خراسان روزنامه صبح ایران
چهارشنبه ۲۰ دی ۱۳۹۴ . ۹ ربیع الثانی ۱۴۳۷ . شماره ۱۹۱۷۲

تنها ۲۰ درصد از لباس مصرفی بانوان در ایران تولید می شود

ایرنا – قبادی دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس وزارت ارشاد میزان مصرف سالانه لباس زنانه در ایران را ۳۰ میلیون تن اعلام کرد و افزود: در حجم عظیمی از لباس مصرفی در ایران، سهم تولید داخل تنها ۱۵ تا ۲۰ درصد است و ما بقی نیاز کشور از دیگر کشورها و مبتنی بر فرهنگ غرب به بازار روانه می شود، موضوعی است که نقش بسزایی در ترویج مد و فرهنگ غربی در جامعه دارد.

یادداشت شفاهی

دکتر مجید ابهری
رئیس هیئت مدیره بنیاد صیانت از نهاد خانواده

ایجاد الگوهای ایرانی اسلامی تنها راه مقابله با مدگرایی غربی

مدگرایی و الگوبرداری از الگوهای اجتماعی یک نیاز فطری در جوانان است. پیروی عاقلانه از مد ایرادی نیست اما مهم این نکته است که مسئولان فرهنگی باید با ایجاد الگوهای اجتماعی مناسب، مد و فرهنگ ایرانی و اسلامی را به شکلی قابل قبول در اختیار جوانان قرار دهند تا جوان جویای تنوع به سمت مدل های ارائه شده از سوی غرب گرایش نیابد. مد از نگاه جامعه شناسی نوعی رفتار اجتماعی است که دستاوردهای پوشش، آرایش و پیرایش را در خود جای می دهد. از نگاه رفتارشناسی نیز می توان مد را الگویی دانست که بسیاری از افراد تلاش می کنند رفتارهای خصوصی و اجتماعی خود را با آن منطبق نمایند. البته پیروی از مد تا جایی که جنبه افراطی به خودنگیرد و زیانی به روح و روان شخص و اجتماع نرساند ناپسند نیست. اما متاسفانه مدگرایی در نقطه ای به بحران تبدیل می شود که افراد تلاش می کنند تمام رفتارهای خود را با این الگوی اجتماعی که اکثرا از جامعه منحط غربی به جامعه ما تحمیل شده منطبق کنند و به شکل بیمارگونه ای در راه برندگرایی گام بردارند. مدگرایی افراطی علاوه بر تحمیل هزینه های سنگین به سبد اقتصادی خانواده، بار سنگینی را نیز به اقتصاد کشور وارد می کند و کشور را به بازاری برای مصرف کالاهای خارجی تبدیل می کند. بر اساس مطالعات صورت گرفته در بنیاد رفتارشناسی، پدیده گرایش به مد و مدگرایی افراطی بیشتر در سنین دوازده تا سی سالگی نمود پیدا می کند و این افراد سعی دارند نوع پوشش، آرایش و حتی گفتمان خود را بر اساس الگوهای اجتماعی تعیین شده از طرف دیگران شکل دهند. اما در سنین بالای سی سال مدگرایی تعریفی دیگر پیدا می کند و تنها به پیروی مد در زمینه نوع پوشش خلاصه می شود که البته زیان چندانی بر روح و روان افراد جامعه ندارد. باید توجه داشت که مدگرایی زمانی دارای عوارض است که از حد معقول و منطقی خود خارج شود و فرد با پیروی کورکورانه از مدهای وارداتی، اسیر تصمیم گیری طراحان مد در دیگر کشورها شود. جوانان باید توجه داشته باشند که مد و مدگرایی تا جایی به عنوان یک رفتار اجتماعی معقول شناخته می شود که هویت و فرهنگ جامعه را دچار آسیب نکند. اما جایی که مدباورهای ارزشی ما را نشانه رفته است و در دراز مدت باعث انحراف جامعه و تغییر سبک زندگی و افکار افراد می شود باید مقابل آن ایستاد. بهترین راه مقابله نیز ارائه الگوی مناسب داخلی برای نوجوانان و جوانان است چرا که مدگرایی و الگوبرداری به نوعی نیاز فطری جوانان است و این مسئولان فرهنگی جامعه هستند که باید با ایجاد الگوهای مناسب و ارائه آن به جامعه جایگزینی مناسب برای جوانان در نظر بگیرند. در این بین نباید از نقش رسانه ها در زمینه آموزش و اطلاع رسانی در جهت بالا بردن سطح دانش اجتماعی جوانان و افراد مدگرا نیز غافل شد.

مدگرایی و لزوم طراحی مد ایرانی در کلام رهبری

متن زیر گزیده ای از بیانات مقام معظم رهبری در دیدار دانشجویان و اساتید دانشگاههای استان همدان در تیرماه سال ۸۳ است: «... اشاره کردم به مسأله تقلید فرهنگی. البته تقلید فرهنگی خطر خیلی بزرگی است، اما این حرف اشتباه نشود با این که بنده با مُد و تنوع و تحول در روشهای زندگی مخالفم؛ نخیر، مُدگرایی و نوگرایی اگر افراطی نباشد، اگر روی چشم و همچشمیِ رقابتهای کودکانه نباشد، عیبی ندارد. لباس و رفتار و آرایش تغییر پیدا می کند، مانعی هم ندارد؛ اما مواظب باشید قبله نمای این مُدگرایی به سمت اروپا نباشد؛ این بد است. اگر مدیست های اروپا و آمریکا در مجلاتی که مُدها را مطرح می کنند، فلان طور لباس را برای مردان یا زنان خودشان ترسیم کردند، آیا ما باید اینجا در همدان یا تهران یا در مشهد آن را تقلید کنیم؟ این بد است. خودتان طراحی کنید و خودتان بسازید. بنده زمان ریاست جمهوری در شورای عالی انقلاب فرهنگی قضیه طرح لباس ملی را مطرح کردم و گفتم بیایید یک لباس ملی درست کنیم؛ بالاخره لباس ملی ما که این کت و شلوار نیست. البته من با کت و شلوار مخالف نیستم؛ خودمن هم گاهی اوقات در ارتفاعات یا جاهای دیگر ممکن است کاپشن هم بپوشم؛ ایرادی هم ندارد؛ اما بالاخره این لباس ملی مانیست. عربها لباس ملی خودشان را دارند، هندی ها لباس ملی خودشان را دارند، اندونزیایی ها لباس ملی خودشان را دارند، کشورهای گوناگون شرقی لباسهای ملی خودشان را دارند، آفریقایی ها لباسهای ملی خودشان را دارند و در مجامع جهانی هر کس لباس ملی خود را دارد؛ افتخار هم می کنند. مادر جایی رئیس جمهوری را دیدیم که لباس ملی اش عبارت بود از دامن! مرد بزرگ، دامن پوشیده بود! پاهای او هم لخت بود! یک دامن تقریباً تا حدود زانو، و هیچ احساس حقارت هم نمی کرد. با افتخارِ تمام در آن جلسه شرکت می کرد؛ می آمد و می رفت و می نشست. این، لباس ملی اوست؛ ایرادی هم ندارد. عربها با تفاخر، لباس ملی خودشان را می پوشند – پیراهن بلند و چفیه و عقال – و ممکن است به نظر من و شما هیچ منطقی هم نداشته باشد؛ اما لباسِ آنهاست و آن را دوست دارند. من و شما که ایرانی هستیم، لباسمان چیست؟ شما نمی دانید لباس ما چیست. البته من نمی گویم طرح این لباس حتماً باید برگردد به لباس پانصد سال قبل؛ ابداً. من می گویم بنشینید برای خودتان یک لباس طراحی کنید. البته الان این را از شما نمی خواهم؛ این را من در شورای عالی انقلاب فرهنگی مطرح کردم. آن روز مایک بخش دولتی را مأمور کردیم و گفتیم دنبال این کار بروید. یک کارِ مقدماتی هم کردند، اما آن را به جایی نرساندند؛ دوره ریاست جمهوری ما هم تمام شد! من می خواهم بگویم اگر شما موی سرتان را می خواهید آرایش کنید، اگر می خواهید لباس بپوشید، اگر می خواهید سبک راه رفتن را تغییر دهید، بکنید؛ اما خودتان انجام دهید؛ از دیگران یاد نگیرید...»

(منبع: Khamenei.ir)

جولان مد غربی در نبود الگوی ایرانی اسلامی

علیرضا کافی – مد و مد گرایی به خودی خود نه ناپسند است و نه عجیب و غریب. مد نوعی الگوی سلیقه ای، فرهنگی و یا اجتماعی است که باید توسط ارکان فرهنگی یک جامعه به درستی هدایت شود تا مخاطبان اصلی آن در جامعه یعنی نوجوانان و جوانان به سمت کج راهه های تعیین شده توسط اتاق های فکر کشورهای غربی متمایل نشوند. اگر چه مخاطبان اصلی مد و مدگرایی به گروه سنی خاصی محدود نمی شوند و با شدت و ضعف می توان این پدیده را در بین تمامی طبقات سنی و اجتماعی مشاهده کرد اما آنچه باعث شده تا مدگرایی بیش از سایر گروهها در میان نوجوانان و جوانان تجلی یابد اقتضای سن، کنجکاوی و داشتن روحیه تنوع طلبی در بین این گروه از جامعه نسبت به سایر گروهها است. از سوی دیگر می توان مد و مدگرایی را نوعی نماد و وسیله برای انتقال پیام فرد یا گروهی که به آن تعلق دارد دانست. اما مهم این است که بسیاری از جوانان ما بدون توجه به این نمادها و حتی بدون داشتن دلبستگی و وابستگی به چنین گروههایی صرفا برای تامین حس تنوع طلبی شان به سمت چنین پوشش هایی کشیده می شوند. شاید بهترین راه برای بررسی این پدیده وارد شدن به دل جامعه و صحبت با جوانانی باشد که مدگرایی برایشان از اهمیت ویژه ای برخوردار است و برای دور نماندن از قافله مدگرایی هزینه های سنگینی را هم متحمل می شوند.

غروب یک روز زمستانی، شهرک اکباتان تهران. قدم زدن در بازار چه فاز یک شهرک اکباتان در غرب تهران فرصت خوبی است برای دیدن انواع و اقسام مدها و مدل های جدید که شاید در شلوغی و مشغله زندگی چندان به چشممان نمی آید. گویی بازار چه این شهرک قدیمی غیر از خرید و فروش کالا، کارکردهای دیگری هم برای جوانانش دارد و راهروهایش فرصتی مناسب است برای خودنمایی و به رخ کشیدن لباس های مد روز و مدل های جدید آرایش مو و صورت آن جوانان. در گوشه ای از بازار چه پنج شش نفر پسر جوان ایستاده اند و از بین حرف هایشان گاهی قهقهه ای به گوش می رسد. بیست و یکی دو سال بیشتر ندارند و آنچه مرا به سمتشان می کشد مدل عجیب آرایش موهایشان است. داخل جمع شان می شوم و از کار و بارشان می پرسم. علیرضا می گوید که پشت کنکوری است و برای کنکور درس می خوانند الان هم برای فرار از فشار درس ها آمده بیرون تا سرش هوایی بخورد و با دوستانش گپی بزند. علیرضا و یکی از دوستانش دور موهایشان را با ماشین سفید کرده اند و روی موها را به سمت بالا سیخ سیخ کرده اند. خودش می گوید مدل فشنی است.

می پرسم چرا مدل موهایت را ساده و مردانه نزدی؟ می گوید: ای بابا ما جوانیم باید تنوع داشته باشیم اگر من بخواهم موهایم را مثل شما و پدرم درست کنم پس چه فرقی بین من با پدرم هست. جوابش قانعم نمی کند، می گویم حالا برای هر بار درست کردن و به هوا بردن این موها چقدر هزینه می کنی و هر بار خودت چند ساعت پای آینه ای؟ خنده ای می کند و می گوید: هر دو هفته یکبار می روم آرایشگاه تا مرتبش کند هر بار هم ۶۰ هزار تومان بیشتر نمی دهم. پیام حرف علیرضا را قطع می کند و می گوید: بابا دلخوشی ما هم همین یک مو درست کردن است. وقتی می پرسم این مدل مو را از کجا پیدا کردی، می گوید: وقتی همه بچه ها این مدلی می زنند ما هم می رویم آرایشگاه و می گوییم دورش را سفید کن. البته مدل اصلی خواننده های خارجی هستند ولی این هم مهم است که آرایشگر بتواند آن مدلی که می خواهیم در بیاورد یا نه. من خودم هر هفته می روم آرایشگاه تا موهایم را درست کند. چون هر هفته می روم و مشتری ثابت هستم ۴۰ هزار تومان بیشتر نمی دهم.

آدرس آرایشگاه شان را می گیرم و سری هم به آنجا می زنم. علیرضا می گوید: وقتی می روی بروپیش نیما. کارش از همه بهتر است. به آرایشگاه که می رسم اول سراغ نیما را می گیرم. می گویم بچه ها گفته اند شما استاد موهای فشن هستید می توانم مدل هایی که درست می کنید را ببینم؟ آلبومش را در می آورد و به دستم می دهد. زیاد اهل صحبت نیست. وقتی می پرسم بیشتر مشتری هایتان چه کسانی هستند، می گوید: هجده تا بیست و پنج سال. می خواهند دیده شوند. خدا نکند یک خواننده آن طرف آبی مدل موهایش را عوض کند آن وقت است که باید هر طور شده مدل موهایش را روی سر مشتری ها پیاده کنم وگرنه می روند جای دیگر. شهرک غرب، مرکز خرید میلاد نور وضعیت ظاهر و پوشش خیلی از جوان ها به ویژه دختر های جوان اصلا خوب نیست. طوری آرایش کرده اند که انگار فقط می خواهند دیده شوند. از مدل موهای عجیب و غریب و کوتاه کردن بخشی از موها با ماشین گرفته تا ناخن های نوک تیز و عقابی و مانتوهای جلوباز که سنخیت آن با این هوای سرد اصلا مشخص نیست. به دو دختر خانمی که در حال قدم زدن و نگاه کردن لباس های داخل ویترین مغازه ها هستند نزدیک می شوم و درخواست می کنم به چند سوالم پاسخ دهند. وقتی می پرسم چقدر اهل مد هستید یکی از آنها پیش دستی کرده و می گوید: خیلی. بر ایم خیلی مهم است لباسی که می پوشم و ظاهری که با آن در اجتماع و جمع دوستانم حاضر می شوم منطبق با مد باشد و به روز باشم. به همین خاطر همیشه مدهای جدید را رصد می کنم و سعی می کنم از مغازه هایی خرید کنم که برند باشند و معتبر. اصلا دوست ندارم در جمع دوستانم به چشم نیایم و عادی جلوه کنم.

می گویم یعنی این مانتوهای جلوباز که در زمستان پوشیده اید مد زمستانی است؟! با حاضر جوابی می گوید: زمستانی و تابستانی اش مهم نیست. مهم این است که من دوست دارم و می پوشم ضمنا اصلا هم سرد نیست. پیدا کردن این تیپ جوان ها و هم صحبت شدن با آنها کار چندان سختی نیست. این بار با یک جمع سه نفره از خانم های جوان با تیپ هایی به مراتب غربی تر و عجیب تر از قبلی ها روبه رو می شوم. از سن و سالشان که می پرسم می گویند: بیست سال. آویزان کردن حلقه از سوراخ بینی یکی از دخترها بر ایم جالب است. علت این کارش را می پرسم. برخلاف انتظارم اصلا از سوالم ناراحت نمی شود و با اعتماد به نفس زیادی می گوید: دوست داشتم این کار را بکنم و کردم. البته مامانم مخالف بود ولی من انجامش دادم چون دوست دارم خاص باشم. همه که نباید شبیه هم باشند. حرفی برای گفتن نمی ماند بدون اینکه چرایی کارش را بپرسم اشاره ای به ناخن های بلند و نوک تیزش می کنم و می پرسم راستی هر ماه چقدر برای ناخن هایتان هزینه می کنید؟ در جوابم می گوید: ۱۵۰ هزار تومان، البته به قشنگی اش می ارزد. تازه ما که کاری نمی کنیم خیلی ساده ایم! در همین آرایشگاهی که من می روم و ناخن هایم را درست می کنم یکی از دخترها دنبال دکتر زیبایی می گشت تا گوش هایش را عمل کند و نوک گوش هایش را تیز کند. همان مدلی که روزنامه ها نوشتند مدل الاغی است!

سری هم به یکی از فروشگاهها می زنم. فضایی کم نور با یک موسیقی آرام. فروشنده پسری جوان است با یک تی شرت و شلوار تنگ. بعد از معرفی خودم از لباس ها و مشتری هایش می پرسم. می گوید: مشتری های ما جوانان پانزده ساله تا بیست و پنج شش ساله اند. کسانی که دوست دارند تیپ شان بر اساس مد روز باشد. ما هم سعی می کنیم از بهترین برندها لباس بیاوریم و نحوه انتخاب لباس هایمان هم سلیقه و خواست مشتری هایمان است. باورتان نمی شود وقتی یک مدل جدید لباس در ماهواره نشان داده می شود از یک هفته بعد همه سراغش را می گیرند. حالا شما بگو من چه کنم؟ بروم لباس معمولی بیاورم؟ خب من هم می خواهم مشتری هایم را حفظ کنم.

از مغازه که بیرون می آیم تا رسیدن به خانه ذهنم درگیر آدم هایی است که با آنها هم صحبت شده ام و اینکه این همه وابستگی به مد و مدگرایی ناشی از چیست و چرا این آدم ها نگاهی متفاوت نسبت به بقیه دارند. اما آنچه برایم واضح است اینکه پیروی از مد و زیبایی خواهی و تنوع پسندی ریشه در نهاد انسان دارد و این مدگرایی افراطی نتیجه سوءاستفاده کمپانی های غربی است تا با استفاده از ضعف ارزش های معنوی برخی جوانان ما به سودهای کلان خود دست یابند و البته به اهداف اصلی اتاق های فکر در کشورهای غربی برای تغییر ذائقه جوانان ما جامه عمل بپوشانند.

خریدار یک واحد آپارتمان
۳ خوابه از ۱۵۰ متر به بالا
با آسانسور در حد صفر نیشابور
۰۹۱۵۳۵۲۰۹۶۹
۹۴۴۴۱۲۳۹/و

«زندگی آب در دست ما و زندگی ما، در دست آب است»
نجات آب کشاورزی الزامی برای تامین آب شرب
آگهی مزایده عمومی ماشین آلات ۹۴۰۲
شرکت آب و فاضلاب روستایی خراسان رضوی در نظر دارد: دو دستگاه پژو ۴۰۵ جی ال ایکس مدل های ۸۴ و ۸۵ را از طریق مزایده عمومی به فروش برساند. شرکت کنندگان جهت کسب اطلاع بیشتر به سایت اینترنتی ذیل مراجعه و یا با تلفن ۳۷۶۲۰۰۰۷-۰۵۱ تماس حاصل نمایند.
سایت شرکت آب و فاضلاب روستایی خراسان رضوی : www.abfar-kh.ir
– هزینه های آگهی روزنامه و کارشناسی و هزینه حمل و نقل بعد از فروش به عهده برنده مزایده می باشد.
جهت بازدید و اخذ اسناد مزایده به آدرس مشهد- بلوار شهید صادقی (سازمان آب)- خیابان هجرت – هجرت ۱۲ – پلاک ۲۷ مراجعه نمایند.
روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب روستایی خراسان رضوی
ضمنا سامانه پیام کوتاه این شرکت با شماره ۳۰۰۰۱۸۳۲ آماده دریافت انتقادات و پیشنهادات می باشد.
۹۴۴۴۱۸۲۳/ب

خریداریم
یک قطعه زمین ششدانگ و ملک
حدود صد هکتار در اطراف مشهد بدون معاذیر قانونی
و بی واسطه نقدی خریداریم
۰۹۱۲۰۲۱۷۳۲۰
۹۴۴۴۱۶۶۶/م

هتل توریست توس
جشن، مراسم، سمینار و ...
با شرایط ویژه در دی، بهمن، اسفند
با ظرفیت های ۱۰۰ تا ۱۰۰۰ نفر (پارکینگ اختصاصی)
۰۹۱۵۳۵۹۳۸۰۰-۳۶۶۶۷۵۶۸
۳۶۶۵۹۶۹۰-۹۱ بزرگراه آسیایی، بعد از پل قائم
۹۴۴۲۰۵۶۰/د

کالج زبان ماهان
بزرگترین و مجهزترین مجموعه زبان در کل کشور
ثبت نام دوره های مکالمه انگلیسی خردسالان و نوجوانان آغاز شد
شروع دوره ها: ۳ بهمن ماه ۱۳۹۴
هاشمیه ۱۸ – نبش صارمی ۱۹
۰۵۱ – ۳۸۸۱۲۶۴۰
۹۴۴۳۶۱۲۴/ب

مهندسان
وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
مؤسسه آموزش عالی آزاد
با شرایط جدید و تسهیلات
آغاز ثبت نام در دوره های آموزش عالی تخصصی
با اعطای گواهینامه پایان دوره مورد تایید وزارت علوم و قابل ترجمه رسمی
مهلت ثبت نام: ۹۴/۱۱/۰۸ رویکرد ما حفظ مهندسی است...
www.mohandesan.ac.ir ۹۴۴۱۳۵۸۲/ب
احمدآباد، بلوار بعثت، حدفاصل رضا و طالقانی ۳۸۴۷۰۳۰۰ – ۳۸۴۷۰۲۰۰

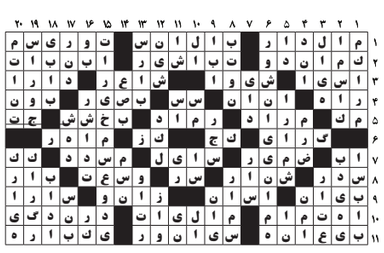
عنوان دوره	طول دوره (ساعت)
مدیریت عالی پروژه و ساخت (DPM)	۴۰۰
مدیریت ارشد پروژه	۳۰۰
مدیریت ارشد ساخت و اجراء	۳۰۰
متخصص ارشد تاسیسات ساختمان	۴۸۰
معماری داخلی	۴۸۰
معماری داخلی مدرن	۴۸۰

دوره NLP و موفقیت
استاد حورایی
مؤسسه فرهنگی راه روشن
برای رسیدن به آرامش
داشتن روحیه شاد و عالی
موفقیت و جذب خواسته ها
ارتباط موثر و تحول معنوی
۱۰٪ تخفیف اینترنتی تا ۲ بهمن
تلفن تماس: ۳۷۶۶۳۶۵۶ ۳۷۱۳۵۳۵۵
زمان دوره: ۳ تا ۱۳ بهمن مکان برگزاری: تالار فرهنگی نور
محل ثبت نام: بین قاضی طباطبایی ۷ و ۹ – پلاک ۴۴ ثبت نام اینترنتی: www.hooraei.com
۹۴۴۴۲۱۶۰/م

آگهی استخدام
صندوق کارآفرینی امید به منظور تأمین نیروی انسانی موردنیاز خود در استان خراسان رضوی از متقاضیان واجد شرایط به شرح ذیل از طریق برگزاری آزمون دعوت به همکاری می نماید.
۱ـ حداقل مدرک تحصیلی لیسانس در رشته مرتبط با مدیریت مالی – بانکداری و حسابداری
۲ـ حداقل معدل ۱۴ (جهت فارغ التحصیلان دانشگاه های دولتی) و حداقل معدل ۱۵ (جهت فارغ التحصیلان دانشگاه های آزاد و...)
۳ـ حداکثر سن برای مقاطع لیسانس ۳۰ سال و برای فوق لیسانس تا ۳۵ سال
۴ـ متقاضیان می بایست الزاما بومی استان مورد تقاضا باشند.
متقاضیان می توانند سوابق و مدارک تحصیلی خود را حداکثر تا تاریخ ۱۳۹۴/۱۱/۲۰ به شماره فکس ۳۷۱۲۲۴۳۸ ارسال نمایند.
۹۴۴۴۱۲۱۲/ب

طراح جدول: مریم احمدی

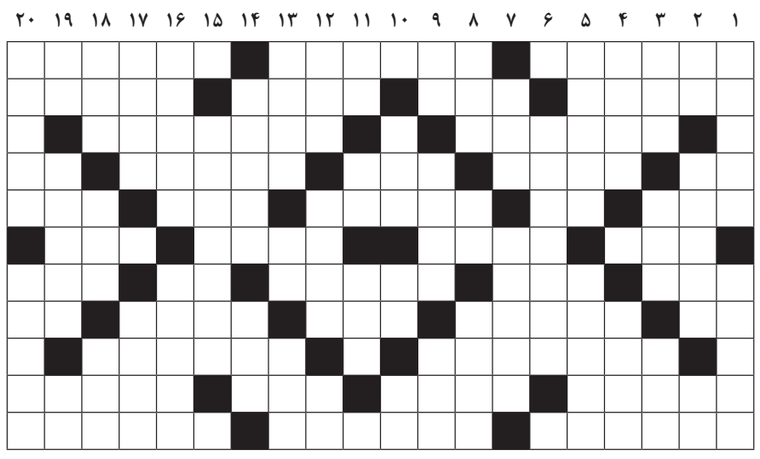
جدول شماره ۶۴۶۹



حل جدول شماره ۶۴۶۸

افقی: ۱- از شهرهای استان سمنان- میزگرد- آهنگساز ناشنوا ۲- سرنگون- زنبق- راستگو- مدیرکل آژانس بین المللی انرژی اتمی ۳- فیلمی از مسعود ده نمکی- تابلوی بزرگ تبلیغاتی ۴- مادر- سیم خارجی- نوعی پارچه شبیه کرباس- جهنم- کجاست؟ ۵- بدذات قصه ها- سخن ناگفتنی- افشانه- عوض- پست ۶- سبزی پیچیده- تناور- لازم- از عناصر غیرفلزی ۷- آزمون- اخگر- لباس حج- ورم- کادر ۸- مساوی عامیانه- فرکانس- درخور- صدمه- شکوه گرجدایی ها ۹- فرزند- سپاس ۱۰- ترساندن- وصله- صحرا- نویسه ۱۱- هم زلف- کلی- هواپیمای بی موتور

عمودی: ۱- گیاه پرچین- اسید ۲- لحظه- همزن خارجی- علامت مفعولی ۳- خرابکار رایانه ای- واحد اختلاف پتانسیل الکتریکی- راه ۴- خالق امیل- نیرو ۵- دودل- آش ۶- بازیگر مرد سریال درپناه تو ۷- بدبوی پرخاصیت- درجه ای در ارتش ۸- مخفی- یا- صف ۹- ضمیروزنی- خوراکی از گوشت و بادمجان یا کدو- پیشه ۱۰- کوه اروپا- دانه- علامت جمع فارسی ۱۱- کلام صریح- همه- سر ۱۲- فرهنگ- خراب- ماه سرد ۱۳- روش- از حروف انگلیسی- دستور ۱۴- بدلی- اطمینان ۱۵- پایتخت مجارستان ۱۶- شرح- بازی پایانی ۱۷- رفیق- فوق ۱۸- ریح- خرقه- انکار ۱۹- درخت زبان گنجشک- جریان- شر ۲۰- سلول عصبی- دامپزشک



انگلیسی بهراد ۳۸۴۱۲۲۶۲ ۳۸۴۱۰۶۹۸
فقط ۱ ترم به آموزش ما اعتماد کنید
۹۴۴۱۱۵۱۷/م

هدایای ویژه مشترکین ADSL
مخابرات خراسان رضوی فقط در کانال:
Telegaram.me/AshenayeAval
۹۴۴۳۱۷۸/ب