از سلامت روان غافل نشویم

تحقیقی در پنج قاره جهان در یک بازه چهارساله درباره سلامت روان انجام شده است که نشان می‌دهد درحالی‌که بیماری‌های روانی حداقل ۴۵ درصد از بارکلی بیماری‌ها را در افراد ۱۰ تا ۲۴ ساله تشکیل می‌دهند، تنها ۲ درصد از بودجه بهداشت جهانی به مراقبت‌های بهداشت روان اختصاص می‌یابد! در پژوهش مذکور آمده است که اوج شروع بیماری‌های روانی در ۱۵ سالگی است و ۷۵ درصد بیماری‌ها در حوزه روان تا ۲۵ سالگی خود را نشان می‌دهد. این جمله بیانگر آن است که سن بروز مشکلات روان‌شناختی با سن بروز بیماری‌های جسمی متفاوت است. به‌گونه‌ای که بیماری‌های روانی معمولا تا ۲۵ سالگی ظاهر می‌شوند، درحالی‌که بیماری‌های جسمی بیشتر در دوران کهنسالی خود را نشان می‌دهند. بر این اساس، کنسرسیومی از کارشناسان بهداشت هشدار داده‌اند که نابرابری‌های بین‌نسلی، رسانه‌های اجتماعی بی‌نظم، سرقت دستمزد، اشتغال ناامن و بحران آب‌وهوایی موجب افزایش خطرناک بیماری‌های روانی در میان جوانان می‌شود. تحقیقات کمیسیون روانپزشکی لنست در مورد سلامت روان جوانان نشان داد که پرداختن به این عوامل محرک و بهبود درمان‌های سلامت روان برای جلوگیری از مرگ‌های زودرس، ناتوانی و پتانسیل‌های ازدست‌رفته ضروری است.

درنگ

شگردی برای ایجاد نیازهای کاذب

تحقیقات نشان می‌دهد که اغلب بلاگرها به دنبال تبلیغ محصولات، تجهیزات، لوازم، غذاها یا سفرهایی هستند که جزو ضروریات زندگی نیست. درواقع یکی از اهداف اصلی تبلیغات، ایجاد نیازکردن در مخاطب است. وقتی تبلیغات موثر واقع شود افراد به‌دنبال رفع نیاز خواهند بود و مجبورند از هزینه‌های ضروری زندگی‌شان بزنند و برای رفع نیازهای غیرضروری سرمایه‌گذاری کنند و این یک آسیب است. بسیاری از بلاگرها به‌خصوص آنهایی که در استخدام شرکت و کمپانی‌های بزرگ هستند از شیوه‌های روان‌شناسی تبلیغات برای ایجاد نیازهای کاذب در دنبال‌کنندگان استفاده می‌کنند. این شرکت‌ها الگوریتم‌های پیچیده‌ای دارند که می‌توانند هر فردی را درگیر کنند. حتی همین شبکه‌های اینستاگرام به‌گونه‌ای طراحی شده‌اند که یک نوع اعتیاد در بازبینی و بررسی پست‌های بلاگرها در مخاطبان‌شان ایجاد می‌کنند که ممکن است فرد خود راضی به این اعتیاد نباشد. بنابراین وقتی افراد وارد دنیای مجازی می‌شوند باید بدانند که وارد یک دنیای تبلیغات قدرتمندی شده‌اند که هدف ایجاد نیازهای کاذب در آنان است و رضایت از زندگی را مشروط به داشتن یک‌سری تجهیزات یا سفرها و اقداماتی می‌کنند که جزو ضروریات نیست. وقتی افراد به‌واسطه این تبلیغات اقدام به رفع نیاز خود می‌کنند، بازهم به رضایت درونی نمی‌رسند و اغلب افراد ایراد این نارضایتی را در خود جست‌وجو می‌کنند. درحالی‌که نمی‌دانند آن تبلیغات قرار نبوده نیاز ضروری آنها را برطرف کند که این خود سبب بروز نوعی چالش در افراد می‌شود.

بسیاری از بلاگرها از شیوه‌های روان‌شناسی تبلیغات برای ایجاد نیازهای کاذب در دنبال‌کنندگان استفاده می‌کنند

کالایی شدن انسان در تبلیغات مجازی!

فاخره بهبهانی
گروه جامعه

مدتی است در فضای مجازی به‌خصوص اینستاگرام، بلاگرها و اینفلوئنسرهای زیادی را می‌بینیم که اقدام به سفرهای داخلی و خارجی پشت سر هم به مقاصدی همچون دبی، ترکیه، امارات، هندوستان و همچنین کشورهای آفریقایی و اروپایی می‌کنند. در هتل‌ها و اقامتگاه‌های لوکس و شیک این کشورها اسکان می‌گزینند و مدام امکانات رفاهی و تفریحات لاکچری این اماکن و مراکز را در قالب پست‌هایی به نمایش می‌گذارند. منوهای غذایی این رستوران‌ها را به رخ دنبال‌کنندگان می‌کشند و اغراق‌آمیز از رفاه، آسایش و آرامش وصف‌ناپذیر و غیرقابل باور این سفرها صحبت می‌کنند. اما این‌طور که معلوم است سفرهای مستمر بلاگرها و اینفلوئنسرها برای تبلیغ و درآمدزایی است و هزینه سفر آنها توسط شرکت‌ها یا کمپانی‌های قدرتمند تبلیغاتی تامین می‌شود؛ چیزی که دنبال‌کنندگان چنین صفحاتی به این بعد قضیه توجهی نمی‌کنند و آنچه می‌بینند ظواهر و امکانات رفاهی این سفرها و افزایش توقعات و نارضایتی از نرسیدن به این امکانات رفاهی است.

نمایش ساختگی یک زندگی ایده‌آل

دکتر حدیث غفاری خلیق، روان‌شناس، مشاور و مدرس دانشگاه در گفت‌وگو با جام جم می‌گوید: یکی از کارهایی که بلاگرها باید انجام دهند نمایش یک زندگی ایده‌آل، بدون تنش و شاد است که علاوه بر اثرات منفی که روی خود بلاگرها دارد، تاثیرات مخربی هم بر دنبال‌کنندگان می‌گذارد. وقتی دنبال‌کنندگان درگیر مقایسه زندگی خود با بلاگرها می‌شوند، باطن زندگی خود را با ظاهر زندگی آنها مقایسه می‌کنند و به یک نتیجه‌گیری نادرست می‌رسند. زندگی بلاگرها نمایش کاذب و ساختگی تکه‌ها و لحظاتی ایده‌آل، شاد، بی‌نقص و گاه تجملی است. دنبال‌کردن چنین بلاگرهایی می‌تواند موجب بروز کاهش اعتمادبه‌نفس، مصرف‌گرایی، نارضایتی از زندگی و بروز یک‌سری اختلالات روانی همچون افسردگی، انزوا، تنش و اضطراب در دنبال‌کنندگان شود. این نوع بلاگرها افراد را از واقعیات و اهدافی که می‌توانند به آن برسند دور و آنان را دچار تخیلات و رویاهایی دور از واقع می‌کنند که زندگی را به سمت نابودی یا سکون می‌برد.

تمرکز بر کودک و نوجوان

یکی از اهداف اصلی تبلیغات رسانه‌ای تمرکز بر کودکان و نوجوانان است، زیرا این رده سنی قدرت تفکر و تجزیه‌وتحلیل ساده‌ای دارند و بیشتر تحت تاثیر قرار می‌گیرند و راحت‌تر می‌توانند جذب یک‌سری از بلاگرها و تبلیغات شوند و طعمه آسان‌تری برای شرکت‌هایی هستند که می‌خواهند فروش بالاتری داشته باشند. متاسفانه امروزه سبک زندگی، نوع پوشش، روابط، ظواهر و ... به مدد این شبکه‌ها در حال تغییر و در جامعه در حال ترویج است. اثرات منفی این تبلیغات و تغییرات، گاهی بلندمدت بوده و آسیب‌های جبران‌ناپذیر و بارمنفی بالایی به همراه دارد.

به اعتراف بلاگرها

نکته جالب این‌که به‌تازگی برخی از بلاگرهای معروف گزارش‌هایی از زندگی واقعی خود را به مخاطبان ارائه داده‌اند. هدف این بلاگرها کمک به افرادی است که قصد دارند وارد این فضا شوند تا با نگرشی واقع‌گرایانه‌تر پا به این عرصه بگذارند و از مواجهه با چالش‌ها جلوگیری کنند. این بلاگرها به مخاطبان‌شان می‌گویند: آنچه شما در زندگی ما می‌بینید با آنچه در واقعیت وجود دارد تفاوت فاحشی دارد. آنان بلاگری را شغل خود عنوان می‌کنند که مانند سایر شغل‌ها چالش‌های زیادی دارد. این بلاگرها توصیه می‌کنند بلاگری را جایگزین شغل ثابت نکنید و به این واسطه از ادامه تحصیل، زندگی یا فعالیت‌های اجتماعی در محیط حقیقی دور نشوید.

دنیای واقعی بلاگرها

اگر بلاگرها با شهرت و معروفیت بالایی مواجه هستند و محصولات و سفرهای جدید و لاکچری دارند اما زندگی‌شان پر از استرس، اضطراب و چالش است، چون آنها هم باید با رقبای مجازی‌شان رقابت کنند، بر دنبال‌کنندگان‌شان بیفزایند و شرکت‌های تبلیغی را راضی نگه دارند. بلاگرها به‌عنوان کالاهای انسانی در دنیای تبلیغات و رسانه محسوب می‌شوند و خیلی‌وقت‌ها شرکت‌ها و کمپانی‌ها، کارها و تبلیغاتی از آنها می‌خواهند که با ارزش‌های فردی‌شان مغایرت و تعارض دارد و باب میل‌شان نیست و این سبب بروز فشار روانی زیاد، اضطراب و نارضایتی در آنان می‌شود و همین که باید در مواقعی برخلاف طبع‌شان شاد، خوشحال و پرانرژی به نظر برسند برای‌شان استرس‌زاست. درواقع ما فقط با ملاحظه و دنبال‌کردن بلاگرها شاهد لحظات شادشان هستیم اما با کمی تامل، تفکر و تعقل می‌توانیم متوجه شویم که شادی، لذت و امکانات مفرح همیشه امکان‌پذیر نیست.

فاصله‌تان را با دنیای مجازی حفظ کنید

در دنیای امروز ما نمی‌توانیم دور از شبکه‌های مجازی زندگی کنیم و به‌نوعی مجبور هستیم در این دنیا باشیم. دکتر غفاری خلیق توصیه می‌کند که افراد زیاد خود را درگیر این فضاها و شبکه‌ها و زندگی بلاگرها نکنند و یک فاصله متعادلی را با دنیای مجازی حفظ نمایند. افراد بهتر است روزانه بیش از یک ساعت درگیر این دنیا نشوند و از دنبال‌کردن شبکه‌هایی که فقط تبلیغ محصولاتی دارند که جزو ضروریات زندگی نیست اجتناب کنند. ماندگاری در این فضاها سبب شکل‌گیری یک‌سری نیازهای کاذب و غیرضرور در ذهن و فکر افراد می‌شود. افراد در کنار کسب اطلاعات از شبکه‌های مجازی سعی کنند از مجراهای دیگری مثل کتاب یا مصاحبت با افراد متخصص در هر زمینه‌ای بر اطلاعات خود بیفزایند. این نکته را به ذهن بسپارید: برای بدبخت‌شدن کافی است که خود را با دیگران مقایسه کنید و برای خوشبختی باید راه‌ها و مسیرهای زیادی را سپری کنید.

آگهی مزایده عمومی شماره ۴۳۴۰

یک سازمان دولتی در نظر دارد مجموعه کافه رستوران واقع در شهر تهران، نیاوران، خیابان پورابتهاج را از طریق مزایده عمومی به متقاضیان واجد شرایط واگذار نماید.

لذا از متقاضیان واجد شرایط دعوت به عمل می آید با در دست داشتن اصل فیش واریزی به مبلغ ۲/۰۰۰/۰۰۰ ریال به شماره حساب ۶۱۵۸۸۰۰۱۵۷۰۰۳ بانک سپه، برای دریافت اسناد مزایده از تاریخ درج این آگهی به مدت ۳ روز کاری از ساعت ۱۰ الی ۱۲ به آدرس: تهران، خیابان پیروزی، ایستگاه صد دستگاه مراجعه و با شماره تلفن ۳۳۳۳۵۰۱۱ - ۰۲۱ تماس حاصل فرمایید.

ضمن اینکه هزینه درج آگهی به عهده برنده مزایده می‌باشد.

آگهی مزایده عمومی شماره ۴۳۴۱

یک سازمان دولتی در نظر دارد اجاره عرصه و اعیان قطعه زمینی به مساحت حدودی ۳۱۰۰ مترمربع با کاربری خدمات خودرویی واقع در ضلع شمالی پارکینگ شماره ۵ فرودگاه مهرآباد را از طریق مزایده عمومی به متقاضیان واجد شرایط واگذار نماید.

لذا از متقاضیان واجد شرایط دعوت به عمل می‌آید با در دست داشتن اصل فیش واریزی به مبلغ ۲/۰۰۰/۰۰۰ ریال به شماره حساب ۶۱۵۸۸۰۰۱۵۷۰۰۳ بانک سپه، برای دریافت اسناد مزایده از تاریخ درج این آگهی به مدت ۳ روز کاری از ساعت ۱۰ الی ۱۲ به آدرس: تهران، خیابان پیروزی، ایستگاه صد دستگاه مراجعه و با شماره تلفن ۳۳۳۳۵۰۱۱ - ۰۲۱ تماس حاصل فرمایند.

ضمن اینکه هزینه درج آگهی به عهده برنده مزایده می‌باشد.

آگهی مناقصه عمومی شماره ۴۳۴۴
دو مرحله ای

معاونت مهندسی نهاجا در نظر دارد
احداث ۳ بلوک ۸۴ واحدی مسکونی واقع در شهر شیراز
را از طریق مناقصه عمومی دو مرحله‌ای به پیمانکاران واجد شرایط واگذار نماید.

لذا از متقاضیان واجد شرایط دعوت به عمل می آید با در دست داشتن معرفی‌نامه رسمی و اصل فیش واریزی به مبلغ ۲۰۰۰/۰۰۰ ریال به شماره حساب ۶۱۵۸۸۰۰۱۴۸۱۰۴ بانک سپه به نام عواید غیرقابل برداشت معاونت مهندسی برای دریافت اسناد مناقصه از تاریخ درج این آگهی به مدت ۳ روز کاری از ساعت ۱۰ الی ۱۲ به آدرس: تهران، خیابان پیروزی ایستگاه درختی جنب بانک سپه، ستاد فرماندهی نهاجا، معاونت مهندسی (شماره تماس ۳۳۳۳۵۰۱۱) مراجعه نمایند.

ضمن اینکه هزینه درج آگهی به عهده برنده مناقصه می‌باشد.
معاونت مهندسی رزمی و پدافند غیرعامل نهاجا

آگهی مناقصه عمومی
(نوبت دوم)
قرارگاه سازندگی خاتم الانبیاء

موسسه عمران ساحل در نظر دارد در خصوص تامین، اجرا و نصب استراکچرهای فلزی FIRE FIGHTING به وزن حدود ۳۳ تن مربوط به پروژه تکمیل و تجهیز اسکله‌های ۱۶ و ۱۷ فاز ۲ بندر پتروشیمی عسلویه را به شرح ذیل از طریق مناقصه عمومی واگذار نماید:

لذا از داوطلبان حائز شرایط شرکت در مناقصه فوق دعوت می‌شود حداکثر تا تاریخ ۱۴۰۳/۱۰/۲۹ جهت ارائه اسناد و مدارک اعم از حداقل ۳ نمونه قرارداد مشابه، اساسنامه، آگهی ثبت تغییرات، اسناد مربوط به توان نیروی انسانی توان تجهیزاتی، توان مالی، توان مدیریتی، حسن سابقه و اسناد مثبته مالی را به موسسه عمران ساحل واحد امور قراردادها، آقای کریم‌پور به آدرس اینترنتی Contract.os.k1@gmail.com ارسال نمایند.

شرایط لازم جهت مناقصه: جزو وندور لیست بلندوزات نفت، دارای ظرفیت تولید
- لازم به ذکر است اسناد مناقصه پس از بررسی و اخذ صلاحیت فنی لازم به شرکت‌ها ارسال خواهد شد.
- تلفن تماس: ۰۲۱۳۳۲۱۹۲۱۲ - داخلی ۴۴۴۶
- ضمنا هزینه چاپ آگهی بر عهده برنده مناقصه می‌باشد.

آگهی مناقصه عمومی (نوبت دوم)
قرارگاه سازندگی خاتم الانبیاء

موسسه عمران ساحل در نظر دارد لاملاهای (Tube settler) مربوط به پروژه تصفیه‌خانه تکمیلی شهر بندر عباس واقع در استان هرمزگان را به شرح ذیل از طریق مناقصه عمومی واگذار نماید:

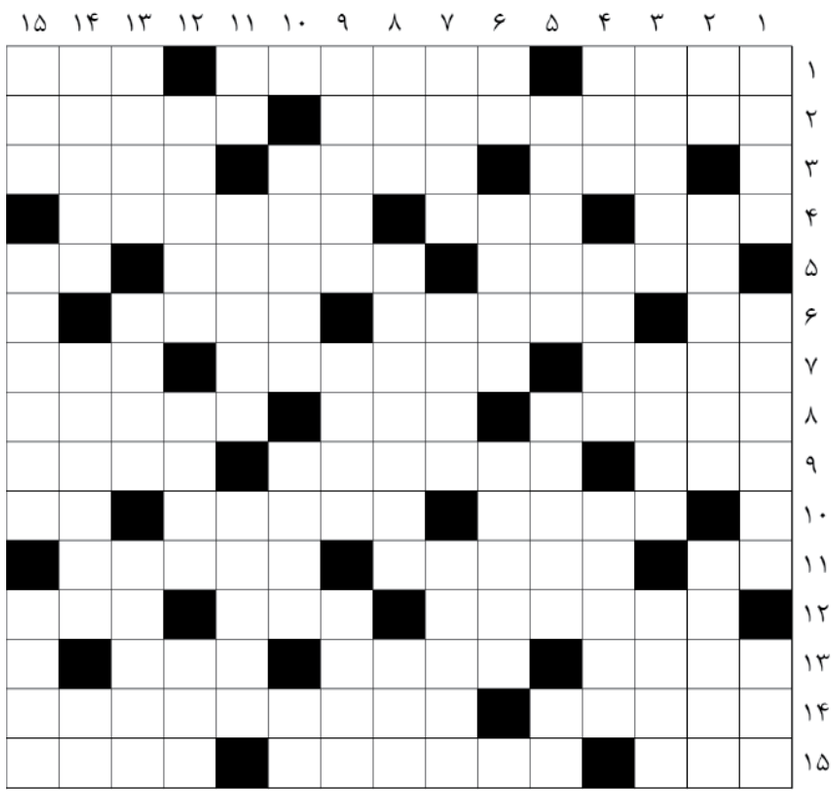
No.	Description	Location	Number of Unit	Tank dimension (Each tank)	Module QTY	Sheet material	Frame material	Clear water collection channels & all plates & accessories
1	Tube settler	Backwash sedimentation tank	2 units	6*11*6 [m]	approx.36	PP/PVC/PE	AISI 316	AISI 316

لذا از داوطلبان حائز شرایط شرکت در مناقصه فوق دعوت می‌شود از تاریخ ۱۴۰۳/۱۰/۱۸ تا تاریخ ۱۴۰۳/۱۰/۲۹ برای دریافت اسناد و مدارک اولیه مناقصه، نامه اعلام آمادگی جهت شرکت در مناقصه را به آدرس ایمیل m.akhoundi.wtp@gmail.com ارسال نمایند.
- اسناد مناقصه پس از تایید به صورت الکترونیکی ارسال می‌گردد.
- داوطلبان جهت دریافت هر گونه اطلاعات با شماره تلفن ۳۳۲۱۹۲۱۲-۰۲۱ داخلی ۴۴۹۶ آقای آخوندی تماس حاصل فرمایند.
- ضمنا هزینه چاپ آگهی بر عهده برنده مناقصه می‌باشد.

طراح: بیژن گورانی

جدول ۶۹۱۰

جدول عادی



افقی: ۱) پنجم ـ جنگلی زیبا در اردبیل ـ استانی در غرب سوریه ۲) در مقام سپاسگزاری از کار کسی گفته می‌شود ـ قرارداد استعماری نفت ایران و انگلستان ۳) ترس و وحشت ـ نامی دختر انه ـ شاعر اصفهانی ۴) تکلیف مدرسه ـ وجود دارد ـ اجاره‌نشین ۵) محصول صادراتی کوبا ـ فلاش تانک ـ مادر لرها ۶) چه چیز ـ باجه فرودگاه برای انجام تشریفات ـ گیرنده امواج تلویزیونی ۷) بالش ـ اداره‌ای از تشکیلات قضایی ـ زمان ۸) زیان ـ چاشنی غذایی ـ از پوشاک زمستانی ۹) درختی جنگلی ـ شاه پیشدادی ـ خبرگزاری ایتالیا ۱۰) گلی آپارتمانی ـ بنایی مشهور در پاریس ـ تکرار حرفی ۱۱) نفوذ به یک سیستم رایانه‌ای ـ ملاقات ـ اجتناب کردن ۱۲) مرغ ماهیخوار ـ هیچ‌کار ـ غزوه سال سوم هجرت ۱۳) نثر آهنگین ـ مردان عرب ـ الفت ۱۴) شهادت ـ کارگردان فیلم‌های آواز گنجشک‌ها و بید مجنون ۱۵) درد و رنج ـ ناطق ـ انکارکننده.

عمودی: ۱) خدمتگزار ـ ساحل گردشگری شهرستان لنگرود ـ پیشوندی در دستگاه یکاهای بین‌المللی به معنی میلیون ۲) S ـ غذایی از مرغ آغشته به آرد سوخاری ـ مخزن مواد گازی ۳) پیشرفته ـ اهل کاشان ـ افسار ۴) گوش ـ صید ـ امانت ۵) رمان مشهور دافنه دوموریه ـ جداکردن ـ بله انگلیسی ۶) قیمت بازاری ـ غربال ـ ردیاب ۷) خوشی و خرمی ـ درنگ ـ محفل ۸) از الفبای فارسی ـ رهبر گروه ـ پاداش ۹) باستانی ـ بی‌صدایی ـ باز شیمیایی ۱۰) کتاب مشهور ملاصدرا ـ تازه به راه افتاده ـ نیمی از دنیا ۱۱) دوستی ـ تنظیم کلی موتور با دستگاه الکترونیکی ـ چند رقم ۱۲) توهین ـ گل شهیدان ـ ستاره ۱۳) فروختن به قیمت پایین‌تر از قیمت اصلی ـ پیشرفته ـ قلب قرآن ۱۴) پس داده شده ـ رنگین‌کمان ـ راندن مزاحم ۱۵) تابستان عرب ـ آتش گرفتن ـ برقرار.

جدول ویژه

افقی: ۱) بند چرمی ـ بیرون شده ـ نوعی قارچ بر روی غذای مانده ۲) از سرآمدان خوشنویسی معاصر که مقبره فردوسی و باباطاهر به خط اوست ـ آگاهی و اطلاع ۳) پرنده‌ای از راسته شکاریان ـ دل انگیز ـ حفر کردن ۴) گریستن بر مرده ـ به رو خوابیده ـ غار آبی دیدنی مهاباد ۵) از قوای سه‌گانه کشورمان ـ اکسیر ـ مفقود ۶) راز ـ کتاب زرتشت ـ تمدن مکزیک ۷) رنگ سفید ـ کثرت ـ سوره هفتاد و هشتم قرآن ۸) خلاصه کردن ـ معما ـ آراستن ۹) نمو ـ هم ریش ـ آتشفشانی در ایتالیا ۱۰) سوپ تایلندی ـ تخریب‌کننده اموال عمومی ـ رطوبت ۱۱) تهدید ـ رشوه‌خواری ـ پایه‌ها ۱۲) نیازمندی ـ مقابل حاشیه ـ دستور قاضی ۱۳) رخوت ـ کلیسای قدیمی اصفهان ـ فهرست غذای رستوران ۱۴) ثروتمند ـ فیلم درام و عاشقانه به کارگردانی انگ لی و بازی کیت وینسلت ۱۵) از یک پدر و مادر ـ گرفتن تمام و کمال حق ـ شاخه نورسته.

عمودی: ۱) سرگشتگی ـ حاکم و والی در دوره هخامنشی ـ جهت ۲) چاشنی غذایی ـ نتیجه‌دهنده ـ بلند شدن ۳) راه آشکار ـ شب‌چله ـ قطعی ۴) پراکنده کردن دشمن ـ خشنود ـ روژلب ۵) اختراع مارکونی ـ شکیبایی ـ پیشوندی منفی ۶) E ـ مثل ماه ـ فاصله دو نت همنام متوالی ۷) اسلحه‌ای سرد ـ گشت و گذار ـ دلاوری ۸) فراوانی نعمت ـ اثری به قلم اشتفن تسوایک، نویسنده اتریشی ـ پاکیزه ۹) گلی زیبا ـ وزنده ـ متعهد شده به امری ۱۰) همراه فلان ـ دیرینگی ـ گشاده ۱۱) حرف انتخاب ـ معاینه پزشکی ـ سراب ۱۲) خوردنی شیرین ـ نویسنده فرانسوی رمان انسان وحشی ـ شوم ۱۳) شیپور جنگی ـ خدمتکار زن ـ نامبارکی ۱۴) وسیله برنج کوبی ـ علم الهام تکنولوژی از جانداران ـ یک و یک ۱۵) لباس آخرت ـ تومور سرطانی بدخیم ـ راه و روش عبادت.

حل جدول عادی ۶۹۰۹

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

حل جدول ویژه ۶۹۰۹

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