ZENDEGI-SALAM
ضمیمه روزنامه خراسان
چهارشنبه • ۹ آبان ۱۳۹۷
۲۱ صفر ۱۴۴۰ • ۳۱ اکتبر ۲۰۱۸
شماره ۱۹۹۵۲
۱۱۷۵

زندگی سلام

ستاره‌های اینستاگرام در مستندی جالب از پشت پرده زندگی و درآمدشان می‌گویند

آن روی اینستاگرامرها!

چیست؛ آدم‌های خوشحال با زندگی‌های رنگی که معلوم نیست کی، چرا و چطور ناگهان مشهور و محبوب شدند؛ بیشترشان جز سفر و کافه و دورهمی و خرید و البته عکس گرفتن از همه این‌ها، کار خاصی نمی‌کنند یا حداقل ما نمی‌بینیم و نمی‌دانیم. اینستاگرامر، درباره این آدم‌ها و وجه نادیده و ناشنیده زندگی آن‌هاست. آن‌ها چرا معروف‌اند؟ چرا به اندازه یک هنرپیشه با چندین سال سابقه کار یا یک موزیسین با کارنامه کاری قابل اعتنا، دنبال کننده و طرفدار دارند؟ ما توی صفحه این افراد دنبال چه چیزی هستیم؟ مستند، به بخشی از این سوالات جواب می‌دهد. جواب بقیه سوالات را هم در گفت‌وگوی ما با کارگردان فیلم و یک کارشناس رسانه، می‌توانید پیدا کنید. اگر فضای اینستاگرام و سازوکارش برای‌تان جالب است و ساکن شهر مشهد هستید، دوازدهم آبان‌ماه می‌توانید فیلم را در پردیس هویزه با حضور کارگردان ببینید و در جلسه نقد و بررسی‌اش حضور داشته‌باشید.

الهه توانا، مرجان دهقان | روزنامه‌نگار

پرونده

چندروز پیش تصمیم گرفتم «اینستاگرامر» را ببینم؛ مستندی اکران شده در گروه هنر و تجربه که مثل بقیه فیلم‌های این سینما، نه تبلیغ و هیاهویی برایش راه افتاده‌بود و نه اسم کارگردانش را شنیده‌بودم. از اسم فیلم مشخص بود اگر یک‌ساعت‌ونیم خوبی را توی سالن نداشته‌باشم، دست‌کم مجبور به تحمل قصه‌های نخ‌نما با محوریت دروغ و خیانت و فقر و بدبختی هم نیستم. در توضیح فیلم نوشته‌بود: «اینستاگرامر، موضوع پیدایش و رشد ستاره‌های دنیای اینستاگرام است؛ ستاره‌هایی که نمی‌توان دلیل واضحی برای ستاره‌شدنشان پیدا کرد». این دو جمله مجابم کرد بلیت بخرم. اگر شما هم کاربر اینستاگرام باشید، حتما می‌دانید منظور از «ستاره‌های بی‌دلیل» این افراد، اولین کسانی بودند که در ایران از اینستاگرام استفاده کردند و مخاطب زیادی گرفتند. دلیل دوم انتخاب این افراد و انتخاب نکردن کسانی که فالوئرهای خیلی بیشتری دارند، این بود که دوست داشتم بروم سراغ شهرت بی‌دلیل. دلیل معروفیت کسانی که محتوای کمدی دم‌دستی تولید می‌کنند یا دعوا و کل کل راه می‌اندازند، برایم واضح بود. توی خیابان هم وقتی دو نفر دعوا می‌کنند، یک‌سری آدم دورشان جمع می‌شوند اما این که چرا عکس گرفتن‌های ساده چندنفر آدم معمولی از قهوه و مسافرت‌شان، این همه دنبال‌کننده دارد، برایم جذاب بود. هنوز جواب مشخصی ندارم که این افراد چرا معروف‌اند و جالب این جاست که خودشان هم نمی‌دانند. جدی می‌گویم. فقط از یک‌جایی به بعد فهمیدند این مدلی جواب می‌دهد. کاری که دوست داشتم انجام بدهم اما به دلایل روایی برایم ممکن نبود، حرف زدن با فالوئرها بود. نتوانستم جایش را توی فیلم پیدا کنم ولی می‌خواستم سراغ مخاطب اینستاگرامرها هم بروم و بفهمم انگیزه‌شان از دنبال کردن آن‌ها چیست.

گفت‌وگو با کارگردان فیلم درباره «اینستاگرامر» و اینستاگرامرها
خودشان هم نمی‌دانند چرا معروف‌اند

«سینا کیان‌پور» متولد ۶۸ است، کارشناسی سینما و کارشناسی‌ارشد عکاسی خوانده و غیر از کارگردانی، تهیه و تدوین فیلم را هم برعهده داشته‌است. با او درباره دغدغه‌ای که به ساخت «اینستاگرامر» منجر شد و روند ساخت فیلم‌اش، گپ زدیم.

شما خودتان هم‌سن‌وسال اینستاگرامرهایی هستید که با آن‌ها مصاحبه کردید؛ پیج اینستاگرام تقریبا فعالی هم دارید. نگاه منتقدانه‌تان به آن‌ها و روال زندگی‌شان از کجا می‌آید؟

البته کسانی که توی فیلم دیدید غیر از یکی دونفرشان، دهه هفتادی‌اند. به‌طور کلی اینستاگرامرها متولد دهه ۷۰ هستند. دلیل ام برای ساخت مستند از آن‌جا می‌آید که از یک‌جایی به‌بعد به‌عنوان یک کاربر ساده اینستاگرام متوجه شدم در این فضا، یک‌سری اسم را زیاد می‌بینم و می‌شنوم. کنجکاو شدم بفهمم این‌ها چه کسانی هستند که مدام به چشم‌ام می‌خورند و عده زیادی صفحه‌شان را دنبال می‌کنند. به‌نظرم رسید اتفاق جدیدی در حال وقوع است. رسانه تازه، نوع جدیدی از شهرت را به‌وجود آورده‌بود که پیش از آن در کشورهای دیگر، شبیه‌اش را دیده‌بودم؛ مثلا یوتیوب در آمریکا شهرتِ برپایه اینترنت و فضای مجازی را ایجاد کرده‌بود. حالا این اتفاق داشت در ایران می‌افتاد؛ اینستاگرام فضایی فراهم می‌کرد که عده‌ای معروف شوند. خوشحالم که متوجه این نگاه منتقدانه شدی. یک عده به من گفتند رویکرد بی‌خاصیتی در فیلم‌ات داشتی و عده‌ای دیگر معتقد بودند با اینستاگرامرها همراهی کرده‌ام.

شما به‌وضوح در این مستند، کسی یا چیزی را زیر سوال نبرید اما همین احساس نیاز به ساختن فیلمی درباره اینستاگرامرها یعنی نقد و نظری پشت‌اش وجود دارد. من فکر کردم نگاه بی‌طرفانه‌تان به این دلیل بود که خواستید به مخاطب جهت ندهید.

این درست‌ترین برداشتی است که دوست داشتم از فیلم به ذهن برسد. دلم می‌خواست چیزی را که وجود دارد، نشان بدهم و این قضاوت نکردن، کاملا عمدی بود. البته قبل از شروع کار، نگاه از بالا به پایینی به این مدل استفاده از اینستاگرام و اینستاگرامرها داشتم اما در جریان تحقیقات، سعی کردم بیشتر یک ناظر باشم تا جهانشان را بفهمم. نگاهم نیز به مرور تعدیل شد و کم کم توانستم آن آدم‌ها را در جایگاه خودشان درک کنم؛ به‌هرحال کسانی هستند که زندگی‌شان از این راه [اینستاگرام] می‌گذرد.

ولی به‌هرحال، سوال‌ها و مسئله‌هایی داشتید که دنبال جواب‌شان می‌گشتید؛ مثل قضیه پول درآوردن اینستاگرامرها از هیچی!

یکی از نکات مهم برایم نشان دادن این بود که چطور یک چیز الکی، جدی می‌شود. خب این جریان جدی شدنِ فعالیت در اینستاگرام؛ تبلیغ کردن، دعوا، کل کل و درآمدِ هم با خودش به همراه دارد. از بیرون هیاهوی بسیار برای هیچ به‌نظر می‌رسد اما برای خودشان خیلی مهم است که مثلا چه کسی «اینستامیت» (رویدادی جهانی که بانی‌اش اینستاگرام است با هدف دورهم جمع شدن اینستاگرامرها) برگزار کند. برای همین است که گاهی پشت سر هم حرف می‌زنند و بدوبیراه می‌گویند و حرص می‌خورند. این‌ها نکاتی بود که از قبل دنبالش بودم. به‌علاوه، در ۸-۹ ماهی که تحقیقات‌مان طول کشید، با اینستاگرامرها جلسات مفصلی برگزار کردیم و سوال و جواب‌های‌مان مسیر کار را مشخص کرد. تعداد بچه‌ها خیلی بیشتر بود و درنهایت این چندنفر، انتخاب شدند.

آدم‌های مستند تان را بر چه اساسی انتخاب کردید؟

اینستاگرامرها که با زندگی لوکس و تزیین‌شده‌شان معروف‌اند، جلوی دوربین شما از وجوه ناگفته زندگی‌شان حرف زدند؛ چطور راضی به این کار شدند؟

بعضی از بچه‌ها می‌گفتند تو می‌خواهی پنبه ما را بزنی. بعضی‌ها نگران بودند توجه کسانی که نباید، به آن‌ها جلب شود و دردسر در پی داشته‌باشد. این چالش همیشگی مستندسازی است که با سوژه واقعی در جهان واقعی سروکار دارد. یک بخش ماجرا، تلاش ما برای اعتمادسازی بود و بخش دیگرش، احساس راحتی بچه‌ها در مدیوم سینما. آن‌ها در اینستاگرام احساس امنیت ندارند چون آن‌جا باز خوردها خیلی مستقیم و لحظه‌ای است. مثلا درباره روحانی توی فیلم، هنوز هم کسی چهره همسرش را بدون پوشیه ندیده اما به ما اعتماد داشتند چون می‌دانستند سوءاستفاده و حاشیه‌ای وجود نخواهد داشت.

آیا چیزهای دیگری از پشت پرده ماجرای اینستاگرامرها هست که خودتان فهمیده باشید ولی در فیلم نیامده باشد؟

بله، برای نشان دادن یک‌سری چیزها معذوریت اخلاقی داشتم؛ دلم نمی‌خواست کسی این وسط خراب شود. مثلا در پویش خیریه‌ای که اینستاگرامرها راه انداخته‌بودند، یک نفرشان مقداری پول برداشته‌بود. البته بقیه بچه‌ها آن مبلغ را خودشان جبران کردند ولی به‌هرحال مسائل این چنینی هم وجود داشت یا مثلا بدوبیراه‌هایی که سر اینستامیت‌ها به هم می‌گفتند خیلی جدی‌تر از چیزی بود که در فیلم دیدید.

خانم آکر ماهی‌صفت در مستند اینستاگرامر

این که چرا ما اینستاگرامرها را دنبال می‌کنیم به متغیرهای گوناگون اجتماعی، اقتصادی و مذهبی بستگی دارد اما به‌طور کلی هر موضوعی که در فضای فیزیکی با محدودیت روبه‌روست در فضای مجازی بیشتر از آن استقبال می‌شود

دکتر «احسان پوری» کارشناس رسانه‌های جمعی تحلیل می‌کند:
چرا اینستاگرامرها را فالو می‌کنیم؟

مستند «اینستاگرامرها» به دلیل محدودیت‌های روایی و سینمایی، به همه سوالات بیننده درباره اینستاگرام، فعالان و مخاطبانش پاسخ نمی‌دهد. به همین دلیل دکتر «احسان پوری»، دانش‌آموخته مدیریت رسانه، توضیح می‌دهد که ما به چه دلیل اینستاگرامرها را به‌عنوان گروهی قابل اعتنا می‌پذیریم.

به چه دلیل فعالان مجازی، بی‌آن که کار خاصی انجام بدهند، محبوب و مشهور می‌شوند؟

تعاریف فضای مجازی با تعاریف فضای واقعی متفاوت است. در فضای اجتماعی واقعی، جریان اطلاعات از بالا به پایین است؛ یعنی فقط رهبران فکری هستند که می‌توانند برای خود رسانه داشته‌باشند و مخاطب جذب کنند. به عبارت بهتر برای داشتن دنبال کننده در فضای اجتماعی واقعی، باید حرفی برای گفتن داشته‌باشیم اما ویژگی‌های فضای مجازی به ما امکان می‌دهد که با هر سطح سواد و دانشی به تولید محتوا بپردازیم و مخاطب جذب کنیم. جریان اطلاعات در فضای مجازی به صورت افقی و کاملا تعاملی است. افراد در این فضا هم می‌توانند فرستنده اطلاعات باشند و هم گیرنده آن. دوران تک کانالی جریان اطلاعات با پدید آمدن فضای مجازی به پایان رسیده است. اگر در گذشته برای جذب مخاطب نیاز به توانایی ویژه‌ای بود، امروز همه با فضای مجازی یک رسانه مستقل در اختیار دارند که می‌توانند هر محتوایی را در آن منتشر کنند. این که چرا ما اینستاگرامرها را دنبال می‌کنیم به متغیرهای گوناگونِ اجتماعی، اقتصادی و مذهبی بستگی دارد اما به‌طور کلیِ هر موضوعی که در فضای فیزیکی با محدودیت روبه‌روست در فضای مجازی بیشتر از آن استقبال می‌شود.

نظر شما درباره دسترسی همه ما به یک رسانه مستقل فارغ از سواد و دانش‌مان چیست؟

به این موضوع از دو منظر می‌توان نگاه کرد. طبق اعلامیه جهانی حقوق بشر همه حق دسترسی، استفاده و انتشار اطلاعات را دارند و فناوری‌های جدید این امکان را در اختیار مردم قرار داده‌است. اما نحوه استفاده از این امکان جای بحث دارد. مشکلاتی که امروز شاهد آن هستیم نتیجه استفاده نادرست از فضای مجازی است؛ گذر زمان، ارتقای سواد رسانه‌ای و فرهنگ‌سازی، این فضا را به پختگی لازم می‌رساند. وظیفه فرهنگ‌سازی در وهله اول به عهده خود مردم است. ما هروقت این وظیفه را به عهده نهادهای دولتی و حکومتی گذاشتیم و آن را از بالا به پایین انجام دادیم شکست خوردیم، زیرا این کار به درستی انجام نشده‌است. به جای آموزش و کنترل، سانسور کردیم که تضادهای اجتماعی نتیجه آن است. اگر جریان اجتماعی را به حال خود بگذاریم و صرفا دیدگاه‌ها و اطلاعات مفید درباره آن در اختیار مخاطبان قرار دهیم این فضا کم کم به ثبات و تعادل می‌رسد.

چرا بعضی از اینستاگرامرها برای خودشان مسئولیت اجتماعی خاصی قائل هستند؟

برای پاسخ به این سوال قبل از هر چیز باید بدانیم چرا مردم به تولید یا دنبال کردن این محتواها گرایش دارند. یکی از دلایل‌اش تولید نشدن محتوای ارزشمند در فضای مجازی است. وقتی ما محتوای مناسبی نداشته‌باشیم هر چیزی امکان جذب مخاطب را پیدا می‌کند. توضیح ساده این که وقتی چشم ما به دیدن زیبایی عادت نداشته‌باشد، به‌راحتی هر چیزی را دنبال می‌کند. متاسفانه ما نتوانسته‌ایم از فرصت‌های فضای مجازی برای تولید محتوای ارزنده مردم‌پسند استفاده کنیم، میدان به دست محتواهای عامه‌پسند افتاده‌است. حالا این که چرا بعضی از اینستاگرامرها با بالا رفتن تعداد دنبال کننده‌هایشان، در زمینه‌های مختلف اظهار نظر می‌کنند یا مسئولیت اجتماعی خاصی برای خود متصور هستند، صرفا باور خودشان است. درواقع این موضوع از بی‌رسالتی نشئت می‌گیرد و برای جذب مخاطب است. در بعضی مواقع هم بالا رفتن تعداد دنبال کنندگان، ترغیب کننده افراد برای تولید محتواهای این چنینی است. شاید بهتر باشد به جای صادر کردن حکم کلی برای این موضوع، آن را به صورت موردی بررسی کنیم.

2,739,596

مروری بر نقاط مثبت و منفی فیلم

آن‌چه در ادامه می‌خوانید، نظر شخصی ما درباره «اینستاگرامر» است. خطر لو رفتن فیلم که در کار نیست؛ چون اساسا با قصه به آن معنا که در سینمای قصه‌گو سراغ داریم، مواجه نیستیم. اما اگر دل‌تان می‌خواهد برداشت شخصی‌تان از فیلم تحت تأثیر قرار نگیرد، می‌توانید خواندن این بخش را به بعد از دیدن مستند موکول کنید.

قوت فیلم در چیست؟

+ دست گذاشتن روی موضوعی به‌روز؛ در جولان سوژه‌های تکراری بی‌خاصیت در سینما، صرف حرف زدن درباره اینستاگرام اتفاق خوبی است. از طرف دیگر، هرچه آسیب‌شناسی و تحلیل و بررسی درباره فضای مجازی انجام می‌شود، در چهارچوب میزگردها و همایش‌های آکادمیکی است که نه به گوش مخاطب فضای مجازی می‌رسد، نه نتیجه و اثرش معلوم است.

+ ریتم خوب؛ سوژه‌های اینستاگرامر گرچه همه‌شان به یک دلیل واحد جلوی دوربین هستند اما هرکدام، قصه و ماجرای خودشان را دارند. تقسیم‌زمان بین این افراد، کمک کرده فیلم از ریتم نیفتد. از طرف دیگر، کارگردان از هولِ نمایش همه آدم‌معروف‌های اینستاگرام توی دیگ نیفتاده و با حجم زیادی از اطلاعات مخاطب را گیج و خسته نمی‌کند.

+ نداشتن سوگیری؛ عمده نقدها درباره مستند، همان‌طور که در مصاحبه با کارگردان هم خواندید به جهت‌گیری نداشتن فیلم معطوف است. ایرادی که اتفاقا از جهتی، قوت به‌شمار می‌رود. مخاطب اینستاگرام و اینستاگرامرها، نوجوان و جوان هستند؛ کسانی که دل خوشی از نصیحت شنیدن ندارند. اینستاگرامر، در غیاب رویکرد معلم اخلاق‌گونه و شعار متداول «این‌ها همه مثل هم‌اند و می‌خواهند با ویترین زرق‌وبرق‌دارشان ما را فریب بدهند» قابل اعتنا و دیدنی از آب درآمده‌است.

1

ضعف فیلم، کجاست؟

- نبود پیشینه پژوهشی؛ گرچه هدف فیلم به گفته کارگردانش آسیب‌شناسی نبوده‌است اما در سوژه‌هایی که ظرفیت پرداخت جامعه‌شناختی و روان‌شناسانه دارند، غفلت از این موضوع کار را در سطح نگه می‌دارد. کمک گرفتن از چندمتخصص علوم انسانی، می‌توانست اینستاگرامر را از مستندی صرفا جذاب و اطلاع‌رسان به اثری چالشی، عمیق و قابل استناد تبدیل کند.

- سوژه‌های بی‌شناسنامه؛ هدف مستند، نمایش واقعیت یا حداقل بخشی از زندگی واقعی اینستاگرامرهاست؛ بعد از دیدن فیلم، می‌فهمیم این آدم‌ها در چه خانه‌ای زندگی می‌کنند، سر چه چیزهایی با هم بگومگو می‌کنند و لایک و کامنت ما پای پست‌های‌شان منبع درآمدشان است اما هنوز نمی‌دانیم دقیقا چه کسانی هستند؛ تحصیلاتشان چیست، حرفه و تخصصی دارند یا نه و قبل از اینستاگرام چه کار می‌کرده‌اند.

- نداشتن روحیه پرسشگری؛ فضای مجازی، چطور و تحت چه ساز و کاری به آدم‌ها توهم رسالت و مسئولیت می‌دهد؟ آیا هر کسی تلفن همراهش دوربین خوبی داشته‌باشد، می‌تواند نقش فرهنگ‌ساز و مصلح اجتماعی را ایفا کند؟ مخاطبان اینستاگرام، چطور اینستاگرامرها را در چنین نقش‌هایی می‌پذیرند؟ پاسخ دادن به این سوالات، شاید در حیطه وظایف یک مستند سینمایی نباشد اما «اینستاگرامر» این گزاره‌ها را در قالب سوال هم مطرح نمی‌کند.

جدول سخت [شماره ۴۵۹]

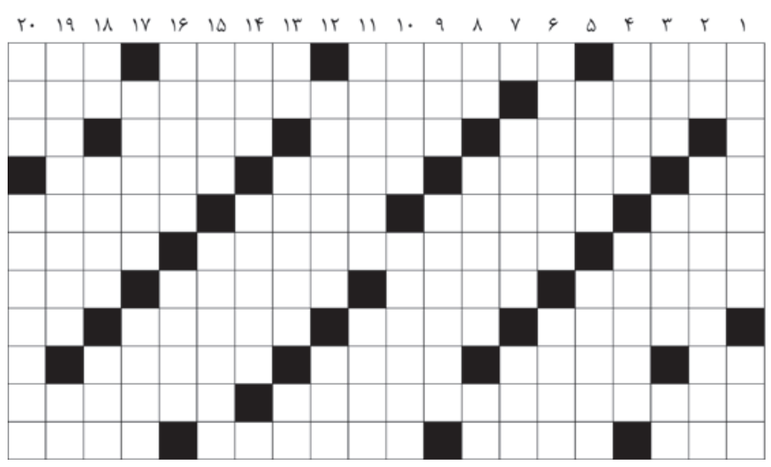
طراح جدول: بیژن گورانی

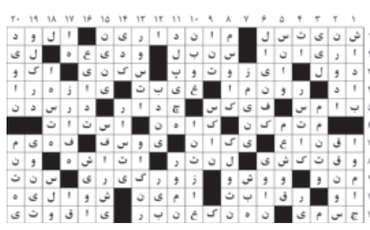
افقی

۱- پوست دباغی شده- پی در پی- حلال نیست- رها و آزاد ۲- شهر خیالی در انتهای مشرق عالم- پیکر تراش بزرگ ایرانی و خالق مجسمه نادر شاه در مشهد ۳- منشی- حاجت- تغییر یافته- فراوان‌ترین فلز معادن ایران ۴- درختچه‌ای گرمسیری- صحن بستان ذوق بخش و صحبت ...خوش است- به‌سامان- پرنده‌ای شبیه بوقلمون ۵- قوم حضرت هود(ع)- استانی در شمال عراق- خش تصویر ویدئویی- اسب دورگه ۶- دریاچه‌ای در سوئیس- مجموعه داستانی نوشته منیرو روانی‌پور- افزون شونده ۷- چالاک- تازه بالغ شده- سازگاری- زمان معین ۸- وسیع‌ترین کشور جهان است- شور- نظم دادن- بوی رطوبت ۹- پایان‌نامه- دارنده- از باشگاه‌های معتبر فوتبال فرانسه- خواهران ۱۰- کتاب تاریخی پلوتارک که شرح حال بزرگ مردان روم و یونان است- میزبان جام جهانی ۱۹۹۴ فوتبال ۱۱- مزه فلفل- سرنوشته- انواع میوه و سبزی‌های خوراکی- دیوانگی.

عمودی

۱- مرگ ناگهانی و سریع- قسمت زیرین ۲- کتابی پرتیراژ با موضوع زنان و جنگ نوشته سیده اعظم حسینی- فرمانروای ولایت مدائن در زمان پادشاهی انوشیروان ۳- بدخلق- دوا- نام آذری ۴- نوعی گیوه- عالم ماده ۵- معجزه ختمیه- روز جزا ۶- قالب برشکاری فلزات- مربوط به هجرت ۷- زره جنگاوران قدیم- سم حشره کش ۸- پیشوند تکرار- سلول عصبی- مخفف اگر ۹- حبس مادام‌العمر- مهمان ناخوانده ۱۰- افزایش دایم قیمت کالاها- کم کردن از مبلغ چک مدت‌دار و تبدیل آن به پول نقد ۱۱- پدر ادبیات کانادایی و نویسنده داستان‌های کوتاه درباره حیوانات وحشی- سمت چپ ۱۲- خاک قرمز رنگی که در مناطق گرمسیر یافت می‌شود- گله چهارپایان ۱۳- تکرار حرفی- مخلوط شوره و زغال و گوگرد- تیرپیکاندار ۱۴- سنت و آیین- اندوه و غم ۱۵- میوه‌ای شیرین با هسته درشت- مباهات کردن ۱۶- صدمه‌دیده- قائم به ذات ۱۷- وسیع و با صفا- نوعی شناور دریایی بی‌موتور ۱۸- حرف دهن کجی- سنگ مرمر- سور ونوده پنجم قرآن ۱۹- کنایه از گدایی کردن است- کجاست ۲۰- فرمان سکوت- تکیه‌گاه دوتکه محورهای گردنده.





حل جدول شماره ۴۵۸

جدول متوسط [شماره ۷۲۴۹]

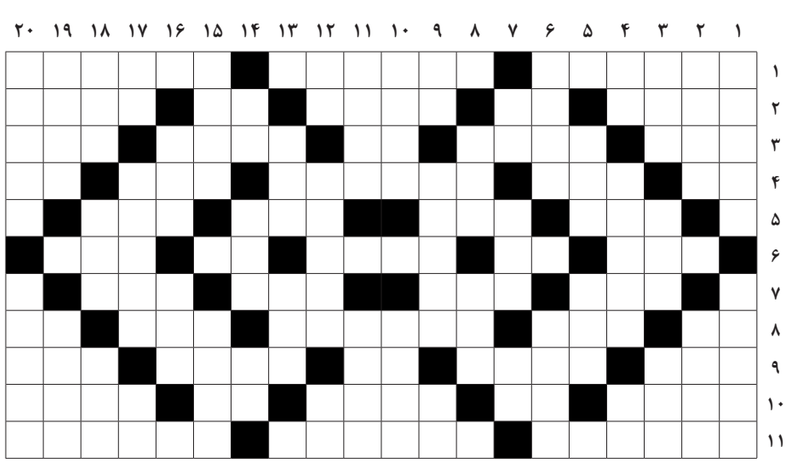
طراح جدول: مجید شادروح

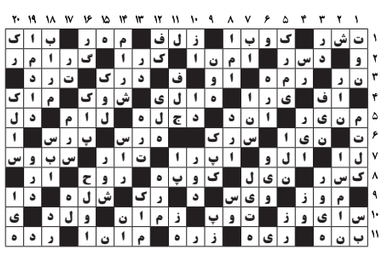
افقی

۱- قصه- از حواس پنجگانه- اوهام ۲- یابو- زائوتر سان- حریر- بوی رطوبت- سیم خارجی ۳- تابناک- علامت- تلخ- چهل و دومین سوره قرآن کریم- زهرآگین ۴- جهت- برزن- برابری- بزه- دوبار هم قد ۵- نحس- مصیبت- سر- شهر بادگیرها ۶- برش سینمایی- آب‌بند- شتر بی کوهان- پنبه پاک‌نکرده- فوری ۷- عدل- قصد- درخت اعدام- سرگشته ۸- واحد سطح- عزم- رویارویی- منزل- عدد فوتبالی ۹- طناب- مورد اعتماد- چهره- سوگ- افسانه ۱۰- تسمه- لحظه- لم یزرع- شب روستایی- نوعی زیرانداز ۱۱- عضو سفارت- ناخوشی- از پهلوانان نامی ایران زمین

عمودی

۱- رود اروپا- ابزار نقاش ۲- گرفتار- بی آبرو ۳- پوشش- خوشحال- آتش ۴- خیس- مختصر- دشمن سخت ۵- خواب- حرارت ۶- تازه کار- خرما فروش ۷- درون- پیکر- پول ژاپن ۸- مورچه- خجستگی ۹- دست عرب- فنی درکشتی- حرف نداری ۱۰- شاعر نوپرداز- آهسته ۱۱- حیثیت- جست‌وجوگر ۱۲- حرف انتخاب- خواست- تکرار حرف ۱۳- زمستان- واحد مقاومت الکتریکی ۱۴- جدید- نیرو- شوربا ۱۵- بیرون- پایه ۱۶- کلمه تصدیق- صمیمی ۱۷- وی- امتیازات- کسوت ۱۸- ابریشم پست- جای خلوت- نقره ۱۹- اشاره- دیکته ۲۰- پادزهر- رود خوزستان





حل جدول شماره ۷۲۴۸

گروه صنعتی سایان
مشاور، طراح و مجری:
- سالن های فلزی سوله
- اسکلت فلزی ساختمان های طبقاتی
- انواع جرثقیل سقفی
۰۹۱۷۰۷۷۸۰۱م
Email: sayansteel@yahoo.com
تلفن: ۰۵۱_۳۳۴۴۳۳۳۳