یادداشت

مکانیسم ماشه درهم‌تنیدگی واقع‌گرایی و آرمان‌گرایی

میکائیل کمالی*

مواجهه آرمان‌گرایی و واقع‌گرایی در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران، مسئله محوری بسیاری از متون دانشگاهی و پژوهشی‌ای است که به مطالعه این حوزه پرداخته‌اند. تاجایی‌که از آن به‌عنوان مهم‌ترین چالش یا به بیان یکی از پژوهشگران «برزخ آرمان‌گرایی و واقعیت جهانی» در سیاست خارجی جمهوری اسلامی یاد شده است. بدون تردید، پرونده هسته‌ای، مهم‌ترین موضوع سیاست خارجی ایران در چند دهه اخیر بوده است. گفتنی است، از آنجا که تحلیل سیاست خارجی دولت‌ها، یکی از مهم‌ترین وجوه نظریه‌های روابط بین‌الملل است، سیاست خارجی جمهوری اسلامی نیز از چشم‌انداز نظریه‌های مختلفی مورد مداقه قرار گرفته، که خود مبحثی پردامنه است. یادداشت حاضر بر آن است که برخلاف مخالفان برجام که آن را صرفا نتیجه رویکرد سیاست خارجی دولت وقت (یا یک جریان سیاسی خاص) می‌دانند، باید آن را در کلیت یا ماهیت سیاست خارجی جست‌وجو کرد که در واقع، مبتنی بر نوعی آمیختگی یا درهم‌تنیدگی واقع‌گرایی و آرمان‌گرایی است؛ یعنی نه واقع‌گرایی محض و نه آرمان‌گرایی مطلق. گفتنی است، آرمان‌گرایی نهفته در سیاست خارجی با آن مکتب فکری یا کلان‌نظریه در روابط بین‌الملل که ریشه در لیبرالیسم قرن نوزدهم و «ایدئالیسم ویلسونی» قرن بیستم دارد، یکی نیست، بلکه نوعی آرمان‌گرایی ایدئولویک است که از سرشت انقلابی نشئت می‌گیرد.

سیاست خارجی جمهوری اسلامی، همواره دستخوش دوگانه آرمان‌گرایی و واقع‌گرایی بوده است. بخش آرمان‌گرای آن که برگرفته از هویت انقلابی است، با التفات به مصالح مرتبط با تعهدات فراملی، به شکل سیاست‌های آرمانی، رویکردهای مواجهه‌جویانه ضد غربی، مقابله با مدیریت جهانی به رهبری آمریکا، بدبینی شدید و تجدیدنظرطلبی نسبت به نظم حاکم بر جهان و جایگزینی آن با نظم جهانی اسلام، و همچنین ضرورت توسعه روابط با ملت‌ها و جنبش‌های عدالت‌خواه جهان، عینیت می‌یابد، که آن را می‌توان در سلوک سیاست خارجی دولت‌های نهم و دهم در قالب «اصولگرایی عدالت‌محور» دید.

در واقع، در دایره آرمان‌گرایی، منافع و اهداف ملی نه‌چندان منطبق بر ممکنات و مناسبات و واقعیت‌های سخت نظام بین‌الملل، که بر حسب ارزش‌ها، خواسته‌ها و مطلوبیت‌ها تعریف می‌شود. جهت‌گیری‌های سیاست خارجی در این دوره، مانند آمریکای لاتین‌گرایی در راستای رویکرد ضدآمریکایی، شکستن شالوده نظم بین‌الملل، انکار مداوم هولوکاست، کاغذپاره خواندن شش قطع‌نامه شورای امنیت علیه ایران و اطمینان به «پشیمان‌شدن» صادرکنندگان قطع‌نامه‌ها و آرزوی «پاره‌شدن قطع‌نامه‌دان» آنها، و سرانجام رسیدن به وضعیت تقابل با غرب درخصوص پرونده هسته‌ای، از نشانه‌های تسلط گفتمان آرمان‌گرایی بر سیاست خارجی در این دوره است.

بخش واقع‌گرای سیاست خارجی جمهوری اسلامی که بیشتر به بینش‌های ملی‌گرایانه آمیخته است، گرایش افزون‌تر به پیگیری منافع ملی دارد که با کنش‌های عقلایی، سیاست‌های عمل‌گرا و صلح‌جویانه، تمایل به مذاکره، اصرار بر رفع تحریم‌ها، گسترش مناسبات سیاسی و اقتصادی با دنیای غرب و پیروی از ایده «وابستگی متقابل اقتصادی» و جذب سرمایه‌گذاری خارجی و... خود را عرضه می‌کند. ازاین‌رو برجام، کنشی منطقی برآمده از نیمه واقع‌گرای دستگاه سیاست خارجی جمهوری اسلامی است؛ یعنی، پذیرش منطق حاکم بر نظام بین‌الملل و نحوه توزیع قدرت در آن، شناخت دقیق محیط عملیاتی، فهم تمایز بین اهداف و امکان‌ها و همین‌طور انعطاف‌پذیری و خودسنجی صادقانه و از همه مهم‌تر، عاقبت‌اندیشی متکی به اخلاق سیاسی یا «اخلاق مسئولیت» که هر تصمیم و رفتاری در سیاست خارجی را براساس نتایج و پیامدهای آن برای کشور و مردم به داوری می‌نشیند؛ بنابراین مخالفان دیرین برجام باید این نکته را دریابند، که معاهده برجام (و مکانیسم حل‌وفصل اختلافات موسوم به اسنپ‌بک در بندهای ۳۶ و ۳۷)، در واقع اقدامی زیرکانه از سوی دستگاه سیاست خارجی برای خنثی‌سازی شش قطع‌نامه خانمان‌سوزی است که در دولت‌های نهم و دهم علیه کشور تصویب و تحمیل شد. در آن مقطع، گنجاندن سازوکار اسنپ‌بک در معاهده برجام، در واقع، نتیجه خرد موقعیت‌شناس و ادراک دقیق دستگاه سیاست خارجی از نقش قدرت و الگوی توزیع آن در مناسبات بین‌المللی است که این‌بار، خود نتیجه استیلای واقع‌گرایی بر ذهن سیاست خارجی جمهوری اسلامی است. به این ترتیب، روند طولانی و فرسایشی از تصویب آن شش قطع‌نامه علیه کشور در دولت محمود احمدی‌نژاد تا خنثی‌سازی آنها در دولت حسن روحانی، خود، نشانگر چرخه‌ای از آرمان‌گرایی و واقع‌گرایی در سیاست خارجی جمهوری اسلامی است. چرخه‌ای که هیچ‌گاه، در یک‌جا متوقف نشده است.

* دانش‌آموخته کارشناسی ارشد روابط بین‌الملل از دانشگاه تربیت مدرس تهران

چرا موج «کوچ کسب‌وکار» این‌قدر داغ شده است؟

نگاهی واقع‌بینانه به بیزینس «کوچ‌های اینستاگرامی» و دوره‌های پرزرق‌وبرق با شهریه‌های نجومی

علی جمشیدی

به دلیل شرایط خاص بازار ایران و نبود نظارت‌های قانونی و انجمن‌های حرفه‌ای، بازار کوچینگ کسب‌وکار در ایران، به‌خصوص در سال‌های اخیر، جهش چشمگیری داشته است. ترس از آینده شغلی، بی‌ثباتی بازار، غالب‌بودن تفکر «یک‌شبه ره صدساله رفتن»، ضعف دانشگاه‌ها در ارائه آموزش‌های کاربردی، القای انگیزه و هیجان توسط سودجویان اینستاگرامی، در کنار سایر عوامل اجتماعی و اقتصادی باعث شده است در شرایط رکود اقتصادی، بازار این نوع کسب‌وکارها داغ و داغ‌تر شود. دوره‌هایی پرزرق‌وبرق اما بدون پشتوانه علمی، به صورت گردهمایی‌هایی چندصدنفره در هتل‌های مجلل تهران یا کلان‌شهرها، فقط برای هشت یا ۱۰ جلسه سخنرانی یک‌طرفه، بین صد تا ۹۰۰ میلیون تومان برای هرکدام از شرکت‌کنندگان آب می‌خورد! شرکت‌کنندگانی که کسب‌وکارشان درگیر مشکلات اقتصادی و نوسانات بازار است، به امید بهترشدن اوضاع، از چاله به چاه می‌افتند. متأسفانه هیچ‌گونه نظارت مؤثری از سوی دانشگاه‌ها و وزارتخانه‌های مربوطه نیز اعمال نمی‌شود و این‌گونه فعالیت‌های کاذب، همچنان رو به رشد است. عقب‌ماندن دانشگاه‌ها از نیازهای واقعی و مسائل روز کسب‌وکارها و توسعه کسب‌وکارهای کوچک، تقاضا برای آموزش‌های کاربردی را به‌خصوص در بین جوانان و متقاضیان راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط زیاد کرده است. طبق یک پژوهش داخلی، ۴۵ درصد افراد ۳۰، ۴۰ ساله برای پیشرفت شغلی سراغ دوره‌های پیشرفت شغلی اینترنتی، آفلاین یا حضوری رفته‌اند. در میان شبکه‌های اجتماعی، اینستاگرام سهم بزرگی از این جریان دارد. اینستاگرام البته هم پلی برای یادگیری شده و هم بستری برای سوءاستفاده. پلیس فتا می‌گوید ۴۳ درصد پرونده‌های کلاهبرداری آموزشی در ۱۴۰۳ مربوط به اینستاگرام بوده است.

مجریان این دوره‌ها چه کسانی هستند و چه ویژگی‌هایی دارند؟

دوره‌های آموزشی یا مشاوره کسب‌وکار با عناوینی مانند بیزینس‌کوچ، کوچینگ کسب‌وکار، بیزینس‌مستری، مدیران الماسی و... و گاهی نیز با عناوین عجیب‌وغریبی بانند بلک تایگر (ببر سیاه)، شطرنج‌باز، عبور از بحران، رهبران آلفا، گرگ بازار و... تبلیغ می‌شود. بستر اصلی این دوره‌ها نیز اینستاگرام است. ظاهرا الگوریتم‌های اینستاگرام با این قبیل فعالیت‌ها میانه خوبی دارد و به همین خاطر مجریان این دوره‌ها دنبال‌کننده‌های نجومی دارند؛ از چندصد هزار تا چند میلیون دنبال‌کننده! اگر سری به صفحات این افراد در اینستاگرام بزنید، با این جملات مواجه خواهید شد: بنیان‌گذار بیزینس‌کوچ در ایران، بنیان‌گذار آکادمی... در ایران، مؤسس... در ایران، بانوی اول ... در ایران یا اینکه «اینجا بهت یاد میدم چگونه پولدار بشی»، «بهت یاد می‌دم چگونه فروشت رو سه برابر کنی» و... . کلیدواژه‌های مؤسس، بنیان‌گذار، نفر اول، بهت یاد میدم، افزایش فروش و... از مهم‌ترین نشانه‌های شناسایی این افراد در اینستاگرام است. افرادی که عمدتا با هدف سودجویی و خالی‌کردن جیب مخاطبان، آموزش‌هایی بسیار سطحی و غیرعلمی، اما با ظاهری بسیار اغواکننده و فیلم‌برداری‌هایی حرفه‌ای ارائه می‌دهند. اغلب این افراد تحصیلات دانشگاهی مرتبطی ندارند و تمرکزشان بیشتر مطالب انگیزشی است یا اینکه توصیه‌هایی بسیار سطحی و غیرعلمی آن‌هم در همه حوزه‌های کسب‌وکار، از مدیریت منابع انسانی تا مدیریت بازاریابی و سرمایه‌گذاری و... به مخاطبان ارائه می‌دهند.

دلیل نجومی‌بودن قیمت این دوره‌ها چیست؟

واقعیت این است که این دوره‌ها از استاندارد خاصی پیروی نمی‌کنند و از نظر کیفیت و محتوا بسیار متفاوت هستند. هیچ نهاد قانونی هم روی قیمت‌گذاری این نوع دوره‌ها نظارتی ندارد. قیمت‌های بالا یا نجومی این دوره‌ها معمولا به دلایل زیر است:

پرستیژ قیمتی (Luxury Pricing): از نظر برگزارکنندگان این دوره‌ها، قیمت‌های بالا پرستیژ خاصی دارد و خودش ابزار بازاریابی است تا حس «تمایز» را به مخاطب القا کند. دوره‌های استاندارد و قانونی مدیریت کسب‌وکار که زیر نظر وزارت علوم برگزار می‌شود، برای هر ساعت آموزش حداکثر ۲۰۰ هزار تومان قیمت‌گذاری می‌شود، اما این قبیل دوره‌ها معمولا برای هر ساعت آموزش چند میلیون و گاهی چندده میلیون هزینه از مخاطبان دریافت می‌کنند.

فومو (Fear Of Missing Out): شمارش معکوس، صندلی محدود و وعده «چندبرابرکردن درآمد در ۳۰ روز» فشار خرید فوری ایجاد می‌کند. درواقع به مخاطب القا می‌شود که شرکت در این دوره چندین برابر برای شما سود ایجاد می‌کند و عدم شرکت در این دوره باعث افول شما می‌شود. این در حالی است که رشد و توسعه کسب‌وکار مستلزم آموزش‌های اصولی، صبر و استمرار است و هیچ معجزه‌ای در کار نخواهد بود.

هزینه‌های تبلیغ و برندسازی: بخش عمده‌ای از مبلغ این دوره‌ها صرف کمیسیون اینفلوئنسرها، تولید محتوا، تبلیغات و برندسازی برگزارکنندگان این دوره‌ها می‌شود، نه محتوای آموزشی. برای برگزاری برخی از این دوره‌ها، تبلیغات محیطی چندصد میلیونی اجرا می‌شود و طبیعتا این هزینه‌ها از شهریه شرکت‌کنندگان تأمین می‌شود.

اثربخشی این دوره‌ها واقعا چقدر است؟

دوره‌های آفلاین، آنلاین یا حضوری که معمولا در هتل‌ها و با زرق‌وبرق‌های خاصی برگزار می‌شود، از نظر اغلب شرکت‌کنندگان در بلندمدت اثربخشی خاصی نداشته و صرفا در کوتاه‌مدت انگیزاننده بوده است. دوره‌های آفلاین که به‌صورت پادکست یا ویدئوهای از پیش ضبط‌شده به مخاطبان عرضه می‌شود، اغلب فاقد پشتوانه علمی بوده و عمدتا برگرفته از تجربه‌های شخصی و ذهنیت ارائه‌دهندگان است. علاوه بر ضعف‌های فوق، در دوره‌های آنلاین کیفیت اینترنت و قطعی ارتباط را نیز به این چالش‌ها اضافه کنید. به‌طور کلی، دوره‌های کوچینگ کسب‌وکار بیشتر جنبه سودجویی و به دام انداختن مدیران کسب‌وکارهای کوچک و متوسط را دارد تا ایجاد تحول و افزایش بهره‌وری در آنها. البته ممکن است برخی از این دوره‌ها بتواند منشأ اثر و ایجاد تحول در کسب‌وکارها باشد. به هر حال، اثربخشی این دوره‌ها به چند مورد بستگی دارد که در ادامه به بررسی برخی از آنها می‌پردازیم:

منتورینگ نزدیک: کوچ (منتور) یا مشاور باید بتواند روی مسائل واقعی کسب‌وکار شما وقت بگذارد، اهداف عملکردی مشترک را تعریف کند و جلسات اختصاصی با شما داشته باشد، تجربه‌های علمی و عملی منتقل کند و نه فقط ارائه اسلاید، پادکست و... و سخنرانی در جلسات چندصدنفره.

شبکه‌سازی: دوره‌ها شامل شرکت‌کنندگان هدفمند و هم‌سطح باشد؛ مثلا مدیران کسب‌وکارهای کوچک و متوسط. ارتباطات جدید و عضویت در این شبکه‌ها امتیاز خوبی است. شواهد نشان می‌دهد در برخی از دوره‌های حضوری که به صورت همایش برگزار می‌شود، افراد زیادی را به‌عنوان میهمان جهت پرکردن سالن دعوت می‌کنند.

سیلابس شفاف و پروژه‌محور: سرفصل‌ها و اهداف دوره‌ها به‌صورت مشخص در اختیار مخاطبان قرار بگیرد و در قراردادهای ثبت‌نام قید شود. این سیلابس‌ها باید منطبق با اصول و مبانی علمی مدیریت کسب‌وکار باشد. هرکدام از موضوعات مختلف مدیریت کسب‌وکار، تخصص جداگانه‌ای می‌طلبد. یک فرد نمی‌تواند هم متخصص منابع انسانی و هم متخصص فروش و هم متخصص مدیریت مالی و سرمایه‌گذاری باشد و هم در حوزه روان‌شناسی و توسعه فردی نظر بدهد.

پشتیبانی: در طول دوره امکان ارتباط با استادان وجود داشته باشد و بعد از پایان دوره‌ها دست‌کم سه تا شش ماه مجریان دوره‌ها پاسخ‌گوی پرسش‌ها و سؤالات مخاطبان باشند. برخی از مجریان این دوره‌ها، به دلیل ایجاد پرستیژ برای خود، از شاگردان خود جهت تدریس دوره‌های آتی استفاده می‌کنند و خودشان را در دسترس دانش‌پذیران قرار نمی‌دهند.

قرارداد استاندارد و دوطرفه: در فرم‌های ثبت‌نام یا قرارداد، تعهدات اجرائی کوچ باید مشخص شود و تبعات انجام‌ندادن تعهدات پیش‌بینی شده باشد. مبلغ یا شهریه دوره باید به صورت مرحله‌ای پرداخت شود و در صورت عدم رضایت، امکان فسخ برای مخاطب وجود داشته باشد. این در حالی است که فرایند ثبت‌نام در اغلب این دوره‌ها به‌گونه‌ای است که همان ابتدا بخش عمده شهریه را دریافت می‌کنند و مابقی شهریه را به‌صورت چک می‌گیرند و انصراف از این دوره‌ها معمولا امکان‌پذیر نیست.

چگونه دوره‌های حرفه‌ای و استاندارد را از دوره‌های پوچ و سودجویانه تشخیص بدهیم؟

برای تشخیص و ارزیابی این دوره‌ها می‌توانید یک چک‌لیست ارزیابی داشته باشید.

سابقه عملی مدرس: رزومه مدرس را در روزنامه رسمی، ژورنال‌های معتبر، لینکدین یا سامانه «شناسه ملی اشخاص حقوقی» ببینید. صرفا به ادعا بسنده نکنید، تصویر گواهینامه‌ها و تأییدیه‌ها را درخواست کنید.

گواهی یا لایسنس معتبر: دوره‌های مورد تأیید فدراسیون بین‌المللی کوچینگ (ICF) را در وب‌سایت ICF جست‌وجو کنید. در ایران دوره‌های عالی کسب‌وکار توسط وزارت علوم تجویز می‌شود. می‌توانید فهرست مؤسسات مجاز برگزاری دوره‌های کسب‌وکار را در سایت وزارت علوم جست‌وجو کنید.

قیمت دوره‌ها: نرخ مصوب وزارت علوم برای دوره‌های مهارتی ساعتی حداکثر ۲۰۰ هزار تومان است؛ یک دوره ۲۰۰ساعته حدود ۴۰ میلیون تومان با گواهینامه وزارت علوم. حال اگر یک دوره ۱۲جلسه‌ای بدون گواهینامه معتبر، شهریه چندصد میلیونی قیمت می‌خورد، یک علامت‌سؤال ایجاد کنید.

قرارداد و ضمانت: وجود قرارداد کتبی با بند فسخ یا «گارانتی بازگشت وجه» نشانه اعتمادپذیرتر بودن ارائه‌کننده است.

شهود بیرونی: از فارغ‌التحصیلان قبلی به صورت تصادفی (نه معرفی‌شده از طرف مدرس) بازخورد بگیرید.

ادعای مدرک بین‌المللی: گواهینامه بین‌المللی به گواهینامه‌هایی اطلاق می‌شود که از طرف وزارت دادگستری یکی از کشورهای عضو سازمان ملل، به‌طور رسمی ترجمه شده باشد. در ایران دوره‌های مدیریت کسب‌وکار صرفا توسط وزارت علوم تجویز می‌شود و وزارت دادگستری نیز صرفا در صورت تأیید وزارت علوم، ترجمه این گواهینامه‌ها را تأیید می‌کند. بنابراین گواهینامه‌هایی که به زبان انگلیسی یا به صورت دوزبانه صادر می‌شوند یا ادعا می‌شود با همکاری یکی از مؤسسات خارجی صادر شده، فاقد اعتبار است.

از «نتایج تضمینی» دوری کنید: در کوچینگ معتبر، کوچ صرفا فرایند را تسهیل می‌کند و هیچ‌کسی نمی‌تواند سود قطعی وعده بدهد. کسی که به شما وعده چندبرابرکردن سود را می‌دهد، قطعا به فکر خالی‌کردن جیب شماست.

جمع‌بندی

بازار «کوچینگ کسب‌وکار» می‌تواند واقعا مفید باشد، به شرطی که مدرس با سابقه عملی، مدرک معتبر و فرایند قابل سنجش ارائه دهد. تورم قیمت‌ها بیش از آنکه ناشی از کیفیت آموزشی باشد، به بازی‌های مارکتینگ و برندینگ شخصی ارتباط دارد. اگر با اصول و نقشه یادگیری مدیریت کسب‌وکار آشنا باشید و معیارهای ارزیابی این دوره‌ها را بشناسید، می‌توانید از «دوره‌های پوچ و سودجویانه» دور بمانید.

خبر

کلاهبرداری به اسم بیمه سلامت

رئیس اداره اجتماعی پلیس آگاهی از تماس‌های کلاهبردارانی خبر داد که با معرفی خود به‌عنوان نماینده سازمان بیمه سلامت، اقدام به فریب شهروندان و دریافت غیرقانونی وجه می‌کنند. محمد شریفی، با اشاره به سوءاستفاده برخی افراد از نام سازمان بیمه سلامت ایران افزود: «اخیرا افراد ناشناسی با برقراری تماس‌های تلفنی گسترده با شهروندان، خود را به‌عنوان نماینده یا کارشناس سازمان بیمه سلامت معرفی کرده و با این روش اقدام به کلاهبرداری می‌کنند». او افزود: «این افراد با سوءاستفاده از نام سازمان، مبالغی را به صورت غیرقانونی و تحت عناوینی همچون خدمات ویژه بیمه، الزام خرید کارت هوشمند بیمه درمانی و موارد مشابه مطالبه کرده و شهروندان را فریب می‌دهند». رئیس اداره اجتماعی پلیس آگاهی فراجا با استناد به گزارش رسمی سازمان بیمه سلامت ایران از شهروندان خواست نسبت به این‌گونه تماس‌های مشکوک هوشیار باشند تا در دام افراد سودجو گرفتار نشوند. او ادامه داد: «سازمان بیمه سلامت ایران هیچ‌گونه خدمات بیمه‌ای یا دریافت وجه از شهروندان را از طریق تماس تلفنی انجام نمی‌دهد و تمامی خدمات صرفا از طریق درگاه‌های رسمی و دفاتر معتبر این سازمان ارائه می‌شود».

تعلیق فعالیت ۴ باغ وحش کشور

مهر: معاون محیط زیست طبیعی از تعلیق فعالیت چهار باغ وحش کشور به دلیل کسب رتبه «خیلی ضعیف» در طرح ارزیابی و رتبه‌بندی باغ‌وحش‌ها خبر داد و گفت: «فعالیت باغ وحش سرزمین آفتاب (زرندیه در استان مرکزی)، باغ وحش براسان (زابل در سیستان‌وبلوچستان)، باغ وحش سوکان (سمنان) و باغ‌وحش بابلسر (بابلسر در مازندران) به حالت تعلیق درآمد». حمید ظهرابی با تأکید بر ضرورت مدیریت و نظارت دقیق بر مراکز نگهداری جانوران وحشی گفت: «پیرو ارزیابی‌های انجام‌شده، حدود ۳۰ درصد از واحدهای کشور در سطح ضعیف و خیلی ضعیف قرار دارند. تاکنون بیش از ۳۰ ابلاغیه و اخطاریه به ادارات کل استان‌ها برای ابلاغ به باغ‌وحش‌ها ارسال شده و در این راستا فعالیت چهار باغ‌وحش به حالت تعلیق درآمده است. همچنین ورود گونه‌های وحشی به همه واحدهای ضعیف و خیلی ضعیف ممنوع شده است».

او با بیان اینکه در صورت اصلاح‌نشدن شرایط، تعطیلی و جمع‌آوری کامل واحدهای متخلف اجتناب‌ناپذیر خواهد بود، افزود: «قاطعیت و وحدت‌رویه در ارزیابی و رتبه‌بندی، اساس ساماندهی باغ‌وحش‌های کشور است و با مراکز فاقد شرایط لازم قاطعانه برخورد خواهد شد. اساس فعالیت باغ‌وحش‌ها باید بر پایه آگاهی‌رسانی و مشارکت در راستای حفاظت از گونه‌ها باشد».

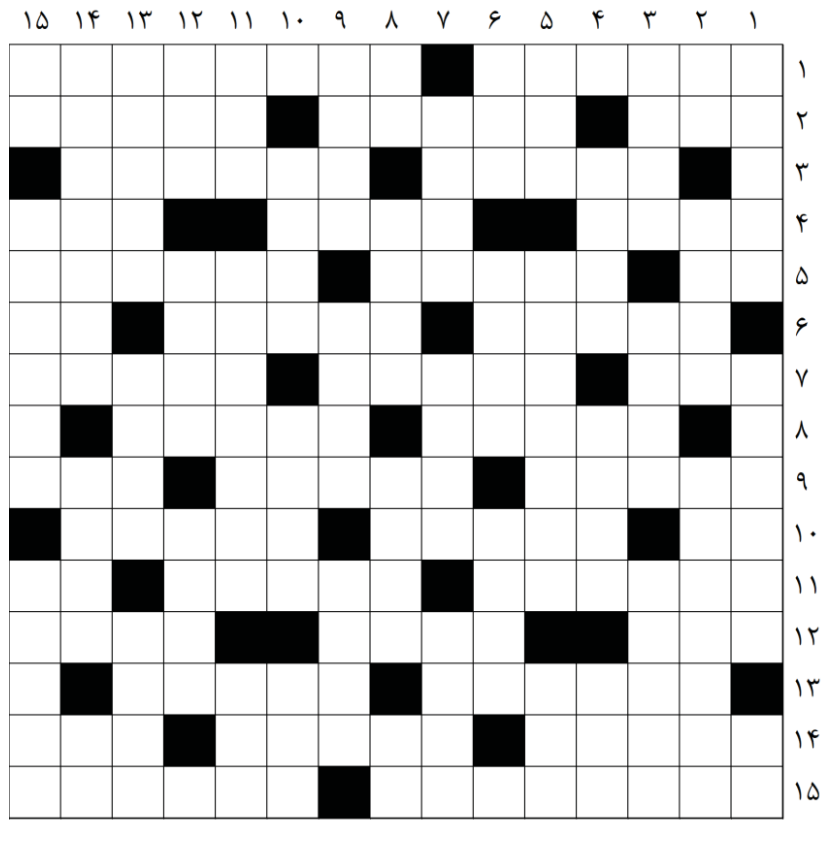
جدول ۵۱۴۲ طراح: بیژن گورانی

افقی:

۱- معروف و مشهور- انزوا ۲- درآمد- الهه ماه و جنگل در اساطیر رومی- محل استقرار حسن صباح و پیروانش ۳- روستا- حمام خودروها ۴- از انواع فعل ماضی- برنز- لوس ۵- نشانه صفت تفضیلی- عمامه- لیگ فوتبال اسپانیا ۶- داد و فریاد- لباس‌ها- شهر بی‌دفاع سینما ۷- لوکس- دستگاه ردگیری در هواپیما- حقیقت و ذات چیزی ۸- حالت مجبوربودن یا معذوریت- مکان‌ها ۹- منشی- دیوانه- خاکسپاری ۱۰- دمای غیرطبیعی بدن- فرمانی نظامی- ساختگی ۱۱- فیلمی ساخته مسعود کیمیایی- بیماری مشترک بین انسان و میمون- سفید آذری ۱۲- دستی- ناگزیر، ناچار- تیمارگر اسب ۱۳- رشته فرنگی- اسباب و لوازم ۱۴- زمان‌سنج- غذایی آبکی از تخم‌مرغ- منجمد ۱۵- خوشبخت- مجاور

عمودی:

۱- پرده‌داری خانه کعبه- شدیدترین آسیب اسکلتی- پایتخت باستانی مصر ۲- بنمای ... که باغ و گلستانم آرزوست- پرنده‌ای شکاری- آبشار دیدنی شهر علی‌آباد کتول ۳- نوعی دوخت در خیاطی- صید- تحتانی ۴- پیاده در شطرنج- محکم و استوار- یاری‌دهنده ۵- به‌جاآوردن- خیمه- چین و چروک پوست ۶- آقای عرب- پرهیزگاری- دست روی چیزی کشیدن ۷- اشاره- گندمگون- ابزارها ۸- شکم‌بند طبی- لباس رسمی و تشریفاتی- پاسخ- فتنه‌جو ۹- وسیله کمک‌حرکتی بیماران- زبان عربی- فیلمی ساخته مجید مجیدی ۱۰- اکثر- داستانی نوشته تورگنیف روسی- سال ۱۱- سگ بیمار- کنایه از فقیر و بی‌چیز است- واحد اندازه‌گیری مقاومت الکتریکی ۱۲- حلق- پهلوان تورانی شاهنامه- دارای فرهنگ خرافی ۱۳- منسوب به یمن- دین رایج در هند- نامی دخترانه ۱۴- رفع ابهام- زمین مسطح و وسیع اطراف کوه- مشک ۱۵- نشانه مصدر جعلی- نوازنده چنگ در عهد ساسانی- بافت شفاف جلوی چشم

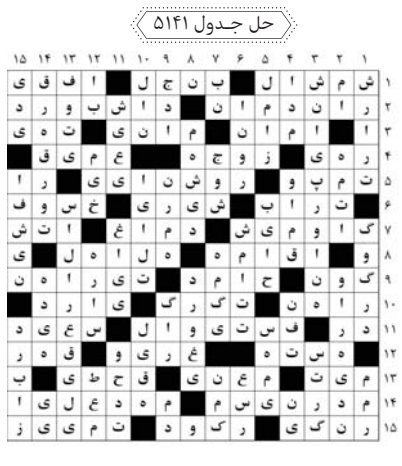


حل سودوکو ۴۱۳۷

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

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

حل جدول ۵۱۴۱



سودوکو سخت ۴۱۳۸

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

سودوکو ساده ۴۱۳۸

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.

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