کارگاه زندگی

چگونه نسبت به آینده امیدوار باشیم؟

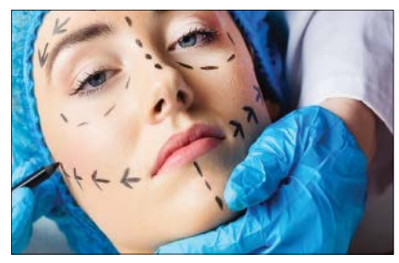
افراد برای امیدوار بودن به آینده باید بدانند چه سبکی از زندگی را دوست دارند. قطعا امیدواری می‌تواند سرمایه روانی و به‌تبع آن احتمال شکوفایی را افزایش دهد.

بسیاری از مردم امیدی برای فردایی بهتر ندارند، زیرا نمی‌دانند یک زندگی ایده‌آل را چگونه باید بسازند. بهتر است افراد خود را برای آینده امیدوار و برنامه خود را روشن کنند. گاهی اوقات امیدواری با توجه به واقعیت زندگی و مشکلات آنقدر سخت و ناممکن است که دیگر رمقی برای ادامه دادن وجود ندارد. برای داشتن امید به آینده، ابتدا باید مطمئن شوید رؤیا و چشم‌اندازی که برای آینده دارید، واقع‌بینانه است. داشتن رویاهایی غیرواقعی موجب می‌شود احساس ناامیدی کنید. معمولا افراد برای امیدوار بودن به آینده به یک انگیزه نیاز دارند.

از طرفی اگر آنان توقعات بیجای خود را از زندگی حذف کنند، قطعا به ادامه زندگی امیدوارتر می‌شوند. به هر حال انسانی که از نبود معنا در زندگی رنج می‌برد و امور زندگی مادی او را ارضا نمی‌کند، فقط اعتقاد به مبدأ هستی و امید به رحمت بی‌انتهای پروردگار، روزنه‌ای در دل او ایجاد می‌کند. پس اگر شما هم برای رویارویی با روزهای خوب زندگی‌تان تمام تلاش خود را به کار گرفته‌اید؛ باید بدانید امیدواری می‌تواند انگیزه شما را چند برابر کند.

درنگ

زنان؛ ۸۰ درصد متقاضیان جراحی‌های پلاستیک



بر اساس آمارهای جامعه بین‌المللی جراحی پلاستیک زیبایی، ایران از نظر تعداد عمل‌های جراحی انجام‌شده در سال ۲۰۲۲ در رتبه دوازدهم جهان قرار گرفته، در حالی که در سال ۲۰۱۶ در رتبه هجدهم قرار داشت.

بر اساس آمارها در سال ۲۰۲۲ در ایران حدود ۳۲۰ هزار عمل زیبایی شامل جراحی و غیرجراحی انجام گرفته که این رقم نسبت به ۱۵۱ هزار عمل انجام‌شده در سال ۲۰۱۶ رشد بیش از دوبرابری را نشان می‌دهد.

هرچند بنا بر نظر رئیس انجمن جراحان پلاستیک و زیبایی ایران، این آمارها فقط «نوک کوه یخ» است، زیرا فقط تعداد محدودی از جراحان آمارهای خود را به انجمن ارائه می‌دهند. پزشکان الزامی برای ثبت آمار عمل‌های جراحی انجام‌شده، ندارند: «تعداد واقعی عمل‌های انجام‌شده بسیار بالاتر است و احتمالا ایران را در بین میان کشور با بیشترین عمل‌های زیبایی قرار می‌دهد.»

زنان که بر اساس آمارها ۸۰درصد متقاضیان جراحی‌های پلاستیک در ایران را تشکیل می‌دهند، دلایل مختلفی از جمله وجود این طرز تلقی که افراد زیباتر مزیت‌های (شغلی و ...) بیشتری دریافت می‌کنند و افزایش تعداد دنبال‌کنندگان در شبکه‌های اجتماعی را به‌عنوان انگیزه اصلی تن‌دادن به این نوع عمل‌های جراحی عنوان می‌کنند. آمارهای انجمن جراحان پلاستیک و زیبایی ایران نشان می‌دهد صدها هزار ایرانی صفحات مجازی بلاگرهای زیبایی را دنبال می‌کنند و حدود ۶۰۰۰ حساب در اینستاگرام و دیگر شبکه‌های اجتماعی به تبلیغ خدمات جراحی پلاستیک مشغولند.

لیلا مهداد
گروه جامعه

یک روز ابروهای پهن مد می‌شود تا نوبت‌های بلندمدت برای جراحی کاشت ابرو شکل بگیرد، البته سال نو می‌شود، ابروهای نازک دوباره مد می‌شود. زمانی موهای فرترند می‌شوند تا سالن‌های زیبایی در قیمت‌گذاری از هم سبقت بگیرند و در کنار هزینه‌های بالای فرکردن انواع و اقسام محصولات بهداشتی‌شان را به مشتری‌هاشان بفروشند تا موهای فرجذاب‌تری داشته باشند. اما زمانی هم موهای صاف و شلاقی روی بورس هستند تا کراتین‌کارها دخل‌های تپل بزنند. تبلیغات و مد شدن محدود به اینها نیست و به سایز و اندازه بدن هم رسیده تا کار و کاسبی جراحان زیبایی حسابی سکه شود؛ جراحی‌هایی که امروزه بی‌رویه شده‌اند و به‌جرات می‌توان گفت یک اپیدمی خطرناکند.

به‌واقع باید گفت در هیچ قرنی به اندازه قرن اخیر، معیارهای زیبایی متغیر نبودند. قرن اخیر را می‌توان دوره اپیدمی جراحی‌های زیبایی و دستکاری در ظاهر آدم‌ها نامید. تغییراتی که از شکل و ظاهر بینی گذر کرده و به رنگ پوست، سایز بدن، برجسته‌سازی نقاط مختلف بدن و صورت و حتی رنگ چشم‌ها هم رسیده است؛ تجارت کثیفی که جز افسردگی، سرخوردگی و... برای افراد و بی‌هویتی و بی‌اعتبار کردن ارزش‌های واقعی جوامع عایدی دیگری نداشته؛ هرچند سود این تجارت در جیب صاحبان صنایع می‌رود، البته سلبریتی‌ها هم در این تجارت سود می‌کنند، چون همچنان می‌توانند دیده شوند.

دنیای مجازی و ترویج جراحی‌های زیبایی

جراحی‌های زیبایی در دنیای امروز پدیده‌ای بسیار گسترده و اپیدمیک است که رسانه‌ها، سلبریتی‌ها و دنیای مجازی نقش مهمی در افزایش این پدیده، به‌خصوص در دهه‌های اخیر داشته‌اند. مصطفی آب‌روشن به جام‌جم می‌گوید با پیشرفت فناوری و علم پزشکی، امکانات متنوعی برای انجام این نوع جراحی‌ها وجود دارد و این امر باعث شده تعداد افرادی که به جست‌وجوی زیبایی و جذابیت هستند، به‌شدت افزایش یابد. این آسیب‌شناس اجتماعی می‌گوید سلبریتی‌ها به‌عنوان گروه‌های مرجع و محبوب در جامعه، تأثیر بسزایی بر نگرش افراد دارند و با رفتار و ظاهر خود، الگو و الهام‌بخش بسیاری از افراد هستند، بنابراین بسیاری از جوانان به‌دنبال شباهت به سلبریتی‌ها هستند و تلاش می‌کنند تا ظاهر و سبک زندگی آنها را تقلید کنند. به گفته آب‌روشن، دنیای مجازی نیز نقش مهمی در ترویج جراحی‌های زیبایی دارد و شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام، فضای گسترده‌ای برای نمایش زندگی‌های لوکس و به‌ظاهر متقاعدکننده فراهم کرده است. او می‌افزاید: افراد در این فضا با مشاهده عکس‌ها، فیلم‌های سلبریتی‌ها و شخصیت‌های معروف، تحت فشار قرار می‌گیرند تا به آنچه استاندارد زیبایی تعریف شده، دست یابند. این فضا باعث شده تا جوانان زیادی به جست‌وجوی روش‌های متنوع برای بهبود ظاهر خود باشند.

این جراحی‌ها مد و پرستیژ اجتماعی تلقی می‌شود

این جامعه‌شناس با تاکید بر این مسأله که زیبایی ظاهری با جلوه‌های مختلف و متنوع آن یکی از ارزش‌های مهم اجتماعی در همه جوامع دنیا به‌شمار می‌آید و در تعاملات اجتماعی تاکید زیادی بر آن می‌شود، به شکلی که عدم مدیریت بر بدن یا محرومیت فرد از زیبایی، به شکل ضمنی ممکن است باعث طرد اجتماعی فرد شود و تسری و پیامد این افکار از منظر روان‌شناختی اشخاص را دچار انزوا، پریشانی و ناکامی کند، می‌گوید: هرقدر فاصله وضعیت موجود چهره با وضعیت مطلوب و آرمانی بیشتر باشد، شخص دچار اختلال ذهنی شده و اعتمادبه‌نفس خود را از دست می‌دهد، بر این مبنا جوان امروزی میل شدیدی دارد تا متمایز و پسندیده‌تر در جامعه ظاهر شود.

بنا بر نظر این آسیب‌شناس هرقدر فراوانی افرادی که به جراحی‌های زیبایی روی می‌آورند، بیشتر می‌شود، به همان اندازه انگیزه برای افرادی که تمایلی به این کار نداشته‌اند نیز بیشتر می‌شود؛ زیرا در وضعیت یادشده، این الگوی رفتاری به‌عنوان یک مد و پرستیژ اجتماعی تلقی می‌شود و با توجه به آنچه در جامعه ما در حال رخ‌دادن است، درمی‌یابیم که افراد ناخواسته این الگوی تقلیدی را در ذهن‌شان ضرورت‌انگاری می‌کنند و جراحی زیبایی را جزو اولویت‌های زندگی قرار می‌دهند. جامعه ایران تمایل دارد در هر حوزه‌ای قالب‌های سطحی مدرنیته را به‌عنوان سبک زندگی انتخاب کند.

در جامعه ما شکل طبیعی بدن نه‌فقط از تاثیرپذیری مدرنیته بی‌نصیب نمانده، بلکه رکورددار بالاترین عمل‌های زیبایی در جهان شده که این الگوی رفتاری جمعی معیاری برای بازنمایی وضعیت اجتماعی و فرهنگی جامعه است.

به گفته آب‌روشن جامعه توده‌وار ایران تمایل دارد تا در هر حوزه‌ای قالب‌های سطحی مدرنیته را که بیشتر جنبه نمایشی دارد، به‌عنوان سبک زندگی انتخاب کند. افراد در دنیای مدرن، به‌خصوص در شبکه‌های اجتماعی به علت شناخت‌های سطحی و گذری، ناگزیر بر مبنای وضعیت ظاهری‌شان مورد قضاوت و انتخاب قرار می‌گیرند؛ بر این اساس افراد می‌کوشند که فرم طبیعی بدن خود را به شکل پذیرفته‌شده اجتماعی تغییر دهند؛ چراکه از منظر افراد جامعه، این تلقی وجود دارد که زیبایی ظاهری با ویژگی‌های شخصیتی شایسته و مطلوب رابطه معناداری دارد، به عبارتی چهره زیبا نشان از شخصیت زیبا دارد.

برش

زنان برای بالابردن شانس دیده‌شدن دست به جراحی می‌زنند

بنا بر نظر این آسیب‌شناس اجتماعی کسانی که باورهای سنتی زیباشناختی دارند، تصویری کاملا پسندیده از ظاهر خود دارند و برعکس کسانی که اندیشه‌های مدرن را در سر می‌پرورانند، تصویری غیرقابل تحمل از فرم بدن خود دارند. با توجه به الگوهای پذیرفته‌شده مدرن، فرم بدن باید لاغر، جذاب، متناسب و جوان به نظر برسد که در جامعه ما به علت باورهای فرهنگی، دینی و عرفی این‌گونه خصوصیت‌ها کمتر قابل عرضه در حوزه عمومی است.

در نتیجه جوانان و دختران در واکنش به این محدودیت‌های قانونی که هر نوع کام‌جویی زن و مرد را در چارچوب نظام خانواده تعریف کرده، به جراحی‌های مختلف بدن، به‌خصوص جراحی بینی و صورت جهت تاثیرگذاری بیشتر روی آورده‌اند. به عبارتی در جامعه‌ای که به علت منعیات اجتماعی و فرهنگی زن به‌طور آزادانه قدرت انتخاب در همسریابی و دوستی با جنس مخالف را نداشته و نگاهی شیءواره در مورد زنان حاکم بوده، بدیهی است که زنان تلاش می‌کنند به اشکال مختلف خود را عرضه کنند. بر این اساس تنها عضوی از بدن که امکان و قابلیت عرضه در حوزه عمومی را دارد، مورد توجه افراطی قرار می‌گیرد بنابراین زنان سعی می‌کنند بیشترین تغییرات و مدیریت را در قرص صورت اعمال کنند تا شانس دیده‌شدن و مورد انتخاب قرار گرفتن را به شکل معناداری افزایش دهند.

آگهی تجدید مناقصه عمومی
(دو مرحله‌ای)
نوبت اول
شماره مناقصه: RKS-0231282-KM/S-06
شرح کالای مناقصه: خرید ۴ قلم بارانی
مطابق با مشخصات و شرایط کلی مندرج در اسناد مناقصه خرید
۱- نام و نشانی مناقصه‌گزار: شرکت پالایش نفت کرمانشاه به نشانی: کرمانشاه بلوار شهید دکتر بهشتی، مقابل پارک شاهد، مدیریت بازرگانی، تلفن: ۳۱۴۹۷۵۹۵-۰۸۳ و فاکس: ۳۱۴۹۷۵۹۶-۰۸۳، کدپستی ۶۷۱۴۷۹۹۵۱۹
۲- نوع، کمیت و کیفیت کالا: شرح کامل آن در آدرس اینترنتی WWW.KORC.IR قید شده است.
۳- نوع و مبلغ تضمین: ضمانتنامه معتبر بانکی به مبلغ ۴۵۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال یا واریز وجه نقد به‌شماره حساب (شبای) IR950180000000018280546658 این شرکت نزد بانک تجارت شعبه نفت
۴- محل، زمان و مهلت دریافت اسناد:
مدیریت بازرگانی، ۲۰ روز بعد از چاپ آگهی نوبت دوم تاریخ ۱۴۰۳/۰۲/۲۴
۵- زمان گشایش پیشنهاد فنی: تاریخ ۱۴۰۳/۰۲/۲۷ و زمان گشایش پاکت مالی حداکثر تا تاریخ ۱۴۰۳/۰۳/۲۴ می‌باشد.
روابط عمومی و امور بین‌الملل

آگهی تمدید مناقصه واگذاری
عملیات تولید ظروف پلاستیکی اکسترودی
با مشخصات فنی مشخص و تعداد معین در شرح پیمان
نفت پارس
پیرو آگهی مناقصه شماره ۱۴۰۲۰۲۷ مورخ ۱۴۰۲/۰۹/۲۷ در خصوص خریداری و تامین ظروف ۲۰ لیتری پلاستیکی اکسترودی و تمدید مناقصه برای یک دوره دیگر، از کلیه متقاضیان محترم دعوت می‌شود از تاریخ درج آگهی تا پایان وقت اداری روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۲/۰۹ نسبت به دریافت، تکمیل اسناد مناقصه و تحویل پاکت پیشنهاد قیمت به دبیر خانه این شرکت به نشانی: کیلومتر ۲۲ جاده مخصوص تهران-کرج، پالایشگاه شرکت نفت پارس اقدام نمایند.
● دریافت اسناد مناقصه از طریق وبگاه شرکت نفت پارس به آدرس: http://www.parsoilco/fa/tender.html امکان‌پذیر می‌باشد.
● واگذاری مشروط بر حصول شرایط قانونی، بر مبنای اسناد انجام خواهد شد.
● به پیشنهادهای فاقد: امضاء/ مهر، مشروط، مبهم، فاقد تضمین/سپرده شرکت در مناقصه و پیشنهادهایی که بعد از مدت مقرر در اسناد مناقصه واصل شود، ترتیب اثر داده نخواهد شد.
● این آگهی صرفا به منزله دعوت به مناقصه می‌باشد و بدیهی است شرکت نفت پارس در رد یا قبول یک یا کلیه پیشنهادها مختار است.

آگهی مناقصه عمومی (دو مرحله‌ای) نوبت اول
مجتمع تحقیقاتی و صنعتی گروه صنایع شهید قربانی در نظر دارد از طریق آگهی روزنامه نسبت به واگذاری انجام موضوع زیر اقدام نماید:

شماره مناقصه	موضوع مناقصه	مبلغ تضمین شرکت در مناقصه
۲/م ع/۶۸۲۱/۷۳/۰۳	خرید ۲ دستگاه آسانسور تمام اتوماتیک کششی با موتور گیرلس و ظرفیت تقریبی ۹۰۰ کیلوگرم	۱/۴۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال

◄ معیارهای کلی ارزیابی مناقصه‌گر: ۱ دانش، تجربه و سابقه اجرایی مرتبط با موضوع مناقصه ۲ توانایی مالی، فنی و تجهیزاتی ۳ حسن سابقه ۴ پروانه بهره‌برداری/جواز کسب/مجوز فعالیت از اصناف مربوطه ۵ وضعیت موقعیت مکانی مناقصه‌گر ۶ وضعیت گواهینامه سمتا
◄ مهلت دریافت اسناد مناقصه: از تاریخ ۱۴۰۳/۰۱/۲۹ الی ۱۴۰۳/۰۲/۰۵ غیر از پنجشنبه و ایام تعطیل رسمی از ساعت ۸ تا ۱۶
◄ مهلت تکمیل و تحویل پاکت‌های پیشنهاد قیمت: از تاریخ ۱۴۰۳/۰۲/۰۵ الی ۱۴۰۳/۰۲/۲۲ در محل خریدار
◄ تاریخ گشایش پاکت‌های پیشنهاد: ۱۴۰۳/۰۲/۲۳ ◄ مبلغ فروش اسناد مناقصه: مبلغ ۱۱/۰۰۰/۰۰۰ ریال واریز به حساب جاری ۹۸۷۸۰۰۳۶۵۵۱۱ بانک سپه شعبه مرکزی شاهین شهر (فیش واریز بانکی باید هنگام دریافت اسناد مناقصه ارائه گردد) قبل از واریز، بایستی شناسه پرداخت از مدیریت بازرگانی-واحد امور قراردادها مجتمع دریافت گردد. ◄ مناقصه‌گزار اختیار رد هر یک یا تمام پیشنهادهای مناقصه‌گران را برای خود محفوظ می‌داند.
◄ پرداخت هزینه درج آگهی در روزنامه به عهده برنده مناقصه می‌باشد. ◄ تمامی جزییات و شرایط شرکت در مناقصه در اسناد مناقصه ذکر شده است.
◄ نشانی و تلفن: شاهین‌شهر، خیابان شهید بهشتی، نبش میدان مسرور، گروه صنایع شهید قربانی
تلفن واحد بازرگانی: ۰۳۱-۴۵۲۲۲۰۱۰ داخلی ۸۵۸۸۵ و فکس: ۰۳۱-۴۵۲۳۰۷۰۱

مدیرعامل گروه سایپا در بازدید از شرکت «سایپاگام» خبر داد:

افزایش ظرفیت تولید سایپاگام از اواسط اردیبهشت ماه

مدیرعامل گروه خودروسازی سایپا در بازدید از شرکت سایپا گام ضمن بررسی مشکلات و گلوگاه‌های توسعه‌ای که در این مجموعه وجود دارد، تاکید کرد: شرکت سایپاگام می‌تواند کانون تولید قطعات الکترونیکی گروه شود. به گزارش سایپانیوز، جواد توسلی‌مهر، مدیرعامل گروه خودروسازی سایپا با حضور در شرکت سایپاگام در جریان فعالیت و برنامه‌های این شرکت قرار گرفت و گفت: در راستای بهره‌ور کردن شرکت‌های زیرمجموعه گروه خودروسازی سایپا و رسیدن به اهداف سال جاری، برنامه فشرده‌ای تدوین شده که از جمله آن بازدید میدانی از شرکت‌های زیرمجموعه گروه سایپا، هدایت مجموعه‌ها به سمت مدیریت هزینه و کاهش قیمت تمام شده است. او افزود: در بازدیدی که از شرکت سایپاگام داشتیم مسایل، مشکلات و گلوگاه‌های که این مجموعه دارد، شناسایی شد لذا با برنامه‌ریزی صورت گرفته، از ۱۵ اردیبهشت ماه حدود ۳۰ تا ۴۰ درصد به ظرفیت تولید شرکت سایپاگام افزوده خواهد شد.

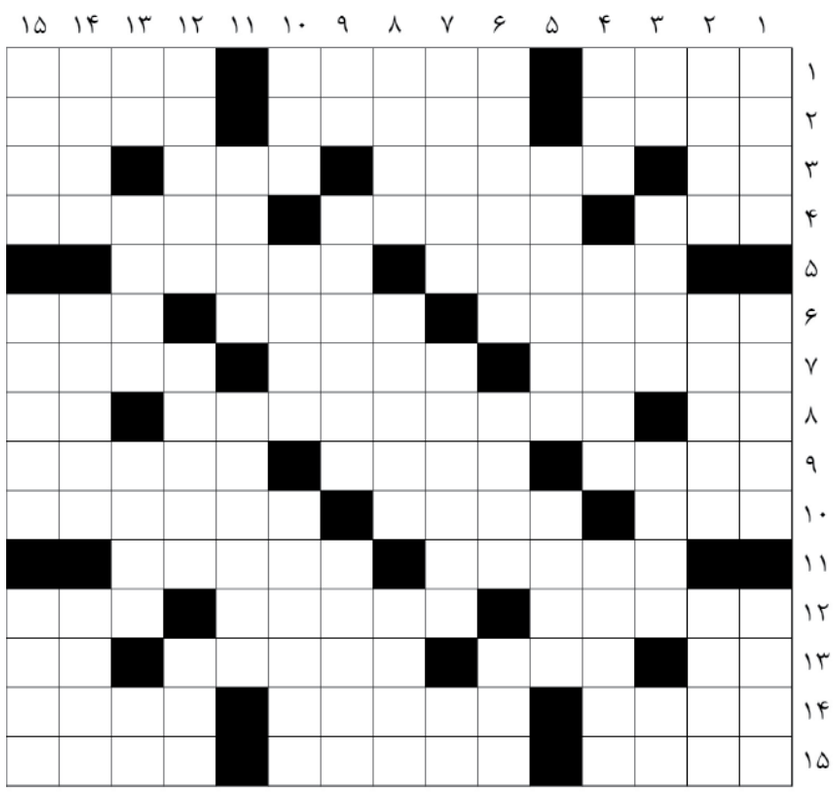
مدیرعامل گروه خودروسازی سایپا با بیان اینکه شرکت سایپاگام به عنوان کانون تولید قطعات الکترونیکی گروه سایپا می‌تواند نقش موثری ایفا کند و این امر به برنامه‌ریزی و ظرفیت مدیران بستگی دارد، تصریح کرد: امیدواریم شرکت سایپاگام نقش موثرتری در این حوزه ایفا و به مدیریت و کاهش هزینه، کمک کند.

گفتنی است، شرکت سایپاگام، به عنوان یکی از تولید کنندگان معتبر مجموعه دسته سیم خودرو کشور با رویکردی فرایندی و تفکر مبتنی بر ریسک در تمام سطوح سازمانی و همچنین با استفاده از نیروهای متخصص و کارآمد، تکنولوژی به روز و قیمت رقابتی سعی در برآورده کردن الزامات، نیازها و انتظارات مشتریان خود دارد.

طراح: بیژن گورانی

جدول ۶۷۰۰

جدول عادی



افقی: ۱) متفق- بخش پایانی- همشیره۲) رمانی نوشته رضا امیرخانی- گیاهی از خانواده ریواس- ضامن سلامتی است۳) عدد هندسی- پرنده‌ای خوش‌آواز- سه ماه از سال- دریا۴) کرانه آسمان- نیکوکاران- موهوم۵) سخن بیهوده- تقسیم ملک مشاع بین مالکان۶) کارگزاری- خواهر دوقلوی زمین- بالاترین حد بلندی۷) بازیکن دفاع آزاد- اصلی‌ترین ماده غذایی آسیا- دزد، سارق۸) تنها- داستانی نوشته جعفر مدرس صادقی- قدم یکپا۹) حلقه نورانی اطراف چیزی- لازم- بستگان۱۰) امر به رفتن- رد یا نشانه از چیزی- نقره‌ای۱۱) بیماری مشترک بین انسان و میمون- افزایش آن موجب خودکفایی است۱۲) آدم ریزنقش و بانمک- از ماه‌های رومی- بالاپوش مردان قدیم۱۳) سوره بیستم قرآن- حیران- میوه آماده چیدن- تکرار حرفی۱۴) لقبی در هند- از درجات نظامی- ره آورد زلزله۱۵) خودخواهی- زمان سنج- بافنده.

عمودی: ۱) رفیق- برافروخته- ویژگی‌های ذاتی۲) بلند و والا- شغلی ندارد- پهلوان تورانی شاهنامه۳) مادر لر- شیرینی سوغات یزد- زیلوباف- چاه عمیق۴) چپ چشم- آشامیدنی‌ها- خیابان مشجر۵) صفتی برای سحرخیز- جایگزین گیاهی گوشت۶) میعادگاه حافظ- همبازی هاردی- پرش۷) ام‌الشرائین- شهری در فارس- رام‌نشده!۸) پرنده‌ای از خانواده گنجشک- کانی دارای گوگرد و آرسنیک- سرسری۹) خودم- هدایت‌کننده- رسم کردن۱۰) مقصود- آوانس- دفاع آخر در ورزش۱۱) تخته سنگ- سرزمین هزار لبخند۱۲) پدر و مادرها- نرده- متحیر۱۳) میوه- اذیت- از القاب حضرت علی(ع)- تکرار حرفی۱۴) فراوان، بسیار- پارچه کم عرض تزئینی پرده- دروغگوی آخرالزمان۱۵) سبز تیره- پرداختی مجرم برای مجازات- به کار بستن قانون.

جدول ویژه

افقی: ۱) عبور کردن- فیض رساندن- از بیماری‌های فصل سرما۲) پسر گودرز که در جنگ یازده رخ کشته شد- گلی آپارتمانی- زندگانی۳) تکنیک- تفسیر اوستا- دشواری در کار- عریان۴) گروه ورزشی- بوته خربزه- مادر۵) از آلات موسیقی آذری- زن زیبا۶) نام باستانی نیشابور- شاعره نامی یونان باستان- شکلک۷) جزیره‌ای در خلیج فارس- اسب سرکش- تکراری۸) طرف- دریانوردان ماهر شبه جزیره اسکاندیناوی- صنم۹) ماه اول سال عبری- لبه پایین جامه- موجین۱۰) سوره نود و پنجم- سیاستمدار- رادیواکتیو۱۱) دستور زبان خارجی- فلزی که بر روی آن تصویری برای چاپ حک می‌شود۱۲) مجموعه داستانی نوشته محمدرضا رهگذر- به تنهایی- کامل۱۳) رشته باریک- منزلت- کلید خودرو- نیم‌صدای دراز گوش۱۴) حیوانی با شاخ‌های زیبا- خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران- سزاوارتر۱۵) نرمی- آهنگساز اتریشی و ملقب به پدر سمفونی- رفیع.

عمودی: ۱) خسوف و کسوف- خواهران- نهضت میرزا کوچک‌خان۲) مربوط به ذهن- عروسک فرنگی- برادر۳) یک و یک- قرار داده شده- جدید- همسر مرد۴) نوعی سطح شیبدار- هر طبقه ساختمان- استواری در اندیشه و اراده۵) اوضاع جوی- بیدار۶) از سلسله‌هایی که بیش از صد سال در ایران حکومت کردند- پدرمرده- منزلت۷) نهائی- فاقد تازگی- بله آلمانی۸) داخل- کشور ساعت- عنوان هر یک از پادشاهان ساسانی۹) مخالف- اسبابی برای تعیین وزن هوا- مدفن قیصر امین‌پور۱۰) دانه نهان‌زا- بیهوده- پارچه ابریشمی منقش۱۱) نوعی اسباب بازی- مشایعت۱۲) منحرف- از پوشاک زنانه- دانه غله پاک شده۱۳) رب‌النوع خورشید- پهلوان تورانی شاهنامه- عمل فروبردن چیزی از حلق- گشاده۱۴) واحد طول انگلیسی- فاقد بسته‌بندی- داناتر۱۵) توده، انبوه- رشوه‌خواری- سیاره سرخ.

حل جدول عادی ۶۶۹۹

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

حل جدول ویژه ۶۶۹۹

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