امنیت در پیست‌های اسکی ایران یخ زده است

اسکی روی برف رشته‌ای لوکس به حساب می‌آید که طرفداران بسیاری هم دارد اما امنیت و استاندارد این ورزش در ایران با وجود تاسیس فدراسیون اسکی در دهه ۲۰، نه‌تنها مطابق با استانداردهای جهانی پیش نرفته بلکه تجهیزات آن قدمتی به اندازه طول عمر تاسیس فدراسیون دارند، در حالی که این تجهیزات در کل دنیا پس از پنج سال مستعمل می‌شوند.

اسکی در ایران

اسکی روی برف در ایران پس از تاسیس فدراسیون این ورزش در سال ۱۳۲۳ و عضویت آن در فدراسیون جهانی اسکی در سال ۱۳۳۴ به طور رسمی وارد رشته‌های ورزشی ایران شد. این ورزش به دلیل ویژگی‌هایی مانند گران بودن تجهیزات، انجام آن در برخی ماه‌های سال و ضرورت حضور در ارتفاعات، ورزشی لوکس به حساب آمده و طرفداران خاص خود را دارد.

این ورزش به دلیل شرایط خاص آن مانند قرارگیری در ارتفاعات، برودت هوا و تشدید حوادث در شرایط کوهستان، نیاز به تجهیزات ایمن و استاندارد دارد. اما به گفته کارشناسان پیست‌های اسکی در ایران غیراستاندارد و خطرناک بوده و هیچ گونه کنترلی روی آموزش‌های اسکی انجام نمی‌شود.

«علی کیادربندسری» قهرمان و مربی ورزش اسکی در این باره به خبرگزاری میراث‌فرهنگی گفت: «استاندارد ورزش اسکی در ایران نسبت به سایر کشورها به ویژه اروپا بسیار ضعیف است. با وجود اینکه ما عضو فدراسیون جهانی هستیم اما پیست‌های اسکی و تجهیزات ما غیراستاندارد و قدیمی است.»

وی افزود: «به طور نمونه دستگاه‌های بالابر یا تلسیژ در پیست‌های اسکی در کل دنیا پس از چهار تا پنج سال مستعمل و بدون استفاده می‌شوند و طبق استانداردهای بین‌المللی باید با دستگاه‌های جدید جایگزین شوند. اما در ایران این دستگاه‌ها به جز خرید و تعویض چند کابین، برف‌کوب پیست اسکی را بازسازی کرده و برای روز بعد آماده می‌کنند اما در ایران حتی سنگ‌های برخی مسیرهای اسکی برداشته نمی‌شود و حتی در کل ایران فقط یک دستگاه برف‌ساز وجود دارد که آن هم با هزینه شخصی و بدون کمک دولت توسط برخی ورزشکاران پیست دربندسر از ایتالیا خریداری شده است.»

این مربی ورزش نبود پیست‌های جداگانه برای ورزشکاران حرفه‌ای و غیرحرفه‌ای را از عوامل ایجاد آسیب در افراد دانسته و تاکید می‌کند: «از آنجایی که پیست‌های ویژه برای اسکی روی برف از هم متمایز نیست، این عامل باعث بروز حوادث می‌شود. به طور مثال، در پیست‌های آلپاین که سرعت نباید زیاد باشد، ورزشکاران حرفه‌ای و غیرحرفه‌ای در کنار هم ورزش می‌کنند. از این رو وقتی یک مبتدی در این پیست ورزش می‌کند ممکن است بر اثر عبور سریع یک ورزشکار حرفه‌ای از کنارش در اثر برخورد و پرتاب دچار آسیب شود.»

دربندسری وجود لوازم مطلوب و مناسب اسکی را تنها نقطه امیدواری این ورزش عنوان و تصریح کرد: «تنها مایه امیدواری ورزش اسکی لوازم آن است که از کیفیت نسبتاً مطلوبی قدمت ۵۰ساله دارند و برای پیست و سلامت مردم خطرناک است و باید هرچه سریع‌تر برای جایگزینی آنها اقدام شود.»

وی با اشاره به وجود برخی مشکلات در پیست‌های اسکی ادامه داد:« استفاده از کلاه ایمنی به هنگام ورزش در پیست‌ها الزامی است اما این مساله به صورت کاملاً شخصی انجام شده و کنترلی هم روی آن انجام نمی‌شود. از طرفی پیست‌ها وسعت و کیفیت لازم را ندارند و این موضوع در پیست دیزین و دربندسر هم وجود دارد.»

دربندسری تصریح کرد: «در بسیاری از کشورها پس از پایان روز از طریق دستگاه برخوردار است و علت آن ورود وسایل آن از طریق کشورهای دیگر توسط بخش خصوصی است. هرچند این واردات به خاطر تحریم به سختی انجام می‌شود اما نسبت به سایر تجهیزات این ورزش، وضع بهتری دارد.»

نبود امنیت در اسکی فاجعه‌ای جبران‌ناپذیر

حوادث و خطرات کوهستان به دلیل صعب‌العبور بودن مناطق و عدم دسترسی آسان معمولاً بیشتر بوده و اثرات آن خطرناک‌تر است. این مساله به ویژه در مورد ورزش اسکی روی برف شدیدتر و محسوس‌تر است.

دربندسری در این باره می‌گوید: «امنیت ورزش اسکی در ایران بسیار ضعیف است. اورژانس و امداد کوهستان در بسیاری از پیست‌های اسکی به دلیل مسیرهای ناهموار منتهی به پیست، در پایین کوه مستقر می‌شوند و پس از وقوع حادثه زمان زیادی طول می‌کشد تا به کمک مصدوم بیایند»

وی با اشاره به نبود هلیکوپتر امداد تصریح کرد:«صدمات ناشی از پرتاب شدن هنگام اسکی بسیار شدید است و طبق اصول پزشکی در ورزش اسکی، مصدوم باید بدون تحرک و از طریق هلیکوپتر به بیمارستان منتقل شود. اما در ایران هلیکوپتر امداد نه‌تنها در کنار پیست مستقر نیست بلکه در موارد اضطراری نیز به دلیل مشکلات اداری با تاخیر می‌رسد یا اجازه فرود به آنها داده نمی‌شود. این مساله باعث فوت مسوول فنی پیست شمشک در سال گذشته شد.»

بی‌توجهی مسوولان به ورزش اسکی

با وجود وظایف تعریف‌شده مندرج در اساسنامه فدراسیون ورزش اسکی مانند توسعه و تعمیم ورزش اسکی در اکثر نقاط برف‌گیر و قابل احداث و تاسیس پیست اسکی در کشور و آموزش تکنیک‌های خاص این رشته توسط کمیته آموزش مطابق با آخرین استانداردهای جهانی، این وظایف نه‌تنها محقق نشده بلکه در طول زمان حیات فدراسیون تا امروز فقط ۲۴ پیست در ایران ساخته شده که از این تعداد فقط پیست دیزین شرایط نسبتاً مطلوبی دارد.

دربندسری با بیان این مطلب خاطرنشان کرد: «در ایران نگاه مثبتی از سوی مسوولان به ورزش اسکی وجود ندارد و این ورزش به دلیل قدمت آن از قبل از انقلاب، یک ورزش لوکس تلقی شده و فدراسیون فقط برای زنده ماندن این ورزش تلاش می‌کند و حمایت چندانی از ورزشکاران به عمل نمی‌آورد.» مربی اسکی روی برف، عدم حمایت دولت از بخش خصوصی را از مهم‌ترین دلایل چالش در حوزه امنیت و استاندارد این ورزش دانسته و گفت:«فدراسیون، مدیریت پیست‌های اسکی را از طریق مزایده به مدت پنج سال به شرکت‌های خصوصی واگذار می‌کند و از آنجایی که هزینه جایگزینی و خرید تجهیزات این ورزش بسیار زیاد بوده و حمایت‌های دولتی شامل حال این گروه نمی‌شود، شرکت‌های خصوصی تنها به بازسازی دستگاه‌ها اقدام می‌کنند.»

وی ادامه داد: «علاوه بر بی‌توجهی مسوولان، تحریم‌ها خود از مهم‌ترین مشکلات نوسازی و خرید تجهیزات ورزش اسکی است و هنوز ایران در این زمینه به خودکفایی نرسیده و مجبور است از خارج از کشور لوازم این رشته را وارد کند.»

دربندسری با اشاره به هدفمند کردن یارانه‌ها و تاثیر آن بر اسکی گفت:«از آنجایی که برف‌کوب پیست‌های اسکی و بیشتر تجهیزات، به سوخت گازوئیل نیاز دارند پس از هدفمند کردن یارانه‌ها بخش خصوصی با مشکل مواجه شده و ضرورت دارد تا دولت در این خصوص حمایت ویژه‌ای داشته باشد.»

نگاه آخر

کلاه ندارم به نمایشگاه بروم

برگزاری شش نمایشگاه در استان خراسان شمالی بدون حضور استادکاران و بزرگان صنایع دستی در این استان باعث اعتراض خانواده صنایع دستی خراسان شمالی شده است. عدم حمایت از تولید صنعتگران، نبود فضای مناسب برای اطلاع‌رسانی و وجود هزینه‌هایی که بر عهده صنعتگران گذاشته شده، باعث امتناع استادکاران صنایع دستی از شرکت در این نمایشگاه‌ها شده است.

«محمد احسان‌بخشی» از استادکاران برجسته کلاه کرکی و البسه محلی به خبرنگار CHN می‌گوید: «کلاه ندارم تا به نمایشگاه بروم. به دلیل نداشتن مواد اولیه بیش از ۵۰ کلاه در سال نمی‌توانم تولید کنم. این در حالی است که اگر مواد اولیه خام که همان پوست بز و کرک مخصوص آن است در دسترس باشد توان تولید سه، چهار هزار کلاه در سال داریم. حالا هم بسیاری از دوستان و شاگردانم را فرستادم کرمان برای تهیه پوست بز و کرک مخصوص.»

این استادکار با اشاره به عدم اطلاع‌رسانی بر نبود انگیزه از سوی استادکاران و صنعتگران تاکید کرد و گفت: «ما هیچ انگیزه‌ای نداریم. هرچند امروزه مردان کلاه به سر نمی‌گذارند و کلاه‌های من را جوانان امروزی نمی‌پسندند ولی پیرمردهای سرمایه‌دار و برخی اصیل‌های ترکمن طالب آنها هستند. با این وجود همچنان تولید می‌کنم چرا که نمی‌خواهم لباس‌های محلی و کلاه‌هایی که روزگاری نشان بزرگمردی بود از بین برود.»

به گزارش CHN از سوی دیگر نمایشگاه‌های صنایع دستی در حالی برگزار می‌شوند که هیچ گونه اطلاع‌رسانی انجام نمی‌شود. همین امر باعث شده تا برخی استادکاران از بازدید نمایشگاه‌ها غافل بمانند.

«محمد صلاحی» تنها استادکار چاپ علاقه‌ای در خراسان شمالی با بیان این مطلب گفت: «ما به دلیل عدم حمایت از سوی مسوولان به هیچ‌وجه در نمایشگاه‌ها شرکت نمی‌کنیم. برگزاری این نمایشگاه‌ها نه‌تنها گرهی از مشکلات ما باز نمی‌کند، بلکه به دلیل هزینه‌های شرکت در نمایشگاه که بر عهده صنعتگران است، حضور در این نمایشگاه‌ها به صرفه نیست. از سوی دیگر نمایشگاه‌های برگزارشده تزیینی است و هیچ بازتابی برای بازاریابی و فروش به دنبال ندارد.»

وی در ادامه گفت: «در حال حاضر به دلیل نداشتن امکانات و بودجه از تولید بازمانده‌ایم. چطور می‌توان در نمایشگاه شرکت کرد در حالی که مکانی برای تولید نداریم. ضمن اینکه هیچ اطلاع‌رسانی وجود نداشته، وگرنه ما به عنوان صنعتگران صنایع دستی اگر نتوانیم شرکت کنیم، چون در استان نمایشگاه صنایع دستی برگزار شده حتماً بازدید می‌کردیم.»

وی می‌افزاید: «چندی پیش قرار بود وامی جهت توسعه کارگاه داده شود اما هرچه پیگیری می‌کنیم به هیچ نتیجه‌ای نمی‌رسیم. در حال حاضر تمام ابزار کار و اندکی از تولیداتم را در منزل جای داده‌ام. چرا که هیچ تسهیلاتی برای ادامه کار وجود ندارد.»

صلاحی ادامه داد: «اگر امکانات اولیه وجود داشته باشد، به دلیل کیفیت و تنوع اجناس حتی نیازی به مشتری نداریم، چراکه خودشان سفارش می‌دهند. اما در حال حاضر به دلیل نداشتن امکانات اولیه و شرایط اقتصادی نمی‌توانم با تولید صنایع دستی روی پای خودم بایستم. این در حالی است که به تمام رشته‌های فنی و حرفه‌ای وام داده می‌شود و به این هنر و صنعت ملی توجهی نشده است.»

استادکار چاپ علاقه‌ای با تاکید بر اینکه متولیان صنایع دستی به ما می‌گویند شما تولید کنید ما از طریق نمایشگاه و دعوت از صنعتگران از شما حمایت می‌کنیم، می‌افزاید: «ما چطور می‌توانیم تولید کنیم وقتی حمایت نمی‌شویم. چاپ علاقه‌ای همانند چک بدون تاریخ است هر جا تولید کنیم به فروش می‌رود، به طوری که اگر امروز تولید شود فردا در بازار تهران است. با این وجود به دلیل نداشتن مکان مناسب تغییر کاربری داده‌ام. چراکه قدرت راه‌اندازی کارگاه و تامین هزینه‌های شاگردانم را ندارم.»

همچنین محمد یادگار مینیاتوریست خراسان شمالی با اعلام اینکه تا وقتی بخش عمده‌ای از هزینه‌ها بر عهده هنرمند و صنعتگر باشد، ناتوان در شرکت و حضور در نمایشگاه صنایع دستی هستند، گفت: هنرمند و صنعتگر مستحق داشتن حمایت‌های ویژه است اما امسال آنچه تا الان به وضوح شاهد هستیم نداشتن حداقل امکانات اولیه است.

خبر

قصابی؛ مشغله این روزهای مینیاتوریست خراسانی

پشت شعارها و تبلیغات خوش‌رنگ و لعاب متولیان صنایع دستی تعداد بی‌شماری هنرمند و صنعتگر وجود دارند که به دلیل عدم حمایت از سوی مسوولان عطای هنر را به لقایش بخشیده و به شغل‌های دیگر روی آورده‌اند. محمد یادگار مینیاتوریست و استادکار برجسته خراسان شمالی نمونه بارز از این گونه افراد است. وی که مینیاتور روی سفال و عاج مصنوعی و مقواهای ماکت می‌کشد در حال حاضر به دلیل تامین مخارج زندگی‌اش به قصابی روی آورده است.

مینیاتوریست خراسان شمالی مینیاتور را از دوره‌ای که محصل بود، شروع کرد و حالا آثار خود و دخترش در موزه هنرهای معاصر به نمایش درمی‌آید اما می‌گوید برای تامین هزینه‌های زندگی یا قصابی کرده یا با تاکسی گذران زندگی می‌کند.

به گزارش CHN این استادکار و مینیاتوریست خراسان شمالی با خنده‌ای تلخ می‌گوید: نمی‌دانم هنرمندم یا قصاب! چراکه برای تامین زندگی‌ام و مخارج هزینه‌های فرزندانم که در سطوح بالا تحصیل می‌کنند یا با تاکسی کار می‌کنم یا اینکه در فروشگاه فرهنگیان گوشت می‌فروشم.

محمد یادگار که سالیان درازی است در این رشته به فعالیت می‌پردازد، می‌گوید: متاسفم برای خودم و هنرمندان که سال‌ها وقت و عشق و انرژی می‌گذاریم اما هیچ ارزش و احترامی برای قشر ما قائل نمی‌شوند. بعد از این همه سال کار کردن برای گرفتن یک وام کوچک به بانک‌ها از جمله بانک توسعه و تعاون مراجعه می‌کنم اما با صراحت اعلام می‌کنند پرداخت نمی‌کنیم و من به عنوان یک هنرمند برای توسعه کارم نیاز به این وام دارم.

مینیاتوریست خراسان شمالی با خنده‌های تلخ پیاپی ادامه می‌دهد: در حالی که آثار خود و دخترم در موزه هنرهای معاصر به نمایش درمی‌آید و بزرگ‌ترین افتخار من این است که در استان خودم در نمایشگاه‌هایی که هیچ وقت اطلاع‌رسانی نداشته‌اند، شرکت کنم اما به دلیل هزینه‌هایی که به گردن هنرمند است امکان حضور و شرکت را ندارم.

این در حالی است که بسیاری از هنرمندان و صنعتگران به دلیل فائق نیامدن بر مضایق این هنر و صنعت برای همیشه این رشته را ترک می‌کنند و به شغل‌های دیگری روی می‌آورند؛ دردی که به گفته خودشان هیچ وقت دوا نمی‌شود.

چین با پشت سر گذاشتن اسپانیا، سومین مقصد گردشگری جهان شد

به گزارش فرانس‌پرس بر اساس آخرین بررسی‌های اعلام‌شده از سوی سازمان توریسم جهانی سال گذشته چین با جذب نزدیک به ۵۶ میلیون توریست بین‌المللی و ۱۰ درصد رشد بیشتر در این زمینه کشور اسپانیا را پشت سر گذاشت و پس از فرانسه و امریکا در ردیف سومین کشور توریستی جهان جای گرفت.

طبق همین آمارها فرانسه همچنان با جذب نزدیک به ۷۸/۹۵ میلیون توریست در سال ۲۰۱۰ در ردیف اول و امریکا با جذب ۶۰/۸۸ میلیون توریست و رشد ۱۰/۹ درصدی در ردیف دوم جدول توریستی‌ترین کشورهای جهان جای دارند.

در سال ۲۰۰۸ امریکا موفق شده بود با غلبه بر اسپانیا عنوان دوم را در این جدول کسب کند. سازمان توریسم جهانی پیش از این اعلام کرده بود صنعت گردشگری در سطح جهانی با ۶/۷ درصد جهش در سال ۲۰۱۰ و به یمن اقتصادهای نوظهور نظیر چین به روند قدرتمند بهبود اقتصادی بازگشته است. طالب رفاعی دبیر کل سازمان توریسم جهانی در همین زمینه اعلام کرد: «این نکته‌ای کاملاً آشکار است که بازیگران قدرتمند جهانی در آسیا نه‌تنها چین بلکه به ویژه چین همچنان به نقش خود به عنوان بازیگران قدرتمند جهانی ادامه می‌دهند.»

وی افزود: «دنیا و نقشه ژئوپولتیک جهان در دست تحول است و قطب‌های جاذبه نیز در حال تغییر هستند. در چنین شرایطی نمی‌توانیم متوقع باشیم که صنعت توریسم از این تحولات دور بماند.»

گردشگری در رسانه ملی؛ تیرهایی که در تاریکی رها می‌شوند

رویدادها و اتفاقات گردشگری در کشور هنوز برای مسوولان سازمان صدا و سیما آنچنان که باید مهم نیست. این در حالی است که رسانه ملی با زاویه گسترده

مخاطبان خود می‌تواند در شرایط موج تبلیغات منفی علیه ایران موثر واقع شود، اما این امر تنها به نشان دادن تصاویری از کوه و دشت و باغ‌های ایرانی منتهی نمی‌شود. گاهی صحبت و اظهارنظر یکی از مسوولان تاثیرگذار در صنعت گردشگری جهان می‌تواند دید بسیاری از گردشگران دنیا را تغییر دهد.

اسماعیل قادری کارشناس گردشگری در این باره به CHN گفت: در حال حاضر تبلیغات رسانه‌ای برای سفر به خصوصی در رسانه ملی به معرفی مقاصد، آن هم به شیوه تکراری و یکنواخت بدل شده که پیش‌پاافتاده‌ترین و سنتی‌ترین شیوه تبلیغ سفر است. این شیوه‌ها را باید به‌روز کرد و بسته‌های تبلیغی جذابی را در زمان‌های خلوتی سفر ارائه کرد.

به گفته اسماعیل قادری در جهانگردی امروز جهان معرفی مقاصد از سوی منابع تبلیغاتی جای چندانی ندارد چراکه گردشگر از رسانه جلوتر است و خود مقصد را پیدا می‌کند و دوربین‌های تلویزیونی به دنبال او می‌روند. در نتیجه صدا و سیما باید از شیوه‌های سنتی تبلیغ برای سفر رها شود و به جای تبلیغ برای مقاصد سفر، به آموزش فرهنگ سفر بپردازد. به عبارتی دیگر رسانه‌ها باید از تبلیغ کجا رفتن حذر کرده و به آموزش چگونه رفتن بپردازند.

محرومیت بخش‌های تجاری گردشگری از حضور در رسانه ملی

صفحات داخلی چند رسانه نوشتاری، تنها محل مانور و نمایش آگهی‌های گردشگری و یگانه‌راه بازاریابان این حوزه است. این در حالی است که بازاریابی از طریق رسانه‌های مطبوعه برای جذب گردشگر، یکی از ده‌ها راه ممکن و تاثیرگذار در این حوزه مانند رسانه دیداری، نمایشگاه‌های قوی و پرمخاطب، بیلبوردها و... است که تبلیغات گردشگری کمترین امکان حضور را در آنها دارند. یک مدرس دانشگاه و کارشناس گردشگری علت محدود شدن تبلیغات گردشگری به صفحات روزنامه‌ها را طیف گسترده مخاطب داخلی بازار دانست. محمود ضیایی به CHN گفت: تبلیغات در روزنامه‌های داخلی مختص مخاطب داخلی است. حال با توجه به اینکه عمده مخاطب بازار گردشگری کشور مخاطب داخلی است و بازاریاب گردشگر کمتر به دنبال هدف خارجی می‌رود، تبلیغات روزنامه‌ای را می‌پسندد.

وی ادامه داد: عامل دیگر، عامه‌پسند بودن روزنامه‌هاست. در بحث گونه‌شناسی بازار، مخاطبان به دو دسته مخاطب عام و ویژه تقسیم می‌شوند. برای تاثیرگذاری روی مخاطب ویژه می‌توان از روش‌های نوین مانند تبلیغات و معرفی اینترنتی نیز استفاده کرد. ولی وجود گسترده مخاطب عام، عرضه‌کننده خدمات را به این سو هدایت کرده است که از شیوه‌ای عامه‌پسند چون روزنامه استفاده کند. این مدرس دانشگاه با تاکید بر اینکه شیوه‌های جدید مانند اینترنت را نفی نمی‌کند، یادآور شد در شرایط فعلی شیوه‌های سنتی زودبازده‌ترند. وی در پاسخ به سوال CHN مبنی بر اینکه مگر تلویزیون به عنوان رسانه دیداری شیوه‌ای مدرن است که تبلیغات گردشگری در آن جای ندارد، گفت: برخی هزینه بالا را از موانع حضور تبلیغات گردشگری در رسانه ملی می‌دانند. با این حال باید پاسخ این پرسش را از فعالان این صنعت جویا شد. مسیح‌الله صفا مدیر یک آژانس مسافرتی به سوال CHN مبنی بر چرایی عدم حضور تبلیغات گردشگری در رسانه ملی این‌گونه پاسخ داد: هزینه تبلیغات در رسانه ملی بالاست. به همین دلیل جز عده معدودی که تمکن مالی دارند و تعدادشان کمتر از انگشتان یک دست است، دیگر فعالان این حوزه امکان تبلیغ و معرفی در رسانه دیداری را ندارند.

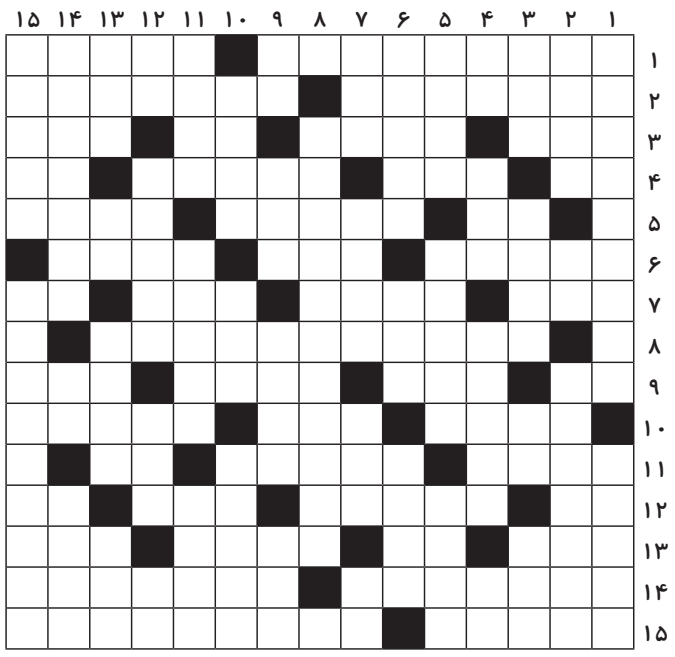
جدول شماره ۱۱۵۵

افقی

۱- نویسنده امریکایی «مرگ دستفروش»- از گیاهان دارویی ۲- جنبش طرفداری از حقوق سیاسی و اجتماعی زنان- محبت ۳- پارچه سوراخ‌سوراخ- کتف و دوش- نام ترکی- خرقه ۴- صدمه- سوره ۱۸ قرآن مجید- کوهی در همدان و کارگردان «زن دوم»- خاک سرخ ۵- مفقود- شهر تیم «یوونتوس» در ایتالیا- نحیف ۶- اکو، بازتاب صدا- جامه و پوشاک پشمینه- فوق ۷- درد- وسایل- نمایشنامه‌ای از «تیکلای گوگول» روسی- همسر مرد ۸- فرزندان حضرت آدم(ع) ۹- خط‌کش مهندسی- شهری در استان اردبیل- ماه فرنگی، خدای جنگ- مردمی ۱۰- گیرنده امواج- نارس- راحت‌طلب و کاهل ۱۱- اسید خون- حصیر بافتنی- مخفف «وَ اَز» ۱۲- روستا- فعال و پرکار- کاسه بزرگ- نیز ۱۳- درس کشیدنی- حرف گروه‌های خونی- ستاره و اختر- بوته‌ای خاردار و خودرو از تیره پروانه‌واران ۱۴- گرانمایه و نفیس- از کشورهای شمال اروپا با مرکز «کپنهاگ» ۱۵- گلزن تیم ملی فوتبال استرالیا- آزمایشگاه.

عمودی

۱- مربا- فهمیدن ۲- جانوری که زود رم می‌کند- عامل وراثت- هرزه‌گو و ژاژخای ۳- ماه پرتابی- میوه‌ای درون سالاد- جنس مذکر- طعم ۴- درخت زبان گنجشک- حالت بیهوشی- مقابل ابتدا- ضمیر مونث انگلیسی ۵- تا در آب است امید ثمری هست- مهریه زنان- تکمیل شده ۶- دوری و فاصله از جایی تا جای دیگر- بعد از موعد- از مصالح محکم ساختمانی ۷- کشور خجسته- شاعر شیرازی- محله و برزن- قلب ۸- دو فرشته مغضوب که در چاه بابل نگونسار به عذاب الهی گرفتار آمدند ۹- گریز آهو- وسیله‌ای در حمام- فرش- آموخته لقمان ۱۰- کوبنده مطبخ- دستار هندیان- اعتراف ۱۱- کشور پادشاهی عربی با مرکز «امان»- کنایه از مشکلی که برای آن راه‌حلی وجود ندارد- عاقل ۱۲- بافت اینترنتی- واسطه‌گری- پیامبر کشتیبان- شیره‌انگور و خرما ۱۳- رفیق- فیلمی از بهرام بهرامیان- بدگو و عیب‌گذار- فیلمی از داریوش مهرجویی ۱۴- مبلغی ناچیز، پول اندک- بی‌حس و افسرده- فریاد تشویق ۱۵- شهری در شهرستان کاشان که آتشکده‌ای از دوران ساسانی در آن باقی است- به همراه «امر به معروف» از مسوولیت‌های اجتماعی ماست.



حل جدول شماره ۱۱۵۴

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

سودوکو شماره ۱۶۳

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.

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

حل سودوکو شماره ۱۶۲

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