

# Manuál vizuální identity

## Vizuální identita Česko.Digital

Česko.Digital je komunita IT profesionálů, kteří ve svém volném čase **dělají Česko lepším** místem k životu. Jsme techničtí a jsme na to hrdí. Chceme však technologie **přiblížit lidem** tak, aby k nim přistupovali s důvěrou a naučili se je efektivně využívat.

Naše identita je jednoduchá a účelná. Jednoduše zajišťuje, aby informace, které předáváme dál, vždy vyzněly v souladu s našimi cíli a **hodnotami**.

Chceme se prezentovat jako:

- > sebevědomě techničtí a profesionální
- > vstřícní vůči světu mimo IT
- > komunita s důrazem na lidské vztahy

## Naše hodnoty

Jsme hodnotově vedená organizace. Hodnoty jsou pro nás velmi důležité. Každý krok, který v Česko.Digital děláme, děláme vždy s ohledem na ně.

- › Otevřenost a transparentnost
- › Profesionalita a efektivita
- › Spolupráce a partnerství
- › Uživatelé v hlavní roli
- › Technologie jako dobrý sluha

## Stavební prvky identity

Pracujeme s několika prvky, které dohromady umožňují vytvářet kompaktní materiály ke značce Česko.Digital.

- > Logotyp 2
- > Písmo a komunikace 3
- > Barvy 4
- > Fotky 5
- > Vzory, ilustrace a tvary 6
- > Aplikace identity 7

# Logotyp

## Původ logotypu

Logotyp můžete číst jako dvouřádkovou slovní značku. První řádek je vysázen strojovým jazykem v podobě úvodní svorky (většítka) a dvou teček. Druhý řádek písmem, které ovládají lidé. Spojením obou světů vzniká Česko.Digital.

Natočený háček nad C kromě svorky odkazuje také na počátek, jednoznačný směr a modrý klín české vlajky.

Grafické pojetí i kompozice logotypu vychází ze světa informačních technologií, svým stylem připomíná obrazovku terminálu, binární kód, pevně danou strukturu, čistý kód, kdy nic nechybí ani není navíc.



## Logotyp a psaná forma

Logotyp (grafická značka) se musí zobrazovat výhradně v této podobě. Neexistuje žádná varianta na výšku z prostého důvodu: název je zároveň webovou adresou a jiné kompozice by tuto funkci logotypu příliš skryly.

> cesko.digital

### Logotyp (grafická značka)

Logotyp je vysázen neproporcionalním písmem a celý malými písmeny, čímž dobře funguje i v malých velikostech. Nikdy neměníme jeho podobu.



### Psaná forma

Při psaní názvu organizace v běžném textu používáme formu **Česko.Digital** s velkými úvodními písmeny.

Název by se v tom případě nikdy neměl dělit na konci řádku. Pokud se tak přece jenom stane, tečku dáváme na začátek druhého řádku.

# Logotyp

## Ochranná zóna a minimální velikost

Kolem logotypu konstruujeme neviditelnou ochrannou zónu, do které nesmí zasahovat žádné jiné prvky.

Logotyp nepoužíváme menší než v zobrazených velikostech.



24 px  
8 mm    > cesko . digital

120 px  
40 mm

12 px  
4 mm    česko digital

60 px  
20 mm

>  
cesko . digital

145 px  
48 mm

cesko.digital

75 px  
25 mm

## Barevné varianty logotypu

Logotyp v bílém či modrém (inverzní varianta) bloku používáme pro lepší čitelnost ve vizuálně rušném prostředí.

Samostatné logo v bílé barvě pro velké a jednolité plochy různě tmavých barev a materiálů.

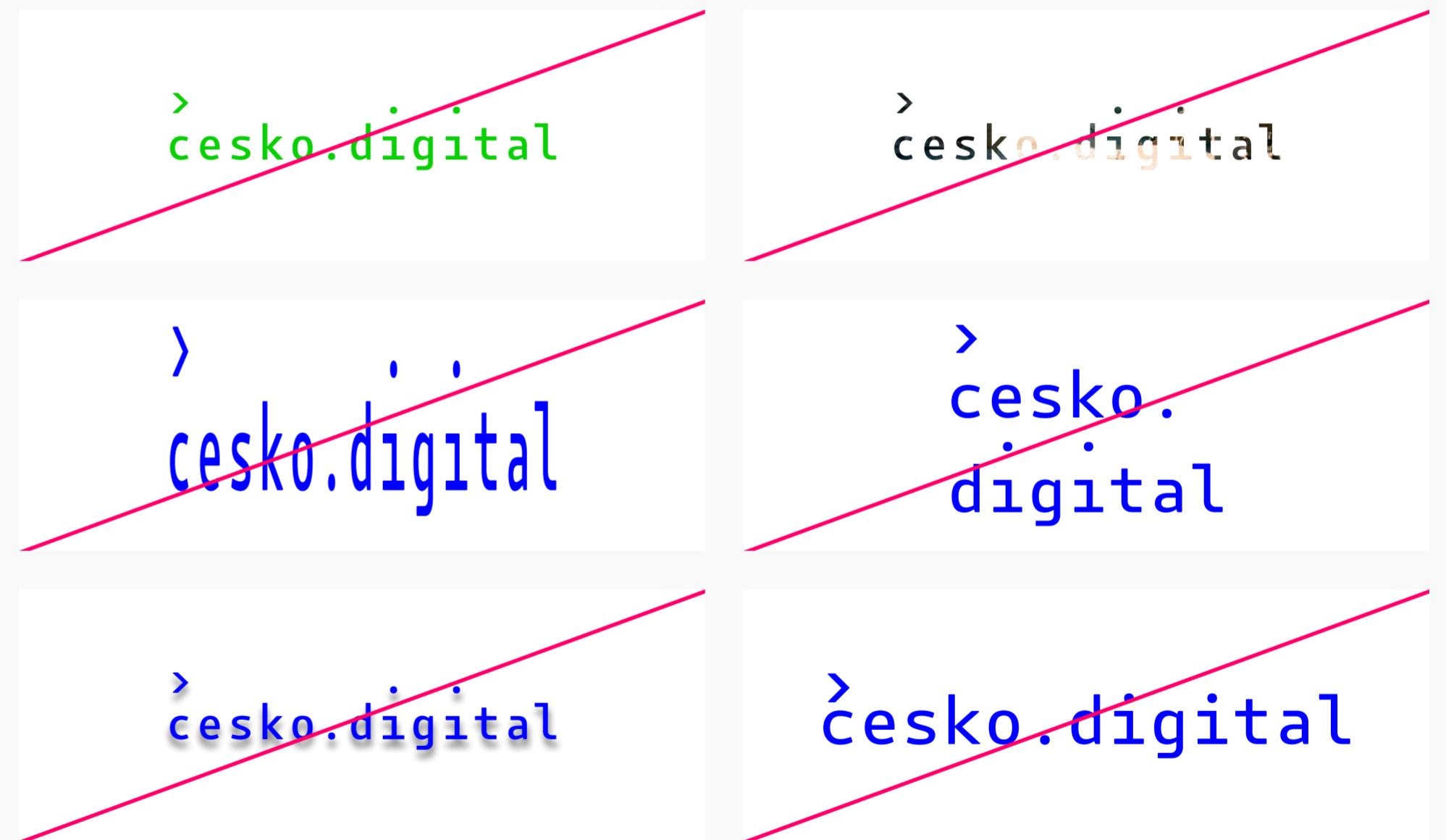
Černobílé a inverzní černobílé provedení používáme pokud nelze použít barevné, případně podle uvázení v daném kontextu.



## Zakázané úpravy

Neměníme barvu logotypu. Nepoužíváme logotyp „jako okno“ – nevkládáme do něj fotky a barevné přechody.

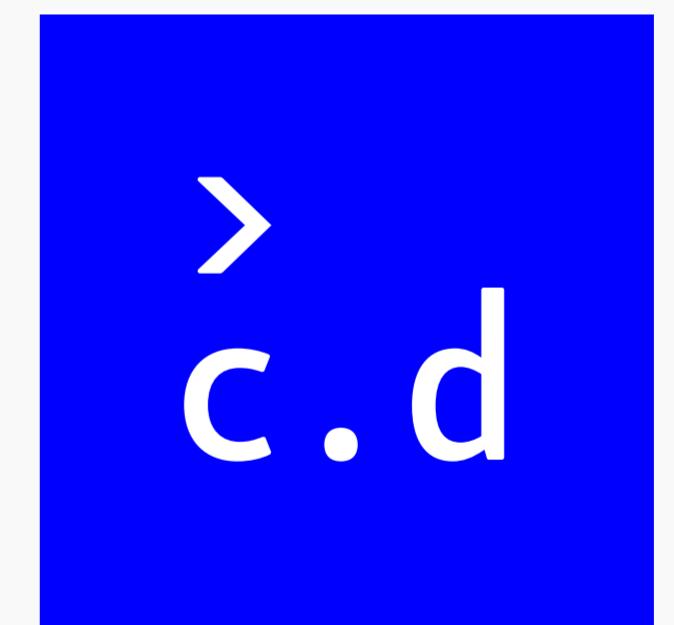
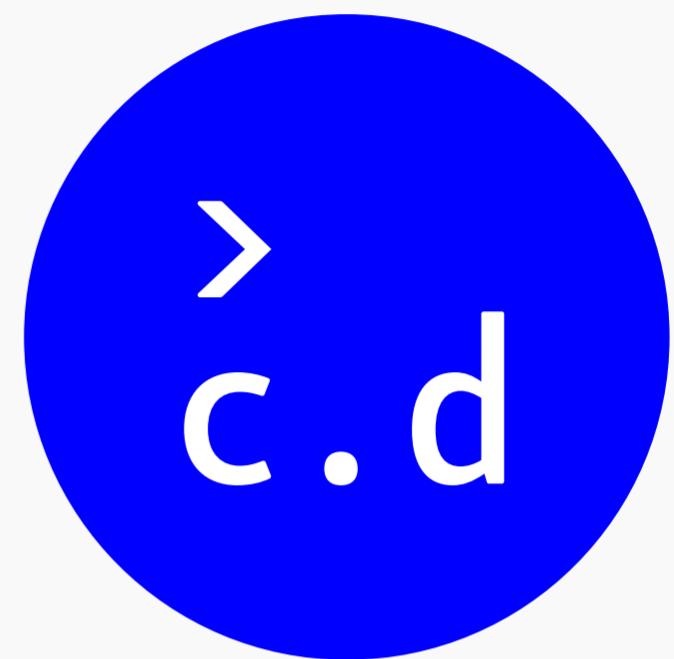
Za žádnou cenu logotyp nedeformujeme. Nepoužíváme efekty a nezasahujeme do tvarů a kompozice loga.



## Zkrácená verze logotypu

Zkrácená verze našeho logotypu vytvoří symbol pro použití na sociálních sítích a na Slacku.

Starší variantou pro identifikaci Česko.Digital je ikonka s ukazatelem počtu projektů nebo aktivních členů. Postupně jí nahrazujeme.



# Písmo a komunikace

## Primární písmo

Pro veškerou komunikaci používáme naše vlastní písmo **cesko.digital**.

Vhodnou kombinací dvou stylů písma cesko.digital (proporcionalní a „mono“) lze dosáhnout souladného typografického výstupu, jasně vyjadřujícího identitu a hodnoty komunity.

Výchozí (proporcionalní) písmo používáme v běžných textech a nadpisech. Jeho technicistní charakter a harmonický rytmus se dobře hodí na lidská sdělení v delších textech.

Verze mono působí se shodnou šířkou všech znaků rázně a přehledně. Napovídá na zápis z počítačových terminálů. Hodí se pro loga, krátká označení, jako ozvláštňující prvek. Je také lépe čitelné ve velmi malých velikostech.

**Příliš žluťoučký kůň**  
cesko.digital regular

**Příliš žluťoučký kůň**  
cesko.digital medium

**Příliš žluťoučký kůň**  
cesko.digital semibold

**Příliš žluťoučký kůň**  
cesko.digital bold

**Příliš žluťoučký kůň**  
cesko.digital.mono regular

**Příliš žluťoučký kůň**  
cesko.digital.mono medium

**Příliš žluťoučký kůň**  
cesko.digital.mono semibold

**Příliš žluťoučký kůň**  
cesko.digital.mono bold

## Sekundární písmo

Pokud nelze použít naše písmo (např. při vytváření prezentací pomocí Google Slides), použijeme jako náhradu volně dostupné písmo Fira Sans, vydané společností Mozilla jako open-source.

Z desítek dostupných řezů si vystačíme s několika málo základními.

### Příliš žluťoučký kůň

Fira Sans Regular

### Příliš žluťoučký kůň

Fira Sans Medium

### Příliš žluťoučký kůň

Fira Sans Semibold

### Příliš žluťoučký kůň

Fira Sans Bold

## Typografické tipy

V běžném textu používáme řez Regular, pro nadpisy Bold.

V normálním textu se k našemu písmu hodí řádkování 145% velikosti písma. Zlepší to čitelnost každému řádku. Pokud například píšete velikostí 11 bodů, nastavte si řádkování na 16 b.

Počet znaků na řádek u delších textů by měl být někde mezi 35–60, což je optimální pro čitelnost.

Používejte co nejméně úrovní hierarchie. Pokud například potřebujete více než 3 úrovně nadpisů, zvažte jinou strukturu textu. Nadpisy odlišujeme tučným řezem a velikostí.

Ukázka jednoduché hierarchie textu

### Nadpis 1

### Nadpis 2

Běžný text. To není váš text, to říká Bárta. Kuzma je támhle! Mň mň mň mň.

### Nadpis 2

### Nadpis 3

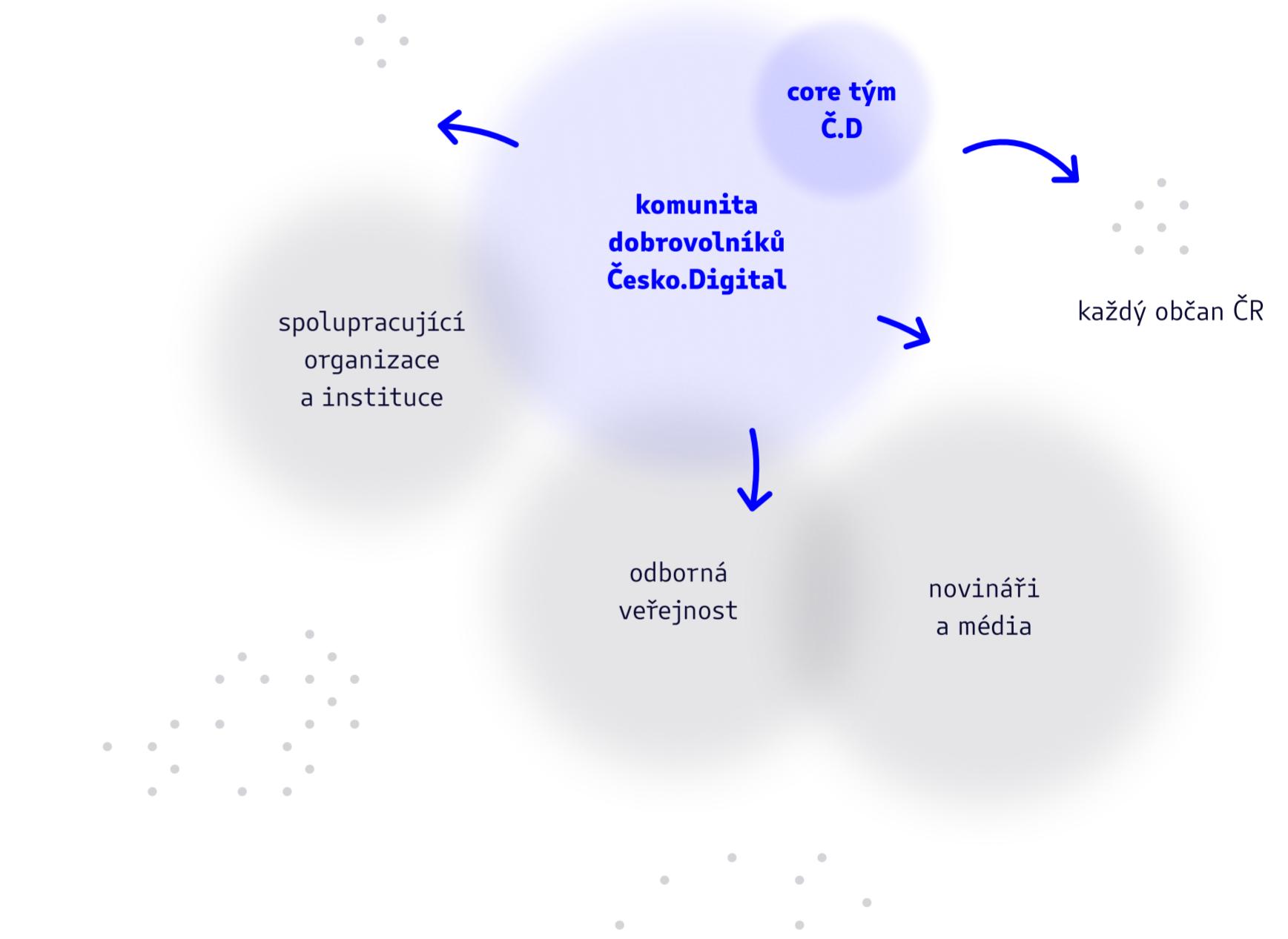
K neduhům stáří, postihujícím hlavně intelektuály, patří především dvě vady, komplementárně spojené. Jsou to: neschopnost udržet myšlenku a neschopnost myšlenku opustit.

## Ke komu hovoříme a proč

Naše publika jsou **prostupná** a překrývají se. Proto je nutné najít principy, které platí pro komunikaci uvnitř i vně nerozdílně.

V našich slovech a záměru se zrcadlí hodnoty Česko.Digital. Víme, jak náročná může být **orientace** nejen nováčka na slacku. Víme, jak důležité je vysvětlit technické potřeby **laikovi**.

Proto víme, jak důležitá je vlídnost, ochota a správné nasměrování.



## Jak hovoříme

### Mezioborové pochopení

Volíme slova tak, aby jim rozuměli i ti, kteří nemají stejné odborné vzdělání. Spousta projektů potřebuje mezioborovou spolupráci, která je možná díky schopnosti si porozumět, díky ochotě mít pochopení pro nepochopení.

Bereme ohled na fakt, že dobrovolníci se na projektech podílejí na úkor svého volného času a dělají to jen ze své dobré vůle.

### Specifika asynchronní komunikace

Vzhledem k vysoké asynchronicitě komunikace je důležité předkládat maximálně ucelené celky informací a podkladů. Umožňujeme tak tomu, ke komu hovoříme, podat co nejfektivněji nejlepší možný další výstup.

Je nutné brát v potaz, že vzdálená komunikace (chat na slacku, komentáře v dokumentech, e-maily) je náchylnější k nedorozumění a k negativní interpretaci.

### Přístupnost

Princip přístupnosti se odraží nejen ve volbě slov, ale i ve způsobu, jakým si zprostředkováváme informace.

Maximum procesů řešíme veřejně, v otevřených kanálech slacku tak, aby každý z členů projektu a komunity měl možnost se vyjádřit.

Maximum dokumentů držíme otevřených (např. bez nutnosti přihlášení), abychom co nejfektivněji využili čas těch, kteří se chtějí zapojit a spolupráce byla co nejhladší.

## Doporučení

### **Vyjadřujte se jasně a stručně.**

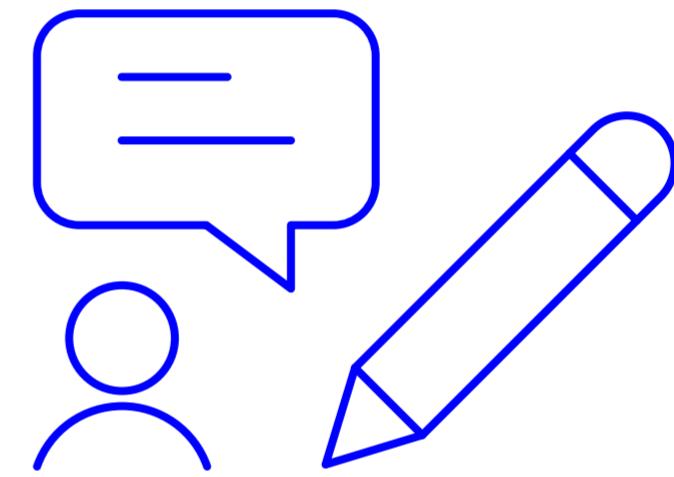
Jasné otázky na konkrétní lidi, s jasným termínem, s jasně popsaným požadovaným výstupem.

### **Nevíte? Trochu jste se ztratili?**

To je normální. Zeptejte se v příslušném (či nejbližším možném) oborovém kanále na slacku. Dostanete odpověď – a dost možná víc než jednu.

### **Pochvala je důležitá, zejména pro dobrovolníky.**

Při komunikaci ven se vždy snažte zaměřit na dopad, na dosaženou proměnu - protože právě ta je odměnou dobrovolníkům za vloženou snahu.



Tip: projděte si [jak na Slack](#) (nejen) v [Česko.Digital](#)

# Barvy

## Barevná paleta

Modrou barvou odkazujeme na Českou republiku, k ní jsme zvolili světle žlutou pro zjemnění technického rázu.



Česká + ajtácká modrá

#0000FF

Žlutá

#FFF070

Stupně šedé, tónované do modra pro zjemnění



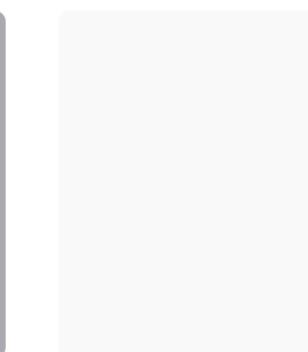
#080831



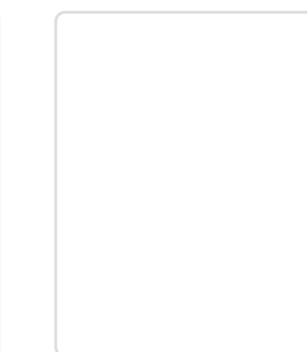
#47475B



#A9A9B1



#F9F9F9



#FFFFFF

## Používání barev

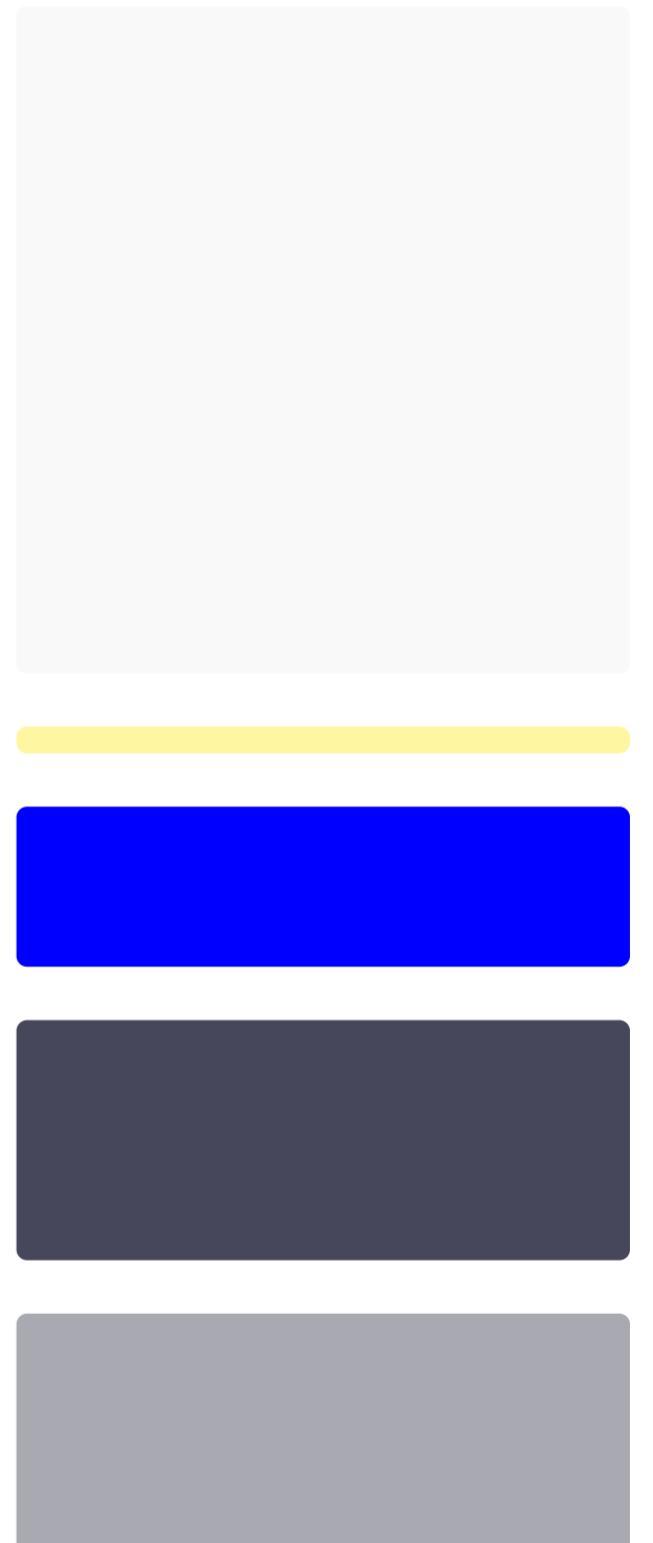
Většina pozadí by měla být bílá, ve druhém sledu pak tmavá nebo šedá.

Modrou ve velké ploše používáme jenom po pečlivém zvážení. Na lidi může působit jako ajťácká modrá, když spadnou Windows.

Žlutým podbarvením zvýrazňujeme informace v textu. Zvýrazňovač nepoužíváme pro dlouhé části textů, jde spíše o grafický prvek.

Žlutou barvu nepoužíváme jako barvu písma. Modrou barvou píšeme jen ve výjimečných případech, v asociaci se značkou Česko.digital. Šedá se hodí na vedlejší, doplňkové informace.

Prioritizujeme čisté, bílé plochy.



# Fotky

# Fotky

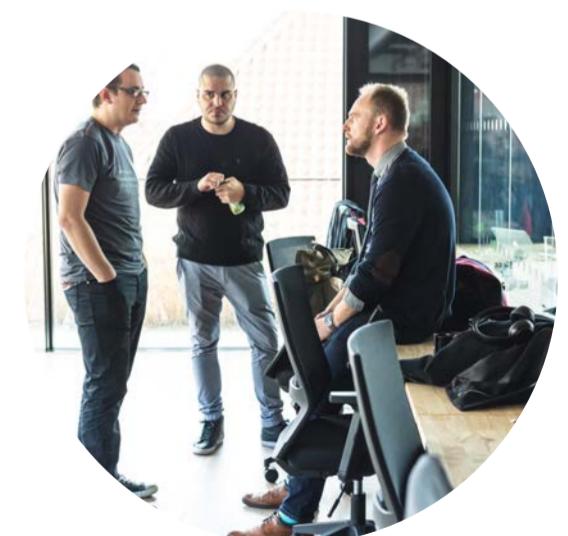
## Jak fotíme

Na fotkách ukazujeme naše dobrovolníky – zaslouží si to! Fotíme spolupráci, workshopy, přednášky. Přiblížujeme tím naši činnost veřejnosti.

### Použití fotek

Fotkám zaoblujeme rohy v poloměru 8 px (na obrazovce), či podle uvážení (v tisku).

Pro zjemnění výrazu můžeme fotku také uzavřít do kruhu.



## Kombinování fotografií a barev

Fotografie můžeme použít barevné nebo v decentnější podobě jako grafický doplněk. Fotku pak vkládáme mezi dvě barevné vrstvy s různými průhlednostmi a režimy krytí. Průhlednost vrchní vrstvy a vrstvy fotografie pak měníme tak, aby fotografie byla vidět, ale nebyla příliš výrazná.

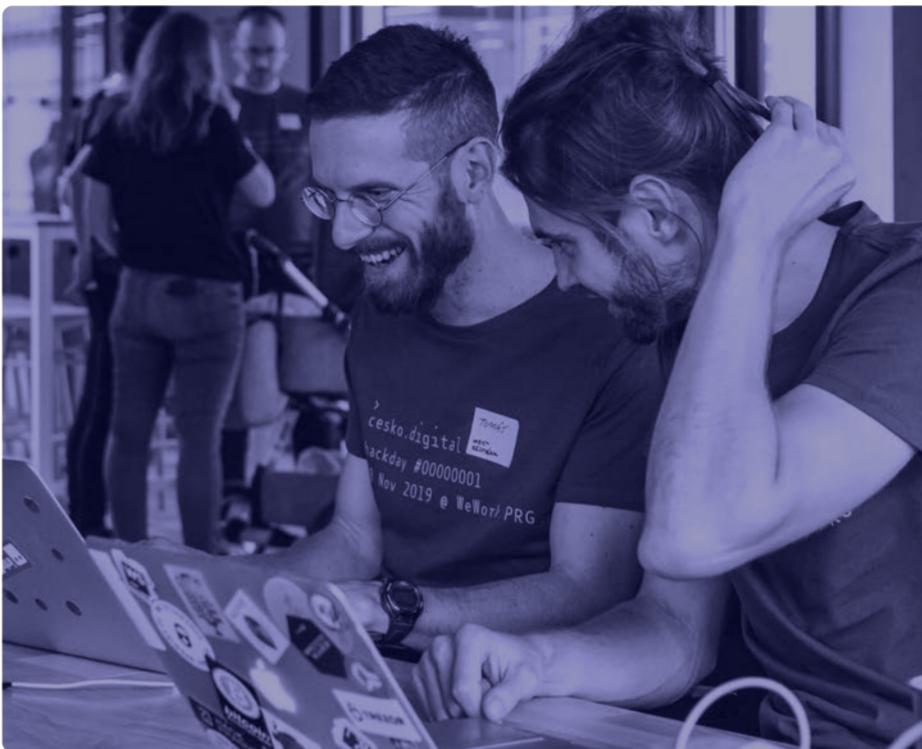


Krycí vrstva  
**Hard Light**  
~40 % krytí

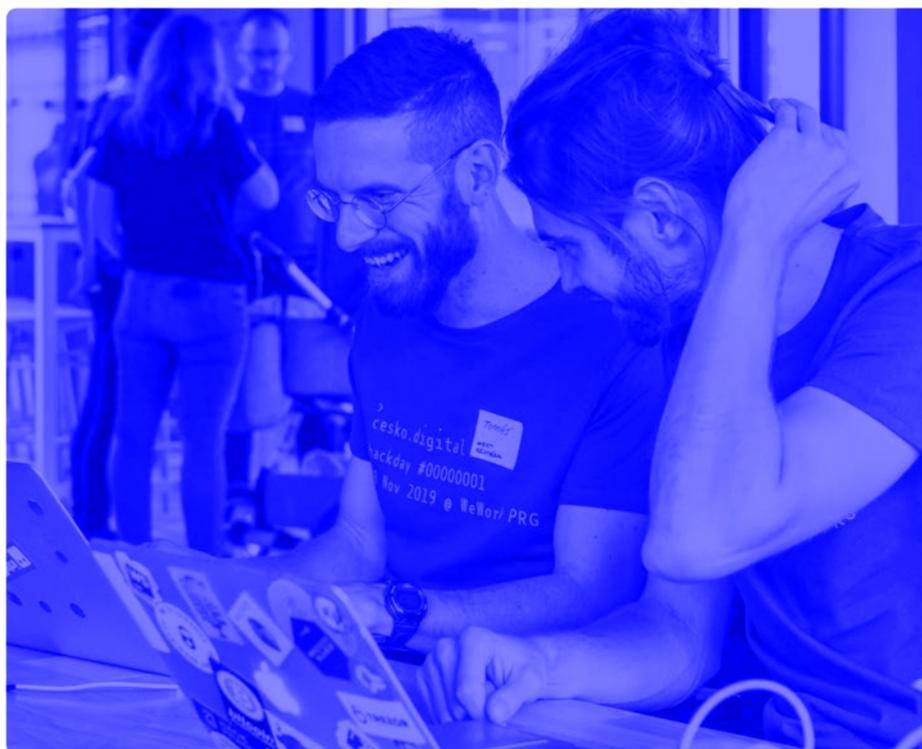
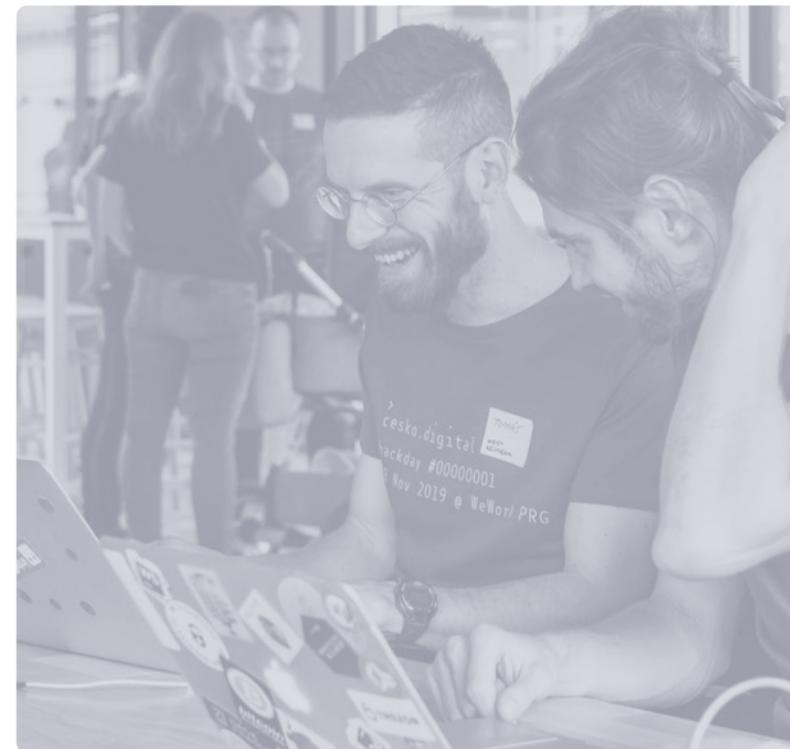
Fotka  
**Luminosity**  
~60 % krytí

Podklad  
**Normal**  
**100% krytí**

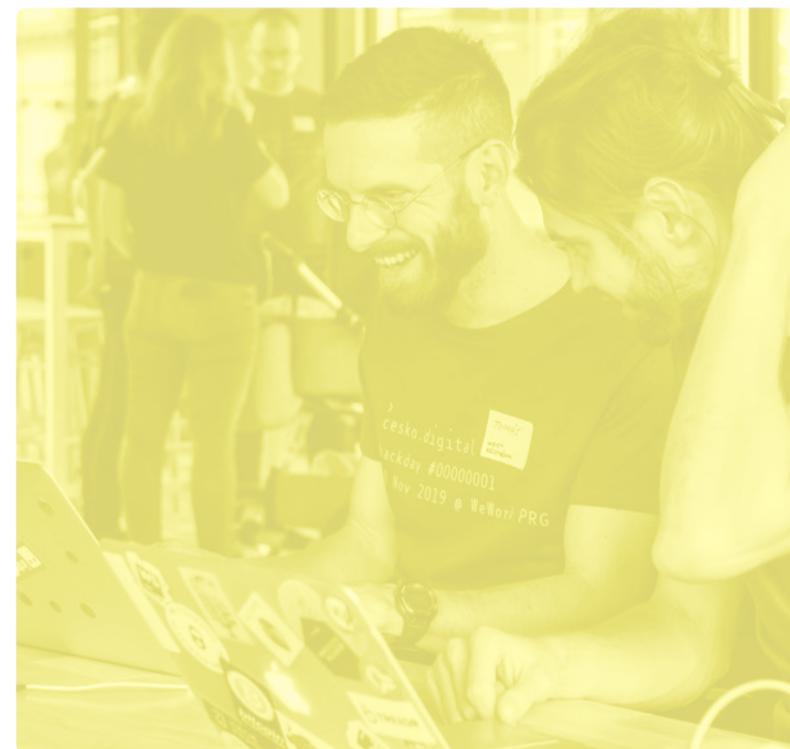
Tmavá vrstva hard light: 40 %, fotka: 100 %



Šedá vrstva HL: 70 %, fotka: 40 %



Modrá vrstva HL: 40 %, fotka: 90 %



Žlutá vrstva HL: 70 %, fotka: 50 %

# Vzory, ilustrace a tvary

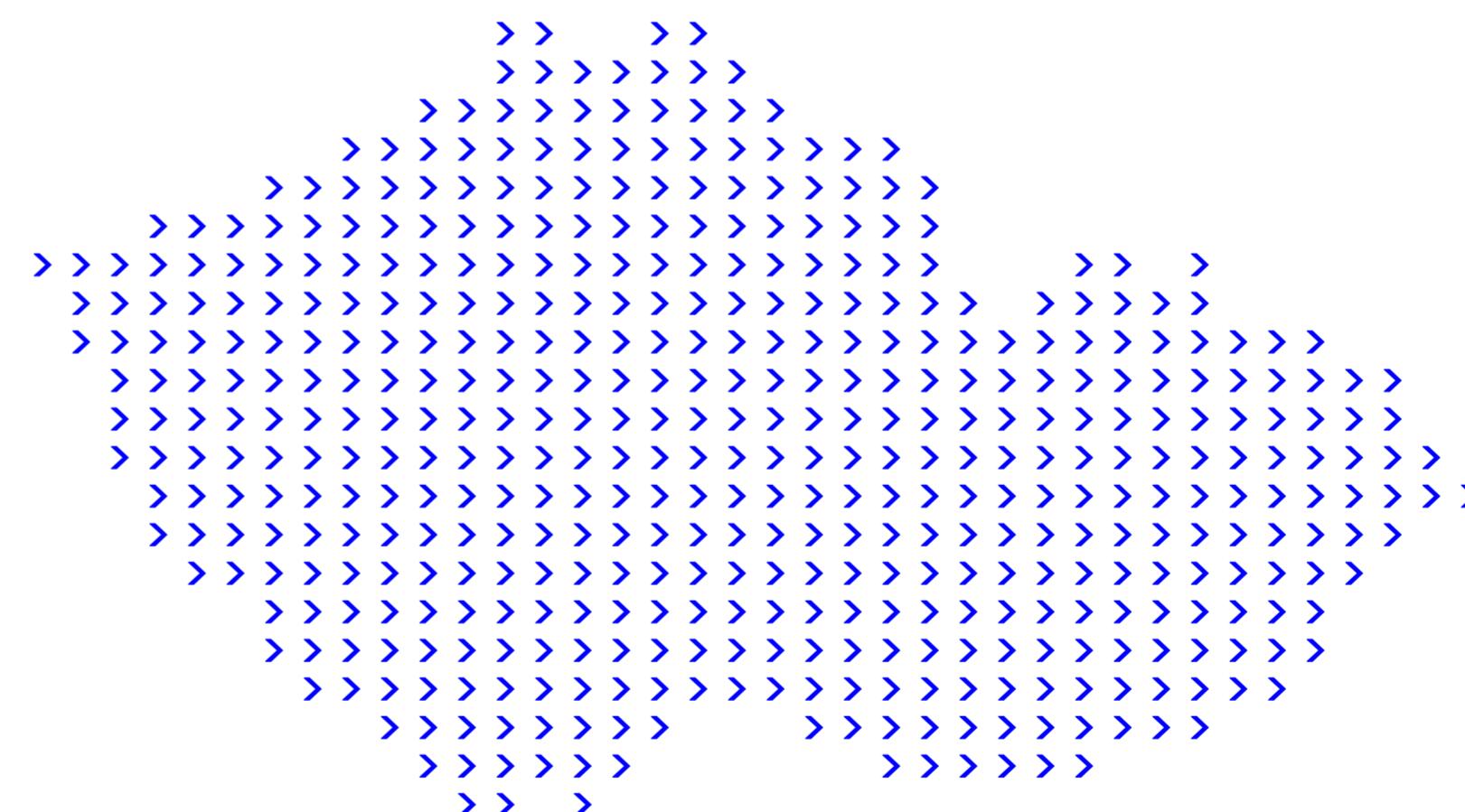
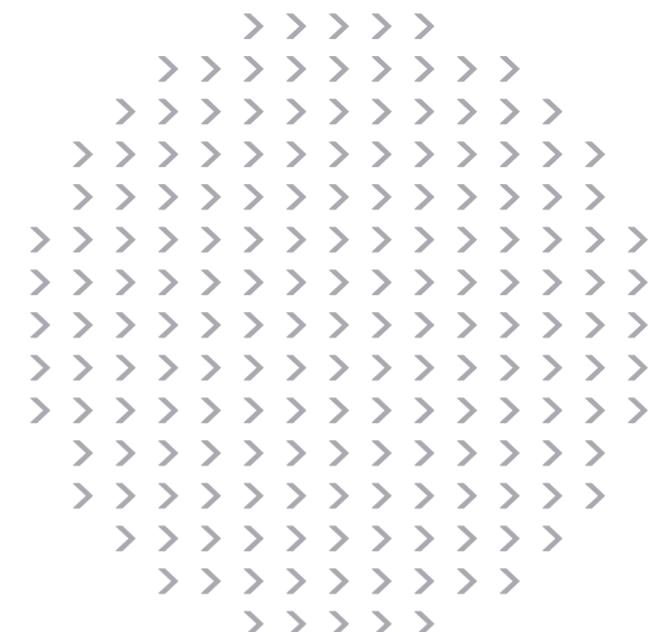
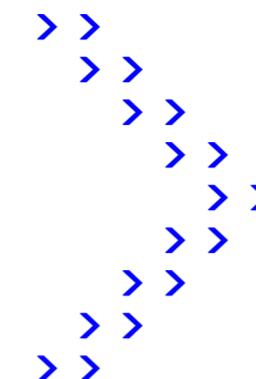
# Vzory, ilustrace a tvary

## Vzory



Většítko z našeho logotypu skládáme jedno vedle druhého jako vzorek. Ten pak používáme jako nosný grafický prvek nebo jako decentní pozadí pro ozvláštnění.

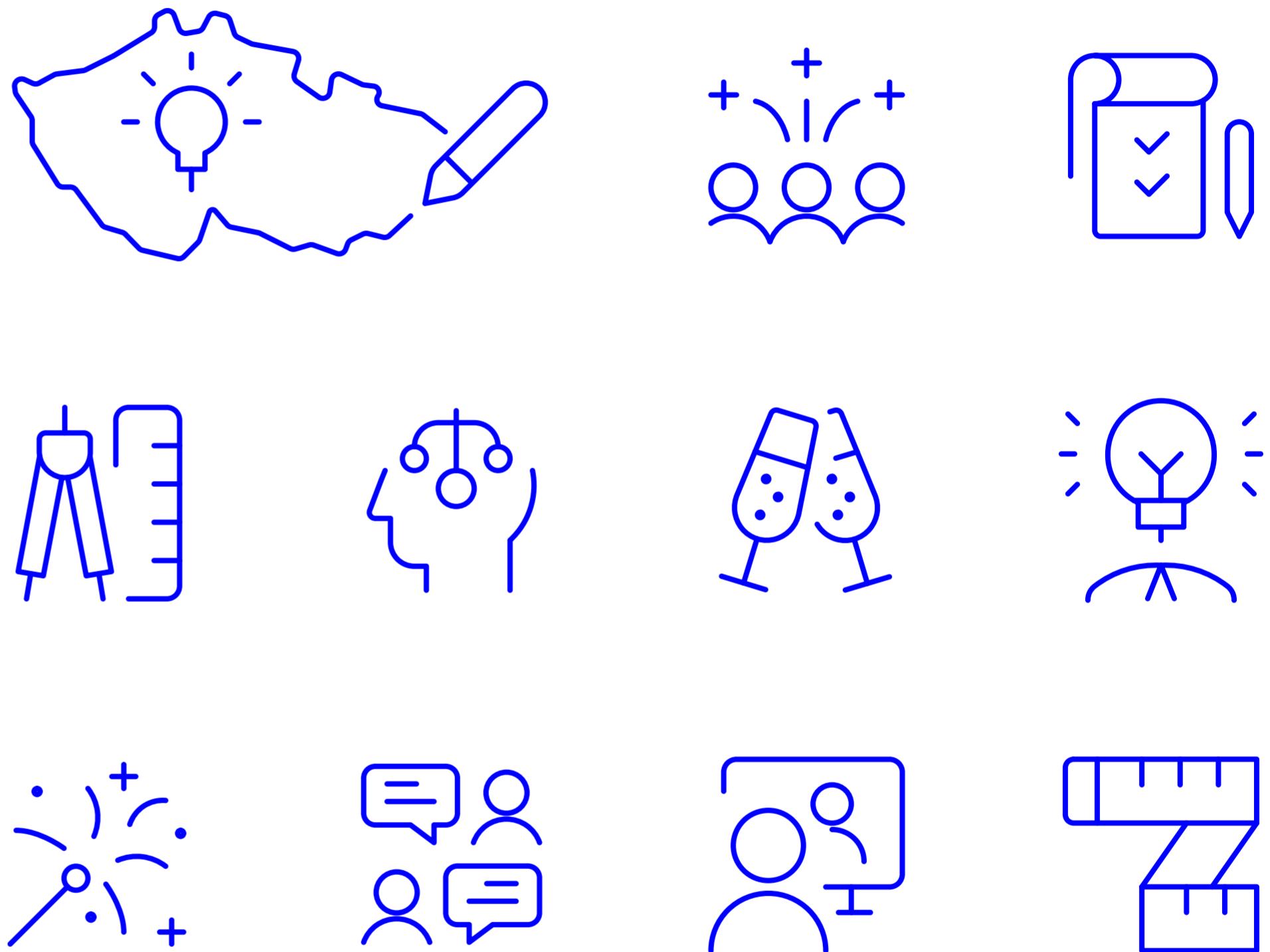
Můžeme vytvářet jakékoliv tvary a použít je na trika, rollupy, sociální sítě či cokoliv jiného.



## Ilustrace

Směřujeme k jednoduchosti, vtipu a vizuální zkratce. Ilustrace používáme k polidštění obsahu, k rozbití textově těžkých kompozic a k dovyštělení obsahu.

Ilustrace si necháváme připravovat od profesionálů v komunitě, případně používáme ikonky z balíku Streamline Icons Regular.

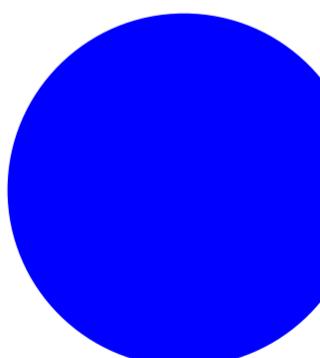
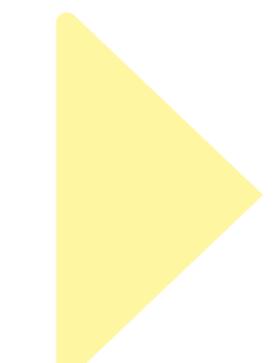
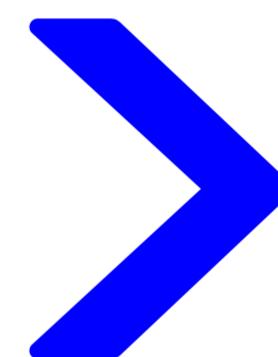
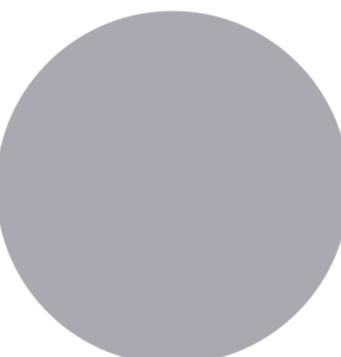
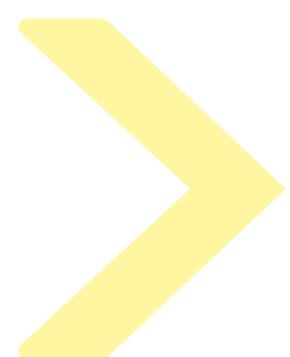
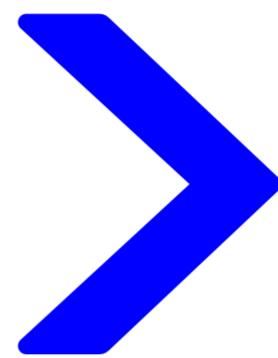


## Geometrické tvary

Jednoduché tvary používáme jako další prvek identity. Vycházíme z tvarosloví většítka.

Geometrickými tvary dotváříme kompozice a do kruhu a obdélníku se zaoblenými rohy uzavíráme fotky.

- > Většítka jako pohyb vpřed
- > Kruh jako nula v binárním kódu
- > Trojúhelník jako klín z vlajky



# Aplikace identity

# Ukázky aplikace identity

## Sociální sítě

Cover profilu na sociálních sítích je jedno z míst, kde můžeme identitu nejvíce prodat.

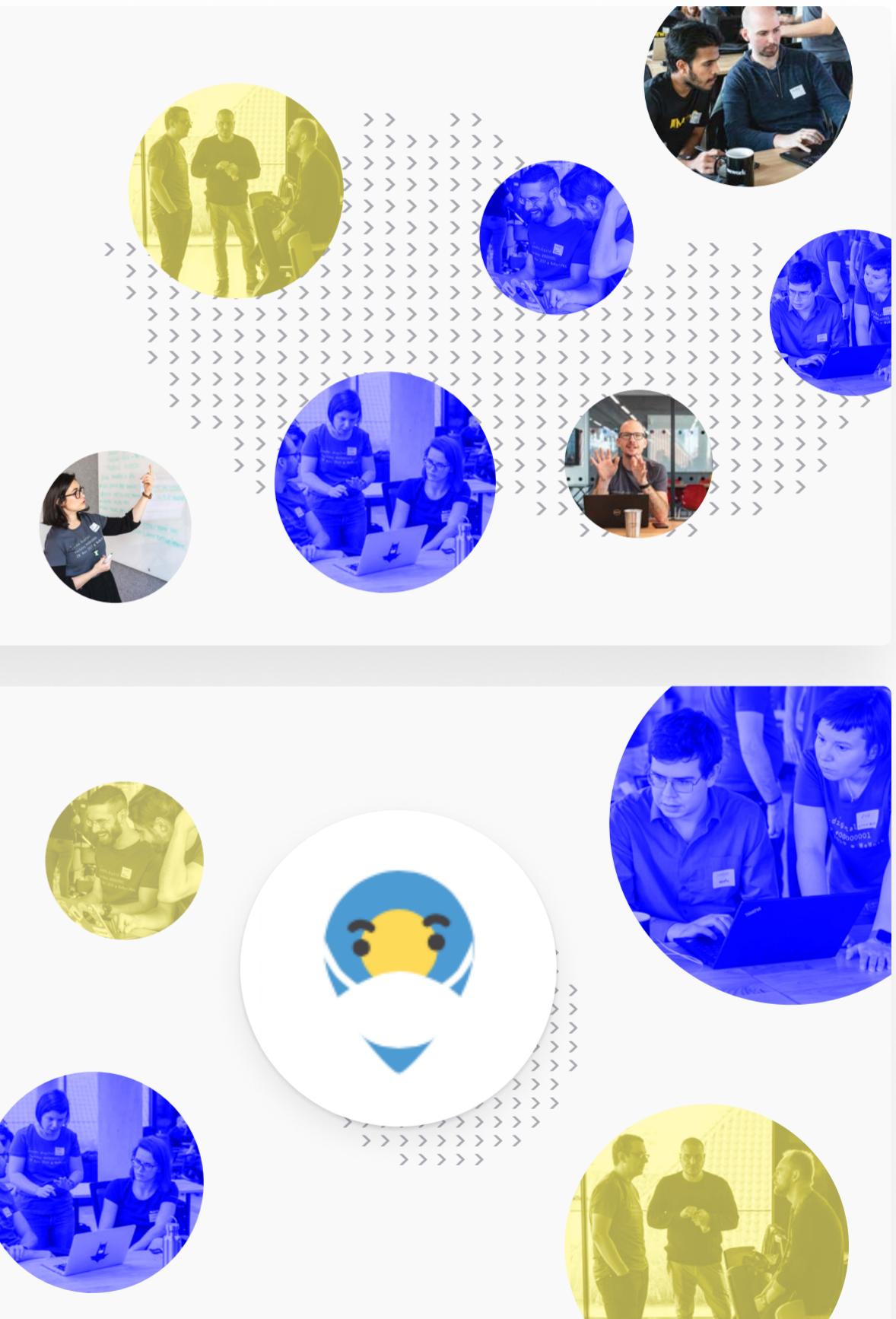
Používáme prvky stanovené v tomto manuálu a banner obměňujeme – můžeme měnit fotky za nové či zvýrazňovat aktuální projekty.

>cesko.digital

**Skrz jedničky a nuly  
měníme Česko k lepšímu**

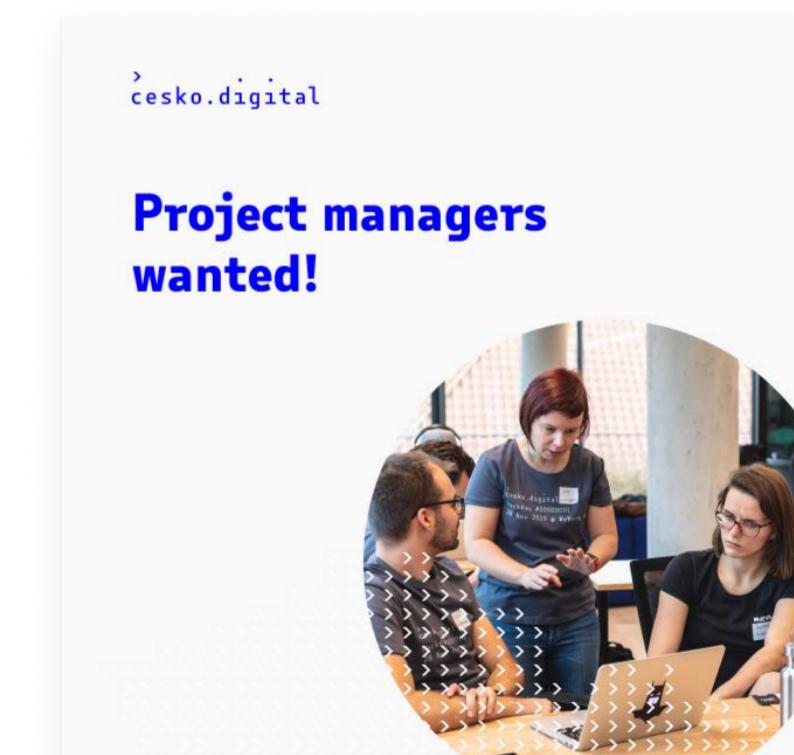
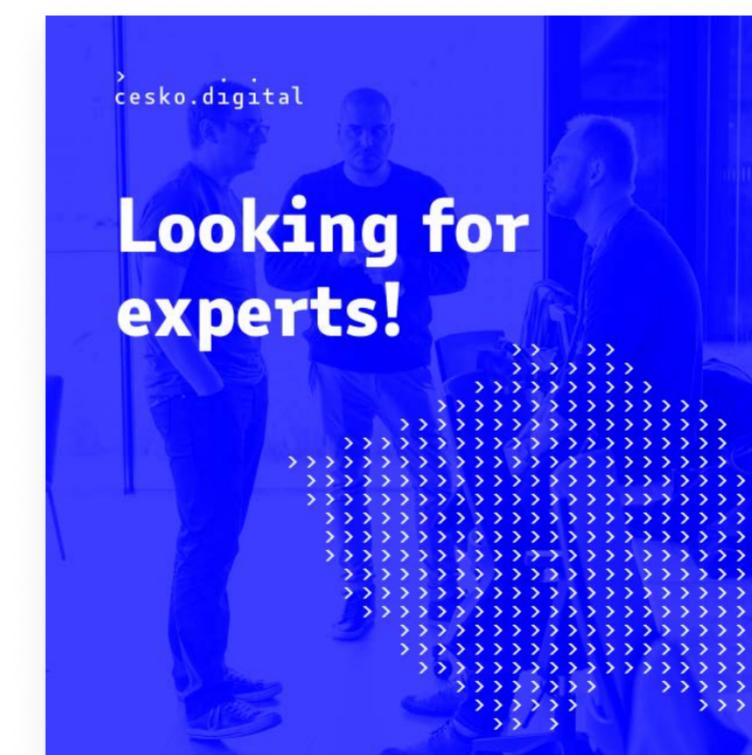
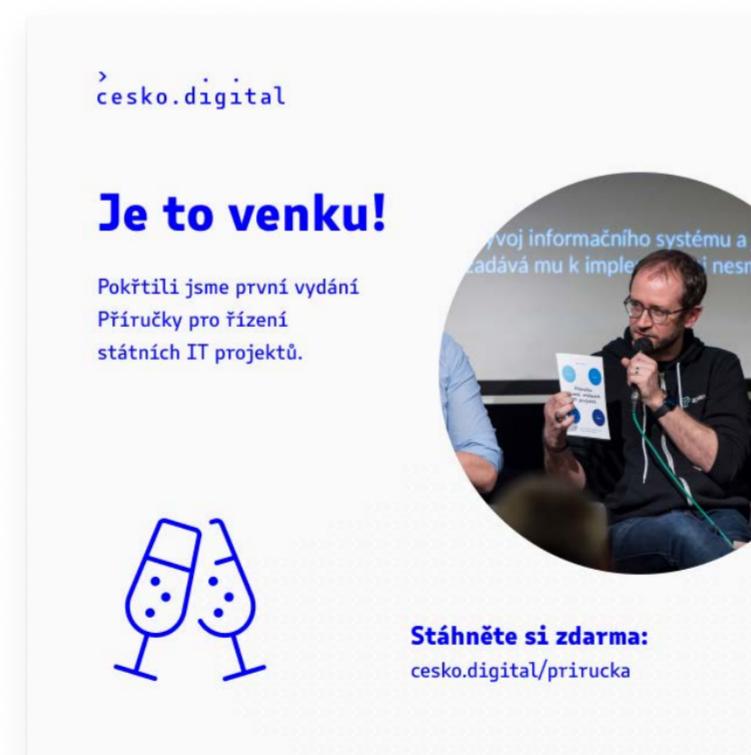
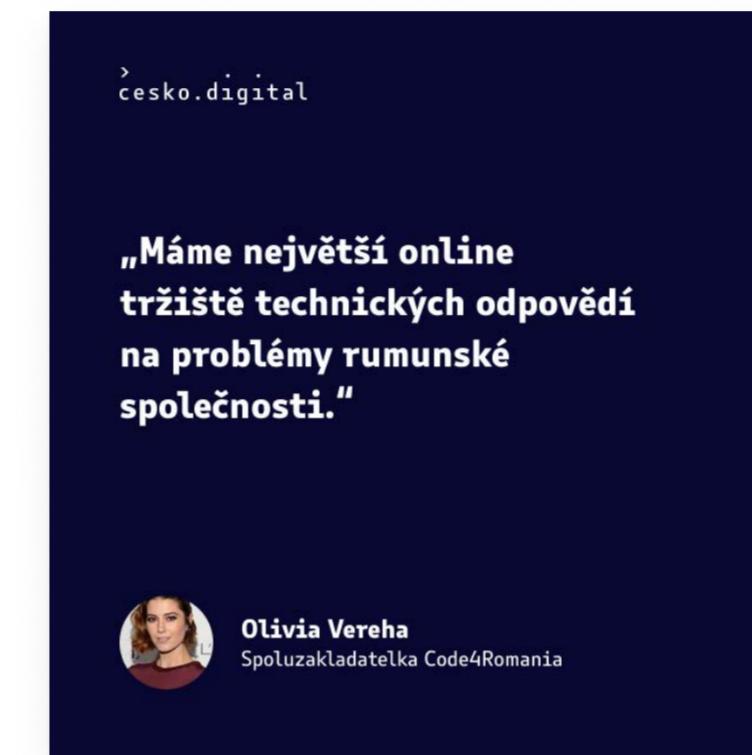
**Projekt Dáme roušky  
používá 100 000 lidí!**

Děkujeme celému týmu 17 dobrovolníků za skvělou práci!



# Ukázky aplikace identity

Ukázky příspěvků, tyhle jsou z naší předchozí iterace identity. Reálně pak budou zjemněné, nejen tvrdě modrobílé. Chceme i více pracovat s fotografiemi. Vytvoříme podle požadavků na konkrétní posty.



**Tento manuál je hotov ve své základní podobě. Nadále rozpracováváme jednotlivé aplikace a uvítáme vaši zpětnou vazbu.**

Dejte nám vědět co si myslíte na Slacku v kanálu [#ceskodigital-mktg](#)

Grafická podoba Česko.Digital je výsledkem práce dobrovolníků:

**Logotyp:** Lumír Kajnar @lumirkajnar  
**Písmo:** Tomáš Brousil @SCTF  
**Manuál:** Jakub Foglar @jakubfoglar  
**Web:** Albert Zikmund @azikmund

A mnoha dalších, především core týmu:

Jakub Nešetřil @jakubnesetril  
Radka Horáková @radjaho