



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ

**ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ
ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ**

**«ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ
ΕΦΗΜΕΡΙΔΩΝ»**

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΔΗΜΟΠΟΥΛΟΣ ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΣ

A.M. 2011006

Επιβλέπων: ΔΡ. ΛΕΠΟΥΡΑΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

2013

Περιεχόμενα

ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	3
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	4
Κεφάλαιο 1 ^ο Οι δικτυακοί τόποι ελληνικών και ξένων εφημερίδων	6
Κεφάλαιο 2 ^ο Αξιολόγηση.....	12
2.1 Κριτήρια Αξιολόγησης Ιστοσελίδων.....	14
2.1.1 Ευχρηστία ιστοσελίδων.....	14
2.1.2 Σχεδίαση Ιστοσελίδας	15
2.2 Κριτήρια Αξιολόγησης Ιστοσελίδων Εφημερίδων.....	25
Κεφάλαιο 3ο	30
3.1 Ειδικότερα κριτήρια	30
3.2 Αξιολόγηση ιστοσελίδων	34
3.2.1 Θάρρος (Μεσσηνίας).....	34
3.2.2 Εφημερίδα Ελευθερία (Μεσσηνία)	38
3.2.3 Αγγελιοφόρος (Θεσσαλονίκη)	42
3.2.4 Έθνος.....	46
3.2.5 Τα Νέα.....	50
3.2.6 Η Καθημερινή	54
3.2.7 Financial Times	58
3.2.8 The New York Times	62
3.2.9 The Washington Post.....	66
Επίλογος.....	69
Βιβλιογραφία.....	71

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Με την παρακάτω διπλωματική εργασία γίνεται μια προσπάθεια καταγραφής και αξιολόγησης των ιστοχώρων εφημερίδων. Η επιλογή των ιστοσελίδων έγινε τυχαία, λαμβάνοντας υπόψη την δημοτικότητα των παρακάτω εφημερίδων. Αν αναλογιστεί κανείς πως στην Ελλάδα δεν υπάρχουν πολλές προσπάθειες καταγραφής και αξιολόγησης αυτής της κατηγορίας δικτυακών τόπων, θεωρώ η συγκεκριμένη διπλωματική μπορεί να βοηθήσει ώστε να αποκτήσουν οι δικτυακοί τόποι των εφημερίδων μια πιο ολοκληρωμένη μορφή που θα είναι σαφώς πιο κοντά στον απλό χρήστη.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Οι πρώτες εφημερίδες εντοπίστηκαν αρχικά στην εποχή του Μ. Αλεξάνδρου. Οι «Βασιλείες Εφημερίδες» όπως τις αποκαλούσαν ήταν ημερήσια φύλλα όπου περιέγραφαν ό,τι συνέβαινε καθημερινά στο βασίλειο της Μακεδονίας. Επίσης περιείχαν λεπτομερή καταγραφή των γεγονότων του πολιτικού και στρατιωτικού κόσμου καθώς και τις προσωπικές ασχολίες του βασιλιά, σπουδαίες ακροάσεις και μερικές πληροφορίες όσον αφορά το οικονομικά του κράτους.

Στην εποχή μας η πληροφορία διαχέεται με ραγδαίους ρυθμούς και η πρόσβαση σε αυτήν συνεχώς αποκτά πιο εύκολες διόδους. Σημαντικός παράγοντας είναι και η χρήση των ηλεκτρονικών υπολογιστών ως μέσου επεξεργασίας, ανάλυσης και διάδοσης της πληροφορίας. Πολύ σημαντικό ρόλο γι' αυτό παίζει το διαδίκτυο, το οποίο είναι η επανάσταση της ψηφιακής εποχής, καθώς προσφέρει αμεσότητα στη διάθεση της πληροφορίας.

Η 'τρομακτική' αύξηση της χρήσης του διαδικτύου, η σύγχρονη τεχνολογία και πιο συγκεκριμένα η ψηφιακή μεταφορά του κειμένου, του ήχου και της εικόνας έχει σαν αποτέλεσμα την δημιουργία πλήθους 'ιστοτόπων εφημερίδων' στο διαδίκτυο, ακόμη και στην Ελλάδα.

Η ανάπτυξη ιστοσελίδων εφημερίδων προέβαλε ως επιτακτική ανάγκη, στην εύρεση τρόπων που θα προσαρμόζονταν στις ανάγκες, τις ιδιαιτερότητες κάθε ατόμου, ώστε να του εξασφαλίσουν το επιθυμητό, δηλαδή την αδιάλειπτη και συνεχή εύκολη πρόσβαση στην πληροφορία. Το διαδίκτυο, ολοένα και περισσότερο, κερδίζει μεγαλύτερο κοινό στην ενημέρωση των ανθρώπων, αναδεικνύοντας την πληροφορία από τοπική σε παγκόσμιο αγαθό.

Σκοπός της μελέτης αυτής είναι η παρουσίαση, η ιστορική μετάβαση καθώς και αξιολόγηση ενός τυπικού δείγματος δικτυακών τόπων ενημέρωσης. Οι δικτυακοί τόποι που επιλέχθηκαν προς μελέτη βασίστηκαν σε 3 επίπεδα :

- τοπικό επίπεδο (εφημερίδες τοπικής εμβέλειας)
- πανελλαδικό επίπεδο (εφημερίδες πανελλήνιας εμβέλειας)

- παγκόσμιο επίπεδο (εφημερίδες παγκόσμιας εμβέλειας)

Πιο συγκεκριμένα, η διπλωματική εργασία αποτελείται από:

- **Εισαγωγή** : Δίνονται πληροφορίες για την επιλογή του θέματος της εργασίας.
- Πρώτο Κεφάλαιο: Οι δικτυακοί τόποι ελληνικών και ξένων εφημερίδων
- Δεύτερο Κεφάλαιο: Βιβλιογραφική Ανασκόπηση των Κριτηρίων Αξιολόγησης
- Τρίτο Κεφάλαιο: Αξιολόγηση περιπτώσεων ιστοσελίδων εφημερίδων.

Κεφάλαιο 1^ο Οι δικτυακοί τόποι ελληνικών και ξένων εφημερίδων

Ο 21ος αιώνας χαρακτηρίζεται από την ταχύτατη διάδοση του διαδικτύου το οποίο βρίσκεται πλέον μέσα σε κάθε επιχείρηση, δημόσιο οργανισμό, σχολεία, πανεπιστήμια αλλά και σε κάθε σπίτι του ανεπτυγμένου κόσμου. Η τεχνολογική εξέλιξη των τηλεπικοινωνιακών δικτύων ήταν επίσης ραγδαία και επέτρεψε την εγκατάσταση γραμμών πρόσβασης στο Ίντερνετ μέσα σε ελάχιστο χρονικό διάστημα.

Η εξέλιξη και η ανάπτυξη των οπτικών ινών και η ανάπτυξη των ασύρματων δικτύων και των cloud services, σήμερα επιτρέπει την πρόσβαση στο διαδίκτυο όχι μόνο από σταθερούς ηλεκτρονικούς υπολογιστές αλλά από φορητά laptop, notebooks και netbooks τα οποία προσαρμόστηκαν ώστε να χωρούν άνετα σε έναν χαρτοφύλακα ή μια καθημερινή γυναικεία τσάντα ακόμη και από κινητά τηλέφωνα τα λεγόμενα smartphones τα οποία επιτρέπουν την πρόσβαση στο διαδίκτυο από οποιοδήποτε σημείο και να βρίσκεται ο χρήστης. Τέλος τα λεγόμενα tablets είναι η πιο σύγχρονη τεχνολογική πρόταση για άμεση πρόσβαση στο διαδίκτυο και για την ανάγνωση ηλεκτρονικών πηγών, αποκλειστικά μέσα από μία φορητή οθόνη λίγων ιντσών.

Παράλληλα τόσο η επικοινωνία όσο και η ενημέρωση έχουν αλλάξει ριζικά στον 21ο αιώνα. Καθώς η σύγχρονη τεχνολογία προσφέρει την άμεση ψηφιακή μεταφορά του κειμένων, ήχου και εικόνας η οποία συνδυάστηκε με την θεαματική εξάπλωση της χρήσης του internet, η ανάπτυξη των ηλεκτρονικών ιστοσελίδων από μικρής και μεγάλης εμβέλειας εφημερίδες ήταν θέμα χρόνου. Σήμερα το διαδίκτυο προσφέρει έναν οικονομικό και γρήγορο τρόπο ενημέρωσης

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μια τάση αύξησης των χρηστών του διαδικτύου καθώς οι δυνατότητες του στην πρόσβαση της πληροφορίας, αυξάνονται συνεχώς. Είναι ένα τέλειο μέσο για τη διανομή ειδησεογραφικών και πληροφοριακών υπηρεσιών, καθότι παρέχει δυνατότητες προσφοράς τεράστιας ποσότητας πληροφοριών όπου μπορεί να περιέχονται συνδέσεις (links) με σχετικά άρθρα, ομιλίες, έρευνες, νομοθεσίες, στατιστικά στοιχεία και διαφόρων ειδών κείμενα.

Τα στοιχεία μίας έρευνας για τη χρήση του διαδικτύου στην Ελλάδα η οποία πραγματοποιήθηκε από το Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας (ΚτΠ) οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές και το Διαδίκτυο έχουν ενταχθεί για τα καλά πια στην καθημερινή ζωή των Ελλήνων. Σύμφωνα με τα στοιχεία της έρευνας ο μισός πληθυσμός της χώρας μας (51%) χρησιμοποιεί πλέον ηλεκτρονικό υπολογιστή, ενώ το 44% των Ελλήνων έχουν πρόσβαση στο Διαδίκτυο, ανεξαρτήτως αν διαθέτουν προσωπική σύνδεση ή όχι.

Ειδικότερα το 2008, σύμφωνα με το Παρατηρητήριο, σημειώθηκε η μεγαλύτερη άνοδος στη χρήση του διαδικτύου σε σχέση με τα προηγούμενα έτη, ενώ, εκτός από την αυξητική τάση, σημειώνεται πλέον και εντατικοποίηση ως προς τη συχνότητα χρήσης, καθώς το 34% των Ελλήνων συνδέεται σε εβδομαδιαία βάση.

Σε τέσσερα από τα δέκα ελληνικά νοικοκυριά υπάρχει πλέον σύνδεση στο Διαδίκτυο. Κύριο λόγο μη κατοχής σύνδεσης στο σπίτι αποτελεί η αντίληψη ότι το περιεχόμενο του Διαδικτύου θεωρείται επιζήμιο, ενώ ακολουθεί η έλλειψη δεξιοτήτων για τη χρήση του, η οποία γίνεται εντονότερη όσο αυξάνεται η ηλικία των ατόμων.

Δημοφιλέστερος τύπος πρόσβασης στο Διαδίκτυο παραμένει το σπίτι (77%), ενώ ακολουθούν ο χώρος εργασίας (37%) και τα Internet cafe (14%). Παράλληλα με τις «παραδοσιακές» δραστηριότητες στο Διαδίκτυο, οι Έλληνες φαίνεται να στρέφονται πλέον και να αξιοποιούν τις νέες δυνατότητες επικοινωνίας και ψυχαγωγίας που προσφέρονται ηλεκτρονικά. Χαρακτηριστικά αναφέρεται ότι το 45% περίπου των τακτικών χρηστών διαβάζουν ηλεκτρονικές εφημερίδες και περιοδικά, ακούνε ραδιόφωνο και παρακολουθούν τηλεόραση μέσω του διαδικτύου.¹

Στις ΗΠΑ τα στοιχεία επίσης δείχνουν την προτίμηση των αμερικανών πολιτών προς τις ηλεκτρονικές εφημερίδες έναντι των έντυπων εκδόσεων τους. Οι Αμερικανοί

¹ Κοινωνία της Πληροφορίας: Η μισή Ελλάδα online, <http://oem.gr/main/index.php/epikairota/539-koinonia-tis-pliroforias-misi-ellada-online>

ωστόσο προτιμούν περισσότερο για την ενημέρωσή τους πρώτα τα τοπικά τηλεοπτικά δίκτυα, αμέσως μετά τα εθνικά, ενώ στην τρίτη θέση βρίσκεται η online πληροφόρηση η οποία συμπεριλαμβάνει προφανώς και τις ηλεκτρονικές εφημερίδες. Το ποσοστό των Αμερικανών που ενημερώνεται διαδικτυακά αγγίζει το 61% σε μια τυπική ημέρα. Επιπρόσθετα, 9 στους 10 ανατρέχουν σε περισσότερες από μία πηγές πληροφόρησης με το 57% να συμβουλευεται από δύο έως πέντε ιστοσελίδες για την ενημέρωσή του.² Για το Γραφείο Ελέγχου Κυκλοφορίας (ABC) διευκρίνισε ότι στις ΗΠΑ μεταξύ Απριλίου-Σεπτεμβρίου οι επί πληρωμή εκδόσεις των εφημερίδων για ηλεκτρονικούς υπολογιστές, κινητά τηλέφωνα και ταμπλέτες αντιπροσωπεύουν σήμερα το 15,3% της συνολικής διανομής Τύπου, έναντι 9,8% τον Σεπτέμβριο του 2011.³

Εξέλιξη του διαδικτύου αναπόφευκτα επηρέασε τον τομέα της πληροφόρησης και των ΜΜΕ. Όχι μόνο έντυπες εφημερίδες αλλά και τηλεοπτικοί σταθμοί έχουν δημιουργήσει τις αντίστοιχες ιστοσελίδες τους στο διαδίκτυο εδώ και αρκετά χρόνια, και οι οποίες έχουν ως στόχο την παροχής ενημέρωσης προς τους χρήστες του διαδικτύου.

Η ανάπτυξη ηλεκτρονικών ιστοσελίδων εφημερίδων ειδικότερα κρίθηκε από τους ενημερωτικούς οργανισμούς ως επιτακτική μπροστά στις ραγδαίες εξελίξεις. Οι έντυπες εφημερίδες όπως άλλωστε και τα έντυπα περιοδικά, έπρεπε να αναζητήσουν και να βρουν τον καταλληλότερο τρόπο για να επιβιώσουν από την πρόκληση της ηλεκτρονικής ενημέρωσης. Και αυτό γιατί όπως είδαμε το διαδίκτυο, από την αρχή έδειξε πως είχε μία ισχυρή θελκτική δύναμη η οποία συγκέντρωνε το ενδιαφέρον των

² Έρευνα στις Η.Π.Α.: Πιο δημοφιλές το ίντερνετ από τις εφημερίδες <http://oem.gr/main/index.php/epikairota/471-erevna-stis-usa-pio-dimofiles-to-innternet-apo-tis-efimeride>

³ Κερδίζουν γρήγορα έδαφος οι ηλεκτρονικές εκδόσεις των εφημερίδων στις ΗΠΑ, <http://www.onlycy.com/246721->

%CE%BA%CE%B5%CF%81%CE%B4%CE%AF%CE%B6%CE%BF%CF%85%CE%BD-

%CE%B3%CF%81%CE%AE%CE%B3%CE%BF%CF%81%CE%B1-

%CE%AD%CE%B4%CE%B1%CF%86%CE%BF%CF%82-%CE%BF%CE%B9-

%CE%B7%CE%BB%CE%B5%CE%BA%CF%84%CF%81%CE%BF%CE%BD

ανθρώπων. Επιπρόσθετα η πρόκληση του διαδικτύου ήταν ο παγκόσμιος ανταγωνισμός, καθώς οι ελληνικές εφημερίδες αν θέλουμε να επανέλθουμε στο ελληνικό παράδειγμα πλέον είχαν να αντιμετωπίσουν τον ανταγωνισμό από εφημερίδες παγκόσμιου εμβέλειας και διεθνούς αναγνωρισμένου κύρους. Το διαδίκτυο αύξησε συνεπώς την πρόσβαση των ελλήνων αναγνωστών, στον ξένο ηλεκτρονικό τύπο, ο οποίος για πολλά χρόνια ήταν προνόμιο των λίγων εξαιτίας του υψηλού κόστους αγοράς των εισαγόμενων εντύπων εφημερίδων.

Το διαδίκτυο με άλλα λόγια μετατράπηκε γρήγορα σε μία ισχυρή πρόκληση για την επιβίωση του έντυπου τύπου. Το Ίντερνετ είναι ίσως ο πιο διαδραστικός τρόπος επικοινωνίας, διαμοιρασμού πληροφοριών, εικόνας και ήχου και προσφέρει νέες δυνατότητες στα ΜΜΕ στα οποία προσδίδει απεριόριστες δυνατότητες αν γίνει σωστά η εκμετάλλευσή του. Είναι η νέα και σημαντικότερη πρόκληση των τελευταίων δεκαετιών για τον τύπο. Οι σύγχρονοι ιστότοποι των εφημερίδων παρέχουν τη δυνατότητα δημιουργίας απεριόριστου αριθμού άρθρων, την δυνατότητα να ανεβαίνουν ταχύτατα φωτογραφίες και βίντεο με τις τρέχουσες εξελίξεις και επίσης τη δεινότητα συχνής ανανέωσης των ειδήσεων και των εξελίξεων. Μία ιστοσελίδα σήμερα ειδησεογραφικού ενδιαφέροντος μπορεί να περιέχει εκτός από το κυρίως άρθρο ειδικότερες συνδέσεις για παλαιότερα σχετικά άρθρα, την ηλεκτρονική διεύθυνση του συντάκτη ώστε ο αναγνώστης να μπορεί να έρθει σε άμεση επαφή μαζί του, συνδέσεις με άλλα έγγραφα, ιστοσελίδες σχετικών οργανισμών και πολλά άλλα στοιχεία όπως θα δούμε στη συνέχεια. Επίσης, οι ιστοσελίδες αυτές συχνά φιλοξενούν διαφημίσεις, πλαίσια τα οποία ενημερώνουν τον αναγνώστη για θέματα όπως το χρηματιστήριο, ο καιρός, η ώρα, τρέχουσες εξελίξεις, τα κυριότερα θέματα της επικαιρότητας ή τις δημοφιλέστερες ειδήσεις της ημέρας.

Οι έντυπες εφημερίδες όπως έχει δείξει η πρώτη δεκαετία του 21^{ου} αιώνα εάν επιθυμούν να επιβιώσουν θα πρέπει να εκμεταλλευτούν τις δυνατότητες του διαδικτύου. Αλλιώς θα αντιμετωπίσουν σημαντικά προβλήματα όπως ακριβώς και άλλες επιχειρήσεις σε διαφορετικούς κλάδους οι οποίες δεν προσαρμόστηκαν στις εξελίξεις όσο ήταν ακόμη καιρός, κυρίως εξαιτίας του φόβου για την εκκίνηση ενός νέου ανοίγματος ή ορίζοντα στο διαδίκτυο. Το μέλλον είναι πιθανότερο να είναι ευνοϊκό για τις εφημερίδες οι οποίες θα ανήκουν στην κατηγορία αυτών που εκμεταλλεύονται τις δυνατότητες του διαδικτύου, οι οποίες στην αγγλική ορολογία

ονομάζονται « webcentric» εν αντιθέσει με εκείνες οι οποίες δεν δραστηριοποιούνται σοβαρά στο διαδίκτυο παρά δημιουργούν μία απλή ιστοσελίδα με συγκεκριμένα στοιχεία και κάποιες βασικές πληροφορίες οι οποίες καλούνται ως « webenabled».⁴

Στην Ελλάδα οι πρώτες ηλεκτρονικές εκδόσεις εφημερίδων εμφανίζονται στα μέσα της δεκαετίας του '90. Στις 31 Αυγούστου 1995, η Ελευθεροτυπία ήταν η πρώτη αθηναϊκή εφημερίδα που δημιούργησε την πρώτη ηλεκτρονική έκδοση παράλληλα με την εφημερίδα Μακεδονία της Θεσσαλονίκης. Σύντομα ακολούθησαν και άλλες μεγάλες αθηναϊκές εφημερίδες όπως η Καθημερινή, η Ναυτεμπορική, το Βήμα, το Έθνος. Κατά την πρώτη δεκαετία του 21^{ου} αιώνα ηλεκτρονικές σελίδες απέκτησαν όλες οι εφημερίδες εθνικής εμβέλειας αλλά όπως θα δούμε και στη συνέχεια σήμερα η πλειοψηφία να όχι το σύνολο των περιφερειακών εφημερίδων διατηρεί παράλληλα με την έντυπη και μία ηλεκτρονική μορφή, ή ένα ιστότοπο ο οποίος περιλαμβάνει τα σημαντικότερα άρθρα της έντυπης έκδοσης.

Σε άρθρο του Βήματος για την σχέση του διαδικτύου και του έντυπου τύπου αναφέρεται χαρακτηριστικά πως σήμερα όλο και περισσότεροι εκδότες αντιλαμβάνονται ότι οι εφημερίδες πρέπει να αγκαλιάσουν το Internet, διαπιστώνοντας ότι οι περισσότεροι έδειξαν αδικαιολόγητη αυτοπεποίθηση και αδιαφορία τα προηγούμενα χρόνια. Σημειώνεται επίσης πως στην Ελλάδα οι εκδότες του ημερήσιου και απογευματινού τύπου δεν κατάφεραν αντιληφτούν τις αλλαγές του 21^{ου} αιώνα στον τομέα της ενημέρωσης, οι οποίες και έδειξαν νέους δρόμους πρόσβασης στην πληροφορία και την ενημέρωση.

Το αποτέλεσμα αυτής της αδράνειας ήταν να χαθεί πολύτιμος χρόνος με αποτέλεσμα την απώλεια τεράστιων διαφημιστών κερδών όπως πλέον κρίθηκε εκ του αποτελέσματος. Τέλος παραθέτει τα λόγια του Ρίτσαρντ Μέρντοκ ενός από τους σημαντικότερους άνδρες στον τομέα του έντυπου τύπου ο οποίος αντιλαμβανόμενος τη σημασία του διαδικτύου είπε: «Έχουμε μπροστά μας μια ευκαιρία που παρουσιάζεται μονάχα μία φορά σε κάθε ανθρώπινη γενιά...την ελπίδα ότι στο μέλλον οι άνθρωποι θα ξεκινούν την ημέρα τους πίνοντας τον καφέ τους και

⁴ Gene Roberts, Thomas Kunkel, Breach of Faith: A Crisis of Coverage in the Age of Corporate Newspapering, University of Arkansas Press, 2005, σ. 198

διαβάζοντας τη διαδικτυακή έκδοση της εφημερίδας μας, όπως τώρα πίνουν τον καφέ και διαβάζουν τη χάρτινη έκδοση...».⁵

⁵ Ο Γουτεμβέργιος, οι εφημερίδες και το Internet,
<http://www.tovima.gr/opinions/article/?aid=175649>

Κεφάλαιο 2^ο Αξιολόγηση

Σήμερα, καθώς διανύουμε την εποχή της τεχνολογίας, ο πολλαπλασιασμός των ιστοσελίδων ενημέρωσης και όχι μόνο αποτελεί πλέον γεγονός. Στον τομέα των ιστοσελίδων ενημέρωσης, οι εκδοτικοί οίκοι πολλών εφημερίδων έχουν πραγματοποιήσει σημαντικές επενδύσεις στον τομέα του σχεδιασμού και της ανάπτυξης ιστοσελίδων στην προσπάθεια τους να μεγαλώσουν το μερίδιο των αναγνωστών τους. Οι επενδύσεις αυτές μάλιστα είναι συνεχείς, καθώς είναι εύκολο να παρατηρήσουμε πως οι ιστοσελίδες των εφημερίδων αναβαθμίζονται συνεχώς, εμπλουτίζονται με περισσότερα διαδραστικά στοιχεία και νέους τομείς.

Οι ιστοσελίδες των εφημερίδων για πετύχουν το στόχο τους πρέπει να αποτελούν ένα μέσο αποτελεσματικής επικοινωνίας και ενημέρωσης των αναγνωστών. Οι ιστοσελίδες των εφημερίδων δεν διαφέρουν καθόλου από την ιστοσελίδα οποιασδήποτε εμπορικής επιχείρησης η οποία επιθυμεί να πουλήσει το προϊόν της. Αυτό που ενδιαφέρει πρωταρχικά σε μία ιστοσελίδα είναι η ποιοτική της αξιολόγηση και ειδικότερα κατά πόσο καταφέρνει να κερδίσει το ενδιαφέρον του αναγνώστη.

Ο βασικός στόχος της αξιολόγησης μίας ιστοσελίδας είναι αδιαμφισβήτητα το αν ο τρόπος με τον οποίο έχει σχεδιαστεί ικανοποιεί τους επισκέπτες και τους αναγνώστες και ειδικότερα σε μία ιστοσελίδα εφημερίδας τίθενται και ορισμένα κριτήρια σχετικά με το περιεχόμενο της, τα οποία και θα αναλυθούν στο δεύτερο μέρος του κεφαλαίου.

Η ποιότητα σχετίζεται με την ικανοποίηση των πελατών και το επίπεδο εκπλήρωσης των προσδοκιών των χρηστών από την επίσκεψη τους στην ιστοσελίδα. Η ποιότητα αναδεικνύεται σε θεμελιώδη παράγοντα για τη διαμόρφωση της εικόνας που αποκτούν οι χρήστες για την ιστοσελίδα.⁶ Σε τελική ανάλυση, η υψηλή ποιότητα

⁶ Moustakis V., C. Litos, A. Dalivigas, and L. Tsironis, Website assessment criteria, International Conference on Information Quality, November 5-7 2004, σσ. 59-73.

μίας ιστοσελίδας εγγυάται τόσο την απόκτηση πιστών αναγνωστών και επισκεπτών όπως και τη δημιουργία κέρδους μέσα από την προσέλκυση διαφημίσεων.⁷

Ωστόσο στον τομέα των ιστοσελίδων ο προσδιορισμός της ικανοποίησης των επισκεπτών είναι ένα αρκετά δύσκολο εγχείρημα. Οι συχνότεροι δείκτες που χρησιμοποιούνται είναι για παράδειγμα η συνολική ελκυστικότητα της σελίδας, ο χρηστικός της χαρακτήρας της ιστοσελίδας, τα χαρακτηριστικά του σχεδιασμού και οι λειτουργικοί στόχοι. εμφανίζονται να αποτελούν σχετικούς δείκτες

⁷ Straub D.W., Hoffman D., Weber B., Steinfield C., Measuring e-commerce in Net-enabled organizations, Information Systems Research, 2004,13(2), 115–124.

2.1 Κριτήρια Αξιολόγησης Ιστοσελίδων

2.1.1 Ευχρηστία ιστοσελίδων

Το κριτήριο της ευχρηστίας αναφέρεται και στο πρότυπο ISO 9241 ως «ο βαθμός στον οποίο οι δυνάμει χρήστες ενός προϊόντος επιτυγχάνουν συγκεκριμένους στόχους κατά έναν αποτελεσματικό, παραγωγικό και ικανοποιητικό τρόπο εντός ενός δεδομένου πλαισίου χρήσης». Επιπρόσθετα, σύμφωνα με το πρότυπο ISO 9126(1991) η ευχρηστία ορίζεται ως: «ένα σύνολο από ιδιότητες οι οποίες υφίστανται στη προσπάθεια που απαιτείται για τη χρήση και στην εκτίμηση της χρήσης αυτής καθαυτής από ένα καθορισμένο ή υπονοούμενο σύνολο από χρήστες».

Όταν μία ιστοσελίδα καταφέρει να εκπληρώσει τις προσδοκίες ενός επισκέπτη τότε θεωρείται ότι έχει επιτύχει το στόχο της. Η ευχρηστία αναφέρεται κυρίως στην ευκολία που προσφέρει στο χρήση η πλοήγηση και η εξερεύνηση της ιστοσελίδας. Η ευχρηστία (usability) είναι ένας όρος που χρησιμοποιείται κυρίως για να χαρακτηρίσει γενικότερα την ευκολία με την οποία οι άνθρωποι χρησιμοποιούν ένα εργαλείο ή ένα πρόγραμμα με στόχο την πραγματοποίηση ενός συγκεκριμένου σκοπού.

Η ευχρηστία σε μία ιστοσελίδα είναι ένα πολύ σημαντικό χαρακτηριστικό. Μία ιστοσελίδα η οποία είναι εύχρηστη σημαίνει πως είναι πιο αποδοτική στη χρήση, που σημαίνει πως ο χρήστης θα δαπανήσει λιγότερο χρόνο για να πραγματοποιήσει μία συγκεκριμένη λειτουργία ή εργασία στο πλαίσιο της ιστοσελίδας. Επίσης η ευχρηστία μιας ιστοσελίδας μεταφράζεται και στην ευκολία του χρήστη να μάθει τη συγκεκριμένη ιστοσελίδα, δηλαδή στην εκμάθηση της. Η χρησιμότητα τέλος σημαίνει επίσης πως οι επισκέπτες μίας ιστοσελίδας θα είναι ικανοποιημένοι από τα χαρακτηριστικά της.

Το πρότυπο ISO 9241 παρέχει επίσης ένα πλαίσιο κριτηρίων με βάση τα οποία μπορεί να αποτιμηθεί γενικά η ευχρηστία, χωρίς να αναφέρεται και πάλι αποκλειστικά σε ιστοσελίδες. Σύμφωνα με το πρότυπο η ευχρηστία κρίνεται με βάση:

1. Την αποτελεσματικότητά της δηλαδή το βαθμό στον οποίο οι αντικειμενικοί στόχοι των χρηστών ικανοποιούνται
2. Την αποδοτικότητά της, δηλαδή τους πόρους που έχουν χρησιμοποιηθεί για την ικανοποίηση των στόχων της
3. Την ικανοποίηση των χρηστών

2.1.2 Σχεδίαση Ιστοσελίδας

Σημαντικό κριτήριο είναι πρωταρχικά όμως ο σχεδιασμός της ιστοσελίδας. Ιδιαίτερα σημαντική είναι η σχεδίαση της ιστοσελίδας από την άποψη της σχεδίασης της πλοήγησης των επισκεπτών, της οργάνωσης των σελίδων του ιστοτόπου και της σχεδίασης τους όπως επίσης και η σχεδίαση του περιεχομένου και η οργάνωση του στο πλαίσιο των ιστοσελίδων.

Η σωστή σχεδίαση της ιστοσελίδας είναι έχει ιδιαίτερη σημασία καθώς πρέπει να ενσωματώνει κατάλληλα το περιεχόμενο της ιστοσελίδας με τη διάταξη της καθώς και τις εφαρμογές και λοιπά στοιχεία που αυτή μπορεί να περιέχει. Η σωστή διάταξη της ιστοσελίδας μπορεί να αναδείξει ή να υποβιβάσει το περιεχόμενο της. Έτσι ο σχεδιασμός μίας ιστοσελίδας θα πρέπει να γίνεται με βάση το περιεχόμενο και το σκοπό της εφημερίδας.

Έτσι είναι ιδιαίτερα σημαντικό η σχεδίαση μίας ιστοσελίδας να αντικατοπτρίζει ή να συμβαδίζει με το σκοπό της. Η σχεδίαση μίας ιστοσελίδας δεν σταματά ωστόσο τη χρονική στιγμή που η ιστοσελίδα ξεκινά να λειτουργεί για τους επισκέπτες. Η σχεδίαση της ιστοσελίδα πρέπει να ανανεώνεται σε τακτά χρονικά διαστήματα, ενώ απαιτούνται και σημαντικές εργασίες συντήρησης. Παράλληλα οι ιστοσελίδες πρέπει συνεχώς να προσαρμόζονται στις εξελίξεις και να υπάρχει συνεχής ενημέρωση τους από τους υπεύθυνους για τη συντήρησή της.

Σημαντικά πρότυπα ISO υπάρχουν και για τη σχεδίαση ιστοσελίδων.

Το πρότυπο ISO 13407 αναφέρεται στις ανθρωποκεντρικές διαδικασίες σχεδιασμού για αλληλεπιδραστικά συστήματα και παρέχει οδηγίες σχετικά με τις

διαδικασίες του ανθρωποκεντρικού σχεδιασμού κατά τη διάρκεια ανάπτυξης του κύκλου ζωής των αλληλεπιδραστικών υπολογιστικών συστημάτων. Είναι ένα εργαλείο για εκείνους που διαχειρίζονται τις διαδικασίες σχεδιασμού και παρέχει οδηγίες σχετικά με τις πηγές πληροφορίας και των προτύπων που σχετίζονται με την ανθρωποκεντρική προσέγγιση.

Ο ανθρωποκεντρικός σχεδιασμός περιγράφεται ως μια διεπιστημονική δραστηριότητα, που συμπεριλαμβάνει ανθρώπινους παράγοντες, εργονομικές γνώσεις και τεχνικές με στόχο την ενίσχυση της αποτελεσματικότητας και της αποδοτικότητας, ενώ βελτιώνει τις ανθρώπινες συνθήκες εργασίας και εξουδετερώνει πιθανά δυσμενή αποτελέσματα της χρήσης στην ανθρώπινη υγεία, την ασφάλεια και την απόδοση.

Ουσιαστικά υπάρχουν τέσσερις δραστηριότητες στον ανθρωποκεντρικό σχεδιασμό που πρέπει να σχεδιαστούν και να ληφθούν υπόψη προκειμένου να ενσωματωθούν οι απαιτήσεις ευχρηστίας στη διαδικασία ανάπτυξης. Αυτές είναι:

- Κατανόηση και καθορισμός του περιβάλλοντος χρήσης του προϊόντος. Η δραστηριότητα αυτή περιλαμβάνει τα χαρακτηριστικά των χρηστών του προϊόντος, τις ενέργειες που θα εκτελέσουν οι χρήστες με το προϊόν και το περιβάλλον στο οποίο οι χρήστες θα χρησιμοποιήσουν το προϊόν.
- Καθορισμός των απαιτήσεων του χρήστη και του οργανισμού του προϊόντος. Η δραστηριότητα αυτή συνιστάται στην ανάλυση του εύρους των χρηστών και του άλλου προσωπικού που εμπλέκονται στη διαδικασία του σχεδιασμού, στην παροχή ξεκάθαρων στόχων, στην ανάθεση κατάλληλων προτεραιοτήτων για τις διαφορετικές απαιτήσεις, στην παροχή μετρικών για τον έλεγχο των παραγόμενων σχεδιασμών, στη συμμόρφωση με τα ενδιαφέροντα των χρηστών, στη συμπερίληψη θεσμικών και νομοθετικών απαιτήσεων και στην επαρκή τεκμηρίωση.
- Παραγωγή διαφόρων σχεδιαστικών λύσεων και πρωτοτύπων. Η δραστηριότητα αυτή περιλαμβάνει την ανάπτυξη πολλών σχεδιαστικών προτάσεων, τη λήψη αποφάσεων σχεδιασμού με χρήση προσομοιώσεων, την επίδειξη των λύσεων στους χρήστες, την παροχή

δυνατότητας σε αυτούς να εκτελέσουν διάφορες ενέργειες και την επανάληψη της όλης διαδικασίας μέχρι να ικανοποιηθούν συγκεκριμένοι σχεδιαστικοί στόχοι.

- Διεξαγωγή αξιολογήσεων με βάση το χρήστη. Πρόκειται για ένα πολύ σημαντικό βήμα που εκτιμά ποιοι στόχοι του χρήστη και του οργανισμού έχουν ικανοποιηθεί ενώ παρέχει ανατροφοδότηση για τη βελτίωση του σχεδιασμού. Υπάρχουν πολλές μέθοδοι αξιολόγησης – η επιλογή της καλύτερης μεθόδου είναι συνάρτηση της φύσης του προϊόντος που πρόκειται να αναπτυχθεί, της οικονομικής κατάστασης του φορέα που έχει την αναλάβει τη χρηματοδότηση του προϊόντος και των χρονικών περιορισμών.⁸

Βασικό κριτήριο επίσης για την αξιολόγηση μίας ιστοσελίδας είναι και το περιεχόμενο της. Το πρώτο χαρακτηριστικό τα οποίο και μπορούμε να εξετάσουμε σε σχέση με το περιεχόμενο είναι η καταλληλότητά του. Το σημαντικότερο κριτήριο εδώ είναι ουσιαστικά είναι εάν ή σε ποιο βαθμό η ιστοσελίδα είναι προσανατολισμένη προς τους επισκέπτες. Με άλλα λόγια να το περιεχόμενό της είναι αρκετά ενδιαφέρον, πλήρες ώστε να κερδίσει το ενδιαφέρον των επισκεπτών. Τέλος σημαντικό είναι κατά πόσο οι επισκέπτες ωφελούνται από την επίσκεψη τους στην ιστοσελίδα και κατά πόσο υπάρχει χρηστικότητα ώστε να την ξαναεπισκεπτούν.

Δεύτερο σημαντικό κριτήριο για την αξιολόγηση του περιεχομένου μίας ιστοσελίδας είναι το κατά πόσο εμπλουτίζεται με τη χρήση γραφικών και ήχου και ιδιαίτερα με την ποιότητα των χαρακτηριστικών αυτών. Έτσι κατά αυτό τον τρόπο όταν μία ιστοσελίδα συνδυάζει την παροχή πληροφοριών τόσο με την παροχή κειμένων αλλά και με τη χρήση ενσωματωμένων βίντεο, εικόνων, χαρτών αλλά και ήχου με τη μορφή μουσικής η οποία συνοδεύει την περιήγηση του επισκέπτη, σαφώς έχει αρκετά πλεονεκτήματα έναντι μίας απλούστερης σελίδας η οποία μπορεί σε πολλές περιπτώσεις να έχει καλύτερο περιεχόμενο αλλά να θεωρηθεί από τους επισκέπτες ως λιγότερο θελκτική λόγω της απουσίας χαρακτηριστικών όπως τα παραπάνω. Ωστόσο μία ιστοσελίδα δεν θα πρέπει να είναι και υπερφορτισμένη με τα

⁸ http://quality.hpclab.ceid.upatras.gr/index.php?action=iso_other

στοιχεία αυτά τα οποία μπορεί να καταλήξουν να αποσυντονίσουν ή και να δυσαρεστήσουν τον επισκέπτη.

Την ίδια περίπτωση ωστόσο μπορεί να έχει και το μεγάλο εύρος πληροφοριών ή η σχετικότητα τους με το σκοπό της ιστοσελίδας. Με άλλα λόγια το περιεχόμενο μίας ιστοσελίδας είναι ιδιαίτερα ευρύ, μεγάλο σε έκταση είναι αναμενόμενο πως θα δυσκολέψει τον αναγνώστη στο να βρει τις πληροφορίες που επιθυμεί. Για παράδειγμα σε αρκετά μεγάλο αριθμό ιστοσελίδων συχνά ο πλουραλισμός των πληροφοριών και η πληθώρα άρθρων ή επί μέρους σελίδων δυσκολεύει τους επισκέπτες να βρουν σημαντικές πληροφορίες όπως τα στοιχεία επικοινωνίας.

Το κριτήριο της ισορροπίας είναι συνεπώς το παν σε μία ιστοσελίδα καθώς η πληθώρα πληροφοριών θα επιφέρει το αντίθετο αποτέλεσμα και θα αποσυντονίσει τον επισκέπτη. Η υπερβολική προσφορά πληροφοριών ή η παροχή πολύ λίγων πληροφοριών συχνά λειτουργεί ανασταλτικά και είναι πιθανό να αποτρέψει τον επισκέπτη να ξανασκεφτεί τη σελίδα στο μέλλον.

Εξίσου σημαντική είναι και η ανανέωση του περιεχομένου μίας ιστοσελίδας. Είναι ιδιαίτερα σημαντικό οι πληροφορίες που περιλαμβάνει μία ιστοσελίδα να ανανεώνονται σε τακτά χρονικά διαστήματα και να επικαιροποιούνται. Αντίστοιχα σημαντικό είναι και αναφέρεται η ημερομηνία της τελευταίας τροποποίησης ώστε ο επισκέπτης να γνωρίζει αν οι πληροφορίες που παρέχονται είναι πρόσφατες ή αν ενδεχομένως να έχει μεσολαβήσει ένα σημαντικό χρονικό διάστημα από όταν αναρτήθηκαν στην ιστοσελίδα. Έτσι μία ιστοσελίδα θα πρέπει να παρέχει πρόσφατες πληροφορίες, και να αναφέρει πότε ανανεώθηκαν.

Επίσης θα πρέπει το περιεχόμενο της ιστοσελίδας να εναρμονίζεται με τη σχεδίαση του, καθώς και η σχεδίαση να ανανεώνεται σε τακτά χρονικά διαστήματα ώστε να συμβαδίζει με τις εξελίξεις και τις νέες κυρίως πληροφορίες θα πρέπει να αναρτηθούν στην ιστοσελίδα. Έτσι θα πρέπει ο επισκέπτης να ενθαρρύνεται από τη σχεδίαση και να οδηγείται εύκολα στην εύρεση των πληροφοριών τις οποίες αναζητά, μέσα από συγκεκριμένα βήματα και να καταλήγει εύκολα στις πληροφορίες αυτές. Κάθε ιστοσελίδα θα πρέπει επιπλέον να συνοδεύεται και από έναν κατάλληλο και ενδεικτικό τίτλο ο οποίος και θα παρουσιάζει εν συντομία το περιεχόμενό της, θα

προσελκύουν το ενδιαφέρον του επισκέπτη και τον βοηθούν στην αναζήτηση των κατάλληλων πληροφοριών.

Το ίδιο θα πρέπει να ισχύει για τη δομή της ιστοσελίδας η οποία και πρέπει να έχει την κατάλληλη διάρθρωση, να αποτελείται από κατατοπιστικές ετικέτες και να διευκολύνει την αναζήτηση του επισκέπτη. Η δομή μιας πετυχημένης ιστοσελίδας θα πρέπει να είναι απλή και λειτουργική, ενώ ο επισκέπτης θα πρέπει να έχει τη δυνατότητα να έχει άμεση πρόσβαση σε αυτή, οποιαδήποτε στιγμή το κρίνει απαραίτητο. Τέλος, ένα από τα βασικά κριτήρια της ποιότητας ενός διαδικτυακού κόμβου είναι η σωστή οργάνωση του περιεχομένου του. Όλη η πληροφορία δεν είναι δυνατό να παρουσιαστεί σε μια σελίδα. Το περιεχόμενο λοιπόν, ενός διαδικτυακού κόμβου πρέπει να ομαδοποιείται σε θεματικές ενότητες και ιεραρχικά έτσι όμως, που οι σχέσεις μεταξύ των στοιχείων μιας ομάδας πρέπει να είναι εμφανή στους επισκέπτες.

Προσπαθώντας να ομαδοποιήσουμε τα διάφορα κριτήρια καταλήξαμε στις εξής κατηγορίες:

- διαφάνεια-σαφήνεια στόχων διαδικτυακού τόπου,
- περιεχόμενο,
- σχεδιασμός,
- πολιτική που ακολουθεί σε διάφορα ζητήματα και
- αλληλεπιδραστικά χαρακτηριστικά του.

Τα κριτήρια της κατηγορίας αυτής εξετάζουν το βαθμό διαφάνειας ενός Ιστοτόπου σε ότι αφορά στο σκοπό και στους στόχους του, στα θέματα που παρουσιάζει, στο κοινό στο οποίο απευθύνεται και στην αρχή ή τον οργανισμό που έχει την ευθύνη του σχεδιασμού και της συντήρησής του.

Η διαφάνεια είναι επίσης ένα σημαντικό κριτήριο καθώς μειώνουν τη σύγχυση και την αβεβαιότητα των επισκεπτών για το περιεχόμενο της ιστοσελίδας

στην οποία πλοηγούνται. Συμβάλλει στην ανάπτυξη της αξιοπιστίας της ιστοσελίδας ιδιαίτερα όταν υπάρχουν σαφείς πληροφορίες σύμφωνα με την ταυτότητα και το περιεχόμενο. Η ιστοσελίδα επίσης πρέπει να έχει ένα σαφές και ξεκάθαρο όνομα, το οποίο θα σχετίζεται με το σκοπό και το περιεχόμενό του. Πολλοί ιστότοποι επίσης περιλαμβάνουν και πληροφορίες σχετικά με τον υπεύθυνο ή την υπεύθυνη εταιρεία για την κατασκευή και τη συντήρησή τους, καθώς και τη δυνατότητα επικοινωνίας.

Η κατηγορία κριτηρίων περιεχομένου αξιολογεί την ποιότητα του περιεχομένου και το βαθμό προσδιορισμού των πηγών πληροφορίας, την πληρότητα τους, την καταλληλότητα τους, την ακρίβεια, την αντικειμενικότητα και την επικαιρότητα της πληροφορίας, την ποιότητα των εικόνων και του περιεχομένου και τη λογική στην οργάνωση του περιεχομένου. Τα κριτήρια αυτά αναφέρονται στην ποιότητα των πληροφοριών κάθε ιστοσελίδας. Μπορούμε να ισχυριστούμε πως το κριτήριο της πληρότητας είναι στενά συνδεδεμένο με τους στόχους και το προφίλ του επισκέπτη και αφορά στην ποσότητα της κατάλληλης πληροφορίας στην ιστοσελίδα και εξετάζει το βαθμό ικανοποίησης των επισκεπτών. Παράλληλα και οι πληροφορίες που παρουσιάζονται πρέπει να είναι ακριβείς, αληθείς και αντικειμενικές. Η τεκμηρίωση είναι επίσης θεμελιώδες χαρακτηριστικό και είναι απαραίτητο να υπάρχουν αναφορές στις πηγές που χρησιμοποιήθηκαν ή να αναφέρεται ρητά ότι αποτελούν προσωπικές απόψεις των συντακτών.

Τα κριτήρια της κατηγορίας της πολιτικής του ιστοτόπου εξετάζουν ζητήματα που σχετίζονται με την πολιτική του ιστοτόπου και σχετίζονται με νομικά ζητήματα και ζητήματα διαφήμισης. Αυτά τα κριτήρια αξιολογούν τη βιωσιμότητα. Αφορούν την παροχή πληροφόρησης στον επισκέπτη σχετικά με την προστασία και τη διαχείριση των πνευματικών δικαιωμάτων και προσωπικών δεδομένων του. Οφείλουν να προστατεύουν τους επισκέπτες από οποιονδήποτε κίνδυνο παραβίασης των δικαιωμάτων του επισκέπτη καθώς και των προσωπικών στοιχείων τα οποία και τους εμπιστεύεται.

Σημαντική είναι και η πολιτική συντήρησης των ιστοσελίδων. Η συντήρηση φροντίζει οι πληροφορίες που παρέχονται στις ιστοσελίδες να είναι επίκαιρες ενώ πρέπει να παρέχεται και ενημέρωση στον αναγνώστη σχετικά με την τελευταία ημερομηνία τροποποίησης και επικαιροποίησης.

Κριτήρια Σχεδιασμού. Τα κριτήρια αυτά αφορούν την αξιολόγηση της αρχιτεκτονικής μίας ιστοσελίδας. Αφορούν στοιχεία όπως

- η προσβασιμότητα,
- η πλοηγησιμότητα,
- η δυνατότητα αναζήτησής,
- η ποιότητα των παρεχόμενων συνδέσμων και
- η αξιολόγηση της αισθητικής και της παρουσίασης της ιστοσελίδας

Κρίσιμος παράγοντας για την αξιολόγηση της ποιότητας είναι η αξιοπιστία πλοήγησης που προσφέρει. Η παροχή του περιεχομένου σε περισσότερες από μία γλώσσες συμβάλλει σε αυτό και ενισχύει την καθολικότητά της ώστε οι πληροφορίες μίας ιστοσελίδας να είναι διαθέσιμες σε περισσότερους επισκέπτες. Η δυνατότητα αυτή θα πρέπει σχεδιαστικά να είναι σε σημείο ώστε να μπορεί να εντοπιστεί άμεσα από τον επισκέπτη. Η ευκολία πλοήγησης αναφέρεται επίσης και στο πόσο εύκολα και γρήγορα ο επισκέπτης μπορεί να περιηγηθεί στο περιεχόμενο της ιστοσελίδας

Τα κριτήρια αλληλεπίδρασης τέλος εξετάζουν την ύπαρξη μηχανισμών ανατροφοδότησης και διαφόρων μέσων για την ανταλλαγή πληροφοριών των χρηστών μεταξύ τους καθώς και με την ιστοσελίδα. Η αλληλεπίδραση αποτελεί ένα σημαντικό πλεονέκτημα για τους επισκέπτες οι οποίοι μπορούν να επικοινωνήσουν τους δημιουργούς όχι μόνο της ιστοσελίδας πλέον αλλά και με τους συντάκτες των πληροφοριών ή τον οργανισμό στον οποίο ανήκει η ιστοσελίδα, για να υποβάλλουν τα σχόλια τους ή να θέσουν τις προτάσεις τους. Η αλληλεπίδραση επίσης συνίσταται και στην παροχή στους επισκέπτες της δυνατότητας να προσαρμόσουν την εμφάνιση της ιστοσελίδας στις δικές τους προτιμήσεις. Στη δυνατότητα αλληλεπίδρασης είναι

και η αποστολή ενημερωτικών δελτίων (newsletters) ως προαιρετική επιλογή των επισκεπτών.⁹

Σύμφωνα με τον Jakob Nielsen υπάρχουν δέκα συγκεκριμένα κριτήρια για την αξιολόγηση ιστοσελίδων:

- Συνεχής ενημέρωση των επισκεπτών και των χρηστών για νέες αλλαγές, εξελίξεις, νέα της ιστοσελίδας.
- Η γλώσσα της ιστοσελίδας θα πρέπει να προσεγγίζει τη γλώσσα, τις εκφράσεις και την ιδιοσυγκρασία των χρηστών της, να έχει δηλαδή μία ανθρωποκεντρικό προσανατολισμό.
- Εύκολος χειρισμός, δυνατότητες επιστροφής σε προηγούμενες ιστοσελίδες χωρίς πολύπλοκες διαδρομές
- Ακρίβεια και σαφήνεια ώστε να μη δημιουργούνται ζητήματα κατανόησης από τους χρήστες και αμφιβολιών.
- Πρόβλεψη πιθανών λαθών που μπορεί να πραγματοποιήσουν οι χρήστες και ενσωμάτωσή τους στον σχεδιασμό της ιστοσελίδας ώστε να διορθώνονται προβλήματα πριν αυτά προκύψουν.
- Ευκολία στη χρήση, η οποία δεν πρέπει να απαιτεί από τον χρήστη να απομνημονεύει μεγάλο όγκο πληροφοριών σχετικά με την πλοήγηση του.
- Ευελιξία, αποδοτικότητα και αποτελεσματικότητα στη χρήση.
- Μινιμαλιστικός σχεδιασμός και αισθητική

⁹ Ασκητή Βασιλική, Αξιολόγηση ψηφιακής δημοσίευσης: Κριτήρια και Μέθοδοι αξιολόγησης ιστοσελίδων, Διπλωματική Εργασία, Ιόνιο Πανεπιστήμιο, <http://dlib.ionio.gr/gsdlib/cgi-bin/library?e=d-01000-00---0ctheses--00-1--0-10-0---0---0prompt-10---4-----0-11--11-en-50---20-about---00-3-1-00-0011-1-0utfZz-8-00&cl=CL2.1&d=HASH5e5dcfb57de9481e5362bf&x=1>

- Παροχή βοήθειας στους χρήστες για την αντιμετώπιση λαθών(errors)
- Απλά μηνύματα προς τους χρήστες ώστε να είναι κατανοητά και να παρέχουν σαφείς και κατανοητές οδηγίες στους χρήστες.
- Δυνατότητα Βοήθειας και τεκμηρίωση¹⁰

Σύμφωνα με τον D. Norman, συγγραφέα του βιβλίου *The Design of Everyday Things* μπορούμε να θέσουμε συγκεκριμένα κριτήρια για την εξέταση της χρηστικότητας όλων των πραγμάτων. Τα κριτήρια αυτά μπορούν να διατυπωθούν και ως συγκεκριμένα ερωτήματα:

- Αν η ιστοσελίδα (στο δικό μας υπόδειγμα) ανταποκρίνεται στον ειδικότερο στόχο για τον οποίο και δημιουργήθηκε
- Ποιος ήταν ο στόχος αυτός
- Η δημιουργία της ιστοσελίδας
- Ποια βήματα ή ποιες διαδικασίες έχουν ακολουθηθεί
- Η συγκέντρωση των απαραίτητων πληροφοριών
- Μελέτη των πληροφοριών αυτών και εξαγωγή συμπερασμάτων
- Αποτίμηση του αποτελέσματος.

¹⁰ Jacob Nielsen, 10 Usability Heuristics, <http://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>, Molich, R., and Nielsen, J. (1990). Improving a human-computer dialogue, *Communications of the ACM* 33 , 3 (March), 338-348 και Nielsen, J., and Molich, R. (1990). Heuristic evaluation of user interfaces, *Proc. ACM CHI'90 Conf.* (Seattle, WA, 1-5 April), 249-256.

Ειδικότερα στο βιβλίο του θέτει μία σειρά από βασικά κριτήρια για την αξιολόγηση της χρησιμότητας τα οποία είναι τα εξής:¹¹

- Ορατότητα (Visibility) με την έννοια να είναι εμφανείς (ορατές) οι δυνατότητες χρήσης του συστήματος από το χρήστη
- Αντιστοίχιση (Mapping)
- Ανάδραση ή ανατροφοδότηση (Feedback)
- Περιορισμοί (Constraints)
- Σχεδίαση ανθεκτική στα λάθη, η οποία πρέπει να προβλέπει και να αντιμετωπίζει τα λάθη των χρηστών
- Σχεδίαση ανθεκτική στα λάθη
- Σχεδίαση προσανατολισμένη στον χρήστη

¹¹ D. Norman, The Design of Everyday Things, MIT University Press, 1998

2.2 Κριτήρια Αξιολόγησης Ιστοσελίδων Εφημερίδων

Ιδιαίτερα σημαντικά είναι τα κριτήρια που θέτουν οι συγγραφείς του βιβλίου *Ja Web Wisdom: How to Evaluate and Create Information Quality on the Web*, είναι τα εξής :

- Εξουσιοδότηση(authority)
- Δημοσίευση στοιχείων copyright
- Εμφανείς στόχοι
- Κατοχυρωμένη νομιμότητα
- Δυνατότητα ελέγχου νομιμότητας με εναλλακτικούς μη ηλεκτρονικούς τρόπους
- Δημοσίευση ταυτότητας συντακτών
- Ακρίβεια (accuracy)
- Παράθεση πηγών οι οποίες να μπορούν να εξακριβωθούν
- Έλεγχος της εγκυρότητας των πληροφοριών της ιστοσελίδας
- Ορθότητα γλώσσας
- Αντικειμενικότητα
- Διαχωρισμός της πληροφορίας από διαφημιστικά μηνύματα και προσωπικές απόψεις;
- Επικαιρότητα (currency)

- Γραπτή αναφορά στην τελευταία ενημέρωση
- Βαθμός κάλυψης των γεγονότων (coverage)
- Εύρος κάλυψης θεμάτων
- Σύγκριση κάλυψης θεμάτων με την κάλυψη θεμάτων από την έντυπη έκδοση ¹²

Πέρα από τα παραπάνω κριτήρια ωστόσο η αξιολόγηση των ιστοσελίδων που διατηρούν οι εφημερίδες στο διαδίκτυο θα πρέπει να γίνει με βάση και με τα γενικά κριτήρια τα οποία χρησιμοποιούνται για την αξιολόγηση των ιστοσελίδων. Τα ανωτέρω κριτήρια μπορούν να συνοψιστούν σε έξι κατηγορίες:

1. Εξουσιοδότηση η οποία θα κρίνει αν το άτομο ή ο οργανισμός ο οποίος είναι υπεύθυνος για τη λειτουργία της ιστοσελίδας έχει τα προσόντα και την νομική ικανότητα ακόμη να το πράττει. Εξετάζονται:

- Αν είναι εμφανές ποιος διαχειρίζεται την ιστοσελίδα.
- Πληροφορίες επικοινωνίας όπως e-mail, τηλέφωνα επικοινωνίας και fax
- Διαπιστευτήρια
- Αν είναι εμφανές αν υποστηρίζεται από κάποιον άλλο οργανισμό ή επιχείρηση

2. Σκοπός της ιστοσελίδας

¹² Jan Alexander, Marsha Ann Tate, «*Web Wisdom: How to Evaluate and Create Information Quality on the Web*»

Ο σκοπός της ιστοσελίδας θα πρέπει να είναι εμφανής, δηλαδή να αναφέρεται η ενημέρωση ως ο κύριος σκοπός της. Ειδικότερα θα πρέπει εξεταστούν:

- Αν το περιεχόμενο υποστηρίζει το σκοπό της ιστοσελίδας
- Αν οι πληροφορίες στοχεύουν σε ένα συγκεκριμένο κοινό πχ αθλητική, πολιτική ή οικονομική ενημέρωση.
- Αν η ιστοσελίδα είναι σωστά οργανωμένη
- Αν υπάρχουν εξωτερικοί σύνδεσμοι και να είναι κατάλληλοι
- Έλεγχος του domain name της ιστοσελίδας το οποίο συνήθως αναφέρεται στο περιεχόμενό της

3. Κάλυψη Θεμάτων

Ο μεγάλος αριθμός επιμέρους ιστοσελίδων κάνει ιδιαίτερα δύσκολη την πλήρη εξέταση τους για να προσδιοριστεί με ακρίβεια το εύρος των θεμάτων τα οποία καλύπτονται από μία ηλεκτρονική έκδοση εφημερίδας. Συνήθως εξετάζονται:

- Αν η ίδια η ιστοσελίδα δηλώνει πως δημοσιεύει ηλεκτρονικά περιορισμένο αριθμό άρθρων.
- Αν δημοσιεύει όλο το κείμενο ενός άρθρου ή μόνο την εισαγωγή του

4. Επικαιροποίηση

Αναφέρεται στο πόσο επίκαιρες και σύγχρονες είναι οι πληροφορίες και τα άρθρα που δημοσιεύονται και πόσο συχνά ανανεώνονται τα δημοσιευμένα άρθρα. Θα πρέπει επίσης να παρατίθενται πληροφορίες σχετικά με:

- Την πρώτη δημοσίευση σε έντυπη μορφή
- Πότε δημοσιεύτηκε ηλεκτρονικά
- Αν υπάρχουν ανανεώσεις
- Αν υπάρχουν σύνδεσμοι κατά πόσο ισχύουν, είναι αξιόπιστοι κτλ

5. Αντικειμενικότητα

Η αντικειμενικότητα είναι ένα βασικό κριτήριο για την αξιολόγηση μίας ιστοσελίδας εφημερίδας καθώς υπάρχει πληθώρα εφημερίδων οι οποίες είναι πολιτικά στρατευμένες, ενώ υπάρχουν και εφημερίδες οι οποίες συστηματικά ασχολούνται με την πολιτική προπαγάνδα. Όταν εξετάζουμε την αντικειμενικότητα συνεπώς αναφερόμαστε σε κριτήρια τα οποία έχουν να κάνουν με:

- Αν υπάρχουν ενδείξεις προκατάληψης
- Αν υπάρχει μία κεκαλυμμένη προσπάθεια να επηρεαστούν οι αναγνώστες
- Αν υπάρχουν διαφημίσεις και σε ποιο βαθμό υπάρχει προώθηση προϊόντων ή πώλησης υπηρεσιών

6. Ακρίβεια

Όταν θέλουμε να εξετάσουμε την ακρίβεια μίας ιστοσελίδας τότε αναφερόμαστε στην αλήθεια των γεγονότων και πληροφοριών που δημοσιεύονται.

Ειδικότερα εξετάζουμε:

- Αξιοπιστία αν πρόκειται για ιστοσελίδα μίας αξιόπιστης εφημερίδας και να έχει συνταχτεί από ένα αξιόπιστο συντάκτη.
- Αξιοπιστία των πηγών όπως επίσημες στατιστικές και επίσημες πηγές πληροφόρησης οι οποίες μπορούν και να επαληθευτούν
- Γραμματική και Συντακτική ορθότητα, σύγχρονη και σωστή χρήση της γλώσσας

Κεφάλαιο 3ο

3.1 Ειδικότερα κριτήρια με βάση τα οποία θα γίνει η αξιολόγηση των ειδικότερων περιπτώσεων

1. Η Πατρότητα της πηγής (Authority)

- Ποιος υπογράφει την πληροφορία (όνομα συγγραφέα, οργανισμού, ιδρύματος, e-mail, πληροφορίες επικοινωνίας)
- Ποιος φιλοξενεί την ιστοσελίδα

2. Επικαιρότητα της Ιστοσελίδας (Recency)

- ημερομηνία δημοσίευσης της πληροφορίας
- ημερομηνία τελευταίας ενημέρωσης του ιστότοπου

3. Ακρίβεια (Accuracy)

- Τεκμηριωμένη, σαφής, λεπτομερής, κατανοητή πληροφορία
- Εμβάθυνση στο θέμα και αναφορές σε πηγές

4. Αντικειμενικότητα (Objectivity)

- Αναπαράσταση της πληροφορίας από πολλές οπτικές
- Στόχοι και σκοπιμότητες που εξυπηρετεί αυτού που θέτει την πληροφορία

5. Αξιοπιστία (Credibility)

- Ποιος ο στόχος της πληροφορίας;
- Ο λόγος δημιουργίας της ιστοσελίδας
- Τακτική ενημέρωση
- Παροχή βιβλιογραφικής ενημέρωσης
- Αναφορά σε συναφείς εργασίες
- Έλλειψη ανωνυμίας
- Ύπαρξη λαθών ορθογραφικών, συντακτικών

6. Ύπαρξη στερεοτύπων

- Απαλλαγμένη ή όχι από στερεοτυπικά πρότυπα που έχουν να κάνουν με τη θέματα φύλου, εθνότητας, θρησκείας, φυλής...
- Απαλλαγμένη από γενικότερες προκαταλήψεις
- Το περιεχόμενο της σελίδας σύμφωνο με τα κοινωνικά και πολιτισμικά πρότυπα της κοινωνίας στις οποίες τα μέλη απευθύνεται

7. Αλληλεπιδραστικότητα Ιστοσελίδας

- Τροποποίηση εμφάνισης ανάλογα με τους χρήστες.
- Διευκόλυνση ατόμων συγκεκριμένων αναγκών(δυσκολίες στην όραση, ακοή κτλ)
- Εμφάνιση της σελίδας και σε άλλες γλώσσες

- Πρόσβαση στην πληροφορία σε μέλη μειονοτήτων που μένουν στη χώρα
- Εύκολη πλοήγηση
- Ύπαρξη χάρτη πλοήγησης της ιστοσελίδας
- Λίστες ηλεκτρονικού ταχυδρομείου,
- Αποστολή ενημερωτικών δελτίων (newsletters)
- Κοινότητα επισκεπτών για επικοινωνία και ανταλλαγή απόψεων.

8. Σχεδιασμός και Αισθητική

- Χρώμα φόντου και λέξεων
- Τρόπος εμφάνισης των κειμένων και των γραφικών
- Ύπαρξη λαθών ορθογραφικών, συντακτικών
- Ύπαρξη ή μη διαφημίσεων και αναδυόμενων παραθύρων
- Δυνατότητα αναζήτησης
- Εύκολη πλοήγηση

9. Κριτήρια Πολιτικής:

- Πνευματικά δικαιώματα
- Προσωπικά δεδομένα
- Διαφήμιση

- Συντήρηση ιστοσελίδας

10. Χρηστικότητα

- Εξυπηρετεί το σκοπό δημιουργία της για να παρέχει ενημέρωση
- Ανταποκρίνεται στις ανάγκες για πληροφόρηση
- Ανταποκρίνεται στο κοινό στο οποίο απευθύνεται με βάση τους αναγνώστες των έντυπων φύλλων
- Προωθεί τη συμμετοχή του αναγνώστη υπό τη μορφή σχολιασμού, συμμετοχής κτλ.
- Προβάλλει κάθε πληροφορία διαθεματικά;
- Κινεί το ενδιαφέρον των αναγνωστών;¹³

¹³ Τα κριτήρια αξιολόγησης αυτά στηρίχτηκαν στο «Κριτήρια αξιολόγησης δικτυακών τόπων» Μπασματζίδης Γεώργιος

3.2 Αξιολόγηση ιστοσελίδων

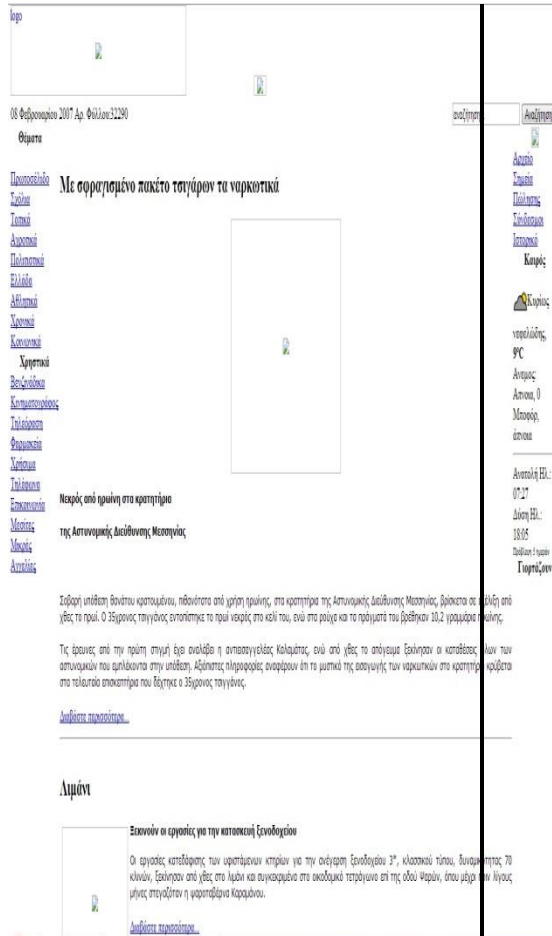
3.2.1 Θάρρος (Μεσσηνίας)

Η εφημερίδα «Θάρρος» αποτελεί μία τοπική εφημερίδα η οποία εκδίδεται στον νομό Μεσσηνίας της νότιας Πελοποννήσου. Η ηλεκτρονική διεύθυνση της εφημερίδας είναι στον ισότοπο <http://www.tharrosnews.gr/>. Κάθε ιστοσελίδα χαρακτηρίζεται από το λευκό φόντο και γκρι φόντο και από το λογότυπο της εφημερίδας το οποίο συνοδεύεται από έναν υπότιτλο ο οποίος και δίνει τον χαρακτήρα της εφημερίδας ως μία καθημερινή εφημερίδα του νομού Μεσσηνίας.

Η σχεδίαση της εφημερίδας επιτρέπει ήδη από την κεντρική σελίδα να εντοπίσει ο αναγνώστης τη δομή της ιστοσελίδας καθώς και το κεντρικό μενού. Στο ψηλότερο τμήμα της ιστοσελίδας υπάρχουν ειδικότερα σημεία πρόσβασης πέρα από την επιστροφή στην κεντρική σελίδα, και πληροφορίες για την εφημερίδα τα οποία παρέχουν πληροφορίες στους παρακάτω τομείς:

- ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ
- ΟΔΗΓΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
- ΜΙΚΡΕΣ ΑΓΓΕΛΙΕΣ
- ΦΑΡΜΑΚΕΙΑ
- ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ
- ΧΡΗΣΙΜΑ ΤΗΛΕΦΩΝΑ
- ΣΙΝΕΜΑ
- ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ ΕΦΗΜΕΡΙΔΩΝ



Ηλεκτρονική έκδοση 'Θάρρος' 2007



Ηλεκτρονική έκδοση 'Θάρρος' 2012

Επιπρόσθετα, στο πάνω μέρος της σελίδας βρίσκονται και οι ειδικότερες επιλογές και κατηγορίες ενημέρωσης που προσφέρονται προς τον επισκέπτη και οι οποίες είναι:

- [ΕΙΔΗΣΕΙΣ](#)
- [ΠΟΛΙΤΙΚΗ](#)
- [ΔΗΜΟΙ - ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ](#)
- [ΚΟΙΝΩΝΙΑ](#)
- [ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ](#)
- [ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ](#)
- [ΑΓΡΟΤΙΚΑ](#)
- [ΑΡΘΡΑ](#)
- [ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ](#)
- [ΘΑΡΡΟΣ TV](#)

Παρατηρούμε πως στη σύγχρονη μορφή της ιστοσελίδας έχει μεταφερθεί το κεντρικό μενού 'θέματα' από την αριστερή πλευρά της ιστοσελίδας στην επάνω πλευρά της καθώς και η μεταφορά του μενού 'χρήσιμα' στην δεξιά πλευρά είναι από τις 'μεγαλύτερες' αλλαγές που έχουν γίνει στην ιστοσελίδα «Θάρρος» Μεσσηνίας από το 2007 έως σήμερα. Σε γενικές γραμμές η δομή της ιστοσελίδας έχει παραμείνει σχεδόν ίδια κρατώντας στην κορυφή το λογότυπο και δεξιά στη στήλη διαφημίσεις, καιρός, αρχείο κτλ. Στο τέλος της σελίδας υπάρχει επίσης ένας σύνδεσμος ο οποίος και ενημερώνει τους επισκέπτες σχετικά με την πολιτική προστασία προσωπικών δεδομένων. Τέλος έχει προστεθεί ένας σύνδεσμος για νέο ιστότοπο με αρχείο της έντυπης μορφής της εφημερίδας από το 1899 και έχει εξαφανιστεί η δυνατότητα της αναζήτησης.

Παράλληλα ιδιαίτερα σημαντικό είναι πως προβάλλονται σε πρώτο πλάνο οι τελευταίες εξελίξεις οι οποίες δημοσιεύονται σε τακτά χρονικά διαστήματα. Δίπλα από τις τελευταίες εξελίξεις προβάλλεται επίσης και η πρώτη σελίδα της έντυπης έκδοσης όπως και ένας σύνδεσμος για με μεταβεί ο επισκέπτης στην παλαιότερη έκδοση του site.

Η θεματολογία έχει ευρύ χαρακτήρα και περιλαμβάνει μεγάλο αριθμό άρθρων πολιτικής, οικονομίας, πολιτισμού αλλά και τοπικών νέων και δρώμενων σε κάθε σημαντικό τομέα αλλά και μόνιμες στήλες. Η διαδραστικότητα της ιστοσελίδας αυξάνεται μέσω μόνιμων συνδέσμων προς μέσα κοινωνικής δικτύωσης όπως twitter, facebook, και το Youtube. Το ενδιαφέρον του επισκέπτη κεντρίζει ωστόσο ο σύνδεσμος προς το ΘάρροςTV το οποίο είναι κάτι που δεν αναμένει να βρει σε μία τοπική εφημερίδα και την ιστοσελίδα της. Περιέχει βίντεο τα οποία σχετίζονται με την επικαιρότητα και τα δρώμενα της περιοχής, το οποίο όμως φαίνεται μάλλον φτωχό χωρίς να καταφέρει να κερδίσει τελικά τον επισκέπτη μόλις εισέλθει στον τομέα αυτό.

Τέλος τόσο τα άρθρα όσο και τα κείμενα της ιστοσελίδας είναι ιδιαίτερα καλογραμμένα χωρίς εμφανή προβλήματα γλώσσας, γραμματικής και σύνταξης. Το ύφος γραφής των περισσότερων άρθρων είναι ειδησεογραφικό και προσεγμένο. Τα

άρθρα φέρουν την υπογραφή του συντάκτη τους όπως και την ημερομηνία και ώρα ανανέωσης τους. Παράλληλα δίνεται η δυνατότητα αναμετάδοσης του άρθρου μέσω twitter όπως και τη υποβολής σχολίων από την πλευρά των αναγνωστών. Ωστόσο στην περίπτωση που πρόκειται για την αναδημοσίευση άρθρου τότε παρατίθενται και οι πηγές των πρωτότυπων άρθρων. Τέλος παρατίθενται σε ειδικό πίνακα σε εμφανές σημείο και άλλα σχετικά άρθρα τα οποία έχουν δημοσιευτεί στην ιστοσελίδα.

3.2.2 Εφημερίδα Ελευθερία (Μεσσηνία)

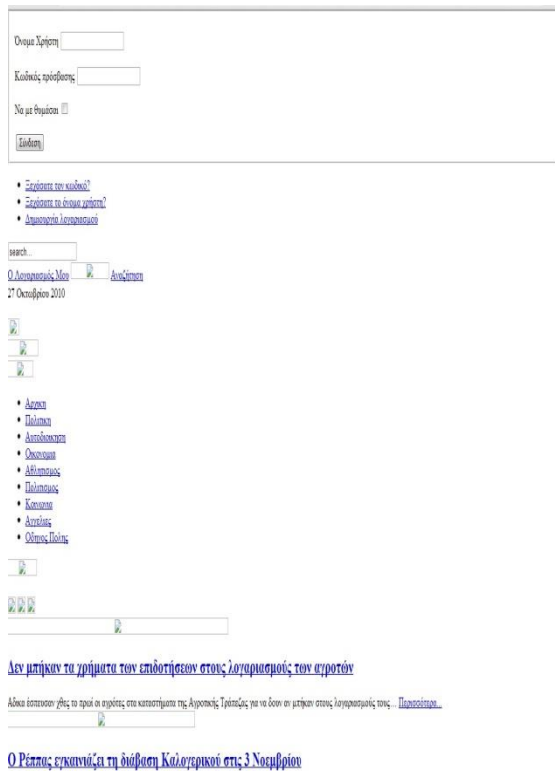
Η Ελευθερία Μεσσηνίας είναι μια τοπική εφημερίδα η οποία δραστηριοποιείται επίσης στην περιοχή της Μεσσηνίας και η ηλεκτρονική μορφή της εφημερίδας βρίσκεται στη διεύθυνση <http://www.eleftheriaonline.gr/>. Η θεματολογία της εφημερίδας επικεντρώνεται σε τοπικές ειδήσεις κυρίως και καλύπτει τους εξής τομείς:

- ΠΟΛΙΤΙΚΗ
- ΚΟΙΝΩΝΙΑ
- ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ
- ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ
- ΜΟΝΙΜΕΣ ΣΤΗΛΕΣ
- ΠΟΛΥΜΕΣΑ

Ιδιαίτερη σημασία δίνεται από το σχεδιασμό του site στις μόνιμες στήλες όπως και στην παρουσίαση των σχολίων που γίνονται από τους αναγνώστες οι οποίοι μπορούν να στέλνουν προς την ιστοσελίδα για δημοσίευση τα σχόλια τους, τα οποία δημοσιεύονται επώνυμα.

Στο κέντρο της ιστοσελίδας υπάρχουν τα τελευταία νέα και αναγράφεται η ώρα και η ημερομηνία δημοσίευσής τους. Παράλληλα προβάλλεται και η πρώτη σελίδα της έντυπης έκδοσης ώστε να δίνεται άμεσα η ηλεκτρονική και η έντυπη έκδοση. Έντονη είναι και η παρουσία των social media οι σύνδεσμοι για τα οποία βρίσκονται στο άνω δεξιό άκρο της ιστοσελίδας με στόχο την αύξηση της διαδραστικότητας της σελίδας. Τέλος στα προβαλλόμενα άρθρα αναφέρεται και ο αριθμός των επισκεπτών που έχουν δει ή έχουν διαβάσει ένα άρθρο.

ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ ΕΦΗΜΕΡΙΔΩΝ



Ηλεκτρονική έκδοση 'Ελευθερία' 2010



Ηλεκτρονική έκδοση 'Ελευθερία' 2012

Οι αλλαγές στην ηλεκτρονική σελίδα της εφημερίδας «Ελευθερία» είναι διαρθρωτικές. Η είσοδος των χρηστών καθώς και η αναζήτηση είναι δύο από τα στοιχεία που κυριαρχούσαν στην επάνω πλευρά της ιστοσελίδας. Ακολουθούσε το λογότυπο της εφημερίδας και στην αριστερή πλευρά Μενού με κατηγορίες. Όλο το σώμα της ιστοσελίδας συνεχίζεται κάτω από το μενού.

Στην σημερινή μορφή της η ιστοσελίδα έχει μεταφέρει το Κεντρικό Μενού στην επάνω πλευρά της σελίδας κρατώντας το λογότυπο αριστερά και ακολουθεί μια οριζόντια στήλη με διαφημίσεις και νέα. Πριν το σώμα της ιστοσελίδας υπάρχει ένα αρκετά μεγάλο παράθυρο όπου εναλλάσσονται εικόνες από σημαντικά νέα. Τέλος, έχει αφαιρεθεί η δυνατότητα της αναζήτησης και έχει προστεθεί σύνδεσμος με αρχείο της έντυπης μορφής της εφημερίδας.

Ο Θάνος Τζήμερος στην Καλαμάτα

Γράφτηκε από **ΕΛΕΥΘΕΡΙΑ Online** | Τρίτη, 22 Ιανουαρίου 2013 08:52 | Εκτύπωση | E-mail

Εκδήλωση με θέμα "Κοινωνική Πολιτική - Κράτος Πρόνοιας" διοργανώνει την Κυριακή 10 Φεβρουαρίου στην Καλαμάτα το κόμμα Δημιουργία Ξανά. Η εκδήλωση θα ξεκινήσει στις 11 το πρωί στο ξενοδοχείο "Ρεξ" και θα παρευρεθεί ο ιδρυτής του κόμματος, Θάνος Τζήμερος.

Tweet +1

Βαθμολογήστε αυτό το άρθρο (0 ψήφοι)

Διαβάστηκε 139 φορές

Τελευταία τροποποίηση στις Τρίτη, 22 Ιανουαρίου 2013 18:26

Στα μειονεκτήματα της σελίδας είναι σαφώς ο μεγάλος όγκος διαφημίσεων οι οποίες είναι διάσπαρτες και αποσπούν την προσοχή του επισκέπτη. Οι πολύχρωμες διαφημίσεις θέτουν σε δεύτερη μοίρα το περιεχόμενο της ιστοσελίδας. Σημαντικό μειονέκτημα επίσης είναι η οργάνωση της ιστοσελίδας δίνει έμφαση στον τοπικό της χαρακτήρα, καθώς προβάλλονται ειδήσεις μόνο τοπικής εμβέλειας, ενώ αν ο επισκέπτης επισκέπτη τους συνδέσμους που οδηγούν στις καλυπτόμενες θεματικές θα δει ότι υπάρχουν θέματα γενικότερης πολιτικής οικονομίας ακόμη και διεθνή. Ωστόσο αυτό που μπορεί να ενοχλήσει κάποιους επισκέπτες και που μπορεί να δώσει μία αρνητική αξιολόγηση στην ιστοσελίδα είναι η γλώσσα η οποία χρησιμοποιείται στο πλαίσιο πολλών τίτλων άρθρων ή μόνιμων στηλών. Το ύφος είναι αρκετά χαλαρό και ξεπερνά ακόμη και τα όρια της καθομιλουμένης γλώσσας, υστερεί σε σύνταξη και λεξιλόγιο τα οποία θυσιάζονται για να δημιουργηθεί ένας «εντυπωσιακός» τίτλος ο οποίος θα κερδίσει το ενδιαφέρον του αναγνώστη.

Φεύγοντας από την πρώτη σελίδα και επιλέγοντας ένα τυχαίο άρθρο παρατηρούμε πως η έκτασή του είναι ιδιαίτερα μικρή έκτασης μίας παραγράφου. Η γλώσσα είναι απλή χωρίς λάθη σύνταξης ή γραμματικής. Η διαδραστικότητα είναι βασικό στοιχείο κάθε ιστοσελίδας η οποία περιλαμβάνει άρθρα. Δίνεται η δυνατότητα σχολίων από την πλευρά των αναγνωστών, οι οποίοι πρέπει πάντα να υποβάλλουν τα προσωπικά τους στοιχεία, όπως και η δυνατότητα αναμετάδοσής του μέσω του twitter. Δίνεται η δυνατότητα να βαθμολογηθεί από τους αναγνώστες το άρθρο με βάση το σύστημα των αστεριών, η ημερομηνία τελευταίας τροποποίησης του όπως και ο αριθμός των επισκέψεων που είχε το συγκεκριμένο άρθρο. Οι διαφημίσεις σε αυτό το κομμάτι περιορίζονται στο περιθώριο της ιστοσελίδας ή στο τέλος της κάτι που αφήνει τον αναγνώστη απερίσπαστο να διαβάσει το άρθρο. Παράλληλα υπάρχουν τόσο προτάσεις για σχετικά άρθρα όπως και για τα τελευταία νέα τα οποία έχουν δημοσιευτεί.

3.2.3 Αγγελιοφόρος (Θεσσαλονίκη)

Ο Αγγελιοφόρος είναι μία επίσης τοπική εφημερίδα της Βορείου Ελλάδας η οποία λειτουργεί εδώ και χρόνια στην περιοχή της Μακεδονίας και έχει αναπτύξει πιστό αναγνωστικό κοινό. Η εφημερίδα ωστόσο είναι ιδιαίτερα δημοφιλής λόγω του τμήματος αγγελιών το οποίο και δημοσιεύει σε καθημερινή βάση.



Αγγελιοφόρος 1/5/2006



Αγγελιοφόρος 22/1/2012

Η ιστοσελίδα του Αγγελιοφόρου έχει αλλάξει ριζικά από το 2006 και δεν υπάρχει κανένα κοινό στοιχείο σήμερα ανάμεσα στις δύο μορφές της ιστοσελίδας. Η πρώτη ιστοσελίδα είναι ιδιαίτερα απλή σχεδιαστικά. Σήμερα αντίθετα έχουν προστεθεί πολλά στοιχεία τα οποία έχουν αλλάξει ριζικά το προφίλ της ιστοσελίδας.

Στον σχεδιασμό της ιστοσελίδας κυριαρχούν τα χρώματα του λευκού και οι διαβαθμίσεις του μπλε τα οποία έρχονται σε αντίθεση με τα πιο σκούρα χρώματα τα οποία χρησιμοποιούνται στα κείμενα και τα πλαίσια κειμένου που περιλαμβάνει η ιστοσελίδα. Η ιστοσελίδα περιλαμβάνει στο πάνω μέρος της ειδικούς συνδέσμους για να μεταβεί ο αναγνώστης και σε άλλα έντυπα τα οποία σχετίζονται με την εφημερίδα. Στο πάνω μέρος της σελίδας υπάρχουν πληροφορίες όπως ο καιρός, η ημερομηνία και ένα εορτολόγιο.

Ο επισκέπτης μπορεί επίσης να επιλέξει εάν θέλει να περιηγηθεί σε τοπικά νέα, ανάλογα με το νομό της Βορείου Ελλάδας στον οποίο κατοικεί. Οι επιλογές που έχει ο επισκέπτης σύμφωνα με τη θεματολογία της εφημερίδας είναι οι εξής:

- ΕΙΔΗΣΕΙΣ
- ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ
- ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ & ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ
- LIFESTYLE
- ΧΡΗΣΙΜΑ
- ΕΝΤΥΠΑ
- ΓΝΩΜΕΣ
- ΜΙΚΡΕΣ ΑΓΓΕΛΙΕΣ

Είναι ιδιαίτερα σημαντικό πως οι κατηγορίες αυτές μόλις επιλεγθεί ο σύνδεσμος τους, υποδιαιρούνται σε επιμέρους κατηγορίες στις οποίες ο επισκέπτης μπορεί να βρει ακριβώς την πληροφορία που ψάχνει.

Στη συνέχεια της ιστοσελίδας παρουσιάζονται οι ειδήσεις και τα ειδικότερα άρθρα για τα οποία οι αναγνώστες έχουν τις εξής επιλογές:

- ΡΟΗ ΕΙΔΗΣΕΩΝ
- ΠΙΟ ΔΙΑΒΑΣΜΕΝΑ
- ΠΙΟ ΥΨΗΛΑ ΒΑΘΜΟΛΟΓΗΜΕΝΑ

Δίπλα στα άρθρα τα οποία προτείνονται μέσω των ανωτέρω επιλογών αναφέρεται και η ημερομηνία τελευταίας ενημέρωσης. Ωστόσο ο Αγγελιοφόρος δεν μένει σε θέματα τα οποία αφορούν την Ελλάδα. Σε ένα δεύτερο πλαίσιο παρουσιάζονται διεθνή θέματα ανάμεσα στις τελευταίες ειδήσεις. Οι επιλογές είναι οι εξής:

- Ελλάδα
- Διεθνή
- Επιχειρήσεις & οικονομία

Οι μικρές αγγελίες οι οποίες αποτελούν ένα χαρακτηριστικό γνώρισμα του Αγγελιοφόρου τίθενται στο περιθώριο της σελίδας σε εμφανές όμως σημείο. Αμέσως μετά υπάρχει συνεχής διαγραμματική απεικόνιση του Χρηματιστηρίου Αθηνών.

Η σελίδα του Αγγελιοφόρου και ο σχεδιασμός της έχουν επενδύσει στην διαδραστικότητα της ιστοσελίδας. Ο Αγγελιοφόρος προσφέρει τη δυνατότητα στον αναγνώστη να εγγραφεί στο Newsletter, να υποβάλλει μέσω ειδικής εφαρμογής τα ερωτήματά του στους συντάκτες της εφημερίδας ή να συμμετέχει σε δημοσκοπήσεις. Τέλος στο κάτω μέρος της σελίδας υπάρχει ένα ειδικό Toolbar με πληθώρα εφαρμογών όπως το Facebook, το Twitter και το Google Plus.

Τα άρθρα του Αγγελιοφόρου είναι προσεκτικά γραμμένα χωρίς ορθογραφική ή συντακτικά λάθη, ενώ μπορούν να χαρακτηριστούν ως ιδιαίτερα αντικειμενικά χωρίς υπερβολικούς χαρακτηρισμούς ή πολιτικές αποχρώσεις. Κάθε άρθρο συνοδεύεται από το όνομα του συντάκτη όπως και την ημερομηνία δημοσίευσής του.



Το μέγεθος του κειμένου είναι επαρκές ώστε να αναλυθεί το θέμα, πάνω στο οποίο κάθε επισκέπτης παροτρύνεται να υποβάλλει το σχόλιο του όπως και να λάβει ενημερώσεις μέσω του συστήματος RSS. Διατηρεί το στοιχείο της διαδραστικότητας μέσω του Toolbar το οποίο και εξακολουθεί να εμφανίζεται στο τέλος της σελίδας. Τέλος η ύπαρξη διαφημίσεων δεν αποτελεί αρνητικό στοιχείο καθώς απεικονίζονται με ήπια στοιχεία χωρίς υπερβολές και σε λίγα τμήματα κάθε ιστοσελίδας, ώστε να επιτρέπουν στον αναγνώστη να ενημερωθεί χωρίς να αποσπούν την προσοχή του.

3.2.4. Έθνος

Η εφημερίδα «Έθνος» είναι μία εφημερίδα πανελληνίας εμβέλειας η οποία κυκλοφορεί σε όλη την ελληνική περιφέρεια καθώς και στα μεγάλα αστικά κέντρα. Η ηλεκτρονική σελίδα της εφημερίδας βρίσκεται στην ηλεκτρονική διεύθυνση <http://www.ethnos.gr>.



Ηλεκτρονική έκδοση 'Έθνος' 2000



Ηλεκτρονική έκδοση 'Έθνος' 2012

Εάν θέλουμε να συγκρίνουμε την ιστοσελίδα του Έθνους όπως είναι σήμερα και όπως σχεδιάστηκε το 2000 παρατηρούμε πως το κεντρικό μενού της ηλεκτρονικής σελίδας της εφημερίδας «Έθνος» έχει μεταφερθεί από την αριστερή πλευρά της σελίδας στην κεντρική και επάνω πλευρά και έχει μετατραπεί σε αναδυόμενο μενού. Το λογότυπο της ιστοσελίδας έχει «κατέβει» σχεδόν στην μέση της σελίδας αφήνοντας χώρο ακριβώς παραπάνω για διαφημίσεις. Στην παλιά

έκδοση της ιστοσελίδας το σώμα της σελίδας ξεκινούσε ακριβώς κάτω από το λογότυπο. Στην νέα έκδοση υπάρχει χώρος όπου εναλλάσσονται εικόνες με σημαντικότερες ειδήσεις. Τέλος, η δεξιά στήλη με τις κατηγορίες των ειδήσεων έχει αντικατασταθεί με στήλη με τελευταία νέα και διαφημίσεις.

Η παρούσα ιστοσελίδα του Έθνους χαρακτηρίζεται από το νέο λογότυπο ethnos.gr το οποίο και χαρακτηρίζει τον ψηφιακό και ηλεκτρονικό χαρακτήρα της έκδοσης αυτής. Ο σχεδιασμός ωστόσο της ιστοσελίδας όπως και η γενικότερη τοποθέτηση των στοιχείων είναι εμφανές πως πέρα από την ενημέρωση έχει και ως στόχο την διαφήμιση και προώθηση της έντυπης έκδοσης της εφημερίδας.

Στο πάνω μέρος της ιστοσελίδας υπάρχουν σύνδεσμοι οι οποίοι οδηγούν τον επισκέπτη τόσο σε ένθετα τεύχη τα οποία συνοδεύουν την έντυπη έκδοση του Έθνους αλλά και σε άλλα έντυπα και περιοδικά του εκδοτικού ομίλου στον οποίο ανήκει η εφημερίδα. Επίσης αναφέρονται και στοιχεία όπως η ώρα η ημερομηνία όπως και οκαιρός στις μεγαλύτερες πόλεις της Ελλάδας. Παρόμοιοι σύνδεσμοι υπάρχουν και στο τέλος της ιστοσελίδας ένα μέρος των οποίων οδηγεί και σε άλλες ιστοσελίδες που ανήκουν στον ίδιο όμιλο και αφορούν περιοδικά ή άλλα έντυπα.

Το Έθνος καλύπτει ένα μεγάλο εύρος θεμάτων όπως:

- ΚΟΙΝΩΝΙΑ
- ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ
- ΔΙΕΘΝΗ
- ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ
- ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΙΑ
- ΕΘΝΟΣΠΟΡ
- ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ
- ΕΝΘΕΤΑ
- TV ΕΘΝΟΣ
- ΧΡΗΣΙΜΑ

Η κεντρική σελίδα παρουσιάζει με τη μορφή slideshow τις σημαντικότερες ειδήσεις οι οποίες προτείνονται στους αναγνώστες. Παράλληλα προτείνονται οι τελευταίες εξελίξεις όπως και παρουσιάζεται και το πρωτοσέλιδο της έντυπης έκδοσης σε κεντρικό σημείο της σελίδας. Σημαντικό κομμάτι της ιστοσελίδας αφιερώνεται και στην μόνιμη αρθρογραφία διακεκριμένων δημοσιογράφων και άλλων προσωπικοτήτων.

Διαφημίσεις υπάρχουν και στην ιστοσελίδα του Έθνους, οι οποίες ωστόσο είναι περιορισμένες ενώ ο κυριότερος όγκος αφορά τον ίδιο τον Όμιλο και άλλα έντυπα του. Στον τομέα της διαδραστικότητας το Έθνος συμβαδίζει με τις εξελίξεις της τεχνολογίας και προσφέρει στο κέντρο της ιστοσελίδας την δυνατότητα ο επισκέπτης να κατεβάσει δωρεάν την απαραίτητη εφαρμογή του Έθνους για το iPhone, χωρίς ωστόσο να υπάρχει μέριμνα για άλλα κινητά τηλέφωνα με διαφορετική τεχνολογία. Επιπλέον δίνεται η δυνατότητα ο επισκέπτης και να αγοράσει την ηλεκτρονική έκδοση της έντυπης εφημερίδας μέσω ειδικού συνδέσμου ο οποίος και συνοδεύει το πλαίσιο όπου παρουσιάζεται το πρωτοσέλιδο της έντυπης εφημερίδας. Η ιστοσελίδα ενισχύεται και από την παρουσίαση στιγμιότυπων είτε φωτογραφιών είτε βίντεο με κάποιες από τις σημαντικότερες εξελίξεις στην Ελλάδα και τον κόσμο.



Τα άρθρα που δημοσιεύονται στην ιστοσελίδα του Έθνους περιέχονται σε σελίδες οι οποίες δεν διαφέρουν σημαντικά από την κεντρική σελίδα. Σαφές μειονέκτημα είναι ότι δεν αναφέρουν το όνομα του συντάκτη. Ωστόσο το Έθνος δίνει τη δυνατότητα στον αναγνώστη να αναπαράγει το άρθρο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, να το εκτυπώσει ή να το ταχυδρομήσει ηλεκτρονικά. Στα θετικά σημεία

της ιστοσελίδας βρίσκεται η δυνατότητα που προσφέρει στο χρήστη να αυξομειώσει τη γραμματοσειρά. Δυνατότητα σχολίων δεν υπάρχει στην ιστοσελίδα του Έθνους. Η δυνατότητα επικοινωνίας υφίσταται μόνο μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου προς ορισμένες διευθύνσεις κυρίως για θέματα αρχείου και διαφήμισης.

Το κυριότερο μειονέκτημα της ιστοσελίδας είναι στο περιεχόμενο των ειδήσεων και κάποιων θεμάτων τα οποία εντάσσονται στο κομμάτι της πολιτικής ενημέρωσης για τα οποία μπορεί να τεθούν ζητήματα αντικειμενικότητας και μεροληψίας. Ωστόσο η αντικειμενικότητα αποτελεί μειονέκτημα πολλών εφημερίδων της Ελλάδας. Το κυριότερο μειονέκτημα του Έθνους σε αυτό τον τομέα είναι πως σε ορισμένα άρθρα δεν γίνεται σαφής διαχωρισμός της προσωπικής άποψης του συντάκτη από την καθαρή είδηση.

3.2.5 Τα Νέα

Η εφημερίδα «Τα Νέα» είναι επίσης μία εφημερίδα η οποία εκδίδεται στην Αθήνα και κυκλοφορεί πανελλαδικά σε όλη την ελληνική επικράτεια. Η εφημερίδα «Τα Νέα» είναι μια από τις εγκυρότερες εφημερίδες στην Ελλάδα και ανήκει σε έναν από του μεγαλύτερους δημοσιογραφικούς οργανισμούς της Ελλάδας τον Όμιλο Λαμπράκη ο οποίος πρώτος δημιούργησε το μεγαλύτερο πόνταλ ενημέρωσης στην Ελλάδα το in.gr. Η ηλεκτρονική διεύθυνση εφημερίδας της εφημερίδας Τα Νέα βρίσκεται στη διεύθυνση <http://www.tanea.gr/>



Ηλεκτρονική έκδοση 'Τα Νέα' 2007



Ηλεκτρονική έκδοση 'Τα Νέα' 2012

Η δομή της ηλεκτρονικής σελίδας της εφημερίδας «Τα Νέα» έχει παραμείνει σχεδόν ίδια διαχρονικά. Βασικές αλλαγές είναι η κατηγοριοποίηση των μενυ, η προσθηκη δυνατότητας αναζήτησης καθώς και η προσθηκη συνδέσμου για μετάβαση σε αρχείο με έντυπη μορφή της εφημερίδας. Τέλος έχουν προστεθει διαφημίσεις στην δεξιά στήλη της σελίδας, καθώς και στήλη με πιο δημοφιλή θέματα ειδήσεων.

Η ιστοσελίδα της εφημερίδας είναι αρκετά λιτή με έμφαση στην ειδησεογραφία. Η ονομασία της ιστοσελίδας είναι tanea online, χαρακτηριστικός τίτλος για την ηλεκτρονική έκδοση. Η ιστοσελίδα έχει σχεδιαστεί ώστε η έμφαση να δίνεται στην ενημέρωση και όχι σε διαφημίσεις. Τα χρώματα είναι απαλά ώστε να ξεχωρίζει το κείμενο και το περιεχόμενο κάθε ιστοσελίδας. Βασικό μειονέκτημα της σελίδας είναι πως η σχεδίαση της την κάνει να φαίνεται υπερφορτωμένη, καθώς τα επιμέρους στοιχεία δεν διαχωρίζονται επαρκώς και δημιουργούν συχνά σύγχυση στον αναγνώστη ο οποίος αποπροσανατολίζεται από την πληθώρα των πληροφοριών και των ερεθισμάτων.

Οι τομείς που καλύπτονται παρουσιάζονται στο αριστερό άκρο της σελίδας και είναι οι εξής:

- ΕΠΙΚΑΙΡΟΤΗΤΑ
- ΕΛΛΑΔΑ
- ΚΟΣΜΟΣ
- ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ
- ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ
- ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ
- ΑΠΟΨΗ
- ΚΥΡΙΟ ΑΡΘΡΟ (ΓΝΩΜΕΣ, ΑΙΧΜΕΣ, ΑΓΙΟΓΡΑΦΙΕΣ, ΜΙΚΡΟΠΟΛΙΤΙΚΟΣ, ΓΕΛΟΙΟΓΡΑΦΙΕΣ, ΕΜΠΙΣΤΕΥΤΙΚΑ, ΠΡΟΕΚΤΑΣΕΙΣ)
- ΕΝΘΕΤΑ(ΥΓΕΙΑ, N-DIGITAL, AUTONEA, ΔΙΑΚΟΠΕΣ, ΒΙΒΛΙΟΔΡΟΜΙΟ, ΠΡΟΣΛΗΨΕΙΣ, ΤΑΧΥΔΡΟΜΟΣ, ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ)

Η ιστοσελίδα φιλοξενεί επίσης συνδέσμους οι οποίοι δίνουν στον επισκέπτη τη δυνατότητα να επισκεφτεί το αρχείο της εφημερίδας όπως και το ειδικό blog της εφημερίδας στο οποίο οι bloggers θίγουν θέματα της καθημερινότητας. Επίσης η ιστοσελίδα της εφημερίδας περιλαμβάνει και ένα e-shop από το οποίο οι επισκέπτες μπορούν να προμηθευτούν ειδικές εκδόσεις βιβλίων και μελετών τα οποία έχουν εκδοθεί από την εφημερίδα όπως και μία ενότητα για την πώληση κρασιών.

Η ιστοσελίδα επίσης προσφέρει τη δυνατότητα αναζήτησης για την οποία δίνει δύο επιλογές, την επιλογή της αναζήτησης θεμάτων στο πλαίσιο των άρθρων της ιστοσελίδας ή στον παγκόσμιο ιστό. Επιπλέον στοιχεία τα οποία παρέχονται είναι η πορεία του χρηματιστηρίου, πληροφορίες για τον καιρό, οι τελευταίες ειδήσεις οι οποίες δημοσιεύτηκαν τα τελευταία λεπτά, βίντεο και φωτορεπορτάζ με τα σημαντικότερα θέματα της επικαιρότητας. Στο περιθώριο της ιστοσελίδας ιδιαίτερη θέση δίνεται και στην αρθρογραφία η οποία καλύπτει τις γνώμες δημοσιογράφων για την επικαιρότητα. Στο τέλος της ιστοσελίδας δημοσιεύονται όλες οι κατηγορίες της θεματολογίας που καλύπτεται στην ιστοσελίδα και το τελευταίο χρονικά άρθρο.

Στο τέλος της ιστοσελίδας υπάρχουν σύνδεσμοι γενικότερου περιεχομένου οι οποίοι αναφέρονται σε ιδιαίτερα σημαντικά θέματα όπως η ταυτότητα του εκδοτικού ομίλου, η δυνατότητα επικοινωνίας, η διαφήμιση, οι όροι Χρήσης, η προστασία προσωπικών δεδομένων και η ασφάλεια συναλλαγών.

The screenshot shows a web browser window with the URL www.tanea.gr/kosmos/article/?aid=4783701. The page features a navigation menu on the left with categories like ΕΠΙΚΑΙΡΟΤΗΤΑ, ΕΛΛΑΔΑ, ΚΟΣΜΟΣ, ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ, ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ, ΑΠΟΨΗ, and ΕΝΘΕΤΑ. The main article is titled «Ο Χάρι έχει ψυχολογικά προβλήματα» λένε οι Ταλιμπάν, published on January 22, 2013. The article text discusses Prince Harry's alleged psychological issues and his military background. A sidebar on the right lists related topics under 'ΤΑ ΠΙΟ ΔΙΑΒΑΣΜΕΝΑ ΘΕΜΑΤΑ' and 'ΤΑ ΠΙΟ ΣΧΟΛΙΑΣΜΕΝΑ ΘΕΜΑΤΑ'. At the bottom right, there is an advertisement for HeliosTask, a mobile application for reading news.

Τα άρθρα τα οποία δημοσιεύονται στην ιστοσελίδα της εφημερίδας δεν φέρουν πάντοτε το όνομα του συντάκτη, ενώ υπάρχουν άρθρα τα οποία δημοσιεύονται μόνο ηλεκτρονικά. Πέρα από την ημερομηνία δημοσίευσης παρατίθεται και η ημερομηνία της τελευταίας ενημέρωσης. Ο αναγνώστης έχει την επιλογή να εκτυπώσει ή να ταχυδρομήσει τα άρθρα ηλεκτρονικά όπως και να αυξομειώσει το μέγεθος της

γραμματοσειράς. Οι αναγνώστες επίσης έχουν τη δυνατότητα να υποβάλλουν τα σχόλια τους σε κάθε άρθρο το οποίο και δημοσιεύεται στην ιστοσελίδα.

Η ιστοσελίδα είναι σχεδιασμένη αποτελεσματικά, χωρίς υπερβολές οι οποίες δυσαρεστούν τους επισκέπτες. Απουσιάζει επίσης και η πληθώρα διαφημίσεων. Τα κείμενα είναι ευανάγνωστα, υπάρχει σαφής διάκρισή τους από το φόντο ενώ η πλοήγηση είναι εύκολη. Σημαντικό πλεονέκτημα είναι η ύπαρξη του Copyright στο τέλος της σελίδας και των υπολοίπων πολιτικών διαχείρισης της ιστοσελίδας.

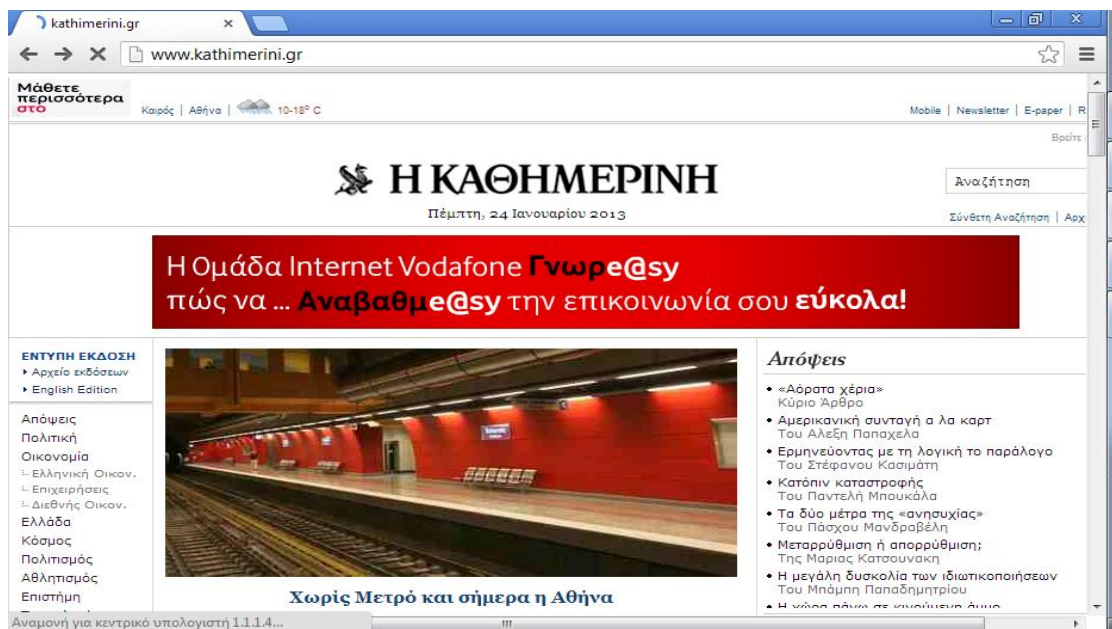
Αυτό που χαρακτηρίζει «Τα Νέα» τέλος είναι ο διαχωρισμός των πληροφοριών και των ειδήσεων από την προσωπική γνώμη των συντακτών η οποία παρατίθεται σε ειδικό τομέα και όχι στο πλαίσιο των ενημερωτικών άρθρων. Τα άρθρα είναι επίσης σωστά ως προς την σύνταξη και τη γραμματική τους.

3.2.6 Η Καθημερινή

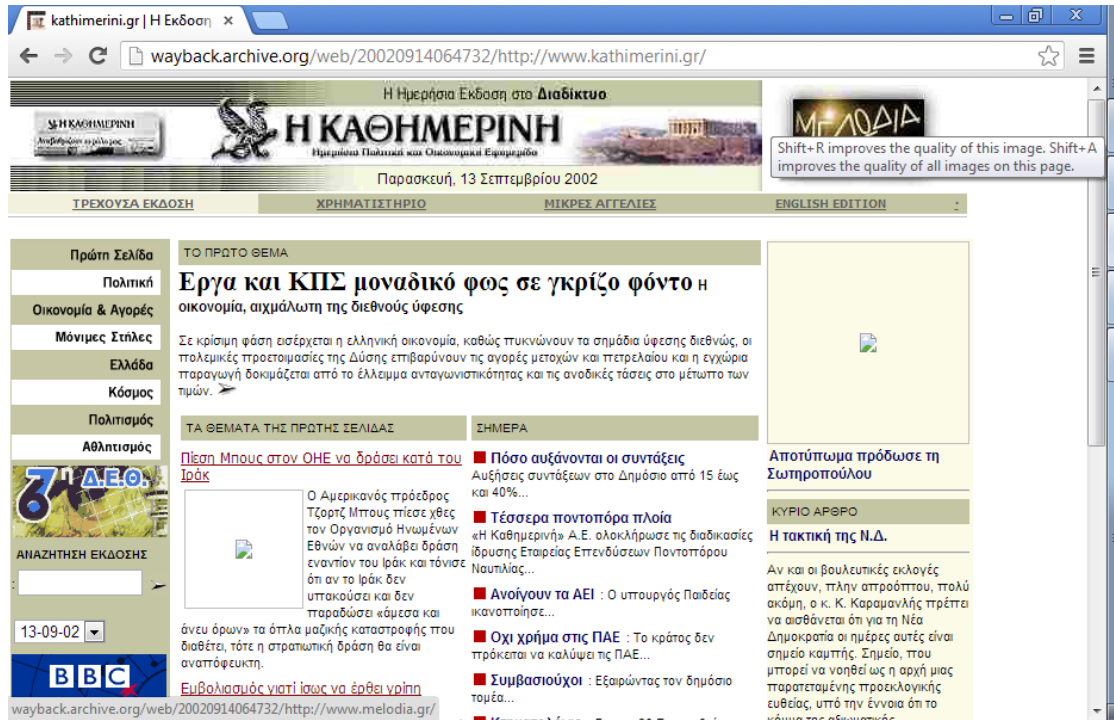
Η Καθημερινή είναι πρωινή καθημερινή εφημερίδα που εκδίδεται στην Αθήνα και κυκλοφορεί σε όλη την Ελλάδα. Ιδρύθηκε από τον Γεώργιο Βλάχο. Το πρώτο φύλλο κυκλοφόρησε στις 15 Σεπτεμβρίου 1919. Η ηλεκτρονική διεύθυνση της εφημερίδας είναι η www.kathimerini.gr.

Η Καθημερινή θεωρείται από τις πιο έγκυρες εφημερίδες η οποία παρά τη γενικότερη αντίληψη ότι είναι ιδιαίτερα πολιτικοποιημένη δημοσιεύει άρθρα και γνώμες οι οποίες πολλές φορές είναι αντικρουόμενες μεταξύ τους καθώς αντιπροσωπεύουν διαφορετικές εκφάνσεις του ελληνικού πολιτικού κόσμου.

Εάν θελήσουμε να συγκρίνουμε την ιστοσελίδα της Καθημερινής όπως έχει διαμορφωθεί σήμερα και όπως ήταν δέκα χρόνια πριν το 2002 παρατηρούμε πως έχουν σημειωθεί ριζικές αλλαγές. Διατηρήθηκε σταθερή η θέση το λογότυπου αλλά υπάρχουν αλλαγές στο συνολικό σχεδιασμό της οι οποίες διευκολύνουν την πλοήγηση του επισκέπτη και παρουσιάζουν με βέλτιστο τρόπο την ευρεία θεματολογία της.



Η Καθημερινή το 2012



Η Καθημερινή το 2002

Μεγαλύτερη έκταση έχει η διαφήμιση η οποία ωστόσο δεν έχει διάσπαρτα banner στην ιστοσελίδα αλλά συγκεντρώνεται σε ελάχιστα σημεία. Το φόντο της Καθημερινής είναι λευκό και η γραμματοσειρά επαρκής ώστε να δημιουργείται η απαραίτητη αντίθεση για την σωστή προβολή του κειμένου. Η διάρθρωση της ιστοσελίδας βοηθά τον επισκέπτη να περιηγηθεί στη θεματολογία η οποία και είναι χαρακτηριστικό στοιχείο της Καθημερινής. Οι θεματικές είναι οι εξής:

- Αρχείο εκδόσεων
- English Edition
- Απόψεις
- Πολιτική
- Οικονομία
- Ελληνική Οικον.
- Επιχειρήσεις
- Διεθνής Οικον.
- Ελλάδα
- Κόσμος
- Πολιτισμός
- Αθλητισμός
- Επιστήμη
- Τεχνολογία

- Οικολογία
- Real Estate
- Αφιερώματα
- Ταξίδια
- Γαστρονόμος
- Γυναίκα
- Αγγελίες
- Καιρός
- Χρήσιμα

Η κεντρική στήλη της Καθημερινής είναι αφιερωμένη στα θέματα της τρέχουσας επικαιρότητας όπως και στα τελευταία νέα τα οποία αφορούν τις τελευταίες δημοσιεύσεις. Τα τελευταία νέα χωρίζονται σε τρεις κατηγορίες: Ειδήσεις σε 1', Οικονομικές ειδήσεις και Γενικές ειδήσεις. Περαιτέρω οι προσωπικές γνώμες των αρθρογράφων παρουσιάζονται σε ξεχωριστή στήλη όπου αρθρογραφούν πολλοί δημοσιογράφοι και άλλοι άνθρωποι του πνεύματος οι οποίοι σχολιάζουν κριτικά την επικαιρότητα. Ο διαχωρισμός αυτός συμβάλλει στην αντικειμενικότητα της εφημερίδας και την αξιοπιστία της καθώς οι ειδήσεις διαχωρίζονται από τις προσωπικές κρίσεις και γνώμες. Στα συν της ιστοσελίδας είναι ο σύνδεσμος τόσο για την αγγλική έκδοση της Καθημερινής όσο και ο σύνδεσμος για την κυπριακή έκδοση στο τέλος της σελίδας.

Η Καθημερινή έχει εισάγει και αυτή στην ιστοσελίδα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και παρέχει ειδικούς συνδέσμους για το Favebook και το Twitter. Επίσης περιλαμβάνει συνδέσμους οι οποίοι και αφορούν την Mobile έκδοση της Καθημερινής, την δυνατότητα να εγγραφούν οι επισκέπτες στο Newsletter και στην Καθημερινή E-paper. Όπως αναφέρει η ιστοσελίδα η νέα υπηρεσία ePaper, δίνει την ευκαιρία στον αναγνώστη να διαβάσει στον υπολογιστή ή στο κινητό του τηλέφωνο, όλες τις σελίδες της εφημερίδας και των 14 ενθέτων. Το ePaper είναι η ψηφιακή αναπαραγωγή της εφημερίδας με μία χαμηλή συνδρομή.

Τα άρθρα τα οποία δημοσιεύονται στην Καθημερινή χαρακτηρίζονται για την καλή χρήση της γλώσσας, την προσεγμένη γραφή σύνταξη και γραμματική. Τα άρθρα συνήθως φέρουν την υπογραφή του συντάκτη τους ενώ όταν πρόκειται για

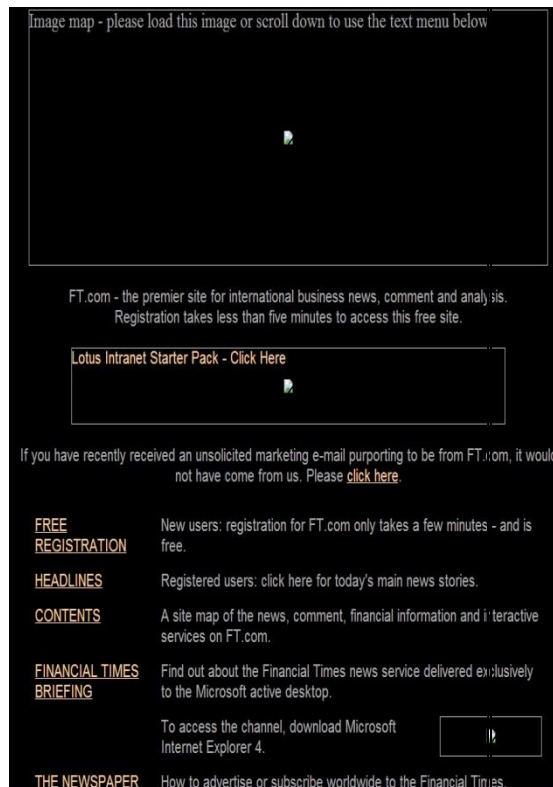
αναδημοσίευση περιεχομένου, τότε αναφέρεται στο τέλος του κειμένου η πηγή. Δυνατότητα σχολιασμού δεν υφίσταται οπότε και ο αναγνώστης δεν έχει την ευκαιρία να διατυπώσει το σχόλιο ή τη διαφωνία του. Κάτω από κάθε άρθρο υπάρχουν διαφημίσεις οι οποίες ωστόσο δεν περιλαμβάνουν έντονα banner, τα οποία περιορίζονται στο περιθώριο και στην αρχή κάθε ιστοσελίδας. Ο επισκέπτης ενημερώνεται επίσης για την ημερομηνία δημοσίευσης του άρθρου όπως και για τις Δυνατότητες που έχει να εκτυπώσει το κείμενο, να το αποστείλει μέσω email ή μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.



Σε γενικές γραμμές η ιστοσελίδα της Καθημερινής είναι εύχρηστη, καθώς ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να προχωρήσει σε αναζήτηση περιεχομένου, ενώ η σχεδίαση της ιστοσελίδας έχει προνοήσει ώστε να εκτίθεται στην κεντρική σελίδα το σύνολο των τομέων ενημέρωσης και αρθρογραφίας. Ακόμη και κατά την ανάγνωση των επιμέρους άρθρων ο αναγνώστης έχει τη δυνατότητα να επιστρέψει τόσο στην κεντρική σελίδα όσο και να αλλάξει κατηγορία ενημέρωσης.

3.2.7 Financial Times

Οι Financial Times αποτελούν μία από τις παλαιότερες εφημερίδες οικονομικού ενδιαφέροντος σε παγκόσμιο επίπεδο. Ιδρύθηκαν το 1888 στο Λονδίνο με το όνομα *London Financial Guide*. Το όνομα Financial Times δόθηκε λίγες μέρες αργότερα για περιγράψει καλύτερα την παροχή ενημέρωσης σε διεθνές επίπεδο.



Ηλεκτρονική έκδοση 'FinancialTimes'

1997



Ηλεκτρονική έκδοση 'FinancialTimes'

2012

Μέχρι σήμερα παραμένει μία από τις σημαντικότερες και έγκυρες εφημερίδες στον οικονομικό τομέα. Η ηλεκτρονική διεύθυνση εφημερίδας είναι η www.ft.com.

Πραγματοποιώντας μία σύγκριση ανάμεσα στις δύο ιστοσελίδες, χαρακτηριστική είναι η απουσία του μαύρου χρώματος. Αυτό είναι το πρώτο πράγμα που παρατηρεί κανείς συγκρίνοντας τις δύο εκδόσεις της ηλεκτρονικής μορφής της

ιστοσελίδας “Financial Times”. Το κεντρικό μενού έχει μεταφερθεί από την αριστερή πλευρά, στην κεντρική πλευρά της ιστοσελίδας ακριβώς κάτω από το λογότυπο.

Επιπρόσθετα, έχει προστεθεί δυνατότητα αναζήτησης καθώς επίσης δεξιά από το σώμα της σελίδας υπάρχει νέα στήλη με διαφημίσεις και διάφορα πρόσθετα.

Κάτω από το λογότυπο της ιστοσελίδας παρουσιάζονται οι κατηγορίες ενημέρωσης οι οποίες καλύπτουν τις εξής θεματικές:

- World Companies
- Markets
- Global Economy
- Lex
- Comment
- Management
- Life & Arts

Παρατηρούμε πως ενώ η εφημερίδα δημοσιεύει μόνο οικονομικά θέματα, συμπεριλαμβάνεται στο παραπάνω πλαίσιο και μία στήλη Life & Arts η οποία περιλαμβάνει άρθρα που σχετίζονται με θέματα πολιτισμού τεχνών, διακόσμησης κτλ. Το ροζ χρώμα που χαρακτηρίζει το φόντο της ιστοσελίδας είναι το ίδιο χρώμα το οποίο έχει και η έντυπη εφημερίδα και αποτελεί ένα χαρακτηριστικό γνώρισμα της εφημερίδας. Περαιτέρω η ιστοσελίδα προωθεί τη δυνατότητα συνδρομής κε μέρους των επισκεπτών ώστε να έχουν περισσότερα προνόμια . Ιδιαίτερα σημαντικό είναι το Financial Times Corporate το οποίο αποτελεί μία ομαδική συνδρομή η οποία απευθύνεται προς επιχειρήσεις και οργανισμούς με τη μορφή ενός εταιρικού πακέτου συνδρομής.

Η κεντρική ιστοσελίδα στη βασική της στήλη περιλαμβάνει μία επιλογή από τα σημαντικότερα άρθρα τα οποία προβάλλονται στο μεγαλύτερο μέρος της. Ακόμη σύνδεσμοι για ορισμένο αριθμό άρθρων τοποθετούνται και κάτω από το λογότυπο

των Times. Σε κεντρική θέση είναι η εξέλιξη του χρηματιστηρίου όπου με διαγραμματικές απεικονίσεις ανακοινώνεται η εξέλιξη των σημαντικών δεικτών όπως ο FTSE 100, ο S&P 500, ο Eurofirst 300, ο Nikkei 225 και ο Shanghai ώστε ο επισκέπτης να έχει μία σφαιρική εικόνα της εξέλιξης του χρηματιστηρίου. Παράλληλα, οι Financial Times, περιλαμβάνουν και κάποιες διεθνείς πολιτικές ειδήσεις οι οποίες αναφέρονται στα σημαντικότερα πολιτικά γεγονότα τα οποία μπορεί να επηρεάσουν άμεσα και τις οικονομικές εξελίξεις. Ιδιαίτερα ενδιαφέροντα άρθρα υπάρχουν και στο FT Magazine το οποίο είναι ένα πολυθεματικό περιοδικό με θέματα που ξεφεύγουν από την οικονομική επικαιρότητα.



Τα άρθρα που δημοσιεύονται χαρακτηρίζονται για την εγκυρότητα τους και την αντικειμενικότητα κατά τον τρόπο παρουσίασης των ειδήσεων. Σε αντίθετη περίπτωση η προσωπική γνώμη των συντακτών δημοσιεύεται σε χωριστά άρθρα όπου είναι ξεκάθαρη από την παρουσίαση της είδησης. Χαρακτηριστικό είναι πως πέρα από το όνομα του συντάκτη αναφέρονται και τα ονόματα των ανταποκριτών οι οποίοι συνεργάστηκαν για την δημιουργία του άρθρου. Κάθε άρθρο επίσης συνοδεύεται και από την ημερομηνία και ώρα δημοσίευσης του. Η παρουσία των social media είναι έντονη και σε αυτή την περίπτωση. Μάλιστα στο πλαίσιο της πολιτικής copyright οι Financial Times ζητούν από τους επισκέπτες να μεταδίδουν τα άρθρα μόνο μέσω των μηχανισμών των social media και όχι με τη μέθοδο του copy paste. Τα άρθρα είναι μεγάλα σε έκταση και αναλύουν το κεντρικό τους

θέμα διεξοδικά. Στο περιθώριο προτείνονται και σχετικά άρθρα τα οποία συμπληρώνουν το θέμα που παρουσιάζεται. Κάθε ιστοσελίδα άρθρου συμπληρώνεται με προτάσεις για περισσότερα άρθρα τα οποία μπορεί να ενδιαφέρουν τον αναγνώστη, το οποίο είναι ιδιαίτερα χρήσιμο καθώς αποτελεί μία έμμεση αναζήτηση προτού το ζητήσει ο αναγνώστης.

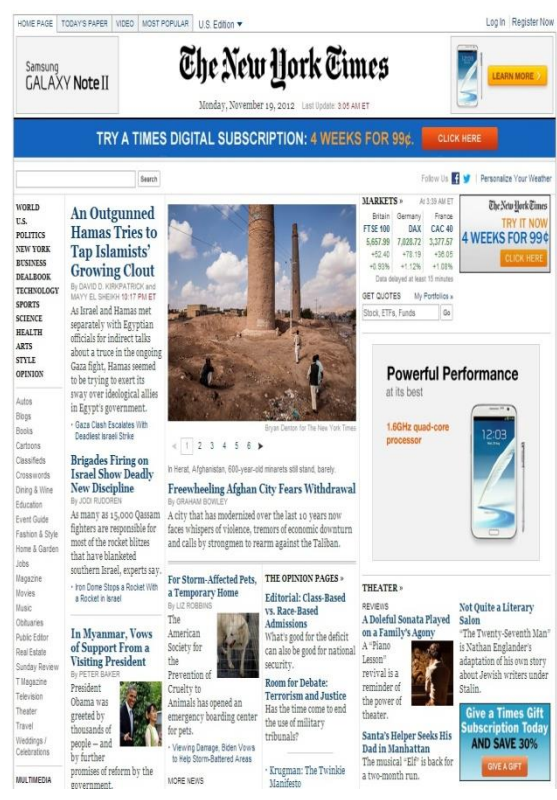
3.2.8 The New York Times

Οι New York Times (NYT) είναι μία αμερικανική εφημερίδα η οποία ιδρύθηκε το 1851 στη Νέα Υόρκη. Μέχρι σήμερα έχει κερδίσει περισσότερα από 100 βραβεία Πούλιτζερ και είναι μία από τις δημοφιλέστερες εφημερίδες στις ΗΠΑ αλλά και παγκοσμίως. Η ιστοσελίδα της είναι επίσης από τις περισσότερο δημοφιλείς ιστοσελίδες με περισσότερες από 30 εκατομμύρια επισκέψεις κάθε μήνα.

Οι New York Times ανήκουν στον ευρύτερο όμιλο New York Times Company, ο οποίος εκδίδει άλλες 18 εφημερίδες όπως η International Herald Tribune. Είναι σημαντικό πως η ιδιοκτησία δεν έχει αλλάξει από το 1896 και παραμένει στην ίδια οικογένεια. Η ηλεκτρονική διεύθυνση εφημερίδας είναι η : www.nytimes.com.¹⁴



Ηλεκτρονική έκδοση 'NewYorkTimes'
1996



Ηλεκτρονική έκδοση 'NewYorkTimes'
2012

¹⁴ The New York Times, http://en.wikipedia.org/wiki/The_New_York_Times

Το λογότυπο “The New York Times” είναι το μοναδικό ίσως στοιχείο που έχει παραμείνει ίδιο στην ηλεκτρονική έκδοση της εφημερίδας από το 1996 έως σήμερα. Η δομή της ιστοσελίδας έχει αλλάξει ριζικά καθώς στην έκδοση του 1996 περισσότερο θα έλεγα ότι μοιάζει με «σάρωση» της έντυπης μορφής της ιστοσελίδας.

- Η παλιά ηλεκτρονική έκδοση της εφημερίδας αποτελείται από τρία βασικά μέρη. Η επάνω πλευρά όπου καλεί τον χρήστη για σύνδεση ή γρήγορη περιήγηση, η κάτω πλευρά με διαφημίσεις και τέλος το κεντρικό κομμάτι της σελίδας όπου υπάρχει το λογότυπο της σελίδας στην επάνω πλευρά της, ένα αδόμητο μενού αριστερά και το σώμα της σελίδας δεξιά.

- Στην νέα έκδοση υπάρχει κεντρικό μενού στην επάνω πλευρά ακολουθεί το λογότυπο και ένα παράθυρο με διαφημίσεις. Στο κέντρο περίπου της σελίδας και αριστερά υπάρχει μενού με κατηγορίες ειδήσεων, στην μέση το σώμα της σελίδας και δεξιά στήλη με διαφημίσεις και άλλα πρόσθετα.

Ενώ η ιστοσελίδα είναι από τις δημοφιλέστερες η πρώτη επαφή με τον επισκέπτη δείχνει πως πρόκειται για μία πολυσυλλεκτική και πολυθεματική εφημερίδα. Υπάρχουν τρεις εκδόσεις: η αμερικανική, η διεθνής και η κινεζική, η οποία επιχειρεί την εδραίωση της εφημερίδας και στην σημαντική πλέον χώρα της Κίνας. Οι τομείς ενημέρωσης είναι πολλοί και καλύπτουν κάθε πλευρά της ανθρώπινης ζωής. Στην κεντρική ιστοσελίδα η βασική στήλη παρουσιάζει ένα άρθρο από τους παρακάτω τομείς.

- WORLD
- U.S.
- POLITICS
- NEW YORK
- BUSINESS
- DEALBOOK

- TECHNOLOGY
- SPORTS
- SCIENCE
- HEALTH
- ARTS
- STYLE
- OPINION

Από την ιστοσελίδα απουσιάζουν οι γενικές διαφημίσεις και διαφημίζονται μόνο οι δυνατότητες συνδρομής της εφημερίδας και υπάρχει μόνο ένα μικρό πλαίσιο διαφημίσεων από την google. Σε ειδικά πλαίσια παρουσιάζεται και εδώ η πορεία του Χρηματιστηρίου, οι τελευταίες ανανεώσεις και τα δημοφιλέστερα άρθρα. Τα social media έχουν τοποθετηθεί ψηλά στην ιστοσελίδα ενώ η εφημερίδα έχει ενεργή παρουσία σε αυτά με συνεχείς ενημερώσεις και νέο υλικό.

Τα άρθρα της ιστοσελίδας είναι έγκυρα και διαχωρίζεται και εδώ η είδηση από την προσωπική άποψη των συντακτών. Αντίθετα προσωπικές απόψεις τίθενται στο πλαίσιο άρθρων τα οποία δημοσιεύονται στην κατηγορία The Opinion Pages.



Τα άρθρα υπογράφονται από τον συντάκτη τους και αναφέρεται επίσης η ημερομηνία και η ώρα της δημοσίευσης όπως και ο αριθμός των σχολίων που έχει δεχθεί το κάθε άρθρο. Χαρακτηριστική είναι και η φωτογραφία η οποία συνοδεύει κάθε άρθρο η οποία έχει σημαντικά μεγάλο μέγεθος και σχετίζεται άμεσα με το θέμα του άρθρου. Τα social media είναι και εδώ παρόντα ώστε να μπορεί ο αναγνώστης να μοιραστεί το άρθρο. Παράλληλα παρουσιάζονται στο περιθώριο της ιστοσελίδας άλλα σημαντικά νέα, οι υπόλοιπες κατηγορίες θεμάτων που καλύπτονται από την ιστοσελίδα, το Χρηματιστήριο και άλλες πολύ ενδιαφέρουσες πληροφορίες.

3.2.9 The Washington Post

Η Washington Post είναι η εφημερίδα με τη μεγαλύτερη κυκλοφορία στην περιοχή της αμερικανικής πρωτεύουσας καθώς και η παλαιότερη της περιοχής, έχοντας ιδρυθεί το 1877. Θα πρέπει να σημειωθεί επίσης πως η εφημερίδα ήταν αυτή η οποία αποκάλυψε και το σκάνδαλο Watergate το οποίο και οδήγησε στην παραίτηση του αμερικανού προέδρου Nixon.¹⁵



The Washington Post 2007



The Washington Post 2012

¹⁵The Washington Post, http://el.wikipedia.org/wiki/The_Washington_Post


Η εφημερίδα έχει πραγματοποιήσει και αυτή σημαντικές αλλαγές στην ιστοσελίδα της με το πέρασμα του χρόνου . Αλλαγή υπάρχει στο λογότυπο της Post οποία το 2007 έχει δημιουργήσει το λογότυπο washingtonpost.com το οποίο σήμερα έχει αντικατασταθεί από το λογότυπο που υπάρχει και στην έντυπη έκδοση. Η μορφή με την οποία προβάλλονται τα άρθρα δεν έχει μεταβληθεί σημαντικά, ωστόσο έχουν καταργηθεί τα έντονα χρώματα.

Σήμερα τα θέματα της εφημερίδας κινούνται περισσότερο στην πολιτική και κοινωνική επικαιρότητα. Οι κατηγορίες που υπάρχουν στην ιστοσελίδα είναι οι εξής:

- Politics
- Opinions
- Local
- Sports
- NationalWorld
- Business
- Tech
- Lifestyle
- Entertainment
- Jobs

Στα πλεονεκτήματα της εφημερίδας είναι μία νέα δυνατότητα που προσφέρεται στους αναγνώστες να επιλέξουν να προβάλλονται περισσότερα τοπικά νέα ανάλογα με την περιοχή στην οποία κατοικούν. Στην κεντρική ιστοσελίδα η σχεδίαση δεν διαφέρει από τις υπόλοιπες εφημερίδες ξένου τύπου, καθώς προβάλλονται οι σημαντικότερες ειδήσεις, οι οποίες συνοδεύονται όμως από περισσότερες φωτογραφίες και βίντεο. Παράλληλα η ιστοσελίδα προβάλλει τη συνεργασία της τόσο με το CNN όσο και με το περιοδικό διεθνούς κύρους Foreign Affairs.

Σημαντική είναι και σε αυτή την ιστοσελίδα η παρουσία των μέσω κοινωνικής δικτύωσης, τα οποία αναφέρονται στο τέλος της ιστοσελίδας και τίθενται στη διάθεση των αναγνωστών. Η ιστοσελίδα επίσης δίνει μεγάλο βάρος στην πολιτική διαχείριση των προσωπικών δεδομένων όπως και στην παροχή στοιχείων για την ίδια την εφημερίδα.



The screenshot shows a web browser window displaying the Washington Post website. The address bar shows the URL: www.washingtonpost.com/world/french-troops-face-complicated-military-landscape-in-mali/2013/01/24/521d1.... The main headline reads: "French troops face complicated military landscape in Mali". Below the headline is a photograph of a military tank in a desert setting. To the right of the main article is an advertisement for CNN with the text "THIS IS CNN". The browser's address bar also shows a search bar with the text "Shift+R improves the quality of this image. Shift+A improves the quality of all images on this page." Other visible elements include a navigation bar with "TOP" and "Washington Post: Breakin...", a sidebar with "ONTARIO CANADA" and "Learn More", and a footer with "VOTE HERE", "GOP is pushing electoral changes", "13 years on, a killing's heavy bagging", "Old Man Winter flexer", "Post Pulse", and "Argentina".

Τα άρθρα που δημοσιεύονται στην ιστοσελίδα αναφέρουν πάντα τα ονόματα των συντακτών την ημερομηνία και την ώρα δημοσίευσής τους. Η έκταση των άρθρων είναι επαρκής ώστε να καλύπτεται το θέμα, ενώ εμπλουτίζονται από εικόνες και εμβόλιμα βίντεο. Υπάρχουν ωστόσο αρκετές διαφημίσεις και υλικό το οποίο δεν σχετίζεται απόλυτα με το θέμα του άρθρου το οποίο μπορεί να δυσαρεστήσει κάποιους αναγνώστες. Επιπρόσθετα υπάρχει και η δυνατότητα να αναμεταδοθεί το άρθρο μέσω social media αλλά και να υποβάλλουν οι αναγνώστες τα σχόλια τους.

Επίλογος.

Στόχος της εργασίας αυτής ήταν να ερευνηθεί με βάση την υπάρχουσα βιβλιογραφία τα κριτήρια με βάση τα οποία μπορεί να γίνει η αξιολόγηση των ιστοσελίδων και ειδικότερα των ιστοσελίδων οι οποίες δημιουργούνται από εφημερίδες. Η βιβλιογραφική έρευνα αποκάλυψε πως υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός κριτηρίων από διάφορους μελετητές του τομέα αυτού τα οποία πολλές φορές επικαλύπτονται και πολλές φορές έχουν ιδιαίτερα σημαντικές διαφορές και σημεία πρωτοτυπίας.

Τα κυριότερα κριτήρια αξιολόγησης όπως προέκυψαν από την έρευνα είναι τα εξής:

- 1. Η Πατρότητα της πηγής (Authority)**
- 2. Επικαιρότητα της Ιστοσελίδας (Recency)**
- 3. Ακρίβεια (Accuracy)**
- 4. Αντικειμενικότητα (Objectivity)**
- 5. Αξιοπιστία (Credibility)**
- 6. Ύπαρξη στερεοτύπων**
- 7. Αλληλεπιδραστικότητα Ιστοσελίδας**
- 8. Σχεδιασμός και Αισθητική**
- 9. Κριτήρια Πολιτικής**

Η αξιολόγηση έγινε σε ένα ενδεικτικό δείγμα εφημερίδων. Για είναι περισσότερο ενδιαφέρουσα επιλέχθηκαν εννέα εφημερίδες, από τις οποίες οι τρεις ήταν τοπικής εμβέλειας, οι τρεις ήταν πανελλήνιας εμβέλειας και οι τρεις τελευταίες ήταν παγκόσμιας εμβέλειας, μία βρετανική και δύο αμερικανικές.

Σημαντικά ζητήματα στην αξιολόγηση εντοπίστηκαν μόνο στην περίπτωση μίας τοπικής εφημερίδας και μίας πανελλαδικής. Στην πρώτη περίπτωση διαπιστώθηκαν κατά την αξιολόγηση της Εφημερίδας Ελευθερίας ζητήματα αντικειμενικότητας με την έννοια της ύπαρξης άρθρων τα οποία δεν διαχώριζαν την είδηση από την προσωπική γνώμη όπως και ζητήματα χρήσης της γλώσσας όπως και προβλήματα σύνταξης. Στην περίπτωση του Έθνους επίσης υπήρξαν κάποια άρθρα τα οποία επίσης δεν πληρούσαν το κριτήριο της αντικειμενικότητας για τους ίδιους λόγους.

Βιβλιογραφία

1. D. Norman, *The Design of Everyday Things*, MIT University Press, 1998 Jan
2. Alexander, Marsha Ann Tate, «*Web Wisdom: How to Evaluate and Create Information Quality on the Web*» CRC Press 2010)
3. Gene Roberts, Thomas Kunkel, *Breach of Faith: A Crisis of Coverage in the Age of Corporate Newspapering*, University of Arkansas Press, 2005.
4. Moustakis V., C. Litos, A. Dalivigas, and L. Tsironis, Website assessment criteria, International Conference on Information Quality, November 5-7 2004, σσ. 59-73.
5. Straub D.W., Hoffman D., Weber B., Steinfield C., Measuring e-commerce in Net-enabled organizations, *Information Systems Research*, 2004,13(2), 115–124.
6. Ασκητή Βασιλική, Αξιολόγηση ψηφιακής δημοσίευσης: Κριτήρια και Μέθοδοι αξιολόγησης ιστοσελίδων, Διπλωματική Εργασία, Ιόνιο Πανεπιστήμιο,
7. Jacob Nielsen, 10 Usability Heuristics, <http://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>
8. Molich, R., and Nielsen, J. (1990). Improving a human-computer dialogue, *Communications of the ACM* 33 , 3 (March), 338-348
9. Nielsen, J., and Molich, R. (1990). Heuristic evaluation of user interfaces, *Proc. ACM CHI'90 Conf.* (Seattle, WA, 1-5 April), 249-256.
10. Κοινωνία της Πληροφορίας: Η μισή Ελλάδα online, <http://oem.gr/main/index.php/epikairotita/539-koinonia-tis-pliroforias-misi-ellada-online> <http://oem.gr/main/index.php/epikairotita/539-koinonia-tis-pliroforias-misi-ellada-online>
11. Έρευνα στις Η.Π.Α.: Πιο δημοφιλές το ίντερνετ από τις εφημερίδες <http://oem.gr/main/index.php/epikairotita/471-erevna-stis-usa-pio-dimofiles-to-innternet-apo-tis-efimeride>
12. Κερδίζουν γρήγορα έδαφος οι ηλεκτρονικές εκδόσεις των εφημερίδων στις ΗΠΑ, <http://www.onlycy.com/246721%CE%BA%CE%B5%CF%81%CE%B4%CE%AF%CE%B6%CE%BF%CF%85%CE%BD%CE%B3%CF%81%CE%AE%CE%B3%CE%BF%CF%81%CE%B1-%>

13. Ο Γουτεμβέργιος, οι εφημερίδες και το Internet,
<http://www.tovima.gr/opinions/article/?aid=175649>