

**Předejte to dál.  
zapixely.cz**

**Digitální design: Pohled za pixely**

Anežka Adamíková,  
Lukáš BoB Marvan (eds.)



**#zapixely**



# Digitální design: Pohled za pixely

Anežka Adamíková  
Lukáš BoB Marvan

eds.  
Sborník

**#zapixely**

# #zapixely: Průvodce světem digitálního designu

Anežka Adamíková,  
Lukáš BoB Marvan  
(eds.)

**#zapixely: Průvodce světem  
digitálního designu**

**Editoři:**

Anežka Adamíková a Lukáš BoB Marvan

**Autoři textů:**

Anežka Adamíková

Berka

Filip Dědic

Jakub Franc

Jakub Goldmann

Martin Kopta

Jakub Krčmář

Lukáš BoB Marvan

Radek Pavlíček

Dominika Potužáková

Jan Řezáč

Petr Štědrý

Ondřej Válka

Jazyková korekce:

Lukáš Šaněk

Grafická úprava a typografie:

Veronika Plevová

Písmo: Neulis Neue

Online verze je zdarma ke stažení na [www.czechdesign.cz](http://www.czechdesign.cz) nebo [zapixely.cz](http://zapixely.cz)

Vydal CZECHDESIGN, z.s. Vojtěšská 3, Praha 1

©CZECHDESIGN.CZ Praha 2017

ISBN 978-80-906423-5-5

**CZECH  
DESIGN**



<b>8</b>	<b>Úvod</b>
<b>10</b>	<b>Proč #zapixely?</b>
<b>12</b>	<b>Experti</b>
<b>14</b>	<b>Pohled za pixely</b>
16	1 Strategie / Jan Řezáč
20	2 Uživatelský výzkum / Jakub Franc
24	3 Designový proces / Petr Štědrý
28	4 Interakční design / Ondřej Válka
32	5 Grafický design v digitálním světě / Jakub Krčmář
36	6 Webová typografie / Jakub Goldmann
40	7 Přístupnost pro hendikepované uživatele / Radek Pavlíček
44	8 Uživatelské testování / Martin Kopta
48	9 Průnik se skutečným světem / Dominika Potužáková
52	10 Další vzdělávání / Berka
<b>56</b>	<b>Děkujeme! Partneři a tým</b>
<b>60</b>	<b>Čtení navíc</b>
62	Lukáš BoB Marvan: Digitální design je design jako každý jiný
64	Andreas Wegner: Digitální design přináší firmám nejen intelektuální, ale i konkurenční výhodu
68	David Beneš: Chytré věci jednoduché navenek
70	Radek Pavlíček: O přístupnosti jasně a srozumitelně
<b>74</b>	<b>O digitálním designu prakticky</b>

# Digitální design: Pohled za pixely

**Lukáš BoB Marvan,  
Anežka Adamíková,  
Filip Dědic  
Tým #zapixely**

**Organizátoři:**  
CZECHDESIGN, Asociace UX

Výstava Digitální design:  
Pohled za pixely vznikla pro  
GALERII CZECHDESIGN  
v Praze a konala se ve  
dnech 18. 9.–30. 10. 2015.

Během roku 2016 byla  
vystavena ve Zlíně,  
Brně a Plzni.

Digitální design se díky rychlému rozvoji technologií, a v posledních 20 letech hlavně internetu, stal nedílnou součástí našich životů. S různými elektronickými zařízeními se setkáváme prakticky denně – mohou to být webové stránky, mobily a tablety. Patří tam také všechny produkty a služby, které ke komunikaci s lidmi používají digitální rozhraní, tedy například bankomaty, čtečky e-knih, zabezpečovací zařízení, automaty na jízdenky. Vždy jde o dialog mezi vámi a strojem, který musel někdo navrhnout. Jak je možné, že některé elektronické služby a zařízení lze používat snadno a intuitivně, ale u jiných se člověk rozčiluje? Dobrý uživatelský zážitek není náhoda, ale výsledek mnoha pokusů, omylů a spousty výzkumů. Vedle tradičních oborů jako je grafický design, průmyslový design nebo architektura, proto rychle vyrostl obor zcela nový: Digitální design. A s příchodem internetu věcí (zkráceně IoT, z anglického Internet of Things) lze předpokládat jeho další bouřlivý rozvoj. Cílem projektu není odhalit všechna zákoutí tohoto mladého dynamického oboru, ale s pomocí deseti expertů představit vybrané designové disciplíny ze světa za pixely vašich displejů. Kvalitní design pro dobrý uživatelský zážitek (zkráceně UX, z anglického user experience) je faktor, který pomáhá ke zlepšení produktů a služeb a vede tak ke spokojenějším a věrnějším zákazníkům. Rádi bychom vám tu krok za krokem ukázali směr, do kterého se vyplatí investovat jak prostředky k rozvoji, tak čas ke studiu. Budoucnost je totiž digitální, tak ať vám neuteče.

## Proč #zapixely?

ápad na projekt, který by propagoval digitální design, se mi v hlavě poprvé objevil na podzim roku 2014. Tehdy mi přišlo líto, že náš obor nemá žádnou přehlídku, jakou je pro produktový design třeba Designblok. Moje představa to byla velmi mlhavá, na začátku nebylo jasné, jakou formu projekt dostane. Během diskuzí s kolegy mi docházelo, že nemá cenu dělat přehlídku designů, když lidé ani netuší, jak naše návrhy vznikají. Zároveň jsem začal upřesňovat, čemu by celá akce měla sloužit: přitáhnout pozornost firemních zadavatelů a studentů k relativně novému oboru, seznámit naše kolegy „offline“ designery a architektky s dalšími metodami a představit nás také širší veřejnosti. Proč? Protože věřím, že budoucnost je digitální a celosvětové konkurenci nebude stačit mít „jen“ nadané inženýry a programátory, ale bude třeba dbát i na dobrý design, který je nedílnou součástí kvalitních digitálních produktů a služeb. Po těchto úvahách mi došlo, že chci zorganizovat něco, co bude pravým opakem exkluzivní konference, nebo soutěžní přehlídky. Uvědomil jsem si, že potřebujeme něco, co bude dostatečně „nízkoprahové“. A tak se zrodila myšlenka edukativně zaměřené výstavy, která bude zdarma prezentovat základní informace a potrvá dostatečně dlouho, aby byla dostupná opravdu každému. Pochopitelně bych to sám nezvládl, postupně jsem pro tuto ideu získal podporu jak mnoha členů online designerské komunity, tak i dvou důležitých odborných sdružení: Asociace UX

a CZECHDESIGN. První mi pomohla s kontaktem na odborníky, bez druhého by nebyla možná produkce. Během roku 2015 pak díky dobrovolné práci jednotlivých expertů, vznikl obsah a díky přispění partnerů jsme mohli výstavu skutečně zrealizovat. Zahájili jsme ji na podzim v Praze v GALERII CZECHDSIGN a následující rok 2016 putovala k návštěvníkům ve Zlíně, Brně a Plzni. V každém městě byl nedílnou součástí #zapixely také doprovodný program složený z přednášek, workshopů a exkurzí. Ten měl sílu propojit jednotlivé návštěvníky a experty. Průvodce světem digitálního designu, který právě držíte, má dál sloužit původnímu cíli: přitáhnout pozornost k našemu oboru, ukázat vám designový proces, který má smysl a přináší užitek. Aby spolupráce s designery byla oboustranně přínosná, je třeba na správný postup neustále upozorňovat. Ať už to bude formou meet-upů, přednášek na konferencích, nebo rozhovory a články. My jsme zvolili cestu výstavy a tištěného průvodce. Postupně seznámíme každého čtenáře krok za krokem s designovým procesem a tím mu ukážeme způsob, jak nad tvorbou digitálních produktů přemýšlet. Spousta špatných designů v komerční i státní sféře nás utvrzuje, že je třeba se neuzavírat, ale naopak o způsobu naší práce otevřeně mluvit. Po přečtení tedy průvodce nezakládejte do knihovny, ale předejte svým kolegům, klientům, přátelům, kteří svět #zapixely teprve objevují.

**Lukáš BoB Marvan Senior UX designer,  
autor konceptu #zapixely**

**Jan Řezáč**

Jednatel rodu House of Řezáč

Jan je konzultant webů, napsal první českou knihu o návrhu webu *Web ostrý jako břitva*. Rád cestuje letadlem a šetří na to, až si jedno koupí. Je pověstný svým nezaměnitelným smíchem.

**Jakub Franc**

Director, UX, GoodData

Jakub je původním vzděláním psycholog. Jeho doménou je kvalitativní výzkum, techniky emočního designu, mezikulturní výzkum. Působil ve společnostech Sun Microsystems a Oracle a AVG, spoluzakládal také agenturu ExperienceU. Vedle UX působí jako psychoterapeut a lektor.

**Jakub Goldmann**

Designer, product opponent, Švejda-Goldmann

Jakub je grafický designer a produktový oponent. Pracoval mimo jiné v Seznam.cz a GoodData, kde se věnoval podobě webových stránek a aplikací.

**Radek Pavlíček**

Odborný pracovník, Středisko Teiresiás Masarykovy univerzity

Radek patří mezi uznávané odborníky na přístupnost. Té se věnuje od roku 2001 a byl u všech významných aktivit, které se u nás v této oblasti odehrály. O přístupnosti píše na blogu POSLEPU, který je v současnosti jediným česky psaným a pravidelně aktualizovaným zdrojem informací o této tématice.

**Petr Štědrý**

Senior UX Designer, 2FRESH

Petr je programátor, který před deseti lety změnil kariéru. Dělal interakčního designera, uživatelského výzkumníka a opravoval strukturu webů. Začal studovat psychologii a behaviorální ekonomii. Když nepracuje na návrzích, věnuje se vzdělávání designérů prostřednictvím UXWell.

**Martin Kopta**

UX Researcher, MartinKopta.com

Martin je uživatelský výzkumník a koncepční návrhář. Jako designer pracuje od roku 1997. Po odchodu ze Seznam.cz počátkem roku 2015 založil a provozuje testovací centrum Folimanka v pražských Nuslích

**Ondřej Válka**

Konzultant, na volné noze

Ondřej je interakční designer s kořeny v softwarovém inženýrství. Působil v českých týmech zahraničních firem vytvářejících softwarové produkty pro analýzu dat, produktový management a just-intime manufacturing.

**Dominika Potužáková**

Senior User Researcher, Avast Software

Na produktový design se Dominika specializovala v Londýně, kde začala vyvíjet produkty pro zdravotnictví a wellbeing. Skrze tento úzce specializovaný obor se dostala k navrhování interaktivních systémů a produktů. Kombinace těchto témat Dominiku dále přivedlo ke zkoumání lidí nejen z ergonomického, ale i ze socio-psychologického hlediska.

**Jakub Krčmář**

Chief of Product, ARTSTAQ

Jakub se v oblasti návrhu rozhraní webů a aplikací pohybuje již od svých 15 let. Pro partnery z USA, EU a Blízkého východu rád zhmotňuje odvážné vize ve výjimečné digitální produkty a spolu s týmem profesionálů dohlíží na jejich formu a funkci.

**Berka**

UX Interim manager, UX konzultant, BerkaUX zakladatel, CEO, UXWell

Berka BerkaUX je status quo challenger, vizionář a realizátor. Stál u zrodu české UX scény, zavedl a vybudoval UX oddělení v několika firmách, vchoval UX specialisty. Organizuje ortodoxní barcamp RealUXCamp. Založil UXWell. Nabízí firmám UX konzultace a služby.



**Pohled  
za pixely**

# Strategický přístup k digitálnímu designu

## Rozhovor #zapixely:

Jan Řezáč

Otázky: Filip Dědic

### Jaká byla tvoje cesta k webdesignu?

Opustila mě slečna, takže jsem měl najednou spoustu volného času a kamarádi dělali „ty weby“. Tak jsem je začal dělat taky. Následovala spousta samostudia, především ze zahraničních zdrojů, práce pro neziskovky a následně v komerčním sektoru.

### Jak podle tebe vypadá ideální web?

To se nedá takhle říct! Podívejme se třeba na booking.com. Graficky není příliš zajímavý, ale přitom je to velmi úspěšný globální projekt. Osobně nehodnotím web podle toho, jak vypadá, ale zda plní své cíle. Což většinou znamená, že klientům pomáhá při cestě k vyššímu obrátu nebo zisku

### Můžeš popsat svůj přístup k webdesignu?

Web mě při práci primárně nezajímá! Web je na konci dlouhé řady faktorů a rozhodnutí. Zajímá mě byznys model, konkurenční výhody, zákazníci, strategie – a jak do nich web zapadá. Pak teprve řeším obsah a formu webu na míru dané komunitě lidí, která jej bude využívat a výsledek testuji.

### Liší se tvůj přístup od ostatních?

Běžný tvůrce webu se zeptá: „Co na webu chcete?“ což je z principu špatná otázka. Jak může klient – úspěšný byznysmen a laik přes tvorbu webů v jedné osobě říct, co bude mít na webu? On samozřejmě odpoví, protože mu nic jiného nezbyvá a vznikne web, který by jako z oka vypadl jeho největší konkurenci. Zní to jako vítězná strategie?

### Zasahuješ například do obsahu webu?

Zasahuji? Já ho navrhuji! Obsah je to, co dělá design designem. Bez něj se bavíme o dekorování. Klient může mít na začátku nějakou představu, ale reálně jsem to já, kdo řekne: TOHLE bude TADY.

### Kdy je tvoje zakázka hotová?

Spolupráce má typicky fázi tvorby zadání, na kterou navazuje technický dozor dodavatele webu a nakonec rozvoj spuštěného webu. Fáze rozvoje je takřka nekonečná. Záleží na tom, jak si s klientem sedneme a jak dlouho mu dokážu přinášet viditelnou hodnotu. Nejdéle jsem to zatím zvládl 8 let.

### Takže jsou tvoje zakázky dlouhodobější?

Běžné projekty trvají jeden až dva roky od prvního kontaktu do spuštění webu. Nejkratší projekt trval 12 týdnů. Pak ale následuje zmíněný rozvoj.

### Co vnímáš jako největší výzvu při webdesignu?

Designer musí ustát svůj vlastní proces a prodat ho klientovi. Musí trvat na uživatelském výzkumu a testování, přestože jejich výsledek není vidět na první pohled. S výzkumem může web na první pohled vypadat stejně jako bez něj, akorát pravděpodobnost úspěchu bude výrazně jinde.

### Měl jsi nějakého mentora nebo zásadní formující zkušenost?

Zásadní formující zkušenost mám na každém povedeném projektu. Naštěstí mám okolo sebe mnoho inspirativních lidí: Adama Hrubého, Karla

Novotného, Jirku Sekeru, Otto Bohuše, Pavla Šabatku – žádný z nich není můj mentor v pravém slova smyslu, ale rozhodně se díky nim všestranně rozvíjím.

### Napsal jsi knihu o návrhu webu. Máš nějaké další plány ohledně vzdělávání?

Mám v plánu natočit online kurz pro zadavatele webových projektů a vytvořit několik dalších vzdělávacích pomůcek. Novou knihu zatím nechystám.

### Jaké další knihy bych si měl přečíst kromě té tvojí?

Těch je! Záleží na tom, co bys chtěl dělat. Pro klienty rozhodně doporučuji The Brand Flip. Webovým grafikům The Elements of Typographic Style. UX designerům The User Experience Team of One.



1

2.

**Kam dál:**

→ Goodman E., Kuniavsky M., Moed A.: *Observing the User Experience: Practitioner's Guide to User Research*  
 → Disman M.: *Jak se vyrábí sociologická znalost*  
 → [www.userfocus.co.uk/articles](http://www.userfocus.co.uk/articles)

## Uživatelský výzkum

### Jakub Franc

#### „Ulehčuji život uživatelům i designérům.“

Na začátku vývoje produktu, který má dobře sloužit svým budoucím uživatelům, je třeba vědět, jak jej lidé budou používat – v čem jim má ulehčit život, co jim má přinést. Nebo také jestli bude pro daný produkt v jejich životě vůbec místo. To platí pro všechny produkty, ať už jsou to domácí spotřebiče, počítačové programy, webové stránky nebo třeba bankovní služby. Produkty, které jsou vytvořeny bez těchto znalostí, zpravidla nepřinášejí svým uživatelům tolik užítku a radosti, ale spíše nepohodu, trápení a někdy dokonce i pocity méněcennosti. Každý z nás si asi vybaví počítačový program nebo televizní ovladač, u kterého zapochyboval o vlastní inteligenci (nebo o duševním zdraví toho, kdo to navrhl).



2/ Rozhovor výzkumníka s participantkou

1/ Pozorování, scéna z filmu *Kitchen stories*

Designéři, kteří vzhled a funkcionalitu produktu navrhují, znalosti o konkrétních potřebách v dané doméně přirozeně nemají. Jak by také mohli, když je svět tak rozmanitý a lidé a jejich životy jsou tak různé. Z toho důvodu jsem tu já. Pomáhám designérům získávat vhled do vlastností, zvyků, potřeb, chování, slastí i strastí života budoucích uživatelů vznikajícího produktu.

Jak takový vhled získáváme? Nejdříve vybereme úzkou skupinu lidí, která reprezentuje širší skupinu potenciálních zákazníků. Této skupině říkáme výzkumný vzorek. Poté její členy samozřejmě s jejich vědomím souhlasem, pozorujeme a zpovídáme. To se děje nejčastěji přímo v terénu, často přímo v jejich domovech, kancelářích nebo místech, kde se plánovaný produkt bude používat.



3/ Pomůcky výzkumníka: finanční odměna pro účastníka výzkumu, diktafon pro nahrání rozhovoru, sešit na poznámky, smlouva, a k tomu ještě: empatie, trpělivost, umění naslouchat, pozorovací talent a zvědavost

Někdy také používáme další metody, jako jsou dotazníky a ohniskové skupiny (známé i jako „fokus grupy“). Ty využíváme, když chceme náš výzkumný vzorek rozšířit a ověřit si, zda naše vhledy mají obecnější platnost.

Nejvíce inspirace a nejhlubší porozumění životu budoucích zákazníků si designéři obvykle odnášejí, když nenechají všechnu dřinu na mne, ale setkání s budoucími zákazníky se spolu se mnou bezprostředně účastní. Prostě řečeno, není nad přímý zážitek.

Odborně tento typ výzkumu nazýváme „exploratorní“. To proto, že je prvotním prozkoumáním terénu, ve kterém se při tvorbě nového produktu budeme pohybovat. Tím ale uživatelský výzkum nekončí, v různých formách je nedílnou součástí každé fáze vývoje produktu.