گیشه

محمود سلطان‌آبادی

وبلاگ‌ها و حوزه عمومی

یورگن هابرماس فیلسوف معاصر آلمانی اصطلاح «حوزه عمومی» را در ارتباط با جامعه مدنی بورژوایی به کار می‌گیرد. به اعتقاد او در وضعیت کلامی آرمانی افراد جامعه می‌توانند در شرایطی برابر و بدون اعمال فشار قدرت دولتی به گفت‌وگو و تبادل‌نظر در حوزه عمومی بپردازند. هر کس بالقوه حق و قدرت شرکت در این فضا را دارد و باز به گونه‌ای آرمانی، کسی را امتیازی نسبت به دیگران در این فضا نیست.

چنین موقعیتی که نقش دولتمردان یا عناصر سرمایه‌دار و بانفوذ را هم‌ارزش نقش شهروندان عادی می‌کند، تنها به همان شکاف نهادهای سیاسی و جامعه مدنی استوار است.

در تعریف هابرماس از حوزه عمومی، مهم‌ترین نقش بر عهده روزنامه‌ها و نشریات است، هر چند در کنار رسانه‌ها، هابرماس در بحثی کوتاه اما دقیق از نهادهایی چون انجمن‌های فرهنگی، باشگاه‌های تفریحی و اتحادیه‌هایی که بر اساس دفاع از حقوق صنفی ایجاد می‌شوند، به عنوان عواملی یاد می‌کند که در پیدایش و گسترش حوزه عمومی نقشی موثر و مهم بر عهده دارند. اگر بخواهیم از منظر هابرماس یگانه محور مشترک این نهادها را در نسبت با تاثیری که بر حوزه عمومی می‌گذارند، مشخص کنیم، آن محور دفاع از آزادی بیان است.

کشف و تبیین نسبتی که وبلاگ‌ها با حوزه عمومی برقرار می‌کنند، از آن جهت حائز اهمیت است که روزنامه‌ها، نشریات و نیز نهادهای صنفی، فرهنگی و اجتماعی که شکل‌دهنده حوزه عمومی بودند، طی چند دهه اخیر بیش از پیش در اکثر جوامع صنعتی تحت نفوذ و تاثیر دولت‌ها و شرکت‌های چندملیتی، ویژگی خاص خود را به عنوان نهادهایی مستقل میان دولت و جامعه مدنی از دست داده‌اند.

در عوض اینترنت و پدیده‌هایی منتج از آن از جمله وبلاگ‌ها، این امکان را یافته‌اند که در عرصه‌ای مستقل از نهادهای قدرت و ثروت، فضایی برای گفت‌وگوی آزادانه در مورد مسائل همگانی ایجاد کنند. همین امکان موجب شده بسیاری از اندیشمندان، هنرمندان و فعالان سیاسی مستقل، در کنار صدها هزار کاربر عادی برای طرح ایده‌ها و نظرات خود به بهره‌گیری از وبلاگ روی بیاورند.

وبلاگ‌ها به عنوان نهادی برای ساختن حوزه عمومی واجد ویژگی و کارکردهایی هستند که آن را از سایر نهادهای این حوزه مجزا می‌کند. سهولت ایجاد وبلاگ، عدم نیاز به پشتیبانی فنی و استقلال آن از زمان و مکان در مقابل محدودیت‌هایی که تاسیس یک روزنامه یا انجمن و باشگاه با خود دارد، برخورد و کنترل آن را از سوی حکومت‌ها دشوار و گاه غیرممکن می‌کند.

از جهان رسانه

محکومیت ترکیه به پرداخت غرامت به خانواده خبرنگار کشته‌شده

دادگاه اروپایی حقوق بشر، ترکیه را به دلیل کوتاهی در حفاظت از یک خبرنگار ارمنی‌تبار با وجود تهدید شدنش به مرگ، به پرداخت حدود ۱۷۷ هزار دلار (۱۳۳ هزار یورو) خسارت به خانواده وی محکوم کرد.

به گزارش ایسنا، بر اساس حکم این دادگاه این خسارت به دلیل نبود آزادی بیان و برای کوتاهی در انجام تحقیقات درباره قتل هرانت دینک به خانواده وی تعلق می‌گیرد.

دینک در ۱۹ ماه ژانویه سال ۲۰۰۷ در خارج از دفتر روزنامه اقلیت «اگوس» که سردبیری آن را برعهده داشت، در استانبول هدف گلوله یک نوجوان افراطی قرار گرفت.

این خبرنگار ارمنی‌تبار به دنبال تشویق آشتی میان ترکیه و ارمنستان بود اما چند سال قبل از مرگش به دلیل توصیف کشتار ارمنی‌ها در اوایل قرن بیستم توسط ترکان عثمانی به عنوان نسل‌کشی طبق قوانین ترکیه مجازات شد.

کشته شدن این خبرنگار به محکومیت بین‌المللی و بحث درباره آزادی بیان در ترکیه منتهی شد و ضارب و چند نفر دیگر برای مرگ وی تحت محاکمه قرار گرفتند.

وزیر خارجه ترکیه در بیانیه‌ای اعلام کرد این کشور برای این حکم تقاضای تجدیدنظر نمی‌کند و از این حکم تبعیت کرده و اقداماتی برای پیشگیری از وقوع مجدد چنین تخلف‌هایی انجام می‌دهد.

عراق مرگبارترین جنگ برای رسانه‌ها از جنگ جهانی دوم

بر اساس گزارش دیده‌بان مطبوعاتی خبرنگاران بدون مرز، جنگ در عراق با ۲۳۰ کشته مرگبارترین منازعه برای خبرنگاران از زمان جنگ جهانی دوم بوده است.

به گزارش ایسنا، طبق گزارش این سازمان مستقر در پاریس، شمار خبرنگاران کشته‌شده در جنگ عراق که با تهاجم نظامی امریکا در ماه مارس سال ۲۰۰۳ آغاز شد، بیشتر از جنگ ۲۰ساله ویتنام و جنگ داخلی الجزایر بوده است.

این گزارش دو هفته پس از خارج شدن آخرین دسته نیروهای نظامی امریکا از عراق و در همان روزی منتشر شد که ریاض السارای خبرنگار شبکه تلویزیونی العربیه هنگام ترک منزل خود در بغداد کشته شد.

بنا بر این گزارش، وی پانزدهمین خبرنگار العربیه است که از زمان سقوط صدام کشته می‌شود.

عاملان در ۹۹ درصد از ۲۳۰ مورد قتل خبرنگاران و کارکنان رسانه‌ای به مجازات نرسیده‌اند. اکثر خبرنگاران کشته‌شده عراقی بودند و بغداد با ۷۷ کشته، مرگبارترین شهر برای خبرنگاران بوده است.

نزدیک به ۷۰ درصد از خبرنگاران کشته‌شده برای مرگ هدف قرار گرفته بودند و همچنین دست‌کم ۳۰ خبرنگار بین ماه مارس ۲۰۰۳ تا ماه آگوست ۲۰۱۰ توسط نیروهای امریکایی دستگیر شده‌اند.

مدیریت رسانه در گفت‌وگو با حسین انتظامی

زمانی برای فرمالیست‌ها

ادامه از صفحه۱۵

–آقای انتظامی، شما از جمله مدیران مطبوعاتی هستید که نگاهتان به مطبوعات یک نگاه «شکلی» است. مثلاً سردبیری همانند احمد ستاری نگاه محتوایی به روزنامه و روزنامه‌نگاری داشت، شاید روزنامه را بیشتر از زاویه خبرنویسی و گزارش‌نویسی می‌دید. ایشان روزنامه‌نگاران بسیار خوبی را تربیت کرد، ولی به روزنامه کمتر نگاه شکلی داشت. پرسش من این است که این دیدگاه فرمالیستی چگونه در شما ایجاد شد، آیا به دنبال یک نوع مکتب فکری بودید؟

جواب خلاصه پرسش شما بله است اما ملاحظه‌ای دارد. اگر منظورتان از فرمالیسم اصالت دادن فرم به معنای گرافیک و رنگ و ظواهر بر محتواست، اگرچه بنده هم مثل همه، آنها را هم مهم می‌دانم ولی قائل به اولویت نیستم. بالاخره خاستگاه من هم روزنامه‌نگاری است، هرچند سابقه و تاثیرگذاری آقای ستاری بیش از بنده است. اما اگر فرمالیسم را به معنای «اصول»گرایی و تعهد به تعاریف، ساختارها و چارچوب‌ها بدانیم، بله بنده فرمالیست هستم. راستش به برخی چیزها و جزییاتی که کلیات را می‌سازند، اهمیت می‌دهم و حتی به تجربه دریافته‌ام بسیاری از کسانی که نمی‌خواهند زیر بار آن بروند به این دلیل است که می‌خواهند مسوولیت‌نشناسی و حتی شلختگی خود را توجیه کنند. من به ماکت اهمیت می‌دهم. مخاطب باید بداند در ستون سمت چپ صفحه سه روزنامه ما یا بخش «سبک زندگی» مجله ما چه چیزی چاپ می‌شود. حجمش تقریباً چقدر است. چه نویسنده یا نویسندگانی می‌نویسند. چه قالبی دارد. حتی می‌توانیم آپشنال ببینیم، ولی باید همان هم تعریف داشته باشد. «هرچه پیش آید، خوش آمد» در کار ما می‌تواند مصداق آماتورگری باشد. کارهای آماتوری در جای خودش بسیار خوب و لازم هم هست ولی وقتی فرمان یک روزنامه قدیمی و پرتیراژ را دستت می‌دهند باید رفتار حرفه‌ای داشته باشی و مراقب باشی به اسم نوآوری و تجربه‌گری و خلاقیت، اصول را زیر پا نگذاری.

من به رنکینگ اهمیت می‌دهم. اجازه نمی‌دهم جوانی که به سفارش این و آن یا حتی با کشف خودمان وارد کار می‌شود، بدون سابقه قبلی و از روز اول پشت فرمان بنشیند. در عین حال که به رشد استعدادها اعتقاد دارم اما جلوی «غوره نشده، مویز شدن» را می‌گیرم. متقابلاً اگر همان عزیز، مستعد باشد و از پیشکسوت‌ها یاد بگیرد و آن را همراه خلاقیت‌های خود بکند باید این تعهد را به او داشته باشیم که امکانش را فراهم کنیم تا به تدریج پشت فرمان بنشیند، نه اینکه به اسم پیشکسوت‌گرایی، جلوی رشد و جایگزینی افراد جدید را بگیریم. من به امضای صفحات توسط دبیر و سردبیر اهمیت می‌دهم، به حضور فیزیکی اهمیت می‌دهم چون روزنامه‌نگاری را کاری جدی و مسوولانه می‌دانم و کسانی که به بهانه تلالوهای هنری به دنبال ژولیده‌نمایی و فرار از مسوولیت ذاتی عنوان شغلی خود هستند نباید محور باشند.

به کار در چارچوب تعاریف و پایبندی به آن قائلیم. یعنی مثلاً دبیر فرهنگی بگوید در چه شرایطی کتابی را معرفی می‌کند. مثلاً بگوید شرط معرفی کتاب آن است که حداکثر سه ماه از انتشارش گذشته باشد و تالیف باشد. در این صورت اگر بنده و شما کتابی چاپ کنیم که ترجمه باشد حق ندارد معرفی کند. یا اگر پسرخاله‌مان کتابی فرستاد که شش ماه پیش چاپ شده، صادقانه از او عذر می‌خواهیم. البته برای چنین انضباطی، باید «اصول» تعریف‌شده خیلی دقیق و کارشناسانه باشد. معمولاً از همکاران می‌خواهم خودشان چارچوب‌ها را پیشنهاد کنند و سپس با کمک آنها، همان‌ها را کم و زیاد می‌کنیم. در همین مثالی که عرض کردم، فرض کنید اگر چنین اصولی برای معرفی کتاب به بنده داده شود با مشورت سردبیر یا دبیر با تغییراتی در تعاریف یا اصول به جمع‌بندی جدید می‌رسانیم. مثلاً برای کتاب‌های چاپ‌های دوم و سوم که از استقبال خواننده حکایت دارد، باید استثنا بگذاریم. شرط تالیف را برداریم. کتاب‌های تخصصی مثلاً پزشکی یا مهندسی که مخاطب عادی روزنامه با آنها بیگانه است از دایره کار خارج شود و به این پرسش پاسخ داده شود که آیا شرط معرفی، ارسال کتاب توسط ناشر است یا نه.

به نظر بنده این عیب خیلی بزرگی نیست که یک مدیر مطبوعاتی خبرنویسی نداند. این مهم نیست، هرچند اگر بداند بهتر است اما سردبیر باید ماهر باشد و پله‌ها را طی کرده باشد. اگر سردبیر خبرنویسی نداند عواقب ناگواری به دنبال خواهد داشت. مدیران عالی‌رتبه و مدیران استراتژیک لازم نیست ضرورتاً در حوزه خودشان متخصص باشند. حتی بعضی از استادان منابع انسانی معتقدند بهتر است یک مدیر در حوزه مدیریتی خودش صاحب‌نظر نباشد. مثلاً می‌گویند ضرورتی ندارد که وزیر بهداشت حتماً یک پزشک باشد. البته باید در هر صورت «مدیر» باشد. آنان می‌گویند لازم نیست وزیر صنایع حتماً مهندس باشد، چون اگر مثلاً مهندس مکانیک باشد این نگرانی هست که در دوره وزارتش، بخش مکانیک، رشد و توسعه پیدا کند.

– به دلیل اینکه سلیقه خودشان را تحمیل می‌کنند؟

بله، مثلاً اگر پزشکی که گرایش همیوپاتی دارد، وزیر بهداشت شود، همیوپاتی در کشور توسعه می‌یابد، در حالی که ممکن است در برنامه دولت سهم این نوع درمان، محدودتر دیده شده باشد یا از اساس انکار شده باشد.

–آیا می‌توانید مثالی بزنید؟

تعاریف مشخص در ماکت. ستون‌های هر روزنامه باید شناسنامه مکتوب داشته باشند، مثلاً «اصول»گرا بودن. تمام رسانه‌های خارجی یا لااقل آنها که مشهورند اصول حرفه‌ای خود را رسماً منتشر کرده‌اند. کدام روزنامه ما اولاً اصول دارد و ثانیاً آن را منتشر کرده است تا بر اساس آن مورد قضاوت قرار گیرد؟ کدام روزنامه ما برای ماکت خود، شناسنامه دارد، حتی اگر آن را منتشر نکند؟ شناسنامه که می‌گویم منظورم این است که روشن باشد هر جزء، ثابت است یا متغیر؛ جایش کجاست؟ چقدر حجم دارد؟ اگر کمتر یا بیشتر شد، چه راه‌حلی تعبیه شده؟ با چه رویکردی نوشته می‌شود؟ آیا تعاملی است یا یکطرفه؟ نویسنده ثابت دارد؟ محل قرار گرفتن نام نویسنده کجاست؟ فرق ارج‌گذاری به یک نویسنده مشهور با یک خبرنگار تازه‌وارد کجاست؟ برای نیروی انسانی هم همین‌طور. دبیر چه ویژگی‌هایی یا سوابق حرفه‌ای باید داشته باشد تا ما اجازه بدهیم پشت فرمان بنشیند؟ آیا امکان دارد کسی از بیرون بیاید و بدون سابقه روزنامه‌نگاری مستقیماً سردبیر شود یا سردبیر باید پله‌ها را به تدریج طی کرده باشد تا ولایت و مشروعیت او برای همکاران زیردستی قابل پذیرش باشد؟ آیا اساساً در نظام نیروی انسانی موسسه خودمان اجازه ورود عناصر بیرونی به مدیریت‌های میانی را می‌دهیم یا همکاران ما این اطمینان را دارند که افق‌های بالاتر برای آنها دست‌یافتنی است و مدیر ارشد به رشد آنها پایبند است؟ در چه شرایطی همکاران اجازه دارند پای بیانیه‌های سیاسی یا حتی حرفه‌ای را امضا کنند؟ در چه شرایطی می‌توانند وبلاگ شخصی داشته باشند؟ آیا همکاران روزنامه ما هدیه یا پیشنهاد سفر از حوزه‌های خبری خود را قبول می‌کنند؟ اگر خبرخوری داشته باشند با چه واکنشی روبه‌رو می‌شوند؟ متقابلاً اگر سوژه‌های بکر را شناسایی کنند، چگونه؟ اساساً مبنای حقوق و دستمزد چگونه است؟ تفاوت فردی که کارش بی‌عیب و نقص است با کسی که کار ضعیف تحویل می‌دهد در کجا دیده می‌شود؟ آیا نظام رنکینگ یا نظام جبران خدمات، یعنی همان حقوق و دستمزد، اولاً منطق و جامعیت دارد و ثانیاً مکانیسم آن به گونه‌ای طراحی شده که هوشمند و به موقع عمل کند؟ چه کسانی با چه ترازی اجازه ورود به اتاق تیتر را دارند؟ چه شوراهایی با چه ترکیبی و با چه دستور کاری و در چه زمانی تشکیل می‌شوند؟ سازمان آگهی‌ها تا چه ساعتی می‌تواند با ارسال آگهی، صفحات را تغییر دهد؟ تحریریه تا چه زمانی حق دارد صفحه را نگه دارد؟ مکانیسم چاپ دوم چیست؟ آیا روزنامه پشت نیروهای خود می‌ایستد یا غیرت و تعصب ندارد و متقابلاً تکلیف روزنامه با همکاری که از سر بی‌توجهی به یک خبر باعث جوابیه بحق یک دستگاه یا حتی شکایت مقبول می‌شود و بی‌آبرویی رسانه خود را می‌خرد، چیست؟ عناوین حوزوی و دانشگاهی را در چه شرایطی می‌نویسیم؟ آیا برای هر کسی که در دانشگاه تدریس دارد عنوان استاد می‌گذاریم یا به مدارج دانشگاهی (مربی، استادیار، دانشیار و استاد) پایبندیم؟ فونت امضا و محل قرار گرفتن آن کجاست؟ آیا محل قرار گرفتن امضا برای همگان یک جاست یا بسته به شأن فرد، تفاوت می‌گذاریم؟ آیا مصاحبه چالشی به معنای بی‌ادبانه وسط حرف مصاحبه‌شونده پریدن یا نقش بازجو یا مناظره‌کننده را بازی کردن است؟ آیا همکاران اصلی روزنامه که روزنامه با آنان شناخته می‌شود حق مطلب دادن به رسانه دیگر را دارند یا قبول می‌کنیم به اسم آزادی فعالیت‌ها، هر کدام از ما با رسانه‌های دیگر هم کار بکنیم؟ آیا چنین قواعدی و چنین سختگیری‌هایی برای نیروهای اصلی است یا شامل نیروهای حق‌التحریر هم می‌شود؟ اصول روزنامه ما برای رعایت امانتداری خبری و تصویری چیست؟ آیا می‌توان حقوق معنوی عکاس را نادیده گرفت؟ آیا موظفیم با کسی که مصاحبه می‌کنیم، متن نهایی را بدهیم یا نه؟ آیا نوشتن لید برای مصاحبه با فرد نه‌چندان مشهور، تابع قاعده است یا چون دوست ماست باید تحویل گرفته شود؟ چه نسبتی از خروجی باید تولیدی باشد؟ چه نسبتی از خروجی باید به قالب‌های مختلف مقاله، یادداشت، ترجمه، گفت‌وگو و... متعلق باشد؟ گرفتن یادداشت و تحلیل و مصاحبه درباره یک پدیده تا چه زمان پس از اتفاق منطقی است؟ یک موضوع تابع چه درجه‌بندی‌ای است؟ این سوالات بسیارند که باید هر تیم، پاسخ خودش را برای آن بیاید و لااقل برای خودش تدوین کند. به تجربه دریافته‌ام که اگر این اصول روشن باشد تکلیف خبرنگار، دبیر، سردبیر و مدیریت روشن است و یکدیگر را به آن چارچوب‌ها ارجاع می‌دهند.

– پس کارکرد دبیر گروه چیست؟

مثلاً برای این ستون، دبیران گروه هر روز در شورا سوژه‌ها را مطرح می‌کنند و مثل انتخاب تیتر اول هر کسی ایده خودش را می‌گوید و سردبیر جمع‌بندی می‌کند.

– در مدیریت رسانه با چه مشکلی مواجه شدید که احساس کردید یک روزنامه اول باید معضل شکلی را حل کند بعد به یکسری مباحث دیگر برسد؛ در واقع در ابتدا به چه معضلاتی برخوردید که احساس کردید موانع موجود باید به صورت شکلی مرتفع شود؟

تا ساختار نباشد اساساً بحث درباره محتوا و فرم بی‌معناست. تا وظایف، مسوولیت‌ها، اختیارات، نیازها، اقتضائات، مکانیسم‌ها (حتی مکانیسم دور زدن و اصلاح قواعد)، هماهنگی کار تیمی و... مشخص نشده باشد، نمی‌شود کار را شروع کرد. بعضی‌ها با بزرگنمایی کار محتوایی و پیچیده نشان دادن مسیر تولید حرفه‌ای به دنبال فرار کردن از چارچوب‌هایند. حرف من این است که روز اول، خودشان چارچوب‌ها را تعریف کنند و پس از تکمیل و تصویب، به آن پایبند باشند نه آنکه به اسم «پرهیز از محدود کردن خلاقیت» شلخته‌بازی دربیاوریم. این تکنیک ممکن است در مقابل مدیری که از روند فکر و تولید محتوا و کار روزنامه‌نگاری بی‌اطلاع است جواب دهد اما در مقابل مدیرانی که سابقه و صبغه محتوایی دارند جواب نمی‌دهد. بعضی‌ها واژه «اقتضایی» را شنیده‌اند و بر رفتار فاقد منطق یا بدون برنامه و فکر خود بلافاصله پسوند اقتضایی می‌گذارند. علم مدیریت این را نمی‌گوید. اسم «هرچه پیش آمد، خوش آمد» یا اسم انفعال یا اسم بی‌برنامه بودن، برنامه اقتضایی نیست.

–آقای انتظامی، اگر می‌خواستید در مباحث آموزشی تاثیر نگاه شکلی را بر محتوا تشریح کنید و بر اساس یک فرمول رسانه‌ای آن را تعریف کنید، چگونه آن را تبیین می‌کردید. در واقع یک نگاه شکلی چه تاثیری بر محتوا و نیروی انسانی ایجاد می‌کند؟

پرسش دشواری است و باید روی آن فکر کنیم. ارتجالاً عرض می‌کنم ساختارها هستند که محتوا را می‌آفرینند. در دعوای بین فرم و محتوا معمولاً یک عنصر دیگر مغفول واقع می‌شود. «موضوع» هم داریم. موضوع، مستقل و بلکه برتر از فرم و محتواست و فرم باید در خدمت آن قرار گیرد اما تا فرم به مفهوم ساختار و شکل نباشد اساساً محتوا موجودیت پیدا نمی‌کند، شاید چیزی شبیه دعوای اصالت وجودی‌ها با اصالت ماهیتی‌ها در فلسفه.

روزنامه‌نگاری کاری جدی و پرمسوولیت است. نمی‌شود تا ماکت نداشت، تا آیین‌نامه اخلاقی حرفه‌ای نداشت، تا نظام ارتقای نیروی انسانی نداشت، تا هماهنگی بین تحریریه و لجستیک نداشت، تا بازاریابی نداشت، همین جوری و در خلأ روزنامه درآوریم. اسم این الزام یا سختگیری را هرچه می‌خواهید بگذارید؛ فرمالیست بودن یا

سودوکو شماره۵۱

سودوکو Sudoku یک واژه ترکیبی ژاپنی به معنای عددهای بی‌تکرار است و امروزه به جدولی از اعداد گفته می‌شود که به عنوان یک سرگرمی رایج در نشریات کشورهای مختلف به چاپ می‌رسد.

قانون‌های حل جدول سودوکو:

۱- در هر سطر و ستون باید اعداد یک تا ۹ نوشته شود. بدیهی است که هیچ عددی نباید تکرار شود.

۲- در هر مربع ۳×۳ اعداد یک تا ۹ باید نوشته شود و در نتیجه هیچ عددی نباید تکرار شود.

3	6						7	4
1			3		7			6
		2				1		
	8			3			2	
			2		9			
	1			7			3	
		7				6		
9			6		1			7
6	5						9	8

حل سودوکو شماره۵۰

7	6	3	9	2	5	8	4	1
9	2	1	8	4	3	5	7	6
4	5	8	1	6	7	9	2	3
8	4	2	7	1	6	3	9	5
1	3	5	4	8	9	2	6	7
6	7	9	3	5	2	1	8	4
5	9	7	6	3	8	4	1	2
3	1	6	2	9	4	7	5	8
2	8	4	5	7	1	6	3	9

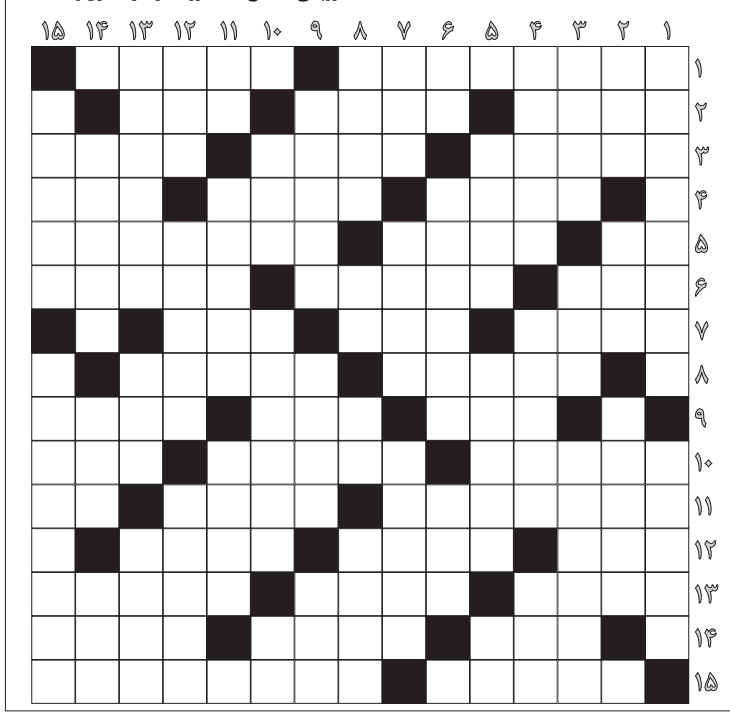
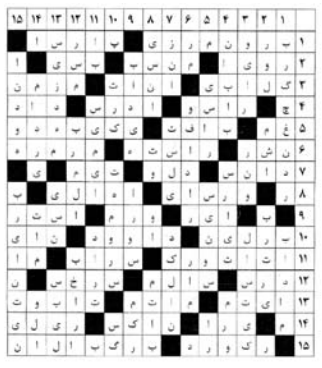
جدول شماره ۱۰۴۳

افقی

۱- افرادی با شانه پهن و قوی، تنومند - بی‌ادب، جسور ۲- خواب و خیال - نان شب مانده - نام یکی از کتاب‌های اوستا ۳- مکانی اطراف تهران- چاپلوسی - مامور انجام امور حقوقی از جانب دیگری ۴- زادگاه خواجه عبدالله انصاری - سمیع- ولی، شاید ۵- از الفبای انگلیسی- نه سرد و نه گرم- شهری در استان کهگیلویه و بویراحمد ۶- چین پیشانی - خطوط باریک که با آن تصاویر را به شکل سایه روشن نشان می‌دهند - ساخت و پاخت ۷- آبزی عظیم‌الجثه - ضمیر ملکی چهارم- نوعی درخت که سه نوع دارد ناز، سهی، آزاد ۸- دفتر نگهداری عکس - مجموعه کارمندان یک اداره ۹- دوستی - جانوری باهوش - لقب امام علی النقی(ع) ۱۰- صبحانه نخورده - فروزان- گذشتن نماز از وقت انجام ۱۱- پهلوان گود زورخانه - هلهله شادی - ویتامین خونی ۱۲- قطب مثبت باتری- ابزاری در نجاری - اشعه مجهول ۱۳- روزانه، هر روز - محوطه ورزشی سرپوشیده- قضاوت ۱۴- بله نجار - تکاور - چوبدستی، عصا ۱۵- جویبارها - پایتخت هلند.

عمودی

۱- تملق، سخنان مطبوع و دل‌انگیز گفتن - نشان دادن ۲- خویشاوند زن شوهردار - گریبان - حرکتی در کاراته ۳- پیشوایان - قربانگاه حج - خوشحال ۴- دالان - پروتئین گندم - در گویش خراسانی به معنی رفیق ۵- گریه و شیون - زیورآلات زنانه - علامت جمع ۶- عصاره و شیره - قطار برقی شهری- الفت ۷- قصد و آهنگ - محل قوه شامه - لاشه ۸- حاشیه کتاب - درختی پایا از تیره زیتونیان - سلسله، دودمان- ظرفیت شیمیایی ۹- ضربه‌ای با انگشت - محصول دامغان - ستاره ۱۰- گوسفند شاخ‌دار - آن‌که حواس خود را جمع نمی‌کند- نوعی خاک ۱۱- نتی در موسیقی - فشار روانی- چاپار ۱۲- واحد قدیمی اندازه‌گیری وزن، قیراط - مشترک روزنامه و مجله - بزرگان ۱۳- شهری در ترکیه - قمپز- قدرت خواندن و نوشتن ۱۴- برد معروف - از القاب اشراف اروپایی- فصیح ۱۵- یارو - فلزی زنگ‌نزن و سخت.



حل جدول شماره ۱۰۴۲