

FLASH NI ZLATO, ČEPRAV SE SVETI

Mitja Mavsar

mitja.mavsar@mojmikro.si

Tehnologija Flash ima gotovo izjemen potencial. Omogoča skoraj brezmejno izražanje v vektorski grafiki in številne strani Flash delujejo res lepo ter omogočajo neprimerno več kreativnosti kot običajni HTML. A vendar Flash še ni zlato. Gre za izredno močno orodje, ki pa ga mnogi uporabljajo brez zrna soli. Pogosto se pozablja, da je končni cilj uporabe spletnega medija učinkovito komuniciranje, ne pa razkazovanje, kaj vse je mogoče s tehnologijo ustvariti.

Podjetje Macromedia je tehnologijo s tem imenom prvič uvedlo ob koncu leta 1996. Po navdušenju med oblikovalci je sledilo veliko popravkov in novih različic, ki so skušale narediti Flash boljši in lažji za uporabo. In uspelo jim je. Najnovejša različica **MX 2004** omogoča mnogo več kot kdaj prej, narejena pa je zelo intuitivno. S pomočjo priloženih navodil se je uporabe programa mogoče naučiti v nekaj dneh! In tu nastane težava: marsikdo, ki je Flash študiral nekaj dni, meni, da ima znanja več kot dovolj. Ne zanimajo ga poglobljena znanja o programiranju, oblikovanju, informacijski arhitekturi, spletni uporabnosti, psihologiji in komuniciranju, pa se kljub temu kar sam loti zahtevnih projektov Flash. In rezultat?! Navdušeni novopečeni spletni dizainerji ustvarijo projekt, zanj dobijo



Tam-Tam.si – optimalna raba Flasha: kombinacija s PHP-jem

Povprečna spletišča, narejena s Flashem, imajo z učinkovitostjo resne težave: so neuporabna, obiskovalci se na njih izgubljajo, mnogi jih sovražijo in jih v povprečju zapuščajo veliko hitreje kot običajne spletne strani.

prijetne denarce, naročnik pa je ponosen na svojo spletno podobo, ki je bolj animirana in slikovitejša od konkurentov. Naročnik, ki se praviloma niti ne zaveda, kaj lahko od interneta pričakuje, je zadovoljen z **videzom** strani, medtem ko ga **učinkovitost ne zanima**. Pa bi ga morala! Povprečna spletišča, narejena s Flashem, imajo z učinkovitostjo **resne težave**: so neuporabna, obiskovalci se na njih izgubljajo, mnogi jih sovražijo in jih v povprečju zapuščajo veliko hitreje kot običajne spletne strani. Po raziskavah naj bi 30 % ljudi prekinilo nalaganje strani takoj, ko jih preseneti napis »Počakajte, stran se nalaga«.

TEŽAVE Z UPORABNOSTJO

Flash, izveden neprofesionalno, ima praviloma težave z uporabnostjo. Že od začetka so mnogi nad tem godrnjali, kmalu pa se je pojavila prva uničujoča kritika. **Jakob Nielsen**, eminenca s področja spletne uporabnosti, je svoj članek iz leta 2000 naslovil: »Flash: 99% Bad«

S člankom je opozoril na **tri ključne slabosti**:

- Flash opogumlja izživiljanje z oblikovanjem,
- Flash negira interakcijo, ki je osnovno spletno načelo, in
- Flash preusmeri pozornost od osrednjega namena spletne strani.

»Flasherji« pogosto zagrešijo usodno napako, ko **animacijo uporabijo le zato, ker jo je mogoče uporabiti**. Tako so bili še pred časom priljubljeni animirani uvodi na spletno stran. Flasher bo utemeljil, da z uvodno animacijo gradi imidž blagovni znamki, v resnici pa je ta izjava, milo rečeno, vprašljiva. Če je animacija izjemno kakovostna in sporočilno bogata, je to sicer lahko res, a kvečjemu pri prvem obisku

strani. Pozneje, če ne že prvič, želi obiskovalec kar najhitreje do iskane informacije. Animacija, uporabljena zaradi animacije same, uporabniku pomeni oviro in ga frustrira. Naslednja pogosta napaka je **neupoštevanje nastavitve spletnega brskalnika**. Gotovo poznate ta občutek: nič hudega sluteč priklivate na spletno stran, kar naenkrat pa se na vašem monitorju vse spremeni. Običajnih gumbov ni več, drsniki izginejo ... Kot bi gledali televizijo! Prav nič ne morete storiti, le čakate lahko, da se vse skupaj naloži, in upate, da boste našli izhod. V najhujših primerih celo pozabite, po kaj ste prišli, in si zaželite le, da bi bilo spletne more čimprej konec. Ker strani Flash pogosto ne upoštevajo konvencij, **prisilijo uporabnika**, da pozabi na vse, kar ve o spletu, in se spletno stran **nauči uporabljati na novo**. Uporabnika zmedejo drugačne barve povezav, velikost pisave, ki se je ne da določiti, in besedilo, ki se ga ne da označiti ali kopirati. Stran se težko tiska, gumb »nazaj« pa sploh ne deluje.

Seznam pogostih težav se še nadaljuje. Strani, narejene le s Flashem, so ponavadi zastarele, saj je njihovo **posodabljanje precej oteženo**. Dodajanje informacij ni tako enostavno kot pri HTML-u ali dinamičnih straneh, kjer besedilo ni del slike. Novih vsebin ni, s tem pa so spletišča Flash manj obiskana. Težav pa nimajo le obiskovalci, temveč tudi **spletni iskalniki**. Ti s svojimi roboti ves čas preiskujejo



C2 – oglas Flash kot zavihek spletne strani

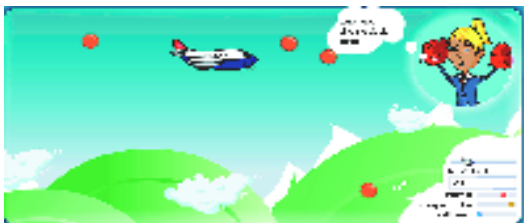
spletne strani. Ključne besede iščejo v domenah, glavah posameznih strani HTML, elektronskih naslovih ter imenih in opisih slik. Največji vpliv na visoko uvrščenost v iskalnikih ima ravno vsebina strani, zato vrhnja mesta ob iskanju praviloma zasedejo strani, ki vsebujejo besedilo s čimveč ključnimi besedami. Besedilo na straneh Flash je za iskalnikove robote neberljivo, saj je skrito v grafičnem elementu, podobno kot če besedilo prikažemo z datoteko jpg ali gif. Poleg tega ima ogromno podjetij in organizacij ter precej javno dostopnih računalnikov onemogočen Flash, ker **nalaganje večjih datotek** povzroča težave. Strani Flash so velike tudi do 1 MB, kar močno obremeni linije, težave pa na svojih napravah začetijo predvsem uporabniki s 56 K modemom ali povezavo ISDN. Kadar človek išče informacijo, je **nekaj minut čakanja odločno preveč!** Čedalje več poslovnih uporabnikov vstopa v internet prek mobilnega telefona in prenosnega računalnika. Tudi njihova povezava je pogosto počasna in le redki so pripravljeni potrpeti, da se naloži stran, večja od 100 KB.

Ob dobri izvedbi lahko s Flashem obiskovalcu ponudimo izjemno izkušnjo, če pa obiskovalec išče le informacije, ga

lahko slikovni pristop vrže s tira. Slika je res lahko vredna več kot tisoč besed, a če si jo redkokdo ogleda, je njena vrednost nična. Namesto »daljina« ima vaš obiskovalec v rokah miško. Klik, klik, klik in že je pri konkurentu, ki se mu stran naloži v petih sekundah.

PRIHODNOST JE V UPOŠTEVANJU UPORABNIKOV

Seveda pa tehnologija sama ni nič kriva. Flash je briljantno orodje, ki omogoča čudovite stvaritve. Zvok, animacija in interaktivnost kar naenkrat nimajo več nikakršnih omejitev! **Težava tiči v ustvarjalcih!** Ustrezno uporabljen Flash lahko učinkovito informira, izobražuje in zabava, pri napačni rabi pa obiskovalca vodi k frustraciji in celo odporu. Tudi s **HTML-om in dinamičnimi vložki** je mogoče ustvariti grozljiva spletišča, ki jih zna uporabljati le avtor sam, a ravno zaradi mišic, ki jih Flash premore, je z njim nastanek spletne grozljivke verjetnejši.



Telekomova igrica Flash – pilotiranje letala

Zaradi toče kritik, ki se je na Flashevo skupnost zgrnila predvsem iz logov za spletno uporabnost, so se pri Macromedii znašli v škripcih: zanikati težavo in popustiti pritisku navdušenih Flashevih ustvarjalcev ali pa začrtati smernice, ki bi Flash prilagodile uporabniku. Zmagala je zdrava pamet in odločili so se za upoštevanje kritikov. Sprejeli so dejstvo, da je **obiskovalec pomembnejši od ustvarjalca**, in zapisali deset osnovnih smernic, ki naj bi se jih držal vsak, ki ustvarja s Flashem.

KAKO SO UKREPALI PRI MACROMEDIJI

Ni ostalo le pri besedah! Uporabnostne težave so pri Macromedii vzeli skrajno resno in jih večino odpravili v različici MX. Pa ne le to. Zaradi posodobitve **ActionScripta** je novi Flash postal **dinamičen**. Vsebinsko je zdaj mogoče spreminjati veliko enostavneje, s pomočjo drugih pridobitev (Flash Communication Server idr.) pa Flash ni več zgolj orodje za animirane spletne strani, pač pa **učinkovito samostojno orodje**. Ker pa vse skupaj ni tako preprosto in učinkovito, kot raba PHP-ja in zbirke, je Flash v spletiščih verjetno najučinkoviteje uporabljen kot dodatek tema tehnologijama in ne kot samostojna enota za izdelavo spletišča.

KDAJ FLASH UPORABITI IN KDAJ NE

Skratka, premislite, ko se odločate za postavitev strani Flash! Mnogim obiskovalcem se zdijo moteče in po raziskavah sodeč jih v povprečju zapuščajo hitreje kot strani HTML. Flash je pametno uporabiti za oglasne pasice in za krmarjenje po spletni strani, saj se ga da do neke mere vpeti tudi v PHP in kombinirati z zbirko podatkov. Odlično se obnese pri galerijah slik in za različne nagradne igre. S svojo slikovitostjo Flash popestri podobo strani, ob pretirani in samovšečni rabi pa obiskovalca zbega. Zato **nikar ne uporabite Flasha** za izdelavo celotnega spletišča ali za prikaz večjih količin besedila. Obiskovalec bo besedilo verjetno težje bral, spletni iskalniki pa ga ne bodo niti povohali.

Ključna smernica je jasna: **Nikar ne peljite obiskovalca v**

Deset smernic pri uporabi Flasha

- 1. Mislite na uporabnikove cilje.** Ker uporabniki pridejo na stran z določenim ciljem, naj bo vsaka povezava namenjena izpolnjevanju teh ciljev. Ko se stran nalaga, naj se najprej pojavijo elementi krmarjenja, da lahko uporabnik takoj »skoči« na določeno podstran. K večji uporabnosti pripomore tudi to, da se v Flashu posnema oblikovne vrvine, ki so uporabniku znane že iz okolja HTML.
- 2. Mislite na cilje spletišča.** Oblika strani naj odraža naročnikove potrebe, učinkovito posreduje osrednje sporočilo in koristi blagovni znamki. Ker je cilje spletne strani mogoče doseči le skozi cilje uporabnikov, je treba stran zastaviti tako, da uporabnike vodi do njihovih ciljev brez uporabe žargonskih ali narečnih izrazov.
- 3. Izognite se nepotrebim uvodom.** Čeprav so uvodne animacije vznemirljive, pogosto ovirajo uporabnika na poti do zelene informacije. Če pa animacijo vseeno uporabite, uporabniku vedno ponudite funkcijo »Preskoči uvod« ali pa kako drugo pot do spletne strani. Pri drugem obisku naj se uvod ne prikaže (uporaba piškotkov).
- 4. Ponudite logično krmarjenje in interaktivnost.**
 - 1) Pazite, da obiskovalec vedno ve, kje je bil in kam lahko gre.
 - 2) Že obiskane povezave naj se razlikujejo od še neobiskanih.
 - 3) Uporabnikom naj bo vsak trenutek na voljo enostaven izhod in možnost povratka na začetno točko.
 - 4) Krmarjenje naj bo jasno strukturirano in prikazano tako, da uporabniku ni treba z miško pokazati gumba, da izve, kam pelje posamezna povezava.
 - 5) Gumbi naj imajo natančno določena aktivna polja.
 - 6) Na strani naj se najprej naloži krmarjenje.
 - 7) Upošteвайте brskalnikovo vdelano funkcijo »Nazaj«. Flashe razdelite na več strani HTML ali pa v animacijo namestite gumb, ki to funkcijo učinkovito posnema.
- 5. Oblikujte konsistentno.** Doslednost uporabniškega vmesnika izboljšuje njegovo učinkovitost. Ponavljanje arhitekturnih in oblikovnih elementov ter uporaba logičnih poimenovanj osvobodi uporabnikovo pozornost, kar mu omogoči, da se ob iskanju svojega cilja lažje osredotoči na vsebino.
- 6. Animirajte s pravo mero.** Izognite se nepotrebim animacijam. Animacija naj rabi ciljem spletišča, pove naj zgodbo in pomaga k boljšemu krmarjenju. Ponavljajoče animacije onemogočajo hkratno branje daljših besedil, saj pogled od statičnega hitro uide k animiranemu delu strani.
- 7. Uporabljajte zvok s pravo mero.** Zvok naj oplemeniti stran, a naj ne bo nepogrešljiv. Na strani vedno omogočite vklop, izklop in nastavitev jakosti zvoka. Upošteвайте, da zvočna datoteka še podaljša čas nalaganja strani.
- 8. Upošteвайте uporabnike s počasno povezavo.** Manjša, kot je stran, boljše je. Uvodna stran s HTML-om, sličicami in besedilom ne bi smela presežati 40 KB. Za manjše datoteke uporabljajte čimveč vektorske grafike, vedno pa vključite tudi animacijo nalaganja. Če se čakanju res ni mogoče izogniti, omogočite prikaz napredka in poskrbite, da se krmarjenje naloži v petih sekundah.
- 9. Pazite na dosegljivost.** Naj bo stran dostopna tudi ljudem z omejitvami. Dobri opisi grafičnih datotek (alt) naredijo stran berljivo za slušne naprave, za slabovidne pa Flash omogoča funkcijo povečevalnega stekla.
- 10. Preizkusite uporabnost strani.** Opazujte, kaj na strani počne uporabnik, ki o njej ne ve ničesar. Raziskave so pokazale, da tudi najmanjše animacije Flash povzročajo, da uporabnik do cilja pride z zamudo. Preizkusite različne hitrosti povezav in ponovno preizkusite po vsaki spremembi na strani. Pazite, da bodo testirani uporabniki ustrezali demografskim značilnostim pravih uporabnikov in da bo med njimi tudi takšni, ki nimajo naprednega spletnega znanja.

(Vir: www.macromedia.com/software/flash/productinfo/usability/tips/)

gledališče, če si tega sam ne želi! Starši, ki peljejo otroka v gledališče gledat visokoletečo intelektualno dramo, pogosto menijo, da je to za otroka dobro. Pokroviteljsko so prepričani, da se bo otrok tako naučil kaj kulturnega. Posadijo ga na sedež in prisilijo h gledanju. In podobno držo zavzamejo tudi mnoge strani Flash. Obiskovalec, navajen luksuza sproščene interaktivnosti, kar naenkrat izgubi možnost odločitve, kam bo šel. Miška izgine, zaslon pa začne nenavadno pobliskavati: zgodba odbrzi v svojo smer, ne da bi lahko nanjo kakorkoli vplival. Če je predstava zanimiva, se še nekako oprostí, če pa je animacija sama sebi namen, se lahko pošteno ujezi. **Si kdo želi jeznega obiskovalca? ■**