دیگر سو

ایمان پاکنهاد

در سرزمین حسرت معجزه‌ای فرود آمد

داشتم مثل همیشه کتاب‌های دمِ دستم یا دست‌بالا کتاب‌هایی را که این‌طرف و آن‌طرف میز پخش و پلا هستند ورق می‌زدم تا به نشانی از آبادان برسم. باور نمی‌کردم با نشانه‌ای از کتابی درباره این شهر مجبور به تورق تقریباً همه کتاب‌های قفسه تاریخ شوم. حدس‌هایی می‌شد زد اما از ناصر خسرو و ابن‌بطوطه به مصدق رسیدن، کار دشواری بود که فقط از عهده این تورق برمی‌آمد.

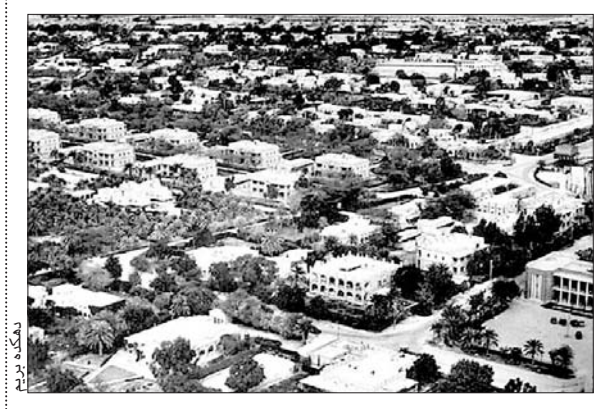
نیست آن سوتر ز عبادان دهی

محمدعلی موحد که غنیمت ایرانی‌بودنش از هر نظر کافی است، در دیباچه کتاب «خواب آشفته نفت» از نخستین سفر خود به آبادان می‌نویسد که نه از سر شوق بلکه از بد حادثه بود: «آبادان را من از سفرنامه ناصرخسرو می‌شناختم.» او در بصره به قایق نشسته و پس از سه روز راه از مسیر رودخانه به آبادان رسیده بود؛ راهی که می‌گوید هر دو سوی آن «باغ و بستان و کوشک و منظر» بود. ناصر [خسرو] آبادان را جزیره‌ای تصویر می‌کند برکنارِ دریا در میان دو شاخه شط: «از هیچ جانب به عبادان نتوان شد الا به آب گذر کنند و جانب جنوبی عبادان خود دریای محیط است که چون مد باشد تا دیوار عبادان آب بگیرد و چون جزر شود کمتر از دو فرسنگ دور شود.»

محمدعلی موحد در جایی دیگر از این کتاب-که وسوسه خواندن دوباره‌اش هیچ وقت آدم را وِل نمی‌کند- از قول منوچهری شاعر چنین می‌آورد که «نیست آن سوتر ز عبادان دهی» و چند سطری بعد سراغ شاعر اسپانیایی می‌رود و آنگاه از ابن بطوطه نقل می‌کند. موحد که در اواخر دهه ۲۰ شمسی به آبادان رفته بوده برداشت نخستین خود از این شهر را هم شرح می‌دهد: «در آبادانی که من دیدم از آن عوالم خبری نبود. از یک سو روی آب کشتی‌های نفتکش را می‌دیدی... از سوی دیگر روی خاک موسسه عظیمی که بزرگ‌ترین پالایشگاه آن روز جهان بود...»

آن معجزه لعنتی

آبادان دوست‌داشتنی است. سراسر شهرش بوی نفت می‌آید. آزارت نمی‌دهد. فقط پس از چند ساعت به این بو عادت می‌کنی. از این سر شهر تا آن سویش بوی این معجزه سیاه را حس می‌کنی. اول، عکس‌های سیاه و سفید انگلیسی‌ها در ذهنت ردیف می‌شود که در پالایشگاه با طرح خنده‌ای مغرور بر لب کار می‌کنند. لعنت می‌فرستی به همه‌شان. آن خنده‌ها چه بلایی بود؟ قدم می‌زنی و بو می‌کنی. خنده‌ها را مرور می‌کنی. نفرین می‌کنی. مگر چه می‌شد اگر آن چاه لعنتی را کمی آن سوتر در مسجد سلیمان



دهکده بریم

پیدا نمی‌کردند؟ نزدیک پالایشگاه است. دهکده «بریم». نام اصلی‌اش «ابوابراهیم» بوده که می‌گویند انگلیسی‌ها برای آنکه راحت‌تر تلفظ کنند به بریم تغییر کرده. حالا هم همه به آن منطقه «بریم» می‌گویند. راستی این انگلیسی‌ها چقدر راحت‌طلب بوده‌اند. می‌خندیدند و می‌گفتند «بریم». اینجا همان جایی است که کارمندان اجنبی پالایشگاه خانه کرده بودند؛ بهترین جای آبادان، با معماری‌ای که معلوم است ایرانی نیست. خیابان‌های شطرنجی با خانه‌های بزرگ که هرکدام باغی درخور و سبز دارند. حیاط خانه‌های بریم دیوار ندارد. اما صنوبرهایی دارد که بلندند. درهای خانه‌های بریم همیشه باز است. آن درهای فلزی بزرگ برای خانه‌های یک طبقه. این صنوبرها چه چیزها که به خود ندیده‌اند. انگلیسی‌ها، نفت، خمپاره، باروت، جنگ... چه می‌شد آن چاه لعنتی را پیدا نمی‌کردند؟ چرا جنگ شد؟ راه می‌روی و بو می‌کنی. به خانه‌هایی می‌رسی که دیگر خانه نیستند. رد خمپاره به خود گرفته‌اند در آن خاک حاصلخیز. خاک نفت‌خیز؟ خاک جنگ‌خیز؟ خانه چه دارد بگوید وقتی از انسان و از زندگی خالی است؟ گاه میان دو خانه، خالی است. خیلی زود می‌فهمی که خمپاره و موشک عراقی درست آنجایی خورده که نباید می‌خورد. باورش خیلی سخت است. سال ۶۴ بود. دور هم نشسته بودند شام بخورند. آژیرهای خطر برایشان به چوپان دروغگو می‌ماند. آژیر اول که آمد، خیالشان نبود. دومی هم همین طور. سومی که آمد، تا به خود بجنبند و بگریزند، آوار بر سرشان فرود آمد. تکه بشقاب‌های آن شب را هنوز می‌بینی و کاسه توالت را. باقی را باد فراموشی با خود برده. نه بامی بر سر و نه گلیمی به زیر پای. جنگ که شود همین است. کاری هم نمی‌توانی بکنی. فقط می‌توانی بعدها بیایی و پروژه‌ای عظیم را افتتاح کنی تا آب تمیز بیاید و آبادانی‌ها گلویی تازه کنند از پس آوار جنگ همسایه‌های دیوار به دیوار.

سبک انحصاری زندگی

آبادان دوست‌داشتنی است؛ مردمش دوست‌داشتنی‌تر. همه چیزشان با بقیه ایران فرق دارد. موقع حرف زدن، یکی از دست‌هایشان (معمولاً دست راست) را قدری بالاتر می‌آورند و از مچ می‌چرخانند. در مکالمه‌های روزمره و غیرروزمره این‌کار را می‌کنند. همین باعث می‌شود بیشتر به حرف‌هایشان دقت کنی. انگار می‌خواهند حرف خیلی مهمی را حالی کنند. ماشین یکی از الگوهای رفتاری آبادانی‌هاست. در رانندگی سبک خاص خودشان را دارند. هیچ‌جای این جهان بیکرانه نمی‌توان لنگه این سبک را یافت. با سرعت زیاد در هم می‌پیچند و ویراژ می‌دهند اما چون همه با همین سبک می‌رانند، کمتر تصادف می‌کنند. اگر هم بکنند خیلی زود مساله را بین خودشان حل می‌کنند. همه راننده‌ها از پیر(؟) تا جوان عاشق سیستم‌اند. همه ماشین‌ها باید سیستم پخش درست و حسابی داشته باشند. طوری که انگار نداشتن سیستم پخش با باندهای فراوان ضعف سازنده خودرو است. از طرفی خیلی کم می‌توان ماشینی پیدا کرد که کثیف باشد. برق می‌زنند. تزیینات ماشین هم که خود داستانی دیگر دارد: هرچه بیشتر؛ قشنگ‌تر.

بازار

بازارشان همتا ندارد. از «ماهی‌فروشا» گرفته تا «امیری» و بازارهای دیگر. بلااستثنا همه بازاری‌ها خوش‌رو و خوش‌خنده‌اند. همین باعث می‌شود از خرید کردن و نکردن لذت ببری. کسی کاری به کارت ندارد: بایست و هرچه دوست داری نگاه و انتخاب کن. ادویه‌فروش‌ها هم که ماجراها دارند. از چندین متر آنورتر بوی دانه‌های هندو می‌آید. نزدیک که می‌شوی اول از همه عکسی بزرگ از یک هندی بر سردر مغازه به چشم‌ات می‌خورد. معلوم نیست واقعاً صاحب اصلی این مغازه همین هندی سیاه است یا نه. اما موقع خرید فکر می‌کنی ده‌ها سال پیش، یک هندو این ادویه‌ها را ساخته و همین خوشمزه‌ترشان می‌کند. ادویه‌های عجیبی هم دارند: مخصوص زائو.

القصه...

شگفت‌آور است که آبادان از پس میرپنج‌ها و سیاستمدارهای پیر برآمده و روی بر مصدق گشاده و این همه نفت را در دل گذاشته و شاد است. شگفت‌آور است که آبادانی‌ها شادتر از مردم دیگر جاها می‌زیند. شگفت‌آور است که آبادان این همه نفت دارد و کمتر چیزی دارد جز مردمی که به خونابه دل آن گرمای کشنده را به جان می‌خرند... نیست؟

پایان یک روز کاری پالایشگاه آبادان

گفت‌وگو با ایرج میلانی، به بهانه انتشار راهنمای سفر در جاده چالوس

دره به دره صحرا به صحرا

نرگس جودکی

ایرج میلانی همه شنیده‌ها و دیده‌هایش از کوه و دشت و صحراهای ایران را به شماره‌هایی مختصر کرده است تا مسافران با یک کد بتوانند همه آنچه او در سال‌های سفر در جاده‌های ایران دیده، از تلفن بشنوند.

میلانی پیش از آنکه گزارشگر تلفن «واگو» باشد مجری برنامه‌های گشت و گذار تلویزیون بوده است، در یکی از روستاهای اطراف تبریز به دنیا آمده، کارگردانی سینما خوانده و اکنون از پس تجربه‌های سالیان سفر، به ایده‌ای رسیده و بر آن است که آن را به کاربردی‌ترین شکل اجرا کند.

قرار گفت‌وگو با میلانی در یک پنجشنبه و در دفتر کارش میسر می‌شود، جایی در انبوه عکس و صدا. صداهایی که مکانی، کسی، زمانی یا شیئی را واگو می‌کند.

راه‌اندازی این تلفن گویا (واگو) در آغاز تنها یک جرقه بود که پرداخته شد و پس از آزمون و خطا به شکل کنونی درآمد. برای هر پدیده یک پیام.

میلانی اطلاعات گردشگری را در قالب‌های مختلفی تهیه کرده و در مجموعه‌های شامل سی‌دی و کتابچه و بولتن عرضه می‌کند. یکی از روش‌ها هم تلفن واگوست که او بسیار به آن امید بسته. این طبیعت‌گرد و گروه همکارانش جاده چالوس را کیلومتر به کیلومتر مستندسازی کرده و در کتابچه‌ای مصور منتشر کرده‌اند. در کنار هر عکس این کتاب کدی نوشته شده که خوانندگان می‌توانند از طریق تلفن واگو با آن ارتباط برقرار کرده و اطلاعات آن بخش از جاده را بشنوند؛ اینکه اکنون در چند کیلومتری کرج یا چالوس قرار دارید یا اینکه کوهی که راننده در سمت راست خود می‌بیند چه نام دارد، پشت آن کوه کدام روستا در خلوت خود نفس می‌کشد یا بهترین رستوران بین راهی که می‌توان در آن از گرسنگی نجات یافت کدام است. او برای گسترش تلفن واگو برنامه‌های زیادی دارد و امیدوار است با همکاری نهادهای دیگر بتواند از پس هزینه‌های تولید این پیام‌ها برآید. اکنون تیم همکاران در جاده سمنان به سر می‌برند تا عکس‌ها و صداهای تازه‌ای را به دفتر مونتاژ برسانند.

کافی است برای شنیدن لهجه و گفتار مردم روستایی در نزدیکی چالوس با تلفن ۶۴۶۷ تماس بگیرید و کد مربوط به آن را وارد کنید آن وقت صدای یکی از اهالی این منطقه را خواهید شنید. یا حتی ممکن است بخواهید کمی بیشتر درباره پارک لاله یا محله نارمک تهران بدانید، باز هم شماره‌ای برای یک پیام در نظر گرفته شده که کلید گشایش صدای راوی است.

اما این کدها چگونه انتخاب شده‌اند؟ میلانی می‌گوید: «اول فکر کردم یک شماره به هر پدیده بدهم ولی بعد دیدم این شماره‌ها بیشتر و بیشتر می‌شود و به درخت‌واره‌ای گسترده تبدیل می‌شود. شیوه‌های مختلفی را آزمودیم تا به این کدهای کنونی رسیدیم. منطق کدهای پیام‌ها برآیند چند قاعده و منطق هستند. اول اینکه کدهای مرتبط با افراد یا سازمان‌ها از طریق شماره تلفن آنها استخراج شده و پیش‌شماره‌ها از دو تا هشت متغیر است. کدهایی که با عدد ۶۶ شروع می‌شود به شماره دفتر واگو نزدیک است. کدهایی با یک شروع می‌شوند برای انتقال پیام‌های پرکاربرد انتخاب شده‌اند. ممکن است این سوال به وجود بیاید که چرا از کد شهرها برای مکان‌های تاریخی و گردشگری آن شهرها استفاده نشده است. ما به این موضوع هم فکر کردیم ولی در عمل خیلی پیچیده شده بود. به همین دلیل با آزمون و خطا در نهایت به کدهای کنونی رسیدیم که بسیار کاربردی و قابل افزایش است.

– مکان‌ها و موضوعات را چطور؟ هنوز جاذبه‌های گردشگری بسیاری مانده که معرفی نکرده‌اید. چطور این همه موضوع متنوع را اولویت‌بندی می‌کنید؟

اولویت‌ها بر اساس توانمان است و آنچه به نظرمان برای دیدن بسیاری از هموطنان شاید در اولویت باشد.

ویژه‌نامه مصوری را با نام دیدنی‌های واجب ایران به همراه فایل صوتی مربوط به ۵۰ اثر مهم تاریخی- طبیعی و مردمی ایران منتشر کرده‌ام که به نظرم برای مخاطبان جالب است. از طرفی چون این کار با هزینه شخصی انجام می‌شود و سازمانی هم از آن حمایت نمی‌کند با محدودیت‌هایی هم روبه‌رو هستیم.

– علاقه‌مندان چگونه از کد پیام‌های صوتی که در تلفن واگو وجود دارد، مطلع می‌شوند؟

در ویژه‌نامه دیدنی‌های واجب ایران در کنار هر عکس کد مربوط به آن نوشته شده است. همچنین در کتابچه راهنمای سفر به جاده چالوس کدهای مربوط به پیام ذکر شده است. مثلاً می‌توانید بشنوید که در این جاده چند مسجد، پمپ بنزین یا رستوران وجود دارد. فلان قلعه چقدر از چالوس و کرج فاصله دارد. حتی اطلاعات پدیده‌های ساده مثل سنگ کنار جاده که حاصل زلزله است را در این کتاب با یک کد به مخاطبان می‌دهیم.

چطور به این قلعه برویم. می‌توان این کدها را در قالب کارت‌های کوچک هم عرضه کرد تا علاقه‌مندان در همه شرایط با خود داشته باشند و بتوانند پیام‌ها را بشنوند. برخی پیام‌ها تنها در سفر کاربرد ندارد بلکه در صف اتوبوس یا سالن انتظار مطب دکتر می‌توان به پیام‌های مورد علاقه در زمینه تاریخ گوش داد. یا ترجمه منشور کوروش که هم به شکل فایل صوتی است و هم در صورت اعلام نیاز مخاطب با گرفتن یک شماره ترجمه این متن در هفت صفحه برایش فکس می‌شود.

– این اطلاعات چگونه تهیه می‌شود؟ آیا تیم تحقیقاتی برای جمع‌آوری این اطلاعات دارید؟

تحقیقات کتابخانه‌ای نیست. بیشتر این اطلاعات موجود است و برخی از آنها به شیوه‌های مختلف تهیه شده است. برای نمونه درباره کاخ گلستان از مسوول موزه گلستان توضیح خواسته‌ایم و می‌توان با گرفتن کد صدای این کارشناس را شنید. مخاطبان هم می‌توانند پس از شنیدن هر پیام درباره آن اظهارنظر کنند و ما این اطلاعات تکمیلی را پس از بررسی به گزارش خود اضافه خواهیم کرد و همه شنونده‌های تلفن واگو می‌توانند با شماره ۶۰۰۰۰۰ در صندوق صوتی واگو پیام بگذارند. در بسیاری موارد این پیام‌ها بسیار مستند و کارشناسانه است و ما از آن استفاده می‌کنیم. ممکن است مکانی که معرفی می‌شود پس از مدتی دستخوش تغییر شود پس کسی که آخرین اطلاعات را دارد، می‌تواند در تکمیل پیام به ما کمک کند. ما این حرف‌های تازه را اصلاح و اضافه می‌کنیم. در ضمن مخاطبان می‌توانند با گرفتن یک کد تازه از پیامی به پیام دیگر برسند. واگو در واقع یک جور اینترنت صوتی است و صدها نفر می‌توانند همزمان یک پیام را بشنوند.

همچنین می‌توان از تماس‌ها آمار گرفت تا بدانیم مثلاً از ۳۰۰ پیامی که در مورد کاخ گلستان وجود دارد، پیام ۲۳ بیشتر مورد استقبال قرار گرفته است. با این آمارگیری همچنین متوجه می‌شویم مردم طالب کدام دسته‌ازاطلاعات گردشگری هستند.

– برنامه‌تان برای گسترش واگو چیست؟

می‌خواهم کتابچه‌ای چاپ کنم که مشخص‌تر جزییات سفر را نشان دهد. در حال حاضر گروهم در جاده آمل مشغول عکسبرداری است تا بتوانیم هر لحظه این جاده را نشان دهیم. در نظر دارم در آینده نزدیک سی‌دی منتشر کنم که در آن از مبدأ تا مقصد همه آنچه را یک مسافر باید بداند به او بگوید.

الان دارم عکس‌های مناطق مختلف را با جی‌پی‌اس یعنی طول و عرض جغرافیایی نشان می‌دهم. اطلاعات می‌تواند به زبان‌های متنوع تهیه و منتشر شود، در حال حاضر به شکل محدود این کار را انجام می‌دهیم

دلم می‌خواهد از سیستم پیام کوتاه تلفن همراه هم استفاده کنم تا اگر مسافری در سفر نیاز به دانستن اطلاعاتی پیدا کرد از طریق پیامک اعلام کند و ما کد مورد نظرش را برایش ارسال کنیم؛ حتی در این باره که نانوایی لواشی در این منطقه کجاست.

– برای آنکه کدها راحت‌تر در اختیار گردشگران قرار گیرد، نمی‌توانید با سازمان میراث فرهنگی و گردشگری همکاری کنید؟

به راحتی می‌توان این کدها را در تابلوهای مربوط به فضاهای میراث فرهنگی و گردشگری قید کرد. مثلاً برای قلعه متروکی که راهنمایی هم در آن حضور ندارد، می‌توان با یک برچسب کدهای واگو را در اختیار بازدیدکننده قرار داد. این سیستم گویاست و در کنار تابلوهای نوشتاری می‌تواند پیام‌هایی را در ۱۰ دقیقه به گوش مخاطب برساند.

یک بار اقدامی برای اطلاع‌رسانی به گردشگران انجام شد که فکر می‌کنم بی‌نتیجه ماند. در جاده قم به کاشان تابلوهای بزرگی قرار دادند که در آن شماره‌ای برای دادن اطلاعات گردشگری نوشته شده بود. در واقع یک کتاب را تقسیم بندی کرده و به چند منشی داده بودند که بخوانند، این کار چندان عملی نشد و تابلوها تا مدت‌ها بر جای خود باقی مانده بودند.

می‌توان در هتل‌های شهرها تابلوهای کوچکی قرار داد و کدهای مربوط به آثار تاریخی را اطلاع‌رسانی کرد.

به هر حال ما با سازمان‌های مربوطه تماس گرفته‌ایم اما هنوز آنها اقدامی برای همکاری نکرده‌اند. در برخی موارد هم آنها خود تصمیم به راه‌اندازی چنین کاری گرفته‌اند که باز هم می‌دانیم عملی نیست چرا که در روند اداری کارها همیشه به کندی صورت می‌گیرد.

– آیا اتصال به شبکه واگو هزینه‌ای برای تماس‌گیرنده دارد؟

نه. در حال حاضر نرخ تماس با واگو تفاوتی با یک تلفن داخلی با خطوط ثابت در تهران ندارد یا اگر از خارج از تهران با واگو تماس گرفته شود همان هزینه تماس با تهران از گوشه و کنار کشور را دارد. اما در آینده ممکن است هزینه‌ای برای مشترکان در نظر گرفته شود چرا که در حال حاضر تمام هزینه‌های تولید را خود می‌پردازیم.

واگو برای تامین هزینه‌هایش نیازمند همکاری نهادهای مختلف خصوصی و دولتی است. برخی نهادهای مرتبط مثل شوراهای شهر و روستا برای معرفی منطقه‌شان می‌توانند از این طریق اطلاع‌رسانی کنند. ما در حال حاضر آنقدر اندوخته صوتی داریم که تا ۱۰ سال آینده هم می‌توانیم تولید داشته باشیم. در حال حاضر هم گروه در جاده‌ها عکس می‌گیرند تا قبل از زمستان و تغییر چهره جاده بتوانیم مواد لازم برای تهیه محصولاتمان را داشته باشیم. امیدواریم بتوانیم برای نوروز ۹۰ کتاب سفر را آماده کنیم.

– چرا بر مستندسازی و راهنمایی سفر در جاده‌ها متمرکز شده‌اید؟

۸۰ درصد سفرها با ماشین انجام می‌شود در حالی که گردشگران جاده و شگفتی‌های پیرامونش چندان توجهی ندارند. دلم می‌خواهد در مرحله اول بتوانم راهنمایی برای جاده‌های اصلی کشور تهیه کنم. این راهنما باید شامل همه جور اطلاعات باشد. این اطلاعات باید ثبت شود چرا که ممکن است ۳۰ سال دیگر این تصاویر را نداشته باشیم. نوع زندگی و زبان در بسیاری از روستاها در حال تغییر است. شما در این راهنمایی‌های تصویری و شنیداری مردم را به گشت و گذار و دیدن مناطق مختلف کشور دعوت می‌کنید. آیا می‌توان در لابه‌لای این پیام‌ها نکاتی را هم درباره حفظ محیط زیست به گردشگران آموزش داد و آیا در این حوزه با سازمان محیط زیست همکاری داشته‌اید؟

گاهی فعالان و کارشناسان حوزه محیط زیست از من گلایه می‌کنند که هنگام دادن اطلاعات برخی نقاط بکر و خاص چندان شفاف سخن نگویم. و من جوابی برای آن ندارم، یعنی قبول دارم که معرفی برخی از جاها موجب تخریب آن می‌شود. برخی مکان‌ها این ویژگی را دارند و من هم به ویژه در برنامه‌های تلویزیونی این موضوع را رعایت می‌کنم و کمی گنگ می‌گویم اما احساس می‌کنم مسوولان محیط زیست باید بیشتر مراقب باشند. بدون شک می‌توان پیام‌های آموزشی را هم در خلال معرفی مناطق طبیعی ارائه کرد. مثلاً برای یک منطقه پیامی داشته باشیم و بگوییم اینجا زادگاه سهره است. این حیوان شکل و قیافه‌ای اینچنین دارد و کمیاب است و نباید آن را به این دلایل شکار کرد. یا اینکه درباره تعداد یوزها اطلاعات بدهیم و بگوییم اگر در جاده با این حیوان روبه‌رو شدید، رفتارتان چگونه باشد. شما فکر نکنید با نور چراغ خودروتان او از جاده خارج می‌شود، تردید نکنید چرا که او می‌ماند و ممکن است شما با او تصادف کنید.

– پس از این همه سفر به نقاط مختلف کشور آیا مناطقی هست که چند بار به آن سفر کرده یا میل به بازگشت و دیدار دوباره آن را داشته باشید؟

هنوز خیلی جاها هست که باید رفت. البته رفتن نه به معنی گذر کردن در یک مسیر عادی. مشتاق برگشتن نیستم، مگر اینکه در سفر یافته‌ای داشته باشم و به منظور تولید اثری بخواهم دوباره برگردم. ترجیح می‌دهم دو بار از یک منطقه دیدن نکنم

دو بار رفتن یعنی یک بار دیگر به نیت آن خوش گذشتن بروم که خوش بگذرد. من زیاد مجال خوشگذرانی ندارم. از نظر روانشناسی رفتن به جای غریب برای آدم‌ها یک جور مقاومت منفی در خود دارد و این تردیدها که اگر بروم آیا جای خواب پیدا می‌کنم یا خوش می‌گذرد؟ مکان آشنا این مشکلات را ندارد. کسانی که این جرات را ندارند که به جای غریب بروند ممکن است ۵۰ سال از یک مسیر به یک مکان بروند. هر سال، هر ماه یا هر هفته.

نکته

چند پیام جالب در شبکه واگو
۰۲۱-۶۴۶۷
تجربه‌های سفر به ارمنستان ۹۸۵۰۰۸
مصاحبه با دکتر ارفعی درباره خط میخی ۹۸۵۱۲۱
اشکانیان کیستند؟ ۹۸۵۱۲۲
پارک لاله ۹۸۵۱۲۵

سودوکو شماره ۶۰

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.

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

حل سودوکو شماره ۶۸

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

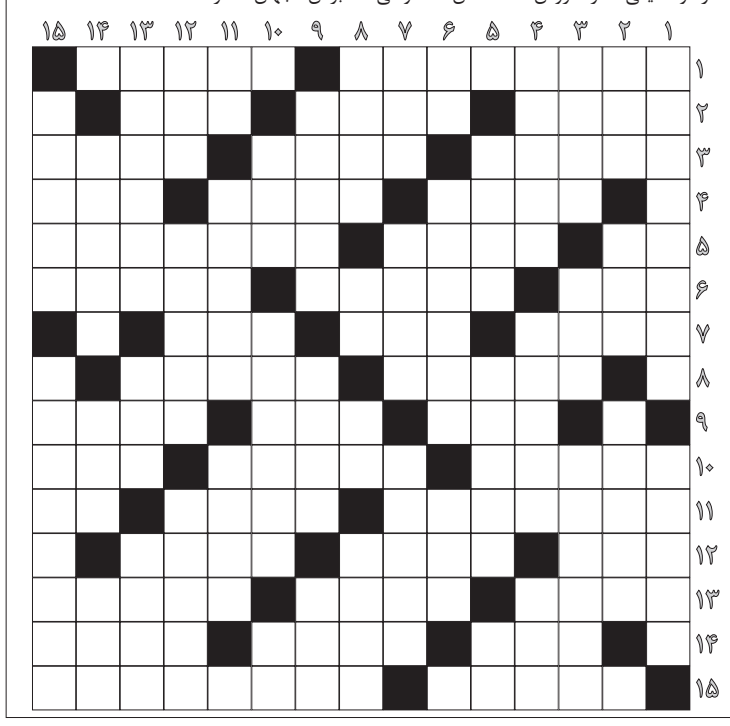
جدول شماره ۱۰۶۱

افقی

۱- پایتخت ایسلند- سرزمین ژرمن‌ها ۲- باهوش- به هدف رسیده- جوان نیست ۳- دفتر نگهداری عکس- پایدار- میوه جالیزی ۴- کودک، طفل- سخن‌چین- حرف بیزاری ۵- ناشنوا- قاضی مسابقات- نویسنده مشهور انگلیسی که تاریخ فلسفه از اوست ۶- خواهر عرب‌زبان- شهری در استان اصفهان- امانت‌ها ۷- رگ قلب و تن- تلاش- ناسیونال ۸- نوعی کفپوش ساختمان- دارای اندازه و شکل یکسان ۹- صدای گربه- خانه وسیع- پدر شعر نو ۱۰- پیامبر بنی‌اسرائیل- بی‌علت- قصه شعرگونه عامیانه ۱۱- نوعی میوه- غلاف شمشیر- مگس‌پران اسب ۱۲- با ناز می‌آید- خاک متبرک- کمربند مسیحیان ۱۳- هیمه- پوششی زنانه- سازی در ارکسترهای بزرگ ۱۴- خارج از محوطه بازی- سبیل- سنگین ۱۵- دارا و ثروتمند- از اشکالات فنی خودرو که در اثر خرابی رینگ‌های پیستون نمایان می‌شود.

عمودی

۱- تحلیل روحی- دایره‌ای در نیروی انتظامی ۲- سال ترکی- لباس- مدخل ۳- عنصر الماس- دسته، گروه- کیفر ۴- پاینده- قوه رشد و نمو- مظهر نرمی ۵- دارایی و ثروت- سروری- تنها، بی‌ریا ۶- علامت جمع عربی- سازمان علمی، فرهنگی، تربیتی سازمان ملل متحد- صفحه‌ای با قطعات الکتریکی ۷- بیهوده- بازگشت- نوعی آبگوشت ۸- خیمه صحرانشین- از ویتامین‌ها- نتی در موسیقی- خرمافروش ۹- سخن «خاموشی حکمتی است که کمتر به کار دارند» از اوست- کاشف میکروب طاعون- عصب خارجی ۱۰- دلسردی- نام ایرانی- کنده و گود ۱۱- گونه- زاده شده- خاتون ۱۲- در نجاری بجویید- مخترع امریکایی سازنده وسایل الکتریکی و آکومولاتور- دلسرد ۱۳- نامی که جغرافیدانان یونانی به ایران داده بودند- گروه ورزشی- پایتخت دومینیکن ۱۴- دوستداران- واژه بیگانه به معنای روش- لغزنده ۱۵- بالا بردن- جهان ظاهر.



حل جدول شماره ۱۰۶۰