

Kačurák, Milan

Web goes mobile

TIM ezin. 2011, vol. 1, iss. 1, pp. -

ISSN 1805-2606

Stable URL (handle): <https://hdl.handle.net/11222.digilib/129916>

Access Date: 17. 02. 2024

Version: 20220831

Terms of use: Digital Library of the Faculty of Arts, Masaryk University provides access to digitized documents strictly for personal use, unless otherwise specified.

Web goes mobile

Vývoj trendů webových technologií v současné době má tendenci měnit chápání podstaty Internetu. Lidé dosud konzumovali web v podobě desktopových prezentací. Nyní dochází k expanzi webu ze stolních počítačů na mobilní zařízení. Jaké vize a technologie vedou společnost ke změně média, jehož prostřednictvím s webem pracují? Jakých nových cílů mohou vývojáři webových aplikací dosahovat při tvorbě nových interaktivních programů pro mobilní zařízení? Pomocí analýzy statistik zkoumající počet mobilních a desktopových zařízení přistupujících na Internet čtenářům zdůvodním, proč vývojáři přizpůsobují vývoj webu novém trendu.

Statistika mluví jasně

Luke Wroblewski ve své knize *Mobile First*, kterou vydal v říjnu roku 2011, podrobně sleduje vývoj mobilních zařízení. Svá sledování prezentuje v kontextu počtu připojených zařízení k Internetu a tato zjištění porovnává s využívaností stolních počítačů. Jeho zkoumání vykazují zjevný trend nárůstu přechodu uživatelů k mobilním zařízením na úkor PC. Zmíněný přechod chápeme tom smyslu, kdy uživatel používá jak mobilní zařízení, tak i PC nebo dokonce vytěsni PC ze svého života a používá pouze mobilní zařízení. Zatímco v roce 2000 byl k internetu připojen asi 1 bilion počítačů, dnes, sečteme-li počet desktopů a mobilních zařízení, toto číslo narostlo více než desetinásobně. Zajímavým poznatkem je, že od roku 2008 kleslo používání stolních počítačů přibližně o 20 %. Zřejmé je, že v tom mají prsty smartphony a tablety.

Narůstající trend potvrzují i statistiky, které vykazují webové služby jako gmail nebo facebook. Svoji korespondenci na gmailu si na mobilních zařízeních vyřizuje o 35 % lidí více než v roce 2008. Opačnou situaci zažívají desktopy, které zaznamenaly 7% pokles ve stejném období. Facebook se zase chlubí svými mobilními uživateli, jichž je na 350 miliónů a jsou dvakrát aktivnější než jejich protějšci sedící u PC.

Na základě těchto jasně vypovídajících čísel Wroblewski začal razit teorii, podle které se jmenuje jeho výše zmíněná kniha - *Mobile First*. Jde o paradigma, jež pojednává o přístupu web designerů, jakožto vývojářů, k tvorbě webových prezentací a aplikací. Doposud vývojáři webů navrhovali svá řešení pro primární zobrazování a používání na stolních počítačích. Nicméně s rapidním růstem využívanosti moderních mobilních technologií přišel čas k přehodnocení priorit nejen vývojářů, ale celých korporací, jež se prezentují v internetové síti. V praxi to znamená větší investice od tvorby a výzkumu mobilních aplikací. Znovu na úkor stolních počítačů. O tom je Wroblewského *Mobile first*.

Atraktivní i bez výpočetního výkonu

Co všechny zmíněné statistiky a teorie znamenají v praxi pro tvůrce aplikací a následně pro jejich uživatele? Přejít přináší zejména technologická pozlátka, jež lze využívat v terénu, a která při sezení za desktopem nelze smysluplně využít. A protože své zařízení nosíte v kapse, jeho velikost a samozřejmě i velikost jeho displeje je taková, aby se vám vešel do kapsy. A do tak malého prostoru nejsou logicky vzato výrobci schopni ukrýt tolik výkonu, jakým disponují jejich desktopoví bratříčci.

Velikost displeje je klíčovým faktorem pro webové designéry. Na malém prostoru musí svým uživatelům srozumitelně zprostředkovat obsah. Na rozdíl od webů určených pro desktopy, kde uživatelé tíhnou po estetickém vzhledu, jsou layouty mobilních webů vytvořeny za účelem poskytnout rychlé, co nejpřímochařejší cesty využití funkcionality webu či získávání informací.

To, že mobilní zařízení nedisponují tak velkým výpočetním výkonem jako stolní počítače, může vypadat na první pohled jako omezení. Avšak potřebují aplikace běžící na mobilních zařízeních ke svému běhu rychlé procesory a „gigabajty“ operační paměti? Zpravidla ne. Každá nativní mobilní aplikace je navržena tak, aby běžela na určených zařízeních svižně a perfektně zvládala předem vytyčenou úzkoprofilovou funkcionalitu, kterou má za úkol svému uživateli přinést. Proto je většina aplikací vyvinutá pro elementární funkce jako je správa emailové schránky či twitterového účtu. Komplexní aplikace jako textové procesory či grafická studia bychom pro mobilní zařízení hledali marně. A abychom byli objektivní, je třeba říci, že některá mobilní zařízení nezvládají dokonale ani funkci takových aplikací, jako je mail: někteří uživatelé serveru www.mynokia.cz zmiňují to, že mobilní zařízení při načítání pošty nesmyslně hlásí zaplněnou paměť, a že je to problém, který jim pomohl vyřešit až operátor, a to kompletní reinstalací systému. Často zmiňují i problém se stahováním aplikací, které sice stáhnou, ale nepodaří se Vám je nainstalovat.

Dalším důvodem, proč existují aplikace určené pouze pro elementární funkcionalitu je použitelnost. Studium použitelnosti aplikací se zabývá tím, jak je jejich ovládání pro uživatele přívětivé a přínosné v daném kontextu. Tím se zpět vracíme k displejům mobilních zařízení, jejichž velikost nedovoluje poskytovat uživatelům složitá uživatelská rozhraní, která by se zároveň pohodlně ovládala.

V zájmu uživatele

Luke Wroblewski svoji teorii *Mobile First* dále rozvíjí a tvrdí: **Mobile First = Content First = User First**. Tato implikace jednoznačně říká, jakým způsobem by návrháři mobilních aplikací i webů přistupovat k vývoji. Jestliže chceme uživateli poskytnout použitelný produkt pro mobilní zařízení, musíme pečlivě vybírat informace, které mu budeme zobrazovat a funkcionalitu, kterou pro jeho potřeby budeme implementovat. Tedy, pokud vytváříme např. emailového klienta a chtěli bychom mu zároveň poskytnout kalendář pro organizaci jeho času, měli bychom

popřemýšlet o prioritách daných funkcionalit. V kontextu výše zmíněné implikace by bylo vhodné funkcionalitu emailového klienta a kalendáře rozdělit do dvou samostatných aplikací.

Výrobci do mobilních zařízení integrují specifický hardware, jako jsou kamery nebo GPS moduly. Spojíme-li tyto technologie s kreativitou tvůrců aplikací a možností využívat jednoduše zařízení v terénu, dostaneme aplikace, jež rozšiřují mobilní telefon jakožto extenzi člověka. Pro konkrétnost zmíním využití spojení geolokačního modulu s kamerou, kdy vám aplikace při snímání okolí kamerou na displeji zařízení ukazuje správnou cestu k cíli.

Závěr

Mobilní zařízení přinášejí uživatelům rychlý a jednoduchý přístup informacím a činnostem, jež dělali každodenně u svých stolních počítačů. Toto je klíčový poznatek a důvod, proč lidé přecházejí z desktopů na mobily. Nicméně, pokud porovnáme stolní počítače a mobilní zařízení v kontextu využití jako dvě samostatné množiny a provedeme jejich průnik, zjistíme, že mobilní zařízení i stolní počítače mají společné právě to, že je můžeme využívat pro správu sociálních sítí, emailu nebo surfování Internetem. Odlišnosti v kontextu využití dělají z desktopů profesionální nástroje, jež disponují značným výpočetním výkonem a velkým displejem. Můžeme na nich provozovat textové procesory či grafická studia, aniž by použitelnost aplikací byla narušena. Naopak jedinečnost mobilních zařízení spočívá v tom, že je uživatelé mohou používat v terénu.

Zdroje

GARDNER, James. Smashing Magazine [online]. 29.3.2011 [cit. 2011-12-08]. Designing For The Future Web. Dostupné z WWW: <<http://www.smashingmagazine.com/2011/03/29/designing-for-the-future-web/>>.

KNIGHT, Kayla, et al. Modern Webdesign & Development [online]. Freiburg, Germany : Smashing Media GmbH, 2011 [cit. 2011-12-08]. Dostupné z WWW: <<https://shop.smashingmagazine.com/web-design-development.html>>. ISBN 978-3-943075-08-3.

Skyje.com [online]. 2011 [cit. 2011-12-08]. Designing Websites for mobile phones and iPads. Dostupné z WWW: <<http://skyje.com/2011/04/mobile-design/>>.

WARD, Matt, et al. The Smashing Book #2. Freiburg, Germany : Smashing Media GmbH, 2011. 355 s.

WROBLEWSKI, Luke. Mobile First. [s.l.] : A Book Apart, 2011. 123 s. ISBN 978-1-937557-02-7.

