

راه‌نما هویت بصری برند

زرین پال 

نسخه عمومی ۰.۱ | دی ماه ۱۴۰۲

این یک راهنمای هویت بصری برند برای زرین پال و سایر محصولات این گروه می باشد.

ما همیشه از تغییرات مثبت استقبال می کنیم؛ اما برای حفظ یکپارچگی در ارتباطات برند، به قواعد مشخصی نیاز داریم. این راهنما، شما را در استفاده و حفاظت از هویت برند زرین پال، هدایت خواهد کرد.

فهرست

لوگو | ۰۱

رنگ | ۰۲

تایپوگرافی | ۰۳

آیکون‌گرافی | ۰۴

بزودی | تصویرپردازی | ۰۵

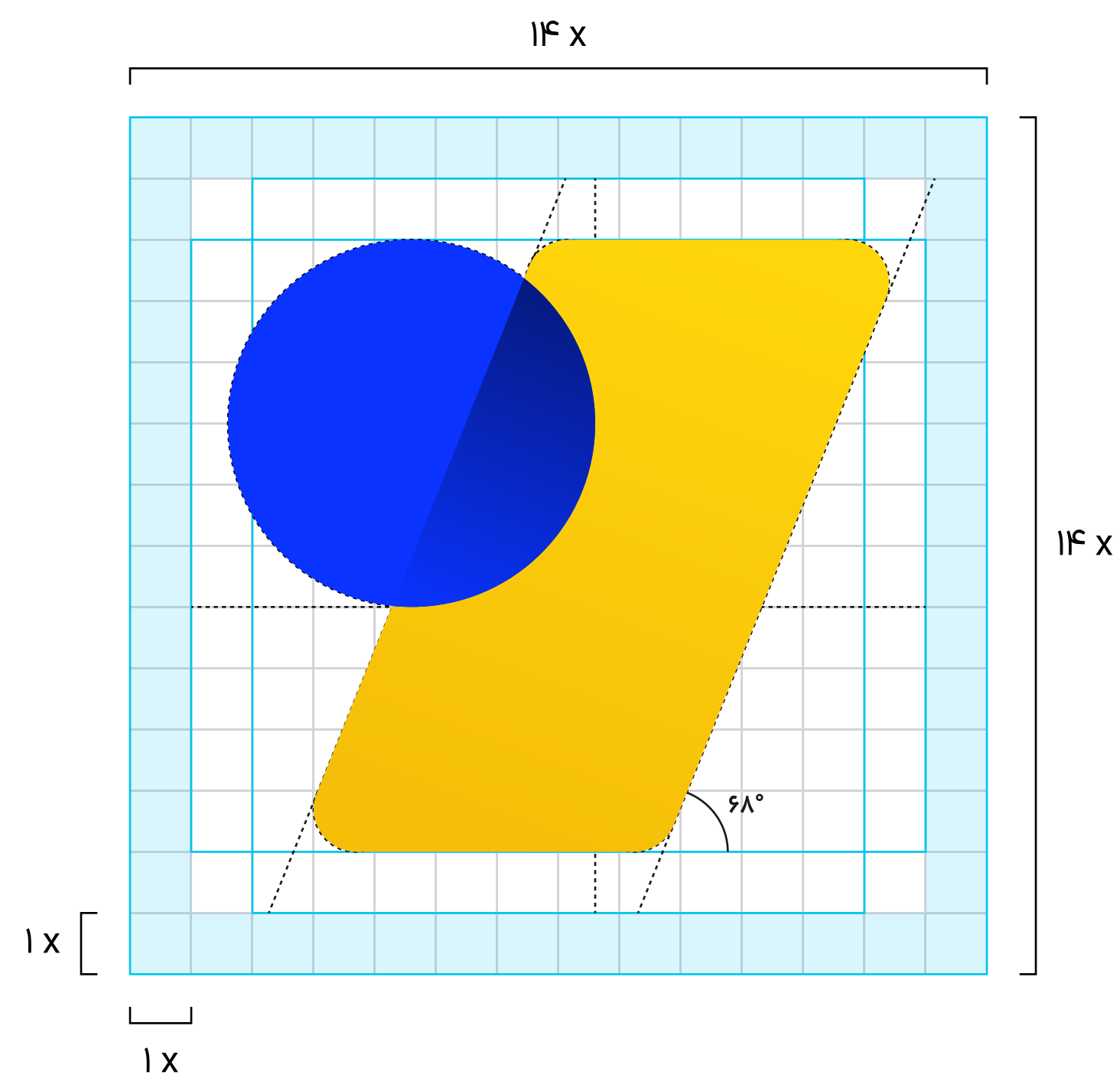
۱. لوگو

لوگوی زرین پال، شامل یک نشان (لوگومارک) و یک تایپ اختصاصی (لوگوتایپ) است و با معنا، رنگ و سبک درخشان خود، حامل پیام ما است. برای حفاظت از این پیام، رعایت الزامات ذکرشده در رابطه با رنگ، اندازه و نسبت‌ها، موقعیت و ... ضروری است.



عناصر لوگو

لوگوی زرین پال، از دو عنصر اصلی تشکیل شده است؛
«لوگومارک» و «لوگوتایپ».



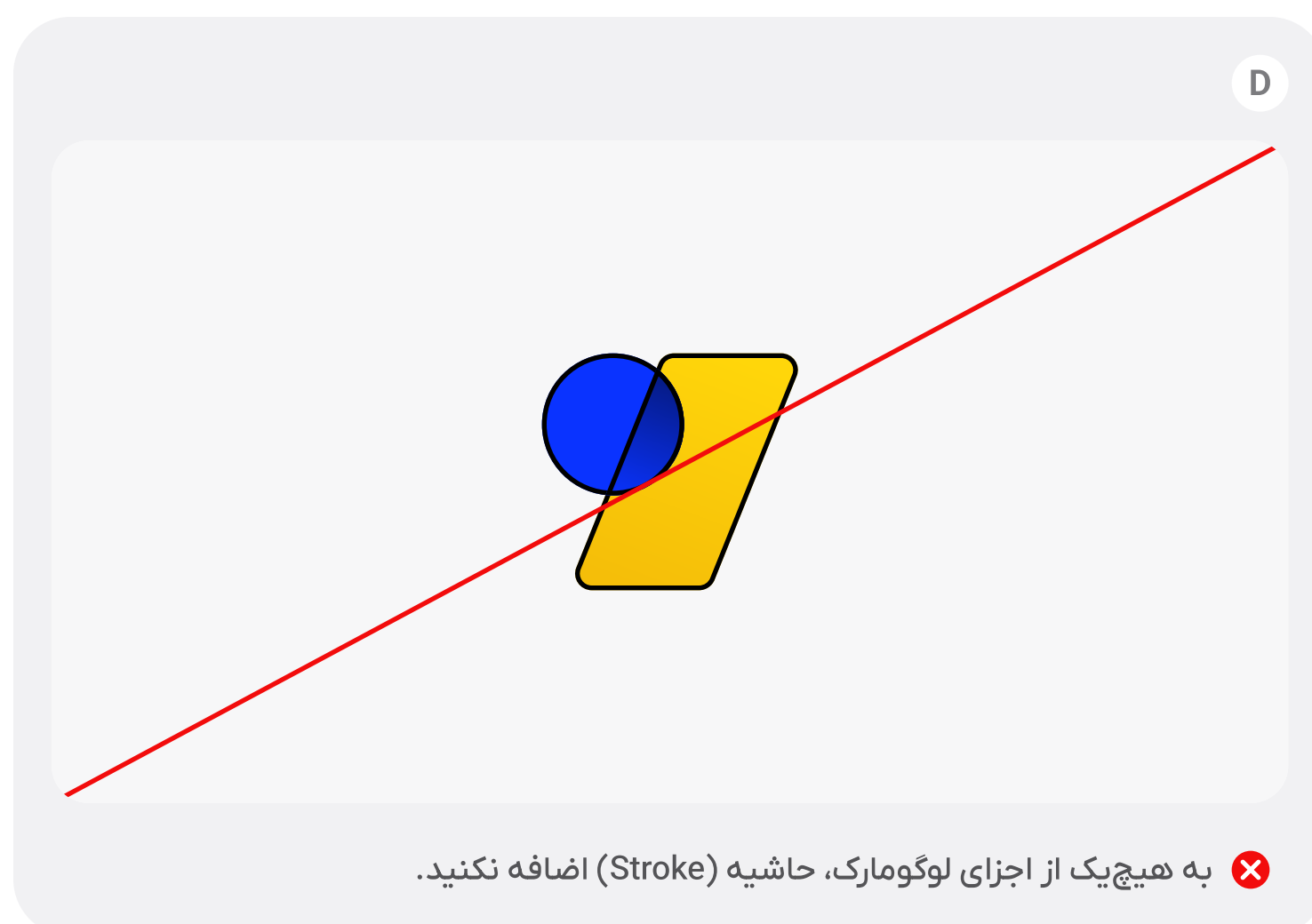
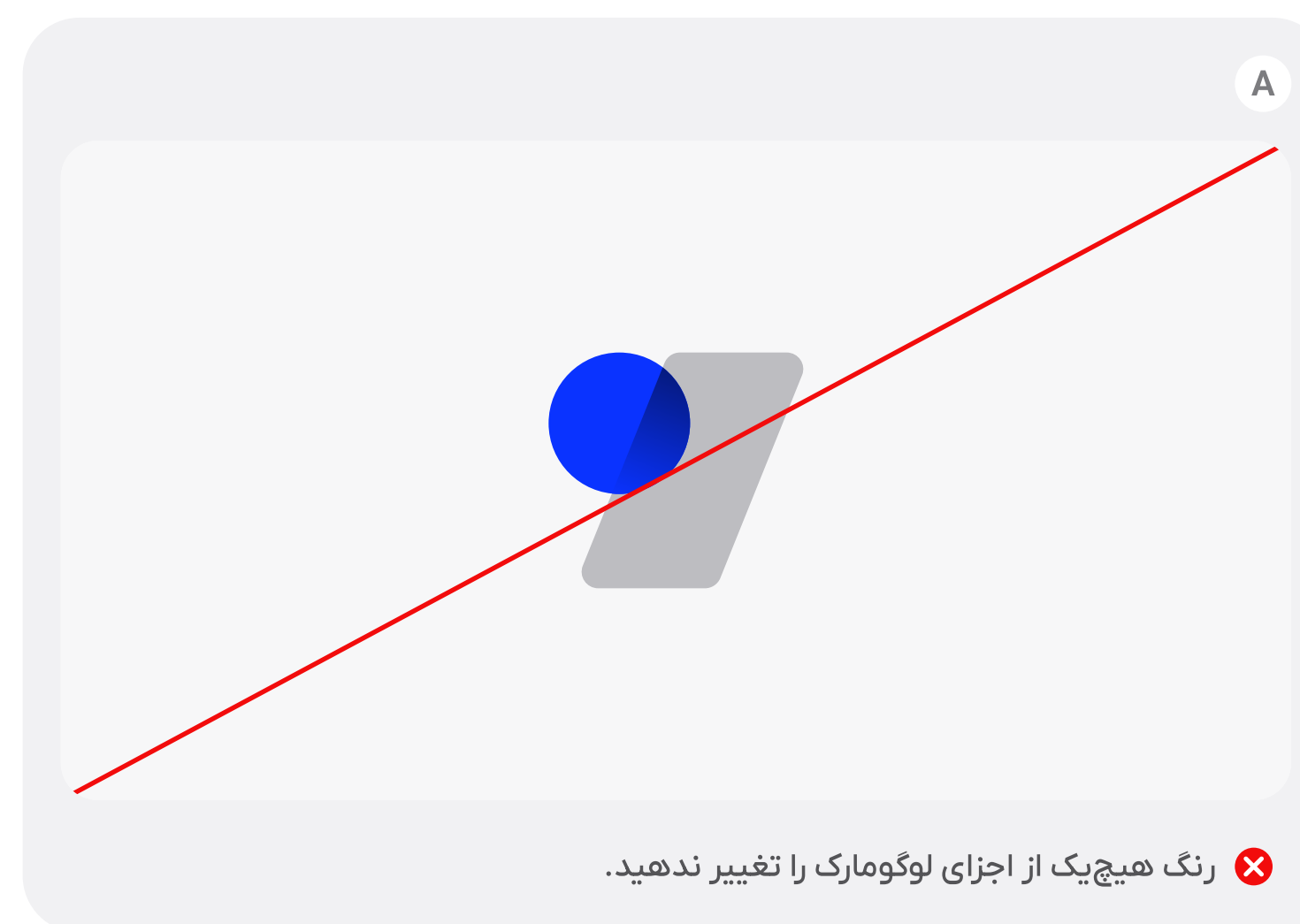
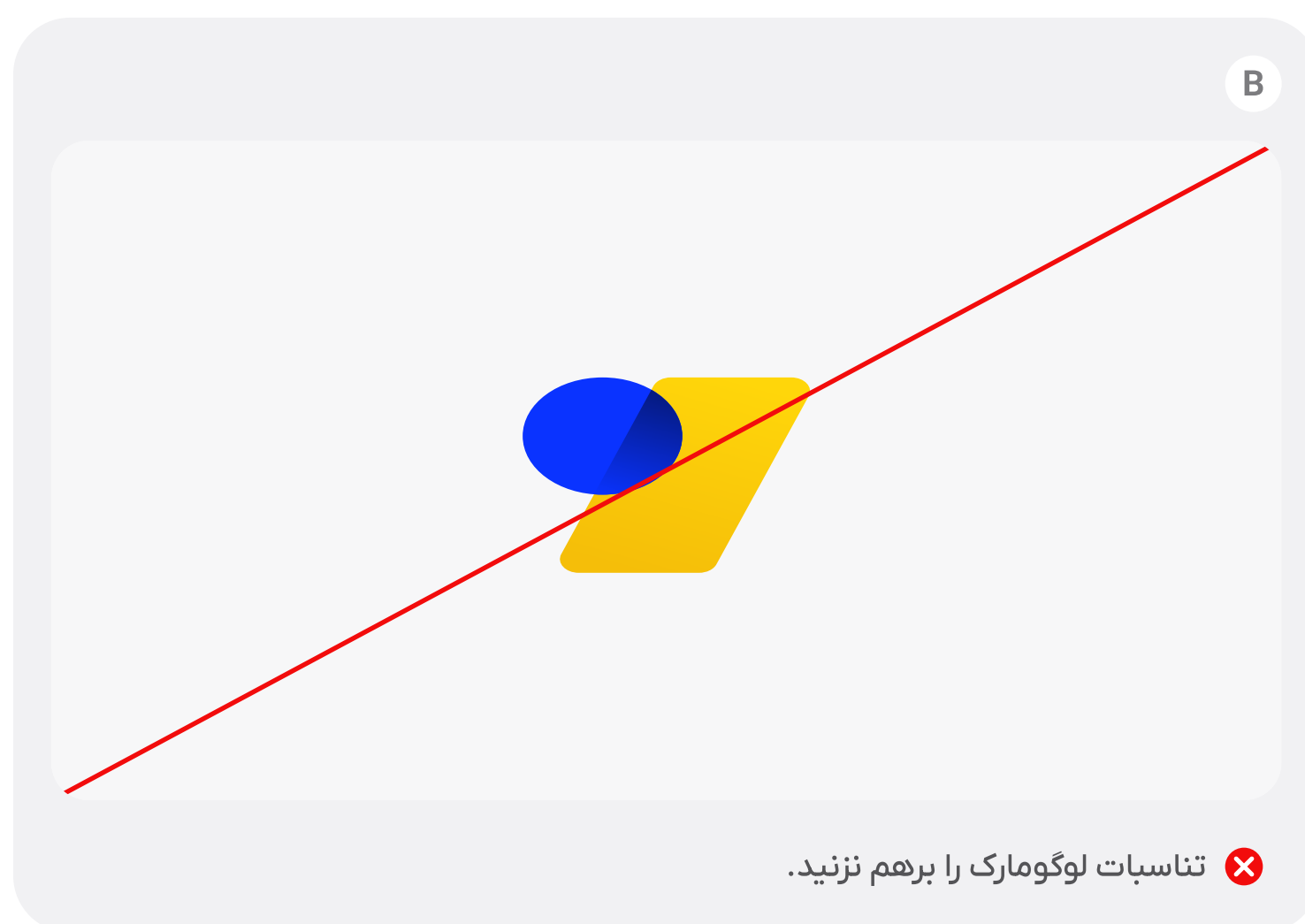
لوگو مارک



لوگومارک زرین پال متشکل از دو شکل ساده با گوشه‌هایی نرم است که دارای هم‌پوشانی هستند و در کنار یکدیگر، نمایشی از مفاهیم و ارزش‌های اصلی زرین پال هستند.

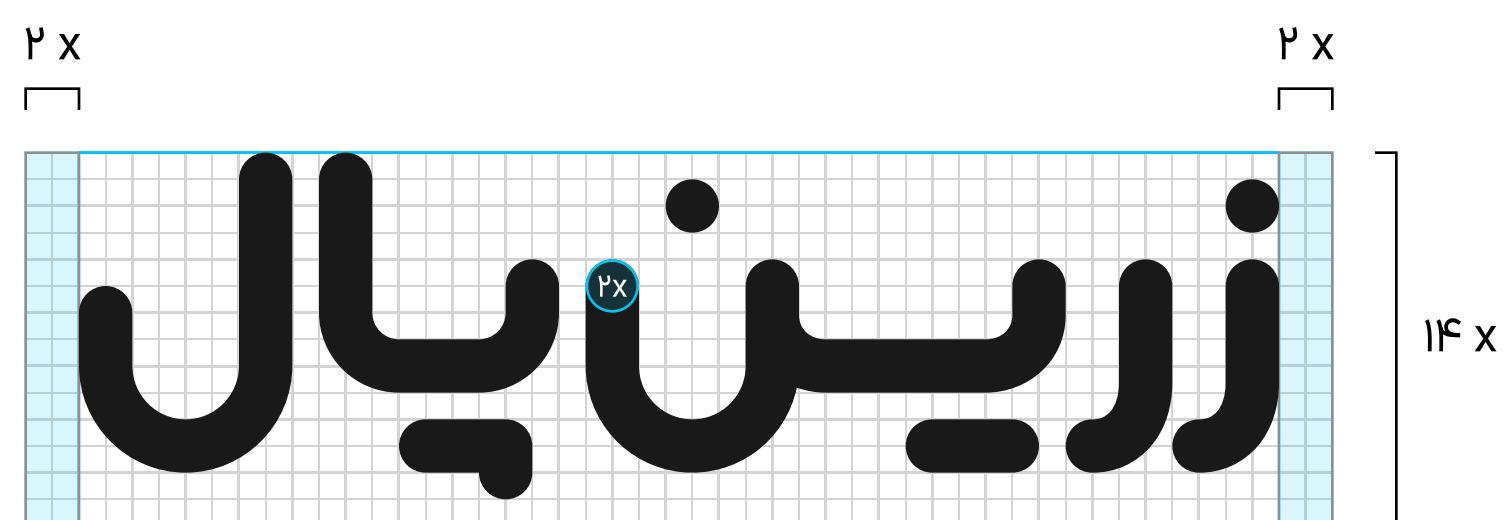
عناصر لوگو





موارد استفاده‌ی نادرست

هیچیک از ویژگی‌های اصلی لوگو مارک نباید دست‌خوش تغییر شوند؛ مگر آن‌که ذکر شده باشد. به طور کلی، تغییر تناسبات و رنگ، یا افزودن هر نوع عنصر بصری به لوگو مارک مجاز نیست.



◆
لوگوتایپ زرین پال به دو زبان فارسی و انگلیسی، با ضخامتی ثابت و گوشه‌هایی نرم ترسیم شده‌است.

ZarinDax زرین دکس Neo Zc زرین پلاس ZarinPlus زرین دکس ZarinDax
ZarinCrowd نئوزرین Neo Zarin زرین پلاس ZarinPlus
Ac زرین کراود ZarinCrowd نئوزرین Neo Zarin زرین
Zarin Academy زرین کراود ZarinCrowd نئوزرین
ZarinCrowd زرین پال ZarinPal نئوزرین Zarin
ZarinLend زرین اکسپرس ZarinExpress آک
ZarinWorld زی تک Ztech زرین لند ZarinLend زرین
ZarinDax زرین ورلد ZarinWorld زی تک tech
Zc زرین دکس ZarinDax زرین ورلد ZarinWorld



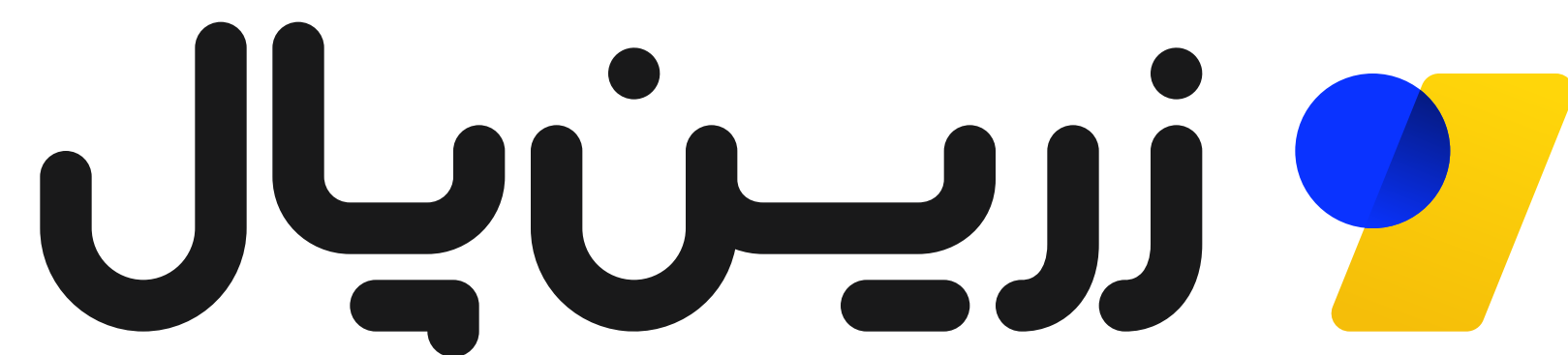
موارد استفاده‌ی نادرست

هیچ‌یک از ویژگی‌های اصلی لوگوتایپ نباید دست‌خوش تغییر شوند؛ مگر آن‌که ذکر شده باشد. به طور کلی، تغییر تناسبات، فواصل، و ضخامت‌ها یا افزودن هر نوع عنصر بصری دیگر به آن مجاز نیست.

جهت لوگو

لوگوی زرین پال، متناسب با کاربرد آن، می‌تواند به دو صورت افقی و عمودی مورد استفاده قرار بگیرد.

نسخه‌ی افقی



- در نسخه‌ی افقی لوگو، فریم مارک و تایپ، در راستای افقی تراز می‌شوند و بدون فاصله در کنار یکدیگر قرار می‌گیرند.
- نسخه‌ی افقی لوگو برای استفاده در مواردی که فضای طراحی دارای کشیدگی افقی باشد، مناسب‌تر است.

زرین پال

نئوزرین 

زرین پلاس 

زرین دکس 

زرین اکسپرس 

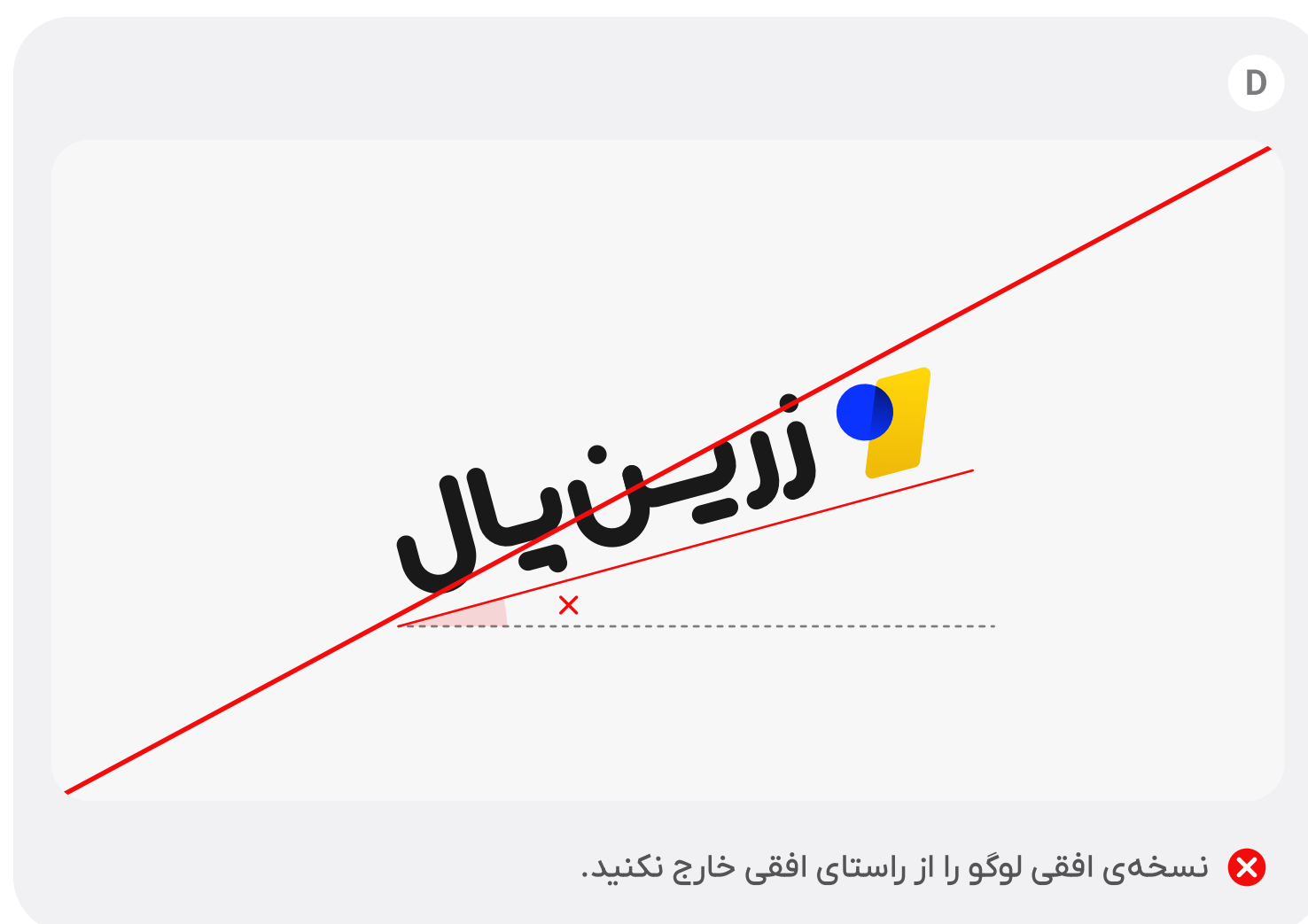
آکادمی زرین 

زرین کراود 

زی تک 

زرین لند 

زرین ورلد 

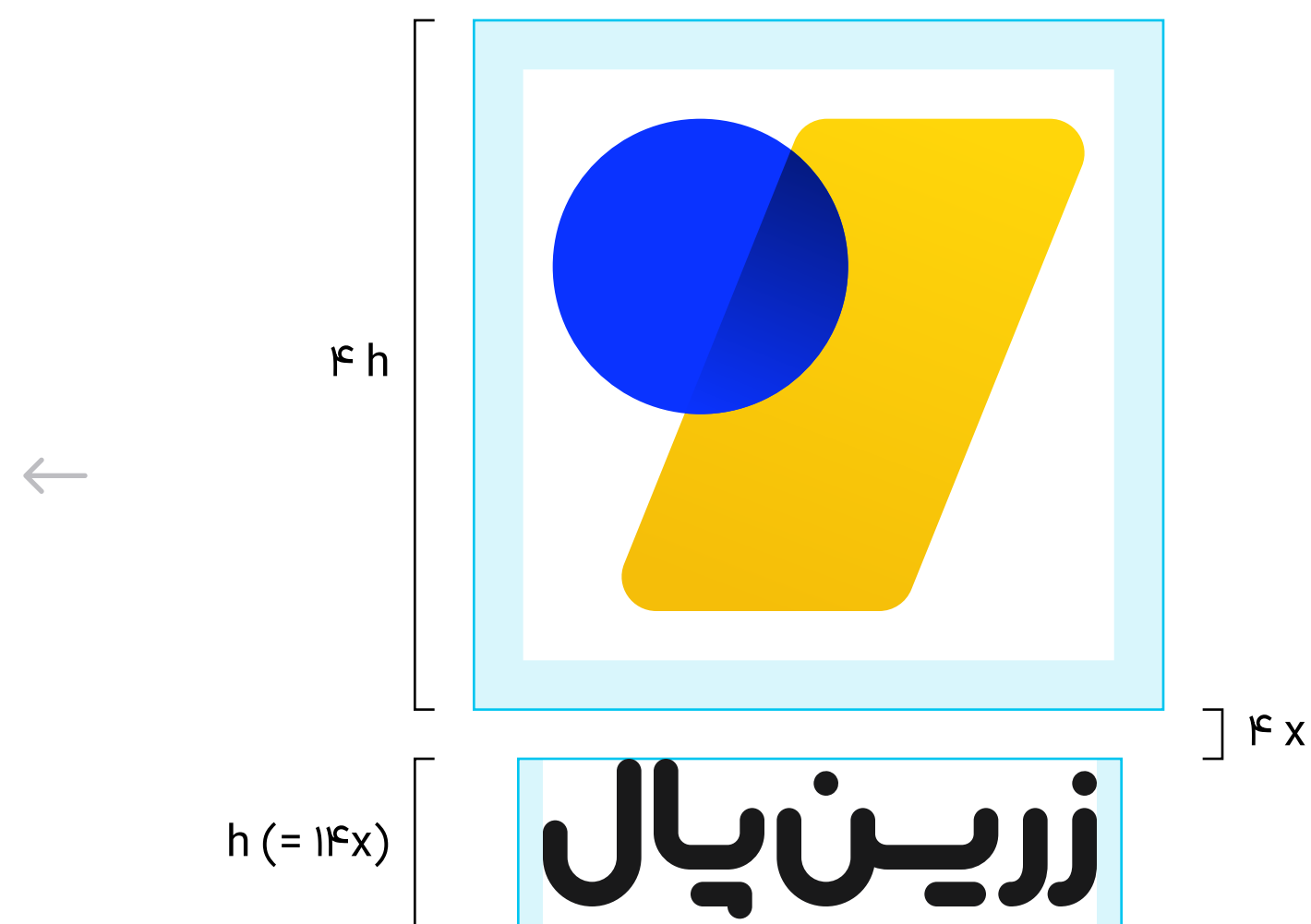


موارد استفاده‌ی نادرست

ضمن حفظ ویژگی‌های اصلی لوگوتایپ و لوگومارک، رعایت فاصله، تراز، ترتیب، و نسبت میان این دو، در نسخه‌ی افقی لوگو ضروری است.



زرین پال



- در نسخه‌ی عمودی لوگو، فریم مارک و تایپ، در راستای عمودی از وسط تراز می‌شوند و با فاصله و ترتیبی معین بر روی یکدیگر قرار می‌گیرند.
- نسخه‌ی عمودی لوگو برای استفاده در مواردی که فضای طراحی دارای کشیدگی عمودی باشد، مناسب‌تر است.



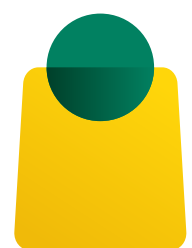
نئوزرین



زرین پلاس



زرین دکس



زرین اکسپرس



زرین آکادمی



زرین کراود



زرین پال



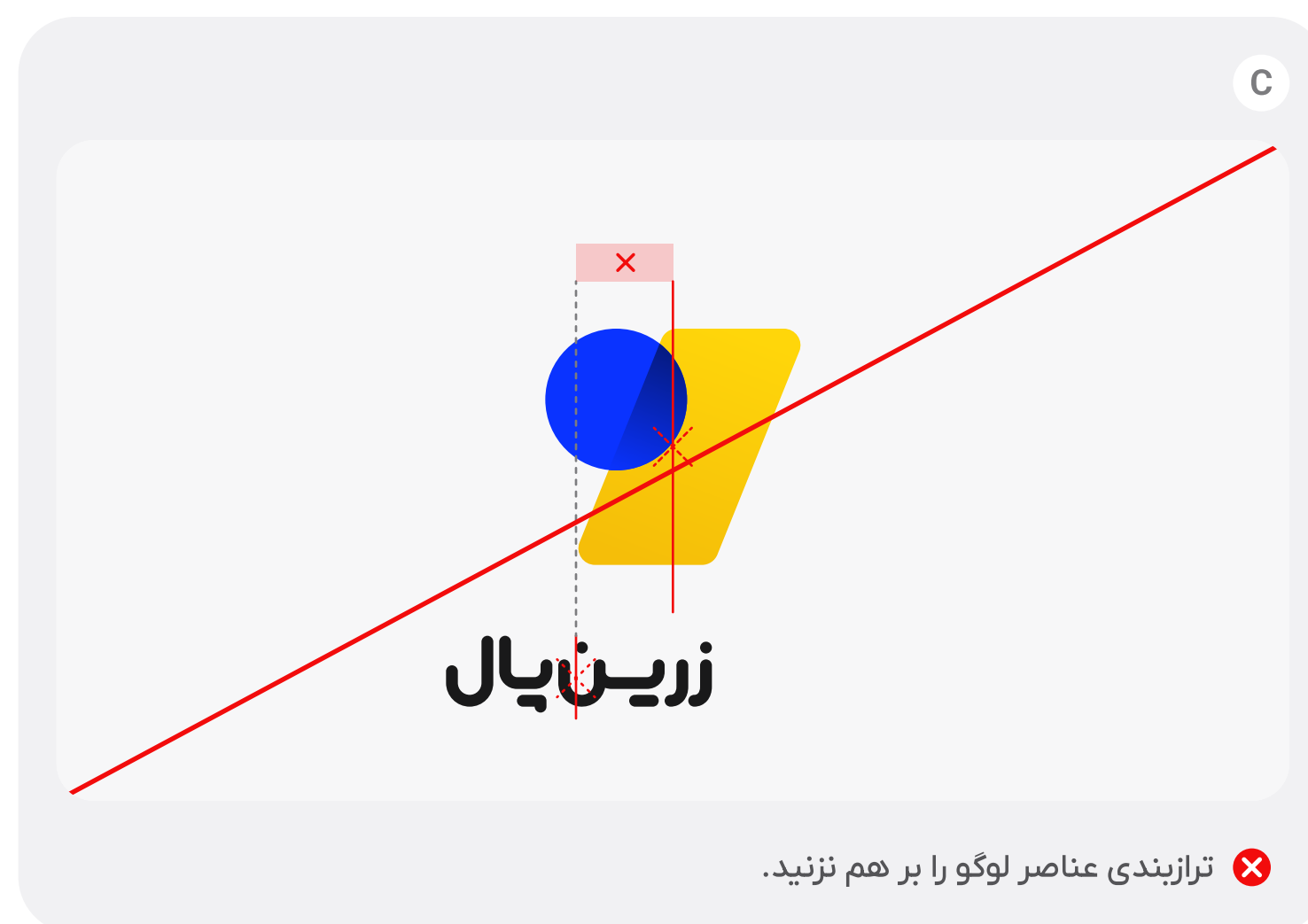
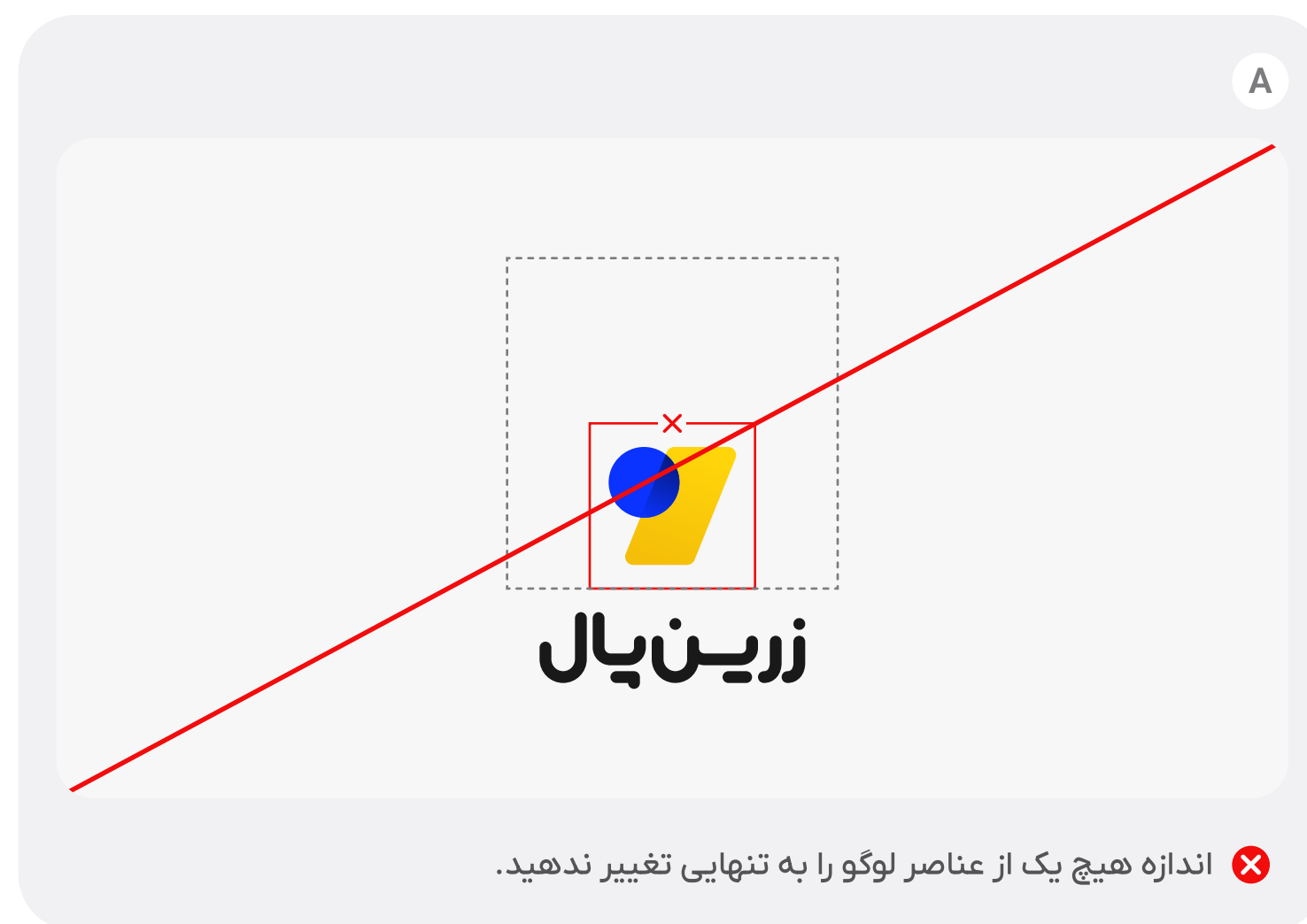
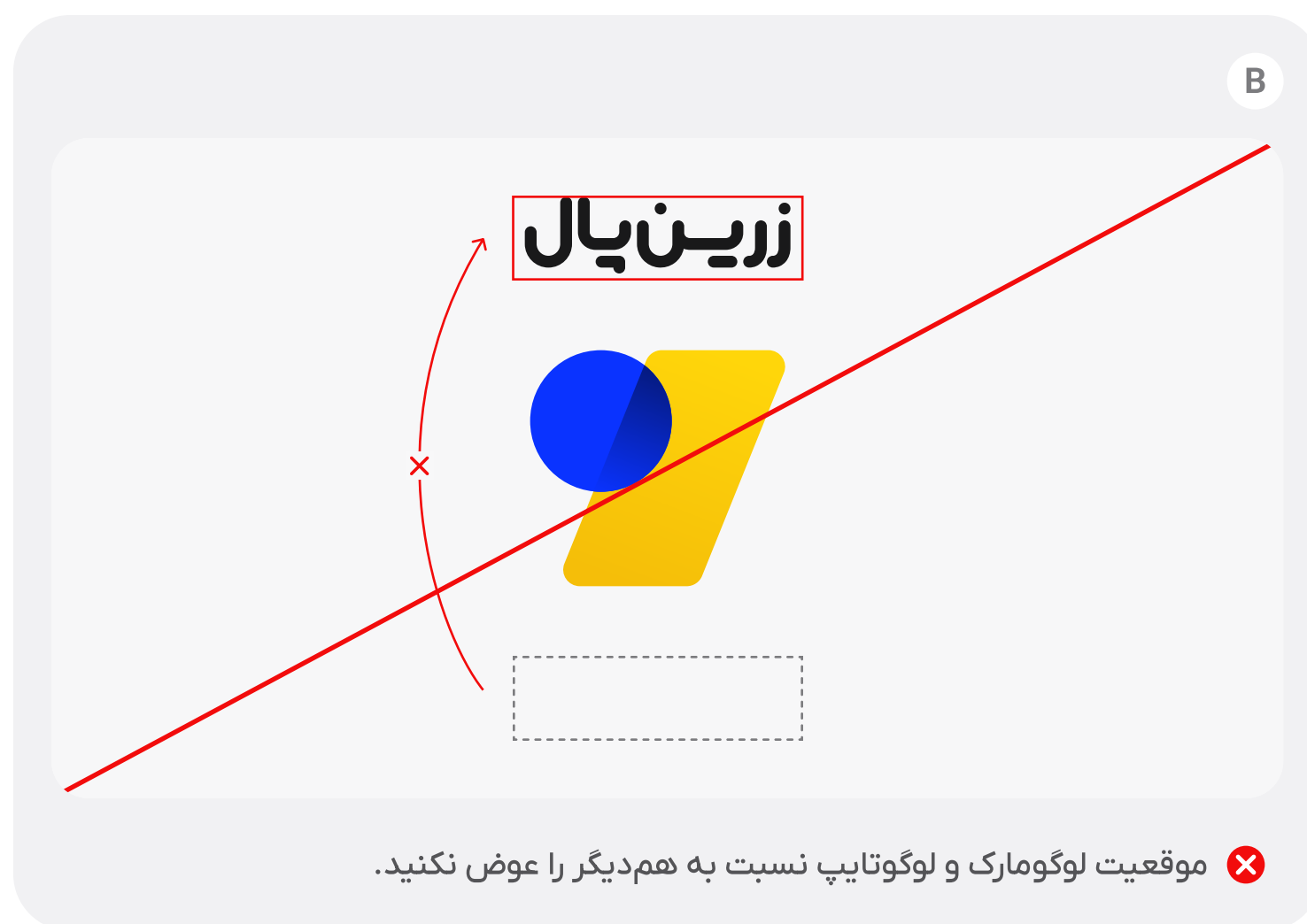
زی تک



زرین ورلد



زرین لند



موارد استفاده‌ی نادرست

ضمن حفظ ویژگی‌های اصلی لوگوتایپ و لوگومارک، رعایت فاصله، تراز، ترتیب، و نسبت میان این دو، در نسخه‌ی عمودی لوگو ضروری است.

فضای امن پیرامون

برای این‌که لوگو به خوبی دیده شود، یک فضای خالی در پیرامون آن در نظر گرفته شده است تا با سایر عناصر صفحه تداخل پیدا نکند و فضای کافی برای تنفس وجود داشته باشد.

فضای امن پیرامون، برای «نسخه‌ی افقی» و «نسخه‌ی عمودی» لوگو به طور مجزا تعریف شده است.



ارتفاع حرف «ز» در لوگوتایپ افقی = h

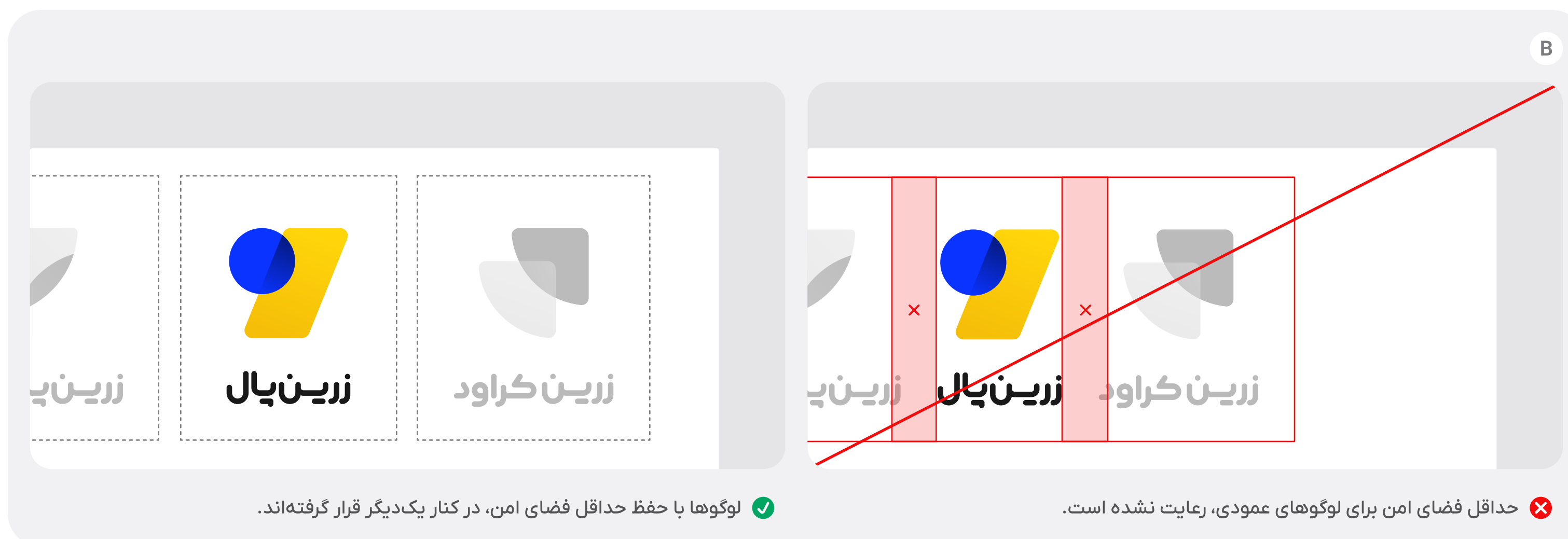
فضای امن پیرامون

برای نسخه‌ی عمودی



♦ ارتفاع حرف «ز» در لوگوتایپ عمودی = h

فضای امن پیرامون

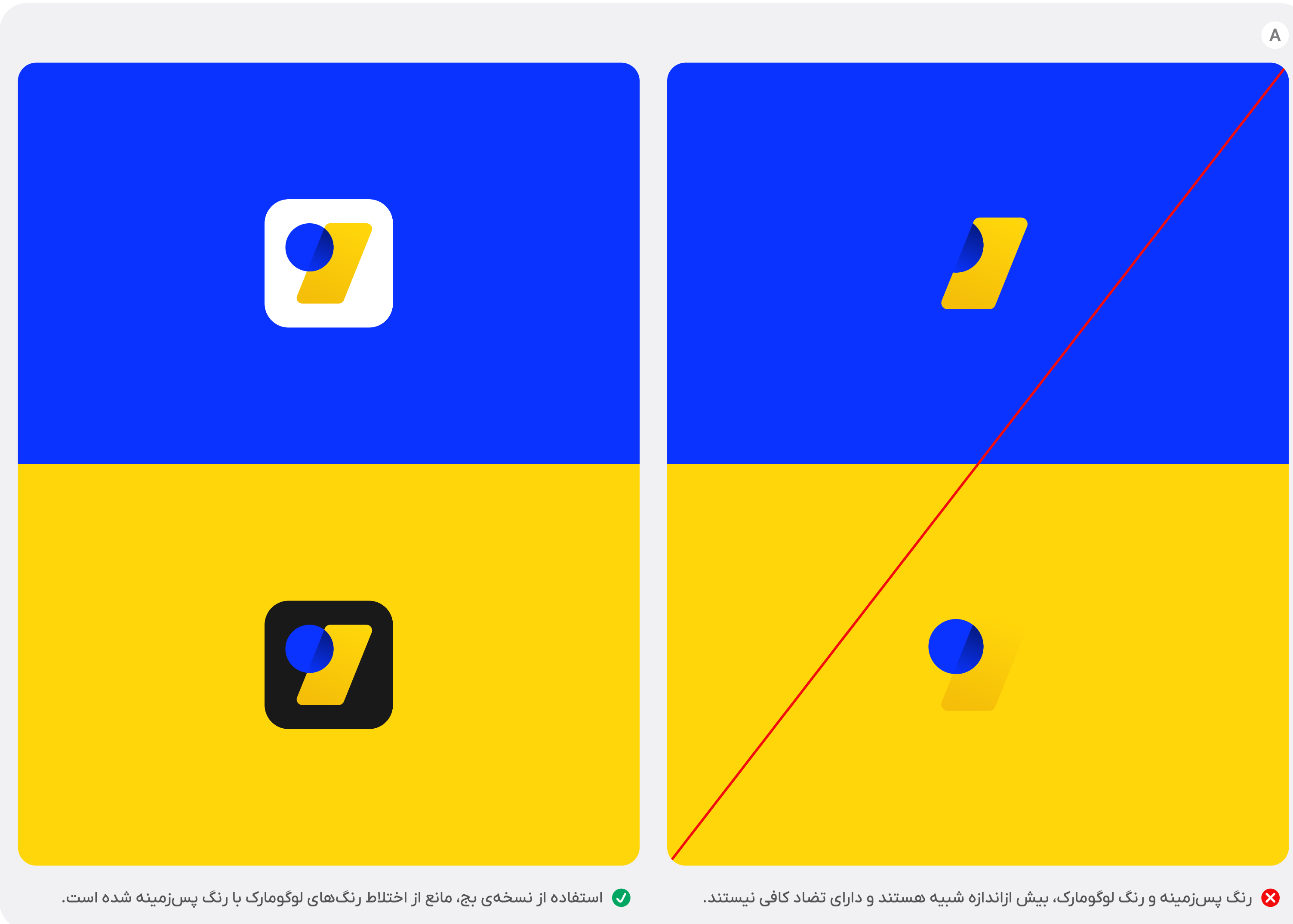


موارد استفاده‌ی درست و نادرست

همه‌ی نسخه‌های لوگو باید با لحاظ حداقل فضای امن در کنار سایر عناصر قرار بگیرند. همچنین باید حداقل به همین میزان از لبه‌ی صفحه‌ی طراحی فاصله داشته باشند.

پس زمینه

پس‌زمینه‌ی لوگو باید با رنگ‌های لوگو، دارای تضاد کافی باشد؛ در غیر این‌صورت، خوانایی لوگو مخدوش می‌شود. در صورتی که مجبور به استفاده از رنگ‌هایی با تضاد کم باشیم، برای حفظ خوانایی لوگو باید از نسخه‌های مناسبی که از پیش تعیین شده‌اند، استفاده شود.



موارد استفاده‌ی درست و نادرست

در مواردی که یکی از رنگ‌های لوگومارک، به رنگ پس‌زمینه شبیه است، با استفاده از «نسخه‌ی بچ (Badge)» لوگومارک، از آن محافظت می‌شود.

B

زرین پال

زرین پال

✓ رنگ لوگوتایپ با رنگ پس زمینه، دارای تضاد کافی است.

زرین پال

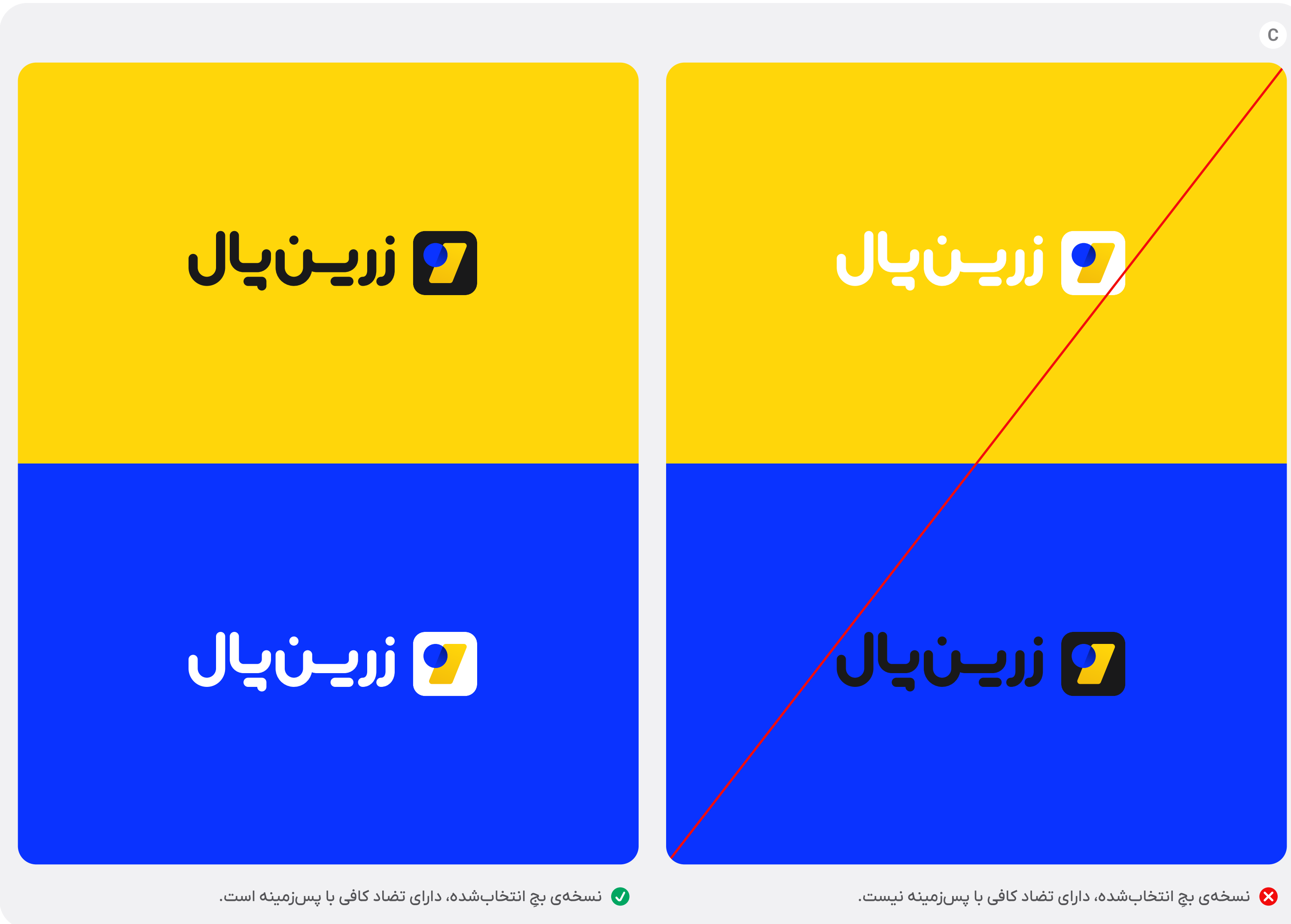
زرین پال

✗ رنگ پس زمینه و رنگ لوگوتایپ، بیش از اندازه شبیه هستند و دارای تضاد کافی نیستند.



موارد استفاده‌ی درست و نادرست

هنگام استفاده از پس زمینه‌های تاریک، از نسخه‌ی سفید لوگوتایپ (White) و بر روی پس زمینه‌های روشن، از نسخه‌ی مشکی آن (Black) استفاده می‌شود تا تضاد کافی به دست آید.



زرین پال

زرین پال

زرین پال

زرین پال

✓ نسخه‌ی بچ انتخاب شده، دارای تضاد کافی با پس زمینه است.

✗ نسخه‌ی بچ انتخاب شده، دارای تضاد کافی با پس زمینه نیست.



موارد استفاده‌ی درست و نادرست

لوگو بچ نیز دارای دو حالت سفید و مشکی است. انتخاب میان آن دو، باید بر اساس میزان تضادی که با پس زمینه دارند، انجام شود. بر روی پس زمینه‌های روشن از نسخه‌ی مشکی و بر روی پس زمینه‌های تاریک از نسخه‌ی سفید استفاده می‌شود.

D



✓ افکت اعمال شده بر روی تصویر، باعث ایجاد تضاد کافی بین لوگو و تصویر شده است.

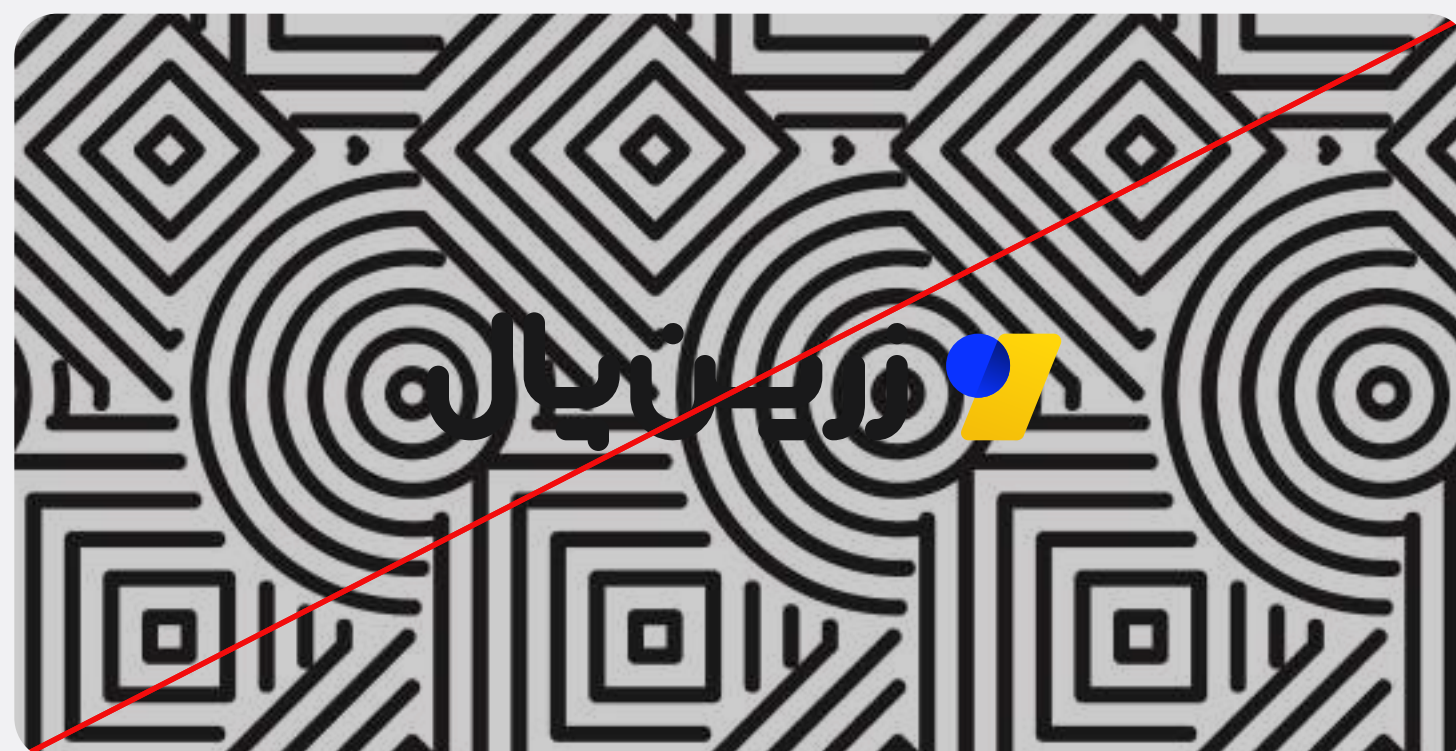


✗ جزئیات تصویر، باعث مخدوش شدن لوگو شده است.

B



✓ استفاده از نسخه‌ی بچ لوگو، مانع از مخدوش شدن آن شده است.



✗ استفاده از لوگو، بر روی یک تصویر شلوغ، خوانایی آن را از بین برده است.



موارد استفاده‌ی درست و نادرست

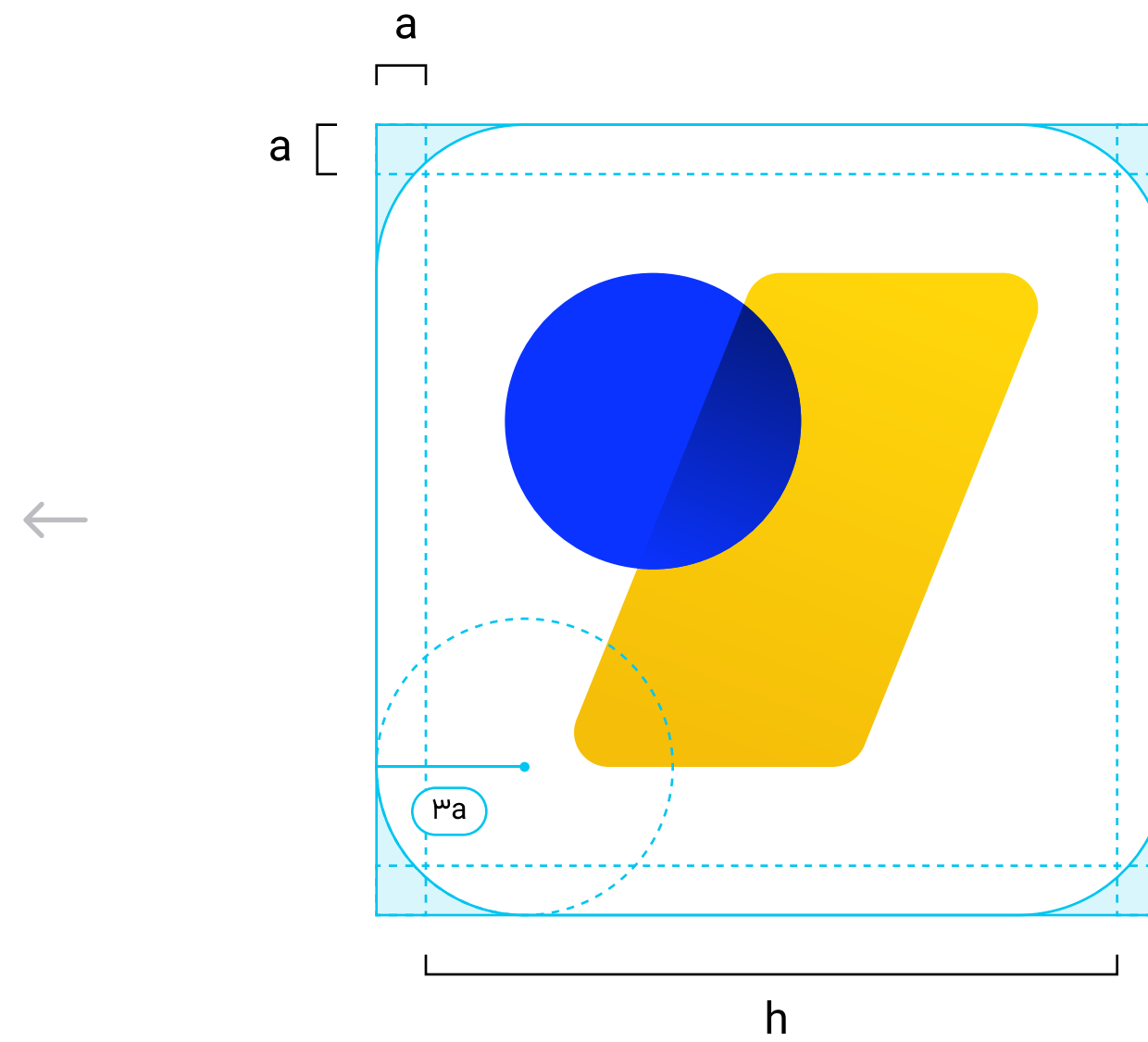
استفاده از لوگو بر روی تصاویر، نیازمند وجود تضاد کافی است؛ در صورتی که دستیابی به تضاد کافی امکان‌پذیر نباشد، از نسخه‌ی بچ کامل لوگو استفاده می‌شود.

لوگو بچ

«لوگو بچ»، حالتی از لوگو با یک پس‌زمینه‌ی تکرنگ مشکی یا سفید است. وجود این پس‌زمینه، فضایی ایمن را برای لوگو فراهم می‌کند تا از اختلاط آن با سایر عناصر پس‌زمینه محافظت شود.

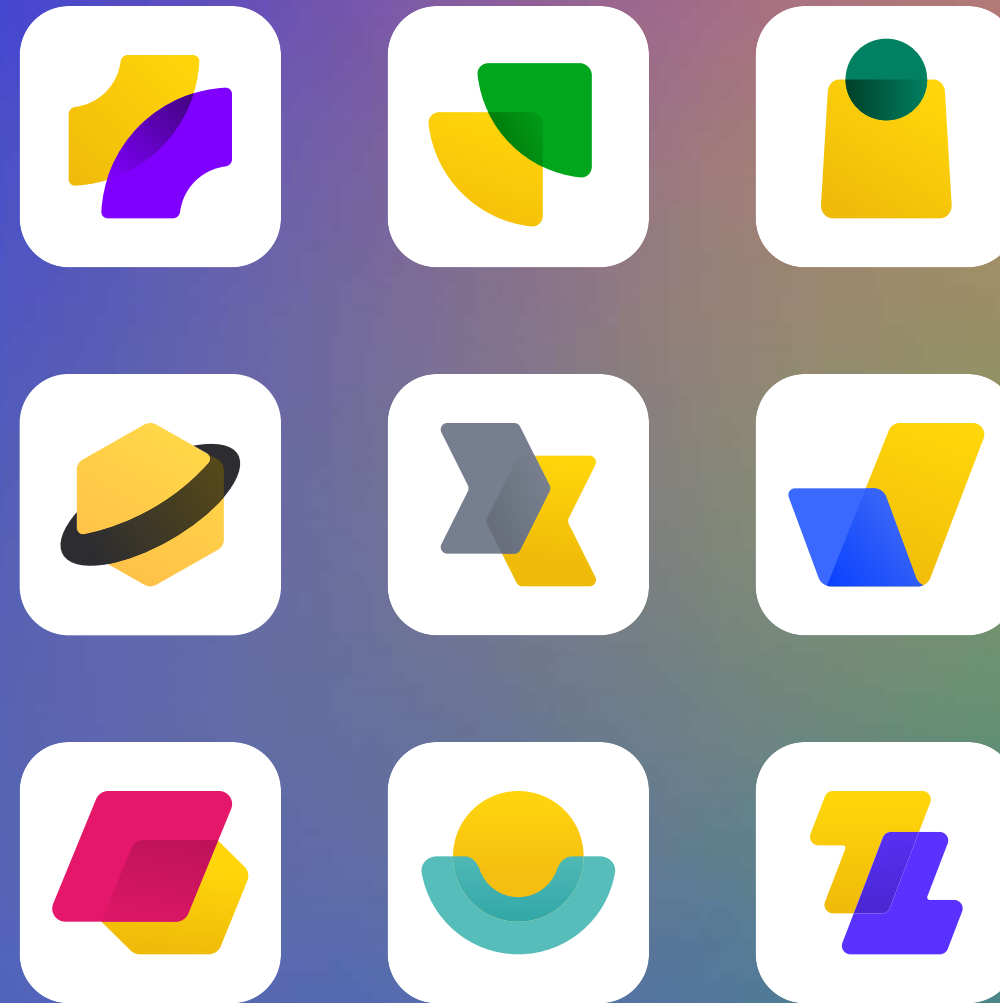
برای این منظور، دو حالت کلی تعریف شده است: «بچ لوگو مارک» و «بچ لوگوی کامل (و یا لوگوتایپ)».

بچ لوگو مارک

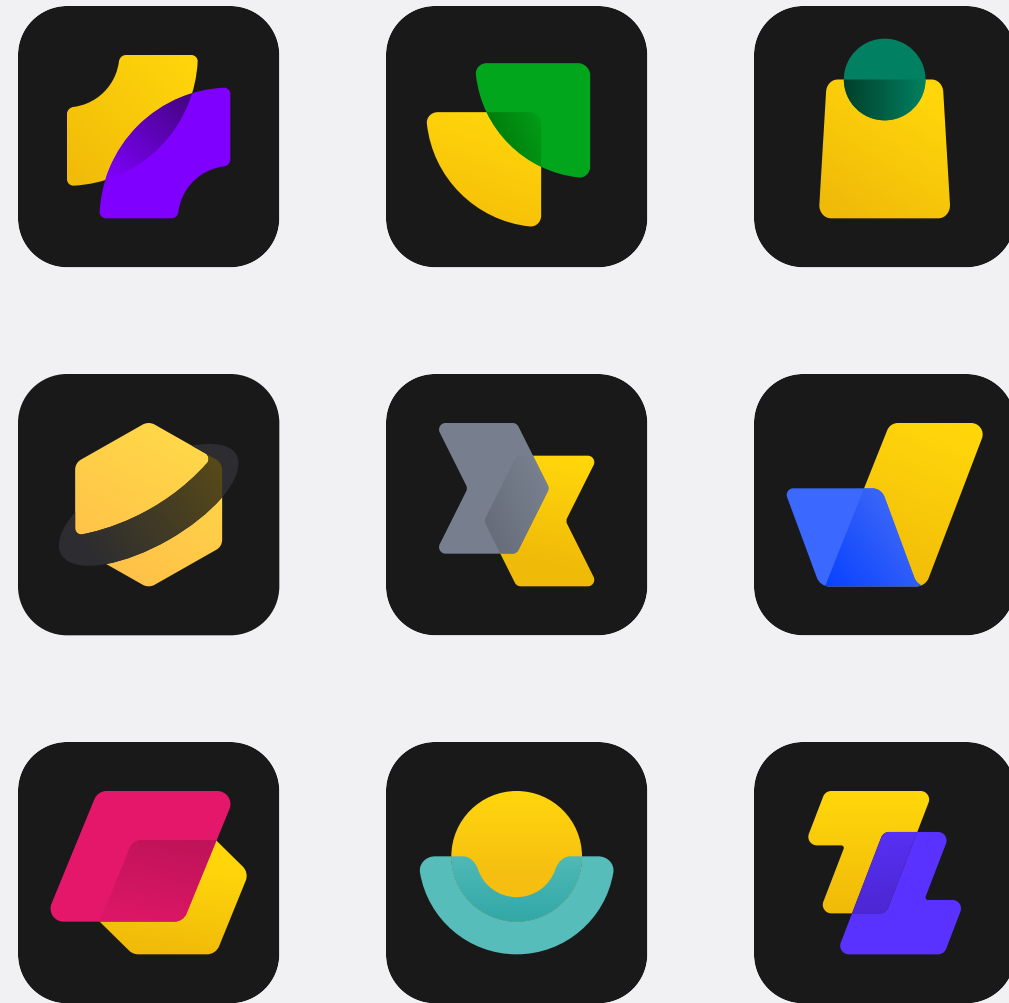


- عرض فریم لوگو مارک = h
- $a = h/14$
- Corner Radius = $3a$

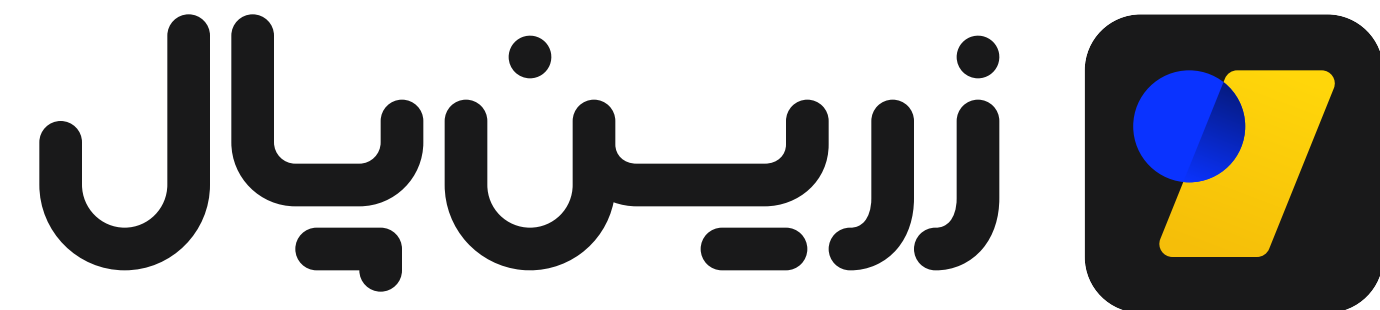
تم سفید



تم مشکی



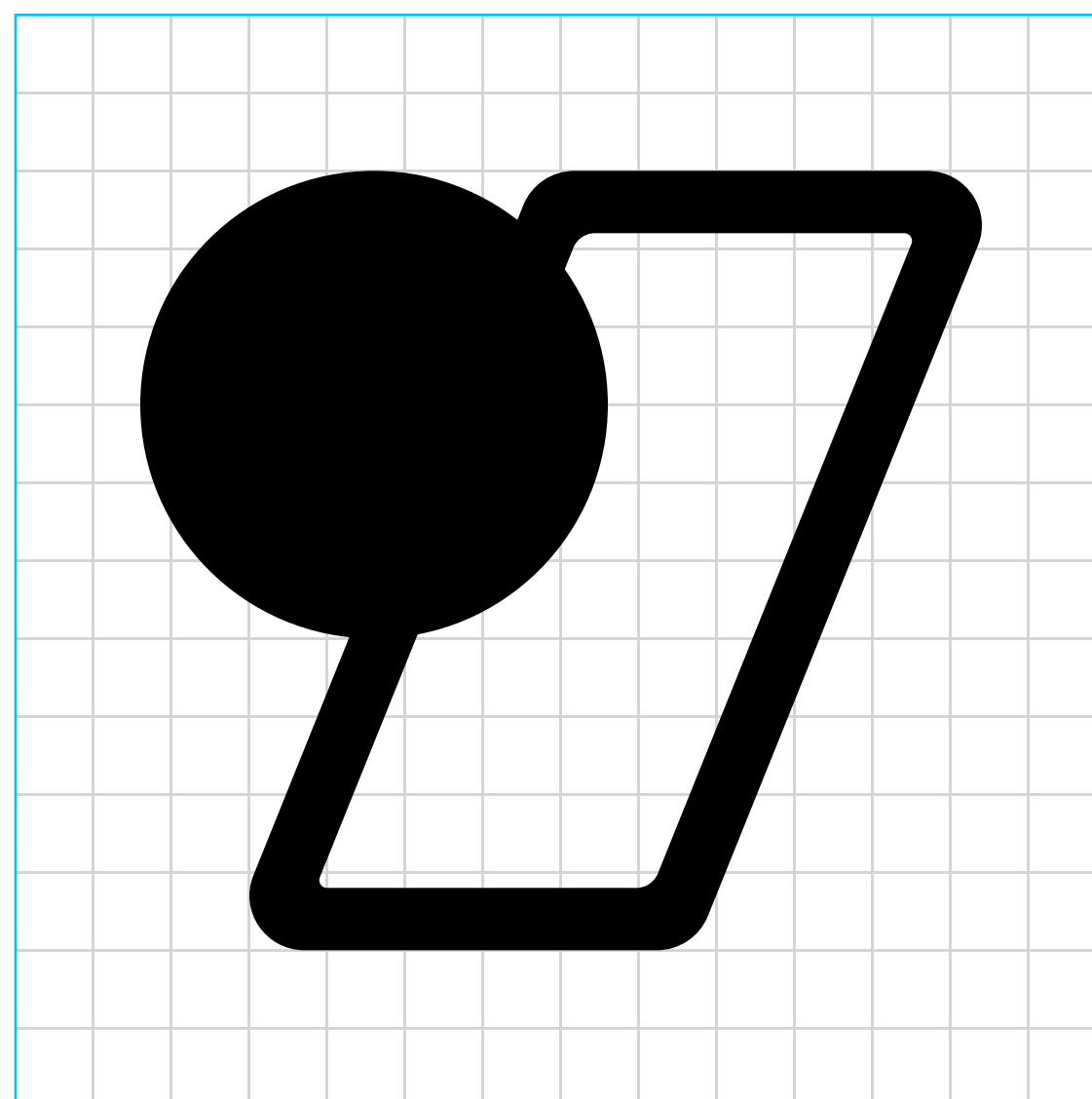






لوگو مونوکروم

پای‌بندی به استفاده از نسخه‌ی رنگی لوگو، همیشه ضروری است؛ با این حال، در موارد استثنایی که استفاده از نسخه‌ی رنگی لوگو ممکن نباشد یا فقط امکان استفاده از یک رنگ وجود داشته باشد، باید از نسخه‌ی مونوکروم استفاده شود. استفاده از این نسخه در تمام موقعیت‌های دیگر، مجاز نیست.

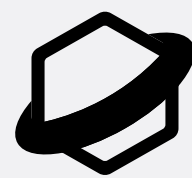
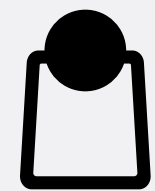
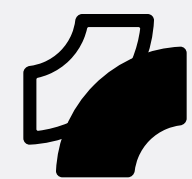


لوگو مونوگروم

تیم سفید



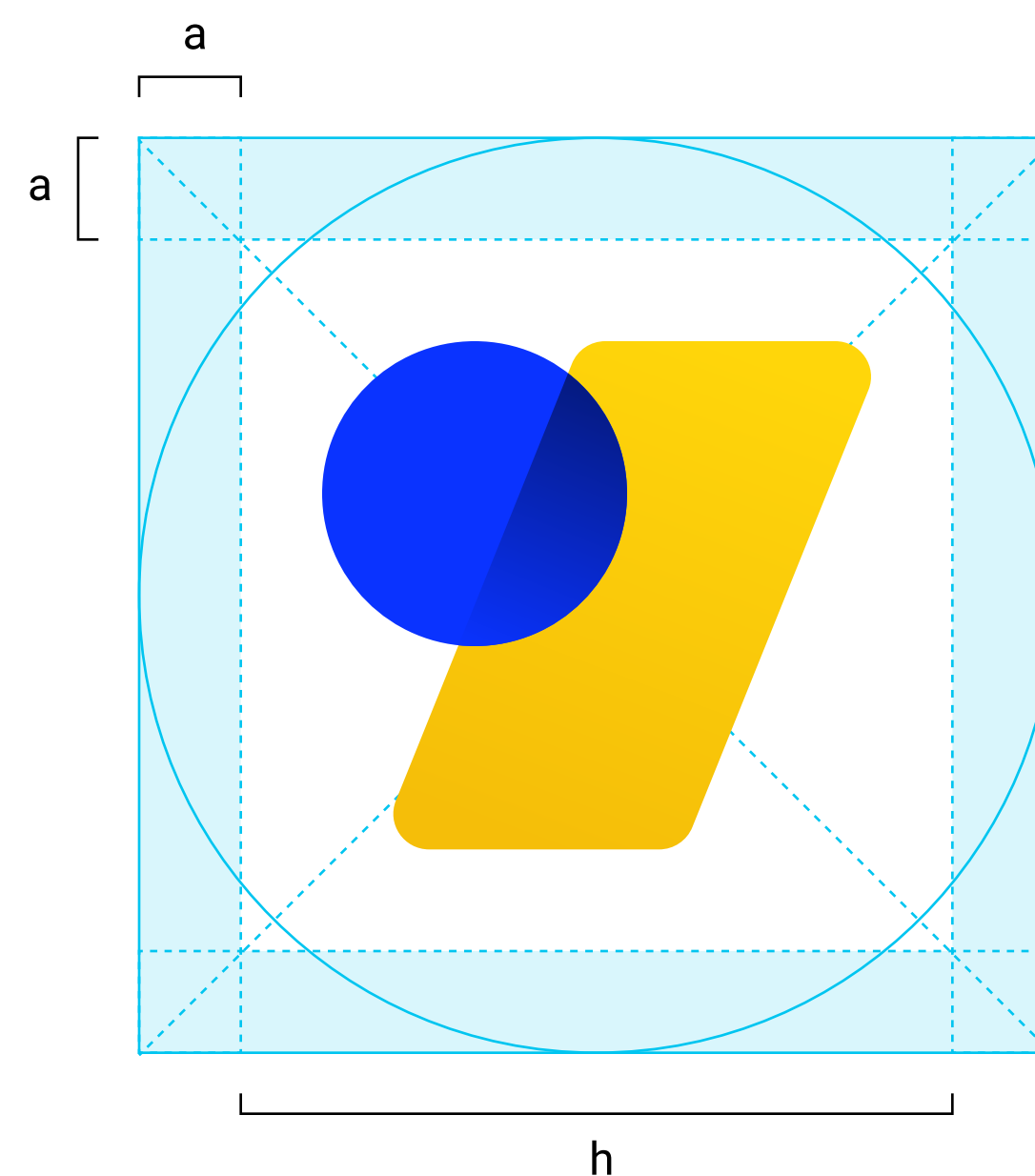
تیم مشکی





تصویر نمایه

جهت استفاده از لوگو در تصویر نمایه‌ی (پروفایل) شبکه‌های اجتماعی، رعایت یک حاشیه‌ی امن ضروری است. این کار برای جلوگیری از مخدوش شدن لوگو انجام می‌شود.



- تصویر نمایه باید فقط شامل لوگومارک بر روی پس‌زمینه‌ای به رنگ سفید باشد.
- عرض فریم لوگومارک $h =$
- $a = h/V$

تصویر نمایه

A



✓ در تصویر نمایه، فقط از لوگومارک با رعایت حاشیه‌ی امن، استفاده شده است.



✗ لوگومارک همراه با لوگوتایپ (نسخه‌ی عمودی) در تصویر نمایه استفاده شده است.

B



✓ در تصویر نمایه، فقط از لوگومارک با رعایت حاشیه‌ی امن، استفاده شده است.



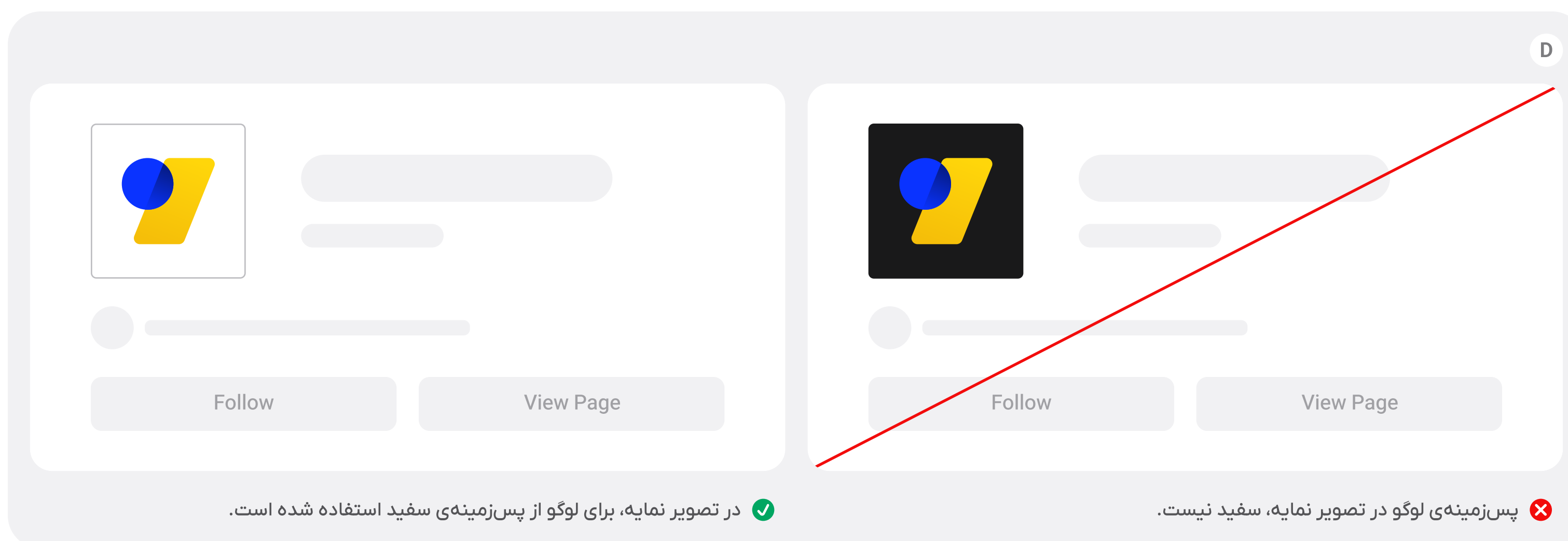
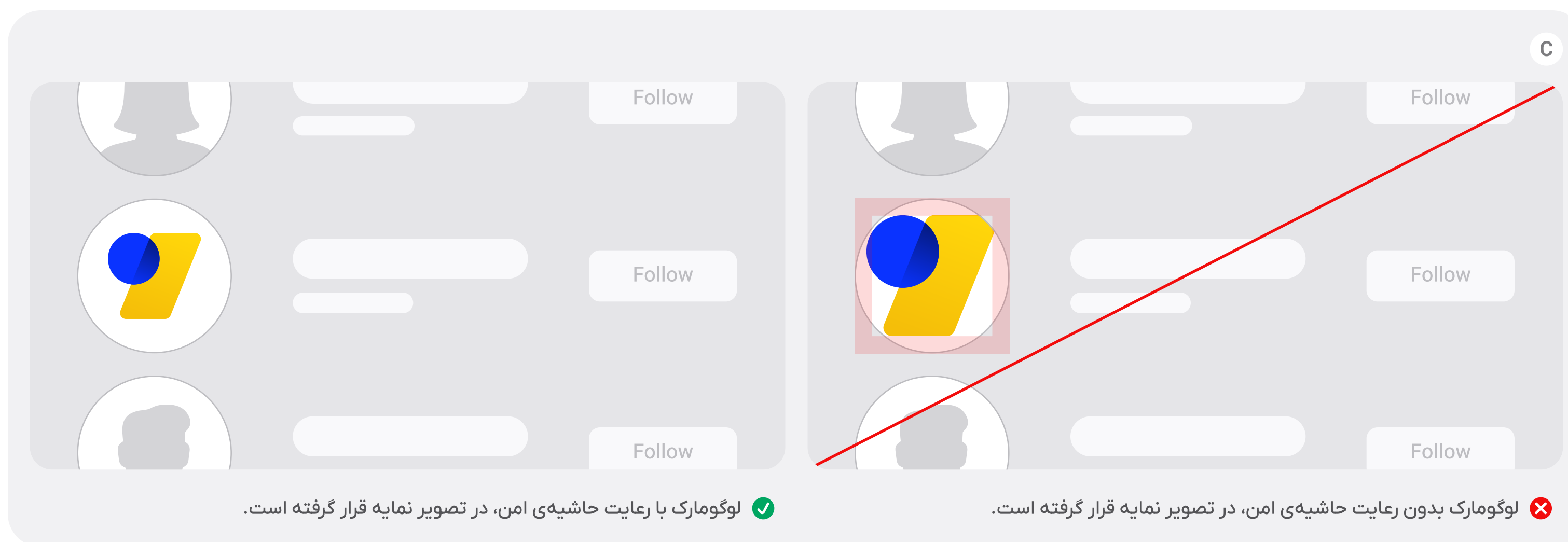
✗ لوگومارک همراه با لوگوتایپ (نسخه‌ی افقی) در تصویر نمایه استفاده شده است.



موارد استفاده‌ی درست و نادرست

در تصویر نمایه، فقط باید از لوگومارک استفاده شود. استفاده از سایر نسخه‌های لوگو، مجاز نیست.








تصویر نمایه




موارد استفاده‌ی درست و نادرست

تصویر نمایه در پلتفرم‌های مختلف، عموماً دارای برش دایره‌ای و یا مربع است. با رعایت حاشیه‌ی امن، اطمینان حاصل می‌شود که برش تصویر، باعث مخدوش شدن لوگو نمی‌شود. همچنین فقط باید از لوگو مارک صرفاً با پس‌زمینه‌ی سفید استفاده شود. رنگ‌های دیگر، مجاز نیستند.

تصویر نمایه

-  ZarinLend | زرین لند [Follow](#)
-  **zarinplus**
ZarinPlus | زرین پلاس [Follow](#)
-  **neozarin**
NeoZarin | نئوزرین [Follow](#)
-  **zarincrowd**
ZarinCrowd | زرین کراود [Follow](#)
-  **zarinexpress**
ZarinExpress | زرین اکسپرس... [Follow](#)
-  **academyzarin**
AcademyZarin | آکادمی زرین [Follow](#)
-  **zarinworld** [Follow](#)



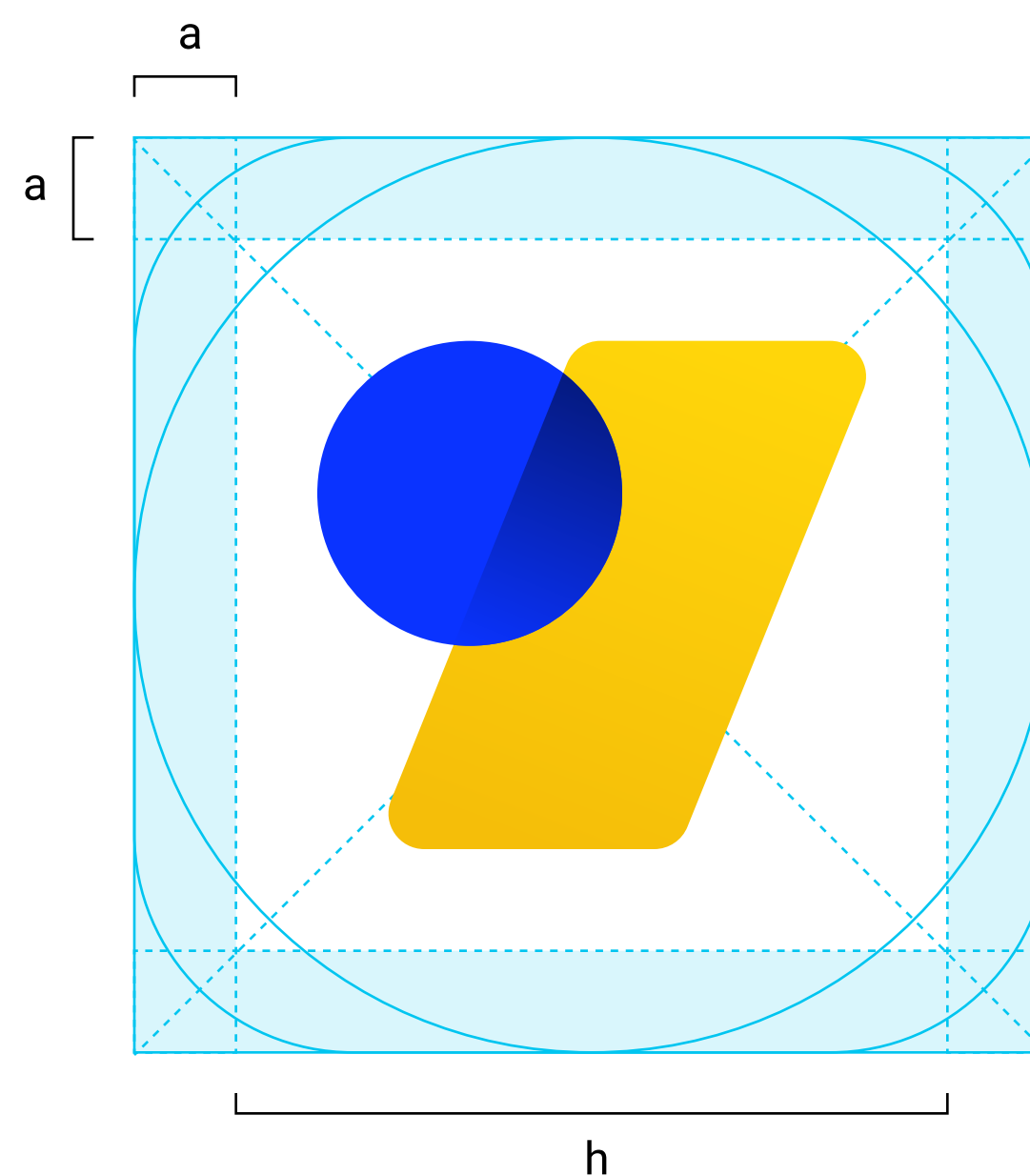
ZarinPal | زرین پال
Product/service

450 Posts 18K Followers 8 Following

[Grid](#) [Reels](#) [Profile](#)

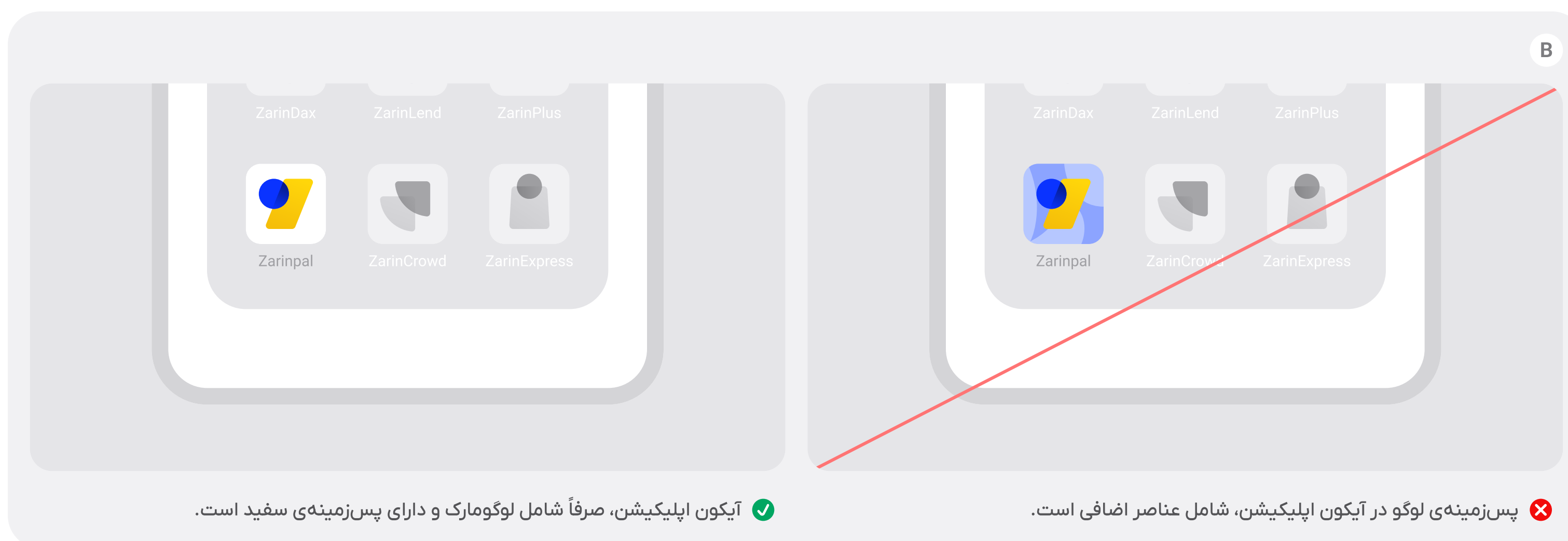
آیکون اپلیکیشن

برش آیکون، در سیستم‌ها و پلتفرم‌های مختلف (مثلاً اندروید یا آی‌اواس) ممکن است متفاوت باشد؛ با این حال به منظور حفاظت از لوگو، هنگام استفاده از آن در آیکون سایت یا اپلیکیشن، رعایت یک حاشیه امن ضروری است.



- آیکون سایت و اپلیکیشن باید فقط شامل لوگومارک بر روی پس‌زمینه‌ای به رنگ سفید باشد.
- عرض فریم لوگومارک $h =$
- $a = h/V$

آیکون اپلیکیشن



موارد استفاده‌ی درست و نادرست

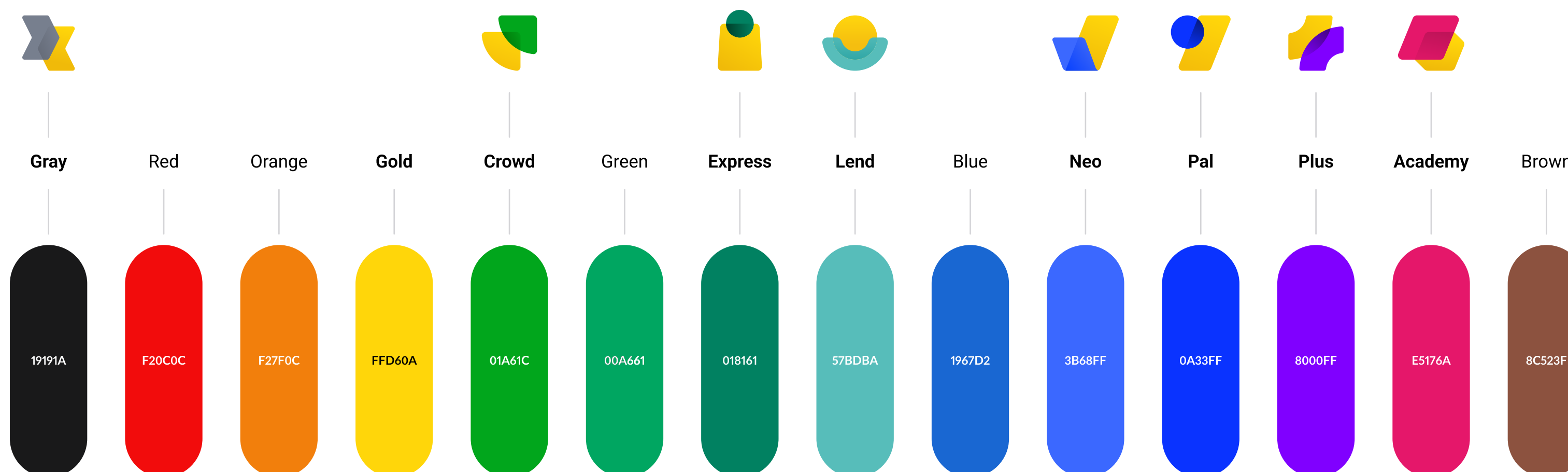
آیکون اپلیکیشن و سایت (favicon)، فقط شامل لوگومارک صرفاً با پس‌زمینه‌ی سفید است. استفاده از پس‌زمینه‌های رنگی یا افزودن عناصر اضافی، مجاز نیست.

۰۲ رنگ

رنگ‌ها علاوه بر آن‌که نقشی هویت‌ساز برای برند زرین‌پال دارند، ابزاری ضروری برای خلق جذابیت بصری نیز هستند؛ به شرطی که با دقت، در جای درست و به نسبت معین استفاده شوند. برای آن‌که زرین‌پال اثری پایدار بر ذهن مخاطب داشته باشد، ضمن احترام به اصل انعطاف‌پذیری و تنوع، آن‌ها را در چارچوبی مشخص و بر اساس قواعدی خاص به کار می‌بریم.

پلت کلیدی

پلت کلیدی زرین پال، مجموعه‌ای یک‌پارچه از رنگ‌هایی است که اشاره به محصولات مختلف دارند. مجموعه‌ی این رنگ‌ها، علاوه بر ایجاد تنوع، دست طراحان را برای استفاده‌های خلاقانه‌تر بازخواهد گذاشت.



رنگ کلیدی زرین پال، آبی‌رنگ (Pal) است. رنگ کلیدی، در کنار زرین (Gold) و مشکی (Gray)، همواره به عنوان رنگ‌های اصلی زرین پال مورد استفاده قرار میگیرند.

پلت جامع

برای ایجاد انعطاف‌پذیری و کاربرد بهتر، همه‌ی رنگ‌های پلت کلیدی، بر اساس یک الگوریتم مشخص دارای پرده‌هایی روشن‌تر و تاریک‌تر نیز هستند. مجموعه‌ی این رنگ‌ها - پلت جامع - می‌تواند در موقعیت‌های مختلف، با نسبت مشخص و به صورت کنترل‌شده، مورد استفاده‌ی طراحان قرار گیرد.

این مجموعه، علاوه بر صفحه‌ی نمایش، برای چاپ نیز سفارشی‌سازی شده است (صفحه‌ی بعد). برای این منظور، از چارت رنگ‌های پنتون (Pantone) استفاده کرده‌ایم.

مخصوص صفحه نمایش

	Gray	Red	Orange	Gold	Crowd	Green	Express	Lend	Blue	Neo	Pal	Plus	Academy	Brown
50	FCFCFD	FFEEEE	FFFBE2	FFF7DC	E2FDE7	E2FDF2	E0FBF4	F2FDFC	ECF6FF	F6FBFF	EFF3FF	EDF0FF	FFEEF8	FAF2EF
100	F9F9FB	FFDBDB	FFF6DB	FFF3B7	C6FCCF	C6FCE5	C2F7EA	E5FAF9	D9ECFF	ECF5FF	DDE6FF	DADAFF	FFDCF0	F4E4DF
200	F1F1F3	FFB4B4	FFE4B4	FFE97E	9AF4A9	9AF4CE	95EBD6	CAF5F4	B3D6FF	CDDFFF	B6C7FF	BBB1FF	FFB6DA	E9CABF
300	E5E5E8	FF8A8A	FFCF8A	FFDF43	6FE983	6EE9B6	68DABD	AFFEEC	8BBDFE	ABC5FF	8CA4FF	A384FF	FF8FC1	DAAE9F
400	D4D4D7	FF5F5F	FFB75F	FFD60A	45D95D	44D99B	3EC2A1	92E4E1	63A2F9	87A9FF	607FFF	9158FF	FF65A6	C79D7E
500	BDBDC1	FF3434	FF9C34	DDB104	20C93A	1FC97F	1BA482	75D4D1	3C85E9	6089FF	3458FF	862BFF	F93D88	AD715E
600	A0A0A4	F20C0C	F27F0C	B68A00	01A61C	00A661	018161	57BD3A	1967D2	3B68FF	0A33FF	8000FF	E5176A	8C523F
700	7C7C7F	BD0404	BD6004	8A6400	008015	00804B	006048	379D9A	0C4CA3	2147C7	0223C7	5F00C7	B20B4E	6B3624
800	545457	830000	834100	5C3F00	00550E	005532	003C2D	1B716E	043170	0E2B8B	00178B	3F008B	7B0233	461D10
900	2C2C2D	480000	482400	2E1E00	002A07	002A18	001913	073B39	00193B	03144D	000D4D	21004D	43001B	1F0B04
950	19191A	240000	241200	251700	001503	00150C	000D0A	021E1D	000C1E	010927	000627	0F0027	22000D	100501

- کد هر رنگ (HEX) بر روی آن درج شده است.
- رنگ متنی که بر روی رنگ‌ها درج شده است، به گونه‌ای انتخاب شده که با پس‌زمینه‌اش تضاد کافی ایجاد کند. این اقدام برای تأمین «دسترسی‌پذیری» صورت گرفته و برای انجام آن از الگوریتم APAC استفاده شده است.

مخصوص پرینت

	Gray	Red	Orange	Gold	Crowd	Express	Lend	Neo	Pal	Plus	Acade	Brown
50	—	—	—	—	—	—	—	—	656 C 7,3,0,7	—	—	—
100	—	705 C 0,11,9,4	—	Yellow 0131 C 0,1,33,5	—	—	—	—	—	7443 C 5,6,0,9	705 C 0,11,9,4	—
200	663 C 0,2,0,10	169 C 0,30,33,0	7499 C 0,5,26,5	602 C 0,3,49,6	351 C 29,0,19,11	332 C 38,0,8,11	—	657 C 15,8,0,8	2708 C 21,13,0,8	2635 C 13,21,0,11	—	489 C 0,17,25,7
300	—	177 C 0,50,45,0	1345 C 0,18,47,1	—	353 C 43,0,25,12	3248 C 47,0,10,20	—	2717 C 30,16,0,7	745 C 40,25,0,11	2649 C 21,32,0,14	1905 C 0,37,24,4	7513 C 0,19,26,12
400	427 C 2,0,0,17	178 C 0,65,64,0	150 C 0,30,64,0	Yellow 012 C 0,16,100,0	7479 C 82,0,40,18	7469 C 67,0,11,24	Green 0921 C 32,0,7,9	745 C 40,25,0,11	2718 C 58,38,0,15	265 C 30,52,0,20	—	761 C 0,27,33,26
500	Cool Gray 4 C 1,0,0,26	Red 032 C 0,79,73,6	1375 C 0,38,89,0	110 C 0,22,100,15	—	Green C 100,0,23,33	—	2718 C 58,38,0,15	2726 C 64,54,0,22	—	1915 C 0,69,46,6	7522 C 0,41,53,29
600	422 C 2,0,0%,36	185 C 0,100,81,11	716 C 0,50,100,8	—	354 C 100,0,64,31	3288 C 100,0,23,49	7472 C 50,0,3,28	2727 C 79,44,0,11	2728 C 100,62,0,27	266 C 38,69,0,26	213 C 0,88,47,11	7581 C 0,45,62,47
700	Cool Gray 9 C 5,2,0,52	200 C 0,94,75,27	153 C 0,44,89,25	132 C 0,28,100,37	356 C 100,0,58,52	—	—	2728 C 100,62,0,27	2736 C 82,80,0,33	—	—	175 C 0,50,62,58
800	Cool Gray 11 C 8,4,0,65	—	725 C 0,50,82,51	—	357 C 96,0,20,73	3308 C 96,0,20,73	7718 C 100,0,3,54	287 C 100,64,0,47	Reflex Blue C 100,85,0,46	Violet C 56,100,0,40	221 C 0,100,50,43	—
900	—	4975 C 0,49,48,75	4625 C 0,44,63,69	Black 4 C 0,22,41,81	—	—	—	2768 C 90,60,0,71	2768 C 90,60,0,71	2695 C 35,63,0,72	4975 C 0,49,48,75	4975 C 0,49,48,75
950	Neutral Black C 3,3,0,86	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—

- کد هر رنگ بر روی آن درج شده است. کد بالایی، کد رنگی پنتون (PMS) است و کد زیرین، معادل آن در سیستم رنگی CMYK است.
- پلت جامع مخصوص پرینت، خصوصا هنگام چاپ لوگوها و رنگهای سازمانی کاربرد دارند که لازم است همواره نتیجه‌ی یکسانی در چاپ داشته باشند.

رنگ‌های معنادار

از بین رنگ‌های موجود در پلت جامع، برای برخی از آن‌ها معانی خاصی مقرر شده است. این رنگ‌ها شامل قرمز (Red)، نارنجی (Orange)، سبز (Green) و آبی (Blue) هستند. این رویکرد، به‌خصوص برای وضعیت‌های رایج در طراحی رابط کاربری، مناسب است.

	Warning	Danger	Success	Information
50	FFEEEE	FFFBEE	E2FDF2	ECF6FF
100	FFDBDB	FFF6DB	C6FCE5	D9ECFF
200	FFB4B4	FFE4B4	9AF4CE	B3D6FF
300	FF8A8A	FFCF8A	6EE9B6	8BBDFE
400	FF5F5F	FFB75F	44D99B	63A2F9
500	FF3434	FF9C34	1FC27F	3C85E9
600	F20C0C	F27F0C	00A661	1967D2
700	BD0404	BD6004	00804B	0C4CA3
800	830000	834100	005532	043170
900	480000	482400	002A18	00193B
950	240000	241200	00150C	000C1E

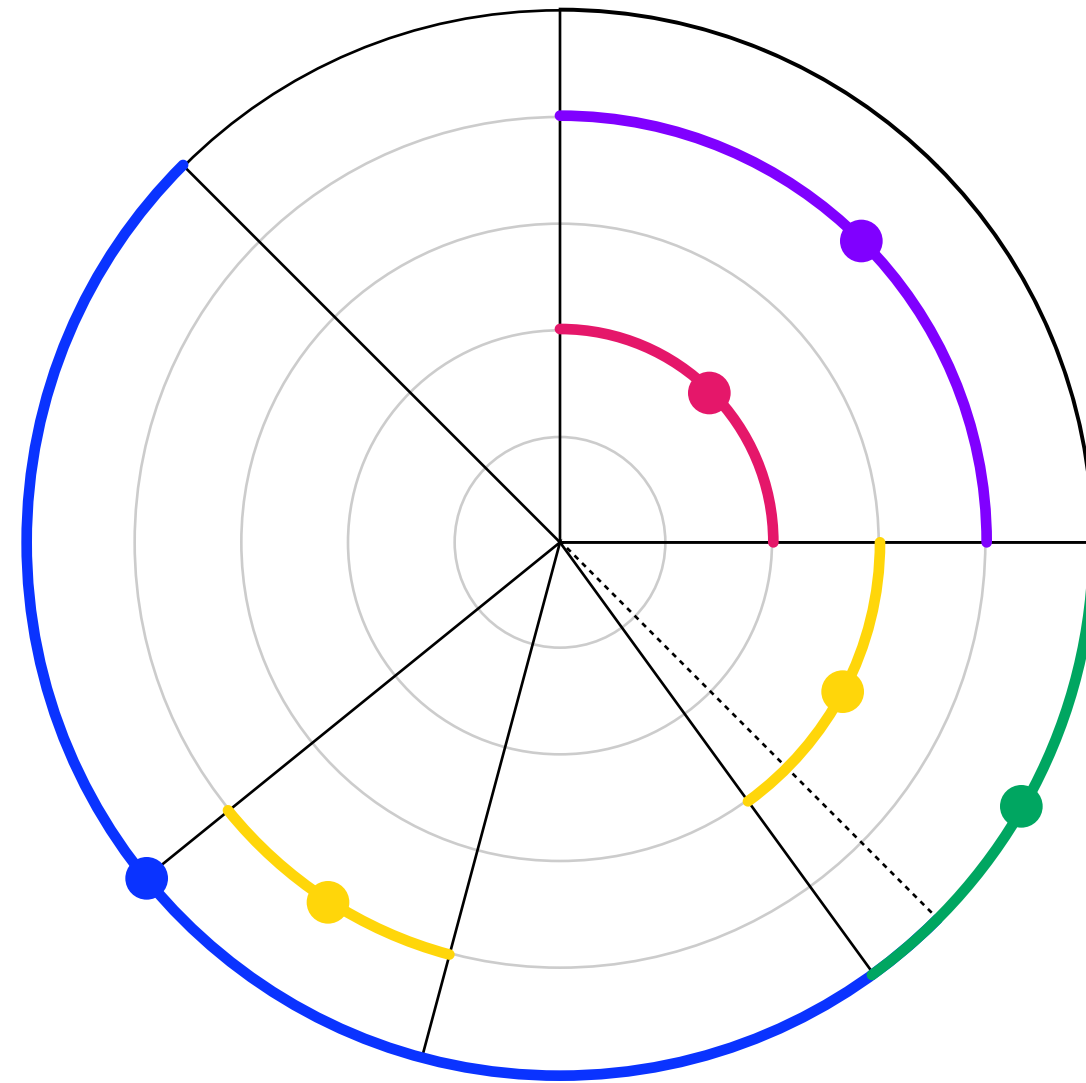
گردینت

نیاز به یک عنصر بصری فعال و یکپارچه، منجر به خلق یک گردینت ثابت شده است که می‌تواند به صورت یکسان برای سایر محصولات زرین‌پال مورد استفاده قرار گیرد. در این گردینت، از همه‌ی رنگ‌های کلیدی استفاده شده‌است تا از هر یک اثری پذیرفته باشد.



رنگ کلیدی هر برند، می‌تواند با رنگ آبی جابه‌جا شود و سهم بیشتری را به خود اختصاص دهد.

گردینت جامع



Hello!

**رویداد
سالانه
زرین پال**

**خانواده
زرین پال**

**خرید کنید،
جایزه بگیرید!**

سایر گردینت‌ها



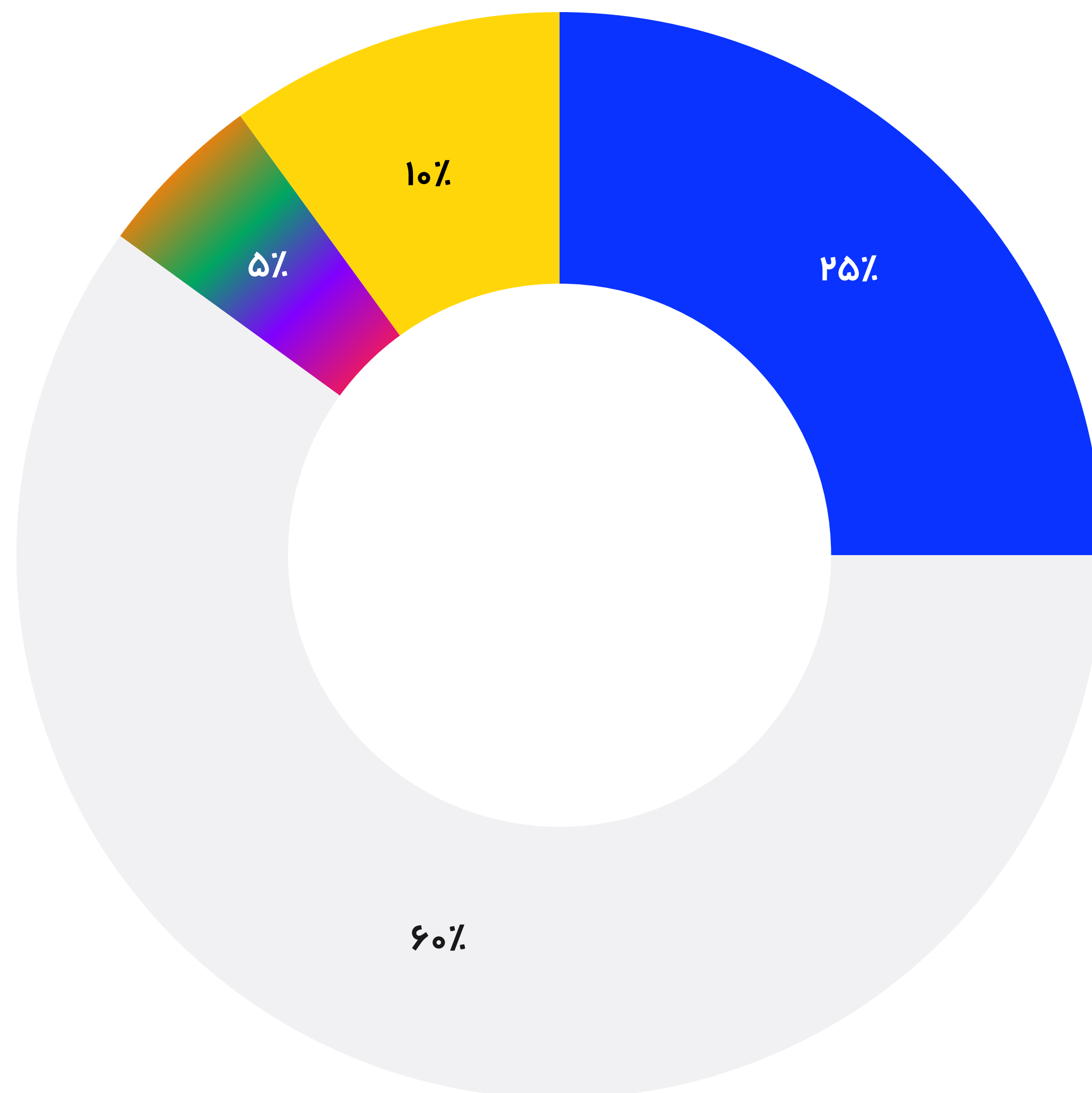
• پرده‌های تیره و روشنی هر رنگ، می‌توانند در ایجاد گردینت‌های جدید مورد استفاده قرار گیرند. زاویه‌ی ادغام آن‌ها می‌تواند تغییر کند، اما برای ساخت آن‌ها نباید بیش از دو رنگ به کار برده شود.

• این گردینت‌ها نمی‌توانند متشکل از دو رنگ کلیدی متفاوت باشند؛ بلکه فقط از پرده‌های تیره و روشنی مربوط به یک رنگ کلیدی ساخته می‌شوند.

• سهم متعارف استفاده از این گردینت‌ها، بهتر است تابع چارِت «نسبت رنگ‌ها» در صفحه‌ی بعد باشد.

نسبت استفاده

استفاده از پلت رنگ‌ها باید به نسبت مشخص و به صورت کنترل شده صورت گیرد. در یک مجموعه یا یک چیدمان مشخص، بهتر است نسبت رنگ‌ها از این تقسیم‌بندی تبعیت کند.



- رنگ‌های خنثی، سفید و مشکی
- رنگ کلیدی برند
- رنگ زربین
- سایر رنگ‌ها و گرادیانت‌ها

۰۳ تایپوگرافی

تایپوگرافی به عنوان یکی از اصلی‌ترین واسطه‌های انتقال پیام، باید به اندازه‌ی کافی خوانا باشد و در عین حال، برای استفاده در موقعیت‌های مختلف، مستعد و انعطاف‌پذیر باشد. تایپوگرافی علاوه بر این، بر نمود ظاهری طرح‌ها تاثیر عمیقی دارد و استفاده‌ی درست از آن، جزئی از هویت زیبایی‌شناسانه‌ی هر برند است. با در نظر گرفتن این معیارها، یک تایپ‌فیس جدید برای برند زرین‌پال انتخاب کرده‌ایم. استفاده‌ی صحیح از آن، به خوانایی، یک‌پارچگی و جذابیت بصری برند، کمک شایانی خواهد کرد.

نوشتار

انتقال

مفهوم

تعاملم

ارتباط

تایپ فیس

تایپ فیس مورد استفاده در نوشتار فارسی،
«ایران یکان X» است و نباید تایپ فیس دیگری را به جای
آن استفاده کرد.

ایران
یکان
X

ایران یکان X Regular

الف ب پ ت ث ج چ ح خ د ذ ر ز ژ س ش ص ض ط ظ ع غ ف ق ک گ
ل م ن و ه ی ۱۲۳۴۵۶۷۸۹ ۰ ! @ # \$ % * () - + = ، ؛ /

ایران یکان X Medium

الف ب پ ت ث ج چ ح خ د ذ ر ز ژ س ش ص ض ط ظ ع غ ف ق ک گ
ل م ن و ه ی ۱۲۳۴۵۶۷۸۹ ۰ ! @ # \$ % * () - + = ، ؛ /

ایران یکان X Bold

الف ب پ ت ث ج چ ح خ د ذ ر ز ژ س ش ص ض ط ظ ع غ ف ق ک گ ل
م ن و ه ی ۱۲۳۴۵۶۷۸۹ ۰ ! @ # \$ % * () - + = ، ؛ /

ایران یکان X Black

الف ب پ ت ث ج چ ح خ د ذ ر ز ژ س ش ص ض ط ظ ع غ ف ق ک گ ل
م ن و ه ی ۱۲۳۴۵۶۷۸۹ ۰ ! @ # \$ % * () - + = ، ؛ /

تنظیمات ظاهری

برای زیبایی و کاربرد بهتر، تایپ فیس ایران یکان X باید تحت قواعد مشخصی استفاده شود. این قواعد، شامل نکاتی درباره‌ی «گلیف‌های غیرمجاز»، «وزن» و «اندازه» فونت، و «فاصله‌ی سطرها» است.

گلیف‌های غیرمجاز (در نوشتار فارسی)

گلیف	وضعیت
ه	قابل قبول ✓
ا	غیرقابل قبول ✗
ی	قابل قبول ✓
ي	غیرقابل قبول ✗
ی	قابل قبول ✓
ع	غیرقابل قبول ✗

وزن فونت

کاربردها	Regular	Medium	Bold	Black
عنوان گویا ^۱	✗	✗	✓	✓
عنوان متن ^۲	✗	✗	✓	✓
بدنه‌ی متن ^۳	✓	✓	✗	✗

- ۱. منظور از «عنوان گویا»، عنوان‌هایی است که نیازمند بیان و جلب‌توجه بیشتری هستند؛ مثل عنوان اصلی در یک بَنر یا پست شبکه‌های اجتماعی
- ۲. «عنوان متن»، عناوینی هستند که با سلسله‌مراتب مشخص (H1, H2, ...)، ساختار یک متن را شکل می‌دهند.
- ۳. منظور از «بدنه‌ی متن»، پاراگراف‌ها و جملاتی هستند که ذیل عناوین قرار می‌گیرند.

نمونه	نمونه	نمونه	نمونه	نمونه
متن بدنه b Regular	عنوان متن (H ^۳) $h^3 = b \times g$ Bold	عنوان متن (H ^۲) $h^2 = h^3 \times g$ Black	عنوان متن (H ^۱) $h^1 = h^2 \times g$ Black	عنوان گویا Black

- در تعیین سلسله مراتب میان اندازه‌ی فونت‌ها، ترجیحاً از نسبت طلایی (g) استفاده می‌شود ($g=1.618$). بنابراین، اگر اندازه‌ی متن بدنه، فرضاً ۲۱ باشد، اندازه‌ی اولین عنوان بالاتر، برابر است با ۳۴: $21 \times 1.618 \approx 34$
- عناوین گویا می‌توانند بدون رعایت سلسله‌مراتب، سایزهای بسیار بزرگی داشته باشند. مهم آن است که کوتاه باشند (حداکثر ۴ تا ۸ کلمه) و از نظر بصری، با سایر عناصر صفحه، در حالت تعادل باشند.

فاصله بین سطرها (Line Height/Leading)

✓ حداقل فاصله‌ی مجاز

درصد: ۱۵۰٪

pt: سایز فونت × ۱۵۰٪

زرین پال، اولین پرداخت‌یار پیشگام کشور، با به‌کارگیری سبک و استانداردهای جدید در ارائه‌ی خدمات درگاه پرداخت اینترنتی، سرویس‌های متنوعی در حوزه‌ی پرداخت الکترونیک را برای کسب و کارها ارائه کرده است؛ با این هدف که در افزایش سهم تجارت الکترونیکی در تولید ناخالص ملی و کمک به رشد و توسعه‌ی کسب‌وکارها، نقش سازنده‌ای ایفا کند.

✓ بهترین فاصله

درصد: ۱۷۰٪

pt: سایز فونت × ۱۷۰٪

زرین پال، اولین پرداخت‌یار پیشگام کشور، با به‌کارگیری سبک و استانداردهای جدید در ارائه‌ی خدمات درگاه پرداخت اینترنتی، سرویس‌های متنوعی در حوزه‌ی پرداخت الکترونیک را برای کسب و کارها ارائه کرده است؛ با این هدف که در افزایش سهم تجارت الکترونیکی در تولید ناخالص ملی و کمک به رشد و توسعه‌ی کسب‌وکارها، نقش سازنده‌ای ایفا کند.

✓ حداکثر فاصله‌ی مجاز

درصد: ۱۹۰٪

pt: سایز فونت × ۱۹۰٪

زرین پال، اولین پرداخت‌یار پیشگام کشور، با به‌کارگیری سبک و استانداردهای جدید در ارائه‌ی خدمات درگاه پرداخت اینترنتی، سرویس‌های متنوعی در حوزه‌ی پرداخت الکترونیک را برای کسب و کارها ارائه کرده است؛ با این هدف که در افزایش سهم تجارت الکترونیکی در تولید ناخالص ملی و کمک به رشد و توسعه‌ی کسب‌وکارها، نقش سازنده‌ای ایفا کند.

♦
بهترین مقدار فاصله میان سطرها، معمولاً برابر با ۱۷۰ درصد است؛ با این حال بازه‌ی ۱۵۰ تا ۱۹۰ درصد نیز همچنان قابل قبول است. چنانچه این درصد در سایز فونت ضرب شود، مقدار فاصله در مقیاس پوینت (pt)، به دست خواهد آمد.

A

ویژگی‌ها

مسیردهی هوشمند

استانداردهای متفاوت زیرین پال در بازه‌های زمانی مختلف، باعث می‌شود کاربران به بهترین درگاه پرداخت با بالاترین میزان تراکنش‌های موفق هدایت شوند.

✓ سلسله مراتب عناوین و فاصله‌ی استاندارد میان آن‌ها، رعایت شده است.

ویژگی‌ها

مسیردهی هوشمند

استانداردهای متفاوت زیرین پال در بازه‌های زمانی مختلف، باعث می‌شود کاربران به بهترین درگاه پرداخت با بالاترین میزان تراکنش‌های موفق هدایت شوند.

✗ سلسله مراتب عناوین و فاصله‌ی میان آن‌ها غیراستاندارد است.

B

در دنیایی که چشم انداز های مالی به سرعت در حال تغییر هستند، مشارکت‌هایی از این دست اهمیت فراوانی دارند. ما در زیرین پال متعهدیم که ابزارهای مورد نیاز کاربران و پذیرندگان را برای حرکت در دنیای در حال تحول مالی در اختیار آنان قرار دهیم. صاحب کسب و کار آنلاین باشید یا خریدار، گسترش گزینه های پرداخت و انعطاف پذیری در روش های خرید، گامی مهم به سوی پرداخت های فراگیر، نوآورانه و امن است، و این همکاری سرآغازی برای ایجاد این تحول مهم است. در مسیری که با این همکاری آغاز شده است، از شما می‌خواهیم که برای به روز رسانی‌های بعدی و همچنین آگاهی از فرصت‌های پیش رو با ما در ارتباط باشید.

✓ فاصله‌ی سطرها در محدوده‌ی مجاز قرار دارد.

در دنیایی که چشم انداز های مالی به سرعت در حال تغییر هستند، مشارکت‌هایی از این دست اهمیت فراوانی دارند. ما در زیرین پال متعهدیم که ابزارهای مورد نیاز کاربران و پذیرندگان را برای حرکت در دنیای در حال تحول مالی در اختیار آنان قرار دهیم. صاحب کسب و کار آنلاین باشید یا خریدار، گسترش گزینه های پرداخت و انعطاف پذیری در روش های خرید، گامی مهم به سوی پرداخت های فراگیر، نوآورانه و امن است، و این همکاری سرآغازی برای ایجاد این تحول مهم است. در مسیری که با این همکاری آغاز شده است، از شما می‌خواهیم که برای به روز رسانی‌های بعدی و همچنین آگاهی از فرصت‌های پیش رو با ما در ارتباط باشید.

✗ فاصله‌ی سطرها از محدوده‌ی مجاز کم‌تر است.

موارد استفاده‌ی درست و نادرست

عناوین متن باید ترجیحاً بر اساس نسبت طلایی که پیش‌تر به آن اشاره شد، دارای سلسله مراتب منطقی باشند. میان عناوین و بدنه‌ی متن باید فاصله‌ی کافی وجود داشته باشد و ارتفاع سطرها در محدوده‌ی مجاز باشد. همچنین ترجیحاً نباید در ابتدای سطرها، فرورفتگی ایجاد شود.

C

خوش آمدید

✓ فضای بین حروف به اندازه‌ی استاندارد است.

خوش آمدید

✗ فضای بین حروف (Letter Spacing)، بیش از اندازه کم است.

D

مدیریت ساده امور مالی

شما به عنوان صاحب کسب و کار مراودات مالی متعددی با ذی‌نفعان خود دارید، تسهیم فردایی به شما کمک می‌کند تا مدیریت امور واریزی کسب و کار خود را با دقت و سرعت بیشتری پیش ببرید.

✓ ترازبندی بدنه و عنوان متن، در یک راستاست.

مدیریت ساده امور مالی

شما به عنوان صاحب کسب و کار مراودات مالی متعددی با ذی‌نفعان خود دارید، تسهیم فردایی به شما کمک می‌کند تا مدیریت امور واریزی کسب و کار خود را با دقت و سرعت بیشتری پیش ببرید.

✗ عنوان و متن بدنه، در یک راستا تراز نشده‌اند.

موارد استفاده‌ی درست و نادرست

فاصله‌ی حروف، ترجیحاً نباید از مقدار صفر، کم‌تر یا بیش‌تر باشد. همچنین بهتر است ترازبندی عناوین و بدنه‌ی متن، هماهنگ باشد (مثلاً هر دو وسط‌چین باشند).

IranYekanX

زبان‌های دیگر

برای نگارش متون و عبارات انگلیسی، از نسخه‌ی انگلیسی تایپ‌فیس ایران‌یکان X استفاده می‌شود.

IranYekanX Regular

A a B b C c D d E e F f G g H h I i J j K k L l M m N n O o P p Q q R r S s T t U u V v W w X x Y y Z z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! ? @ # \$ % / . , ; = + - () [] * %

IranYekanX Medium

A a B b C c D d E e F f G g H h I i J j K k L l M m N n O o P p Q q R r S s T t U u V v W w X x Y y Z z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! ? @ # \$ % / . , ; = + - () [] * %

IranYekanX Bold

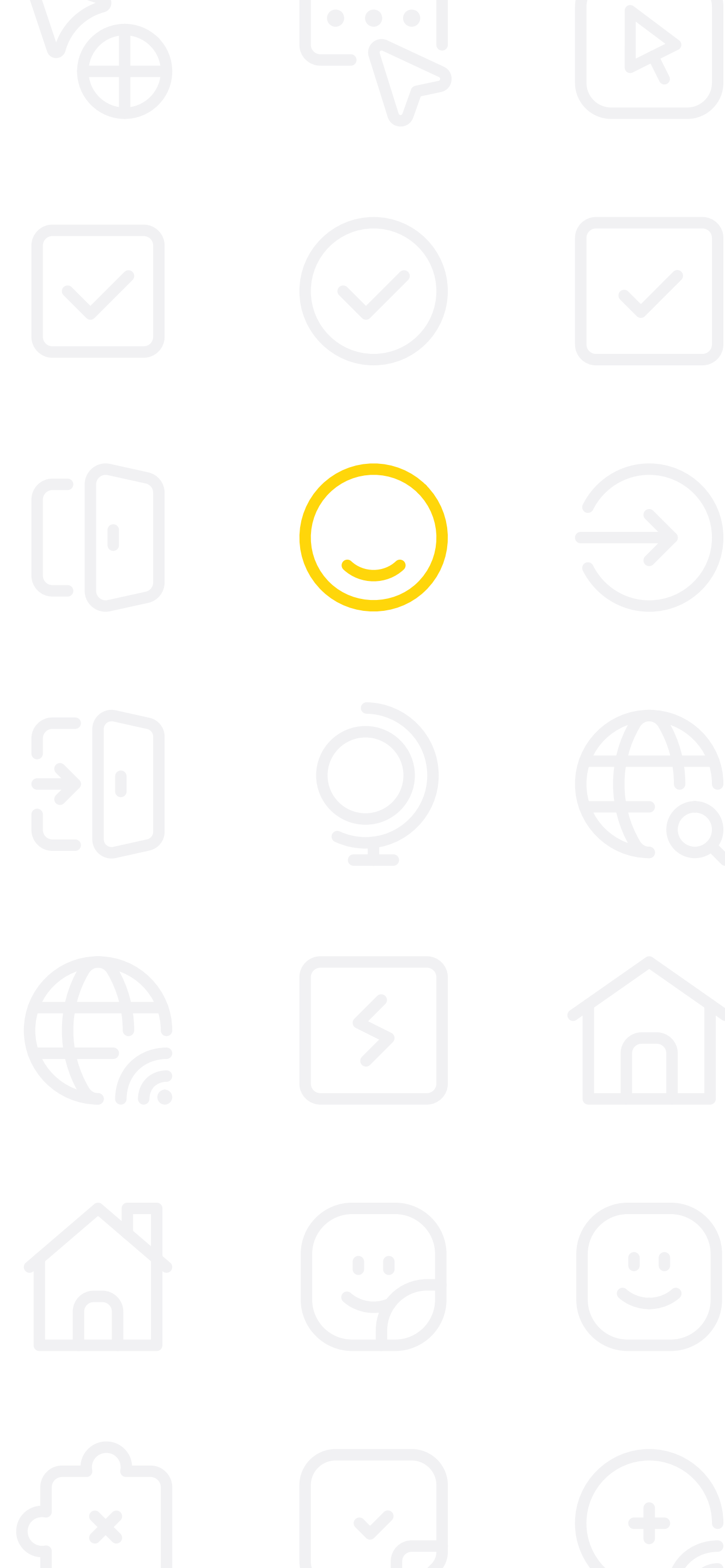
A a B b C c D d E e F f G g H h I i J j K k L l M m N n O o P p Q q R r S s T t U u V v W w X x Y y Z z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! ? @ # \$ % / . , ; = + - () [] * %

IranYekanX Black

A a B b C c D d E e F f G g H h I i J j K k L l M m N n O o P p Q q R r S s T t U u V v W w X x Y y Z z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! ? @ # \$ % / . , ; = + - () [] * %

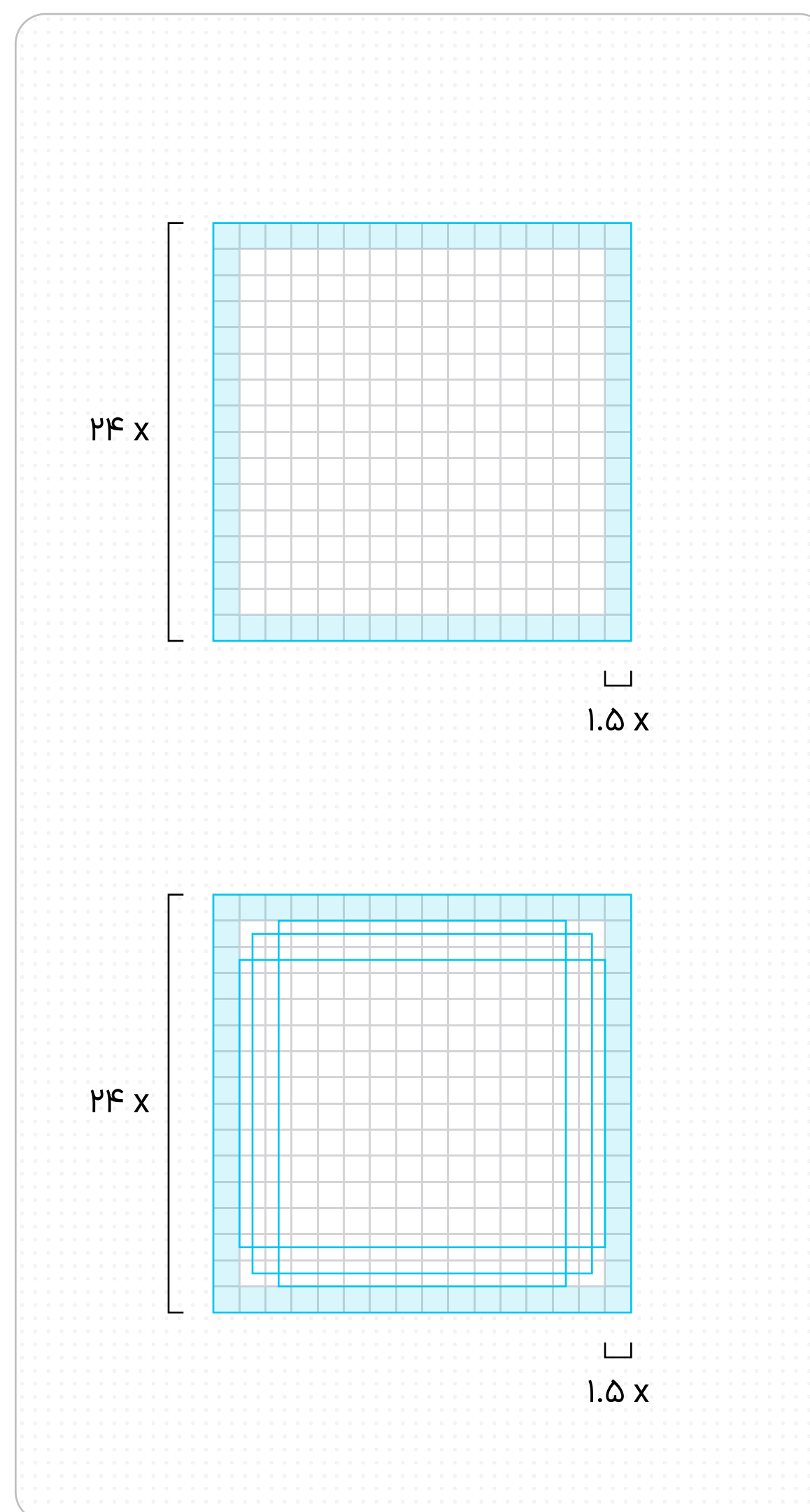
۰۴ آیکون‌گرافی

آیکون‌ها به مثابه عناصر بصری ساده، ابزارهایی مفید برای انتقال مفهوم هستند. آیکون‌های مورد استفاده برای برند زرین‌پال، در عین سادگی، قابل‌فهم هستند و در بسیاری از موارد جایگزینی مناسب برای توضیحات، یا واسطه‌ای برای تاکید بیشتر بر آن هستند. بهترین کارایی آن‌ها زمانی است که سبک و ساختار یک‌پارچه‌ای داشته باشند و به راحتی قابل درک باشند. برای دستیابی به این هدف، لازم است همواره از مجموعه‌ی یک‌پارچه‌ی آیکون‌هایی استفاده شود که برای این منظور در نظر گرفته شده‌است و در طراحی آیکون‌های جدید نیز، اصول ذکرشده رعایت شوند.

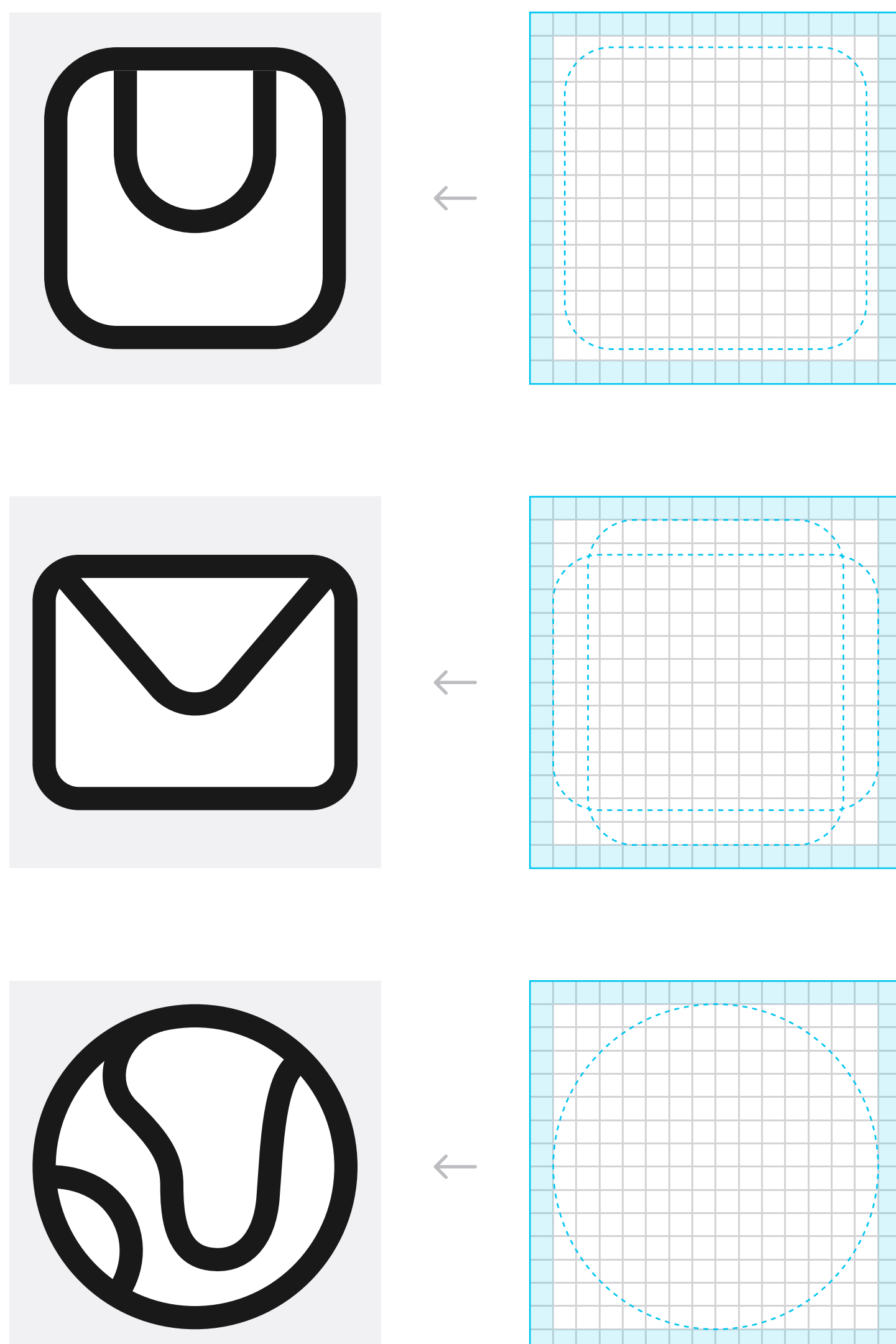


چارچوب

آیکون‌های زیرین پال، در سایزها مختلف و با موضوعات متنوع تهیه شده‌اند. با این حال چنانچه طراحی یک آیکون جدید موردنیاز باشد، طراحی آن باید طبق قواعدِ مورد اشاره در این فصل انجام شود.

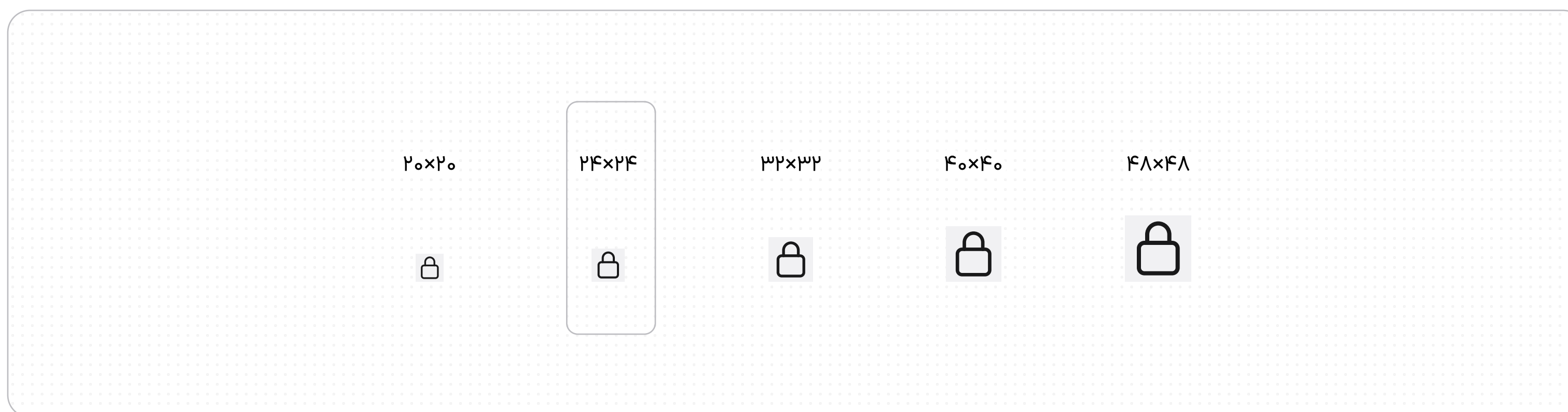


- فضای آبی‌رنگ، به ضخامت ۱.۵ واحد، فضای احتیاط نام دارد. طراحی شما، ترجیحاً نباید وارد این فضا شود.
- فضای سفید میانی، محدوده‌ی مجاز طراحی است. بهتر است با توجه به فرم و جهت کشیدگی آیکون، درون محدوده‌های پیشنهادی (خطوط آبی‌رنگ) طراحی شود.



ابعاد و اندازه‌ها

آیکون‌ها می‌توانند متناسب با موقعیتی که مورد استفاده قرار می‌گیرند، سایزهای مختلفی داشته باشند. اندازه‌ی پیش‌فرض، ۲۴ در ۲۴ در نظر گرفته شده است.



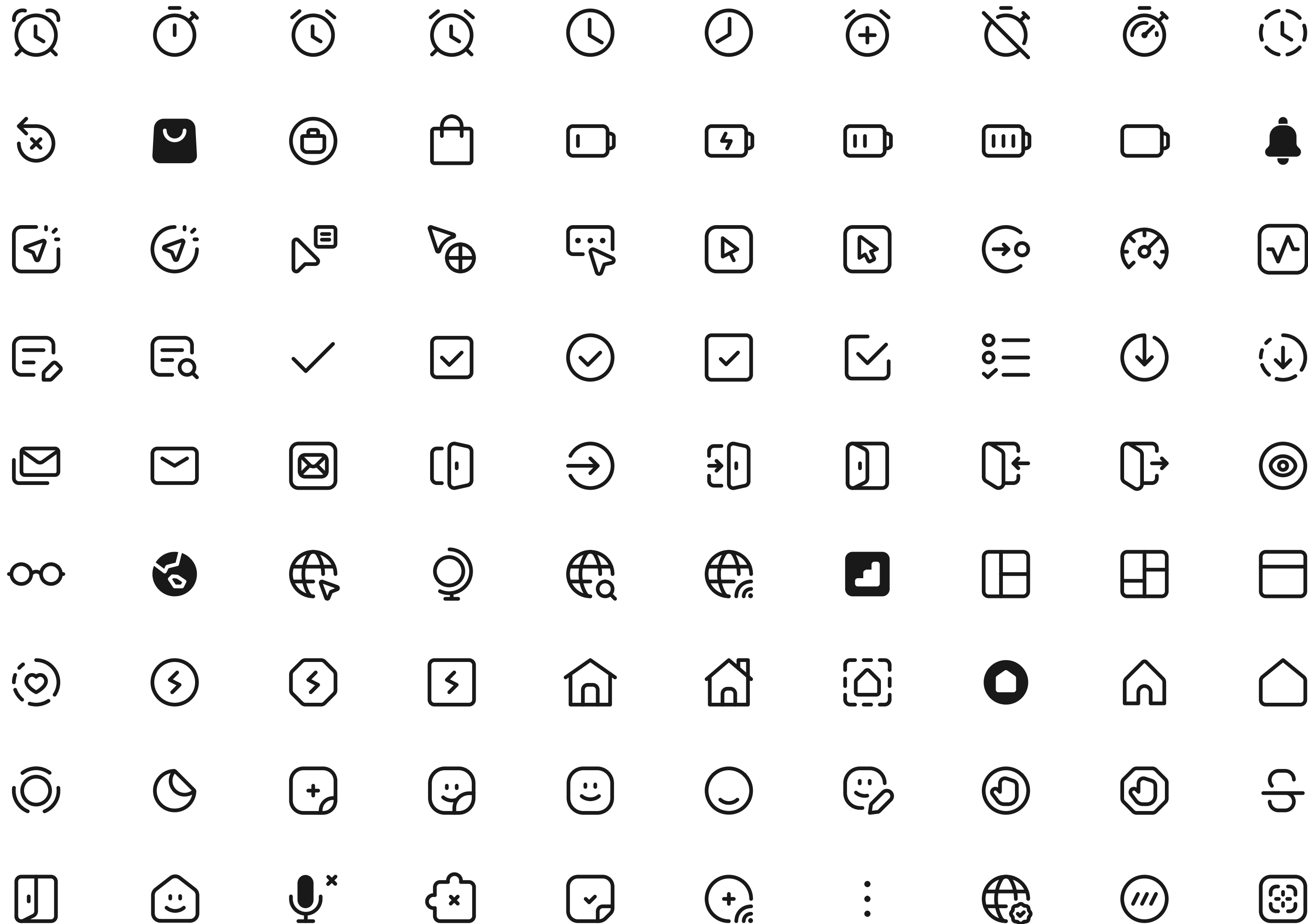
مساحت فضای طراحی	عرض حاشیه‌ی احتیاط	ضخامت خط	سایز آیکون
۱۷.۵×۱۷.۵	۱.۲۵	۱.۲۵	۲۰×۲۰
۲۱×۲۱	۱.۵	۱.۵	۲۴×۲۴
۲۸×۲۸	۲	۲	۳۲×۳۲
۳۵×۳۵	۲.۵	۲.۵	۴۰×۴۰
۴۲×۴۲	۳	۳	۴۸×۴۸

هنگام بزرگ‌کردن یا کوچک‌کردن آیکون، ضخامت خط و سایر اندازه‌ها نیز باید به نسبت، تغییر (Scale) کند.

سبک طراحی

بهتر است از نسخه‌ی خطی (Outline) آیکون‌ها استفاده شود؛ با این حال، استفاده از نسخه‌های توپُر (Fill) در صورت لزوم، نیز مجاز است.

در صورتی که طراحی آیکون‌های جدیدی موردنیاز باشد، جزئیات طراحی باید به‌گونه‌ای در نظر گرفته شوند که با سایر آیکون‌ها هم‌خوانی و یک‌پارچگی داشته باشند.



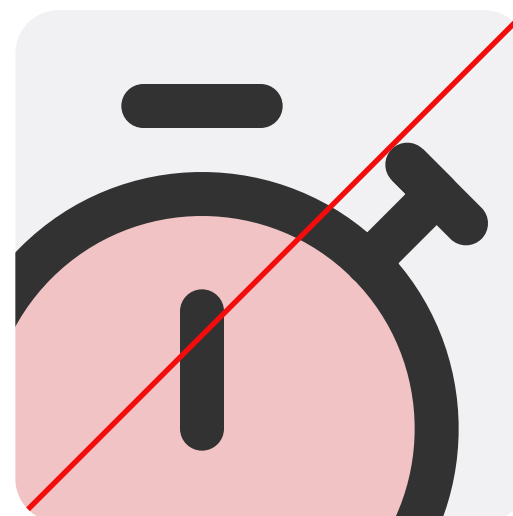
✓ حفظ حداقل فاصله میان اجزا

باید فاصله‌ای حداقل به اندازه‌ی ضخامت خط ترسیم آیکون، بین اجزای آن لحاظ شود.



✗ حفظ سبک خطی یا توپر

همه‌ی اجزای آیکون، باید تابع یک سبک ثابت باشند. داخل آیکون‌های خطی نباید پر شود و آیکون‌های توپر، باید بدون خط (Stroke) باشند.



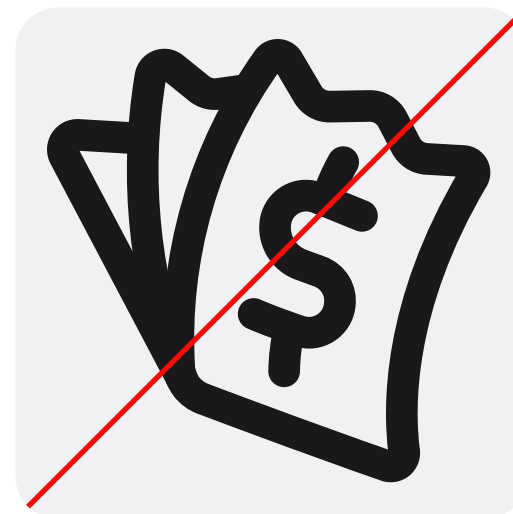
✓ رعایت گوشه‌های نرم

از گوشه‌های نرم استفاده کنید و به صورت چشمی، تناسب آن‌ها را چک کنید.



✗ ترسیم دوبعدی

در ترسیم آیکون‌ها، ترجیحاً نباید از پرسپکتیو استفاده شود. بهتر است همه‌ی آیکون‌ها با نمای دوبعدی از روبرو ترسیم شوند.



✓ به حداقل رساندن جزئیات

بدون آن‌که انتقال مفهوم، خدشه‌دار شود، میزان استفاده از جزئیات را به حداقل برسانید.



✗ حفظ ضخامت ثابت

همه‌ی اجزای تشکیل‌دهنده‌ی آیکون باید ترجیحاً دارای ضخامت ثابت باشند.



۵. تصویرپردازی

تصاویر نقش پررنگی در انتقال مفاهیم و همچنین ایجاد جذابیت بصری در چیدمان‌ها دارند؛ اما استفاده از آن‌ها باید تابع یک سبک مشخص و محدود باشد. برای این منظور، با لحاظ نیازمندی‌های کاربردی و سبک‌های محبوب امروزی، چارچوب مشخصی را برای افزودن تصویر در موقعیت‌های مختلف پیشنهاد می‌کنیم.