یادداشت

تقابل با اخبار، در دفاع از واقعیت

رضا صدیق
تحلیلگر فرهنگ

وظیفه ناخودآگاه تماشاچی هنگام نگاه‌کردن به فوتبال، دنبال‌کردن توپ در زمین است و واکنش بازیکنان دونده در زمین نسبت به توپ، میل شدید مطالبه‌گر ناخودآگاه به گل‌زدن. تمام واقعیت در وضعیت نگاه‌کردن به فوتبال، در همان مستطیل سبزرنگ خلاصه می‌شود و تکلیف تماشاچی در هنگام این خیره‌ماندن به مستطیل سبز مشخص است؛ او فارغ از تمام وقایع بیرونی، همه صحنه را در لحظه می‌بیند و تشخیص می‌دهد و دنبال می‌کند تا سوت پایان بازی.

این وضعیت دقیقا همان «چیزی» است که در عالم واقعیتِ وقایع سیاسی از تماشاچی دریغ می‌شود. وضعیت «مردم» در نگاه‌کردن به رخدادهای سیاسی بی‌خبری محض از واقعیت است. توپ فوتبال، در واقعیت سیاسی تکثیر می‌شود و زیر پای هر بازیکن صدها توپ قل می‌خورد. تشخیص اینکه کدام واقعی است یا کدام بازیکن در ترکیب اصلی است، میان لایه‌های فراوانی از امر غیرواقع پنهان است. به عبارت دیگر، تماشاچی سیاست، بیش از آنکه نقش تماشاچی داشته باشد، قرار است با اخبار و چیدمان تنظیم خبرها در مدیوم‌های رسانه‌ای، مشغول تلاش برای تماشاچی‌بودن باشد. مردم در مقابل امر سیاسی، تنها سوژه‌هایی هستند که بناست مدام در شُرف تماشاچی‌بودن قرار بگیرند و نقش خود را در قامت تماشاچی سیاست شدن بازی کنند. هیچ واقعیتی در عیانِ لحظه وجود ندارد و آن چیز که وهم تماشاچی‌بودن را مدام برمی‌سازد، تنها و قطعا فقط «خبر» است. اخبار در صحیح‌ترین حالت موجودی، بیش از آنکه حامل اطلاعات باشند، واجد انعکاس امر واقع‌اند. هدف خبر، نه تکثیر آگاهی که تنظیم‌گری نقش‌های از پیش نوشته‌شده برای مهندسی واقعیت است. تکثر اخبار و رمزآلود نمایاندن خبرهای یک رخداد سیاسی، فی‌المثل ایام حال حاضر و مذاکرات و اسنپ‌بک در رسانه‌های جهانی، بیش از آنکه به جهت اطلاع‌رسانی باشد، بخشی از خودِ امر سیاسی مذاکره و اعمال قدرت هستند. خبرهای رخدادهای سیاسی، خودشان تکه‌ای از پازل ساخت بازی قدرت است و مردم در این پازل، در مثال ابتدایی و فوتبال، نه تماشاچی که نقش‌شان خودِ آن توپ‌هایی است که زیر پای بازیکنان این صحنه قل می‌خورند. به همین سبب است که هیچ واقعیت قابل استنادی از فهم واقعیت در اخبار وجود ندارد و حامل هیچ اطلاعی که منجر به آگاهی شود نیستند. اگر در سده‌های پیشین، مردم در ساخت خبر و امر سیاسی نقش داشتند و تیتر اخبار بودند و ابژه‌ای سیاسی، امروز تنها نقش توده‌ای بی‌شکل و به نام «مردم»اند و شکلی از سیاست‌ورزی در دستان صاحبان قدرت و سرمایه در جهان امروز. نه فعلی برای مردم وجود دارد و نه انفعالی، هرچه هست، پازلی است که هر تکه از سرنوشت تکه دیگر بی‌خبر است. در مثال دیگر، درست در آن لحظه که توده‌ای محدود از بخشی از مردم گمان می‌کنند به جهت تغییر «چیزی» فعلی انجام می‌دهند و خبری می‌سازند، واقعیت خود را پشت وهم «کاری‌کردن» پنهان کرده و در حال تکمیل پازلی هستند که قربانیانش همان کسانی‌اند که در وهم فعلیت ایستاده‌اند. «مردم» تنها واقعیت انکارناپذیری است که به زبان هر خبر تعریفی متفاوت از آن ارائه می‌شود، اما نفس آن و اصالت موجودیتش کتمان‌ناپذیر است؛ به همین سبب نیز «مردم» در محاصره اخبار لاجرم محکوم به تسخیر ذهن و گروگان گرفته‌شدن افکارش به دست اخبار است. راه فرار و برون‌رفتی از این محاصره نیست مگر با تمسک به خودآگاهی همین امر. اینکه آگاه باشیم که در هیچ خبری، خبری از واقعیت نیست، در هیچ رخدادی خبری از واقعیت رهایی نیست، در هیچ واقعه‌ای «مردم» نه فاعل‌اند نه مفعول و نه حتی منفعل و فقط و تنها هستند و می‌توانند در لحظه، بخشی از تعریف تقابل فعلیت خیر باشند در مقابل فعلیت شر. تنها از مسیر همین خودآگاهی است که امر جمعی‌ای به نام «مردم» در اتحادی ملی می‌تواند به جای توپی زیر پای بازیکنان قدرت در مناسبات تحمیلی جهانی، تماشاچی‌ای سوم‌شخص باشد که در زمان رخداد واقعیت خیر، به فعلیتش درآید. مثل لحظه ملموس تجربه شنیدن صدای انفجار موشک‌ها و یک تن واحد شدن در مقابل حمله دشمن به خاک که فراتر و پیشروتر و فارغ از تیتر خبرها و اخبار رفت، یا لحظه‌ای که تصمیم می‌گیری در خلوت شخصی، بخشی از ماشین کشتارجمعی فلسطینیان نباشی و در کنار فلسطین بایستی، مانند موج جهانی «مردم»شدن جهان در مقابل اخبار مین‌استریم صهیونیسم‌زده. ساده‌تر آنکه تنها زمانی می‌توان از دل این خودآگاهی به واقعیت پی برد که خودمان، بخشی از واقعیت باشیم نه تماشاچی اخبار؛ در غیر این صورت، هرچه هست همین عبث لایتناهی است در میان اخباری که تنها علت وجودشان، به واقعیت‌نرسیدن انسان است؛ انسانی مضطر در میان هجمه مهندسی اخبار.

محوریت محله در اداره کشور

نسخه قدیمی برای دردهای جدید؟!

امیر ستاری

محله؛ ریشه‌ای که فراموش شد

در فرهنگ ایرانی، «محله» فقط یک نشانی پستی نبود؛ یک زیست‌جهان بود. محله‌ها بازارچه داشتند، مسجد و حمام و قهوه‌خانه‌شان رونق داشت، بچه‌ها در کوچه‌ها با هم بزرگ می‌شدند و همسایه‌ها پشت و پناه یکدیگر بودند. هنوز هم وقتی از قدیمی‌های تهران یا تبریز بپرسید، با غرور از «محله‌شان» حرف می‌زنند. اما این ریشه‌ها در دهه‌های اخیر آرام‌آرام فراموش شد. برج‌ها بالا رفتند، خیابان‌ها عریض شدند، شهرها بی‌هویت شدند و همسایه‌ها دیگر حتی اسم یکدیگر را هم نمی‌دانند. جامعه‌ای که زمانی «محله‌محور» بود، حالا گرفتار بی‌محلی و بی‌اعتمادی شده است. در چنین فضایی است که رئیس‌جمهور مسعود پزشکیان بار دیگر پرچم «محله‌محوری» را بلند کرده و تأکید می‌کند که اداره کشور و شهرها باید از سطح محله آغاز شود. چرا دوباره محله؟ زیرا محله قلب تپنده شهر است. محله‌ها اگر زنده باشند، می‌توانند:

- امنیت اجتماعی را تقویت کنند
- سرمایه اجتماعی تولید کنند
- هزینه‌های اداره شهر را کاهش دهند
- و حتی در مدیریت بحران‌ها کمک‌کار دولت باشند.

نمونه روشنش را در تهران می‌توان دید؛ در محله‌ای مثل نازی‌آباد، همبستگی اجتماعی هنوز پررنگ است، اما در مناطقی همچون خاک‌سفید یا جنوب کرج، بی‌توجهی به محله به حاشیه‌نشینی و آسیب‌های اجتماعی انجامیده است.

تجربه‌های نیمه‌کاره ایران

محله‌محوری البته حرف تازه‌ای در ایران نیست. شورایاری‌ها در تهران، خانه‌های محله و حتی برنامه‌های مشارکتی شهرداری‌ها همگی تلاشی برای بازگرداندن نقش محله بودند. اما چرا موفق نشدند؟

۱. **اختیارات محدود:** تصمیم‌گیری همچنان در دست شهرداری یا وزارتخانه‌ها بود.

۲. **بودجه ناکافی:** محله‌ها پولی برای اجرای طرح‌ها نداشتند.

۳. **موازی‌کاری نهادی:** بسیج، شهرداری، شورا و NGOها هرکدام ساز خود را می‌زدند.

۴. **بی‌اعتمادی مردم:** شهروندان احساس می‌کردند حضورشان در این نهادها تأثیری ندارد.

نتیجه این شد که محله‌محوری در ایران بیشتر روی کاغذ باقی ماند تا در زندگی واقعی مردم.

جهان چه می‌گوید؟

کافی است نگاهی به تجربه کشورها بیندازیم:

- **ژاپن:** هر محله صندوق مالی دارد؛ مردم تصمیم می‌گیرند پول مالیات در چه پروژه‌ای خرج شود.
- **سوئد:** شوراهای محلی اختیار دارند درباره آموزش، فرهنگ و خدمات عمومی تصمیم بگیرند.
- **آلمان و هلند:** بودجه شفافی به محله داده می‌شود و مردم بر خرج آن نظارت مستقیم دارند.
- **کره جنوبی:** صندوق‌های مشارکتی محلی راه افتاده و مردم در مدیریت مالی آن سهم دارند.

راز موفقیت این کشورها سه چیز است: اختیار واقعی، شفافیت مالی و اعتماد عمومی. چیزی که در ایران اغلب غایب است.

ایران امروز؛ فرصت یا توهم؟

اینجا پرسش اصلی پیش می‌آید: آیا محله‌محوری در ایرانِ امروز شدنی است؟

- **از منظر اجتماعی:** هنوز در برخی محله‌ها سرمایه اجتماعی بالاست، اما فردگرایی، مهاجرت‌های بی‌برنامه و شکاف طبقاتی تهدید جدی است.
- **از منظر سیاسی:** تمرکز قدرت در مرکز، بزرگ‌ترین مانع است. بدون تفویض اختیار واقعی، محله‌محوری توهمی بیش نخواهد بود.
- **از منظر اقتصادی:** بحران مالی کشور اجازه نمی‌دهد منابع به‌راحتی به محله‌ها واگذار شود، اما تجربه نشان داده خیرین محلی و صندوق‌های مشارکتی می‌توانند بخشی از بار را به دوش بکشند.
- **از منظر فناوری:** فرصت بزرگی در دستان ماست. اپلیکیشن‌ها و سامانه‌های شفافیت می‌توانند محله را به یک «شبکه زنده» تبدیل کنند.

چه باید کرد؟

برای اینکه محله‌محوری از شعار به عمل برسد، چند گام ضروری است:

۱. **قانون و سند ملی:** چارچوبی مشخص که نهادهای مختلف را از موازی‌کاری بازدارد.

۲. **بودجه مستقل برای محله‌ها:** با اختیار مصرف در همان سطح محلی.

۳. **اجرای پایلوت:** در چند محله منتخب با نظارت رسانه‌ها و دانشگاه‌ها.

۴. **توانمندسازی انجمن‌ها:** نهادهای مردمی واقعی، نه فرمایشی.

۵. **فناوری و شفافیت:** سامانه‌ای که هر شهروند بتواند دخل‌وخرج محله‌اش را ببیند.

۶. **بومی‌سازی تجربه جهانی:** کپی‌برداری کافی نیست، باید نسخه ایرانی طراحی شود.

آینده از دل محله می‌گذرد

محله در ایران ریشه‌ای عمیق دارد؛ ریشه‌ای که اگر دوباره آبیاری شود، می‌تواند جان تازه‌ای به شهرها بدهد. اما اگر محله‌محوری باز هم در سطح شعار بماند، یک فرصت تاریخی دیگر از دست خواهد رفت. واقعیت این است که آینده حکمرانی شهری در ایران نه در ساختمان‌های عریض و طویل وزارتخانه‌ها بلکه در کوچه‌های باریک محله‌ها رقم می‌خورد. چنین به نظر می‌رسد که محله اگر زنده شود، ایران را دوباره زنده می‌کند.

ضیافت در بحران

تحلیلی جامعه‌شناختی درباره منطق اقتصادی ایران

امیررضا اعطاسی

پارادوکس حاکم بر اقتصاد رفتاری ایران مدرن، نظریه‌های کلاسیک را به چالش می‌کشد؛ در شرایطی که شاخص‌های کلان اقتصادی، تصویری از بحران مزمن و فرسایش قدرت خرید را به نمایش می‌گذارند، الگوهای مصرف اجتماعی مانند رستوران‌گردی، سفرهای داخلی و حفظ ظواهر رفاه، همچنان با شدتی قابل توجه ادامه دارد. از منظر اقتصاد نئوکلاسیک، این رفتار یک «ناهنجاری» و مصداق عدم عقلانیت در تخصیص منابع کمیاب است. اما این تحلیل، سطحی و ناکافی است. این مقاله استدلال می‌کند که این پدیده که می‌توان آن را «مصرف نمایشی در بحران» نامید، نه یک انحراف بلکه یک تعادل فرهنگی-اقتصادی (Cultural-Economic Equilibrium) است که از منطقی عمیق و تاریخی پیروی می‌کند. این رفتار، یک استراتژی بقای پیچیده است که ریشه در یک مسیر وابستگی تاریخی (Path Dependency) طولانی از بی‌ثباتی نهادی، منطق فرهنگی خاص مبتنی بر سرمایه اجتماعی و سازوکارهای روان‌شناختی برای مدیریت عدم قطعیت دارد. برای تبیین این پدیده، باید از سه لایه تحلیلی عبور کرد.

۱- وابستگی به مسیر تاریخی؛ منطق بقا در ادبیات بحران

تاریخ ایران، تاریخ گسست‌های نهادی است؛ از حمله مغول تا قحطی بزرگ دوره قاجار تا فشار اقتصادی ناشی از جنگ جهانی در دوره پهلوی و بی‌ثباتی‌های قرن بیستم، حافظه جمعی ایرانیان با این واقعیت شکل گرفته که نهادهای رسمی شکننده‌اند و آینده غیرقابل پیش‌بینی است. این تجربه تاریخی، جامعه را در یک «مسیر وابستگی» قرار داده که در آن، کوتاه‌مدت‌نگری به یک عقلانیت انطباقی تبدیل می‌شود. این منطق بقا در آثار بزرگ ادبی ایران کدگذاری شده است. حمله مغول در قرن هفتم هجری یک گسست تمدنی بود که مفهوم انباشت ثروت را بی‌معنا کرد. در چنین جهانی، سعدی شیرازی به عنوان یک ناظر اجتماعی هوشمند، بر سرمایه‌ای پایدارتر انگشت می‌گذارد؛ سرمایه اجتماعی. در گلستان، او با مشاهده بی‌اعتباری مال و مقام، به‌طور مداوم بر اهمیت «نیکویی‌کردن» و سرمایه‌گذاری در روابط انسانی تأکید می‌کند. این نگاه صرفا یک پند اخلاقی نیست، بلکه یک استراتژی عقلانی است؛ در زمان فروپاشی نهادها، این شبکه روابط انسانی است که بقای فرد را تضمین می‌کند. این همان منطقی است که امروز در «اقتصاد میهمانی» و اولویت‌دادن به حفظ روابط اجتماعی حتی به قیمت صرف هزینه‌های گزاف دیده می‌شود. عمر خیام در قرن پنجم هجری، در اوج بی‌ثباتی‌های سیاسی و اجتماعی دوران سلجوقی، فلسفه خود را بنا نهاد. دعوت او به «غنیمت‌شمردن دم»، نه یک لذت‌گرایی پوچ، بلکه یک واکنش عقلانی به جهانی غیرقابل کنترل است. این رباعی او، بیانی دقیق از منطق «تنزیل آینده» در شرایط عدم قطعیت است: این قافله عمر عجب می‌گذرد/ درباب دمی که با طرب می‌گذرد. وقتی آینده‌ای مطمئن برای سرمایه‌گذاری وجود ندارد، بهینه‌سازی «حال» به منطقی‌ترین استراتژی تبدیل می‌شود. این همان منطقی است که امروز یک شهروند ایرانی را در مواجهه با تورم افسارگسیخته به سمت تبدیل ریال به یک تجربه زیسته (سفر، رستوران) به جای پس‌انداز برای آینده‌ای نامعلوم سوق می‌دهد.

۲- منطق فرهنگی؛ «آبرو» در عصر دیجیتال

کنش اقتصادی همواره در بستر روابط اجتماعی (درهم‌تنیده) (Embedded) است. در ایران، مهم‌ترین وثیقه در این اقتصاد غیررسمی، آبرو (Social Honor/Reputation) است. آبرو، یک سرمایه نمادین است که قابلیت تبدیل‌شدن به سرمایه اقتصادی را دارد.

الف) مصرف نمایشی و سیگنال‌دهی: در بازاری که اعتبار افراد نه براساس گزارش‌های مالی، بله براساس شهرت و اعتماد شخصی سنجیده می‌شود، حفظ ظاهر و نمایش توانمندی مالی یک ضرورت استراتژیک است. رفتن به رستوران‌های گران‌قیمت یا برگزاری میهمانی‌های پرهزینه، تنها برای لذت نیست؛ نمایشی از ثبات و قدرت برای حفظ یا ارتقای جایگاه در شبکه اجتماعی است. این یک استراتژی برای اثبات آن است که «من هنوز یک بازیگر معتبر در این اقتصاد هستم».

ب) تأثیر دنیای مجازی: تقلا برای شبیه‌سازی: در دهه اخیر، یک عامل جدید این منطق را تشدید کرده است؛ دنیای مجازی. شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام، پنجره‌ای به سوی سبک زندگی غربی و طبقات مرفه جهانی باز کرده‌اند. این امر، یک فشار اجتماعی جدید برای «شبیه‌سازی» و نمایش یک سبک زندگی مدرن و موفق ایجاد کرده است. اجرای normalcy (به نمایش گذاشتن وضعیت عادی) دیگر فقط برای حلقه اطرافیان انجام نمی‌شود، بلکه برای یک مخاطب مجازی گسترده صورت می‌گیرد. این تقلا برای نزدیک‌شدن به یک ایدئال جهانی، حتی اگر از نظر اقتصادی غیرمنطقی باشد، به یک نیروی محرکه قدرتمند برای مصرف‌گرایی تبدیل شده است. این رفتار تلاشی برای فرار از برچسب «عقب‌ماندگی» و اثبات تعلق به جهان مدرن است.

۳- منطق مذهبی و عقلانیت رفتاری؛ تقدیس (حال)

در تلاقی منطق فرهنگی-مذهبی و سازوکارهای عقلانیت رفتاری نهفته است. اگر اخلاق پروتستانی وبر، با تقدیس انضباط و پس‌انداز بلندمدت، نیروی محرکه فرهنگی انباشت سرمایه در غرب بود، جهان‌بینی رایج در ایران منطق متفاوتی را برای مواجهه با عدم قطعیت ارائه می‌دهد. مفاهیمی همچون (توکل) و بی‌اعتباری ذاتی «دنیا»، به عنوان مکانیسم‌های روانی قدرتمند، اضطراب ناشی از آینده‌ای غیرقابل کنترل را کاهش داده و تمرکز را از برنامه‌ریزی برای فردا به تجربیات و وظایف «حال» معطوف می‌کنند. این جهان‌بینی فرهنگی در مواجهه با بحران مزمن اقتصادی به‌شدت تقویت می‌شود. اضطرار دائمی، جامعه را به سمت تصمیم‌گیری‌های سریع، شهودی و هیجانی سوق می‌دهد؛ زیرا برنامه‌ریزی تحلیلی و بلندمدت در چنین محیطی، یک کالای لوکس و غیرضروری است. در اقتصادی با تورم افسارگسیخته که ارزش پس‌انداز را به‌طور روزمره نابود می‌کند، آینده از نظر روانی و واقعی به‌شدت بی‌ارزش می‌شود. در چنین چارچوبی، یک لذت قطعی امروز -مانند یک سفر یا یک وعده غذای خوب- به‌مراتب عقلانی‌تر از یک امکان نامشخص و کم‌ارزش در آینده به نظر می‌رسد. در نهایت، زمانی که اهداف بزرگ و بلندمدت زندگی مانند خرید مسکن برای بخش بزرگی از جامعه به امری دست‌نیافتنی تبدیل می‌شود، افراد برای حفظ سلامت روان و انگیزه خود، به‌طور طبیعی به دنبال پاداش‌های کوچک و در دسترس می‌گردند تا حس کنترل و لذت را در زندگی روزمره خود بازپس گیرند.

نتیجه‌گیری

پارادوکس «ضیافت در بحران» در ایران، نشانه یک جامعه غیرعقلانی نیست، بلکه بیانگر یک عقلانیت انطباقی پیچیده است که در یک مسیر تاریخی طولانی از بی‌ثباتی نهادی شکل گرفته است. این رفتار، محصول تلاقی منطق‌های تاریخی (بی‌اعتمادی به آینده)، فرهنگی (اهمیت «آبرو» و تقلای مدرن‌شدن) و روان‌شناختی است. در این لایه روان‌شناختی، همان‌طور که دانیل کانمن و ریچارد تیلر نشان داده‌اند، بحران مزمن، تفکر تحلیلی و بلندمدت را به حاشیه رانده و تصمیم‌گیری سریع و شهودی را به قاعده تبدیل می‌کند. تورم افسارگسیخته، «تنزیل آینده» (Hyperbolic Discounting) را از یک سوگیری شناختی به یک استراتژی عقلانی تبدیل کرده و ارزش «حال» را به شکل نامتناسبی بالا می‌برد. زمانی که اهداف بلندمدت دست‌نیافتنی می‌شوند، جست‌وجوی پاداش‌های فوری (تجربیات اجتماعی، مصرف آنی) به یک مکانیسم دفاعی برای حفظ سلامت روان تبدیل می‌شود. این منطق بقا، شمشیری دولبه است؛ از یک سو، با تقویت انسجام اجتماعی و فراهم‌کردن پاداش‌های روانی فوری، به جامعه اجازه می‌دهد تا در برابر فشارهای خردکننده دوام بیاورد و از سوی دیگر، با نهادینه‌کردن کوتاه‌مدت‌نگری و تضعیف اعتماد به نهادهای رسمی، خود به بازتولید چرخه‌ای کمک می‌کند که مانع از توسعه اقتصادی بلندمدت می‌شود. این ضیافت، مقاومتی تراژیک برای زنده نگه‌داشتن معنا در دل بحرانی است که به نظر پایانی ندارد.

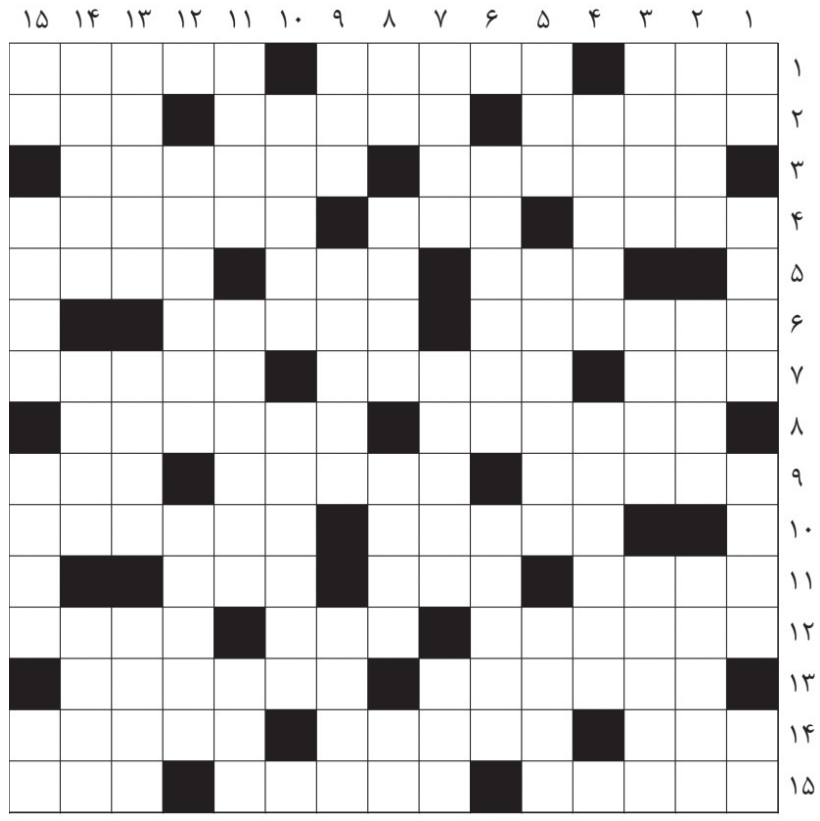
جدول ۵۱۵۱ طراح: بیژن گورانی

افقی:

۱- مهربانی- چاشنی‌های غذایی- پیش‌درآمد ۲- چندمرتبه- بیش از حد لزوم- کمترین ۳- عاطفی- توصیه برای حل مشکل ۴- ستاره‌شناس انگلیسی قرن هجدهم- پرهیزگاری- موفق و پیروز ۵- علت- سوره سی‌وهشتم قرآن- خواننده سرشناس موسیقی سنتی ایرانی و ملقب به پهلوان آواز ۶- خاستگاه پنیر چدار- بی‌خبر از خود ۷- توده غله- سامانه- دست‌کم ۸- عارف- کبودی و ورم ناشی از ضربه ۹- پسر کوروش هخامنشی و برادر کمبوجیه - لبریز- وجود دارد ۱۰- آدم ریزنقش و بانمک- جوهر قهوه که محرک عصبی است ۱۱- به نقش تزیینی حاشیه صفحات کتاب گفته می‌شود- حیوانی که ضامنش امام رضا(ع) است- زهرآلود ۱۲- از مرکبات با پوست ضخیم- پاک و پاکیزه- افسار ۱۳- شوفر- خواستن ۱۴- نوعی آینه- از نام‌های خداوند- بردبار ۱۵- ویران‌شده- باتری‌پرکن- دهان کوچک

عمودی:

۱- تکیه بر پشتی- داد و فریاد- نام تجاری- شهر مدفن پروین اعتصامی ۲- بسیار زیرک و مکار- یاری‌کننده- جهانگرد سرشناس فرانسوی که در عصر صفوی به ایران آمد ۳- بسیار آشکار- فراخ- دکور ۴- به‌هم‌پیوستگی- به شخص تنبل و بی‌مصرف گفته می‌شود ۵- سرپیچی‌کردن- از ورزش‌های گروهی- مشهور ۶- یارانه- نفع ۷- فرزین شطرنج- شهرستانی در لرستان- ذکاوت ۸- حرف دهن‌کجی- بی‌گناهی- ابریشم مصنوعی- راهی که به آخر نمی‌رسد! ۹- سگ بیمار- قاتل- ترن ۱۰- روستای کوچک- نشان ویژه نظامی ۱۱- لایه محافظ دندان- دارای بالاترین درجه ذوب در بین عناصر است- آدمی ۱۲- سازش‌کردن- علم بررسی خواص ماده و انرژی ۱۳- قضاوت- اعلان- زمان طولانی ۱۴- امکان‌پذیر- میوه‌ای تابستانی- میوه‌ای شیرین با هسته درشت ۱۵- فشار برای راندن چیزی- شب‌چره- زندگی مرفه- نوعی زیبایی پنهان در برخی افراد

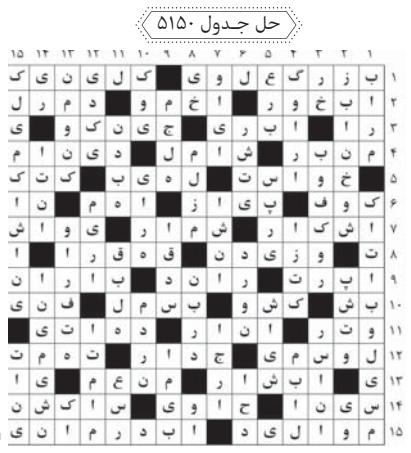


حل سودوکو ۴۱۴۶

۶	۳	۲	۸	۹	۴	۱	۵	۷
۴	۵	۷	۶	۱	۳	۲	۹	۸
۸	۹	۱	۷	۵	۲	۴	۶	۳
۲	۷	۶	۴	۳	۹	۵	۸	۱
۵	۱	۸	۲	۶	۷	۹	۳	۴
۳	۴	۹	۱	۸	۵	۶	۷	۲
۹	۲	۵	۳	۷	۱	۸	۴	۶
۷	۶	۴	۹	۲	۸	۳	۱	۵
۱	۸	۳	۵	۴	۶	۷	۲	۹

۶	۴	۹	۱	۸	۵	۲	۳	۷
۸	۷	۱	۲	۳	۹	۵	۴	۶
۵	۲	۳	۶	۴	۷	۸	۹	۱
۹	۳	۷	۵	۱	۸	۶	۲	۴
۲	۶	۵	۴	۷	۳	۹	۱	۸
۴	۱	۸	۹	۶	۲	۳	۷	۵
۳	۵	۴	۷	۹	۶	۱	۸	۲
۱	۹	۶	۸	۲	۴	۷	۵	۳
۷	۸	۲	۳	۵	۱	۴	۶	۹

حل جدول ۵۱۵۰



سودوکو سخت ۴۱۴۷

زمان پیشنهادی: ۴۰ دقیقه

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.

		۳			۶	۸		
	۱			۷				۳
۹	۲				۳			
۶					۱		۲	
	۵			۴			۶	
	۸		۶					۷
			۷				۸	۵
۸				۶			۳	
		۱	۹			۲		

سودوکو ساده ۴۱۴۷

زمان پیشنهادی: ۲۰ دقیقه

سودوکو

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.

			۶	۳		۸		۱
		۷	۱	۵		۶	۳	
			۷					۲
	۴	۲						
۷		۱		۹		۳		۸
						۴	۵	
۹					۱			
	۲	۶		۷	۴	۹		
۴		۸		۲	۵			