چگونه مادر شاداب‌تری باشیم؟

مادر بودن حس و تجربه شیرینی است که در عین حال با سختی‌هایی نیز همراه است که گاهی اوقات انرژی و توان زنان را کم می‌کند. احساس خستگی و کمبود انرژی برای یک زن مخصوصا در پایان روز امری طبیعی است اما تجدید این انرژی برای ایجاد حال خوب در مادران هم بسیار مهم است. کودکان سرشار از انرژی هستند و سال‌های ابتدایی تولدشان با لجاجت‌هایی نیز همراه است که این امر نیازمند یک صبر و شکیبایی از سوی مادران است چراکه در صورت عصبانیت‌های پی‌درپی، فقط به مادرانی عصبی تبدیل می‌شوید. زنان باید آنچه را که کودکان هستند قبول کنند و بیش از اندازه تلاش نکنند که آنها را تغییر دهند. شاید فکر و ذهن تمامی مادران پس از تولد فرزندانش بیشتر معطوف به همسر و خانواده‌اش شود اما آنها هم باید به خود استراحت دهند و حتی با مطالعه و خواندن یک کتاب مورد علاقه‌شان، حس شادابی و اهمیت به خود را دوچندان کنند.

از سویی دیگر برخی از مادران حس می‌کنند که باید مسئولیت همه امور خانه را به‌تنهایی به عهده بگیرند اما تکرار این روند، زن را فرسوده می‌کند. گاهی بهتر است حتی نگهداری از فرزندان را به‌عهده یکی از اعضای خانواده خود بگذارید تا بیشتر به امور شخصی خود رسیدگی کنید. ورزش کردن، خواب کافی، وقت گذاشتن با دوستان صمیمی و... هم از جمله راهکارهای مؤثر در ایجاد یک مادر شاداب و بانشاط است.

۵ عامل پیدایش سلبریتی‌ها در جهان

سلبریتی‌ها چگونه جهان را تسخیر کردند؟

فائزه‌سادات حسینی
گروه جامعه

در تعریف ساده سلبریتی آورده‌اند که وقتی شما توسط تعداد افراد بسیاری شناخته می‌شوید، دیگر یک چهره شناخته شده هستید اما فراتر از این تعریف، امروزه یک سلبریتی بنابر فرهنگ عمومی دنیای جدید با برانگیختن احساسات و عواطف جمعیت کثیری تشریح می‌شود که تحت سلطه صنایع سرگرم‌کننده قرار دارد. تفریحی که با واکنش‌های لذت، شادی، درد، رنج، ستایش یا رسوایی طرفداران به چهره‌های مشهور ارتباط دارد. در این ارتباط دوسویه، قبلا ما شاهد نقش رسانه‌های رسمی مثل تلویزیون و مطبوعات در پررنگ کردن سلبریتی‌ها بودیم اما از سال ۲۰۰۹ با گسترده شدن اقبال عمومی به شبکه‌های اجتماعی دیگر، طرفداران مستقیم با ستاره‌های مورد علاقه خود ارتباط می‌گرفتند.

یکی از ارکان اصلی تعریف شهرت، معرفی فرد بنابر توانایی یا صفتش توسط تایید دیگران در اجتماع است.

براساس مقاله علمی «بررسی جامعه‌شناختی مخاطبان فرهنگ سلبریتی در اینستاگرام فارسی»، نویسندگان مصطفی اجتهادی و وحید کشافی‌نیا؛ این ویژگی‌ها می‌تواند شامل چهره‌ورزشی، بازیگر، نقاش، موسیقیدان و نویسنده و... باشد که با استقبال قشرهایی از مردم روبه‌روست؛ استقبالی که با ابراز علاقه به آن چهره یا تاثیرپذیری از وی وجود دارد و از سال ۱۹۸۰ موجب جلب توجه جامعه‌شناسان به آن شد. پس فرهنگی ویژه به‌نام سلبریتی برایش ایجاد کردند و بر مفاهیم جدیدی از آن همانند شبکه‌های سلبریتی، کیش سلبریتی، جامعه سلبریتی، سلبریتیزه شدن، سلبریتی‌سازی و سرمایه سلبریتی و... متمرکز شدند اما نکته مهم آنجا بود که جامعه‌شناسان معروفیت این افراد را مدیون رسانه و گسترش آن می‌دانستند و واقعیت ماجرا هم چنین بود زیرا آنان از گذشته با نور رسانه‌هایی مثل سینما، تئاتر، تلویزیون و مجلات به مردم معرفی می‌شدند و امروز به‌واسطه قدرت الگوریتم‌ها در فضای مجازی مانند شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها در زمانی کوتاه به ستاره تبدیل می‌شوند. به این ترتیب برخی از جامعه‌شناسان معتقدند که سلبریتی‌ها تنها به‌سبب برخی از ویژگی‌های سرگرم‌کننده‌شان در چشمان مردم قرار می‌گیرند. از نظر محققان، امروزه آنان یک صفت مهم دیگری هم دارند که قبلا وجود نداشت یا اصلا کمتر دیده می‌شد و آن ورود چهره‌ها به عرصه‌هایی غیر از تخصص‌شان است. برای مثال اگر یک سلبریتی، بازیگر است می‌تواند به‌راحتی وارد عرصه موسیقی یا گروه‌های حمایتی اجتماعی و محیط زیستی یا فعالیت‌های خیریه و بشردوستانه شود. این امر در نظر جامعه‌شناسان بنام جابه‌جایی یا migration معروف است که به اعتقادشان از سال ۱۹۹۷، سلبریتی‌ها را در قالب بازنمایی‌های رسانه‌ای درآورد. شکلی که در اصطلاح منجر به چهره‌سازی و برجسته‌سازی‌شان در جامعه شد و واسطه‌محوری رسانه‌ها یا media - driven را در ارتباط با معرفی سلبریتی‌ها به جامعه پررنگ کرد؛ آن چنان که اگر وساطت رسانه نباشد، مشهوران عالم هیچ‌اند. حال، در این میان افرادی در رسانه هستند که صحنه را جهت ورود سلبریتی‌ها به عرصه نمایش آماده و در واقع مدیریت می‌کنند. جامعه‌شناسان این اشخاص را در همان حلقه واسطه محوری تعریف می‌کنند و آنان را شامل آژانس‌های تبلیغاتی، انتشاراتی‌ها، بازاریاب‌ها، شرکت‌های بازرگانی، عکاسان، باشگاه‌های بدنسازی، فعالان صنعت و مد و برنامه‌سازان معرفی می‌کنند.

۵ عاملی که باعث پیدایش سلبریتی‌ها در جهان شد

البته محققان یک نگرش جامعه‌شناختی هم به علت برجسته‌سازی چهره‌ها در جوامع دارند که در پنج عامل ذکر کرده‌اند:

۱ افول دین در جامعه: برخی از پژوهشگران معتقدند که در قرن‌های ۱۷ و ۱۸.م با افول جامعه درباری یا court society و کاهش جایگاه کلیسا در اروپا، مفاهیمی مانند حق الهی پادشاهان و خداباوری و گناه جایگزین نمادهای جدید شناختی مثل جاودانگی و انسان‌محوری شد. به‌عبارتی دیگر با سقوط نظام پادشاهی فرانسه عصر جدیدی به‌نام روشنگری آغاز شد که مفاهیم‌اش آغازگر نظام سکولاری و افول مذهب بود. از این نظر بعدها با ورود قاره سبز به دوره انقلاب صنعتی، انسان‌محوری به بالاترین درجه خود رسید.

۲ رسانه‌ای شدن: به‌گفته یکی از جامعه‌شناسان، ما در سال ۲۰۰۶ با پیدایش شبکه‌های اجتماعی مثل فیسبوک و بعد توییتر، یوتیوب و... شاهد بمباران اطلاعات هستیم. از طرفی این پدیده موجب بازنمایی و بالا بردن جایگاه سلبریتی‌ها شده است که در خطوط بالا شرح آن را توضیح دادیم.

۳ کالایی‌سازی: در سال ۱۹۹۷ سلبریتی‌ها نشانگر قدرت بالای نظام سرمایه‌داری در کالایی‌سازی حیات اجتماعی تعریف شدند چراکه سلبریتیسم پیامد ایدئولوژی مسلط فردگرایی در فرهنگ غربی بود. درواقع آنان به‌مثابه نشانه‌هایی عمل می‌کردند که از طریق آنها این گفتمان‌ها به مخاطب منتقل می‌شد. در سال ۲۰۰۱ نیز یکی از جامعه‌شناسان گفت که فرهنگ سلبریتی، بخشی از نظام سرمایه‌داری را به‌منظور بازتولید کالاها، افزایش میل در مصرف‌کنندگان و انباشت سرمایه تشکیل می‌دهد. بنابراین افراد مشهور باجای دادن خودشان در تبلیغات کالاها علاوه بر معرفی کردن خودشان به‌عنوان یک شیء، میل به خرید را در مصرف‌کنندگان افزایش می‌دادند.

فرهنگ سلبریتی، بخشی از نظام سرمایه‌داری را به‌منظور بازتولید کالاها، افزایش میل در مصرف‌کنندگان و انباشت سرمایه تشکیل می‌دهد

۴ نابرابری اقتصادی: گامسون در سال ۱۹۹۴ معتقد است که در جوامعی با شکاف‌های اقتصادی بالا، فرهنگ سلبریتی توهم سریع پولدار شدن را به افراد می‌دهد. این ایدئولوژی توهم‌زا در سال ۲۰۱۱ با رؤیای آمریکایی گره خورد و این‌طور عنوان می‌شد که با مشهور شدن، شما در اندک زمانی می‌توانید به ثروت، قدرت و منزلت اجتماعی برسید.

۵ رشد فردگرایی: بدون گسست از پیوندهای سنتی جمع‌گرایانه، ظهور فرهنگ سلبرتی امکان‌پذیر نبود. فردگرایی به‌مثابه یک فرا- فرآیند meta - process اجتماعی ابتدا از غرب آغاز شد و سپس در تاریخ‌نگاری اروپایی اهمیت یافت. درینز، جامعه‌شناس معتقد است که با ظهور نئولیبرالیسم در دهه ۱۹۸۰ و با ترویج اندیشه خودپسندگی، ایدئولوژی فردگرایی تقویت شد و تمام پیوندهای اجتماعی از هم گسیخت. این پاره‌شدن روابط بعدها افراد را مستعد پذیرش اسطوره‌های جدید رسانه‌ای یعنی سلبریتی‌ها کرد. پس در سال ۱۹۸۰.م با نظام‌مند شدن موضوع سلبریتی برای جامعه‌شناسی، محققان تعاریف متعددی از آن کردند که تمام آنان یک کلیدواژه مشترک داشت. این کلیدواژه همان انسان‌محوری یا خودمحوری بود که با ظهور فرهنگ سرمایه‌داری تبدیل به نمایش انسان و صفات خودش شد تا به‌قول گابلر، جامعه‌شناس، زندگی او برای مردم سرگرم‌کننده باشد.

یادداشت

مهدی نیک‌ضمیر | گروه جامعه

رواج فرهنگ «مشهور شدن به هر قیمتی»!

بحث سلبریتی‌ها با ظهور و گسترش شبکه‌های اجتماعی و مهم‌شدن فرهنگ غیررسمی در برابر فرهنگ رسمی اهمیت پیدا کرد. در واقع شکل‌گیری پدیده سلبریتی از پیامدهای رسانه‌ای‌شدن فرهنگ است. نکته قابل تامل این‌که فرهنگ غیررسمی در جامعه در بسیاری از زمینه‌ها تاثیرگذارتر از فرهنگ رسمی است. در فرهنگ رسمی معمولا هر سیاست‌گذاری فرهنگی به‌دنبال تعیین الگو و ترویج آن است اما در فرهنگ غیررسمی، قدرت سلبریتی‌ها بیشتر می‌شود. به همین خاطر است که فراتر از رسانه‌های رسمی، سلبریتی‌ها در رسانه‌های غیررسمی و فضای مجازی قدرتمندترند و توانسته‌اند تعداد زیادی از افراد را در قالب دنبال‌کنندگان با خود همراه کنند. سلبریتی‌ها و در ادامه میکروسلبریتی‌هایی که برای جلب توجه باقی‌مانده افراد در فضای مجازی شکل گرفته‌اند، در بسیاری از موارد فقط روزمرگی‌های‌شان را با مخاطب به اشتراک می‌گذارند؛ روزمرگی‌هایی که انگار برشی از زندگی عادی مخاطبان و دنبال‌کنندگان است و شاید همین مسأله هم موجب می‌شود تا آنها بتوانند افرادی را به خود جلب کنند. از منظر ارتباطی فعالیت سلبریتی‌ها در اینستاگرام دیده می‌شود، انتشار عکس‌های شخصی و غیررسمی، اشتراک‌گذاری‌ها، درددل‌ها و ساختن نوعی فرهنگ عمومی، مسأله سلبریتی‌ها را مهم کرده است؛ البته ذیل پدیده سلبریتی‌ها، میکروسلبریتی‌ها هم اهمیت پیدا کرده‌اند و سلبریتی‌های غیررسمی و رواج سیاست مشهورشدن به هر قیمتی و بحث‌های مارکتینگ و تجاری‌شدن جزو بحث‌های مطرح‌شده است. در نهایت این‌که وجود سلبریتی‌ها در غیاب فرهنگ مدنی و نهادهای مدنی می‌تواند یک تهدید برای جامعه محسوب شود اما اگر جامعه فعال باشد، خود سلبریتی‌ها نیز به‌عنوان بخشی از فرهنگ مورد نقد قرار می‌گیرند.

فراخوان مناقصه عمومی یک مرحله‌ای

پروژه خط ٤ مترو مشهد در نظر دارد حمل و تخلیه باطله (گل حفاری) حاصل از حفاری دستگاه حفاری مکانیزه تونل (TBM) پروژه خود را به پیمانکار واجد شرایط واگذار نماید.

بدین منظور از پیمانکاران و شرکت‌های دارای تجربه کارهای مشابه و یا تأمین کنندگانی که دارای توان کافی و سابقه همکاری با پروژه‌های مشابه هستند دعوت به عمل می‌آید جهت دریافت اسناد مناقصه به آدرس‌های ذیل مراجعه نمایند:

تهران، میدان آرژانتین، خیابان بخارست، کوچه چهاردهم غربی، پلاک ۳، مؤسسه مهندسی رهاب، معاونت فنی و مهندسی، تلفن: ۸۸۷۳۲۱۲۶-۰۲۱ داخلی ۱۸۱

مشهد، خیابان مهرمادر، اراضی بعد از مهرمادر ۲۹، کارگاه شهید سنجرانی، پروژه خط ۴ مترو مشهد، واحد امور قراردادها، تلفن: ۶-۳۷۱۳۹۷۷۵-۰۵۱ داخلی ۳۶۳

سایر شرایط:

۱ مدت اجرای کار: ۱۲۰ روز تقویمی

۲ مبلغ قرارداد: در قالب صد درصد ۱۰۰٪ غیرنقد در قالب تهاتر با ملک قابل پرداخت می‌باشد.

۳ مدارک لازم برای دریافت اسناد مناقصه: صلاحیت و رتبه‌بندی در زمینه رشته مورد نظر، مدارک شناسایی، اساس‌نامه، آگهی آخرین تغییرات شرکت، رزومه کاری و توان و ظرفیت ماشین‌آلات پیمانکار

تبصره: هزینه دریافت لوح فشرده و فایل PDF اسناد مناقصه رایگان می‌باشد.

۴ تضمین شرکت در مناقصه فوق: ۵/۲۵۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال می‌باشد.

۵ آخرین مهلت دریافت اسناد مناقصه: پایان وقت اداری (ساعت ۱۶) روز ۱۴۰۳/۰۱/۲۰ می‌باشد.

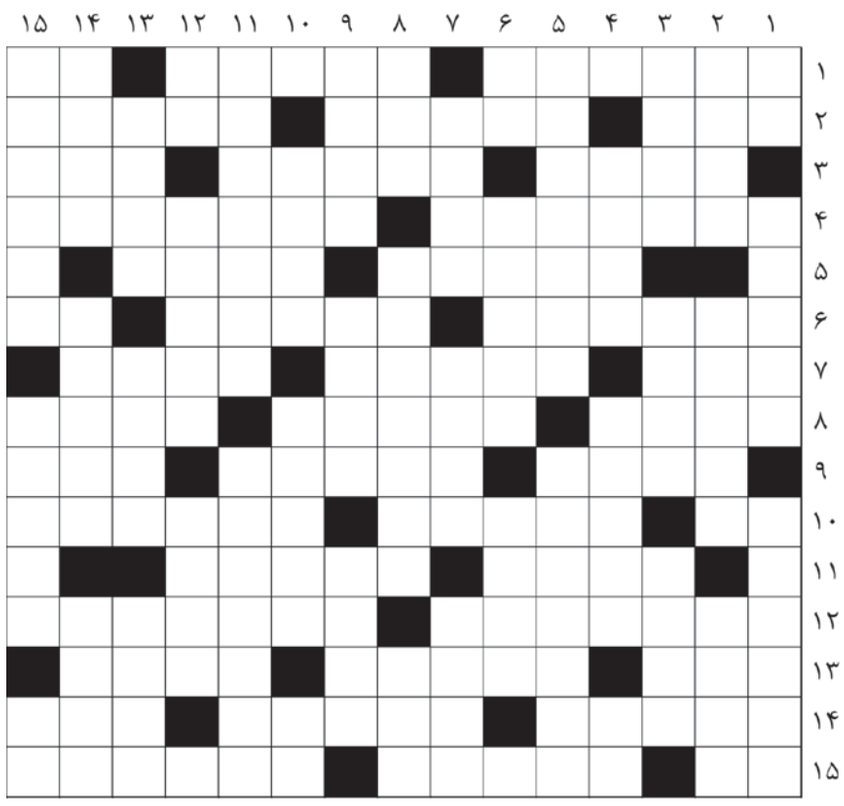
۶ آخرین مهلت تسلیم پیشنهادات: پایان وقت اداری (ساعت ۱۶) روز ۱۴۰۳/۰۱/۲۸ می‌باشد.

۷ مناقصه گزار در رد یا قبول هر یک یا تمام پیشنهادات مختار است.

مدیرعامل سازمان حمل و نقل و ترافیک شهر تهران ضمن تشریح چگونگی اجرای طرح ترافیک و طرح کنترل آلودگی هوا در سال ۱۴۰۳ خبر داد

به گزارش روابط عمومی سازمان حمل و نقل و ترافیک شهر تهران؛ شهریار افندی زاده در مورد اجرای طرح ترافیک در سال جدید که از ۱۴ فروردین ماه آغاز شده است، گفت: براساس مصوبه شورای اسلامی شهر تهران ، طرح ترافیک برای روزهای شنبه تا چهارشنبه، از ساعت ۶:۳۰ تا ۱۸:۰۰ (باستثنای روزهای تعطیل) و روزهای پنج شنبه طرح ترافیک فقط شامل طرح کنترل آلودگی هوا بوده که از ساعت ۶:۳۰ لغایت ۱۳:۰۰، اجرا می‌شود. افندی زاده با بیان اینکه براساس مصوبه شورای شهر تهران، نرخ عوارض تردد در محدوده طرح ترافیک ۴۰ درصد افزایش دارد. افزود: همانند سنوات گذشته هر شهروند دارای پلاک با سرشماره شهر تهران، ۲۰ روز سهمیه تردد فصلی رایگان در محدوده کنترل آلودگی هوا دارد که در صورت اتمام ۲۰ روز سهمیه مذکور، عوارض تردد از وی دریافت می‌شود. مدیرعامل سازمان حمل و نقل و ترافیک شهر تهران گفت: رزرو طرح ترافیک از طریق درگاه اینترنتی و اپلیکیشن های مورد تایید شهرداری تهران انجام می‌شود و افرادی که به صورت روزانه قصد ورود به طرح ترافیک را دارند، باید تردد خود را رزرو کنند. افندی‌زاده با اشاره به اینکه شهروندان می توانند عملیات رزرو را به صورت روزانه یا هفتگی از روز چهارشنبه هفته قبل انجام دهند تصریح کرد: امکان رزرو طرح حتی پس از بازگشت به مبدأ، تا ساعت ۲۴ همان روز نیز وجود دارد. مدیرعامل سازمان حمل و نقل و ترافیک شهر تهران خاطرنشان کرد: طبق مصوبه شورای ترافیک شهر تهران، سقف سهمیه ورود به محدوده طرح ترافیک ۱۰۳ هزار دستگاه خودرو است و در صورتی که سهمیه تردد روزانه تکمیل نشده باشد شهروندان تا پایان همان روز امکان رزرو دارند. افندی زاده با بیان اینکه نرخ پایه عوارض سال ۱۴۰۳ مبلغ ۷۵ هزار تومان تعیین شده است گفت: نخستین ورود و آخرین خروج خودروها ملاک محاسبه میزان پرداختی عوارض تردد در محدوده‌های طرح ترافیک و کنترل آلودگی هوا است. مدیرعامل سازمان حمل و نقل و ترافیک شهر تهران افزود: داشتن معاینه فنی برتر نیز ملاک تاثیرگذاری روی قیمت تمام شده تردد است و اگر خودرویی با معاینه فنی برتر پس از ساعت ۱۰ وارد محدوده و قبل از ساعت ۱۶ از محدوده خارج شود باید مبلغ ۶۳ هزار تومان به ازای هر روز تردد در محدوده طرح ترافیک و ۳۱ هزار و ۵۰۰ تومان به ازای هر روز تردد در محدوده کنترل آلودگی هوا پرداخت کند. افندی زاده تصریح کرد: خودروهایی که دارای معاینه فنی برتر هستند اگر قبل از ساعت ۱۰ وارد محدوده و قبل از ساعت ۱۶ از محدوده خارج شود باید مبلغ ۹۰ هزار تومان به ازای هر روز در محدوده طرح ترافیک و ۴۵ هزار تومان به ازای هر روز در محدوده کنترل آلودگی هوا بپردازد. مدیرعامل سازمان حمل و نقل و ترافیک شهر تهران خاطرنشان کرد: اگر خودروی دارای معاینه فنی برتر قبل از ساعت ۱۰ وارد و بعد از ساعت ۱۶ از محدوده طرح خارج شود باید مبلغ ۱۳۵ هزار تومان به ازای هر روز در محدوده طرح ترافیک و ۶۷ هزار و ۵۰۰ تومان به ازای هر روز تردد در محدوده کنترل آلودگی هوا بپردازد. همچنین اگر خودرو دارای معاینه فنی برتر بعد از ساعت ۱۰ وارد و بعد از ساعت ۱۶ از محدوده خارج شود باید مبلغ ۹۰ هزار تومان به ازای هر روز در محدوده طرح ترافیک و ۴۵ هزار تومان به ازای هر روز تردد در محدوده کنترل آلودگی هوا بپردازد.

افندی زاده با تاکید بر اینکه در صورت داشتن معاینه فنی عادی به تعرفه‌های فوق مبلغ ۲۵ درصد اضافه خواهد شد گفت: خودروهای برقی و هیبریدی در صورت ثبت خودرو در دفاتر خدمات الکترونیک شهرداری، معاف از پرداخت عوارض طرح ترافیک و آلودگی هوا می‌باشند. مدیرعامل سازمان حمل و نقل و ترافیک شهر تهران همچنین از اختصاص تخفیف ۹۰ درصدی به افراد دارای بیماری خاص یا معلولیت هستند خبر داد و افزود: این افراد می توانند با مراجعه به نهادهای تحت پوشش، نسبت به دریافت سهمیه خود اقدام نمایند. افندی زاده عنوان کرد: برای ساکنین محدوده طرح ترافیک و آلودگی هوا هم مانند سال گذشته تسهیلاتی ارائه می شود و مالکان و مستاجران با مراجعه به دفاتر خدمات الکترونیک شهرداری می توانند از تسهیلات تعیین شده همانند گذشته استفاده نمایند. مدیرعامل سازمان حمل و نقل و ترافیک شهر تهران در پایان به بسته‌های زمان‌دار تردد در محدوده طرح ترافیک اشاره کرد و افزود: برای خودروهای دارای معاینه فنی عادی بسته های یک ماهه، سه ماهه و شش ماهه به ترتیب مبلغ یک میلیون ۶۵۵ هزار و ۳۰۰ تومان، ۴ میلیون ۴۸۵ هزار و ۷۰۰ تومان و ۸ میلیون ۴۴۳ هزار و ۳۰۰ تومان می‌باشد و در مورد خودروهای دارای معاینه فنی برتر مبلغ بسته‌های یک ماهه، سه ماهه و شش ماهه به ترتیب برابر با یک میلیون و ۳۲۴ هزار و ۲۰۰ تومان، ۳ میلیون ۵۸۸ هزار و ۶۰۰ تومان و ۶ میلیون ۷۵۴ هزار و ۶۰۰ تومان می‌باشد. لازم به توضیح است خرید بسته‌های زمان‌دار از طریق سامانه و اپلیکیشن‌های مورد تایید شهرداری تهران برای شهروندان امکان پذیر است.



طراح: بیژن گورانی

جدول ۶۶۹۱

جدول عادی

افقی: ۱) زمان اوج گرفتن امری- بنای دیدنی استان کرمان- رطوبت ۲) کشتی جنگی- راه قابل عبور برای چارپایان- اسباب و لوازم ۳) از مرکبات- کلاه ایمنی- مرغ سعادت ۴) قطعه معروف موسیقی ساخته روح‌ا... خالقی- تصنیفی زیبا و ماندگار با آواز استاد بنان ۵) باجه فرودگاه- بی‌آغاز ۶) مجموعه شعری سروده سهراب سپهری- برابر- عید ویتنام ۷) غربال- کشور فلاسفه- پشت سرهم ۸) پر برکت- اندیشه‌ها- آحاد ۹) دوازده دوجین- چهاول- زبانه آتش ۱۰) سودای ناله- مریض- زلزله دریایی ۱۱) شاعر نیشابوری- به تنهایی ۱۲) بی‌بندوبار- سرسلسله افشاریه ۱۳) پژواک- پیامبر ایرانی- شاهد ۱۴) حفره- دشنام- سوره سی‌ام قرآن ۱۵) کمبود آن موجب بیماری گوآتر می‌شود- منحرف- اثرپذیری.

عمودی: ۱) شهری در آلمان- حق کسی را ضایع کردن- عاطفی ۲) متوجه- نیم‌تنه بی‌آستین- بی حرکت شدن ۳) معطر- حیله‌گر- گذر کردن ۴) ادغام چند منبع صوتی یا تصویری برروی یک نوار- مقررات- تخم مرغ خارجی ۵) پادشاه بابل و اولین قانونگذار تاریخ- بیماری مشترک انسان و حیوان ۶) نشانه جمع- گوشه‌نشینی- مطالعه اجمالی ۷) گرفتگی زبان- پیمان تجارت آزاد آمریکای شمالی- کوه آتشفشانی ایتالیا ۸) چندرأی- نفاق- سلطان ۹) چند رئیس- پهلو- از القاب اشرافی زنان اروپا ۱۰) اتاق درس- امتداد- به دنیا آوردن ۱۱) رمانی نوشته علی‌محمد افغانی- راسته‌ای از پستانداران ۱۲) فلز سرخ- اهل هلند- هم‌رزم گاندی ۱۳) از جنس آهن- بدون آستر- واضع شریعت ۱۴) پدر شعر نو- فهمیدن سخنان یکدیگر- خواهش‌های نفسانی ۱۵) همراهی کردن- فرزند نتیجه- گلابی.

جدول ویژه

افقی: ۱) مستمری- سرباز مسلح دوره صفوی- آش ۲) لطف- ملاطی از خاکستر و آهک- ۱۰ هزار مترمربع ۳) نوعی پارچه پنبه‌ای- آسیب جسمی یا روحی- میوه گرمسیری ۴) اثری به قلم امیرحسین فردی- بهترین استفاده از زمان و امکانات موجود برای رسیدن به هدفی معین ۵) از اعمال حجاج- در دوره ساسانیان به شهرستان می‌گفتند ۶) گلی خوشبو- سدی در خوزستان- هفتاد و دومین سوره قرآن ۷) پرهیزگاری- دستگاهی برای خشک کردن موی سر- ارتش قدیم ۸) ذکر مصیبت- میان تهی- اتاق ریلی ۹) خدای هندو- مرتعش- نوعی قایق چوبی ۱۰) نیمه چیزی- نارنجک- نوعی کاغذ نازک و مقاوم ۱۱) فایده- حواری خائن ۱۲) زیبا و دلپذیر- موقعیت دلخواه ۱۳) عقیده- از ماشین‌های راهسازی- خانه ساحلی ۱۴) از پیامبران بنی‌اسرائیل- منفعت‌طلب- دکان کوچک ۱۵) گردنبند اسارت- پنهان کردن- متناوب.

عمودی: ۱) مرحله خواب عمیق- فلزی که روی آن تصویری برای چاپ حک می‌شود- رمانی نوشته جمال میرصادقی ۲) میوه پاییزی- فویل نازک برای طلاکوبی روی جلد کتاب- نام چند تن از پادشاهان فرانسه بود ۳) عظیم- افراد یک گروه- فرسوده ۴) هر داروی افزایش تحرک دستگاه گوارش- عموم مردم- پسوند نسبت ۵) کرم روده- محل نگهداری اسیران جنگی ۶) مادر لر- از تنقلات ترشمزه- روز عرب ۷) عنکبوت پشمالو- بلندمرتبه- حیات ۸) سلاح- رقابت- کم‌ارزش ۹) الزام- رودخانه ارس- حافظه اصلی کامپیوتر ۱۰) تیمارگر اسب- لانه پرندگان- مکان ۱۱) محل تقاطع دو راسته بازار- گوشه‌ای در دستگاه همایون ۱۲) عدد اول- از جزایر ژاپن- ایفای نقش ۱۳) موج زدن- باران شدید- شب چله ۱۴) عقیده- غیرمتمدن و بی‌فرهنگ- وسیله کمک حرکتی بیماران ۱۵) ارزش داشتن- ملیح- نهیب.

حل جدول عادی ۶۶۹۰

	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵
۱	ق	ه	و	ه	خ	ا	ن	ه	■	ا	ت	ر	ی	ا	د
۲	ر	ر	■	م	ر	ی	م	ی	■	م	ت	ز	ل	ز	ل
۳	ن	ب	ر	د	م	ن	■	د	غ	و	ا	■	ه	د	ی
۴	■	■	م	ر	ا	ت	ب	■	ش	ر	ب	ت	■	ی	ل
۵	غ	ن	ا	د	■	ر	و	س	و	■	غ	ن	ق	ا	■
۶	م	و	ن	ی	خ	■	چ	و	ه	■	ر	ا	ر	د	ک
۷	ل	پ	ی	■	ل	ب	ا	ب	■	ا	ج	ز	ا	■	ا
۸	ک	ا	■	ا	س	ت	ر	ا	ق	س	م	غ	■	د	ب
۹	ر	■	ف	ر	ه	ی	■	ت	ا	خ	ر	■	س	م	ی
۱۰	د	ر	ن	ا	■	س	ر	ا	چ	■	ه	م	ی	ا	ن
۱۱	■	د	ب	ب	ی	■	ز	ن	ا	■	ق	س	م	ت	■
۱۲	ا	ی	■	ه	و	م	ر	■	ر	ا	پ	ر	ت	■	■
۱۳	د	ک	م	■	ح	ا	و	ی	■	ک	و	ر	م	ا	ل
۱۴	ب	ا	د	س	ن	ج	■	س	ج	ا	ی	ا	■	ن	ا
۱۵	ا	ن	ت	ق	ا	د	■	ر	و	م	ا	ت	ی	س	م

حل جدول ویژه ۶۶۹۰

	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵
۱	ک	ی	ن	ن	س	ی	ا	و	ش	■	ر	ی	ه	ا	ت
۲	ن	ی	■	ر	و	ش	ن	ی	■	ک	ا	ت	ی	ر	ا
۳	ا	ل	ی	ک	ا	ک	■	د	ا	ی	ن	■	ن	ش	ر
۴	■	■	ک	ر	ب	ل	ا	■	ف	ک	ر	ت	■	ی	ک
۵	ا	و	ر	د	■	ک	ش	م	ش	■	ی	و	ش	ن	■
۶	ن	ا	ا	ه	ل	■	ف	ر	ا	غ	■	ه	ر	ه	ر
۷	ج	ب	ن	■	ک	ا	ت	د	■	د	ب	ی	ر	■	ا
۸	د	ل	■	چ	ه	ر	ن	ز	■	ی	ا	ن	■	س	ه
۹	ا	■	ب	ر	ن	■	و	ا	ر	د	■	ل	و	ا	ا
۱۰	ن	ف	ر	ت	■	ن	ه	ض	ت	■	ی	ک	ا	ن	ه
۱۱	ن	ا	ک	■	س	ی	ب	ل	■	ا	ت	ا	■	■	■
۱۲	ج	ا	■	ه	و	ی	ت	■	ه	ا	چ	■	ب	ک	■
۱۳	ا	ت	ا	م	ح	ی	■	ط	ی	ا	س	ی	ک	ی	■
۱۴	ن	ی	ه	ا	ر	■	ی	ا	م	ک	ر	و	■	ا	ک
۱۵	ب	ک	ر	ا	ی	■	غ	ش	ا	ق	ن	ا	ت	ه	م