

راهنما

۹کلید طلایی که هر کسی را شیک‌پوش نشان می‌دهد
اسرار آ‌میز ناخ‌وانند!

هدی ا‌رزنی

■ حالا دیگر اینقدر اطلاعات همه راجع به نحوه لباس پوشیدن و هماهنگی رنگ و طرح و هزار و یک چیز دیگر زیاد شده که لازم نیست راجع به جزئیات حرف‌ی زده شود. اما هنوز هم تر‌فنده‌های کوچکی وجود دارد که شما را تبدیل به یک فرد خوش‌پوش می‌کنند: تر‌فنده‌های فسقلی و جمع‌وجوری که باعث می‌شود، آدم‌ها با دیدن‌شان احساس کنند، شما یک فرد خوش تیپ هستید، اما ندانند چرا. این تر‌فنده‌ها به‌شما کمک می‌کند در هر شرایطی ظاهر تان را حفظ کنید، خیلی به تیپ و قیافه‌تان فکر نکنیدولی در عین‌حال به‌نظر برس‌د که بسیار هوشمندانه در‌مورد ظاهر تان تصمیم می‌گیرید. این ۱۰ کلید را فراموش نکنید. این شما و این کلیدهای طلایی خوش‌تیپی در سه‌دقیقه.
■ ■ ■

۱- ر‌ایحه‌ فریب‌دگی

مهم نیست که شما چه عطری می‌زنید؛ عطری گران‌قیمت یا ارزان، مهم این است که بوی آن گیرا باشد و البته مناسب فصل. همین که شما عطری گیرا بزنید، دیگران نظر به‌تری به شما پیدا می‌کنند. اصولا عطرهایی با رایحه‌های شیرین (چه خنک، چه گرم) فریب‌دگی خاصی دارند. همین که عطر شما این خاصیت را داشته باشد، قطعاً از به‌آدم‌های دیگر تبدیل به فردی اسرار‌آمیز می‌شوید و البته خوش‌سلیقه.

۲- مش‌کی ن‌جات‌بخش

هر وقت نمی‌دانید چه لباسی بپوشید، گیج شده‌اید و نمی‌ت‌دتان سر‌د گرم هستید، سراغ رنگ مش‌کی بروید. یادتان باشد مش‌کی در هر شرایطی، شیک‌پوشی را القا می‌کند. یکی از دلایلش، سنگینی و وقاری است که مش‌کی نصیب‌تان می‌کند و دیگر اینکه رنگ مش‌کی، شما را مناسب‌تر نشان می‌دهد اما یادتان باشد سر تا پا مش‌کی نباشید. این تبصره را جدی بگیرید.

۳- یک ساعت شیک

در دست‌داشتن یک‌ النگو، یک دستبند، یک ساعت یا یک انگشتر شیک و ترجیحا طلا، کافی است تا شما ظاهر تان از این‌رو به آن‌رو شود. لازم نیست همه جیب‌ه جواهرات‌تان را به خودتان هم آویزان کنید. یکی (اما درشت و حسابی) کافی است. مطمئن باشید اگر ساعتی مار‌ک‌دار و شیک را یا یک انگشتر بافتنی بدلی دست کنید، جلوه‌اش را از بین می‌برد.

۴- پ‌اشنه‌دار لطفا

پس هروقت می‌خواهید خودتان را فردی خوش‌پوش جلوه دهید، بی‌بروبر گرد سراغ کش‌های پ‌اشنه‌دار تان بروید. هر کسی قطعا یک جفت کش پ‌اشنه‌بلند مش‌کی دارد پس همان را پا کنید. به این ترتیب هم قدتان بلندتر به نظر می‌رس‌د و هم شکوه را میهمان ظاهر تان می‌کنید. به این‌تر ترتیب شما به خودتان هم افتخار می‌کنید و همه به شما به عنوان یک انسان احترام می‌گذارند.

۵- ا‌بریش‌می دوست‌داشتنی

فراموش نکنید روسری همیشه از شال رسمی‌تر و شیک‌تر است. پس یک روسری ابریش‌می می‌تواند ظاهر شما را تکان دهد. اگر می‌خواهید فقط یک روسری ابریش‌می بخرید، بهتر است سراغ رنگ‌هایی مثل مش‌کی یا طلایی بروید که هماهنگ کردنش با بقیه لباس‌های تان راحت‌تر است.

۶- ر‌ها ر‌ها ر‌ها من!

بهرت است یک مانتوی عبایی یا پانتچو با رنگی براق و جنسی ر‌ها داشته باشید. اصولا چنین مانتوهایی اگر بدون نقش و نگار باشند، شیک‌تر هستند. در ضمن سراغ نمونه‌های نخی نروید. شما به یک مانتوی عبایی یا جنس کرب نیاز دارید که روی تن تان بنشیند. نمونه‌های آستین‌دار بهتر هم هستند چرا که در مدل‌های مختلفی بسته می‌شوند (مدل رومبی، یا انتخاب‌های به‌تری هستند.

۷- ناخن کوتاه و تمیز

ناخن‌های خیلی بلند، طرح‌های شلوغ، لاک‌های خیلی تند و... چند روزی بیشتر زی‌با به نظر نمی‌رسند. سعی کنید، ناخن‌های تان را در حد معقولی بلند نگه دارید.

۸- مح‌کم راه برو

شاید باور تان نشود اما یکی از دلایلی که هر زن و البته مردی را خوش‌ظاهر نشان می‌دهد، رفتارش است. مح‌کم راه رفتن، وقار داشتن، در‌بست صحبت کردن و از همه مهم‌تر با اعتماد به‌نفس بودن قطعاً شما را تبدیل به فردی خوش‌استیل‌تر می‌کند، هر چند لباس تان و به‌طور کل ظاهر تان معمولی باشد.

۹- ر‌از چشم‌ها

همیشه وقتی می‌خواهند در تئاتر‌ها و سریال‌ها، آدم‌های خوش‌لباس را نشان دهند، عینک آفتابی را فراموش نمی‌کنند. واقعیت این است صورت همه انسان‌ها اول از هر چیزی جلب توجه می‌کند. وقتی عینک آفتابی به‌صورت‌تان اضافه می‌شود، بخشی از چهره‌تان (که اتفاقاً مهم‌ترین بخش است یعنی چشم‌ها) پوشیده می‌شوند. همین پن‌هان شدن چشم‌ها، راز آلودگی را به‌همراه دارد که همه از آن به شیک‌پوشی یاد می‌کنند.

بیشتر از ۸۰سال و اندی از روزگاری که دوشیزه کوکو شانل به فکر افتاد تا از شکل و شمایل لباس‌های مردانه در طراحی لباس‌های زنانه بهره‌بگیرد و بسرای اولین بار بالاپوش‌هایی را برای زنان طراحی کرد که بیشتر شبیه لباس شکار مردانه بود، گذشته است. لباس‌هایی که دوشیزه شانل طراحی می‌کرد پاسخی به نیاز زمانه خود بودند. پس از او طراحان بسیار دیگری به عرصه آمدند که هر کدام با نگاه منحصر به فرد خود آدم‌های دوران خود را واداشتند تا سر و وضعی مطابق طرح و سلیقه آنها انتخاب کنند. اما آیا درست است که فکر کنیم طراحان کیف و کفش و لباس و زیورآلات تنها کسانی هستند که به ما می‌گویند صبح که از خانه بیرون می‌آییم چه بپوشیم و از کدام رنگ برهیز کنیم؟ مسلماً نه! سال‌ها پیش از آنکه مد به یک صنعت عظیم و سودآور بدل شود و جای بزرگی در اقتصاد جهانی برای خود باز کند خانه‌های طراحی لباس در چند پایتخت اروپایی و در یکی دو خیابان محدود با مشتریانی اکثر از اعیان و ثروتمندان فرهنگی رونق محدودی داشتند. طراحان اکثرا مشتریان خود را به نام می‌شناختند. هر تکه لباس یا هر دانه کلاه تنها برای یک یا چند مشتری تهیه می‌شد. از تولید انبوه در مفهوم امروزی‌ن آن هنوز خبری نبود. عامه مردم از توانایی خرید چندانی برخوردار نبودند و رسیدن به سر و وضع یک امر کاملاً مرفه و حتی تجملی بود.

ثروت و مد

با گذشتن از جنگ جهانی دوم و رونق سرمایه و جان گرفتن طبقه متوسط در اروپا و آمریکاست که کم کم دست و پا ل مردم عادی برای خرج و مخارج اضافه‌تر باز می‌شود. مردم شهرهای بزرگ حالا از آنقدر دست‌شان به دهن‌شان می‌رسد که به چیزهای دیگری جز نان شب و سقف بالای سرشان فکر کنند. درس خوانده‌های جوامع اروپایی بر تعدادشان افزوده می‌شود. آدم‌هایی که به آزادی‌های فردی و فکری بیشتری قایل هستند و از آن جمله اینکه می‌خواهند مطابق میل خودشان و نه گذشتگان لباس بپوشند. کم کم سر و کله طراحی نیز پیدا می‌شود که از میان ثروتمندان نیامده‌اند. آنها از میان عامه مردم آمده‌اند و فکر‌های تازه‌ای در سر دارند و اعتراض‌شان را به راه و رسم زمانه‌شان با لباس پوشیدن متفاوت و دهن‌کجی به عادت‌های مرسوم نشان می‌دهند. عمدا لباس‌های چرک و پاره می‌پوشند تا نشان بدهند که برای عصاقورت دادگی پدرانشان ارزشی قایل نیستند. آنها از وقایع زمانه خود متأثر می‌شوند. برای چه گوارا و انقلابیون آمریکای لاتین هورا می‌کشند. و به جنگ ویتنام اعتراض دارند از رفتن آدم به م‌اه ذوق زده می‌شوند. حاصل کار آنها رفتن تا مرزهای تجربه و اختراع در لباس پوشاندن به آدم‌های زمانه است. تجربه‌هایی چون مردان گیس بلند، زنان مو کوتاه و لباس‌های فضایی- یکی از آن طراحان خوش فکر ویر سن لوران است که با خود فکر می‌کند چرا فقط پولدار باید لباس خوب بپوشند. او مغازه‌ای در نقطه‌ای از پاریس باز می‌کند که محل رفت‌و‌آمد اعیان نیست و لباس‌های خوش

تاریخچه پیدایش جوراب

سیده‌مونا حسی‌نی مقدم

یکی از مهم ترین البسه‌ای که هر روز توسط میلیاردها نفر روی کره زمین، از مرد و زن و پیر و جوان و خوش پوش و... پوشیده می‌شود، جوراب است. جوراب در صنایع مد و پوشاک جایگاه ویژه‌ای دارد و سیر تاریخی آن نیز اهمیت خاصی دارد. به نحوی که ساخت و تولید انبوه جوراب نایلونی زنانه، یکی از نقاط عطف صنایع پوشاک محسوب می‌شود.

پیدایش نخستین جوراب‌ها برمی گردد به یونان باستان. مردان کارگر و برده‌ها در دوران یونان و مصر باستان جوراب‌های بلند می‌پوشیدند و زنان رومی در خانه‌های خود نوعی جوراب ساق کوتاه به پا می‌کردند. جوراب‌های کوتاه نخی یا ابریشمی هم چندین قرن در چین و ژاپن استفاده می‌شد. این جوراب‌های ساق کوتاه در قرن دوازدهم در اروپا به جوراب‌های ساق بلند تبدیل شد. شلوارهایی که مردان می‌پوشیدند، بسیار چسبیده و تنگ شد که از کمر تا پایین پا را می‌پوشاند، مانند ساق‌های امروزی. زنان هم جوراب‌های بلندی می‌پوشیدند که در زانو با کش جوراب نگاه داشته می‌شد.

بعد از سال ۱۵۴۵ جوراب‌های ساق بلند کشفیاد وارد مد شد که معمولاً در زه‌ای آن با طرح‌های ابریشمی پرکار تزئین شده بود. جوراب‌هایی با درزهای تزئین شده در طول دهه ۴۰ و اوایل دهه ۵۰ میلادی رایج و متداول بود. اولین ماشین کشیافتی در سال ۱۵۸۹ در انگلستان ساخته شد و نکته جالب توجه این است که سازنده آن یک «کشیش» انگلیسی، به نام ویلیام لی، بود. در آن دوره جوراب‌های نخی و ابریشمی لیاف مورد پسند و رایج



گستی در دنیای مد

چه کسی رنگ کیفم را انتخاب می‌کند

ماهور نیوی تژاد



وکس: walker-bags.com

تأمیل خواهیم داشت با آنکه غم از سر و رومیان می‌بارد و ترجیح می‌دهیم تیره پوش باشیم، آنها پیش‌بینی می‌کنند که توان مالی ما مصرف‌کنندگان در چه حد و حدودی است و آیا می‌توانیم ریخت و پاش کنیم یا آنکه احتیاط خواهیم کرد و چندان دست به جیب نخواهیم شد. صنعت‌گرانی که تکنولوژی‌های تازه را به زندگی روزمره مصرف‌کنندگان

می‌آورند هم یک سوی دیگر این زنجیره به هم پیوسته‌اند. آنها‌یی که برای فروش بیشتر یک رنگ خاص که در کارخانه‌هایشان تولید کرده‌اند در بین طراحان جهان دنبال مشتری می‌گردند و به کمک بازاریابان خبره مشتری‌های خوبی برای تولید یک رنگ خاص پیدا می‌کنند. برای مثال یکی از بزرگ‌ترین دستاورد‌های صنعت نساجی که سال‌هاست فضای مد را متأثر کرده و به بخش جدایی‌ناپذیر آن بدل شده، تولید پارچه‌های کشی است. پارچه‌هایی که با درصدهای مختلفی از خاصیت کششی در‌های تازه‌ای را به روی طراحان باز کرد و به شکل‌های مختلف در کار طراحان با سلیقه‌های متفاوت بروز کرد. نمایشگاه‌ها و کنفرانس‌های سالانه صنایع نساجی، رنگسازی، چرم و انواع مواد مصرفی یکی دیگر از مکان‌هایی است که در آن تکلیف رنگ و جنس پوشش عموم مردم در سال‌های بعد تعیین می‌شود.

افقی:

۱- از آثار تاریخی کرمان – چنگ نواختنی
۲- راه- قفیمه – فال نیک
۳- نوعی شیرینی منسوب به میوه در شت گرمسیری
۴- صدمه و عیب – شهر آرمگاه دانته در ایتالیا
۵- علامت عدل‌های تجاری
۵- قوت لایموت – تکنیکی – قلعه و برج – تصدیق عامی
۶- دارای بلندی
۷- گونهٔ ۷- ماه چهارم فرنگی – کوچک‌ترین کشور همسایه ایران
۸- مخفف از آن – رود مرزی – بازیکن هم تیمی – از درختان جنگلی
۹- کارگاه نقاشی – شهری در ترکیه
۱۰- تیر پیکان دار – قدر معنوی – از صفات خداوند
۱۱- معروف‌ترین مایع – واحدی در وزن معادل ۲۸ گرم – آبی به انگلیسی – رود طول سبیری در روسیه
۱۲- واحد پول ایران قدیم – در هم فشرده شده – نزدیک شوند – اثر پای‌رفته
۱۳- موجب رضای خداست – متخصص در پسیکانالیز
۱۴- منسوب به ادبیات – چک و توگوشی – میوه‌ای در میان نام‌سوره‌های قرآنی
۱۵- خاک متبرک – اثری از «تولستوی» نویسنده روسی

۱۵	۱۴	۱۳	۱۲	۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱
۱	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸
۲	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹
۳	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۴	۱۳	۱۴	۱۵	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱
۵	۱۴	۱۵	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲
۶	۱۵	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳
۷	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴
۸	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵
۹	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱
۱۰	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱	۲
۱۱	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱	۲	۳
۱۲	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱	۲	۳	۴
۱۳	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱	۲	۳	۴	۵
۱۴	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱	۲	۳	۴	۵	۶
۱۵	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷

سودوکو Sudoku یک واژه تر کبیبی ژاپنی به معنای عدد‌های بی تکرار است و امروزه به جدولی از اعداد گفته می‌شود که به عنوان یک سرگرمی رایج در نشریات کشور هت مختلف به چاپ می‌رسد.

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

پیشگویان سرنوشت ساز

پدید آوردگان مصالح و مواد تازه، طراحان گرافیک و بازاریاب‌ها، تحلیلگران بازار و متخصصانی که در اصطلاح به آنها «کارشناس پیش‌بینی تب روز» می‌گویند، این حلقه را کامل می‌کنند. دقیقاً روشن نیست که تأثیر کارشناسان تب روز در کار طراحان بزرگ تا چه حد است. تأیبه‌ترین ذهن‌های طراحی نیز این روزها مجبورند از نیاز بازار و انتظار مصرف‌کنندگان حرف شنوی داشته باشند. در این میان طراحان موثر دیگری نیز هستند. طراحان گمنامی که بی‌رو صدا در کمپانی‌های بزرگ تولید لباس کار می‌کنند و وظیفه‌شان این است که بیشتر از آنکه خلاقیت شخصی به خرج دهند کار طراحان معروف را به نمونه‌های ارزان‌تر و دم‌دست‌تر برای عموم مردم تبدیل کنند. این طراحان منتظر نمایش‌های بزرگ طراحان بزرگ دنیا نیست‌ه‌اند و بعد از نمایش‌های هر فصل که عموماً شش‌ماه برگزار می‌شود، دست به کار می‌شوند و نمونه‌های کاربردی‌تر، ارزان قیمت‌تر و در واقع عامه پسندتری از آن مد‌ها را طراحی و تولید می‌کنند. تولیدات آنها چند ماه بعد به تولید انبوه رسیده و به عنوان مدی که دوستش داریم وارد فروشگاه‌ها و مغازه‌ها می‌شوند. به درستی معلوم نیست که سرآغاز این حلقه را در کجا باید جست. طراحانی که با نمایش هنر خود روی سکوهای نمایش لباس، عکاسان و منتقدان مد را به جنب و جوش می‌اندازند. مغازه‌داران و مجله‌نویس‌هایی که با انتخاب خود از میان کار‌های عرضه شده بر سلیقه خریداران تأثیر می‌گذارند. یا صاحبان صنایع پوشاک و زیورآلات که چوب‌خط این ارکستر بزرگ را در دست می‌گیرند و همه را به ساز خود می‌رقصانند؟ یا همان مردم کوچ و خیابان که منشا اصلی الهام طراحان هستند؟ وقایع زندگی روزمره و نیازهای آن همچنان مهم‌ترین عامل تأثیرگذار در روند شکل‌گیری سر و وضع آدم‌هاست. در نیمه‌های دهه ۸۰ میلادی، زمانی که متروی نیویورک در یک اعتصاب سراسری و طولانی فرو رفت بسیاری از زنان و مردانی که می‌خواستند خود را دوان دوان به محل‌های کارشان در دفتر شرکت‌های سرمایه‌گذاری، بورس و بیمه برس‌اند متوجه شدند که با کش‌های پ‌اشنه بلند و کش‌های چرمی خوش دوخت نمی‌توان در این مسابقه دو همگانی برای رسیدن به محل کار شرکت کرد. وقتی اعتصاب طولانی شد، سر و کله زنان و مردانی که با کت و شلوار‌ها و کت و دامن‌های رسمی کفش کتانی می‌پوشیدند تا بتوانند خود را پیاده به محل کارشان برس‌اند نیز پیدا شد. اکثر این خانم و آقایان خوش پوش کفش‌های رسمی‌شان را در کوله پشتی‌شان حمل می‌کردند تا در محل کار با کفش کتانی تعویض کنند. بهار سال بعد بودند طراحان نیویورکی که در کار‌های خود روی سکوی نمایش لباس خاطره اعتصاب مترو نیویورک را زنده کردند و بعد از آن پوشیدن کت و شلوار و کفش کتانی از یک خطای آداب اجتماعی به یک رفتار مدرن برای تطبیق با شرایط سخت بدل شد.

عمودی:

۱- فنی در کشتنی – مکمل واردات در اقتصاد
۲- حرف نازی‌ها – مجموعه شعری از فریدون توللی – داداش
۳- درختی بزرگ از تیره پیاله داران – از مر کبات – باعث و سبب شونده
۴- جای خراش – زندگی کن – خودداری – مخترع آمریکایی بمب
۵- جمع شریف، بزرگان – شهر خروس جنگلی – سرپرست
۶- نوع بلند و کشیده – خطایی در فوتبال
۷- از- قوای ارتش – فشار روانی – مکر و حيله
۸- نخست

۱۵	۱۴	۱۳	۱۲	۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱
۱	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸
۲	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹
۳	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۴	۱۳	۱۴	۱۵	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱
۵	۱۴	۱۵	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲
۶	۱۵	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳
۷	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴
۸	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵
۹	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱
۱۰	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱	۲
۱۱	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱	۲	۳
۱۲	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱	۲	۳	۴
۱۳	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱	۲	۳	۴	۵
۱۴	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱	۲	۳	۴	۵	۶
۱۵	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷

																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															</
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	----