دریچه

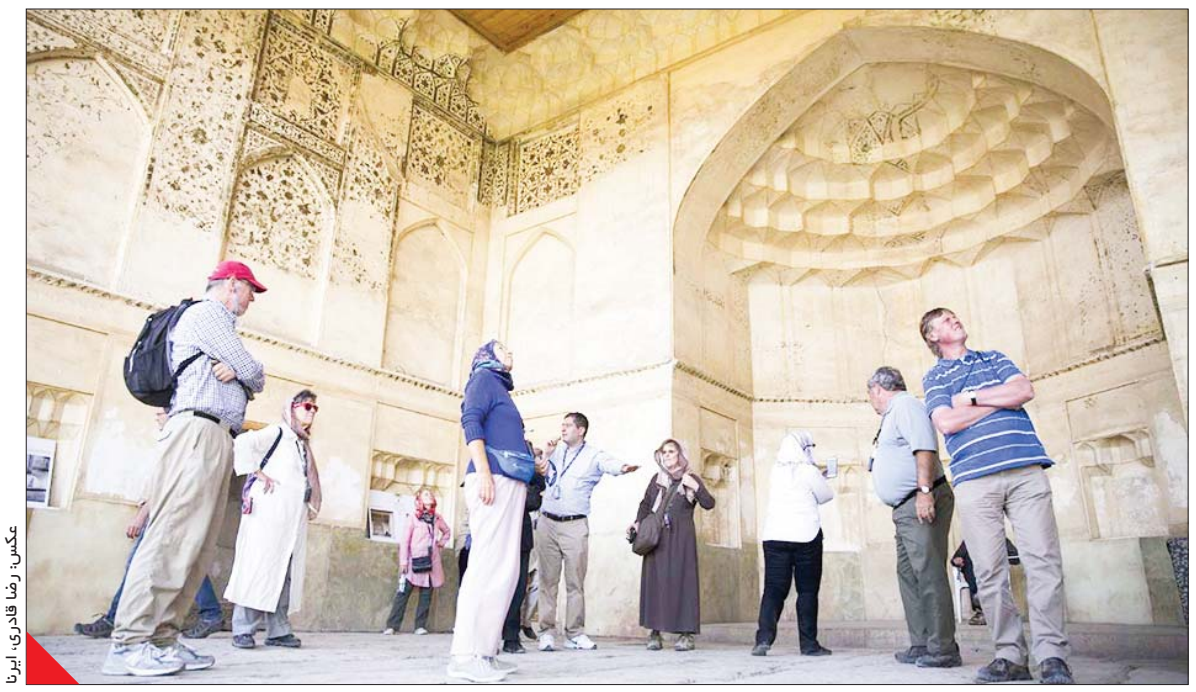
معاونت مطبوعاتی خبر داد

عبور از بحران کاغذ

● **فارس:** «محمد خدادی» که در حال حاضر بر صندلی معاونت مطبوعاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نشسته است، در گفت‌وگو با خبرگزاری فارس از تلاش برای بیمه خبرنگاران و حل‌شدن بحران کاغذ می‌گوید. وی با اشاره به اینکه از نظر من فضای مجازی یک ظرفیت جدید را ایجاد کرده، گفت: همان‌طور که تلویزیون، شبکه‌های ماهواره‌ای، وب‌سایت‌های ویدئویی و پخش فیلم و... همه آمدند اما هیچ‌کدام جای سینما را نگرفتند، فضای مجازی هم نمی‌تواند جای روزنامه را بگیرد. این نشان می‌دهد که ما به لحاظ عرضه و تقاضا نتوانسته‌ایم مناسب عمل کنیم. کاری که تاکسی‌های آنلاین با تاکسی‌های تلفنی کرد، شبکه مجازی نباید با روزنامه‌ها بکند. این به دلیل به‌روزرسانی‌نکردن و عدم تطبیق با نیاز مشتری است. سبک رسانه‌ای ما هنوز متعلق به دهه‌های ۶۰ و ۷۰ است. در حالی که نیاز رسانه در دهه ۹۰ چیز دیگری است. ساده‌ترین آن هم این است که رسانه باید بعد از خبر باشد. چه نشریات، چه مطبوعات و چه حتی خبرگزاری‌ها. چرا؟ چون مخاطب، خبر را در کوتاه‌ترین زمان ممکن از طریق فضای مجازی می‌گیرد. ولی بعد از خبر دیگر متعلق به شبکه‌های اجتماعی نیست و تحلیل و تفسیر و ارزش‌افزوده خبری متعلق به رسانه است. در مورد هدفمندی این‌طور تصمیم گرفتیم که اگر می‌خواهیم از رسانه حمایت کنیم، از محتوای آن حمایت کنیم و نه از اسم رسانه. وی درباره جزئیات این شیوه گفت: در این زمینه ما دو انتخاب داریم. تا به حال ما از وجود یک رسانه حمایت می‌کردیم، یک کسی اسمش رسانه بود و ثابت می‌کرد که منتشر شده و می‌آمد و حمایتی می‌گرفت. خروجی این نوع حمایت شاید یک‌روزی لازم بود ولی امروز دیگر همه قبول دارند که باید از محتوای رسانه حمایت کنیم. به اضافه اینکه یادمان نرود ما تا به حال پول نفت داشته‌ایم اما حالا دیگر این پول را به اندازه قبل نداریم و پول مالیات مردم را داریم و حق مردم است که هزینه منطبق بر نیاز آنها باشد و در زندگی خود اثرش را مشاهده کنند. خدادی در پاسخ به اینکه شاخص‌های ارزیابی محاسبه چیست، گفت: ما شاخص‌هایی طراحی کردیم که محوریت آن بر محتواست؛ درواقع از کمی به کیفی تغییر جهت داده‌ایم و هدفمان نیز این است که محتوای رسانه‌ها گسترش یابد و اثر رسانه تعریف رسانه باشد. امروز قدرت رسانه‌ها در محتوای آنهاست نه اسم آنها. بقای رسانه هم در تولید محتواست. اثر رسانه، درآمد، اقتصاد و... همه در تولید محتواست. شاید لازم بود روزی رسانه‌ها تکثیر شوند که شدند. دیگر امروز از این مسئله گذشته‌ایم چون تعداد بی‌شمار رسانه به ضد خودش تبدیل می‌شود و وقتی محتوا نباشد، ماهیت آن را زیر سؤال می‌برد و اصلا این موضوع به وجود می‌آید که اینها برای چه هستند؟ وقتی اقتصاد ندارند، ضعیف می‌شوند و شما با یک دایره معیوب روبه‌رو می‌شوید. وقتی اثر نداری، درآمد نداری، وقتی درآمد نداری، حقوق خوب نمی‌توانی بدهی و در نهایت تولید خوب نخواهی داشت و اثر نداری و دائم دور باطل داریم. همین موضوعات روزبه‌روز اوضاع مطبوعات ما را ضعیف‌تر کرده است. یکی از وظایفی که وزارت فرهنگ و دولت دارد این است که حمایت خود را در جایی قرار دهد که اثرش را بیشتر کند. اثر در چه؟ اثر در زندگی مردم. چون اساسا وظیفه دولت چه به لحاظ معنوی و چه مادی رشد و تعالی جامعه است. کارکرد رسانه هم در هر دو مورد وجود دارد.

ادامه در صفحه ۱۳

راهنمای گردشگری زبان گویای راز و رمزهای میراث



عکس: رضا قادری، ایرنا

محمدمهدی گوهری: قصد بازدید از یک سایت گردشگری را دارید. این سایت می‌تواند یک بنای تاریخی، یک مجموعه فرهنگی یا یک جاذبه طبیعی باشد. در نگاه اول زیبایی‌های بصری سایت می‌تواند برای شما جذاب باشد. اما آیا شما می‌توانستید لذت و بهره بیشتری از بازدید خود ببرید، در حالی که مطمئن باشید کمترین آسیب ممکن را به این سرمایه ارزشمند وارد کردید؟ آیا از همه قسمت‌های سایت گردشگری به طور مطلوب بازدید کردید؟ آیا در زمان مناسبی قصد سفر دارید؟ برخی از گردشگران برای استفاده بهتر از سفر خود، در مورد جاذبه‌های مورد بازدید و امکانات مقصد، پیش از سفر مطالعه و تحقیق می‌کنند. اما در این میان فردی به نام راهنمای گردشگری وجود دارد که می‌تواند موارد ذکرشده را برای شما تسهیل کند. راهنما، فردی آگاه به سایت مورد بازدید شماست. جزئیات و داستان‌هایی از جاذبه که آگاهی از آنها نیاز به مطالعه فراوان دارد را می‌داند. راهنما با دانش و تجربه‌ای که دارد می‌تواند سفر را برای شما دلچسب‌تر کند. سیده‌مهسا مطهر کارشناس ارشد برنامه‌ریزی توریسم، عضو هیئت‌مدیره و دبیر انجمن صنفی راهنمایان گردشگری استان تهران و مربی بین‌المللی فدراسیون جهانی راهنمایان گردشگری در گفت‌وگو با «شرق» در مورد راهنمای گردشگری و نقش آن در سفر توضیحاتی ارائه کرده که در ادامه می‌خوانید.

تعریف راهنمای گردشگری چیست؟

فدراسیون جهانی راهنمایان گردشگری، راهنما را فردی می‌داند که با مسافران همراهی می‌کند و با زبان انتخابی مسافران وظیفه هدایت و توضیحات را انجام می‌دهد. البته این هدایت و توضیح همراه با تفسیر است. راهنما تنها توضیح‌دهنده یک میراث فرهنگی، تاریخی یا طبیعی نیست بلکه مفسر آن است. راهنما برای انجام این فعالیت باید شرایطی را احراز کرده باشد که با توجه به قوانین هر کشور متغیر است. این شرایط می‌تواند گذراندن یک دوره آموزشی باشد اما نکته‌ای که مهم است، داشتن مجوز فعالیت از سازمان متولی گردشگری آن کشور است که در حال حاضر در کشور ما وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی متولی این امر است. اما چیزی که در آیین‌نامه هیئت وزیران ایران در مورد تعریف راهنمای گردشگری وجود دارد، راهنما را کسی معرفی می‌کند که افراد را در سایت‌های گردشگری راهنمایی می‌کند. این تعریف ناقصی از راهنماست زیرا معنای راهنمایی‌کردن را توضیح نداده است. در آیین‌نامه هیئت وزیران ایران راهنمایی که همراه مسافران به خارج از کشور می‌رود، راهنمای بین‌المللی نامیده، این تعریفی است که در هیچ کجای دنیا وجود ندارد و به آن تورلیدر یا مدیر تور گفته می‌شود زیرا همان‌طور که در تعریف فدراسیون جهانی از راهنمای گردشگری گفتیم، راهنما متخصص یک منطقه خاص است نه تمام دنیا.

چه مسافرانی برای سفر خود از راهنما استفاده می‌کنند؟

ابتدا بهتر است سفر را از لحاظ تعداد مسافران تقسیم‌بندی کنیم. از لحاظ تعداد مسافر ما سه نوع سفر داریم؛ دسته اول مسافران تنها solo traveler هستند، مسافرانی هستند که معمولا تنها یا حداکثر دونفره سفر می‌کنند. از دو تا شش نفر معمولا گروه‌هایی هستند که به آنها FIT گفته می‌شود و معمولا این افراد برنامه‌ریزی سفر را در مقصد انجام می‌دهند. مورد دیگر گروه‌هایی با تعداد بیشتر هستند. در مورد اینکه چه گروهی از راهنمایی استفاده می‌کند، شاید از روی تعداد نتوان درست حدس زد اما می‌توان این را گفت که هرچه تعداد مسافران بیشتر شود وجود فردی که به عنوان رهبر یا هدایت‌کننده گروه باشد، الزام پیدا می‌کند. البته صنعت گردشگری در حال حرکت به سمت تورهای کم‌تعداد و حتی تنهاست چون افراد امکان وقت‌گذاشتن بیشتری برای جاذبه موردعلاقه خودشان دارند و تعهداتی را که همراه‌بودن با گروه دارد، ندارند. انتخاب تعداد همسفران بسته به نوع فرهنگ و تجربه سفررفتن فرد است. تجربه نشان می‌دهد که هر چقدر تجربه سفر یک فرد بیشتر باشد، تمایل او برای کمترشدن تعداد همسفران بیشتر خواهد بود. در همه این گروه‌ها ممکن است افراد فردی را به عنوان راهنما در مقصد انتخاب کنند تا واسطه ارتباط آنها با مقصد باشد. ما همیشه سفر با راهنما را توصیه می‌کنیم چون می‌تواند کیفیت سفر را افزایش دهد این را نه از باب اینکه ما راهنما هستیم بلکه از باب برنامه‌ریزی بهتر سفر بیان می‌کنم. سفرکردن همراه با راهنما هم می‌تواند آشنایی با مقصد را بیشتر کند و هم اینکه راهنما از جامعه مقصد و خودش بخشی از تجربه سفر است. یعنی اگر افراد قصد دارند با جامعه مقصد ارتباط برقرار کنند، خیلی خوب است که با راهنما سفر کنند.

آیا تنها با حضور در یک تور گردشگری می‌توان از راهنما استفاده کرد؟

هر مسافری که در سفر خود با راهنما همراه می‌شود الزاما به این معنی نیست که با تور سفر کرده است. ما برای یک سفر، بسته سفر داریم که شامل اجزای مختلفی است؛ یکی از این اجزا، راهنماست. ممکن است یک فرد برای رفتن به سفر اجزای بسته سفر غیر از راهنما را خریداری کرده باشد یا اینکه فقط از بسته سفر راهنما را بخواهد.

بسته سفر چیست؟

ما وقتی در مورد بسته سفر صحبت می‌کنیم یعنی یک آژانس گردشگری یک مجموعه از خدماتی را که شما به تنهایی هم می‌توانید از آنها استفاده کنید، کنار هم قرار داده است و آن را با اعمال یک ارزش‌افزوده به شما ارائه می‌دهد. منظور از ارزش‌افزوده یک داستان یا روایت است که به سفر اضافه کرده است. در بسته سفر آژانس یک‌سری هماهنگی‌ها را انجام داده که دیگر نیازی نیست شما وقتی برای آنها صرف کنید.

وقتی شما تمام اجزای یک بسته سفر را خریداری می‌کنید به آن تور کامل گفته می‌شود که شامل اجزایی مانند حمل‌ونقل، گشت‌وگذار، خرید، خوراک و نوشیدنی، اقامت و راهنماست. از نظر پروفسور جعفری که از استادان گردشگری هستند، اگر بنگاهی سه مورد از این خدمات را هم ارائه بدهد می‌توان بر آن نام تور گذاشت. راهنما را نیز می‌توان به‌تنهایی انتخاب کرد، همیشه نباید راهنما را همراه تور در نظر گرفت؛ برای مثال شما زمانی که به‌طور شخصی به یک سایت گردشگری می‌روید و راهنمایی در آنجا به شما گشت و توضیحات ارائه دهد، این نیز در تعریف راهنماداشتن می‌گنجد.

مزایای سفر با تور چیست؟

یکی از اهداف سفر بازآفرینی است؛ یعنی مسافر از زندگی روزمره خود فاصله می‌گیرد. در سفر مسافر اوقات فراغت خود را به‌گونه‌ای صرف می‌کند که به آن فراغت فعال می‌گویند، به‌طوری‌که فرد در آن مشارکت فعال دارد. در تور به جای اینکه مسافر به فکر تدارکات و مسائل سفر باشد، یک نهاد یا بنگاه آن را برای مسافر برنامه‌ریزی می‌کند. نخستین مزیت تور را می‌توان نیازنداشتن به فکر و برنامه‌ریزی برای سفر دانست، این عدم تفکر به معنای آسودگی بیشتر مسافر در سفر است. نکته بعدی این است که چون فرد راهنما یا بنگاه ارائه‌دهنده بسته سفر کارش طراحی و برنامه‌ریزی سفر است، خیلی دقیق‌تر و بهتر می‌تواند یک سفر را برنامه‌ریزی و اجرا کند. این کار می‌تواند در وقت و هزینه مسافر باعث صرفه‌جویی شود. برخی از افراد فکر می‌کنند اگر خودشان سفر کنند، ارزان‌تر تمام می‌شود اما باید زمانی را که برای برنامه‌ریزی و هماهنگی‌ها صرف می‌کنیم نیز جزء هزینه‌ها بدانیم. علاوه بر این موارد، بی‌تجربگی در سفر نیز می‌تواند در برخی موارد هزینه سفر را بیشتر کند. نکته دیگری که وجود دارد این است که شما در یک سفر چه زمانی و چگونه از اجزای بسته سفر استفاده کنید. این موردی است که در تور به آن فکر شده است؛ به عبارتی دیگر شما تجربه بنگاه ارائه‌دهنده بسته سفر را در حین سفر همراه خود دارید. یکی از ارزش‌های افزوده تور این تجربه است که ازسوی مسافر خریداری می‌شود.

چه مواردی را می‌توان از معایب سفر با تور دانست؟

یکی از معایب سفر با تور انتخاب بنگاه ارائه‌دهنده بسته سفرهاست. اینکه شما چگونه آن را انتخاب کنید و اینکه آیا آن بنگاه تجربه کافی در اجرای سفر و برنامه‌ریزی آن را دارد یا خیر؟ در هنگام خرید اجزای بسته سفر مسافر مورد ملموسی را خریداری نمی‌کند؛ برای مثال، در زمانی که آژانس خدمات مسافرتی برای شما یک هتل یا پرواز را رزرو می‌کند، شما مالک هتل یا خط هوایی نمی‌شوید بلکه مالک زمانی و خدمات آن مؤسسه می‌شوید و به عبارت دیگر به لحاظ فیزیکی و ملموس مسافر مالک چیزی نیست و این امکان کلاهبرداری را زیاد می‌کند. به همین علت بسیار توصیه می‌شود که از آژانس‌هایی خرید کنید که معتبر هستند. آژانس معتبر یعنی به لحاظ برنامه‌ریزی و اجرا سابقه طولانی داشته باشد و حتما مجوزهای لازم را از وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی داشته باشد. یکی‌دیگر از مواردی که در طول سفر با تور مهم است، همراهی با افراد جدید از فرهنگ‌های متنوع است که ممکن است مدت زمان طولانی را با آنها همسفر باشیم. این مورد هم می‌تواند سفر با تور را دلچسب و هم آزاردهنده کند. می‌تواند دلچسب باشد از این منظر که باعث آشنایی ما با فرهنگ‌های جدید و تحکیم روابط و یافتن دوستان جدید شود. اما می‌تواند آزاردهنده شود اگر اخلاق‌های مسافران در تضاد با یکدیگر باشد؛ یعنی همسفران در تور می‌توانند سفر شما را دلپذیر یا سخت کنند و این یک شمشیر دولبه است که در تور وجود دارد.

نقش راهنمای گردشگری بر کیفیت سفر چیست؟

راهنما واسطه تجربه است؛ یعنی ارتباط‌دهنده مقصد مورد بازدید و مسافر است. این به این معنی نیست که راهنما تجربه سفر را تغییر می‌دهد بلکه به کیفیت تجربه سفر می‌افزاید. شاید خیلی از مسافران دارای تجربه فراوانی در زندگی خود باشند اما این تجربه در مواجهه با یک مقصد ناشناخته کارآمد نباشد. راهنمای گردشگری یک تسهیلگر بین مسافر و جامعه مقصد است. راهنما کمک می‌کند شما در جامعه مقصد از تجربه بد دور شوید و تجربه‌های دلچسب‌تری داشته باشید. این تجربه دلچسب می‌تواند درک بهتر از یک بنا یا ارزش یک میراث طبیعی باشد. راهنما می‌تواند به مسافران کمک کند تا در راستای توسعه پایدار و گردشگری پایدار رفتار و عمل کنند. در مناطقی که فرهنگ خاص و سنتی دارند، برخورد مسافر بسیار مهم است تا پایداری فرهنگی آن منطقه را حفظ کند. حضور راهنما و آموزشکدهای اخلاقی که باید در بازدید از مقصد توسط مسافران رعایت شود تا پایداری آن منطقه و فرهنگ اصیل آنها حفظ شود، می‌تواند بسیار حائز اهمیت باشد. راهنمای گردشگری یک مفسر است؛ برای مثال در بازدید از یک بنای تاریخی شما ظاهر بنا را می‌بینید و با تاریخچه آن از طریق مطالعه تابلوهای راهنما آشنا می‌شوید اما وظیفه راهنما بیان رازها و رمزهای پنهان در آن اثر است. مسائلی که به‌راحتی نمی‌توان به آن پی برد و رسیدن به آنها به مطالعه بسیار نیاز دارد. راهنما این اطلاعات را به‌سادگی در اختیار شما قرار می‌دهد؛ یعنی با کمک راهنمای گردشگری در وقت خود نیز صرفه‌جویی می‌کنید و کیفیت سفر خود را بالا می‌برید.

نگاه

در نشست افرا و اعضای شبکه ملی مؤسسات نیکوکاری مطرح شد:

توسعه نیکوکاری در گرو توسعه زیرساخت و مدیریت

● تقویم می‌گوید روز جهانی استاندارد رسیده است و ذهن ما به عادت همیشه‌اش انتظار مرور معیارهای رایج در صنایع و بنگاه‌های تجاری مختلف را دارد. استاندارد اما ماهیت گسترده و البته پیچیده‌ای دارد که می‌تواند در بخش‌های مختلفی به‌کار برده شود. این همان مفهومی است که «افرا» آن را به‌عنوان مأموریت خود انتخاب کرده است تا بتواند به عنوان یک استارت‌آپ اجتماعی زیرساخت‌های نیکوکاری را توسعه دهد. این مناسبت تقویمی هم بهانه خوبی بود تا افرا بعد از گذشت حدود یک‌سال از فعالیتش، نشستی را با موضوع ضرورت به‌کارگیری استاندارد در مؤسسات نیکوکاری برگزار کند؛ نشستی که با همت و همکاری شبکه ملی مؤسسات نیکوکاری و خیریه برگزار شد و در آن نمایندگان دو مؤسسه رعد و بنیاد کودک از تجربه‌های همکاری و اعمال استاندارد افرا در ساختار مدیریت‌شان سخن گفتند.

نیکوکاری، به‌مثابه یک حرکت اجتماعی مؤثر

هرچند در طول تاریخ، نیکوکاری به عنوان یک ارزش در میان مردم و عاملی برای ایجاد تعامل و تعادل در جامعه پذیرفته شده است، اما گاهی هم فعالیت‌های نیکوکاری محل بحث و مجادلاتی بوده‌اند که ریشه در مسائلی مانند اهمیت شفافیت و اعتماد داشته است. در این نشست فیروزه صابر، مدیرعامل شبکه ملی مؤسسات خیریه و نیکوکاری، با تأکید بر ایجاد فضای سالم در فعالیت‌های نیکوکاری گفت: «استانداردسازی فعالیت‌های نیکوکاری، باید از دانش‌افزایی و هدایت مؤسسات و سازمان‌های مردم‌نهاد آغاز شود. افرا حالا با کمک به توسعه و بهبود زیرساخت این مؤسسات و توانمندسازی آنها توانسته است که وارد این مسیر شود. حضور دو مؤسسه نیکوکاری معتبر و شناخته‌شده به عنوان اولین مؤسسات ارزیابی‌شده در افرا، می‌تواند دیدگاه عینی و واقعی را به راه پیش‌روی افرا و شیوه تعاملش با سازمان‌های نیکوکاری مردم‌نهاد، ایجاد کند».

در همین راستا، زهرا عمرانی، عضو هیئت‌مدیره مؤسسه حامیان نواندیش افرا، به تشریح جزئیات فعالیت‌های مؤسسه در جهت استانداردسازی فعالیت‌های نیکوکارانه و داوطلبانه پرداخت. او با تأکید بر اینکه توسعه زیرساخت‌های نیکوکاری به حرفه‌ای‌ترشدن سازمان‌های نیکوکاری و اثربخشی بیشتر آنها در مسائل اجتماعی منجر می‌شود، گفت: «تجربه استانداردسازی فعالیت‌های نیکوکاری در بسیاری از کشورهای جهان وجود دارد. به عنوان نمونه، در آمریکا دست‌کم شش مؤسسه به عنوان ناظر فعالیت‌های نیکوکاری فعالیت کرده و سازمان‌های خیریه را با معیارهایی مثل شفافیت، پاسخ‌گویی و تأثیرگذاری بررسی می‌کنند».

عمرانی درباره سازوکار ارزیابی مؤسسات نیکوکاری هم گفت: «این ارزیابی کاملا دوطلبانه است و سالانه انجام می‌شود. هر سازمان نقشه راه خودش را دارد و ما بر اساس آن نقشه معیارها را اعمال کرده و مشاوره‌های لازم را ارائه می‌دهیم. به عقیده ما، ارزیابی در کنار مشاوره می‌تواند مفید باشد. معیار ما همان استانداردهاست و کمک می‌کند تا هر سازمان بتواند نقاط قوت و قابل بهبودش را بشناسد».

در ادامه، آراسب احمدیان، عضو دیگر هیئت‌مدیره افرا، با اشاره به اینکه این استانداردها به سازمان‌های مردم‌نهاد کمک می‌کنند تا نگاه دقیقی به درون خودشان داشته باشند...

ادامه در صفحه ۱۳

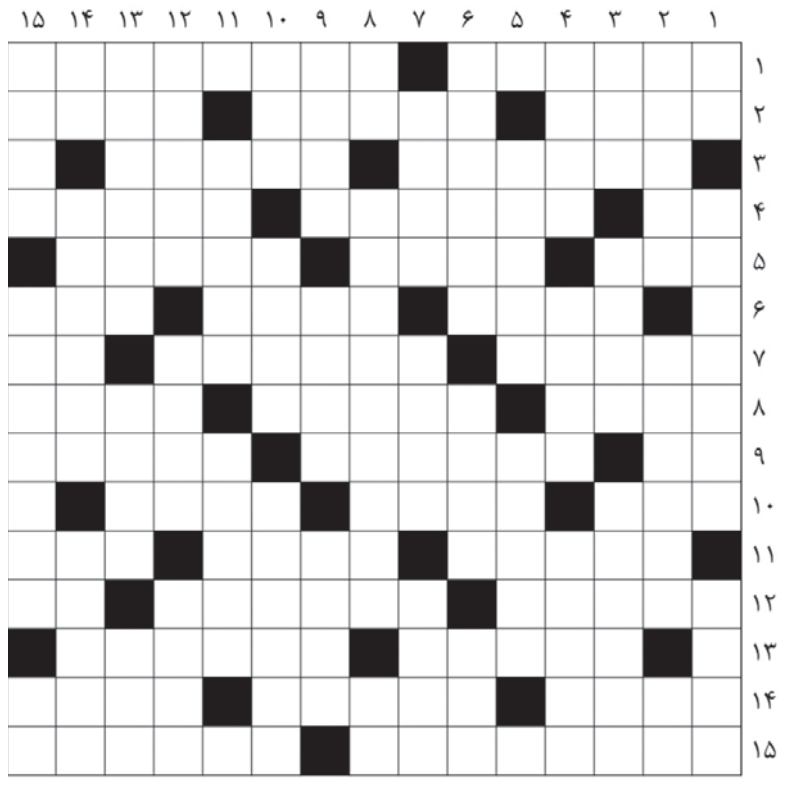
جدول ۳۵۱۵ ■ طراح: بیژن گورانی

افقی:

۱- غم‌انگیز- از سلسله‌های پادشاهی در ایران ۲- قائم به ذات- بر پا داشتن- حافظه اصلی کامپیوتر ۳- استخوان فک- جمع روح ۴- مزه خرمالو- اولین فیلم ناطق سینمای ایران- شهری کوچک و زیبا آرمیده بر دامنه کوه دنا ۵- خطی در دایره- نام کوچک پاستور- از پیامبران بنی‌اسرائیل ۶- اشاره به دور- تجملی- آخرین سوره ۷- خیمه- جاده ریل‌گذاری شده- پرنده‌ای شناگر ۸- زوال‌پذیر- برتری و فضیلت- رقابت‌کننده ۹- نیم سایه!- نقطه ضعفی که با استفاده از آن می‌توان کسی را مطیع خود ساخت- براندازی نظامی ۱۰- بلندترین قله زاگرس- وقت نما- هرگوشه زمین فوتبال ۱۱- لبخندزننده- زیبارو- از حروف یونانی ۱۲- سوره سی و هفتم قرآن- کمترین مقدار- انبار کشتی ۱۳- شکوفه‌ها- شیوه حل مشکل ۱۴- باقی‌گذاشتن- ادب آموختن- بیمار ۱۵- از سوی هیئت مدیره برای اداره کردن امور شرکت تعیین می‌شود- میوه لهیده.

عمودی:

۱- مردن از غصه- رمانی نوشته مجید قیصری- روزه ۲- سروری- هدایت‌کننده- ما نگوییم ... و میل به ناحق نکنیم ۳- بعید- شرط‌بندی- به طور ناگهانی و بدون پیش‌بینی ۴- جلوه- اداره‌کننده- واجار ۵- خلق و خو- بریده و قطع شده ۶- برنامه مورد علاقه کودکان- سنگ مرمر- پدر آذری ۷- غیرارادی- بازگشتن- عقیده و مسلک ۸- تکرار حرفی- بازیگر خانم فیلم مردی بدون سایه (در حال اکران)- سرای محبت ۹- تیراژ- بسیار بخشنده- مربوط به هنر ۱۰- اسب قهوه‌ای- آحاد- از پرجاذبه‌ترین شهرهای برزیل ۱۱- تحریک شیطانی- ناز و غمزه ۱۲- فینال- امپراتور دیوانه روم باستان- کامل‌کننده ۱۳- رمز عملیات طریق‌القدس در دفاع مقدس- نیرو- نشانه ویژه ۱۴- دریاچه آب شور استرالیا- قوه ابتکار- خراب‌کردن ۱۵- کمیابی- منطقه ییلاقی دیدنی در شهرستان تالش- روشنایی.



حل سودوکو سخت

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

حل سودوکو ۲۵۱۰

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

جدول ۳۵۱۴

سودوکو سخت ۲۵۱۱

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.

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

سودوکو ساده ۲۵۱۱

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.

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