یادداشت

مهدی نیک‌ضمیر | گروه جامعه

تبعات زندگی نمایشی

فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی وجهه نمایشی زندگی ما را بیش از پیش تقویت کرده است. پیش از راه‌افتادن و فراگیری این شبکه‌ها، شادی مردم بیش از امروز بود.

در تندباد دنیای نمایشی امروز و تشویق برای به اشتراک‌گذاری بخشی از زندگی خصوصی در برابر دید میلیون‌ها نفر دیگر و تحریک عطش دیده شدن، خیلی از افراد به دنبال آن هستند تا در مسابقه شکل گرفته برای بیشتر دیده شدن برنده باشند.

به این منظور گاهی شاهد انتشار و به اشتراک‌گذاشتن رفتارهای عجیب و غریب و غیرعادی هستیم و زمانی افراد همچون سریالی دنباله‌دار، بخش‌هایی از زندگی روزمره خود را به تصویر می‌کشند.

ویژگی مشترک این تصویرگری اما نمایش خوشبختی است. زوج‌های خوشبختی که مقابل دوربین همیشه لبخند بر لب دارند و همیشه با هم مهربان هستند و انگار هیچ‌وقت اختلافی میان‌شان وجود ندارد.

بچه‌هایی که همیشه بیش از اندازه مرتب، منظم و حرف‌گوش‌کن هستند؛ انگار نه انگار این بچه یک کودک چندماهه یا چندساله است و در عوض تصور می‌کنی با یک بزرگسال طرف هستی.

حتی وقتی می‌خواهند حرف بزنند و جلوی دوربین ژست بگیرند، حرف‌ها و رفتارهای‌شان بیشتر از آن‌که تداعی‌گر رفتارهای یک کودک باشد، یک بزرگسال را برایت تداعی می‌کند که لبخند رضایت و در آغوش کشیدن پدر و مادر و یک زندگی آرام و آرمانی را پیش چشم دیگران به تصویر می‌کشد!

اما در پشت صحنه این ویدئوها ممکن است بارها این بچه‌ها تنبیه شده باشند تا وقتی جلوی دوربین قرار می‌گیرند همان چیزی باشند که با کارگردانی پدر یا مادر جور درمی‌آید. زن و شوهرهایی که مانند همه زن و شوهرها ممکن است با هم دعوا کنند، قهر باشند یا همه چیزشان مطلوب همدیگر نباشد ولی در نمایشی که در شبکه‌های اجتماعی روی صحنه می‌برند، به‌گونه‌ای دیگر تظاهر می‌کنند. پس بیاییم باطن زندگی خودمان را با ظاهر زندگی دیگران مقایسه نکنیم.

کارگاه زندگی

اندر فواید شیطنت‌های کودکانه

کودکان شلوغ و پرسروصدا که دائم سکوت خانه را با شیطنت‌های خود می‌شکنند مورد پسند بیشتر والدین و اعضای خانواده و فامیل نیستند. با این حال با یادآوری این نکته که شیطنت به معنی بی ادبی و گستاخی نیست، باید به نقل از روان‌شناسان ذکر کرد که شیطنت برای شکل‌گیری شخصیت کودکان فواید زیادی دارد. یک کودک شلوغ و پر جنب و جوش در واقع در حال تمرین مستقل شدن است به این نحو که بدون ترس از قضاوت دیگران سعی می‌کند آن‌گونه باشد که خودش می‌خواهد. چنین کودکانی که بی‌واهمه از نظر دیگران، خود واقعی‌شان را به نمایش می‌گذارند کودکانی شادتر هستند. آنها با شجاعت کامل دست به کار شناخت دنیای اطراف خود می‌شوند و حس کنجکاوی‌شان را ارضا می‌کنند و مطالب جدیدی می‌آموزند. اما اگر قرار باشد آنها به جملات سرکوبگر اطرافیان مثل «ساکت باش» و «بنشین» توجه کنند در واقع فرصت آموختن را از دست می‌دهند. همزمان با از دست دادن این فرصت، کودکانی که مجبور می‌شوند با تهدید بزرگ‌ترها شیطنت‌هایشان را متوقف کنند، حس اعتماد به نفس‌شان را نیز از دست می‌دهند. پس اجازه دهید در کمال ادب و احترام و رعایت حقوق دیگران، فرزندان‌تان به شیطنت‌های کودکانه‌شان ادامه دهند چون فعالیت‌های اینچنینی آنها باعث می‌شود خلاق‌تر باشند و یاد بگیرند محبت و توجه دیگران را به قیمت کنار گذاشتن علایق خود نخرند.

«جام جم» زندگی‌های ویترینی در فضای مجازی را آسیب‌شناسی می‌کند

قاب جعلی از زندگی

لیلا مهداد
گروه جامعه

شهر فرنگه، از همه رنگه؛ دنیای پر از رنگ و لعاب کاذب که با یک کلیک شما را جادو می‌کند. نیاز به آداب خاصی هم ندارد، روی مبل لم داده باشید یا روی تخت‌تان دراز کشیده باشید، هرکجا که باشید یک کلیک شما را به این بازار مکاره می‌برد. اخبار و اتفاقات جهان، دیزاین فلان بلاگر، جشن تعیین جنسیت فلان آشنا، جشن طلاق و ازدواج همکلاسی دوره ابتدایی، ورزش‌کردن فلان سلبریتی و ... لیست بلندبالایی از زندگی و عادات آدم‌هایی که شناخت‌مان از آنها محدود می‌شود به نام پروفایل و تصاویر و ویدئوهایی که هر روز از زندگی‌شان منتشر می‌کنند. تصاویر و ویدئوهایی که یک هدف بیشتر ندارند: ببینید ما چقدر خوشبختیم، همه بدانند ما اهل ورزش یا کتاب‌خواندنیم، آشپزی‌کردن یعنی چیزی که ما آموزش می‌دهیم و ... . تلقین‌هایی که هیچ‌کجا شما را راحت نمی‌گذارند و مدام به آنها خواسته یا ناخواسته می‌اندیشید، چه در صف اتوبوس چه درون تاکسی و مترو؛ سفری مجازی تنها به شرط داشتن اینترنت و یک گوشی هوشمند. تعداد لایک‌ها، ریتوییت‌ها، کامنت‌ها و ... جزو قوانین این سفر است. سفری که در هر لحظه‌اش ناخواسته در مقایسه آن با واقعیت زندگی خودتان هستید تا این نکته مدام به شما تلقین شود که خوشبختی یعنی همین تصاویری که می‌بینید.

نوشتن سناریوی زندگی نمایشی شاید راحت‌ترین راه بود برای جمعیتی که بعدها بلاگر نامیده شدند جهت درآمدزایی. آدم‌هایی که واقعیت‌های زندگی‌شان، دردها، غصه‌ها و دغدغه‌های‌شان پشت دوربین‌ها و قاب‌ها جا می‌مانند و بخش دلخواه زندگی‌شان آن‌هم براساس سناریوی ازپیش‌نوشته‌شده به نمایش گذاشته می‌شود؛ نمایشی که هیچ سنخیتی با زندگی، شخصیت و خلقیات این آدم‌ها ندارد و تنها فتوشاپ زندگی آنهاست. نمایشنامه‌هایی که به مرور زمان تعدادشان بیشتر شده تا در رقابتی که در فضای مجازی پیش آمده، عقب نمانند؛ قافله چشم‌وهمچشمی و به رخ‌کشیدن زندگی رویایی که شاید با واقعیت‌های زندگی هیچ سنخیتی نداشته باشد. تصاویر و لوکیشن‌هایی دلخواه آدم‌ها با افکت و ادیت‌هایی که زندگی بی‌نقصی را به نمایش می‌گذارند. آدم‌های جاگرفته در این قاب‌ها گاهی اوقات پا را فراتر از یک نمایش ساختگی می‌گذارند و سروکارشان به فخرفروشی می‌رسد. اگرچه برخی از این افراد این نمایش ساختگی را تا جایی پیش می‌برند که خود آن را به‌عنوان زندگی واقعی‌شان باور می‌کنند. بلاگرها یا سلبریتی‌های مجازی با الگوگیری از جوامع دیگر در پی نمایشی جذاب‌تر برای دنبال‌کنندگان خود هستند و گاهی حتی در قامت یک‌روان‌شناس توصیه‌هایی برای افراد دارند. عده‌ای هم با تبلیغ زندگی لاکچری پوشالی‌شان شهروندان را ترغیب به کسب درآمد می‌کنند. درواقع فضای مجازی پر شده از متخصصانی که اغلب تخصصی در حیطه فعالیت‌شان ندارند اما آنچنان در نقش‌شان فرو رفته‌اند که از زندگی و شخصیت واقعی خود دور شده و درگیر هویت مجازی‌ای هستند که ساخته خودشان است.

رقابت در یک مسابقه مجازی

فضای مجازی، سبک زندگی جوامع را نشانه رفته تا جایی که گویی خواهان آرمان‌گراشدن بشر امروزی است، البته آرمان‌گرایی‌ای پوچ و پوشالی. رویه‌ای که با کمی تامل می‌توان دست‌های مخفی رواج مصرف‌گرایی را در آن دید. قاب‌هایی زیبا از لوازم شیک خانه، آدم‌هایی با لباس‌های برند، سفرهای لاکچری، مهمانی‌ها و ... . کافی است تا بیننده هر بار با چنین تصاویری روبه‌رو باشد تا همه دغدغه‌اش شود داشتن چنین امکاناتی و این یعنی قدم‌گذاشتن در مسیر مصرف‌گرایی که در نهایت به سود عده‌ای معدود است. به باور مجید ابهری، جامعه‌شناس نمایش این حجم از مصرف‌گرایی در نهایت باعث سرخوردگی دنبال‌کنندگان است؛ سرخوردگی‌ای که سبک زندگی شهروندان را بی‌شک تغییر خواهد داد: «ادامه این رویه تزریق ناامیدی است به‌خصوص در میان جوانان.» به اعتقاد این جامعه‌شناس، نمایش زندگی خصوصی در فضای مجازی به شهروندان این حس را می‌دهد که بلاگر بهتر از آنها زندگی می‌کند. حسی ناخودآگاه که غیرمستقیم دنبال‌کننده را دچار عزت‌نفس پایین و حس ناامنی می‌کند: «بلاگرها ناخودآگاه شهروندان را تشویق می‌کنند که زندگی استاندارد یعنی نمایش آنها از زندگی. شاید به همین دلیل است که فضای مجازی پر شده از آدم‌هایی که یا کودک‌شان را دستمایه این تبلیغات کرده‌اند یا زندگی نمایشی‌شان را به تصویر می‌کشند تا مبادا از این قافله عقب بمانند.»

فضای مجازی، سبک زندگی جوامع را نشانه رفته تا جایی که گویی خواهان آرمان‌گراشدن بشر امروزی است، البته آرمان‌گرایی‌ای پوچ و پوشالی

رهایی از تنهایی در دنیای مجازی

دنبال‌کردن صفحات بلاگرها شاید روزها و ماه‌های ابتدایی حس مثبتی به دنبال‌کننده بدهد؛ حس آرامشی که فرد را ترغیب به سرکشی هر روزه به این صفحات می‌کند اما اتفاق نامبارک زمانی است که این پیگیری ادامه‌دار می‌شود تا حس مثبت جایش را به ناامیدی و حسرت بدهد. به باور ابهری، همه این موارد برای جذابیت و ایجاد اشتیاق در میان دنبال‌کنندگان است: «همه می‌دانیم که با ورود فناوری‌های جدید به‌ویژه دنیای مجازی همه ما کم یا زیاد با این تغییرات همگام شده‌ایم. این روزها اینستاگرام به فضای مهمی تبدیل شده که بخش اعظمی از نیاز به توجه و احترام و دیده‌شدن و حس ارزشمندی را در افراد ارضا می‌کند. دنبال‌کنندگان، این تصاویر را با زندگی شخصی خودشان مقایسه می‌کنند. شاید برای همین است که به مثابه گذشته شهروندان اهل قناعت نیستند. این تصاویر توقع دنبال‌کنندگان را بالا می‌برد. اگرچه در میان کسانی که سن بالاتری دارند به شکل دیگری این تاثیرگذاری را شاهدیم. جوان‌ترها به دنبال آن زندگی لاکچری‌اند، بنابراین تن به ازدواج و سبک زندگی خود نمی‌دهند. متاهل‌ها هم زندگی‌شان را با شرایط این نمایش‌ها مقایسه می‌کنند؛ قیاسی که به خودآزاری و در ادامه دگرآزاری منجر می‌شود. هرچند گاهی اوقات در این زمینه تا جایی افراط می‌شود که زندگی مشترک از هم متلاشی می‌گردد.»

به باور این جامعه‌شناس، این وضعیت در میان جوانان مشهودتر است: «گویی آنها بهتر از هر نسلی یاد گرفتند که در این فضا خودنمایی کنند، دیده شوند و ارزش و احترام برای خود پیدا کنند. اینستاگرام توانست فضایی باشد در پاسخ به تنهایی این نسل که به‌دلیل تغییرات سریع و تفاوت نسل در جوامع نتوانسته بودند با خانواده رابطه قوی برقرار کنند، پس تنهایی‌های‌شان را آنجا به نمایش گذاشتند، عشق‌های‌شان را در کامنت‌ها نوشتند و فریاد زدند و هرقدر از خانواده‌های‌شان دور شدند در اینستاگرام فالوئر و لایک بیشتری جذب کردند.»

سهام «شرکت تجارت الکترونیک ارتباط فردا» ۵۷ هزار میلیارد ریال ارزش‌گذاری شد

بانک آینده از تعیین قیمت سهام «شرکت تجارت الکترونیک ارتباط فردا» خبر داد.

به‌دنبال افشاهای پیشین گزارش‌های کارشناسی املاک بانک آینده در سامانه کدال، ارزیابی جدیدی از دارایی‌های بانک نیز در این سامانه افشا شد. بر اساس گزارش‌های درج شده در این سامانه، ارزش قیمت سهام شرکت تجارت الکترونیک ارتباط فردا ۵۷ هزار میلیارد ریال ارزش‌گذاری شد. شایان ذکر است؛ شرکت تجارت الکترونیک ارتباط فردا با هدف پر کردن خلاء بین بانکداری سنتی و خدمات بانکداری نوین و تکمیل زنجیره خدمات بانکداری الکترونیکی بانک آینده، به‌واسطه نوآوری، چابکی و پویایی در ارائه راه‌کارهای مالی، ایجاد شده است.

طراح: بیژن گورانی

جدول ۶۵۲۴

جدول عادی

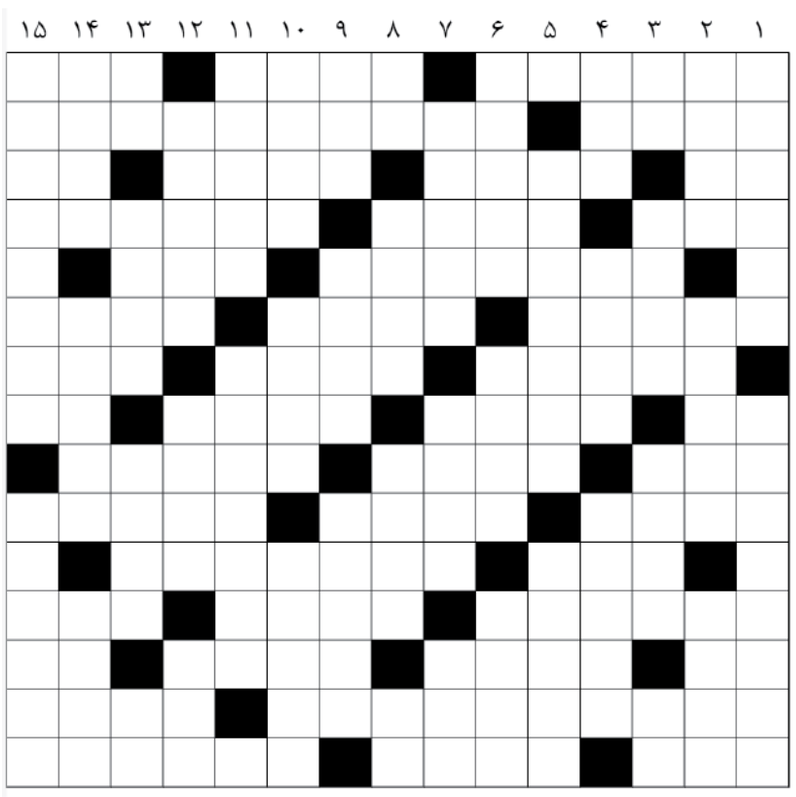
افقی: ۱) تصویری که روی پرده نمایش داده شود- فوق- دیدار ۲) شاگرد مغازه- کنایه از تغییر عقیده و سلیقه دادن است ۳) شهر مدفن تختی- از نیروهای نظامی کشورمان- مامان- مگابایت ۴) آشکار ساختن- اذیت- تهنیت و تبریک ۵) حامی مالی تیم‌های ورزشی- ابزار دروکردن ۶) سهیم کردن- نوعی نارنگی- مجموعه شعری از مهرداد اوستا ۷) شکست خورده- از ملزومات خوشنویسی- سرزنش ۸) مرگ و میر جمعی- موجب احساس نشاط در بدن می‌شود- فرستاده خدا- انتها ۹) دستی- قبل از ورزش- پشت سر ۱۰) روشن و درخشان- کلیپس- مدخل ۱۱) آفرین- میوه‌ای با طعم ترش و شیرین ۱۲) خوش‌آوازه- بی‌بهره- رفتن ۱۳) اتمسفر- دین آور ایرانی در دوره ساسانی- فرومایه- خاک سرخ ۱۴) از خوانندگان موسیقی پاپ کشورمان با آلبوم شوک- نوعی بیماری تنفسی ۱۵) ذره باردار- استارت قدیمی- بسیار مرموز و حیله‌گر.

عمودی: ۱) ضربه‌ای در بوکس- غذای معروف عراقی ۲) اصطکاک- شمارش کردن- واحد پول آلمان ۳) دشمن سرسخت- آسوده- توله سگ شکاری- همسر مرد ۴) از قبایل قدیمی اعراب- انبار گندم- هدایت‌کننده ۵) ذرت بوداده- دومین دورقمی ۶) طول- کبیر- آرامگاه ۷) مخفی- نوعی کاغذ جلد کتاب- از اقوام ایرانی ۸) عنوانی برای سران قبایل- طراح- بادبان کشتی- نگاه خیره ۹) عمومی‌تر- بهسازی- خمیده و کمانی ۱۰) نان نازک- گرامی، بزرگوار- طلایی ۱۱) چیزهای مخالف و مغایر یکدیگر- حس لامسه ۱۲) طرز عمل- همبازی هاردی- شبانگاه ۱۳) حاکمان زندیه از این قوم بودند- گستردنی- لفافه- تکرار حرف دوازدهم ۱۴) پیشینیان- خوگرفته به چیزی- ایستاده می‌میرد ۱۵) از وسایل کار خیاط- سازمان علمی و فرهنگی وابسته به سازمان ملل متحد.

جدول ویژه

افقی: ۱) آرمانشهر- حیله‌گر- بخشندگی ۲) شش ضلعی- تنها اثر طبیعی ملی لرستان ۳) آزاد و رها- مهربانی- ظروف مسی می‌سازد- تخم مرغ انگلیسی ۴) خوک وحشی- آگاه و باخبر- اولین پادشاه آراگون ۵) نویسنده بلژیکی کتاب موریانه- نغمه ۶) مأمور تشریفات صفوی- نشانی- فاخته ۷) ثروتمندان- زادگاه عطار نیشابوری- شکلی هندسی ۸) تپه کوچک- درخشان- سهیم- جانشین او ۹) آتش- نوعی زردآلو- نوعی بلوز زنانه ۱۰) جانشین، همتا- طریقه‌ای در خداشناسی- معادل فارسی دراور ۱۱) منفک- قهرمان نوجوان رمان‌های جی.کی.رولینگ ۱۲) نام مادر حضرت موسی(ع)- آشنا- گلخن حمام ۱۳) همسایه لهستان واتریش- آحاد- از ظروف آزمایشگاهی- تکخال ۱۴) عالم و فقیه قرن یازدهم هجری و مولف وسایل الشیعه- شعر حماسی ۱۵) از آفات نباتی- جثه، اندام- ورزشگاهی در میلان ایتالیا.

عمودی: ۱) هوو- نوعی اختلال بینایی در کودکان ۲) واحد بین‌المللی چگالی- پیش غذا- مدافع موکل ۳) دوستی- بینی- احتمال خطر- تکرار حرفی ۴) پور- دالانه- چند لایحه ۵) اولین شهری که ژاندارک از اشغال انگلیسی‌ها نجات داد- هید روسفر ۶) گول زدن- آشیانه پرنده- دعاکننده ۷) پرهیزکاران- قلمرو- تهیدست ۸) گروه هم‌سرایان- از آتش‌افروزان- هجوم- گلابی ۹) امت‌ها- تفریح- نهایی ۱۰) پدر عمار- مخفیانه- شاهزاده تروا که آشیل را کشت ۱۱) دومین رقم از سمت راست عدد- بیماری ویروسی ماکیان ۱۲) جنگ معروف مسلمانان و رومیان- معبد یهود- مردم ۱۳) سیخونک- بیهوده- منزل آذری- عصب ۱۴) بی‌ارزش- آدرس ترسیمی- برق را از کوئل به دلکو می‌رساند ۱۵) دانش مطالعه وضعیت کار و نحوه آرایش تجهیزات یک کارگاه- سازمان علمی و فرهنگی وابسته به سازمان ملل متحد.



حل جدول عادی ۶۵۲۳

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

حل جدول ویژه ۶۵۲۳

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

برای حل جدول اعداد باید در هر مربع کوچک‌تر ۳ در ۳ هیچ عدد تکراری وجود نداشته باشد.
همچنین هیچ عددی در یک سطر یا ستون مربع بزرگ ۹ در ۹ تکرار نشده باشد.

سودوکو ۴۴۲۸

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

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

سودوکو ۴۴۲۹

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

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

						۲		۱
					۵			
						۲		
						۴		۵

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

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

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