



# Design systém Gov.cz 3.0.0

Navrhujte weby v souladu s pravidly Gov.cz

Tento manuál vám pomůže vytvářet weby tak, aby byly konzistentní s weby Ministerstva vnitra. Neleznete zde pravidla, styly, komponenty a seznam nástrojů.

## Začínáme

Průvodce pro designéry a vývojáře, kteří používají design systém MV poprvé.


## Pravidla

Obecná pravidla a doporučení pro vytváření stránek tak, aby byly dobře přístupné.

## Styly a komponenty

Pokyny pro použití konstrukčních prvků a knihovna všech součástí design systému GOV.cz.

## Kontakt

V případě dotazů, připomínek a jiných podnětů pište na e-mail [design@mvcz.cz](mailto:design@mvcz.cz) .

# O design systému

Informace ke vzniku, rozvoji, podpoře a aplikování na další weby Ministerstva vnitra.

## Design systém pro digitální produkty

Design systém je scénář, podle kterého Ministerstvo vnitra navrhuje a vyvíjí weby a digitální produkty. Design systém má pomoci dalším týmům rychleji vytvářet digitální produkty, které budou konzistentní napříč veřejnou správou.

### Přínosy design systému

#### ÚSPORA NÁKLADŮ

Přepoužitím vzhledu a kódu navrhnete výsledný web nebo portál rychleji a ušetříte čas i peníze.

#### KONZISTENCE

Design systém definovanými principy, pravidly a komponentami pro vytváření jednotlivých stránek

- podporuje konzistenci a soudržnost uživatelského rozhraní,
- zlepšuje uživatelský prožitek - orientace a použití je snadnější,
- zajišťuje konzistenci výstupů od jednotlivých dodavatelů,
- umožňuje rychlejší, levnější a kvalitnější vývoj nových webů a portálů,
- poskytuje komponenty a styly, které vám usnadní vytvořit web, který splňuje požadavky zákona č. 99/2019 Sb., o přístupnosti internetových stránek a mobilních aplikací.

#### PŘIDANÁ HODNOTA VÝROBY

Jakmile jsou stanovené standardy, mohou se týmy zaměřit na úkoly s vyšší přidanou hodnotou (např. na další zlepšování webů a portálů prostřednictvím uživatelských výzkumů, testování atp.).

### Kdo s design systémem zpravidla pracuje

- Designéři - navrhují uživatelské rozhraní - více informací [pro designéry](#)
- Vývojáři - vyvíjí navržené řešení - více informací [pro vývojáře](#)
- Úředníci - tvoří obsah a kontrolují správnost informací z faktického pohledu - více informací v sekci [Pravidla pro tvorbu obsahu](#)

## Použití design systému

V současnosti jsou principy design systému aplikovány na těchto webech

- [Portál veřejné správy](#) 

V rámci rozvoje je počítáno s aplikováním design systému i na další weby a portály spadající pod resort MV.


## Užitečné odkazy

- [Ke stažení a nástroje](#)
- [Přispívání a rozvoj](#)

# Pro designéry

Tento design systém vznikl jako ucelený soubor komponent využitelných při designování portálů a webů pro Ministerstvo vnitra (dále jen MV). Jde o stále se vyvíjející projekt, který by měl být dále doplňován o další styly a komponenty, pokud to dává smysl. Účelem projektu je zjednodušit práci designerům, kteří na projektu pracují a umožnit jim využít knihovnu prvků, která zajistí konzistenci napříč všemi portály a weby pro MV.

## Dříve než začnete designovat

- Stáhněte si [Sketch soubor](#)  s hotovými styly a komponentami. Pokud nepoužíváte Sketch, projděte si [Seznam komponent](#).
- Pokud daná komponenta (*např. tlačítko nebo pole formuláře*) je již navržena, nemá smysl ji vytvářet znovu a v jiné podobě. Účelem design systému není potlačovat designerovu kreativitu, ale naopak mu umožnit využívat existující jazyk, aby mohl kreativitu zaměřit na rozhovory s uživateli, workshopy se stakeholdery či service design jako takový.
- Pokud vytváříte jakékoli nové prvky, dbejte na zachování stylu, ve kterém jsou tvořeny prvky stávající.
- Jakýkoli nově vytvořený prvek vždy konzultujte nejen se stakeholdery, ale rovněž s tvůrci design systému. Tento prvek se pak může objevit v design systému jako další komponenta nebo modifikace komponenty stávající a bude možné jej dále používat.


## Podporované nástroje

Podporovanými nástroji rozumíme takové nástroje, pro které jsou připraveny již hotové komponenty, určené k tvorbě drátěných modelů, vizuálního designu i interaktivních (grafických) prototypů, určených k uživatelskému testování.




### Sketch

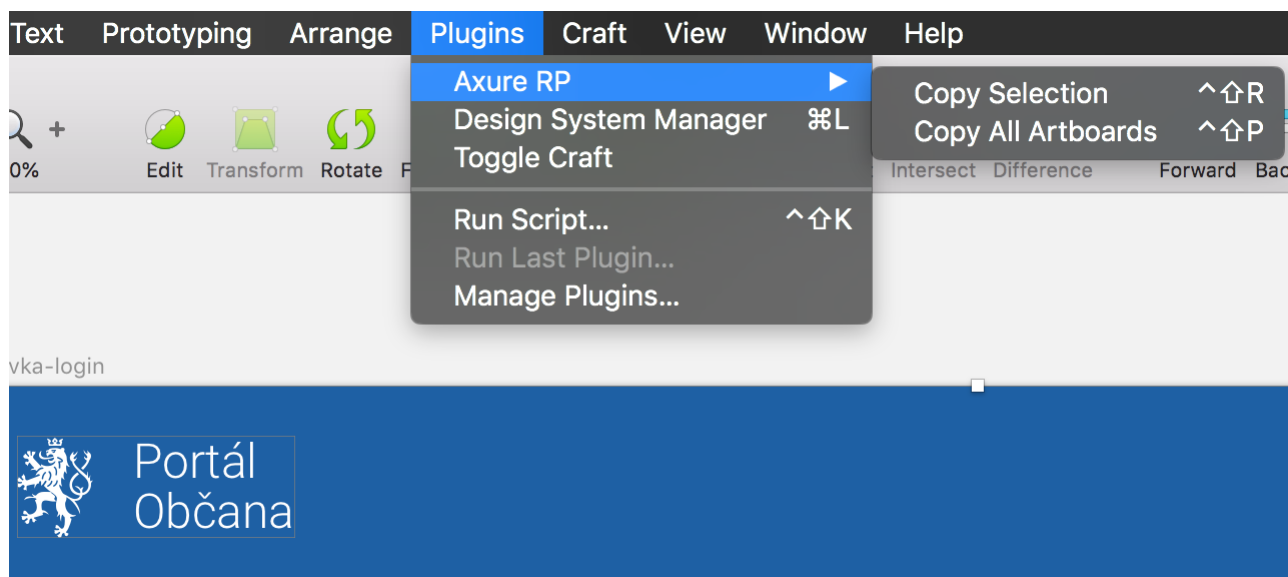
Standard pro vizuální designéry, který umožňuje tvorbu pixel-perfect grafických návrhů, s ohledem na snadnou implementaci vizuálního stylu do frontendu webu či aplikace.

Detailní popis nástroje [Sketch](#) 

## Pluginy

Pokud pro tvorbu prototypů používáte nástroj Axure RP, doporučujeme, pro pohodlnou komunikaci mezi oběma nástroji a kopírování elementů v kompatibilním formátu, stažení [Axure Sketch pluginu](#)  pro program Sketch.

**Ukázka použití při kopírování komponent či celých stránek z programu Sketch**




## Ke stažení

V sekci [Ke stažení](#) najdete Sketch starter kit, který obsahuje všechny potřebné komponenty pro návrh nového webu. Na stránce najdete také fonty a další užitečné nástroje.

# Pro vývojáře

## Začínáme

Doporučujeme naklonovat repozitář z [code.gov.cz](https://code.gov.cz) .

```
git clone https://code.gov.cz/gov-cz/gov-design-system.git
```

## Základní struktura repozitáře

```
src
  - css
    - style.scss
    - print.scss
    - ...
  - js
    - scripts.js
    - ...
dist
  - build
    - styles.min.css
    - print.min.css
    - scripts.min.js
  - assets
    - fonts
    - icons
    - images
```

## Integrace

Hostování již zkompilevaných souborů

Ve složce `dist` jsou k dispozici kompletní zkompilevané soubory k přímému použití. Stačí potřebné soubory pouze nalinkovat do svého zdrojového kódu.

## Zařazení do vlastního build procesu

Ve složce `src` jsou k dispozici kompletní zdrojová data celého design systému.

### CSS (SCSS)

Zdrojový kód stylů je psán metodikou [BEM](#) v preprocesorovém jazyce [Sass](#).

Styly je možné jakkoliv rozšiřovat o vlastní komponenty které splňují požadavky samotného design systému. Zásadně **NEDOPORUČUJEME** jakékoliv změny ve zdrojových datech z důvodů následných aktualizací při rozšiřování a oprav chyb.



Pro správnou funkčnost je zapotřebí definovat následující SCSS proměnné

```
sass
$domain: './'; // Absolutní či relativní cesta k assetům.
$versionKey: ''; // Náhodný řetězec či timestamp k invalidaci cache
```

### JAVASCRIPT

Zdrojové kódy scriptů jsou psány v [ES6](#) a nejsou závislé na žádných knihovnách třetích stran. Dle povahy vašeho projektu a cílové skupině vyhodnoťte možnou kompilaci do [ES5](#).

## Základní struktura HTML template

Pro správné zobrazení je nutné dodržovat následující základní strukturu HTML:

```
html
<!DOCTYPE html>
<html lang="cs" class="js-no">
<head>
  <title>Titulek stránky</title>
  <meta charset="utf-8">
```

```
<meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1, shr

<link rel="stylesheet" media="screen" href="/build/styles.min.css">
<link rel="stylesheet" media="print" href="/build/print.min.css">
</head>
<body>
  <!-- Content -->
  <!-- JS -->
  <script src="/build/script.min.js"></script>
</body>
</html>
```

## Podporované prohlížeče

Weby a aplikace MV jsou optimalizovány pro prohlížeče:

- Edge - poslední 3 verze
- Chrom - posledních 10 verzí
- Firefox - posledních 10 verzí
- Safari - poslední 3 verze
- iOS - poslední 3 verze
- Android - verze 6 a novější



# Jak na strukturu webu

Dobrá struktura webu pomáhá uživatelům ve snadném nalezení informací, tedy v dobré použitelnosti webu.

## Co je struktura a proč je důležitá

Při tvorbě nového webu je důležitý nejenom obsah, ale právě struktura, do které se celý obsah zasadí. Struktura je rozvržení informací na webu tak, aby byly lehko nalezitelné. Struktura ovlivňuje celkový zážitek a použitelnost webu. Struktura je tedy základní kámen při tvorbě webu.

## Informační architektura

Informační architektura, zkráceně IA, je specializace, která se zabývá právě strukturováním a organizováním informací a obsahu na webu, v mobilních a desktopových aplikacích či na sociálních sítích.

IA má za cíl uspořádat informace tak, aby uživatel našel bez velkého úsilí vše, co potřebuje. Pomáhá tedy uživateli v pochopení, kde se právě nachází, co vyhledal, jaké informace jsou kolem a kam se dále dostane.

### ORGANIZACE INFORMACÍ OVŠEM ZÁLEŽÍ NA NĚKOLIKA FAKTORECH

- Uživatelé - potřeby cílové skupiny (návštěvníků webu)
- Kontext - potřeby businessu (příp. vlastníků webu), jejich politika, kultura, technologie, omezení...
- Obsah - co se má zobrazovat, jaké dokumenty, datové typy a množství...

### IA MÁ TYTO 4 HLAVNÍ KOMPONENTY



- Organizační systém - jak kategorizovat a strukturovat informace
- Štítkovací systém - jak reprezentovat informace
- Navigační systém - jak uživatelé procházejí a posouvají se dál informacemi a obsahem
- Vyhledávací systém - jak uživatelé vyhledávají informace

## SEO

SEO je anglická zkratka pro search engine optimization, česky pak optimalizace pro vyhledávače.

Jde o metody, které mají za cíl například to, aby se daná webová stránka zobrazovala na předních místech výsledků vyhledávání. Získání této přední pozice ve vyhledávání totiž zvyšuje šanci, že na danou stránku návštěvníci kliknou a navštíví ji. Hodnocení relevance webových stránek provádí vyhledávač. Ten provádí hodnocení, které je založeno na nepřímých znacích (struktura webu, počty odkazů, metadata...).

## SEO a IA

IA má velký dopad na SEO. To, jak je organizován obsah a informace na webu, ovlivňuje použitelnost, konverzi a pořadí. Pořadím se myslí to, jak vysoko je umístěný web ve výsledcích vyhledávání. Pokud se tedy na webu vyskytuje obsah, který se opakuje, nebo se [indexuje](#)  velké množství obsahu, který je špatně definovaný, má to nepříznivý dopad na SEO. Pro vytvoření dobré IA z pohledu SEO je důležité vytvořit si [analýzu klíčových slov](#) .

## Jak navrhnout strukturu webu


Webová stránka běžně obsahuje velké množství informací, které není jednoduché správně seřadit a seskupit. Aby seskupení a struktura informací byla pro návštěvníky webu intuitivní a snadno použitelná, musíte projít jednotlivé kroky procesu pro tvorbu této struktury:

### 1. Cíle společnosti (příp. firmy)

Strukturu navigace byste měli vytvořit tak, aby byla v souladu s cíli společnosti. Je potřeba si tedy určit, jaké tyto cíle jsou (sdělit návštěvníkům snadno nějakou informaci? aby si co nejvíce lidí vytvořilo datové schránky?).

### 2. Cíle návštěvníků webu

Strukturou webu byste měli ctít nejenom cíle dané společnosti, ale také primárně cíle návštěvníků, kteří na web přichází.

Je tedy vhodné vědět, o jaké návštěvníky jde a co na webu hledají. V případě nedostatečných informací je vhodné provést například [hloubkové rozhovory](#)  a informace si doplnit.

Pokud znáte uživatele a jejich cíle, potřeby na webu, jako další krok si sepište nejčastější scénáře (úkoly), které na webu návštěvníci provádí. V neposlední řadě je dobré vědět, z jakých zařízení návštěvníci na web chodí a na tyto aspekty pak myslet při návrhu struktury u [responzivního zobrazení](#)

(pro mobily a tablety).

### 3. Analýza konkurence

Je dobré nevymýšlet již vymyšlené, ale inspirovat se u podobných webů. Projděte si je a zodpovězte si přitom tyto otázky:

- Jak zobrazují informace?
- Jak snadné je dané informace najít a proč?
- Díky čemu je informace snadné/těžké najít?

Inspirací může být i to, jak to nedělat, pokud IA konkurenčního/podobného webu není dobrá.

### 4. Obsah

Pokud už web existuje, a tím pádem i jeho obsah, musíte se umět správně rozhodnout, co nechat a co změnit. V případě, že už obsah webu je, je dobré si udělat jeho audit. Ten je buď úplný, nebo částečný.

#### Úplný audit

Vypíšete postupně všechny informace ze všech stránek webu. Tím se myslí všechny položky, interaktivní obsah, obsah, který je možné stáhnout. Informace můžete přehledně vypsát např. do excelu nebo do nástrojů na myšlenkové mapy např. (Mindmeister). Tato metoda zabere nejvíce času, ovšem je nejužitečnější.

#### Částečný audit

Vypíšete položky pouze z nejdůležitějších stránek a nejdete do tak hluboké úrovně.

#### 4.1 SESKUPENÍ OBSAHU

Po auditu obsahu, tedy vypsání si stávající struktury z webu, musíte tento obsah seskupit nově.

Je důležité se na obsah podívat s odstupem, prioritizovat ho a seskupit. Vhodnou metodou pro seskupení obsahu je metoda Třídění karet (anglicky Card sorting). Metoda je více popsána v bodě 4.3 Ověření správné struktury.

#### 4.2 TVORBA NAVIGACE

V této fázi již znáte obsah webu a máte jej rozčleněný do skupin.



Následuje vytvoření mapy stránek, která vizualizuje navigaci a provázanost obsahu. Mapa stránek je

soubor, který vám ukáže, jaké stránky by měl web mít a jak budou mezi sebou propojené.

Pokud máte stránky rozmyšlené, vytvoříte navigaci. Tu byste měli vytvořit podle provázanosti těchto stránek a také názvů skupin obsahu.

#### 4.3 OVĚŘENÍ SPRÁVNÉ STRUKTURY

Pro zjištění a ověření si, že strukturu, tedy informační architekturu webu, máte správně navrženou a uživatelům se snadno používá, jsou vhodné tyto metody:

- [Třídění karet](#)  (anglicky Card sorting) je metoda, která slouží pro organizování většího množství informací. Cílem je pochopit, jak o informacích přemýšlejí uživatelé, jaké jsou mezi nimi vztahy. Díky tomu pak můžete informace seskupit tak, aby nejenom skupiny, ale také názvy těchto skupin dávaly uživatelům smysl.
- [Tree testing](#)  je metoda, která slouží pro ověření srozumitelnosti informační architektury webu. Díky ní ověříte, jak snadno dokážou uživatelé najít potřebné informace.

# Pravidla pro tvorbu obsahu

Pište tak, jak běžně mluvíte a lidé budou vědět, co mají dělat. Následující rady vám řeknou, jak psát jasné, jednoduché a srozumitelné texty na weby veřejné správy.

## Kdo komu píše

Ujasněte si, pro koho píšete, kdo je váš čtenář. Vy jste veřejná správa (nebo součást veřejné správy) a píšete lidem, převážně občanům České republiky.

MY = veřejná správa (pisatel)

VY = člověk nebo lidé (čtenář)

V textu používejte pro veřejnou správu první osobu množného čísla. Pokud nepíšete přímo za sebe, nikdy nepoužívejte jednotné číslo. Čtenáři vykejte nebo používejte druhou osobu množného čísla.

## Genderová neutrálnost

Pohlídejte si, že je váš text genderově neutrální. Genderově neutrální bývají věty v přítomném čase. Pokud musíte použít podmiňovací způsob, kde se v jednotném čísle někdy nelze vyhnout genderovému rozlišení, použijte množné číslo.

### Příklad

- Původní: Pokud jste si nechal zablokovat eObčanku, musíte zažádat o novou do 15 dnů.
- Genderově neutrální: Pokud máte zablokovanou eObčanku, musíte zažádat o novou do 15 dnů.
- V množném čísle: Pokud jste si nechali zablokovat eObčanku, musíte zažádat o novou do 15 dnů.

## Jednoduše, jasně a srozumitelně

**Představte si, že své téma vysvětlujete chytrému dítěti nebo někomu, pro koho čeština není rodný jazyk. Tomu musíte uzpůsobit slovní zásobu.**

Kolem 11 let má dítě aktivní slovní zásobu zhruba 9 000 běžných slov. Tato slova jsou pro dospělého

nejsrozumitelnější (protože je používá nejdéle), i když slovní zásoba dospělého člověka může být klidně i 300 000 slov.

Chcete-li otestovat, zda je slovo běžné, zamyslete se, jestli byste ho použili v rozhovoru s dítětem z prvního stupně. Můžete se také zamyslet v cizím jazyce, který se učíte. Pokud znáte překlad slova, asi bude běžné.

**Vždy upřednostněte srozumitelnost nad přesnost.** Pokud například k bombě vedou tři dráty, jeden je smaragdový, druhý safírový a třetí rubínový, úplně stačí, když pyrotechnik bude vědět, že musí přestříhnout ten modrý, aby bombu zneškodnil. Není to přesné, ale je menší riziko, že si splete modrou se zelenou, než že si splete smaragdovou se safírovou.

## Pozornost čtenáře v době internetu

Říká se, že lidé na webu nečtou, není to však pravda. **Lidé na webu čtou, ale jinak** než v knize nebo v papírových novinách.

### PAPÍROVÉ NOVINY/KNIHY

Čtou celé texty, slovo od slova.

Přečtou většinu textu.

Nic je nevyrušuje.

Vyhradí si na čtení čas.

Obsah má začátek a konec.

### ONLINE TEXTY

Čtou úryvky, přeskakují z řádku na řádek a hledají klíčová slova.

Spíše prolítávají.

Ruší je notifikace a reklamy.

Chtějí jen rychle něco najít a přejít k jiné činnosti.

Obsah je nekonečný.

## Jak lidé na internetu vyhledávají

1. Mají otázku.
2. Zadájí ji do vyhledávače.
3. Předpokládají, že správnou odpověď najdou v jednom z prvních deseti odkazů.
4. Vyberou stránku, která na ně působí nejvíce důvěryhodně. Při tom zohledňují hezkou grafiku, jestli se jedná o oficiální stránku, aktuálnost obsahu.

5. Vyhledané informace jim musí dávat smysl.
6. Rychlým pročtením vyhledají odpověď na svou otázku.
7. Dohledanou informaci si dále neověřují - jejímu sdělení věří.

Web funguje správně pouze tehdy, pokud čtenář **najde rychle** to, co potřebuje k vyřešení své potřeby. Při vyhledávání informací čtenář **nechce přemýšlet**, chce si informace dohledat a bezpečně **vědět, co má dál dělat**, nebo se už věci nevěnovat, pokud bylo jeho cílem se pouze informovat.

## Kolik informací je tak akorát

Uvědomte si, že ne všechno, co máte připraveno k publikaci, potřebuje čtenář vědět, aby došel ke svému cíli. **Pište jen takové informace, které chce čtenář vědět a ty, které jsou podstatné**, aby se nedostal do rozporu s nastavenými pravidly. Nic víc.

Při psaní každého textu si nejdříve položte otázku: „**Co chce čtenář vědět?**“ Pak teprve text napište. Poté se zeptejte: „**Obsahuje text všechno, co skutečně potřebuje čtenář vědět a nic víc?**“ Pokud si myslíte, že i přesto by si měl čtenář nastudovat více, odkažte ho na konkrétní legislativu nebo jiný zdroj.

### Příklad

*Prostudujte si také zákon X/Y Sb.*

*Bližší informace najdete na stránkách [www.tady.cz](http://www.tady.cz). Dejte si také pozor, aby byl odkaz správný a funkční.*

## Často kladené otázky

Často kladené otázky mohou být také označeny zkratkou FAQ z anglického frequently asked question. Pokud máte obsah odpovídající na všechny možné otázky, sekce FAQ není potřeba.

Sekci otázek a odpovědí je vhodné zařadit, pokud se web věnuje složitější problematice. Často kladené otázky pomohou čtenáři zorientovat se v tom, co od webu může očekávat. Navíc jestli vám dotazy skutečně chodí na kontaktní e-mail nebo se lidé chodí ptát osobně, můžete si ulehčit práci s odpovídáním.

## Proč je důležité psát srozumitelné texty

**Nebojte se psát tak, abyste měli jistotu, že lidi vše pochopí.** Úřednická praxe někdy nutí pisatele skládat věty do konstrukcí, o kterých si myslí, že vypadají profesionálně. Pokud jsou věty kvůli tomu kostrbaté a nesrozumitelné, čtenář ztrácí důvěru ke svojí inteligenci a k pravdivosti sdělení. Ve výsledku

pak ani nevěří vaší ochotě mu pomoci a nepovažuje vás nebo úřad za profesionální.

Lidé jsou zvyklí, že když něco chtějí vědět, najdou to na internetu, ideálně na **oficiálních stránkách instituce**. Hlavně, aby s nikým nemuseli osobně mluvit. Když na oficiálních stránkách najdou **vše potřebné** a mají jistotu, že **informace jsou garantované**, nemusí pokračovat na různá pochybná diskuzní fóra, kde se dozví informace, které jsou zastaralé nebo nejsou pravdivé.

## Jak strukturovat text

### Pravidlo obrácené pyramidy

Obrácená pyramida je postup psaní textu, kdy **se informace řadí od těch nejdůležitějších** v úvodu, přes vlastní obsah uprostřed až **k méně důležitým detailům nakonec**, ke kterým se už uživatel nemusí dostat, pokud je jeho zájem uspokojen v první části.

Uživatelé na internetu spíše skenují očima, než že by četli slovo od slova, proto je důležité **podstatné informace udržet v horní části obrazovky**, kdy uživatel ještě nemusí scrollovat.

## Nadpisy

Nadpisy nemusí být přesným odrazem celého textu. Pište je uživatelsky přívětivé, přehledné a hlavně popisné. Takové nadpisy čtenář snadno rozliší a vybere ten, který je pro něj nejvhodnější.

### Jak by měl nadpis vypadat

#### Příklad

Špatný nadpis: Nebezpečný odpad – proces

Správný nadpis: Jak odstranit nebezpečný odpad

Pokud se jedná o pravidelnou událost, která je každý rok trochu jiná, zahrňte do nadpisu i datum.

#### Příklad

Jak odstranit nebezpečný odpad v roce 2020

### Délka nadpisu



Ideální délka nadpisu je cca 55 znaků včetně mezer.

## Formáty v nadpisu

Do nadpisu **nezahrnujte různé typy formátu** (kurzíva, podtržení, tučné). Není to přehledné a může se stát, že v grafickém designu výsledné webové stránky to nebude možné použít nebo bude například kurzíva nečitelná.

## Do perexu napište shrnutí toho, co text obsahuje

Část pod nadpisem musí **popsat, co čtenář v textu najde**. Pokud je perex vágní nebo nepravdivý, ztrácí čtenář čas čtením textu, který mu nedá informaci, kterou potřebuje.

V případě vyhledávání na Googlu jsou tyto popisky viditelné **maximálně do 160 znaků**. Do tohoto počtu se snažte napsat vše potřebné, co čtenáře přesvědčí o tom, že má stránku rozkliknout a pokračovat v hledání informace.

## Struktura textu

### Doporučená délka stránky

Zkuste se vejít do **jedné normostrany**. Pokud musí být text **delší, zaměřte se na dělení textů** do oddílů, zvýraznění hlavních sdělení, proložení textu seznamy, ikonami, citacemi a obrázky. Díky tomu udržíte čtenářovu pozornost déle.

### 1 odstavec = 1 informace

**Do každého odstavce napište jen jednu informaci**. Jakmile čtenář najde první podstatnou věc, předpokládá, že už ví vše potřebné, a přeskóčí na další odstavec.

**Odstavec** by také **neměl být delší než 4 řádky**. Nezkracujte však odstavce tím, že důležité informace schováte do vyskakovacích oken, odkazů nebo rozbalovacích seznamů. Nepoužívejte ani poznámky pod čarou, na web se nehodí.

### Reagujte na hledaný výraz

**Klíčová slova se snažte dávat na začátek řádku** nebo je **zvýrazněte**. Pokud v odstavci čtenář nenajde rychle hledaný výraz, přeskóčí na další odstavec.

## Nepoužívejte Caps Lock

CAPS LOCK SE HŮŘE ČTE. Slova psaná velkými písmeny změňte na malá, ta se nejen lépe čtou, ale jsou i lépe vnímána – velkými písmeny dáváte najevo důraz, který si lze vysvětlit i jako psaný křik.

## Rady pro obsah textu

### Mluvte k věci

**Pište tak, jak mluvíte.** Vymyslete, co chcete říct, a pak to řekněte, co nejjednodušeji to jde. Jako byste to říkali kamarádům v hospodě nebo kavárně.

**Nepoužívejte metaforu, přirovnání nebo jiné řečnické a básnické obraty.** Nikoho to nezajímá. Čtenář chce co nejrychleji najít informaci, pro kterou přišel. **Pište konkrétně a jasně.**

Vynechte také fráze, klišé a věty bez významu. Pokud si čtenář nedokáže pod sdělením něco představit, zní to v jeho hlavě jako „blablabla“. Může mu tak uniknout důležitá informace, která je schovaná pod nánosem zbytečných a nicneříkajících slov.

### Příklad

Úřad je tu pro vás. Poskytneme vám individuální přístup a vyřešíme všechny vaše problémy.

To je hezké, ale čtenář neví, co má dělat, ani co pro něj udělají úředníci.

Zkuste: Pokud vám vypršela platnost občanského průkazu, vyplňte „Žádost o občanský průkaz“ a dostavte se k přepážce č. 1.

## Zkraťte to

**Pište opravdu stručně.** Text na web by neměl být delší než je skutečně nutné. Čtenář neudrží pozornost, pokud musí číst dlouhá slova nebo dlouhá složitá souvětí.

- Jestli můžete vypustit větu, aniž by se změnil význam sdělení, vypusťte ji.
- Jestli můžete škrtnout slovo, aniž by se změnil význam věty, škrtněte ho.
- Pokud nevíte, jaké použít přídavné jméno, nepište žádné.
- Příslovce nejsou totiž vlastně jakoby potřeba.

- Jestli můžete dlouhé slovo nahradit kratším, udělejte to.
- Dlouhá složitě vystavěná souvětí rozdělte do více jednoduchých vět.

Nakonec si text přečtěte nahlas. **Věty musí být tak krátké, aby se daly „udýchat“** (přečíst na jeden nádech). Když si text přečtete nahlas, lépe dokážete posoudit, která slova jsou podstatná a která ne, a můžete větu zkrátit na opravdové minimum.

## Dejte textu dynamiku

**Nikdy nepoužívejte trpný rod, můžete-li použít činný.** Pokud použijete sloveso v činném rodě, můžou si čtenáři lépe představit činnost i původce děje (podmět), a proto se jim text lépe čte. Slovesa v činném rodě jsou barvitější a nezaplevelují text pomocným slovesem „být“.

### Příklad

Trpný rod: *V názvu formuláře je uvedeno „Žádost o rodičovský příspěvek“.*

Činný rod: *Formulář se jmenuje „Žádost o rodičovský příspěvek“.*


Jsou věty, kde je nutné trpný rod použít, aby byly kratší a srozumitelnější. Tady trpný rod samozřejmě použijte. V celkovém textu by však trpný rod neměl převažovat.

## Pište obyčejně česky

**Nikdy nepoužívejte cizí slova, odborné výrazy nebo žargon, můžete-li to říct běžným jazykem.**

Uvědomte si, že nepíšete jen pro právníky a úředníky, ale pro všechny.

Přílišné **používání cizích slov snižuje srozumitelnost textu** a na čtenáře **může působit povýšeně**. Je zde také riziko, že dojde k použití podobného cizího slova ve špatném významu: momentálně x mentálně; faux pas x foyer; suvenýr x suverén; personalizovaný x personifikovaný...

**Terminus technicus použít nemusíte**, pokud rovnou napíšete, o co se jedná. Názvům v odborném názvosloví nemusí všichni čtenáři rozumět. Pokud musíte použít odborný termín, vysvětlíte ho při prvním použití. Pokud je v textu odborných výrazů více, publikujte na webu slovník použitých pojmů. Např. [slovník pojmů eGovernmentu](#) .

Odborné texty jsou většinou hodně technické a složité. I vzdělaný čtenář může mít problém se

zorientovat v textu, který je napsán **právnickým nebo úřednickým žargonem**. Informaci musíte popsat tak, aby si ji čtenář mohl představit.

- Pokud mluvíte o **zákoném požadavku**, použijte slovo „**muset**“.
- Pokud chcete tvrzení zdůraznit, použijte sousloví „právní odpovědnost“.
- Nejdříve napište **pravidlo, pak výjimku**.
- **Nepoužívejte zkratky**. Ani ty, o kterých si myslíte, že jsou všeobecně známé. V tomto případě je lepší, když je text o něco delší, než aby byl kvůli použitým zkratkám nesrozumitelný.

## Používejte rozum

Tato pravidla nedodržujte tak přísně. Můžete porušit každé z těchto pravidel, aby váš výsledný text dával větší smysl.

## Tón komunikace

Pište **spisovně**, vyvarujte se hovorových výrazů a nářečí. Informace podávejte jasně a stručně.

Dbejte na to, aby čtenář po přečtení textu **věděl, co má dělat**, a k akci ho přímo vyzvěte. Celý text adresujte právě čtenáři:

### Příklad

- Kontaktujte nás na e-mail.
- Navštivte naši pobočku.
- Zaplaťte správné poplatky.
- Zanechte svou žádost na podatelnu.
- Zde napište svůj požadavek.

Věty typu:

- Kontaktujte nás prosím na e-mail.
- Budeme potěšeni, když navštívíte naši pobočku.
- Buďte tak laskav a zaplaťte správné poplatky.
- Prosíme o zanesení Vaší žádosti na podatelnu.

- Zde prosím napište Váš požadavek.

zní možná zdvořileji, ale patří do korespondence. Na web se nehodí a zbytečně prodlužují text. V textu tedy neproste a **nebud'te hyperzdvořilí**, není to potřeba. Pokud přeci jen musíte prosbu vyjádřit, použijte tvar v množném čísle „prosíme“.

Nesnažte se být přehnaně neformální a **nepoužívejte v textu smajlíky** a jiné emotikony.

**Velké písmeno V** u slov Váš, Vám, Vámi atd. nepište. Tento tvar s velkým V vyjadřuje, že čtenáře konkrétně znáte, a proto patří do korespondence, ne na web.

Častá úřednická chyba se vyskytuje u **přivlastňovacích zájmen**. Zapamatujte si pravidlo, že pokud je majitel přivlastňovaného předmětu zároveň původce děje, použijete tvar zájmena „svůj“:

#### Příklad

Zaneste Vaši svou žádost na podatelnu.

## Jazykové jevy, které za vás ani Word neopraví, když je napíšete špatně

**Přechodníky nepoužívejte.** Jsou archaické a při čtení brání hladkému porozumění. Pravopis přechodníků navíc není jednoduchý a málokdo si ho ze školy pamatuje tak dobře, aby zvládl bez kontroly napsat přechodník správně.

**„Jenž“ spíš nepoužívejte.** Jenž je archaický výraz a ve skloňování se často chybuje. Nahraďte jej slovem „který“.

**„Či“ používejte velmi zřídka.** Nahrazujte ho slovem „nebo“, pokud se jedná o vylučovací vztah. Pokud se jedná o slučovací vztah, nahraďte jej spojkou „a“.

Anglicismy se v češtině vyskytují čím dál častěji (vezmi místo; na konci dne...), ale je **lepší používat české výrazy**, protože jsou kratší: sedni si; nakonec.

Sloveso **vědět** se ve třetí osobě píše **„vědí“**. „Lidé ví“ je špatně. „Lidé vijou“ je hanácky.

**Před spojkou „a“ se někdy čárka píše.** Záleží na tom, jestli je věta hlavní nebo vedlejší a jaký mezi

sebou mají vztah. Tato pravidla je třeba znát více do hloubky. Pokud si v tomto nejste jisti, pište jednodušší a kratší souvětí.

Dejte si pozor, **s jakým pádem se slovesa ve spisovné formě pojí**. V textech se můžete setkat s tvarem „vyvarovat se čemu“, ale je to špatně. V pravidlech spisovné češtiny se sloveso „vyvarovat se“ pojí jen s 2. pádem, tedy „vyvarovat se čeho“.

Zkontrolujte si, jestli jste napsali správně **velká a malá písmena u názvů institucí**, a v celém textu to pište stejně.



## Jak optimalizovat obsah pro vyhledávače (SEO - zkratka angl. výrazu “search engine optimization”)

Návštěvnosti webových stránek také pomáhá, když je obsah optimalizovaný pro vyhledávače. To znamená, že vyhledávač zobrazí váš web na vyšší pozici ve výsledcích vyhledávání. Je důležité si dát pozor na relevantní klíčová slova, správnou délku nadpisů, indexaci nadpisů a metadata.


### Analýza klíčových slov

Abyste zjistili, jaká slovní spojení používají běžní uživatelé na internetu u vašeho obsahu, udělejte si analýzu klíčových slov. Zaměřte se na konkrétní tvary, synonyma, jejich hledanost a konkurenčnost. Při tvorbě webových stránek vám právě analýza klíčových slov pomáhá zjistit používaný jazyk vašich čtenářů, kterým je potřeba s nimi na webu mluvit. Vyhněte se tak používání zmiňovaného právníckého nebo úřednického žargonu, kterému vaši čtenáři nerozumí.

Pro analýzu klíčových slov se používají tzv. plánovače klíčových slov:

- pro vyhledávač Google - [Google Ads](#) 
- pro vyhledávač Seznam - [Sklik](#) 

### Sémantický kód

Protože web neprohlíží pouze lidé na nejrůznějších zařízeních v nejrůznějších prohlížečích, ale také hlasové čtečky či roboti vyhledávačů, je potřeba v kódu webu dodržovat hierarchii a správně sdělit, co je nadpis, seznam, tabulka atp., tzn., že musíte dodržovat standardy [W3C](#) .

Ke kontrole dodržování těchto standardů použijte [validátor W3C](#) .

## Meta tagy title (titulek) a description (popis)

Meta tagy patří mezi základní stavební prvky každé webové stránky a jsou součástí kódu webové stránky. Pro tvorbu obsahu jsou důležité meta title (titulek) a meta description (popis), které se zobrazují při vyhledávání. Podstatné jsou pro uživatele internetu, pro kterého musí být srozumitelné, i pro algoritmy vyhledávače, který zohledňuje relevanci obsahu.

### META TITLE

#### Co je meta title

V hlavičce každé webové stránky by měl být titulek, čili párová značka `<title>`. Ten obsahuje základní informaci, o čem stránka je. Takový titulek se pak zobrazuje na vyhledávačích a na záložkách či kartách prohlížečů. Díky tomu víte, proč máte otevřené záložky a co v nich aktuálně naleznete.

#### Vliv titulku na SEO

Titulek ovlivňuje, jestli vyhledávač váš obsah nabídne hledajícímu a jestli hledající takový obsah opravdu hledá a web navštíví. Titulek by proto měl obsahovat klíčová slova, která jsou k dané stránce nejrelevantnější. Pokud píšete obsah o rodičovském příspěvku, je vhodné do titulku napsat například „Jak zažádat o rodičovský příspěvek“.

#### Optimální délka titulku

Ideální je psát titulek v délce maximálně 55 znaků, abyste měli jistotu, že se dobře zobrazí ve výsledcích vyhledávání. Google zobrazuje i titulky delší, ale to, jestli se titulek zobrazí celý, je závislé hlavně na počtu pixelů. Jednotlivá písmena se liší svou šířkou, takže pokud budete používat hodně „i“ a třeba „j“, můžete se dostat na titulek, který má až 117 znaků a pořád bude viditelný. Maximum pixelů by mělo být okolo 467. Neupravujte ale obsah titulku podle pixelů. Pro zobrazení ve vyhledávání je důležitá hlavně obsahová relevance poskytnuté informace.

Pro kontrolu počtu znaků můžete použít [Lettercount](#) .

### META DESCRIPTION

#### Co je meta description

Popis stránky říká lidem i vyhledávačům, o čem stránka je. To znamená, že byste zde měli rozepsat to, co se do titulku nevešlo. Meta description má vliv především na čtenáře. Pokud uvidí dva podobné titulky u dvou různých výsledků vyhledávání, pravděpodobně bude číst i popisy a vyhraje ten odkaz,

který má lepší popis.

## **Vliv popisu na SEO**

Samotný obsah titulku nemusí mít vliv na pozici webu ve výsledcích vyhledávání, ale nepřímo může obsah titulku ovlivnit, jak často budou uživatelé stránku navštěvovat. Dobrý a smysluplný popis vám může zvýšit návštěvnost, protože vám zvýší míru prokliku (CTR – click through rate).

## **Optimální délka popisu**

Ideální je psát popis v délce maximálně 145 znaků. Google, narozdíl od Seznamu, zobrazuje popisy i delší. Ale vzhledem k tomu, že se počet možných znaků zpravidla každý rok mění, můžete doporučený počet znaků hlídat a podle toho se řídit, nebo můžete napsat dlouhý popis, který bude mít např. 300 znaků (nebo 923 pixelů) a bude záviset na konkrétním výrazu a kvalitě popisu, jestli jej vyhledávač zobrazí celý. Pokud ne, zobrazí zkrácenou verzi a ukončí ji třemi tečkami. Někdy si vyhledávač vytáhne lepší description přímo z obsahu vaší stránky.

Pro kontrolu počtu znaků lze opět použít [Lettercount](#) .




# Pravidla pro umístování loga

Návod, kam umisťovat logo na webech veřejné správy nebo na webech projektů z operačních programů.


## Úvod


Zde se dozvíte, jaká jsou pravidla pro umístování log na webech veřejné správy a na projektové webové stránky. Kapitola nepojednává o pravidlech užití log v tiskovinách.

### Pravidla pro umístování log na webech veřejné správy


- Logo (např. [Portál veřejné správy](#) ) je vždy umístěno v levé horní části [Menu](#) webu.
- Logo je vždy klikatelné a vede na úvodní stránku webové stránky příslušné organizace nebo projektu.
- Velikost loga musí být vždy taková, aby byla zaručena jeho čitelnost.
- Pozadí musí být v kontrastu s logem tak, aby byla zaručena čitelnost loga. Vždy musí být splňována pravidla o přístupnosti.

### Pravidla pro umístování log na webech projektů z operačních programů

Kompletní výčet pravidel pro použití log najdete v dokumentu [Obecná část pravidel pro žadatele a příjemce](#) .

1. Logotyp EU (znak EU a povinné odkazy) musí být vždy umístěn tak, aby byl zřetelně viditelný. Jeho umístění a velikost musí být úměrné rozměrům použitého materiálu nebo dokumentu. Na internetové stránce je logotyp EU umístěn tak, aby byl viditelný při otevření stránky na digitálním zařízení bez nutnosti přesunu na spodní část stránky.
2. Logotyp EU se na internetových stránkách zobrazuje v barevném provedení. Ve všech ostatních médiích se barevné provedení použije, kdykoli je to možné, jednobarevnou verzi lze použít pouze v odůvodněných případech. Odůvodněnými případy se rozumí zejména materiály, které jsou tištěny či určeny k tisku na běžných tiskárnách, a další případy, kdy je použití barevné verze log neekonomické, neekologické či neestetické.
3. Kromě znaku EU lze použít i další loga (příjemce, projektu, partnerů apod.). Výjimku tvoří povinný plakát, dočasná deska, stálá deska nebo billboard, pro které je třeba použít výhradně elektronické šablony, které jsou ke stažení na portálu [ESFČR](#) .





4. Jsou-li kromě logotypu EU zobrazena další loga, musí mít znak EU nejméně stejnou velikost (měřeno na výšku nebo šířku) jako největší z těchto dalších použitých log.
5. V případě použití dalších log bude logotyp EU v horizontálním řazení vždy na první pozici zleva a ve vertikálním řazení na nejvyšší pozici.
6. Při řazení několika log za sebou je nutné dodržovat ochranné zóny jednotlivých log.

Jako vzor pro umísťování log na projektových webových stránkách slouží web projektu [Využívání prvků procesního řízení a zavedení standardů pro výkon prioritních agend veřejné správy \(PMA3\)](#) , který byl schválen řídicím orgánem OPZ.

### **Integrovaný regionální operační program (IROP)**

Pravidla použití loga projektů IROP jsou specifická pro konkrétní projekt. Dále je potřeba dodržovat obecná pravidla v této kapitole design systému.

## **Užitečné odkazy a dokumenty ke stažení**

- [Manuál loga ministerstva vnitra](#) 
- [Menu](#)
- [Evropský sociální fond České republiky \(ESFČR\)](#) 
- [Obecná část pravidel pro žadatele a příjemce v rámci OPZ](#) 
- [Projekt PMA3](#) 

# Přístupnost webových stránek

Přístupnost webu veřejné správy musí splňovat základní požadavky definované zákonem č. 99/2019 Sb., o přístupnosti internetových stránek a mobilních aplikací.

## Úvod

Požadavky jsou popsány v [Metodickém pokynu](#) k [zákonu č. 99/2019 Sb.](#), o přístupnosti internetových stránek a mobilních aplikací a o změně zákona č. 365/2000 Sb., o informačních systémech veřejné správy a o změně některých dalších zákonů, ve znění pozdějších předpisů (včetně požadavků normy EN 301 549 V2. 1.2).

## Prohlášení o přístupnosti

Povinné subjekty musí na základě §8 zákona o přístupnosti zveřejnit tzv. Prohlášení o přístupnosti týkající se souladu jejich internetových stránek a mobilních aplikací s požadavky na ně kladenými.

V případě prohlášení o přístupnosti internetových stránek se povinnému subjektu nabízí dvě možnosti:

- Povinný subjekt může pro každou internetovou stránku vydat samostatné prohlášení o přístupnosti, které na dané internetové stránce zveřejní (například povinný subjekt, který spravuje pět internetových stránek, zveřejní a aktualizuje pět prohlášení o přístupnosti, přičemž každé prohlášení o přístupnosti se týká pouze té internetové stránky, na níž je zveřejněno)
- Povinný subjekt může zveřejnit pouze jedno prohlášení o přístupnosti internetových stránek, které se bude vztahovat na všechny jím spravované internetové stránky. Takové prohlášení o přístupnosti pak bude zveřejněno na jedné z internetových stránek spravovaných povinným subjektem, přičemž další internetové stránky budou na toto prohlášení odkazovat.

Prohlášení o přístupnosti mobilních aplikací povinný subjekt zveřejňuje jedno, a to na některé z jím spravovaných internetových stránek.

[Vzorové prohlášení o přístupnosti](#)

[Jak vyplnit prohlášení o přístupnosti](#)

# Web Content Accessibility Guidelines 2.1 (WCAG 2.1)

Během posledních několika let, kdy bylo WCAG 2.0 nejrozšířenější a celosvětově užívanou metodikou, narůstala potřeba reagovat na nové výzvy a zároveň snaha posílit ty oblasti v přístupnosti, které se v předchozím období mohly zdát v metodice upozaděny. Nová verze Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.1 reaguje na tyto potřeby a doplňuje vzniklé mezery zvláště ve třech oblastech:

- přístupnost obsahu na mobilních zařízeních,
- přístupnost pro slabozraké uživatele,
- přístupnost pro uživatele s kognitivními poruchami nebo poruchami učení.

Metodika WCAG 2.1 vychází z metodiky WCAG 2.0 a je s ní zpětně kompatibilní, což znamená, že internetové stránky, které odpovídají WCAG 2.1, jsou v souladu s WCAG 2.0.

Přístupnost internetových stránek a mobilních aplikací se dotýká rozmanité skupiny subjektů. Aby bylo možné vyhovět potřebám této skupiny, dělí se metodika WCAG 2.1 na několik částí, včetně obecných principů, obecných pravidel, měřitelných kritérií úspěšnosti, bohaté sbírky obsahující vhodné techniky, doporučení, zdokumentované časté chyby s příklady, odkazy na zdroje a zdrojové kódy.

## Principy

Zcela na vrcholu stojí čtyři principy, které představují základní pilíře přístupnosti internetových stránek. Jsou jimi vnímatelnost, ovladatelnost, srozumitelnost a stabilita.

## Pravidla

Pod principy stojí na pomyslné pyramidě třináct pravidel, která představují základní cíle, na které by se měli tvůrci zaměřit, aby svůj obsah zpřístupnili osobám s různými typy postižení. Pravidla sama o sobě nejsou testovatelná, ale jsou jakýmsi rámcem, který tvůrcům pomůže porozumět kritériím úspěšnosti a lépe implementovat techniky přístupnosti.

## Kritéria úspěšnosti

Pro každé pravidlo existují testovatelná kritéria úspěšnosti, která umožňují používání WCAG 2.1 v situacích, kde je nutné otestovat obsah z hlediska míry shody s požadavky pravidel WCAG 2.1 v případech, ve kterých se vyžaduje testování požadavků a zajištění shody, např. specifický design. Aby bylo možné vyhovět požadavkům a potřebám rozmanitých skupin v nejrůznějších situacích, existují tři úrovně shody:

- nejnižší A
- střední AA
- nejvyšší AAA

## Dostačující a doporučené techniky

Pro každé pravidlo a kritérium úspěšnosti obsažené v samotném dokumentu WCAG 2.1 je uvedeno mnoho technik. Tyto techniky jsou informativního rázu a spadají do dvou kategorií:

- techniky, které jsou dostačující pro plnění kritérií úspěšnosti
- doporučené techniky, jež jdou nad rámec toho, co je potřebné pro splnění jednotlivých kritérií úspěšnosti

Všechny tyto části metodiky (principy, pravidla, kritéria úspěšnosti, dostačující a doporučené techniky) se vzájemně doplňují a poskytují komplexní návod, jak zajistit přístupnější internetové stránky a mobilní aplikace.

Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.1 definuje čtyři základní principy přístupnosti:

### **VNÍMATELNOST**

Informace a součásti uživatelského rozhraní musí být prezentovány tak, aby je uživatelé byli schopni vnímat.

### **OVLADATELNOST**

Všechny součásti uživatelského rozhraní a všechny navigační prvky musí být ovladatelné.

### **SROZUMITELNOST**


Informace a ovládání uživatelského rozhraní musí být srozumitelné.


### **STABILITA**

Obsah musí být dostatečně stabilní, aby mohl být spolehlivě interpretován širokou škálou přístupových zařízení včetně asistivních technologií.

Obsah musí být dostatečně stabilní, aby mohl být spolehlivě interpretován širokou škálou přístupových zařízení včetně asistivních technologií.

Dle [zákona č. 99/2019 Sb.](#) , o přístupnosti internetových stránek a mobilních aplikací se má za to,

že internetové stránky jsou vnímatelné, ovladatelné, srozumitelné a stabilní, pokud splňují požadavky harmonizované normy nebo jejich částí, na které byl v [Úředním věstníku Evropské komise](#)  zveřejněn odkaz.

[Harmonizovaná norma EN 301 549 V2. 1.2](#)  požaduje splnění povinností na úrovni A-AA (viz kapitola č. 9 uvedené normy).


# Responzivní webdesign

Návod pro tvorbu webů a webových aplikací tak, aby se jejich obsah správně zobrazoval na všech zařízeních.

## Úvod

V této části design systému jsou vysvětleny základní principy a návody, které je potřeba dodržovat pro vytvoření responzivního webu nebo webové aplikace.

### Co je responzivní webdesign?

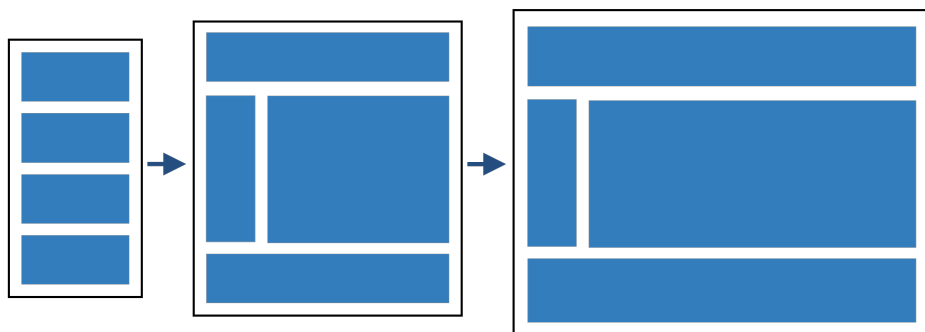
Tato kapitola, se týká samotné realizace. Ujistěte se, že jste prošli všechny fáze, které vývoji předchází. Jednou z metod, která se problematice věnuje je [Human-centred design](#) .

Responzivní webdesign (RWD) je přístup k vývoji webů a webových aplikací, který zohledňuje zařízení, na kterém je web nebo webová aplikace zobrazována. Díky tomuto přístupu je zaručené, že se bude web nebo webová aplikace zobrazovat správně na malých telefonech i na velkém stolním počítači.

Pro dosažení takového cíle je potřeba dodržování pravidel již od prvotních návrhů.

### Mobile first přístup

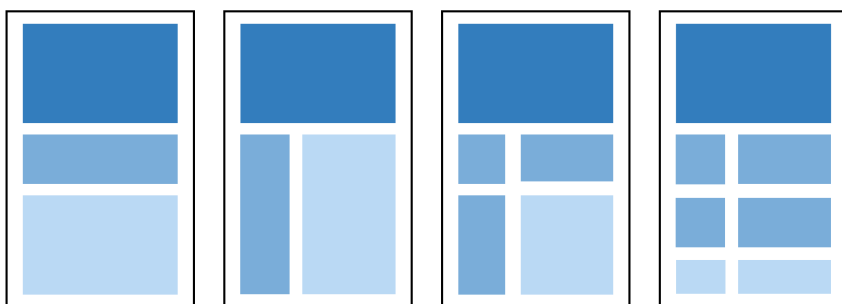
Jde o přístup, který říká, že návrh pro mobilní zařízení, který je nejtěžší, má být zpracován jako první. V procesu návrhu pro malá zařízení se objeví mnoho designových otázek a výzev. Pokud si všechny vzniklé otázky zodpovíte a vyřešíte výzvy, bude pro vás snazší vytvářet design pro další zařízení.




## PRIORITIZACE OBSAHU

Důležité je, že mobile first přístup je přístupem založeným na obsahu. Na mobilním zařízení je nejvíce omezení. Mezi taková omezení patří velikost obrazovky, případně velikost kontejneru.

Obsah je nejdůležitější částí webu nebo webové aplikace. To je to, proč uživatelé navštíví web nebo použijí webovou aplikaci. Vzhledem k omezení, která mají malé obrazovky, je nutné obsah prioritizovat. Toto je skvělá příležitost, jak určit a umístit do popředí ten nejdůležitější obsah.



Návštěvník na mobilním zařízení může mít jinou potřebu, než návštěvník, který si web nebo webovou aplikaci zobrazuje doma na stolním počítači. Důležitý je celkový kontext, ve kterém se uživatel nachází. Proto, než začnete designovat pro různá zařízení, je potřeba definovat [uživatelské scénáře](#) .

Myslet na uživatele mobilních zařízení, neznamená odstranění informací. Znamená to třídění informací



na primární, sekundární a terciární obsah.

#### PROCES NAVRHOVÁNÍ S PŘÍSTUPEM MOBILE FIRST

Ve chvíli, kdy znáte všechny uživatelské potřeby, můžete přejít k samotnému návrhu. Níže najdete pár tipů, jak na samotný návrh. Nejde o kompletní seznam, ale o ukázkou toho, na co si dát při navrhování pozor. Více k tématu v užitečných odkazech na konci stránky.

1. Inventura obsahu - Tabulka, nebo jiný, vhodný dokument, obsahující seznam stránek a komponent.
2. Vizuální hierarchie - Jednotlivé komponenty seřadíte na stránce dle jejich důležitosti (např. primární a sekundární [tlačítka](#)).
3. Začněte navrhovat pro nejmenší obrazovky - Navrhněte drátěný model pro nejmenší obrazovku (např. 320 px) a podle mřížky postupně obsah přizpůsobujte větším obrazovkám.
4. Dotyková plocha - Prsty jsou širší než kurzor myši, proto potřebují větší prvky, na které lze tapnout (kliknout). Interaktivní elementy musí být velké minimálně 1 cm x 1 cm.
5. Absence `:hover` - Na zařízeních, kde používáme kurzor myši, lze při návrhu počítat s vizuální změnou (např. změna barvy) po najetí kurzoru na aktivní element. Tento efekt u dotykových zařízení není. I bez tohoto efektu, musí být jasně vidět, že jde o aktivní prvek.
6. Přemýšlejte jako byste navrhovali aplikaci - Mobilní uživatelé používají gesta. Jde o zcela jiný pohyb, než je na stolním počítači. Jiným způsobem funguje i samotné [menu](#). Přemýšlejte o rozbalitelných komponentách (např. [akordeon](#))).
7. Vyhněte se velkým grafikám a fotografiím - Fotografie na šířku a složitá grafika se nezobrazují dobře.
8. Testujte návrh na reálném zařízení - Odstupte od stolního počítače a zobrazte si návrh na skutečném telefonu nebo tabletu. Jedině tak bude návrh dobrý na mobilních zařízeních. Toto umožní prototypovací nástroje, nebo nástroje pro testování v prohlížeči. Více najdete v užitečných odkazech na konci stránky.

#### NAVRHOVÁNÍ DRÁTĚNÉHO MODELU

V první fázi navrhování použijte tužku a papír. Iterujte k finální verzi, kterou chcete převést do digitální podoby.

Pro vytvoření drátěného modelu (wireframe) v digitální podobě lze využít mnoho dostupných nástrojů. Seznam doporučených nástrojů naleznete v užitečných odkazech na konci stránky.

Ve vybraném nástroji si nastavte jako výchozí obrazovku mobilní zařízení s velikostí 320px (odpovídá typu zařízení Extra small). Toto rozlišení vychází z použité mřížky.

Jakmile je návrh pro nejmenší obrazovku hotov, můžete začít návrh přizpůsobovat větším typům zařízení.

#### OBRAZOVKA MOBILNÍHO TELEFONU



Výchozí obrazovka drátěného modelu. Mobile first přístup vás nutí přemýšlet, co uživatel opravdu potřebuje. Na obrazovku se vejde jen to nejnutnější. Je potřeba prioritizovat. Priority zásadně vychází z potřeb uživatele.

#### OBRAZOVKA TABLETU



Jakmile je navržena obrazovka mobilního telefonu, lze přistoupit k návrhu pro tablet. Zde je možné přidávat další obsah dle priorit. Protože je více místa, může být rozhodování, co do rozhraní tabletu přidat, těžší než v případě mobilního telefonu.

#### OBRAZOVKA STOLNÍHO POČÍTAČE



Nakonec přichází obrazovka stolního počítače. Na domovské stránce můžete zobrazovat všechny

informace, které vaši uživatelé považují za důležité.

# Barvy


Styly barev definují, jak se v návrhu používají barvy.

## Primární barvy

### NÁHLED



PRIMARY BLUE  
#2362a2



DARK GREY  
#3b3b3b



WHITE  
#ffffff

### SPECIFIKACE

#### PRIMARY BLUE

Pro dominantní použití na stránce. Je zastoupená v roli hlavní podkladové barvy, a to zejména v hlavičce, ale i pro elementy navigace nebo rozcestníků. Také se používá jako barva aktivních elementů jako jsou například odkazy nebo tlačítka.

BARVA	HEXA KÓD	CSS PROMĚNNÁ
	#2362a2	--gov-color-blue

#### DARK GREY

Jako obecná barva textů, nadpisů a některých odkazů. Jako alternativní barva podkladu zastoupená zejména v patičce.

BARVA	HEXA KÓD	CSS PROMĚNNÁ
-------	----------	--------------

BARVA	HEXA KÓD	CSS PROMĚNNÁ
	#3b3b3b	--gov-color-grey-dark

WHITE


Jako podkladová barva pro aktivní elementy nebo komponenty. Jako barva tlačítek, odkazů a textů použitých na Primary Blue a Dark Grey barvě.

BARVA	HEXA KÓD	CSS PROMĚNNÁ
	#ffffff	--gov-color-white


## Modré barvy

NÁHLED


---




PRIMARY BLUE DARK  
#254e80




PRIMARY BLUE  
#2362a2



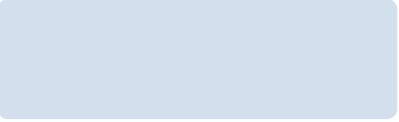
PRIMARY BLUE LIGHT  
#3077b7



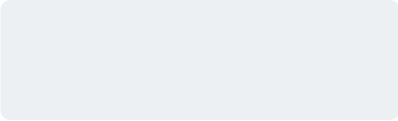
BLUE FOCUS  
#007bff



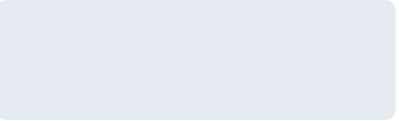
BLUE INACTIVE 1  
#91b0d0



BLUE INACTIVE 2  
#d3dfec



BLUE INACTIVE 3  
#edf0f2



BLUE HOVER  
#e5ebf0

SPECIFIKACE

PRIMARY BLUE DARK

Pro zvýraznění hover stavů některých aktivních elementů v barvě Primary.

BARVA



HEXA KÓD

#254e80

CSS PROMĚNNÁ

--gov-color-blue-dark

PRIMARY BLUE

Pro dominantní použití na stránce. Je zastoupená v roli hlavní podkladové barvy, a to zejména v hlavičce, ale i pro elementy navigace nebo rozcestníků. Také se používá jako barva pro vyznačení některých aktivních elementů jako jsou například odkazy nebo tlačítka.

BARVA



HEXA KÓD

#2362a2

CSS PROMĚNNÁ

--gov-color-blue

---

#### PRIMARY BLUE LIGHT

Pro zvýraznění hover stavů některých aktivních elementů umístěných na barvě Primary Blue.

BARVA



HEXA KÓD

#3077b7

CSS PROMĚNNÁ

--gov-color-blue-light

---

#### BLUE INACTIVE 1

Pro zobrazení neaktivních (disabled) stavů některých elementů, především textových odkazů umístěných na světlém i Primary Blue pozadí.

BARVA



HEXA KÓD

#91b0d0

CSS PROMĚNNÁ

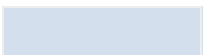
--gov-color-blue-inactive-1

---

#### BLUE INACTIVE 2

Pro zobrazení neaktivních (disabled) stavů některých elementů, především tlačítek umístěných na světlém pozadí.

BARVA



HEXA KÓD

#d3dfec

CSS PROMĚNNÁ

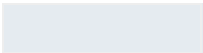
--gov-color-blue-inactive-2

---

#### BLUE HOVER

Pro zvýraznění hover stavů některých aktivních elementů jako jsou například odkazy nebo tlačítka.



BARVA	HEXA KÓD	CSS PROMĚNNÁ
	<code>#e5ebf0</code>	<code>--gov-color-blue-hover</code>

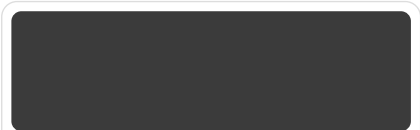


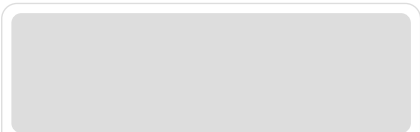
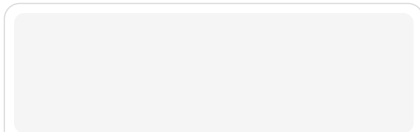
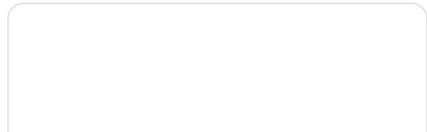
BLUE FOCUS

Pro zvýraznění focus stavů na světlém pozadí.

BARVA	HEXA KÓD	CSS PROMĚNNÁ
	<code>#007bff</code>	<code>--gov-color-blue-focus</code>

## Neutrální barvy

### NÁHLED

 <div>DARK GREY <code>#3b3b3b</code></div>	 <div>MID GREY <code>#686868</code></div>	 <div>LIGHT GREY <code>#a8a8a8</code></div>
 <div>INACTIVE GREY <code>#dddddd</code></div>	 <div>BACKGROUND GREY <code>#f5f5f5</code></div>	 <div>WHITE <code>#ffffff</code></div>

### SPECIFIKACE

DARK GREY

Jako obecná barva primárních textů, nadpisů a některých odkazů. Jako alternativní barva podkladu zastoupená zejména v patičce.

#### BARVA



#### HEXA KÓD

#3b3b3b

#### CSS PROMĚNNÁ

--gov-color-grey-dark

#### MID GREY

Jako barva obecných a sekundárních textů.

#### BARVA



#### HEXA KÓD

#686868

#### CSS PROMĚNNÁ

--gov-color-grey-mid

#### LIGHT GREY

Jako barva neaktivních nebo zástupných textů.

#### BARVA



#### HEXA KÓD

#a8a8a8

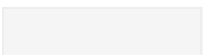
#### CSS PROMĚNNÁ

--gov-color-grey-light

#### BACKGROUND GREY

Jako obecná barva pozadí stránky.

#### BARVA



#### HEXA KÓD

#f5f5f5

#### CSS PROMĚNNÁ

--gov-color-grey-bg

#### WHITE

Jako podkladová barva pro aktivní elementy nebo komponenty. Jako barva tlačítek, odkazů a textů použitých na Primary Blue a Dark Grey barvě.

BARVA



HEXA KÓD

#ffffff

CSS PROMĚNNÁ

--gov-color-white

## Žluté barvy

NÁHLED



YELLOW

#ecae1a



YELLOW DARK

#dd9f0c

### SPECIFIKACE

YELLOW

Především u ilustrací.

BARVA



HEXA KÓD

#ecae1a

CSS PROMĚNNÁ

--gov-color-yellow


YELLOW DARK

Pro zvýraznění hover stavů u ilustrací.

BARVA	HEXA KÓD	CSS PROMĚNNÁ
	#dd9f0c	--gov-color-yellow-dark


## Výstražné barvy

### NÁHLED



ERROR

#c52a3a



SUCCESS

#6fbd2c

### SPECIFIKACE

#### ERROR

Jako barva pro chybové hlášky.

BARVA	HEXA KÓD	CSS PROMĚNNÁ
	#c52a3a	--gov-color-error

#### SUCCESS

Jako barva pro potvrzovací hlášky.

BARVA	HEXA KÓD	CSS PROMĚNNÁ
	#6fbd2c	--gov-color-success



# Ikony

Slouží k vizuální reprezentaci objektu nebo akce.

## Doporučení pro použití

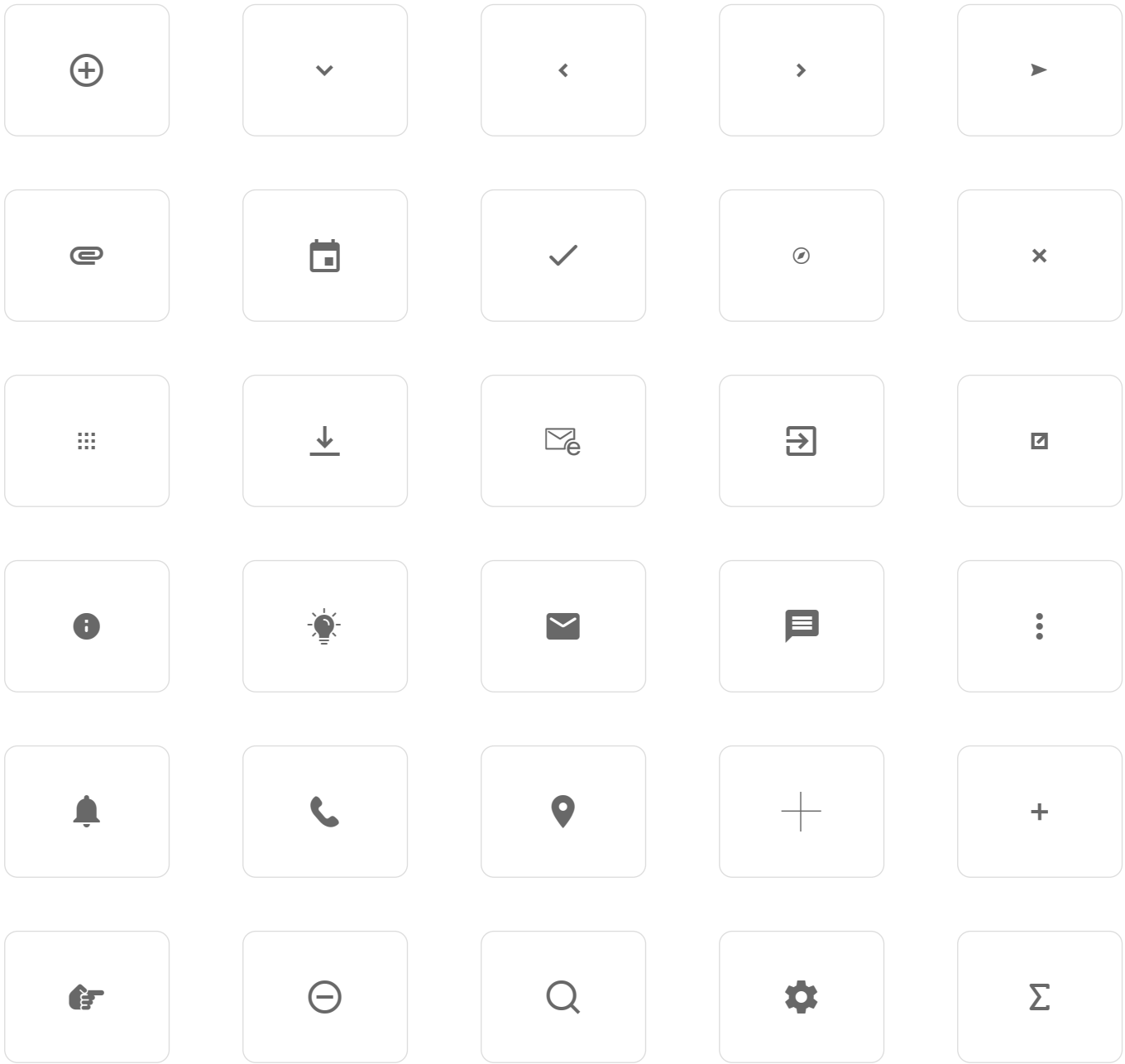
Ikonami můžete vhodným způsobem doplnit textové sdělení nebo je můžete použít samostatně. Důležité je zajistit, aby význam použité ikony byl pro uživatele zřejmý. Používejte ikony s rozmyslem tak, aby byla zajištěna jasnost sdělení.

## Systémové ikony

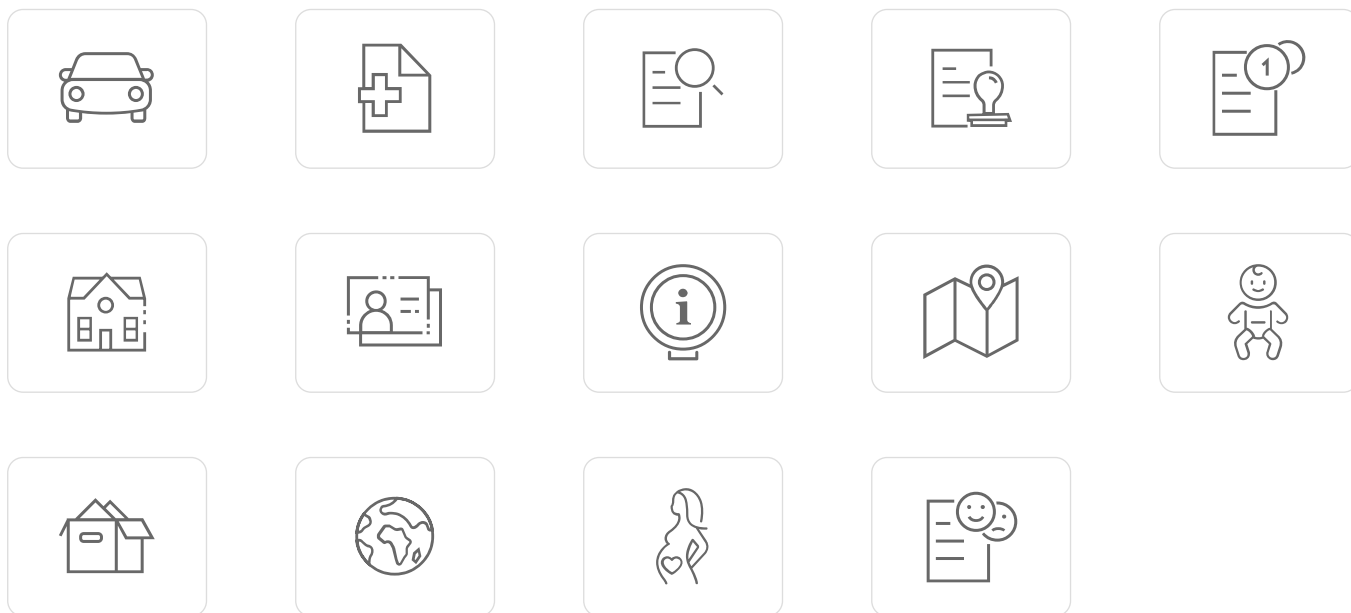
Systémové ikony symbolizují běžné akce, příkazy, soubory, zařízení. Jejich cílem je snížit množství textu na stránce a usnadnění orientace pomocí vizuálního jazyka. Stejná ikona by na jedné stránce neměla sloužit k více různým akcím.


### ZÁKLADNÍ

---






KOMPLEXNÍ



Dokumentace k použití ikon je k dispozici [zde](#) .

#### DALŠÍ ZDROJE IKON

Pokud nenajdete v seznamu vhodnou ikonu, lze využít standardizované sety ikon, např.:

- [Material design](#) 
- [Bootstrap Icons](#) 
- [Remix Icon](#) 

Pokud ani zde nenajdete vhodnou ikonu, zašlete nám svůj požadavek na e-mail [design@mvcr.cz](mailto:design@mvcr.cz) .

#### VELIKOSTI

Velikosti ikon by měly být konzistentní na celém webu. Doporučené velikosti: 16 px, 20 px, 24 px, 32 px.



#### TEXT U IKONY



Každá ikona by měla mít svůj popis. Pokud není použita současně s textem, měl by se popis zobrazit po najetí na ikonu.

MENU



## STYLY IKON

Dle použité knihovny ikon lze pracovat s různými styly: např. obrysové, vyplněné. Oba styly se dají kombinovat a použít v různém kontextu, např. aktivní a neaktivní stav.



## BARVY

Vždy používejte barvy dle barevné palety. Nepoužívejte žádné další barvy, ani nekombinujte více barev v rámci jedné ikony.



## PŘÍSTUPNOST

Aby byly stránky přístupné pro zrakově postižené, ikony by měly zahrnovat alternativní text, který je čten pomocí čteček obrazovky. Více o přístupnosti webových stránek

# Piktogramy a loga

Sdílejí stejné prostředí jako ikony, ale mohou mít oproti nim různé velikosti a vlastní vizuální jazyk. Cílem je jejich vizuální styl co nejvíce sladit, pokud to jejich vlastní pravidla umožňují. Např. sjednotit varianty loga na šířku / na výšku a použít monochromní variantu loga stejné barvy, jakmile se vyskytují vedle sebe. Doporučujeme vždy používat verzi loga v křivkách. Pro specifická pravidla použití loga se řiďte jejich manuálem.



# Obrázky

Slouží k vizuální podpoře sdělení a ilustraci obsahu

## Doporučení pro použití

Obrazovým doprovodem lze vizuálně podpořit celkové sdělení textu. Snímky v záhlaví stránky tak například usnadňují orientaci mezi stránkami a mohou uživatelům pomoci pochopit záměr a kontext textu. Obrázky v obsahu stránky sloužící k ilustraci textu však používejte s rozmyslem a pouze v případě, že to uživatel skutečně potřebuje.

# Typografie

Pravidla pro použití textových prvků

## Řez písma

V rámci webů a aplikací MV jsou použité následující řezy písma **Roboto**

- Roboto Thin
- Roboto Light
- Roboto Regular
- Roboto Medium
- Roboto Bold

Archiv řezů písma naleznete v sekci [Ke stažení](#).

## Použití písma

Použité velikosti písma vychází z následující stupnice. Základní velikost písma **1rem** odpovídá **16px**.

### NÁHLED

---

#### NADPISY

Headline H1

Headline H2

Headline H3

HEADLINE H4

#### PEREX

Mauris vehicula scelerisque erat in accumsan. Duis blandit non felis non elementum. In semper porta lacus, at ullamcorper ligula varius at. Integer ultrices arcu nec felis iaculis tristique. Proin convallis tempor magna, sit amet egestas magna imperdiet placerat. Morbi pretium nisl at nibh cursus pulvinar. Quisque sed imperdiet erat.

BODYCOPY

Mauris vehicula scelerisque erat in accumsan. Duis blandit non felis non elementum. In semper porta lacus, at ullamcorper ligula varius at. Integer ultrices arcu nec felis iaculis tristique. Proin convallis tempor magna, sit amet egestas magna imperdiet placerat. Morbi pretium nisl at nibh cursus pulvinar. Quisque sed imperdiet erat.

NOTE

Mauris vehicula scelerisque erat in accumsan. Duis blandit non felis non elementum. In semper porta lacus, at ullamcorper ligula varius at. Integer ultrices arcu nec felis iaculis tristique. Proin convallis tempor magna, sit amet egestas magna imperdiet placerat. Morbi pretium nisl at nibh cursus pulvinar. Quisque sed imperdiet erat.

BLOCKQUOTE

Mauris vehicula scelerisque erat in accumsan. Duis blandit non felis non elementum. In semper porta lacus, at ullamcorper ligula varius at. Integer ultrices arcu nec felis iaculis tristique. Proin convallis tempor magna, sit amet egestas magna imperdiet placerat. Morbi pretium nisl at nibh cursus pulvinar. Quisque sed imperdiet erat.

LIST

- Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit
- Donec quam felis ultricies nec pellentesque eu pretium quis sem nulla consequat massa quis enim
- Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit

SPECIFIKACE

DESKTOPOVÁ ZAŘÍZENÍ

NÁZEV	VELIKOST	VÝŠKA ŘÁDKU	POUŽITÍ
Heading 1	80px/8rem	1.25	<code>&lt;h1&gt;</code> Hlavní nadpis - vždy pouze <b>jeden na celé stránce</b> .
Heading 2	40px/4rem	1.25	<code>&lt;h2&gt;</code> Nadpis sekce stránky - může se vyskytovat <b>víckrát na jedné stránce</b> .
Heading 3	20px/2rem	1.3	<code>&lt;h3&gt;</code> Nadpis podsekce - je možné použít také pro nadpisy elementů ve výpisech.
Heading 4	12px/1.2rem	1.6666666667	<code>&lt;h4&gt;</code> Pro navigační prvky.
Navigation	15px/1.5rem	1.2	Pro komponentu navigace.
Perex	20px/2rem	1.5	<code>&lt;p class="gov-perex"&gt;</code> Pro úvodní odstavce (perexy) článků - k odlišení od zbytku textu.
Body text	15px/1.5rem	1.3333333333	<code>&lt;p&gt;</code> Pro většinu textu.
Note	12px/1.2rem	1.3333333333	<code>&lt;p class="gov-note"&gt;</code> Pro méně podstatné a doplňkové informace na stránce.
List	15px/1.5rem	1.3333333333	<code>&lt;ul&gt;</code> Odrážkový seznam.

MOBILNÍ ZAŘÍZENÍ

NÁZEV	VELIKOST	VÝŠKA ŘÁDKU
Heading 1	40px/4rem	1.25

NÁZEV	VELIKOST	VÝŠKA ŘÁDKU
Heading 2	32px/3.2rem	1.25
Heading 3	20px/2rem	1.3
Heading 4	12px/1.2rem	1.6666666667
Navigation	15px/1.5rem	1.2
Perex	20px/2rem	1.5
Body text	15px/1.5rem	1.3333333333
Note	12px/1.2rem	1.3333333333
List	15px/1.5rem	1.3333333333

**Doporučení:** Pokud je pozadím písma fotka, musí být dostatečně ztmavená, aby splňovala požadavky na kontrast. Tzn., že fotka musí mít na sobě alespoň 75% vrstvu černé, aby byl na ní kontrast písma dostatečný a splňoval směrnici o přístupnosti webového obsahu WCAG 2.1.

# Akordeon

angl. `Accordion`

Slouží ke sbalení obsahu, který pro uživatele není v dané chvíli podstatný.

UKÁZKA

## Lorem ipsum

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Praesent vehicula sollicitudin risus, quis tempor metus imperdiet vitae. Duis in blandit lacus.

---

## Adipiscing elit


Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Praesent vehicula sollicitudin risus, quis tempor metus imperdiet vitae. Duis in blandit lacus.

---

## Praesent vehicula sollicitudin

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Praesent vehicula sollicitudin risus, quis tempor metus imperdiet vitae. Duis in blandit lacus.



Dokumentace k použití akordeonu je k dispozici [zde](#) .

## Responzivní (RWD) zobrazení

Slouží pro zobrazení na menších zařízeních (mobilech, tabletech).

Pro představu, jak se má komponenta chovat na jiném zařízení, lze náhled komponenty zmenšit podle potřeby. Ke zmenšení dojde stisknutím pravého okraje a potáhnutím doleva. Komponenta se automaticky přeskládá podle míry zmenšení.

## Použití



- Pro zpřehlednění stránky a pro urychlení orientace v případech, kdy uživatelé potřebují pouze malou část obsahu
- V případě omezeného vertikálního prostoru na stránce, nebo pokud není žádoucí, aby byla stránka příliš dlouhá
- Vyhněte se vnořeným akordeonům
- Umožněte v akordeonu rozbalení (otevření) více sekcí zároveň
- Zajistěte klikatelnou celou oblast záhlaví
- Označení jednotlivých sekcí akordeonu volte takové, aby bylo jasné, co je jejich obsahem, ještě než je uživatel rozbalí

## Akordeon v textu

- Nadpis je dostatečně velký
- Vhodné pro velmi dlouhé a odborné texty

## Akordeon ve formuláři

- Vhodné pro dlouhé formuláře, kde není potřeba vyplňovat všechny údaje
- Nadpis akordeonu je menší kvůli omezenějšímu prostoru uvnitř formuláře

# Alert

angl. **Alerts**

Slouží ke sdělení důležitých informací, které jsou pro uživatele v dané chvíli podstatné.

## UKÁZKA



Od 20. 12. 2020 do 14:00 h do 20. 12. 2020 do 15:00 h bude provedena plánovaná odstávka serverů. V uvedeném termínu bude nedostupné přihlášení k Portálu občana prostřednictvím datové schránky. Více informací [zde](#).



Od 20. 12. 2020 do 14:00 h do 20. 12. 2020 do 15:00 h bude provedena plánovaná odstávka serverů. V uvedeném termínu bude nedostupné přihlášení k Portálu občana prostřednictvím datové schránky. Více informací [zde](#).



Od 20. 12. 2020 do 14:00 h do 20. 12. 2020 do 15:00 h bude provedena plánovaná odstávka serverů. V uvedeném termínu bude nedostupné přihlášení k Portálu občana prostřednictvím datové schránky. Více informací [zde](#).



Od 20. 12. 2020 do 14:00 h do 20. 12. 2020 do 15:00 h bude provedena plánovaná odstávka serverů. V uvedeném termínu bude nedostupné přihlášení k Portálu občana prostřednictvím datové schránky. Více informací [zde](#).



Tato verze služby je účinná od 1. 1. 2023. [Zpět na aktuální verzi služby](#)



Dokumentace k použití alertů je k dispozici [zde](#)

Responzivní (RWD) zobrazení

Pro představu, jak se má komponenta chovat na jiném zařízení, lze náhled komponenty zmenšit podle potřeby. Ke zmenšení dojde stisknutím pravého okraje a potáhnutím doleva. Komponenta se automaticky přeskládá podle míry zmenšení.

# Autocomplete

angl. `Autocomplete`

Slouží ke sbalení obsahu, který pro uživatele není v dané chvíli podstatný.

## UKÁZKA

Identifikační číslo



Dokumentace k použití autocomplete je k dispozici [zde](#) .

## Responzivní (*RWD*) zobrazení

Slouží pro zobrazení na menších zařízeních (mobilech, tabletech).

Pro představu, jak se má komponenta chovat na jiném zařízení, lze náhled komponenty zmenšit podle potřeby. Ke zmenšení dojde stisknutím pravého okraje a potáhnutím doleva. Komponenta se automaticky přeskládá podle míry zmenšení.


# Drobečková navigace

angl. `Breadcrumb`

Slouží k zobrazení polohy ve struktuře webu a umožňuje přechod na nadřazenou úroveň.

UKÁZKA



Dokumentace k použití drobečkové navigace je k dispozici [zde](#) .

## Responzivní (RWD) zobrazení

Slouží pro zobrazení na menších zařízeních (mobilech, tabletech).

Pro představu, jak se má komponenta chovat na jiném zařízení, lze náhled komponenty zmenšit podle potřeby. Ke zmenšení dojde stisknutím pravého okraje a potáhnutím doleva. Komponenta se automaticky přeskládá podle míry zmenšení.

## Použití

- Drobečková navigace nenahrazuje primární navigaci
- Jako první položku uvádějte vždy úvodní stránku
- Drobečkovou navigaci umísťujte v blízkosti Menu
- Ukazujte hierarchii stránek, nikoliv historii prohlížení
- Nadřazené úrovně jsou podtržené, aby bylo jasné, že jsou klikatelné
- Aktuální poloha ve struktuře není podtržená, není klikatelná
- Udržujte názvy položek krátké a popisné
- Nepoužívejte drobečkovou navigaci jako Formulářové kroky nebo jiný indikátor postupu

# Formulář

angl. 

Form

Slouží k zadávání a odesílání dat a získávání informací.

UKÁZKA

ZÁKLADNÍ

---

Identifikační číslo

Začněte psát zde

Kraj

Lorem ipsum

▼

☐ LOREM IPSUM

☐ LOREM IPSUM

☐ LOREM IPSUM

CHYBOVÝ STAV

Identifikační číslo\*

Toto pole je povinné

Začněte psát zde\*

Toto pole je povinné

Kraj

Lorem ipsum

▼

Toto pole je povinné

☐ LOREM IPSUM

☐ LOREM IPSUM

☐ LOREM IPSUM

## Responzivní (RWD) zobrazení

Slouží pro zobrazení na menších zařízeních (mobilech, tabletech).

Pro představu, jak se má komponenta chovat na jiném zařízení, lze náhled komponenty zmenšit podle potřeby. Ke zmenšení dojde stisknutím pravého okraje a potáhnutím doleva. Komponenta se automaticky přeskládá podle míry zmenšení.

## Použití

Formulář použijte, pokud potřebujete získat od uživatelů nějaké informace. Při navrhování formuláře je důležité myslet na jeho strukturu.

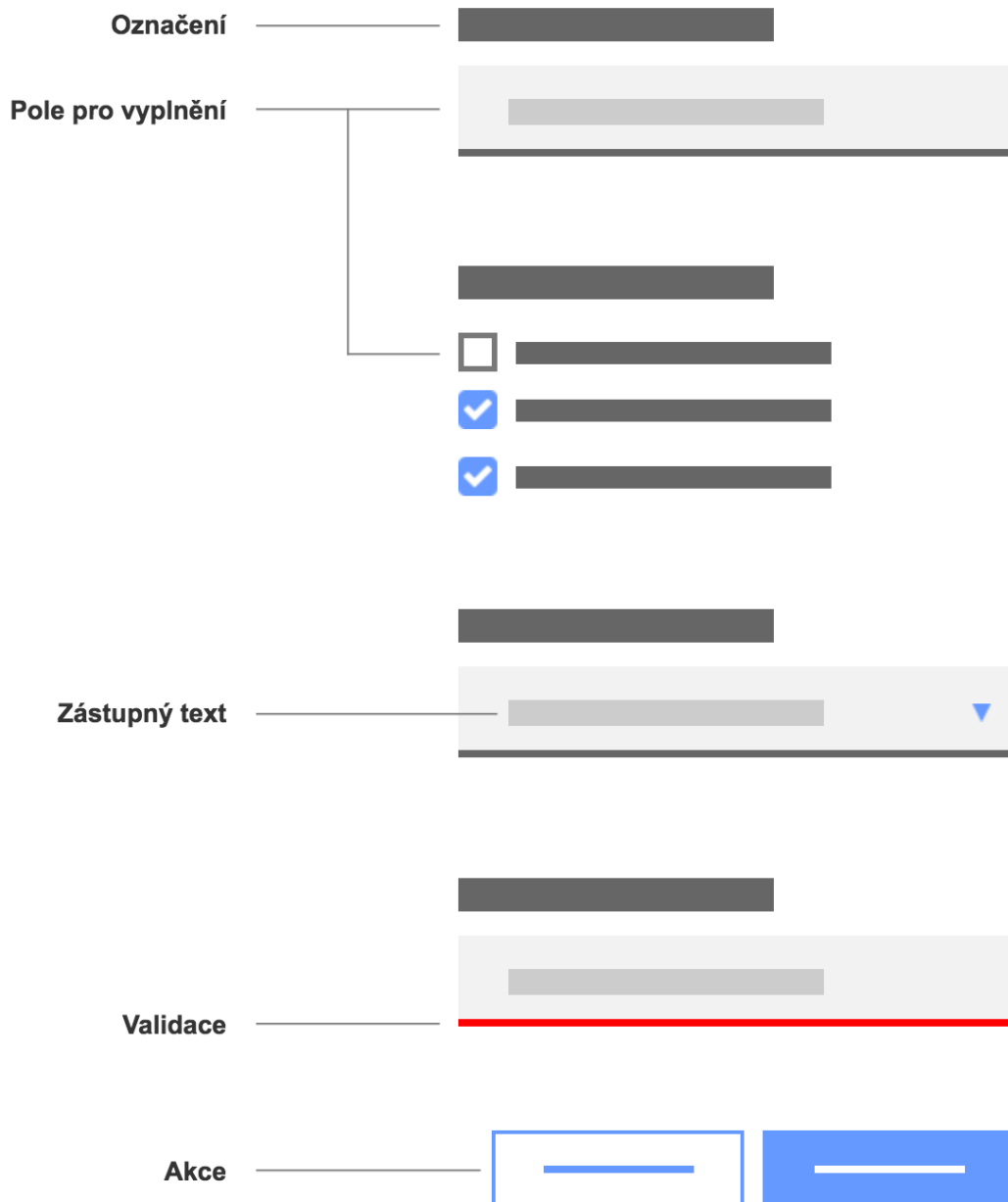
### SLOŽENÍ FORMULÁŘŮ

#### Formulářové komponenty

Formulář se může skládat z následujících komponent:

1. Označení (*Label*) - krátké označení, které by mělo vyjadřovat, jaké informace se mají do pole vyplnit. Zarovnáváme doleva.
2. Pole pro vyplnění (*Field*) - místo, kam uživatelé vkládají text, nebo kde provádějí výběr.
3. Zástupný text (*Placeholder text*) - dává informaci, jak by pole mělo být používáno (*např. "Začněte psát"*). Používejte pouze tam, kde je třeba objasnění, snažte se jej nepoužívat nadměrně.
4. Nápopěda (*Help text*) - poskytuje pomoc při vyplňování pole. Text nápovědy je nepovinný.
5. Akce (*Action*) - umožňuje uživatelům odeslat formulář.
6. Validace (*Validation*) - zajišťuje, aby údaje odeslané uživatelem odpovídaly přijatelným parametrům.





## Logika výběrových formulářových komponent

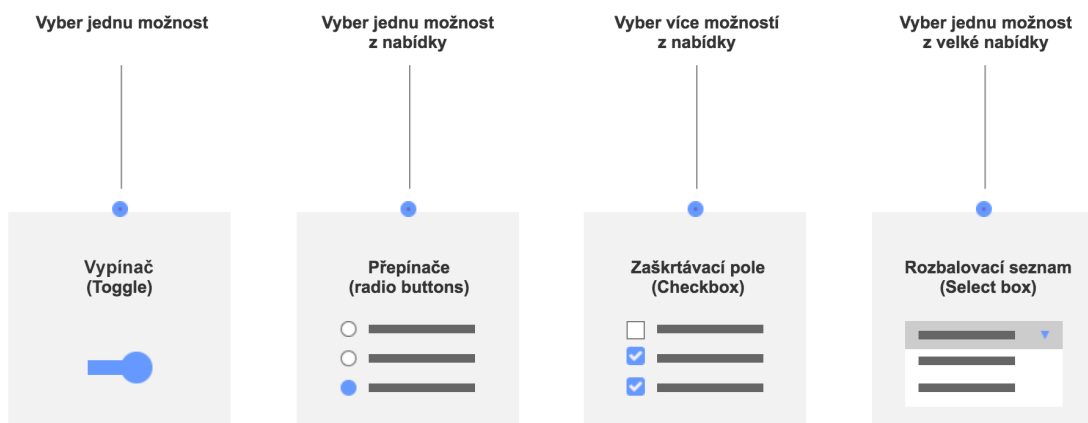
**Vypínač (Toggle)** lze použít pro jednu možnost, kterou může uživatel zapnout nebo vypnout.

**Přepínač (Radio button)** se používá v případě dvou nebo více možností, které se navzájem vylučují a uživatel musí zvolit pouze jednu volbu. Jinými slovy, klepnutím na nevybraný přepínač zrušíte volbu libovolného jiného dříve vybraného přepínače (*vybrané volby*).

**Zaškrťovací pole (Checkbox)** se používá v případě jedné (*např. Souhlas se zpracováním osobních údajů*) nebo více možností a uživatel může vybrat libovolný počet možností, včetně nuly, jedné nebo

několika. Jinými slovy, každé zaškrtnuté pole je nezávislé na všech ostatních zaškrtnutých polích v seznamu, takže zaškrtnutím jednoho pole se nezruší ostatní zaškrtnuté.

U polí, ve kterých je požadován jediný výběr a existuje mnoho možností, je vhodné použít [Rozbalovací seznam \(Select box\)](#).



## Obecná pravidla pro tvorbu formulářů

### UDRŽTE FORMULÁŘ KRÁTKÝ

Při navrhování formulářů buďte co nejpřísnější. Přemýšlejte u každého pole jakou hodnotu údaje přinesou - co získáte shromažďováním daných informací?

- Formulář maximálně zjednodušte - ať obsahuje co nejméně polí
- V případě potřeby rozdělte formulář do více kroků
- Při strukturování formuláře zvažte jeho kontext - pokud spolu informace souvisí, je možné jich na stránku umístit víc
- Jednotlivé kroky formuláře musí vždy obsahovat související informace - kroky pojmenujte srozumitelně tak, aby z názvu bylo patrné, co je jejich obsahem

### POVINNÁ A NEPOVINNÁ POLE

- Požadujte po uživatelích pouze ty údaje, které jsou bezprostředně potřebné pro spuštění služby
- Pro nepovinné údaje je potřeba tyto pole označit jako nepovinné (*nepovinný údaj*)
- Povinná pole se neoznačují hvězdičkou

**Začněte tím, že se zeptáte:**

- Je to pro nás cenné?
- Je to tak cenná informace, že pokud ji uživatel neposkytne, je nutné mu zabránit v pokračování?

#### OZNAČENÍ POLE (*LABEL*)

Každé formulářové pole má přiřazené výstižné označení.

- Označení je umístěno ideálně nad daným polem, případně nalevo od pole (*zarovnané na levý prapor*)
- Označení je krátké, srozumitelné a výstižné
- Dvojtečka za označení pole nepatří
- Označení neumísťujte dovnitř pole - jakmile uživatel začne psát, označení zmizí, což je pro snadné vyplňování matoucí

#### NÁPOVĚDA (*HELP TEXT*)

Text nápovědy je relevantní informace, která pomáhá uživateli při vyplňování pole

- Používejte vždy tam, kde lze předpokládat komplikace s vyplněním pole
- Vyhněte se nadměrnému užívání u jednoznačných údajů (*např. jméno, příjmení, ulice, atp.*)
- Textem v nápovědě musí být jednoznačně sděleno, co konkrétně má uživatel v daném poli vyplnit nebo zvolit, případně k čemu tento údaj slouží (*např. u pole pro heslo uveďte: "minimálně 6 znaků, jedno velké písmeno, jedno číslo"*)

#### ZÁSTUPNÝ TEXT (*PLACEHOLDER TEXT*)

Zástupný text je text, který zmizí poté, co uživatel začne psát/vkládat údaje do textového pole.

Používejte pouze tam, kde je třeba objasnění, snažte se jej nepoužívat nadměrně.

- Neměl by obsahovat zásadní informace o tom, jaká data má uživatel vyplnit
- V případě, že jde o zásadní informace pro vyplnění, nabízí se použití nápovědy
- Piště jako přímý příkaz bez interpunkce (*např. "Začněte psát"*)

## Chyby a validace

#### VALIDACE

Vyplněné údaje ověřujte průběžně, ještě před odesláním samotného formuláře - pro uživatele je těžké zorientovat se na stránce, pokud se vyskytlo více chyb současně

#### PŘEHLED O CHYBÁCH

- Zobrazujte v horní části stránky tak, aby byl viditelný, když se stránka aktualizuje a ihned jej dokázala přečíst pomocná zařízení
- Přidejte nadpis, který uživatele na chybu/y upozorní
- V přehledu použijte odkaz, který povede na každé pole, kde byla zaznamenána chyba

#### CHYBOVÉ HLÁŠKY

- Pište tak, aby uživatel pochopil, proč se chyba vyskytla a jak ji má odstranit
- Vkládejte do prvku `<label>` k dané položce
- Zobrazujte pod vyplňovaným polem

#### ZVÝRAZNĚNÍ CHYB

Pro zvýraznění chybové hlášky použijte červenou barvu

## Odeslání formuláře

Na tlačítku pro odeslání formuláře použijte textaci, která jasně říká, co se s formulářem stane (*např. "Odeslat", "Přihlásit" atp.*). Podívejte se na popis komponenty [Tlačítko](#).

# Kalendář


angl. `Calendar`

Slouží pro zobrazení události.

## UKÁZKA

Březen 2021						
PO	ÚT	ST	ČT	PÁ	SO	NE
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31	1	2	3	4



Dokumentace k použití kalendáře je k dispozici [zde](#) .

## Označení

Používejte označení, které dá uživateli kontext použití komponenty. Název by měl vždy korespondovat se zobrazovaným obsahem.

Příklady vhodného označení:

- Kalendář
- Nadcházející události
- Moje události
- atd.

## Přepínání měsíců

Slouží k prohlížení měsíců, kde uživatel pro přechod na následující měsíc využije šipky vpravo, pro zobrazení minulého měsíce využije šipky vlevo.

- Zobrazujte vždy aktuální měsíc a rok

Přepínání měsíců ovlivňuje týdenní kalendář (zobrazuje se vždy odpovídající týden podle měsíce)

## Týdenní kalendář

- Týdenní kalendář vždy podléhá vybranému měsíci v roce
- Ve výchozím stavu zobrazujte aktuální měsíc rozdělený po týdnech
- Zobrazujte i dny z minulého měsíce (zobrazte vždy dny, které uplynuly od začátku týdne)

### NAPŘÍKLAD:

- Pokud je prvním dnem v měsíci pátek 1. 12. 2017, zobrazte i interval 27. 11.-30. 11. (pondělí - čtvrtek).
- Zobrazujte i dny z následujícího měsíce (zobrazte vždy dny, které scházejí k dokončení následujícího týdne, což umožní rychlý přehled jaké události uživatele čekají v dalším týdnu, aniž by musel zvolit následující měsíc)

### NAPŘÍKLAD:

- Pokud je posledním dnem v měsíci neděle 31. 12. 2017, zobrazte i následující týden 1. 1.-7. 1. 2018
- Pokud je posledním dnem v měsíci čtvrtek 30. 11. 2017, zobrazte i následující interval 1. 12.-3. 12. 2017

## Zobrazení dnů a událostí

Dbejte na barevné odlišení jednotlivých dnů.



- Aktuální den
- Den bez události (ať už nadcházející nebo uplynulý)
- Den s událostí (ať už nadcházející nebo proběhlou)

## Náhled události

- Může být použit pro zobrazení jedné nebo více následujících událostí
- Není nutné zobrazovat, pokud není k dispozici dostatek místa

## Tlačítko

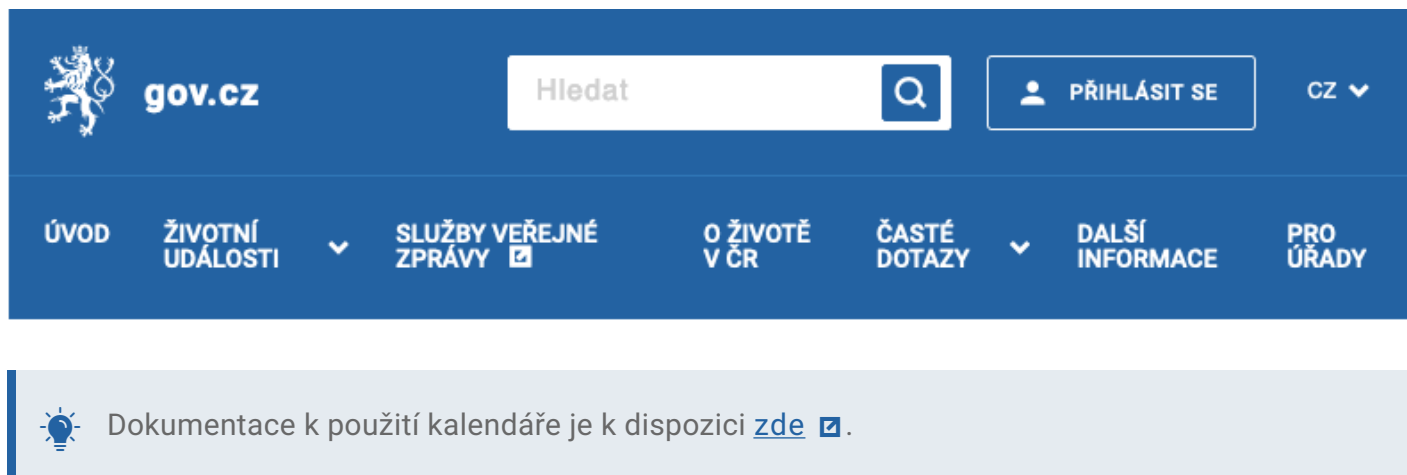
- Slouží pro zobrazení dalších událostí nebo spuštění související akce (např. založení nové události).
- Více o komponentě Tlačítko


# Menu

angl. [Menu](#)

Jedná se o horní část stránky, která obsahuje primární navigaci na webu nebo v aplikaci (*klientské zóně*).

## UKÁZKA



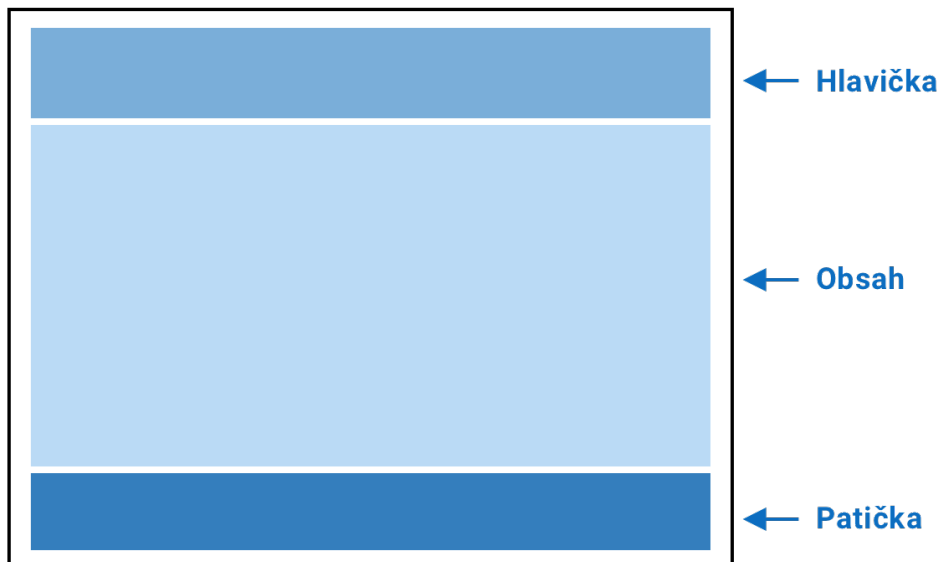
Dokumentace k použití kalendáře je k dispozici [zde](#) .

## OBECNÉ ROZLOŽENÍ WEBOVÉ STRÁNKY

Menu je základní prvek webu nebo aplikace (*klientské zóny*), který slouží k navigaci v rámci struktury (*informační architektury*). Položky v menu odpovídají první úrovni. Více informací o informační architektuře najdete v sekci [Jak na informační architekturu](#). Menu je součástí hlavičky.

Obecné rozložení webové stránky nebo aplikace (*klientské zóny*).





## Webová stránka

Příkladem je menu [Portálu veřejné správy](#) ☒, které je možné modifikovat. Příkladem modifikace je použití tzv. megamenu, které je uvedeno v ukázce. V megamenu se nachází další úrovně informační architektury (IA). Použití megamenu není povinné, odvíjí se od potřeb daného projektu.

### PRIMÁRNÍ NAVIGACE

Menu s primární úrovní je společné pro všechny stránky webu.

- Samotné položky primární navigace
- Doporučený počet je 4-6 položek
- Maximální počet položek v primární navigaci je 8
- Názvy položek by měly být co nejkratší a ideálně jednoslovné (*vyvarujte se zkratkám*)
- Je možné přepisovat nebo měnit jejich počet dle aktuálních potřeb webové stránky

Menu může, kromě položek primární úrovně, obsahovat také následující části:

- Odkaz na přihlášení do klientské zóny
- Přepínač jazyků
- Logo (*po kliknutí se uživatel dostane vždy na úvodní stránku*)
- Infolinku

# Nahrání souboru

angl. `File Uploader`

Umožňuje nahrání souboru přetažením nebo výběrem ze zařízení.

## UKÁZKA

Přidat přílohu\*

Přetáhněte soubor nebo

NAHRAJTE ZE ZAŘÍZENÍ

podporované formáty XML, PDF, DOCX

Přidat přílohu\*


Přetáhněte soubor nebo

NAHRAJTE ZE ZAŘÍZENÍ

podporované formáty XML, PDF, DOCX

Špatný formát souboru



Dokumentace k použití nahrávání souboru je k dispozici [zde](#) .

## Responzivní (*RWD*) zobrazení

Slouží pro zobrazení na menších zařízeních (mobilech, tabletech).

## Použití

- Jako výchozí text tlačítka používejte **Nahrajte z počítače**
- Pokud je název vloženého souboru delší než nadřazený prvek, použijte pro delší část názvu tečky (...)
- Pokud existují omezení na formát nebo velikost nahrávaného souboru, upozorněte na to uživatele předem

### PŘETAŽENÍ SOUBORU

Komponenta je řešena funkcionalitou Drag and drop (*přetažení myší*), kdy uživatel může přetáhnout soubor z počítače do vyznačeného místa. Tato komponenta se používá spíše v aplikacích, nepoužívá se ve formulářích.

### Interakce

1. Uživatel může vybrat najednou jeden nebo více souborů. Ve výchozím nastavení je akceptován jakýkoliv typ souboru, ale můžete přidat parametry pro ověření konkrétního typu souboru.
2. Kliknutím na **Nahrajte z počítače** se spustí specifické okno prohlížeče pro nahrání souboru.
3. Jakmile uživatel vybere soubory, specifické okno prohlížeče, pro nahrání souboru, se zavře a soubory se objeví nad tlačítkem **Nahrajte z počítače**
4. Chyby, které vznikly nahráním souboru, zobrazujte červeným písmem (`#e04857`) jako u Formuláře.

### Odebrání nahraných souborů

Vývojáři použijí JavaScript pro vložení ikony "fa-remove" ke každému souboru, který je vybrán k nahrání. Použité piktogramy najdete na stránce Ikony. Mějte však na paměti, že tento druh úpravy není v prohlížeči nativně podporován.

Slouží pro zobrazení na menších zařízeních (*mobilech, tabletech*).

Pro představu, jak se má komponenta chovat na jiném zařízení, lze náhled komponenty zmenšit podle potřeby. Ke zmenšení dojde stisknutím pravého okraje a potáhnutím doleva. Komponenta se automaticky přeskládá podle míry zmenšení.

# Odkaz

angl. **Link**

Slouží především jako navigační prvek. Po kliknutí odkazuje uživatele podle typu odkazu z jedné webové stránky na jinou nebo na stejnou stránku, ale jinou sekci.

## UKÁZKA

### ZÁKLADNÍ

---

[Small](#) [Normal](#) [Large](#) [Small](#) [Normal](#) [Large](#)

[Small](#) [Normal](#) [Large](#) [Normal](#) [Small](#) [Large](#)

### EXTERNÍ

---

[Small](#)  [Normal](#)  [Large](#)  [Small](#)  [Normal](#)  [Large](#) 

[Small](#)  [Normal](#)  [Large](#)  [Normal](#)  [Small](#)  [Large](#) 

### S IKONOU PŘED TEXTEM

---

📍 SMALL 📍 NORMAL 📍 **LARGE** 📍 SMALL 📍 NORMAL 📍 LARGE

📍 SMALL 📍 NORMAL 📍 **LARGE** 📍 NORMAL 📍 SMALL 📍 LARGE


## S IKONOU ZA TEXTEM

---

SMALL 📍 NORMAL 📍 **LARGE** 📍 SMALL 📍 NORMAL 📍 LARGE 📍

SMALL 📍 NORMAL 📍 **LARGE** 📍 NORMAL 📍 SMALL 📍 LARGE 📍



Dokumentace k použití odkazu je k dispozici [zde](#) .

## Responzivní (RWD) zobrazení

Slouží pro zobrazení na menších zařízeních (mobilech, tabletech).

Pro představu, jak se má komponenta chovat na jiném zařízení, lze náhled komponenty zmenšit podle potřeby. Ke zmenšení dojde stisknutím pravého okraje a potáhnutím doleva. Komponenta se automaticky přeskládá podle míry zmenšení.

## Použití

Odkaz používejte především jako navigační prvek. Pomocí odkazu můžete také měnit, jak data uživatel zobrazí (zobrazit více, zobrazit vše). Pokud akce provedené uživatelem mají měnit data nebo s nimi manipulovat, použijte Tlačítko.

### TYPY ODKAZŮ

## Podle typu přesměrování

Podle webové stránky, kam je uživatel přesměrován, se odkazy rozdělují na interní a externí.

### Interní odkazy

Interní odkazy přesměrují uživatele na jinou stránku, ovšem stále v rámci daného webu (stejně domény - např. jiná stránka v rámci domény Portálu veřejné správy). Zpět se uživatel vrátí použitím tlačítka zpět na webové stránce nebo použitím šipky zpět v prohlížeči.

### Externí odkazy

Externí odkazy přesměrují uživatele na stránky mimo daný web, na kterém se právě nachází. Pro externí odkazy je dobré použít jako součást odkazu ikonu pro externí odkaz (viz ukázka externích odkazů výše). Ta uživateli pomůže s pochopením, že bude odkazován na externí stránku. Po kliknutí na externí odkaz by měla uživateli vyskočit nová karta v prohlížeči, kde se načte příslušná externí stránka. Na jedné kartě tedy bude mít uživatel původní stránky, na další kartě pak externí stránky, na které směřoval odkaz. Zpět se uživatel vrátí překliknutím karty v prohlížeči nebo zavřením nové karty s externí stránkou.

## Podle konkrétnosti přesměrování

Odkazy mohou být jak generické, tak přímé (týká se primárně externích odkazů).

### Generické odkazy

Generický odkaz je odkaz, který uživatele odnaviguje pouze na obecnou stránku (domovská stránka webu) nebo sekci. Uživatel se pak musí sám zorientovat a proklikat se na požadovanou stránku.


### Přímé odkazy

Přímý odkaz (angl. deep linking) oproti tomu uživatele naviguje přímo na konkrétní sekci, například formulář. Pokud je to možné, volíme odkazy přímé, které uživateli usnadní hledání informací.

## Doporučení

- Pro odkaz použijte text, nikoli pouze grafiku nebo ikony
- Odkaz by měl obsahovat maximálně tři slova
- Text v odkazu by měl být v souladu se zamýšleným cílem, tzn. vyhněte se nic neříkajícím odkazům typu "klikněte zde", "najdete zde" atp. nebo vypisování konkrétní webové adresy (url) - použijte raději

smysluplný popis a odpovídající název cílového webu

- Příklad: Více informací naleznete na [Portálu veřejné správy](#) 
- U odkazu s několika slovy se držte pravidla, aby byl odkaz dostatečně dlouhý na to, aby byl srozumitelný uživateli, ale současně byl dostatečně krátký, abyste zabránili jeho zalamování
- Odkazy v textu jsou vždy podtržené.


# Patička

angl. **Footer**

Jedná se o spodní část stránky, která obsahuje dané společné prvky a rozcestník na nejdůležitější části webu a další důležité odkazy.

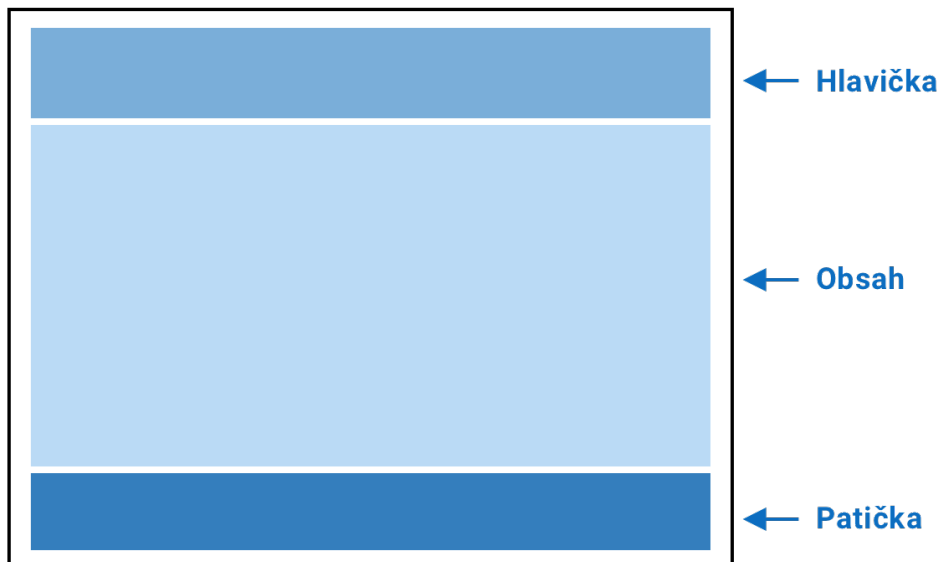
## UKÁZKA



Dokumentace k použití patičky je k dispozici [zde](#) .

## OBECNÉ ROZLOŽENÍ WEBOVÉ STRÁNKY





## Responzivní (*RWD*) zobrazení

Slouží pro zobrazení na menších zařízeních (mobilech, tabletech).

Pro představu, jak se má komponenta chovat na jiném zařízení, lze náhled komponenty zmenšit podle potřeby. Ke zmenšení dojde stisknutím pravého okraje a potáhnutím doleva. Komponenta se automaticky přeskládá podle míry zmenšení.

## Použití

Patička je součástí každé stránky webu. Klientské zóny a interní aplikace patičku mít nemusí.

## Obsah patičky

Obsah se může lišit podle webové stránky, na které je patička umístěna.

**PATÍČKA BY MĚLA OBSAHOVAT**

**vždy**

- prohlášení o přístupnosti
- tzv. copyright nebo-li autorská práva - součástí je rok a symbol pro copyright (jedná se o jednoduchou ochranu proti plagiátorství)

## Příklad

### **většinou**

- informace o zpracování osobních údajů a o ochraně soukromí (tzv. cookies)
- odkazy na sociální sítě - nejčastěji formou ikony dané sociální sítě
- kontakt na subjekt, kterému patří daná webová stránka (telefonní číslo, e-mail, odkaz na kontaktní formulář, atp.)
- odkazy, které návštěvníkovi webu pomohou v přechodu na další stránky

Patička může sloužit jako pomoc lidem, kteří nenalezli, co hledali. V tom případě je možné do patičky vypsat navigaci z hlavičky (důležité je zvážit do jaké úrovně).

# Přepínač

angl. `Radio Button`

Slouží pro výběr pouze jedné možnosti ze seznamu možností.

## UKÁZKA

### ŘÁDKOVÝ

---

☒ FYZICKÁ OSOBA    ☐ PODNIKAJÍCÍ FYZICKÁ OSOBA    ☐ PRÁVNICKÁ OSOBA

☐ FYZICKÁ OSOBA    ☐ PODNIKAJÍCÍ FYZICKÁ OSOBA    ☐ PRÁVNICKÁ OSOBA

Vyberte prosím jednu odpověď

### BLOKOVÝ

---

☒ FYZICKÁ OSOBA  
☐ PODNIKAJÍCÍ FYZICKÁ OSOBA  
☐ PRÁVNICKÁ OSOBA

☐ FYZICKÁ OSOBA  
☐ PODNIKAJÍCÍ FYZICKÁ OSOBA  
☐ PRÁVNICKÁ OSOBA

Vyberte prosím jednu odpověď



Dokumentace k použití přepínačů je k dispozici [zde](#) .

Responzivní (RWD) zobrazení

Slouží pro zobrazení na menších zařízeních (mobilech, tabletech).

Pro představu, jak se má komponenta chovat na jiném zařízení, lze náhled komponenty zmenšit podle potřeby. Ke zmenšení dojde stisknutím pravého okraje a potáhnutím doleva. Komponenta se automaticky přeskládá podle míry zmenšení.

## Použití

Přepínač použijte pro seznam dvou a více možností, které se vzájemně vylučují. Uveďte jasně přesně danou akci, která bude následovat v případě, že uživatel daný přepínač vybere. Pokud může uživatel vybrat více než jednu možnost, použijte Zaškrťovací pole

- Uživatel může vybrat vždy pouze jednu možnost
- Jednotlivé možnosti zarovnávejte pod sebe
- Používejte pouze tam, kde existuje výběr **alespoň ze dvou možností**
- Pro výběr pouze jedné možnosti (např. souhlas se zpracováním osobních údajů) použijte vždy zaškrťovací pole

### NADPISY

U skupiny přepínačů uveďte nadpis, kterým uživateli poskytnete celkový kontext čeho se skupina přepínačů týká.

### OZNAČENÍ

Každý přepínač má přiřazené stručné označení, které je:

- krátké, srozumitelné a výstižné
- umístěné vpravo od přepínače

Dvojtečka za označení nepatří.

Pro další vysvětlení používejte text nápovědy pod označením.

# Rozbalovací seznam

angl. `Selectbox`

Slouží k výběru ze seznamu případně pro filtraci obsahu.

## UKÁZKA

Kraj

Lorem ipsum

▼



Dokumentace k použití přepínačů je k dispozici [zde](#) .

## Responzivní (*RWD*) zobrazení

Slouží pro zobrazení na menších zařízeních (mobilech, tabletech).

Pro představu, jak se má komponenta chovat na jiném zařízení, lze náhled komponenty zmenšit podle potřeby. Ke zmenšení dojde stisknutím pravého okraje a potáhnutím doleva. Komponenta se automaticky přeskládá podle míry zmenšení.

## Použití

Rozbalovací seznam použijte, pokud má uživatel vybrat jednu možnost z delšího seznamu (7 a více možností). Pokud je výběr možností menší, použijte Přepínače nebo Zaškrtačové pole.

OZNAČENÍ `<LABEL>`

Každý rozbalovací seznam má přiřazené výstižné označení, které:

- umístěte ideálně nad daným rozbalovacím seznamem, případně nalevo od seznamu (zarovnané na levý prapor)
- je krátké, srozumitelné a výstižné

Dvojtečka za označení rozbalovacího seznamu nepatří.

## MOŽNOSTI V SEZNAMU

- U každé možnosti dodržte délku pouze na jeden řádek (tomu uzpůsobte i velikost samotné komponenty)
- V seznamu nepoužívejte obrázky ani ikony
- Možnosti řadte podle četnosti používání (lze zvolit abecední řazení)

## VALIDACE

Validace v reálném čase usnadní uživateli vyplňování formuláře. Pro kompletní pokyny, jak přistupovat k validacím, navštivte stránku [Formulář](#).

## PŘÍSTUPNOST

Z důvodu přístupnosti musí být komponenta plně ovladatelná pomocí myši i klávesnice. Rozbalovací seznamy nestylujte (neupravujte pomocí CSS). Ideálně se řiďte standardy typu [WCAG 2.0 standardů](#)

☒ - tento např. nařizuje ovládání prvku pomocí klávesnice (CSS alternativa pro `select` tento standard porušuje).

# Rozcestník

angl. **Guide**

Pomáhá uživatele nasměrovat k informacím, které hledá. Slouží k rychlému náhledu informací v rámci přehledového zobrazení.

**UKÁZKA**

# Životní události



## Změna trvalého pobytu >

Změna trvalého pobytu  
přináší řadu povinností.  
Podívejte se jaké.



## Narození dítěte >

Změna trvalého pobytu  
přináší řadu povinností.  
Podívejte se jaké.



## Úmrtí >

Změna trvalého pobytu  
přináší řadu povinností.  
Podívejte se jaké.



## Uzavření manželství >

Změna trvalého pobytu  
přináší řadu povinností.  
Podívejte se jaké.



## Změna trvalého pobytu >

Změna trvalého pobytu  
přináší řadu povinností.  
Podívejte se jaké.



## Uzavření manželství >

Změna trvalého pobytu  
přináší řadu povinností.  
Podívejte se jaké.



## Změna trvalého pobytu >



Změna trvalého pobytu  
přináší řadu povinností.  
Podívejte se jaké.



## Narození dítěte >

Změna trvalého pobytu  
přináší řadu povinností.  
Podívejte se jaké.



Další možnosti rozcestníku jsou k dispozici [s ikonami](#) , [bez ikon](#) .

## Responzivní (RWD) zobrazení

Slouží pro zobrazení na menších zařízeních (mobilech, tabletech).



Pro představu, jak se má komponenta chovat na jiném zařízení, lze náhled komponenty zmenšit podle potřeby. Ke zmenšení dojde stisknutím pravého okraje a potáhnutím doleva. Komponenta se automaticky přeskládá podle míry zmenšení.

## Použití

### OBECE

Navigace a správné nasměrování lidí na webu potřebuje často nějaké navigační pomůcky. Rozcestník je jednou z těchto navigačních pomůcek. Jako rozcestník může sloužit například navigační lišta, odkazy nebo speciální sekce v rámci stránky (jak je tomu i na Portálu veřejné správy).

### Rozcestník:

- pomáhá lidem najít cestu ke správným informacím.
- slouží jako rychlý přehled toho, co je pro uživatele v daném kontextu nejdůležitější.
- u jednotlivých informací umožňuje proklik na detail stránky s podrobnějším popisem nebo proklik na detailnější rozcestník s větším množstvím položek.
- používejte na klíčových stránkách webu, zpravidla pak na domovské stránce.
- nepoužívejte pro všechny informace, ale pouze pro zobrazení těch nejdůležitějších nebo pro zobrazení kategorií informací.

### KONKRÉTNĚ

V rámci design systému je rozcestníkem myšlena speciální navigační sekce (například na domovské stránce Portálu veřejné správy). Informace níže v textu se tedy vztahují k tomuto konkrétnímu rozcestníku.

## Nadpis

Pro rozcestník používejte nadpis `<H2>` .

## Tlačítko

- Může obsahovat proklik na detailní výpis všech položek
- Vhodné je použití Tlačítka typu Primary Outline viz Tlačítka

## Položky rozcestníku

Podle počtu položek v rozcestníku rozlišujeme dva typy:

- základní rozcestník - doporučený počet položek 6
- detailní rozcestník - maximální doporučený počet položek 12

V případě většího počtu položek je lepší řešit jejich výpis jinou formou, např. jako Seznam položek. Samotné položky mohou obsahovat další prvky.

### **Nadpis položky**

- Používejte nadpis `<h3>`
- Může na něm být umístěn odkaz
- Měl by být krátký

### **Popisek**

- Používejte klasický odstavec `<p>`
- Měl by být krátký

### **Odkaz**

Viz [Odkazy](#)


# Stránkování

angl. **Pagination**

Slouží k rozdělení obsahu nebo dat na několik stránek s navigací na další nebo předchozí stránku.

## UKÁZKA



Dokumentace k použití stránkování je k dispozici [zde](#) .

## Responzivní (RWD) zobrazení

Slouží pro zobrazení na menších zařízeních (mobilech, tabletech).

Pro představu, jak se má komponenta chovat na jiném zařízení, lze náhled komponenty zmenšit podle potřeby. Ke zmenšení dojde stisknutím pravého okraje a potáhnutím doleva. Komponenta se automaticky přeskládá podle míry zmenšení.

## Použití

Stránkování použijte tam, kde se vyskytuje velké množství dat a rozdělením obsahu usnadníte uživateli orientaci. Stránkování použijte na všech stránkách, kde zobrazujete výsledky vyhledávání nebo u rejstříku orgánů veřejné moci (OVM), jejichž počet je vyšší než 25.

### ZOBRAZOVÁNÍ VÝSLEDKŮ

Pokud je počet výsledků vyšší než 25, je ideální použít stránkování. Dejte uživateli možnost měnit si počet zobrazovaných výsledků na stránce (25, 50, 75, 100). Počet výsledků na stránce vždy záleží na celém kontextu použití.

### OBECNÁ PRAVIDLA

Pomozte uživateli udělat si celkový přehled o zobrazených datech.

- Jasně označujte stránku, na které se uživatel nachází
- Poskytněte celý kontext - zobrazujte celkový počet stránek

# Tabulka


angl. `Table`

Slouží pro přehledné zobrazení většího množství dat.

## UKÁZKA

TYP MAJETKU ▾	KRAJ ▾	OBEC ▾	ZVEŘEJNĚN OD ▾	ID ZÁZNAMU ▾	
Pole	Zlínský kraj	Rožnov pod Radhoštěm	16. 11. 2017	521532411	<a href="#">Zobrazí</a>
Louka	Zlínský kraj	Rožnov pod Radhoštěm	16. 11. 2017	521532411	<a href="#">Zobrazí</a>
Pole	Zlínský kraj	Rožnov pod Radhoštěm	16. 11. 2017	521532411	<a href="#">Zobrazí</a>
Louka	Zlínský kraj	Rožnov pod Radhoštěm	16. 11. 2017	521532411	<a href="#">Zobrazí</a>
Pole	Zlínský kraj	Rožnov pod Radhoštěm	16. 11. 2017	521532411	<a href="#">Zobrazí</a>
Louka	Zlínský kraj	Rožnov pod Radhoštěm	16. 11. 2017	521532411	<a href="#">Zobrazí</a>
Pole	Zlínský kraj	Rožnov pod Radhoštěm	16. 11. 2017	521532411	<a href="#">Zobrazí</a>
Louka	Zlínský kraj	Rožnov pod Radhoštěm	16. 11. 2017	521532411	<a href="#">Zobrazí</a>
Pole	Zlínský kraj	Rožnov pod Radhoštěm	16. 11. 2017	521532411	<a href="#">Zobrazí</a>
Louka	Zlínský kraj	Rožnov pod Radhoštěm	16. 11. 2017	521532411	<a href="#">Zobrazí</a>
Pole	Zlínský kraj	Rožnov pod Radhoštěm	16. 11. 2017	521532411	<a href="#">Zobrazí</a>



Dokumentace k použití tabulky je k dispozici [zde](#) .

## Responzivní (RWD) zobrazení

Slouží pro zobrazení na menších zařízeních (mobilech, tabletech).

Pro představu, jak se má komponenta chovat na jiném zařízení, lze náhled komponenty zmenšit podle potřeby. Ke zmenšení dojde stisknutím pravého okraje a potáhnutím doleva. Komponenta se automaticky přeskládá podle míry zmenšení.

## Použití

Tabulka zobrazuje soubory dat, kterým poskytuje význam. Zároveň datům zachovává čitelnost, data jsou skenovatelná a snadno srovnatelná. Pomocí tabulky může uživatel porovnávat informace v řádcích a sloupcích.

- Použijte pro snadnější porovnání a vyhledávání
- Nepoužívejte k rozvržení obsahu na stránce

#### OZNAČENÍ

Používejte u tabulek označení, které pomáhá uživateli vyhledávat, navigovat a chápat jednotlivé tabulky.

#### ZÁHLAVÍ

Pomocí záhlaví tabulky informujte uživatele o tom, jaké řádky a sloupce tabulka obsahuje.

# Textové pole

angl. `Text Area`

Slouží k psaní/vkládání textu.

## UKÁZKA

### JEDNOŘÁDKOVÉ

---

Identifikační číslo

Identifikační číslo\*

Toto pole je povinné

Identifikační číslo

Identifikační číslo

Sem napište vaše identifikační číslo

### VÍCEŘÁDKOVÉ

Začněte psát zde

Začněte psát zde\*


Toto pole je povinné

Začněte psát zde

Začněte psát zde

Sem napište vaše identifikační číslo



Dokumentace k použití textových polí je k dispozici [zde](#) .

## Responzivní (RWD) zobrazení

Slouží pro zobrazení na menších zařízeních (mobilech, tabletech).

Pro představu, jak se má komponenta chovat na jiném zařízení, lze náhled komponenty zmenšit podle

potřeby. Ke zmenšení dojde stisknutím pravého okraje a potáhnutím doleva. Komponenta se automaticky přeskládá podle míry zmenšení.

## Použití

TYP	POUŽITÍ
Textové pole	Když očekáváte jako vstup od uživatele jediný řádek textu.
Víceřádkové textové pole	Když očekáváte jako vstup od uživatele více jak jeden řádek textu.

Používejte textové pole, které uživateli ve formuláři pomáhá zadat, vybrat a vyhledat text. Textové pole se obvykle nachází ve formuláři, ale může být i součástí modálu, vyhledávání nebo karty. Běžné zadávání textu zahrnuje uživatelská jména, popisy, adresy URL, e-maily.

Při určování délky formulářového pole berte v potaz maximální možný počet znaků, který bude uživatel do pole zadávat.



# Tlačítko

angl. `Button`

Slouží ke spuštění akce nebo k přechodu na další stránku.

UKÁZKA

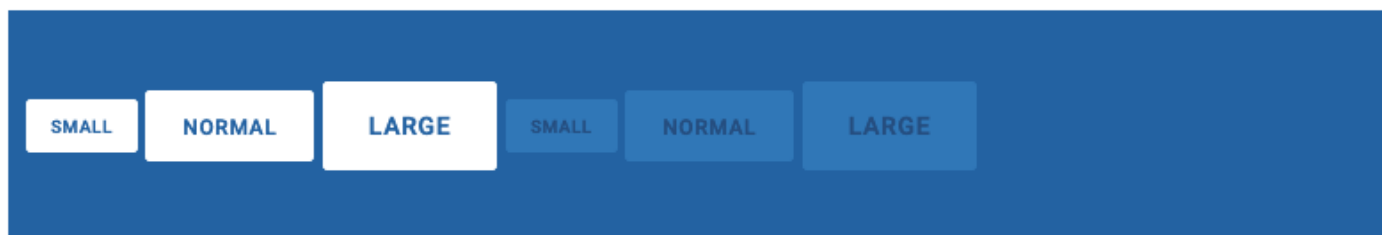
TYPY TLAČÍTEK

---

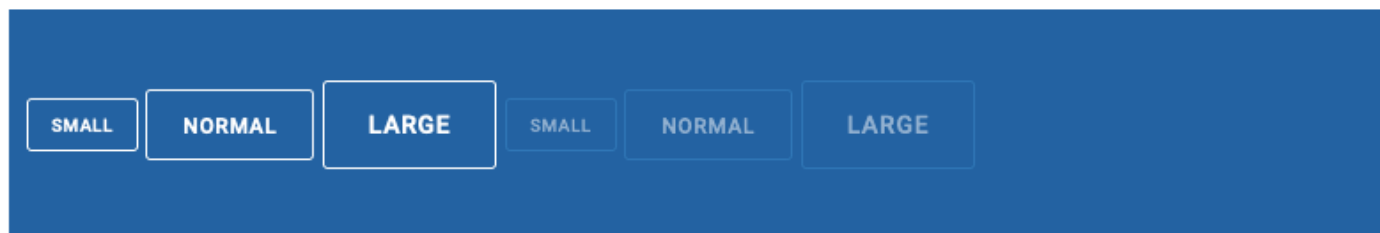


PRIMÁRNÍ TLAČÍTKA

---

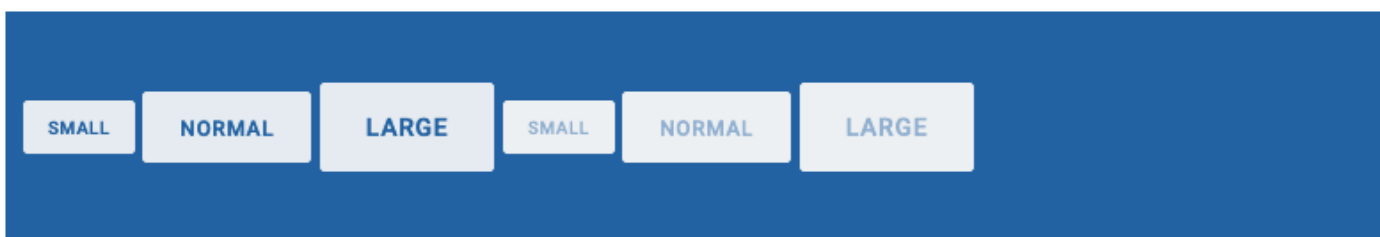



OUTLINE TLAČÍTKA



## SEKUNDÁRNÍ TLAČÍTKA

---



Dokumentace k použití odkazu je k dispozici [zde](#) .

## Responzivní (*RWD*) zobrazení

Slouží pro zobrazení na menších zařízeních (mobilech, tabletech).

Pro představu, jak se má komponenta chovat na jiném zařízení, lze náhled komponenty zmenšit podle potřeby. Ke zmenšení dojde stisknutím pravého okraje a potáhnutím doleva. Komponenta se automaticky přeskládá podle míry zmenšení.

## Použití

Pro spuštění akce použijte tlačítko `<button>` , pro odkazování na další statickou stránku použijte odkaz.

## TYPY TLAČÍTEK

Existuje několik druhů tlačítek, které se liší podle kontextu jejich použití. Pro každé tlačítko existují speciální CSS třídy, a to konkrétně třídy, které řeší - typ tlačítka, velikost, stav (disable state) popř. speciální třída pro speciální typ tlačítka.

TYP	CSS TŘÍDA	POUŽITÍ
Primární	<code>gov-button--primary</code>	Používáme pro spuštění primární akce jako např. vyhledávání, napsání datové zprávy, nahrání nového dokumentu atd. Vyvarujte se nadměrnému používání primárních tlačítek.
Outline	<code>gov-button--primary-outlined</code>	Používáme pro sekundární akce jako např. tisk datové zprávy, zobrazení dalšího obsahu apod.
Sekundární	<code>gov-button--secondary</code>	Používáme pro sekundární akce jako např. tisk datové zprávy, zobrazení dalšího obsahu apod.

## Velikosti tlačítek

- Tlačítko použijte v různých velikostech v závislosti na prostoru, který máte na stránce
- Pro důležitější akce použijte větší tlačítko
- Velikost "Small" je vhodná především pro nižší třídy tlačítek
- U tlačítek, která jsou umístěna v řádku vedle sebe, dodržujte vždy stejnou velikost

VELIKOST	CSS TŘÍDA	POUŽITÍ
Small	<code>gov-button--small</code>	Používáme především tam, kde není dostatek prostoru pro umístění tlačítka normální velikosti.

VELIKOST	CSS TŘÍDA	POUŽITÍ
Normal	-	Standardní velikost, se kterou si vystačíte ve většině případů.
Large	<code>gov-button--large</code>	Vhodné především pro landing-pages s cílem provedení konverze ( <i>např. registrace do portálu, spočítání důchodu, apod.</i> )

#### NEAKTIVNÍ STAV

(Angl. disabled button) je tlačítko, na které není možné kliknout např. proto, že akce, kterou spouštělo, již spuštěná je. Jedná se o velmi důležitý prvek a je vždy potřeba ošetřit, kde standardní tlačítko nahradit právě neaktivním tlačítkem. Uživatel by měl mít vždy aktivní taková tlačítka, která je, v daném kontextu situace, schopen (oprávněn) použít.

#### CSS identifikátor

`gov-button--disabled`

# Vyhledávání

angl. Search

Slouží k zadání slova nebo fráze a vyhledání příslušné části obsahu bez použití navigace.


UKÁZKA

ZÁKLADNÍ



ŠIRŠÍ



Dokumentace k použití vyhledávání je k dispozici [zde](#) .

## Responzivní (RWD) zobrazení

Slouží pro zobrazení na menších zařízeních (mobilech, tabletech).

Pro představu, jak se má komponenta chovat na jiném zařízení, lze náhled komponenty zmenšit podle potřeby. Ke zmenšení dojde stisknutím pravého okraje a potáhnutím doleva. Komponenta se automaticky přeskládá podle míry zmenšení.

## Použití

- Vyhledávání se používá k vyhledání a zobrazení sady výsledků.
- Vyhledávání lze použít jako primární prostředek pro hledání obsahu nebo jako filtr, který uživateli při hledání obsahu pomáhá.

TYPY VYHLEDÁVACÍCH POLÍ

- Pokud použijete vyhledávání, které se týká stránky nebo sekce, ve které se nachází vyhledávací pole, nastavte uživatelům kontext pro vyhledávání pomocí užitečného zástupného textu v poli hledání např. “Hledat dokumenty”.
- Pokud jde o vyhledávání v globální hlavičce, použijte jako text v poli hledání pouze “Hledání”.

## **Specifické chování na hlavní stránce**

### **VÝSLEDKY VYHLEDÁVÁNÍ**

- Výsledky zobrazujte s popisky nebo hlavičkami (*např. Výsledky pro XY*).
- Pokud pocházejí výsledky vyhledávání z různých oblastí, kategorizujte je (*např. dokumenty, služby, aplikace, výukové programy, blogy*).
- Umožněte uživatelům ovládat možnosti prohlížení a schopnost třídit výsledky (*např. relevance, popularita, hodnocení, datum*).
- Informujte uživatele jasnými zprávami např. “Na hledaný výraz XY nebyly nalezeny žádné výsledky”.
- Používejte inteligentní algoritmy, které mohou vyhledávat podobné výrazy nebo vyhledávají i s chybně napsanými slovy.
- Uveďte u výsledků vyhledávání dostatečný popis, aby uživatelé mohli posoudit, zda a který výsledek je pro ně relevantní.
- Pokud je to možné, hledaný výraz ve výsledcích vyhledávání zvýrazněte.


# Vypínač

angl. `Toggle`

Slouží k vypnutí/zapnutí funkce.

## UKÁZKA



Dokumentace k použití vypínače je k dispozici [zde](#) .

## Responzivní (RWD) zobrazení

Slouží pro zobrazení na menších zařízeních (mobilech, tabletech).

Pro představu, jak se má komponenta chovat na jiném zařízení, lze náhled komponenty zmenšit podle potřeby. Ke zmenšení dojde stisknutím pravého okraje a potáhnutím doleva. Komponenta se automaticky přeskládá podle míry zmenšení.

## Použití

Vypínač nemusí být použitý jen ve formuláři. Často se používá v nastavení aplikací. Například pro vypnutí/zapnutí funkce notifikací.

Vypínač vybízí uživatele k výběru dvou, vzájemně se vylučujících, voleb (on/off). Vypínač má poskytovat uživateli okamžitou zpětnou vazbu, která mu umožní svobodně ovládat jeho preference podle potřeby.

Použití vypínače bývá často zaměňováno s dalšími formulářovými prvky. Podrobnější popis, jak tyto

prvky používat, najdete na stránce Formuláře.

Volba, kterou uživatel provede prostřednictvím vypínače se projevuje okamžitě, bez nutnosti odeslat formulář prostřednictvím tlačítka.

#### **NADPIS**

Nadpis musí být výstižný. Měl by uživateli podat další informace o akci, která bude v případě změny (on/off) následovat.



# Výběr data

angl. `Datepicker`

Slouží k zadávání data automatickým zobrazením kalendáře.

## UKÁZKA



Vyberte datum



Dokumentace k použití kalendáře je k dispozici [zde](#) .

## Responzivní (RWD) zobrazení

Slouží pro zobrazení na menších zařízeních (mobilech, tabletech).

## Použití

- Pro zadávání termínů událostí, které se konají v blízké budoucnosti nebo událostí, které se odehrály v nedaleké minulosti.
- Pro výběr data ve formátu dd/mm/rrrr (*typicky se používá ve formulářích*)
- Použijte předvyplněné datum v případě, že je první termín do deseti dnů
- Předvyplněnou hodnotu nepoužívejte v případě, že chcete znát datum narození

## OZNAČENÍ

Komponenta pro výběr data je vždy označena a řídí se stejnými pravidly jako Formuláře.

## FORMÁT

U komponenty pro výběr data je potřeba ve výchozím stavu použít zástupný text (*Placeholder*). V zástupném textu je uvedeno v jakém formátu má uživatel data zadávat (dd/mm/rrrr).

## Ovládání pomocí klávesnice

Výběr data se dá plnohodnotně ovládat i z klávesnice s určitými specifiky popsány níže. Během navigování v kalendáři je “vybrané datum” zvýrazněno (*stejně jako při přejetí myší*).

#### **KLÁVESY ENTER**

Pokud je kalendář ve výběru data zobrazený, datum, na kterém je focus, pomocí klávesy ENTER vybereme. Pokud kalendář není zobrazený, klávesou ENTER standardně odešleme aktuální formulář.

#### **KLÁVESY ESC**

Klávesu ESC lze použít ke skrytí a opětovnému zobrazení focusu.

# Zaškrtávací pole

angl. Checkbox

Slouží pro výběr jedné, více, ale i žádné možnosti ze seznamu možností.

## UKÁZKA


☐ LOREM IPSUM

☐ LOREM IPSUM

☒ LOREM IPSUM

☐ LOREM IPSUM



Dokumentace k použití vypínače je k dispozici [zde](#) .

## Responzivní (RWD) zobrazení

Slouží pro zobrazení na menších zařízeních (*mobilech, tabletech*).

Pro představu, jak se má komponenta chovat na jiném zařízení, lze náhled komponenty zmenšit podle potřeby. Ke zmenšení dojde stisknutím pravého okraje a potáhnutím doleva. Komponenta se automaticky přeskládá podle míry zmenšení.

## Použití

Zaškrtávací pole použijte v případě, že je možné vybrat jednu, více, ale také žádnou možnost ze seznamu možností. Pro výběr pouze jedné možnosti ze seznamu použijte Přepínače.

Zaškrtávací pole může být k dispozici také pouze jedno (*bez možnosti výběru*) - např. žádost o udělení souhlasu se zpracováním osobních údajů.

Zaškrtávací pole použijte ve formuláři nebo pro rozšířené hledání (*např. u výsledků vyhledávání*) Pokud se jedná o souhlas nebo potvrzení, nechte pole ve výchozím stavu nezaškrtnuté (*např. udělení souhlasu*

*se zpracováním osobních údajů)*

## OZNAČENÍ

Každé zaškrtačací pole má přiřazené výstižné označení, které:

- umístěte vpravo od zaškrtačacího pole
- je krátké, srozumitelné a výstižné

Dvojtečka za označení rozbalovacího seznamu nepatří

## KLIKATELNÁ PLOCHA

Uživatel by měl mít možnost zaškrtnout výběr nejen kliknutím přímo do zaškrtačacího okénka (může být problém se trefit), ale i kliknutím na **označení zaškrtačacího pole**.

## VÝCHOZÍ VÝBĚR

- V případě použití ve formuláři je zaškrtačací pole nezaškrtnuté
- Nezaškrtnutá pole jsou také tam, kde uživatel v rozšířeném hledání upřesňuje svůj výběr
- Všechna pole jsou zaškrtnutá v případě, že chceme uživateli ukázat všechnen obsah na stránce a dát mu možnost obsah si samostatně filtrovat (*např. výsledky vyhledávání, aktuality*).

# Záložky

angl. **Tabs**

Slouží k rychlé navigaci mezi obsahem ve stejném kontextu.

## UKÁZKA

ZÁKLADNÍ INFORMACE


KONTAKTNÍ OSOBY

PŮSOBNOST V AGENDÁCH

ZŘIZOVANÉ ORGANIZACE

Základní informace ... obsah ...



Dokumentace k použití záložek je k dispozici [zde](#) .

## Responzivní (RWD) zobrazení

Slouží pro zobrazení na menších zařízeních (mobilech, tabletech).

Pro představu, jak se má komponenta chovat na jiném zařízení, lze náhled komponenty zmenšit podle potřeby. Ke zmenšení dojde stisknutím pravého okraje a potáhnutím doleva. Komponenta se automaticky přeskládá podle míry zmenšení.

## Použití

Záložky použijte v případě, že potřebujete zobrazit větší množství obsahu na malém místě. Zároveň veškerý obsah neschovávejte do záložek. Takto schovaný obsah může uživatel přehlédnout. Pokud se o obsahu jednotlivých záložek mají dozvědět i vyhledávače, musí mít každá záložka svou vlastní url.

### OZNAČENÍ ZÁLOŽEK

Každá záložka má své označení, které:

- jasně popisuje, co je obsahem záložky

- je stručné (*maximálně 1-2 slova*)
- neobsahuje ikony

#### POČET ZÁLOŽEK MAXIMÁLNĚ


Zobrazujte 2-6 záložek. Tento počet je pevně stanoven, aby se udrželo nepoškozené uživatelské rozhraní a snížila se kognitivní zátěž uživatele. Nepoužívejte pro případ pouze jedné záložky.

#### POŘADÍ ZÁLOŽEK

Záložky s podobným obsahem seskupujte vedle sebe.

# Ke stažení a nástroje

## Prostředky





Obsahuje ikony, fonty a obrázky použité v rámci současného design systému. [Stáhnout](#) 

## Sketch starter kit

Obsahuje knihovnu grafických prvků pro přípravu designu v nástroji Sketch. [Stáhnout](#) 

# Nástroje

## Online nástroje

- Kontrolní seznam pro pravidla přístupnosti [Standardy a metodiky](#) 
- Validátor HTML kódu pro pravidla přístupnosti [WAVE Web Accessibility Evaluation Tool](#)  nebo [Accessibility Insights for Web](#) 
- Nástroj pro kontrolu kontrastu barev [Colour Contrast Checker](#) 

## Aktuální verze a rozvoj

V budoucnu se chceme zaměřit na propagaci design systému do jednotlivých týmů a na rozšiřování a vylepšování dokumentace na základě potřeb těch, kteří s design systémem budou pracovat.

## Podpora a podněty

Tým, který stojí za vytvořením nového designu pro Portál veřejné správy, Portál občana a za přípravou design systému MV, vám rád pomůže s návrhem dalších portálů postavených na design systému MV. Současně vám rád poskytne konzultace k používání design systému, k výběru nástrojů, pomůže při řešení problémů s design systémem nebo vaše týmy proškolí.

Piště na e-mail [design@mvcr.cz](mailto:design@mvcr.cz) .