظ عملکرد طبیعی استخوان‌ها می‌پردازد۱۴) پلیس سایبری- دستگاه پخش همراه- رجحان۱۵) کار برجسته- از انواع انرژی- تنبل جالیزی.

عمودی: ۱) دروغ نمی‌گوید- مقدس و ممنوع- ادا و اطوار۲) دوستی- روز قیامت- از مصالح ساختمانی۳) کتیبه- پدر عمار- اسب تندرو۴) بزرگ‌ترین رویداد ورزشی دنیا- پدر طب یونانی۵) توانگر- برچسب- ادامه یافتن۶) ابزار- غلاف شمشیر- ابزار سنجش۷) در نقاشی و تذهیب به عنوان رنگ آبی به‌کار می‌رود- ابزار سنگ‌تراشی- گریستن۸) نشانه مصدر جعلی- نوعی زبان خاص تصویری که با طنز و شوخی همراه است- خودم۹) حکمت ارسطو- فاخته- ذبح در راه خدا۱۰) لبخند ملیح- همنشین- جوی طبیعی۱۱) ابزاری برای انتقال پیام- رهبر انقلاب ۱۹۱۷ روسیه- نوشتاری۱۲) شعله آتش- تأمین‌کننده معاش افراد خانواده۱۳) نام دیگر شهر مدائن- تلاشگر- چکش سنگین فلزی۱۴) پسندیده- از مباحث دانش ریاضی- رهاورد بیماری۱۵) دریاچه دیدنی لرستان- فرمان توقف- بخش مراقبت‌های ویژه در بیمارستان.

جدول ویژه

افقی: ۱) نوعی خط‌کش- دختر امام علی(ع)- گناه۲) ایستاده- رایگان- کم‌پشت۳) از آثار طبیعی و باستانی جزیره هرمز- فقیر و تنگدست۴) آیین‌های سنتی- آخرین غزوه پیامبر اسلام(ص)۵) پایبند- پرنده‌ای شبیه کبک- مترسک۶) دوقلو- گاو شخم‌زن- امپراطور دیوانه روم باستان۷) نژاد مردم پرو- اقامتگاه تابستانی- داخل۸) راندن و دور کردن- لوزه سوم انسان- میوه انرژی‌زا۹) سرچشمه حیات- بی‌هوشی گذرا- فرزند کیومرث در شاهنامه۱۰) کتاب قانون مغولان- سرباز نیروی دریایی- برابر بودن۱۱) استواری در اندیشه و اراده- ترشحات زلال دستگاه گوارش در دهان- شهر باستانی و قرمزرنگ اردن۱۲) تغار چوبی- ویولن آلتو۱۳) معادل فارسی حق التدریس- گودرخمه تاریخی کرمانشاه۱۴) بستنی چوبی- نان پاره گدایی- برابر۱۵) پارچه کهنه- ترشح کردن- ظریف و شکننده.

عمودی: ۱) از همسران حضرت رسول(ص)- پرنده- خوردن۲) زمستان- اثری به قلم داستایفسکی- نماز واجبی که وضو لازم ندارد۳) کتیبه- پسر معاویه- نمایشنامه‌ای از اسکار وایلد، نویسنده ایرلندی۴) از ابزار هنر خوشنویسی- نامی دخترانه۵) کلاه پادشاهی- مغازه- آرایش صورت۶) جوانمرد- به رنگ دود- پهلو۷) فرزند سیاوش، پادشاه کیانی- جانشینان- به هوش باش۸) میان- نویسنده فیلمنامه پدرخوانده- جدید۹) قیمت- اندک- دوره ای از زندگی زنان۱۰) درگذشت- مسافر سرزمین عجایب- نیروها۱۱) پند گرفته از عمل نادرست خود- ویرایش- بنیانگذار حزب کمونیست۱۲) قصر باشکوه- دستگاهی برای براده برداری از فلزات۱۳) اتومبیل جهانگردی- مرگ- بدون استحکام۱۴) مدح و ستایش- خلوت و خاموش- تیره۱۵) ام القری- تاکنون- کمک‌کننده.

حل جدول عادی ۶۶۰۶

	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵
۱	ا	ل	ف	ب	ا	■	ا	س	ر	ا	ف	ب	■	ص	ر
۲	س	و	ر	ی	ن	ا	م	■	ا	س	ت	خ	و	ا	ن
۳	ر	ا	■	ک	ش	ت	ا	پ	و	■	ا	و	ر	ن	ک
۴	ا	م	ت	■	ا	س	ک	ر	ی	م	■	ش	ا	غ	ر
۵	ف	ه	ی	م	■	ا	ن	س	■	ک	م	ی	ن	■	و
۶	ی	■	ز	ا	ر	غ	■	ن	ه	ر	و	■	ی	و	غ
۷	ل	ه	ا	■	س	ا	ر	■	د	ل	چ	و	ی	■	ن
۸	■	ا	ب	ن	ب	د	ی	■	م	ه	ت	ا	ب	ی	■
۹	ر	ج	■	ق	ی	ل	و	ل	ه	■	ا	ک	ا	د	ن
۱۰	ا	ر	ش	■	ن	ا	د	ی	■	ب	ی	ن	ا	■	ا
۱۱	ی	■	ت	ر	ک	ل	■	پ	د	ر	■	د	ر	ک	ز
۱۲	ا	خ	ر	ا	■	ت	و	ا	ش	ی	ح	■	س	ا	ک
۱۳	ت	ش	خ	ی	ص	■	ا	ز	م	ن	د	ی	■	ل	ب
۱۴	ا	ت	ا	ت	و	ر	ک	■	ن	ک	ا	ر	ک	ر	ی
۱۵	ر	ک	ن	■	ت	و	س	ر	ی	■	د	ا	ر	ی	ن

حل جدول ویژه ۶۶۰۶

	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵
۱	ت	ا	ی	س	■	ت	و	ر	ن	ک	■	ل	ق	ب	
۲	س	ت	ا	ر	خ	ا	ن	■	د	ر	ا	ک	و	ل	ا
۳	و	ب	■	ه	ی	س	ت	ر	ی	■	ز	ب	ی	د	ی
۴	ش	ا	م	■	ف	ت	و	س	ف	ر	■	ر	ز	ر	و
۵	ی	ع	ن	ی	■	ا	ر	ت	■	م	ه	ی	ا	■	ب
۶	م	■	ق	ب	ا	د	■	ن	ه	ا	ن	■	ن	و	ا
۷	ا	د	ا	و	ه	■	د	ی	و	ی	د	ی	■	ا	ب
۸	■	ق	د	س	ی	ا	ن	■	ر	ت	ن	و	ل	■	
۹	پ	ا	■	ت	ا	ب	ی	د	ن	■	ک	ب	ر	ی	ا
۱۰	ا	ق	ل	■	ن	د	ا	ف	■	خ	م	و	د	■	خ
۱۱	س	■	ا	ن	ه	ا	■	ت	ش	ر	■	ع	ا	د	ت
۱۲	و	ا	ل	ا	■	ن	ا	ر	ک	و	ک	■	ن	ا	ی
۱۳	خ	و	ا	ن	ا	■	ی	ک	ر	ا	س	ت	■	د	ا
۱۴	ت	ا	ن	ا	ک	چ	ا	■	ا	ر	ا	ی	ش	ک	ر
۱۵	ه	ر	د	■	د	ا	ر	ا	ب	■	د	ک	ت	ر	ی