

قلم آوید

Avid Typeface



قلم آوید در دل دوره‌ی طراحی قلم راست چین شکل گرفت؛ دوره‌ای با رویکرد طراحی قلم اختصاصی برند، تحت راهبری امید امامیان، رضا بختیاری فرد و مهدی ارشادی.

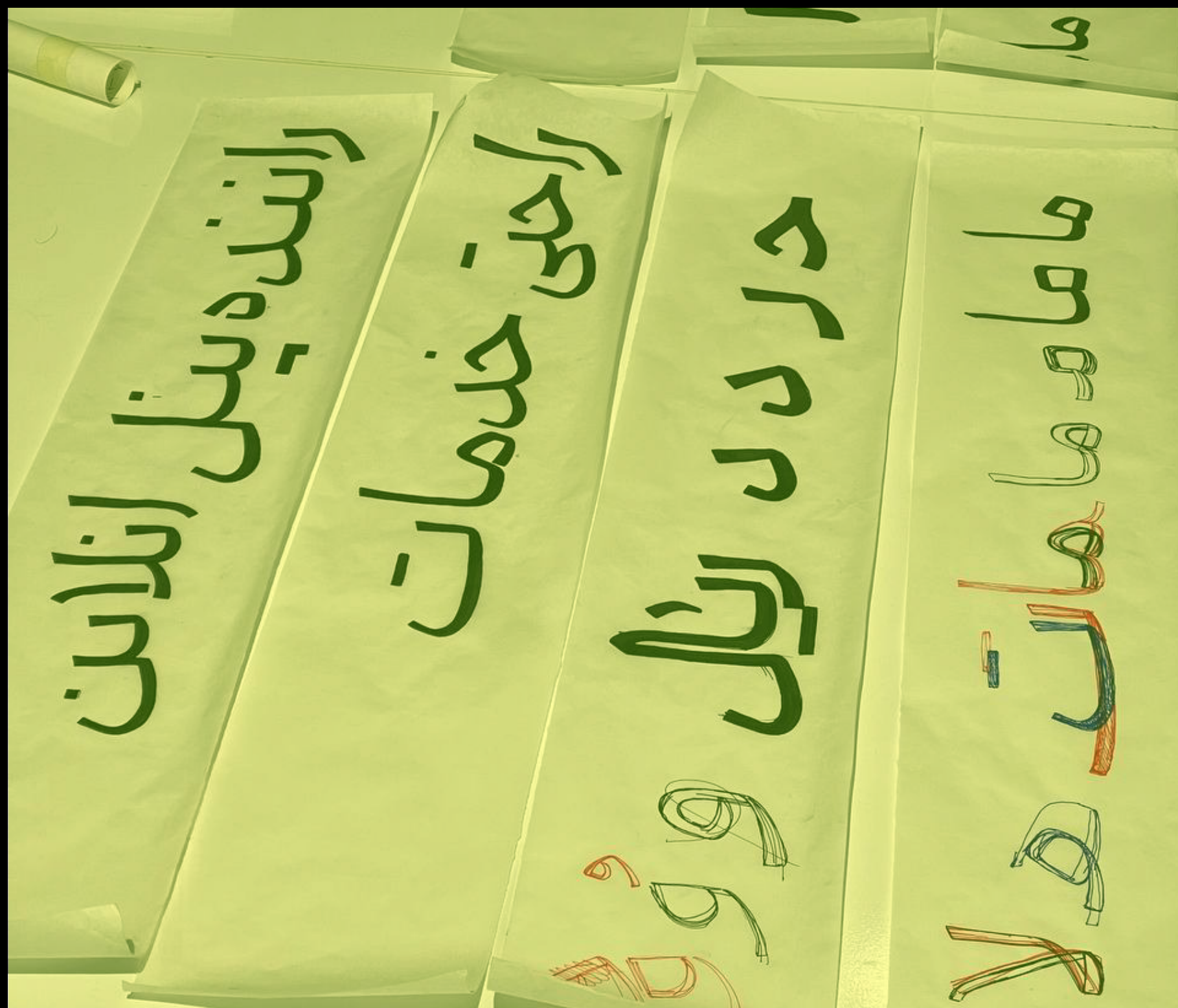
در مرحله‌ی نخست، برندی انتخاب شد که نیازمند قلم اختصاصی بود و پس از تحقیق و بررسی، بریف مناسبی برای آن تدوین گردید. برند مورد نظر به قلمی نیاز داشت **با اعتماد به نفس و خوانایی بالا** که علاوه بر آن، تعادلی متوازن میان **پویایی و آرامش** برقرار سازد.



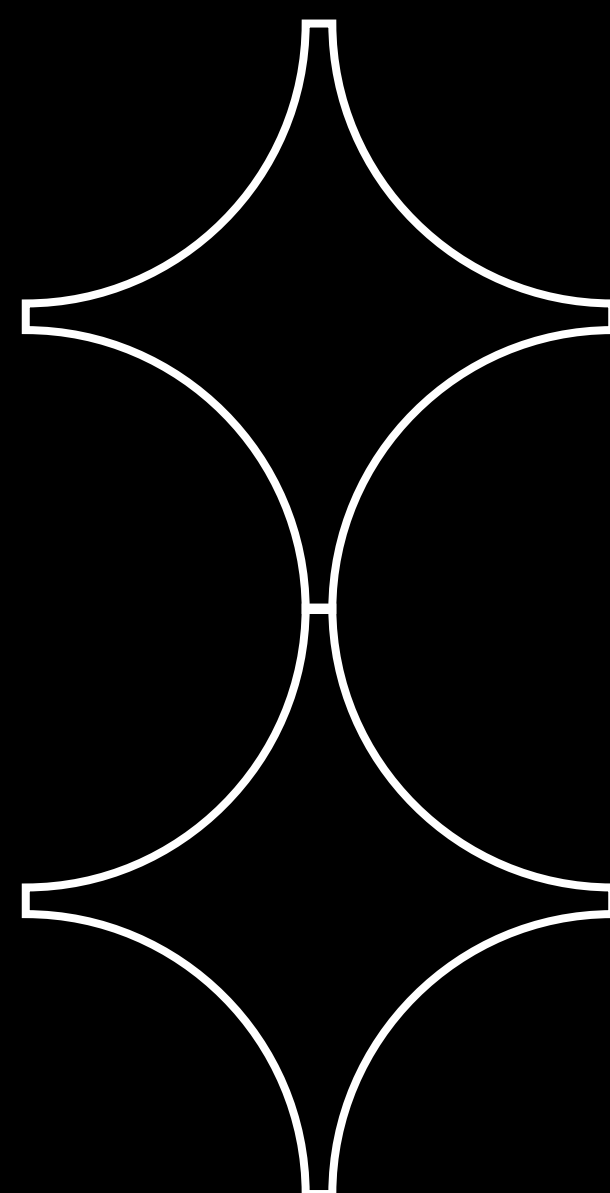


پس از تکمیل بریف و گردآوری محتوا، فرآیند تبدیل مفاهیم به فرم آغاز شد. فرم‌ها به تدریج و با دقت خلق و اجرا شدند؛ حروفی برگرفته از **ساختارهای هندسی**، با نگاهی به **رسم الخط** فارسی.

بر اساس بریف، نیاز به فرم‌هایی خلاصه و روان وجود داشت. استفاده از حروف با جزئیات زیاد یا حروف دارای کنتراست امکان‌پذیر نبود، چرا که کاربران برند می‌بایست حروف را در تمامی ابعاد و شرایط مختلف **به درستی** مشاهده می‌کردند و عدم رعایت این ملاحظات می‌توانست مشکلاتی برای آنان ایجاد کند. به همین دلیل، رویکرد طراحی به سمت فرم‌های هندسی سوق یافت.



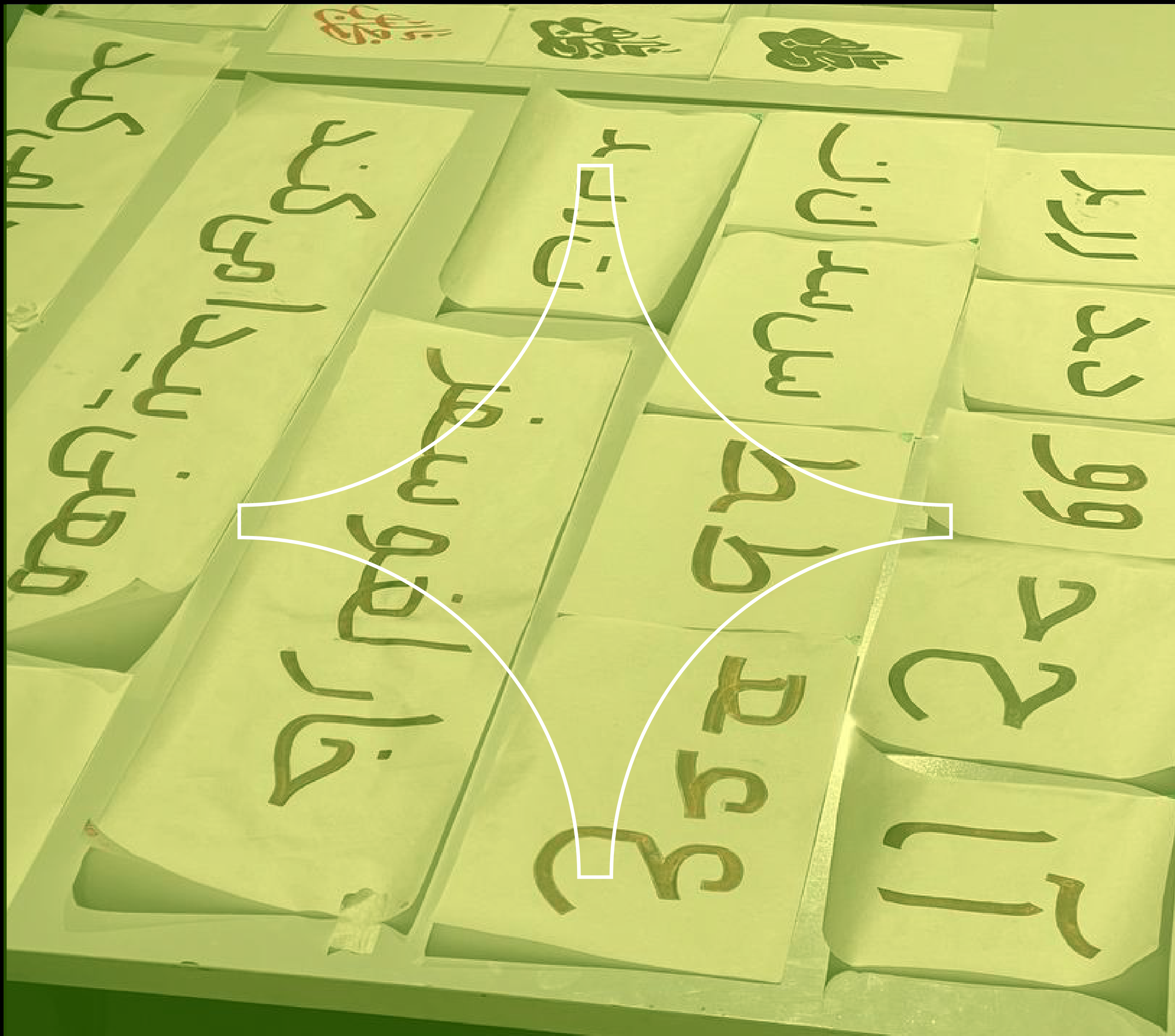
حروف می‌بایست محکم و **با اعتماد به نفس** طراحی می‌شدند. یکی از راه‌حل‌های مطرح شده، کمترین استفاده از خطوط مورب بود؛ بدون فاصله گرفتن از رسم‌الخط آن‌ها. مسئله‌ی بعدی، توازن میان **آرامش و پویایی** بود که یکی از بخش‌های مهم آن، مدیریت سطح و دور حروف به شمار می‌رفت. این مدیریت یکی از دشوارترین چالش‌های پروژه در ابتدای مسیر بود. در همین مسیر، **شکست‌هایی** در دل دورها ایجاد شد تا از **پویایی بیش از حد فرم‌ها** جلوگیری گردد.

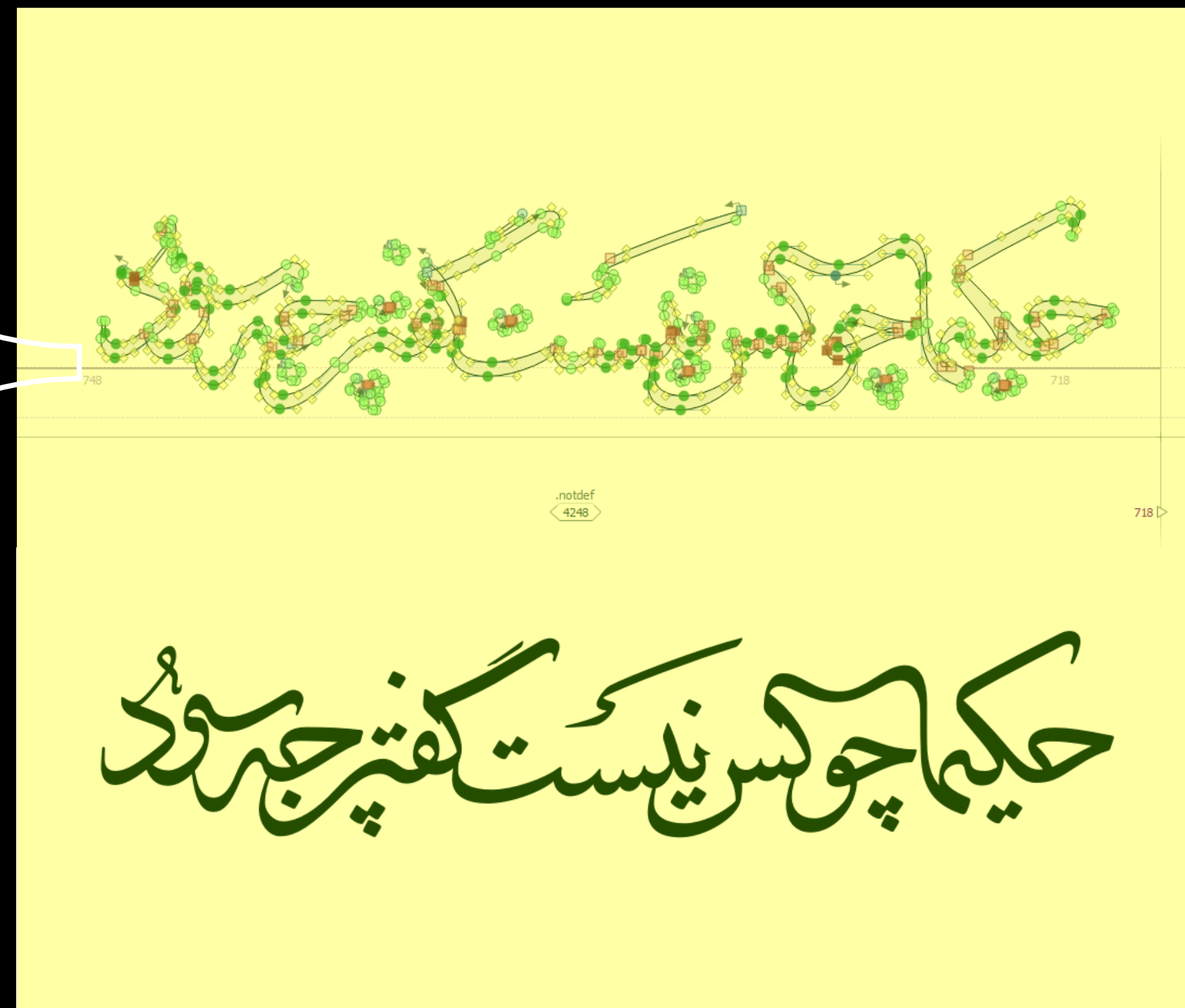


در بررسی‌های اولیه‌ی خطوط خوشنویسی، یکی از ویژگی‌هایی که مورد توجه قرار گرفت، تأثیر **قد بلند حروف** در القای اعتماد به نفس و قدرت بود. از این رو، تلاش شد تا حروف، به ویژه دندانه‌ها، از **ارتفاع** بیشتری برخوردار باشند.

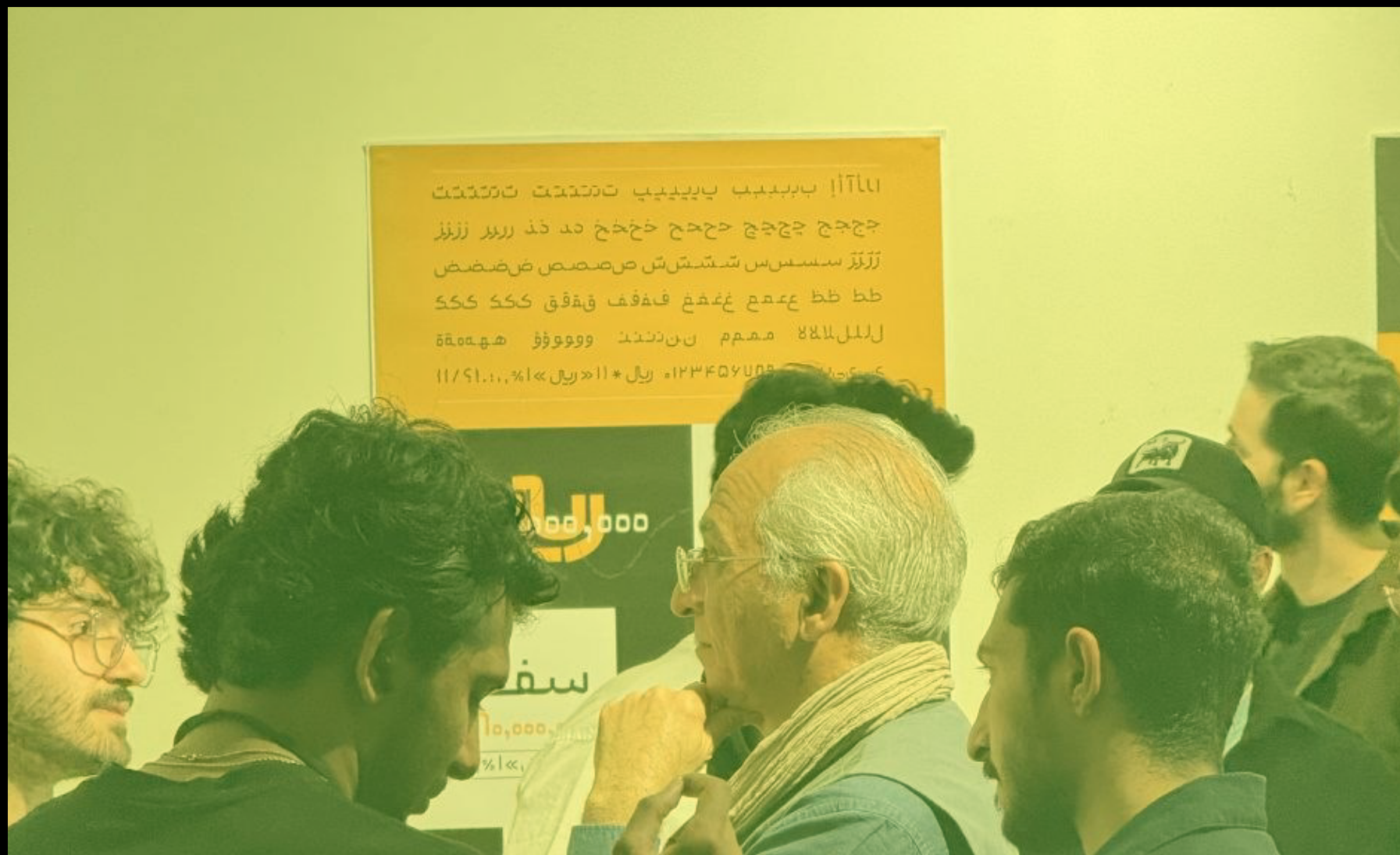


خ ا ز ح





این بررسی، ایرادات را با وضوح بیشتری آشکار ساخت و اصلاحات لازم را ممکن کرد. در جریان تحلیل‌ها، ایده‌ی طراحی **نسخه‌ی کشیده‌ی حروف و اتصالات ویژه** مطرح شد؛ اما با توجه به محدودیت‌های بریف برند، بخشی از این ایده‌ها در آن مقطع قابل اجرا نبودند. از این رو، حروف به سمت **خلاصه‌تر شدن** هدایت شدند و بخشی از برش‌ها، اتصالات و فرم‌ها اصلاح یا حذف گردیدند.



پس از شش ماه اتود مستمر، قلم به خروجی اولیه‌ای دست یافت و در پایان **دوره‌ی راست‌چین**، به صورت عمومی به نمایش گذاشته شد.

در پی پایان دوره، پیشنهاد ارائه‌ی قلم به برند تیپسی (که برند انتخابی این پروژه بود) مطرح گردید؛ اما با توجه به تمایل به انتشار عمومی، بهره‌مندی از **بازخورد گسترده‌تر کاربران** و امکان **توسعه‌ی آزادانه‌تر**، تصمیم گرفته شد این قلم به صورت عمومی منتشر شود.

این تصمیم، آغاز نام **آوید** بود. با همکاری و راهبری رضا بختیاری فرد، کار با تمرکز و جدیت بیشتری پیگیری شد و در همین دوره، **آوید** در **سومین هفته‌ی تایپ تهران** نیز به نمایش درآمد.



قلم آوید Avid Typeface

نرم افزار برج

برای صفحه ایی که
نگاهش می کنید.

8 weights

Variable

با خروج آوید از چارچوب قلم اختصاصی برند، فضای بیشتری برای ایده پردازی در حروف و اتصالات فراهم شد. پس از یک سال تلاش مستمر، پروژه به خروجی مطلوب رسید. در نهایت، در تاریخ یکم مرداد ۱۴۰۵، قلم آوید در نرم افزاری مریم منتشر شد.



در این مسیر طولانی، همراهی دوستان و همکاران بسیاری انرژی بخش و راهگشا بود. در مرحله‌ی نخست، اساتید گرامی **رضا بختیاری فرد** و **امید امامیان** با تلاش و راهنمایی‌های ارزشمند خود موجب شدند این پروژه به سرانجام برسد. **امیرحسین صفائی** عزیز در بخش پرزنت و دیزاین راهنمایی‌های مؤثری ارائه داد. **دانا ابوطالبی** و **نورا آرقند**، همکاران عزیز، در تکمیل پرزنت آوید همراه و یاری‌رسان بودند. از تمامی عزیزان نام‌برده و سایر همراهان این مسیر صمیمانه سپاسگزارم.

مقداد امینی

مرداد ۱۴۰۵