میراث فرهنگی

زیارت‌رضوی ثبت‌جهانی می‌شود

پرونده زیارت‌رضوی برای ثبت در فهرست آثارجهانی به یونسکو ارسال شد. این خبر را مصطفی پورعلی، مدیرکل ثبت میراث‌معنوی و طبیعی وزارت میراث‌فرهنگی رسانه‌ای‌کرده و گفته: ما می‌توانستیم زیارت‌رضوی را به‌عنوان معرف ارسال کنیم اما به‌دلیل نوع پاسداری از این عنصر و اهمیت آن در فهرست برنامه حقوق پاسداری قرار گرفت.

پورعلی افزود: ثبت عناصر فرهنگی ناملموس بنا بر کنوانسیون سال ۲۰۰۳ یونسکو محقق می‌شود. این کنوانسیون برای ثبت‌جهانی چند فهرست دارد که یکی شامل میراث ناملموس است که لنج‌سازی سنتی، دریانوردی در خلیج‌فارس در این فهرست جای می‌گیرد.

به گفته وی در مثال دیگر نوروز، دوتار و... در فهرست معرف-فهرست دوم یونسکو-ثبت‌شده و فهرست‌سوم نیز ناظر بر عناصری هستند که با پاسداری خوب روبه‌رو می‌شوند و خوشنویسی اولین هنری است که دراین‌خصوص جای می‌گیرد.

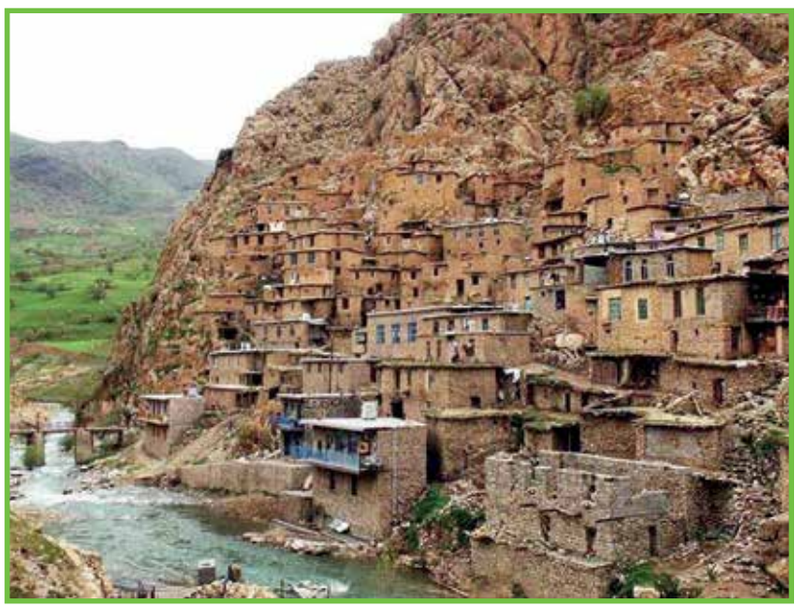
پورعلی تاکید کرد که شان خوشنویسی ایران تا این درجه بود که در چنین فهرستی به ثبت‌برسد.

پورعلی همچنین به لزوم تبیین چگونگی مسیر پاسداشت از این هنرملی نزد ایرانیان در برابر تحولات زندگی اشاره کرد و گفت: هنر خوشنویسی امروزه به‌صورتی در کشورمان جا افتاده که به‌راحتی در آینده می‌تواند به راه خود ادامه دهد.

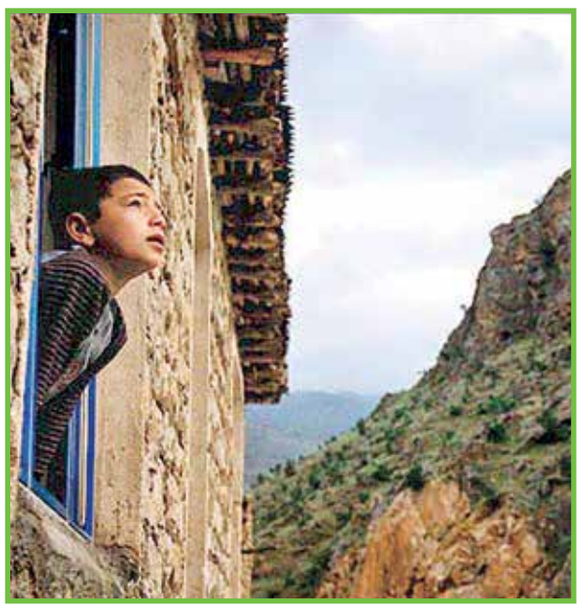
این مسوول در ادامه به شرایط پاسداری نامناسب بسیاری از عناصر ناملموس در کشورمان انتقاد کرد و گفت: دراین‌خصوص می‌توان به کوچ عشایر اشاره کرد که نیازمند حمایت‌های ویژه است اما هنر سنتی خوشنویسی تفاوت دارد و شرایط پاسداری مناسبی را پشت‌سرگذاشته است.

اختصاص تسهیلات‌ویژه به پروژه‌های گردشگری

وزارت میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی و بانک‌دی به‌منظور اعطای تسهیلات به بخش گردشگری تفاهم‌نامه همکاری امضا کردند. به گفته سعید اوحدی، معاون توسعه مدیریت و منابع وزارت میراث‌فرهنگی براساس این تفاهم‌نامه در مجموع ۳۰ هزار میلیارد ریال تسهیلات به متقاضیان اعطا خواهد شد. دراین‌خصوص سامانه‌ای نیز طراحی‌شده که در سطح ستاد و استان امکان رصد لحظه‌ای این تسهیلات وجود دارد. معاون توسعه مدیریت و منابع وزارت میراث‌فرهنگی افزود: بیش از ۵۰۰ پروژه در حوزه گردشگری با پیشرفت ۷۰ درصد داریم که این پروژه‌ها اولویت ما برای پرداخت تسهیلات هستند. همچنین با توجه به رسالت بانک‌دی برای ارائه خدمات به جامعه ایثارگری با مدیران این بانک مذاکره کردیم که این اتفاق یک خدمت دیگر مشترک این وزارتخانه و بانک‌دی قلمداد شود و در اعطای تسهیلات پروژه‌هایی که معرفی می‌شوند، اولویت مربوط به جامعه ایثارگری باشد.



تصاویری از منطقه کوهستانی اورامانات در کردستان و کرمانشاه که امسال به ثبت جهانی رسید



جوامع کوهستانی در راه صعود به قله‌های گردشگری

سازمان جهانی گردشگری و فائو برای توسعه پایدار در مناطق کوهستانی از طریق جذب گردشگر در این مناطق برنامه‌ریزی کرده و گام برمی‌دارند

در جشن روز جهانی کوهستان به این مهم پرداخته شد که بحران کرونا چگونه می‌تواند فرصتی برای بازسازی گردشگری کوهستانی به روشی سبزتر، پایدارتر و فراگیرتر باشد

مثل هر مناسبت جهانی که یک برگ را در تقویم به خود اختصاص داده، کوهستان هم برای خودش جایی در روزشمار انسان‌ها باز کرده است؛ جایی با عنوان روز جهانی کوهستان که هر سال جشن گرفته می‌شود و در این رویداد سالانه درباره اهمیت کوه‌ها برای زندگی آگاهی‌رسانی شده و بر فرصت‌ها و محدودیت‌های توسعه کوهستان تاکید و انگیزه‌هایی ایجاد می‌شود که تغییرات مثبتی را برای مردم و محیط‌های کوهستانی در سراسر جهان به ارمغان می‌آورد. مقاصد کوهستانی حدود ۱۵ تا ۲۰ درصد از گردشگری جهانی را به خود جذب می‌کنند و آن‌قدر اهمیت دارند که فائو (سازمان خواربار و کشاورزی ملل‌متحد) و سازمان جهانی گردشگری برایش وقت بگذارند و در جشن امسال کوهستان، نشریه جدیدی را برایش راه‌اندازی کنند تا از این طریق به رونق گردشگری پایدار و همه‌گیر در جوامع کوهستانی کمک کند. از این نشریه در جشن امسال کوهستان - که حدود یک هفته پیش برگزار شد - و بر توسعه و گردشگری پایدار در کوهستان تاکید شد.

ترجمه: بابک صوفیانی

ایران

براساس گزارش جدیدی که توسط سازمان خواربار و کشاورزی ملل‌متحد (FAO) و سازمان جهانی گردشگری (UNWTO) در مراسم جشن روز جهانی کوه ۲۰۲۱ ارائه شد، گردشگری پایدار نقش کلیدی در تقویت معیشت، کاهش فقر و حفظ محیط‌زیست در مناطق کوهستانی ایفا می‌کند. بر همین اساس گردشگری کوهستانی به‌سوی مسیری پایدارتر که به‌طور مشترک توسط فائو، دبیرخانه مشارکت کوهستان و سازمان جهانی گردشگری سازمان ملل‌متحد (UNWTO) توسعه‌یافته است، پیش می‌رود. در این گزارش نمونه‌هایی از نوآوری، بهترین شیوه‌ها و ابتکارات را از سراسر جهان و همچنین دستورالعمل‌ها و توصیه‌های عملی در زمینه ساختن شرایط بهتر برای گردشگری کوهستانی پایدار را ارائه می‌دهد. کیو دونگیو، مدیرکل فائو در جشن روز جهانی کوهستان گفت: برای بسیاری از جوامع کوهستانی، گردشگری راهی برای امرار معاش آنهاست. ترویج اکوتوریسم پایدار، گردشگری کشاورزی و گردشگری سلامت می‌تواند به ایجاد مشاغل جدید، تنوع درآمد، ایجاد اقتصادهای خرد قوی و احیای محصولات و خدمات کمک کند. گردشگری کوهستان باید به نفع جوامع کوهستانی، رفاه جهانی و سلامت کره‌زمین تغییر شکل دهد. توریسم پایدار همچنین می‌تواند به عنوان یک محرک مهم برای توسعه اجتماعی-اقتصادی در مناطق کوهستانی عمل کند. به گفته زوراب پولولیکاشویلی، دبیرکل سازمان جهانی گردشگری، گردشگری جامعه‌محور با مدیریت خوب می‌تواند به درآمد خانوارها تنوع ببخشد، فرصت‌های شغلی و معیشتی را افزایش دهد، از سیستم‌های سنتی حمایت کند، انعطاف‌پذیری ایجاد کند و به حفظ و ارتقای میراث طبیعی و فرهنگی در سراسر مناظر فرهنگی، تاریخی و طبیعی کمک کند. گردشگری پایدار می‌تواند به‌عنوان یک محرک مهم برای توسعه اجتماعی-اقتصادی در مناطق کوهستانی عمل کند.

اطلاع‌رسانی درباره کوهستان

سازمان ملل‌متحد ۱۱ دسامبر را به‌عنوان روز جهانی کوهستان تعیین کرده و فائو به‌عنوان آژانس اصلی هماهنگی آن را به‌عهده دارد. این مراسم که هرسال جشن گرفته می‌شود در مورد اهمیت کوه‌ها برای زندگی آگاهی‌رسانی می‌کند، بر فرصت‌ها و محدودیت‌های توسعه کوهستان تاکید و انگیزه‌هایی را ایجاد می‌کند که تغییرات مثبتی را برای مردم و محیط‌های کوهستانی در سراسر جهان به ارمغان می‌آورد. با توجه به این‌که مقاصد کوهستانی حدود ۱۵ تا ۲۰ درصد از گردشگری جهانی را به خود جذب می‌کنند، موضوع روز جهانی کوهستان ۲۰۲۱ برای گردشگری پایدار کوهستان، بر نقش این بخش در ارزشگذاری میراث طبیعی و فرهنگی کوه‌ها و مردم کوهستان، ترویج سیستم‌های غذایی پایدار و حفاظت از اکوسیستم‌های کوهستانی تاکید می‌کند. موضوع امسال همچنین توجه را به سوی تأثیرات همه‌گیری کرونا جلب می‌کند و اینکه این بحران چگونه می‌تواند فرصتی برای بازسازی گردشگری کوهستانی به روشی سبزتر، پایدارتر و فراگیرتر باشد. این به معنای تضمین توانمندسازی جامعه، اندازه‌گیری تأثیر گردشگری در کوهستان، مدیریت مؤثر منابع و پسماندها و تعریف ظرفیت حمل برای مقاصد است.

یک تلاش مشترک

مراسم روز جهانی کوهستان که در سطح عالی و با حضور توسط کیو دونگیو، مدیرکل فائو و زوراب پولولیکاشویلی، دبیرکل سازمان جهانی گردشگری و همچنین مقامات برخی کشورهای جهان برگزار شد بر نیاز به ترویج گفت‌وگو و همکاری برای استفاده از ظرفیت کامل گردشگری کوهستان برای کمک به توسعه پایدار تأکید داشت. این حرکت کمک خواهد کرد تا بسیاری از اعضای هیات مشارکت کوهستان و کشورهای عضو سازمان جهانی گردشگری (که ایران هم عضوی از آن است) درخصوص قرارگرفتن جوامع کوهستانی در روح برنامه ۲۰۳۰ سازمان‌ملل و همپاشدن با سایر جوامع تلاش کنند.

شیوه‌های پایدار و یک مصداق

براساس این مطالعه، محصولات و خدمات گردشگری کوهستانی پایدار باید از گردشگری مخرب به گردشگری محتاطانه و حساس به اقلیم تغییر کرده و فرصت‌های جدیدی را ایجاد کند و منافع ملموسی را برای جوامع محلی به ارمغان بیاورد و درعین‌حال به حفاظت از میراث منحصربه‌فرد کوهستان کمک کند.

این خدمات همچنین باید فراگیر باشد و کیفیت خوبی از اشتغال و کار شایسته به جوامع ارائه دهد. این نشریه پروژه‌هایی را از سراسر جهان نشان می‌دهد که دقیقا این کار را انجام می‌دهند از جمله در منطقه Cordillera در فیلیپین، جایی که وزارت گردشگری کشور، دبیرخانه مشارکت کوهستان و Slow Food ارائه‌دهندگان خدمات گردشگری را به تولیدکنندگان در مقیاس کوچک متصل می‌کنند تا بازدیدکنندگان بتوانند محصولات کوهستانی باکیفیت با عنوان «آستروستای» را در هیمالیا کشف کنند، محل اقامتی که توسط جوامع محلی اداره و شامل فعالیت‌های رصد ستاره‌هامی‌شود.

برای عرصه بین‌المللی، تولید محتوای گردشگری نکرده‌ایم

نیلوفر منصوری

ایران

این روزها با توسعه فضای مجازی و فراگیر شدن سایت‌های اینترنتی و دسترسی آسان به شبکه‌های اجتماعی، مردم بیشتر ترجیح می‌دهند محتوای اطلاعات و اخبار مورد نیاز خود را از این فضاها دریافت کنند. مبحث تولید محتوا، عبارت نسبتا تازه و پرسروصدایی است که امروزه بسیار زیاد با آن رو به رو می‌شویم، به‌خصوص در زمینه گردشگری. بسیاری از گردشگران و طبیعت دوستان، فضاهای مجازی از جمله اینستاگرام را محلی برای تبادل و کسب اطلاعات در زمینه جاذبه‌های گردشگری می‌دانند. به همین دلیل برای واکاوی و اهمیت تولید محتوای گردشگری در فضای مجازی با فردی نام آشنا در عرصه میراث فرهنگی و گردشگری گفت‌وگو کردیم. پژوهشگر، محقق و نویسنده‌ای که اقدامات موفقی در عرصه تولید محتوا برای ایران زمین انجام داده است. به اعتقاد آرش نورآقایی، تولید محتوا آن‌گونه که باید، شناخته شده نیست و بسیاری از افراد تعاریف و تعابیر اشتباه رایجی در آن ایجاد کرده‌اند.

سفرنامه‌های داخلی و خارجی او در وب سایت و وبلاگش شهره عام و خاص است. محتواهای غنی و جذابی که منبع مهمی برای بسیاری از گزارش‌ها و سفرنامه‌ها می‌تواند باشد، با این حال خود را بلاگر و وبلاگ نویس نمی‌داند. وی معتقد است: از کسی که خود را بلاگر و تولیدکننده محتوا بداند تا کسی که تولیدکننده واقعی محتوا باشد و مورد قبول واقع شود، تفاوت بسیاری است، زیرا اساسا بلاگر بودن، یک کار تخصصی و حرفه‌ای است.

اهمیت نقش محتوا در گردشگری

نورآقایی با انتقاد به این‌که این روزها اسم بلاگر و تولیدکننده محتوا بسیار رایج شده است، ادامه می‌دهد: به بسیاری از افراد که بدون دانش و آگاهی لازم، اقدام به انتشار عکس و کپشن‌های ساده و سطحی می‌کنند و خود را تولیدکننده محتوا و بلاگر می‌دانند، انتقاد وارد است. البته او منکر این نیست که هیچ محتوایی تولید نشده به همین دلیل می‌گوید: از نظر عامیانه شاید بتوان آنها را تولیدمحتوا دانست اما محتوای تخصصی هدفمندی که یک مارکتی را هدف قرار بدهد، نیست زیرا در حقیقت تولید محتوا در زمینه گردشگری و میراث فرهنگی بسیار پیچیده‌تر از آن است که هر کس خود را تولیدکننده محتوا بداند. این‌گونه محتواها نه‌تنها خیلی هم پرمحتوا نیستند، بلکه از جذابیت لازم نیز بی‌بهره‌اند. این مفهوم، متوجه افرادی که این روزها مطرح هستند، نیست بلکه اساسا به دنبال این است که بداند در این زمینه چقدر آموزش دیده‌ایم و چگونه آن را مدیریت کرده‌ایم که امروزه این‌همه تولیدکننده محتوا داریم.

به عقیده این فعال گردشگری در دنیای صنعتی گردشگری و تخصصی شدن در همه موارد به‌خصوص یک کار تخصصی مثل concept marketing destination (مقصد بازاریابی مفهومی یا محتوایی)، چه بسیار تولیدکننده محتوا داریم، بدون این‌که از این افراد پرسیده شود به عنوان تولیدکننده محتوا چقدر مطالعه داشته‌اند یا چند بار دوره‌های آموزشی را گذرانده‌اند.

او که در کارنامه کاری خود، مدیرمسؤولی مجله گردشگری گیلگمش به دو زبان فارسی و انگلیسی را نیز به عهده دارد، معتقد است بعد از سال‌ها کار در حوزه گردشگری و تجربیات سفر کردن و نوشتن، اکنون بعد از تولید کتاب «اهل کاشانم» می‌توانیم بگوییم توانسته‌ایم محتوای خوبی تولید و ارائه کنیم.

نورآقایی با اعتقاد به این‌که افرادی که خود را بلاگر معرفی می‌کنند مقصر نیستند، می‌گوید: ایراد به کسانی وارد است که مشوق او در هر زمینه‌ای بوده‌اند و با کوچک‌ترین کارها او را تشویق کرده‌اند.

این پژوهشگر میراث فرهنگی با بیان این‌که ما در عرصه بین‌المللی محتوا تولید نکرده‌ایم، می‌گوید: در عرصه محلی، مسؤولان استان سیستان و بلوچستان چند سالی تلاش کردند راهنمایان تور را به این منطقه ببرند اما با توجه به این‌که کار مهندسی شده و اصولی صورت نگرفت، قطعا خروجی خاصی هم نداشت. این یعنی صرفا از روی دلسوزی و نگاه محرومیتی به منطقه‌ای نگریستن و کار کردن، نتیجه مثبت و خاصی در بر نخواهد داشت.

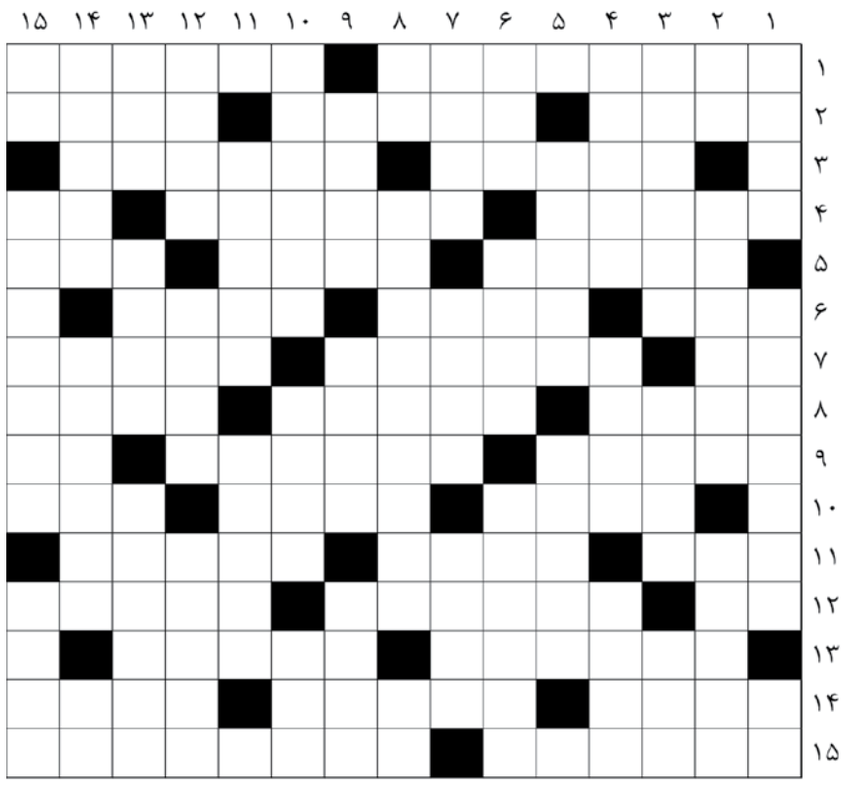
طراح: بیژن گورانی

جدول شماره ۶۱۰۰

جدول عادی

افقی: ۱) به ظاهر آرام و ساده و در باطن موذی است - فوتبال سالنی ۲) معیار - سال پر باران - خدای خدایان در اساطیر یونانی ۳) دانشمند دینی - زلزله دریایی ۴) تریاک - مقابل جبر - رود بزرگ ۵) شهری در استان فارس - الهه عشق در اساطیر یونان - عمارت، سازه ۶) سوره سی و هشتم قرآن - کوچک‌ترین کشور آفریقا - ذخیره ۷) صدمه - فایده داشتن - شهری در شهرستان نائین ۸) متوجه - از اصول دین اسلام - گرز آهنی ۹) اتیکت - قهوه فوری - قومی ایرانی ۱۰) بخشندگان - نام اصلی میرزا کوچک‌خان - مناسب برای درمان بیماری ۱۱) گویشی در غرب ایران - عاجز و درمانده - بهتان ۱۲) رنگ موی فوری - عبور و مرور وسایل نقلیه - ساکنان محله ۱۳) فرزند سیاوش، پادشاه کیانی - کرم چراغ‌دار! ۱۴) نان شب‌مانده - قرمز تیره - شهرستانی در آذربایجان‌شرقی ۱۵) تفکر - یک وعده غذای کامل را گویند.

عمودی: ۱) علامت تأیید پای نامه - نویسنده - حرف همراهی ۲) مخترع تلفن - از خودگذشته - حسود ۳) روز بیست و هشتم هر ماه شمسی در ایران قدیم - سه‌گوشه - خاطر ۴) مثل هم - ممکن - جهان پهلوان کشتی ایران ۵) تنبل - مأمور رسیدگی و بررسی ۶) علف خشک - نمره عالی - جنگیدن ۷) به هیچ‌وجه - گریه و زاری - فراوانی ۸) معاون هیتلر - نویسنده افغان رمان مشهور بادبادک‌باز - چیز ۹) قاطر - خوب - کاسه زانو ۱۰) عنصری از گروه هالوژن‌ها - خردمند - افزون ۱۱) دشنام - نمک اسید فسفریک ۱۲) لقب پادشاهان روسیه بود - ابزار نجاری - حمله کردن ۱۳) نوعی ماهی در آب‌های شمال ایران - دربان - پایتخت لیبی ۱۴) ادویه پیتزا - ورزشی با کفش اسکیت - قیمت بازاری ۱۵) مفلوج - بنایی در عراق که در شب ولادت حضرت محمد(ص) لرزید - سمت چپ.



جدول ویژه

افقی: ۱) از باشگاه‌های فوتبال انگلیس - سوغات سفر ۲) قطعه موسیقی برای سه نوازنده - شیر درنده - از مشهورترین مکاتب نقاشی ژاپنی ۳) به نظم درآمده - فاقد تازگی ۴) الک - اسکورت - تخم مرغ خارجی ۵) وابستگی - مسکوک عهد دیلمیان - ریسمان ۶) پاراگراف - جنگ و پیکار - صبر و شکیبایی ۷) کیف انگلیسی - تحلیل رفتن یک سلول - به پیشانی می‌بندند ۸) نویسنده فرانسوی کتاب قرارداد اجتماعی - دین‌ها - فیلمی ساخته رسول ملا قلی‌پور ۹) پایه دیوار - غذایی از پیاز داغ و کشک و گردو - نشانه صفت تفضیلی ۱۰) عشوه‌گر - رشته باریک و دراز - غذا را به سمت معده هدایت می‌کند ۱۱) پول خرد هند - نویسنده - یار ژولیت ۱۲) بوی رطوبت - سامانه موقعیت‌یاب جهانی - حیله ۱۳) پیشوند - به‌درستی که ۱۴) نوعی ماشین چاپ - نوعی پارچه نخی ظریف - از ظروف آشپزخانه ۱۵) استر - گوشه‌ای در دستگاه نوا.

عمودی: ۱) قله - لباس رستم - قسمتی از پا ۲) دریاچه آب شور استرالیا - بزرگ‌ترین شهر میانمار - عبادت غیر واجب ۳) تخم‌مرغ عسلی - چیرگی - فراوانی نعمت ۴) نوعی فرآورده قندی سرخ کردنی - هنگام - ستمکار ۵) تاریکی ها - دنیا و آخرت ۶) سرگرمی - قلعه و حصار - انقلابی معروف مکزیک ۷) قسمتی از گوش - گورکن - بها ۸) خون - فیلمی به کارگردانی دیوید لینچ - رنج بی‌پایان! ۹) به دریای خزر می‌ریزد - از موتورهای جست‌وجوگر اینترنتی - مقابل عمدی ۱۰) کم کردن از مبلغ چک مدت‌دار و تبدیل آن به پول نقد - درودگر - خلق و خو ۱۱) بوی خوش - شهری در ایتالیا ۱۲) محل - هراس‌انگیز - شهری در هرمزگان ۱۳) کهف - ورقه روی و آهن - سیاستمدار انقلابی فرانسوی ۱۴) دندان‌های نیش - از ذره‌های ریز داخل اتم - ناشنوا ۱۵) دل‌آزار کهنه - قدیمی‌ترین حمام تاریخی بندرعباس - بیماری اوریون.

حل جدول عادی شماره ۶۰۹۹

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

حل جدول ویژه شماره ۶۰۹۹

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