



ΕΘΝΙΚΟ ΜΕΤΣΟΒΙΟ ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ
Σχολή Μηχανολόγων Μηχανικών
Τομέας Βιομηχανικής Διοίκησης και Επιχειρησιακής Έρευνας

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**Μελέτη ευχρηστίας Ιστοτόπων με ευρεία βάση απαιτήσεων χρηστών:
Η περίπτωση της Εθνικής Μετεωρολογικής Υπηρεσίας**

Δάφνη Βακάση

Επιβλέπων Καθηγητής: Δ. Ναθαναήλ

Αθήνα, Ιανουάριος 2014

Ευχαριστίες

Κατ' αρχάς, θα ήθελα να ευχαριστήσω τον Λέκτορα κ. Δ Ναθαναήλ και επιβλέποντα καθηγητή μου για την ανάθεση του θέματος της διπλωματικής μου εργασίας και την καθοδήγηση του στην διάρκεια εκπόνησης αυτής. Επιπλέον θα ήθελα να ευχαριστήσω τον κ. Γκίκα, από την μονάδα Εργονομίας, για τις συμβουλές και την πολύτιμη βοήθεια που μου παρείχε.

Επίσης θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους όσους συμμετείχαν στα πειράματα και στις συνεντεύξεις της διπλωματικής μου παρέχοντας μου πολύτιμες πληροφορίες για την ολοκλήρωση της Εργασίας. Ειδικότερα θα ήθελα να ευχαριστήσω τις Εύχαρις Σγούρου και Ευτυχία Λιανέρη για την στήριξη και την βοήθειά τους. Τέλος θα ήθελα να ευχαριστήσω τους γονείς μου για την αμέριστη στήριξη τους καθ' όλη την διάρκεια των σπουδών μου.

Δάφνη Βακάση
Αθήνα, Ιανουάριος 2014

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ.....	2
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	4
ABSTRACT.....	5
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 Εισαγωγή.....	6
1.1 Μεθοδολογία.....	6
1.2 Αρχές ευχρηστίας.....	7
1.4 Υπηρεσίες μέτρησης επισκεψιμότητας.....	8
1.4.1 Υπηρεσία Alexa.....	8
1.4.2 Υπηρεσία SimilarWeb.....	8
1.4.3 Υπηρεσία Awstats.....	9
1.5 Τρόποι ανάγνωσης διαδικτύου.....	11
1.5.1 Οι διαφορές ηλεκτρονικής και έντυπης πληροφορίας.....	11
1.5.2 Κάθετη αξιοποίηση ιστοσελίδας.....	12
1.5.3 Οριζόντια αξιοποίηση ιστοσελίδας.....	13
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 Μελέτη των μεγαλύτερων μετεωρολογικών σελίδων της Ελλάδας.....	14
2.1 Εισαγωγή.....	14
2.2 Χαρτογράφηση χρήσης αρχικής οθόνης ιστοτόπων (Real Estate Analysis).....	15
www.deltiokairou.gr.....	17
www.meteorologos.gr.....	22
www.weather.gr.....	27
www.skai kairos.gr.....	32
www.okairos.gr.....	37
www.meteo.gr.....	41
www.emy.gr.....	46
2.3 Σύγκριση των Μετεωρολογικών ιστοτόπων.....	52
2.2.1 Αξιοποίηση αρχικής σελίδας.....	52
2.2.2 Δραστηριότητα στους ιστοτόπους κοινωνικής δικτύωσης.....	53
2.2.3 Πηγές επισκεψιμότητας.....	54
2.2.4 Πληροφορία στους ιστοτόπους.....	57
2.3 Θετικά στοιχεία στους μετεωρολογικούς ιστοτόπους.....	59
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 Ο ιστότοπος της ΕΜΥ.....	61
3.1 Εισαγωγή.....	61

3.2 Μελέτη συμπεριφοράς του κοινού της EMY.....	62
3.3 Σχολιασμός Σελίδων της EMY	66
Πρόγνωση καιρού	67
Μετεωγράμματα.....	69
Επίσημη Πρόγνωση 2 Ημερών	70
Ναυτιλία.....	72
Μενού Πλοήγησης	74
3.4 Χάρτης Ιστοτόπου.....	75
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 Συνεντεύξεις με χρήστες.....	76
4.1 Εισαγωγή.....	76
4.2 Αποτελέσματα.....	77
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 Πείραμα Cardsorting.....	80
5.1 Εισαγωγή και περιγραφή πειράματος	80
5.2 Αποτελέσματα πειράματος Cardsorting.....	82
5.3 Σύγκριση αποτελεσμάτων CardSorting και δομής EMY.....	86
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 Σχεδιαστικές Οδηγίες.....	88
6.1 Εισαγωγή.....	88
6.2 Γενικές αρχές ανασχεδιασμού του ιστότοπου της EMY.....	88
6.3 Ανασχεδιασμός του χάρτη του ιστοτόπου της EMY	89
6.4 Διαμόρφωση στοιχείων αρχικής σελίδας.....	89
6.5 Υπόδειγμα ανασχεδιασμού του ιστότοπου της EMY	92
ΕΠΙΛΟΓΟΣ.....	93
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	94
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	97

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Αντικείμενο της παρούσας μελέτης, που έγινε στα πλαίσια της εκπόνησης διπλωματικής εργασίας, αποτελεί η μελέτη ευχρηστίας του ιστοτόπου της Εθνικής Μετεωρολογικής Υπηρεσίας (ΕΜΥ). Η σελίδα της ΕΜΥ παρέχει ένα μεγάλο εύρος πολύτιμων πληροφοριών για τον καιρό και το κλίμα, στις Κρατικές Υπηρεσίες, στις συγκοινωνίες, στη γεωργία, στην ναυτιλία, στην αεροναυτιλία και στον αθλητισμό. Ωστόσο ο ιστοτόπος, που αναπτύχθηκε το 2003, έχει πλέον παρωχημένο σχεδιασμό που αδυνατεί να αναδείξει πλήρως τις ολοένα και αυξανόμενες πληροφορίες. Έτσι κρίθηκε αναγκαίος ο ανασχεδιασμός του ιστοτόπου για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του σε εθνικό επίπεδο.

Η ανάλυση που θα οδηγήσει στον ανασχεδιασμό χωρίστηκε σε 5 επίπεδα.

Σε πρώτο επίπεδο έγινε μελέτη του ανταγωνισμού. Αναζητήθηκαν οι δημοφιλέστεροι μετεωρολογικοί ιστοτόποι της Ελλάδας μέσα από εργαλεία μέτρησης επισκεψιμότητας. Στη συνέχεια κάθε ένας από αυτούς τους ιστοτόπους αναλύθηκε ως προς το περιεχόμενο του, την ευχρηστία της αρχικής σελίδας και την επισκεψιμότητα του. Τελικά, οι διαπιστώσεις αυτής της ανάλυσης συγκεντρώθηκαν για την εξαγωγή συμπερασμάτων.

Σε δεύτερο επίπεδο έγινε ανάλυση εις βάθος του ιστοτόπου της Εθνικής Μετεωρολογικής Υπηρεσίας. Στόχος της ανάλυσης ήταν ο σχολιασμός της ευχρηστίας των επιμέρους σελίδων της και η καταγραφή όλων των πληροφοριών που διαθέτει.

Σε τρίτο επίπεδο πραγματοποιήθηκαν προσωπικές συνεντεύξεις για την κατανόηση των απαιτήσεων του κοινού. Συζητήθηκε η σχέση των συνεντευξιζόμενων με τον καιρό, ο τρόπος ενημέρωσής τους και οι προτιμήσεις τους.

Σε τέταρτο επίπεδο διεξάχθηκε πείραμα για την ανακατανομή της πληροφορίας στον ιστοτόπο. Όλη η πληροφορία του μετεωρολογικού ιστοτόπου της ΕΜΥ παρουσιάστηκε στους χρήστες και ζητήθηκε από αυτούς να την ομαδοποιήσουν ονομάζοντας την κάθε ομάδα. Έτσι δημιουργήθηκε μια πρώτη μορφή του βελτιωμένου χάρτη του ιστοτόπου.

Στο τελευταίο επίπεδο ύστερα από την μελέτη όλων των παραπάνω αναλύσεων εκδόθηκαν σχεδιαστικές οδηγίες και κατευθύνσεις, δημιουργήθηκε καινούργιος χάρτης ιστοτόπου και σχεδιάστηκε ένα υπόδειγμα ανασχεδιασμού του ιστοτόπου. Ωστόσο δεν αποκλείεται η ύπαρξη εναλλακτικών ανασχεδιασμών βασισμένων στις σχεδιαστικές οδηγίες που προτάθηκαν.

ABSTRACT

The subject of the present thesis is the usability evaluation and redesign of the Hellenic National Meteorological Service's website. The website of the Hellenic National Meteorological Service (HNMS) provides a wide range of valuable information about the weather and the climate to the National Services, public transport, agriculture, marine and air navigation. However the website, which was developed in 2003, has an outdated design that fails to fully highlight the ever increasing meteorological information. Thus, it became apparent that a redesign of the website was needed for strengthening the competitiveness at a national level. The analysis which will eventually lead to the redesign of the website was divided in five sections.

The first section is the study of the competition. The seven most popular Greek meteorological websites were chosen using tools of website traffic measurement. Then, each of these websites was analysed on its content, its homepage usability and the traffic it attracted. At the end, the results of this analysis were collected to draw conclusions.

The second section of the study is the in-depth analysis of the HNMS website. The goal of this analysis was the study of the usability of the individual pages of the website and the record of all the information available.

In the third section of the study personal interviews with potential users took place for the understanding of the requirements of the public. The topics discussed included the relationship between the people and the weather and their preferred way to access meteorological information.

The fourth section of the study consists of a special technic called CardSorting goal of which is the redistribution of information of the website. All the information of the HNMS website was gathered and presented to the participants of the study who were asked to cluster them and name each cluster. Thus, a first improved site map of the HNMS website was created.

In the last section design guidelines were created as well as a new sitemap for the website based on the combined results of the above analyses. A sketch of the re-designed website is proposed as a wireframe. However, alternative re-designs can be produced based on the specific guidelines above.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Εισαγωγή

1.1 Μεθοδολογία

Έχοντας ως στόχο την εκπόνηση σχεδιαστικών οδηγιών και τον γενικό ανασχεδιασμό της ιστοσελίδας της Εθνικής Μετεωρολογικής Υπηρεσίας ακολουθήθηκαν συγκεκριμένες μέθοδοι ανάλυσης και αξιολόγησης του ήδη υπάρχοντος ιστοτόπου.

Πρώτο βήμα στην έρευνα ήταν η αναζήτηση των ανταγωνιστικών μετεωρολογικών ιστοτόπων της ιστοσελίδας της ΕΜΥ ώστε να καταγραφούν και να αξιολογηθούν οι δυνατότητες και οι πληροφορίες που προσφέρουν. Κριτήριο στην επιλογή των μετεωρολογικών ιστοτόπων προς μελέτη ήταν η επισκεψιμότητα τους που αξιολογήθηκε με την χρήση υπηρεσιών κατάταξης και εκτίμησης ιστοσελίδων (υπηρεσία Alexa και SimilarWeb). Η αναζήτηση αυτή σε συνδυασμό με τη μελέτη επί της επισκεψιμότητας των ιστοτόπων, βοήθησε στην εκτίμηση της αποτελεσματικότητας των διαφόρων σχεδιαστικών λύσεων του κάθε ιστοτόπου και στον προσδιορισμό των αναγκών του κοινού. Για την μελέτη του περιεχομένου των ιστοτόπων χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος της χαρτογράφησης αρχικής σελίδας. Αναλύθηκαν οι πρώτες σελίδες όλων των ιστοτόπων για την εξαγωγή συμπερασμάτων σχετικά με την δομή και το περιεχόμενο του κάθε ιστοτόπου.

Δεύτερο βήμα αποτέλεσε η διεξοδική ανάλυση του ιστοτόπου της ΕΜΥ. Αρχικά ερευνήθηκαν οι αλλαγές που εφαρμόστηκαν στον ιστότοπο από το έτος δημιουργίας του. Στη συνέχεια, σχολιάστηκαν οι σελίδες μεγάλης επισκεψιμότητας που μελετήθηκαν ως προς το περιεχόμενο τους και την παρουσίαση της πληροφορίας λαμβάνοντας υπόψη το στοχεύμενο κοινό του ιστοτόπου. Καταγράφηκαν όλες οι πληροφορίες και οι σελίδες του ιστότοπου και κατασκευάστηκε sitemap. Τέλος μελετήθηκε η συμπεριφορά των χρηστών που επισκέπτονται την ΕΜΥ μέσω δεικτών επισκεψιμότητας. Στόχος αυτής της ανάλυσης ήταν ο εντοπισμός των κυριότερων προβλημάτων ευχρηστίας και η ταξινόμηση κατά σειρά σημαντικότητας των σελίδων του ιστοτόπου.

Τρίτο βήμα της έρευνας ήταν η καταγραφή των απαιτήσεων και της συμπεριφοράς των χρηστών μετεωρολογικών ιστοτόπων. Για την κάλυψη αυτής της έρευνας διεξήχθησαν προσωπικές συνεντεύξεις μικρής διάρκειας σε -όσο ήταν δυνατό- τυχαίο δείγμα πληθυσμού. Κατά την διάρκεια αυτών των συνεντεύξεων συζητήθηκε ο τρόπος με τον οποίο οι ερωτώμενοι ενημερώνονται για τον καιρό, οι λόγοι που τους ωθούν να αναζητήσουν την μετεωρολογική πρόγνωση καθώς και ο τρόπος αναζήτησης της επιθυμητής πληροφορίας στον ιστότοπο προτίμησής τους. Στο τέλος συγκεντρώθηκαν τα αποτελέσματα και οργανώθηκαν σε κατηγορίες με σκοπό την διεξαγωγή συμπερασμάτων για την συμπεριφορά του κοινού.

Το επόμενο βήμα της έρευνας ήταν η πραγματοποίηση ενός πειράματος CardSorting. Στόχος αυτού του πειράματος ήταν η κατανόηση των νοητικών μοντέλων ταξινόμησης των πληροφοριών του ιστοτόπου της ΕΜΥ από τους χρήστες ώστε να πραγματοποιηθεί ανασχεδιασμός του χάρτη του ιστοτόπου της ΕΜΥ. Οι πληροφορίες του ιστοτόπου καταγράφηκαν σε καρτέλες και στην συνέχεια ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες του πειράματος να τις κατατάξουν σε ξεχωριστές κατηγορίες τις οποίες και θα ονοματισθούν. Κατά την διάρκεια του πειράματος σημειώθηκαν οι καρτέλες που δυσκόλεψαν του χρήστες στην κατηγοριοποίηση καθώς και οι σχολιασμοί τους περί της σημαντικότητας των πληροφοριών.

Το τελευταίο βήμα της έρευνας ήταν η ανακεφαλαίωση όλων των παραπάνω βημάτων με στόχο την έκδοση σχεδιαστικών οδηγιών. Οι σχεδιαστικές οδηγίες και οι κατευθύνσεις που

προέκυψαν βοήθησαν στην δημιουργία καινούργιου χάρτη ιστότοπου καθώς και σε ένα ενδεικτικό υπόδειγμα ανασχεδιασμού του ιστότοπου. Ωστόσο και άλλες ενναλακτικές σχεδιαστικές

2.2 Ορισμός ευχρηστίας

Η ευχρηστία είναι ένα ποιοτικό χαρακτηριστικό για την εκτίμηση της ευκολίας χρήσης λογισμικού ή διαμεσολαβητών χρήστη-υπολογιστή [1]

Η ευχρηστία είναι ένας συνδυασμός 4 παραγόντων:

- Ευκολία εκμάθησης: Η ευκολία με την οποία ένας χρήστης επιτυγχάνει βασικούς στόχους στο λογισμικό όταν το χρησιμοποιεί για πρώτη φορά.
- Αποτελεσματικότητα: Η ταχύτητα εκτέλεσης καθηκόντων από εξοικειωμένους στο λογισμικό χρήστες.
- Ευκολία Απομνημόνευσης: Η ευκολία με την οποία ο χρήστης επαναχρησιμοποιεί ένα ήδη γνωστό λογισμικό.
- Αποφυγή Λαθών: Η συχνότητα των λαθών, η δριμύτητα τους και η ευκολία επίλυσης τους από τον χρήστη.

1.2 Αρχές ευχρηστίας

Οι αρχές που επηρεάζουν τον βαθμό ευχρηστίας ενός λογισμικού είναι οι εξής [2]:

- Η διαφάνεια της κατάστασης του συστήματος. Το σύστημα πρέπει να παρέχει αδιάκοπη πληροφόρηση στους χρήστες για την κατάσταση του όταν εκτελείται μία ενέργεια.
- Εναρμόνιση του συστήματος και του πραγματικού κόσμου. Το σύστημα και οι λειτουργίες του πρέπει να είναι συμβατά με τον πραγματικό κόσμο και η γλώσσα που χρησιμοποιεί να μην είναι εξειδικευμένη.
- Έλεγχος και ελευθερία του χρήστη. Ο χρήστης πρέπει να έχει τον έλεγχο του συστήματος δηλαδή να μπορεί να επιστρέψει σε όποια κατάσταση του συστήματος θέλει.
- Συνέπεια του συστήματος. Το σύστημα θα πρέπει να χρησιμοποιεί ένα συνεπές μοτίβο για την εκτέλεση ενεργειών από τον χρήστη.
- Πρόληψη λαθών. Το σύστημα πρέπει να αποτρέπει όσο το δυνατόν τα λάθη χρηστών.
- Αναγνώριση έναντι απομνημόνευσης. Οι ενέργειες που πραγματοποιεί ο χρήστης στο σύστημα πρέπει να είναι εμφανείς ώστε να μην χρειάζεται να τις απομνημονεύει. Οι οδηγίες χρήσης του συστήματος πρέπει να είναι εμφανείς οποτεδήποτε χρειαστούν.
- Ευελιξία και αποδοτικότητα χρήσης. Το σύστημα θα πρέπει να έχει συντομεύσεις διαθέσιμες για τους έμπειρους χρήστες, μη ορατούς για τους αρχάριους.
- Αισθητική και μινιμαλιστικός σχεδιασμός. Στον χρήστη θα πρέπει να εμφανίζονται μόνο οι πληροφορίες και επιλογές τις οποίες χρειάζεται.
- Βοήθεια στον χρήστη να εντοπίζει, να διαγιγνώσκει και να διορθώνει τα λάθη του. Το σύστημα θα πρέπει να εμφανίζει μηνύματα για σφάλματα σε απλή γλώσσα εξηγώντας το πρόβλημα και προτείνοντας τρόπους επίλυσης.
- Εγχειρίδιο βοήθειας. Η επιλογή αυτή δεν αναιρεί την ανάγκη για λειτουργικό σχεδιασμό αλλά προβλέπει προληπτική ύπαρξη του εγχειριδίου για τον άπειρο χρήστη. Η εύρεση των πληροφοριών θα πρέπει να είναι απλή και επικεντρωμένη στις δραστηριότητες του χρήστη.

1.4 Υπηρεσίες μέτρησης επισκεψιμότητας

1.4.1 Υπηρεσία Alexa

Η υπηρεσία Alexa ιδρύθηκε τον Απρίλιο του 1996. Πρόκειται για ένα εργαλείο κατάταξης και εκτίμησης ιστοσελίδων με βάση την επισκεψιμότητα τους [3].

Μετά την αλλαγή του αλγορίθμου της το 2008 συλλέγει δεδομένα κάνοντας χρήση διαδικτυακών ταυτοστοιχείων (ίχνος ταυτότητας) (web cookies). Αυτά τα εγκαθιστά στα προγράμματα περιήγησης των χρηστών μέσω της εφαρμογής που έχει αναπτύξει “Alexa toolbar” αλλά και μέσω άλλων εταιριών διαδικτυακής ανάλυσης. Πρόκειται για την παλαιότερη και πιο ευρέως διαδεδομένη υπηρεσία του είδους της. Χρησιμοποιείται από διαφημιστές και προγραμματιστές σελίδων αλλά και από απλούς χρήστες που επιθυμούν να ελέγξουν την εγκυρότητα ενός ιστοτόπου. Δεδομένα που προσφέρει:

- Παγκόσμια και ανά χώρα κατάταξη μιας ιστοσελίδας
- Αριθμός ιστοσελίδων συνδεδεμένων με την ιστοσελίδα υπό έρευνα
- Ποσοστό των χρηστών του διαδικτύου που χρησιμοποιούν τον ιστότοπο (σε χρονικό διάστημα έως και 2 χρόνια)
- Λέξεις-Κλειδιά που χρησιμοποιήθηκαν από τους χρήστες για να φτάσουν στον ιστότοπο μέσω των μηχανών αναζήτησης του διαδικτύου καθώς και μετρητικές σημαντικότητας αυτών.
- Ποσοστό των προβληθέντων σελίδων του ιστοτόπου σε σύγκριση με τις συνολικές προβληθείσες σελίδες στο διαδίκτυο
- Μέσος όρος προβολές σελίδων ανά επισκέπτη
- “Bounce Rate” ποσοστό των επισκεπτών που εγκαταλείπουν τον ιστότοπο μέσα σε λίγα δευτερόλεπτα
- Μέσος χρόνος που ένας χρήστης βρίσκεται στον ιστότοπο
- Ποσοστό επισκέψεων στον ιστότοπο που προήλθαν από μηχανή αναζήτησης
- Δημογραφικά στοιχεία για το κοινό του ιστοτόπου όπως ηλικία, φύλο, επίπεδο εκπαίδευσης, τοποθεσία περιήγησης
- Διαχωρισμός των επισκεπτών με βάση την χώρα
- Σχετικές σελίδες
- Σελίδες που οδηγείται το κοινό μέσω του ιστοτόπου αλλά και που οδηγούν σε αυτόν.

1.4.2 Υπηρεσία SimilarWeb

Η SimilarWeb είναι μια υπηρεσία κατάταξης και εκτίμησης ιστοσελίδων. Δημιουργήθηκε από την εταιρία Similar Group η οποία εκδίδει πρόσθετα περιηγητών εδώ και τέσσερα χρόνια [4]. Πρόσφατα ανέπτυξε την υπηρεσία SimilarWeb χρησιμοποιώντας στοιχεία από τα πρόσθετα τα οποία φημολογείται ότι είναι δεκάδες εκατομμύρια. Αποτελεί πλέον τον βασικό ανταγωνιστή της Alexa [5]. Τα δεδομένα που προσφέρει είναι [6]:

- Κατάταξη της ιστοσελίδας σε παγκόσμια και τοπική κλίμακα.
- Αναγνώριση της κατηγορίας του ιστοτόπου και κατάταξη του σε κλίμακα με άλλους ιστοτόπους της ίδιας κατηγορίας.
- Παροχή διαγράμματος 6 μηνών με το ποσοστό του χρηστών του διαδικτύου που χρησιμοποιούν τον ιστότοπο
- Μέσος όρος σελίδων ανά χρήστη

- Μέσος χρόνος που ένας χρήστης βρίσκεται στον ιστότοπο
- “Bounce Rate” ποσοστό των επισκεπτών που εγκαταλείπουν τον ιστότοπο μέσα σε λίγα δευτερόλεπτα
- Σελίδες που οδηγείται το κοινό μέσω του ιστοτόπου αλλά και που το οδηγούν σε αυτόν
- Διαχωρισμός των επισκεπτών με βάση την χώρα
- Ιστότοποι που επισκέπτονται οι χρήστες μέσω της σελίδας
- Λέξεις-Κλειδιά που οδηγούν στον ιστότοπο μέσω διαφόρων μηχανών αναζήτησης
- Η πορεία του ιστοτόπου στις σελίδες δικτύωσης που συνδέονται με αυτόν
- Τα ενδιαφέροντα του κοινού που επισκέπτονται τον ιστότοπο
- Σχετικές σελίδες

1.4.3 Υπηρεσία Awstats

Το Awstats είναι ένα διαδικτυακό-αναλυτικό εργαλείο αναφορών. Αναλύει τα αρχεία καταγραφής του διακομιστή με στόχο να δημιουργήσει αναφορές σε μορφή html με χρήσιμα δεδομένα για τον ιστότοπο [7]. Η καταγραφή των στοιχείων βασίζεται αποκλειστικά στην διεύθυνση IP την οποία καθορίζει ως επισκέπτη. Ο λόγος που χρησιμοποιείται είναι επειδή διαθέτει μια μεγάλη βάση δεδομένων με αναγνωρισμένα “robots” και υπολογίζει με ακρίβεια το εύρος ζώνης που καταναλώνουν. Νέα “Επίσκεψη” υπολογίζεται μόνο η επίσκεψη που πραγματοποιείται στο ίδιο IP από το ίδιο πρόγραμμα περιήγησης μετά το πέρας της μιας ώρας. Το εργαλείο αυτό απευθύνεται κυρίως σε διαχειριστές δικτύου για τον λόγο ότι δεν προσφέρει πληροφορίες για το κοινό το οποίο επισκέπτεται το site. Τα στοιχεία που συγκεντρώνει είναι τα εξής:

- Αριθμός μοναδικών επισκεπτών
- Αριθμός επισκέψεων
- Αριθμός σελίδων που επισκεφτήκαν οι χρήστες συνολικά
- Εύρος ζώνης: Το σύνολο των bytes για τις σελίδες, τις εικόνες και τα αρχεία που λήφθηκαν
- Διάρκεια επισκέψεων
- Λειτουργικά συστήματα των επισκεπτών
- Οι περιηγητές με τους οποίους συνδέθηκαν οι χρήστες
- Οι μηχανές αναζήτησης που οδήγησαν τους χρήστες στον ιστότοπο
- Οι λέξεις κλειδιά που χρησιμοποιήθηκαν στις μηχανές αναζήτησης
- Προβλήματα που παρουσιάστηκαν στον ιστότοπο

Με βάση τις σελίδες παραπομπής (μέσω εφαρμογής Awstats) έγινε διερεύνηση των ενδιαφερόντων του κοινού του ιστοτόπου. Τα αντικείμενα ασχολίας ομαδοποιήθηκαν στις εξής κατηγορίες:

- 1) Θάλασσα: ιστιοπλοΐα, ψάρεμα, μετακίνηση με πλοίο, ηλιοθεραπεία, windsurfing, ναυτικοί, εταιρίες μεταφοράς, κάτοικοι νησιών
- 2) Στεριά: πεζοπορία, σκι, αναρρίχηση, ποδηλασία, 4x4, πυροσβέστες, δασονόμοι, αγρότες, εκδρομείς και εργαζόμενοι στο οδικό δίκτυο, κάτοικοι απομονωμένων περιοχών, υπαίθρια αθλήματα
- 3) Ουρανός: πιλότοι, αερομοντελισμός, ερευνητές αεροπορικών ατυχημάτων, αεροπορικές εταιρίες, εταιρίες εναλλακτικής ενέργειας

- 4) Μετεωρολογία: άνθρωποι που ασχολούνται με τον καιρό για χόμπι, ιδιωτικές μετεωρολογικές υπηρεσίες που κάνουν χρήση των μοντέλων της ΕΜΥ για τις προβλέψεις τους
- 5) Ενημέρωση: άνθρωποι που επισκέπτονται την ΕΜΥ κατευθυνόμενοι από κάποια ειδησεογραφική ιστοσελίδα.
- 6) Καθημερινές Δραστηριότητες: αφορά το κοινό αυτό που ενημερώνεται για τον προγραμματισμό καθημερινών δραστηριοτήτων όπως το άπλωμα των ρούχων, περίπατος κ.α.
- 7) Υγεία: Νοσοκομεία για πρόβλεψη περιστατικών, άνθρωποι με αλλεργίες και άσθμα, προστασία από UV ακτινοβολία

1.5 Τρόποι ανάγνωσης διαδικτύου

1.5.1 Οι διαφορές ηλεκτρονικής και έντυπης πληροφορίας

Ο τρόπος ανάγνωσης στο διαδίκτυο διαφέρει σημαντικά από την ανάγνωση ενός βιβλίου. Οι χρήστες είναι ιδιαίτερα εστιασμένοι στην πληροφορία που αναζητούν και έτσι τείνουν να σαρώνουν τις σελίδες διαβάζοντας επιλεκτικά προτάσεις και λέξεις ώστε να βεβαιωθούν ότι η σελίδα καλύπτει τον στόχο τους. Σαν αποτέλεσμα, διαβάζουν κατά μέσο όρο το 20% ενός κειμένου σε μια μέση επίσκεψη [8].

Έρευνες έχουν δείξει ότι το διάβασμα στις οθόνες των υπολογιστών γίνεται 25% πιο αργά σε σύγκριση με την έντυπη πληροφορία. Γι' αυτό συνήθως το αντίστοιχο κείμενο στον υπολογιστή έχει την μισή έκταση ενός εκτυπωμένου. Η αμεσότητα του διαδικτύου φανερώνεται από όλα τα παραπάνω δεδομένα κ' γι' αυτό οι χρήστες προτιμούν σε κάθε ηλεκτρονική σελίδα έναν ευθύ τρόπο γραφής [9].

Για να μετατραπεί ένα απλό κείμενο σε κείμενο κατάλληλο για ιστοσελίδες πρέπει να γίνει χρήση των εξής στοιχείων [10]:

- Υπογράμμιση στις λέξεις-κλειδιά του κειμένου
- Υποκεφαλίδες που να αποδίδουν με σαφήνεια και περιληπτικότητα το περιεχόμενο του κειμένου που ακολουθεί.
- Παρουσίαση της πληροφορίας σε λίστες ή γραφικά.
- Περιγραφή ενός μόνο θέματος ανά παράγραφο. Οι χρήστες τείνουν να μην διαβάζουν ολόκληρη την παράγραφο αν συμπεράνουν ότι οι πρώτες λέξεις δεν τους ενδιαφέρουν.
- Ανάπτυξη κειμένου με την μορφή της ανάποδης πυραμίδας. Δηλαδή το κείμενο ξεκινά με τα συμπεράσματα και στην συνέχεια αναλύει τις λεπτομέρειες.
- Ύπαρξη συνδέσμων εντός του κειμένου για επιπλέον πληροφορίες.

Η αξιοπιστία μιας ιστοσελίδας είναι ιδιαίτερα σημαντική για τους επισκέπτες, από την στιγμή που δεν γνωρίζουν ποιος είναι πίσω από αυτή. Η αξιοπιστία αυξάνεται όταν υπάρχουν γραφικά υψηλής ποιότητας και καλογραμμένα κείμενα, χωρίς υπερβολές που παραπέμπουν σε διαφήμιση [11].

1.5.2 Κάθετη αξιοποίηση ιστοσελίδας



Εικόνα 1.1 Χάρτες θερμότητας των κινήσεων των ματιών των χρηστών για τρεις ιστοσελίδες.

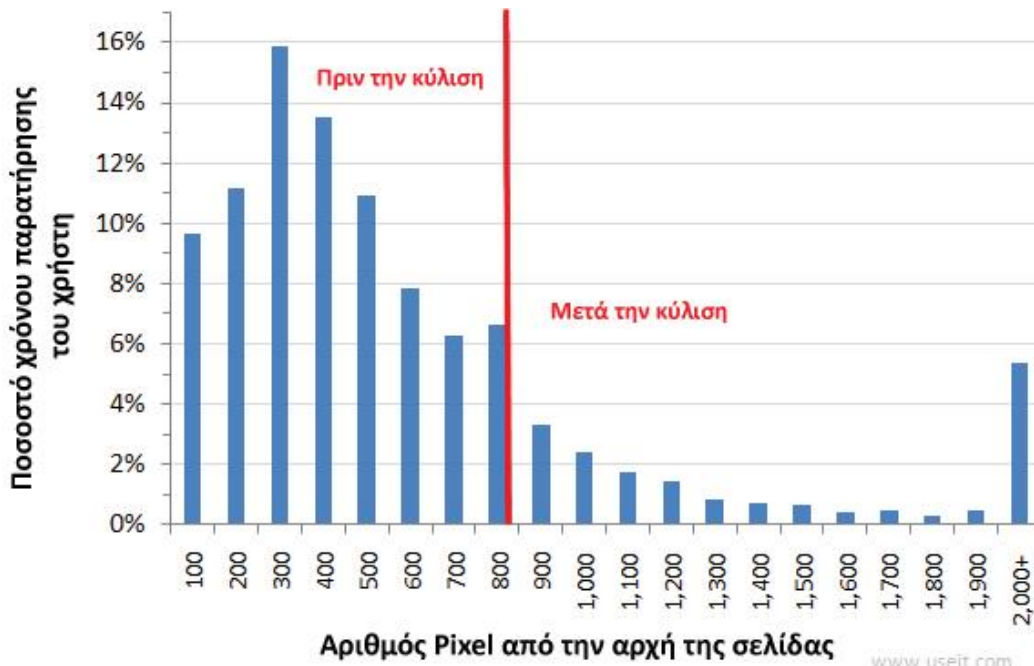
Για την κατανόηση του τρόπου με τον οποίο οι χρήστες διαβάζουν ιστοσελίδες πραγματοποιήθηκαν μελέτες των κινήσεων του ματιού. Τα δεδομένα επεξεργάστηκαν με την χρήση της τεχνολογίας και δημιουργήθηκαν χάρτες θερμότητας, δηλαδή ο γραφικός τρόπος απεικόνισης της έντασης με την οποία οι χρήστες εστιάζουν σε σημεία (Εικόνα 1.1). Οι περιοχές που είναι χρωματισμένες με κόκκινο χρώμα είναι αυτές που οι χρήστες εστίασαν την προσοχή τους παραπάνω, με κίτρινο χρώμα οι περιοχές που εστίασαν την προσοχή τους λιγότερο και με μπλε χρώμα οι λιγότερο ορατές. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι χρήστες τείνουν να διαβάζουν σε ένα συγκεκριμένο μοτίβο σχήματος F [12].

Αρχικά οι χρήστες τείνουν να διαβάζουν οριζόντιος την αρχή της σελίδας, σχηματίζοντας την πρώτη οριζόντια γραμμή του σχήματος. Στην συνέχεια κοιτάζουν χαμηλότερα και τα μάτια τους κινούνται πάλι οριζόντια αλλά σε μικρότερη διαδρομή από πριν. Αυτή η κίνηση σχηματίζει την δεύτερη οριζόντια γραμμή του σχήματος. Τέλος οι χρήστες σαρώνουν καθέτως το αριστερό μέρος της ιστοσελίδας. Συνήθως αυτή η κίνηση είναι σχετικά αργή και σχηματίζει μια ευθεία γραμμή στον χάρτη θερμότητας. Άλλες φορές η κίνηση είναι αρκετά γρήγορη σε ακανόνιστα σημεία, η κίνηση αυτή αποτελεί την κάθετη γραμμή στο σχήμα F.

Όσο αφορά το μήκος μίας ιστοσελίδας, έρευνες έχουν δείξει ότι οι χρήστες αφιερώνουν το 80% του χρόνου τους αναζητώντας πληροφορίες, πριν την κύλιση. Παρόλο που οι χρήστες είναι εξοικειωμένοι με την κύλιση αφιερώνουν μόνο το 20% της προσοχής τους για πληροφορίες που βρίσκονται μετά την κύλιση.

Η περιορισμένη προσοχή των χρηστών καθιστά προβληματικές τις μακροσκελείς ιστοσελίδες καθώς δεν είναι πρόθυμοι να χρησιμοποιήσουν την κύλιση [13] (Εικόνα 1.2)

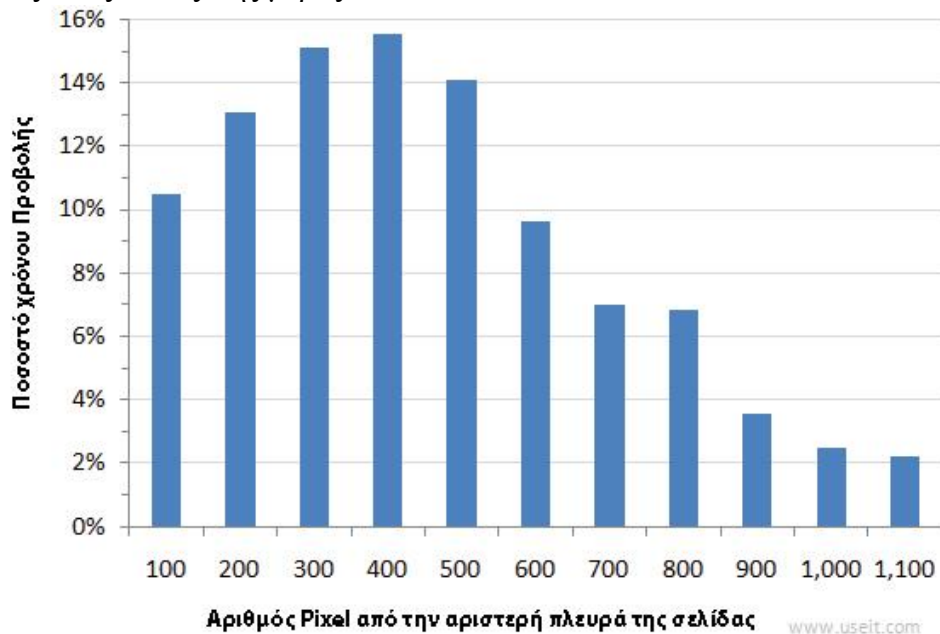
Οι χρήστες προτιμούν απλούς ιστοτόπους που τους δίνουν την δυνατότητα να εκπληρώσουν τους στόχους τους γρήγορα. Συνεπώς τα στοιχεία που διαθέτει μια σελίδα πριν την κύλιση είναι τα πιο σημαντικά και αυτά τα οποία θα τραβήξουν την προσοχή των χρηστών και θα τους πείσουν να χρησιμοποιήσουν την κύλιση.



Εικόνα 1.2 Κατανομή της προσοχής των χρηστών σε περιοχές ύψους 100 pixel

1.5.3 Οριζόντια αξιοποίηση ιστοσελίδας

Έρευνες έχουν δείξει ότι όταν οι χρήστες επισκέπτονται έναν καινούργιο ιστότοπο ξοδεύουν το 69% του χρόνου τους κοιτάζοντας το αριστερό μέρος της σελίδας και μόνο το 30% κοιτάζοντας το δεξί της μέρος.



Εικόνα 1.3 Κατανομή της προσοχής των χρηστών σε περιοχές μήκους 100 pixel

Όταν μια σελίδα δεν χρησιμοποιεί την συμβατική μέθοδο –την τοποθέτηση δηλαδή των σημαντικών σημείων της σελίδας στην αριστερή μεριά- οι τακτικοί επισκέπτες αλλάζουν τον τρόπο ανάγνωσης τους. Ωστόσο οι νέοι επισκέπτες περιμένουν να βρουν τα στοιχεία που αναζητούν στην αριστερή πλευρά της σελίδα [14] (Εικόνα 1.3). Συνεπώς είναι σημαντικό η αρχική σελίδα ενός ιστότοπου να αξιοποιεί πλήρως αυτούς τους τρόπους ανάγνωσης των χρηστών. Αυτό σημαίνει ότι τα πιο σημαντικά στοιχεία της ιστοσελίδας θα πρέπει να τοποθετούνται αρκετά ψηλά και αριστερά.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Μελέτη των μεγαλύτερων μετεωρολογικών σελίδων της Ελλάδας

2.1 Εισαγωγή

Η μελέτη των δημοφιλέστερων ελληνικών μετεωρολογικών ιστοτόπων αποτέλεσε το πρώτο βήμα στην έρευνα της αξιολόγησης και βελτίωσης της ευχρηστίας του ιστοτόπου της ΕΜΥ. Οι λόγοι που είναι απαραίτητη η μελέτη του ανταγωνισμού είναι:

- Βελτίωση υπηρεσιών του ιστοτόπου με στόχο την υψηλότερη ανταγωνιστικότητα
- Εύρεση των αδύναμων σημείων
- Κατανόηση της συμπεριφοράς του κοινού
- Πρόβλεψη δυνατοτήτων της αγοράς
- Κατανόηση του τρόπου λειτουργίας και οργάνωσης των ανταγωνιστών
- Σύγκριση των ιστοτόπων για την εύρεση ελλείψεων και περιθωρίων βελτίωσης.

Σύμφωνα με τις επίσημες κατατάξεις που παρείχαν οι υπηρεσίες Alexa και Similar Web έγινε η επιλογή των μετεωρολογικών ιστοτόπων. Ο τρόπος ταξινόμησης των ιστοτόπων από τις παραπάνω υπηρεσίες πραγματοποιείται μέσα από μία σειρά παραμέτρων. Συνοπτικά είναι οι εξής:

- Ο χρόνος που ένας χρήστης βρίσκεται στον ιστότοπο
- Το ποσοστό των χρηστών που εγκαταλείπουν την σελίδα στα πρώτα δευτερόλεπτα επίσκεψής τους
- Ο αριθμός των επισκεπτών
- Ο αριθμός προβολής των σελίδων του ιστοτόπου
- Ο αριθμός των ιστοτόπων που συνδέονται με την ιστοσελίδα που ερευνάται
- Η συχνότητα ανανέωσης της πληροφορίας στον ιστότοπο
- Ύπαρξη ή μη λέξεων-κλειδιών

Οι ιστότοποι που θα μελετηθούν είναι οι εξής (κατά φθίνουσα δημοτικότητα):

1. Meteo.gr
2. Δελτίο Καιρού
3. Okairos.gr
4. ΣΚΑΪ Καιρός
5. Weather.gr
6. Εθνική Μετεωρολογική υπηρεσία
7. Meteorologos.gr

2.2 Χαρτογράφηση χρήσης αρχικής οθόνης ιστοτόπων (Real Estate Analysis)

Η αρχική σελίδα κάθε εμπορικού ιστοτόπου πρέπει να καλύπτει τρεις στόχους [15]:


1. Να παρέχει πληροφορία στους χρήστες
2. Να λειτουργεί ως πλοήγηση ανώτατου επιπέδου για τις πληροφορίες που βρίσκονται μέσα στον ιστότοπο
3. Να καλωσορίζει και να πληροφορεί τους χρήστες για το περιεχόμενο της σελίδας. Αυτό συνήθως επιτυγχάνεται με καλό σχεδιασμό του λογότυπου της ιστοσελίδας και/ή ένα επιτυχημένο σλόγκαν.

Με σκοπό τον έλεγχο της κάλυψης των παραπάνω στόχων πραγματοποιήθηκε μέθοδος της χαρτογράφησης των αρχικών οθονών των ιστοτόπων.

Χαρτογράφηση ονομάζεται η διαδικασία αποδόμησης του ιστοτόπου για την ανάλυση της βάση περιεχομένου και δομής. Η πραγμάτωση της χαρτογράφησης χρήσης για τις αρχικές σελίδες των ιστοτόπων έγινε σε οθόνη 1860 x1050 pixels. Χρησιμοποιήθηκαν 8 κατηγορίες για την κατάτμηση του περιεχομένου κάθε ιστοτόπου. Συνοπτικά είναι οι παρακάτω:

- 1) Λειτουργικό και Περιηγητής. Τα pixel που χάνονται λόγω του λειτουργικού συστήματος Windows και του περιηγητή Google Chrome. Το ποσοστό αυτών των pixel αντιστοιχεί σε 11% και είναι σταθερό για κάθε ιστότοπο.
- 2) Διαφήμιση. Αυτή η κατηγορία περιέχει οποιοδήποτε χωρίο που χρησιμοποιείται για προώθηση άλλων οργανισμών.
- 3) Πλοήγηση. Προσμέτρηση όλων των συνδέσμων που οδηγούν τους χρήστες σε άλλες σελίδες εντός του ιστοτόπου.
- 4) Πληροφορία. οτιδήποτε προσφέρει ενημέρωση στον χρήστη , μετεωρολογική και μη. Τέθηκε ωστόσο σαν όρος η πληροφορία αυτή να είναι ευανάγνωστη. Έτσι οι εικόνες τις οποίες πρέπει ο χρήστης να μεγεθύνει για να πάρει την πληροφορία που παρουσιάζουν προστέθηκαν στην κατηγορία Πλοήγηση.
- 5) Διαδραστικός Χάρτης. Γραφικό στοιχείο των μετεωρολογικών ιστοτόπων. Έχει διπλή χρησιμότητα την πληροφορία και την πλοήγηση στον ιστότοπο. Έτσι επιλέχθηκε να τοποθετηθεί σε μια ξεχωριστή κατηγορία.
- 6) Κεφαλίδα. Σε αυτή την κατηγορία προστέθηκε το αναγνωριστικό του ιστοτόπου.
- 7) Εσωτερική Διαφήμιση. Η διαφήμιση νέων υπηρεσιών του ιστοτόπου.
- 8) Άδειος Χώρος. Το ποσοστό της οθόνης που απέμεινε από τις υπόλοιπες κατηγορίες. Μπορεί να περιλαμβάνει γραφικά στοιχεία που έχουν τοποθετηθεί για την βελτίωση της αισθητικής του ιστοτόπου από την στιγμή όμως που αυτά δεν είναι διαδραστικά προσθέτονται στον Άδειο Χώρο.

Η μέθοδος αυτή διαμορφώθηκε σύμφωνα με το βιβλίο του Jacob Nielsen “Homepage Usability: 50 Websites Deconstructed” [16]. Επιλέχθηκαν χρωματικοί κώδικες για να ξεχωρίζουν τα πλαίσια ανάλογα με την κατηγορία στην οποία ανήκουν (Εικόνα 2.1). Αυτοί είναι:

Πληροφορία	
Εσωτερική διαφήμιση	
Πλοήγηση	
Διαφημίσεις	
Λειτουργικό και Περιηγητής	
Κεφαλίδα	
Άδειος Χώρος	
Διαδραστικός Χάρτης	

Εικόνα 2.1 Χρωματικοί κώδικες των κατηγοριών της χαρτογράφησης αρχικής σελίδας

www.deltiokairou.gr

The screenshot displays the homepage of the website www.deltiokairou.gr. The main content area features a weather forecast for Wednesday, April 30, with a high of 15°C and a low of 4°C. The forecast includes a 3-day outlook and a section titled "Τι καιρό θα κάνει το Πάσχα" (What weather will it be for Easter).

Surrounding the main content are several promotional banners and advertisements:

- Top Banner:** "Λαχαριστίο και πλήρες γεύμα 2 ατόμων στο μεζεδοπωλείο 'Αγιόνερο'!" for 18€, with a 65% discount and a 3.4°C temperature. Includes a "Deals 365.gr" logo and a "Buy it now!" button.
- Left Side:** Promotional banners for P&G products, including a "170€" value and a "5€" discount on Pampers baby dry 5+.
- Right Side:** Similar promotional banners for P&G products, including a "170€" value and a "3€" discount on Always pads.
- Bottom:** A "0 Καιρός κάθε στιγμή" (Weather every moment) section with a clock showing 15:49:41 and navigation buttons for "Ελλάδα", "Ευρώπη", and "Κόσμος".

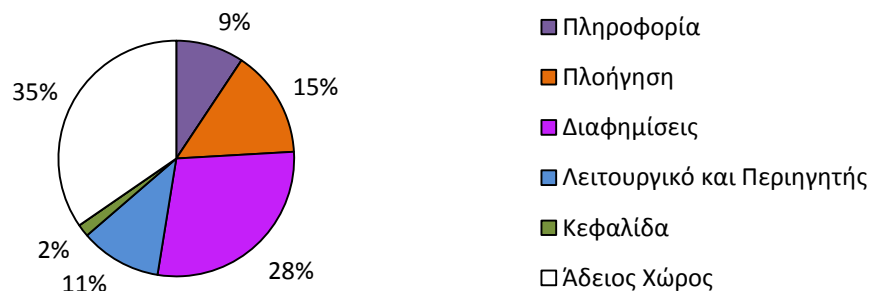
Εικόνα 2.2 Αρχική σελίδα ιστοτόπου www.deltiokairou.gr

Το deltiokairou.gr είναι ένας μετεωρολογικός ιστότοπος ο οποίος τέθηκε σε λειτουργία το 2011. Τα δεδομένα που επεξεργάζεται για τις προβλέψεις προέρχονται από την εταιρία StormGeo [17]. Βρίσκεται δεύτερος στην κατάταξη των ελληνικών ιστοτόπων σύμφωνα με τις υπηρεσίες Alexa και SimilarWeb. Το βασικό χαρακτηριστικό της σελίδας είναι ο μεγάλος αριθμός πληροφοριών που παρέχει στον χρήστη, όπως δορυφορικές απεικονίσεις, κλιματικές συνθήκες, χάρτες βροχοπτώσης για περισσότερα από 14.000 σημεία πρόγνωσης στην Ελλάδα. Στο συγκεκριμένο ιστότοπο οι πληροφορίες είναι απλές αλλά και αναλυτικές ώστε να εξυπηρετούν το ευρύ και το εξειδικευμένο κοινό. Ωστόσο ο ιστότοπος δεν παρουσιάζει χαρακτηριστικά αξιοπιστίας καθώς η σελίδα “Ποιοι Είμαστε” βρίσκεται ανάμεσα στις ειδήσεις στο τέλος της σελίδας. Παρ’ όλα αυτά το deltiokairou.gr διαθέτει ένα δημοφιλές κοινωνικό προφίλ με 43.508 μέλη στο Facebook και 7.808 στο Twitter. Σε σύγκριση με τις υπόλοιπες μετεωρολογικές σελίδες έχει το μεγαλύτερο ποσοστό επισκεψιμότητας όσον αφορά την κοινωνική δικτύωση (2,6%). Παράλληλα το 51,76% των επισκεπτών του μπαίνει απευθείας στον ιστότοπο μέσω της διεύθυνσης του. Ο μέσος χρόνος επίσκεψης είναι 1 λεπτό. Το 46,22% του συνόλου των επισκεπτών εγκαταλείπει τη σελίδα αμέσως.



Εικόνα 2.3 Αποτελέσματα χαρτογράφησης χρήσης αρχικής οθόνης ιστότοπου www.deltiokairou.gr

- Πληροφορία** καλύπτει το 9% της αρχικής οθόνης και πρόκειται για εναλλασσόμενες εικόνες που παραπέμπουν σε διαφήμιση. Για την ουσιαστική ενημέρωση του χρήστη είναι απαραίτητο να χρησιμοποιηθεί η κύλιση.
- Διαφημίσεις** 28% της αρχικής οθόνης. Λόγω της τοποθέτησης τους προκαλείται σύγχυση στο μάτι επειδή ότι το “κύριο σώμα” της ιστοσελίδας δεν ξεχωρίζει.
- Πλοήγηση** 15% της αρχικής οθόνης.



Γράφημα 2.1 Αποτελέσματα χαρτογράφησης του ιστότοπου www.deltiokairou.gr

Χαρακτηριστική είναι η μη ύπαρξη οποιασδήποτε μετεωρολογικής πληροφορίας πριν την κύλιση. Κατά τον Nielsen [13] οι χρήστες ξοδεύουν το 80% του χρόνου τους ψάχνοντας τις πληροφορίες που χρειάζονται πριν την κύλιση. Συνεπώς στον παρών ιστότοπο οι χρήστες θα ξοδέψουν το 80% του χρόνου τους βλέποντας κυρίως διαφημίσεις και ψάχνοντας για την πληροφορία που αντιστοιχεί μόνο στο 9% της οθόνης.

ΛΟΓΟΤΥΠΟ

Το λογότυπο του Δελτίου καιρού παρέχει αρκετή πληροφόρηση στον χρήστη σχετικά με το περιεχόμενο του ιστότοπου και αναγράφεται η ιστοσελίδα ακριβώς από κάτω. Καταλαμβάνει το 2% της οθόνης. Ωστόσο η σαίτα που έχει χρησιμοποιηθεί δεν παραπέμπει σε μετεωρολογικό ιστότοπο (Εικόνα 2.5).

ΠΛΟΗΓΗΣΗ

Η πλοήγηση είναι οριζόντια και λειτουργεί σε 3 με 4 επίπεδα ανάλογα με την κατηγορία (Εικόνα 2.5)

Πρώτο επίπεδο Επιλογές με βάση το ενδιαφέρον. Επιλέγουμε την κατηγορία γεωγραφικά ως την πιο βασική

Δεύτερο επίπεδο Επιλογές με βάση την επικράτεια. Οι πρώτες 10 κατηγορίες από τις 12 αφορούν αποκλειστικά την Ελλάδα.

Τρίτο επίπεδο Επιλογές με βάση τον νομό. Στο συγκεκριμένο επίπεδο ο όγκος επιλογών δυσχεραίνει τον νέο χρήστη που δεν είναι εξοικειωμένος με την γεωγραφία της περιοχής. Θετικό στοιχείο αποτελεί ότι η αλλαγή από την μια περιοχή στην άλλη γίνεται με ένα γρήγορο πέρασμα του ποντικιού.

Τέταρτο επίπεδο Επιλογές με βάση την πόλη.

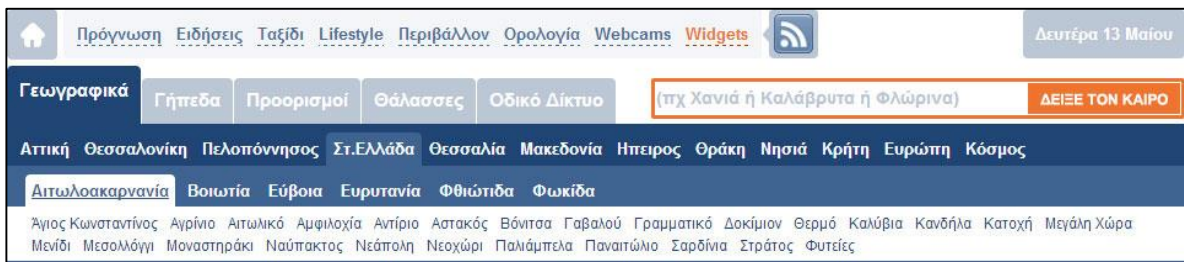
Κατά τον Nielsen οι χρήστες τείνουν να διαβάζουν οριζόντια στην αρχή της σελίδας και στην συνέχεια κάθετα. Η οριζόντιας μπάρας πλοήγησης συμβαδίζει με αυτόν τον κανόνα [12]. Όμως στο τελευταίο επίπεδο, στην περιοχή ενδιαφέροντος, η οριζόντια κατάταξη με ταξινόμηση κατά αλφαβητική σειρά δυσχεραίνει τον χρήστη. Επίσης μέσα από μελέτες προκύπτει πως οι χρήστες τείνουν να σαρώνουν μια σελίδα κάθετα και όχι οριζόντια, γεγονός που δυσκολεύει την αναγνώριση της αλφαβητικής ταξινόμησης [18]. Τέλος, η βασική πλοήγηση του ιστοτόπου επιτρέπει στον χρήστη να έχει πλήρη ορατότητα σε όλες τις επιλογές που υπάρχουν και είναι ορατή ακόμα και σε οθόνες ανάλυσης 1024 x 600 px [19].

ΠΕΔΙΟ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗΣ

Το πεδίο αναζήτησης βρίσκεται σε εμφανές σημείο στη σελίδα, μπορεί να δεχθεί έως 36 χαρακτήρες και έχει απλή σχεδίαση (Εικόνα 2.7). Επίσης το πορτοκαλί χρώμα τραβάει την προσοχή του χρήστη. Όμως αντί του συνηθισμένου κουμπιού «Αναζήτηση», υπάρχει το κουμπί «Δείξε τον Καιρό». Η μηχανή αναζήτησης δεν προσφέρει προτεινόμενα αποτελέσματα ενώ ο χρήστης πληκτρολογεί στο κουτί αναζήτησης. Επιπλέον δεν αναγνωρίζει ορθογραφικά λάθη (Εικόνα 2.8). Τέλος τα αποτελέσματα της Αναζήτησης προβάλλονται στο τέλος της σελίδας. Το γεγονός αυτό αποπροσανατολίζει τον χρήστη [20] (Εικόνα 2.97).



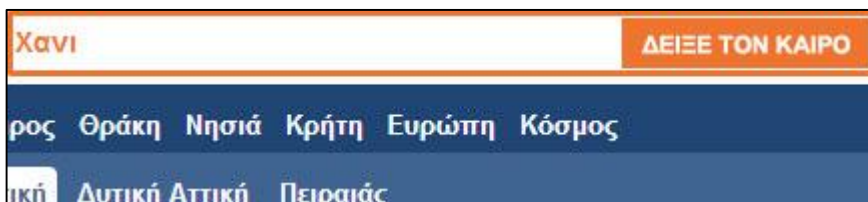
Εικόνα 2.4 Λογότυπο ιστοτόπου www.deltiokairou.gr



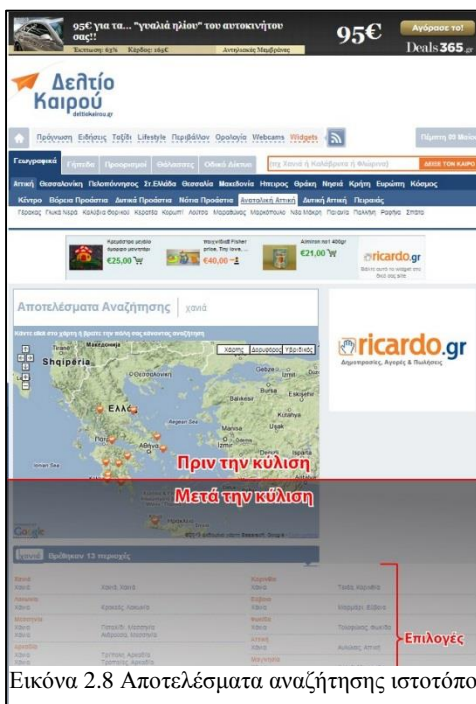
Εικόνα 2.5 Βασική πλοήγηση ιστοτόπου www.deltiokairou.gr



Εικόνα 2.6 Αναζήτηση ιστοτόπου www.deltiokairou.gr



Εικόνα 2.7 Παράδειγμα αναζήτησης του ιστοτόπου www.deltiokairou.gr

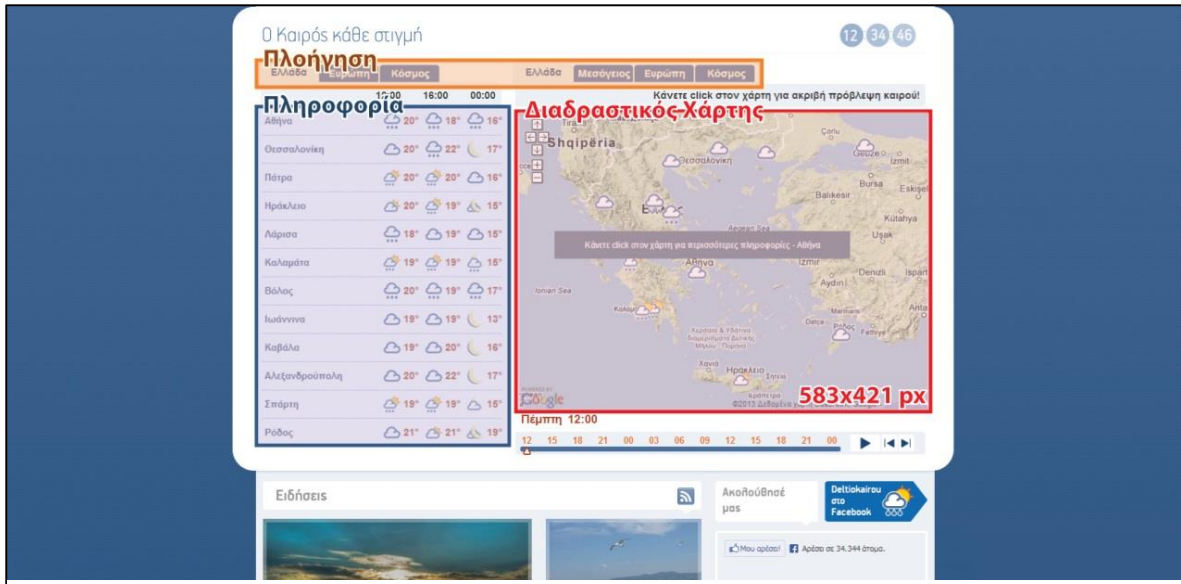


Εικόνα 2.8 Αποτελέσματα αναζήτησης ιστοτόπου www.deltiokairou.gr

ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΚΥΛΙΣΗ

Χρησιμοποιώντας την κύλιση εμφανίζεται ο διαδραστικός χάρτης της Ελλάδας (μεγέθους 583x421px) ο οποίος δίνει πληροφορία αλλά χρησιμοποιείται και σαν πλοήγηση.

Η πλοήγηση πάνω από τον χάρτη και την πληροφορία δεν είναι κοινή παρόλο που οι επιλογές είναι ίδιες και δεν αλληλοεπιδρούν (Εικόνα 2.10).



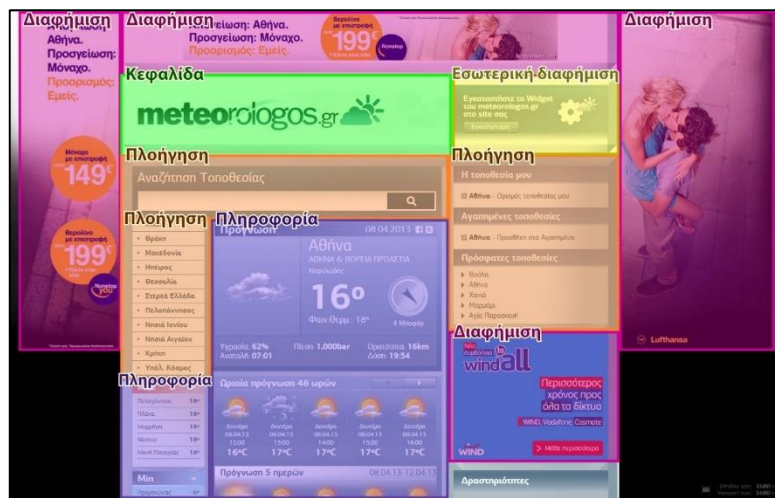
Εικόνα 2.9 Ο ιστότοπος www.deltiokairou.gr μετά την κύλιση

www.meteorologos.gr



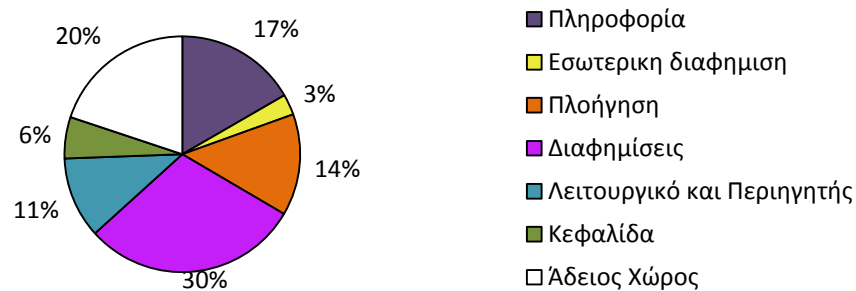
Εικόνα 2.10 Αρχική σελίδα ιστοτόπου www.meteorologos.gr

Ο ιστότοπος Meteorologos.gr τέθηκε σε λειτουργία το 2011. Οι προβλέψεις προέρχονται από την εταιρία AccuWeather και οι δορυφορικοί χάρτες από την εταιρία EUMESAT [20]. Βρίσκεται τελευταίος στην κατάταξη των ελληνικών ιστοτόπων σύμφωνα με τις υπηρεσίες Alexa και SimilarWeb. Χαρακτηριστικό της σελίδας είναι η προσθήκη αγαπημένων τοποθεσιών καθώς και η υπηρεσία των ζωντανών καμερών (χιονοδρομικά, παραλίες κ.α.). Ο ιστότοπος έχει απλό σχεδιασμό χωρίζοντας τις πληροφορίες σε πλαίσια. Διαθέτει σελίδα στο Facebook με 5.365 μέλη. Ένα μεγάλο ποσοστό της επισκεψιμότητας προέρχεται από μηχανές αναζήτησης (40,17%) διότι έχει αγοράσει λέξεις-κλειδιά στη μηχανή αναζήτησης, την Google. Παρόλα αυτά το 52.88%, των επισκεπτών εγκαταλείπουν την σελίδα αμέσως, ποσοστό υψηλότερο από όλους τους μετεωρολογικούς ιστοτόπους. Το 49,29% των επισκεπτών επισκέπτεται απευθείας τον ιστότοπο. Ο μέσος χρόνος παραμονής είναι 58 δευτερόλεπτα και η μέσος αριθμός προβαλλομένων σελίδων ανά επίσκεψη είναι 2 σελίδες.



Εικόνα 2.11 Χαρτογράφηση ιστοτόπου www.meteorologos.gr

- Πληροφορία** 16% επί της αρχικής οθόνης. Για να εμφανιστεί ο διαδραστικός χάρτης είναι αναγκαίο να χρησιμοποιηθεί η κύλιση. Ο χρήστης μπορεί να αποκτήσει βασικές πληροφορίες χωρίς την βοήθεια του χάρτη.
- Διαφημίσεις** 30% επί της αρχικής οθόνης. Οι διαφημίσεις είναι τοποθετημένες σε σημεία που ο χρήστης έχει συνηθίσει να αγνοεί, εκτός του κυρίου σώματος του ιστοτόπου και σε ξεχωριστά πλαίσια.
- Πλοήγηση** 14% επί της αρχικής οθόνης
- Κεφαλίδα** 6% επί της αρχικής οθόνης.



Γράφημα 2.2 Αποτελέσματα χαρτογράφησης αρχικής οθόνης του ιστοτόπου www.meteorologos.gr

Όπως ήδη ειπώθηκε το ποσοστό της διαφήμισης είναι αρκετά μεγάλο ωστόσο δεν επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό τον χρήστη. Αν και η πληροφορία κατέχει μόνο το 16% της αρχικής σελίδας ο χρήστης λόγω της δυνατότητας εξατομίκευσης μπορεί να βρίσκει εύκολα τις πληροφορίες που θέλει (Εικόνα 2.12)

ΛΟΓΟΤΥΠΟ

Το λογότυπο του ιστοτόπου Meteorologos.gr καταλαμβάνει το 6% των pixels μιας οθόνης 1680x1050 px, ποσοστό πιο υψηλό από το προτεινόμενο 5%. Το λογότυπο είναι το όνομα του ιστοτόπου, ιδιαίτερα πρακτικό για απομνημόνευση. Επιπλέον ο τίτλος πληροφορεί τους χρήστες για το περιεχόμενο της σελίδας (Εικόνα 2.13).

ΠΛΟΗΓΗΣΗ

Η πλοήγηση του meteorologos.gr συνδυάζει οριζόντια και κάθετη πλοήγηση. Πρόκειται για ένα Mega Menu που αποτελείται από 3 επίπεδα (Εικόνα 2.14). Ο συγκεκριμένος τρόπος πλοήγησης είναι ιδανικός για ιστοτόπους με μεγάλη πληροφορία όμως υπάρχουν κάποιες βασικές αδυναμίες:

- 1) Η πλειοψηφία των επιλογών πλοήγησης δεν είναι ορατή. Ο χρήστης πρέπει να χρησιμοποιήσει την κύλιση για τις περιοχές. Η κύλιση μπορεί να αποθαρρύνει τον χρήστη να αναζητήσει περιοχές ειδικά στην περίπτωση Νομών στους οποίους αντιστοιχούν τουλάχιστον 163 επιλογές έχει χρησιμοποιηθεί αλφαβητική ταξινόμηση, γεγονός που σημαίνει ότι οι βασικές πόλεις κάθε Νομού μπορεί να βρίσκονται στο τέλος της λίστας.
- 2) Ο χρήστης πρέπει να πατήσει με τον κέρσορα για να μετακινηθεί από το ένα επίπεδο στο άλλο και στην συνέχεια πρέπει να πατήσει το κουμπί κλεισίματος πάνω αριστερά στο μενού για να βγει από αυτό. Το μενού δεν κλείνει αυτόματα όταν ο κέρσορας μετακινηθεί αλλού στην σελίδα. Με αυτό τον τρόπο αποφεύγεται το κλείσιμο του μενού κατά λάθος .

ΜΗΧΑΝΗ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗΣ

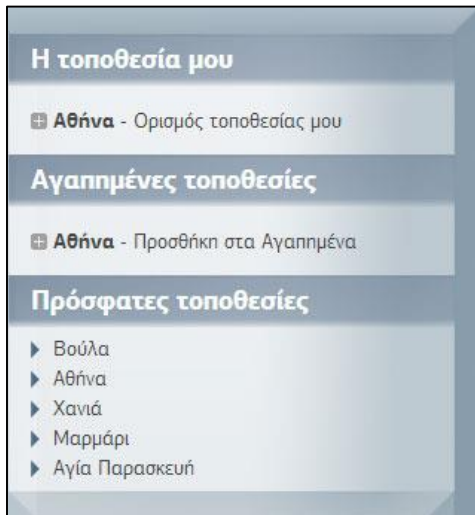
Το πεδίο αναζήτησης (643 x 156 px) είναι ευκρινές και βρίσκεται στο πάνω μέρος της αρχικής σελίδας ακριβώς κάτω από το λογότυπο του ιστοτόπου. Επιτρέπει στον χρήστη να βλέπει και να επεξεργάζεται την αναζήτηση (χωρητικότητα 36 χαρακτήρων). Δεξιά από το πεδίο της αναζήτησης έχει τοποθετηθεί το σύμβολο του φακού που είναι παγκοσμίως αναγνωρίσιμο για την αναζήτηση στο διαδίκτυο (Εικόνα 2.15).

Η αναζήτηση δεν δέχεται αγγλικούς χαρακτήρες και δεν αναγνωρίζει λάθη. Προτείνει όμως περιοχές ενώ πληκτρολογεί ο χρήστης (Εικόνα 2.16).

Τέλος στο επάνω μέρος της σελίδας, κάτω από το λογότυπο του ιστοτόπου, βρίσκονται οι επιλογές εξατομίκευσης. Ο χρήστης μπορεί να επιλέξει την τοποθεσία του. Επίσης μπορεί να προσθέσει μια ή και περισσότερες “αγαπημένες τοποθεσίες” ώστε να παρακάμπτει την πλοήγηση.

ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΚΥΛΙΣΗ

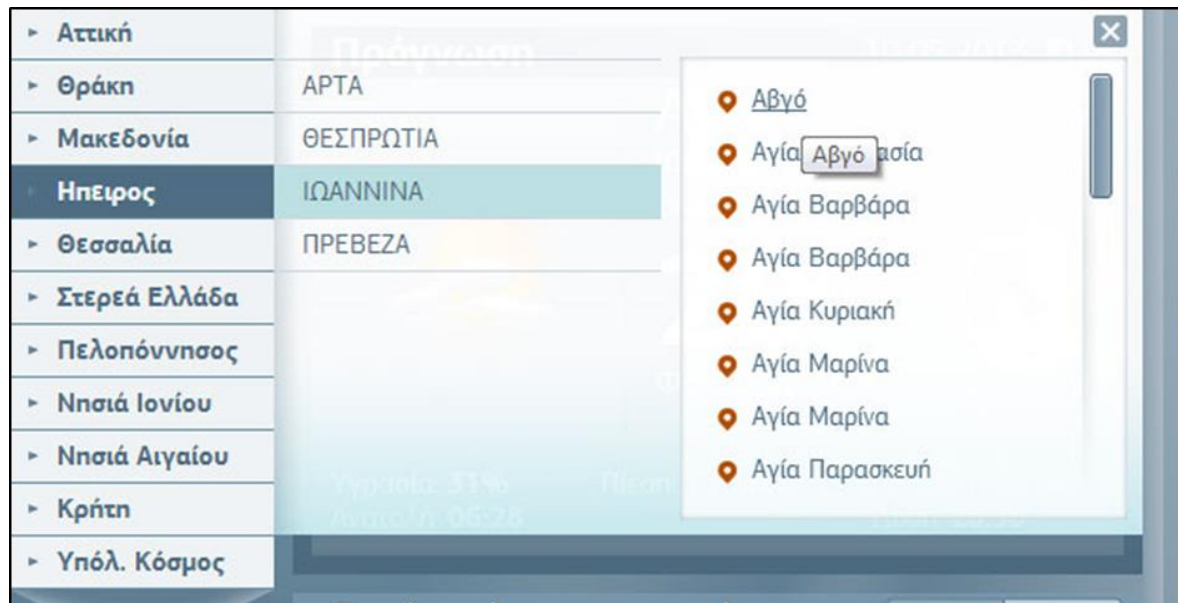
Χρησιμοποιώντας την κύλιση εμφανίζεται ο διαδραστικός χάρτης της Ελλάδας (430x652px) που λειτουργεί σαν πλοήγηση και παρέχει πληροφορία (Εικόνα 2.17). Χαρακτηριστικό είναι ότι χρησιμοποιεί ίδια μορφή με τους χάρτες του Google Maps. Ο τρόπος αυτός βοηθάει τους χρήστες που είναι εξοικειωμένοι με αυτή την υπηρεσία.



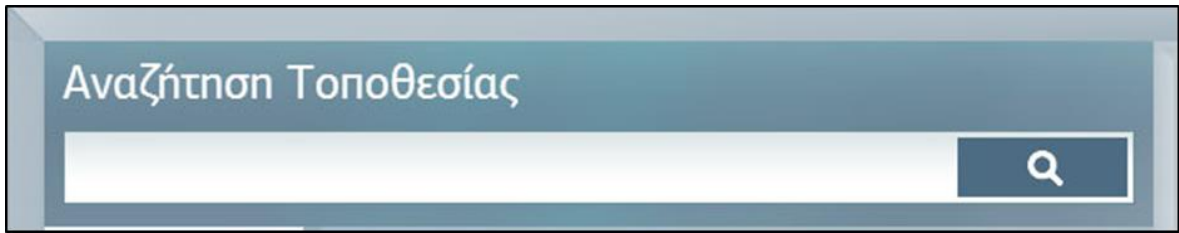
Εικόνα 2.12 Εξατομίκευση του ιστότοπου www.meteorologos.gr



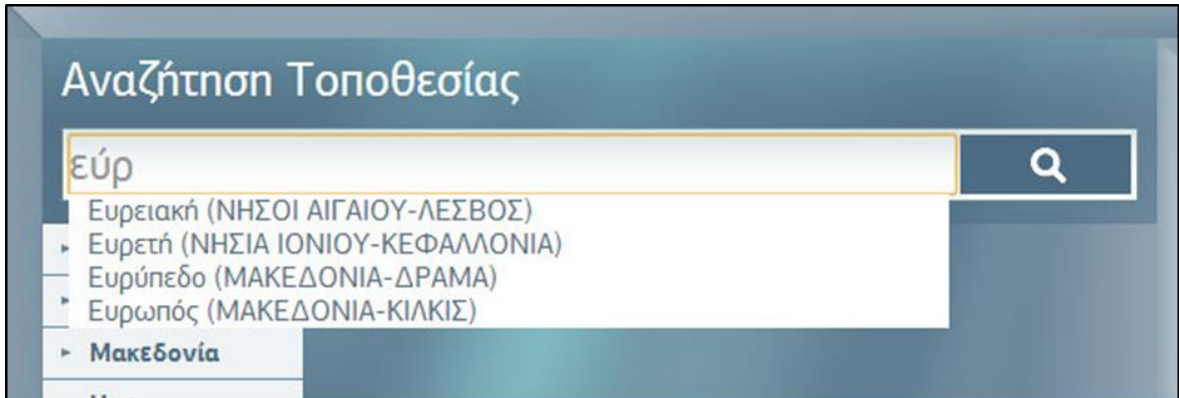
Εικόνα 2.13 Λογότυπο του ιστότοπου www.meteorologos.gr



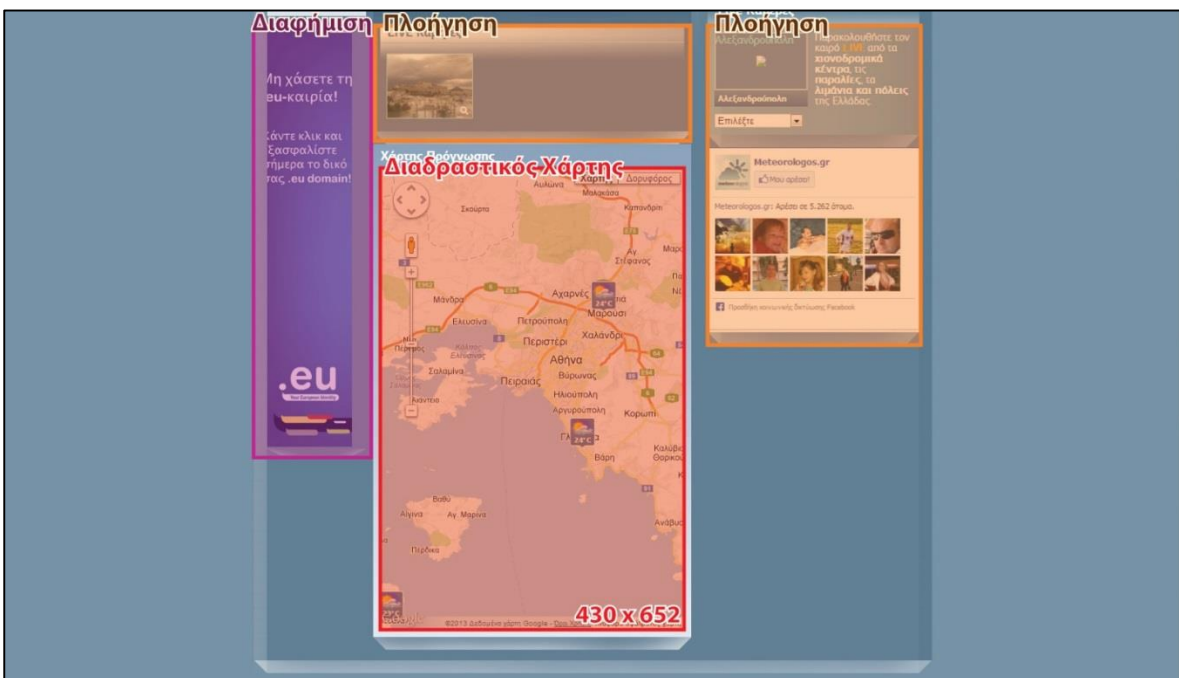
Εικόνα 2.14 Πλοήγηση του ιστότοπου www.meteorologos.gr



Εικόνα 2.15 Αναζήτηση του ιστοτόπου www.meteorologos.gr



Εικόνα 2.16 Παράδειγμα αναζήτησης του ιστοτόπου www.meteorologos.gr



Εικόνα 2.17 Ο ιστοτόπος www.meteorologos.gr μετά την κύλιση

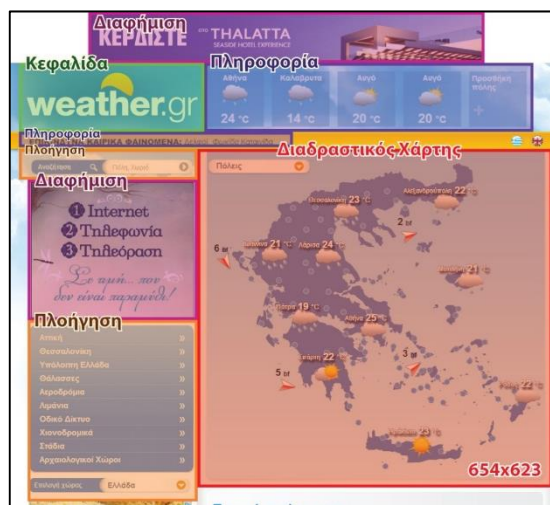
www.weather.gr



Εικόνα 2.18 Αρχική σελίδα του ιστότοπου www.weather.gr

Ο ιστοτόπος Weather.gr ξεκίνησε την λειτουργία του το Σεπτέμβριο του 2012. Πρόκειται για έναν από τους πιο πρόσφατους ιστοτόπους. Διαθέτει εξελιγμένα στοιχεία όπως δελτία καιρού σε μορφή βίντεο και ηχητικό δελτίο για κάθε πόλη. Οι προβλέψεις παράγονται από μια ομάδα μετεωρολόγων του ίδιου του ιστοτόπου [21]. Στόχος του ιστοτόπου είναι η εγκυρότητα και η αξιοπιστία των προγνώσεων.

Ο ιστοτόπος διαθέτει μεγάλο όγκο πληροφοριών: χάρτες καιρού, δορυφορικές εικόνες, ζωντανές κάμερες. Το 62,43% των χρηστών επισκέπτονται απευθείας τον ιστοτόπο, ενώ μόνο το 24,93% προέρχεται από μηχανές αναζήτησης, ποσοστό μικρό σε σύγκριση με τους υπόλοιπους μετεωρολογικούς ιστοτόπους, παρόλο που έχει αγοραστεί η λέξη κλειδί “Καιρός” από την Google. Η μέση διάρκεια επίσκεψης είναι 1:07 λεπτά ενώ το 40,35% των επισκεπτών εγκαταλείπουν αμέσως τον ιστοτόπο.



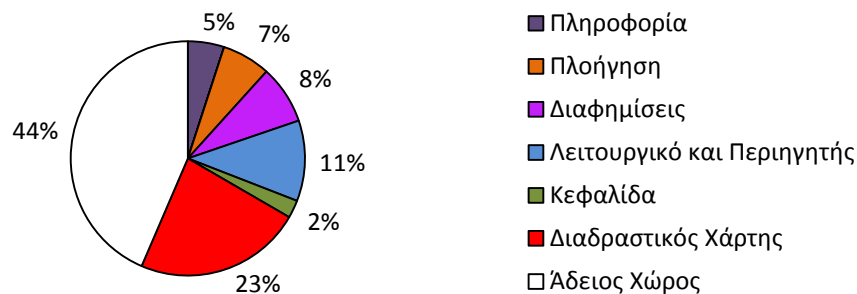
Εικόνα 2.19 Αποτελέσματα χαρτογράφησης χρήση αρχικής οθόνης ιστοτόπου www.weather.gr

Πληροφορία 5% της αρχικής οθόνης. Όμως σε αυτό το ποσοστό δεν υπολογίζεται ο Διαδραστικός Χάρτης ο οποίος χρησιμεύει ως πλοήγηση και ως πληροφορία. Μαζί με τον διαδραστικό χάρτη η πληροφορία αντιστοιχεί στο 28,11%

Διαφημίσεις 8% επί της αρχικής οθόνης. Δεν αποσπά ιδιαίτερα τον χρήστη από την πληροφορία αφού βρίσκεται σε περιοχές που έχει συνηθίσει να αγνοεί.

Πλοήγηση 6,7% επί της αρχικής οθόνης

Κεφαλίδα 2,46% επί της αρχικής οθόνης. Εντός των αποδεκτών ορίων



Γράφημα 2.3 Αποτέλεσμα χαρτογράφησης του ιστοτόπου www.weather.gr

Στο ποσοστό της πληροφορίας συμπεριλαμβάνονται οι προειδοποιήσεις για επικίνδυνα καιρικά φαινόμενα και ο χώρος εξατομίκευσης που υπάρχει στο πάνω μέρος της σελίδας (Εικόνα 2.20).

Ο χρήστης έχει την δυνατότητα να προσθέσει μέχρι και τέσσερις πόλεις όμως το κουμπί “Προσθήκη Πόλης” δεν απενεργοποιείται ακόμα και όταν ξεπεραστεί το όριο. Επιπλέον σε περίπτωση που δυο επιλεγμένες περιοχές έχουν ίδιο όνομα ο χρήστης δεν θα μπορεί να διακρίνει σε ποια περιοχή αναφέρεται το εικονίδιο. Πχ υπάρχουν 25 περιοχές με την ονομασία “Πύργος” στην Ελλάδα. Παράλληλα οι αποθηκευμένες πόλεις στην μπάρα εξατομίκευσης παρουσιάζουν τον παρόντα καιρό σε εικονίδια παρέχοντας πληροφορία.

ΛΟΓΟΤΥΠΟ

Το λογότυπο καταλαμβάνει το 2,5% των pixel μιας οθόνης 1680x1050 px και είναι εντός των προτιμώμενων ορίων (5%). Έχει χρησιμοποιηθεί το όνομα του ιστοτόπου κάνοντας το απλό στην απομνημόνευση (Εικόνα 2.21).

ΠΛΟΗΓΗΣΗ

Η πλοήγηση είναι κάθετη και αποτελείται από 2 έως 3 επίπεδα και πρόκειται για ένα Mega Menu (Εικόνα 2.22). Στην αρχή χωρίζονται οι περιοχές με βάση την γεωγραφία και στη συνέχεια με βάση τα ενδιαφέροντα. Οι αδυναμίες που παρατηρούνται είναι οι εξής:

1. Οι επιλογές πλοήγησης δεν είναι ορατές σε όλα τα επίπεδα. Ο χρήστης πρέπει να χρησιμοποιήσει την κύλιση.
2. Ο χρήστης δεν μπορεί να χρησιμοποιήσει την ροδέλα του ποντικιού αλλά τα βέλη του μενού. Το μεγαλύτερο ποσοστό των χρηστών όμως έχει συνηθίσει την χρήση της ροδέλας σε όλα τα μενού που χρειάζονται κύλιση.
3. Οι επιλογές είναι ταξινομημένες με αλφαβητική σειρά. Σαν αποτέλεσμα αυτού οι βασικές πόλεις ενός Νομού μπορεί να βρίσκονται στο τέλος της αναζήτησης.

ΠΕΔΙΟ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗΣ

Ο ιστοτόπος διαθέτει πεδίο αναζήτησης 17 χαρακτήρων ώστε να διευκολύνει την πλοήγηση των χρηστών (Εικόνα 2.23). Χρησιμοποιεί το σήμα του φακού και την λέξη “Αναζήτηση” βοηθώντας στην αναγνώριση του από τους χρήστες.

Ενώ πληκτρολογεί ο χρήστης εμφανίζονται επιλογές με τις περιοχές σε διαφορετικό χρώμα για την αποφυγή λαθών (Εικόνα 2.24). Ωστόσο σε περίπτωση λάθους δεν δίνεται καθόλου ανάδραση στον χρήστη. Τέλος δεν επιτρέπει τα ορθογραφικά λάθη.

ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΟΣ ΧΑΡΤΗΣ

Ο ιστοτόπος διαθέτει διαδραστικό χάρτη μεγέθους 654x623px ο οποίος καταλαμβάνει το μεγαλύτερο μέρος της αρχικής σελίδας. Αρχικά ενημερώνει τον χρήστη για την θερμοκρασία και τον καιρό στις μεγαλύτερες πόλεις της Ελλάδας καθώς και για την ταχύτητα και την κατεύθυνση του ανέμου στις θάλασσες. Αλλά μόλις ο χρήστης κινήσει τον κέρσορα πάνω στον χάρτη όλη η πληροφορία εξαφανίζεται (Εικόνα 2.25). Πάνω αριστερά στον χάρτη υπάρχει ένα μενού που εμφανίζει όλες τις επιλογές του κάθετου μενού πλοήγησης πάνω στον χάρτη (Αρχαιολογικοί Χώροι, Αεροδρόμια κλπ.)

ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΚΥΛΙΣΗ

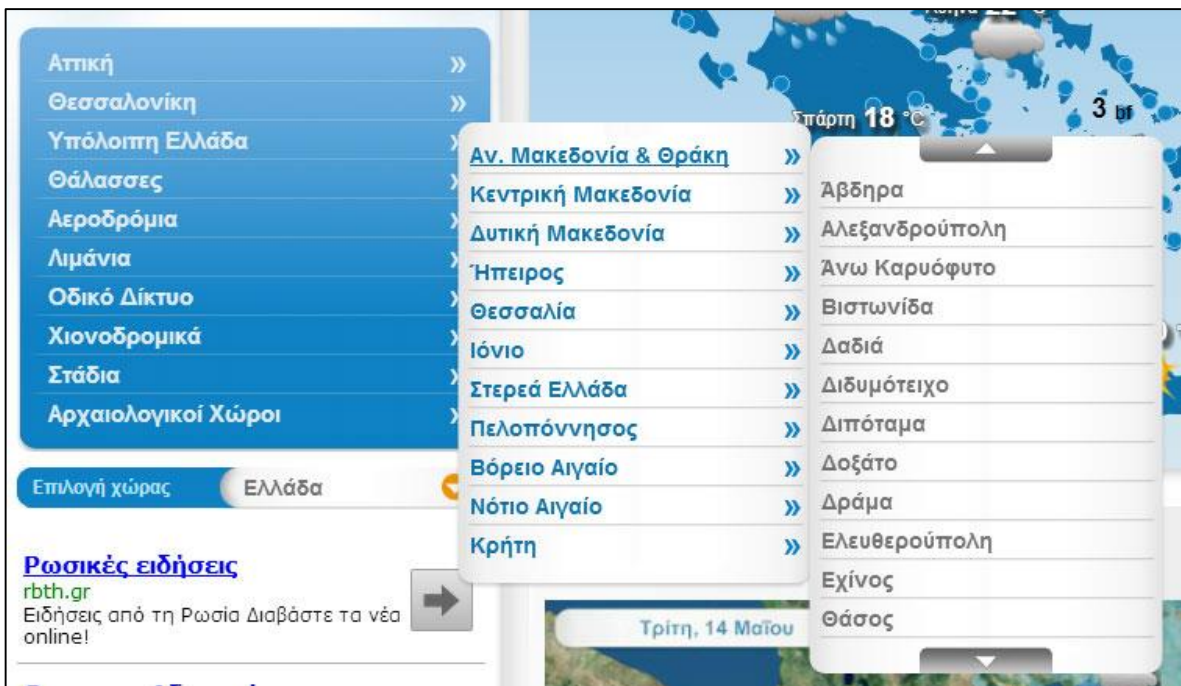
Ο ιστοτόπος weather.gr προσφέρει ηχητικό δελτίο καιρού και βίντεο με το δελτίο πρόγνωσης (Εικόνα 2.26).



Εικόνα 2.20 Εξατομίκευση του ιστοτόπου www.weather.gr



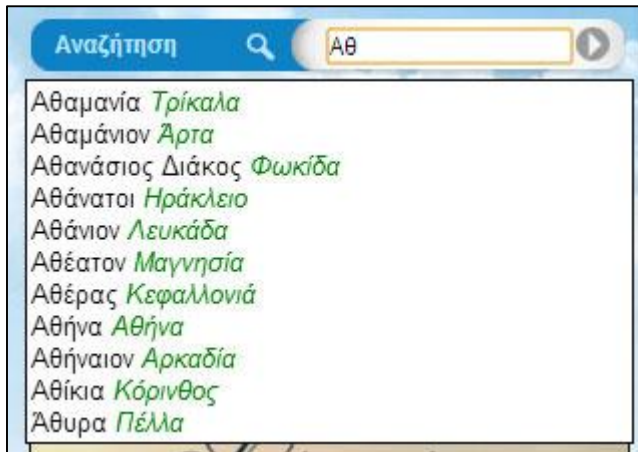
Εικόνα 2.21 Λογότυπο του ιστοτόπου www.weather.gr



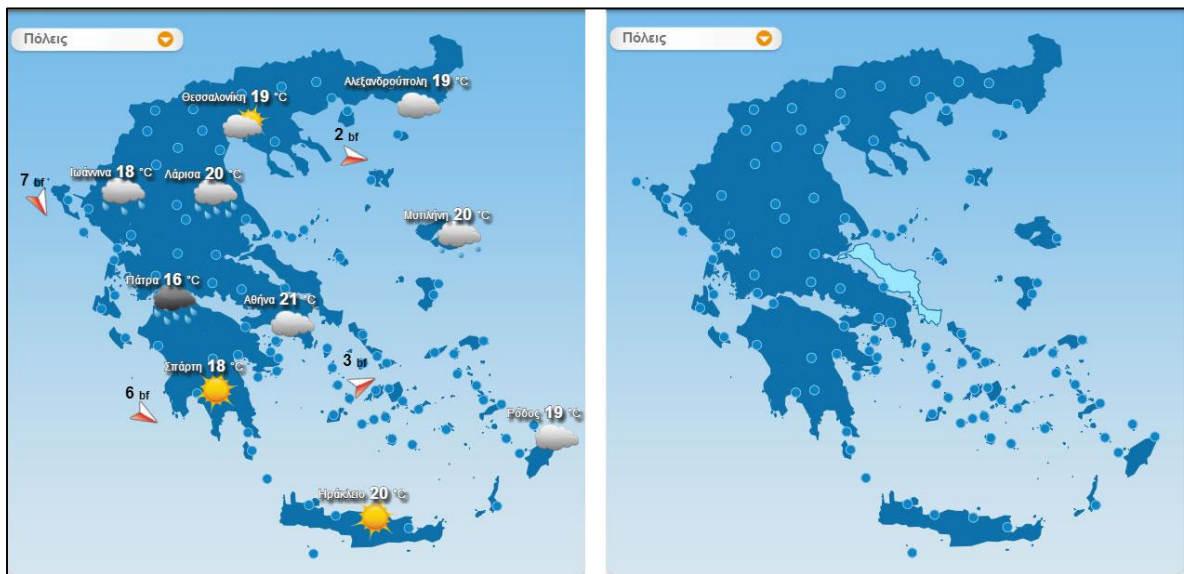
Εικόνα 2.22 Πλοήγηση του ιστοτόπου www.weather.gr



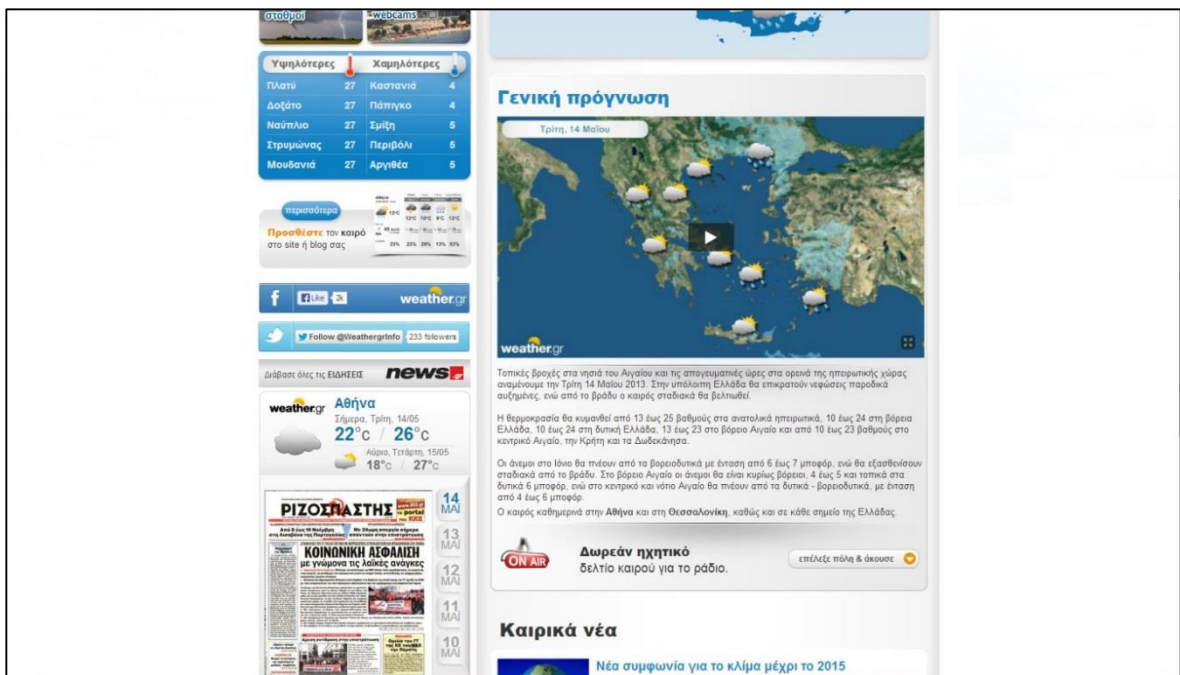
Εικόνα 2.23 Αναζήτηση του ιστοτόπου www.weather.gr



Εικόνα 2.24 Αποτελέσματα Αναζήτησης του ιστοτόπου www.weather.gr



Εικόνα 2.25 Διαδραστικός χάρτης του ιστοτόπου www.weather.gr



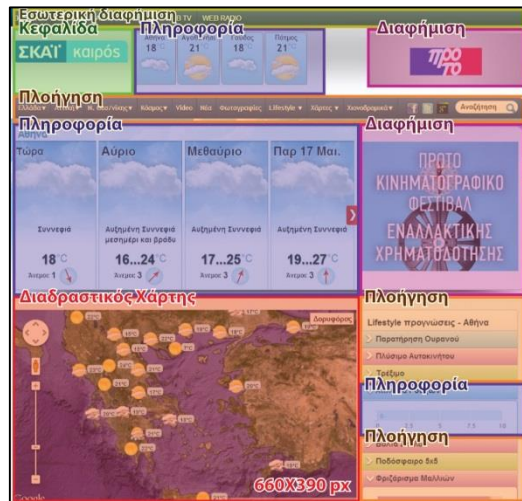
Εικόνα 2.26 Ο ιστότοπος www.weather.gr μετά την κύλιση

www.skaikairos.gr

The screenshot displays the homepage of the Skaikairos website. At the top, there is a navigation bar with links for 'ΣΚΑΪ GR', 'ΣΚΑΪ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ', 'ΣΚΑΪ 100,3', 'ΣΚΑΪ SHOP', and 'ΣΚΑΪ PLAYER'. The main header features the 'ΣΚΑΪ καιρός' logo, the current temperature in Athens (19°C), and a search bar. Below the header, there is a navigation menu with categories like 'Ελλάδα', 'Αττική', 'Ν. Θεσ/νίκης', 'Κόσμος', 'Video', 'Νέα', 'Φωτογραφίες', 'Lifestyle', 'Χάρτες', and 'Χιονοδρομικά'. The main content area is divided into several sections: a large weather forecast for Athens (Αθήνα) showing current conditions (20°C, clear), and forecasts for the next three days (Aύριο, Μεθαύριο, Δευ 08 Απρ.). To the right of the weather forecast is a 'TEDMED Live Athens' advertisement. Below the weather forecast is a map of Greece with temperature markers for various locations. To the right of the map is a 'Lifestyle προγνώσεις - Αθήνα' section with a bar chart and a list of activities: Παρατήρηση Ουρανού, Πλύσιμο Αυτοκινήτου, Τρέξιμο, Άπλωμα Ρούχων, Βόλτα Σκύλου, Ποδόσφαιρο 8x5, and Φριζάρισμα Μαλλιών.

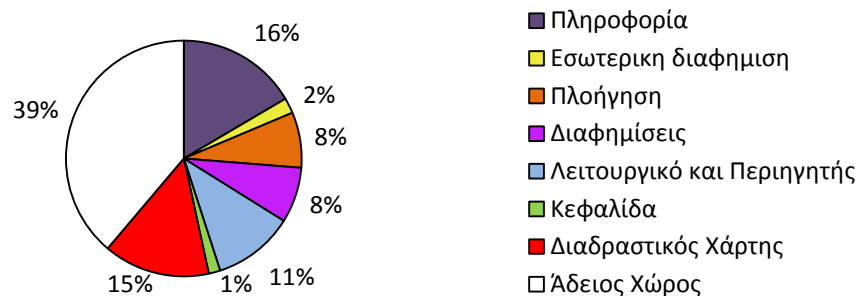
Εικόνα 2.27 Αρχική σελίδα του ιστοτόπου www.skaikairos.gr

Ο ιστοτόπος ΣΚΑΪ Καιρός τέθηκε σε λειτουργία τον Απρίλιο του 2012 και ανήκει στον όμιλο ΣΚΑΪ. Χρησιμοποιεί λογισμικό που παράγει αυτόματα προγνώσεις. Ένα καινοτόμο στοιχείο του ιστοτόπου είναι η ασυνήθιστη κατηγορία lifestyle προγνώσεις καιρού. Η μέση διάρκεια επίσκεψης είναι 2 λεπτά, χρόνος διπλάσιος σε σύγκριση με την πλειοψηφία των μετεωρολογικών ιστοτόπων. Επιπλέον το ποσοστό των χρηστών που εγκαταλείπουν άμεσα την σελίδα είναι 21,93%, δηλαδή χαμηλότερο από τους υπόλοιπους ιστοτόπους. Το ποσοστό των χρηστών που κατευθύνθηκαν στον ιστοτόπο μέσω άλλων σελίδων είναι 20,84%. Το υψηλό αυτό ποσοστό οφείλεται στη σύνδεση του ΣΚΑΙ Καιρός με τον όμιλο ΣΚΑΪ.



Εικόνα 2.28 Αποτελέσματα χαρτογράφησης χρήση αρχικής οθόνης ιστοτόπου www.skaikairos.gr

- Πληροφορία** 16,5% επί της αρχικής οθόνης. Όμως σε αυτό το ποσοστό δεν υπολογίζεται ο διαδραστικός Χάρτης που χρησιμεύει ως πλοήγηση αλλά και ως πληροφορία. Μαζί με τον διαδραστικό χάρτη η πληροφορία αντιστοιχεί στο 31%
- Διαφημίσεις** 8% επί της αρχικής οθόνης. Δεν αποσπά ιδιαίτερα τον χρήστη από την πληροφορία αφού βρίσκεται σε περιοχές που έχει συνηθίσει να αγνοεί.
- Πλοήγηση** 7,6% επί της αρχικής οθόνης
- Κεφαλίδα** 1,6% επί της αρχικής οθόνης. Εντός των αποδεκτών ορίων



Γράφημα 2.4 Αποτέλεσμα χαρτογράφησης του ιστοτόπου www.skaikairos.gr

Ο ιστοτόπος διαθέτει στοιχεία εξατομίκευσης στο επάνω μέρος της σελίδας δεξιά από το λογότυπο (Εικόνα 2.29). Ο χρήστης μπορεί να προσθέσει τέσσερις πόλεις και να παρακολουθεί την πρόγνωση του καιρού για αυτές στα εικονίδια που εμφανίζονται. Η υπηρεσία “Lifestyle Προγνώσεις” είναι διαθέσιμη μόνο για την Αθήνα. Ο ιστοτόπος δεν επιτρέπει την είσοδο ελληνικών χαρακτήρων στο πεδίο προσθήκης πόλης (Εικόνα 2.30).

ΛΟΓΟΤΥΠΟ

Το λογότυπο αποτελεί άμεση αναφορά στον όμιλο ΣΚΑΪ με τον οποίο συνδέεται ο ιστοτόπος και ταυτόχρονα σηματοδοτεί το περιεχόμενο του. Ωστόσο δεν αναγράφεται η ηλεκτρονική διεύθυνση του ιστοτόπου γεγονός που δεν φανερώνει ότι πρόκειται για ιστοσελίδα (Εικόνα 2.31).

ΠΛΟΗΓΗΣΗ

Η πλοήγηση είναι οριζόντια και αποτελείται από 2 με 3 επίπεδα. Στην αρχή χωρίζει την Ελλάδα και τον κόσμο γεωγραφικά, μετά υπάρχουν κατηγορίες για την πληροφορία, τις υπηρεσίες και τα χιονοδρομικά κέντρα (Εικόνα 2.32).

Στην κατηγορία “Ελλάδα” δεν συμπεριλαμβάνονται ο Νομός Αττικής και ο Νομός Θεσσαλονίκης καθώς βρίσκονται σε ξεχωριστές κατηγορίες. Το μενού πλοήγησης λόγω του όγκου των πληροφοριών και μη ευέλικτης οργάνωσής του δυσχεραίνει τον χρήστη στην επιλογή πόλης (τρίτο επίπεδο)

ΜΗΧΑΝΗ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗΣ

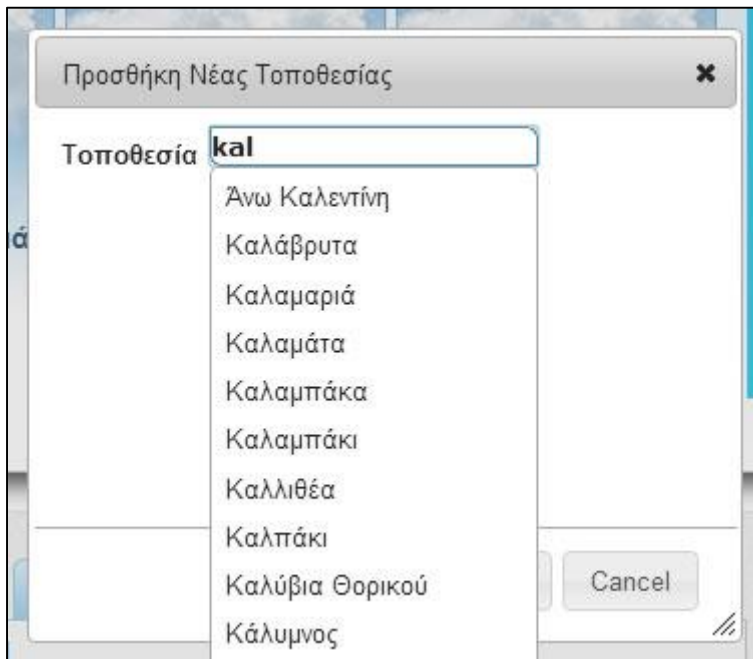
Ο ιστοτόπος διαθέτει μηχανή αναζήτησης 11 χαρακτήρων. Έχει το σύμβολο του φακού και την λέξη “Αναζήτηση” συμβολισμοί που είναι κατανοητοί στους χρήστες (Εικόνα 2.33). Ωστόσο λόγω –πιθανά- προγραμματιστικού λάθους του ιστοτόπου και μέχρι στιγμής δέχεται μόνο αγγλικούς χαρακτήρες και σε περίπτωση λάθους εμφανίζεται το ακόλουθο μήνυμα. Συνεπώς προσφέρει ανάδραση στον χρήστη (Εικόνα 2.34).

ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΠΛΟΗΓΗΣΗ

Ο ιστοτόπος διαθέτει βιντεοσκοπημένο δελτίο καιρού και γραπτό δελτίο καιρού. Επίσης διαθέτει Χάρτες καιρού καθώς και υπηρεσία που επιτρέπει στους χρήστες να ανεβάζουν δικές τους φωτογραφίες (Εικόνα 2.35).



Εικόνα 2.29 Εξατομίκευση του ιστότοπου www.skaikairós.gr



Εικόνα 2.30 Παράδειγμα προσθήκης νέας τοποθεσίας στην εξατομίκευση του ιστότοπου www.skaikairós.gr



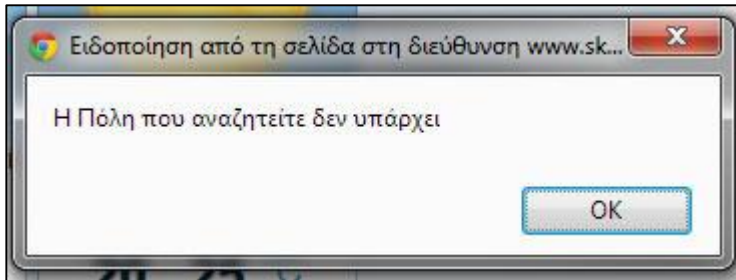
Εικόνα 2.31 Λογότυπο του ιστότοπου www.skaikairós.gr



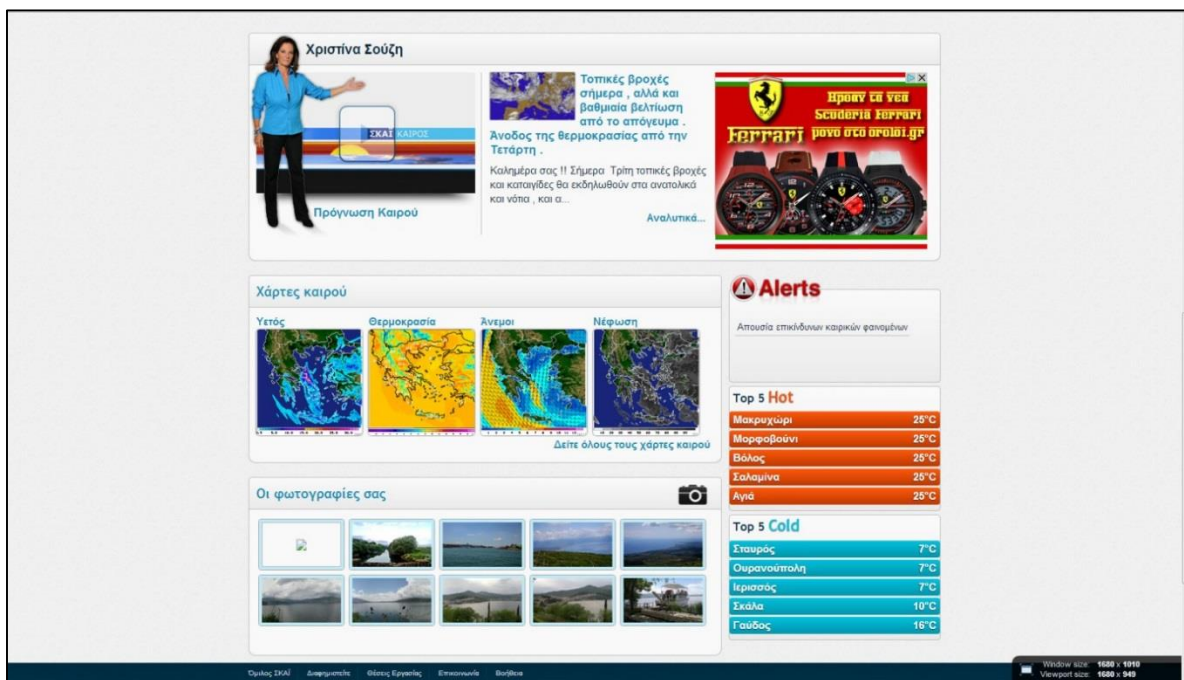
Εικόνα 2.32 Πλοήγηση του ιστότοπου www.skaikairós.gr



Εικόνα 2.33 Αναζήτηση του ιστότοπου www.skaikairos.gr

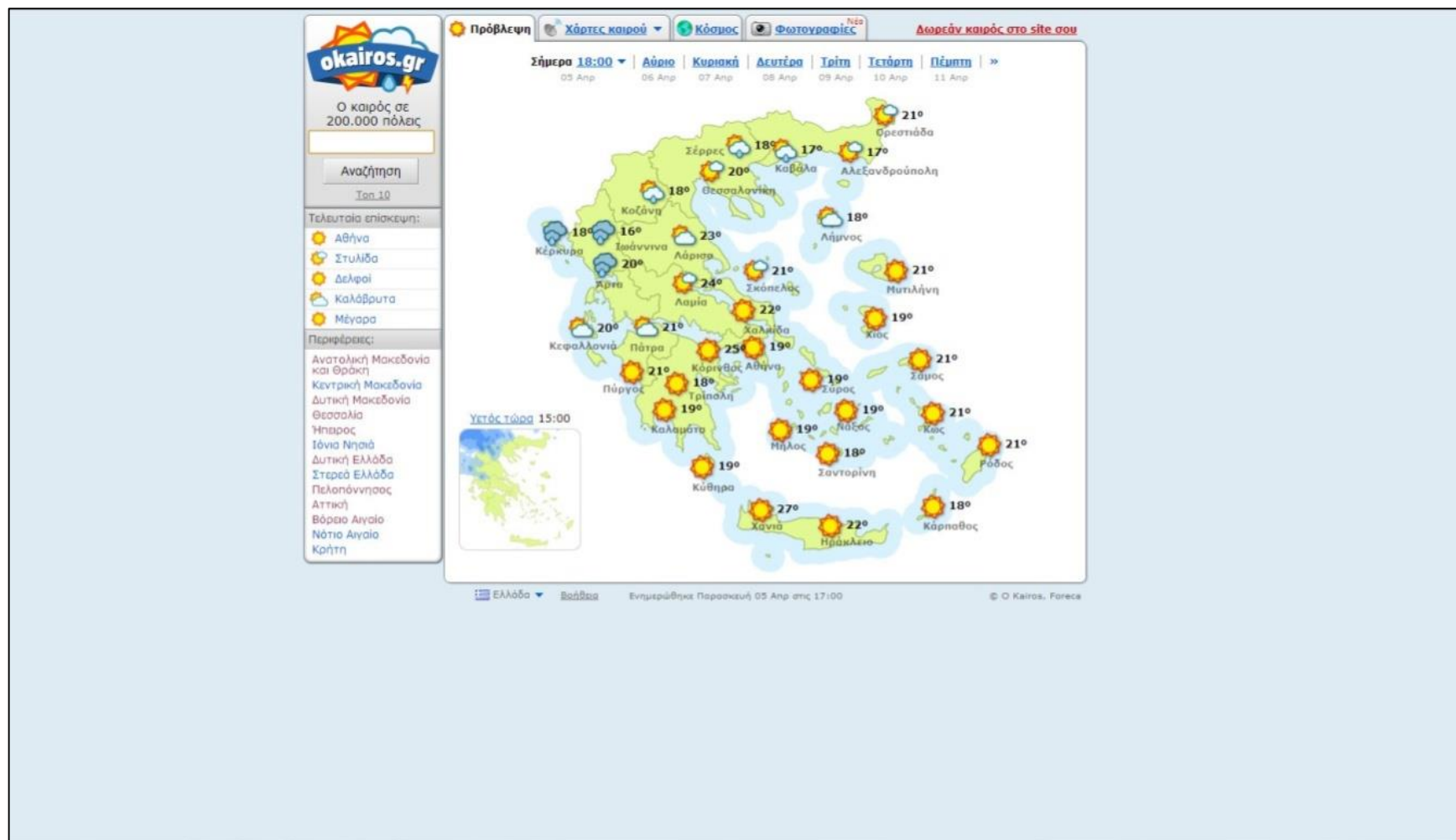


Εικόνα 2.34 Ανάδραση του ιστότοπου www.skaikairos.gr



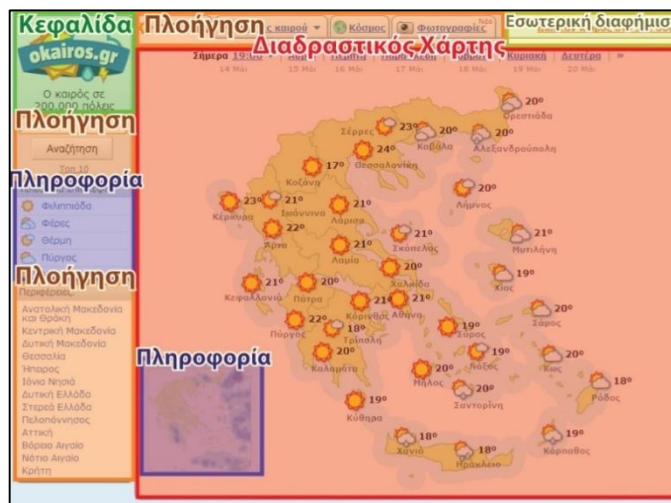
Εικόνα 2.35 Ο ιστότοπος www.skaikairos.gr μετά την κύλιση

www.okairos.gr



Εικόνα 2.36 Αρχική σελίδα του ιστοτόπου www.okairos.gr

Ο ιστοτόπος Okairos.gr ξεκίνησε την λειτουργία του το 2011. Αναπτύχθηκε στηριζόμενος και σε συνεργασία με ξένους μετεωρολογικούς ιστοτόπους, που στηρίζονται στον ίδιο βασικό σχεδιασμό. Οι προβλέψεις παρέχονται από διεθνείς αναγνωρισμένους φορείς. Στόχος του ιστοτόπου είναι να μεταδίδει με απλή μορφή αξιόπιστη πληροφορία. Το ποσοστό της κίνησης που φτάνει στον ιστοτόπο μέσω της μηχανής αναζήτησης είναι 57,96%, υψηλότερο σε σύγκριση με τους άλλους ιστοτόπους. Γεγονός που προκύπτει από την λέξη κλειδί “kaïros” που συμπεριλαμβάνεται στο όνομα του ιστοτόπου και αποτελεί μια από τις πιο δημοφιλείς λέξεις αναζήτησης. Το κοινό που φτάνει απευθείας στον ιστοτόπο αντιστοιχεί μόνο στο 37,06% της συνολικής κίνησης. Το ποσοστό των χρηστών που εγκαταλείπουν τον ιστοτόπο κατευθείαν ανέρχεται στο 43,16% της συνολικής κίνησης. Η μέση διάρκεια επίσκεψης είναι 1:06λεπτά.



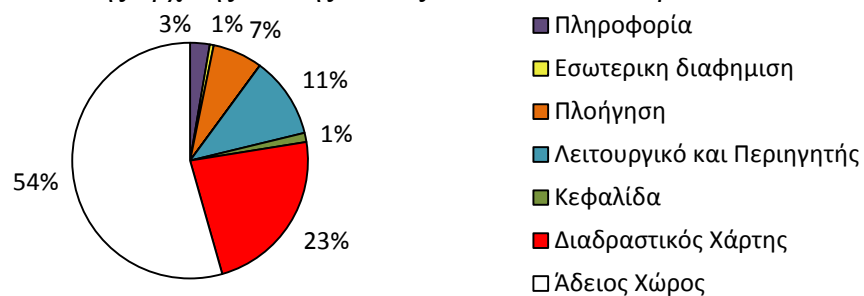
Εικόνα 2.37 Αποτελέσματα χαρτογράφησης χρήση αρχικής οθόνης ιστοτόπου www.okairos.gr

Πληροφορία 2,7% επί της αρχικής οθόνης. Όμως σε αυτό το ποσοστό δεν υπολογίζεται ο Διαδραστικός Χάρτης που χρησιμεύει ως πλοήγηση αλλά και ως πληροφορία. Μαζί με τον διαδραστικό χάρτη η πληροφορία αντιστοιχεί στο 25,81%

Διαφημίσεις Ο ιστοτόπος δεν έχει διαφημίσεις στην αρχική οθόνη, αυτές εμφανίζονται μόνο όταν ο χρήστης επιλέξει πόλη.

Πλοήγηση 7% επί της αρχικής οθόνης

Κεφαλίδα 1,3% επί της αρχικής οθόνης. Εντός των αποδεκτών ορίων.



Γράφημα 2.5 Αποτέλεσμα χαρτογράφησης του ιστοτόπου www.okairos.gr

Η σελίδα στηρίζεται στον διαδραστικό χάρτη και στον απλό σχεδιασμό. Η κάθετη πλοήγηση στα αριστερά της σελίδας δεν είναι ιδιαίτερα εύληπτη. Η σελίδα διαθέτει μεγάλο όγκο πληροφορίας (προγνώσεις για όλη την υφήλιο, Χάρτες καιρού) χωρίς να φορτώνει την αρχική σελίδα με επιλογές. Χαρακτηριστικό είναι το μεγάλο ποσοστό του κενού χώρου (54%). Στο ποσοστό της πληροφορίας συμπεριλαμβάνεται το μενού «Τελευταία Επίσκεψη» καθώς με κάθε νέα επίσκεψη από τον ίδιο χρήστη, δείχνει τα καιρικά φαινόμενα στις περιοχές αυτές. Αποτελεί συνεπώς μια μορφή εξατομίκευσης εξοικονομώντας χρόνο για τον τακτικό χρήστη (Εικόνα 2.39).

ΛΟΓΟΤΥΠΟ

Το λογότυπο αποτελείται από την διεύθυνση του ιστοτόπου οπότε ακόμα και αν αναγνωσθεί εκτός πλαισίου αναγνωρίζεται η προέλευση του. Επιπλέον διαθέτει σλόγκαν “Ο καιρός σε 200.000 πόλεις” που πληροφορεί τους χρήστες για το περιεχόμενο της σελίδας (Εικόνα 2.43).

ΠΛΟΗΓΗΣΗ

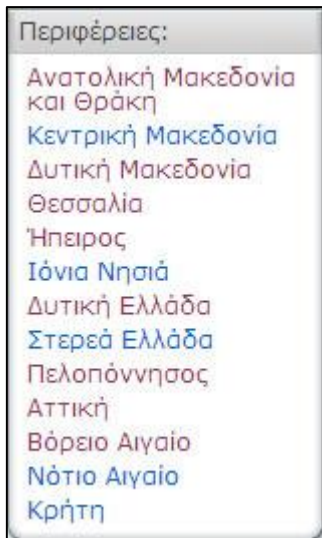
Ο ιστοτόπος διαθέτει δύο μενού πλοήγησης.

Το οριζόντιο μενού πλοήγησης έχει έως και 3 επίπεδα. Οι επιλογές είναι εμφανείς σε όλα τα επίπεδα και οδηγεί τους χρήστες σε πιο εξειδικευμένες πληροφορίες και σε προγνώσεις εκτός Ελλάδας (Εικόνα 2.41).

Το δεύτερο μενού πλοήγησης είναι κάθετο, αποτελείται από ένα επίπεδο και οδηγεί τον χρήστη να χρησιμοποιήσει τον χάρτη για την επιλογή πόλης. Οι περιοχές που έχουν επιλεγεί στο παρελθόν αποκτούν σκούρο κόκκινο χρώμα. Αυτή η σύμβαση υπάρχει στο διαδίκτυο ώστε ο χρήστης να αναγνωρίζει ποιους συνδέσμους έχει επισκεφθεί στο παρελθόν. Επίσης οι περιοχές δεν είναι με αλφαβητική σειρά αλλά με βάση την θέση των περιοχών στον χάρτη. Δεν πρόκειται για μια τυπική μέθοδο ταξινόμησης και μπορεί να αποπροσανατολίσει τον χρήστη (Εικόνα 2.38).

ΜΗΧΑΝΗ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗΣ

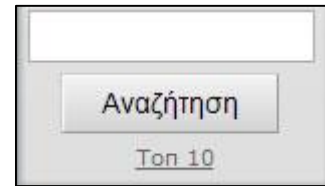
Η μηχανή αναζήτησης του ιστοτόπου είναι ένα πεδίο χωρητικότητας 14 χαρακτήρων με το κουμπί “Αναζήτηση” από κάτω. Αυτοί οι συμβολισμοί είναι οικείοι στους χρήστες. Βρίσκεται κάτω από το λογότυπο του ιστοτόπου (Εικόνα 2.40). Η σελίδα εμφανίζει προτεινόμενα αποτελέσματα από το πρώτο χαρακτήρα που θα πληκτρολογήσει ο χρήστης. Η πόλη είναι γραμμένη με τονισμένους χαρακτήρες. Δίπλα στην πόλη αναγράφεται η περιοχή και ο καιρός που επικρατεί αυτή την στιγμή εκεί. Τέλος παρατηρήθηκε ότι το κουμπί “Αναζήτηση” εξαφανίζεται πίσω από τις επιλογές (Εικόνα 2.42).



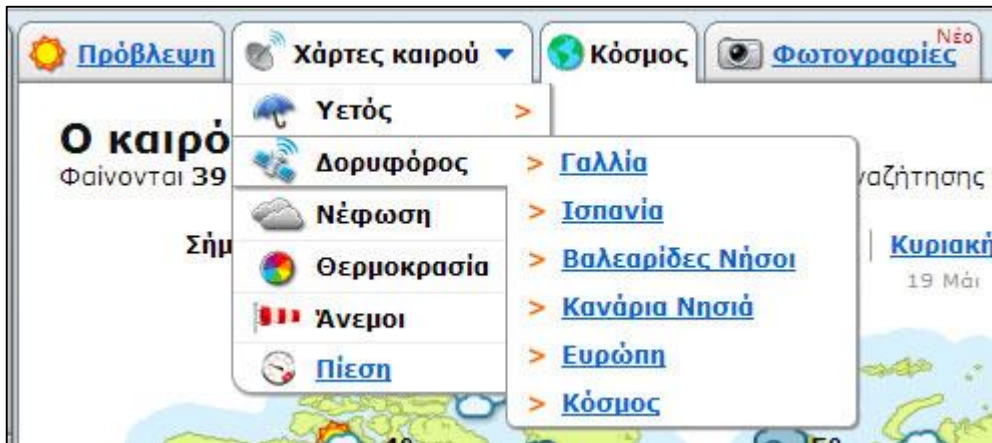
Εικόνα 2.38 Κάθετο μενού πλοήγησης του ιστότοπου www.okairos.gr



Εικόνα 2.39 Εξατομίκευση του ιστότοπου www.okairos.gr



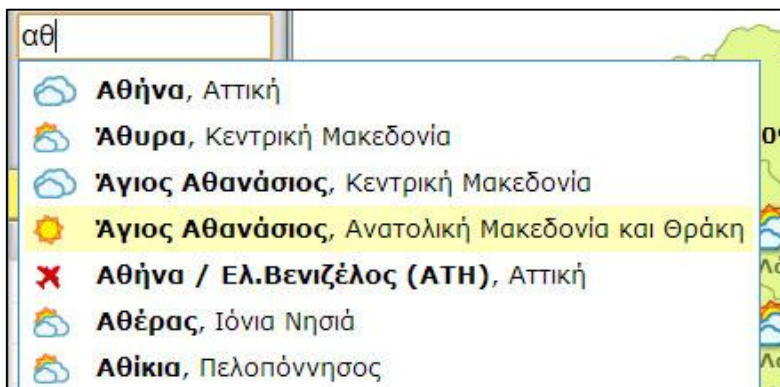
Εικόνα 2.40 Αναζήτηση του ιστότοπου www.okairos.gr



Εικόνα 2.41 Οριζόντιο μενού πλοήγησης του ιστότοπου www.okairos.gr



Εικόνα 2.43 Λογότυπο του ιστότοπου www.okairos.gr



Εικόνα 2.42 Παράδειγμα Αναζήτησης του ιστότοπου www.okairos.gr

www.meteo.gr



Εικόνα 2.44 Αρχική σελίδα του ιστοτόπου www.meteo.gr

Ο ιστοτόπος Meteo είναι ο παλαιότερος και δημοφιλέστερος ελληνικός μετεωρολογικός ιστοτόπος με έτος ίδρυσης το 2001. Τα δεδομένα που χρησιμοποιεί παρέχονται από το Εθνικό Αστεροσκοπείο Αθηνών και οι προγνώσεις προκύπτουν από την ερευνητική ομάδα του Αστεροσκοπείου [22]. Διαθέτει μεγάλο όγκο και πλήθος πληροφορίας (χάρτες UV, ιστιοπλοϊκούς χάρτες, δορυφορικούς χάρτες και άλλα). Στόχος του ιστοτόπου είναι η παροχή απλουστευμένων προγνώσεων καιρού για το ευρύ κοινό καθώς και η παροχή δεδομένων σε ιδιωτικούς οργανισμούς. Το ποσοστό των χρηστών που επισκέπτονται απευθείας τον ιστοτόπο είναι 62,84%, υψηλότερο των άλλων ιστοτόπων. Το ποσοστό των επισκέψεων που προέρχονται από μηχανές αναζήτησης είναι 31,62% , με δημοφιλέστερη λέξη-κλειδί “meteo” (36,77%). Στις σελίδες κοινωνικής δικτύωσης ο ιστοτόπος έχει μεγάλη επισκεψιμότητα καθώς στο Twitter έχει 14.877 ακολούθους και Facebook έχει 14.226 ακολούθους. Ο μέσος χρόνος κάθε επίσκεψης είναι 1 λεπτό. Το ποσοστό των χρηστών που εγκαταλείπουν κατευθείαν τον ιστοτόπο ανέρχεται στο 40,85% των συνολικών επισκέψεων.



Εικόνα 2.45 Αποτελέσματα χαρτογράφησης χρήση αρχικής οθόνης ιστοτόπου www.meteo.gr

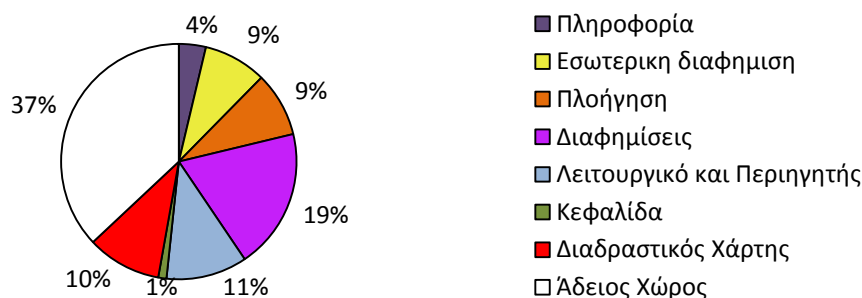
Πληροφορία 4% επί της αρχικής οθόνης. Όμως σε αυτό το ποσοστό δεν υπολογίζεται ο διαδραστικός Χάρτης ο οποίος χρησιμεύει και ως πλοήγηση και ως πληροφορία. Μαζί με τον διαδραστικό χάρτη η πληροφορία αντιστοιχεί στο 13,91%

Διαφημίσεις 19,31% επί της αρχικής οθόνης.

Πλοήγηση 8,87% επί της αρχικής οθόνης

Κεφαλίδα 1,13% επί της αρχικής οθόνης. Εντός των αποδεκτών ορίων

Ο ιστοτόπος δεν διαθέτει μηχανή αναζήτησης.



Γράφημα 2.6 Αποτέλεσμα χαρτογράφησης του ιστοτόπου www.meteo.gr

ΛΟΓΟΤΥΠΟ

Το λογότυπο του ιστοτόπου δεν υποδηλώνει ότι προέρχεται από μετεωρολογική ιστοσελίδα. Το σλόγκαν «Τα δεδομένα παρέχονται από το Εθνικό Αστεροσκοπείο Αθηνών» προσδίδει εγκυρότητα (*Εικόνα 2.46*).

ΠΛΟΗΓΗΣΗ

Χαρακτηριστικό της ιστοσελίδας είναι τα τρία διαφορετικά μενού πλοήγησης. Το πρώτο και βασικό μενού πλοήγησης βρίσκεται αριστερά στην ιστοσελίδα (*Εικόνα 2.47*), το δεύτερο πάνω και δεξιά (*Εικόνα 2.48*) και το τρίτο δεξιά και κάτω (*Εικόνα 2.49*). Επιπλέον και ο διαδραστικός χάρτης λειτουργεί ως πλοήγηση.

Το βασικό μενού πλοήγησης είναι κάθετο και προσφέρει πρόσβαση σε όλη την πληροφορία που είναι διαθέσιμη στον ιστότοπο. Αποτελείται από 3 επίπεδα. Αρχικά οι κατηγορίες αφορούν τον γεωγραφικό διαχωρισμό της Ελλάδας, στην συνέχεια υπάρχουν κατηγορίες ενδιαφέροντος, πληροφορίες για τον ιστότοπο και τέλος πιο εξειδικευμένες προγνώσεις.

Παρατηρήσεις:

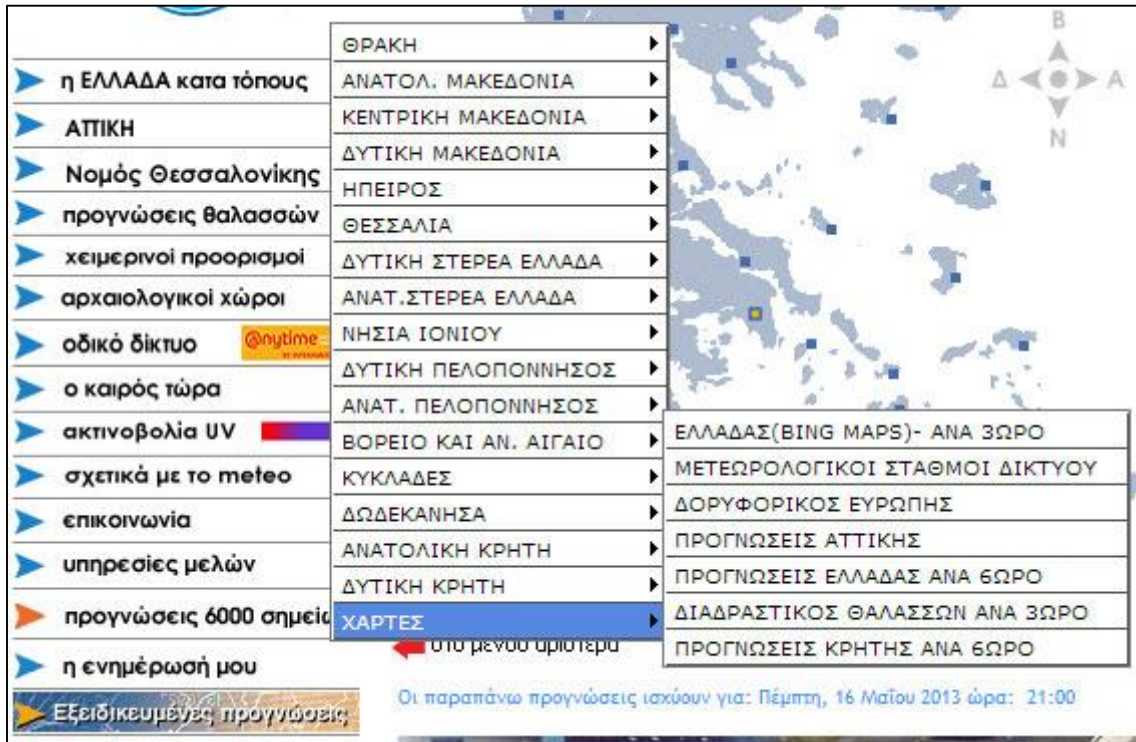
- Το δεύτερο επίπεδο της κατηγορίας “Ελλάδα κατά τόπους” έχει τις περιοχές της Ελλάδας ταξινομημένες με βάση την θέση τους στον χάρτη χωρίς όμως να συμπεριλαμβάνει τον νομό Αττικής και τον νομό Θεσσαλονίκης, για τους οποίους υπάρχουν ξεχωριστές κατηγορίες στο πρώτο επίπεδο.
- Στην κατηγορία “Ελλάδα κατά τόπους” υπάρχει η κατηγορία “Χάρτες” που περιλαμβάνει τους χάρτες προγνώσεως και στην κατηγορία “ΑΤΤΙΚΗ” υπάρχει η υποκατηγορία “Ακτές”. Δύσκολα ένας χρήστης που δεν είναι εξοικειωμένος με τον ιστότοπο θα καταφέρει να βρει αυτές τις κατηγορίες.
- Η κατηγορία “Νομός Θεσσαλονίκης” είναι πιθανό να αποπροσανατολίσει τον χρήστη καθώς η εισαγωγή της λέξης “Νομός” δεν συμβαδίζει με το γεγονός ότι η προσοχή των χρηστών κλίνει προς τα αριστερά [23].
- Το μενού που βρίσκεται πάνω δεξιά στην σελίδα αποτελείται από εικονοσύμβολα. Το εικονοσύμβολο είναι ένα τυποποιημένο γραφιστικό σχέδιο που χρησιμοποιείται για μεταδώσει πληροφορία και να τραβήξει την προσοχή του χρήστη. Ωστόσο τα χρησιμοποιημένα σύμβολα δεν είναι τυποποιημένα και συνεπώς μη καθολικά κατανοητά. Οι κατηγορίες προϋπάρχουν στο αριστερό μενού πλοήγησης.
- Όμοιες αδυναμίες έχει και το τρίτο μενού του ιστότοπου. Σε αυτή την περίπτωση τα σύμβολα είναι μεγαλύτερα και πιο εύληπτα. Επιπλέον με το πέρασμα κέρσορα πάνω από το κάθε εικονοσύμβολο εμφανίζεται γραπτά η επεξήγηση του συμβόλου.

ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΟΣ ΧΑΡΤΗΣ

Οι πληροφορίες του διαδραστικού χάρτη του ιστότοπου βρίσκονται με την μορφή στρώματος πάνω στον χάρτη και αφορούν την πρόγνωση στην ξηρά και τις θάλασσες (*Εικόνα 2.49*).



Εικόνα 2.46 Λογότυπο του ιστοτόπου www.meteo.gr



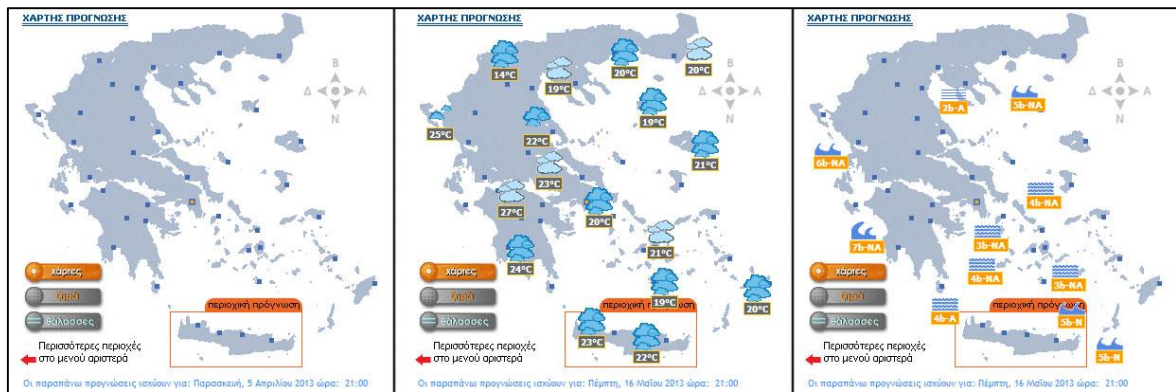
Εικόνα 2.47 Βασικό μενού πλοήγησης του ιστοτόπου www.meteo.gr



Εικόνα 2.48 Δεύτερο μενού πλοήγησης του ιστοτόπου www.meteo.gr

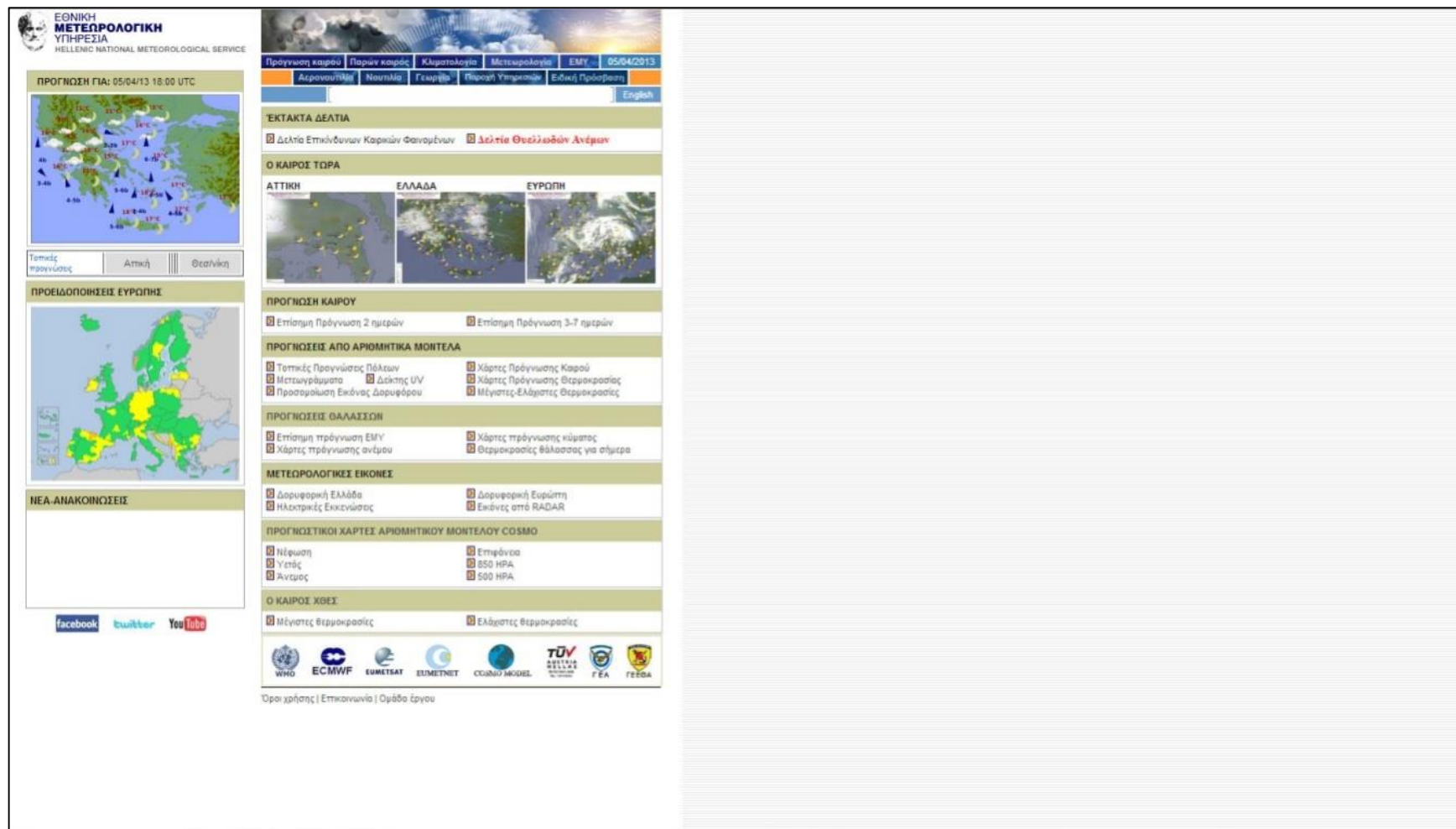


Εικόνα 2.48 Τρίτο μενού πλοήγησης του ιστότοπου www.meteo.gr



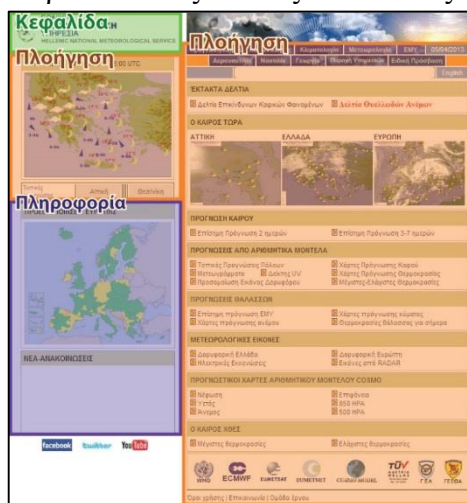
Εικόνα 2.49 Πληροφορία διαδραστικού χάρτη του ιστότοπου www.meteo.gr

www.emy.gr



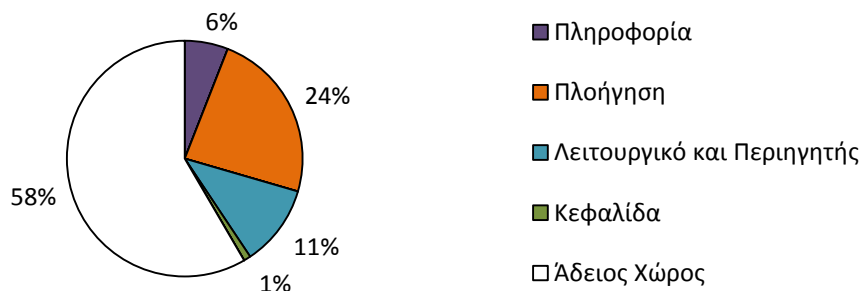
Εικόνα 2.50 Αρχική σελίδα του ιστοτόπου www.emy.gr

Ο ιστότοπος της Εθνικής Μετεωρολογικής Υπηρεσίας δημιουργήθηκε το 2003. Ο σκοπός του ιστότοπου είναι η πληροφόρηση για την πρόγνωση του καιρού, ενώ παράλληλα δίνει πληροφορίες για τον παρόντα καιρό και το κλίμα (στις Κρατικές Υπηρεσίες, στις συγκοινωνίες, στη γεωργία, στον αθλητισμό, κ.λπ.) [24]. Πλέον βρίσκεται στη διαδικασία εκσυγχρονισμού του συνόλου των δραστηριοτήτων της, συνεπώς και του ιστότοπου της. Η Εθνική Μετεωρολογική Υπηρεσία διαθέτει ένα δίκτυο από ειδικούς και σύγχρονους μετεωρολογικούς σταθμούς. Από τους σταθμούς αυτούς συγκεντρώνει παρατηρήσεις και με βάση αυτές καταρτίζει μετεωρολογικούς χάρτες και εκδίδει μετεωρολογικά δελτία. Τα δελτία αυτά εκδίδονται τακτικά αλλά και έκτακτα σε περίπτωση επικίνδυνων φυσικών φαινομένων, εξυπηρετώντας με αυτό τον τρόπο τις αεροπορικές και θαλάσσιες μεταφορές αλλά και την καθημερινότητα των κατοίκων της Ελλάδας. Λόγω της ελλιπούς ανανέωσης του ιστότοπου στον σχεδιασμό του παρατηρούνται ορισμένες ελλείψεις ευχρηστίας γεγονός που έχει αντίκτυπο και στην επισκεψιμότητα του. Σύμφωνα με τις υπηρεσίες Alexa και SimilarWeb ο ιστότοπος της ΕΜΥ βρίσκεται έκτος στην κατάταξη των ελληνικών μετεωρολογικών ιστοτόπων. Το 55,89% της επισκεψιμότητας του ιστότοπου προέρχεται από απευθείας συνδέσεις σε αυτόν και το 34,37% προέρχεται από μηχανές αναζήτησης. Αναλύοντας τα δεδομένα που συλλέχθηκαν από την υπηρεσία Awstats οι 15 πιο συνηθισμένες λέξεις-κλειδιά της αναζήτησης περιείχαν την λέξη «ΕΜΥ», αυτές αποτελούν το 60% της συνολικής αναζήτησης. Η μέση διάρκεια επίσκεψης είναι 16 λεπτά, ενώ στους υπόλοιπους μετεωρολογικούς ιστότοπους δεν ξεπερνά τα 2 λεπτά. Ο μέσος αριθμός σελίδων ανά επίσκεψη είναι 9 υψηλότερο από τους άλλους ιστότοπους.



Εικόνα 2.51 Αποτελέσματα χαρτογράφησης χρήση αρχικής οθόνης ιστοτόπου www.emy.gr

Πληροφορία 6% επί της αρχικής οθόνης.
Πλοήγηση 24% επί της αρχικής οθόνης.
Κεφαλίδα 1% επί της αρχικής οθόνης. Εντός των αποδεκτών ορίων



Γράφημα 2.7 Αποτέλεσμα χαρτογράφησης του ιστότοπου www.emy.gr

ΛΟΓΟΤΥΠΟ

Το λογότυπο της ΕΜΥ πληροφορεί τους χρήστες για το περιεχόμενο της ιστοσελίδας τονίζοντας την λέξη “Μετεωρολογική”. Το λογότυπο δεν υποδηλώνει ότι ανήκει σε ιστοσελίδα διότι δεν αναγράφει την διεύθυνση του ιστοτόπου (Εικόνα 2.52).


ΠΛΟΗΓΗΣΗ

Το βασικό μενού πλοήγησης του ιστοτόπου βρίσκεται στο κέντρο της σελίδας δίπλα από το λογότυπο της ΕΜΥ και παραμένει σταθερό σε όλες τις σελίδες (Εικόνα 2.53). Η θέση του βασικού μενού πλοήγησης είναι σε εύληπτο σημείο όμως ο συνδυασμός του με ένα κοντινά χρωματικό banner ενδεχόμενα συγχέεται από τον χρήστη ως κομμάτι του banner. Οι χρήστες του διαδικτύου έχουν μάθει να αγνοούν οποιοδήποτε γραφικό στοιχείο παραπέμπει σε διαφήμιση. Συνεπώς, η προσοχή του χρήστη επικεντρώνεται στο δευτερεύον μενού πλοήγησης που βρίσκεται σε μορφή απλού κειμένου (λευκό φόντο και μαύρη γραμματοσειρά) [11]. Επιπλέον λόγω της χρήσης εικόνων μετεωρολογικών φαινομένων στο banner ,παρατηρήθηκε ότι ένας αριθμός χρηστών θεωρούσαν ότι το banner δείχνει την πρόγνωση του καιρού.

Το βασικό μενού αποτελείται από 3 επίπεδα. Στο πρώτο επίπεδο οι κατηγορίες αφορούν το ευρύ κοινό ενώ στο δεύτερο επίπεδο στοχεύουν σε πιο εξειδικευμένους επισκέπτες. Στο τρίτο επίπεδο παρατηρείται ένας μεγάλος κενός ορθογώνιος χώρος ο οποίος προσομοιάζει με πεδίο αναζήτησης, που όμως δεν έχει χρησιμότητα [25]. Σύμφωνα με έρευνες το 57% των χρηστών έχουν την τάση να ψάχνουν το πεδίο αναζήτησης με την είσοδό τους στον ιστότοπο έτσι η ύπαρξη αυτού του πλαισίου σε συνδυασμό με το γεγονός ότι ο ιστότοπος δεν έχει πεδίο αναζήτησης πιθανά αποπροσανατολίζει τους χρήστες.

Το δευτερεύον μενού πλοήγησης καταλαμβάνει το μεγαλύτερο μέρος της σελίδας (Εικόνα 2.54). Αναλυτικά:

- Στην κατηγορία “Ο ΚΑΙΡΟΣ ΤΩΡΑ” οι χάρτες αποτελούν ακριβή μικρογραφία των πλήρους μεγέθους χαρτών όμως είναι αδύνατο να διαβαστούν ως έχουν λόγω μεγέθους, και έτσι συγκαταλέγονται στην Πλοήγηση.
- Η κατηγορία “Εκτακτα Δελτία” διαθέτει δυο συνδέσμους οι οποίοι αλλάζουν χρώμα, από μαύρο σε κόκκινο όταν είναι ενεργοί. Συνεπώς οι σύνδεσμοι παραμένουν ανενεργοί για μεγάλο χρονικό διάστημα.
- Οι κατηγορίες «Προγνώσεις Θαλασσών» «Προγνωστικοί Χάρτες Αριθμητικού Μοντέλου Cosmo» και «Ο Καιρός Χτες» αποτελούν από μόνες τους συνδέσμους. Οι τρεις αυτές κατηγορίες είναι χρωματισμένες με σκούρο γκρι χρώμα το οποίο κατά τη συνήθη σύμβαση σηματοδοτεί ανενεργό σύνδεσμο.
- Στην κατηγορία “Προγνώσεις από Αριθμητικά Μοντέλα” η επιλογή “Δείκτης UV” δεν βρίσκεται σε ευθυγράμμιση με τις υπόλοιπες επιλογές.
- Η κατηγορία “Πρόγνωση καιρού” έχει την ίδια ονομασία με την πρώτη επιλογή στο βασικό μενού. Το περιεχόμενο όμως των δυο αυτών συνδέσμων είναι διαφορετικό. Η σύγχυση αυτών των δυο συνδέσμων έχει επίπτωση στην επισκεψιμότητα του ιστοτόπου διότι ο κύριος στόχος των χρηστών είναι η ενημέρωση για την πρόγνωση του καιρού. Το ίδιο ισχύει στην κατηγορία “Ο Καιρός Τώρα” με την αντίστοιχη επιλογή του βασικού μενού “Παρών Καιρός”.

- Αντίθετα η κατηγορία του βασικού μενού “Ναυτιλία” και η κατηγορία “Προγνώσεις Θαλασσών” οδηγούν στην ίδια σελίδα παρότι έχουν διαφορετικές ονομασίες.
- Στην κατηγορία “Προγνώσεις Θαλασσών” υπάρχει η επιλογή “Θερμοκρασίες θάλασσας για σήμερα” η οποία δεν ανήκει στις προγνώσεις.
- Από τους 30 συνδέσμους του δευτερεύοντος μενού οι 13 οδηγούν σε αναδυόμενα παράθυρα με χάρτες ή κείμενο χωρίς να έχουν ενημερώσει τον χρήστη για το αναδυόμενο παράθυρο με τον συνήθη συμβολισμό:  Άλλωστε η τεχνική του αναδυόμενου παραθύρου παραπέμπει σε αθέμιτη διαφήμιση έχοντας σαν αποτέλεσμα ο χρήστης συχνά να κλείσει το παράθυρο πριν φορτώσει η πληροφορία [2].

Στην βάση του δευτερεύοντος μενού πλοήγησης υπάρχει μια σειρά από εικονοσύμβολα με εξωτερικούς συνδέσμους (ένας από τους οποίους είναι ο ίδιος ο ιστότοπος) (Εικόνα 2.55). Όμως αυτά δεν είναι οικεία στον χρήστη και επιπλέον δεν αναγράφεται η πλήρης ονομασία τους.

Το μενού πλοήγησης της αριστερής πλευράς της αρχικής σελίδας αποτελείται από μια μικρογραφία του χάρτη πρόγνωσης της Ελλάδας (Εικόνα 2.56). Ο χρήστης έχει την δυνατότητα να αλλάξει τον χάρτη με τις επιλογές που βρίσκονται ακριβώς από κάτω. Οι επιλογές αυτές είναι η Αττική και η Θεσσαλονίκη. Για να αλλάξει η επιλογή πρέπει να φορτώσει ξανά ολόκληρη η σελίδα και το μικρό μέγεθος του χάρτη τον καθιστά μη λειτουργικό.

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑ

Η πληροφορία της αρχικής σελίδας της ΕΜΥ αποτελείται από τον χάρτη προειδοποιήσεων Ευρώπης. Το μειονέκτημα του χάρτη προειδοποιήσεων Ευρώπης είναι ότι απευθύνεται σε εξειδικευμένους χρήστες που είναι οικείοι με την χρωματική κωδικοποίηση (Εικόνα 2.57).

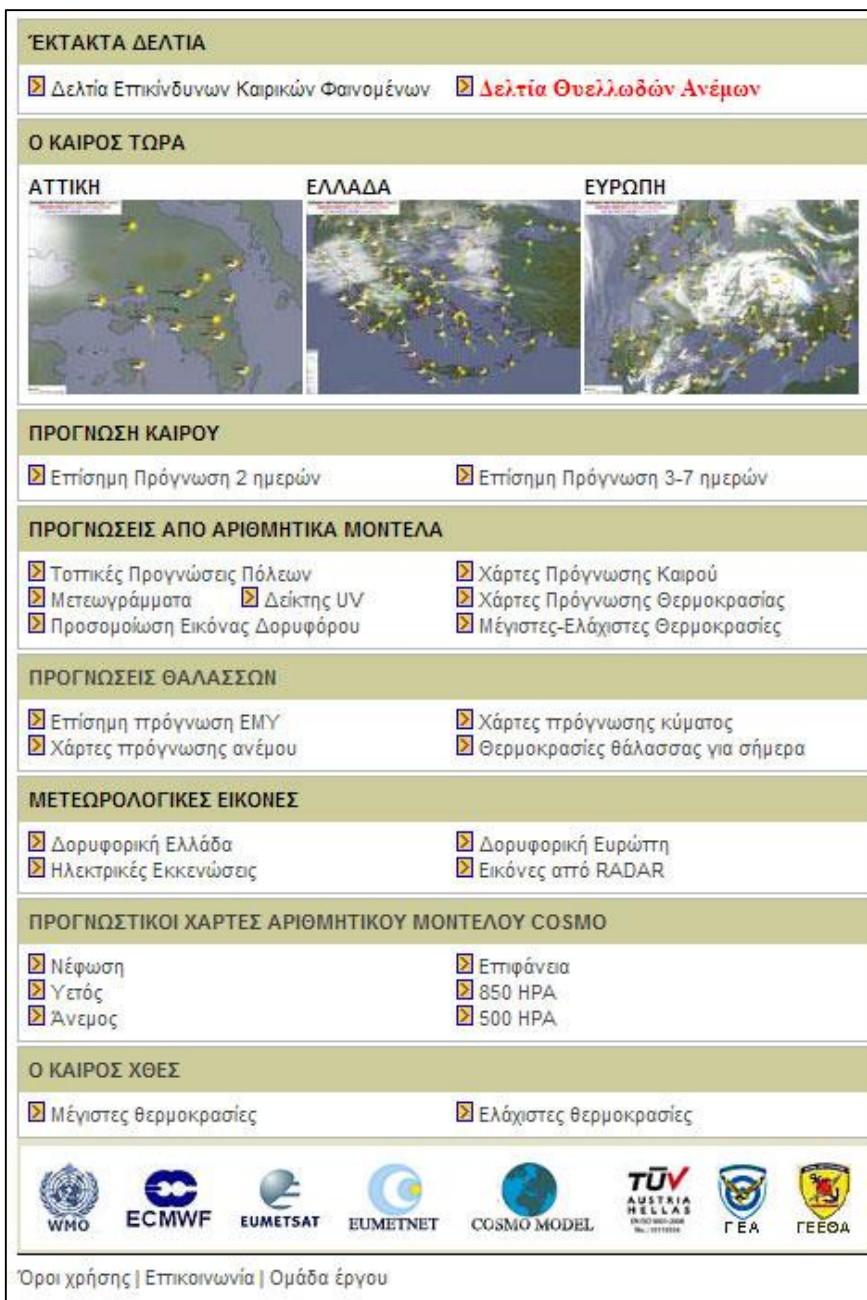
Το πεδίο «Νέα-Ανακοινώσεις» αφορά τα νέα του οργανισμού Εθνικής Μετεωρολογικής Υπηρεσίας όχι όμως τα μετεωρολογικά νέα (Εικόνα 2.57). Οι χρήστες λοιπόν που αναζητούν πληροφορίες για επιδείνωση του καιρού ή προειδοποιήσεις είναι πιθανό να μπερδευτούν αν εστιάσουν σε αυτό το πεδίο το οποίο παραμένει κενό για μεγάλα χρονικά διαστήματα.



Εικόνα 2.52 Λογότυπο του ιστότοπου www.emy.gr



Εικόνα 2.53 Βασικό μενού πλοήγησης του ιστότοπου www.emy.gr



Εικόνα 2.54 Δευτερεύον μενού πλοήγησης του ιστότοπου www.emy.gr



Εικόνα 2.55 Μενού πλοήγησης στην βάση του ιστοτόπου www.emy.gr



Εικόνα 2.56 Χάρτης - μενού πλοήγησης του ιστοτόπου www.emy.gr



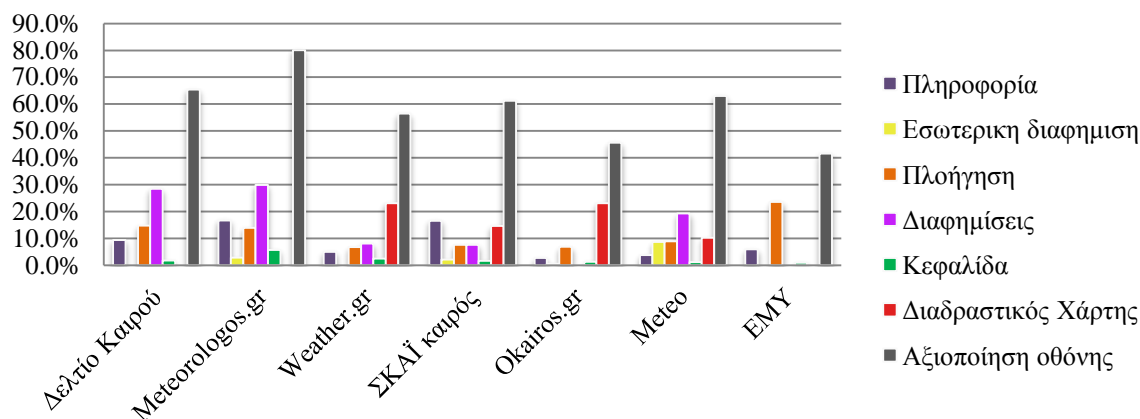
Εικόνα 2.57 Προειδοποιήσεις Ευρώπης και Νέα-Ανακοινώσεις

2.3 Σύγκριση των Μετεωρολογικών ιστοτόπων

2.2.1 Αξιοποίηση αρχικής σελίδας

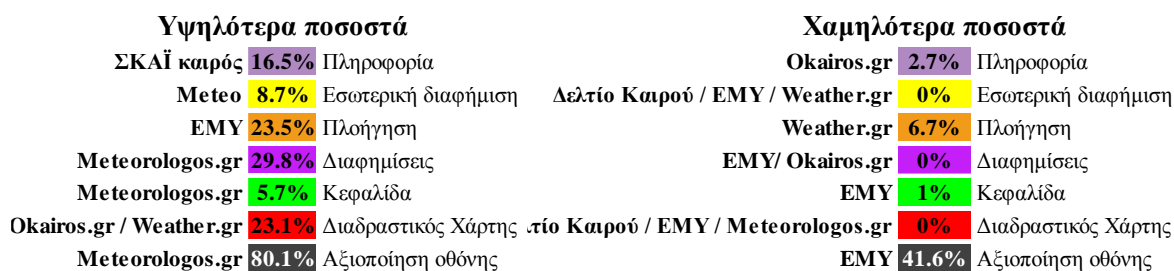
Κύριος στόχος της έρευνας είναι η ανάλυση των δεδομένων των ιστοτόπων, η συγκέντρωση των αποτελεσμάτων και τέλος η σύγκριση τους.

Χαρτογράφηση Χρήσης Αρχικής Οθόνης



Γράφημα 2.8 Συγκεντρωτικά αποτελέσματα χαρτογράφησης αρχικής οθόνης.

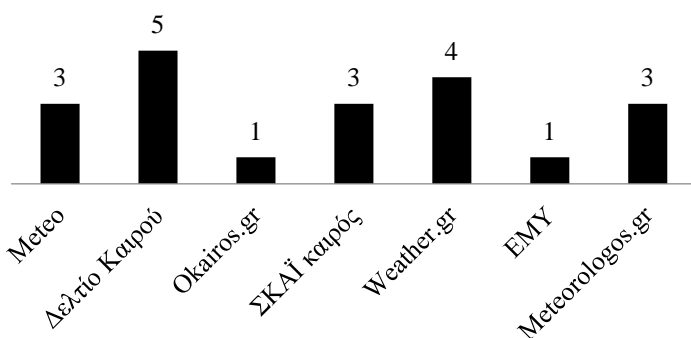
Στις κατηγορίες έγινε μία νέα προσθήκη, αυτή της “Αξιοποίησης Οθόνης” (Γράφημα 2.8). Στην συνέχεια συγκεντρώθηκαν οι ιστοτόποι με τα μεγαλύτερα και χαμηλότερα ποσοστά ανά κατηγορία χαρτογράφησης (Γράφημα 2.9).



Γράφημα 2.9 Οι ιστοτόποι με τα υψηλότερα και χαμηλότερα ποσοστά των κατηγοριών της χαρτογράφησης αρχικής οθόνης

Ο ιστοτόπος της EMY βρίσκεται τελευταίος στη κατάταξη όσον αφορά την αξιοποίηση της οθόνης. Η αρχική σελίδα της λειτουργεί σαν πλοήγηση ανώτατου επιπέδου για τις πληροφορίες που υπάρχουν εντός του ιστοτόπου αφού δεν παρέχει πληροφορίες. Στην συνέχεια μετρήθηκε ο αριθμός πλήρων οθονών (για μέγεθος οθόνης 1050x1680) (Γράφημα 2.10).

Αριθμός πλήρων οθονών



Γράφημα 2.10 Αριθμός πλήρων οθονών της αρχικής οθόνης των ιστοτόπων

Όπως έχει ήδη αναφερθεί οι χρήστες αφιερώνουν το 80% του χρόνου τους αναζητώντας πληροφορίες στην αρχική σελίδα, πριν την κύλιση.

Σύμφωνα με τον πίνακα 5 από τους 7 μετεωρολογικούς ιστοτόπους έχει μήκος αρχικής οθόνης ίσο ή μεγαλύτερο από 3 πλήρεις οθόνες. Ο ιστοτόπος Δελτίο Καιρού έχει το μεγαλύτερο μήκος αρχικής σελίδας και βρίσκεται δεύτερος στην κατηγορία μικρότερης αξιοποίησης αρχικής σελίδας. Παράλληλα ο ιστοτόπος τόσο της ΕΜΥ όσο και του Οκαιρος.gr καταλαμβάνουν μια σελίδα απενεργοποιώντας την επιλογή της κύλισης.

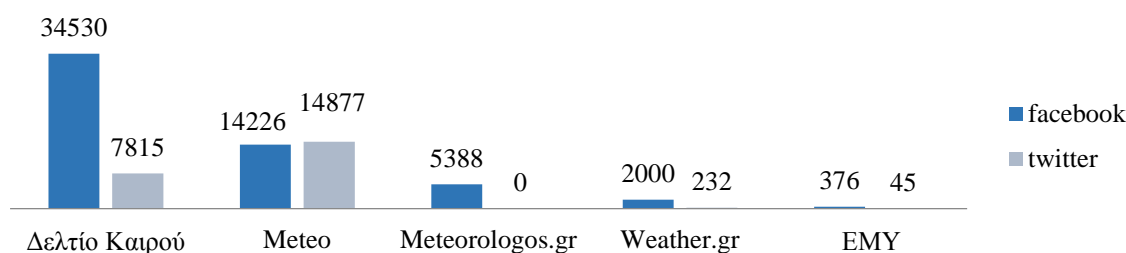
2.2.2 Δραστηριότητα στους ιστοτόπους κοινωνικής δικτύωσης

Οι κοινωνικοί ιστοτόποι αποτελούν ένα μέσο προβολής και διαφήμισης των επιχειρήσεων.

- Αναγνώριση του προφίλ της εταιρίας. Με την χρήση κοινωνικών ιστοτόπων η επιχείρηση προβάλλει στο κοινό το κοινωνικό προφίλ που επιλέγει.
- Ανάπτυξη κοινότητας. Τα μέλη της σελίδας της επιχείρησης γίνονται μέρος της κοινότητάς της. Αυτό σημαίνει ότι η επιχείρηση έρχεται σε άμεση επαφή με το κοινό, λαμβάνει συνεχή ανάδραση και βρίσκεται σε συνεχή επικοινωνία με αυτό. Αυτή η επαφή είναι τείνει να είναι πιο αποτελεσματική από οποιαδήποτε άλλη μέθοδο προώθησης.
- Συνεχής προβολή. Η επιχείρηση μέσω των κοινωνικών ιστοτόπων έχει συνεχή προβολή των προϊόντων και προσφορών της.
- Εδραίωση στο πεδίο δραστηριότητας. Οι κοινωνικοί ιστοτόποι παρέχοντας συνεχόμενη προβολή στις υπηρεσίες μπορούν να εδραιώσουν μια επιχείρηση ως κραταιά. Η επιτυχία του στόχου βασίζεται στη διάδραση της επιχείρησης με το κοινό αλλά και στην ευρηματικότητα των δημοσιεύσεών της.
- Επιρροή. Η αύξηση του αριθμού των μελών συνεπάγεται και αύξηση της επιρροής του οργανισμού.
- Κίνηση στον ιστοτόπο. Ένα ενεργό κοινωνικό προφίλ με μεγάλο πλήθος επισκεπτών επηρεάζει την επισκεψιμότητα του ιστοτόπου.

Η μελέτη των κοινωνικών προφίλ των μετεωρολογικών ιστοτόπων αποκάλυψε ότι το Δελτίο Καιρού κατέχει την πρώτη θέση. Οι λόγοι που συντέλεσαν στην μεγάλη επισκεψιμότητα είναι η ενημέρωση των κοινωνικών σελίδων ανά τακτά χρονικά διαστήματα και η σύνδεση τους με την επίσημη σελίδα του ιστοτόπου.

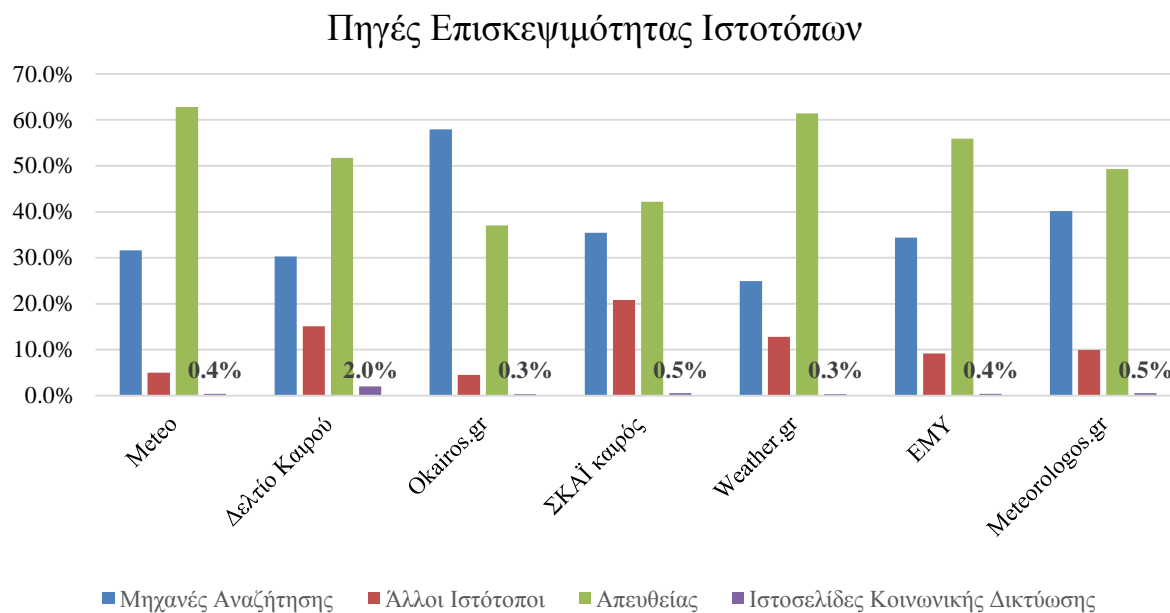
Μέλη κοινωνικών ιστοτόπων



Γράφημα 2.11 Αριθμός μελών των ιστοτόπων στους κοινωνικούς ιστοτόπους Facebook και Twitter

Στο γράφημα (2.11) παρουσιάζεται ο αριθμός των εγγεγραμμένων μελών για κάθε μετεωρολογικό ιστοτόπο σε δυο κοινωνικά δίκτυα. Στο γράφημα δεν συμπεριλαμβάνονται οι ιστοτόποι okairos.gr και ΣΚΑΪ Καιρός καθώς δεν διαθέτουν σελίδες σε ιστοτόπους κοινωνικής δικτύωσης.

2.2.3 Πηγές επισκεψιμότητας



Γράφημα 2.12 Τα ποσοστά κίνησης ανά πηγή επισκεψιμότητας για τον κάθε ιστοτόπο

Στο γράφημα (2.12) έχουν συγκεντρωθεί οι μεγαλύτερες πηγές επισκεψιμότητας των μετεωρολογικών ιστοτόπων. Παρατηρείται ότι οι πιο διαδεδομένες πηγές είναι μέσω μηχανών αναζήτησης και απευθείας εισόδου στον ιστοτόπο.

Okairos.gr	58.0%	Μηχανές Αναζήτησης
ΣΚΑΪ καιρός	20.8%	Άλλοι Ιστότοποι
Meteo	62.8%	Απευθείας
Δελτίο Καιρού	2.0%	Ιστοσελίδες Κοινωνικής Δικτύωσης

Γράφημα 2.13 Υψηλότερα ποσοστά επισκεψιμότητας και οι αντίστοιχοι ιστοτόποι

Τα υψηλά ποσοστά επισκεψιμότητας μέσω μηχανών αναζήτησης, σηματοδοτούν την καλή βελτιστοποίηση των μηχανών αναζήτησης του ιστοτόπου. Αντίθετα στην δεύτερη περίπτωση σηματοδοτούν την αφοσίωση των επισκεπτών.

Παράλληλα για την μελέτη της αφοσίωσης των χρηστών ουσιώδες βήμα αποτελεί η έρευνα των λέξεων-κλειδιών που χρησιμοποιήθηκαν. Στο γράφημα (2.13) παρουσιάζονται οι ιστοτόποι που σημείωσαν τα υψηλότερα ποσοστά επισκεψιμότητας για κάθε πηγή.

Στο πίνακα (2.14) παρουσιάζεται το ποσοστό των επισκεπτών που χρησιμοποίησε ως λέξη κλειδί το όνομα του ιστοτόπου στην αναζήτηση.

Λέξη κλειδί το όνομα του ιστοτόπου	Ποσοστό
Meteorologos.gr	53.8%
Meteo	36.8%
Weather.gr	31.7%
EMY	27.8%
ΣΚΑΪ καιρός	18.2%
Δελτίο Καιρού	13.5%
Okairos.gr	6.5%

Γράφημα 2.14 Το ποσοστό των επισκεπτών που χρησιμοποίησε ως λέξη κλειδί το όνομα του ιστοτόπου στην αναζήτηση

Okairos.gr έχει το υψηλότερο ποσοστό επισκεπτών μέσω των μηχανών αναζήτησης. Επίσης αποτελεί το μοναδικό από τους ιστοτόπους υπό μελέτη που το ποσοστό κίνησης μέσω μηχανών αναζήτησης ξεπερνάει το ποσοστό της κίνησης απ' ευθείας. Βέβαια στην αναζήτηση αυτή μικρό ποσοστό κατέχουν οι λέξεις κλειδιά που περιέχουν το όνομα του ιστοτόπου όπως φαίνεται και στον πίνακα (2.14). Συνεπώς ο ιστοτόπος δεν έχει αφοσιωμένους χρήστες.

Σε αντίθεση, το 40% της επισκεψιμότητας του ιστοτόπου Meteorologos.gr προέρχεται μέσω μηχανών αναζήτησης. Το 53,8% αυτών χρησιμοποιούν στις λέξεις κλειδιά την ονομασία του ιστοτόπου.

Προσεγγίζοντας διαφορετικά την ανάλυση της κίνησης μέσω μηχανών αναζήτησης έγινε η παρακάτω μελέτη:

Ο μέσος χρήστης σταματά την αναζήτηση του στην πρώτη σελίδα των αποτελεσμάτων γεγονός που καθορίζει σε σημαντικό βαθμό την επισκεψιμότητα ενός ιστοτόπου ανάλογα με την κατάταξη του στην αναζήτηση Google. Με αυτό το δεδομένο δικαιολογείται και η ανάπτυξη του κλάδου Βελτιστοποίησης Μηχανών Αναζήτησης (search engine optimization SEO) [26].

Με την χρήση της υπηρεσίας Google Trends αναζητήθηκαν οι δημοφιλέστερες λέξεις κλειδιά που χρησιμοποιεί το κοινό για την αναζήτηση μετεωρολογικών ιστοτόπων. Στην συνέχεια καταγράφηκε η σειρά με την οποία οι ιστοτόποι υπό μελέτη εμφανίζονται στην πρώτη σελίδα των αποτελεσμάτων (Γράφημα 2.15).

ο καιρος	καιρος Αθηνά	kairos	θεσσαλονικη καιρος	προγνωση καιρου
Meteo Okairos.gr Δελτίο Καιρού Weather.gr EMY -	Okairos.gr Meteo ΣΚΑΪ Καιρός Δελτίο Καιρού - -	Meteo Okairos.gr ΣΚΑΪ Καιρός EMY Δελτίο Καιρού Weather.gr	Meteo Okairos.gr ΣΚΑΪ Καιρός Δελτίο Καιρού EMY -	Meteorologos.gr Meteo Weather.gr Δελτίο Καιρού EMY -
καιρος αυριο	καιρος τωρα	greece weather	Καιρός στην αθήνα	Μποφορ Αιγαίο
Meteo Okairos.gr EMY Δελτίο Καιρού - -	Δελτίο Καιρού Meteo EMY Okairos.gr ΣΚΑΪ Καιρός -	Meteo EMY - - -	Meteo Δελτίο Καιρού ΣΚΑΪ Καιρός - - -	EMY Meteo Okairos.gr - - -

Γράφημα 2.15 Η σειρά με την οποία εμφανίζονται οι ιστοτόποι στα αποτελέσματα της μηχανής αναζήτησης Google στις αντίστοιχες λέξεις-κλειδιά.

Με βάση την σειρά και την πιθανότητα εμφάνισης στην αρχική σελίδα των αποτελεσμάτων της αναζήτησης βαθμολογήθηκαν οι ιστοτόποι στην κλίμακα του 10 (Γράφημα 2.16) με το 10 να σηματοδοτεί την υψηλότερη βαθμολόγηση και το 1 την χαμηλότερη.

Ιστότοπος	Βαθμολογία
Meteo	9/10
Okairos.gr	6/10
ΣΚΑΪ Καιρός	4/10
Δελτίο Καιρού	4/10
ΕΜΥ	4/10
Weather.gr	2/10
Meteorologos.gr	2/10

Γράφημα 2.16 Βαθμολογία της εμφάνισης στα αποτελέσματα αναζήτησης των ιστοτόπων.

Ο ιστοτόπος Meteo βρέθηκε πρώτος στην κατάταξη ενώ ακολουθεί με διαφορά ο ιστοτόπος okairos.gr. Τελευταίος έρχονται οι ιστοτόποι Meteorologos.gr μαζί με τον Weather.gr

2.2.4 Πληροφορία στους ιστοτόπους

Για την σύγκριση των ιστοτόπων ως προς το περιεχόμενο, έγινε καταγραφή των υπηρεσιών και των πληροφοριών που διαθέτει ο κάθε ένας. Στη συνέχεια έγινε σύγκριση αυτών με στόχο την ανεύρεση κοινών στοιχείων. Με αυτόν τον τρόπο δημιουργήθηκε το γράφημα (2.17) που περιλαμβάνει τα στοιχεία που εμφανίστηκαν σε τουλάχιστον δυο ιστοτόπους.

	Δελτίο Καιρού	Meteo	Weather.gr	EMY	ΣΚΑΪ Καιρός	Okairos.gr	Meteorologos
Χάρτης Ελλάδας							
Επικίνδυνα Φαινόμενα							
Χάρτες Καιρού							
Προγνώσεις Θαλασσών							
Υψηλότερες Χαμηλότερες θερμοκρασίες							
Γραπτή Πρόγνωση							
Χιονοδρομικά							
Αρχαιολογικοί Χώροι							
Εικόνες Δορυφόρου							
Μετεωγράμματα							
Χάρτης Ευρώπης							
Κλίμα							
Οδικό Δίκτυο							
Ηχητικό Δελτίο Ανατολή/Δύση Ηλίου							
Αεροδρόμια							
Video Πρόγνωση UV							
Χάρτης Κόσμου							
Στάδια Ελλάδας							
Windsurfing							
Πρόγνωση Κύματος							
	68%	64%	64%	59%	45%	23%	23%

Γράφημα 2.17 Πληροφορίες που συγκεντρώνει ο κάθε μετεωρολογικό ιστοτόπος που εξετάζεται και τα ποσοστά από πού πληροφορίας που κατέχει ο καθένας

Στο τελευταίο βήμα της έρευνας έγινε υπολογισμός του ποσοστού της πληροφορίας κάθε ιστοτόπου. Με βάση την καταγραφή των αποτελεσμάτων φανερώνεται ότι το υψηλότερο ποσοστό πληροφορίας παρέχεται από τους ιστοτόπους με την μεγαλύτερη επισκεψιμότητα.

	Ποσοστό άμεσης αποχώρησης	Βαθμολογία σελιδών Google	Διάρκεια επίσκεψης (min)	Σελίδες ανά χρήστη
Meteo	40.9%	7/10	1.03	1.03
Δελτίο Καιρού	46.2%	6/10	1.02	2.08
Okairos.gr	43.2%	5/10	1.06	2.67
ΣΚΑΪ καιρός	21.9%	6/10	2.13	3.9
Weather.gr	40.4%	5/10	1.07	2.18
EMY	23.5%	7/10	17.47	9.55
Meteorologos.gr	52.9%	3/10	0.58	1.91

Γράφημα 2.18 Συμπληρωματικά δεδομένα και μετρήσεις της μελέτης των ιστοτόπων

Στον πίνακα (2.18) παραθέτονται συνοπτικά συμπληρωματικά δεδομένα που προέκυψαν από τις μελέτες των ιστοτόπων.

2.3 Θετικά στοιχεία στους μετεωρολογικούς ιστοτόπους

1) Μηχανή Αναζήτησης

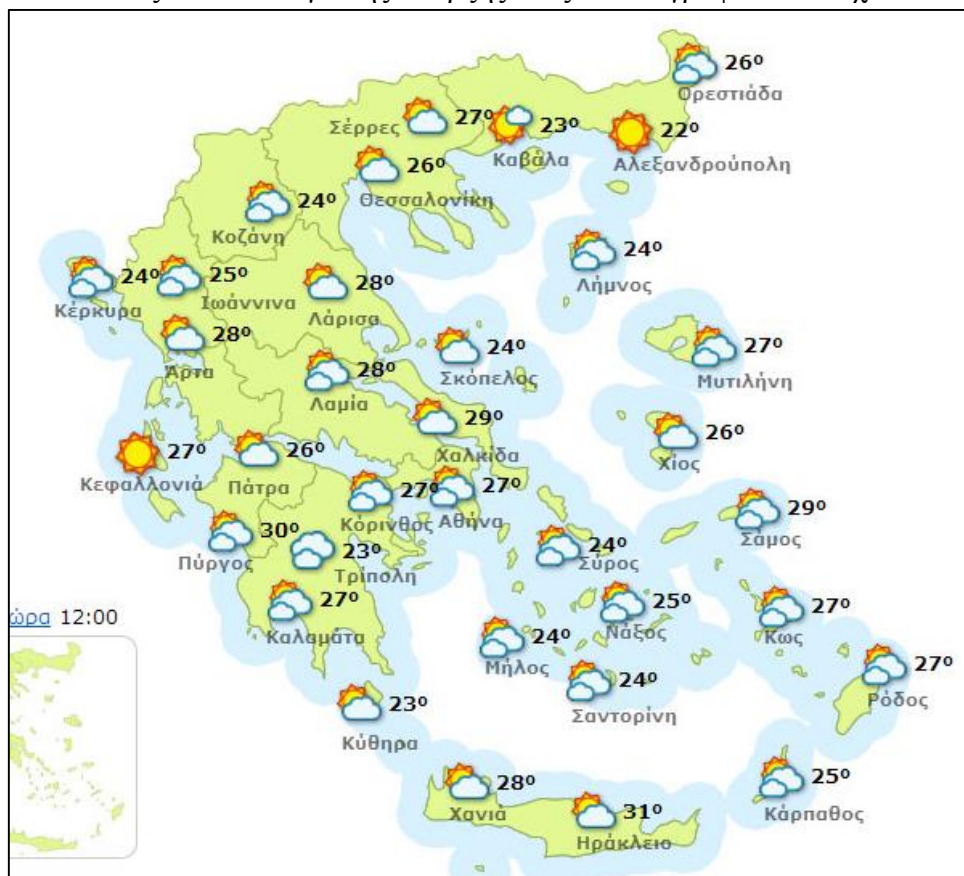
Οι μετεωρολογικοί ιστοτόποι διαθέτουν μεγάλη πληροφορία. Το γεγονός αυτό επηρεάζει τον τρόπο πλοήγησης στον ιστοτόπο. Η ύπαρξη πεδίου αναζήτησης συμβάλλει στην διευκόλυνση της εύρεσης πληροφορίας από τον χρήστη. Ένα παράδειγμα εύκολης πρόσβασης στην πληροφορία είναι το πεδίο αναζήτησης στον ιστοτόπο ΣΚΑΙ (Εικόνα 2.58). Η τοποθέτηση του πεδίου στο πάνω αριστερό μέρος της σελίδας καθώς και η αναγραφή “Αναζήτηση” και το σήμα του φακού διευκολύνουν τον χρήστη στην εύρεση του πεδίου και κατ' επέκταση των πληροφοριών.



Εικόνα 2.58 Πεδίο αναζήτησης του ιστοτόπου ΣΚΑΙ καιρός.

2) Διαδραστικός Χάρτης

Ο διαδραστικός χάρτης αποτελεί έναν συνηθισμένο τρόπο πλοήγησης. Μέσα από συνεντεύξεις φανερώθηκε ότι το 39% των χρηστών αναζητούν πληροφορία μέσω του διαδραστικού χάρτη. Η έλλειψη ή η δυσλειτουργία του αποθάρρυνε τους χρήστες να συνεχίσουν την αναζήτηση. Επίσης η τοποθέτηση του χάρτη στην αρχική σελίδα του ιστοτόπου παρέχει πληθώρα πληροφοριών στον χρήστη, ο οποίος άμεσα ενημερώνεται για τον καιρό που επικρατεί σε ολόκληρη την χώρα (Εικόνα 2.59). Επιπλέον προσδίδει στον ιστοτόπο αξιοπιστία λόγω της ύπαρξης ενός καλού γραφικού στοιχείου.



Εικόνα 2.59 Διαδραστικός χάρτης του ιστοτόπου Okairos.gr

3) Μπάρα Πλοήγησης

Οι μετεωρολογικοί ιστοτόποι διαθέτουν ένα μεγάλο εύρος πληροφορίας. Το γεγονός αυτό καθιστά την μπάρα πλοήγησης εξίσου χρηστική με τον διαδραστικό χάρτη και το πεδίο αναζήτησης. Επιπλέον με αυτό τον τρόπο διασφαλίζεται η ενημέρωση του χρήστη για όλο το εύρος της παρεχόμενης πληροφορίας.

4) Εξατομίκευση

Η εξατομίκευση προσφέρει την δυνατότητα δημιουργίας συντομεύσεων σε συχνούς χρήστες ενός ιστοτόπου (Εικόνα 2.60). Επίσης προωθεί την δέσμευση των επισκεπτών στον ιστοτόπο.



Εικόνα 2.60 Εξατομίκευση του ιστοτόπου weather.gr

5) Προειδοποιήσεις για επικίνδυνα καιρικά φαινόμενα

Η έρευνα αποκάλυψε ότι θέμα ζωτικής σημασίας αποτελεί η άμεση και εμφανής ενημέρωση των χρηστών σχετικά με επικίνδυνα μετεωρολογικά φαινόμενα. Η παράλειψη αυτής της πληροφορίας αντανακλά στην αξιοπιστία του ιστοτόπου.

6) Ποικιλομορφία πληροφορίας

Ένας μετεωρολογικός ιστοτόπος για να έχει απήγηση σε ευρύ κοινό πρέπει να απευθύνεται τόσο στον εξειδικευμένο όσο και στον απλό χρήστη. Η μέθοδος για να το πετύχει είναι να παρέχει με διαφορετικούς τρόπους-απεικονίσεις της πληροφορίας. Στην παρακάτω εικόνα παρουσιάζεται ένα παράδειγμα ποικιλόμορφης πληροφορίας. Ο ιστοτόπος Δελτίο Καιρού ενημερώνει για την ένταση και την διεύθυνση του ανέμου με την χρήση βέλους και της κλίμακας Μποφόρ. Στη συνέχεια με το πέρασμα του ποντικιού παρουσιάζονται και ολογράφως και με την χρήση της μονάδας μέτρησης “μέτρα ανά δευτερόλεπτο” (m/s) (Εικόνα 2.60).



Εικόνα 2.61 Παρουσίαση της πληροφορίας στον ιστοτόπο Δελτίο Καιρού

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 Ο ιστότοπος της ΕΜΥ

3.1 Εισαγωγή

Η Εθνική Μετεωρολογική Υπηρεσία (ΕΜΥ) ιδρύθηκε το 1931 και εδρεύει σήμερα στις εγκαταστάσεις του πρώην ανατολικού αεροδρομίου Αθηνών στο Ελληνικό Αττικής. Υπάγεται στις Ένοπλες Δυνάμεις και ειδικότερα στο Γενικό Επιτελείο Αεροπορίας και στόχος της είναι ο προσδιορισμός και η πρόβλεψη των μετεωρολογικών συνθηκών για τις ανάγκες της Εθνικής Άμυνας της Εθνικής Οικονομίας και το γενικό κοινωνικό σύνολο. Διαθέτει ένα ευρύ δίκτυο μετεωρολογικών σταθμών από όπου συγκεντρώνει παρατηρήσεις και συνεργάζεται και με αντίστοιχες μετεωρολογικές υπηρεσίες άλλων χωρών για την ανταλλαγή μετεωρολογικών πληροφοριών [27].

Ο ιστότοπος της ΕΜΥ αναπτύχθηκε το 2003 στα πλαίσια του προγράμματος εκσυγχρονισμού του συνόλου των δραστηριοτήτων της, το οποίο βρίσκεται ακόμα σε εξέλιξη. Με την υλοποίηση των έργων του ΕΣΠΑ, στόχος είναι ο ιστότοπος να γίνει προσιτός κατά κύριο λόγο στον πολίτη και στη συνέχεια στα λιμεναρχεία, στους δήμους και στους αγρότες, παρέχοντας αξιόπιστη πληροφορία κατά τρόπο διαδραστικό και με την χρήση των πλέον σύγχρονων τεχνολογιών.

Οι αλλαγές στον ιστότοπο μέσα στα χρόνια:



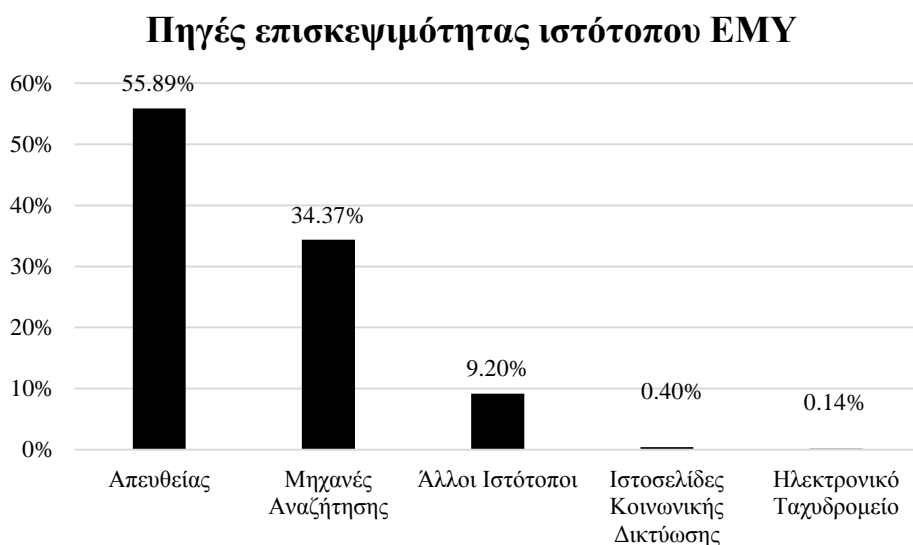
Εικόνα 3.1 Η αρχική σελίδα του ιστοτόπου της ΕΜΥ το 2003 και το 2013

Ο ιστότοπος της ΕΜΥ έχει υποστεί κάποιες αλλαγές από την ημερομηνία ίδρυσης του. Στην εικόνα (3.1) παρατέθηκαν για λόγους σύγκρισης η αρχικές σελίδες του ιστοτόπου σε δυο διαφορετικές χρονικές στιγμές. Η αριστερή εικόνα παρουσιάζει την αρχική σελίδα του ιστοτόπου όπως καταγράφηκε από την υπηρεσία Wayback Machine στις 4/12/2003 και η δεξιά εικόνα είναι η τωρινή εμφάνιση του [28]. Κύρια αλλαγή είναι οι σύνδεσμοι στον ιστοτόπο για την μετεωρολογική κάλυψη των Ολυμπιακών αγώνων 2004 που πλέον έχουν

προφανώς αφαιρεθεί. Η πληροφορία του ιστοτόπου έχει αυξηθεί και αυτό αποτυπώνεται στην αύξηση των συνδέσμων. Ωστόσο, η αισθητική του ιστοτόπου και ο βασικός τρόπος οργάνωσής του έχει διατηρηθεί ο ίδιος από την ημερομηνία ίδρυσης του, 10 χρόνια πριν.

3.2 Μελέτη συμπεριφοράς του κοινού της EMY

Για την μελέτη της συμπεριφοράς των χρηστών του ιστοτόπου της EMY συγκεντρώθηκαν στοιχεία από τις υπηρεσίες SimilarWeb, Alexa και Awstats. Η χρονική περίοδος που μελετήθηκε είναι ο Ιανουάριος του 2013. Παρακάτω ακολουθεί η συνοπτική παρουσίαση των δεδομένων.



Γράφημα 3.1 Πηγές επισκεψιμότητας του ιστοτόπου της EMY

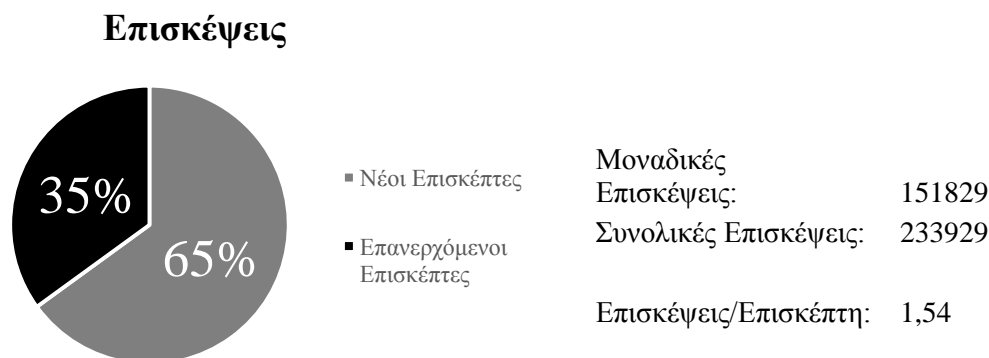
Η κύρια πηγή επισκεψιμότητας του ιστοτόπου της Εθνικής Μετεωρολογικής Υπηρεσίας είναι η απ' ευθείας σύνδεση στον ιστοτόπο, δηλαδή πληκτρολογώντας την διεύθυνση του στο πεδίο διευθύνσεων του φυλλομετρητή (*Γράφημα 3.1*). Το γεγονός αυτό σηματοδοτεί την αναγνώριση της EMY ως επίσημο φορέα μετεωρολογικής ενημέρωσης από τους χρήστες.

Λέξεις-Κλειδιά Αναζήτησης

emy	31.28%
εμυ	14.45%
EMY	6.70%
μετεο	6.54%
emy.gr	4.21%
hnms	3.22%
emy kairos	2.17%
kairos emy	2.16%
καιρος	1.47%
www.meteo.gr	1.10%

Γράφημα 3.2 Λέξεις κλειδιά αναζήτησης του ιστοτόπου της EMY

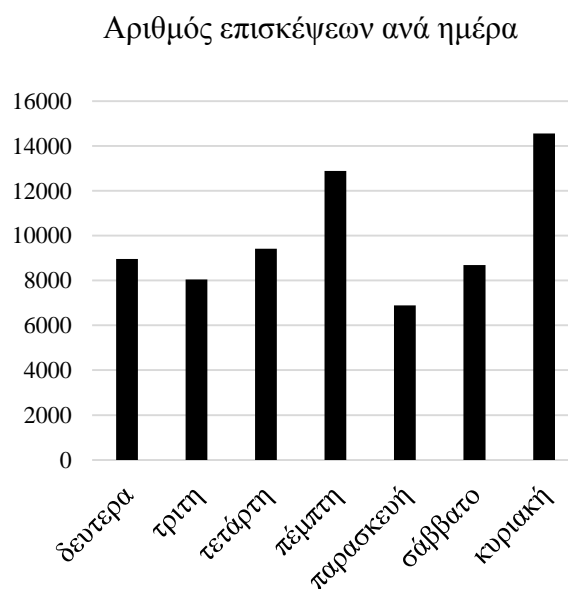
Παρατηρούμε ότι και οι δημοφιλέστερες λέξεις-κλειδιά αναζήτησης για τον ιστότοπο περιέχουν το όνομα του (Γράφημα 3.2). Συνεπώς παρατηρείται μεγάλη αφοσίωση του κοινού.



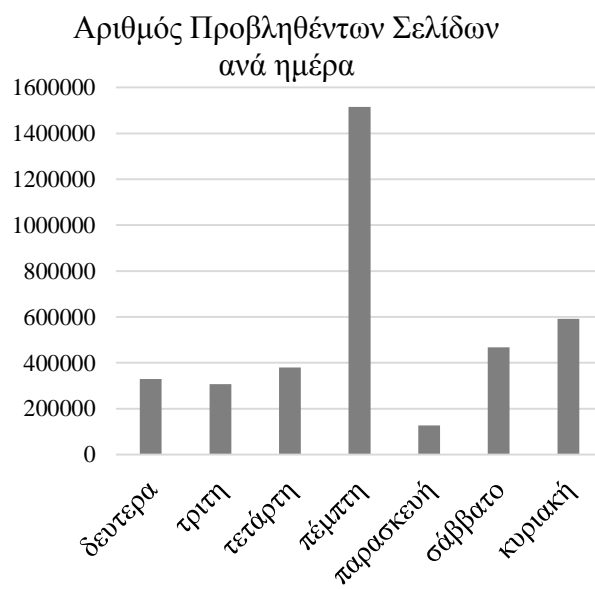
Γράφημα 3.3 Επισκέψεις του ιστοτόπου της ΕΜΥ

Στο γράφημα (3.3) παρουσιάζεται το ποσοστό των νέων έναντι των επανερχόμενων επισκεπτών. Δεδομένου ότι η μελέτη αποτελείται από τα στατιστικά δεδομένα για τον μήνα Ιανουάριο, νέοι επισκέπτες θεωρούνται όσοι επισκέφθηκαν πρώτη φορά τον ιστότοπο μέσα σε αυτό το χρονικό διάστημα. Ενώ επανερχόμενοι όσοι επανήλθαν στην διάρκεια αυτού του μήνα. Ο μέσος όρος των επισκέψεων που πραγματοποιήθηκε ανά χρήστη ήταν 1,54. Δεδομένου ότι οι επισκέψεις στον μετεωρολογικό ιστότοπο έγιναν κατά την διάρκεια ενός χειμερινού μήνα, ο μέσος όρος, κυμαίνεται σε χαμηλά επίπεδα.

Συνεπώς παρατηρείται ότι ο κόσμος αναγνωρίζει την επωνυμία του ιστοτόπου και καταφθάνει σε αυτόν απευθείας, δεν επιστρέφει όμως σε σύντομο χρονικό διάστημα δημιουργώντας πτώση στα ποσοστά των επανερχόμενων επισκεπτών.



Γράφημα 3.4 Μέσος αριθμός επισκέψεων στον ιστοτόπου της ΕΜΥ ανά ημέρα της εβδομάδας για τον Ιανουάριο 2013

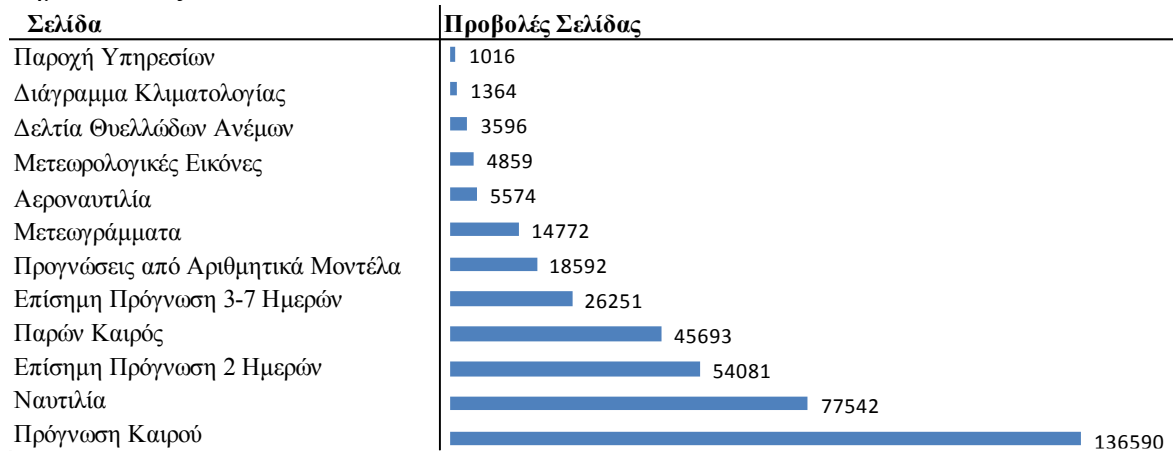


Γράφημα 3.5 Μέσος αριθμός προβληθέντων σελίδων του ιστοτόπου της ΕΜΥ ανά ημέρα της εβδομάδας για τον Ιανουάριο 2013

Τα γραφήματα (3.4) και (3.5) παρουσιάζουν τον μέσο όρο τόσο του αριθμού των επισκέψεων όσο και του αριθμού των προβληθέντων σελίδων αντίστοιχα. Οι μέρες με την μεγαλύτερη επισκεψιμότητα είναι η Πέμπτη και η Κυριακή. Η έρευνα που διεξήχθη με τις

προσωπικές συνεντεύξεις απέδωσε το γεγονός αυτό στην οργάνωση εκδρομών το τριήμερο και στην ανάγκη επισκόπησης του καιρού για την καινούργια εβδομάδα.

Στο γράφημα (3.6) παρουσιάζονται οι προβολές της κάθε σελίδας της ΕΜΥ για τον μήνα Ιανουάριο. Δεν ήταν εφικτό να γίνει διαχωρισμός της συγκεκριμένης πληροφορίας που ήθελαν οι χρήστες από κάθε σελίδα διότι το πρόγραμμα δεν μας παρέχει αυτή την δυνατότητα. Το μεγαλύτερο ποσοστό προβολών συγκεντρώνει η κατηγορία “Πρόγνωση Καιρού”. Παρατηρούμε επίσης ότι αρκετές προβολές είχε και η σελίδα “Μετεωγράμματα”, παρόλο που στο πείραμα Card Sorting κανένας από τους ερωτηθέντες δεν γνώριζε την σημασία τους.



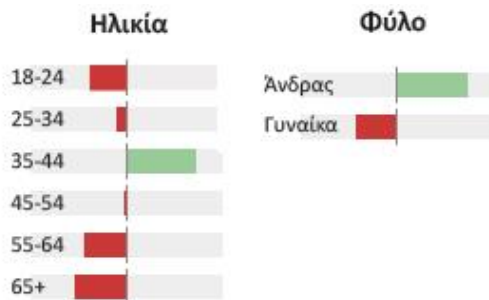
Γράφημα 3.6 Αριθμός προβολών σελίδων του ιστότοπου της ΕΜΥ για τον μήνα Ιανουάριο.

Στο γράφημα (3.7) παρουσιάζεται το άθροισμα του αριθμού των προβαλλόμενων σελίδων της ΕΜΥ για τον μήνα Ιανουάριο ανά ώρα της ημέρας.



Γράφημα 3.7 Μέσος αριθμός προβαλλόμενων σελίδων στον ιστότοπου της ΕΜΥ ανά ώρα μιας ημέρας για τον μήνα Ιανουάριο 2013

Το γράφημα (3.7) δείχνει την ηλικιακή και φυλετική κατανομή του κοινού.



Γράφημα 3.7 Ηλικιακή και φυλετική κατανομή των επισκεπτών του ιστοτόπου της ΕΜΥ

Παρατηρείται ότι η πλειονότητα των επισκεπτών αποτελείται από άνδρες ηλικίας 35-45. Τα άτομα άνω των 55 δεν επισκέπτονται συχνά τον ιστοτόπο λόγω της χαμηλής εξοικείωσης τους με το διαδίκτυο. Ωστόσο ο ιστοτόπος έχει χαμηλή κίνηση και από νέες ηλικίες.



Εικόνα 3.2 Χώρες προέλευσης των επισκεπτών του ιστοτόπου της ΕΜΥ

Στο χάρτη (Εικόνα 3.2) παρουσιάζονται οι χώρες προέλευσης των επισκεπτών του ιστοτόπου της ΕΜΥ. Όπως φαίνεται από τον παραπάνω χάρτη το 99,75% των επισκεπτών του ιστοτόπου της ΕΜΥ προέρχεται από την Ελλάδα.

3.3 Σχολιασμός Σελίδων της ΕΜΥ

Έπειτα από την ενδεδειγμένη έρευνα, πραγματοποιήθηκε η συγκέντρωση των αποτελεσμάτων τα οποία και καθόρισαν τις σελίδες που αποτέλεσαν το αντικείμενο της μελέτης. Αυτές είναι οι εξής:

- Πρόγνωση καιρού
 - Τοπικές Προγνώσεις Ελλάδας
 - Επίσημη Πρόγνωση 2 Ημερών
 - Μετεωγράμματα
- Ναυτιλία
- Παρών Καιρός

Κάθε μια από τις σελίδες έχει καταταμηθεί σε επιμέρους κομμάτια. Αυτά αριθμήθηκαν και στη συνέχεια ακολουθεί ο σύντομος σχολιασμός τους. Στόχος της ανάλυσης είναι ο μεθοδικός εντοπισμός τυχόν αδυναμιών ή ελλείψεων του ιστοτόπου.

Πρόγνωση καιρού

ΕΘΝΙΚΗ ΜΕΤΕΩΡΟΛΟΓΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ
HELLENIC NATIONAL METEOROLOGICAL SERVICE

Πρόγνωση καιρού | Παρών καιρός | Κλιματολογία | Μετεωρολογία | ΕΜΥ | 28/07/2013

Αεροναυτιλία | Ναυτιλία | Γεωργία | Παροχή Υπηρεσιών | Ειδική Πρόσβαση

English

Κύρια Σελίδα / Πρόγνωση Καιρού

Πρόγνωση πόλεων

Επιλέξτε Πόλη

Νέα Φιλαδέλφεια	Καιρός	Θερμοκρ.	Διεύθυνση	Έντ. ανέμων
28/07/13 15:00 UTC		32°C	40°	11Kt
28/07/13 18:00 UTC		27°C	30°	6Kt
28/07/13 21:00 UTC		25°C	5°	5Kt
29/07/13 00:00 UTC		24°C	10°	5Kt
29/07/13 03:00 UTC		23°C	5°	5Kt
29/07/13 06:00 UTC		27°C	5°	7Kt
29/07/13 09:00 UTC		31°C	20°	10Kt
29/07/13 12:00 UTC		35°C	15°	10Kt
29/07/13 15:00 UTC		33°C	10°	9Kt
29/07/13 18:00 UTC		28°C	10°	5Kt
29/07/13 21:00 UTC		25°C	5°	5Kt
30/07/13 00:00 UTC		24°C	5°	5Kt

Υπόμνημα

6 Παρών καιρός
Μετώγραμμα
Κλιματολογία

Όροι χρήσης | Επικοινωνία | Ομάδα έργου

Εικόνα 3.3 Η σελίδα “Πρόγνωση Καιρού” του ιστοτόπου της ΕΜΥ

Οι τοπικές προγνώσεις καιρού είναι η πιο δημοφιλής σελίδα του ιστοτόπου.

① Στο πρώτο πεδίο του πίνακα υπάρχουν οι ώρες και ημερομηνίες των προγνώσεων. Αξίζει να σημειωθεί πως θα διευκόλυνε τον χρήστη η αναγραφή της ημέρας, πληροφορία η οποία όμως παραλείπεται. Επιπλέον λόγω της ομοιόμορφης μορφοποίησης του πίνακα ο χρήστης δεν δύναται να ξεχωρίσει πότε τελειώνει η μια μέρα και πότε αρχίζει η επόμενη.

② Στο δεύτερο πεδίο του πίνακα δίνεται γραφικά ο καιρός που θα επικρατεί στην περιοχή. Τα σύμβολα είναι οικεία στον χρήστη καθώς χρησιμοποιούνται ευρέως στις μετεωρολογικές προβλέψεις. Επιπλέον υπάρχει διαθέσιμη η επεξήγηση των συμβόλων στην σελίδα “Υπόμνημα”, στην οποία ο χρήστης μπορεί να μεταβεί πατώντας πάνω στον σύνδεσμο στο κάτω δεξί μέρος του πίνακα.

③ Στο τρίτο πεδίο του πίνακα δίνεται η θερμοκρασία σε κόκκινο χρώμα. Η μετρήσεις αναγράφονται σε βαθμούς Κελσίου, μονάδα μέτρησης ευρέως διαδομένη στην Ευρώπη για την μέτρηση θερμοκρασίας.

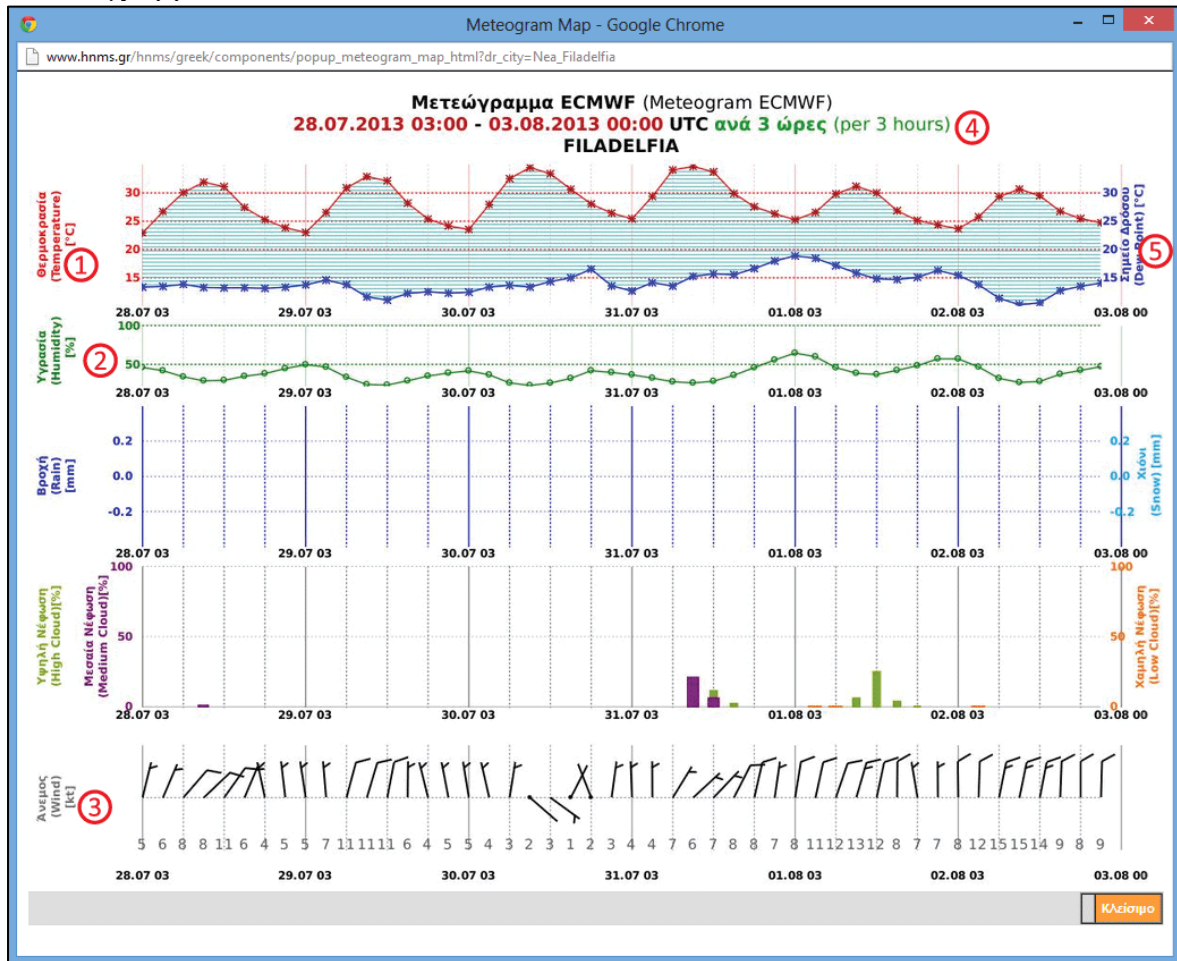
④ Στο επόμενο πεδίο αναγράφεται η κατεύθυνση του ανέμου σε μοίρες. Ο απλός χρήστης δεν μπορεί να αναγνωρίσει με ευκολία αυτή την πληροφορία. Για την επίλυση αυτού του προβλήματος οι υπόλοιποι ιστότοποι παρουσιάζουν γραφικά την πληροφορία με την χρήση βέλους και συχνά αναγράφεται η κατεύθυνση και ολογράφως.

⑤ Στο τελευταίο πεδίο του πίνακα αναγράφεται η ένταση του ανέμου σε ναυτικά μίλια ανά ώρα. Αυτή η μονάδα μέτρησης χρησιμοποιείται ευρέως στην Ναυτιλία και στην Μετεωρολογία, δηλαδή σε εξειδικευμένους τομείς. Ο μέσος επισκέπτης δεν αναγνωρίζει τα ναυτικά μίλια ως μονάδα μέτρησης διότι είναι εξοικειωμένος κυρίως με την κλίμακα μποφόρ. Μια άλλη εύληπτη μέτρηση για την ταχύτητα του ανέμου είναι τα χιλιόμετρα ανά ώρα (km/h) η οποία είναι αναγνωρισμένη και από το **S.I.**

⑥ Στο τέλος της σελίδας υπάρχουν τρεις σύνδεσμοι. Από αυτούς μόνο ο μεσαίος σύνδεσμος “Μετεωγράμματα” αφορά την πρόγνωση του καιρού, ο οποίος παρουσιάζει γραφικά την πρόγνωση καιρού για τις περιοχές της Ελλάδας και της Ευρώπης για τις επόμενες 5 μέρες ανά 3 ώρες. Ο πρώτος σύνδεσμος οδηγεί στην σελίδα “Παρών Καιρός” που παρουσιάζει τις μετεωρολογικές συνθήκες που επικρατούν σε μια περιοχή σε τακτά χρονικά διαστήματα μέσα στην ημέρα. Ο τελευταίος σύνδεσμος οδηγεί στην κατηγορία “Κλιματολογία”.

Η σημαντική παρατήρηση σε αυτή τη σελίδα είναι η προβολή πρόγνωσης για τρεις ημέρες. Δεν υπάρχει εμφανής σήμανση για την δυνατότητα ενημέρωσης για την πρόβλεψη 5 συνολικά ημερών. Παρόλα αυτά, η συγκεκριμένη δυνατότητα υπάρχει στον ιστότοπο της ΕΜΥ και παρέχεται στη σελίδα Μετεωγράμματα.

Μετεωγράμματα




Εικόνα 3.4 Η σελίδα “Μετεωγράμματα” του ιστοτόπου της ΕΜΥ

Το μετεώγραμμο αποτελεί την γραφική απεικόνιση των μετεωρολογικών μεταβλητών όπως η θερμοκρασία, το σημείο δρόσου, η ταχύτητα η διεύθυνση του ανέμου κα. Ο χρόνος «προχωράει» από αριστερά προς τα δεξιά. Η συγκεκριμένη σελίδα βρίσκεται εντός της κατηγορίας “Προγνώσεις από Αριθμητικά Μοντέλα”.

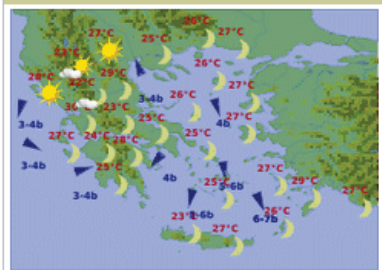
- ① Η πρώτη μεταβλητή αφορά την θερμοκρασία. Η κλίμακα που έχει χρησιμοποιηθεί για το διάγραμμα είναι μικρής ευρύτητας και διευκολύνει τον χρήστη.
- ② Η δεύτερη μεταβλητή αφορά την υγρασία. Η κλίμακα που έχει χρησιμοποιηθεί δυσχεραίνει τον χρήστη στην ανάγνωση της τιμής της.
- ③ Η ένταση του ανέμου δίνεται και σε ναυτικά μίλια ανά ώρα και σε Μποφόρ. Δίνονται παράλληλα και τα σύμβολα ανέμου για την διεύθυνση και η ένταση.
- ④ Η ημερομηνία χωρίς την αναγραφή ημέρας δυσχεραίνει τον χρήστη.

Επίσημη Πρόγνωση 2 Ημερών



ΕΘΝΙΚΗ ΜΕΤΕΩΡΟΛΟΓΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ
HELLENIC NATIONAL METEOROLOGICAL SERVICE

ΠΡΟΓΝΩΣΗ ΓΙΑ: 28/07/13 18:00 UTC



ο καιρός

3 **Τοπικές προγνώσεις** | Αττική | Θεσ/νίκη

4 **Διαβάστε τη γενική πρόγνωση καιρού Ελλάδος** | 2 ΗΜΕΡΩΝ | 3-7 ΗΜΕΡΩΝ

Μετεωγράμματα
Αττική | Νησιά Ιονίου | Ήπειρος | Μακεδονία | Θράκη | Βόρειο Αιγαίο | Θεσσαλία | Ανατολική Στερεά Ελλάδα και Εύβοια | Πελοπόννησος | Κυκλάδες | Κρήτη | Δωδεκάνησα | Νησιά Ανατολικού Αιγαίου | Δυτική Στερεά Ελλάδα

Πρόγνωση καιρού | Παρών καιρός | Κλιματολογία | Μετεωρολογία | ΕΜΥ | 28/07/2013

Αεροναυτιλία | Ναυτιλία | Γεωργία | Παροχή Υπηρεσιών | Ειδική Πρόσβαση

English

Κύρια Σελίδα / Γενική πρόγνωση

1 **ΕΚΤΑΚΤΑ ΔΕΛΤΙΑ**

Δελτία Επικίνδυνων Καιρικών Φαινομένων Δελτία Θελλωδών Ανέμων

2 **Γενική πρόγνωση καιρού Ελλάδος (2 ημερών)**

FRGR23 LGAT 281000
ΕΘΝΙΚΗ ΜΕΤΕΩΡΟΛΟΓΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ
ΕΘΝΙΚΟ ΜΕΤΕΩΡΟΛΟΓΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ

ΠΡΟΓΝΩΣΗ ΚΑΙΡΟΥ ΕΛΛΑΔΑΣ ΠΟΥ ΕΚΔΟΘΗΚΕ ΤΗΝ ΚΥΡΙΑΚΗ 28-07-2013 / 1300 ΤΟΠΙΚΗ

ΜΕΡΟΣ 1
ΠΡΟΓΝΩΣΗ ΓΙΑ ΣΗΜΕΡΑ ΚΥΡΙΑΚΗ 28-07-2013
ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ-ΠΡΟΕΙΔΟΠΟΙΗΣΕΙΣ
ΓΕΝΙΚΑ ΑΙΘΡΙΟΣ ΚΑΙΡΟΣ.
ΒΟΡΕΙΟΙ ΑΝΕΜΟΙ ΣΤΟ ΑΙΓΑΙΟ 5 ΕΩΣ 7 ΜΠΟΦΟΡ.

ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΠΡΟΓΝΩΣΗ
ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ, ΘΡΑΚΗ
ΚΑΙΡΟΣ: ΓΕΝΙΚΑ ΑΙΘΡΙΟΣ. ΤΟΠΙΚΕΣ ΝΕΦΩΣΕΙΣ ΤΙΣ ΑΠΟΓΕΥΜΑΤΙΝΕΣ ΩΡΕΣ ΣΤΑ ΟΡΕΙΝΑ.
ΑΝΕΜΟΙ: ΜΕΤΑΒΛΗΤΟΙ 2 ΜΕ 4 ΜΠΟΦΟΡ.
ΘΕΡΜΟΚΡΑΣΙΑ: ΕΩΣ 35 ΒΑΘΜΟΥΣ ΚΕΛΣΙΟΥ. ΣΤΗ ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ Η ΕΛΑΧΙΣΤΗ 2 ΜΕ 3 ΒΑΘΜΟΥΣ ΧΑΜΗΛΟΤΕΡΗ.

ΝΗΣΙΑ ΙΟΝΙΟΥ, ΗΠΕΙΡΟΣ, ΔΥΤΙΚΗ ΣΤΕΡΕΑ, ΔΥΤΙΚΗ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ
ΚΑΙΡΟΣ: ΓΕΝΙΚΑ ΑΙΘΡΙΟΣ. ΤΟΠΙΚΕΣ ΝΕΦΩΣΕΙΣ ΤΙΣ ΑΠΟΓΕΥΜΑΤΙΝΕΣ ΩΡΕΣ ΣΤΑ ΗΠΕΙΡΩΤΙΚΑ ΚΥΡΙΩΣ ΣΤΑ ΟΡΕΙΝΑ.
ΑΝΕΜΟΙ: ΜΕΤΑΒΛΗΤΟΙ 2 ΜΕ 4 ΜΠΟΦΟΡ..
ΘΕΡΜΟΚΡΑΣΙΑ: ΕΩΣ 36 ΚΑΙ ΚΑΤΑ ΤΟΠΟΥΣ ΣΤΑ ΗΠΕΙΡΩΤΙΚΑ 37 ΒΑΘΜΟΥΣ ΚΕΛΣΙΟΥ.

ΘΕΣΣΑΛΙΑ, ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΣΤΕΡΕΑ, ΕΥΒΟΙΑ, ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ
ΚΑΙΡΟΣ: ΓΕΝΙΚΑ ΑΙΘΡΙΟΣ. ΤΟΠΙΚΕΣ ΝΕΦΩΣΕΙΣ ΤΙΣ ΑΠΟΓΕΥΜΑΤΙΝΕΣ ΩΡΕΣ ΣΤΑ ΟΡΕΙΝΑ.
ΑΝΕΜΟΙ: ΜΕΤΑΒΛΗΤΟΙ 2 ΜΕ 4 ΚΑΙ ΣΤΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΑ ΒΟΡΕΙΟ ΒΟΡΕΙΟΑΝΑΤΟΛΙΚΟΙ 4 ΜΕ 6 ΜΠΟΦΟΡ.
ΘΕΡΜΟΚΡΑΣΙΑ: ΕΩΣ 36 ΚΑΙ ΚΑΤΑ ΤΟΠΟΥΣ ΣΤΑ ΗΠΕΙΡΩΤΙΚΑ 37 ΒΑΘΜΟΥΣ ΚΕΛΣΙΟΥ.

ΚΥΚΛΑΔΕΣ, ΚΡΗΤΗ
ΚΑΙΡΟΣ: ΑΙΘΡΙΟΣ.
ΑΝΕΜΟΙ: ΒΟΡΕΙΟΙ ΒΟΡΕΙΟΔΥΤΙΚΟΙ 4 ΜΕ 6 ΚΑΙ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΗΜΕΡΑΣ ΤΟΠΙΚΑ ΜΕΧΡΙ 7 ΜΠΟΦΟΡ.
ΘΕΡΜΟΚΡΑΣΙΑ: ΕΩΣ 31 ΒΑΘΜΟΥΣ ΚΕΛΣΙΟΥ. ΤΟΠΙΚΑ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ ΕΩΣ 36 ΒΑΘΜΟΥΣ ΚΕΛΣΙΟΥ.

ΝΗΣΙΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ, ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ
ΚΑΙΡΟΣ: ΑΙΘΡΙΟΣ.
ΑΝΕΜΟΙ: ΑΠΟ ΒΟΡΕΙΕΣ ΔΙΕΥΘΥΝΣΕΙΣ 4 ΜΕ 5, ΣΤΑ ΝΟΤΙΑ 6 ΚΑΙ ΤΟΠΙΚΑ ΜΕΧΡΙ 7 ΜΠΟΦΟΡ.
ΘΕΡΜΟΚΡΑΣΙΑ: ΕΩΣ 33 ΚΑΙ ΣΤΑ ΝΗΣΙΑ ΤΟΥ ΑΝΑΤΟΛΙΚΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ ΕΩΣ 35 ΒΑΘΜΟΥΣ ΚΕΛΣΙΟΥ.

ΤΟΠΙΚΕΣ ΠΡΟΓΝΩΣΕΙΣ
ΑΤΤΙΚΗ
ΚΑΙΡΟΣ: ΑΙΘΡΙΟΣ.
ΑΝΕΜΟΙ: ΑΠΟ ΒΟΡΕΙΕΣ ΔΙΕΥΘΥΝΣΕΙΣ 3 ΜΕ 5 ΜΠΟΦΟΡ ΚΑΙ ΣΤΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΑ ΤΟΠΙΚΑ 6 ΜΠΟΦΟΡ.
ΘΕΡΜΟΚΡΑΣΙΑ: ΕΩΣ 35 ΒΑΘΜΟΥΣ ΚΕΛΣΙΟΥ. ΣΤΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΑ ΚΑΙ ΒΟΡΕΙΑ Η ΜΕΡΙΣΤΗ

Εικόνα 3.5 Η σελίδα “Επίσημη Πρόγνωση 2 Ημερών” του ιστοτόπου της ΕΜΥ

Σε αυτή την σελίδα υπάρχει η επίσημη πρόγνωση καιρού όπως εκδίδεται από την ΕΜΥ

1 Στην κορυφή της σελίδας υπάρχουν οι σύνδεσμοι Έκτακτων Δελτίων για γρήγορη πλοήγηση.

2 Οι χρήστες του διαδικτύου έχουν την τάση να σαρώνουν τα κείμενα προκειμένου να βρουν την πληροφορία που τους ενδιαφέρει. Το συγκεκριμένο κείμενο λόγω της

μορφοποίησης του (κεφαλαία γράμματα, έλλειψη στοιχείων μορφοποίησης) δυσχεραίνει την ανάγνωσή του.

③ Οι διαθέσιμοι σύνδεσμοι υπάρχουν μόνο για τις περιοχές της Αττικής και της Θεσσαλονίκης. Αυτό έχει ως επίπτωση οι νέοι χρήστες να πιστεύουν ότι οι προγνώσεις του ιστοτόπου είναι διαθέσιμες μόνο γι' αυτές τις περιοχές.

④ Σε αυτό το πεδίο υπάρχει σύνδεσμος που οδηγεί στην ίδια σελίδα με αυτή που βρίσκεται ο χρήστης δημιουργώντας πιθανά σύγχυση.

Ναυτιλία

ΕΘΝΙΚΗ ΜΕΤΕΩΡΟΛΟΓΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ
HELLENIC NATIONAL METEOROLOGICAL SERVICE

4

Μέσα ενημέρωσης - ώρες εκπομπών ναυτιλίας

5 Χάρτες Ανέμων επιφανείας

Επιλέξτε ώρα

Επιλέξτε περιοχή

Ύψος και διεύθυνση κύματος

Επιλέξτε ώρα

Επιλέξτε περιοχή

Περίοδος Κύματος

Επιλέξτε ώρα

Nautex

Επιλέξτε Τύπο

Χάρτες radiofacsimile

Επιλέξτε τιμή

NEO! Προγνώσεις Ιστιοπλοϊκού Ενδιαφέροντος

Επιλέξτε Περιοχή

Κλίμακα Beaufort

Global Maritime Distress and Safety System

Πρόγνωση καιρού | Παρών καιρός | Κλιματολογία | Μετεωρολογία | EMY | 12/08/2013

Αεροναυτιλία | Ναυτιλία | Γεωργία | Παροχή Υπηρεσιών | Ειδική Πρόσβαση

English

Κύρια Σελίδα / Ναυτιλία

Δεν υπάρχουν δελτία αναγγελίας θυελλωδών ανέμων

1 EMY είναι υπεύθυνη για τη διασπορά προγνώσεων ναυτιλίας και προειδοποιήσεων θυελλωδών ανέμων για όλη τη Μεσόγειο και τη Μαύρη θάλασσα μέσω του συστήματος SafetyNet®. Η Υδρογραφική Υπηρεσία του Π.Ν. είναι υπεύθυνη για τη διασπορά πληροφοριών για την ασφάλεια της ναυσιπλοΐας, στις οποίες περιλαμβάνονται οι παραπάνω προγνώσεις, μέσω του συστήματος NAVTEX. Η EMY παρέχει τις προγνώσεις ναυτιλίας και προειδοποιήσεις θυελλωδών ανέμων για την Ανατολική Μεσόγειο και τη Μαύρη Θάλασσα. Η Météofrance παρέχει τις προγνώσεις ναυτιλίας και προειδοποιήσεις θυελλωδών ανέμων για τη Δυτική Μεσόγειο.

2 Προγνωστικές περιοχές Ανατολικής Μεσογείου

ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΥΡΗ ΘΑΛΑΣΣΑ

3 ΠΡΟΓΝΩΣΗ ΘΑΛΑΣΣΑΣ

Επιλέξτε Θάλασσα

Όροι χρήσης | Επικοινωνία | Ομάδα έργου

Εικόνα 3.6 Η σελίδα “Ναυτιλία” του ιστοτόπου της EMY

① Στην αρχή της σελίδας βρίσκεται ένα κείμενο σχετικά με τους οργανισμούς που παρέχουν της πληροφορίες για την Ναυτιλία. Το κείμενο αυτό δεν διαθέτει παραγραφοποίηση και παρουσιάζεται χωρίς διακριτά στοιχεία γεγονός που δυσχεραίνει την ανάγνωση [9]. Επιπλέον ο τυπικός χρήστης έχει συνηθίσει να αναζητά μετεωρολογικές πληροφορίες στο κέντρο της σελίδας.

② Ο χάρτης προγνωστικών περιοχών της Ανατολικής Μεσογείου έχει μέγεθος γραμματοσειράς 7. Το μέγεθος αυτό δυσχεραίνει τον μέσο χρήστη στην ανάγνωση του. Ωστόσο εμφανίζεται η ονομασία της περιοχής όταν κινείται το ποντίκι πάνω στα αντίστοιχα σημεία του χάρτη. Επιπλέον ο χάρτης παρουσιάζει την πληροφορία σε νέο αναδυόμενο παράθυρο.

③ Κάτω από τον χάρτη υπάρχει ένα μενού πλοήγησης που οδηγεί στην ίδια πληροφορία με τον χάρτη.

④ Στο αριστερό τμήμα της σελίδας βρίσκονται έξι σύνδεσμοι με ιδιαίτερη μορφοποίηση που δεν ακολουθεί τα δεδομένα της σχεδίασης των υπόλοιπων συνδέσμων. Ο πρώτος σύνδεσμος ανοίγει καινούργιο παράθυρο στον περιηγητή ενώ ο δεύτερος οδηγεί σε καινούργια σελίδα στο ίδιο παράθυρο.

⑤ Σε αυτό το πεδίο υπάρχουν έξι κατηγορίες συνδέσμων που οδηγούν σε πληροφορίες της σελίδας της κατηγορίας Ναυτιλία. Παρατηρείται ότι στις κατηγορίες “Χάρτες Ανέμων Επιφάνειας” και “Υψος και Διεύθυνση Κύματος” οι χρήστες έχουν την δυνατότητα επιλογής ώρας και περιοχής. Οι δύο αυτές επιλογές δεν διευκολύνουν τον χρήστη να ανασύρει πληροφορία καθώς επιλογή του ενός αναιρεί την προηγούμενη.

Μενού Πλοήγησης

The image shows a screenshot of the Hellenic National Meteorological Service (EMY) website. The main navigation bar at the top includes links for 'Πρόγνωση καιρού', 'Παλιόν καιρός', 'Κλιματολογία', 'Μετεωρολογία', and 'ΕΜΥ'. Below this, there are more specific links for 'Αεροναυτία', 'Ναυτιλία', 'Γεωργία', 'Παροχή Υπηρεσιών', and 'Ειδική Πρόσβαση'. The page is in Greek, with an 'English' link available. The main content area is divided into several sections: 'ΤΕΚΤΑΚΤΑ ΔΕΛΤΙΑ', 'Ο ΚΑΙΡΟΣ ΤΩΡΑ', 'ΠΡΟΓΝΩΣΗ ΚΑΙΡΟΥ', 'ΠΡΟΓΝΩΣΕΙΣ ΑΠΟ ΑΡΙΘΜΗΤΙΚΑ ΜΟΝΤΕΛΑ', 'ΠΡΟΓΝΩΣΕΙΣ ΘΑΛΑΣΣΩΝ', 'ΜΕΤΕΩΡΟΛΟΓΙΚΕΣ ΕΙΚΟΝΕΣ', and 'ΠΡΟΓΝΩΣΤΙΚΟΙ ΧΑΡΤΕΣ ΑΡΙΘΜΗΤΙΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ COSMO'. A red box highlights a vertical list of map-related options on the right side of the page, including 'Χάρτες Επιφανείας', 'Χάρτες Ανώτερης Ατμ. 500 hPa', 'Χάρτες Ανώτερης Ατμ. 850 hPa', 'Χάρτες Νεφοκάλυψης', 'Χάρτες Υετού', and 'Χάρτες Ανέμων επιφανείας'. A blue arrow points from the 'ΠΡΟΓΝΩΣΗ ΚΑΙΡΟΥ' section to this menu. The right side of the page also features a 'Κύρια Σελίδα / Προγνωστικοί Χάρτες' section and a 'Προγνωστικός Χάρτης Συνολικής Νεφοκάλυψης TCC: greece 2013-' map.

Εικόνα 3.7 Η μεταβολές του μενού πλοήγησης στον ιστότοπο της ΕΜΥ

Το μόνο μενού πλοήγησης που διατηρείται σταθερό σε όλη την σελίδα είναι το οριζόντιο βασικό μενού που βρίσκεται στο πάνω μέρος της σελίδας. Τα υπόλοιπα μενού πλοήγησης του ιστοτόπου δεν έχουν σταθερή μορφοποίηση. Στις κατηγορίες “Προγνώσεις Θαλασσών”, “Δορυφορική Ελλάδα” και “Προγνωστικοί Χάρτες Αριθμητικού Μοντέλου Cosmo” παρατηρείται η εναλλαγή των μενού όπως φαίνεται στην εικόνα 3.7. Τα μενού από απλές λέξεις-σύνδεσμοι μετατρέπονται σε κάθετα αναπτυσσόμενα μενού δίνοντας την δυνατότητα στον χρήστη να επιλέξει από ένα εύρος τιμών την πληροφορία που θέλει. Όμως με αυτό τον τρόπο υπάρχει ασυνέπεια στην πλοήγηση. Αυτό έρχεται σε αντίθεση με μια από τις βασικές αρχές της ευχρηστίας, αυτής για τη συνέπεια του συστήματος. Οι χρήστες δεν θα πρέπει να αναρωτιούνται αν τα δύο μενού θα οδηγήσουν στα ίδια αποτελέσματα.

3.4 Χάρτης Ιστοτόπου

Η δημιουργία ενός χάρτη για τον ιστοτόπο της ΕΜΥ βοήθησε στην μελέτη της ευχρηστίας. Έγινε η καταγραφή των σελίδων και ακολούθησε η οργάνωση τους σε ομάδες σύμφωνα με τον ιστοτόπο της ΕΜΥ. Αρχικά έγινε οργάνωση του βασικού οριζόντιου μενού που αποτελεί την πρώτη οριζόντια γραμμή με κατηγορίες. Στη συνέχεια της καταγραφής ακολούθησε το δευτερεύον μενού του ιστοτόπου που αποτελεί την δεύτερη οριζόντια γραμμή του χάρτη. Όσες σελίδες ήταν κοινές μεταξύ δυο κατηγοριών συμβολίζονται με διακεκομμένες γραμμές και καταγράφεται από κάτω η διεύθυνση τους. Επάνω από το πεδίο “Αρχική Σελίδα” βρίσκονται οι σύνδεσμοι που υπάρχουν στην αρχική σελίδα του ιστοτόπου. Όλοι οι εξωτερικοί σύνδεσμοι επισημαίνονται με ειδικά πλαίσια υπό τη μορφή κύκλου. (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΕΙΚΟΝΑ 1)

Στη συνέχεια έπειτα από επικοινωνία με την ΕΜΥ έγινε από τους ίδιους τους υπεύθυνους του ιστοτόπου η επίσημη κατάταξη της σημαντικότητας των πληροφοριών που παρέχονται. Η κατάταξη έγινε με την κλίμακα του 5, με 1 την υψηλότερη σπουδαιότητα και 5 την χαμηλότερη (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΕΙΚΟΝΑ 2). Στο σημείο αυτό πρέπει να τονιστεί ότι η βαθμολόγηση αυτή δεν έγινε με βάση την επισκεψιμότητα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

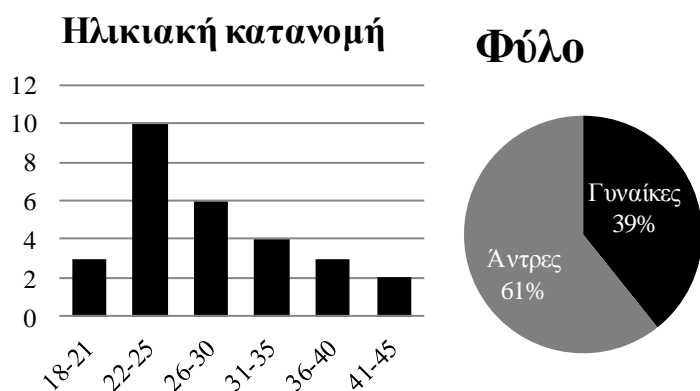
Συνεντεύξεις με χρήστες

4.1 Εισαγωγή

Η συγκεκριμένη διαδικασία συνέβαλε στην επίλυση προβλημάτων της έρευνας με ποικίλους τρόπους. Οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν χωρίς τη βοήθεια ερωτηματολογίου, είχαν δηλαδή την μορφή προσωπικής συνέντευξης. Η μορφή αυτή καθόρισε και την ποιότητα των αποτελεσμάτων καθώς εξήγαγε μεγάλο εύρος πληροφορίας. Οι ερωτώμενοι μπόρεσαν να αναπτύξουν με ελευθερία την σχέση τους με την μετεωρολογία και να εστιάσουν στις πραγματικές τους ανάγκες σχετικά με την πρόγνωση του καιρού. Επίσης μέσα από τις συνεντεύξεις φανερώθηκαν οι λόγοι που το κοινό αναζητά τις προγνώσεις βοηθώντας έτσι στην στοιχειοθέτηση μιας πιο συγκροτημένης εικόνας αναφορικά με τις απαιτήσεις του κοινού από έναν μετεωρολογικό ιστοτόπο. Πιο συγκεκριμένα οι συνεντεύξεις πέρα από την ευελιξία απαντήσεων επικεντρώνονται με προσωπικό και άμεσο τρόπο στον χρήστη και τις ανάγκες του.

Η διάρκεια των συνεντεύξεων ποικίλει από πέντε έως είκοσι λεπτά σε σύνολο 28 συνεντευξιαζόμενων. Οι ερωτώμενοι επιλέχθηκαν με κριτήριο να είναι εξοικειωμένοι με το διαδίκτυο και να χρησιμοποιούν μετεωρολογικούς ιστοτόπους για την ενημέρωσή τους. Έγινε προσπάθεια το δείγμα να είναι όσο πιο ποικιλόμορφο γίνεται. Ο στόχος αυτός δεν ήταν εύκολο να επιτευχθεί λόγω διαφόρων παραγόντων. Ένας από τους κυριότερους είναι ότι η διεξαγωγή συνεντεύξεων με ερωτώμενους σε επαγγέλματα άμεσα συνδεδεμένα με τον καιρό δεν ήταν εφικτή λόγω της φύσης της συνέντευξης. Η διεξαγωγή της δηλαδή είναι αδύνατη πέρα από το αστικό περιβάλλον λόγω του ότι πρέπει να διεξάγεται πρόσωπο με πρόσωπο.

Στο γράφημα (4.1) παρουσιάζονται τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των ερωτηθέντων.

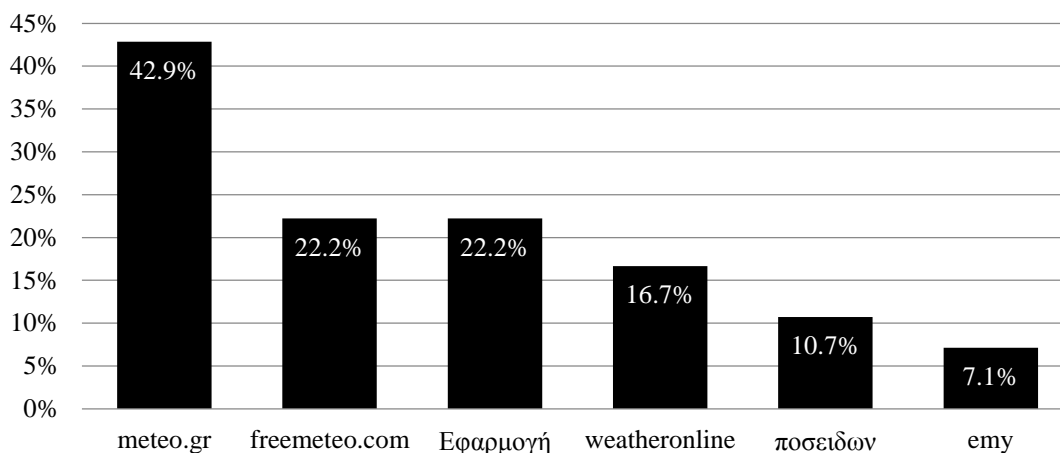


Γράφημα 4.1 Ηλικιακή και φυλετική κατανομή των συνεντευξιαζόμενων

4.2 Αποτελέσματα

Μετά το πέρας των συνεντεύξεων συγκεντρώθηκαν τα δεδομένα και ακολούθησε η συγκριτική τους ανάλυση με τελικό στόχο την εξαγωγή των αποτελεσμάτων. Τα στοιχεία που προέκυψαν συνοψίζονται ως εξής:

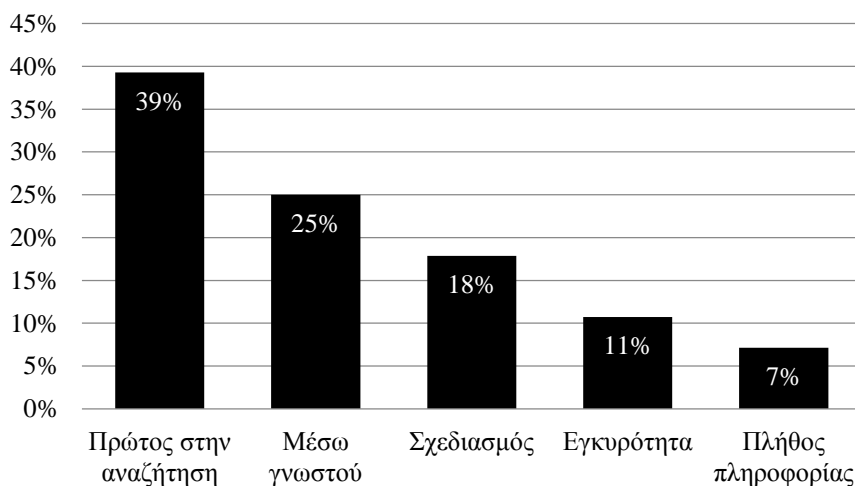
Προτιμώμενοι Ιστότοποι



Γράφημα 4.2 Προτιμώμενοι Ιστότοποι των συνεντευξιαζόμενων

Το 42, 9% των συνεντευξιαζόμενων αποκάλυψε ότι χρησιμοποιεί για την μετεωρολογική του ενημέρωση τον ιστότοπο meteo.gr είτε με απευθείας σύνδεση είτε μέσω μηχανών αναζήτησης (Γράφημα 4.2).

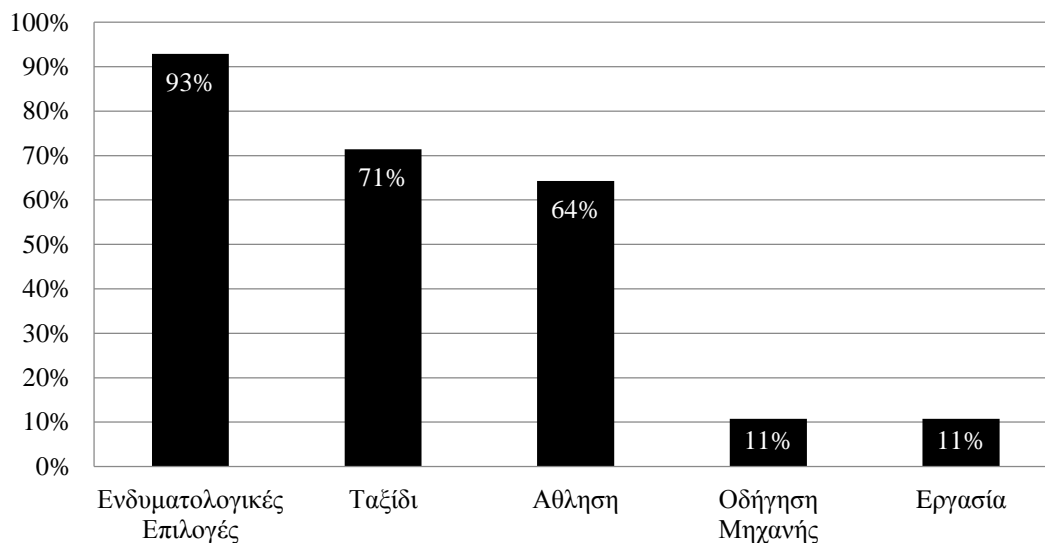
Λόγοι Προτίμησης Ιστότοπου



Γράφημα 4.3 Λόγοι προτίμησης συγκεκριμένων ιστοτόπων των συνεντευξιαζόμενων

Η συντριπτική πλειοψηφία (39%) απάντησε πως εμπιστεύεται το πρώτο αποτέλεσμα της μετεωρολογικής αναζήτησης για την ενημέρωσή του, ενώ μόλις το 11% των ερωτηθέντων επιλέγουν τον ιστότοπο με βάση την εγκυρότητα της μετεωρολογικής πληροφορίας. Το 32% των συνεντευξιαζόμενων θεώρησαν με βεβαιότητα πως το περιεχόμενο διαφορετικών μετεωρολογικών ιστοτόπων είχε την ίδια εγκυρότητα (Γράφημα 4.3).

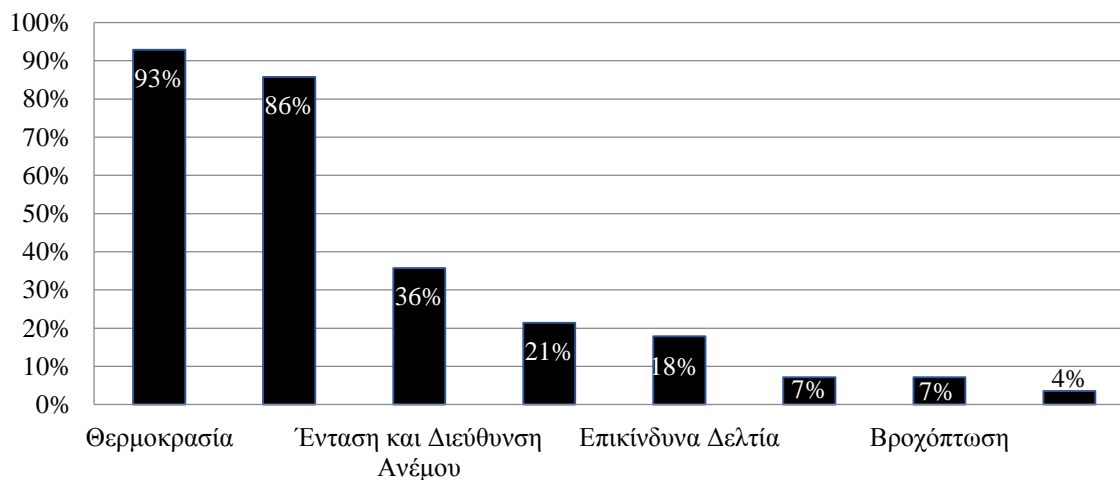
Δραστηριότητες



Γράφημα 4.5 Ποσοστά των δραστηριοτήτων των συνεντευξιαζόμενων που συνέδεαν με τον καιρό

Στο γράφημα 4.5 γίνεται η παρουσίαση των δραστηριοτήτων που οι συνεντευξιαζόμενοι θεώρησαν ως πρωταρχικό κίνητρο αναζήτησης της πρόγνωσης.

Πληροφορίες

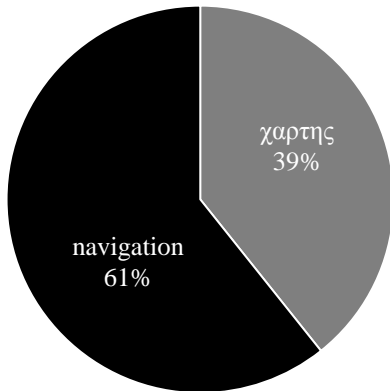


Γράφημα 4.6 Οι πληροφορίες που αναζητούν οι συνεντευξιαζόμενοι σε έναν μετεωρολογικό ιστοτόπο

Οι πληροφορίες που ενδιέφεραν κατά κύριο λόγο ήταν η θερμοκρασία (93%) τα καιρικά φαινόμενα (86%) και η ένταση και διεύθυνση του ανέμου (36%) (Γράφημα 4.6).

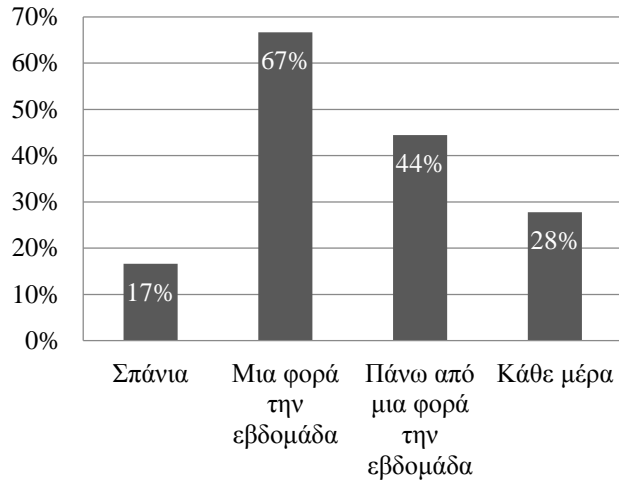
Στη συνέχεια καταγράφηκε η συχνότητα με την οποία οι χρήστες επισκέπτονταν τους μετεωρολογικούς ιστοτόπους καθώς και ο τρόπος που επέλεξαν να πλοηγηθούν στον εκάστοτε ιστότοπο (Γράφημα 4.7) (Γράφημα 4.8).

Προτίμηση Πλοήγησης



Γράφημα 4.7 Οι πληροφορίες προτίμηση πλοήγησης στον εκάστοτε ιστότοπο

Συχνότητα ενημέρωσης



Γράφημα 4.8 Συχνότητα ενημέρωσης για τον καιρό μέσω μετεωρολογικών ιστοτόπων

Το αποτέλεσμα των συνεντεύξεων έχουν πολυδιάστατες ερμηνείες όσον αφορά τις απαιτήσεις των χρηστών. Ο τρόπος λήψης της πληροφορίας αποκτά μέσα από τα δεδομένα που παρείχαν οι ερωτώμενοι διαφορετική οπτική καθώς πλέον υπάρχει η δυνατότητα αξιολόγησης κάθε στοιχείου. Τα συμπεράσματα της μελέτης λοιπόν αφορούν την αξιολόγηση των μετεωρολογικών ιστοτόπων και την δημιουργία προτάσεων ανασχεδιασμού της σελίδας της ΕΜΥ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

Πείραμα Cardsorting

5.1 Εισαγωγή και περιγραφή πειράματος

Το Cardsorting μια πειραματικής μέθοδο με επίκεντρο τον χρήστη. Κύριος στόχος του είναι αύξηση της ανιχνευσιμότητας του συστήματος. Χρησιμοποιείται είτε για τον σχεδιασμό είτε για την αξιολόγηση της αρχιτεκτονικής της πληροφορίας ενός ιστοτόπου.

Κατά τη διάρκεια του πειράματος ζητείται από τους συμμετέχοντες να ταξινομήσουν μια σειρά από καρτέλες σε ομάδες με βάση το περιεχόμενό τους. Οι καρτέλες αυτές αντιπροσωπεύουν συχνά όλη την πληροφορία ενός ιστοτόπου.

Η μέθοδος του Cardsorting δεν παρέχει την τελική δομή του ιστοτόπου, βοηθάει όμως στην επίλυση των προβλημάτων που εντοπίζονται κατά την διαδικασία σχεδιασμού της αρχιτεκτονικής πληροφορίας. Το Card Sorting βοηθάει στην επίλυση των εξής προβλημάτων:

- στον τρόπο που θέλουν να δουν οι χρήστες την ομαδοποίηση των πληροφοριών, ανάλογα με το αντικείμενο, τη διαδικασία ή τον τύπο.
- στο κατά πόσο ταιριάζουν οι ανάγκες διαφορετικών ομάδων χρηστών.
- στο πόσες πιθανές κύριες κατηγορίες υπάρχουν.
- στο πώς θα μπορούσαν να ονομαστούν οι κατηγορίες.

Η τεχνική Cardsorting βοηθάει στην κατανόηση των απαιτήσεων και των προσδοκιών των χρηστών. Η γνώση του τρόπου με τον οποίο οι χρήστες ομαδοποιούν δεδομένα συμβάλει :

- στο χτίσιμο της δομής της ιστοσελίδας
- στην επιλογή των πληροφοριών της Αρχικής Σελίδας
- στην ονοματοδοσία των κατηγοριών και της πλοήγησης.

Τύποι Cardsorting [29]:

ο Ανοιχτό CardSorting

Το ανοιχτό CardSorting είναι η διαδικασία κατά την οποία δίνονται καρτέλες στους συμμετέχοντες με το περιεχόμενο του ιστοτόπου σε τυχαία σειρά. Έπειτα ζητείται από τους συμμετέχοντες να ταξινομήσουν τις καρτέλες σε ομάδες και να τις ονομάσουν. Τα αποτελέσματα ενός ανοιχτού cardsorting είναι χρήσιμα για την δημιουργία δομών πληροφόρησης σε νέους ή υφιστάμενους ιστοτόπους και προϊόντα.

ο Κλειστό CardSorting

Το κλειστό CardSorting είναι η διαδικασία κατά την οποία οι συμμετέχοντες οργανώνουν την πληροφορία μιας ιστοσελίδας μέσα σε προκαθορισμένες κατηγορίες. Η συγκεκριμένη τεχνική είναι κατάλληλη για την προσθήκη νέας πληροφορίας σε έναν υπάρχον ιστοτόπο. Επίσης εξυπηρετεί στην αξιολόγηση της υπάρχουσας αρχιτεκτονικής πληροφορίας.

Τελικά για τον ανασχεδιασμό του ιστοτόπου της ΕΜΥ επιλέχθηκε CardSorting ανοιχτού τύπου. Έτσι δημιουργήθηκαν καρτέλες που αντιπροσωπεύουν το πλήθος των πληροφοριών του ιστοτόπου.

Στο πρώτο βήμα ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες να τοποθετήσουν τις καρτέλες σε ομάδες με νοηματική συνοχή. Στο δεύτερο βήμα τους ζητήθηκε να τις ονομάσουν. Οι συμμετέχοντες είχαν την δυνατότητα να δημιουργήσουν υποομάδες εντός των ευρύτερων ομάδων. Κάθε καρτέλα μπορούσε να συμπεριληφθεί σε μια μόνο ομάδα και δεν υπήρχε η δυνατότητα ο χρήστης να αφήσει καρτέλες εκτός ομάδων. Δόθηκε η ελευθερία στους χρήστες να δημιουργήσουν όσο μεγάλο πλήθος ομάδων και καρτελών ήθελαν. Το πείραμα πραγματοποιήθηκε με σκοπό να απαντηθούν τα εξής ερωτήματα:

- Το νοητικό μοντέλο σύμφωνα με το οποίο οι χρήστες κατατάσσουν τις καρτέλες σε ομάδες.
- Ποιες καρτέλες μπερδευαν τους χρήστες λόγω τις εξειδικευμένης ορολογίας στην ονομασία τους.
- Ποιες καρτέλες οι χρήστες δυσκολεύτηκαν να κατατάξουν σε κάποια κατηγορία, παρόλο που καταλάβαιναν την πληροφορία που αντιπροσώπευαν

Έγινε η χρήσης προγράμματος CardSorting για την απλούστευση και επίσπευση της διαδικασίας αντί του παραδοσιακού cardsorting με φυσικές καρτέλες.

Δοκιμάστηκαν αρκετά διαδικτυακά εργαλεία και επιλέχθηκε η εφαρμογή XSort. Η XSort είναι μια δωρεάν εφαρμογή cardsorting σχεδιασμένη για λειτουργικό OS [30]. Η επιλογή της XSort έγινε διότι αποτελεί την μοναδική εφαρμογή που επιτρέπει την δημιουργία υποομάδων, παρέχει αναλυτικά αποτελέσματα και δίνει τη δυνατότητα έκδοσης αναφορών. Επιπλέον δεν έχει κάποιο όριο ως προς τον αριθμό συμμετεχόντων και το γραφικό περιβάλλον θυμίζει αρκετά το παραδοσιακό cardsorting πράγμα που θεωρείται σημαντικό για την αξιοπιστία των αποτελεσμάτων.

Στην έρευνα συμμετείχαν 22 άτομα και τους ζητήθηκε να κατηγοριοποιήσουν 47 καρτέλες. Κριτήριο επιλογής ήταν η μη εξοικείωση των χρηστών με τον ιστότοπο της ΕΜΥ. Με τον όρο «μη εξοικειωμένοι χρήστες» νοούνται άτομα που δεν χρησιμοποιούν σταθερά τον ιστότοπο για την μετεωρολογική ενημέρωσή τους. Ο λόγος που τέθηκε αυτό το κριτήριο ήταν ο ανασχεδιασμός του ιστοτόπου ώστε να απευθύνεται στο ευρύ κοινό.

Στο πείραμα δεν συμπεριλήφθηκαν οι σελίδες που ανήκουν στις κατηγορίες “Μετεωρολογία”, “ΕΜΥ” και “Παροχή Υπηρεσιών” του ιστοτόπου για αποφυγή



επιβάρυνσης του πειράματος.

Γράφημα 4.2 Φυλετική και ηλικιακή κατανομή του δείγματος στο πείραμα CardSorting

Στην συνέχεια χρησιμοποιώντας της δυνατότητες clustering analysis που διαθέτει το πρόγραμμα αναζητήσαμε από τους διαθέσιμους αλγόριθμους (single linkage, complete linkage and average linkage) αυτόν που ευνοούσε την σύγκλιση των αποτελεσμάτων. Αυτός

ήταν ο αλγόριθμος Complete Linkage με χρήση των υποομάδων. Επιπλέον μελετήσαμε εκ νέου την ομαδοποίηση που έκαναν οι συμμετέχοντες ώστε να αποκλείσουμε τυχόν ακραίες κατηγοριοποιήσεις. Έτσι τελικά λήφθηκαν υπόψη 20 συμμετοχές από τις 22 αρχικές.

5.2 Αποτελέσματα πειράματος Cardsorting

Παρατηρήθηκε ότι οι συμμετέχοντες κατέτασσαν τις καρτέλες σε κατηγορίες με τους εξής τρόπους:

- Κατηγοριοποίηση βάση δραστηριοτήτων. Δημιουργήθηκαν ομάδες με κριτήριο τις δραστηριότητες που ενδεχομένως θα είχαν οι χρήστες του ιστοτόπου. Όπως «Αεροπορία», «Γεωργία».
- Γεωγραφική κατηγοριοποίηση. Οι καρτέλες που περιείχαν ονόματα τόπων έμπαιναν στις ίδιες ομάδες. Δημιουργήθηκαν ξεχωριστές κατηγορίες για την Ευρώπη και την Ελλάδα
- Κατηγοριοποίηση με βάση το όνομα της καρτέλας. Οι συμμετέχοντες στις περιπτώσεις που δεν γνώριζαν την σημασία των καρτελών τις ομαδοποιούσαν σύμφωνα με τον τίτλο τους, για παράδειγμα οι καρτέλες «Επιφάνεια» και «Άνεμος Επιφάνειας» ομαδοποιούνταν μαζί. Η κατηγοριοποιούσαν καρτέλες με βάση τις πληροφορίες στις παρενθέσεις των τίτλων τους, για παράδειγμα οι καρτέλες με την παρένθεση (χάρτης).
- Κατηγοριοποίηση με βάση τα στοιχεία της φύσης. Ένα μέρος των συμμετεχόντων δημιούργησαν τις ομάδες «γη», «νερό/ θάλασσα» και «αέρας» και στην συνέχεια προσπάθησαν να εντάξουν τις καρτέλες .

Επίσης οι συμμετέχοντες χρησιμοποιούσαν ένα συνδυασμό των παραπάνω τρόπων και δημιουργούσαν ξεχωριστές ομάδες για όσες καρτέλες δεν γνώριζαν την σημασία τους.

Καρτέλες που δυσκόλεψαν τους χρήστες:

1. **Υετός.** Κανένας από τους χρήστες δεν γνώριζε την σημασία της λέξης. Έπειτα από επεξήγηση του όρου προτάθηκαν από τους συμμετέχοντες οι ακόλουθες ονομασίες:
 - Χιονοπτώσεις- Βροχοπτώσεις
 - Χάρτης Βροχής
 - Κατακρημνίσεις
2. **Μετεωγράμματα.** Όπως και στην περίπτωση του Υετού, οι χρήστες δεν γνώριζαν την σημασία της λέξης. Οι συμμετέχοντες ωστόσο που κατανοούσαν την πληροφορία αντιλαμβάνονταν την χρησιμότητα της και έδωσαν τις παρακάτω εναλλακτικές ονομασίες:
 - Πρόγνωση καιρού
 - Διαγράμματα πρόγνωσης
 - Καιρικό Διάγραμμα
 - Συγκεντρωτικό γράφημα καιρού
3. **Καρτέλες που χαρακτηρίστηκαν από τους συμμετέχοντες ως πολύ εξειδικευμένες:**
 - Κλιματικό Δελτίο
 - Αγρομετεωρολογικό Δελτίο
 - Άνεμοι Επιπέδων 050 – 390 FL
 - Ηλεκτρικές Εκκενώσεις
 - Navtex

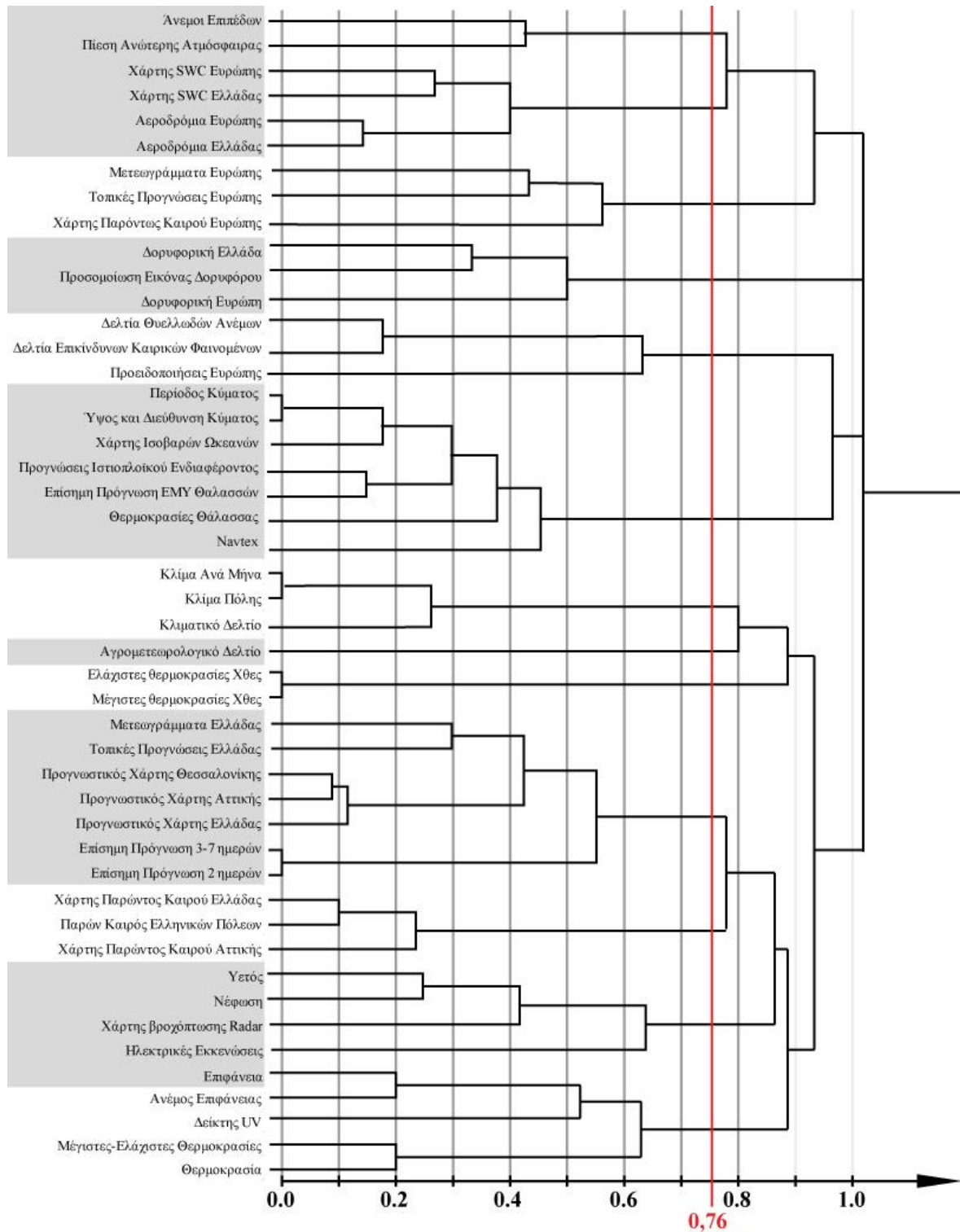
- ο Χάρτες Radiofascimile
4. Δορυφορική Ελλάδα/Ευρώπη, Προσομοίωση Εικόνας Δορυφόρου. Οι συμμετέχοντες πολύ συχνά δεν καταλάβαιναν την διαφορά μεταξύ αυτών των δύο καρτελών.

Μέσω του πειράματος CardSorting δημιουργήθηκαν 12 κύριες ομάδες. Αυτές είναι:

ΑΕΡΟΠΟΡΙΑ	ΕΠΙΚΙΝΔΥΝΑ ΚΑΙΡΙΚΑ ΦΑΙΝΟΜΕΝΑ	ΚΛΙΜΑ	ΠΑΡΩΝ ΚΑΙΡΟΣ
Άνεμοι Επιπέδων 050 - 390 FL	Δελτία Θυελλωδών Ανέμων	Κλίμα Ανά Μήνα	Χάρτης Παρόντος Καιρού Ελλάδας
Χάρτης SWC Ευρώπης	Δελτία Επικίνδυνων Καιρικών Φαινομένων	Κλίμα Πόλης	Παρόν Καιρός Ελληνικών Πόλεων
Χάρτης SWC Ελλάδας	Προειδοποιήσεις Ευρώπης	Κλιματικό Δελτίο	Χάρτης Παρόντος Καιρού Αττικής
Αεροδρόμια Ευρώπης	ΘΑΛΑΣΣΕΣ	ΓΕΩΡΓΟΙ	ΒΡΟΧΕΣ
Αεροδρόμια Ελλάδας	Περίοδος Κύματος	Αγρομετεωρολογικό Δελτίο	Υετός
Πίεση Ανώτερης Ατμόσφαιρας 850 - 500 HPA	Υψος και Διεύθυνση Κύματος	ΧΤΕΣ	Νέφωση
ΕΥΡΩΠΗ	Χάρτης Ισοβαρών Ωκεανών (Radiofascimile)	Ελάχιστες θερμοκρασίες Χθες	Χάρτης βροχόπτωσης Radar
Μετεωγράμματα Ευρώπης	Προγνώσεις Ιστιοπλοϊκού Ενδιαφέροντος	Μέγιστες θερμοκρασίες Χθες	Ηλεκτρικές Εκκενώσεις
Τοπικές Προγνώσεις Ευρώπης	Δελτίο Θαλασσών	ΠΡΟΓΝΩΣΗ	ΧΑΡΤΕΣ ΠΡΟΓΝΩΣΗΣ
Χάρτης Παρόντος Καιρού Ευρώπης	Θερμοκρασίες Θαλάσσιες	Μετεωγράμματα Ελλάδας	Επιφάνεια
ΔΟΡΥΦΟΡΟΙ	Navtex	Τοπικές Προγνώσεις Ελλάδας	Ανέμος Επιφάνειας
Δορυφορική Ελλάδα		Προγνωστικός Χάρτης Θεσσαλονίκης	Δείκτης UV
Προσομοίωση Εικόνας Δορυφόρου		Προγνωστικός Χάρτης Αττικής	Μέγιστες Ελάχιστες Θερμοκρασίες
Δορυφορική Ευρώπη		Προγνωστικός Χάρτης Ελλάδας	Θερμοκρασία
		Επίσημη Πρόγνωση 3-7 ημερών	
		Επίσημη Πρόγνωση 2 ημερών	

Εικόνα 5.1 Αποτελέσματα πειράματος CardSorting

Η ομαδοποίηση των καρτελών σε κατηγορίες προέκυψε από το διάγραμμα ομαδοποίησης (Cluster Tree). (Εικόνα 5.2)



Εικόνα 5.2 Cluster Tree του πειράματος CardSorting

Το διάγραμμα ομαδοποίησης δημιουργήθηκε μέσω του προγράμματος XSort με την χρήση του αλγορίθμου Complete Linkage. Στο διάγραμμα παρουσιάζονται οι συσχετίσεις μεταξύ των καρτελών του πειράματος, από τις δυνατές προς αδύναμες από τα αριστερά προς τα δεξιά.

Έγινε επιλογή της τιμής συσχέτισης 0,766 σύμφωνα με τον αριθμό των ομάδων που περιείχαν καρτέλες νοηματικά σχετιζόμενες. Αυτό σηματοδοτεί ότι το 76,6% των συμμετεχόντων τοποθέτησαν τις καρτέλες σε αυτές τις κατηγορίες

Η ονομασία των κατηγοριών έγινε με βάση τις προτεινόμενες ονομασίες που δόθηκαν από τους συμμετέχοντες του πειράματος.

Διατηρώντας την ομαδοποίηση των πληροφοριών που προέκυψε από το πείραμα CardSorting σχεδιάστηκε ο καινούργιος χάρτης του ιστοτόπου της ΕΜΥ (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΕΙΚΟΝΑ 3).

Οι κατηγορίες “Ελλάδα”, “Ευρώπη”, “Χάρτες Πρόγνωσης”, “Χάρτες Καιρού”, “Δορυφόροι” και “Γεωργοί” ενώθηκαν σε ευρύτερες κατηγορίες έχοντας υπόψη τα νοητικά μοντέλα κατηγοριοποίησης των χρηστών. Τέλος, οι καρτέλες με παρεμφερές περιεχόμενο, που εν δυνάμει θα μπορούσαν να συγχωνευτούν σε μια κοινή σελίδα, ενώθηκαν εντός κόκκινου πλαισίου.

5.3 Σύγκριση αποτελεσμάτων CardSorting και δομής EMY

Από τις 12 κατηγορίες που προέκυψαν μέσω του πειράματος CardSorting, οι τέσσερις κατηγορίες έμοιαζαν σε μεγάλο βαθμό. Στην εικόνα (5.3) παρουσιάζονται οι κατηγορίες της EMY με κόκκινο χρώμα και δίπλα με μπλε χρώμα οι ομάδες του CardSorting.

Card Sorting	EMY	Card Sorting	EMY
ΠΡΟΓΝΩΣΗ	ΠΡΟΓΝΩΣΗ ΚΑΙΡΟΥ	ΘΑΛΑΣΣΕΣ	ΝΑΥΤΙΑΙΑ
Μετεωγράμματα Ελλάδας	(Οριζόντια πλοήγηση)	Περίοδος Κύματος	Περίοδος Κύματος
Τοπικές Προγνώσεις Ελλάδας	Τοπικές Προγνώσεις Ευρώπης	Ύψος και Διεύθυνση Κύματος	Ύψος και Διεύθυνση Κύματος
Προγνωστικός Χάρτης Θεσσαλονίκης	Τοπικές Προγνώσεις Ελλάδας	Χάρτης Ισοβαρών Ωκεανών (Radiofascimile)	Χάρτης Ισοβαρών Ωκεανών (Radiofascimile)
Προγνωστικός Χάρτης Αττικής	ΠΡΟΓΝΩΣΗ ΚΑΙΡΟΥ	Προγνώσεις Ιστοπλοϊκού Ενδιαφέροντος	Προγνώσεις Ιστοπλοϊκού Ενδιαφέροντος
Προγνωστικός Χάρτης Ελλάδας	(Κάθετη πλοήγηση)	Δελτίο Θαλασσών	Δελτίο Θαλασσών
Επίσημη Πρόγνωση 3-7 ημερών	Επίσημη Πρόγνωση 3-7 ημερών	Θερμοκρασίες Θάλασσας	Θερμοκρασίες Θάλασσας
Επίσημη Πρόγνωση 2 ημερών	Επίσημη Πρόγνωση 2 ημερών	Navtex	Navtex
	Υπάρχουν συνδέσμοι προς τις σελίδες Μετεωγραμμάτων Ευρώπης και Ελλάδας		Ανέμος Επιφάνειας
ΑΕΡΟΠΟΡΙΑ	ΑΕΡΟΝΑΥΤΙΑΙΑ	ΕΠΙΚΙΝΔΥΝΑ ΚΑΙΡΙΚΑ ΦΑΙΝΟΜΕΝΑ	ΕΚΤΑΤΑ ΔΕΛΤΙΑ
Ανεμοί Επιπέδων 050 - 390 FL	Ανεμοί Επιπέδων 050 - 390 FL	Δελτία Θυελλωδών Ανέμων	Δελτία Θυελλωδών Ανέμων
Χάρτης SWC Ευρώπης	Χάρτης SWC Ευρώπης	Δελτία Επικίνδυνων Καιρικών Φαινομένων	Δελτία Επικίνδυνων Καιρικών Φαινομένων
Χάρτης SWC Ελλάδας	Χάρτης SWC Ελλάδας	Προειδοποιήσεις Ευρώπης	
Αεροδρόμια Ευρώπης	Αεροδρόμια Ευρώπης		
Αεροδρόμια Ελλάδας	Αεροδρόμια Ελλάδας		
Πίεση Ανώτερης Ατμόσφαιρας 850 - 500 HPA			

Εικόνα 5.3 Ομοιότητες αποτελεσμάτων πειράματος CardSorting με αντίστοιχες σελίδες της EMY

Οι κατηγορίες της εικόνα (5.4) προέκυψαν ακριβώς ίδιες με τις αντίστοιχες κατηγορίες του ιστοτόπου της ΕΜΥ

ΠΑΡΩΝ ΚΑΙΡΟΣ	ΚΑΙΜΑ	ΓΕΩΡΓΟΙ	ΧΤΕΣ
Χάρτης Παρόντος Καιρού Ελλάδας	Κλίμα Ανά Μήνα	Αγρομετεωρολογικό Δελτίο	Ελάχιστες θερμοκρασίες Χθες
Παρών Καιρός Ελληνικών Πόλεων	Κλίμα Πόλης		Μέγιστες θερμοκρασίες Χθες
Χάρτης Παρόντος Καιρού Αττικής	Κλιματικό Δελτίο		

Εικόνα 5.4 Πανομοιότητες κατηγορίες των αποτελεσμάτων CardSorting και του ιστότοπου της ΕΜΥ

Και για τις τέσσερις κατηγορίες της εικόνας (5.5) του cardsorting δεν βρέθηκαν αντιστοιχίες στον ιστότοπο της ΕΜΥ.

ΔΟΡΥΦΟΡΟΙ	ΕΥΡΩΠΗ	ΒΡΟΧΕΣ	ΧΑΡΤΕΣ ΠΡΟΓΝΩΣΗΣ
Δορυφορική Ελλάδα	Μετεωγράμματα Ευρώπης	Υετός	Επιφάνεια
Προσομοίωση Εικόνας Δορυφόρου	Τοπικές Προγνώσεις Ευρώπης	Νέφωση	Ανέμος Επιφάνειας
Δορυφορική Ευρώπη	Χάρτης Παρόντος Καιρού Ευρώπης	Χάρτης βροχόπτωσης Radar	Δείκτης UV
		Ηλεκτρικές Εκκενώσεις	Μέγιστες Ελάχιστες θερμοκρασίες
			Θερμοκρασία

Εικόνα 5.5 Κατηγορίες που προέκυψαν από το πείραμα CardSorting και δεν έχουν αντιστοιχίες με τον ιστότοπο της ΕΜΥ

Στο πείραμα δεν συμπεριλήφθηκαν οι σελίδες που ανήκουν στις κατηγορίες “Μετεωρολογία”, “ΕΜΥ” και “Παροχή Υπηρεσιών” του ιστοτόπου. (Δες sitemap ιστοτόπου).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

Σχεδιαστικές Οδηγίες

6.1 Εισαγωγή

Πρωταρχικός στόχος της έρευνας ήταν η έκδοση σχεδιαστικών οδηγιών που θα δώσουν τις κατευθύνσεις πάνω στις οποίες θα στηριχθεί ο νέος σχεδιασμός του ιστοτόπου. Βασική απαίτηση του ανασχεδιασμού αποτελεί η παρουσίαση των μετεωρολογικών πληροφοριών με εύκολα προσβάσιμο τρόπο για απλούς και εξειδικευμένους χρήστες. Πάνω σε αυτή την απαίτηση στηρίχθηκε ο επανασχεδιασμός του χάρτη του ιστοτόπου και ο καθορισμός των μενού πλοήγησης και των στοιχείων που θα περιλαμβάνει. Αρχικά θα παρουσιαστούν οι γενικές αρχές στις οποίες προτείνεται να στηριχθεί ο νέος σχεδιασμός του ιστοτόπου και στην συνέχεια τα ειδικότερα στοιχεία που θα περιλαμβάνει.

6.2 Γενικές αρχές ανασχεδιασμού του ιστοτόπου της ΕΜΥ

Μέγεθος Ιστοτόπου

Το μέγιστο πλάτος ιστοτόπου πρέπει να είναι 960 pixel. Το μέγεθος αυτό προέκυψε λαμβάνοντας υπόψη τα δημοφιλέστερα μεγέθη οθόνης. Στόχος είναι η ιστοσελίδα να εμφανίζεται πλήρης σε όσο το δυνατόν μεγαλύτερο εύρος οθονών (επιτραπέζιοι και φορητοί υπολογιστές). Λαμβάνοντας υπόψη τα ευρέως χρησιμοποιούμενα μεγέθη οθονών επιλέχθηκε το μέγιστο πλάτος των 960 pixel. Αντίστοιχα το μέγιστο ύψος ιστοτόπου πριν την κύλιση πρέπει να είναι 700 pixel.

Κατευθυντήριες γραμμές του ανασχεδιασμού

- Ο σχεδιασμός του ιστοτόπου πρέπει να διέπεται από σχεδιαστική λιτότητα, δηλαδή να υπάρχει εξισορρόπηση όγκου πληροφοριών με μινιμαλιστική σχεδίαση. Ένα φορτωμένο περιβάλλον χρήσης κουράζει και αποπροσανατολίζει τον χρήστη.
- Η πληροφορία θα πρέπει να είναι ευανάγνωστη και κατανοητή. Τόσο οι γραμματοσειρές όσο και τα γραφικά στοιχεία θα πρέπει να είναι εύκολα στην ανάγνωση ώστε να καλύπτουν ένα μεγάλο πληθυσμιακό εύρος. Θα πρέπει να αποφεύγεται η χρήση συνεχόμενων κειμένων.
- Οι μετεωρολογικές πληροφορίες θα πρέπει να καλύπτουν το μεγαλύτερο ποσοστό της αρχικής σελίδας. Ο βασικός σκοπός της αρχικής σελίδας ενός ιστοτόπου είναι να παρέχει πληροφορία στους χρήστες και συνδέσμους για επιπλέον πληροφορίες που διαθέτει ο ιστοτόπος. Οι χρήστες του διαδικτύου κινούνται αποκλειστικά με βάση τον στόχο τους, αν μια σελίδα δεν φαίνεται να τους ικανοποιεί μέσα σε 1-2 λεπτά προχωρούν στην επόμενη.
- Ο σχεδιασμός της πλοήγησης θα πρέπει να είναι τέτοιος ώστε να επιτρέπει στον χρήστη να επανέλθει στο αρχικό μενού σε περίπτωση λάθους επιλογής. Η πλοήγηση θα πρέπει να έχει ενιαία σχεδίαση σε όλο τον ιστοτόπο.

6.3 Ανασχεδιασμός του χάρτη του ιστοτόπου της ΕΜΥ

Επιλέχθηκε κατηγοριοποίηση με βάση τις δραστηριότητες και τα ενδιαφέροντα του κοινού ώστε ο καινούργιος ιστότοπος να διευκολύνει το απλό κοινό χωρίς να αποκλείει τους εξειδικευμένους χρήστες. Έτσι διαμορφώθηκε νέος χάρτης ιστοτόπου σύμφωνα με τις νέες απαιτήσεις (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΕΙΚΟΝΑ 4). Οι βασικές κατηγορίες του χάρτη ιστοτόπου αποτελούν και τις κατηγορίες του βασικού μενού πλοήγησης. Αναλυτικά αυτές είναι:

- **Καιρός:** περιλαμβάνει όλες τις πληροφορίες που αναζητεί η πλειονότητα των χρηστών, όπως παρατηρήθηκε στις συνεντεύξεις και στις μελέτες επισκεψιμότητας των ιστοτόπων.
- **Εξειδικευμένες Προγνώσεις:** απευθύνεται σε χρήστες που αναζητούν εξειδικευμένο περιεχόμενο λόγω της ενασχόλησής τους με τη ναυσιπλοΐα, την αεροπορία και τη μετεωρολογία.
- **Κλιματολογία:** περιλαμβάνει κλιματικές πληροφορίες σε μορφή πινάκων και στατιστικά χαρακτηριστικά κλιματικών στοιχείων της επικράτειας.
- **Μετεωρολογία:** Περιλαμβάνει πληροφορίες για την επιστήμη της Μετεωρολογίας
- **Παροχή Υπηρεσιών:** περιλαμβάνει μετεωρολογικά δεδομένα και πιστοποιητικά που παράγει η ΕΜΥ είτε δωρεάν είτε έναντι αντιτίμου.
- **ΕΜΥ:** Πληροφορίες για τον οργανισμό, ιστορικά στοιχεία, ερευνητικές δραστηριότητες συνεργασίες και δημοσιεύσεις.

6.4 Διαμόρφωση στοιχείων αρχικής σελίδας Μενού Πλοήγησης

Όπως φαίνεται και από τον χάρτη του ιστοτόπου, το βασικό μενού πλοήγησης αποτελείται από τρία επίπεδα πλοήγησης. Η χρήση οριζόντιου μενού πλοήγησης επιλέχθηκε για τους εξής λόγους [31]:

- Εξοικονόμηση χώρου: Για να διασφαλιστεί μέσα στον ιστότοπο ένας μεγάλος διαδραστικός χάρτης και να δημιουργηθεί παράλληλα ένα πεδίο εξατομίκευσης έγινε η χρήση οριζόντιου μενού καθώς εξοικονομούσε χώρο.
- Προτεραιότητα κατηγορίας: Στο οριζόντιο μενού πλοήγησης οι κατηγορίες έχουν διαφορετική βαρύτητα σε αντίθεση με το κάθετο μενού πλοήγησης όπου όλες οι κατηγορίες έχουν την ίδια βαρύτητα. Οι χρήστες τείνουν να προσέχουν παραπάνω τα στοιχεία που βρίσκονται στο αριστερό σημείο της σελίδας. Στον ιστότοπο της ΕΜΥ οι χρήστες αναζητούν κυρίως προγνωστικές πληροφορίες, το οριζόντιο μενού δίνει την ευχέρεια στον χρήστη να βρίσκει από την πρώτη στιγμή αυτό που θέλει χωρίς να χρειάζεται να διαβάσει τις υπόλοιπες κατηγορίες του ιστότοπου.

Επικίνδυνα καιρικά φαινόμενα

Οι ειδοποιήσεις είναι μια από τις πιο σημαντικές μετεωρολογικές πληροφορίες για τις οποίες πρέπει να διασφαλίζει ότι θα ενημερώνεται ο χρήστης. Συνεπώς οι ειδοποιήσεις για «Δελτία Επικίνδυνων καιρικών φαινομένων» και «Δελτία θυελλωδών ανέμων» πρέπει να βρίσκονται σε εύληπτα σημεία στην σελίδα. Ένας τρόπος να επιτευχθεί αυτό είναι με την χρήση μπάρας ενημέρωσης όπου θα φαίνονται οι περιοχές που εμφανίζονται τα επικίν-

δυνα καιρικά φαινόμενα μαζί με μια σύντομη περιγραφή τους ώστε να ενημερώνονται άμεσα όλοι οι επισκέπτες του ιστοτόπου. Όταν δεν θα υπάρχουν επικίνδυνα καιρικά φαινόμενα θα εμφανίζεται κατάλληλο μήνυμα.

Πεδίο αναζήτησης

Το πεδίο αναζήτησης είναι αυτό στο οποίο ανατρέχουν οι χρήστες όταν δυσκολεύονται με την πλοήγηση της σελίδας ή δεν έχουν να διαθέσουν τον χρόνο να κατανοήσουν τον τρόπο πλοήγησης για την αναζήτηση πόλεων. Είναι σημαντικό να βρίσκεται στην καθιερωμένη θέση και να είναι εύκολα αναγνωρίσιμο από τους χρήστες, να αναγνωρίζει σφάλματα και να παρουσιάζει προτεινόμενα αποτελέσματα από το πρώτο γράμμα. Θα πρέπει επίσης να υπάρχουν κατάλληλες νύξεις ώστε να καταλαβαίνει ο χρήστης τι να εισάγει.

Διαδραστικός χάρτης

Οι χρήστες τείνουν να αγνοούν μπάρες πλοήγησης που δυσκολεύονται να χρησιμοποιήσουν ή που δεν αναγνωρίζουν την ταξινόμηση των κατηγοριών με την πρώτη ματιά. Ένας διαδραστικός χάρτης μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως πλοήγηση δύο επιπέδων χωρίς να μπερδεύει τους χρήστες και να τους αναγκάζει να αναζητούν την περιοχή για την οποία ενδιαφέρονται μέσα από λίστες πόλεων. Επιπλέον προσφέρει μια επισκόπηση του καιρού που επικρατεί στην χώρα. Τέλος πολλά δεδομένα που διαθέτει ο ιστοτόπος αποδίδονται καλύτερα με γραφικό τρόπο, συνεπώς υπάρχει η δυνατότητα να εμφανίζονται υπό μορφή layer πάνω στον ήδη υπάρχον χάρτη. Σε κάθε layer θα πρέπει να υπάρχει η δυνατότητα να μεγεθύνει ο χάρτης με ειδικό κουμπί και θα έχει σύντομο υπόμνημα. Με τα layers δίνεται η δυνατότητα στον χρήστη να έχει τον έλεγχο της πληροφορίας και να την μεταβάλει ανάλογα με τις ανάγκες του.

Στην αρχική σελίδα επιλέχθηκαν πέντε διαφορετικά layers για τον αρχικό χάρτη. Αυτά είναι:

- **Καιρός.** Αυτό το layer αποτελεί το αρχικό προκαθορισμένο layer του ιστοτόπου. Παρουσιάζει της θερμοκρασίες και τις καιρικές συνθήκες στις μεγαλύτερες πόλεις της επικράτειας καθώς και την ένταση και κατεύθυνση των ανέμων στις θάλασσες. Ο χάρτης είναι χωρισμένος σε νομούς και έτσι ο χρήστης θα επιλέγει πρώτα τον νομό που τον ενδιαφέρει και έπειτα την πόλη. Το ίδιο θα ισχύει και στις θάλασσες και παράλληλα με την επιλογή του ο ιστοτόπος θα τον μεταφέρει στην κατηγορία “Ναυτιλία” για περισσότερες πληροφορίες. Ο χάρτης θα είναι σταθερός σε όλες τις επιλογές των κατηγοριών “Καιρός” και “Εξειδικευμένες Προγνώσεις”. Η κατηγορία καιρός θα περιλαμβάνει ενωμένους του παρακάτω χάρτες:
 - Προγνωστικός Χάρτης Θεσσαλονίκης
 - Προγνωστικός Χάρτης Αττικής
 - Προγνωστικός Χάρτης Ελλάδας και Χάρτης Παρόντος Καιρού Ευρώπης
 - Χάρτης Παρόντος Καιρού Ελλάδας
 - Χάρτης Παρόντος Καιρού Αττικής
 - Άνεμος Επιφάνειας
- **Θερμοκρασία.** Το layer “Θερμοκρασία” περιλαμβάνει τους εξής χάρτες:
 - Μέγιστες Ελάχιστες Θερμοκρασίες
 - Θερμοκρασία
- **UV**

- Δορυφόρος. Περιλαμβάνει τους παρακάτω χάρτες:
 - ο Δορυφορική Ελλάδα και Δορυφορική Ευρώπη
 - ο Προσομοίωση Εικόνας Δορυφόρου

Πλαίσιο Πρόγνωσης

Δεξιά του χάρτη θα υπάρχει πλαίσιο στο οποίο θα περιέχονται όλες οι αναλυτικές πληροφορίες πρόγνωσης και το οποίο θα λειτουργεί παράλληλα με τον διαδραστικό χάρτη (δηλαδή θα αντικατοπτρίζει τις ίδιες ώρες, περιοχές κλπ.) Στο επάνω μέρος αυτού του πλαισίου θα βρίσκονται επιλεγμένες “αγαπημένες” περιοχές των χρηστών για γρήγορη πλοήγηση. Αυτές θα είναι τουλάχιστον 4. Η πρώτη περιοχή θα είναι η περιοχή από την οποία συνδέεται ο χρήστης και θα είναι και η προκαθορισμένη. Θα παρέχει τις πληροφορίες του παρόντος καιρού και της πρόγνωσης επόμενων ημερών. Ο χρήστης θα πρέπει να μπορεί να πλοηγείται με ευκολία στην ημερομηνία και ώρα πρόγνωσης που επιθυμεί. Το πεδίο είναι χωρισμένο σε 2 επίπεδα. Σε πρώτο επίπεδο παρουσιάζεται ο παρών καιρός αναλυτικά με τις πληροφορίες θερμοκρασίας, καιρού, υγρασίας έντασης και κατεύθυνσης ανέμου. Δίπλα παρουσιάζεται η πρόγνωση για τις επόμενες ώρες τις ίδιας ημέρας. Σε δεύτερο επίπεδο (ακριβώς κάτω από το πρώτο) παρουσιάζεται η πρόγνωση των επόμενων ημερών της εβδομάδας. Όταν ο χρήστης επιλέγει πρόγνωση το πλαίσιο μεγαλώνει και γραπτώς την πρόγνωση.

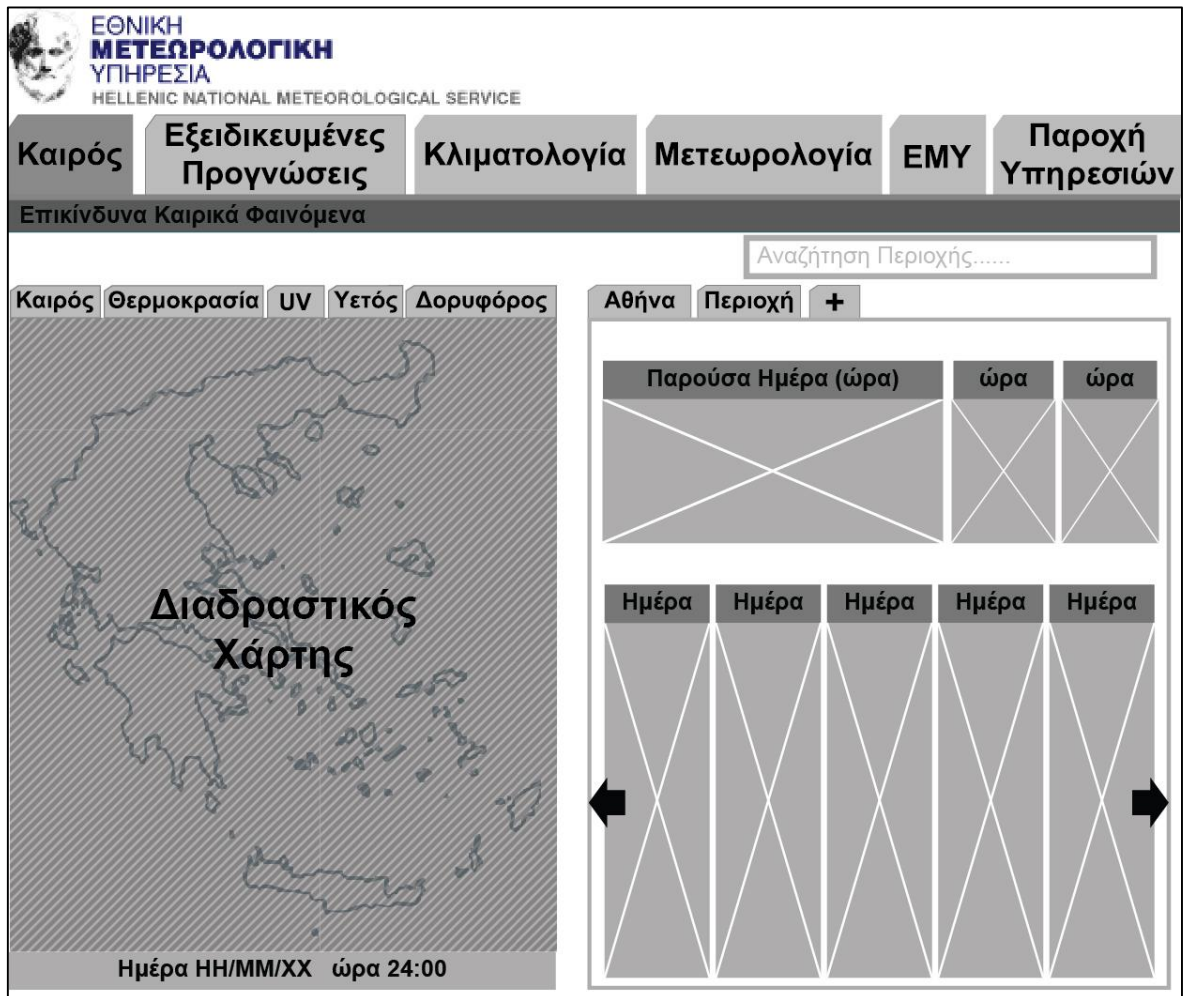
Οι χρήστες πρέπει να έχουν την δυνατότητα να μεταβάλλουν τις μονάδες μέτρησης της θερμοκρασίας και της έντασης του ανέμου στην σελίδα. Ένα κουμπί ρυθμίσεων στο πλαίσιο μπορεί να προσφέρει αυτή την δυνατότητα. Αυτό το χαρακτηριστικό είναι απαραίτητο όταν ένας ο μετεωρολογικός ιστότοπος απευθύνεται στον εξειδικευμένο και στον απλό χρήστη. Πρέπει συνεπώς να μπορεί να παρέχει την πληροφορία με διαφορετικούς τρόπους.

Σύνδεσμοι που πρέπει να βρίσκονται στην αρχική σελίδα αλλά κάτω από την κύλιση:

- Προγνώσεις Θαλασσών
Οι προγνώσεις Θαλασσών αποτελούν σελίδα μεγάλου ενδιαφέροντος των χρηστών όπως προέκυψε από τις προσωπικές συνεντεύξεις που διεξάχθηκαν. Έτσι είναι απαραίτητο να υπάρχει σύνδεσμος γρήγορης πρόσβασης στην αρχική σελίδα όπου θα μεταφέρει τον χρήστη στην κατηγορία “Ναυτιλία”.
- Μετεωγράμματα
Τα μετεωγράμματα προσφέρουν έναν γραφικό τρόπο αναπαράστασης της χρονικής μεταβολής των καιρικών συνθηκών. Τα πέντε διαφορετικά Μετεωγράμματα του αρχικού ιστότοπου θα πρέπει να συμπυκνωθούν σε ένα. Όταν οι χρήστες περνούν με τον κέρσορα πάνω από περιοχές του γραφήματος θα πρέπει να εμφανίζονται γραπτές πληροφορίες.
- Επίσημη Πρόγνωση
Σε αυτό το πεδίο αναγράφονται η “Επίσημη Πρόγνωση 2 Ημερών” και η “Επίσημη Πρόγνωση 3-7 Ημερών”.
- Προειδοποιήσεις Ευρώπης

6.5 Υπόδειγμα ανασχεδιασμού του ιστότοπου της ΕΜΥ

Στη συνέχεια παραθέτουμε το υπόδειγμα ανασχεδιασμού του ιστότοπου της Εθνικής Μετεωρολογικής Υπηρεσίας. Αυτός ο σχεδιασμός δεν είναι τελικός ωστόσο παρουσιάζει μια πιθανή σχεδιαστική λύση η οποία συμπεριλαμβάνει όλες τις παραπάνω σχεδιαστικές οδηγίες που προτάθηκαν (Εικόνα 6.1).



Εικόνα 6.1 Υπόδειγμα ανασχεδιασμού του ιστότοπου της Εθνικής Μετεωρολογικής Υπηρεσίας

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Αποτίμηση έρευνας και προτεινόμενες βελτιώσεις

Από τη μελέτη ευχρηστίας στον ιστότοπο της Εθνικής Μετεωρολογικής Υπηρεσίας που πραγματοποιήθηκε παρατηρήθηκε ότι υπάρχουν σημαντικά περιθώρια βελτίωσης της ευχρηστίας. Διαθέτει έναν τεράστιο όγκο μετεωρολογικών πληροφοριών και ο τρόπος με τον οποίο είναι σχεδιασμένος ο ιστότοπος διευκολύνει αποκλειστικά συχνούς και εξειδικευμένους χρήστες. Μετά από επικοινωνία με την ΕΜΥ τέθηκε εξ' αρχής η απαίτηση ο νέος σχεδιασμός να προσελκύει απλούς και νέους χρήστες. Συνεπώς όλη η μελέτη κινήθηκε υπό αυτό το πρίσμα.

Πραγματοποιήθηκε εκτεταμένη μελέτη ευχρηστίας επί του παρόντος ιστότοπου με ότι μέσα και εργαλεία υπήρξαν διαθέσιμα ωστόσο πάντα επιδέχεται βελτιώσεις. Ιδιαίτερα σημαντική θα ήταν η επιπλέον ανάλυση του εξειδικευμένου κοινού, όπως οργανισμών που συνεργάζονται με την ΕΜΥ και άτομα με ειδικά ενδιαφέροντα που σχετίζονται με τον καιρό. Η διεξαγωγή επιπρόσθετων συνεντεύξεων θα έδινε καλύτερη κατανόηση των αναγκών αυτών των κατηγοριών χρηστών. Επίσης η διεξαγωγή επιπλέον πειραμάτων cardsorting θα βοηθούσε στην καλύτερη οργάνωση της πληροφορίας από άτομα που γνωρίζουν την πληροφορία και την ονομασία των καρτελών καθώς οι παρατηρήσεις και η διαδικασία σκέψης τους θα μας ήταν πολύτιμες. Τέλος για την καλύτερη διεξαγωγή της έρευνας θα ήταν ιδιαίτερα χρήσιμο να είχαμε στην διάθεση μας περισσότερα στοιχεία για την επισκεψιμότητα στις επιμέρους σελίδες της ΕΜΥ ώστε να κατανοήσουμε παραπάνω την συμπεριφορά των χρηστών της. Τέτοια στοιχεία θα συμπεριλάμβαναν τις διαδρομές που ακολουθούν οι χρήστες όταν εισέρχονται στον ιστότοπο, τα ποσοστά προβολής “κρυμμένων” πληροφοριών του ιστοτόπου καθώς και τις σελίδες εξόδου των χρηστών.

Παρόλα αυτά θεωρούμε ότι οι προτεινόμενες σχεδιαστικές οδηγίες αποτελούν βασικές και επιτακτικές αλλαγές που πρέπει να εφαρμοστούν στον ιστότοπο αφού αποτελούν βελτιώσεις και για το ευρύ και το εξειδικευμένο κοινό.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- [1] J. Nielsen, «Usability 101: Introduction to Usability,» 4 Ιανουάριος 2012. [Ηλεκτρονικό]. Available: <http://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/>. [Πρόσβαση Φεβρουάριος 2013].
- [2] N. Jacob, «10 Usability Heuristics for User Interface Design,» 1 Ιανουάριος 1995. [Ηλεκτρονικό]. Available: <http://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>. [Πρόσβαση Φεβρουάριος 2013].
- [3] Alexa, The Web Information Company, «Our Data,» [Ηλεκτρονικό]. Available: <http://www.alexa.com/help/traffic-learn-more>. [Πρόσβαση Μάρτιος 2013].
- [4] Wikipedia, «SimilarGroup,» 21 Ιούλιος 2013. [Ηλεκτρονικό]. Available: <http://en.wikipedia.org/wiki/SimilarGroup>. [Πρόσβαση Μάρτιος 2013].
- [5] S. Perez, «SimilarGroup Raises \$2.5 Million To Take On Alexa's (Often Terrible) Web Rankings With Its New SimilarWeb Service,» 29 Ιανουάριος 2013. [Ηλεκτρονικό]. Available: <http://techcrunch.com/2013/01/29/similargroup-raises-2-5-million-to-take-on-alexa-s-often-terrible-web-rankings-with-its-new-similarweb-service/>. [Πρόσβαση Μάρτιος 2013].
- [6] SimilarWeb, «Our Data,» [Ηλεκτρονικό]. Available: <http://www.similarweb.com/ourdata>. [Πρόσβαση Μάρτιος 2013].
- [7] AWStats, «What is AWStats,» [Ηλεκτρονικό]. Available: <http://awstats.sourceforge.net/>. [Πρόσβαση Απρίλιος 2013].
- [8] J. Nielsen, «How Little Do Users Read?,» 6 Μάιος 2008. [Ηλεκτρονικό]. Available: <http://www.nngroup.com/articles/how-little-do-users-read/>. [Πρόσβαση Φεβρουάριος 2013].
- [9] S. Keyser και R. Fink, «Understanding Differences Between Writing for the Web and Writing for Print,» [Ηλεκτρονικό]. Available: <http://www.readabilityformulas.com/articles/writing-for-the-web-and-writing-for-print.php>. [Πρόσβαση Μάιος 2013].
- [10] J. Nielsen, «How Users Read on the Web,» 1 Οκτώβριος 1997. [Ηλεκτρονικό]. Available: <http://www.nngroup.com/articles/how-users-read-on-the-web/>. [Πρόσβαση Απρίλιος 2013].
- [11] J. Nielsen, «Banner Blindness: Old and New Findings,» 20 Αύγουστος 2007. [Ηλεκτρονικό]. Available: <http://www.nngroup.com/articles/banner-blindness-old-and-new-findings/>. [Πρόσβαση Μάιος 2013].
- [12] J. Nielsen, «F-Shaped Pattern For Reading Web Content,» 17 Απρίλιος 2006. [Ηλεκτρονικό]. Available: <http://www.nngroup.com/articles/f-shaped-pattern-reading-web-content/>. [Πρόσβαση Απρίλιος 2013].

- [13] J. Nielsen, «Scrolling and Attention,» 22 Μάρτιος 2010. [Ηλεκτρονικό]. Available: <http://www.nngroup.com/articles/scrolling-and-attention/>. [Πρόσβαση Φεβρουάριος 2013].
- [14] J. Nielsen, «Horizontal Attention Leans Left,» 6 Απρίλιος 2010. [Ηλεκτρονικό]. Available: <http://www.nngroup.com/articles/horizontal-attention-leans-left/>. [Πρόσβαση Φεβρουάριος 2013].
- [15] J. Nielsen, «Homepage Real Estate Allocation,» 10 Φεβρουάριος 2003. [Ηλεκτρονικό]. Available: <http://www.nngroup.com/articles/homepage-real-estate-allocation/>. [Πρόσβαση Απρίλιος 2013].
- [16] J. Nielsen και M. Tahir, Homepage Usability: 50 Websites Deconstructed, New Riders Publishing, 2001.
- [17] Δελτίο Καιρού, «Ποιο είναι το Deltiokairou.gr,» 1 Απρίλιος 2013. [Ηλεκτρονικό]. Available: <http://www.deltiokairou.gr/gr/article/2/poio-einai-to-deltiokairou-gr/>. [Πρόσβαση Ιούνιος 2013].
- [18] J. Nielsen, «Mega-Menus Gone Wrong,» 16 Νοέμβριος 2010. [Ηλεκτρονικό]. Available: <http://www.nngroup.com/articles/mega-menus-gone-wrong/>. [Πρόσβαση Ιούνιος 2013].
- [19] J. Nielsen, «Top 10 Information Architecture (IA) Mistakes,» 11 Μάιος 2009. [Ηλεκτρονικό]. Available: <http://www.nngroup.com/articles/top-10-ia-mistakes/>. [Πρόσβαση Απρίλιος 2013].
- [20] Meteorologos.gr, «Ποιοι είμαστε,» [Ηλεκτρονικό]. Available: <http://www.meteorologos.gr/who-we-are>. [Πρόσβαση Ιούλιος 2013].
- [21] Weather.gr, «Πληροφορίες,» [Ηλεκτρονικό]. Available: <http://www.weather.gr/gr/gr/about.aspx>. [Πρόσβαση Ιούλιος 2013].
- [22] Meteo, «Σχετικά με το Εθνικό Αστεροσκοπείο Αθηνών,» [Ηλεκτρονικό]. Available: <http://meteo.gr/meteorplus/about-meteo.cfm>. [Πρόσβαση Ιούλιος 2013].
- [23] J. Nielsen, «Right-Justified Navigation Menus Impede Scannability,» 28 Απρίλιος 2008. [Ηλεκτρονικό]. Available: <http://www.nngroup.com/articles/right-justified-navigation-menus/>. [Πρόσβαση Ιούνιος 2013].
- [24] Βικιπαίδεια, «Εθνική Μετεωρολογική Υπηρεσία,» [Ηλεκτρονικό]. Available: http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CE%B8%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE_%CE%9C%CE%B5%CF%84%CE%B5%CF%89%CF%81%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%B9%CE%BA%CE%AE_%CE%A5%CF%80%CE%B7%CF%81%CE%B5%CF%83%CE%AF%CE%B1. [Πρόσβαση Αύγουστος 2013].
- [25] J. Nielsen, «Search and You May Find,» 15 Ιούλιος 1997. [Ηλεκτρονικό]. Available: <http://www.nngroup.com/articles/search-and-you-may-find/>. [Πρόσβαση Αύγουστος 2013].
- [26] G. White, «Getting to the top of Google – it's a matter of survival - See more at: <http://blogs.channel4.com/geoff-white-on-technology/matter-survival-top->

google/171#sthash.tz7goWly.dpuf,» 12 Ιούλιος 2013. [Ηλεκτρονικό]. Available: <http://blogs.channel4.com/geoff-white-on-technology/matter-survival-top-google/171>. [Πρόσβαση Αύγουστος 2013].

[27] Εθνική Μετεωρολογική Υπηρεσία, «Σχετικά με την ΕΜΥ,» [Ηλεκτρονικό]. Available: http://www.hnms.gr/hnms/greek/about_emy/full_story_html. [Πρόσβαση Μάρτιος 2013].

[28] sayback Machine, [Ηλεκτρονικό]. Available: http://web.archive.org/web/20031204160617/http://www.hnms.gr/hnms/greek/index_html. [Πρόσβαση Μάιος 2013].

[29] usability.gov, «Card Sorting,» [Ηλεκτρονικό]. Available: <http://www.usability.gov/how-to-and-tools/methods/card-sorting.html>. [Πρόσβαση Ιούνιος 2013].

[30] XSort, «XSort,» [Ηλεκτρονικό]. Available: <http://www.xsortapp.com/>. [Πρόσβαση Ιούνιος 2013].

[31] Anthony, «UxMovement,» 28 Σεπτέμβριος 2010. [Ηλεκτρονικό]. Available: <http://uxmovement.com/navigation/top-navigation-vs-left-navigation-which-works-better/>.

[32] J. Nielsen, «10 Usability Heuristics for User Interface Design,» 1 January 1995. [Ηλεκτρονικό]. Available: <http://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>.

[33] J. Nielsen, «Is Navigation Useful?,» 9 Ιανουάριος 2000. [Ηλεκτρονικό]. Available: <http://www.nngroup.com/articles/is-navigation-useful/>. [Πρόσβαση Μάιος 2013].

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

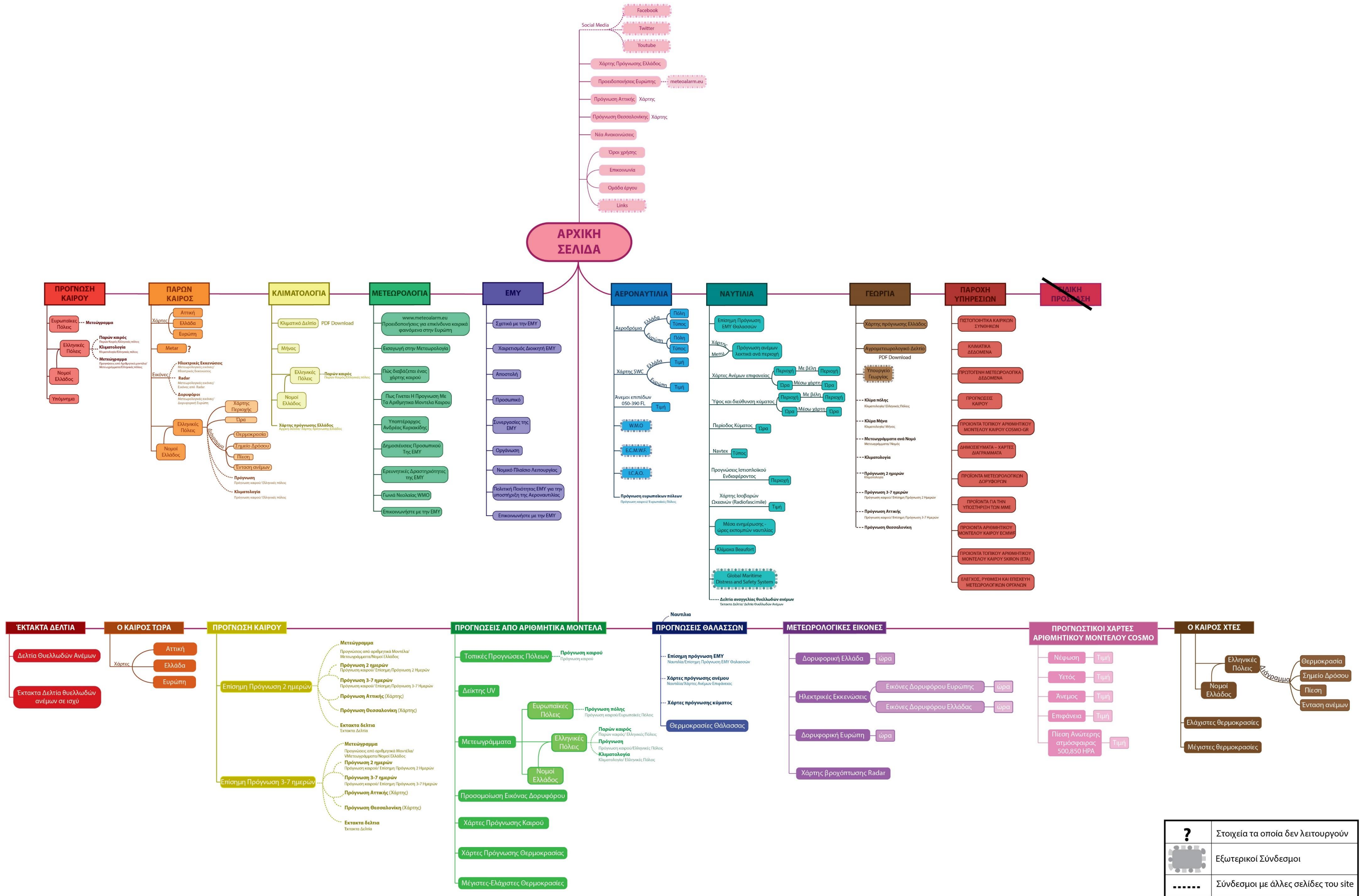
ΕΙΚΟΝΑ 1 Χάρτης Ιστότοπου ΕΜΥ

ΕΙΚΟΝΑ 2 Χάρτης Ιστότοπου ΕΜΥ με Κατάταξη Σπουδαιότητας

ΕΙΚΟΝΑ 3 Χάρτης CardSorting

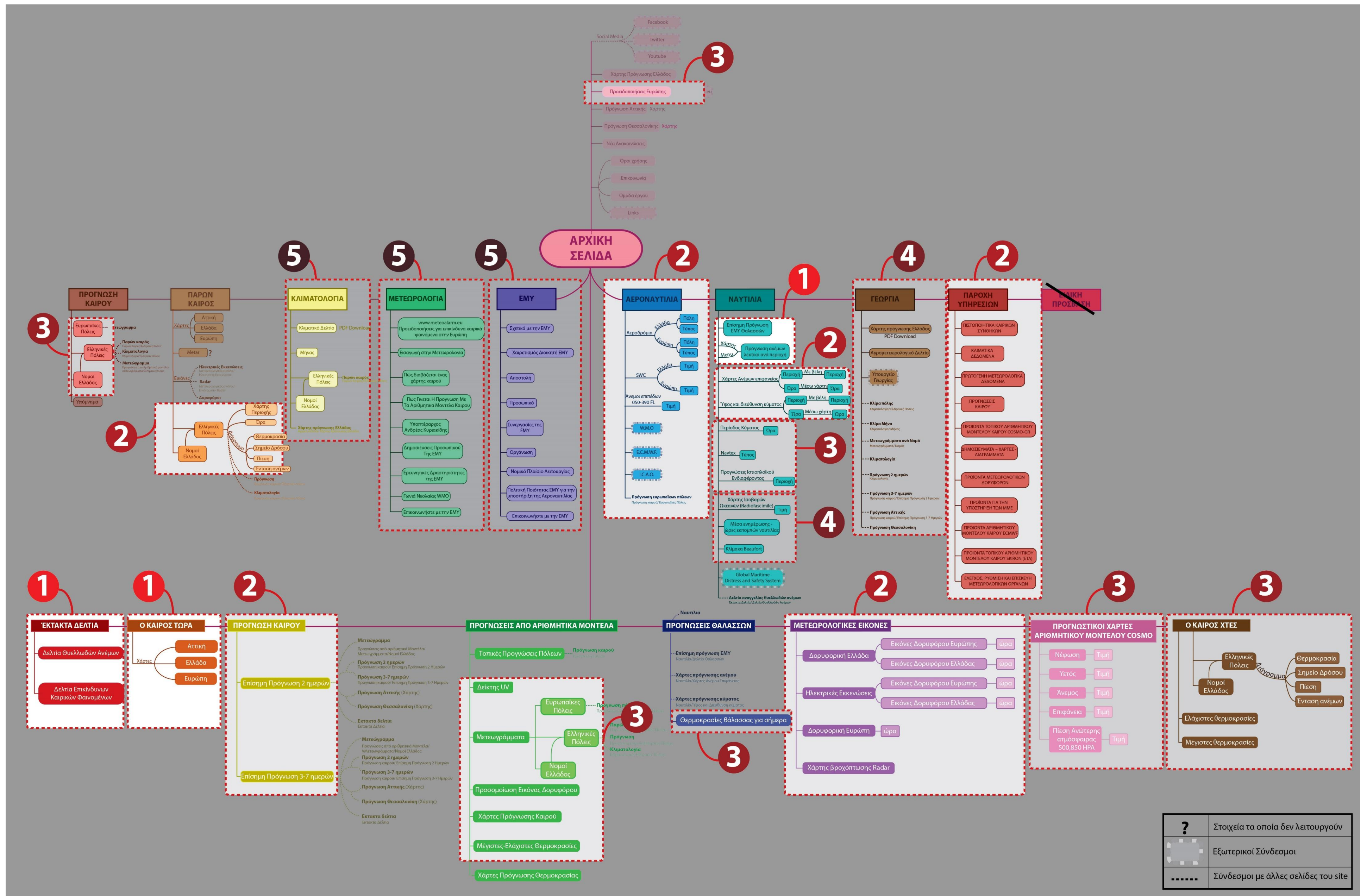
ΕΙΚΟΝΑ 4 Ανασχεδιασμένος Χάρτης Ιστότοπου ΕΜΥ

ΕΙΚΟΝΑ 1 Χάρτης Ιστοτόπου EMY



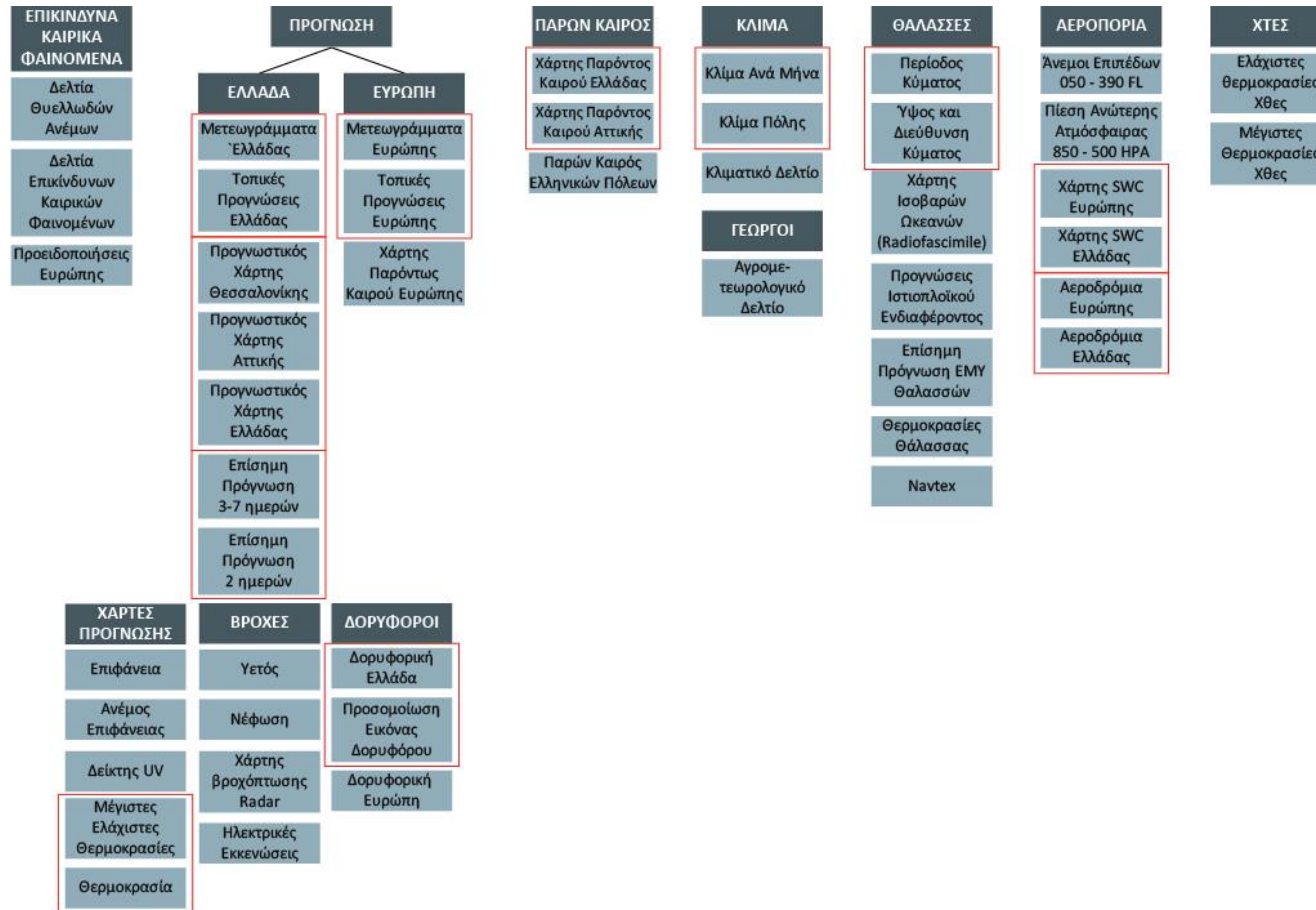
?	Στοιχεία τα οποία δεν λειτουργούν
	Εξωτερικοί Σύνδεσμοι
.....	Σύνδεσμοι με άλλες σελίδες του site

ΕΙΚΟΝΑ 2 Χάρτης Ιστοτόπου EMY με Κατάταξη Σπουδαιότητας



?	Στοιχεία τα οποία δεν λειτουργούν
- - - - -	Εξωτερικοί Σύνδεσμοι
.....	Σύνδεσμοι με άλλες σελίδες του site

ΕΙΚΟΝΑ 3 Χάρτης CardSorting



ΕΙΚΟΝΑ 4 Ανασχεδιασμένος Χάρτης Ιστοτόπου EMY

