



**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΜΜΕ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**«Επανασχεδιασμός ενός ειδησεογραφικού ιστοτόπου»  
(Redesign a new web)**

**Φοιτητής: Μαρίνος Ιγνάτιος**

**Επιβλέπων Καθηγητής: Κούτρας Αθανάσιος**

**Πύργος, 2018**

## ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ

Πιστοποιείται ότι η πτυχιακή εργασία με θέμα:  
«Επανασχεδιασμός ενός ειδησεογραφικού ιστοτόπου  
(Redesign a new web)»

του φοιτητή του Τμήματος ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΜΜΕ

**Ιγνάτιου Μαρίνου**

παρουσιάστηκε δημόσια και εξετάστηκε στο

Τμήμα ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΜΜΕ

στις

\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

Ο ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ

Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ

Κούτρας Αθανάσιος

## ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΗΛΩΣΗ ΠΕΡΙ ΜΗ ΛΟΓΟΚΛΟΠΗΣ

Βεβαιώνω ότι είμαι συγγραφέας αυτής της εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία. Επίσης, έχω αναφέρει τις όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες. Ακόμα δηλώνω ότι αυτή η γραπτή εργασία προετοιμάστηκε από εμένα προσωπικά και αποκλειστικά και ειδικά για την συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία και ότι θα αναλάβω πλήρως τις συνέπειες εάν η εργασία αυτή αποδειχθεί ότι δεν μου ανήκει.

**ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΗ**

**ΑΜ**

**ΥΠΟΓΡΑΦΗ**

Ιγνάτιος Μαρίνος



## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ**

Με την παρούσα πτυχιακή μου εργασία ολοκληρώθηκε ο κύκλος σπουδών μου στο Τμήμα Πληροφορικής και ΜΜΕ της Σχολής Διοίκησης και Οικονομίας του ΤΕΙ Πάτρας.

Με αφορμή αυτό το γεγονός θα ήθελα να εκφράσω τις ευχαριστίες μου στον καθηγητή μου Κούτρα Αθανάσιο, που με την βοήθειά του και την υποστήριξή του, κατάφερα να εκπονήσω την παρούσα πτυχιακή μου. Επίσης, θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά την οικογένειά μου που στάθηκε αρωγός στην προσπάθειά μου αυτή.

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Βρισκόμαστε στον 21<sup>ο</sup> αιώνα όπου το Διαδίκτυο αποτελεί κομμάτι της καθημερινότητας και το βασικό εργαλείο της εργασίας μας. Ο Παγκόσμιος Ιστός ενώνει μέσα από την χρήση του την ζωή μας, μετατρέποντάς μας σαν μια παγκόσμια φυλή με διαφορετικά γνωρίσματα και ακούσματα αλλά με πολλά κοινά ερεθίσματα. Η αναζήτηση πληροφοριών, η διεκπεραίωση των πάσης φύσεως εργασιών, η εκπαίδευση, η ψυχαγωγία, όλα γίνονται μέσω του World Wide Web. Η αυξανόμενη αυτή αναζήτηση έχει ως αποτέλεσμα την δημιουργία πολλών διαθέσιμων ιστοτόπων , με αυξανόμενη τάση.

Η Αλληλεπίδραση μεταξύ ανθρώπου και υπολογιστή έγινε αντικείμενο μελέτης, που αφορά τον καλύτερο σχεδιασμό ιστοτόπων και δίνοντας έμφαση στην κατάλληλη δόμηση, διασύνδεση και παρουσίαση των περιεχομένων τους. Έγιναν μελέτες πάνω στην ευχρηστία ενός ιστοτόπου από τον χρήστη με ή χωρίς εμπειρική γνώση ώστε να καλυφθούν οι ανάγκες των σημερινών χρηστών με πιο απλά αλλά πιο χρηστικά εργαλεία πληροφόρησης μέσα από το Διαδίκτυο.

Η διαδικασία σχεδίασης και ανάπτυξης ιστοτόπων είναι ένας πολύμορφος τομέας αφού έχει να ισορροπήσει μεταξύ της πληροφορικής, της πληροφορίας και της ανθρώπινης ανάγκης για πληροφόρηση. Με άλλα λόγια η γνώση και η ευελιξία αποτελούν σημαντικά εργαλεία για την δημιουργία ενός ιστοτόπου.

Η πληροφόρηση όμως των χρηστών πρέπει να γίνεται με χρηστικά εργαλεία άμεσα και διαθέσιμα, και να καλύπτεται η ανάγκη για ενημέρωση, μάθηση και προβολή. Η άμεση πληροφόρηση και η ενημέρωση του ιστοτόπου τον καθιστούν έγκυρο και επισκέψιμο με αποτέλεσμα την επίτευξη του σκοπού από τον κατασκευαστή του. Παρόλα αυτά ελοχεύει ο κίνδυνος σοβαρών λαθών, λόγω των πολλών εργαλείων που διαθέτει σήμερα ο web designer μέσω του διαδικτύου, όπως η χρήση πολλών και άσκοπων πληροφοριών που κουράζουν και αποτρέπουν την χρήση του ιστοτόπου από τον ενδιαφερομένο χρήστη με οικονομικές επιπτώσεις για τον κατασκευαστή του.

Ο επανασχεδιασμός λαμβάνει υπόψη του τα λάθη που έγιναν κατά την κατασκευή και δίνει έμφαση στην ποιότητα και την ποσότητα της πληροφορίας ώστε ο χρήστης να λάβει άμεσα την μήνυμα που επιθυμεί.

Σε ένα ειδησεογραφικό ιστότοπο, η επίσκεψη του χρήστη αφορά την ενημέρωση και την ψυχαγωγία του, άρα ο κατασκευαστής θα πρέπει να εστιάσει στον τρόπο εκείνο που θα καλύψει μέσα από τις τεχνολογικές του μεθόδους την ανάγκη του αυτή, χωρίς να τον κουράσει ή να τον αποτρέψει ή να τον απογοητεύσει μέσα από ένα μεγάλο αριθμό εικόνων και ήχων, που στην ουσία θα του είναι άχρηστο για τον λόγο που το επισκέφθηκε, χάνοντας χρόνο αλλά και χρήμα (όσον αφορά προβολή διαφήμισης επιχείρησης). Ο επανασχεδιασμός ενός ειδησεογραφικού ιστότπου αποτελεί μια διαδικασία εκ νέου διαμόρφωσή του λαμβάνοντας υπόψη τα αρχικά σχεδιαστικά του λάθη και θέτοντας ως βάση την σωστή και έγκυρη χρήση και πληροφόρηση από τον χρήστη του.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η πληροφορία βρίσκεται πλέον στην καθημερινή ζωή του σύγχρονου ανθρώπου. Η υπερπαραγωγή της πληροφορίας και η ανάγκη διακίνησης και αξιοποίησής της, μέσω του διαδικτύου αποτελούν τις προκλήσεις της σύγχρονης εποχής και φυσικά επηρεάζουν όλους τους τομείς της ζωής του σύγχρονου ανθρώπου (εργασία, εκπαίδευση, ψυχαγωγία). Ο τρόπος που κάθε άνθρωπος διαχειρίζεται τις πληροφορίες που έχει στις διάθεσής του μέσω του διαδικτύου, διαφοροποιείται ανάλογα με την ανάγκη που θέλει να καλύψει (ενημέρωση, πληροφόρηση, μάθηση) και από το είδος του ιστότοπου έχει στην διάθεσή του προς επίτευξη του σκοπού του.

Η δημιουργία ενός ιστοτόπου αφορά την ενημέρωση και την μετάδοση της πληροφορίας προς το μεγαλύτερο κατά στόχο κοινό χρηστών ώστε μέσα από τεχνικές και τεχνολογικές μεθόδους να καταφέρει να δημιουργήσει έναν επισκέψιμο χώρο που οι χρήστες θα μπορούν άμεσα να ανακτήσουν την πληροφορία που θέλουν και να παράλληλα να απολαύσουν την χρήση του συγκεκριμένου χώρου.

Ο σχεδιασμός και ο επανασχεδιασμός ενός ιστοτόπου που παράγει πληροφορία και ενημέρωση χρήζει ιδιαίτερης προσοχής γιατί ο κίνδυνος υπερβολής και άσκοπων ερεθισμάτων είναι η βασική αιτία αποτυχίας ενός ιστοτόπου. Η διαρκής ενημέρωση, πληροφόρηση και η σωστή χρήση των «εργαλείων» του διαδικτύου καθιστούν έναν ιστότοπο πληροφορίας έγκυρο και χρηστικό.

## SUMMARY

The information is now in the everyday life of modern man. The overproduction of information and the need to distribute and exploit it through the internet are the challenges of the modern era and, of course, affect all aspects of modern man's life (work, education, entertainment). The way each person manages the information available to him / her on the Internet is differentiated according to the need he / she wants (information, information, learning) and the kind of site he / she has at his / her disposal to achieve his / her purpose.

Creating a site is about updating and spreading information to the largest target audience so that through technical and technological methods it can create a site that users can instantly retrieve the information they want and at the same time enjoy the use of that space.

Designing and redesigning a website that generates information and information requires particular attention because the risk of exaggeration and unnecessary stimuli is the main cause of a site failure. Permanent information, information, and the proper use of the Internet's "tools" make an information website valid and useful.



## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

	Σελ.
Πρόλογος	5
Περίληψη	7
Εισαγωγή	12
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ</b>	
<b>ΕΥΧΡΗΣΤΙΑ ΚΑΙ ΜΗΧΑΝΙΚΗ ΕΥΧΡΗΣΤΙΑΣ</b>	
<b>(Usability and Usability Engineer)</b>	
1. Γενικά	14
2. Ευχρηστία (Usability) και Χρηστικότητα (Utility)	15
3. Τα χαρακτηριστικά της Ευχρηστίας σε συνδυασμό με την Χρηστικότητα	16
4. Ο ρόλος της Ευχρηστίας στις επιλογές των χρηστών	18
5. Χρηστικότητα (Utility) στη Μηχανική Ευχρηστία (Usability Engineer)	19
6. Μηχανική ευχρηστίας και οι μεθοδολογίες της	20
7. Η εξελικτική πορεία του περιβάλλοντος διεπαφής	21
8. Η εφαρμογή της Ευχρηστίας στην δημιουργία ενός διαδικτυακού τόπου	22
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ</b>	
<b>ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΙΣΤΟΣ – ΙΣΤΟΤΟΠΟΣ – ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ</b>	
1. Παγκόσμιος Ιστός (World Wide Web – www)	24
1.1. Τα Βασικά μέρη του Παγκόσμιου Ιστού	24
1.1.1. Διακομιστές του Web (Web Servers)	24
1.1.2. Οι χρήστες του Web	25
1.1.3. HTTP (Hypertext Transfer Protocol)	25
1.1.4. HTML (Hyper Text Markup Language)	25
2. Ιστοτόπος	26
3. Ιστοσελίδα	26
3.1. Κατηγορίες Ιστοσελίδων	26
3.1.1. Δυναμική Ιστοσελίδα	27
3.1.2. Στατική Ιστοσελίδα	28
3.2. Βασικές Διαφορές Δυναμικών – Στατικών Ιστοσελίδων	29
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ</b>	
<b>ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑΣ (WEB DESIGN)</b>	
1. Ορισμός	30
2. Η πρώτη επαφή χρήστη – ιστοσελίδας	30
3. Ευχρηστία συστήματος από τον χρήστη	31
4. Βασικά στοιχεία σχεδιασμού ιστοσελίδας	32
4.1. Η πληροφοριακή χρησιμότητα	32
4.2. Χρήση πολυμεσικού υλικού (multimedia)	33
4.3. Ταχύτητα πλοήγησης	34
4.4. Πλοήγηση	34
4.5. Ανάλυση οθόνης	35
4.6. Εύρεση πληροφορίας	36
5. Μέθοδοι σχεδιασμού ιστοσελίδας	36
6. Γλώσσες Προγραμματισμού ιστοσελίδας	37
6.1. HTML	37
6.2. Εκδόσεις HTML	39
6.2.1 HTML 2.0	39
6.2.2. HTML 3.0	39
6.2.3. HTML 3.2	40
6.2.4. HTML 4.0	40

6.2.5. HTML 5.0	40
6. 3. XML	42
6..4. ΧΗTML	43
6.4.1. Εκδόσεις της ΧΗTML	44
6.4.2. Σύγκριση ΧΗTML και HTML 4	44
6.5. CSS	45
6.6. PHP	45
6.7. ASP	46
6.8. JAVA	47
6.9. JAVASCRIPT	48
6.10. AJAX (ASYNCHRONOUS JAVASCRIPT AND XML)	49
7. Προγράμματα σχεδιασμού Ιστοσελίδων	49
7.1. Photoshop	49
7.2. Η Εργαλειοθήκη (Tool Box)	50
7.3. Dreamweaver	51
7.4. Adobe Flash	51
7.5. Silver Light	52
8. Φυλλομετρητής Ιστοσελίδων (Web Browser)	52
9. Φιλοξενία Ιστοσελίδων (Web Hosting)	53
10. Σύστημα Ονομάτων Τομέων (Domain name system)	54
11. Δημιουργία Ιστοσελίδας	54
12. Responsive Σχεδίαση (RWD)	56
12.1. Ορισμός	56
12.2. Τα πλεονεκτήματα της Responsive Σχεδίαση (RWD)	57
12.3. Η σχεδίαση responsive ιστοσελίδων	58
12.4. Ευέλικτο Πλέγμα ( Fluid layout)	58
12.5. Ευέλικτα πολυμέσα	59
12.6. Τα CSS Media	59
13. WordPress	60
13.1. Πλεονεκτήματα του Wordpress	61
14. Πρόσθετα (plugins)	66
15. Θέματα (Themes)	67
16. Ρόλοι χρηστών	67
17. Uniform Resource Locator (URL)	68
17.1. Δομή ενός βελτιστοποιημένου URL	68

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ**

### **ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΕΙΔΗΣΕΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΙΣΤΟΤΟΠΟΥ**

1. Δημοσιογραφία και Blog	69
2. Βασικές ενέργειες κατασκευής ενός ειδησεογραφικού site	71
3. Η διαδικασία SEO (Search Engine Optimization)	72
4. Η ολοκλήρωση	73

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ**

### **ΕΠΑΝΑΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΙΔΗΣΕΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΙΣΤΟΤΟΠΟΥ (REDESIGN A NEWS WEBSITE)**

1. Τα πιο συχνά λάθη κατά την σχεδίαση μιας ιστοσελίδας	74
1.1. Καταλληλότητα	74
1.2. Χρήση γραφικών, animation και ήχου	74
1.3. Σωστό εύρος περιεχομένου	75
1.4. Επίκαιρη πληροφόρηση	75
1.5. Ευκολία στην χρήση	76
1.6. Δόμηση της ιστοσελίδας	76
1.7. Χρόνος προσβασιμότητας	77
1.8. Επαναληπτικός σχεδιασμός	77

<b>ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ</b>	<b>80</b>
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ</b>	<b>81</b>
<b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ</b>	<b>85</b>
<b>ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΗΣ ΕΠΑΝΑΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ</b> <b>ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΕΙΔΗΣΕΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑΣ</b>	
<b>PATRISNEWS.COM</b>	

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το Διαδίκτυο είναι ένα πλέγμα από εκατομμύριο συνδεδεμένους υπολογιστές από οποιοδήποτε μέρος του πλανήτη. Στον παγκόσμιο αυτό «εγκέφαλο» μπορεί ο κάθε άνθρωπος να εκφράσει μέσω της χρήσης του την άποψή του ελεύθερα, να πληροφορηθεί για θέματα που τον αφορούν, να επιμορφωθεί σε επί τομέων και επαγγελματών και γενικά να επικοινωνήσει με όλον τον κόσμο, διαθέτοντας απλή ή πιο εξελιγμένη εμπειρία και γνώση στην διαχείριση του υπολογιστή του. Η ανάκτηση της πληροφορίας που έχει ανάγκη ο χρήστης γίνεται μέσω ιστοτόπων, δηλαδή οργανωμένων δομών πληροφορίας-επικοινωνίας, όπου μέσα από τεχνολογικές μεθόδους, παρουσιάζεται εικόνα και ήχος που ενημερώνει τον επισκέπτη του. Παρόλα αυτά ένας κακός ιστότοπος έχει και κακή συνέπεια στην χρήση του.

Μέσα, λοιπόν από αυτή την εργασία θα ασχοληθούμε με έναν εξειδικευμένο τομέα πληροφόρησης, που είναι ο επανασχεδιασμός ενός ειδησεογραφικού ιστότοπου.

Στο πρώτο κεφάλαιο θα αναλύσουμε την έννοια της Ευχρηστίας και την Μηχανικής Ευχρηστίας που αφορά την σχέση χρήστη-διαδικτύου, και τις παραμέτρους που καθιστούν αυτήν την σχέση άμεση και λειτουργική, ανεξαρτήτου γνώσης και εμπειρίας του χρήστη.

Στο δεύτερο κεφάλαιο, θα ασχοληθούμε με την ευρύτητα του Παγκόσμιου Ιστού, τις ιστοσελίδες και τους ιστοτόπους μέσα από τα προγράμματα δημιουργίας τους.

Στο τρίτο κεφάλαιο, θα «περπατήσουμε» την διαδικασία κατασκευής μιας ιστοσελίδας μέσα από τις γλώσσες προγραμματισμούς και τα τεχνικά εργαλεία που χρησιμοποιεί ο κατασκευαστής της, προκειμένου να αποδώσει το αναμενόμενο αποτέλεσμα.

Σε συνέχεια αυτού του κεφαλαίου, το τέταρτο κεφάλαιο μας ξεναγεί στην ιδιαίτερη ως προς το αντικείμενο κατασκευή ενός ειδησεογραφικού ιστοτόπου, δίνοντάς μας τα σωστά και λάθος κριτήρια που λαμβάνει ο κατασκευαστής κατά την δημιουργία του, ώστε να επιτύχει την διασύνδεση με τον χρήστη του.

Στο τελευταίο, πέμπτο, κεφάλαιο, αναλύουμε τα λάθη που οδήγησαν στην αποτυχία ενός ιστοτόπου και τα δεδομένα που λαμβάνει ο

κατασκευαστής ώστε να το επανασχεδιάσει και να επιτευχθεί η σωστή του κατασκευή.

Στο παράρτημα αυτής της εργασίας, μελετάμε τις περιπτώσεις επανασχεδιασμού τριών έγκριτων ελληνικών ειδησιογραφικών ιστοσελίδων, που θεωρούμε ότι προβάλλονται με λανθασμένο τρόπο, επισημάνοντας συγκεκριμένα θέματα προς επιδιόρθωση, σύμφωνα με τις αναλύσεις που επιχειρήσαμε κατά την εκπόνηση της παρούσας εργασίας.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ

### ΕΥΧΡΗΣΤΙΑ ΚΑΙ ΜΗΧΑΝΙΚΗ ΕΥΧΡΗΣΤΙΑΣ (Usability and Usability Engineer)

#### 1. Γενικά

Ο όρος HCI (Human Computer Interaction) αναφέρεται στην σχέση και την αλληλεπίδραση του ανθρώπου με τον υπολογιστή (σε όλες τις μορφές του) και αποτελεί θεμελιώδη θεωρία στην επιστήμη των υπολογιστών και στο σχεδιασμό συστημάτων. Ο όρος αυτός περιλαμβάνει το σχεδιασμό, την υλοποίηση και την αξιολόγηση διαδραστικών συστημάτων με βάση τα καθήκοντα και τις εργασίες των χρηστών. Για το λόγο αυτό αποτελεί ουσιαστικό κομμάτι της σχεδιαστικής διαδικασίας.

Η επιστήμη της πληροφορικής μελετάει το σχεδιασμό, την ανάπτυξη και την αξιολόγηση των διαδραστικών υπολογιστικών συστημάτων (interactive computer systems), δηλαδή των συστημάτων που αλληλεπιδρούν με τον άνθρωπο- χρήστη.

Με τον όρο **χρήστη**, εννοούμε ένα συγκεκριμένο χρήστη ή μία ομάδα χρηστών που συνεργάζονται, ή μία σειρά από χρήστες σε έναν οργανισμό που ο καθένας ασχολείται με κάποιο μέρος μίας εργασίας ή διαδικασίας. Ο χρήστης είναι οποιοσδήποτε μπορεί να ολοκληρώσει μία εργασία χρησιμοποιώντας την τεχνολογία.

Με τον όρο **υπολογιστή**, εννοούμε οποιαδήποτε τεχνολογία που μπορεί να είναι ένας συμβατικός προσωπικός υπολογιστής μέχρι ένα υπολογιστικό σύστημα ευρείας κλίμακας, μία διεργασία ελέγχου συστημάτων ή ένα ενσωματωμένο σύστημα. Το σύστημα μπορεί να περιέχει μη υπολογιστικά κομμάτια συμπεριλαμβανομένων και άλλων ανθρώπων.

Με τον όρο **αλληλεπίδραση** εννοούμε οποιαδήποτε επικοινωνία ανάμεσα σε ένα χρήστη και σε έναν υπολογιστή ανεξάρτητα από τον αν πρόκειται για άμεση ή έμμεση. Η άμεση αλληλεπίδραση σχετίζεται με διάλογο, ανάδραση και έλεγχο για όλη τη διάρκεια της εκτέλεσης μίας εργασίας. Η έμμεση αλληλεπίδραση μπορεί να αναφέρεται σε background ή batch processing. Το σημαντικό και το κοινό σε όλα τα παραπάνω σενάρια είναι ότι

ο χρήστης δε χρειάζεται να αλληλεπιδράσει με τον υπολογιστή ώστε να επιτευχθεί κάτι. (J.Nielsen, 1931)

## 2. Ευχρηστία (Usability) και Χρησιμότητα (Utility)

**Ευχρηστία** είναι η ιδιότητα που καθιστά εύκολη την χρήση μιας κατασκευής από τον άνθρωπο προκειμένου να εξυπηρετήσει ένα συγκεκριμένο έργο. Η έννοια της ευχρηστίας αφορά την αλληλεπίδραση ανθρώπου – μηχανής και ο συγκεκριμένος σκοπός που επιτελείται από την σχέση αυτή. Η Ευχρηστία είναι ένας νέος χώρος έρευνας και προσεγγίζει πολλούς τομείς της ανθρώπινης επαφής με την ανθρώπινη κατασκευή. Κατά βάση όμως ασχολείται με την σχέση ανθρώπου με τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές και ειδικότερα στο λογισμικό και τα συστήματα που χρησιμοποιεί.

Ο J. Nielsen, που θεωρείται πρωτεργάτης της θεωρίας της Ευχρηστίας, στο βιβλίο του Usability Engineer, ορίζει την Ευχρηστία στο χώρο των συστημάτων υπολογιστών επαγωγικά. Δηλαδή, ξεκινάει με την έννοια της **Αποδοχής (Acceptability)** του συστήματος, που αφορά με την ιδιότητα του συστήματος να ικανοποιεί όλες τις ανάγκες των χρηστών και όσων άλλων αφορά η χρήση του (πελάτες ή εργοδότες χρηστών). Η Αποδοχή εμπεριέχει την κοινωνική αποδοχή, δηλαδή με το κατά πόσο το κοινωνικό σύνολο συμφωνεί με την ύπαρξη και την λειτουργία του συστήματος και την πρακτική αποδοχή, δηλαδή με πρακτικές απαιτήσεις της λειτουργίας ενός συστήματος όπως (εφικτό κόστος, συμβατότητα με άλλα συστήματα που βρίσκονται σε χρήση, εγκυρότητα των αποτελεσμάτων και την έννοια της Χρησιμότητας).

**Η Χρησιμότητα (Usefulness)** χωρίζεται σε **Χρησιμότητα (Utility)** και **Ευχρηστία (Usability)**. Η Χρησιμότητα αφορά την ικανότητα ενός συστήματος να επιτελέσει ένα συγκεκριμένο έργο, ενώ η Ευχρηστία αφορά την ιδιότητα της εκμετάλλευσης της Χρησιμότητας από τον χρήστη ως προς την επίτευξη του έργου του. Η Ευχρηστία ως όρος είναι άρρηκτα συνδεδεμένος με τα τμήματα ενός συστήματος με τα οποία ο χρήστης – άνθρωπος μπορεί να αλληλεπιδράσει, από την εγκατάσταση έως τη χρήση και τη συντήρησή του. (J.Nielsen, 1931)

### 3. Τα χαρακτηριστικά της Ευχρηστίας σε συνδυασμό με την Χρηστικότητα

Η Ευχρηστία ενός συστήματος, κατά τον J. Nielsen, συνδέεται με τα παρακάτω πέντε χαρακτηριστικά χρηστικότητας:

► **Ευμάθεια (Learnability)** : Το σύστημα πρέπει να είναι εύκολο ως προς τη εκμάθησή του, ώστε ο χρήστης να μπορεί να ξεκινήσει γρήγορα να παράγει έργο με την βοήθεια του συστήματος αυτού. Στην αρχή θεωρείται ότι όλοι έχουν πλήρη άγνοια του συστήματος.Κανείς δεν ολοκληρώνει την μάθηση πριν ξεκινήσει να δουλεύει με ένα σύστημα. Όλοι αρχίζουν την εργασία μόλις νιώσουν ότι γνωρίζουν αρκετά (δηλαδή εξαρτάται από την αυτοπεποίθηση που παρήγαγαν κατά την διάρκεια της μάθησής τους).

► **Αποδοτικότητα (Efficiency)**: Το σύστημα πρέπει να είναι αποτελεσματικό στη χρήση, ώστε να έχει υψηλή παραγωγικότητα στο έργο του από την στιγμή που θα μάθει να το χειρίζεται. Αυτό, βέβαια, δεν σημαίνει ότι έχουν πλήρη γνώση του συστήματος, αγνοώντας συχνά χαρακτηριστικά που μαθαίνονται εύκολα και θα βελτιώσουν σημαντικά την απόδοσή τους.

► **Απομνημόνευση (Memorability)**: Το σύστημα θα πρέπει να το θυμάται εύκολα ο χρήστης ώστε να μπορεί να επιστρέψει στο σύστημα μετά από κάποιο διάστημα που δεν το χρησιμοποίησε, χωρίς να το μάθει από την αρχή. Επί της ουσίας, να μην ξεχάσει το μεγαλύτερο μέρος των λειτουργιών του. Το χαρακτηριστικό αυτό συνδέεται με την έννοια του περιοδικού χρήστη και έχει να κάνει με προγράμματα που είτε παρέχουν εξειδικευμένες λειτουργίες, είτε η χρήση τους είναι υποχρεωτική ανά τακτικές χρονικές περιόδους. Θεωρείται ως μέτρο σύγκρισης των χρόνων ολοκλήρωσης μιας συσγκεκριμένης λειτουργίας από τον ίδιο χρήστη, πριν και μετά από την απομάκρυνση του από το σύστημα για κάποιο συγκεκριμένο διάστημα. Το χαρακτηριστικό όμως αυτό, αφορά και τα μνημονικά τεστ, τα οποία όμως δεν είναι αντικειμενικά, αφού τα περισσότερα σύγχρονα περιβάλλοντα διεπαφής είναι όσο πιο γραφικά γίνεται και δεν απαιτούν αποστήθιση αλλά απλή αναγνώριση των υπενθυμίσεων που προσφέρουν.

► **Λίγα λάθη (Few errors)**: Το σύστημα θα πρέπει να έχει χαμηλό ποσοστό σφάλματος, έτσι ώστε ο χρήστης να μπορεί εύκολα να επαναφέρει τη χρήση του. Τα καταστροφικά λάθη θα πρέπει να αποφεύγονται καθόσον



είτε δεν εντοπίζονται από το χρήστη με αποτέλεσμα να μην διορθώνονται από τον χρήστη και κατά συνέπεια η δουλειά του να καταλήγει ελαττωματική ή καταστρέφουν ότι έχει παράγει ο χρήστης μέχρι εκείνη την στιγμή. Το χαρακτηριστικό της αποφυγής των λαθών μπορεί να μην καταλήγει στο αναμενόμενο αποτέλεσμα αλλά καθυστερούν τον χρήστη και μειώνουν την αποδοτικότητά του.

► **Satisfaction (Ικανοποίηση):** Το σύστημα πρέπει να είναι ευχάριστο στη χρήση, έτσι ώστε ο χρήστης να είναι υποκειμενικά ικανοποιημένος από τη χρήση του. Όταν κάποιος χρήστης δηλώνει ικανοποίηση επηρεάζεται γενικά και από την γνώμη για τους υπολογιστές αλλά ειδικά για το πόσο καλά πιστεύει ότι μπορεί να τους χειριστεί. Δηλαδή όσο καλύτερος νομίζει ότι είναι, τόσο θετικότερα θα τους βλέπει. Οι απαντήσεις σε ερωτήσεις σχετικά με την ευχαρίστηση που αποκομίζει κάποιος από τη χρήση ενός συστήματος δεν είναι φυσικά αντικειμενικές. Το πεδίο τους όμως μπορεί να περιοριστεί (πχ με ένα σετ προκατασκευασμένων πολλαπλών επιλογών). Από μια ομάδα απαντήσεων μπορεί να βγει ένας μέσος όρος και να μελετηθεί. Η άποψη για ένα σύστημα συχνά διαφέρει ανάλογα με το αν ακολουθεί μια δοκιμαστική χρήση ή μια πραγματική χρήση (οπότε είναι πιο έγκυρη). Σημαντική παραμένει η πρώτη εντύπωση, ειδικά για τα εμπορικά προϊόντα. Το πόσο δύσκολα μοιάζουν μεταφράζεται στο πόσους πιθανούς πελάτες θα απωθήσουν. Η εντύπωση της δυσκολίας εξαρτάται άμεσα από τη λειτουργία μεγαλύτερης δυσκολίας που συνάντησε κανείς. Έτσι, για εμπορικούς σκοπούς ίσως είναι καλύτερο ένα σύστημα με μέτριο από κάθε άποψη περιβάλλον διεπαφής (interface), παρά ένα εξαιρετικό με σημεία ξεχωριστής δυσκολίας. Το πρώτο θα αποσπάσει καλύτερες κριτικές.

Από τα παραπάνω, ο ίδιος ο Nielsen επισημαίνει, ότι και τα πέντε αυτά χαρακτηριστικά δεν είναι πάντα συμβιβάσιμα. Οι απαιτήσεις του ενός μπορεί να μειώσουν την ποιότητα ενός άλλου, αν ικανοποιηθούν. Για παράδειγμα, ένας τρόπος να ελαττωθούν τα πιθανά λάθη είναι να περιοριστεί η πρόσβαση σε ζωτικά μέρη του συστήματος. Κάτι τέτοιο όμως θα μείωνε και τους βαθμούς ελευθερίας των έμπειρων χρηστών.

Όπως δηλώνουν οι Lansdale και Omerod «ο όρος ευχρηστία έχει δημιουργηθεί για να περιγράψει το σύνολο των προτεραιοτήτων, οι οποίες θα

*πρέπει να αξιολογούνται σε μία αλληλεπίδραση, ή για να περιγράψει την καλή ποιότητα που μία αλληλεπίδραση πρέπει να έχει» .*

Το περιβάλλον αλληλεπίδρασης είναι πολύ σημαντικό στοιχείο διότι αποτελεί το τμήμα ενός συστήματος με το οποίο έρχεται σε άμεση επαφή ο χρήστης, σωματικά, νοητά ή με την αντίληψη. Είναι ένα μέσο το οποίο διευκολύνει τη διπλή κατεύθυνση της ροής πληροφοριών μεταξύ του χρήστη και του υπολογιστή. Αδυναμίες σε μία αλληλεπίδραση μπορεί να έχουν ως αποτέλεσμα την πλήρη αποτυχία ενός συστήματος. Ο Nielsen τονίζει ότι η ευχρηστία είναι μία πολύ αντιπροσωπευτική άποψη της γενικής αποδοχής του συστήματος. (J.Nielsen, 1931)

#### **4. Ο ρόλος της Ευχρηστίας στις επιλογές των χρηστών**

Παλαιότερα, όταν οι πωλητές υπολογιστών άρχισαν να βλέπουν τους χρήστες ως κάτι περισσότερο από μια ταλαιπωρία, ο όρος επιλογής ήταν «φιλικά προς το χρήστη» συστήματα. Ωστόσο, αυτός ο όρος δεν είναι πραγματικά κατάλληλος για διάφορους λόγους. Πρώτον, είναι άσκοπα ανθρωπομορφικοί - οι χρήστες δεν χρειάζονται μηχανές για να είναι φιλικοί προς αυτούς, χρειάζονται απλά μηχανές που δεν θα σταθούν στο δρόμο τους όταν προσπαθούν να κάνουν τη δουλειά τους και δεύτερον, συνεπάγεται ότι οι ανάγκες των χρηστών μπορούν να περιγραφούν σε μια ενιαία διάσταση από συστήματα που είναι περισσότερο ή λιγότερο φιλικά.

Στην πραγματικότητα, οι διαφορετικοί χρήστες έχουν διαφορετικές ανάγκες και ένα σύστημα που είναι «φιλικό» σε κάποιον μπορεί να αισθάνεται πολύ κουραστικό σε κάποιον άλλο.

Λόγω αυτών των προβλημάτων με τον όρο «φιλικό προς το χρήστη», οι επαγγελματίες του περιβάλλοντος χρήστη έχουν την τάση να χρησιμοποιούν άλλους όρους τα τελευταία χρόνια. Το ίδιο το πεδίο είναι γνωστό με ονόματα όπως **CHI (αλληλεπίδραση υπολογιστή-ανθρώπου)**, **HCI (αλληλεπίδραση ανθρώπου-υπολογιστή)**, που προτιμάται από κάποιους που προτιμούν να «βάζουν πρώτα τον άνθρωπο», έστω και συμβολικά), **UCD** , **MMI (διεπαφή ανθρώπου-μηχανής)**, **HMI (διεπαφή ανθρώπου-μηχανής)**, **OMI (διεπαφή χειριστή)**, **DID (σχεδιασμός**

διεπαφής χρήστη), HF (ανθρώπινοι παράγοντες), εργονομία, etc. (J.Nielsen, 1931)

## 5. Χρησιμότητα (Utility) στη Μηχανική Ευχρηστία (Usability Engineer)

Μόνο με τον ορισμό της αφηρημένης έννοιας της «χρησιμότητας» σε σχέση με αυτά τα ακριβέστερα και μετρήσιμα συστατικά μπορούμε να καταλήξουμε σε ένα μηχανολογικό κλάδο όπου η χρησιμότητα δεν υποστηρίζεται μόνο αλλά συστηματικά προσεγγίζεται, και αξιολογείται (ενδεχομένως μετράται). Ακόμα κι αν δεν σκοπεύετε να εκτελέσετε επίσημες μελέτες μέτρησης των χαρακτηριστικών χρησιμότητας του συστήματός σας, είναι μια φωτεινή άσκηση για να εξετάσετε πώς μπορεί να γίνει μετρήσιμη η χρησιμότητα της. Η αποσαφήνιση των μετρήσιμων πτυχών της χρησιμότητας είναι πολύ καλύτερη από αυτή που στοχεύει σε ένα ζεστό, ασαφές αίσθημα «φιλικότητας προς το χρήστη».

Η χρησιμότητα μετριέται συνήθως με τη χρήση ενός αριθμού δοκιμαστικών χρηστών (επιλεγμένων ώστε να είναι όσο το δυνατόν αντιπροσωπευτικότεροι των σκοπούμενων χρηστών) να χρησιμοποιούν το σύστημα για να εκτελέσουν ένα προκαθορισμένο σύνολο εργασιών, αν και μπορεί επίσης να μετρηθεί με την πραγματοποίηση πραγματικών χρηστών στο πεδίο καθήκοντα που κάνουν ούτως ή άλλως. Και στις δύο περιπτώσεις, ένα σημαντικό σημείο είναι ότι η χρησιμότητα μετριέται σε σχέση με ορισμένους χρήστες και ορισμένα καθήκοντα. Θα μπορούσε κάλλιστα να θεωρηθεί ότι το ίδιο σύστημα θα μετράται με διαφορετικά χαρακτηριστικά ευχρηστίας εάν χρησιμοποιούνται από διαφορετικούς χρήστες για διαφορετικές εργασίες. Για παράδειγμα, ένας χρήστης που επιθυμεί να γράψει ένα γράμμα μπορεί να προτιμά έναν διαφορετικό επεξεργαστή κειμένου από έναν χρήστη που επιθυμεί να διατηρήσει αρκετές εκατοντάδες χιλιάδες σελίδες τεχνικής τεκμηρίωσης. Η μέτρηση χρησιμότητας αρχίζει με τον ορισμό ενός αντιπροσωπευτικού συνόλου δοκιμαστικών εργασιών, σε σχέση με τις οποίες μπορούν να μετρηθούν τα διαφορετικά χαρακτηριστικά χρησιμότητας.

Για να προσδιοριστεί η συνολική χρησιμότητα του συστήματος βάσει ενός συνόλου μέτρων ευχρηστίας, λαμβάνεται κανονικά η μέση τιμή για κάθε

μία από τις ιδιότητες που έχουν μετρηθεί και ελέγχεται κατά πόσον τα μέσα αυτά είναι καλύτερα από κάποια ελάχιστα προδιαγεγραμμένα. Δεδομένου ότι οι χρήστες είναι γνωστό ότι είναι πολύ διαφορετικοί, είναι ίσως καλύτερα να εξεταστεί η συνολική κατανομή των μετρήσεων χρηστικότητας και όχι μόνο η μέση τιμή.

Για παράδειγμα, ένα κριτήριο υποκειμενικής ικανοποίησης μπορεί να είναι ότι η μέση τιμή πρέπει να είναι τουλάχιστον 4 σε κλίμακα 1-5, ότι τουλάχιστον το 50% των χρηστών θα έπρεπε να έχει δώσει το σύστημα στην κορυφαία βαθμολογία 5 και ότι όχι περισσότερο από το 5% των χρηστών έδωσαν στο σύστημα τη χαμηλότερη βαθμολογία, 1. (J.Nielsen, 1931)

## **6. Μηχανική ευχρηστίας και οι μεθοδολογίες της**

Η τεχνολογία έχει φτάσει στη σημερινή εποχή σε τέτοιο επίπεδο, ώστε οι τεχνολογικά αναλφάβητοι νιώθουν ξένοι προς αυτήν. Το χάσμα αυτό ανάμεσα στο σύστημα-άνθρωπο και το σύστημα-εργασία έρχεται να γεφυρώσει η επιστήμη που ονομάζεται Εργονομία. Το πάντρεμά της με τον προγραμματισμό - με σκοπό την μελέτη του Interface χρήστη - εφαρμογής και από την εργονομική σκοπιά του, όχι δηλαδή μόνο τεχνικά (αλγόριθμοι) - δημιούργησε έναν νέο ενδιαφέροντα κλάδο: τη Μηχανική Ευχρηστίας (Usability Engineering), η οποία αποτελεί σημαντικό μέλος της θεματολογίας της Εργονομίας και πραγματεύεται πλήθος τεχνικών, δανεισμένων από πολλές άλλες επιστήμες. Αμέσως λοιπόν μόλις έγινε αντιληπτή η ανάγκη για χρηστοκεντρικό προσανατολισμό του Interface μιας εφαρμογής (διαδικτύου ή μη), αναπτύχθηκαν αρκετές μέθοδοι σχεδίασής του. Σχεδόν όλες οι μέθοδοι αποτελούνταν από τα εξής στάδια:

- Ανάλυση Απαιτήσεων, τόσο του χρήστη όσο και του συστήματος εργασίας.
- Ορισμός των προδιαγραφών του διαμεσολαβητή (Interface), που προκύπτει από το προηγούμενο στάδιο.
  - Προσχεδίαση του Interface και αξιολόγησή του.
  - Σχεδιασμός του Interface.
  - Προγραμματισμός των τεχνικών στοιχείων της εφαρμογής.
  - Ολοκλήρωση του σχεδιασμού του Interface.

- Συντήρηση του Interface και πιθανή αλλαγή - διόρθωσή του μετά την κυκλοφορία (release) του προϊόντος - εφαρμογής στην αγορά. Η παραπάνω μέθοδος προϋποθέτει ολοκλήρωση ενός βήματος πριν προχωρήσουμε στο επόμενο και απαγορεύει την επιστροφή σε προηγούμενο βήμα. Γι' αυτόν το λόγο καλείται «Μέθοδος Καταρράκτη» (Waterfall Method).

Με την επικράτηση του αντικειμενοστραφούς προγραμματισμού και της ανάλυσης συστημάτων έγινε φανερή η αδυναμία αποτελεσματικότητας της παραπάνω μεθόδου. Νέες μέθοδοι λοιπόν γεννήθηκαν (π.χ παράλληλη προγραμματιστική μεθοδολογία, όπως αυτή του OOSE – Object Oriented Software Engineering), που επέτρεπαν τις επιστροφές σε προηγούμενα βήματα υπό μορφή επαναλήψεων μέχρι το Interface να ξεπερνά με επιτυχία τις αξιολογήσεις. Σήμερα, με την εμπειρία πολλών χρόνων, νέες επαναληπτικές μέθοδοι έχουν προκύψει, οι οποίες έχουν πολύ καλά αποτελέσματα. Η πιο δημοφιλής μέθοδος καλείται «Μέθοδος του Κύκλου Ζωής της Μηχανικής Ευχρηστίας» - «Usability Engineering Lifecycle» - (όπως έχει επικρατήσει) και θα παρουσιαστεί στη σχετική ενότητα. (Niesel J. 2005)

## **7. Η εξελικτική πορεία του περιβάλλοντος διεπαφής**

Η ιστορία ξεκινά από την εμφάνιση των υπολογιστών και καταλήγει στην σημερινή τους χρήση. Το περιβάλλον διεπαφής ή αλλιώς η αλληλεπίδραση του περιβάλλοντος με τον χρήστη, έχει γνωρίσει μεγάλο αριθμό διαφορετικών συστημάτων όπως την απευθείας προσπέλαση στο υλικό (direct hardware access), την ομαδική επεξεργασία (batch programming), την γραμμή προσανατολισμού (line-oriented), τις διαβαθμίσεις μενού (menu hierarchies), τα γραφικά περιβάλλοντα διεπαφής (graphical user interfaces ή GUI's) και τα περιβάλλοντα αλληλεπίδρασης χωρίς εντολές (non-command). Κατά τη διαχρονική χρήση αυτών των συστημάτων, η βάση των χρηστών αυξήθηκε σε μεγάλο βαθμό με αποτέλεσμα την αλλαγή του επιπέδου των χρηστών δηλαδή από εξειδικευμένους με γνώσεις χρήστες σε χρήστες που δεν διέθεταν τις απαραίτητες για την χρήση των συστημάτων αυτών γνώσεις. Με άλλα λόγια, τη γενιά του batch programming και μετά οι ειδικοί των υπολογιστών συνειδητοποίησαν ότι είναι πιθανό το άτομο που θα χρησιμοποιήσει για πρώτη φορά τον υπολογιστή να μην είναι και το άτομο

που δημιούργησε το σύστημα. Θα μπορούσε κάποιος να πει ότι τα προβλήματα της ευχρηστίας έκαναν την εμφάνισή τους σε αυτό ακριβώς το σημείο.

Με τον αριθμό των χρηστών να αυξάνεται με γοργό ρυθμό, οι κατασκευαστές λογισμικού αναζητούν νέες μεθόδους για να διεκδικήσουν αυξημένο μερίδιο της αγοράς. Έχει μάλιστα εντοπιστεί μία μετάβαση από αυτό που στα 1990 ονομάστηκε πόλεμος των χαρακτηριστικών προς τη διαφήμιση που επικεντρώνεται και προωθεί την ευχρηστία ενός προϊόντος. Τα software houses δεν επικεντρώνονται αποκλειστικά στην ευχρηστία ενός μόνο πακέτου λογισμικού, αλλά και στην ευκολία χρήσης του, όταν οι υπάλληλοι δουλεύουν μαζί σαν ομάδες, όταν το λογισμικό πρέπει να ελέγχει πολλαπλές συσκευές γραφείου (φωτοτυπικά μηχανήματα, fax, modems, εκτυπωτές και υπολογιστές), καθώς και σε λογισμικό που δε χρησιμοποιείται αποκλειστικά και μόνο στο χώρο ενός γραφείου αλλά και έξω από αυτό. (Γ. Συρμακέσης, 2003)

## **8. Η εφαρμογή της Ευχρηστίας στην δημιουργία ενός διαδικτυακού τύπου**

Η διαδικασία για την δημιουργία ενός δικτυακού τύπου επιμερίζεται σε τρεις κύριους τομείς:

- √ Διαχείριση του Site.

- √ Σχεδίαση αλληλεπίδρασης (πλοήγηση/περιήγηση, διάταξη σελίδων, σχεδίαση φορμών κ.τ.λ.).

- √ Σχεδίαση περιεχομένου (το υλικό που θα ενσωματωθεί στο Site).

Ουσιαστικά όμως αυτό που έχει σημασία είναι το περιεχόμενό του. Για να αναδειχθεί όμως και να αξιοποιηθεί κατάλληλα θα πρέπει ολόκληρο το Site να είναι εξίσου προσεγμένο και στους άλλους δύο τομείς. Κατά συνέπεια λοιπόν θα πρέπει να δοθεί έμφαση και προσοχή σε ορισμένα σημεία σχετικά με το πώς θα διαχειριστούμε, θα αξιοποιήσουμε και θα εκμεταλλευτούμε αυτό το νέο μέσο που μας παρέχεται.

Τέτοια σημεία όπου πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή είναι τα εξής:

► Όταν σχεδιάζεται ένα Site πρέπει να γνωρίζουμε ακριβώς τι θέλουμε να αποκομίσουμε από αυτό. Ναι μεν αυτός ο στόχος φαίνεται απλός και αυτονόητος, δεν παύει όμως να είναι κεφαλαιώδους προτεραιότητας και ελάχιστη ή καθόλου σκέψη πάνω σε αυτό μας οδηγεί σε λάθος αποτελέσματα, αφού το πιο πιθανό είναι πως η προσφερόμενη πληροφορία στο χρήστη ή στον πελάτη θα είναι μικρής αξίας. Με την επίσκεψη του χρήστη στο Site θα πρέπει αυτός να έχει κάτι να επωφεληθεί διαφορετικά δεν θα το κάνει.

► Θα πρέπει να αποφεύγεται η μίξη διαφορετικών στυλ σχεδίασης, διότι αυτό διασπά την σχεδιαστική συνοχή και κατά συνέπεια την ομοιομορφία η οποία και αποτελεί σημαντικό παράγοντα για την ευχρηστία του εκάστοτε δικτυακού τόπου. Μια λύση που προτείνεται η δημιουργία μια σταθερής δημιουργικής ομάδας που θα είναι και η μόνη που θα επιφέρει σχεδιαστικές αλλαγές σε συνεργασία με τρίτους που θα έχουν το δικαίωμα να επεμβαίνουν στο περιεχόμενο και να το διατηρούν επίκαιρο.

► Επίσης θα πρέπει να προβλεφθούν οικονομικοί πόροι όχι μόνο για την δημιουργία αλλά και την συντήρηση του Site. Η κατασκευή ενός τέτοιου χώρου δεν τελειώνει με την πρώτη έκδοση στο Διαδίκτυο. Πρέπει πάντα να προβλέπεται ένα ποσό ίδιας τάξης μεγέθους με αυτό που απαιτήθηκε για την κατασκευή του από το μηδέν, ώστε να συντηρείται, να ανανεώνεται, να ενημερώνεται και να προσαρμόζεται στις προσδοκίες των χρηστών και στις εξελίξεις που τρέχουν συνεχώς.

► Ακόμα το να θεωρηθεί το Διαδίκτυο σαν ένα ακόμα μέσο ή φυσική εξέλιξη κάποιου άλλου κρύβει σοβαρούς κινδύνους. Το Διαδίκτυο δεν είναι ούτε τηλεόραση ούτε εφημερίδα ούτε ένα διαφημιστικό φυλλάδιο. Έτσι η μεταφορά τέτοιου υλικού σε μια ιστοσελίδα θυμίζει ξαναζεσταμένο φαγητό και δεν πρόκειται να προκαλέσει την ίδια αίσθηση με ένα φρέσκο, σχεδιασμένο υλικό αποκλειστικά για την έκδοση ενός Site.

► Ένα ακόμα σημείο στο οποίο πρέπει να δοθεί προσοχή είναι το γεγονός ότι παρόλο που η γνώμη των χρηστών για το Site και την βελτίωσή του είναι απαραίτητη δεν σημαίνει πως οι αλλαγές θα πρέπει να γίνουν σύμφωνα με το τι πιστεύουν οι χρήστες ότι πρέπει να αλλάξει. Και αυτό γιατί οι χρήστες ναι μεν μπορούν να καταλάβουν πως κάτι δεν τους αρέσει και δεν τους εξυπηρετεί αλλά δεν γνωρίζουν πως αυτό μπορεί να αλλάξει. Για αυτό στο σημείο αυτό επιβάλλεται να γίνει πιο προσεκτική σχεδίαση. (Γ. Συρμακέσης, 2003)

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ**

## ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΙΣΤΟΣ – ΙΣΤΟΤΟΠΟΣ – ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ

### 1. Παγκόσμιος Ιστός (World Wide Web – www)

Πολλοί πιστεύουν πως το internet και ο παγκόσμιος ιστός είναι ή ίδια έννοια με διαφορετικές λέξεις, όμως είναι δύο διαφορετικά πράγματα, αφού το internet αποτελεί το σύνολο όλων των δικτύων υπολογιστών. Ενώ ο παγκόσμιος ιστός είναι υποσύνολο του και εμφανίστηκε ως έννοια πολύ αργότερα). Το 1990 το internet μπαίνει σε μια νέα εποχή με τον σχεδιασμό του παγκόσμιου ιστού από τον Tim Berners Lee στο ερευνητικό κέντρο CERN στην Γενεύη (Τσιμπίνος, 2008). Η πρόταση του αφορούσε την ανταλλαγή πληροφοριών για την συνεργασία μεταξύ φυσικών και άλλων ερευνητών στην ενεργειακή κοινότητα των φυσικών, μέσω του διαδικτύου σε πραγματικό χρόνο. Η πρόταση έγινε πραγματικότητα μέσω τριών τεχνολογιών που ενσωματώθηκαν. Η HTML (Hyper Text Markup Language) για την εγγραφή web σελίδων, το HTTP (Hyper Text Transfer Protocol) για την μετάδοση των σελίδων, ένας web browser και ένα λογισμικό πρόγραμμα για να ερμηνεύει και εμφανίζει τα δεδομένα. Με αυτά τα μέσα γεννήθηκε το WWW (World Wide Web). Με την πρώτη ανταλλαγή του κειμένου μεταξύ των επιστημόνων έχουμε και την πρώτη μορφή web design (Wikipedia, 2008, Innervisions, 2008).

#### 1.1. Τα Βασικά μέρη του Παγκόσμιου Ιστού

##### 1.1.1. Διακομιστές του Web (Web Servers)

Είναι υπολογιστές που αποθηκεύουν και διακινούν πληροφορίες, δεδομένα, και έγγραφα χρησιμοποιώντας το Internet. Τα έγγραφα αυτά είναι στη πλειοψηφία τους ιστοσελίδες, αλλά μπορεί να είναι και άλλα αρχεία όπως π.χ λογιστικά φύλλα, παρουσιάσεις, αρχεία κειμένου, συμπιεσμένα αρχεία γενικώς. Οι ιστοσελίδες του site φυλάσσονται στο directory, το οποίο βρίσκεται στο σκληρό δίσκο του Web server της εταιρίας που φιλοξενεί τις ιστοσελίδες. Οι servers πρέπει να λειτουργούν όλο το 24ωρο ώστε οι



χρήστες να έχουν πρόσβαση στις πληροφορίες και τα έγγραφα που φυλάσσονται σε αυτούς (Κωνταντογιάννης, 2008).

### **1.1.2. Οι χρήστες του Web**

Είναι υπολογιστές συνδεδεμένοι στο Internet που μπορούν να κατεβάσουν δεδομένα από τους Web servers (Κωνταντογιάννης, 2008).

### **1.1.3. HTTP (Hypertext Transfer Protocol)**

Γενικά, πρωτόκολλο εννοούμε κανόνες επικοινωνίας μεταξύ υπολογιστών. Κάθε υπηρεσία στο Internet έχει το δικό της πρωτόκολλο. Το πρωτόκολλο του Web λέγεται HTTP (Hypertext Transfer Protocol) και είναι ένα σύνολο από κανόνες που ελέγχουν και καθορίζουν την διακίνηση των ιστοσελίδων από τους Web servers στους υπολογιστές των χρηστών. Όταν πληκτρολογούμε την ηλεκτρονική διεύθυνση μίας ιστοσελίδας, ξεκινάμε πάντα με http και έτσι, καθορίζεται ο τρόπος με τον οποίο θα πραγματοποιηθεί η συνδιαλλαγή μεταξύ του υπολογιστή και του server στον οποίο φυλάσσετε η ιστοσελίδα που σκοπεύουμε να κατεβάσουμε (Κωνταντογιάννης, 2008).

### **1.1.4. HTML (Hyper Text Markup Language)**

Οι σελίδες συντάσσονται με τη γλώσσα HTML (Hyper Text Markup Language). Η HTML (Hyper Text Markup Language - γλώσσα σήμανσης υπερ-κειμένου) είναι η παγκόσμια γλώσσα που χρησιμοποιείται για έκδοση υπερ-κειμένου στον Παγκόσμιο Ιστό (World Wide Web). Υπέρ-κείμενο (hypertext) είναι γενικά πληροφορία που, κατευθείαν από την οπτική της αναπαράσταση, μπορούμε να κατευθυνθούμε σε άλλη πληροφορία σχετική μ' αυτήν. Η HTML είναι βασισμένη στην SGML (Standard Generalized Markup Language - Πρότυπη Γενικευμένη Γλώσσα Σήμανσης, μία γλώσσα για τον ορισμό της δομής ηλεκτρονικών κειμένων σε ηλεκτρονική μορφή και τη διαχείρισή τους). Η δημιουργία και επεξεργασία της γίνεται με ποικιλία εργαλείων, από απλούς συντάκτες (editors) μέχρι εξειδικευμένα προγράμματα συγγραφής (Λιακόπουλος, Παπανδρέου, Χαμόδρακας, 2002).

## **2. Ιστοτόπος**

Ένας ιστοτόπος ή αλλιώς ιστοχώρος ονομάζεται μια συλλογή από εικόνες, βίντεο και άλλα ψηφιακά στοιχεία τα οποία φιλοξενούνται στην ίδια περιοχή του παγκόσμιου ιστού. Βασίζεται στην υπηρεσία www (world wide web) και χρησιμοποιεί το πρωτόκολλο http (Hypertext Transfer Protocol). Το σύνολο των ιστοτόπων αποτελεί το world wide web (www). (Κωνταντογιάννης, 2008).

## **3. Ιστοσελίδα**

Η ιστοσελίδα είναι ένα είδος εγγράφου του παγκόσμιου ιστού που περιλαμβάνει πληροφορίες με την μορφή κειμένου, υπερκειμένου, ήχου, εικόνας και βίντεο. Πολλές ιστοσελίδες μαζί συνθέτουν έναν ιστοτόπο. Ένα πλεονέκτημα τους είναι ότι αλληλοσυνδέονται μεταξύ τους και έτσι ο χρήστης μπορεί να μεταβεί με ένα κλικ από την μια ιστοσελίδα στην άλλη. Η κατασκευή ιστοσελίδων είναι κάτι που μπορεί να πραγματοποιηθεί εύκολα καθώς υπάρχουν αρκετά ελεύθερα προγράμματα καθώς και αυτοματοποιημένοι μηχανισμοί ιστοσελίδων που επιτρέπουν σε απλούς χρήστες εύκολα και γρήγορα να δημιουργήσουν την δική τους προσωπική ιστοσελίδα. (Κωνταντογιάννης, 2008).

### **3.1. Κατηγορίες Ιστοσελίδες**

Οι δύο βασικές κατηγορίες των ιστοσελίδων είναι οι δυναμικές (Dynamic) και οι στατικές (Static) ιστοσελίδες. Θα τις συναντήσουμε αναλυτικά πιο κάτω την κάθε μια ξεχωριστά και θα δούμε τις βασικές διαφορές τους.

Οι στατικές ιστοσελίδες είναι απλά HTML έγγραφα και περιέχουν κείμενα, εικόνες, υπερσυνδέσμους (links) π.χ. μενού επιλογών και άλλα στοιχεία. Ο όρος "στατική" δεν αναφέρεται σε κάποιο είδος κίνησης, αλλά στην μονιμότητα του περιεχομένου της ιστοσελίδας. Δηλαδή, για μία στατική ιστοσελίδα το περιεχόμενο είναι δεδομένο κάθε φορά που εμφανίζεται. Για να αλλάξει το περιεχόμενό της στατικής ιστοσελίδας, θα πρέπει να γίνει επεξεργασία της με κάποιο πρόγραμμα κατασκευής ιστοσελίδων, δηλαδή, δεν

διαθέτει ειδική περιοχή διαχείρισης του περιεχομένου της (administration area) όπως κάποιο CMS (content management system). Μία στατική ιστοσελίδα, είναι κατάλληλη κυρίως για μικρές παρουσιάσεις στις οποίες σπάνια θα χρειαστεί κάποια μελλοντική αλλαγή στο περιεχόμενό της ή προσθήκη επιπλέον περιεχομένου. Σε αντίθετη περίπτωση, είναι πιο πρακτική η χρήση δυναμικών ιστοσελίδων (CMS) (Wikipedia, 2008). Οι δυναμικές ιστοσελίδες, σε αντίθεση με τις στατικές ιστοσελίδες, δεν είναι απλά HTML έγγραφα, αλλά συμπεριλαμβάνουν προγραμματισμό (σε μία γλώσσα προγραμματισμού κατάλληλη για το διαδίκτυο, όπως π.χ. είναι η php) και ουσιαστικά είναι web εφαρμογές. Η κατασκευή δυναμικών ιστοσελίδων είναι προφανώς πιο πολύπλοκη από τις απλές στατικές ιστοσελίδες, και ο βαθμός δυσκολίας τους εξαρτάται φυσικά από τις λειτουργίες και τις δυνατότητες που περιλαμβάνει η εκάστοτε web εφαρμογή. Στις δυναμικές ιστοσελίδες, το περιεχόμενο της ιστοσελίδας, αποθηκεύεται και αντλείται δυναμικά από μία ή περισσότερες βάσεις δεδομένων (π.χ. MySQL), ενώ διαθέτουν, εκτός από το frontend (user interface) και το backend (administration area) μέσω του οποίου γίνεται εύκολα η διαχείριση του περιεχομένου της ιστοσελίδας. Έτσι συνολικά η web εφαρμογή συναντάται συνήθως ως CMS (content management system), δηλαδή σύστημα διαχείρισης περιεχομένου (Wikipedia, 2008).

### **3.1.1. Δυναμική Ιστοσελίδα**

Δυναμική ιστοσελίδα (Dynamic Web Page) είναι μια ιστοσελίδα η οποία δημιουργείται δυναμικά την στιγμή της πρόσβασης σε αυτή ή την στιγμή που ο χρήστης αλληλεπιδρά με τον εξυπηρετητή ιστοσελίδων. Με απλά λόγια, με τις δυναμικές ιστοσελίδες μπορούν συγκεκριμένοι χρήστες (διαχειριστές) να προχωρούν σε αλλαγές εύκολα και γρήγορα χρησιμοποιώντας έναν πίνακα διαχείρισης στον οποίο έχουν πρόσβαση μόνο αυτοί. Η έννοια "δυναμική" πηγάζει από την τεχνοτροπία με την οποία είναι κατασκευασμένη η ιστοσελίδα. Δυναμικά websites είναι τα ηλεκτρονικά καταστήματα, τα συστήματα διαχείρισης περιεχομένου (CMS), τα forums, τα blogs κ.ά. Βασικά πλεονεκτήματα της δυναμικής ιστοσελίδας είναι ότι έχουν την δυνατότητα άμεσης επέμβασης και τροποποίησης του περιεχομένου της από τον

διαχειριστή της και επίσης ότι δεν υπάρχουν σχέσεις άμεσης εξάρτησης με κατασκευαστές και εταιρίες κατασκευής ιστοσελίδων. Δεν υπάρχουν περιορισμοί στον όγκο που μπορεί να αποκτήσει ένας ιστότοπος, η εξοικονόμηση πόρων και χρημάτων ακόμη είναι πολύ σημαντικός παράγοντας της χρήσης τους και τέλος υπάρχει διαδεδομένη τεχνογνωσία σε παγκόσμιο επίπεδο. Το βασικό τους μειονέκτημα είναι ότι υπάρχει μεγάλη εξάρτηση λειτουργίας της ιστοσελίδας από πλήθος ιδιοτήτων του διακομιστή στον οποίο πραγματοποιείται η φιλοξενία της ιστοσελίδας. Επίσης δυσκολότερη είναι και η αντιμετώπιση προβλημάτων καθώς και τεχνικών δυσκολιών. (Wikipedia, 2008).

### **3.1.2. Στατική Ιστοσελίδα**

Στατική ιστοσελίδα (Static Web Page) ονομάζεται μια ιστοσελίδα της οποίας το περιεχόμενο μεταφέρεται στον χρήστη ακριβώς στην μορφή που είναι αποθηκευμένο στον εξυπηρετητή ιστοσελίδων (Web Server). Με πιο απλά λόγια τα στατικά websites είναι αυτά που δεν ανανεώνονται συχνά και δεν προσφέρουν υπηρεσίες αλληλεπίδρασης με τους χρήστες. Οι στατικές ιστοσελίδες χρησιμοποιούν το πρωτόκολλο HTTP για να μεταφέρονται και αποθηκεύονται σε μορφή HTML. Βασικό πλεονέκτημα των στατικών ιστοσελίδων είναι ότι δεν χρειάζονται ιδιαίτερες γνώσεις και προγραμματιστικές δεξιότητες για να τις δημιουργήσεις καθώς και ότι η σελίδα μπορεί να διατίθεται στον φυλλομετρητή χωρίς να μεσολαβήσει κάποιος εξυπηρετητής ιστοσελίδων. Αυτό μπορεί να συμβεί με την χρήση ενός αποθηκευτικού μέσου όπως ένα CD-ROM ή USB. Επίσης μπορεί να κλωνοποιηθεί σε περισσότερους από έναν εξυπηρετητές. Στα αρνητικά των στατικών ιστοσελίδων παρουσιάζεται η άβολη χρήση τους απέναντι στον προγραμματιστή ή τον χρήστη καθώς και η δύσκολη διαχείρισή τους όταν ο αριθμός των ιστοσελίδων είναι μεγάλος. Σε αυτή την περίπτωση απαιτούνται αυτόματα εργαλεία διαχείρισης. (Wikipedia, 2008).

## **3.2. Βασικές Διαφορές Δυναμικών – Στατικών Ιστοσελίδων**

Βασική διαφορά των δυναμικών ιστοσελίδων έναντι των στατικών είναι ότι στις δυναμικές είναι απεριόριστο το περιεχόμενο των πληροφοριών που μπορεί κάποιος να αποθηκεύσει ενώ στις στατικές το περιεχόμενο είναι πολύ περιορισμένο. Επίσης όπως αναφέρθηκε πιο πάνω οι στατικές ιστοσελίδες παρουσιάζουν ελάχιστη ακόμα και καμία αλληλεπίδραση με τους χρήστες ενώ στις δυναμικές ιστοσελίδες η αλληλεπίδραση με τους χρήστες είναι δεδομένη. Σε αντίθεση με τις στατικές οι οποίες είναι αρχεία "ανεβασμένα" σε έναν διακομιστή (server) οι δυναμικές ιστοσελίδες είναι ολόκληρες εφαρμογές που χρειάζονται μια βάση δεδομένων για να λειτουργήσουν. Πλεονέκτημα των δυναμικών ιστοσελίδων έναντι των στατικών είναι σε ότι αφορά το κόστος για την αλλαγή περιεχομένου καθώς στις πρώτες το κόστος είναι μηδαμινό ενώ των στατικών είναι αρκετά υψηλό. Σε ότι αφορά το κόστος κατασκευής όμως, τα πράγματα εδώ αντιστρέφονται, με τις στατικές ιστοσελίδες να υπερτερούν έναντι των δυναμικών αφού το αρχικό κόστος κατασκευής είναι πολύ μικρότερο. Τέλος όσο αφορά την εξέλιξη οι στατικές ιστοσελίδες δεν εξελίσσονται, ενώ οι δυναμικές εξελίσσονται μέρα με την μέρα. Αποτέλεσμα αυτής της εξέλιξης είναι τα συστήματα διαχείρισης περιεχομένου όπως για παράδειγμα το Joomla, το Wordpress που θα το δούμε και πιο αναλυτικά παρακάτω κτλ,. (Wikipedia, 2008).

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ

### WEB DESIGN (Σχεδιασμός Ιστοσελίδας)

#### 1. Ορισμός

Το Web design (Σχεδιασμός Ιστοσελίδας) είναι μια διαδικασία που περιλαμβάνει το σχεδιασμό, τη διαμόρφωση και την εκτέλεση των ηλεκτρονικών μέσων διανομής περιεχομένου μέσω Internet, με τη μορφή τεχνολογιών (όπως π.χ. γλώσσες σήμανσης) κατάλληλο για την ερμηνεία και την απεικόνιση μέσω ενός web browser ή άλλα web-based graphical user interfaces ( GUIs). Η δημιουργία ιστοσελίδας δεν είναι μια στατική διαδικασία, είναι έκφραση, τεχνική και διαρκής εκμάθηση, καθώς το internet εξελίσσεται με ραγδαίους ρυθμούς χρησιμοποιώντας νέα εργαλεία και τεχνολογίες (Wikipedia, 2008).

#### 2. Η πρώτη επαφή χρήστη – ιστοσελίδας

Η πρώτη επαφή του χρήστη με την αρχική σελίδα παίζει καθοριστικό ρόλο στην αξιολόγηση όλου του διαδικτυακού τόπου και την μετέπειτα χρήση του. Σημαντικός στόχος της αρχικής σελίδας είναι να ικανοποιήσει τις εύλογες απορίες του χρήστη όσον αφορά τον χώρο αλλά και την εικόνα που πραγματεύεται ο ιστότοπος που έχει επισκεφθεί. Στην αρχική σελίδα ενός ιστοτόπου βασικός στόχος είναι να παρουσιάζονται οι πρόσφατες πληροφορίες που θέλουμε να διαβάσει ο επισκέπτης της ώστε να ενημερωθεί άμεσα και σε πραγματικό χρόνο. Η χρήση πληροφοριών με κάποιο οπτικοακουστικό εφέ που καταλήγουν στις επιλογές enter ή exit κουράζουν τον επισκέπτη και δεν του παρέχουν καμία ουσιαστική πληροφορία που να αφορά την επίσκεψή στον συγκεκριμένο χώρο επιλογής του. (Δικτυωθείτε, 2008).

### 3. Ευχρηστία συστήματος από τον χρήστη

Σύμφωνα με τον Jakob Nielsen, πρέπει να πληρούνται οι παρακάτω δέκα όροι ώστε να ικανοποιούνται οι απαιτήσεις ευχρηστίας ενός συστήματος, ήτοι:

- **Ορατότητα της κατάστασης του συστήματος:** το σύστημα πρέπει να κρατά πάντα ενήμερο τον χρήστη για την κατάστασή του, μέσω κατάλληλων πληροφοριών απόκρισης, μέσα σε λογικό χρονικό διάστημα.

- **Εναρμονισμός συστήματος και πραγματικού κόσμου:** το σύστημα πρέπει να αποκρίνεται σε "γλώσσα" κατανοητή από το χρήστη, και η πληροφορία να παρουσιάζεται με φυσικό τρόπο και λογική σειρά.

- **Έλεγχος από το χρήστη και ελευθερία κινήσεων:** οι χρήστες συχνά ενεργούν κατά λάθος, και δεν μπορούν να «επανορθώσουν» βάσει των εργαλείων που τους παρέχονται. Κάθε σύστημα πρέπει να προσφέρει δυνατότητες αναίρεσης και επανάληψης.

- **Συνέπεια και Σταθερότητα:** οι χρήστες δεν πρέπει να αμφιταλαντεύονται για το νόημα συγκεκριμένων λέξεων, καταστάσεων ή ενεργειών. Πρέπει να χρησιμοποιούνται ενιαίοι και σταθεροί κανόνες σε όλες τις περιπτώσεις.

- **Παρεμπόδιση σφαλμάτων:** ένας καλός σχεδιασμός που αποτρέπει προβλήματα εκ των προτέρων είναι πολύ καλύτερη τεχνική από τη χρήση μηνυμάτων λάθους.

- **Αναγνώριση:** τα αντικείμενα, οι ενέργειες και οι επιλογές πρέπει να είναι ορατά. Ο χρήστης δεν μπορεί να θυμάται πληροφορίες κατά τη διάρκεια της πλοήγησής του από μια οθόνη σε μια άλλη. Οι οδηγίες για τη χρήση του συστήματος πρέπει να είναι επίσης ορατές και διαθέσιμες όποτε χρειαστούν.

- **Προσαρμοστικότητα και αποδοτικότητα:** το σύστημα πρέπει να σχεδιαστεί με τέτοιο τρόπο, ώστε να επιτρέπει τόσο στους έμπειρους όσο και στους άπειρους χρήστες να διαμορφώνουν τον τρόπο και την ταχύτητα με την οποία αλληλεπιδρούν με το σύστημα, σύμφωνα με τα δικά τους κριτήρια.

- **Αισθητική και απλός σχεδιασμός:** κάθε αντικείμενο ή οθόνη πρέπει να περιέχει μόνο τις απαραίτητες για το χρήστη πληροφορίες. Κάθε επιπλέον πληροφορία μπορεί να τον αποπροσανατολίσει και να τον αποτρέψει από να τη χρησιμοποιήσει.

- **Βοήθεια για αναγνώριση, διάγνωση και διόρθωση λαθών:** τα μηνύματα λάθους πρέπει να εκφράζονται σε απλή και κατανοητή γλώσσα. Επίσης πρέπει να εντοπίζουν επακριβώς το πρόβλημα και να προτείνουν σαφώς τη λύση.

- **Παροχή Βοήθειας και Τεκμηρίωσης:** παρόλο που είναι καλύτερο να μπορεί ο χρήστης να χρησιμοποιήσει το σύστημα χωρίς να χρειάζεται να ανατρέξει σε οποιοδήποτε ηλεκτρονικό εγχειρίδιο, πολλές φορές η παροχή εγγράφου λεπτομερούς τεκμηρίωσης είναι απαραίτητη. Κάθε τέτοιου είδους πληροφορία πρέπει να είναι εύκολα προσβάσιμη, ακριβής και όχι πολύ μεγάλη. (J.Nielsen, 1931)

#### **4. Βασικά στοιχεία σχεδιασμού ιστοσελίδας**

Για να δημιουργηθεί μια ιστοσελίδα θα πρέπει ο σχεδιαστής της να λάβει υπόψη του ορισμένα βασικά στοιχεία ώστε να πετύχει το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα για την επίτευξη του σκοπού για το οποίο το δημιουργεί είτε είναι η απλή πληροφόρηση, είτε είναι η ευρύτερη ενημέρωση, είτε είναι προαγωγή μιας επιχείρησης. Η τεχνική προσέγγιση σε συνδυασμό με την γραφιστική απεικόνιση, είναι μέτρα επαγγελματικής ευχέρειας του σχεδιαστή που πρέπει να διαθέτει προκειμένου να δημιουργήσει μια ιστοσελίδα με αμεσότητα, ευχρηστία και πληροφοριακή διαθεσιμότητα.

Τα κυριότερα στοιχεία δημιουργίας μιας ιστοσελίδας είναι τα εξής:

##### **4.1. Η πληροφοριακή χρησιμότητα**

Σε μια οθόνη 480.000 pixel που διαμορφώνει μια εικόνα, θα πρέπει ένα μεγάλο ποσοστό αυτής να παρέχει μια χρήσιμη πληροφορία στον επισκέπτη της ιστοσελίδας. Στατιστικά το 20%-30% της οθόνης καλύπτεται με τα γραφικά του λειτουργικού συστήματος και του φυλλομετρητή ιστοσελίδων (browser), το 30% καταλαμβάνουν οι επιλογές πλοήγησης ενώ μόνο το 20% της συνολικής χωρητικότητας της οθόνης καταλαμβάνει η χρήσιμη πληροφορία, για την οποία έκανε επίσκεψη ο χρήστης. Σε μερικές περιπτώσεις το ποσοστό αυτό μικραίνει όταν καταλαμβάνεται χώρος για διαφημίσεις (banners) με αποτέλεσμα ο επισκέπτης να χάνει ώρα και να μην καλύπτει την ανάγκη του



για της συγκεκριμένη πληροφορία που ψάχνει. Το πρόβλημα γίνεται εντονότερο σε εμπορικούς διαδικτυακούς τόπους όπου παρέχονται υπηρεσίες ηλεκτρονικού εμπορίου, καθώς η βασική απαίτηση του χρήστη είναι να βλέπει όσο το δυνατόν περισσότερα προϊόντα σε μια σελίδα. (Δικτυωθείτε, 2008). .

#### **4.2. Χρήση πολυμεσικού υλικού (multimedia)**

Η χρήση πολυμεσικού υλικού σε μια ιστοσελίδα καθιστά την παρουσίασή της πιο εντυπωσιακή και φιλική προς το χρήστη παρόλο που η αναπόφευκτη χρονική καθυστέρηση συνήθως κάνει τους σχεδιαστές πολύ προσεκτικούς κατά την ενσωμάτωσή του. Οι εικόνες καλό είναι να μην καταλαμβάνουν μεγάλο χώρο στην οθόνη και να έχουν το μέγεθος που ακριβώς απαιτείται για την παρουσίασή τους. Η συρρίκνωση της εικόνας, που πολλές φορές λανθασμένα χρησιμοποιείται από τους σχεδιαστές, δεν φέρνει τα αναμενόμενα αποτελέσματα. Αντ' αυτού, όταν θέλουμε να φέρουμε μια εικόνα σε συγκεκριμένες διαστάσεις χρησιμοποιούμε τις μεθόδους της εστίασης και της κοπής, οι οποίες μειώνουν και το μέγεθος της εικόνας. Αφού γίνει αυτό, αποθηκεύουμε την τελική εικόνα σε συμπιεσμένη μορφή (συνήθως JPG ή GIF).

Η κινούμενη εικόνα και το video, παρόλο που επιβαρύνουν το website, είναι αρκετές φορές σκόπιμα παρόλα αυτά η εφαρμογή αυτών των μέσων είναι χρήσιμη καθόσον επιτυγχάνονται τα παρακάτω αποτελέσματα:

- Απεικόνιση τρισδιάστατων αντικειμένων
- Απεικόνιση αλλαγής καταστάσεων σε αντικείμενα
- Εντυπωσιασμός και εστίαση του ενδιαφέροντος του χρήστη
- Προβολή διαφημιστικών spots
- Προώθηση τηλεοπτικών γεγονότων μικρής χρονικής διάρκειας

Ο ήχος συνηθίζεται να χρησιμοποιείται είτε για σχολιασμό του οπτικού υλικού είτε ως «μουσικό χαλί» που συνοδεύει μια παρουσίαση. Όταν όμως η παρουσίαση έχει μεγάλη διάρκεια και ο ήχος επαναλαμβάνεται συνεχώς, τότε γίνεται ενοχλητικός. Είναι λοιπόν σκόπιμο, οι «μουσικόφιλοι» σχεδιαστές σελίδων, να επιτρέπουν στο χρήστη να επιλέξει τη διακοπή του ήχου όποτε αυτός το επιθυμεί. Σε κάθε περίπτωση χρήσης πολυμεσικού υλικού, πρέπει

να δίνεται μεγάλη προσοχή στο τελικό μέγεθος και να μη θυσιάζεται η ουσιαστική πληροφορία (Δικτυωθείτε, 2008).

### **4.3. Ταχύτητα πλοήγησης**

Σημαντικός παράγοντας στην διαδικασία σχεδίασης ιστοσελίδων είναι η ταχύτητα πλοήγησης δηλαδή την ταχύτητα με την οποία οι χρήστες μιας ιστοσελίδας μπορούν να «κατεβάζουν» το περιεχόμενό της στην οθόνη του υπολογιστή τους. Σύμφωνα με τον διακεκριμένο ερευνητή Robert B. Miller, όταν το σύστημα αποκρίνεται στο χρήστη μέσα σε 0,1 δευτερόλεπτα, ο πρώτος θεωρεί ότι το σύστημα έχει άμεση επικοινωνία και ακαριαία απόκριση. Όταν η απόκριση ολοκληρώνεται μέσα σε ένα δευτερόλεπτο, ο χρήστης αντιλαμβάνεται την καθυστέρηση αλλά είναι ακόμη πλήρως ικανοποιημένος από το χρόνο ανοίγματος της σελίδας. Το μέγιστο χρονικό όριο αναμονής, όπως αποδεικνύεται από στατιστικές έρευνες, φτάνει τα 10 δευτερόλεπτα. Όταν η ιστοσελίδα είναι επιβαρυνμένη με πολλά γραφικά αυτό έχει σαν αποτέλεσμα την καθυστέρηση της ταχύτητας. Αυτό βέβαια δεν αποτελεί κανόνα για όλους, αφού σε κάποιες περιπτώσεις σκοπός μιας επιχείρησης είναι να προβληθεί με τον ομορφότερο και εντυπωσιακότερο δυνατό τρόπο, αφήνοντας τη χρονική επιβάρυνση για τους χρήστες της (Δικτυωθείτε, 2008).

### **4.4. Πλοήγηση**

Η ευκολία και η ευχρηστία μιας ιστοσελίδας φαίνεται από την δυνατότητα που έχει ο επισκέπτης της να κινείται εύκολα και χωρίς να χάνεται μέσα σ'αυτή. Ειδικότερα, το περιβάλλον πλοήγησης που υπάρχει στην επισκεπτόμενη ιστοσελίδα θα πρέπει να δίνει στο χρήστη της σχετικές πληροφορίες με:

- Πού βρίσκεται
- Ποιες σελίδες ή συνδέσμους έχει ήδη επισκεφθεί
- Πού βρίσκονται οι επιλογές πλοήγησης

Αν και πολλές από τις παραπάνω πληροφορίες παρέχονται απευθείας από το φυλλομετρητή, οι σελίδες του website πρέπει να πληροφορούν τόσο για τη θέση του χρήστη ως προς το Web αλλά και ως προς το συγκεκριμένο

site, όσο και για τη συγκεντρωτική δομή του δικτυακού τόπου, έτσι ώστε να είναι δυνατή η πλήρης κατανόηση του χρήστη για την όλη δομή του ιστότοπου.

Τα χρώματα των συνδέσμων (links) θα πρέπει να διαφέρουν από αυτά των απλών κειμένων και θα πρέπει να διατηρείται μια ενιαία λογική στον τρόπο απεικόνισής τους. Οι σύνδεσμοι μεταξύ τους μπορούν και αυτοί να διαφοροποιούνται οπτικά, αφού υπάρχουν τύποι συνδέσμων που εξυπηρετούν διαφορετικούς σκοπούς:

- Ενσωματωμένοι πληροφοριακοί σύνδεσμοι, που χρησιμοποιούνται για να οδηγήσουν σε μία αναλυτική παρουσίαση ενός θέματος.
- Σύνδεσμοι δόμησης, που συνδέουν τις κεντρικές σελίδες του δικτυακού τόπου και συνθέτουν τη βασική του δομή
- Σύνδεσμοι συσχέτισης (εξωτερικά links), που αναφέρουν στους χρήστες σελίδες παρόμοιας πληροφορίας με αυτή που διαβάζουν (Δικτυωθείτε, 2008).

#### **4.5. Ανάλυση οθόνης**

Έχοντας υπόψη ο σχεδιαστής ότι οι χρήστες διαθέτουν οθόνες με διαφορετική ανάλυση, αποτελεί απαραίτητη ανάγκη να υπάρχει μια εικόνα για τη μέση ανάλυση που χρησιμοποιούν ανά πάσα στιγμή οι περισσότεροι χρήστες στο Διαδίκτυο, και να αξιοποιηθεί ανάλογα κατά το σχεδιασμό των σελίδων. Τέτοια στοιχεία διατίθενται από εταιρίες στατιστικών ερευνών (π.χ. [www.statmarket.com](http://www.statmarket.com)). Τα τελευταία χρόνια η χρήση της ανάλυσης 640 X 480 έχει μειωθεί ιδιαίτερα, και πάνω από το 50% των χρηστών του Internet χρησιμοποιεί ανάλυση οθόνης 800 X 600. Είναι λοιπόν χρήσιμο οι σχεδιαστές να χρησιμοποιούν την παραπάνω ανάλυση ως βασική για τη δημιουργία σελίδων, ώστε να αποφεύγεται το κατέβασμα (scroll down), εφόσον βέβαια αυτό δεν προκαλείται ούτως ή άλλως από το μήκος της σελίδας (την κάθετη διάταξη του περιεχομένου επί μακρών) (Δικτυωθείτε, 2008).

#### **4.6. Εύρεση πληροφορίας**

Ένας σωστά διαμορφωμένος ιστότοπος διαθέτει έναν εναλλακτικό τρόπο εύρεσης πληροφοριών από αυτόν της πλοήγησης, ήτοι μια μικρή μηχανή αναζήτησης μέσα στον ιστότοπο, καθώς και την επιλογή του Map που έχουν υιοθετήσει τον τελευταίο καιρό οι σχεδιαστές και έχει εξυπηρετήσει τον σκοπό αυτό. Αν και αυτό το χαρακτηριστικό δεν είναι απαραίτητο για τους ιστότοπους που δεν περιέχουν μεγάλη ποσότητα πληροφοριών, σε εταιρικά websites που παρουσιάζουν λίστες με προϊόντα ή υπηρεσίες, ανακοινώσεις και δημοσιεύσεις, αυτή η υπηρεσία θεωρείται απαραίτητη, αφού βοηθά το χρήστη να ανακαλύψει και να μεταβεί στην πληροφορία που τον ενδιαφέρει πολύ γρήγορα (Δικτυωθείτε, 2008).

#### **5. Μέθοδοι σχεδιασμού ιστοσελίδας**

Υπάρχουν δύο βασικοί τρόποι προσέγγισης του σχεδιασμού μιας ιστοσελίδας, η γραφιστική μέθοδος και η μέθοδος τεχνικής προσέγγισης. Στη γραφιστική μέθοδο σχεδιασμού, ο σχεδιαστής- γραφίστας δίνει το βάρος της σχεδίασης στην καλαισθησία, στην ψυχολογία του χρήστη και στον εντυπωσιασμό μέσω οπτικοαουστικών εφέ. Η τεχνική προσέγγιση του σχεδιασμού λαμβάνει υπόψη κανόνες και τεχνικούς περιορισμούς, που οδηγούν στη σχεδίαση ενός εύχρηστου περιβάλλοντος επικοινωνίας με τον επισκέπτη, γεγονός που καθιστά την πλοήγηση ευκολότερη.

Μολονότι η καλαισθησία αποτελεί κύριο χαρακτηριστικό στη δημιουργία πολλών web sites, στην επιχειρηματική κοινότητα ο στόχος της εταιρικής παρουσίασης στο Διαδίκτυο εστιάζεται συνήθως (εκτός από την απλή διαφήμιση) στην ενημέρωση των χρηστών και στις ηλεκτρονικές συναλλαγές μεταξύ εταιριών και πελατών ή των εταιριών μεταξύ τους. Η αναζήτηση συγκεκριμένης πληροφορίας στο Internet θα πρέπει να ολοκληρώνεται όσο το δυνατόν γρηγορότερα και με τον λιγότερο δυνατό κόπο, θα πρέπει να δίνεται ιδιαίτερη έμφαση τόσο στην εξυπηρέτηση των αναγκών των χρηστών, με τον καλύτερο δυνατό τρόπο, όσο και στον εμπλουτισμό με εικαστικές-γραφιστικές απεικονίσεις (Δικτυωθείτε, 2008).

## 6. Γλώσσες Προγραμματισμού ιστοσελίδας

Γλώσσα προγραμματισμού λέγεται μια τεχνητή γλώσσα που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τον έλεγχο μιας μηχανής, συνήθως ενός υπολογιστή. Οι γλώσσες προγραμματισμού (όπως άλλωστε και οι ανθρώπινες γλώσσες) ορίζονται από ένα σύνολο συντακτικών και εννοιολογικών κανόνων, που ορίζουν τη δομή και το νόημα, αντίστοιχα, των προτάσεων της γλώσσας. Οι γλώσσες προγραμματισμού χρησιμοποιούνται για να διευκολύνουν την οργάνωση και διαχείριση πληροφοριών, αλλά και για την ακριβή διατύπωση αλγόριθμων. Ορισμένοι ειδικοί χρησιμοποιούν τον όρο γλώσσα προγραμματισμού μόνο για τυπικές γλώσσες που μπορούν να εκφράσουν όλους τους πιθανούς αλγορίθμους. Μη-υπολογιστικές γλώσσες όπως η HTML ή τυπικές γραμματικές όπως η BNF δεν λέγονται συνήθως γλώσσες προγραμματισμού. Υπάρχουν χιλιάδες διαφορετικές γλώσσες προγραμματισμού, και συνεχώς δημιουργούνται περισσότερες. Κάθε γλώσσα προγραμματισμού έχει το δικό της σύνολο τυπικών προδιαγραφών (ή κανόνων) που αφορούν το συντακτικό, το λεξιλόγιο και το νόημα της. Για τις περισσότερες γλώσσες που χρησιμοποιούνται ευρέως και έχουν χρησιμοποιηθεί για αρκετό χρονικό διάστημα, υπάρχουν ειδικοί οργανισμοί τυποποίησης οι οποίοι μέσα από τακτές συναντήσεις δημιουργούν, τροποποιούν ή επεκτείνουν τις τυπικές προδιαγραφές που διέπουν την χρήση μιας γλώσσας προγραμματισμού. (Δικτυωθείτε, 2008).

### 6.1. HTML

Η HTML αποτέλεσε την πρώτη και κύρια γλώσσα δημιουργίας ιστοσελίδων από την έναρξη λειτουργίας του παγκόσμιου ιστού. Τα αρχικά HTML προέρχονται από τις λέξεις Hyper Text Markup Language. Είναι μια περιγραφική γλώσσα (markup language), δηλαδή ένας ειδικός τρόπος γραφής κειμένου. Ο καθένας μπορεί να δημιουργήσει ένα αρχείο HTML χρησιμοποιώντας απλώς έναν επεξεργαστή κειμένου. Αποτελεί υποσύνολο της γλώσσας SGML (Standard Generalized Markup Language) που επινοήθηκε από την IBM προκειμένου να λυθεί το πρόβλημα της μη τυποποιημένης εμφάνισης κειμένων στα διάφορα υπολογιστικά συστήματα

(Castro,2007). Ο browser αναγνωρίζει αυτόν τον τρόπο γραφής και εκτελεί τις εντολές που περιέχονται σε αυτόν. Η HTML χρησιμοποιεί τις ειδικές ετικέτες (tags) να δώσει τις απαραίτητες οδηγίες στον browser. Τα tags είναι εντολές που συνήθως ορίζουν την αρχή ή το τέλος μιας λειτουργίας. Τα tags βρίσκονται πάντα μεταξύ των συμβόλων < και >. Π.χ. <BODY> Οι οδηγίες είναι case insensitive, δεν επηρεάζονται από το αν έχουν γραφτεί με πεζά (μικρά) ή κεφαλαία. Ένα αρχείο HTML πρέπει να έχει κατάληξη htm ή html.

Η HTML ήταν ουσιαστικά μονόδρομη. Οι χρήστες μπορούσαν να ζητήσουν σελίδες από τους παροχής πληροφοριών, αλλά ήταν δύσκολο να στείλουν πληροφορίες προς την αντίστροφη κατεύθυνση. Καθώς όλο και περισσότεροι εμπορικοί οργανισμοί άρχισαν να χρησιμοποιούν τον Ιστό, εμφανίστηκε μεγάλη ζήτηση για αμφίδρομη κίνηση. Για παράδειγμα πολλές εταιρείες ήθελαν να μπορούν να δέχονται παραγγελίες για προϊόντα μέσω του ιστοσελίδων τους, οι πωλητές λογισμικού ήθελαν να μπορούν να διανέμουν λογισμικό μέσω του Ιστού και οι πελάτες να συμπληρώνουν τις κάρτες εγγραφής τους ηλεκτρονικά, ενώ οι εταιρείες που προσέφεραν υπηρεσίες αναζήτησης στον Ιστό ήθελαν οι πελάτες τους να μπορούν να πληκτρολογούν λέξεις-κλειδιά προς αναζήτηση (Tanenbaum, 2003).

Για να μπορούν οι browser να ερμηνεύουν σχεδόν απόλυτα σωστά την html έχουν θεσπιστεί κάποιοι κανόνες. Αυτοί οι κανόνες είναι γνωστοί ως προδιαγραφές. Σχεδόν κάθε είδος υπολογιστή μπορεί να δείξει το ίδιο καλά μια ιστοσελίδα. Οι πρώτες προδιαγραφές ήταν η html 2.0. Πρόβλημα προέκυψε όταν η Microsoft και η Netscape προσθέσανε στην html, τέτοιες δυνατότητες που στην αρχή τουλάχιστον ήταν συμβατές μόνο με συγκεκριμένους browser. Ακόμη και σήμερα υπάρχουν διαφορές στην απεικόνιση κάποιας σελίδας από διαφορετικούς browsers. Ιδιαίτερο είναι το πρόβλημα όταν η ιστοσελίδα, εκτός από "καθαρή" HTML περιλαμβάνει και εφαρμογές Javascript και CSS (Wikipedia, 2008).

## **6.2. Εκδόσεις HTML**

### **6.2.1 HTML 2.0**

Οι απαιτήσεις στο Internet οδήγησαν στο να συμπεριληφθούν στη γλώσσα οι φόρμες (forms), κάτι που έγινε από την HTML 2,0. Οι φόρμες περιέχουν πλαίσια και κουμπιά, τα οποία επιτρέπουν στους χρήστες να συμπληρώνουν πληροφορίες ή να κάνουν επιλογές και στη συνέχεια να στέλνουν τις πληροφορίες στον ιδιοκτήτη της σελίδας. Για το σκοπό αυτό οι φόρμες χρησιμοποιούν την ετικέτα <input>. Η ετικέτα αυτή έχει ποικίλες παραμέτρους που προσδιορίζουν το μέγεθος, το είδος και τη χρησιμότητα του πλαισίου που εμφανίζεται. Οι συνηθισμένες φόρμες περιέχουν κενά πεδία για εισαγωγή κειμένου από το χρήστη, πλαίσια ελέγχου που μπορούν να ενεργοποιηθούν, ενεργούς χάρτες εικόνων και κουμπιά για υποβολή της φόρμας (submit) (Tanenbaum, 2003). Η HTML 2.0 αναπτύχθηκε από την Ομάδα Εργασίας IETF HTML, η οποία και ολοκληρώθηκε το 1996. Η HTML 2,0 ήταν το πρότυπο για τον σχεδιασμό ιστοσελίδων μέχρι τον Ιανουάριο του 1997 όπου και ορίστηκαν για πρώτη φορά πολλές βασικές λειτουργίες HTML (Connolly, 1999).

### **6.2.2. HTML 3.0**

Η HTML 3.0 χρησιμοποιεί ένα ελαφρύ ύφος σήμανσης, ώστε να καταστούν κατάλληλα για ένα πολύ ευρύ φάσμα της παραγωγής, συμπεριλαμβανομένων συνθέτες ομιλίας. Συμπεριλαμβανομένης της υποστήριξης για τις εξισώσεις και τύπους η HTML 3.0 προσθέτει σχετικά μικρή πολυπλοκότητα σε ένα πρόγραμμα περιήγησης. Η HTML 3.0, περιλαμβάνει υποστήριξη για εξατομικευμένους καταλόγους, θέσεις ελέγχου, καρτέλες και οριζόντια ευθυγράμμιση των κεφαλίδων και της παραγράφου του κειμένου. Πρόσθετα χαρακτηριστικά περιλαμβάνουν ένα στατικό banner, περιοχή για τα εταιρικά λογότυπα, και προσαρμοσμένες ρήτρες πλοήγησης / αναζήτησης ελέγχων. Οι γραμματοσειρές και η παρουσίαση μπορούν να προσαρμοστούν ώστε να ταιριάζουν οι πόροι που διατίθενται στη χώρα υποδοχής μηχανών και τις προτιμήσεις του χρήστη. Η HTML 3.0 υποστηρίζει

φύλλα στυλ (CSS) και οι συγγραφείς μπορούν να τοποθετούν σε ξεχωριστό στυλ ή να περιλαμβάνει στο έγγραφο εντός της κεφαλής Style στοιχείο (W3, 2007).

### **6.2.3. HTML 3.2**

HTML 3.2 πρόσθεσε χαρακτηριστικά, όπως πίνακες, εφαρμογές, κείμενο-ροή γύρω από εικόνες, εκθέτες και δείκτες, ενώ ταυτόχρονα παρέχει συμβατότητα με την υπάρχουσα HTML 2.0 Standard (W3, 2007).

### **6.2.4. HTML 4.0**

Η HTML 4.0 ήταν μια μεγάλη εξέλιξη των προτύπων της HTML και δίνει ιδιαίτερη έμφαση στη διεθνοποίηση και την υποστήριξη της HTML για την παρουσίαση της νέας γλώσσας, των πολλαπλών φύλλων στυλ (CSS). Η HTML 4.0 είχε προταθεί από το W3C το Δεκέμβριο του '97 και έγινε το επίσημο πρότυπο τον Απρίλιο του 1998. Το νέο πρότυπο, τι νέες ετικέτες και τα χαρακτηριστικά υποστήριξε άψογα ο Microsoft Internet Explorer browser, εν αντιθέσει με τον Netscape Navigator 4.7 που δεν ήταν έτοιμος να δεχθεί το νέο πρότυπο της HTML. Η έκδοση αυτή της HTML, εκτός από το κείμενο, πολυμέσων, και υπερ-σύνδεση χαρακτηριστικά των προηγούμενων εκδόσεων της HTML, υποστηρίζει περισσότερες δυνατότητες πολυμέσων, γλώσσες προγραμματισμού, δελτία τύπου, καλύτερες εκτυπώσεις, καθώς και τα έγγραφα που έχουν μεγαλύτερη πρόσβαση οι χρήστες με ειδικές ανάγκες, ήταν ένα μεγάλο βήμα προς την διεθνοποίηση των εγγράφων (W3, 1998).

### **6.2.5. HTML 5.0**

Το W3C στις 22 Ιανουαρίου 2008 εξέδωσε ένα προσχέδιο της HTML 5, μια σημαντική αναθεώρηση της γλώσσας σήμανσης για τον Παγκόσμιο Ιστό. Η Ομάδα Εργασίας HTML (Working Group) δημιουργεί την HTML 5 να είναι ανοιχτή προδιαγραφή (royalty-free), για πλούσιο περιεχόμενο και εφαρμογές του Παγκοσμίου Ιστού. "Η HTML είναι φυσικά ένα πολύ σημαντικό πρότυπο," είπε ο Tim Berners-Lee, συγγραφέας της πρώτης έκδοσης της



HTML και Διευθυντής του W3C. "Χαίρομαι που βλέπω την κοινότητα κατασκευαστών, συμπεριλαμβανομένων των εταιρειών περιηγητών, να εργάζονται μαζί για να δημιουργήσουν το καλύτερο δυνατό μονοπάτι για τον Παγκόσμιο Ιστό. Η ενσωμάτωση της δουλειάς τόσων ανθρώπων είναι δύσκολη δουλειά, όπως και η πρόκληση της εξισορρόπησης της σταθερότητας με την καινοτομία, του πραγματισμού με τον ιδεαλισμό."

Τι Είναι Νέο στην HTML 5 Οι μηχανικοί, οι σχεδιαστές, τα τμήματα marketing και οι χρήστες έχουν μάθει πολλά για τον Παγκόσμιο Ιστό από τότε που πρωτοεκδόθηκε η HTML 4 το Δεκέμβριο του 1997. Οι ιστοσελίδες αντικατοπτρίζουν αυτή την πρόοδο: δεν υπάρχουν πια συλλογές στατικών σελίδων, τώρα αποτελούν κοινότητες πλούσιων μέσων που ενισχύουν τη συμμετοχή και εξελίσσονται δυναμικά για να συναντήσουν τις ανάγκες των πελατών. Η Ajax και οι σχετικές καινοτομίες έχουν κεντρίσει τις απαιτήσεις για ένα νέο πρότυπο που επιτρέπει στους ανθρώπους να δημιουργούν εφαρμογές στον Παγκόσμιο Ιστό που δια-λειτουργούν σε διάφορες πλατφόρμες. Μερικά από τα πιο ενδιαφέροντα, νέα χαρακτηριστικά (new features) για τους συγγραφείς είναι τα APIs για το σχεδιασμός τρισδιάστατων γραφικών, η ενσωμάτωση και ο έλεγχος περιεχομένου ήχου και βίντεο, η διατήρηση αποθήκευσης δεδομένων, από την πλευρά των πελατών και η δυνατότητα οι χρήστες να αλλάζουν ολοκληρωτικά ή τμήματα εγγράφων διαλειτουργικά. Άλλα χαρακτηριστικά διευκολύνουν την αναπαράσταση οικείων στοιχείων σελίδων, συμπεριλαμβανομένων των <section> <footer> <nav> (για περιήγηση) και <figure> (για την απόδοση σχολίου σε φωτογραφία ή σε άλλο ενσωματωμένο περιεχόμενο). Οι συγγραφείς γράφουν σε HTML 5 χρησιμοποιώντας είτε το κλασσικό συντακτικό HTML ή συντακτικό XML, σύμφωνα με τις απαιτήσεις της εφαρμογής. Η προδιαγραφή HTML 5 βοηθάει στη βελτίωση της δια-λειτουργικότητας και στην μείωση του κόστους λογισμικού δίνοντας ακριβείς κανόνες όχι μόνο για τη διαχείριση όλων των σωστών εγγράφων HTML αλλά και για τον τρόπο επιδιόρθωσης των λαθών. Αυτή είναι η πρώτη έκδοση της HTML που αναπτύχθηκε κάτω από την Πολιτική Royalty-Free Patent Policy του W3C ( W3, 2008).

### 6.3. XML

Με μια πρώτη ματιά η xml (EXtensible Markup Language) μοιάζει με την html, μια και διαθέτει και αυτή ετικέτες, ιδιότητες και τιμές. Ωστόσο, αντί να χρησιμεύει σαν μια ακόμα γλώσσα για την δημιουργία ιστοσελίδων, η xml είναι μια γλώσσα για την δημιουργία άλλων γλωσσών. Η XML είναι κάτι περισσότερο από markup language είναι meta - language, δηλαδή μια γλώσσα που χρησιμοποιείται για να καθορίσει νέες markup γλώσσες. Με την xml μας δίνετε η δυνατότητα να σχεδιάσουμε μια προσαρμοσμένη γλώσσα σήμανσης όπου περιέχει ετικέτες η οποίες περιγράφουν τα δεδομένα που περιέχουν. Σε αυτό ακριβώς το σημείο βρίσκεται η ισχύς της xml, επειδή κάθε ετικέτα χαρακτηρίζει τα δεδομένα που περιέχει, αυτά τα δεδομένα γίνονται διαθέσιμα και για άλλες δουλειές (Castro, 2003, Vassen&Hagemann, 2007). Η xml δεν είναι και τόσο "βολική" όσο η html. Προκειμένου να διευκολύνει τη δουλειά των προγραμμάτων συντακτικής ανάλυσης xml (xml parsers) – προϊόντων λογισμικού που διαβάζουν και ερμηνεύουν δεδομένα xml, η xml απαιτεί να χρησιμοποιείται με μεγάλη προσοχή τα πεζά και τα κεφαλαία γράμματα, τα εισαγωγικά, τις ετικέτες κλεισίματος και τις υπόλοιπες λεπτομέρειες. Επιπρόσθετα, στον ιστό υπάρχουν εκατομμύρια ιστοσελίδες που έχουν είδη γραφεί σε html και εκατομμύρια διακομιστές και φυλλομετρητές ιστού που γνωρίζουν ήδη πώς να τις χειριστούν. Στην πραγματικότητα, η XML είναι markup γλώσσα για έγγραφα που περιέχουν δομημένες πληροφορίες οι οποίες περιλαμβάνουν περιεχόμενο και κάποιες διευκρινίσεις για το ρόλο που παίζει το περιεχόμενο. Η XML συμπληρώνει και δεν αντικαθιστά την HTML. Στην HTML τα tags είναι προκαθορισμένα ενώ η XML παρέχει τη δυνατότητα να καθορίζουν οι χρήστες τα tags και τις δομημένες μεταξύ τους σχέσεις.

Τα κυριότερα πλεονεκτήματα της XML

- Είναι ανεξάρτητη τόσο του λειτουργικού συστήματος όσο και του δημιουργού ή προμηθευτή της
- Είναι αυτοπεριγραφική και εύκολα επεκτάσιμη. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τη δημιουργία νέων γλωσσών προγραμματισμού

- Δεν χρειάζεται καμία προηγούμενη εμπειρία για να κατανοηθεί το περιεχόμενο ενός εγγράφου XML
- Έχει μια δένδροειδή δομή η οποία επιτρέπει να περιγράψουμε εύκολα κάθε πρόβλημα πληροφορικής
- Μεταφέρεται εύκολα επειδή υποστηρίζει όλες τις γραμματοσειρές και γλώσσες
- Ένα έγγραφο XML μπορεί να χρησιμοποιηθεί από όλες τις εφαρμογές οι οποίες υποστηρίζουν ένα συντακτικό αναλυτή (parser) ο οποίος θα αναλύσει τον κώδικα της XML (Tanenbaum, 2003).

#### 6.4. XHTML

Η XHTML (Extensible HyperText Markup Language) είναι ο διάδοχος της HTML, μια αυστηρότερη μορφή κώδικα, που δημιουργήθηκε με σκοπό την κατασκευή ιστοσελίδων που θα είναι προσβάσιμες και από άλλες συσκευές εκτός από τους browsers (π.χ. κινητά τηλέφωνα). Πάνω σ' αυτή τη τεχνολογία στηρίζονται οι browsers που έχουν σχεδιαστεί ειδικά για τα άτομα με ειδικές ανάγκες, με αποτέλεσμα να επιτρέπεται ένα μεγαλύτερο κοινό πρόσβασης στις ιστοσελίδες που σχεδιάστηκαν με XHTML (Castro, 2003). Η XHTML προτάθηκε από το W3C στις 26 Ιανουαρίου του 2000. Οι σχεδιαστές του οργανισμού W3C ξαναέγραψαν την html στην xml. Η νέα γλώσσα που δημιούργησαν διαθέτει όλες της δυνατότητες της html και για αυτόν το λόγο, είναι κατανοητή από όλους τους φυλλομετρητές του πλανήτη. Επειδή η νέα γλώσσα χρησιμοποιεί τη σύνταξη της xml, εκμεταλλεύεται όλη την ισχύ και την ευελιξία της xml, καθώς και τις βάσεις που προσφέρει για τη χρήση μορφοποίησης στυλ γνωστή ως CSS style (Tanenbaum, 2003, W3, 2007)

Κάποια από τα κύρια χαρακτηριστικά της XHTML είναι:

- Η αυστηρότητα η οποία έλειπε από την HTML, έχει προστεθεί από τη γλώσσα XHTML.
- Η XHTML αποτελεί το επόμενο μεγάλο βήμα στη διαρκή εξέλιξη του Διαδικτύου επειδή, βασίζεται στη γλώσσα XML και ταυτόχρονα αναπαράγει και επεκτείνει τη γλώσσα HTML.

- Η XHTML προορίζεται να χρησιμοποιηθεί ως γλώσσα περιεχομένου η οποία θα είναι σύμφωνη με τις γλώσσες XML και HTML.

#### 6.4.1. Εκδόσεις της XHTML

- **XHTML 1.0 Transitional: (Μεταβατική)**

Λέγεται μεταβατική επειδή προορίζεται για την εύκολη μετάβαση από την έκδοση HTML 3.2. Η έκδοση αυτή πρέπει να προτιμάται όταν θέλουμε η ιστοσελίδα να είναι προσπελάσιμη από όσο το δυνατόν περισσότερους χρήστες του Διαδικτύου επειδή υποστηρίζει σχεδόν όλες τις ετικέτες της XHTML ακόμη και αυτές οι οποίες είναι προς διαγραφή.

- **XHTML 1.0 Strict: (Αυστηρή)**

Λέγεται αυστηρή επειδή διαχωρίζει το περιεχόμενο από τον τρόπο εμφάνισης. Προορίζεται για την ανάπτυξη ιστοσελίδων οι οποίες απαιτούν την ικανοποίηση ειδικών προδιαγραφών π.χ. των προδιαγραφών οι οποίες καθορίζονται από δημόσιους φορείς και υπηρεσίες.

- **XHTML 1.0 Frameset: (Πλαισιοσύνολο)**

Η έκδοση αυτή θα πρέπει να χρησιμοποιείται όταν γίνεται χρήση πλαισίων σε μια ιστοσελίδα. (Connolly, 1999).

#### 6.4.2. Σύγκριση XHTML και HTML 4

- Τα ονόματα όλων των ετικετών και των ιδιοτήτων στην XHTML πρέπει να συντάσσονται υποχρεωτικά μόνο με πεζά γράμματα
- Επειδή η γλώσσα XML δεν επιτρέπει να απουσιάζουν οι ετικέτες τέλους γι αυτό το λόγο και στην XHTML απαιτούνται οι ετικέτες τέλους ακόμη και για τα κενά διαστήματα
- Στην XHTML όλες οι τιμές των ιδιοτήτων πρέπει να τοποθετούνται ανάμεσα σε διπλά εισαγωγικά (quote), ακόμη και εκείνες οι οποίες είναι αριθμητικές.
- Στην XHTML τα ζευγάρια ιδιότητα-τιμή πρέπει να εμφανίζονται πλήρως
- Στην XHTML θεωρούνται απαραίτητα και πρέπει πάντα να εμφανίζονται τα τρία βασικά στοιχεία <html>, <head> και <body>. Το

ίδιο πρέπει να συμβεί και για τον τύπο εγγράφου DOCTYPE (W3, 2007).

## 6.5. CSS

Η CSS (Cascading Style Sheets) πρωτοεμφανίστηκε το 1996, αλλά η ολοκληρωμένη υποστήριξη από τους πιο δημοφιλείς browsers έγινε μέχρι το 2000. Είναι μία γλώσσα που χρησιμοποιείται από την HTML και την XHTML για να ορίσει την εμφάνιση των ιστοσελίδων του Διαδικτύου. Εφαρμόζεται σε κάθε στοιχείο της σελίδας ξεχωριστά, με τα στυλ ορίζουμε το χρώμα, το μέγεθος της γραμματοσειράς, την γραφή (bold, underline, κτλ.), το χρώμα του φόντου, τις διαστάσεις, την τιμή και μια σειρά από άλλες ιδιότητες των στοιχείων μιας ιστοσελίδας. Η χρήση CSS κάνει πολύ εύκολη την διαχείριση της εμφάνισης των σελίδων. Για παράδειγμα, αν σε μια ιστοσελίδα, χωρίς χρήση CSS, θέλουμε να αλλάξουμε το χρώμα του φόντου σε όλες τις επικεφαλίδες όλων των πινάκων θα πρέπει να πηγαίνουμε σε κάθε μια επικεφαλίδα και να ορίζουμε το χρώμα που επιθυμούμε αλλάζοντας κάθε φορά την τιμή της ιδιότητας bgcolor των ετικετών <th>. Ενώ σε μια σελίδα με χρήση CSS θα χρειαστεί να αλλάξουμε το χρώμα αυτό μια μόνο φορά και αυτό θα εφαρμοστεί για όλες τις επικεφαλίδες των πινάκων της σελίδας. Παρόμοια μπορούμε να ορίσουμε στυλ, όχι μόνο για στοιχεία μιας σελίδας, αλλά για στοιχεία όλων των σελίδων του Site μας. Σήμερα υπάρχουν πολύ λίγες ιστοσελίδες που δεν χρησιμοποιούν CSS. Η χρήση των στυλ κάνει την ζωή των Web designers πολύ πιο εύκολη δημιουργώντας έτσι Sites τα οποία μπορούν να διαχειρίζονται εύκολα και γρήγορα (Wikipedia, 2008).

## 6.6. PHP

Η PHP είναι μια γλώσσα προγραμματισμού που σχεδιάστηκε για τη δημιουργία δυναμικών σελίδων στο διαδίκτυο και είναι επισήμως γνωστή ως: HyperText preprocessor (Tanenbaum, 2003). Μια σελίδα PHP περνά από επεξεργασία από ένα συμβατό διακομιστή του Παγκόσμιου Ιστού (π.χ. Apache), ώστε να παραχθεί σε πραγματικό χρόνο το τελικό περιεχόμενο, που θα σταλεί στο πρόγραμμα περιήγησης των επισκεπτών σε μορφή κώδικα HTML. Είναι μια server-side (εκτελείτε στον διακομιστή) scripting γλώσσα που

γράφεται συνήθως πλαισιωμένη από HTML, για μορφοποίηση των αποτελεσμάτων. Αντίθετα από μια συνηθισμένη HTML σελίδα, η σελίδα PHP δεν στέλνεται άμεσα σε έναν πελάτη (client), αντ' αυτού πρώτα αναλύεται και μετά αποστέλλεται το παραγόμενο αποτέλεσμα. Τα στοιχεία HTML στον πηγαίο κώδικα μένουν ως έχουν, αλλά ο PHP κώδικας ερμηνεύεται και εκτελείται. Ο κώδικας PHP μπορεί να θέσει ερωτήματα σε βάσεις δεδομένων, να δημιουργήσει εικόνες, να διαβάσει και να γράψει αρχεία, να συνδεθεί με απομακρυσμένους υπολογιστές κ.ο.κ. Σε γενικές γραμμές οι δυνατότητες που μας δίνει είναι απεριόριστες. Αρχικά η ονομασία της ήταν PHP/FI από το Forms Interpreter η οποία δημιουργήθηκε το 1995 από τον Rasmus Lerdorf ως μια συλλογή από Perl scripts που τα χρησιμοποιούσε στην προσωπική του σελίδα. Δεν άργησε να τα εμπλουτίσει με λειτουργίες επεξεργασίας δεδομένων με SQL, αλλά τα σημαντικά βήματα που έφεραν και την μεγάλη αποδοχή της PHP ήταν αρχικά η μετατροπή τους σε C και μετέπειτα η δωρεάν παροχή του πηγαίου κώδικα μέσω της σελίδας του ώστε να επωφεληθούν όλοι από αυτό που είχε φτιάξει, αλλά και να τον βοηθήσουν στην περαιτέρω ανάπτυξή της (Wikipedia, 2008).

## 6.7. ASP

Η ASP είναι μια τεχνολογία για τη δημιουργία δυναμικού περιεχομένου σε ιστοσελίδες, που βασίζεται στις γλώσσες προγραμματισμού VBScript ή JScript. Οι σελίδες asp περνούν από επεξεργασία από συμβατό διακομιστή (π.χ. Microsoft IIS) για την παραγωγή 'on the fly' του τελικού περιεχομένου, που θα σταλεί στους browsers με τη μορφή HTML. Η προκαθορισμένη γλώσσα στην οποία βασίζονται οι σελίδες ASP είναι η VBScript, εκτός αν ο προγραμματιστής ορίσει για χρήση τη JScript με ειδική εντολή μέσα στον κώδικα του αρχείου asp.

Οι σελίδες ASP έχουν συνήθως την επέκταση .asp, αλλά είναι στην ευχέρεια του διαχειριστή κάθε web server η ρύθμιση των MIME types με τέτοιο τρόπο, ώστε και άλλες επεκτάσεις αρχείων να αντιμετωπίζονται ως σελίδες ASP.

Η επεξεργασία και προβολή σελίδων ASP υποστηρίζεται από τον server IIS (Internet Information Services) της Microsoft, που περιλαμβάνεται

δωρεάν στο CD εγκατάστασης των Windows 2000/XP. Αρχικά δεν υποστηρίζεται από τον server Apache, τόσο σε Linux, όσο και σε Windows, μπορεί όμως να εγκατασταθεί εκ των υστέρων με το πρόγραμμα Chilisoft ASP της εταιρείας Sun.

Μέσω μιας σελίδας ASP μπορεί να πραγματοποιηθεί σύνδεση σε βάσεις δεδομένων SQL για άντληση, προβολή και εγγραφή δεδομένων και γενικά για εκτέλεση οποιουδήποτε ερωτήματος SQL (Techteam, 2006).

## **6.8. JAVA**

Η Java είναι μια γλώσσα προγραμματισμού που έχει αναπτυχθεί από την εταιρεία Sun Microsystems. Επιτρέπει τη δημιουργία εφαρμογών ανεξάρτητης πλατφόρμας λογισμικού (platform independent). Αυτό σημαίνει ότι μια εφαρμογή Java μπορεί να εκτελεστεί στους περισσότερους ηλεκτρονικούς υπολογιστές, ανεξαρτήτου λειτουργικού συστήματος χωρίς ή με ελάχιστες μετατροπές. Με Java δημιουργούνται το τελευταίο διάστημα και πολλές εφαρμογές όπως παιχνίδια για κινητά τηλέφωνα. Η συγκεκριμένη πλατφόρμα ονομάζεται Java 2 Micro Edition ή χάριν συντομίας J2ME , χωρίς φυσικά να αποτελεί τη μοναδική πλατφόρμα με την οποία αναπτύσσονται εφαρμογές για κινητά τηλέφωνα και άλλες φορητές συσκευές. Και στην περίπτωση αυτή ισχύει το γεγονός ότι μια εφαρμογή Java μπορεί να εκτελεστεί στα περισσότερα κινητά τηλέφωνα, ανεξάρτητα από τον κατασκευαστή τους και το λειτουργικό τους σύστημα. Ειδικές εφαρμογές Java μπορούν επίσης να εκτελεστούν σε προγράμματα περιήγησης στο Διαδίκτυο (web browsers). Πρόκειται για διαφορετικές γλώσσες προγραμματισμού, παρόλο που και οι δύο χρησιμοποιούνται εκτεταμένα σε ιστοσελίδες του Internet (Techteam, 2006).

Ένα από τα βασικά πλεονεκτήματα της Java έναντι των περισσότερων άλλων γλωσσών είναι η ανεξαρτησία του λειτουργικού συστήματος και πλατφόρμας. Τα προγράμματα που είναι γραμμένα σε Java τρέχουν ακριβώς το ίδιο σε Windows, Linux, Unix και Macintosh (σύντομα θα τρέχουν και σε Playstation καθώς και σε άλλες κονσόλες παιχνιδιών) χωρίς να χρειαστεί να ξαναγίνει μεταγλώττιση (compiling) ή να αλλάξει ο πηγαίος κώδικας για κάθε διαφορετικό λειτουργικό σύστημα. Για να επιτευχθεί όμως

αυτό χρειαζόταν κάποιος τρόπος έτσι ώστε τα προγράμματα γραμμένα σε Java να μπορούν να είναι «κατανοητά» από κάθε υπολογιστή ανεξάρτητα του είδους επεξεργαστή (Intel x86, IBM, Sun SPARC, Motorola) αλλά και λειτουργικού συστήματος (Windows, Unix, Linux, Unix, MacOS). Ο λόγος είναι ότι κάθε κεντρική μονάδα επεξεργασίας κατανοεί διαφορετικό κώδικα μηχανής. Ο συμβολικός (assembly) κώδικας που εκτελείται σε Windows είναι διαφορετικός από αυτόν που εκτελείται σε έναν υπολογιστή Macintosh. Η λύση δόθηκε με την ανάπτυξη της Εικονικής Μηχανής (Virtual Machine ή VM ή EM στα ελληνικά).(Techteam, 2006).

## 6.9. JAVASCRIPT

Η JavaScript είναι γλώσσα προγραμματισμού η οποία έχει σαν σκοπό την παραγωγή δυναμικού περιεχομένου σε ιστοσελίδες. Έχει τις ρίζες της στην ECMA script της οποίας ουσιαστικά αποτελεί επέκταση με μερικές πρόσθετες δυνατότητες. Όπως και η PHP, η Javascript έχει βασιστεί όσον αφορά τον τρόπο σύνταξης του κώδικά της στη γλώσσα προγραμματισμού C, με την οποία παρουσιάζει πολλές ομοιότητες. Όμως ενώ η PHP είναι μια server side γλώσσα προγραμματισμού, η Javascript είναι client side. Αυτό σημαίνει ότι η επεξεργασία του κώδικα Javascript και η παραγωγή του τελικού περιεχομένου HTML δεν πραγματοποιείται στον server, αλλά στο πρόγραμμα περιήγησης των επισκεπτών. Αυτή η διαφορά έχει και πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα για καθεμιά από τις δύο γλώσσες. Συγκεκριμένα, η Javascript δεν έχει καμία απαίτηση από πλευράς δυνατοτήτων του server για να εκτελεστεί (επεξεργαστική ισχύ, συμβατό λογισμικό διακομιστή), αλλά βασίζεται στις δυνατότητες του browser των επισκεπτών. Επίσης μπορεί να ενσωματωθεί σε στατικές σελίδες HTML. Παρόλα αυτά, οι δυνατότητές της είναι σημαντικά μικρότερες από αυτές της PHP και δεν παρέχει συνδεσιμότητα με βάσεις δεδομένων. Η Javascript δεν θα πρέπει να συγχέεται με τη Java, που είναι διαφορετική γλώσσα προγραμματισμού και με διαφορετικές εφαρμογές. Τονίζεται ότι ο σωστός τρόπος γραφής της είναι "Javascript" και όχι 'Java script' σαν δύο λέξεις, όπως λανθασμένα γράφεται ορισμένες φορές (Tanenbaum, 2003, Techteam,2006).



## 6.10. AJAX (ASYNCHRONOUS JAVASCRIPT AND XML)

Η AJAX δεν είναι γλώσσα προγραμματισμού όπως η JavaScript αλλά ούτε και γλώσσα χαρακτηρισμού όπως η HTML, δεν θεωρείται καν γλώσσα. AJAX σημαίνει Asynchronous Javascript and Xml και είναι η τεχνική με την οποία μπορούμε να δημιουργήσουμε πολύ πιο γρήγορες και δυναμικές ιστοσελίδες περιορίζοντας τον όγκο δεδομένων που ανταλλάσσει ο browser του επισκέπτη με τον server. Αυτή η τεχνική επιτρέπει την ανανέωση περιεχομένου μιας ιστοσελίδας χωρίς να ανανεωθεί ολόκληρη. Με άλλα λόγια η τεχνική της AJAX επιτρέπει σε μια ιστοσελίδα να ανανεώνεται ασύγχρονα ανταλλάσσοντας στο παρασκήνιο δεδομένα μικρού όγκου με τον server επιτρέποντας να ανανεώνονται μέρη της ιστοσελίδας. Η υλοποίηση της τεχνικής AJAX γίνεται με τον συνδυασμό του αντικειμένου (object), που πραγματοποιεί την ασύγχρονη επικοινωνία με τον server, την JavaScript/DOM, η οποία αλληλεπιδρά με τα δεδομένα και τα εμφανίζει, την CSS που μορφοποιεί τα προς εμφάνιση δεδομένα και την XML η οποία χρησιμοποιείται για την μεταφορά δεδομένων. Χρησιμοποιείται πολύ συχνά σε σελίδες που περιέχουν φόρμες εγγραφής σε κάποιο site ή forum. Σε αυτές τις φόρμες επιλέγουμε συνήθως ένα username. Αν μας εμφανιστεί κάποιο μήνυμα που μας προειδοποιεί ότι το username που διαλέξαμε υπάρχει ήδη, τότε αυτή η σελίδα χρησιμοποιεί την τεχνική AJAX (Wikipedia, 2008)..

## 7. Προγράμματα σχεδιασμού Ιστοσελίδων

### 7.1. Photoshop

Το πρόγραμμα Photoshop της εταιρείας Adobe είναι ένα πολύ δυνατό και δημοφιλές πρόγραμμα επεξεργασίας εικόνας, με το οποίο μπορούμε να επεξεργαστούμε φωτογραφικές εικόνες που έχουμε στον σκληρό δίσκο του υπολογιστή μας και περιέχει βασικά δύο ομάδες εργαλείων, μια για ζωγραφική και μια για επεξεργασία εικόνας. Είναι δημοφιλές γιατί λειτουργεί σε πολλά λειτουργικά συστήματα, όπως το Mac, τα Windows, το UNIX, αλλά και επειδή το Adobe Photoshop έχει το πιο διαισθητικό περιβάλλον χρήστη, το πληρέστερο set από εργαλεία και πολλά βοηθητικά βιβλία. Όταν

επεξεργαζόμαστε μια εικόνα στο Photoshop, μπορούμε να την οξύνουμε (sharpen) για να διορθώσουμε την εστίασή της, να θολώσουμε το φόντο της, να αλλάξουμε τη φωτεινότητα και την αντίθεσή της ή και να αντικαταστήσουμε ένα χρώμα μ' ένα άλλο. Μπορούμε ακόμη να αποσπάσουμε ένα κομμάτι από μια εικόνα και να το αντιγράψουμε, να του αλλάξουμε μέγεθος και γενικά να κάνουμε πάνω του ό,τι επεξεργασία θέλουμε. Στο Photoshop ισχύει ο κανόνας ότι πρέπει πάντα να κάνουμε δοκιμές και αν δεν μας αρέσει το αποτέλεσμα της επεξεργασίας μιας εικόνας, μπορούμε να κάνουμε αναίρεση ή να μην αποθηκεύσουμε τις αλλαγές. (Freestuff, 2008)

Η περιοχή εργασίας του Photoshop Όταν τρέχεις το Adobe Photoshop το πρόγραμμα χρησιμοποιεί τις αρχικές τιμές. Το περιβάλλον εργασίας περιέχει διάφορες συνιστώσες τις οποίες μπορείς να δημιουργήσεις από μόνος σου. Βασικά, υπάρχουν 4 συνιστώσες στην περιοχή εργασίας σου που μπορείς να χρησιμοποιήσεις, καθώς, δημιουργείς ή μετατρέπεις τα γραφικά σου. Αυτές οι συνιστώσες είναι οι ακόλουθες.: Η Menu Bar, το φόντο ζωγραφικής(The Drawing Canvas), το Toolbox και οι παλέτες Το σχήμα παρακάτω δείχνει πώς κάθε μια από αυτές τις συνιστώσες φαίνεται στην οθόνη σου:

## **7.2. Η Εργαλειοθήκη (Tool Box)**

Η εργαλειοθήκη έχει 20 εργαλεία που σου επιτρέπουν να χρωματίζεις, να επιλέγεις, να κατευθύνεις και να διορθώνεις εικόνες. Για να επιλέξεις ένα εργαλείο, απλά κάνεις κλικ στο εικονίδιο με το ποντίκι. Μόλις γίνει αυτό, θα συμβούν διάφορα πράγματα. Εν πρώτης, το επιλεγμένο εργαλείο θα "κολλήσει", για να σε πληροφορήσει ότι το επέλεξες. Το Photoshop, ακόμα, θα σου θυμίζει ποιο εργαλείο έχεις επιλέξει αλλάζοντας την όψη του δείκτη (pointer) για να σου δείξει πιο εργαλείο χρησιμοποιείς τη συγκεκριμένη στιγμή. Μόλις επιλεχτεί, ένα εργαλείο μπορεί να χρησιμοποιηθεί, για να βάλει ένα σημάδι πάνω στο φόντο που ζωγραφίζουμε (Freestuff, 2008, Περακάκης, 2007).

### 7.3. Dreamweaver

Το Dreamweaver είναι ένα πρόγραμμα δημιουργίας και επεξεργασίας ιστοσελίδων δηλ κώδικα HTML που είναι ιδιαίτερα εύκολο και φιλικό στην χρήση του. Μας δίνει τη δυνατότητα να δημιουργήσουμε μία τοποθεσία WEB χωρίς να χρειαστεί να δούμε καθόλου την γλώσσα HTML, αν θέλουμε όμως μπορούμε ανά πάσα στιγμή να ελέγξουμε την HTML ώστε να έχουμε μία άποψη για το τι γράφεται εκεί. Το Dreamweaver λειτουργεί με τη μορφή WYSIWYG (What You See Is What You Get) δηλαδή αυτό που βλέπετε, αυτό παίρνετε. Το Dreamweaver είναι εξαιρετο για να μπορούμε να δημιουργήσουμε γρήγορα και εύκολα φόρμες, πλαίσια (frames), πίνακες (tables) και άλλα αντικείμενα της HTML. Στο σημείο αυτό πρέπει να σημειωθεί ότι το Dreamweaver μπορεί να χρησιμοποιηθεί και για την δημιουργία εφαρμογών πολυμέσων. Το Dreamweaver έχει δυνατότητες για την δημιουργία δυναμικής HTML(DHTML) και επιτρέπει την απόλυτη τοποθέτηση περιεχομένων, την δημιουργία επιπέδων (layers) καθώς και την συγγραφή σεναρίων (scripts), επίσης περιέχει δικές του συμπεριφορές που είναι έτοιμα scripts, τα οποία μπορούμε να τα προσθέσουμε σε ένα αντικείμενο. Τέλος μας παρέχει την ελευθερία να σχεδιάσουμε οπτικά την εμφάνιση μιας ιστοσελίδας και την δύναμη να την κάνουμε να λειτουργεί όπως ακριβώς θέλουμε. (Freestuff, 2008)

### 7.4. Adobe Flash

Το Adobe Flash δημιουργήθηκε από την Macromedia και τώρα αναπτύσσεται και διανέμεται από την Adobe, μετά την απόκτησή του. Το Flash είχε αρχικά σχεδιαστεί για την απεικόνιση 2-διαστάσεων διανυσματικών animations, αλλά πλέον έχει γίνει κατάλληλο για τη δημιουργία πλούσιων εφαρμογών Internet, streaming video και ήχου. Χρησιμοποιεί διανυσματικά γραφικά για να ελαχιστοποιηθεί το μέγεθος του αρχείου και δημιουργεί αρχεία του εύρους ζώνης και του χρόνου φόρτωσης. Το Flash είναι μια κοινή μορφή για τα παιχνίδια, κινούμενα σχέδια, και GUIs ενσωματωμένα σε ιστοσελίδες. Το Flash Player είναι χτισμένο σε ορισμένα προγράμματα περιήγησης και είναι διαθέσιμο ως plugin για άλλες πρόσφατες εκδόσεις των φυλλομετρητών

(όπως Mozilla Firefox, Opera, Safari και Internet Explorer) σε επιλεγμένα πλατφόρμες (Wikipedia, 2008). Σύμφωνα με τον Paul Betlem (2008) στο συνέδριο “Flash On The Beach”, ανέφερε ότι ετοιμάζουν Flash Player για το iPhone. Όμως η Apple είναι αυτή που θα έχει τον λόγο για το πότε και αν θα ανοίξει το iPhone στον Flash Player και σε άλλες εφαρμογές που ίσως μειώσουν τις πωλήσεις μουσικής και βίντεο ή απομακρίνουν τους χρήστες από τις hard core Apple εφαρμογές όπως το Safari. Ο Flash Player μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως η βάση για την ανάπτυξη μιας νέας γενιάς εφαρμογών για το iPhone ή να βελτιώσει την υφιστάμενη κατάσταση σε εφαρμογές που απαιτούν αλληλεπίδραση, web και eye candy (Uiwiredview, Adobe, 2008).

### **7.5. Silver Light**

Το Silverlight είναι ένα plug-in για πλατφόρμες και browsers που επιτρέπει χαρακτηριστικά, όπως κινούμενα σχέδια, γραφικά και φορέα ήχου-βίντεο που χαρακτηρίζουν πλούσιες εφαρμογές Διαδικτύου. Ουσιαστικά είναι το αντίστοιχο Flash της Microsoft μιας και ο λόγος κυκλοφορίας του είναι για να “χτυπήσει” το Flash. Η έκδοση 2.0 του Silverlight κυκλοφόρησε τον Οκτωβρίου 2008 και προσφέρει επιπλέον δυνατότητες διαδραστικότητας και στήριξης. NET γλώσσες και εργαλεία ανάπτυξης. Είναι συμβατό με πολλά web browser προϊόντα που χρησιμοποιούνται για τα Microsoft Windows και Mac OS X, λειτουργικά συστήματα κινητών συσκευών, αρχίζοντας με Windows Mobile 6 και Symbian (Series 60) (Wikipedia, 2008).

### **8. Φυλλομετρητής Ιστοσελίδων (Web Browser)**

Ένας φυλλομετρητής ιστοσελίδων ή περιηγητής ιστού είναι ένα λογισμικό που επικοινωνεί με τους διακομιστές ιστού (web servers) μέσω του πρωτοκόλλου HTTP. Αλληλεπιδρά με κείμενα, εικόνες, βίντεο και άλλες πληροφορίες που βρίσκονται συνήθως αναρτημένες σε μια ιστοσελίδα ενός ιστότοπου στον παγκόσμιο ιστό ή σε ένα τοπικό δίκτυο. Ο Web browser επιτρέπει στον χρήστη την γρήγορη και εύκολη πρόσβαση σε διάφορες ιστοσελίδες και ιστότοπους εναλλάσσοντας τις ιστοσελίδες μέσω των υπερσυνδέσμων. Τα κείμενα, οι εικόνες, τα βίντεο μπορεί να περιέχουν

υπερσυνδέσμους προς άλλες ιστοσελίδες. Οι φυλλομετρητές χρησιμοποιούν τη γλώσσα μορφοποίησης HTML για την προβολή των ιστοσελίδων. Κάποιοι από τους δημοφιλέστερους Web browsers είναι οι:

- **Windows Internet Explorer**
- **Mozilla Firefox**
- **Opera**
- **Apple Safari**
- **Google Chrome**

Για κάθε φυλλομετρητή υπάρχουν αρκετά πρόσθετα στοιχεία (add-ons, plug-ins) που βοηθούν στην αύξηση των δυνατοτήτων τους, την βελτίωση όσο αφορά την χρηστικότητα τους καθώς και την προστασία των πελατών σε θέματα ασφαλείας. (Wikipedia, 2008).

## **9. Φιλοξενία Ιστοσελίδων (Web Hosting)**

Όταν μια ιστοσελίδα θα πρέπει να βρίσκεται συνεχώς αναρτημένη στο διαδίκτυο θα πρέπει πρώτα να αποθηκευτεί σε ένα Web server για να χρησιμοποιηθεί. Για αυτό υπάρχουν οι διαδικτυακές υπηρεσίες που επιτρέπουν σε εταιρίες και ιδιώτες να διαθέτουν μια ιστοσελίδα αναρτημένη στο διαδίκτυο συνεχώς και με την απαιτούμενη ασφάλεια. Γιατί θα ήταν αδύνατο ο κάθε χρήστης ξεχωριστά να διαθέτει τον απαιτούμενο εξοπλισμό. Η φιλοξενία ιστοσελίδων λοιπόν είναι αυτή η διαδικτυακή υπηρεσία που επιτρέπει όλο αυτό χωρίς επιβαρύνσεις με το κόστος του ανάλογου εξοπλισμού. Με πιο απλά λόγια μπορούμε να πούμε πως ο όρος Web Hosting είναι η ενοικίαση του χώρου στον ιδιοκτήτη μιας ιστοσελίδας σε υπολογιστές (διακομιστές) για να τοποθετήσει τα αρχεία του. Κάθε εταιρία ή ιδιώτης που παρέχουν φιλοξενία σε ιδιοκτήτες ιστοσελίδων διαθέτει τα δικά της πακέτα hosting με τιμές, ταχύτητες, διάρκεια και χαρακτηριστικά ανάλογα με τα θέλω του πελάτη. Οπότε σύμφωνα με την χρήση ή την κίνηση και την δημοφιλία της ιστοσελίδας του κάθε ενδιαφερόμενου επιλέγει το πακέτο που ταιριάζει καλύτερα σε αυτόν. Τα πακέτα φιλοξενίας όπως κατηγοριοποιούνται στις παρακάτω οικογένειες:

- **Shared Hosting**, όπου παρέχεται μέρος του διακομιστή στον οποίο φιλοξενούνται και άλλοι χρήστες.
- **Reseller Hosting**, όπου υπάρχει η δυνατότητα της μεταπώλησης εργαλείων φιλοξενίας ιστοσελίδων και χώρου.
- **Cloud Hosting**, όπου τα εισερχόμενα αιτήματα εξυπηρέτησης διαμοιράζονται σε μηχανήματα που έχουν το μικρότερο φόρτο εργασίας με την χρήση της τεχνολογίας διαμοιρασμού φόρτου εργασίας σε πολλούς διακομιστές ταυτόχρονα, ενώ παράλληλα τα αντίγραφα σε κάθε server εξασφαλίζουν την διαθεσιμότητα και την ακεραιότητα των αρχείων.
- **Dedicated Servers**, όπου παρέχεται ολόκληρος ο διακομιστής για αποκλειστική χρήση και διαχείριση από τον κάτοχο του ιστότοπου.
  - **Virtual Private Server**, όπου μέσω λογισμικού εικονικοποίησης διακομιστή (virtualization) παρέχεται στον διακομιστή ένας απομονωμένος χώρος με δικούς του –αποκλειστικής χρήσης- πόρους συστήματος και κεντρική πρόσβαση. (Wikipedia, 2008).

## 10. Σύστημα Ονομάτων Τομέων (Domain name system)

Το σύστημα ονομάτων τομέων ή χώρων ή περιοχών είναι ένα σύστημα ονοματοδοσίας για δίκτυα που χρησιμοποιούν το πρωτόκολλο IP. Ο χώρος ονομάτων τομέων του DNS είναι δομημένος ιεραρχικά. Ουσιαστικά γίνεται μια αντιστοιχία των ονομάτων ιστοχώρων με την IP διεύθυνση και αυτό προέκυψε επειδή οι αριθμητικές διευθύνσεις IP δεν είναι εύχρηστες από τους ανθρώπους. Η δομή του DNS είναι χώροι ή τομείς ή περιοχές χωρισμένες σε επίπεδα όπου κάθε επίπεδο περιέχει κατώτερα επίπεδα. Το όνομα που δίνεται σε μια διεύθυνση IP ονομάζεται Domain Name (όνομα τομέα ή χώρου). Ένα τέτοιο όνομα μπορεί να έχει καταλήξεις όπως .com, .eu, .org, .info, .gr, .net κλπ., ανάλογα με την χρήση και την χώρα προέλευσής του. (Wikipedia, 2008).

## 11. Δημιουργία Ιστοσελίδας

Για να δημιουργηθεί μια ιστοσελίδα, ακολουθείται μια διαδικασία η οποία έχει την εξής σειρά:

- ▶ **Διαχείριση του Site.**
- ▶ **Σχεδίαση αλληλεπίδρασης (πλοήγηση/περιήγηση, διάταξη σελίδων, σχεδίαση φορμών κ.τ.λ.).**

▶ **Σχεδίαση περιεχομένου (το υλικό που θα ενσωματωθεί στο Site).** Αυτό που πραγματικά έχει σημασία είναι το περιεχόμενό του. Για να αναδειχθεί όμως και να αξιοποιηθεί κατάλληλα θα πρέπει ολόκληρο το Site να είναι εξίσου προσεγμένο και στους άλλους δύο τομείς.

Κατά συνέπεια λοιπόν θα πρέπει να δοθεί έμφαση και προσοχή σε ορισμένα σημεία σχετικά με το πώς θα διαχειριστούμε, θα αξιοποιήσουμε και θα εκμεταλλευτούμε αυτό το νέο μέσο που μας παρέχεται. Τέτοια σημεία όπου πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή είναι τα εξής:

Όταν σχεδιάζεται ένα Site πρέπει ο κατασκευαστής του να γνωρίζει τον στόχο για τον οποίο αυτό δημιουργείται καθόσον η ελλειπής σκέψη πάνω σε αυτό οδηγεί σε λάθος αποτελέσματα, αφού το πιο πιθανό είναι πως η προσφερόμενη πληροφορία στο χρήστη ή στον πελάτη θα είναι μικρής αξίας. Με την επίσκεψη του χρήστη στο Site θα πρέπει αυτός να έχει κάτι να επωφεληθεί διαφορετικά δεν θα το κάνει. Θα πρέπει να αποφεύγεται η μίξη διαφορετικών στυλ σχεδίασης, διότι αυτό διασπά την σχεδιαστική συνοχή και κατά συνέπεια την ομοιομορφία η οποία και αποτελεί σημαντικό παράγοντα για την ευχρηστία του εκάστοτε δικτυακού τόπου. Μια λύση που προτείνεται η δημιουργία μια σταθερής δημιουργικής ομάδας που θα είναι και η μόνη που θα επιφέρει σχεδιαστικές αλλαγές σε συνεργασία με τρίτους που θα έχουν το δικαίωμα να επεμβαίνουν στο περιεχόμενο και να το διατηρούν επίκαιρο.

Επίσης θα πρέπει να προβλεφθούν οικονομικοί πόροι όχι μόνο για την δημιουργία αλλά και την συντήρηση του Site. Η κατασκευή ενός τέτοιου χώρου δεν τελειώνει με την πρώτη έκδοση στο Διαδίκτυο. Πρέπει πάντα να προβλέπεται ένα ποσό ίδιας τάξης μεγέθους με αυτό που απαιτήθηκε για την κατασκευή του από το μηδέν, ώστε να συντηρείται, να ανανεώνεται, να ενημερώνεται και να προσαρμόζεται στις προσδοκίες των χρηστών και στις εξελίξεις που τρέχουν συνεχώς.

Ακόμα το να θεωρηθεί το Διαδίκτυο σαν ένα ακόμα μέσο ή φυσική εξέλιξη κάποιου άλλου κρύβει σοβαρούς κινδύνους. Το Διαδίκτυο δεν είναι ούτε τηλεόραση ούτε εφημερίδα ούτε ένα διαφημιστικό φυλλάδιο. Έτσι η μεταφορά τέτοιου υλικού σε μια ιστοσελίδα θυμίζει ξαναζεσταμένο φαγητό και

δεν πρόκειται να προκαλέσει την ίδια αίσθηση με ένα φρέσκο, σχεδιασμένο υλικό αποκλειστικά για την έκδοση ενός Site. Ένα ακόμα σημείο στο οποίο πρέπει να δοθεί προσοχή είναι το γεγονός ότι παρόλο που η γνώμη των χρηστών για το Site και την βελτίωσή του είναι απαραίτητη δεν σημαίνει πως οι αλλαγές θα πρέπει να γίνουν σύμφωνα με το τι πιστεύουν οι χρήστες ότι πρέπει να αλλάξει. Και αυτό γιατί οι χρήστες να μην μπορούν να καταλάβουν πως κάτι δεν τους αρέσει και δεν τους εξυπηρετεί αλλά δεν γνωρίζουν πως αυτό μπορεί να αλλάξει. Για αυτό στο σημείο αυτό επιβάλλεται να γίνει πιο προσεκτική σχεδίαση. (Δικτυωθείτε, 2008)

## **12. Responsive Σχεδίαση (RWD)**

### **12.1. Ορισμός**

Το RWD (Responsive Web Design) είναι μια νέα τεχνολογία που διευκολύνει την χρήση του internet διαμέσω των σύγχρονων συσκευών (κινητά τηλέφωνα, tablets, τηλεόραση, videogames κα.) από τους χρήστες τους. Δηλαδή, να γίνεται το περιεχόμενο των ιστοσελίδων που χρησιμοποιούν οι αναγνώστες πιο λειτουργικό, πιο ευανάγνωστο και όλες τις αναλύσεις τους. Ο σχεδιασμός ενός ιστότοπου με αυτή την μέθοδο γίνεται πιο ευέλικτος και προσαρμόσιμος. Ο όρος RWD χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά από τον Ethan Marcotte, ένα ανεξάρτητο σχεδιαστή ιστοσελίδων, τον Μάιο του 2010 σε άρθρο του με τίτλο: "A List Apart". Για να πετύχει όμως η τεχνολογική αυτή μέθοδος θα πρέπει να υπάρχει μια οργανωμένη δομή HTML

Η περιήγηση σε έναν ιστότοπο που έχει σχεδιαστεί για μια συγκεκριμένη συσκευή οδηγεί σε κακή εμπειρία χρήστη όταν ο χρήστης χρησιμοποιήσει κινητή συσκευή διαφορετικού μεγέθους γι'αυτό και η λύση δεν είναι κατάλληλη για όλες τις κινητές συσκευές, διότι δεν έχουν όλα τα smartphones το ίδιο μέγεθος και ανάλυση οθόνης. Αυτό συνεπάγεται τον δύσκολο σχεδιασμό ιστότοπων για την σωστή εμφάνιση σε όλες τις συσκευές των οποίων η ανάλυση και τα μεγέθη οθόνης προκαθορίζονται από τον προγραμματιστή. (Ελεγχος της Responsive Σχεδίαση, 2014)



## 12.2. Τα πλεονεκτήματα της Responsive Σχεδίαση (RWD)

Η ανάγκη των σημερινών ιστοτόπων ή εφαρμογών ιστού πρέπει να είναι προσαρμοστική και προσβάσιμη, ανεξάρτητα από τη συσκευή που χρησιμοποιείται. Αυτή η προσέγγιση της ανάπτυξης ιστοσελίδων είναι ευρέως γνωστή ως ευέλικτη σχεδίαση ιστοσελίδων.

Το RWD είναι ένα μοντέρνο μοντέλο σχεδιασμού και ανάπτυξης ιστοτόπων. Είναι ένας κύριος στόχος που επικεντρώνεται στη βελτιστοποίηση μιας ιστοσελίδας έτσι ώστε να είναι ευέλικτη, προσαρμοστική και να παρέχει την βέλτιστη εμπειρία χρήστη. Ένας responsive σχεδιασμός μπορεί να αναβαθμίζει ήδη υπάρχοντες ιστότοπους ώστε να προβάλλονται σωστά και να μπορεί ο χρήστης να διαβάζει το περιεχόμενο χωρίς να απαιτείται να πραγματοποιήσει αυξημένες κινήσεις κύλισης ή να πρέπει να προσαρμόσει την ανάλυση ή το μέγεθος εμφάνισης της σελίδας στο κινητό του.

Υπάρχουν πολλά πλεονεκτήματα της επιλογής μιας προσέγγισης σχεδιαστικής απόκρισης αντί της παραδοσιακής προσέγγισης σχεδιασμού, όπου δημιουργούνται διαφορετικές εκδόσεις για διαφορετικές συσκευές. Η ανάπτυξη ενός responsive ιστότοπου μπορεί να απαιτήσει κάποιο κόστος αλλά εξαλείφει την ανάγκη δημιουργίας διαφορετικών διαφόρων εκδόσεων για κινητά και άλλες συσκευές.

Συνεπώς, μακροπρόθεσμα το οικονομικό όφελος αλλά και η εξοικονόμηση του χρόνου από την διαχείριση διαφορετικών εκδόσεων ιστοσελίδων για τον ίδιο ιστότοπο είναι σίγουρη. Η χρήση κινητών συσκευών για την πρόσβαση στο διαδίκτυο αυξάνεται εκθετικά, γεγονός που συνεπάγεται ότι είναι μια συνετή προσέγγιση για τον σχεδιασμό responsive ιστοτόπων. Καθώς το RWD βελτιώνει την εμπειρία των χρηστών και οι χρήστες μπορούν εύκολα να βρουν το περιεχόμενο που αναζητούν, οι χρήστες θα συνεχίζουν να επισκέπτονται τον ιστότοπο. Αντίθετα, αν επισκεφτούν έναν ιστότοπο ο οποίος δεν εμφανίζεται σωστά στο κινητό τους τηλέφωνο, τότε το πιθανότερο είναι να το εγκαταλείψουν και να ψάξουν άλλη ιστοσελίδα η οποία θα εμφανίζεται σωστά θα αποκλίνουν από τον ιστότοπο. (Ελεγχος της Responsive Σχεδίαση, 2014)

### 12.3. Η σχεδίαση responsive ιστοσελίδων

Για να σχεδιαστεί ένας responsive ιστότοπος, ο υπεύθυνος σχεδιαστής πρέπει να λάβει υπόψη τις διαφορετικές πτυχές σχεδιασμού. Μια πρόταση του Ethan Marcotte προτείνει τρία βασικά στοιχεία για την ικανοποιητική σχεδίαση, συγκεκριμένα τα ερωτηματολόγια, τα ευέλικτα μέσα και τα μέσα μαζικής ενημέρωσης . (Ελεγχος της Responsive Σχεδίαση, 2014)

### 12.4. Ευέλικτο Πλέγμα ( Fluid layout)

Η λογική του Fluid layout επιτρέπει τον ορισμό μιας διάταξης, της οποίας το μέγεθος αντί να ορίζεται σε απόλυτο αριθμό pixels, θα ορίζεται με όρους ποσοστού ως προς το συνολικό πλάτος της οθόνης στην οποία θα εμφανίζεται. Με αυτό τον τρόπο όταν η διάταξη θα συμπιέζεται στη μικρή οθόνη μιας φορητής συσκευής ή θα εκτείνεται σε μία μεγάλη οθόνη ενός επιτραπέζιου υπολογιστή, όλα τα στοιχεία που περιλαμβάνει θα προσαρμόζονται το μέγεθός τους ως προς τα υπόλοιπα. Για να υπολογιστούν οι αναλογίες του κάθε πλαισίου που περιλαμβάνονται στη διάταξη θα πρέπει να το μήκος του καθενός να διαιρεθεί με το μέγεθος του κυρίως πλαισίου.

Πριν από την εμφάνιση του responsive σχεδιασμού, ο σχεδιασμός των ιστοσελίδων χρησιμοποιούσε ένα σταθερό πλέγμα. Η τυπογραφία, ένα ορθολογικό σύστημα από στήλες και σειρές πάνω στις οποίες θα μπορούσαν να τοποθετηθούν ενότητες περιεχομένου, ήταν μια δημοφιλής μέθοδος υλοποίησης ιστού. Η χαμηλότερη ανάλυση οθόνης προς υποστήριξη είναι συνήθως στα 1024x768 pixels για το σχεδιασμό ενός ιστότοπου. Αυτή η σταθερή μονάδα, π.χ. εικονοστοιχεία, σημεία, ίντσες, που χρησιμοποιούνται για τον ορισμό του μεγέθους του πλέγματος, ήταν ένα σημαντικό πρόβλημα στην υποστήριξη πολλαπλών συσκευών.

Ένα πρόγραμμα περιήγησης, στην σημερινή εποχή, μπορεί να έχει περισσότερα από 1024 pixels, ενώ ένα smartphone μπορεί να έχει ανάλυση τόσο μικρή όσο 320 pixels. Αυτό το πρόβλημα ξεπεράστηκε, χρησιμοποιώντας μια σχετική μονάδα, όπως το ποσοστό της τιμής της ιδιότητας CSS, έτσι ώστε η προβολή, η περιοχή εμφάνισης του

προγράμματος περιήγησης να είναι σχετική (Ελεγχος της Responsive Σχεδίαση, 2014)

### **12.5. Ευέλικτα πολυμέσα**

Οι εικόνες και τα βίντεο δεν προσαρμόζονται με φυσικό τρόπο στις ιστοσελίδες. Η αρχική ρύθμιση και ο προσανατολισμός παραμένουν ίδιες σε όλες τις διαμορφώσεις του παραθύρου προβολής των συσκευών. Η οθόνη στην οποία εμφανίζονται τα περιεχόμενα ιστού ονομάζεται θύρα προβολής της συσκευής. Η κλιμάκωση των μέσων δεν ταιριάζει στις διάφορες αναλύσεις οθόνης των συσκευών με αρχικές ρυθμίσεις. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα η εμφάνιση ενός βίντεο να παραμορφώνεται ή να περικόπτεται είτε οριζόντια ή κάθετα κατά την προβολή του σε μια κινητή συσκευή.

Το μειονέκτημα των μέσων απόδοσης μπορεί να ξεπεραστεί χρησιμοποιώντας μια σχετική μονάδα, δηλαδή ένα ποσοστό στον κώδικα CSS. Τα μέσα έχουν τις ίδιες ιδιότητες με τη διάταξη του πλέγματος. Ωστόσο, αυτή δεν είναι μια αξιόπιστη λύση, δεδομένου ότι η κλιμάκωση των μέσων δεν μπορεί να λάβει χώρα σύμφωνα με την κλίμακα των πλαισίων, όπως περιγράφηκε παραπάνω (Ελεγχος της Responsive Σχεδίαση, 2014)

### **12.6. Τα CSS Media**

Τα CSS Media το τρίτο στοιχείο εκτός από το ευέλικτο πλέγμα και τα πολυευέλικτα μέσα που απαιτούνται για την ικανοποιητική σχεδίαση. Το ποσοστό και το αναλογικό σχέδιο μπορεί να μην είναι εφικτό να προσαρμοστούν στις απαιτήσεις διαφόρων παραμέτρων προβολής συσκευών όπως τα κινητά τηλέφωνα και τα προγράμματα περιήγησης γραφικών με τεράστια οθόνη. Η διάταξη μπορεί να οδηγήσει σε μια συμπιεσμένη μορφή σε συσκευές μικρής οθόνης (Morton, 2014).

Στα προγράμματα περιήγησης για επιφάνειες εργασίας υπολογιστών, η διάταξη της ιστοσελίδας λειτουργεί πολύ καλά χρησιμοποιώντας 80% του πλάτους. Ωστόσο, στις συσκευές οι οποίες έχουν μικρή οθόνη, όπως το κινητό τηλέφωνο, η διάταξη της ιστοσελίδας είναι συμπιεσμένη και δεν είναι εφικτή για τα περιεχόμενα ιστού.

Στο κινητό τηλέφωνο το παράθυρο προβολής της οθόνης είναι πολύ μικρό για να ταιριάζουν, σε όλες τις διαστάσεις, τα περιεχόμενα. Η χρήση όλου του χώρου θα είναι κατάλληλη για την προσέγγιση που ανταποκρίνεται. Για το λόγο αυτό, χρησιμοποιώντας το ερώτημα μέσων ως σημείο διακοπής, το οποίο αναφέρεται στο παράθυρο προβολής συσκευών όπου ισχύουν ορισμένα χαρακτηριστικά, ο ορισμός νέων ιδιοτήτων των ιδιοτήτων του CSS θα βοηθήσει στην επίλυση του προβλήματος. Αποτελείται από διαφορετικούς τύπους μέσων, ακουστικό, μπράιγ, χειρός, εκτύπωση, προβολή, οθόνη, τηλεόραση. Κάθε τύπος μέσου ακολουθείται από διαφορετικές εκφράσεις που ελέγχουν τις συνθήκες συγκεκριμένων λειτουργιών μέσων όπως: πλάτος, ύψος, πλάτος συσκευής, ύψος συσκευής, προσανατολισμός, ανάλυση, πλέγμα, χρώμα. Χρησιμοποιεί λογική έκφραση αληθινή ή ψευδής. Όταν οι δυνατότητες και οι αξίες των μέσων είναι αληθινές τότε εφαρμόζεται το συγκεκριμένο στυλ. Η έκφραση και η αξία που διατίθενται είναι ψευδής, το στυλ αγνοείται (Wikipedia, 2008)

### **13. WordPress**

Το Wordpress είναι ένα ελεύθερο λογισμικό ανοιχτού κώδικα, γραμμένο σε Php και MySQL. Συχνά τροποποιείται για χρήση ως Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου (CMS). Έχει πολλές δυνατότητες, συμπεριλαμβανομένων μιας αρχιτεκτονικής για πρόσθετες λειτουργίες, και ενός συστήματος προτύπων.

Το Wordpress πρωτοεμφανίστηκε το 2003 ως μια κοινή προσπάθεια του Matt Mullenweg και του Mike Little να δημιουργήσουν μια παραλλαγή (fork) του b2. Το 2004, οι όροι της άδειας χρήσης του ανταγωνιστικού λογισμικού Movable Type άλλαξαν από την Six Apart, και πολλοί από τους χρήστες του, με αρκετή επιρροή, μετέβηκαν στο Wordpress. Μέχρι τον Οκτώβριο του 2009, η Αναφορά μεριδίου αγοράς για τα Συστήματα διαχείρισης περιεχομένου Ανοικτού Κώδικα του 2009 είχε συμπεράνει ότι το Wordpress ήταν το δυνατότερο όνομα στα συστήματα διαχείρισης περιεχομένου ανοικτού κώδικα. (Wordpress, 2008)

### **13.1. Πλεονεκτήματα του Wordpress**

Το Wordpress δε δημιούργησε καλές εντυπώσεις όταν πρωτοβγήκε. Αρχικά, θεωρούνταν διεθνώς σαν ένα απλό λογισμικό που προοριζόταν για προσωπικά ιστολόγια. Στην πορεία όμως, η αληθινή δύναμη του Wordpress ήρθε στο φως. Το Wordpress μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την κατασκευή μιας ιστοσελίδας ειδήσεων, ηλεκτρονικού εμπορίου, κυβερνητικού οργανισμού, κλπ. Οι ιστοσελίδες κατασκευασμένες με Wordpress προσφέρουν πολύ περισσότερα από τα πέντε ή δέκα πλεονεκτήματα που ακούγονται συχνότερα. Μια ιστοσελίδα βασισμένο σε λογισμικό blogging (ιστολογίου) αποτελεί εξέλιξη του πως κατασκευάζονται οι καινούργιες και σύγχρονες ιστοσελίδες.

Παρακάτω απαριθμούνται λόγοι που εξηγούν το γιατί οι ιστοσελίδες με χρήση Wordpress πλεονεκτούν σε σχέση με τα υπόλοιπα παραδοσιακά sites. (Wordpress, 2008)

#### **• Εξοικονόμηση χρημάτων**

Δεν υπάρχει πλέον ανάγκη οι αλλαγές στο κείμενο και γενικά στο περιεχόμενο να γίνονται από κάποιον τρίτο ειδικό. Εκείνος που θέλει να φτιάξει τη σελίδα, εκείνος τη δημιουργεί και την τροποποιεί σύμφωνα με τις επιθυμίες του, εύκολα και χωρίς την παρέμβαση άλλου. Έτσι, τα χρήματα που θα έδινε κάποιος σε έναν ειδικό προγραμματιστή, μπορεί να τα δώσει σε πιο σημαντικά πράγματα, κατ' επιλογήν φυσικά, όπως για παράδειγμα σε ένα καλό πρόσθετο. (Wordpress, 2008)

#### **• Υψηλότερη προσβασιμότητα**

Αλλαγές και προσθήκη περιεχομένου στη σελίδα μπορούν να γίνουν από οποιονδήποτε υπολογιστή στον κόσμο με πρόσβαση στο internet. (Wordpress, 2008)

#### **• Συνοχή**

Ανεξάρτητα με το πλήθος των αναρτήσεων ή των σελίδων που προστίθενται, οι επισκέπτες της ιστοσελίδας δεν φτάνουν σε σημείο να κουραστούν. (Wordpress, 2008)

- **Φιλικό στην κοινωνική δικτύωση**

Μπορεί κανείς να ολοκληρώσει τις αναρτήσεις του μέσω γνωστών σελίδων κοινωνικής δικτύωσης, όπως το facebook, το twitter, κλπ., αντί να πηγαίνει στην καθεμία ξεχωριστά, να κάνει είσοδο και να ενημερώνει ότι προστέθηκε κάτι καινούργιο στην ιστοσελίδα του. (Wordpress, 2008)

- **Πολυμέσα**

Μπορεί κανείς να προσθέσει εύκολα ήχο και βίντεο στις αναρτήσεις του. (Wordpress, 2008)

- **Μηχανές αναζήτησης**

Η παραγωγή του κώδικα έχει συνοχή και δεν περιέχει εξεζητημένες εντολές HTML. Επίσης, με τη σωστή διαμόρφωση, μπορεί κανείς να προσαρμόσει κάθε σελίδα ή ανάρτηση ώστε να τους δώσει περισσότερες πιθανότητες να ‘ανέβουν’ ψηλά στα αποτελέσματα των μηχανών αναζήτησης. (Wordpress, 2008)

- **Προσέλκυση των μηχανών**

Καθώς ποστάρει κανείς περισσότερο περιεχόμενο, αυτή η ενέργεια θα προσελκύσει τα λεγόμενα “Googlerobots” και τις άλλες μηχανές αναζήτησης σα μαγνήτης. Τα εικονικά αυτά robot θα ψάξουν ολόκληρη την ιστοσελίδα, αναζητώντας νέο περιεχόμενο και νέες σελίδες, τις οποίες μπορούν να ενσωματώσουν στον κατάλογο των αποτελεσμάτων. Οι νέες σελίδες θα κατηγοριοποιηθούν σε ώρες, ακόμα και λεπτά αφού προστεθούν στην ιστοσελίδα. (Wordpress, 2008)

- **Δυνατότητα επέκτασης**

Δε χρειάζεται να ενημερώσει κανείς την πλοήγηση καθώς προσθέτει νέες σελίδες. Οι σύνδεσμοί τους θα προστεθούν αυτόματα βασισμένοι σε ποια κατηγορία αντιστοιχούν οι αναρτήσεις και οι σελίδες. Αυτό συμβαίνει στο χώρο του διαχειριστή, αντί να τροποποιούνται χειροκίνητα τα javascript μενού και τα πολύπλοκα php αρχεία. (Wordpress, 2008)

- **Γρήγορη εκμάθηση**

Μαθαίνοντας να τροποποιεί κανείς το περιεχόμενο, να προσθέτει νέες σελίδες, φωτογραφίες είναι τόσο εύκολο (ή ακόμα και ευκολότερο) όσο να μάθει κανείς το Microsoft Word. Ανακαλύπτοντας μια φορά τις διαδικασίες, δε μένει κανείς αρχάριος για πολύ. Χάρη στην πληθώρα οδηγιών και tutorials που υπάρχουν online, μπορεί κανείς να μάθει πολύ γρήγορα αυτά που χρειάζεται. (Wordpress, 2008)

- **Βελτιωμένη ασφάλεια**

Ένα από τα επιχειρήματα εναντίον του Wordpress ή οποιουδήποτε άλλου blog λογισμικού που χρησιμοποιούν πρόσθετα, είναι ότι χάκερς μπορούν να εισβάλουν στην ιστοσελίδα. Στην πραγματικότητα, το αντίθετο ισχύει: Αν γίνει σωστά η εγκατάστασή του, η ιστοσελίδα είναι ασφαλής από χάκερ περισσότερο από ένα κοινό website. Αυτό συμβαίνει γιατί η διαδικασία της εγκατάστασης είναι σύνθετη και έχει παραμέτρους που καθορίζουν την ασφάλεια της σελίδας σε διάφορα επίπεδα. (Wordpress, 2008)

- **Ενθαρρύνει τους επισκέπτες**

Καθώς νέο περιεχόμενο προστίθεται συχνά, ολοένα και περισσότεροι επισκέπτες ενθαρρύνονται να μπουν στην ιστοσελίδα. Εδώ παίζουν ρόλο τα λεγόμενα «RSS feeds» (RealSimpleSyndication) τα οποία στέλνουν αυτόματα ειδοποιήσεις μέσω mail ότι ανέβηκαν νέες αναρτήσεις. Αυτές οι ανακοινώσεις ωθούν τους παλιούς επισκέπτες να επανέλθουν στην ιστοσελίδα να διαβάσουν πχ. τη συνέχεια ενός άρθρου. Αυτό δεν είναι απλά το μέλλον της εξέλιξης της επικοινωνίας σε μερικά χρόνια, αλλά το πώς είναι τώρα, στις μέρες μας. (Wordpress, 2008)

- **Αμφίδρομη επικοινωνία με τους επισκέπτες**

Μέσω της χρήσης των σχολίων, δεν υπάρχει πλέον ο περιορισμός της μονόδρομης επικοινωνίας με τους επισκέπτες, όπως θα ήταν σε ένα παραδοσιακό website. Φυσικά, υπάρχει πάντα η πιθανότητα να προσθέσει κανείς μια φόρμα «Επικοινωνήστε μαζί μας», αλλά τα σχόλια επιτρέπουν αμφίδρομη συζήτηση μεταξύ του συγγραφέα και του αναγνώστη. Επίσης, κάθε φορά που κάποιος κάνει ένα σχόλιο σε μια ανάρτηση, οι λέξεις-κλειδιά

που συμπεριλαμβάνονται σε καθεμία, βοηθάνε στο να γίνει καλύτερη αναζήτηση. (Wordpress, 2008)

- **Γρήγορη ενημέρωση περιεχομένου**

Κάνοντας συχνές αναρτήσεις και μοιράζοντας κανείς την άποψή του μέσω ενός blog αυξάνει τη δυνατότητα σύναψης στενότερων σχέσεων με ένα κοινό, απ' ό,τι μέσω ενός παραδοσιακού website. Γιατί συμβαίνει αυτό; Γιατί τα κοινά websites καθυστερούν πολύ στη μορφοποίηση. Ακόμα και όταν ανοίξει κανείς το Dreamweaver και αντιγράψει μια σελίδα ώστε να την επεξεργαστεί και να δημιουργήσει μια νέα, πάλι θα πρέπει να φορμάρει το περιεχόμενο, να το ανεβάσει στο σωστό directory, να θέσει τα δικαιώματα, κλπ. Η προσθήκη νέων σελίδων στο Wordpress γίνεται κυριολεκτικά σε λίγα δευτερόλεπτα. Καμιά φορά δεν υπάρχει η χρονική πολυτέλεια του να προσθέτεις περιεχόμενο με τον παραδοσιακό τρόπο. Και όταν το περιεχόμενο έχει να κάνει με δραστηριότητες σε μια επιχείρηση, η ταχύτητα ανανέωσης είναι σημαντικός παράγοντας. (Wordpress, 2008)

- **Άμεση αναγνώριση των δημοφιλέστερων θεμάτων στο κοινό**

Αν κάποιος για παράδειγμα, δημιουργήσει δέκα αναρτήσεις με ένα-δυο σχόλια στην καθεμία, ή ακόμα και κανένα, και ξαφνικά δημιουργήσει μια ανάρτηση η οποία αποφέρει δέκα και πλέον σχόλια, καταλαβαίνει αμέσως ότι το θέμα της ανάρτησης προκαλεί ενδιαφέρον. Αυτή είναι μια χρήσιμη ευκαιρία που δεν υπάρχει συνήθως σε ένα κοινό website, εκτός αν πληρώσει κανείς για έρευνες και συλλογή στατιστικών στοιχείων. (Wordpress, 2008)

- **Αυτόματη σύνδεση RSS**

Οι αναρτήσεις των blog αυτόματα μετατρέπονται σε RSS ενημερώσεις και επιπλέον συνδέονται και με άλλα blogs. (Wordpress, 2008)

- **Δωρεάν είσοδος στο «Yahoo!»**

Όταν υποβάλλει κανείς τις ενημερώσεις RSS χειροκίνητα στο "Yahoo!" δε χρειάζεται να πληρώνει το ποσό των \$299, καθώς η ιστοσελίδα κατηγοριοποιείται δωρεάν στη μηχανή αναζήτησης. Επίσης, προσθέτοντας



ενημερώσεις RSS, κατηγοριοποιείται γρηγορότερα η ιστοσελίδα. (Wordpress, 2008)

- **Απόλυτος έλεγχος των συζητήσεων**

Στα κοινά websites, ο παραδοσιακός τρόπος επικοινωνίας με τους επισκέπτες ήταν να προσθέσει κανείς ένα forum ή ένα χώρο chat. Το πρόβλημα με αυτό τον τρόπο ήταν ότι έπρεπε να προστατεύονται οι αναρτήσεις από spammers και να διαγράφονται τυχόν συζητήσεις και ανεπιθύμητοι λογαριασμοί οι οποίοι απειλούσαν την ακεραιότητα της ιστοσελίδας. Με τα Wordpress ιστολόγια, αυτό άλλαξε. Ο διαχειριστής (ή ανάλογος ρόλος που έχει το αντίστοιχο δικαίωμα) ξεκινάει τη συζήτηση. Οι επισκέπτες σχολιάζουν, αλλά τα σχόλιά τους πρέπει πρώτα να εγκριθούν πριν κανείς τα δει ανεβασμένα στην ιστοσελίδα. Αυτός είναι ο καλύτερος και ασφαλέστερος τρόπος έναρξης επικοινωνίας, χωρίς άγχος δυσφήμισης της ιστοσελίδας από ανεπιτήρητα σχόλια. (Wordpress, 2008)

- **Αναθεώρηση των ιδεών**

Έχοντας τη δυνατότητα προσθήκης περιεχομένου στην ιστοσελίδα με έναν εύκολο, γρήγορο τρόπο, χωρίς την ανάγκη τεχνικών γνώσεων, μπορεί να εκπλαγεί κανείς με το ότι ιδέες του «τι να προσθέσω» δεν αποτελούν πια πρόβλημα. Δεν υπάρχουν όρια στο τι μπορεί να ανεβάσει κανείς σε blog. (Wordpress, 2008)

- **Αυξημένη λειτουργικότητα με χαμηλότερο κόστος**

Μέσω των προσθέτων, τα οποία απαιτούν μια σπάνια διαδικασία εγκατάστασης τριών βημάτων, μπορεί κανείς να απογειώσει τη λειτουργικότητα της ιστοσελίδας του, πολλές φορές με μηδαμινό κόστος. (Wordpress, 2008)

- **Παγκόσμια πλατφόρμα**

Με τη σημερινή οικονομική κατάσταση, οι webdesigners και οι πάροχοι υπηρεσιών Internet εκμηδενίζονται όλο και πιο γρήγορα. Με τα κοινά websites, πολύ σπάνια ένας νέος πάροχος θα συμφωνήσει να συνεχίσει από εκεί που σταμάτησε ο πρώτος designer/developer. Το αποτέλεσμα θα είναι να

χρεώσει ο νέος πάροχος τις υπηρεσίες του σαν να ξεκινούσε κανείς από το μηδέν. Αντίθετα, ο καθένας με βασικές γνώσεις PhP και MySql μπορεί να μπει στο site του Wordpress και να κάνει ότι πρέπει σαν να είναι στη θέση εκείνου που το ξεκίνησε. (Wordpress, 2008)

- **Μειωμένη απώλεια εργασίας**

Το περιεχόμενο που άλλαξε, μπορεί να αποθηκευτεί αυτόματα καθώς κανείς πληκτρολογεί, ακόμα και αν δεν έχει δημοσιευθεί. (Wordpress, 2008)

- **Συμβατότητα με κινητά**

Δε χρειάζεται η δημιουργία ενός δεύτερου website για κινητά τηλέφωνα. Το Wordpress αυτόματα αναγνωρίζει αν κάποιος προβάλλει την ιστοσελίδα μέσα από έναν webbrowser ή μια κινητή συσκευή και διαμορφώνει την σωστή και κατάλληλη προβολή και εμφάνιση στο καθένα από αυτά.

Η παρακάτω λίστα περιλαμβάνει κάποια από τα κύρια χαρακτηριστικά και δυνατότητες του Wordpress. Εντούτοις, υπάρχουν κυριολεκτικά εκατοντάδες πρόσθετα (plugins) που επεκτείνουν τις δυνατότητες του, επομένως η λειτουργικότητα είναι σχεδόν άπειρη. Επίσης, έχει κανείς την ελευθερία να τροποποιήσει τον κώδικα όπως επιθυμεί χωρίς κάποιο επιπλέον κόστος. (Wordpress, 2008)

### **13. Πρόσθετα (plugins)**

Τα πρόσθετα είναι σπουδαία εργαλεία τα οποία επεκτείνουν τη λειτουργικότητα του Wordpress. Ο πυρήνας του Wordpress είναι έτσι σχεδιασμένος ώστε να ενισχύει την ευελιξία και να ελαχιστοποιεί την άχρηστη παραγωγή κώδικα. Ένα πρόσθετο προσφέρει επιπλέον λειτουργίες και χαρακτηριστικά ώστε ο developer να 'υφάνει' την ιστοσελίδα σύμφωνα με τις ανάγκες του. Πολλά πρόσθετα είναι δωρεάν και μπορεί κανείς να τα βρει σε πολλές τοποθεσίες, εντούτοις είναι πλήρως αρχειοθετημένα και ταξινομημένα στην επίσημη ιστοσελίδα. Ο χρήστης μπορεί να κάνει μια αναζήτηση με κατάλληλες λέξεις-κλειδιά και να εμφανίσει τα αποτελέσματα σύμφωνα με διάφορα φίλτρα, όπως σύμφωνα με τη δημοτικότητα ενός προσθέτου, το πόσο ψηλά έχει βαθμολογηθεί, κλπ. (Wordpress, 2008)

## 14. Θέματα (themes)

Ουσιαστικά, ένα θέμα στο Wordpress είναι το 'δέρμα' του ιστολογίου, δηλαδή το πώς είναι εμφανισιακά. Ωστόσο δεν είναι μόνο αυτό, διότι κάτι τέτοιο υπονοεί ότι μόνο ο σχεδιασμός αλλάζει. Τα θέματα παρέχουν περισσότερο έλεγχο σχετικά με την όψη, την εμφάνιση και την παρουσίαση του υλικού της ιστοσελίδας μας. Ένα θέμα είναι μια συλλογή από αρχεία τα οποία συνεργάζονται ώστε να παράγουν μια γραφική επιφάνεια με ένα βαθύτερο ενοποιημένο σχεδιασμό. Τα αρχεία αυτά ονομάζονται «αρχεία περιγράμματος» (template files). Ένα θέμα αλλάζει τον τρόπο με τον οποίο προβάλλεται μια ιστοσελίδα χωρίς να αλλάξει όμως το λογισμικό που υπάρχει από κάτω. Τα θέματα μπορεί να περιλαμβάνουν αρχεία εικόνας (\*.jpg, \*.gif, κλπ), css αρχεία και απαραίτητα αρχεία κώδικα (\*.php). Τα θέματα είναι διαθέσιμα για κατέβασμα από την επίσημη ιστοσελίδα του συστήματος Wordpress. (Wordpress, 2008)

## 16. Ρόλοι χρηστών

Το Wordpress χρησιμοποιεί την ιδέα των ρόλων, ώστε να δίνεται η δυνατότητα στον ιδιοκτήτη της ιστοσελίδας να ελέγχει και να υποδεικνύει τι μπορούν οι χρήστες να κάνουν και τι όχι. Ο ιδιοκτήτης μπορεί να διαχειριστεί και να επιτρέψει πρόσβαση σε λειτουργίες όπως η συγγραφή και η διόρθωση αναρτήσεων, η δημιουργία σελίδων και κατηγοριών, ο ορισμός συνδέσμων, η διαχείριση των προσθέτων και των θεμάτων.

Το Wordpress έχει πέντε προκαθορισμένους ρόλους: τον Διαχειριστή(Administrator), τον Συντάκτη (Editor), τον Συγγραφέα (Author), τον Συνεργάτη(Contributor) και τον Συνδρομητή (Subscriber). Κάθε ρόλος μπορεί να κάνει συγκεκριμένα πράγματα, τις λεγόμενες δραστηριότητες. Ο ρόλος του διαχειριστή είναι εκείνος που του επιτρέπει να κάνει όλες τις δραστηριότητες. Οι υπόλοιποι ρόλοι έχουν ένα περιορισμένο πλήθος από επιτρεπόμενες δραστηριότητες. Κάθε ρόλος έχει προκαθορισμένες δραστηριότητες. Για παράδειγμα, ο ρόλος του συνδρομητή, έχει μόνο τη δραστηριότητα «ανάγνωση». Ένας συγκεκριμένος ρόλος δεν πρέπει να

θεωρείται ανώτερος από κάποιον άλλον, αλλά ότι απλά διαχωρίζονται καλύτερα οι ευθύνες του χρήστη. (Wordpress, 2008)

## **17. Uniform Resource Locator (URL)**

Ο όρος Uniform Resource Locator (συντμ. URL, ελλ. Ενιαίος Εντοπιστής Πόρων) δηλώνει μια διεύθυνση ενός πόρου του Παγκόσμιου Ιστού. Είναι παρόμοιο με το όνομα ενός αρχείου, αλλά κρατάει και επιπλέον πληροφορία σχετικά με το όνομα του εξυπηρετητή, καθώς και το είδος του πρωτοκόλλου που αυτός χρησιμοποιεί. Οι ιστοσελίδες χρησιμοποιούν τα URLs για να συνδεθούν με άλλες σελίδες. Εκτός από αυτό τα URLs περιέχουν και πολλές άλλες δημοφιλείς δικτυακές εντολές όπως δείκτες προς FTP αρχεία, μηνύματα Usenet κτλ. Ένα παράδειγμα URL είναι το <http://example.com/>. Η συγκεκριμένη διεύθυνση είναι παρακρατημένη από το RFC 2606, Section 3 για χρήση σε τεκμηρίωση ως παράδειγμα. (Wikipedia, 2008)

### **17.1. Δομή ενός Βελτιστοποιημένου URL**

Το URL που δημιουργείτε κάθε φορά που προσθέτετε μια νέα σελίδα ή ένα άρθρο σε μία ιστοσελίδα πρέπει να είναι σύντομο, περιεκτικό, να περιέχει την κεντρική λέξη κλειδί που στοχεύετε σε επίπεδο SEO και να είναι σε πλήρη σύνδεση με το κεντρικό τίτλο (headline) και φυσικά το περιεχόμενο της σελίδας. Για παράδειγμα σε αυτό το λήμμα η κεντρική λέξη κλειδί είναι “Uniform Resource Locator” οπότε και το URL έχει διαμορφωθεί αναλόγως. Επιπλέον λέξεις όπως το “μου”, “από”, “τον”, “της”, “το”, “ο”, “η”, “θα”, “να”, “για” κοκ (ονομάζονται και stop words) δεν προσθέτουν καμία αξία και καλό είναι να αποφεύγονται. (Wikipedia, 2008)

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ

### ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΕΙΔΗΣΕΟΓΡΑΦΙΚΟΥ SITE

#### 1. Δημοσιογραφία και Blog

Ο όρος blog προέρχεται από τον όρο web-log (δίκτυο-ημερολόγιο) το οποίο έχει μεταφραστεί στα ελληνικά ως ιστολόγιο. Διατυπώθηκε για πρώτη φορά από τον John Barger το 1997, ενώ η συντομευμένη εκδοχή του blog χρησιμοποιήθηκε από τον Peter Merholz το 1999. Τα ιστολόγια επί της ουσίας αποτελούν ιστοχώροι-ιστοσελίδες που δημιουργούνται από έναν άνθρωπο, ο οποίος επιθυμεί να εκφράζει τις απόψεις του. Οι καταχωρήσεις του χρήστη εμφανίζονται με αντίστροφη χρονολογική σειρά ενώ υπάρχει και η δυνατότητα να εμφανίζονται σε θεματικές ενότητες. Το περιεχόμενο των καταχωρήσεων του χρήστη μπορεί να αφορά οτιδήποτε όπως για παράδειγμα Νέα, σχολιασμός επικαιρότητας σε κοινωνικό, πολιτικό ή άλλο επίπεδο, ειδικά θέματα όπως γαστρονομία, τέχνες, αθλητικά κ.α.

Πέρα από την καταχώρηση των σκέψεων και των απόψεων του, ο χρήστης μπορεί να «φορτώσει» βίντεο, φωτογραφίες και να παραθέσει συνδέσμους προς άλλα αγαπημένα του blogs. Στις περισσότερες περιπτώσεις δεν απαιτείται ενδελεχής επιμέλεια του κώδικα της ιστοσελίδας αφού τα συστήματα είναι αυτόματα με αποτέλεσμα ο χρήστης να μην χρειάζεται ιδιαίτερες τεχνικές γνώσεις. Η διαδικασία για την δημιουργία ενός προσωπικού ιστολογίου είναι απλή και δωρεάν. Ο χρήστης εγγράφεται σε μια υπηρεσία και αποκτά μια διεύθυνση τύπου: [www.onoma.blogspot.com](http://www.onoma.blogspot.com), υπό αυτές τις συνθήκες ο χρήστης δεν είναι υποχρεωμένος να καταβάλει κάποιο κόστος και το αντάλλαγμα τέτοιων φορέων συνήθως στηρίζεται στην διαφήμιση ή την αυτοπροβολή. Βέβαια, αυτό δεν αποτελεί τον κανόνα αφού σε άλλες περιπτώσεις το ιστολόγιο μπορεί να στηριχθεί και σε υπηρεσίες στις οποίες ο διαχειριστής του έχει τον πλήρη έλεγχο του ιστοχώρου του.

Οι περισσότεροι μελετητές, καθώς και πολλοί δημοσιογράφοι, θεωρούν ότι τα blog συνιστούν μία μορφή εναλλακτικής δημοσιογραφίας καθώς συμβάλλουν ουσιαστικά στον εκδημοκρατισμό της δημόσιας επικοινωνίας και συμπληρώνουν τις κλασικές μορφές δημοσιογραφίας ουσιαστικά. Αυτό

δικαιολογείται από το γεγονός ότι ένας δημοσιογράφος που γράφει σε blog δεν περιορίζεται από την κανονικότητα και μπορεί να εκφράσει την άποψή του επάνω σε ένα θέμα από μια διαφορετική σκοπιά από την γενικά θεσμοθετημένη και κρατούσα, χωρίς συγχρόνως να περιορίζεται από ανώτερους του για το πώς να εκφραστεί επάνω σε ένα θέμα.

Σύμφωνα με τον Deuze στο άρθρο του «The web and its journalism» τα blog θεωρούνται ακράδαντα μία μορφή Δημοσιογραφίας στον ιστό καθώς παρουσιάζουν και τα τρία σημαντικά χαρακτηριστικά της – υπερκειμενικότητα, διαδραστικότητα και πολυμεσικότητα – και καθώς η λειτουργία τους είναι η ταυτόσημη με τον κύριο σκοπό της δημοσιογραφίας να παρέχει στους πολίτες τις πληροφορίες που χρειάζονται για να είναι ελεύθεροι και αυτοκυβερνώμενοι.

Επίσης μέσω του blog μπορεί να ασκηθεί συμμετοχική δημοσιογραφία ή «δημοσιογραφία των πολιτών» αφενός γιατί ο καθένας μπορεί να δημιουργήσει ένα και μέσα από αυτό να συμβάλλει στην παραγωγή ειδήσεων και στη διανομή πληροφοριών και αφετέρου γιατί δίνουν τη δυνατότητα σχολιασμού κάθε δημοσίευσης. (el.wikibooks.org)

Τα blogs ανήκουν ουσιαστικά ανάμεσα σε δύο κατηγορίες:

**α. στην δημοσιογραφία στον ιστό:** στις ιστοσελίδες περιεχομένου και κατηγοριών (περιέχουν κυρίως υπερσυνδέσμους σε ιστοσελίδες άλλων δημοσιογραφικών ιστοτόπων και δεν παράγουν οι ίδιες δημοσιογραφικό υλικό) και

**β. στις ιστοσελίδες μεταδημοσιογραφίας και σχολίων** (κυρίως παρέχουν σχολιασμό επάνω σε άλλους δημοσιογραφικούς ιστοτόπους και το πώς έχουν σχολιασθεί επίκαιρα θέματα από τα μέσα).

Αυτό δικαιολογείται από το γεγονός ότι τα blogs προσφέρουν περιορισμένη συμμετοχική επικοινωνία – συνήθως ένας άνθρωπος εκφράζει την άποψή του για συγκεκριμένα θέματα και προσφέρει υπερσυνδέσεις – αλλά ταυτόχρονα παρουσιάζουν και περιεχόμενο και σχόλια επάνω στο περιεχόμενο.

Νέα μορφή δημοσιογραφικών blogs μπορούν να θεωρηθούν και τα ομαδικά blogs (group webgs) τα οποία αποτελούν ιστοσελίδες συζήτησης και μοιράσματος, όπου δίνεται στους χρήστες η δυνατότητα να δημιουργήσουν προσωπικό λογαριασμό και να ανταλλάξουν απόψεις επάνω σε ένα

συγκεκριμένο θέμα που έχει οριστεί από τους διαχειριστές ή ιδιοκτήτες της ιστοσελίδας.

Πέρα από τα παραπάνω υπάρχει, βέβαια, και η αντίθετη άποψη, ότι δηλαδή τα blogs απλά παρέχουν σχολιασμό πάνω στη δημοσιογραφική ατζέντα των μεγάλων εταιρειών δημοσιογραφίας και ενισχύουν με αυτό τον τρόπο και αυτά την ημερήσια διάταξη. Πολλοί υποστηρίζουν επίσης ότι πολλά blogs εκφράζουν προσωπικές απόψεις και ότι η δύναμη του μέσου βρίσκεται απλά στην ποσότητα και τον πλουραρισμό του και όχι ουσιαστικά στο δημοσιογραφικό υλικό που προσφέρει. (el.wikibooks.org)

## **2. Βασικές ενέργειες κατασκευής ενός ειδησεογραφικού site**

Για την κατασκευή ενός ειδησεογραφικού site απαιτούνται οι παρακάτω βασικές ενέργειες

- Εγκατάσταση WordPress 4.5.2
- Επιλογή, εγκατάσταση και διαμόρφωση premium full responsive theme.
- Εγκατάσταση mega menu & thumbnails pictures preview
- Εισαγωγή διαχειριστών
- Εισαγωγή homepage slider
- Προσαρμογή mega menu & thumbnails pictures preview
- Προσαρμογή γραφιστικών
- Δημιουργία & εισαγωγή πολλαπλών sidebar
- Προσαρμογή λογότυπων.
- Προσαρμογή φόρμας επικοινωνίας & σύνδεση με email.

Όσο αφορά την αρθρογραφία του ειδησεογραφικού site θα πρέπει να ακολουθηθούν οι παρακάτω διαδικασίες:

- Δημιουργία κατηγοριών & υποκατηγοριών.
- Εγκατάσταση & ρύθμιση plugin για την συμπίεση των εικόνων κατά το ανέβασμα.
- Δυνατότητα προβολής σχετικών άρθρων.

- Δυνατότητα προβολής meta πληροφοριών ( ημερομηνία ανάρτησης άρθρου, προβολές άρθρου, αρίθμηση σχολίων)
- Δυνατότητα ανάρτησης σχολίων.
- Δυνατότητα εισαγωγής photo gallery μέσα στο άρθρο & εμφάνιση μέσω lightbox.

Για την σύνδεση και την χρήση των Social Media με το ειδησεογραφικό site θα πρέπει να γίνουν οι ακόλουθες διενέργειες:

- Σύνδεση με social media.
- Προσαρμογή social share buttons.
- Εγκατάσταση και ρύθμιση autopublish plugin για την αυτόματη δημοσίευση των άρθρων στα social media.

Προκειμένου ένα ειδησεογραφικό site να χρησιμοποιεί τις υπηρεσίες της Google θα πρέπει:

- Δημιουργία λογαριασμού στο google analytics & εγκατάσταση κώδικα παρακολούθησης.
- Δημιουργία λογαριασμού google adsense & εισαγωγή google διαφημίσεων.
- Εγγραφή του ιστότοπου στο google search console. Ανάρτηση sitemap.
- Εγγραφή του ιστότοπου στα google news. Άμεση ανάρτηση των άρθρων στα google news. (Vandome N., Δημιουργία Ιστοσελίδων)

### **3. Η διαδικασία SEO (Search Engine Optimization)**

Το SEO (Search Engine Optimization) είναι ένα ακρώνυμο που σημαίνει “Βελτιστοποίηση για Μηχανές Αναζήτησης”. Συγκεκριμένα, το SEO είναι μια διαδικασία: μια σειρά σχεδιασμού και εκτέλεσης ορισμένων βημάτων, που οδηγούν σε ένα ιστοχώρο βελτιστοποιημένο, έτσι ώστε να αποδίδει καλύτερα στις μηχανές αναζήτησης. Τονίζοντας τη λέξη διαδικασία. Το SEO δεν είναι κάτι που κάνουμε μια φορά και στη συνέχεια το ξεχνάμε. Αν και μια εντατική περίοδο προσοχής, σε παράγοντες βελτιστοποίησης του δικτυακού



μας τόπου, μπορεί να θέσει γερά θεμέλια και να μας δώσει μια καλή εκκίνηση, αν δεν συνεχιστεί η καταβολή προσπάθειας για συνεχή βελτιστοποίηση και ανταπόκριση στις συνθήκες της αγοράς, θα υπάρξει πτωτική τάση των βαθμολογιών μας με την πάροδο του χρόνου.

Στην κατασκευή του ειδησεογραφικού site η διαδικασία SEO, χρησιμοποιείται για την:

- Εγκατάσταση και ρύθμιση plugin για το εσωτερικό seo του ιστότοπου.
- Εισαγωγή τίτλων, λέξεων-κλειδιών, μετα-περιγραφών & «καθαρών» url.
- Συμπίεση εικόνων και γρήγορη φόρτωση του ιστότοπου. (Vandome N., Δημιουργία Ιστοσελίδων)

#### **4. Η ολοκλήρωση**

Μετά την ολοκλήρωση της κατασκευής απαιτούνται οι παρακάτω βασικές και μόνιμες ενέργειες για την βελτιστοποίηση της προβολής ενός ειδησεογραφικού site:

- Τεχνική Υποστήριξη
- Συντήρηση & backup
- Τακτικές απαραίτητες αναβαθμίσεις. (Vandome N., Δημιουργία Ιστοσελίδων)

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ

### ΕΠΑΝΑΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΙΔΗΣΕΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΙΣΤΟΤΟΠΟΥ (REDESIGN A NEWS WEBSITE)

#### 1. Τα πιο συχνά λάθη κατά την σχεδίαση μιας ιστοσελίδας

Το περιεχόμενο ενός Site είναι το σπουδαιότερο κομμάτι της χρήσης τους όπως επίσης και ο τρόπος προβολής του προς τους χρήστες. Η λανθασμένη κατασκευή ενός site θα οδηγήσει σε καταστροφικά αποτελέσματα για την χρήση του και κατά συνέπεια για τον σκοπό για τον οποίο δημιουργήθηκε. Αυτό θα έχει επίπτωση σε επικοινωνιακό και σε οικονομικό επίπεδο. Για το λόγο αυτό θα πρέπει ο κατασκευαστής να λάβει υπόψη του τα παρακάτω κριτήρια:

##### 1.1. Καταλληλότητα

Ο κατασκευαστής ενός ειδησεογραφικού site θα πρέπει να λάβει υπόψη του την χρησιμότητα και το ενδιαφέρον της βασικής ομάδας των χρηστών αυτού ώστε να αξιολογήσει το κατά πόσο καλύπτει την ανάγκη της επισκεψιμότητά τους από αυτήν την ομάδα. Με άλλα λόγια αποκομίζουν οι χρήστες τις γνώσεις που επιδιώκουν από την επίσκεψή τους από το συγκεκριμένο site. Έχοντας, λοιπόν, αυτές τις σκέψεις ο κατασκευαστής θα πρέπει να δώσει μεγαλύτερη έμφαση στην βελτίωση του περιεχομένου, η οποία αποτελεί την μέγιστη προτεραιότητα όσον αφορά τον επανασχεδιασμό μιας ιστοσελίδας.

##### 1.2. Χρήση γραφικών, animation και ήχου

Η σωστή χρήση γραφικών, animation και ήχου αυξάνει αισθητά την ζωντάνια του περιεχομένου και δίνει άλλη διάσταση στον τρόπο παρουσίασής του. Παρόλα αυτά η ευχρηστία των γραφικών αλλά και η ευχάριστη διάθεση που δημιουργείται από την σωστή χρήση του ήχου είναι κριτήρια που ο κατασκευαστής πρέπει να λάβει υπόψη του, κατά τον επανασχεδιασμό ενός

ειδησεογραφικού site διότι η προσέλκυση του ήχου και της εικόνας κάνει πιο ευχάριστη την χρήση του από τους επισκέπτες τους και πιο προσελκυσίμη. Ο συγχρονισμός audio και video είναι βασικοί τρόποι βελτίωσης καθόσον στις περιπτώσεις που ο ήχος προσφέρει ουσιαστική πληροφόρηση θα πρέπει να υπάρχει ενημέρωση από τους χρήστες για τον τον χρησιμοποιήσουν, αποφεύγοντας τα πολλά ερεθίσματα, που κουράζουν τον χρήστη.

### **1.3. Σωστό εύρος περιεχομένου**

Οι χρήστες είναι εκείνοι που θα κρίνουν αν ένα Site γεμάτο ειδήσεις είναι χρήσιμο για αυτούς ή όχι από το αν έχει την κατάλληλη ποσότητα πληροφορίας που ταιριάζει στις απαιτήσεις τους. Ο κατασκευαστής θα πρέπει να ισορροπήσει ανάμεσα στην ποιότητα και τον στόχο μιας ιστοσελίδας καθόσον το υπερβολικό εύρος πληροφοριών θα προβληματίσει το χρήστη σε θέματα κατανόησης αλλά και εντοπισμού της πληροφορίας που τον ενδιαφέρει. Για το λόγο αυτό, θα πρέπει το site να περιέχει την κατάλληλη ποικιλία πληροφορίας, που παρουσιάζει, τα κείμενά του να έχουν το κατάλληλο μέγεθος και να μπορούν οι χρήστες να εμβαθύνουν σε περαιτέρω πληροφορίες.

Για την βελτίωση του εύρους του περιεχομένου θα πρέπει οι διασυνδέσεις να είναι κατευθείαν στο σημείο εκείνο του Site που υπάρχει το σχετικό υλικό και όχι στην κεντρική σελίδα και αν υπάρχουν εξωτερικές διασυνδέσεις καλό θα είναι να υπάρχει κάποιο εικονίδιο που φανερώνει πως ο χρήστης θα οδηγηθεί εκτός Site. Το εύρος του περιεχομένου θα πρέπει να είναι αρκετό με σκοπό να προσελκύσει και μη ειδικευμένους χρήστες και η μηχανή αναζήτησης να ταιριάζει με το αντικείμενο της σελίδας και τα αποτελέσματά της να παρουσιάζονται με παραστατικό τρόπο.

### **1.4. Επίκαιρη πληροφόρηση**

Η επίκαιρη πληροφόρηση αποτελεί πολύ σημαντικό κομμάτι ενός ειδησεογραφικού Site το οποίο πρέπει να ενημερώνεται συνεχώς με καινούργιες πληροφορίες που αφορούν το περιεχόμενό του. Αυτό έχει ως

συνέπεια την κατά τακτά χρονικά διαστήματα ανανέωσή του ώστε η ενημέρωση να είναι σε πραγματικό χρόνο και με πραγματικά γεγονότα.

### **1.5. Ευκολία στην χρήση**

Έχουμε αναφερθεί εκτενώς, στην παρούσα εργασία, την ευκολία στην χρήση ενός site και ειδικότερα όταν έχει σχέση με την ειδησεογραφική ενημέρωση ώστε να παρέχεται η δυνατότητα στους χρήστες να το επισκέπτονται με ευχέρεια και αποκομίζουν τα ανάλογα οφέλη που επιδιώκουν από την χρήση αυτή. Ο κατασκευαστής, λοιπόν, θα πρέπει να λάβει υπόψη του αν ο στόχος και σκοπός του site είναι ξεκάθαρος, βατός από τον χρήστη, ευέλικτος αλλά και σωστά προβαλλόμενος ώστε να γίνεται άμεσα η επίσκεψη και η χρήση του από τους χρήστες. Η ιεράρχηση του περιεχομένου είναι η βασική προτεραιότητα του επανασχεδιασμού. Δηλαδή, να δοθεί έμφαση στο πιο εντυπωσιακό και σημαντικό μέρος και να τεθεί στο περιθώριο αυτό που έχει μικρότερη αξία, και απέτυχε κατά την χρήση. Τα κείμενα θα πρέπει να έχουν δυναμικούς και συγκεκριμένους τίτλους που θα προκαλούν το ενδιαφέρον του χρήστη και όχι αοριστίες και γενικότητες. Επίσης πρέπει να δίνονται σαφείς και περιεκτικές ετικέτες στα αντικείμενα και τις θεματικές περιοχές, ώστε να μην δημιουργούνται αμφιβολίες για το περιεχόμενο και σύγχυση για το που βρίσκεται κάθε πληροφορία.

### **1.6. Δόμηση της ιστοσελίδας**

Η ανατομία μιας ειδησεογραφικής ιστοσελίδας αποτελεί τον θεμέλιο μιας επιτυχημένης προβολής αυτής. Η απλή δόμηση μιας ιστοσελίδας βελτιώνει θεαματικά την συνολική αίσθηση του Site και κατά συνέπεια είναι ένας τομέας με εξαιρετικά μεγάλη σημασία, ιδιαίτερα για όσους ενδιαφέρονται να δημιουργήσουν ένα ποιοτικό δικτυακό τόπο. Στην περίπτωση αυτή, ο κατασκευαστής λαμβάνει υπόψη του τις διεργασίες, την ορολογία, την προσβασιμότητα της δόμησης του site.

Ένας από τους βασικότερους κανόνες δόμησης ενός σωστά στημένου site:

- είναι ότι δεν πρέπει να δημιουργούνται κυλιόμενες σελίδες,

- να μην είναι υπερφορτωμένες με πολλές επιλογές πλοήγησης
- να είναι ομαδοποιημένες οι επιλογές πλοήγησης
- να υπάρχει αυτοτέλεια του κειμένου σε μια μόνο σελίδα
- να υπάρχουν συγκεκριμένες «ετικέτες» με τίτλους και επωνυμίες
- να υπάρχουν διαχωρισμένα γραφικά (διακοσμητικά, λειτουργικά κλπ.)
- να είναι εύκολα και προσβάσιμα τα αντικείμενα πλοήγησης

### **1.7. Χρόνος προσβασιμότητας**

Τελευταίο στη σειρά αλλά όχι σε αξία σημείο που πρέπει να προσέξει ο κατασκευαστής είναι ο χρόνος πρόσβασης στο Site . Το όριο υπομονής δεν πρέπει να ξεπερνά τα 10 δευτερόλεπτα και σε λίγες σελίδες μπορεί να επεκταθεί και στα 15 δευτερόλεπτα. Σύμφωνα λοιπόν με έρευνες που έχουν γίνει για την ευχρηστία των Sites, ο χρόνος αναμονής είναι η κύρια απαίτηση των χρηστών και ο παράγοντας εκείνος που επηρεάζει την υποκειμενική τους αίσθηση για τον βαθμό ευχρηστίας ενός δικτυακού τόπου. (Wikipedia, 2008)

## **2. Επαναληπτικός σχεδιασμός**

Με βάση τα παραπάνω προβλήματα χρηστικότητας και τις ευκαιρίες που αποκαλύπτονται από τις εμπειρικές δοκιμές, μπορεί κανείς να παράγει μια νέα έκδοση του site. Τα αρχεία καταγραφής των αλληλεπιδράσεων των χρηστών συχνά βοηθούν να δείξουν πού ο χρήστης σταμάτησε ή ότι σπαταλούσε άλλο χρόνο και ποια λάθη απαντήθηκαν συχνότερα. Συχνά βοηθά επίσης και αν κάποιος είναι σε θέση να κατανοήσει την υποκείμενη αιτία του προβλήματος της χρηστικότητας, συσχετίζοντάς τον με τις καθιερωμένες αρχές χρηστικότητας ή χρησιμοποιώντας ένα επίσημο σύστημα ταξινόμησης για διαφορετικές κατηγορίες προβλημάτων.

Σε άλλες περιπτώσεις πρέπει να σχεδιαστούν εναλλακτικές λύσεις που θα βασίζονται αποκλειστικά στη γνώση των κατευθυντήριων γραμμών ευχρηστίας και μπορεί να χρειαστεί να δοκιμάσετε διάφορες πιθανές λύσεις πριν λάβετε μια απόφαση. Η εξοικείωση με τις επιλογές σχεδίασης, οι γνώσεις

που έχουν αποκτηθεί από την παρακολούθηση των χρηστών, τη δημιουργικότητα και την τύχη είναι απαραίτητες σε αυτό το σημείο.

Μερικές από τις αλλαγές που γίνονται για την επίλυση ορισμένων προβλημάτων χρηστικότητας μπορεί να αποτύχουν στην επίλυση των προβλημάτων. Ο επιλεκτικός σχεδιασμός μπορεί ακόμη και να εισαγάγει νέα προβλήματα χρηστικότητας. Αυτός είναι ένας ακόμη λόγος για τον συνδυασμό επαναληπτικού σχεδιασμού και αξιολόγησης. Στην πραγματικότητα, είναι αρκετά συνηθισμένο ο επανασχεδιασμός να επικεντρώνεται στη βελτίωση μιας από τις παραμέτρους χρηστικότητας (για παράδειγμα, στη μείωση του ποσοστού σφάλματος του χρήστη), μόνο για να διαπιστώσει ότι μερικές από τις αλλαγές επηρέασαν δυσμενώς άλλες παραμέτρους χρηστικότητας.

Σε ορισμένες περιπτώσεις, η επίλυση ενός προβλήματος ενδέχεται να επιδεινώσει τη διεπαφή για εκείνους τους χρήστες που δεν αντιμετωπίζουν το πρόβλημα. Στη συνέχεια, είναι απαραίτητη μια ανάλυση αντιστάθμισης σχετικά με το εάν θα διατηρηθεί ή θα αλλάξει η διεπαφή, με βάση μια ανάλυση συχνότητας για το πόσοι χρήστες θα έχουν το πρόβλημα σε σύγκριση με το πόσοι θα υποφέρουν λόγω της προτεινόμενης λύσης. Ο χρόνος και τα έξοδα που απαιτούνται για την επίλυση ενός συγκεκριμένου προβλήματος είναι προφανώς επίσης ένας παράγοντας για τον καθορισμό των προτεραιοτήτων. Συχνά, τα προβλήματα χρηστικότητας μπορούν να διορθωθούν με την αλλαγή της διατύπωσης ενός στοιχείου μενού ή ενός μηνύματος σφάλματος. Άλλες διορθώσεις σχεδιασμού ενδέχεται να συνεπάγονται θεμελιώδεις αλλαγές στο λογισμικό (και γι 'αυτό θα πρέπει να ανακαλυφθούν όσο το δυνατόν νωρίτερα) και θα εφαρμοστούν μόνο εάν κριθεί ότι επηρεάζουν σημαντικά τη χρηστικότητα.iko

Επιπλέον, είναι πιθανό να εμφανιστούν επιπλέον προβλήματα χρηστικότητας σε επαναλαμβανόμενες δοκιμές μετά την διόρθωση των πιο φρικτών προβλημάτων. Δεν χρειάζεται να δοκιμάζετε ολοκληρωτικά τα αρχικά σχέδια αφού θα αλλάξουν ούτως ή άλλως. Η διεπαφή χρήστη θα πρέπει να αλλάξει και να επανεξεταστεί μόλις εντοπιστεί και γίνει κατανοητό πρόβλημα χρηστικότητας, ώστε να εντοπιστούν τα υπόλοιπα προβλήματα που έχουν καλυφθεί από τα αρχικά προβλήματα.

Η επαναληπτική διαδικασία αποτελεί βασική παράμετρο του επανασχεδιασμού καθόσον μπορούν να επιτευχθούν σημαντικές πρόσθετες

βελτιώσεις μετά την πρώτη επανάληψη, υποδεικνύοντας τα οφέλη του σχεδιασμού για πολλαπλές επαναλήψεις. Κατά τη διάρκεια της επαναληπτικής διαδικασίας σχεδιασμού ενδέχεται να μην είναι εφικτή η δοκιμή κάθε διαδοχικής έκδοσης με πραγματικούς χρήστες. Οι επαναλήψεις μπορούν να θεωρηθούν ως ένας καλός τρόπος για να αξιολογήσετε τις ιδέες σχεδιασμού απλά δοκιμάζοντάς τους σε ένα συγκεκριμένο σχέδιο. Ο σχεδιασμός μπορεί στη συνέχεια να υποβληθεί σε ευρετική ανάλυση και να παρουσιαστεί σε εμπειρογνώμονες χρησικότητας και συμβούλους ή να συζητηθεί με ειδικούς χρήστες (ή εκπαιδευτικούς στην περίπτωση συστημάτων μάθησης).

Δεν θα πρέπει να «σπαταλάμε τους χρήστες» κάνοντας περίπλοκες δοκιμές σε κάθε ιδέα σχεδιασμού, αφού τα άτομα που δοκιμάζονται σε έλεγχο μεγάλων επαναλήψεων και έτσι οι χρήστες γίνονται «φθαρμένοι» ως κατάλληλα θέματα δοκιμής καθώς αποκτούν μεγαλύτερη εμπειρία στο σύστημα και σταματούν να είναι αντιπροσωπευτικοί των αρχαίων χρηστών που βλέπουν το σχέδιο για το πρώτο χρόνο. Οι χρήστες που συμμετείχαν σε συμμετοχικό σχεδιασμό είναι ιδιαίτερα ακατάλληλοι ως υποκείμενα δοκιμής, καθώς θα είναι μεροληπτικοί. (Nielsen J., 2005).

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Ολοκληρώνοντας την εργασία αυτή αποκομίσαμε τα εξής συμπεράσματα:

Η διαδικασία κατασκευής ενός ειδησειογραφικού site, δηλαδή η δημιουργία και η επεξεργασία των σελίδων των μενού που απαρτίζεται ένας ιστότοπος, που προσφέρει άμεση και διαρκής ενημέρωση προς τους χρήστες του πρέπει να διέπεται από ποιότητα, ισορροπημένη ποσότητα και ευχρηστία.

Η ευκολία στην κατασκευή μιας ιστοσελίδας δεν σημαίνει σε καμία περίπτωση μείωση στην ποιότητα των υπηρεσιών της. Όταν κάποιος χρήστης επισκέπτεται ένα ειδησειογραφικό ιστότοπο θέλει να ενημερωθεί για το συμβαίνει σε εθνικό και διεθνές επίπεδο, να πληροφορηθεί για θέματα που άπτονται της καθημερινότητάς του και έχουν θετικές ή αρνητικές επιρροές σ'αυτήν, θέλει να εκπαιδευτεί γύρω από τεχνικές που θα του φανούν χρήσιμα στην απόδοση της εργασίας του ή που θα του καλυτερεύσουν την ζωή, θέλει να προωθήσει το επάγγελμά του, ή την επιχείρησή του ή την γενικότερα την φιλοσοφία του γύρω από κάποιο θέμα. Για να το πράξει αυτό θα πρέπει προτίστως ο κατασκευαστής του εκάστοτε ιστοτόπου να έχει λάβει υπόψη του την ανάγκη, τον χρόνο και την διάθεση του χρήστη.

Παρόλο που ο κατασκευαστής έχει στην διάθεσή του προγράμματα και εργαλεία που του δίνουν την δυνατότητα να δημιουργήσει έναν ιστότοπο με χρώμα, εικόνα, ήχο και ενημέρωση, κινδυνεύει να πέσει στην υπερβολή και την παράκαμψη των ουσιώδων στοιχείων της ανάγκης του χρήστη, όπως να επαναλάβει το ίδιο περιεχόμενο χωρίς όμως αναβάθμιση της ποιότητάς του από τεχνικής και ποσοτικής πλευράς, να μην λάβει υπόψη του την ευρύτερη χρήση των κινητών από την οποία μπορεί ένας ιστότοπος να ανακτηθεί, πράγμα που σημαίνει ότι η δυνατότητα χρήσης είναι σημαντική ως να καταστεί λειτουργικό και εύχρηστο. Επίσης, θα πρέπει να επισημάνει την απόδοση που έχει η αναζήτηση του ιστοτόπου από τον χρήστη, χωρίς όμως να υποτιμά τον διαρκή και ενδελεχή έλεγχο της λειτουργίας του, μέσα από ποιοτικές επιλογές αναβάθμισης, με σωστή και τεχνική υποστήριξη και συνεχόμενη ανανέωση της πληροφορίας του ιστοτόπου.



## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### 1. ΕΛΛΗΝΙΚΗ

- ▶ **Κωνταντογιαννης, Σ.**, 2008, Ο Παγκόσμιος Ιστός. Πηγή από το διαδίκτυο: [http://users.forthnet.gr/ath/skonstan/site\\_1/articles/history\\_files/Wev.html](http://users.forthnet.gr/ath/skonstan/site_1/articles/history_files/Wev.html), ανακτήθηκε στις 14-5-2008
- ▶ **Λιακόπουλος, Θ., Παπανδρέου, Ν., Θαμόνδρακας, Σ.**, (2002) *Διαδίκτυο (internet) - η Βιολογία στο Διαδίκτυο - Html και Ιστοσελίδες*. Πηγή από το διαδίκτυο: <http://bioinformatics.biol.uoa.gr/courses/bioinformatics/internet/internet.html>, ανακτήθηκε στις 19 Ιουνίου, 2008
- ▶ **Περακάκης, Ε.**, 2007, *Σημειώσεις του Photoshop για το Μάθημα "Αρχιτεκτονική"*
- ▶ **Συρμακέσης Γ.**, *Αλληλεπίδραση Ανθρώπου – Υπολογιστή*, εκδόσεις Ελληνικά Γράμματα, Ε.Α.ΙΤ.Υ. CTI Press, Πάτρα, 2003
- ▶ **Τσιμπινός, Γ.**, *Ιστορία του Διαδικτύου*. Πηγή από το διαδίκτυο: [http://users.att.sch.gr/tsibinos/internet\\_history/history\\_1.html](http://users.att.sch.gr/tsibinos/internet_history/history_1.html), Ανακτήθηκε στις 14 Απριλίου, 2008

### 2. ΞΕΝΗ

- ▶ **Castro, E.**, (2007), *Εισαγωγή στην HTML για τον Παγκόσμιο Ιστό*, 5η Έκδοση, Κλειδάριθμος
- ▶ **Connolly**, 1999, *HTML 2.0 Materials*. Πηγή από το διαδίκτυο: <http://www.w3.org/MarkUp/html3/Contents.html>, ανακτήθηκε 2008
- ▶ **Nielsen J.**, *Usability Engineer*, Morgan Kaufman, 1991
- ▶ **Nielsen, J.**, (2005) *Ten Usability Heuristics*. Πηγή από το διαδίκτυο: [http://www.useit.com/papers/heuristic/heuristic\\_list.html](http://www.useit.com/papers/heuristic/heuristic_list.html) 24/1/09 22:06, ανακτήθηκε στις 17 Ιανουαρίου, 2009
- ▶ **Tanenbaum, A.**, (2003), *Δίκτυα Υπολογιστών*, 4η Έκδοση, Κλειδάριθμος
- ▶ **Vandome N.**, *Δημιουργία Ιστοσελίδων*, Computer steps

## Ιστοσελίδες

√ Blog - Έλεγχος της Responsive Σχεδίασης(2014), Responsive design  
[http://el.wikipedia.org/wiki/Responsive\\_design](http://el.wikipedia.org/wiki/Responsive_design)

√ <http://el.wikibooks.org>

√ Δικτυωθείτε (2008) Σχεδιάζοντας μια Ιστοσελίδα. Πηγή από το διαδίκτυο:  
([http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article\\_id=613](http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=613),  
ανακτήθηκε στις 18 Αυγούστου, 2008

√ Δικτυωθείτε (2008) Σχεδιάζοντας έναν Δικτυακό Τύπο.

Πηγή από το διαδίκτυο:

[http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article\\_id=614](http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=614),  
ανακτήθηκε στις 18 Αυγούστου, 2008

√ Δικτυωθείτε, 2008 Γνωστές Μηχανές Αναζήτησης, Πηγή από το διαδίκτυο:

[http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article\\_id=228](http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=228),  
ανακτήθηκε στις 24 Φβρουαρίου, 2009

√ Freestuff (2008) Photoshop. Πηγή από το διαδίκτυο:

<http://www.freestuff.gr/forums/viewtopic.php?t=18249>      8/3/09      18:45,  
ανακτήθηκε στις 25 Ιουνίου, 2008

√ Freestuff (2008) Dreamweaver. Πηγή από το

διαδίκτυο:(<http://www.freestuff.gr/forums/viewtopic.php?p=250752>,  
ανακτήθηκε στις 10 Αυγούστου, 2008

√ Ελληνική Wikipedia (2008), Διαδίκτυο, Πηγή από το διαδίκτυο:

<http://el.wikipedia.org/wiki/internet>, 2008

√ Ελληνική Wikipedia (2015), Διαδίκτυο, Πηγή από το διαδίκτυο:

<http://el.wikipedia.org/wiki/internet>, 2016

√ Innervisions, 2008 Web History. Πηγή διαδικτύου: <http://www.innervisions.com.au/webhistory/index.html>, ανακτήθηκε στις 17-5-2008

√ Wikipedia (2008) Web Design. Πηγή από το διαδίκτυο: [http://en.wikipedia.org/wiki/Web\\_design](http://en.wikipedia.org/wiki/Web_design), Ανακτήθηκε στις 17 Μαΐου, 2008

√ Wikipedia (2008) Web Browsers. Πηγή από το διαδίκτυο: [http://en.wikipedia.org/wiki/Web\\_browser](http://en.wikipedia.org/wiki/Web_browser), ανακτήθηκε στις 24 Μαΐου, 2008

√ Wikipedia (2008) Java. Πηγή από το διαδίκτυο: <http://el.wikipedia.org/wiki/Java>, ανακτήθηκε στις 17 Ιουνίου, 2008

√ Wikipedia, 2008, CSS, Πηγή διαδικτύου: <http://el.wikipedia.org/wiki/CSS>, ανακτήθηκε στις 20-7-2008

√ Wikipedia (2008) CSS. Πηγή από το διαδίκτυο: <http://el.wikipedia.org/wiki/CSS>, ανακτήθηκε στις 20 Ιουλίου, 2008 40.

√ Wikipedia (2008) PHP. Πηγή από το διαδίκτυο: <http://el.wikipedia.org/wiki/PHP>, ανακτήθηκε στις 25 Ιουνίου, 2008

√ Wikipedia (2008) Silverlight. Πηγή από το διαδίκτυο: <http://en.wikipedia.org/wiki/Silverlight>, ανακτήθηκε στις 12 Αυγούστου, 2008

√ Wordpress (2008). Πηγή από το διαδίκτυο: (<http://wordpress.org/>), ανακτήθηκε στις 12 Νοεμβρίου, 2008

√ W3 (1998) HTML 4.0 Specification. Πηγή από το διαδίκτυο: <http://www.w3.org/TR/1998/REC-html40-19980424/>, ανακτήθηκε στις 5-7-2008

√ W3, 2007, Contents. Πηγή διαδικτύου: <http://www.w3.org/MarkUp/html3/Contents.html>, ανακτήθηκε 7-7-2008

√ Techteam, 2006, ASP, Πηγή διαδικτύου: <http://www.techteam.gr/wiki/ASP>, ανακτήθηκε στις 24-6-2008

√ Techteam, 2006, JAVA, Πηγή διαδικτύου: <http://www.techteam.gr/wiki/Java>, ανακτήθηκε στις 24-6-2008

√Techteam (2006) Javascript. Πηγή από το διαδίκτυο:<http://www.techteam.gr/wiki/Javascript>, ανακτήθηκε στις 23 Ιουνίου, 2008

√ Unwiredview (2008) Adobe's Paul Betlem confirms Flash for iPhone is coming, but only if Apple allows it. Πηγή από το διαδίκτυο: <http://www.unwiredview.com/2008/10/01/adobes-paul-betlem-confirms-flash-foriphone-is-coming-but-only-if-apple-allows-it/>, ανακτήθηκε στις 12 Νοεμβρίου, 2008

# ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

**ΜΕΛΕΤΗ**  
**ΕΠΑΝΑΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ**  
**ΕΝΟΣ ΕΙΔΗΣΕΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΙΣΤΟΤΟΠΟΥ**

Στην παρούσα μελέτη θα ασχοληθούμε με ένα ειδησεογραφικό ιστότοπο, που ο κατασκευαστής του σε συνεργασία με Δημοσιογραφικό Όμιλο δημιούργησε ένα site προκειμένου να παρέχει καθημερινά πληροφορίες στο κοινό που το επισκέπτεται, με σκοπό την ενημέρωση, την προβολή και την προώθηση θεμάτων και επιχειρήσεων, τοπικού και εθνικού ενδιαφέροντος. Η κατασκευή του έγινε από το εξειδικευμένο σχεδιαστή, που διέθετε όλα τα τεχνολογικά εργαλεία για να καλύψει την τόσο την ανάγκη του Ομίλου ως προς το ενημερωτικό επίπεδο αλλά και την εύχρηστη και λειτουργική ως προς την αποδοτικότητα αποκόμηση πληροφοριών από τους επισκέπτες του συγκεκριμένου site.

Θα αναλύσουμε την δομή του ειδησεογραφικού site PatrisNews και στη συνέχεια θα προτείνουμε την δική μας φιλοσοφία και κατασκευαστική γνώση σε μια υποθετική ανάληψη επανασχεδιασμού του συγκεκριμένου ιστοτόπου ώστε να γίνει καλύτερη η προσβασιμότητά του και να εξελιχθεί σε μεγαλύτερο ποσοστό η επισκεψιμότητά του, ώστε να αναδειχθεί σε ιστοχώρο αντάξιο των μεγάλων ειδησεογραφικών και ευρέως γνωστών ιστοτόπων.

**PatrisNews**

**Η ενημερωτική πύλη της Πελοποννήσου**



Το PatrisNews είναι ένα site που δημιουργήθηκε από τον Δημοσιογραφικό Όμιλο Βαρουξή και περιλαμβάνει ειδήσεις τοπικού και ευρύτερου ενδιαφέροντος.

## **A. Ανάλυση του ιστοτόπου:**

Η πρόσβαση στο PatrisNews γίνεται μέσω του Google όπου ανοίγεται μια ιστοσελίδα με έντονο χρώμα, κυριαρχεί το κόκκινο και το μπλε, ενώ το μαύρο στις γραμματοσειρές είναι απαλό. Χρησιμοποιείται απλή γραμματοσειρά με διακυμάνσεις μεταξύ 12 και 24 (Arial).

Η πρώτη σειρά ανάγνωσης περιεχομένου του ιστοτόπου περιλαμβάνει τα παρακάτω θέματα:

### **1. ΕΠΙΚΑΙΡΟΤΗΤΑ**

Στη συγκεκριμένη ιστοσελίδα περιλαμβάνονται θέματα κοινωνικά, αστυνομικά, υγείας, επιστήμης, πολιτισμού, που αφορούν την ημερήσια ενημέρωση, σε όλους αυτούς τους τομείς, χωρίς όμως σειρά.

### **3. ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ**

Περιλαμβάνει γενικά θέματα από Νομό Αργολίδας, Αχαΐας, Ηλείας, Αρκαδίας, Κορινθίας, Λακωνίας και Μεσσηνίας

### **3. ΕΛΛΑΔΑ**

Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνει τις εξής θεματικές ενότητες: Αγροτικά, Φυτοπροστασία, Εκλογές, Εκπαίδευση, Οικονομία, Επιχειρήσεις, Καταναλωτές, Τουρισμός, Ομογένεια, Παραπολιτικά, Πολιτική

### **4. ΚΟΣΜΟΣ**

Αναφέρεται στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και την Κύπρο

### **5. ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ**

Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται οι θεματικές ενότητες που έχουν σχέση με: πολιτιστικά δρώμενα του ν.Ηλείας), Ιστορικά (θέματα με ιστορικό περιεχόμενο), Κινηματογράφο, Μουσική, Σαν Σήμερα (ιστορικό ημερολόγιο), Συνέντευξη (συνεντεύξεις διαφόρων προσωπικοτήτων)

### **6. ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ**

Ασχολείται με την Ενέργεια, τα Ζώα, τον Κήπο και γενικότερα την Οικολογία

## **7. LIFE**

Η κατηγορία αυτή ασχολείται με το Lifestyle, τις Γεύσεις, την Γυναίκα (ενημερωτική ενότητα) και το Παιδί (συμβουλευτική ενότητα)

## **8. SMILE**

Στην κατηγορία αυτή προβάλλονται οι θεματικές ενότητες που έχουν σχέση με την κοινωνική ζωή, δηλαδή Events, Hobby, My name is (συντεύξεις αναλόγου ύφους), Sexy (συμβουλευτική), Αποδράσεις (ταξιδιωτικά), Έξοδος (μπαρ, εστιατόρια κλπ.) Περίεργα και Περιπολίες

## **9. ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ**

Εδώ έχουμε συγκεκριμένες ενότητες: Βόλεϋ, Μπάσκετ, Ποδόσφαιρο, Football League, Super League, Γ' Εθνική, ΕΠΣ Αχαΐας (τοπικό πρωτάθλημα), ΕΠΣ Ηλείας (τοπικό πρωτάθλημα), ΕΠΣ Μεσσηνίας (τοπικό πρωτάθλημα) και Προγνωστικά (και όσους ασχολούνται με διάφορα τυχερά παιχνίδια του ΟΠΑΠ)

## **10. ΔΙΑΦΟΡΑ**

Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται οι θεματικές ενότητες του e-shop (για παραγγελία προϊόντων), Media (που έχουν σχέση με κοινωνικά σχόλια), το Patrisblog (που αναγνώστες μπορούν να αναρτούν δικά τους σχόλια), την Αρθρογραφία (άρθρα από ιδιώτες, πολιτικούς, οικονομικούς σχολιαστές, ποιητές, συγγραφείς κλπ.), την Εκκλησία (εκκλησιαστικά δρώμενα), Επιστήμη (θέματα τεχνολογικής άποψης), Τεχνολογία (διάφορες εφαρμογές), Υγεία, Ηλειακό καφενείο, Καιρός και τέλος Παρουσίαση της Επιχείρησης που φιλοξενεί όλες αυτές τις πληροφορίες.

## **B. Σχολιασμός περιεχομένου του ιστοτόπου**

Επισκεπτόμενος το περιεχόμενο της ιστοσελίδας κατακλύζομαι από πληροφορίες, χρώμα και διαφημίσεις. Ανακατατεύονται η πολιτική, η οικονομία, ο πολιτισμός, η διαφήμιση χωρίς όμως να δίνεται μια συνεχή ροή των ειδήσεων δηλαδή η αρχική σελίδα δεν είναι επικοινωνιακά στημένη αλλά



απλή προβολή ειδήσεων και πληροφοριών, που δεν έχουν σχέση μεταξύ τους.

Τα διαφημιστικά μηνύματα πιάνουν σημαντικό χώρο και μάλιστα σε ορισμένες περιπτώσεις εμφανίζονται διπλές φορές στην ίδια ιστοσελίδα ενώ δεν παρέχουν πληροφορίες πέραν της οπτικής τους εμφάνισης.

Υπάρχει ανομοιομορφία ως προς την προβολή των θεμάτων, με αποτέλεσμα να εμφανίζονται θέματα κύρια και δευτερεύουσας σημασίας με τον ίδιο τρόπο και χωρίς να γίνεται διαχωρισμός της προτεραιότητάς τους.

Στις κατηγορίες θεωρώ ότι υπάρχει πρόβλημα με το μοίρασμα των θεματικών κατηγοριών δηλαδή υπάρχει ένα «μαγείρεμα» ανόμοιων μεταξύ τους θεμάτων.

Η ανάλυση των χρωμάτων όμως είναι καταπληκτική και αποδίδονται τα χρώματα με απόλυτη συνοχή μεταξύ τους.

Ο ήχος από την αναπαραγωγή θεμάτων είναι εξίσου καλός, αλλά χρήζει και βελτίωσης ώστε να μην χρειάζεται ο επισκέπτης να αναγκάζεται να ανεβάζει ή να κατεβάζει τα decibel για να έχει σωστή ακουστική.

## **ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΕΠΑΝΑΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΤΟΥ ΙΣΤΟΤΟΠΟΥ**

Έχοντας στην «εργαλειοθήκη» μας, όπως αυτά ανέλυσα διεξαγωγικά στο κύριο σώμα της παρούσας πτυχιακής μου θα προτείνω τις παρακάτω αλλαγές ώστε κατά την δική μου οπτική και χρήση το συγκεκριμένο site να γίνει ευρύτερα γνωστό και πιο εύχρηστο ώστε να απευθύνεται και περισσότερους χρήστες.

### **1. Αλλαγή κατηγοριών**

Προτείνω τις παρακάτω κατηγορίες, οι οποίες θα χωρίζονται στις εξής θεματικές ενότητες:

#### **ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ**

- Ν. Ηλείας
- Ν. Αχαΐας
- Ν. Κορινθίας

- Ν. Αρκαδίας
- Ν. Λακωνίας
- Ν. Μεσσηνίας

(Πολιτικά, κοινωνικά, οικονομικά, πολιτισμικά και εκκλησιαστικά δρώμενα, αστυνομικό δελτίο)

### **ΠΟΛΙΤΙΚΗ**

- Επικαιρότητα (θέματα που αφορούν την πολιτική επικαιρότητα της χώρας μας και του κόσμου με σειρά κρισιμότητας)
- Συνεντεύξεις (πολιτικών προσώπων)
- Πολιτική Αρθρογραφία
- Παραπολιτικά

### **ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ**

- Οικονομία (οικονομικά, ασφαλιστικά και χρηματιστήριο)
- Επιχειρήσεις

### **ΚΟΣΜΟΣ**

Πολιτικά, κοινωνικά, οικονομικά θέματα που αφορούν την παγκόσμια κοινότητα

### **ΕΠΙΣΤΗΜΕΣ**

- Τεχνολογία
- Υγεία
- Οικολογία
- Ζώα
- Περιβάλλον
- Καλλιέργεια

### **ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

- Ταξίδια
- Events
- Hobbys

## **LIFESTYLE**

- Γυναίκα
- Άνδρας
- Παιδί

(θέματα που αφορούν τις σχέσεις και την καθημερινότητά τους)

## **ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ**

- Βιβλίο
- Κινηματογράφος
- Μουσική
- Εκδηλώσεις

## **ΑΘΛΗΤΙΚΑ**

Θεωρώ ότι είναι η μόνη ιστοσελίδα που διατηρούσα ίδια γιατί καλύπτει όλα τα θέματα που αφορούν έναν επισκέπτη

## **ΔΙΑΦΟΡΑ**

Αρθογραφία

## **ΚΑΙΡΟΣ**

(Τοπικά και Εθνικά)

### **2. Διαφημίσεις**

Στο πλάι των θεμάτων μεσαίου μεγέθους διαφημίσεις με τα στοιχεία της επιχείρησης και τα πιο σημαντικά της προϊόντα, που θα τραβήξουν το ενδιαφέρον του επισκέπτη – καταναλωτή του banner.

### **3. Χρήση από κινητά και tablets**

Προσαρμογή των ανωτέρω αλλαγών στη χρήση των νέων τεχνολογιών με γρηγορότερη πλοήγηση και επιλογή θεμάτων.

#### **4. Αλλαγή μεγέθους εικόνας**

Μεσαίου μεγέθους εικόνας ανάλυσης θέματος έχει σαν αποτέλεσμα και την μεγαλύτερη χωρητικότητα της ιστοσελίδας και την καλύτερη ανάγνωση του θέματος, χωρίς να κουράζει το μάτι του επισκέπτη.

#### **5. Ανανέωση των πληροφοριών**

Βασικό στοιχείο στην πληροφόρηση είναι η άμεση και συνεχής ανανέωσή της ώστε ο επισκέπτης της να ενημερώνεται αλλά να καλύπτει την σημαντική ανάγκη του για πληροφόρηση.

### **ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ**

Κατά την δική μου άποψη ο επανασχεδιασμός του συγκεκριμένου ειδησεογραφικού ιστοτόπου εστιάστηκε στην δομή και τον διαχωρισμό των κατηγοριών έτσι ώστε κατά την επισκεψιμότητά του να είναι πιο εύχρηστο, ευανάγνωστο και λειτουργικό, από οποιαδήποτε smart συσκευή και απλά δομημένο για όλων των ειδών χρήστες. Με την ανανέωση αυτή το συγκεκριμένο site θα μπορούσε να γίνει περισσότερο επισκέψιμο, ισότιμο των μεγάλων ειδησεογραφικών ιστοτόπων, αφού μην ξεχνάμε ότι η βάση του είναι η εφημερίδα ΠΑΤΡΙΣ την δεύτερη αρχαιότερη εφημερίδα της Ελλάδας.

