

Z lightboxem za pan brat

Elżbieta Kus

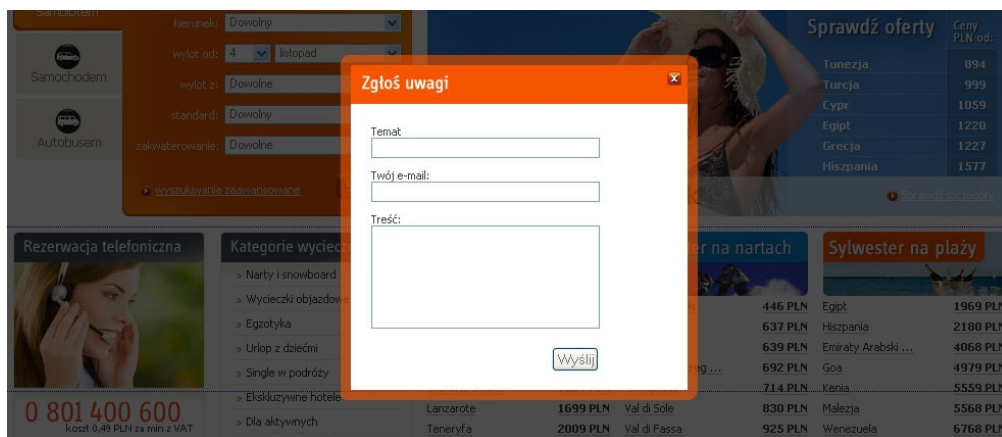
Słowo wstępu

Czym są lightboxy, jakie dają nam możliwości zastosowania, kiedy weźmiemy pod uwagę ich ograniczenia? Postanowiliśmy skoncentrować się zarówno na pozytywnych, jak i negatywnych cechach lightboxów oraz sensem ich wykorzystania. Cały tekst został opatrzony odpowiednimi przykładami.

Lightboxy są coraz bardziej popularne, choć z drugiej strony mają też wielu przeciwników, dlatego warto się im nieco dokładniej przyjrzeć. Podjęliśmy próbę odpowiedzi na pytanie czy warto stosować lightboxy, a jeśli tak to w jakich sytuacjach? Zanim zagłębimy się w ocenę użyteczności i przydatności lightboxów, podajmy definicję.

Co to są lightboxy?

Lightboxy są rodzajem modalnych okien dialogowych (blokują działanie głównego okna aplikacji /serwisu). Pojawiają się na stronie, na warstwie, jako okna pop-up (choć w przeciwieństwie do nich, nie są domyślnie blokowane przez przeglądarki), przykrywając całą stronę, która staje się wówczas nieaktywna. Najczęściej tło staje się wówczas wyszarzone (Rysunek 1).



Rysunek 1 Przykładowy lightbox

Do tej pory powstało wiele rodzajów takich okien, jednak pierwszym był właśnie Lightbox. Z czasem powstawały jego odmiany (klony). Lightbox pierwotnie służył do wyświetlania obrazów, np. zdjęć. Wykorzystywany był do tworzenia galerii. Obecnie następcy Lightboxa umożliwiają prezentację w zasadzie każdego rodzaju treści, od zdjęć, playerów wideo, tabel aż po kontent flashowy i ajaxowy (dynamiczny).

Lightbox uruchamiany jest na stronie dzięki JavaScriptowi, tak więc niezbędne jest posiadanie przeglądarki obsługującej ten język (najpopularniejsze przeglądarki obsługują JavaScript i jest on włączony w nich domyślnie).

Skoro na lightboxie można przedstawić praktycznie każdą treść, czy są powody, dla których nie warto ich używać? Poniżej wymienione zostały negatywne oraz pozytywne aspekty używania lightboxów.

Negatywne cechy lightboxów

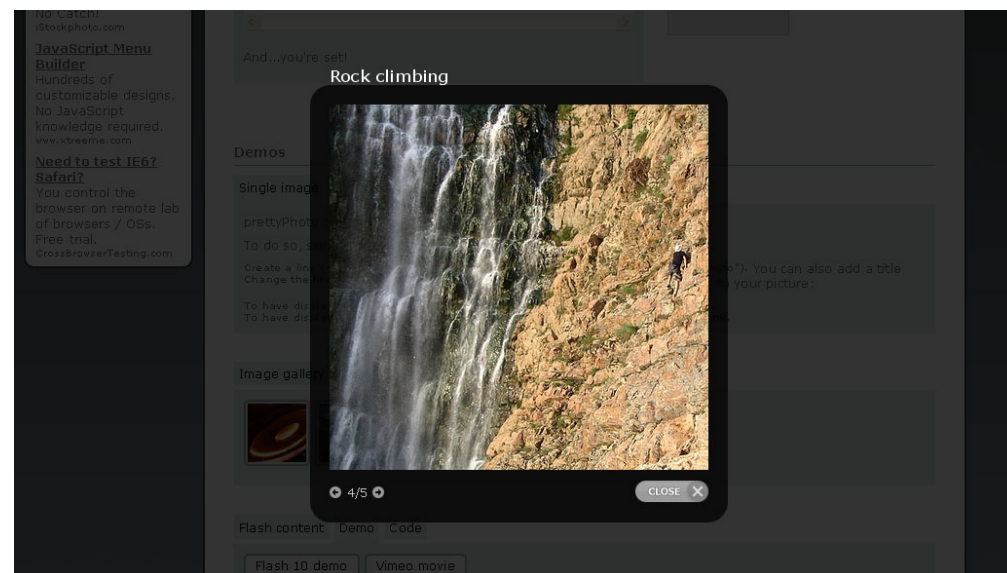
1. Lightbox jest oknem pop-up, które, pojawiając się, może zaburzyć użytkownikowi jego ścieżkę nawigacyjną. Jednak należy być świadomym, że w niektórych sytuacjach jest to konieczne (wszelkie komunikaty), a czasami jest to zabieg celowy a nawet oczekiwany przez użytkowników.
2. Treści lightboxa nie indeksują się w wyszukiwarkach. Indeksowane są natomiast linki, które otwierają lightboxy, więc odpowiednie adresowanie i opisanie linka (atrybut „title”) „powie” wyszukiwarce, co znajduje się na lightboxie. Poza tym istnieją lightboxy, które przetrzymują treść strony (kontent) w języku html, który tylko nie jest wyświetlany na stronie. Cały ten kontent jest normalnie indeksowany przez wyszukiwarki.
3. Nie można dostać się na lightboxa bezpośrednio z wyszukiwarki, więc jeśli treści na lightboxie są ważne, są one niedostępne dla osób szukających ich w wyszukiwarkach. Jednak jeśli jest to niezbędne, można oprogramować lightboxa w taki sposób, by wyświetlał się od razu po wejściu na stronę z wyszukiwarki, która go zaindeksowała – do tego konieczne jest zrobienie alternatywy dla lightboxa w html.
4. Lightboxa nie można otworzyć na osobnej zakładce w przeglądarce (jest to opcja bardzo często wykorzystywana przez doświadczonych użytkowników Internetu). Próbując otworzyć link wyświetlający lightboxa w nowej zakładce, użytkownikowi zostanie otworzona albo pusta strona, albo strona wyjściowa (ta, na której znajduje się link do lightboxa). Jednak nie jest tak, że w ogóle nie da się otworzyć lightboxa w nowej zakładce. Można oprogramować go w taki sposób, by dało się otwierać lightboxa w nowej zakładce. W tym celu także konieczne jest zrobienie alternatywnej wersji.

Pozytywne cechy lightboxów

1. Dzięki lightboxom można wyświetlać użytkownikowi dodatkowe informacje, bez zabierania go z docelowej strony. Jest to niezwykle istotne np. w serwisach sprzedażowych, gdy nie chcemy zabierać użytkownika ze strony produktu. Bardzo przydatne jest też w prezentowaniu pomocy (zwłaszcza kontekstowej) oraz wszelkich komunikatów, ponieważ niemożliwe jest przeoczenie przez użytkownika informacji wyświetlonej na jednym jasnym obszarze ekranu.
2. Lightboxy dają możliwość prezentowania w zasadzie dowolnego rodzaju treści: zdjęcia, playery wideo, wykresy, nawet dynamiczne treści ajaxowe, przez co ich zastosowanie staje się praktycznie nieograniczone.
3. Mogą być scrollowane, jak każda inna strona serwisu, więc nie istnieje obawa, że treści jest zbyt dużo, by przedstawić je na lightboxie.
4. Umożliwiają prezentowanie dużych tabel, rysunków, wykresów, które nie zmieściłyby się w zbyt wąskim miejscu na kontent strony.
5. Dzięki lightboxom ogranicza się konieczność tworzenia osobnych podstron dla prezentowania dodatkowych treści, uzupełniających opis na stronie, np. tabel, wykresów, bardzo szczegółowych opisów.
6. Są łatwe i intuicyjne w obsłudze, ponieważ użytkownicy korzystający z systemów operacyjnych z graficznym interfejsem, jak Windows czy Linux, przyzwyczajeni wiedzą doskonale, jak korzystać z okien dialogowych.

Zastosowanie

Nie ulega wątpliwości, że lightbox jest idealny do pokazywania powiększonych zdjęć, czy całych galerii, po których łatwo się nawiguje pomiędzy poszczególnymi zdjęciami (Rysunek 2).



Rysunek 2 Przykładowy podgląd zdjęć w galerii z wykorzystaniem lightboxa

Lightboxa warto stosować zawsze wtedy, kiedy nie chcemy, by użytkownik przeoczył pewne informacje, np. komunikaty błędów, lub chcemy, aby zobaczył konkretną informację, np. informację o zmianie regulaminu, powstaniu nowej funkcjonalności itp... Na przykład, jeśli chcemy zaprezentować użytkownikom taką nową funkcjonalność, można po wyświetleniu strony pokazać właśnie lightboxa z odpowiednią informacją. Dodatkowo można taki komunikat skonfigurować podobnie jak konfiguruje się reklamy, ustawiając tzw. capping (limit wyświetleń danego elementu jednemu odbiorcy). Wtedy użytkownikowi taka informacja pokazuje się np. tylko jeden raz. Przy kolejnym wejściu na stronę lightbox już nie zostanie wyświetlony.

Stosowanie lightboxa jest bardzo przydatne w sytuacji, gdy nie chcemy, aby użytkownik opuścił konkretną stronę, np. stronę produktową, a chcemy przekazać jakieś dodatkowe informacje, np. tabele opłat i prowizji na stronie produktu bankowego, inne informacje, na które nie ma miejsca w kontencie strony. Tak samo dobrze lightbox nadaje się do prezentowania pomocy, gdy użytkownik chce skorzystać z dodatkowych informacji i jednocześnie nie chce opuszczać strony, która stała się problematyczna i uniemożliwia osiągnięcie celu.

Lightboxy można stosować także do prezentowania formularzy kontaktu, gdy link do kontaktu jest na wielu podstronach serwisu. W ten sposób dajemy użytkownikom możliwość skontaktowania się w interesującej ich sprawie bez konieczności opuszczania strony, którą przeglądają. Podobnie można wykorzystać to narzędzie do pokazywania innych małych formularzy możliwych do wywołania z wielu podstron, np. „poleć znajomemu”, opcje typu „share”, opinie o stronie.

Lightboxy służą też do prezentowania informacji drugorzędnych, tzn. uzupełniających, dodatkowych, które nie są kluczowe dla użytkowników i nie muszą być na osobnej podstronie. Dzięki temu zabiegowi struktura serwisu upraszcza się, a użytkownicy mogą swobodnie dotrzeć do informacji, które, jeśli okażą się dla nich mało wartościowe, po prostu mogą być zamknięte, a użytkownicy powracają na interesującą ich stronę bez ponownego wczytania treści do przeglądarki.

Niezależnie od celu, w jakim stosowany jest lightbox i co na nim jest pokazywane, należy pamiętać, że lightbox przede wszystkim musi być poprawnie oprogramowany. Ważne jest, by tło lightboxa nie było zbyt ciemne i umożliwiałoby szybkie dostrzeżenie strony pod nim. Jest to istotne z punktu widzenia użytkownika, który widząc, co jest pod spodem, wie nadal gdzie się znajduje i wie, że zamykając okno, zostanie na stronie wyjściowej.

Należy zwrócić uwagę na to, by lightboxy były dostępne dla osób korzystających wyłącznie z klawiatury. W związku z tym należy zapewnić jak najbardziej intuicyjną nawigację, np. klawisz „esc” powoduje zamknięcie warstwy, a strzałki pozwalają na nawigowanie między kolejnymi zdjęciami. Istotne jest też, by widać było, na jakim elemencie znajduje się fokus (oznaczenia aktualnie wybranego elementu). Należy zwrócić także szczególną uwagę na to, aby lightbox nie zaburzał działania przycisku „wstecz” w przeglądarce.

Jeśli treści przedstawione na lightboxie są istotne, to warto zwrócić uwagę także na to, by były dostępne w alternatywny sposób, gdy np. wyłączony jest JavaScript. Tworzy się wtedy wersję html-ową treści lightboxa (zwykła strona), co jednocześnie umożliwia otwieranie jej w osobnej zakładce przeglądarki i umożliwia wchodzenie na nią bezpośrednio z wyszukiwarki, a także jej indeksowanie.

Podsumowanie

Na pewno nie należy obawiać się stosowania lightboxów, ponieważ – jeśli tylko rozsądnie użyte – jest to narzędzie bardzo funkcjonalne i wygodne. Oczywiście należy pamiętać o poprawnym oprogramowaniu lightboxa. W tym celu należy najpierw odpowiedzieć na pytanie: „na czym nam zależy?”.

Oczywiście bierzemy także pod uwagę, jakie treści zostaną na lightboxie przedstawione. Warto korzystać z technologii, które są dostępne do szybkiego wykorzystania. Nie ma „złej” technologii. Może być jedynie niewłaściwe jej zastosowanie, nieadekwatne do potrzeb. Podobnie jest z lightboxem – warto z niego korzystać, gdy tylko odpowiada to celom zarówno użytkowników, jak i właściciela serwisu. Należy jednak pamiętać, że lightbox to tylko narzędzie, które nie zastąpi dowolnej podstrony serwisu.

Przydatne linki

jQuery lightbox clone <http://www.no-margin-for-errors.com/projects/prettyPhoto-jquery-lightbox-clone/>
Floatbox <http://randomous.com/floatbox/demo>
Greybox <http://orangoo.com/labs/GreyBox/>
Colorbox <http://colorpowered.com/colorbox/>
Fancy Zoom <http://orderedlist.com/demos/fancy-zoom-jquery/>
Lista najpopularniejszych lightboxów <http://planetozh.com/projects/lightbox-clones/>

Informacje o dziale usability

Dział Usability w Adv.pl tworzą osoby: Elżbieta Kus oraz Krzysztof Piwowar.

Elżbieta Kus (Usability Specialist)



Absolwentka Uniwersytetu Wrocławskiego we Wrocławiu na wydziale: Nauk Społecznych na kierunku Socjologia. 1,5 roczne doświadczenie praktyczne w budowaniu i wspieraniu powstawania skutecznych rozwiązań z dziedziny e-marketingu zgodnie z metodologią UCD (User-Centered Design). Ponad dwuletnie doświadczenie w branży e-marketingowej.

Krzysztof Piwowar (Usability Manager)



Absolwent Politechniki Wrocławskiej we Wrocławiu na wydziałach: Podstawowych Problemów Techniki oraz Informatyki i Zarządzania. Dwuletnie doświadczenie praktyczne w budowaniu i wspieraniu powstawania skutecznych rozwiązań z dziedziny e-marketingu zgodnie z metodologią UCD (User-Centered Design). Prawie czteroletnie doświadczenie w branży e-marketingowej.

Autor bloga o użyteczności: usability-onair.com. Współautor książki "E-marketing w akcji" oraz współtwórca bloga innowacji marketingowych [Netsetter](#). Członek międzynarodowego stowarzyszenia [Usability Professionals' Association](#), członek [Interaction Design Association](#), założyciel i organizator [UX Book Club](#) we Wrocławiu.

Nasi klienci



AVON



Bank DnB NORD



TIMEX

Pracowaliśmy także dla wielu znakomitych marek. Były wśród nich: Black Red White S.A., CeDo Sp. z o.o. (Paclan), GG Network S.A., Microsoft Sp. z o.o., TUI Poland Sp. z o.o.

W ramach naszych kompetencji oferujemy m.in. takie usługi jak:

- Badanie potrzeb i analiza wymagań
- Weryfikacja koncepcji w oparciu o target (m.in. IDI, FGI)
- Analiza ekspercka (m.in. użyteczność, dostępność, mobile)
- Budowanie serwisu w oparciu o wiedzę użytkownika (user-centered design)
- Badanie realizacji celów oraz skuteczności (m.in. clicktracking)
- Optymalizacja pod kątem sprzedaży i konwersji (m.in. eyetracking)
- Optymalizacja elementów społecznościowych
- Konsultacje / doradztwo
- Szkolenia

Potrzebujesz się skonsultować lub chcesz z nami współpracować?
Skontaktuj się:

Krzysztof Piwowar

Usability Manager
e-mail: k.piwowar@adv.pl
tel.: +48 606 351 745