

کھویت نامہ

رنگ ها

رنگ برند

این بخش به معرفی پالت اصلی و رسمی رنگ‌های برند می‌پردازد. این رنگ‌ها عناصر اصلی هویت بصری دولوپیکا بوده و در اکثر طراحی‌ها به کار خواهند رفت. این شامل رنگ اصلی (Primary)، رنگ‌های ثانویه (Secondary) و رنگ‌های تاکیدی (Accent) می‌شود.

دلایل انتخاب رنگ آبی ارکیده (#3348FF) به عنوان رنگ اصلی:

- انتقال حس اعتماد و حرفه‌ای‌گری:** آبی، به طور جهانی نماد اعتماد، ثبات، هوش و حرفه‌ای‌گری است. این ویژگی‌ها کاملاً با ماهیت شرکت دولوپیکا که ارائه‌دهنده راهکارهای پیچیده نرم‌افزاری و مشاوره‌ای است، همخوانی دارد. این رنگ به مخاطبان ما اطمینان می‌دهد که با یک شریک قابل اعتماد و متخصص در حوزه فناوری سر و کار دارند.
- نماد نوآوری و دیدگاه آینده‌نگر:** سایه خاص آبی ارکیده (#3348FF) که انتخابی پویا و کمیاب در طیف آبی است، علاوه بر حس اعتماد، پویایی و نوآوری را نیز القا می‌کند. این رنگ نشان‌دهنده رویکرد ما در ارائه راهکارهای پیشرو و همگام با آخرین ترندهای تکنولوژی است. این سایه خاص، از آبی‌های سنتی متمایز شده و هویت منحصر به فرد دولوپیکا را برجسته می‌کند.
- ارتباط با دنیای دیجیتال و فناوری:** رنگ آبی، به ویژه در طیف‌های روشن‌تر و پویا، به طور گسترده در رابط‌های کاربری (UI) و محصولات دیجیتال به کار می‌رود و حس فناوری، اتصال و صفحه نمایش‌های مدرن را تداعی می‌کند. این انتخاب، ارتباط بصری دولوپیکا را با جهان دیجیتال و خدماتی که ارائه می‌دهد، تقویت می‌کند.
- سازگاری بالا:** آبی ارکیده، قابلیت ترکیب بالایی با رنگ‌های خنثی مانند سفید و خاکستری و همچنین رنگ‌های تاکیدی روشن‌تر را دارد که به ما انعطاف‌پذیری زیادی در طراحی‌های مختلف می‌دهد.

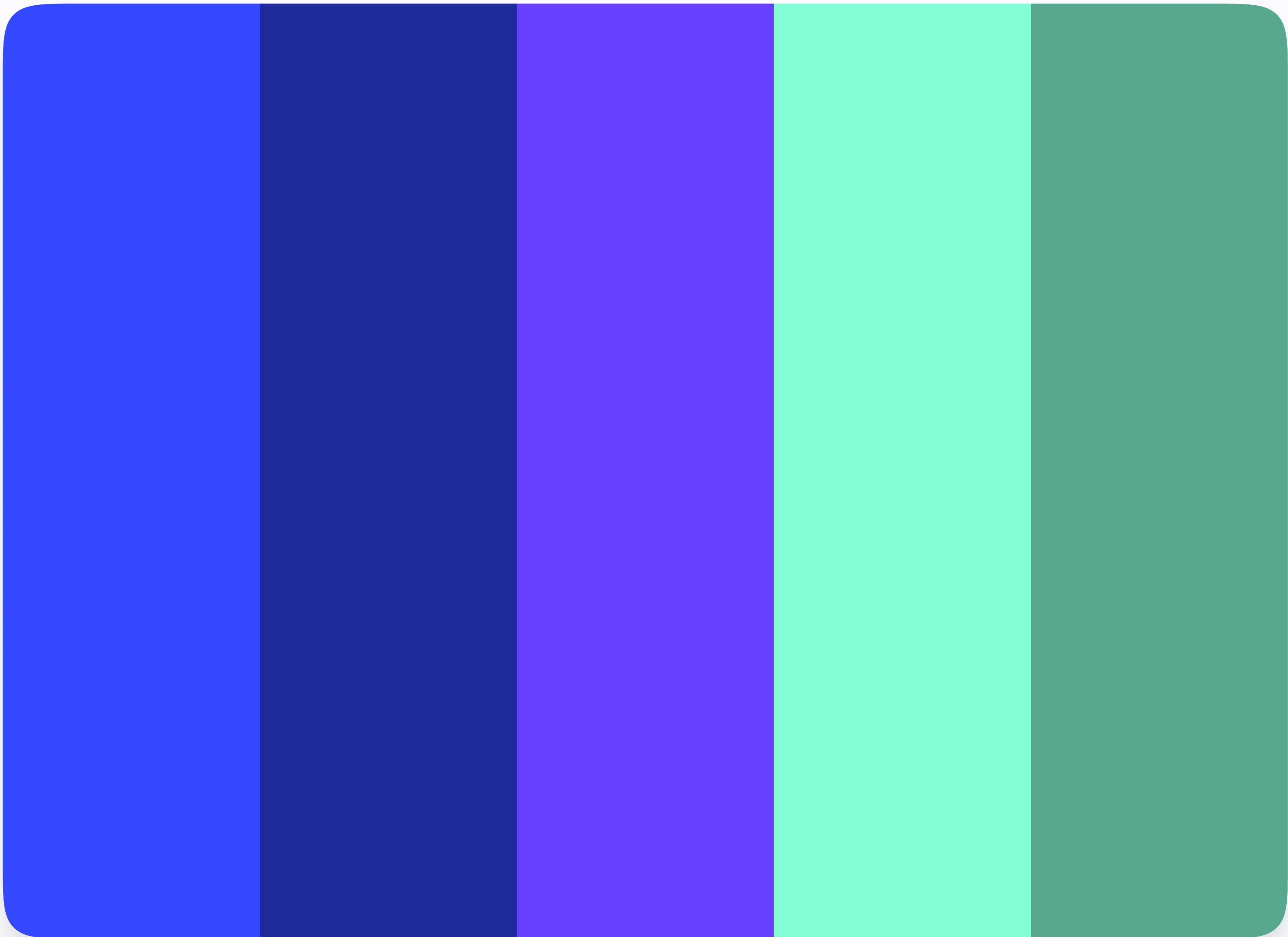
آبی ارکیده

پالت رنگی

این بخش به معرفی مجموعه کامل رنگ‌هایی می‌پردازد که دولوپیکا در تمام ارتباطات و طراحی‌های بصری خود از آن‌ها استفاده خواهد کرد. این پالت شامل رنگ اصلی و رنگ‌های متناسب با آن است که در کنار هم یک زبان بصری منسجم را تشکیل می‌دهند.

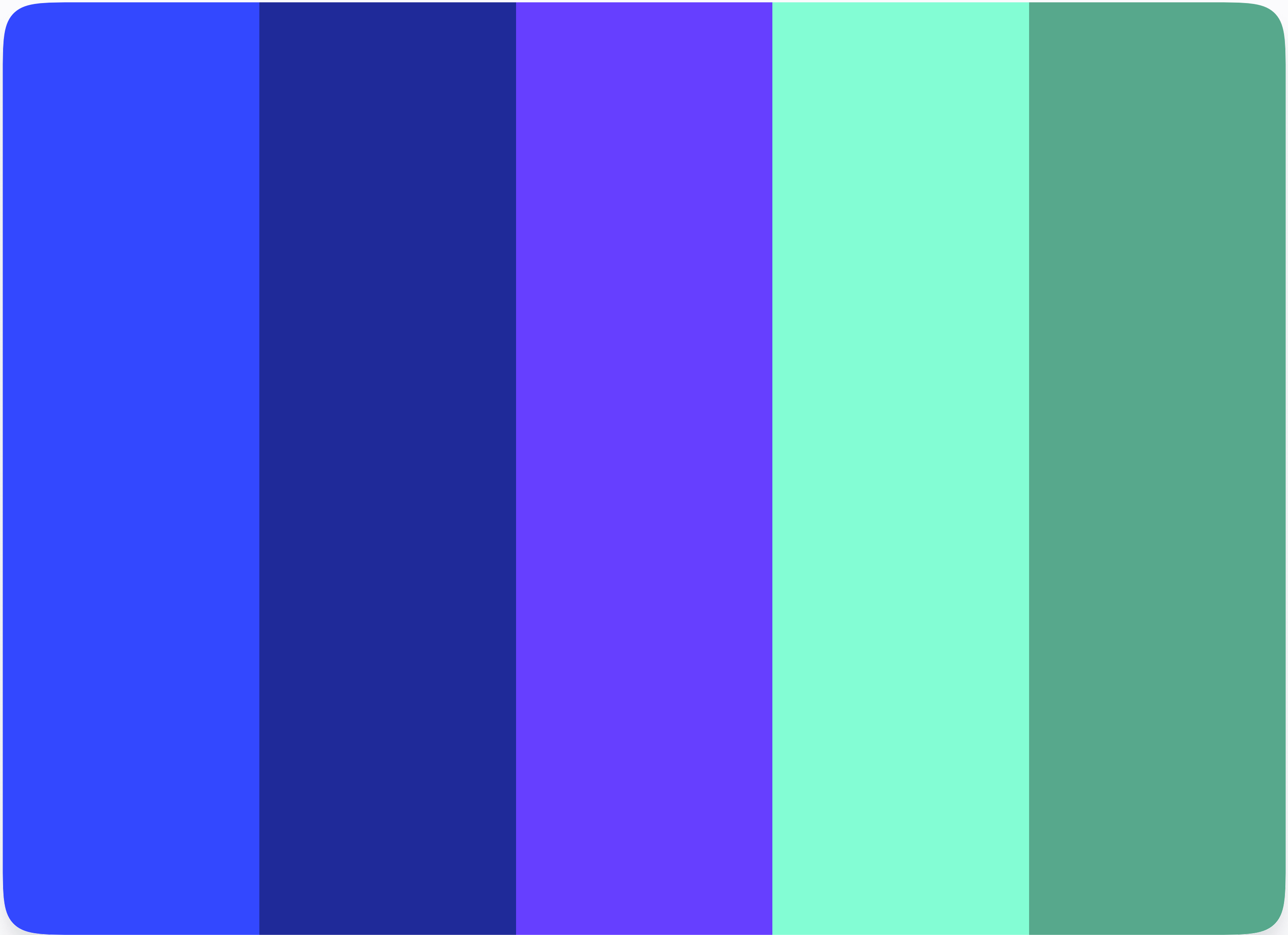
دلایل انتخاب و روش تبیین پالت رنگی برای دولوپیکا: برای پالت رنگی دولوپیکا، رویکرد Analogous (مشابه /هم‌خانواده) را برگزیده‌ایم. این پالت از رنگ‌هایی تشکیل شده که در چرخه رنگی در کنار یکدیگر قرار دارند. این پالت شامل :

- آبی ارکیده (Blue Orchid)
- آبی مصری (Egyptian Blue)
- بنفش مایل به آبی (Bluish Purple)
- آکوآمارین (Aquamarine)
- سبز چای (Tea)



انتخاب این روش بر پایه دلایل زیر صورت گرفته است:

- **هارمونی و یکپارچگی بصری:** رنگ‌های Analogous به طور طبیعی با یکدیگر هماهنگ هستند و حس آرامش، تعادل و پیوستگی را در مخاطب ایجاد می‌کنند. این هماهنگی بصری، نمایانگر یکپارچگی و سیستماتیک بودن راهکارهای دولوپیکا است. این رویکرد به ما امکان می‌دهد که بدون ایجاد تضادهای تند، تنوع رنگی لازم را برای عناصر مختلف بصری فراهم کنیم.
- **نماد جریان و توسعه نرم‌افزار:** در دنیای توسعه نرم‌افزار، همه چیز در حال جریان و تکامل است. استفاده از رنگ‌هایی که به آرامی از یکدیگر به سمت طیف‌های بعدی حرکت می‌کنند، به صورت بصری جریان کار، فرآیندهای مداوم توسعه (Continuous Development) و پیوستگی داده‌ها را تداعی می‌کند. این پالت نشان‌دهنده یک فرآیند منسجم و رو به جلو است.
- **حس آرامش و اعتماد در عین نوآوری:** این طیف از رنگ‌های آبی و سبز-آبی، ضمن حفظ حس اعتماد و حرفه‌ای‌گری که در رنگ آبی اصلی وجود دارد، حس نوآوری، تازگی و سازگاری با محیط‌های دیجیتال را نیز تقویت می‌کنند. این پالت به ما اجازه می‌دهد در عین حفظ اعتبار، فضایی مدرن و پویا خلق کنیم.
- **سادگی و مینیمالیسم پایدار:** با وجود تنوع رنگی، انتخاب Analogous از افراط در رنگ‌ها جلوگیری می‌کند و به حفظ ماهیت مینیمالیستی برند Developika کمک می‌کند. این پالت تضمین می‌کند که برند ما، حتی با چندین رنگ، همچنان ساده، تمیز و متمرکز به نظر برسد.



سلسله مراتب پالت رنگی

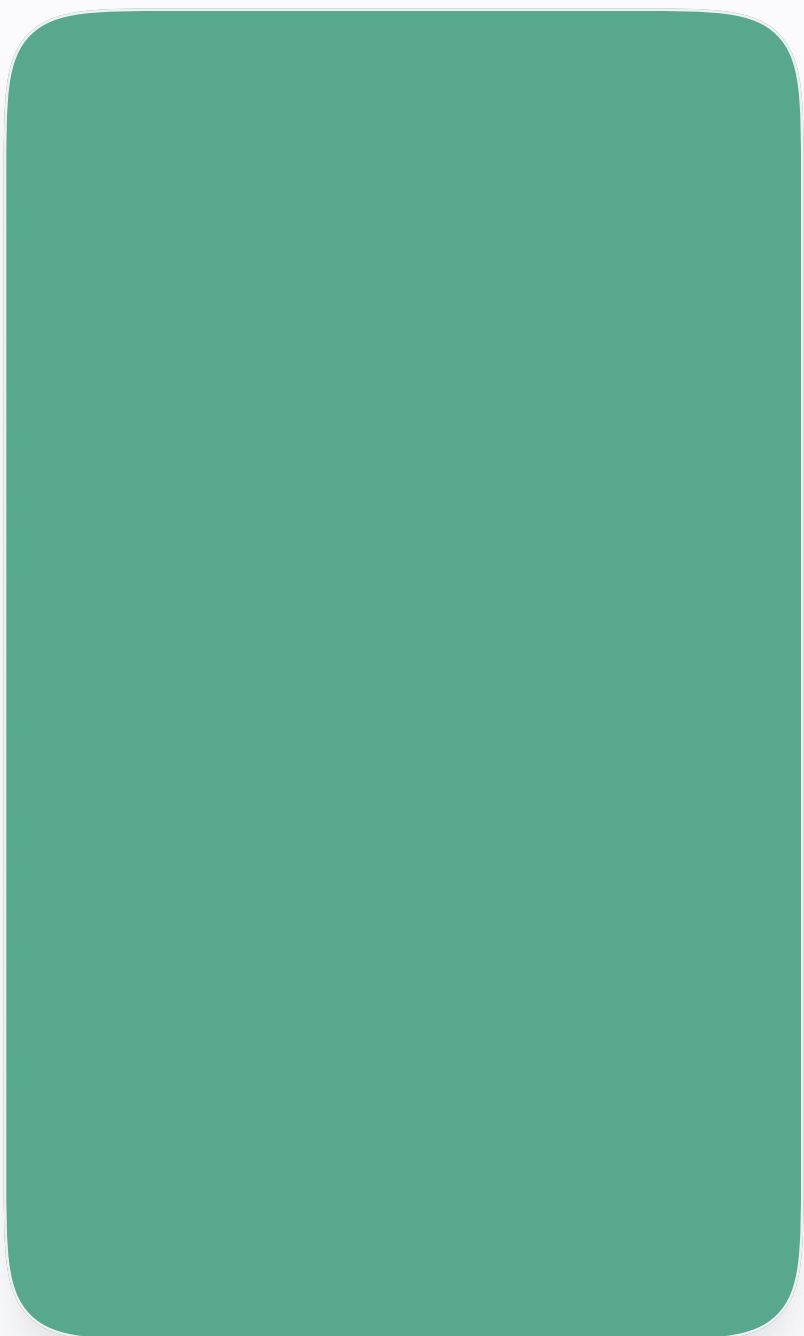
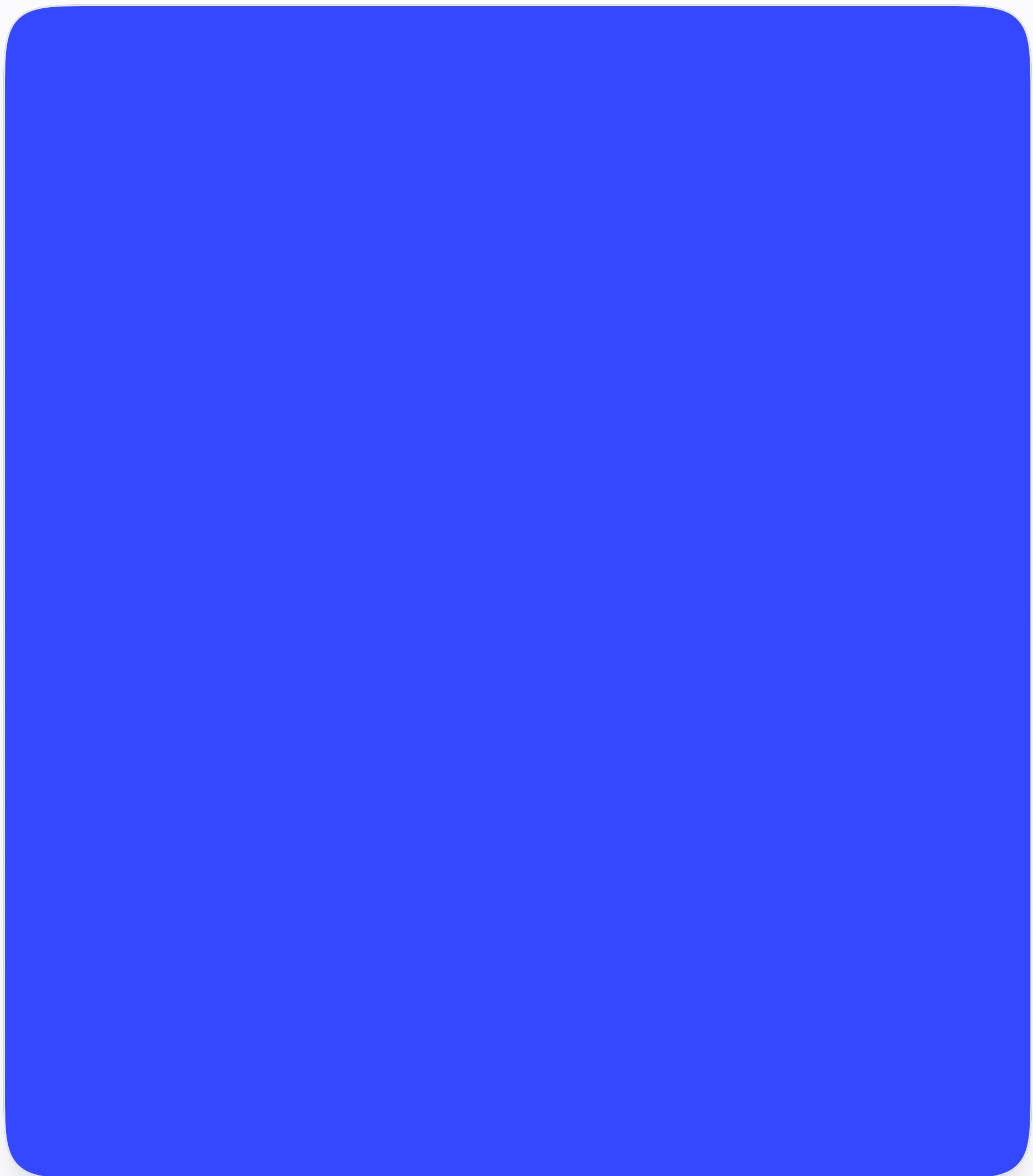
این بخش به توضیح اولویت بندی، نسبت های استفاده و کاربرد اصلی هر رنگ در پالت رنگی دولوپیکا می پردازد. هدف از تعریف این سلسله مراتب، اطمینان از حفظ یکپارچگی بصری، انتقال پیام های کلیدی برند با وضوح و ایجاد تجربه ای منسجم و حرفه ای برای مخاطب در تمامی نقاط تماس است.

دلایل و روش تعیین سلسله مراتب پالت رنگی:

با وجود اینکه پالت رنگی ما از رویکرد Analogous برای ایجاد هارمونی بهره می برد، اما برای اطمینان از تمایز بصری و هدایت چشم مخاطب، یک سلسله مراتب واضح برای کاربرد رنگ ها تعریف کرده ایم. این سلسله مراتب به سه دسته اصلی تقسیم می شود:

1. رنگ اصلی (Primary Color) - آبی ارکیده (#3348FF):

- اولویت و کاربرد: این رنگ، به عنوان رنگ غالب و امضای بصری دولوپیکا، دارای بالاترین اولویت استفاده است. بخش بزرگی از مساحت های بصری (حدود 60-70%) در طراحی ها را به خود اختصاص خواهد داد. این رنگ در عناصر کلیدی مانند لوگو، دکمه های اصلی فراخوان به عمل (Call to Action)، عنوان های مهم، و پس زمینه هایی که نیاز به انتقال حس قدرت و اعتماد دارند، استفاده می شود. هدف این است که در نگاه اول، دولوپیکا با این آبی خاص شناسایی شود.
- دلیل انتخاب: انتخاب این رنگ به عنوان رنگ اصلی بر پایه دلایل پیشین (اعتماد، نوآوری، ارتباط با تکنولوژی) و همچنین قدرت بصری آن در ایجاد یک نقطه ثقل در طراحی ها صورت گرفته است.



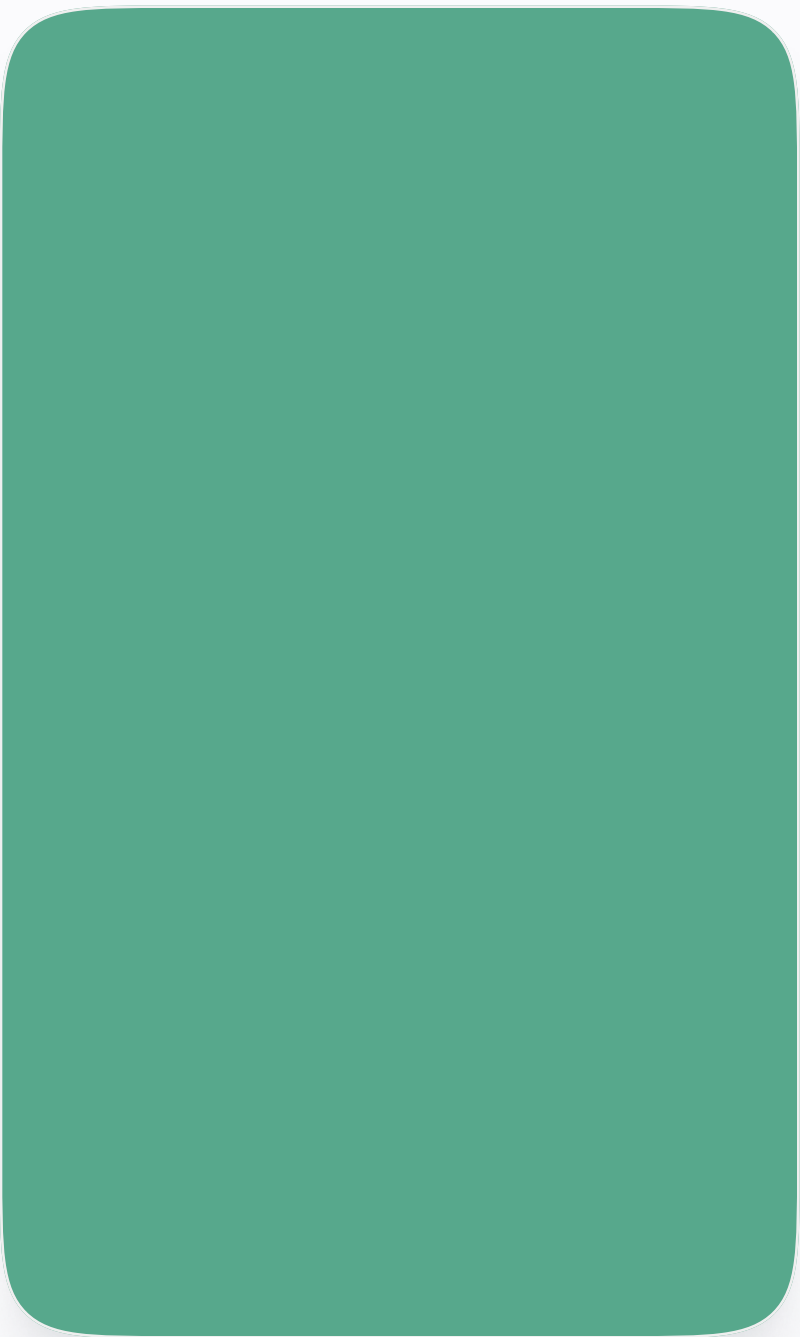
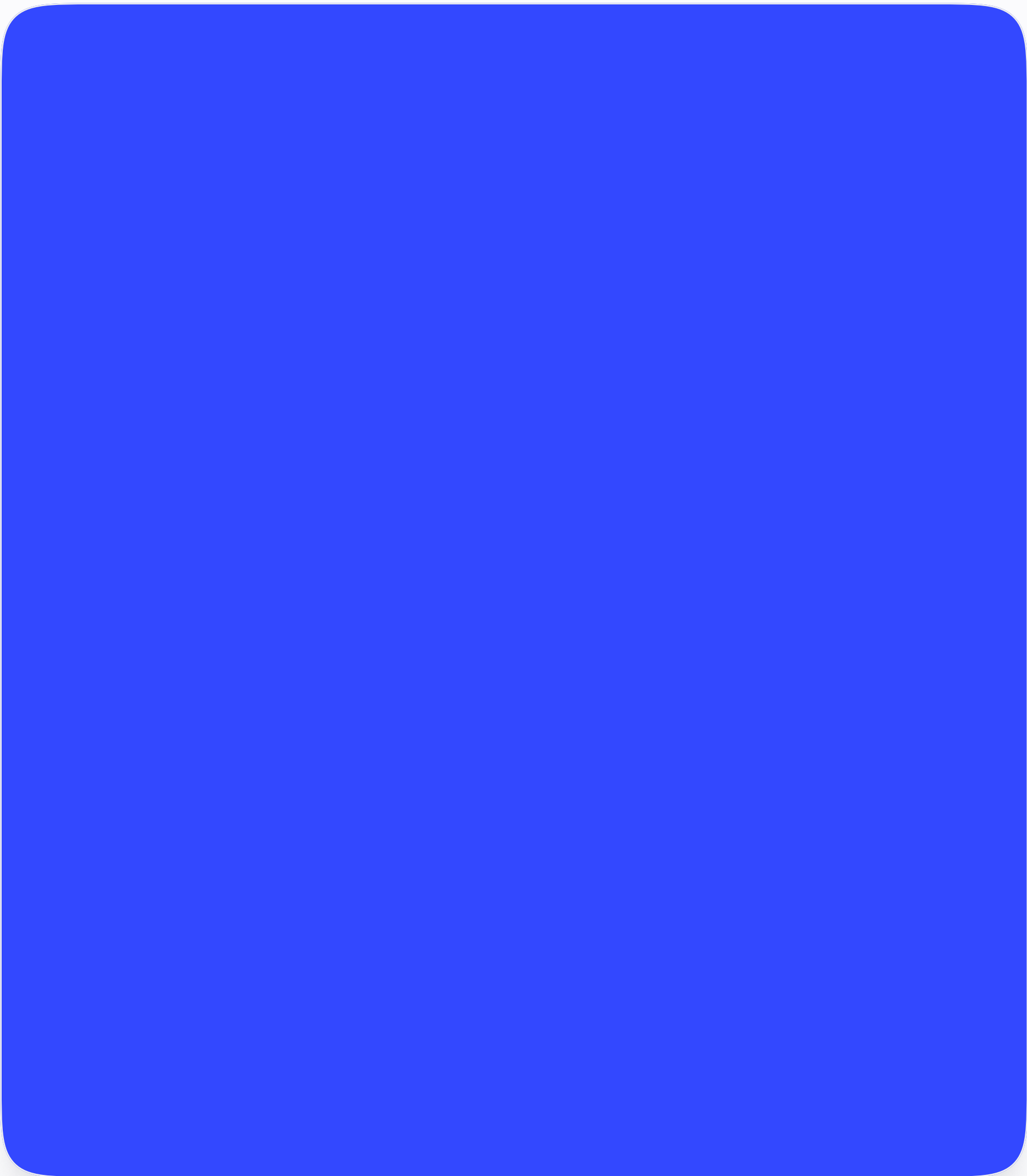
2. رنگ ثانویه (Secondary Color) - سبز چای :

- اولویت و کاربرد: این رنگ، دارای اولویت متوسط در استفاده است و حدود 20-30% از فضای رنگی را پوشش می‌دهد. رنگ ثانویه برای تکمیل رنگ اصلی، ایجاد کنتراست ملایم، و تفکیک بصری بخش‌های مختلف محتوا یا عناصر رابط کاربری به کار می‌رود. کاربردهای آن شامل پس‌زمینه‌های ثانویه، آیکون‌های حمایتی، یا نمودارها و گرافیک‌هایی است که نیاز به تمایز ظریف دارند.
- دلیل انتخاب: این سبزآبی از پالت Analogous ما انتخاب شده است تا حس رشد، تازگی و پویایی (که در خدمات توسعه و بهبود محصول Developika مهم است) را تقویت کند، در حالی که هارمونی با رنگ آبی اصلی را حفظ می‌کند.

3. رنگ تاکیدی (Accent Color) - بنفش مایل به آبی:

- اولویت و کاربرد: این رنگ دارای پایین‌ترین اولویت استفاده از نظر مساحت است (حدود 5-10%). رنگ تاکیدی برای جلب توجه مخاطب به عناصر بسیار خاص و مهم به کار می‌رود، مانند لینک‌های کلیک‌پذیر، نکات برجسته، اعلان‌ها، یا بخش‌های کوچک ولی حیاتی در رابط کاربری. هدف آن، ایجاد نقاط کانونی بصری و افزایش تعامل است.
- دلیل انتخاب: این سایه بنفش-آبی به دلیل کنتراست جذابش با رنگ‌های اصلی و ثانویه، و همچنین توانایی‌اش در افزودن حس خلاقیت، عمق و تمایز بدون ایجاد ناسازگاری، انتخاب شده است. این رنگ می‌تواند پویایی و نوآوری دولوپیکا را به شکلی ظریف برجسته کند.

این سلسله‌مراتب تضمین می‌کند که دولوپیکا همیشه حضوری منسجم، متعادل و هدفمند در تمامی طراحی‌های خود داشته باشد.



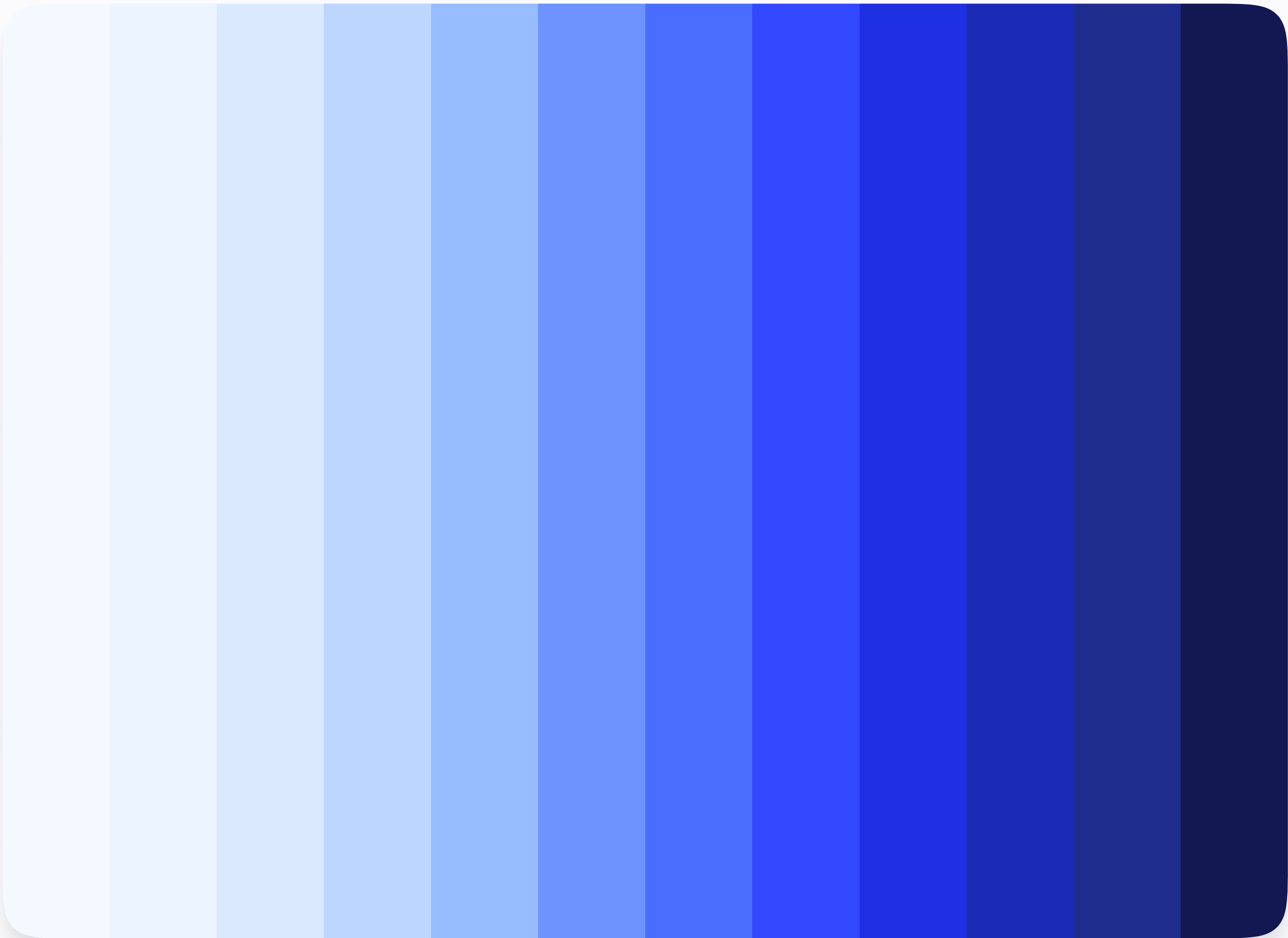
طیف‌های رنگی

این بخش به معرفی طیف‌های مختلف (سایه‌ها و تناژها) از رنگ‌های اصلی برند می‌پردازد. این طیف‌ها با درجات روشنایی و تیرگی متفاوت، انعطاف‌پذیری لازم را برای طراحی عناصر مختلف رابط کاربری و گرافیکی فراهم می‌کنند، در حالی که هویت رنگی اصلی برند را حفظ می‌کنند.

دلایل و روش تعیین طیف‌های رنگی دولوپیکا:

برای ایجاد یک سیستم رنگی جامع و کاربردی، طیف‌های متنوعی از رنگ اصلی برند، یعنی آبی ارکیده، ایجاد کرده‌ایم. این رویکرد به دولوپیکا امکان می‌دهد تا از یک پالت رنگی غنی و در عین حال منسجم در تمامی کاربردهای دیجیتال و چاپی بهره‌برد:

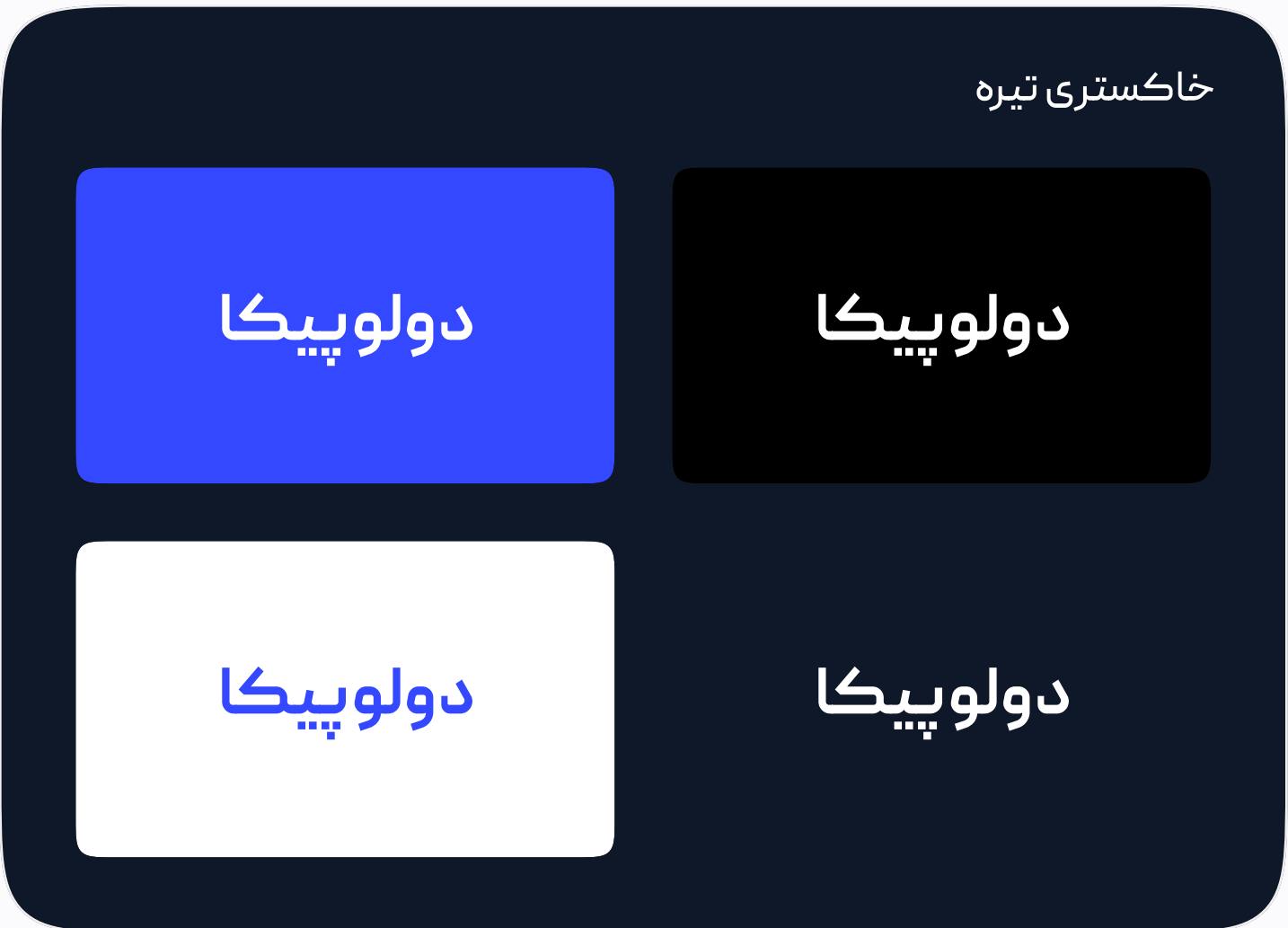
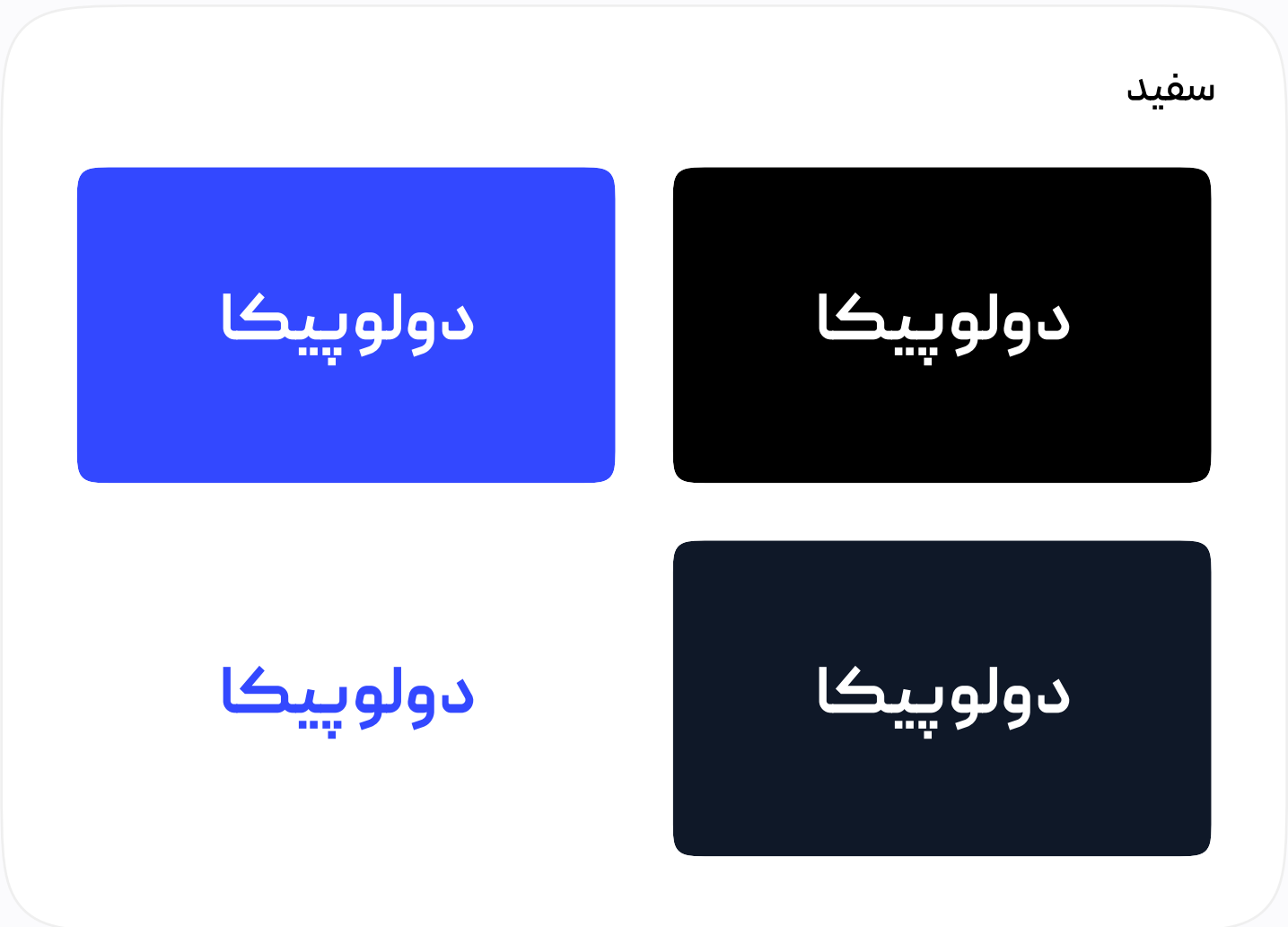
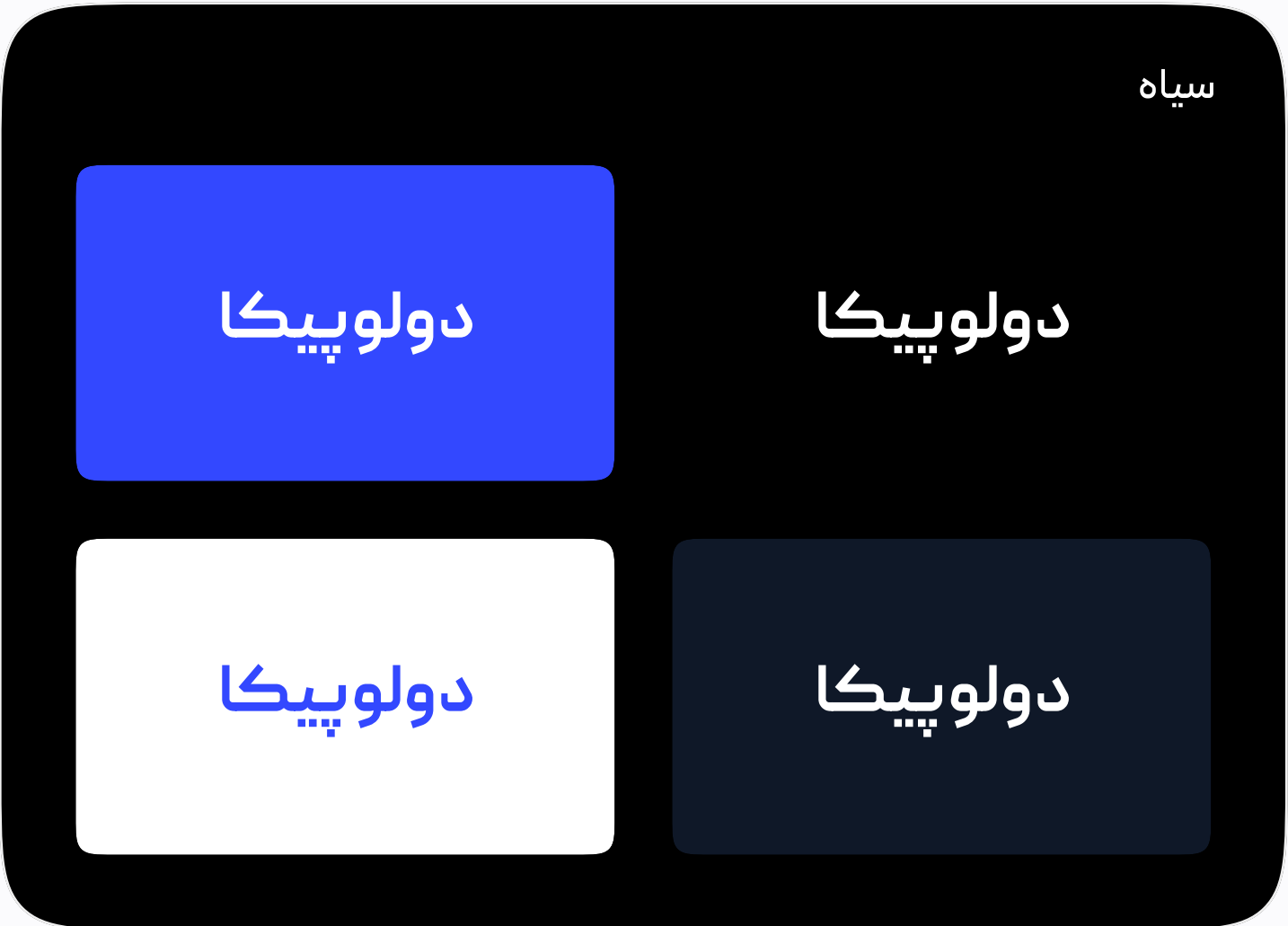
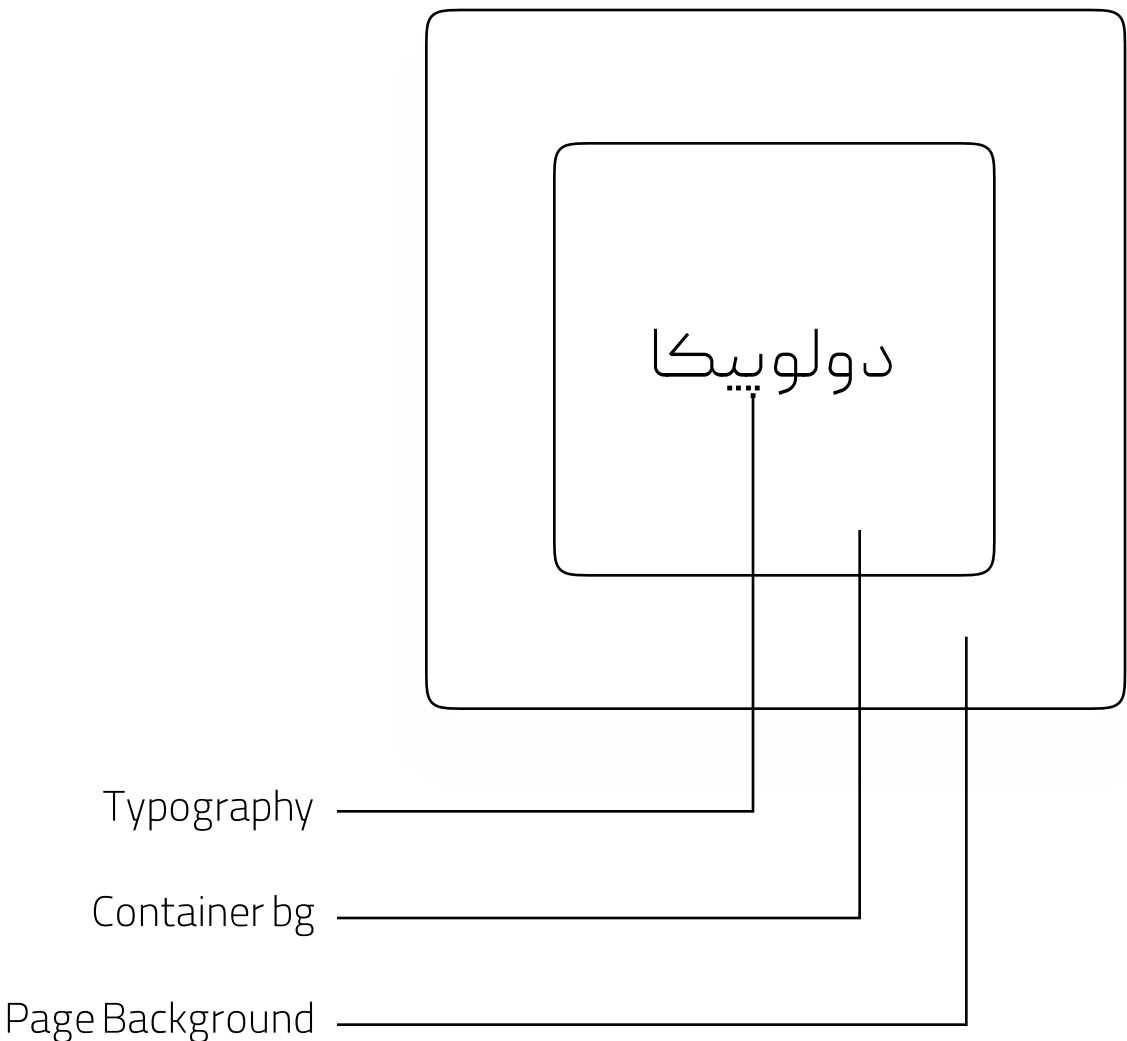
- الهام از Tailwind CSS و رویکرد سیستمی:** در طراحی این طیف‌ها، از الگوریتم و متدولوژی Tailwind CSS الهام گرفته‌ایم که یک استاندارد شناخته‌شده در توسعه وب مدرن است. این رویکرد به ما امکان می‌دهد تا ۱۲ طیف (Shade) دقیق و متوازن از رنگ آبی ارکیده را ایجاد کنیم. این سیستم‌مند بودن، فرآیند طراحی و توسعه را تسریع بخشیده و هماهنگی بصری را در مقیاس بزرگ تضمین می‌کند.
- نقش رنگ اصلی (Key Color):** برای ایجاد کنتراست مطلوب و خوانایی بالا، رنگ اصلی برند ما (آبی ارکیده) در جایگاه Shade 600 از این طیف ۱۲‌گانه قرار گرفته است.
- انعطاف‌پذیری در طراحی رابط کاربری (UI) و تجربه کاربری (UX):** این طیف گسترده از سایه‌ها، به طراحان و توسعه‌دهندگان دولوپیکا این امکان را می‌دهد که عناصر مختلف UI را با دقت بیشتری طراحی کنند – از حالات hover دکمه‌ها، تا نوارهای پیشرفت، نمودارها و افکت‌های بصری – بدون اینکه نیاز به معرفی رنگ‌های جدید خارج از پالت اصلی باشد.
- حفظ هویت رنگی:** اطمینان حاصل می‌شود که حتی با تنوع در روشنایی، هویت رنگی اصلی دولوپیکا همیشه در تمامی المان‌ها حفظ می‌شود و برند به صورت یکپارچه و قابل تشخیص باقی می‌ماند.



ترکیب‌های رنگی مجاز

این بخش مجموعه‌ای از ترکیب‌های رنگی از پیش تعیین شده را ارائه می‌دهد که استفاده از آن‌ها در طراحی‌ها مجاز و توصیه شده است. هدف آن، حفظ یکپارچگی بصری و جلوگیری از استفاده ناسازگار یا غیرحرفه‌ای از رنگ‌ها در کنار یکدیگر است.

توجه: لطفا در نظر داشته باشید که این قسمت در آینده می‌تواند دست‌خوش تغییراتی شود تا با UI Kit وبسایت نیز همگام شود.



نشان

واژه‌نشان

واژه‌نشان یا Wordmark به خود نام شرکت یا برند اشاره دارد که به صورت گرافیکی و با یک فونت یا استایل نوشتاری خاص طراحی شده است تا هویت بصری منحصر به فردی را ایجاد کند.

در این نوع لوگو، هیچ نماد یا نشانه‌ی تصویری جداگانه‌ای وجود ندارد؛ بلکه نام برند به تنهایی و با طراحی ویژه‌ی حروف، نقش لوگو را ایفا می‌کند.

هدف اصلی واژه‌نشان این است که با تمرکز بر نام، آن را به یادماندنی و قابل تشخیص کند و از طریق سبک نوشتاری، حس و حال خاص برند را به مخاطب منتقل سازد. برای مثال، لوگوی "دولوپیکا" که تنها شامل نام شرکت با یک فونت خاص است، یک وردمارک یا واژه‌نشان محسوب می‌شود.

مشخصات واژه نشان دولوپیکا به زبان فارسی :

- نام فونت: پیدا
- وزن فونت: بُلد
- فاصله حروف: 4%-
- چرا فونت پیدا ؟ فونت پیدا به عنوان فونت اصلی برای بدنه متن و محتوای طولانی‌تر دولوپیکا، ضمن حفظ حس مدرنیته، به برند عمق و اصالتی ایرانی می‌بخشد. همچنین پیدا می‌تواند پلی باشد میان تکنولوژی روز و ریشه‌های فرهنگی، و اطمینان حاصل کند که محتوای فارسی دولوپیکا نیز با همان کیفیت و زیبایی بصری ارائه شود. خوانایی بالا و طراحی دلنشین پیدا، امکان برقراری ارتباط مؤثر و بدون خستگی را با مخاطبان فارسی‌زبان فراهم می‌آورد و به دولوپیکا کمک می‌کند تا علاوه بر جنبه‌ی فناوریانه، در ارتباطات انسانی و انتقال مفاهیم عمیق‌تر خود نیز موفق عمل کند.

دولوپیکا

چینش افقی

چیدمان افقی لوگوی دولوپیکا به ترکیبی از "نشان" (نماد) و "واژه‌نشان"

(نام برند) اشاره دارد که در کنار یکدیگر و در یک راستای افقی قرار

می‌گیرند. در این حالت، در فارسی معمولاً "نشان" در سمت راست

"واژه‌نشان" جای می‌گیرد تا تعادل بصری حفظ شده و لوگو در فضاهای

افقی و گسترده‌تر به خوبی دیده شود. این چیدمان، رایج‌ترین و اصلی‌ترین

شکل نمایش لوگوی کامل ماست و برای کاربردهای عمومی و اصلی برند در

نظر گرفته شده است.



فرم اصلی (افقی)

در زمینه "Lockup"، این به معنای فرم اصلی و ترجیحی چینش افقی (یا عمودی) است که در اکثر کاربردها باید استفاده شود. این‌ها پایدارترین و شناخته‌شده‌ترین نسخه ترکیب لوگو و واژه‌نشان است.

 دولوپیکا

 دولوپیکا

سیاه و سفید

این بخش نحوه نمایش لوگو و واژه نشان را در فرمت های تک رنگ (سیاه روی سفید، یا سفید روی سیاه) مشخص می کند. این برای کاربردهایی که رنگی نیستند (مثل فکس، مهر، یا برخی اسناد رسمی) ضروری است.

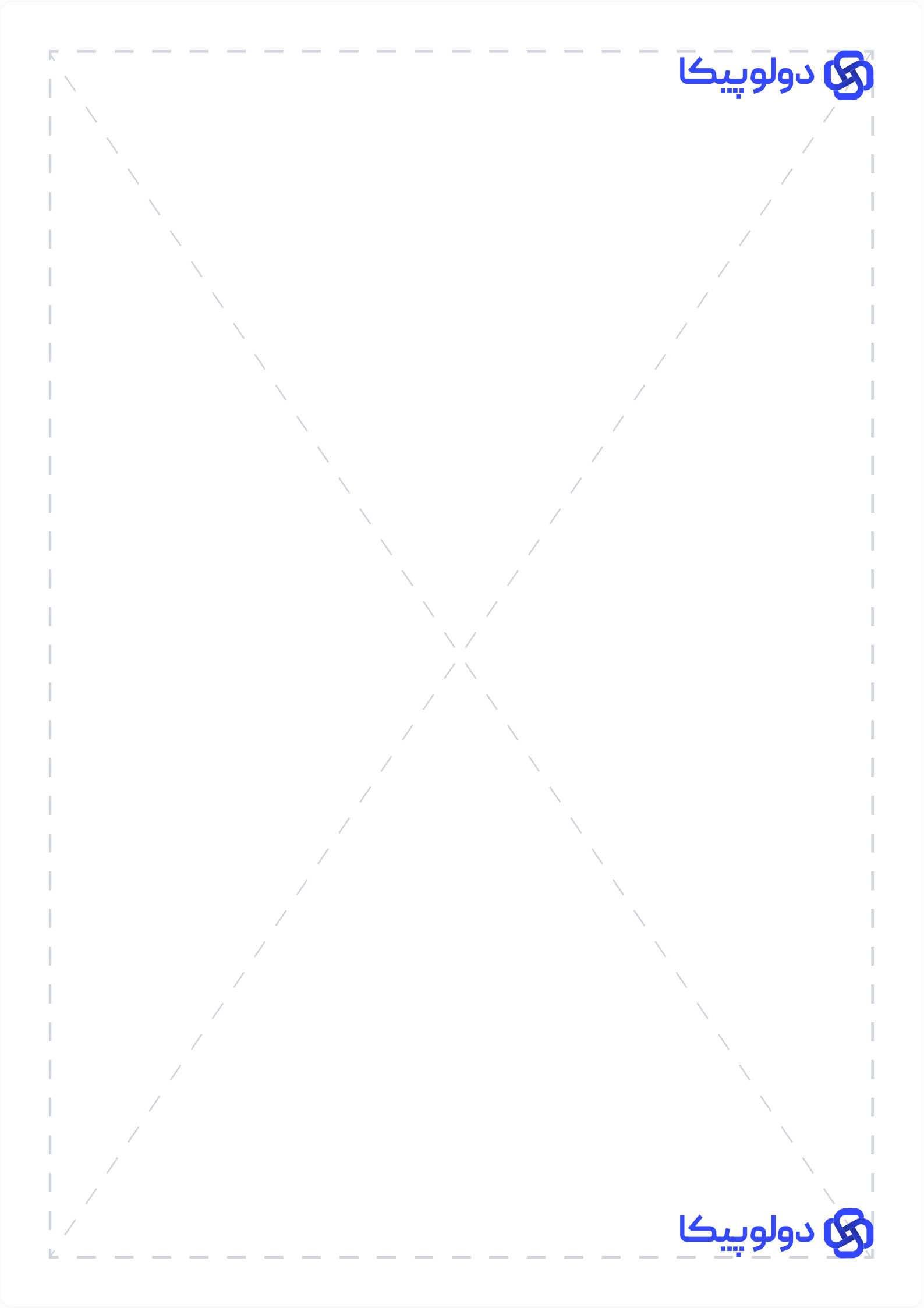
دولوپیکا

دولوپیکا

دولوپیکا

تراز افقی

این بخش به قوانین مربوط به هم‌راستایی و تراز لوگو و واژه‌نشان در چینش افقی می‌پردازد تا اطمینان حاصل شود که عناصر به صورت بصری متوازن و مرتب قرار گرفته‌اند.



چینش عمودی

این بخش به نحوه استاندارد قرارگیری لوگو و واژه نشان در کنار یکدیگر به صورت عمودی (معمولاً لوگو در بالا و واژه نشان در پایین) می پردازد. این فرم برای فضاهای محدود یا خاص مورد استفاده قرار می گیرد.



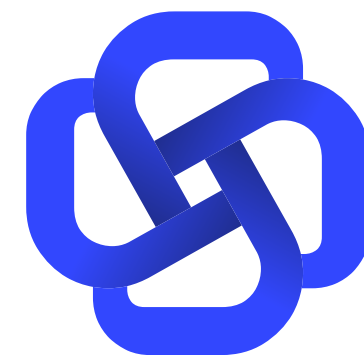
دولوپیکا

فرم اصلی (عمودی)

در زمینه "Vertical Lockup"، این به معنای فرم اصلی و ترجیحی چینش عمودی است که در صورت لزوم باید استفاده شود.



دولوپیکا



دولوپیکا

سیاه و سفید

این بخش نحوه نمایش لوگو و واژه نشان را در فرمت‌های تک‌رنگ (سیاه روی سفید، یا سفید روی سیاه) مشخص می‌کند. این برای کاربردهایی که رنگی نیستند (مثل فکس، مهر، یا برخی اسناد رسمی) ضروری است.

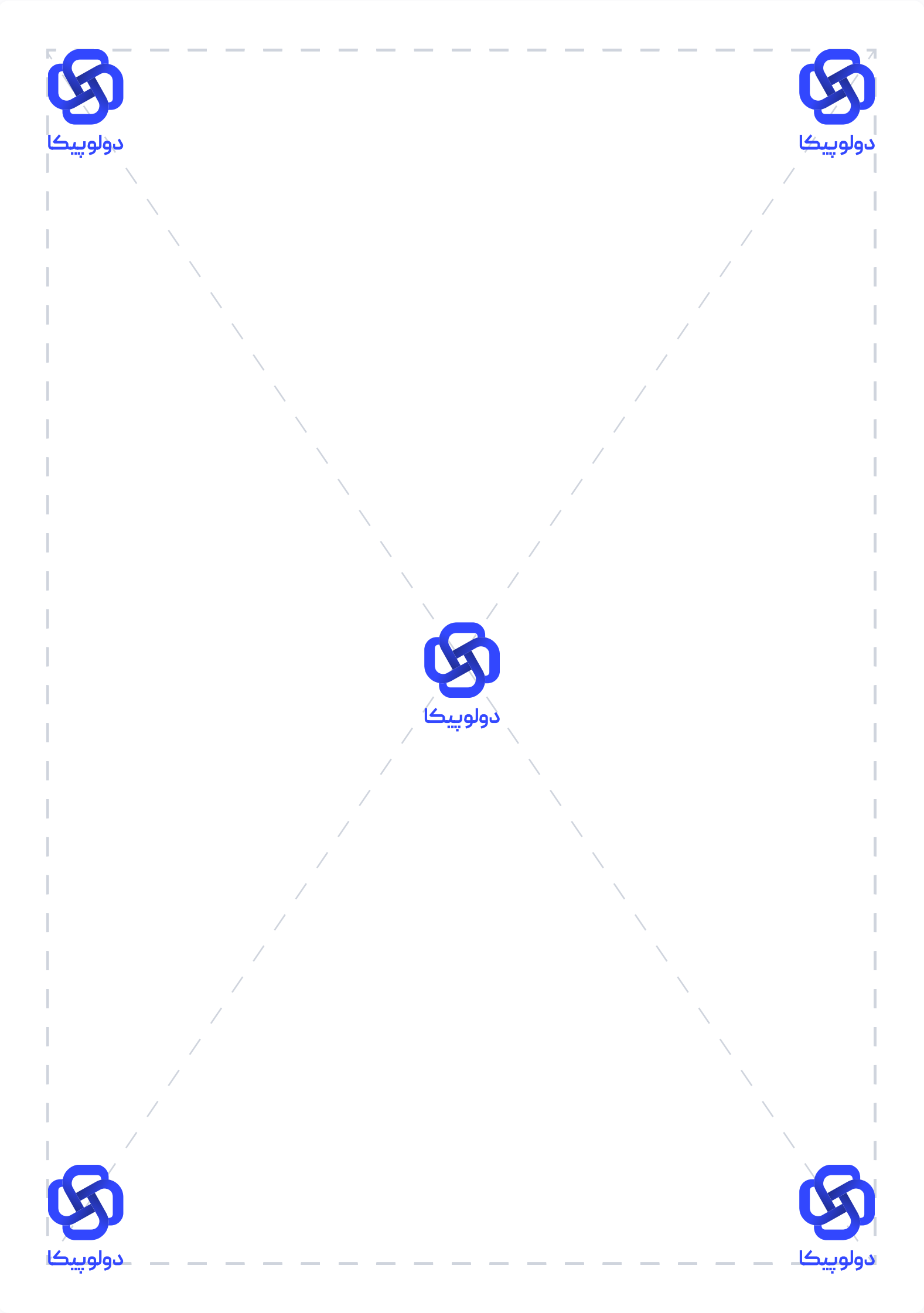


تراز عمودی

این بخش به قوانین مربوط به هم‌راستایی و تراز لوگو و واژه‌نشان در چینش

عمودی می‌پردازد تا اطمینان حاصل شود که عناصر به صورت بصری متوازن و

مرتب قرار گرفته‌اند.



نشان

"نشان" یا "لوگو" دولوپیکا، تجسم بصری هسته اصلی هویت و فلسفه ی

این برند است. این نشان، بر خلاف وردمارک که بر پایه نام بنا شده، تنها با

یک نماد تصویری قدرتمند، پیام و ارزش های ما را منتقل می کند. ما به دنبال

یک نماد بودیم که هم اصالت فارسی را داشته باشد و هم پویایی و

پیچیدگی دنیای توسعه و تکنولوژی را بازتاب دهد.

انتخاب نشان چرخشی از حرف "د" فارسی برای دولوپیکا، تصمیمی آگاهانه و

عمیقاً نمادین است. این حرف، نه تنها نقطه آغاز نام فارسی "دولوپیکا" است،

بلکه به صورت بصری، چندین مفهوم کلیدی را در خود جای داده است:

▪ **اصالت و ریشه های فارسی:** استفاده از یک حرف الفبای فارسی،

نشان دهنده ی هویت ایرانی و ریشه های فرهنگی ماست. این انتخاب، بر

پتانسیل و توانمندی بومی در حوزه ی تکنولوژی تأکید دارد.

▪ **پویایی و چرخش:** فرم چرخشی حرف "د"، نمادی از حرکت، تکامل، و

نوآوری مداوم است. این چرخش می تواند یادآور چرخ دنده ها در

مکانیک، چرخه توسعه نرم افزار، یا حتی دایره ی بی پایان پیشرفت و

خلاقیت باشد که جوهره ی اصلی فعالیت های دولوپیکا است.

▪ **اتصال و انسجام:** شکل در هم تنیده ی "د" های چرخشی، نمادی از

ارتباطات، شبکه ها، و همکاری هایی است که در دنیای توسعه نرم افزار و

تکنولوژی بسیار اهمیت دارد. این نشان بیانگر یکپارچگی و هم افزایی

در فرآیندهای ماست.

▪ **سادگی و قدرت:** با وجود مفاهیم عمیق، طراحی این نشان ساده،

مینیمال و در عین حال به شدت تأثیرگذار است. این سادگی

تضمین کننده قابلیت شناسایی آسان و به یاد ماندنی بودن آن در تمامی

پلتفرم ها و اندازه هاست، از آیکون های کوچک دیجیتال گرفته تا

کاربردهای بزرگتر.

این نشان، بیش از یک تصویر ساده است؛ آن روح دولوپیکا را در خود دارد –

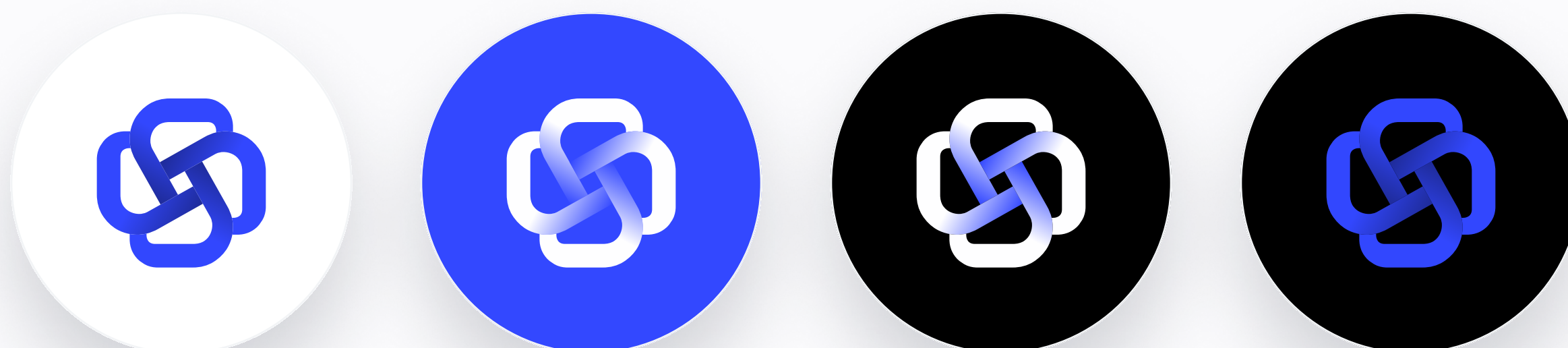
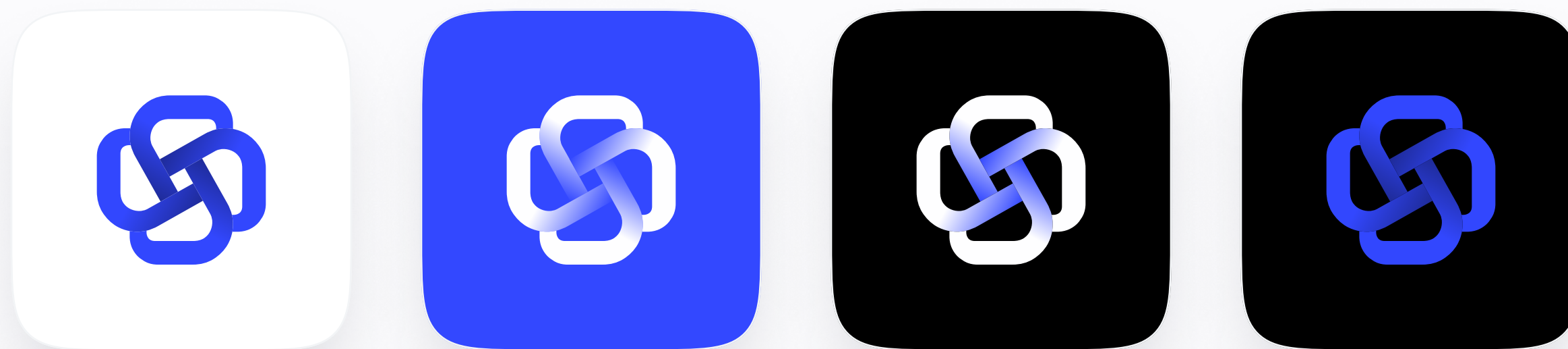
برندی که ریشه هایش در اصالت است، اما همواره در حال چرخش به سمت

آینده، نوآوری و انسجام است.



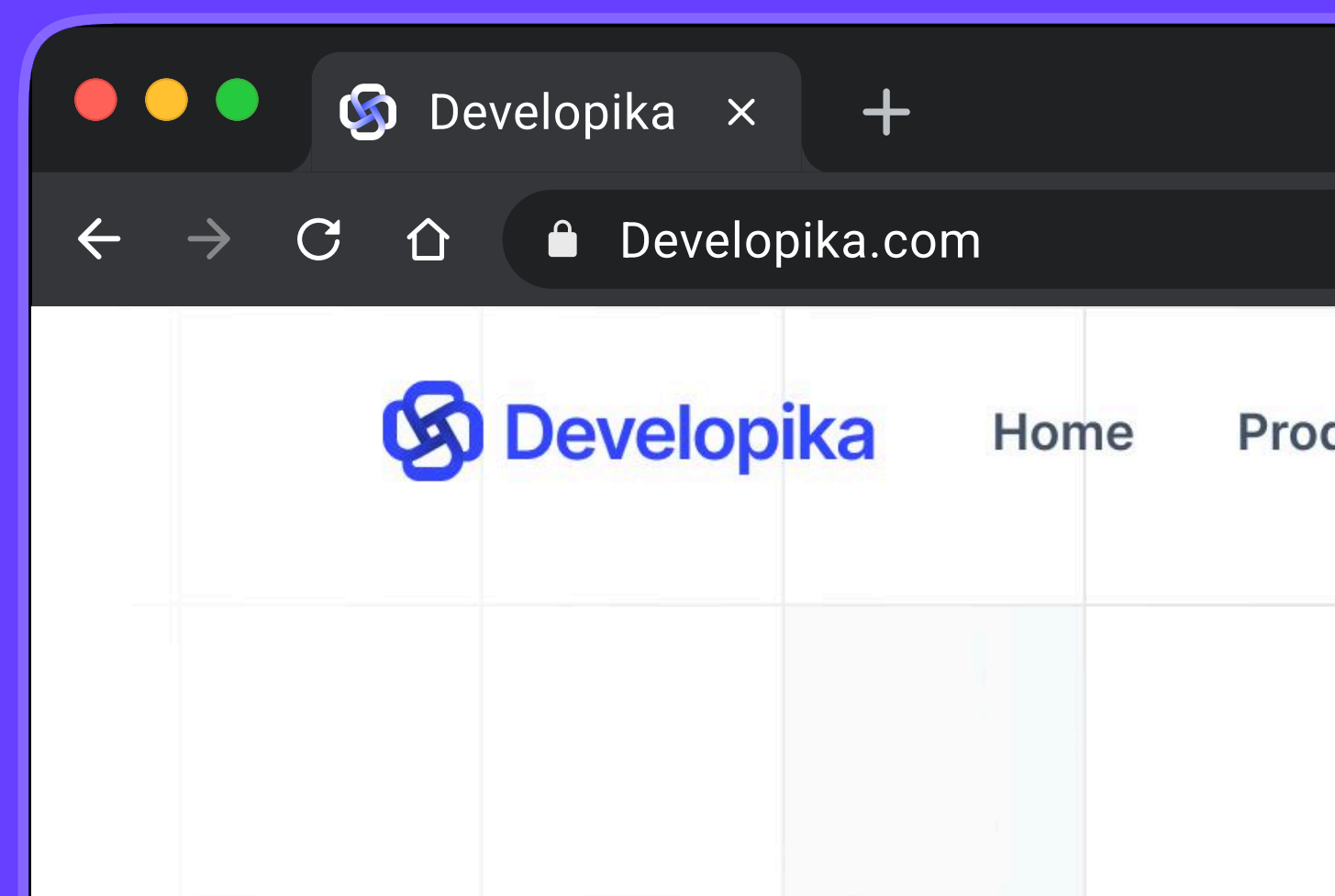
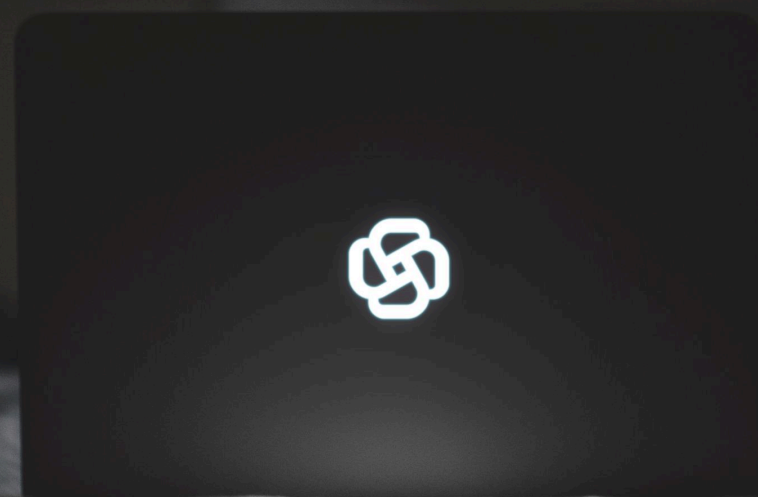
تصویر پروفایل

این بخش به نحوه استفاده از لوگو یا بخشی از آن به عنوان تصویر پروفایل در شبکه‌های اجتماعی، پلتفرم‌های آنلاین و سایر فضاهاى دیجیتال می‌پردازد تا یکپارچگی برند حفظ شود.



کاربرد دیجیتال

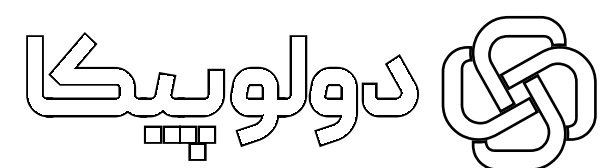
این بخش به مجموعه‌ای از مثال‌ها برای استفاده از عناصر هویت بصری برند در تمامی پلتفرم‌ها و رسانه‌های دیجیتال (مانند وبسایت، اپلیکیشن، ایمیل، شبکه‌های اجتماعی) می‌پردازد و نمونه‌های واقعی آن در طراحی آینده معلوم و با این موکاپ‌ها جایگزین می‌شود.



نبایدهای لوگو

این بخش به توضیح کارهایی که نباید با لوگو انجام شود (مانند تغییر رنگ، کشیدن، فشرده کردن، اضافه کردن افکت‌های غیرمجاز، یا قرار دادن روی پس‌زمینه‌های نامناسب) می‌پردازد تا از آسیب به هویت بصری برند جلوگیری شود.

توجه: این بخش در آینده نزدیک و بعد از اتمام طراحی وبسایت تکمیل می‌گردد.



Adding outline



Stretching



Rotating



Problematic color painting



use with image mask



Use with non brand color



Use effects like shadow or glow



logo pattern



Use with box

ٹایپو گرافی

فونت سربِگ و واژه‌نشان

به فونتی اطلاق می‌شود که برای عناوین اصلی صفحات (H1، H2) و همچنین

هویت نوشتاری لوگو (واژه‌نشان) انتخاب می‌شود تا قدرت و ثبات بصری برند حفظ گردد.

برای حفظ ثبات و قدرت بصری برند، از **فونت پیدا** به عنوان فونت اصلی در

تمامی سربِگ‌ها، عنوان‌های اصلی (از H1 تا H4) و واژه‌نشان استفاده

می‌شود. این کار باعث می‌شود تا لحن بصری قوی برند در تمامی نقاط تماس حفظ شود.

دولوپیکا

اوزان فونت

اوزان یا ضخامت‌های مختلف یک فونت (مانند Regular، Bold) هستند که به طراحان اجازه می‌دهند اهمیت و تمرکز بصری متن را بدون تغییر دادن خود فونت، تنظیم کنند.

تنها اوزان مجاز از فونت پیدا شامل **Bold** و **Semi-bold**، **Regular**، **Medium** است.

- **استفاده در عنوان‌ها:** برای تمامی عناوین (H1-H4) باید از وزن **Bold** یا در صورت نیاز به ظرافت بیشتر، از وزن **Medium** یا **Semi-bold** استفاده شود.
- **استفاده در متون توضیحی:** متون توضیحی فرعی، کپشن‌ها و عناصر رابط کاربری باید از اوزان **Regular** یا **Medium** استفاده کنند.
- **عدم مجاز بودن:** استفاده از اوزان دیگر (مانند Thin یا Extra Light) مجاز نیست.

دولوپیکا
دولوپیکا
دولوپیکا
دولوپیکا

فونت بدنه متن

فونتی است که برای تمامی متون طولانی، پاراگراف‌ها و محتوای اصلی صفحات استفاده می‌شود. تمرکز اصلی در انتخاب این فونت، بر خوانایی و عدم خستگی چشم مخاطب است.

تمامی محتوای طولانی، بدنه متن اصلی وب‌سایت، ایمیل‌ها و اسناد رسمی باید صرفاً از فونت پیدا با وزن **Regular** استفاده کنند. این انتخاب، بالاترین سطح خوانایی را برای مخاطب فارسی‌زبان در طول مطالعه محتوای طولانی تضمین می‌کند.

مرا عهدیست با شادی که شادی آن من باشد

به خط خویشتن فرمان به دستم داد آن سلطان

اگر هشیار اگر مستم نگیرد غیر او دستم

چه زَهره دارد اندیشه که گِرد شهر من گردد

نبیند روی من زردی به اقبال لب لعلش

بِدَرَم زَهره زُهره خراشم ماه را چهره

بِدَرَم جُبه مَه را بریزم ساغر شَه را

چراغ چرخ گردونم چو اِجری خوار خورشیدم

منم مصر و شکرخانه چو یوسف در بَرَم گیرد

زهی حاضر زهی ناظر زهی حافظ زهی ناصر

یکی جانیست در عالم که ننگش آید از صورت

سر ماهست و من مجنون مجنbanید زنجیرم

سخن بخش زبان من چو باشد شمس تبریزی

مرا قولیست با جانان که جانان جان من باشد

که تا تختست و تا بختست او سلطان من باشد

وگر من دست خود خستم همو درمان من باشد

که قصد مُلک من دارد چو او خاقان من باشد

بمیرد پیش من رُستم چو او دَستان من باشد

بَرَم از آسمان مُهره چو او کیوان من باشد

وگر خواهند تاوانم همو تاوان من باشد

امیر گوی و چوگانم چو دل میدان من باشد

چه جویم ملک کنعان را؟ چو او کنعان من باشد

زهی الزام هر منکر چو او برهان من باشد

بپوشد صورت انسان ولی انسان من باشد

مرا هر دم سر مه شد چو مه بر خوان من باشد

تو خامُش تا زبان‌ها خود چو دل جنبان من باشد

شیوه تأکید بر متن

به مجموعه قوانینی اطلاق می‌شود که تعیین می‌کند چگونه باید یک

کلمه یا عبارت خاص را در متن برجسته ساخت تا توجه خواننده را جلب کند.

این روش‌ها شامل استفاده از Bold یا رنگ‌بندی است.

برای برجسته کردن یک کلمه یا عبارت کلیدی، باید از شیوه‌های زیر استفاده شود:

- **استفاده از وزن Bold:** در محتوای اصلی (Regular)، تأکید بر واژه صرفاً با تغییر وزن آن به Bold انجام شود.
- **رنگ‌برند:** استفاده از رنگ اصلی برند (آبی ارکیده) برای متونی که نیاز به جلب توجه فوری دارند.
- **ممنوعیت:** استفاده از زیرخط کشیدن (Underline) یا ایتالیک (Italic) برای تأکید، مجاز نیست زیرا کیفیت بصری و خوانایی را کاهش می‌دهد.

مرا عهدیست با شادی که شادی آن من باشد

به خط خویشتن فرمان به دستم داد آن سلطان

اگر هشیار اگر مستم نگیرد غیر او دستم

چه زَهره دارد اندیشه که گِرد شهر من گردد

نبیند روی من زردی به اقبال لب لعلش

بِدَرَم زَهره زُهره خراشم ماه را چهره

بِدَرَم جُبه مَه را بریزم ساغر شَه را

چراغ چرخ گردونم چو اِجری خوار خورشیدم

منم مصر و شکرخانه چو یوسف در بَرَم گیرد

زهی حاضر زهی ناظر زهی حافظ زهی ناصر

یکی جانیست در عالم که ننگش آید از صورت

سر ماهست و من مجنون مجنbanید زنجیرم

سخن بخش زبان من چو باشد شمس تبریزی

مرا قولیست با جانان که جانان **جان** من باشد

که تا تختست و تا بختست او **سلطان** من باشد

وگر من دست خود خستم همو **درمان** من باشد

که قصد مُلک من دارد چو او **خاقان** من باشد

بمیرد پیش من رُستم چو او **دَستان** من باشد

بَرَم از آسمان مُهره چو او **کیوان** من باشد

وگر خواهند تاوانم همو **تاوان** من باشد

امیر گوی و چوگانم چو دل **میدان** من باشد

چه جویم ملک کنعان را؟ چو او **کنعان** من باشد

زهی الزام هر منکر چو او **برهان** من باشد

بیوشد صورت انسان ولی **انسان** من باشد

مرا هر دم سر مه شد چو مه بر **خوان** من باشد

تو خامُش تا زبان‌ها خود چو دل **جنبان** من باشد

سلسله مراتب متون

سلسله مراتب متون، ساختار و رابطه میان اندازه‌ها و اوزان مختلف متنی (مانند رابطه H1 با H2 یا بدنه متن) را تعریف می‌کند. این اصل، سازماندهی بصری صفحات را تضمین می‌کند.

استفاده از **مقیاس طلایی**، که با نسبت ۱.۶۱۸ شناخته می‌شود، یک اصل اساسی در طراحی‌های بصری دولوپیکا خواهد بود. این انتخاب، فلسفه برند ما را در خصوص دقت، تعادل و مهندسی کیفیت منعکس می‌کند:

- تضمین توازن و هارمونی:** مقیاس طلایی در طبیعت و هنر، نشان‌دهنده زیبایی، تناسب و توازن ایده‌آل است. با اعمال این نسبت در طراحی‌ها (مانند اندازه‌گذاری عناصر، فواصل، ستون‌بندی و چیدمان لوگو)، تضمین می‌کنیم که تمامی آثار بصری دولوپیکا دارای یک هارمونی درونی و حرفه‌ای باشند.
- انعکاس مهندسی و دقت:** دولوپیکا یک شرکت مهندسی نرم‌افزار است. استفاده از یک نسبت ریاضی دقیق، نشان می‌دهد که در پس هر تصمیم بصری، محاسبه و تفکر مهندسی دقیق وجود دارد؛ درست مانند کدهایی که می‌نویسیم.

دولوپیکا

دولوپیکا

دولوپیکا

دولوپیکا

دولوپیکا

دولوپیکا

دولوپیکا

دولوپیکا

دولوپیکا

پایان