

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΥΠΡΟΥ  
ΣΧΟΛΗ ΚΑΛΩΝ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ



**Πτυχιακή εργασία**

**ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΠΡΩΤΟΤΥΠΟΥ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ  
ΦΟΙΤΗΤΕΣ ΓΡΑΦΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΟΛΥΜΕΣΩΝ**

Μαρίνα Αφάμη

Λεμεσός, Μάιος 2017



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΥΠΡΟΥ  
ΣΧΟΛΗ ΚΑΛΩΝ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ  
ΤΜΗΜΑ ΠΟΛΥΜΕΣΩΝ ΚΑΙ ΓΡΑΦΙΚΩΝ ΤΕΧΝΩΝ

**Πτυχιακή εργασία**

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΠΡΩΤΟΤΥΠΟΥ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ  
ΦΟΙΤΗΤΕΣ ΓΡΑΦΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΟΛΥΜΕΣΩΝ

της

Μαρίνα Αφάμη

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια

Κα .Αικατερίνη Μαυρή

Λεμεσός, Μάιος 2017

## **Πνευματικά δικαιώματα**

Copyright © Μαρίνα Αφάμη, 2017

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Η έγκριση της πτυχιακής εργασίας από το Τμήμα Πολυμέσων και Γραφικών Τεχνών του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Τμήματος.

Θα ήθελα να ευχαριστήσω ιδιαίτερα την καθηγήτρια μου κα. Αικατερίνη Μαυρή για την πολύτιμη βοήθεια και καθοδήγηση σε όλη την διαδικασία συγγραφής και υλοποίησης της πτυχιακής μου εργασίας.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η έρευνα αυτή αποσκοπεί στο να εξετάσει τη χρησιμότητα, τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα μιας προτεινόμενης εφαρμογής η οποία θα λειτουργεί ως περιβάλλον διασύνδεσης μεταξύ φοιτητών σχεδιασμού (γραφιστικής και πολυμέσων), διασύνδεσης και επικοινωνίας μεταξύ τους, καθώς και προβολής δικών τους σχεδιαστικών έργων με δυνατότητα αξιολόγησης (rating) από άλλους. Το αντικείμενο της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι η σχεδίαση και κατασκευή μίας ιστοσελίδας που σκοπό έχει το κοινό φοιτητών που ειδικεύεται στα πεδία Γραφιστικής και Πολυμέσα, και που με την ολοκλήρωση της θα αποτελέσει ένα τελικό πρωτότυπο προς αξιολόγηση για την δημιουργία μιας ολοκληρωμένης εφαρμογής. Η ιστοσελίδα αφορά επίσης στην προώθηση υπηρεσιών εκμάθησης βασικών στοιχείων του κλάδου, μέσω της ενότητας «Tutorials», όπως επίσης και την προώθηση της δουλειάς των μελών της μέσω της δημιουργίας πορτφόλιου. Βασικό στοιχείο είναι η κοινωνικοποίηση και η online δικτύωση των γραφιστών αυτού του κόσμου μεταξύ τους. Το έργο στοχεύει στην κατασκευή αλλά και αξιολόγηση μιας εφαρμογής σε στάδιο πρωτοτύπου. Η ιστοσελίδα δημιουργείται με την χρήση HTML5, CSS3 και JavaScript. Η έρευνα περιλαμβάνει έξι φάσεις, την συλλογή δεδομένων μέσω ερωτηματολογίων και συνεντεύξεων, την ανάπτυξη πρωτοτύπων χαμηλής πιστότητας καθώς και την αξιολόγηση τους, στη συνέχεια την ανάπτυξη πρωτοτύπων υψηλής πιστότητας και αργότερα ένα τελικό πρωτότυπο σε HTML5 και CSS3 καθώς και την αξιολόγηση τους. Σε ολόκληρη την διαδικασία λαμβάνουν μέρος συνολικά 60 άτομα καθώς τα 40 κλήθηκαν να απαντήσουν τα ερωτηματολόγια, 5 συνεντευξιζόμενοι, 5 χρήστες για τα πρωτότυπα χαμηλής πιστότητας και 5 χρήστες για τα πρωτότυπα υψηλής πιστότητας. Τέλος, η έρευνα αυτή αποσκοπεί στο να εξετάσει κατά πόσο η εφαρμογή ενδέχεται να παρακινήσει την εμπλοκή των χρηστών σε σημείο που να αντιλαμβάνονται και να πιστεύουν ότι θα τους ωθήσει να αναπτύξουν πιο έντονο ενδιαφέρον για το πεδίο σπουδών τους, να μελετήσει την πιθανότητα δημιουργίας ενός συμπαγούς ιστοτόπου με front - end technologies που θα μπορεί να αξιολογηθεί με χρήστες ενώ ταυτόχρονα διεξάγεται εκτενή ανασκόπηση των καινούργιων χαρακτηριστικών HTML5.

**Λέξεις κλειδιά:** σχεδιασμός ιστοσελίδων, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, πορτφόλιο.

## **ABSTRACT**

This research aims to examine the usefulness, advantages and disadvantages of a proposed application which will act as interface between students of design (graphic design and multimedia), interconnection and communication between them, as well as view their own design projects with potential evaluation (rating) from others. The subject of this thesis is to design and build a website that is intended audience of students specializing in the fields of graphic design and Multimedia, and that with the completion of it will constitute a final prototype. The website also involves promoting learning services fundamentals of the industry, through the section "Tutorials", as well as the promotion of the work of its members through the creation of portfolio. A key element is the socialization and the online networking for designers of this world between them. The project aims at construction and evaluation of an application to prototype stage. The website is created using HTML5, CSS3 and JavaScript. The survey includes six phases, the collect data through questionnaires and interviews, the development of low-fidelity prototypes and evaluate them, then develop high-fidelity prototypes and later a final prototype in HTML5 and CSS3 and their evaluation. In the whole process take part altogether 60 people as 40 were invited to answer questionnaires, 5 interviewers, 5 users for the low-fidelity prototypes and 5 users for high-fidelity prototypes. Finally, this research aims to examine whether the application may motivate the user engagement to the point that they perceive and believe that will push them to develop more intense interest in field studies, to study the possibility of creating a site with solid front-end technologies that can be evaluated by users while simultaneously conducted an extensive review of new HTML5 features.

**Keywords:** web design, social media, portfolio.

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	v
ABSTRACT.....	vi
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ.....	vii
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	ix
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ.....	x
1 Εισαγωγή.....	1
2 Σκοπός της μελέτης.....	2
3 Βιβλιογραφική Ανασκόπηση.....	3
3.1 Μελέτες και πηγές που αφορούν την έρευνα αυτή.....	3
3.2 Επισκόπηση βιομηχανίας.....	5
3.2.1 Online Portfolios & Showcase.....	5
3.2.2 Online Forums & Communities.....	7
3.2.3 Social Media.....	9
3.3 Ερευνητικά ερωτήματα.....	11
4 Μεθοδολογία Έρευνας.....	13
4.1 Ερευνητική Μεθοδολογία.....	13
4.2 Συλλογή δεδομένων.....	13
5 Διαδικασία εκτέλεσης.....	16
5.1 Ερωτηματολόγια.....	16
5.2 Συνεντεύξεις.....	30
5.3 Δεύτερη φάση ανάπτυξης.....	36
5.3.1 Αρχική σελίδα.....	37
5.3.2 Οθόνη Sign Up.....	37
5.3.3 News Feed.....	38
5.3.4 Φωτογραφίες, βίντεο και βιβλία.....	38
5.3.5 Forum.....	39
5.3.6 Search.....	39



5.4	Τρίτη φάση ανάπτυξης.....	39
5.4.1	Επισημάνσεις – Διορθώσεις .....	40
5.5	Τέταρτη φάση ανάπτυξης .....	41
5.5.1	Η διεπαφή του χρήστη (UI) .....	41
5.6	Πέμπτη φάση ανάπτυξης .....	42
5.7	Έκτη φάση ανάπτυξης .....	42
	ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ / ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ .....	43
	ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	44
	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ .....	46

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1: Όροι που χρησιμοποιούνται .....	2
Πίνακας 2: Κωδικοποίηση – Πρώτιστος σκοπός χρήσης της ιστοσελίδας .....	31
Πίνακας 3: Κωδικοποίηση - Χαρακτηριστικά προσωπικού προφίλ .....	32
Πίνακας 4: Κωδικοποίηση-Στυλ Εφαρμογής .....	33
Πίνακας 5: Κωδικοποίηση-Βαθμός Άνεσης ως προς την χρήση μία τέτοιας εφαρμογής.....	34
Πίνακας 6: Κωδικοποίηση – Συσκευή.....	35
Πίνακας 7: Κωδικοποίηση – Νέα .....	36

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 1: Behance Website .....	6
Διάγραμμα 2: Dribbble Website .....	7
Διάγραμμα 3: StackOverflow Website .....	8
Διάγραμμα 4: Lynda Website .....	9
Διάγραμμα 5: Pinterest Website .....	10
Διάγραμμα 6: Instagram Application .....	11
Διάγραμμα 7: Ερώτηση 1 .....	17
Διάγραμμα 8: Ερώτηση 1 .....	18
Διάγραμμα 9: Ερώτηση 3 .....	18
Διάγραμμα 10: Ερώτηση 4 .....	19
Διάγραμμα 11: Ερώτηση 6 .....	20
Διάγραμμα 12: Ερώτηση 7 .....	21
Διάγραμμα 13: Ερώτηση 8 .....	21
Διάγραμμα 14: Ερώτηση 9 .....	22
Διάγραμμα 15: Ερώτηση 9 .....	23
Διάγραμμα 16: Ερώτηση 10 .....	24
Διάγραμμα 17: Ερώτηση 11 .....	25
Διάγραμμα 18: Ερώτηση 12 .....	26
Διάγραμμα 19: Ερώτηση 13 .....	27
Διάγραμμα 20: Ερώτηση 14 .....	28
Διάγραμμα 21: Ερώτηση 15 .....	29
Διάγραμμα 22: Ερώτηση 15 .....	30

## ΑΠΟΔΟΣΗ ΟΡΩΝ

Chat	Διαδικτυακή Φιλική Συζήτηση
Conversation	Συνομιλία
Direct Messages	Άμεσα μηνύματα
Responsive	Ανταποκρινόμενος
Online Showcase	Απευθείας Σύνδεση Σελίδες
Online	Απευθείας Σύνδεση
Projects	Έργα

## **1 Εισαγωγή**

Λόγω της ακατάπαυστης τεχνολογικής εξέλιξης που καθημερινά λαμβάνει χώρα στη ζωή μας και η χρήση των πολυμεσικών εφαρμογών ως τρόπο επικοινωνίας μεταξύ των ανθρώπων που έχουν ως πρώτιστος σκοπό την προώθηση ανθρώπινων βιογραφικών παγκοσμίως, οι ιστοσελίδες τύπου “online showcase & portfolio” θεωρούνται ως βασικό εργαλείο για την επίτευξη αυτής της προώθησης. Η ανάγκη για περισσότερη επικοινωνία και δικτύωση μεταξύ των ανθρώπων έχει επιταθεί ακόμα περισσότερο στην αγορά. Στόχος των συγκεκριμένων ιστοσελίδων και εφαρμογών είναι να παρέχουν στο κοινό εργαλεία κοινωνικής δικτύωσης και προώθησης όπου θα συμμετάσχουν οι ενδιαφερόμενοι χρήστες χρησιμοποιώντας τις κατάλληλες μεθόδους (Mangold & Faulds, 2009).

## 2 Σκοπός της μελέτης

Σκοπός της εργασίας αυτής είναι να εξετάσει κατά πόσο θα παρατηρηθεί αύξηση ενδιαφέροντος ως προς τη σπουδή των φοιτητών: με άλλα λόγια αν η εφαρμογή ενδέχεται να παρακινεί την εμπλοκή των χρηστών σε σημείο που να αντιλαμβάνονται ότι έχουν πιο έντονο ενδιαφέρον για το πεδίο των σπουδών τους. Να μελετήσει την πιθανότητα της δημιουργίας ενός συμπαγούς ιστότοπου με βάση πρωτότυπο κτισμένο μόνο με front - end technologies με σκοπό την αξιολόγηση και την ανατροφοδότηση από χρήστες, ως βάση για μια ολοκληρωμένη σχεδιαστική πρόταση με επίκεντρο την εμπειρία του χρήστη.

Και τέλος να διεξάγει εκτενή ανασκόπηση των καινούργιων χαρακτηριστικών HTML5 με σκοπό την αξιολόγηση των δυνατοτήτων τους ως προς το στόχο της έρευνας.

**Πίνακας 1:** Όροι που χρησιμοποιούνται

Όροι	Περιγραφή
Client-side	Αναφέρεται σε λειτουργίες που εκτελούνται από τον χρήστη σε μία σχέση χρήστη και διακομιστή σε ένα δίκτυο υπολογιστών. Συνήθως ένας υπολογιστής-χρήστης είναι μία εφαρμογή υπολογιστή όπως το πρόγραμμα περιήγησης (web browser) π.χ. Google chrome, safari, internet explorer κτλ., που εκτελούνται στον τοπικό υπολογιστή του χρήστη και συνδέονται με ένα διακομιστή (server).
Built-in	Ένα επιπλέον χαρακτηριστικό ή ικανότητα, από το ένα μηχάνημα ή μια υπηρεσία.
Standalone	Η εφαρμογή που είναι αυτόνομη και λειτουργεί χωρίς να εξαρτάται από κάποιο άλλο λογισμικό ή υπολογιστή.
Blog/blogger	Ενημερωτική ιστοσελίδα που αποτελείται κυρίως από φωτογραφικό υλικό που ανεβάζει συχνά ο χρήστης ή ακόμα και δημοσιευμένες συζητήσεις. Αποτελεί κυρίως ένα διαδικτυακό ημερολόγιο.

### **3 Βιβλιογραφική Ανασκόπηση**

#### **3.1 Μελέτες και πηγές που αφορούν την έρευνα αυτή**

Η ενότητα αυτή μελετά τεχνολογίες και μεθόδους οι οποίες αφορούν στη δημιουργία εφαρμογών που συνάδουν με το αντικείμενο της μελέτης αυτής και αποσκοπούν στην ολοκλήρωση του έργου.

Ο Παγκόσμιος Ιστός (World Wide Web) είναι ένα project το οποίο δημιουργήθηκε τη δεκαετία του '90 που αρχικά αποτελούσε ιδέα ενός μηχανικού πληροφορικής που εργαζόταν στο CERN, ο Tim Berners-Lee. Το World Wide Web ή αλλιώς WWW είναι μία ανακάλυψη που βρίσκεται σε συνεχή ανάπτυξη που έχει πλέον ενσωματωθεί στην καθημερινότητα όλου του κόσμου. Αν και αρχικά, όταν ανακαλύφθηκε ήταν για σκοπούς έρευνας στη Φυσική Υψηλών Ενεργειών, σήμερα έχει αναπτυχθεί σε όλους τους τομείς όπως, το εμπόριο, τη διασκέδαση, την πολιτική και γενικότερα, κάθε ανάγκη επικοινωνίας. Όσον αφορά την αρχιτεκτονική του, αξιοποιεί απλές τεχνολογίες οι οποίες συνδυάζονται με απλό και πρακτικό τρόπο ούτως ώστε να δημιουργούν ένα πληροφοριακό χώρο που χαρακτηρίζεται κυρίως από ευελιξία, ευχρηστία, και το σπουδαιότερο, από επεκτασιμότητα, κάτι που βοηθά τον χρήστη να πλοηγείται με επιτυχία (Berners-Lee, Hall, Hendler, O'Hara, Shadbolt, Weitzer & Βαφόπουλος, 2007). Αρχικά, όλες οι ιστοσελίδες δημιουργούνταν με την χρήση της γλώσσας HTML (Hyper Text Markup Language – Γλώσσα Σήμανσης Υπερκειμένου) και ήταν πολύ απλές, χωρίς πολλές εικόνες ή κάποια ιδιαίτερη μορφοποίηση στο κείμενο. Αργότερα αυτό το «πρόβλημα» επιλύθηκε χάρη στην εμφάνιση της CSS (Cascading Style Sheets). Ενώ στα αρχικά στάδια λοιπόν δημιουργούσαν στατικές ιστοσελίδες, οι οποίες αποτελούνταν από πολλά HTML αρχεία που αποθηκεύονταν σε ένα μόνο web server και εμφάνιζε το ίδιο περιεχόμενο σε όλους τους χρήστες. Η διαχείριση όπως και η ενημέρωση τους αποτελούσε μία χρονοβόρα διαδικασία. Επομένως, η επόμενη φάση ήταν η σχεδίαση και ανάπτυξη «δυναμικών ιστοσελίδων» (data driven websites) οι οποίες εμφάνιζαν, ανάλογα με τις παραμέτρους του χρήστη, το κατάλληλο περιεχόμενο στον καθένα, ενώ προηγουμένως ο σχεδιασμός

δυναμικών ιστοσελίδων αποτελούσε πολυτέλεια για τις μεγαλοεπιχειρήσεις. Με την πάροδο των χρόνων μέχρι και σήμερα, οι απλές και κοινότοπες ιστοσελίδες απέκτησαν δυναμισμό, αισθητική και αλληλεπίδραση που ανταποκρίνονται σε τακτά χρονικά διαστήματα και ανακτούν συγκεκριμένες πληροφορίες που χρειάζεται ο χρήστης από τη βάση δεδομένων. Στη συνέχεια εμφανίστηκαν και άλλες εκδόσεις της HTML όπως η HTML 2.0 (24 Νοεμβρίου 1995), HTML 3.0 (14 Ιανουαρίου, 1997), HTML 4.0 (18 Δεκεμβρίου 1997) και η τελευταία έκδοση, HTML 5.0 πρωτοεμφανίστηκε το 2014 όπου είναι το κύριο θέμα στην πτυχιακή μου εργασία (Halvorson, 2010).

Επιπλέον, καθώς το διαδίκτυο χρησιμοποιείται πάντα για την διευκόλυνση την κοινωνικής αλληλεπίδρασης, η εμφάνιση και η ταχεία διάδοση των Web 2.0 τεχνολογιών και λειτουργιών, ενεργοποίησε ένα εξελικτικό άλμα προς τον κοινωνικό τομέα. Αγγίζοντας την ζήτηση, τα social media (κοινωνικά δίκτυα) αναδύθηκαν ως επαγγελματικά και κοινωνικά φαινόμενα. Για παράδειγμα, το Facebook ξεκίνησε το 2004 και τώρα έχει φτάσει στους 1.4 δις ενεργούς χρήστες μηνιαία παγκοσμίως. Το πλήθος των standalone και built-in κοινωνικών προϊόντων και υπηρεσιών καθορίζουν την τεχνολογία ως μία πρόκληση (Obar & Wildman, 2015).

Δεν άργησε να κάνει την εμφάνιση της η JavaScript, η γλώσσα προγραμματισμού που δημιουργήθηκε από τον Brendan Eich στις 4 Δεκεμβρίου 1995. Η γλώσσα αυτή απέκτησε μεγάλη επιτυχία ως γλώσσα από την πλευρά του πελάτη, δηλαδή του χρήστη (client-side language) και συμπεριλήφθηκε σε πολλά προγράμματα περιήγησης του παγκόσμιου ιστού. Πρόκειται για μια γλώσσα σεναρίου που βασίζεται σε πρωτότυπα (prototype-based) και είναι δυναμική πρώτης τάξης. Η JavaScript χρησιμοποιείται και σε άλλες εφαρμογές εκτός από ιστοσελίδες όπως τα έγγραφα PDF, οι εξειδικευμένοι φυλλομετρητές (site – specific browsers) και οι εφαρμογές της επιφάνειας εργασίας (desktop widgets) (Flanagan, 2006).

Σημαντικό είναι να αναφερθεί, ότι ανεξαρτήτως της τεχνολογίας κάθε φορά που σχεδιάζεται ένα προϊόν ή μία ιστοσελίδα πρέπει να λαμβάνεται υπόψη το “User Experience”. Δηλαδή η εμπειρία που δημιουργεί το προϊόν τους ανθρώπους που το χρησιμοποιούν σε ρεαλιστικά σενάρια. Συνοπτικά, η εμπειρία του χρήστη λαμβάνεται υπόψη από την αρχή του σχεδιασμού οποιουδήποτε προϊόντος ή υπηρεσίας στοχεύοντας



στο κοινό που θα το χρησιμοποιήσει, με σκοπό την επιτυχής λειτουργία κατά τη χρησιμότητα του. Το ίδιο ισχύει και για τα ψηφιακά προϊόντα και τις ιστοσελίδες (Garett, 2011). Τέλος, κάτι που δεν πρέπει όμως να προσπερνά ένας σχεδιαστής ιστοσελίδων είναι η αισθητική. Η αισθητική είναι αυτή που κάνει την πλοήγηση του χρήστη πιο διασκεδαστική. Αυτή είναι που θα καθορίσει και θα δώσει μία άλλη «γεύση» σε μία ιστοσελίδα ή εφαρμογή. Μπορεί να έχει διάφορες μορφές όπως ευχάριστη, δυναμική, χαρούμενη, σοβαρή. Με βάση αυτά τα συναισθήματα, η πλοήγηση και η περιήγηση του χρήστη θα είναι εντελώς διαφορετική (Charman, 2006).

## **3.2 Επισκόπηση βιομηχανίας**

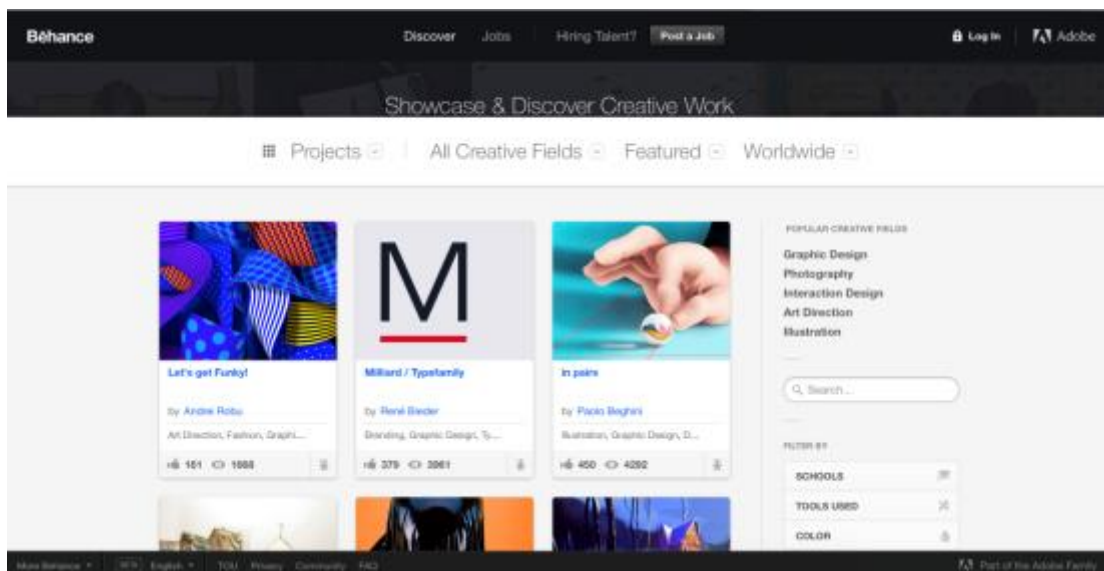
Κατά τη διάρκεια της μελέτης, μελετήθηκαν για συναφείς εφαρμογές και ιστοσελίδες που ήδη υπάρχουν στην βιομηχανία με σκοπό την παρατήρηση της ευχρηστίας, της αισθητικής και της λειτουργικότητας τους. Το αποτέλεσμα ήταν να εντοπισθούν διάφορες κατηγορίες εφαρμογών και ιστοσελίδων που περιέχουν παρόμοια χαρακτηριστικά με το εν λόγω έργο. Οι ιστοχώροι αυτοί χωρίζονται σε τρεις διαφορετικές κατηγορίες:

### **3.2.1 Online Portfolios & Showcase**

Το απευθείας σύνδεσης χαρτοφυλάκιο (online portfolio) αποτελεί μια συλλογή από τα καλύτερα έργα του καλλιτέχνη που προορίζεται για την επίδειξη του ύφους και τη μεθόδό του. Τα πορτοφόλια ή αλλιώς χαρτοφυλάκια χρησιμοποιούνται κυρίως για να αναδείξουν σε άλλους καλλιτέχνες ή εργοδότες δείγματα από την τρέχουσα εργασία του καλλιτέχνη. Επιπλέον, θεωρείται ο καταλληλότερος τρόπο αυτό-προώθησης για εργασίες που μπορούν να παρουσιαστούν οπτικά όπως φωτογραφίες, εικόνες, βίντεο και διαφημιστικές καμπάνιες. Συνήθως, δείχνουν μια πρώιμη έκδοση ενός έργου, την τελική έκδοση και την διαδικασία που μεσολαβεί, με σκοπό να δείξει την διαδικασία με την οποία το έργο επιτεύχθηκε (Zimmerman, 2012).

### 3.2.1.1 Behance - <https://www.behance.net>

Η ιστοσελίδα αυτή αποτελεί ένα δίκτυο ιστοχώρων και υπηρεσιών με σκοπό την προώθηση της καλλιτεχνικής δουλειάς του κάθε μέλους μέσω της δημιουργίας ενός πορτοφολιού και στοχεύοντας στην εύρεση εργασίας ή κάποια μελλοντικής συνεργασίας. Τα κύρια χαρακτηριστικά της σελίδας αυτής είναι η δημιουργία ενός προσωπικού λογαριασμού/προφίλ, ανέβασμα (upload) οπτικού και φωτογραφικού υλικού, δυνατότητα χρήσης ακολουθίας (follow) και υποστήριξης του περιεχομένου (like). Όπως επίσης, και δυνατότητα άμεσης επικοινωνίας με κάποιο μέλος (message). Τέλος, ο κάθε χρήστης μπορεί να ανεβάσει μία αγγελία για εργασία που τον ενδιαφέρει την οποία βλέπουν μόνο τα μέλη της σελίδας.

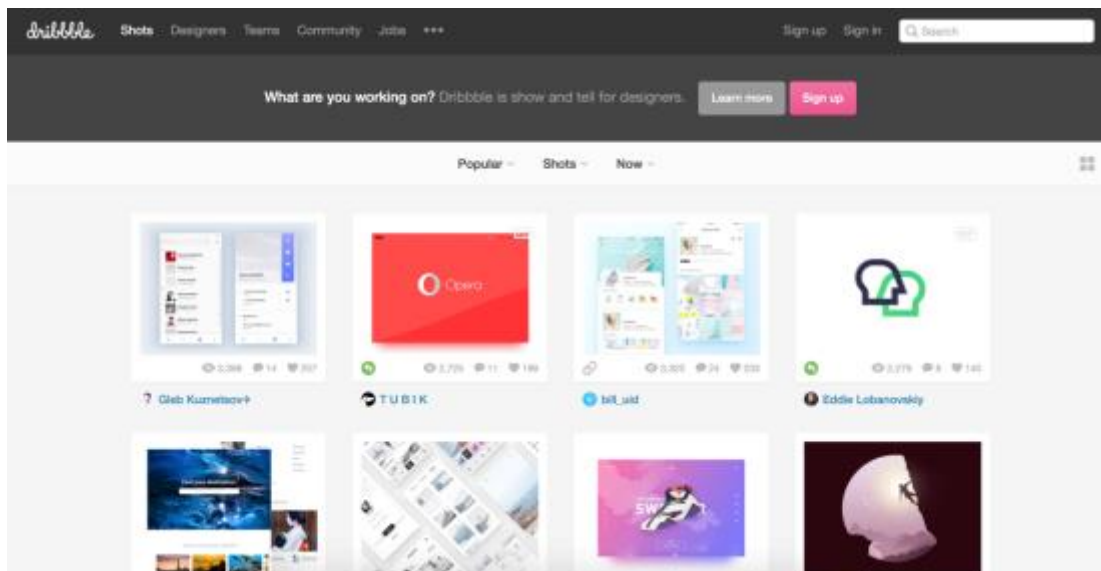


Διάγραμμα 1: Behance Website

### 3.2.1.2 Dribbble - <https://dribbble.com>

Αυτή η ιστοσελίδα αφορά μία κοινότητα σχεδιαστών όπου μπορούν να λαμβάνουν ερωτήσεις για απορίες σχετικά με τα έργα τους, και να τις απαντούν καθημερινά μεταξύ τους. Γραφίστες (Graphic Designers), Σχεδιαστές Ιστοσελίδων (Web Designers), Εικονογράφοι (Illustrators), Τυπογράφοι (Typographers), Σχεδιαστές Λογοτύπων (Logo Designers) μπορούν να ανεβάζουν μικρές εικόνες και φωτογραφίες (screenshots) που δείχνουν τις τρέχουσες εργασίες, τα έργα τους και ολόκληρο το έργο τους. Με λίγα λόγια,

η εφαρμογή αυτή είναι ένα χώρος για να προβάλλει, να προωθήσει, να εξερευνήσει και να γνωρίσει άλλους σχεδιαστές του κόσμου. Τα κύρια χαρακτηριστικά του είναι ότι προσφέρει τη δυνατότητα προσωπικού λογαριασμού, εύρεση εργασίας/δουλειάς σε διάφορες χώρες (κυρίως στο εξωτερικό), και τέλος κατηγοριοποιεί τους σχεδιαστές και τα έργα τους βάσει τα «δημοφιλέστερα». Δημοφιλέστερα έργα θεωρούνται αυτά που έχουν τα περισσότερα likes (ο όρος αναφέρεται πιο πάνω) ή views (θέαση).



**Διάγραμμα 2:** Dribbble Website

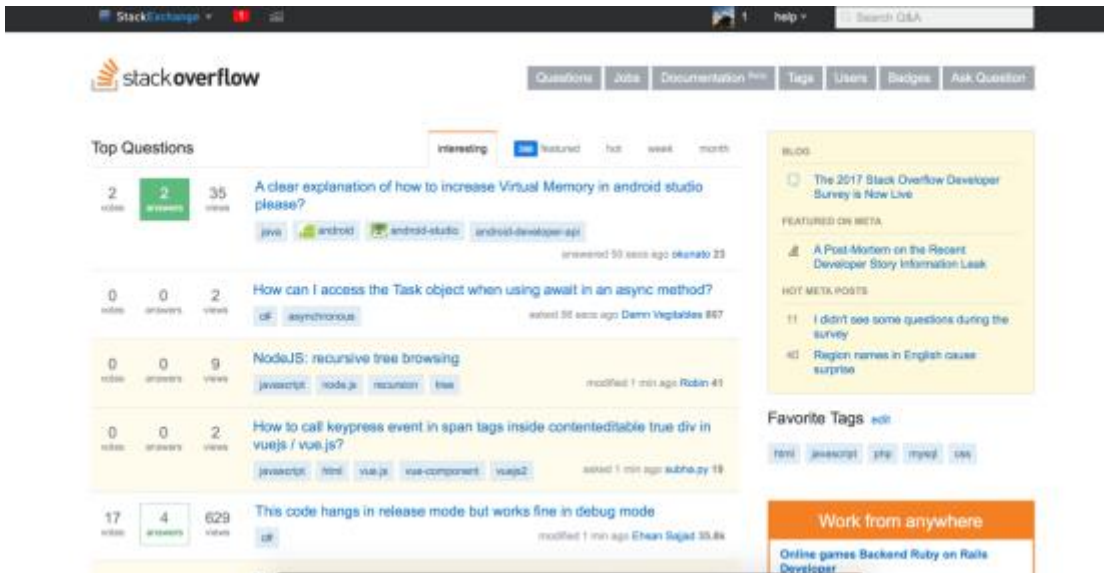
### 3.2.2 Online Forums & Communities

Τα διαδικτυακά φόρουμ είναι διαδικτυακές σελίδες συζήτησης όπου οι χρήστες μπορούν να ανεβάσουν αποσπασμένα μηνύματα (post-message) για θέματα που τους ενδιαφέρουν. Τα μηνύματα συνήθως αρχειοθετούνται, ενώ για να δημοσιευθούν πρέπει να εγκριθούν από έναν επόπτη. Πολλές φορές τα μηνύματα συνοδεύονται με φωτογραφικό υλικό για την καλύτερη επεξήγηση τους.

#### 3.2.2.1 Stack Overflow – <http://www.stackoverflow.com>

Η ιστοσελίδα αποτελεί μία πλατφόρμα επικοινωνίας, κυρίως για προγραμματιστές, οι οποίοι μπορούν να ρωτήσουν και να απαντήσουν ερωτήσεις καθημερινά σε θέματα που γνωρίζουν και τους ενδιαφέρουν. Για παράδειγμα, ένας χρήστης μπορεί να ανεβάσει μία

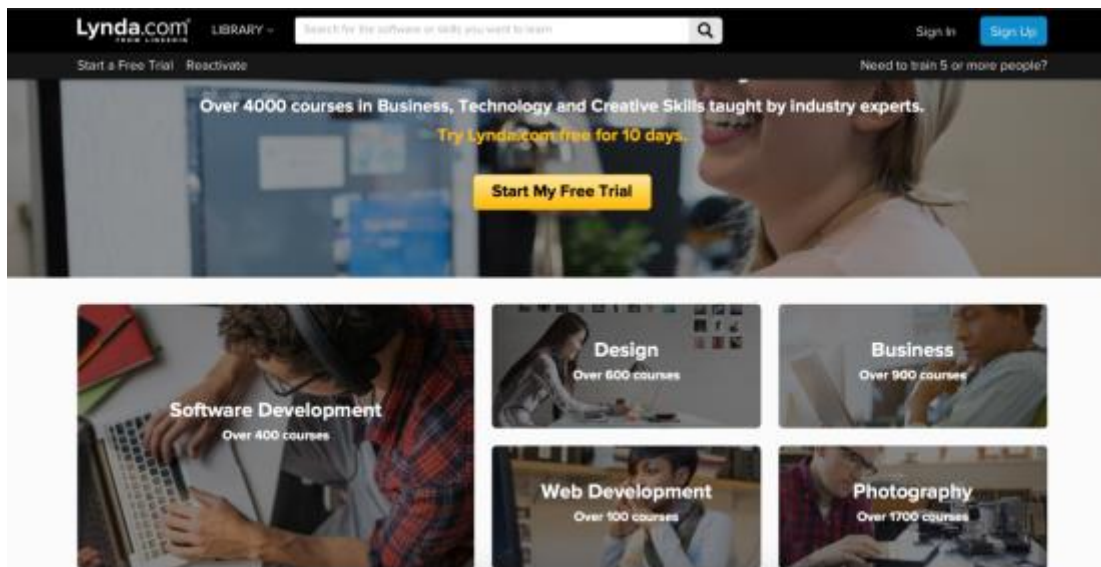
σχετική απορία και ένα άλλο μέλος που γνωρίζει την απάντηση ή την λύση του προβλήματος μπορεί να σχολιάσει (comment). Η καταλληλότερη απάντηση βαθμολογείται (rated) από τα υπόλοιπα μέλη της σελίδας. Τα κύρια χαρακτηριστικά είναι ότι ο χρήστης μπορεί να κερδίσει πόντους φήμης (rates on profile) όταν πολλές από τις απαντήσεις του ψηφίζεται ως η καταλληλότερη από τα υπόλοιπα μέλη. Στη συνέχεια ανάλογα με τον αριθμό των πόντων φήμης απονέμεται στον χρήστη ανώτερος τίτλος στο προφίλ του.



Διάγραμμα 3: StackOverflow Website

### 3.2.2.2 Lynda – <http://www.lynda.com>

Το Lynda.com αποτελεί ακόμα μία πλατφόρμα σχεδιαστών στην οποία οι χρήστες μπορούν να εκπαιδευτούν μέσω μίας σειράς απευθείας σύνδεσης μαθήματα (online lessons). Είναι μία πλατφόρμα η οποία προσφέρει χιλιάδες μαθήματα σε μορφή βίντεο, ενώ οι χρήστες έχουν απεριόριστη πρόσβαση σε αυτά που τους ενδιαφέρουν. Τα κύρια χαρακτηριστικά της εφαρμογής αυτής είναι ότι προσφέρει τη δυνατότητα δημιουργίας προσωπικού λογαριασμού, την κατηγοριοποίηση των βίντεο ανά κλάδο και τη στοχευμένη έρευνα (πχ. ανά κατηγορία ή ειδικότητα) από τους χρήστες.



Διάγραμμα 4: Lynda Website

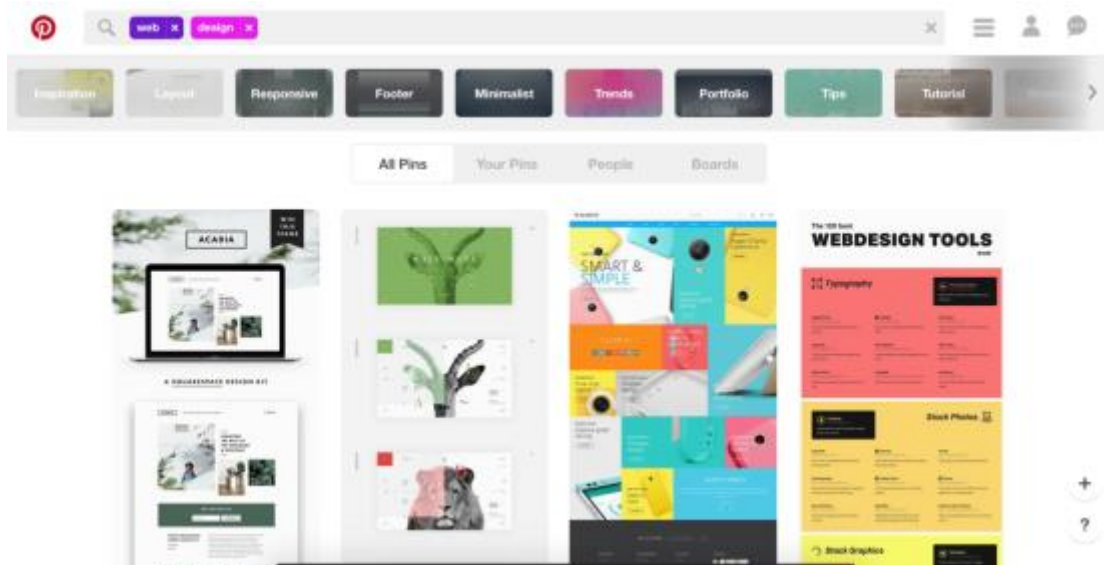
### 3.2.3 Social Media

Τα κοινωνικά μέσα μαζικής δικτύωσης (social media) αποτελούν εφαρμογές που σχεδιάστηκαν για να δώσουν τη δυνατότητα στον χρήστη να δημιουργήσει, να αλληλεπιδράσει, να συνεργαστεί και να μοιραστεί (share) την διαδικασία της δημιουργίας του δικού του περιεχομένου εντός της εφαρμογής. Το Web 2.0 χρησιμεύει ως βασική πλατφόρμα για τη δημιουργία και τη δημοσίευση περιεχομένου, όπως επίσης και ως ένα μέρος όπου το περιεχόμενο μπορεί συνεχώς να τροποποιείται από όλους τους χρήστες σε μια συμμετοχική και συνεργάσιμη διαδικασία (Obar & Wildman, 2015).

#### 3.2.3.1 Pinterest – <http://www.pinterest.com>

Η εφαρμογή αυτή, ανάμεσα σε άλλα επιτρέπει την εύρεση διαφόρων ιδεών για διάφορα θέματα που ενδιαφέρουν τον χρήστη. Η εύρεση αυτών των φωτογραφιών, εικόνων ή ακόμα και screenshots άλλων δουλειών γίνεται με λέξεις κλειδιά (keywords) μέσω της μηχανής αναζήτησης (search engine) που προσφέρει η εφαρμογή. Το αρνητικό της εφαρμογής αυτής είναι ότι ο σχεδιαστής/δημιουργός των έργων είναι άγνωστος, άρα δεν πρόκειται για σελίδα αυτό-προώθησης αλλά για σελίδα έμπνευσης με βάση νέες ιδέες. Η δημιουργία προσωπικού λογαριασμού είναι απαραίτητη για τη χρήση της εφαρμογής. Οι φωτογραφίες που ανεβαίνουν στην σελίδα μπορούν να γίνουν “pint” (ή αλλιώς να

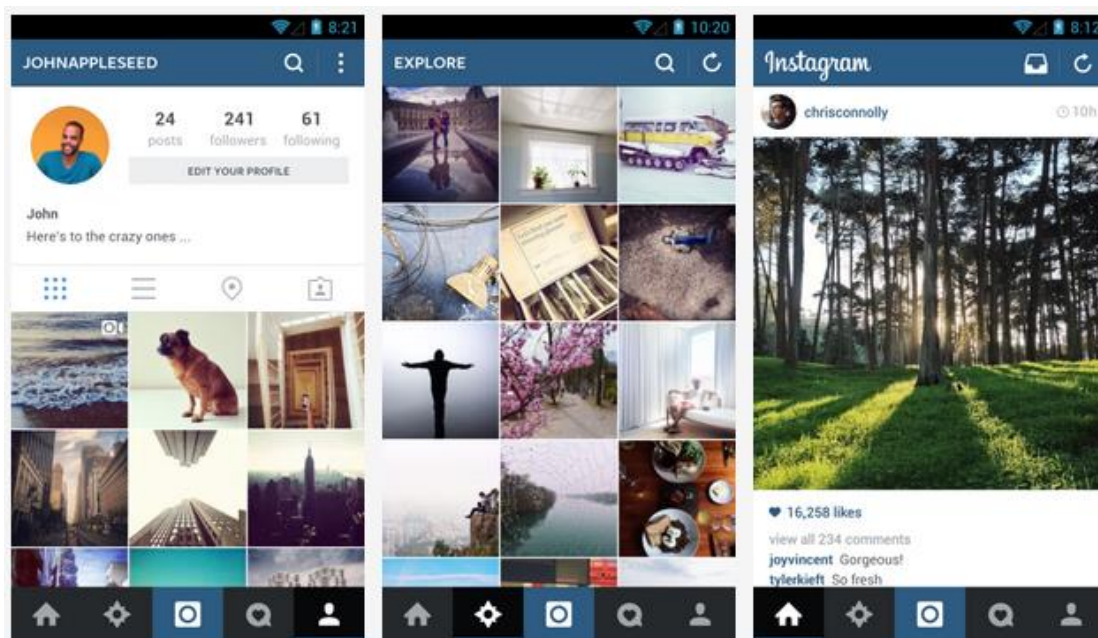
αποθηκευτεί στο προφίλ κάποιου άλλου χρήστη γιατί τον ενδιαφέρει). Ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να κατηγοριοποιήσει τις εικόνες που επιλέγει να ανεβάσει ή να αποθηκεύσει στον καμβά του.



**Διάγραμμα 5:** Pinterest Website

### 3.2.3.2 Instagram – <http://www.instagram.com>

Το instagram αποτελεί μία εφαρμογή κοινωνικής δικτύωσης η οποία δεν στοχεύει σε ένα συγκεκριμένο κοινό (πχ. σχεδιαστές) αλλά σε ολόκληρο τον κόσμο παγκοσμίως. Ο χρήστης έχει τη δυνατότητα δημιουργία προσωπικού λογαριασμού και προφίλ, μπορεί να βρει άλλα άτομα που χρησιμοποιούν την εφαρμογή μέσω ενός search engine. Επίσης, υπάρχει η δυνατότητα εύρεσης διαφόρων φωτογραφιών και βίντεο που τους ενδιαφέρει ανεξαιρέτως επιστημονικού πεδίου. Χρησιμοποιείται κυρίως για ψυχαγωγία και προώθηση της δουλειάς, ενώ υπάρχει και άμεση επικοινωνία με τα άλλα μέλη. Οι φωτογραφίες και τα βίντεο του κάθε μέλους παίρνουν likes από τα άλλα μέλη της εφαρμογής, ενώ το προφίλ με τους περισσότερους ακόλουθους (followers) θεωρείται μπλόγκ (blog).



**Διάγραμμα 6:** Instagram Application

### 3.3 Ερευνητικά ερωτήματα

Όπως έχω προαναφέρει στόχος της Πτυχιακής μου εργασίας είναι η δημιουργία ενός ιστοχώρου που θα αποτελεί μία κοινότητα τελικού πρωτοτύπου, όπου οι φοιτητές Γραφιστικής και Πολυμέσων θα μπορούν να συνεργάζονται και να δημοσιεύουν τα έργα τους όπως επίσης και σχόλια σχετικά με την διαδικασία ολοκλήρωσης ή κάποιας απορίας. Ο ιστοχώρος της μελέτης αυτής εμπερικλείει τα σημαντικότερα στοιχεία από το σύνολο των πιο πάνω εφαρμογών που προαναφέρθηκαν, εφόσον δεν υπάρχει κάτι παρόμοιο μέχρι σήμερα και οι χρήστες αναγκάζονται να επισκέπτονται πολλές σελίδες ταυτόχρονα για να επιλύουν τις απορίες τους ή να ανεβάζουν τα projects τους σε ένα online δίκτυο χρηστών.

Τα ερευνητικά ερωτήματα που θέτονται για την ολοκλήρωση του έργου είναι:

1. Διεξάγει εκτενή ανασκόπηση των καινούργιων χαρακτηριστικών HTML5 με σκοπό την αξιολόγηση των δυνατοτήτων τους ως προς το στόχο της έρευνας;
2. Μπορεί να δημιουργηθεί ένας συμπαγές ιστοχώρος με βάση ένα πρωτότυπο κτισμένο μόνο με front - end technologies με σκοπό την αξιολόγηση και την ανατροφοδότηση από χρήστες, ως βάση για μια ολοκληρωμένη σχεδιαστική πρόταση με επίκεντρο την εμπειρία του χρήστη;

3. Παρακινεί την εμπλοκή των χρηστών σε σημείο που να αντιλαμβάνονται ότι έχουν πιο έντονο ενδιαφέρον για το πεδίο των σπουδών τους;



## **4 Μεθοδολογία Έρευνας**

### **4.1 Ερευνητική Μεθοδολογία**

Η μεθοδολογία που χρησιμοποίησα για τη διεκπεραίωση της μελέτης μου είναι η Έρευνα Δράσης (Action Research). Σύμφωνα με τους Brydon-Miller, Greenwood και Maguire (2003) η έρευνα δράσης προβλήθηκε για πρώτη φορά στις Η.Π.Α από τον Kurt Lewin την δεκαετία του '40, ως μία μέθοδος παρέμβασης στα κοινωνικά προβλήματα (Brydon-Miller, Greenwood & Maguire, 2003).

Είναι μια συμμετοχική και δημοκρατική διαδικασία που ασχολείται με την ανάπτυξη πρακτικής, κατά την επιδίωξη ενός ανθρώπινου σκοπού, εάν αξίζει τον κόπο, στηριγμένος σε μια συμμετοχική κοσμοθεωρία. Επιδιώκει να φέρει σε επαφή τη δράση και τον προβληματισμό, τη θεωρία και τη πρακτική, και τη συμμετοχή με τον πληθυσμό ενδιαφέροντος. Κατά την άσκηση επιδιώκονται πρακτικές λύσεις σε θέματα που ανησυχούν τους ερευνητές, και γενικότερα θέματα που αφορούν την ανάπτυξη των μεμονωμένων ατόμων και των κοινοτήτων τους. Η διαδικασία που χρειάζεται για μία τέτοια έρευνα είναι πρώτα η αναγνώριση του προβλήματος που υπάρχει, η διάγνωση, ο σχεδιασμός και η παρέμβαση του ερευνητή, και τέλος η αξιολόγηση της παρέμβασης αυτής. Πολλές φορές τα τρία αυτά στάδια επαναλαμβάνονται (Reason & Bradbury, 2001).

### **4.2 Συλλογή δεδομένων**

Στην επικείμενη πτυχιακή εργασία, η συλλογή δεδομένων για την ανάλυση απαιτήσεων των χρηστών, πραγματοποιήθηκε με τρεις διαφορετικούς τρόπους: δημιουργία δομημένων ερωτηματολογίων (structured), δημιουργία ημι-δομημένων συνεντεύξεων (semi-structured) και παρατήρηση (observation). Πρόκειται για μικτή μεθοδολογία με κατηγορία ανάλυσης των δεδομένων με «Επεξηγηματικό Σχεδιασμό» (Explanatory Design) κατά τον οποίο η ποσοτική έρευνα γίνεται στην πρώτη φάση ενώ η ποιοτική έρευνα γίνεται με σκοπό να διερευνηθούν σε βάθος τα ευρήματα της πρώτης φάσης. Σκοπό έχει την άντληση των σημαντικότερων πληροφοριών για την επιτυχημένη ολοκλήρωση της διαδικτυακής μου εφαρμογής. Η ανάλυση απαιτήσεων σε μία τέτοιου

είδους εργασία θεωρείται απαραίτητη για τον λόγο ότι «είναι μια διαδικασία κατάρτισης μιας λίστας, όπου αναφέρονται οι προδιαγραφές που πρέπει να πληροί το προϊόν (η λύση) πληροφορικής που πρόκειται να δημιουργηθεί ή να εγκατασταθεί. Το προϊόν μπορεί να είναι μια νέα εφαρμογή που αναπτύσσεται κατά παραγγελία, η εγκατάσταση ενός έτοιμου προγράμματος, η δημιουργία ενός δικτυακού τόπου, ηλεκτρονικού καταστήματος κλπ. Οι προδιαγραφές που προσδιορίζονται μπορεί να είναι τεχνολογικές, επιχειρηματικές, λειτουργικές, να σχετίζονται με τη μορφή, το κόστος, τη διάρκεια, το χρόνο απόσβεσης κ.ά.» (Κέντρο Παραγωγικότητας Κύπρου, 2012).

Το ερωτηματολόγιο το οποίο δημιούργησα αποτελεί συνδυασμό ποσοτικών και ποιοτικών δεδομένων ούτως ώστε να καλυφθούν όλες οι πτυχές τις έρευνας και να απαντηθεί ολοκληρωμένα το ερευνητικό ερώτημα που θα με οδηγήσει αργότερα στην ολοκλήρωση του έργου. Το ερωτηματολόγιο περιλαμβάνει αρχικά ερωτήσεις οι οποίες προδιαθέτουν των ερωτηθέντα για το τι πρόκειται να ακολουθήσει, κλειστού τύπου ερωτήσεις οι οποίες έχουν ένα αυστηρά περιορισμένο εύρος απαντήσεων με σκοπό την εύκολη συμπλήρωση από τον ερωτηθέντα. Οι εναλλακτικές απαντήσεις πολλαπλής επιλογής καλύπτουν περίπου όλο το φάσμα των απαντήσεων αφού είναι προσεκτικά τοποθετημένες, ενώ η επιλογή «Άλλο» που συνοδεύεται από ένα πεδίο κειμένου, βοηθά τον ερωτηθέντα να δοθούν απαντήσεις που ίσως δεν καλύπτονται στις πολλαπλές επιλογές. Επίσης, συμπεριλαμβάνει ανοικτού τύπου ερωτήσεις με τις οποίες επιτρέπει στον ερωτηθέντα να επεκτείνει τις απαντήσεις και να εκφραστεί με δικά του λόγια χωρίς περιορισμούς (εκεί που χρειάζεται). Ενώ από αυτού του τύπου ερωτήσεις αναδύονται μεταβλητές οι οποίες ο ερευνητής δεν είχε σκεφτεί προηγουμένως. Οι ερωτήσεις που έχω χρησιμοποιήσει είναι:

- 1) Απλής Εναλλακτικής (Ναι ή Όχι)
- 2) Πολλαπλής Επιλογής (4-5 επιλογές)
- 3) Ερωτήσεις Κλίμακας Σπουδαιότητας
- 4) Ερωτήσεις Κλίμακας Βαθμολόγησης

(Ritchie & Lewis, 2003).

Ο στοχευμένος πληθυσμός (target group) της έρευνας όπως αναφέρεται και πιο πάνω είναι οι φοιτητές τις Κύπρου και συγκεκριμένα του κλάδου Γραφιστικής και Πολυμέσων. Άρα η μέθοδος δειγματοληψίας που χρησιμοποιείται είναι «Μη-τυχαία δειγματοληψία με σκοπιμότητα» εφόσον οι συμμετέχοντες επιλέχθηκαν λόγω συγκεκριμένου χαρακτηριστικού.

Για τον σκοπό της έρευνας απαντήθηκαν σαράντα ερωτηματολόγια από φοιτητές του κλάδου τα οποία χορηγήθηκαν με δύο διαφορετικούς τρόπους, μέσω ηλεκτρονικής μορφής και με προσωπική συνέντευξη. Πριν την χορήγηση των ερωτηματολογίων στους πραγματικούς ερωτηθέντες πραγματοποιήσα ένα πιλοτικό πείραμα με πραγματικό χρήστη για να δω τις αδυναμίες και τις ελλείψεις που ενδέχεται να υπήρχαν, ενώ μετά το πρώτο πείραμα πάρθηκε η κατάλληλη ανατροφοδότηση, πραγματοποιήθηκαν οι διορθώσεις και στη συνέχεια χορηγήθηκε στους πραγματικούς ερωτηθέντες (Fowler, 2009).

## **5 Διαδικασία εκτέλεσης**

Αφού πραγματοποιήθηκαν οι συνεντεύξεις, τα ερωτηματολόγια και η παρακολούθηση των ερωτηθέντων κατά τη διάρκεια της ολοκλήρωσης του ερωτηματολογίου, ακολούθησε η διαδικασία συλλογής δεδομένων και στη συνέχεια η ανάλυση τους. Τα ποσοτικά δεδομένα ταξινομήθηκαν στο λογισμικό “Microsoft Excel” και στη συνέχεια πραγματοποιήθηκε δημιουργία γραφημάτων τα οποία παρουσιάζουν τα ποσοτικά δεδομένα με ποσοστά ανά τις εκατό. Τα ποιοτικά δεδομένα δηλαδή οι απαντήσεις στις ανοικτού τύπου ερωτήσεις αναλύθηκαν και στη συνέχεια να κωδικοποιηθούν σε κατηγορίες (θέματα) μαζί με τα διαγράμματα των ποσοτικών δεδομένων.

### **5.1 Ερωτηματολόγια**

Στην ενότητα αυτή παρουσιάζονται τα διαγράμματα που ανακτήθηκαν από τα ποσοτικά αποτελέσματα και παραδίδονται όλα τα γραφήματα ένα προς ένα, τα οποία έπαιξαν σημαντικό ρόλο στην δημιουργία και την ολοκλήρωση της διαδικτυακής μου εφαρμογής. Επιπλέον, μαζί με τα ποσοτικά δεδομένα αναφέρονται και τα ποιοτικά δεδομένα που ανακτήθηκαν από τις ανοικτές ερωτήσεις, όπως επίσης και σχόλια που ανακτήθηκαν από την παρατήρηση. Το κάθε ένα από τα πιο κάτω γραφήματα περιλαμβάνουν επεξηγηματική λεζάντα ως βοήθημα για καλύτερη κατανόηση του αναγνώστη. Επίσης, επισυνάπτονται τα δεδομένα όπως τοποθετήθηκαν στο λογισμικό Excel (βλέπε παράρτημα Π.1 - Ερωτηματολόγιο).

### Φύλο

↗	● Άνδρας	● Γυναίκα	Standard Deviation	Responses
All Data	20 (50%)	20 (50%)	0	40

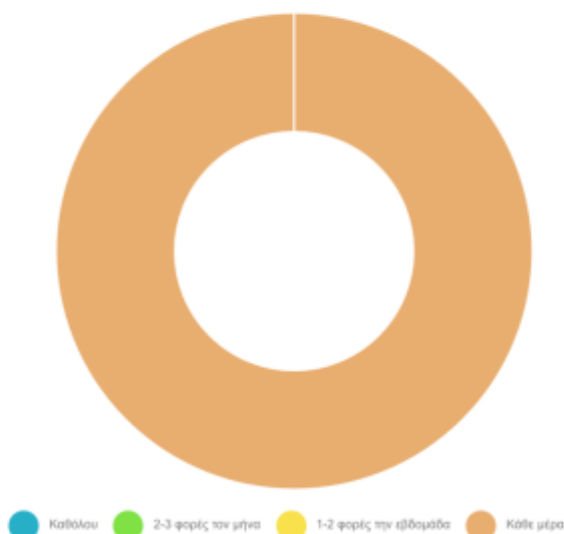


**Διάγραμμα 7:** Ερώτηση 1

Κυκλικό στατικό διάγραμμα που παρουσιάζει το ποσοστό των ανδρών και των γυναικών που απάντησαν τα ερωτηματολόγια. Επέλεξα ο αριθμός των δύο ομάδων ήταν ισοδύναμος, ούτως ώστε να υπάρχει μία πιο σφαιρική άποψη για την δημιουργία της εφαρμογής.

### Χρησιμοποιείς το διαδίκτυο;

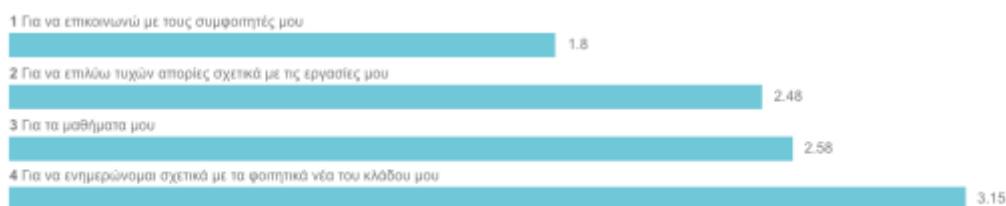
	Καθόλου	2-3 φορές τον μήνα	1-2 φορές την εβδομάδα	Κάθε μέρα	Standard Deviation	Responses
All Data	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	40 (100%)	17.32	40



### Διάγραμμα 8: Ερώτηση 1

Κυκλικό στατικό διάγραμμα που παρουσιάζει το ποσοστό συχνότητας χρήσης του διαδικτύου. Το 100% των ερωτηθέντων απαντήσαν «Κάθε μέρα».

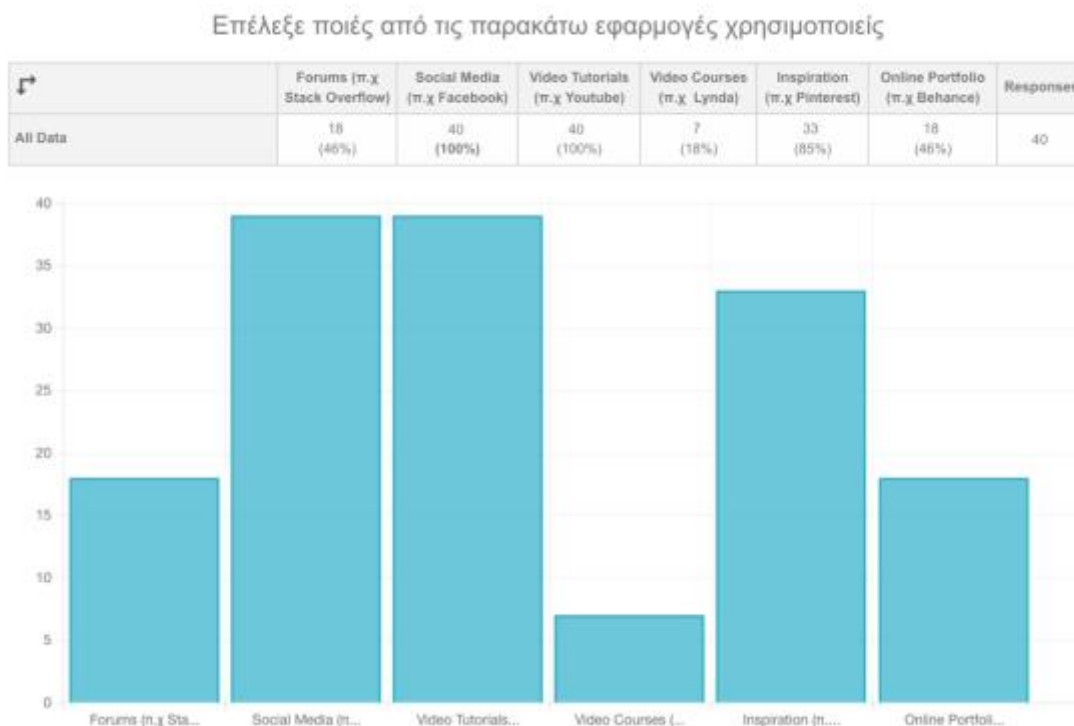
Αρίθμησε τα παρακάτω από το 1 μέχρι το 4 με βάση το σκοπό για τον οποίο χρησιμοποιείς περισσότερο το διαδίκτυο (το 1 αντιστοιχεί σε ό,τι χρησιμοποιείς συχνότερα, μετακίνησε τις προτάσεις πάνω-κάτω για να τις ταξινομήσεις και μετά finished sorting)



### Διάγραμμα 9: Ερώτηση 3

Ραβδοδιάγραμμα που παρουσιάζει με μέσο όρο τις επιλογές των φοιτητών για τον σκοπό του διαδικτύου, ενώ πρώτο ανέρχεται «Για να επικοινωνώ με τους συμφοιτητές μου» με μέσο όρο επιλογής 1.8 ως πρώτη επιλογή, ενώ στη συνέχεια βλέπουμε να βρίσκονται σε

πολύ κοντινή ισοβαθμία οι επιλογές «Για να επιλύω τυχών απορίες σχετικά με τις εργασίες μου» και «Για τα μαθήματα μου».



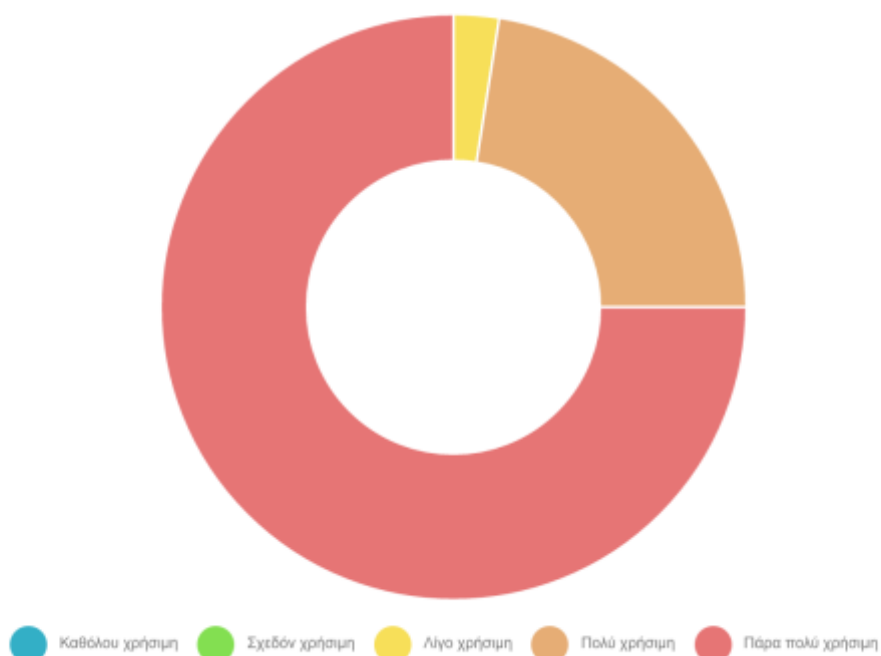
**Διάγραμμα 10:** Ερώτηση 4

Ραβδοδιάγραμμα που παρουσιάζει τις εφαρμογές που χρησιμοποιούν περισσότερο οι φοιτητές του κλάδου Γραφιστικής και Πολυμέσων, σε ποσοστά. Πρώτο ανέρχεται η κατηγορία “Social Media” και “Video Tutorials” αφού σαράντα στους σαράντα είχαν τις δύο αυτές κατηγορίες στις επιλογές τους (100%). Ως δεύτερη επιλογή ανέρχεται το “Inspiration” με τριάντατρείς απαντήσεις (46%). Σύμφωνα με την παρατήρηση κατά τη διάρκεια των απαντήσεων, πολλοί από τους ερωτηθέντες έδειξαν να μην γνωρίζουν την επιλογή “Video Courses” πράγμα που συνάδει με το γεγονός ότι βρίσκεται στην τελευταία επιλογή των φοιτητών. Η κλειστή πρόσβαση στο συγκεκριμένο ιστοχώρο και η χρέωση για τα μαθήματα ίσως να έπαιξαν σημαντικό ρόλο στο πιο πάνω αποτέλεσμα.

Επίσης, στην όταν ρωτήθηκαν πως η χρήση των εφαρμογών αυτών χρησιμεύουν στα μαθήματα τους (Ερώτηση 5) απάντησαν σύμφωνα με τέσσερις διαφορετικές θεματικές: 1)Επίλυση αποριών, 2)Εμπνευση νέων ιδεών και 3)Επικοινωνία με συμφοιτητές.

Πώς θα βαθμολογούσες την χρήση αυτών των εφαρμογών σύμφωνα με την δική σου εμπειρία, βάση την χρησιμότητα τους στην φοιτητική ζωή σου;

📍	Καθόλου χρήσιμη	Σχεδόν χρήσιμη	Λίγο χρήσιμη	Πολύ χρήσιμη	Πάρα πολύ χρήσιμη	Standard Deviation	Responses
All Data	0 (0%)	0 (0%)	1 (3%)	9 (23%)	30 (75%)	11.51	40



**Διάγραμμα 11:** Ερώτηση 6

Κυκλικό στατικό διάγραμμα που παρουσιάζει τη χρησιμότητα χρήσης των εφαρμογών που παρουσιάστηκαν στην ερώτηση επτά. Σύμφωνα με τους φοιτητές του κλάδου Γραφιστικής και Πολυμέσων η επιλογή «Πάρα πολύ Χρήσιμη» ανέρχεται ως πρώτη επιλογή με 30 απαντήσεις (75%), ενώ η δεύτερη επιλογή «Πολύ Χρήσιμη» με εννέα απαντήσεις (23%).



Χρησιμοποιείς κάποια εφαρμογή στην οποία μπορείς να ανεβάζεις τα projects σου και να λαμβάνεις σχόλια από άλλους συμφοιτητές σου;

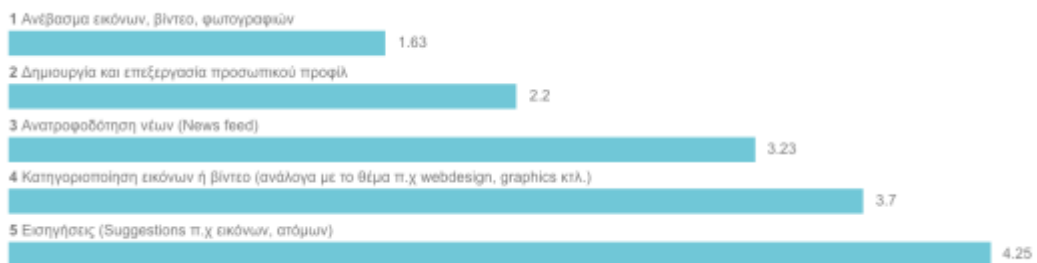
↗	● Όχι δεν χρησιμοποιώ	● Ναι χρησιμοποιώ (ποιά;)	Standard Deviation	Responses
All Data	36 (90%)	4 (10%)	16	40



**Διάγραμμα 12:** Ερώτηση 7

Κυκλικό στατικό διάγραμμα το οποίο παρουσιάζει εάν οι φοιτητές χρησιμοποιούν κάποια εφαρμογή για να ανεβάζουν την δουλειά τους. Το 90% απάντησε πως δεν χρησιμοποιεί κάποια εφαρμογή ενώ το 10% απάντησε πως χρησιμοποιεί το Facebook, το Instagram, Messenger και Facebook.

Βαθμός προτεραιότητας των πιο κάτω λειτουργιών μίας εφαρμογής (το 1 αντιστοιχεί στο πιο σημαντικό, μετακίνησε τις προτάσεις πάνω-κάτω για να τις ταξινομήσεις, όταν τελειώσεις επέλεξε finish sorting)



**Διάγραμμα 13:** Ερώτηση 8

Οριζόντιο ραβδοδιάγραμμα στο οποίο βλέπουμε πως ο βαθμός προτεραιότητας λειτουργιών σε μία εφαρμογή για τους φοιτητές είναι «Ανέβασμα εικόνων, φωτογραφιών και βίντεο» με μέσο όρο 1.63 ως πρώτη επιλογή ενώ αρκετά κοντινή επιλογή βρίσκεται «Δημιουργία και επεξεργασία προσωπικού προφίλ».

Βαθμολόγησε πόσο χρήσιμο είναι για σένα το πιο κάτω χαρακτηριστικό σε μία εφαρμογή ( το 1 αντιστοιχεί στο λιγότερο χρήσιμο)

↕	1	2	3	4	5	Standard Deviation	Responses	Weighted Average
like a photo	1 (3%)	2 (5%)	8 (20%)	9 (23%)	20 (50%)	6.78	40	4.13 / 5
comment	2 (5%)	5 (13%)	5 (13%)	10 (25%)	18 (45%)	5.62	40	3.93 / 5
comment with a photo	1 (3%)	3 (8%)	8 (20%)	9 (23%)	19 (48%)	6.26	40	4.05 / 5
upload a status	13 (33%)	8 (20%)	6 (15%)	6 (15%)	7 (18%)	2.61	40	2.65 / 5
upload an image	0 (0%)	2 (5%)	4 (10%)	13 (33%)	21 (53%)	7.87	40	4.33 / 5
upload a video	0 (0%)	1 (3%)	10 (25%)	11 (28%)	18 (45%)	6.72	40	4.15 / 5
follow/ be followed	1 (3%)	4 (10%)	7 (18%)	13 (33%)	15 (38%)	5.29	40	3.93 / 5
								3.88 / 5

#### Διάγραμμα 14: Ερώτηση 9

Πίνακας που παρουσιάζει τον βαθμό χρησιμότητας των χαρακτηριστικών μίας εφαρμογής. Πρώτη επιλογή για τους φοιτητές Γραφιστικής και Πολυμέσων σε μία τέτοια εφαρμογή είναι «Ανέβασμα Εικόνας» με είκοσι μία απαντήσεις (53%). Ενώ πολύ κοντά βρίσκεται με είκοσι απαντήσεις «Like a Photo» (50%), αμέσως μετά με πολύ μικρή διαφορά ποσοστού η τρίτη επιλογή «Comment with a Photo» με δεκαεννέα απαντήσεις (48%). Άρα εδώ βλέπουμε ότι η ποσοτική διαφορά μεταξύ αυτών των χαρακτηριστικών είναι πολύ μικρή, ενώ ταυτόχρονα είναι αρκετά χρήσιμα σε μία εφαρμογή.

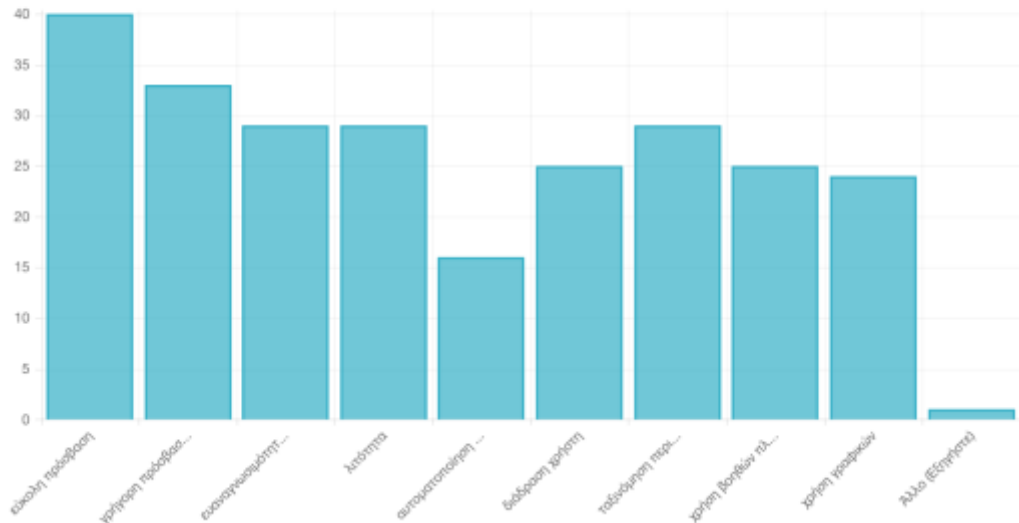


**Διάγραμμα 15:** Ερώτηση 9

Πίνακας που παρουσιάζει τον βαθμό χρησιμότητας των χαρακτηριστικών μίας εφαρμογής. Πρώτη επιλογή για τους φοιτητές Γραφιστικής και Πολυμέσων σε μία τέτοια εφαρμογή είναι «Ανέβασμα Εικόνας» με είκοσι μία απαντήσεις (53%). Ενώ πολύ κοντά βρίσκεται με είκοσι απαντήσεις «Like a Photo» (50%), αμέσως μετά με πολύ μικρή διαφορά ποσοστού η τρίτη επιλογή «Comment with a Photo» με δεκαεννέα απαντήσεις (48%). Άρα εδώ βλέπουμε ότι η ποσοτική διαφορά μεταξύ αυτών των χαρακτηριστικών είναι πολύ μικρή, ενώ ταυτόχρονα είναι αρκετά χρήσιμα σε μία εφαρμογή.

Τι σημαίνει για σένα ευχρηστία σε μία εφαρμογή; (Επιλογή πάνω από μία απάντηση)

↶	εύκολη πρόσβαση	γρήγορη πρόσβαση	ευαναγνωσιμότητα γραμματοσειρών	λιτότητα	αυτοματοποίηση λειτουργιών	διόδρωση χρήστη	ταξινόμηση περιεχομένου	χρήση βοηθών πλοήγησης (π.χ search)	χρήση γραφικών	Άλλο (Εξηγήστε)	Responses
All Data	40 (100%)	33 (83%)	29 (73%)	29 (73%)	16 (40%)	25 (63%)	29 (73%)	25 (63%)	24 (60%)	1 (3%)	40

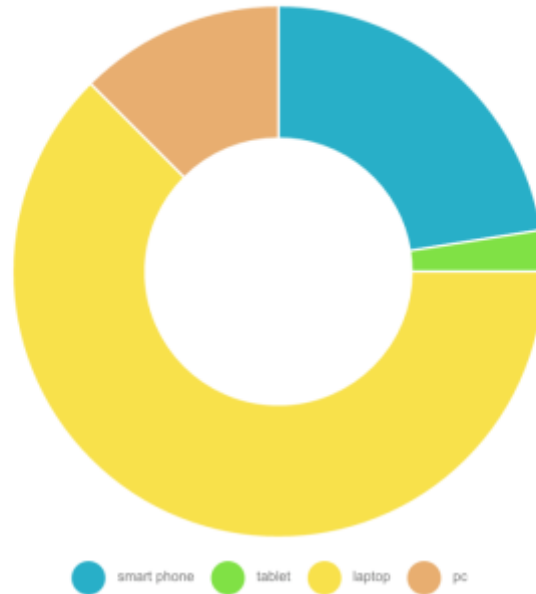


**Διάγραμμα 16:** Ερώτηση 10

Ραβδοδιάγραμμα που δείχνει τη σημασία μίας εύχρηστης εφαρμογής για τους φοιτητές. Οι τρεις πρώτες επιλογές είναι: «Εύκολη Πρόσβαση» με σαράντα απαντήσεις(100%), «Γρήγορη Πρόσβαση» με τριάντα τρεις απαντήσεις (83%) και, «Ευ αναγνωσιμότητα γραμματοσειρών» και «Λιτότητα» με είκοσι εννέα απαντήσεις (73%).

Ποιά από τις πιο κάτω συσκευές προτιμάς για πρόσβαση στο διαδίκτυο;

	smart phone	tablet	laptop	pc	Standard Deviation	Responses
All Data	9 (23%)	1 (3%)	25 (63%)	5 (13%)	9.11	40



**Διάγραμμα 17:** Ερώτηση 11

Κυκλικό στατικό διάγραμμα που παρουσιάζει την προτίμηση της συσκευής για πρόσβαση στο διαδίκτυο. Πρώτη ανέρχεται η επιλογή «Laptop» με είκοσι πέντε απαντήσεις (63%), δεύτερη επιλογή «Smart Phone» με εννέα απαντήσεις (23%) ενώ πολύ κοντά στην δεύτερη επιλογή βρίσκεται η Τρίτη επιλογή με πέντε μόνο απαντήσεις (13%). Παρατηρήθηκε ότι μόνο ένα άτομο επέλεξε την επιλογή «Tablet» (3%).

Χρησιμοποιείς κάποια εφαρμογή η οποία είναι ΜΟΝΟ για φοιτητές;

	Όχι	Ναι (Ποιά;)	Standard Deviation	Responses
All Data	32 (80%)	8 (20%)	12	40

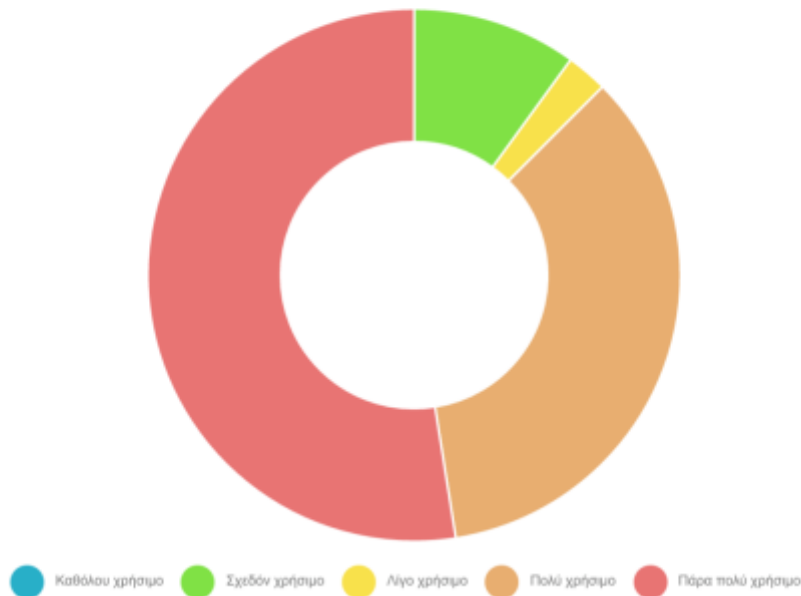


**Διάγραμμα 18:** Ερώτηση 12

Κυκλικό στατικό διάγραμμα που παρουσιάζει εάν οι φοιτητές Γραφιστικής και Πολυμέσων χρησιμοποιούν κάποια εφαρμογή η οποία προορίζεται μόνο για φοιτητές. Τριάντα δύο απαντήσεις (80%) με την επιλογή «Όχι» ενώ οκτώ (20%) με την επιλογή «Ναι». Τα άτομα που απάντησαν ποια εφαρμογή χρησιμοποιούν απάντησαν «Ιστοσελίδα Πανεπιστημίου» και «Moodle». Στην περίπτωση αυτή βλέπουμε πως οι φοιτητές, παρόλο που έχουν την «ανάγκη» να χρησιμοποιούν μία εφαρμογή η οποία θα είναι σχεδιασμένη βάση τα δικά τους ενδιαφέροντα και ανάγκες (που επίσης απάντησαν πως χρησιμοποιούν την Ιστοσελίδα του Πανεπιστημίου και το Moodle), εντούτοις δεν γνωρίζουν για την ύπαρξη μίας τέτοιας ιστοσελίδας ενώ εάν υπήρχε θα ήταν «Πάρα πολύ χρήσιμη» όπως διαφαίνεται από την απάντηση που έδωσαν στην αμέσως παρακάτω ερώτηση.

Πόσο χρήσιμο θα σου φαινόταν εάν υπήρχε μία ιστοσελίδα η οποία θα ήταν μόνο για φοιτητές του κλάδου σου;

	Καθόλου χρήσιμο	Σχεδόν χρήσιμο	Λίγο χρήσιμο	Πολύ χρήσιμο	Πάρα πολύ χρήσιμο	Standard Deviation	Responses
All Data	0 (0%)	4 (10%)	1 (3%)	14 (35%)	21 (53%)	8.17	40



**Διάγραμμα 19:** Ερώτηση 13

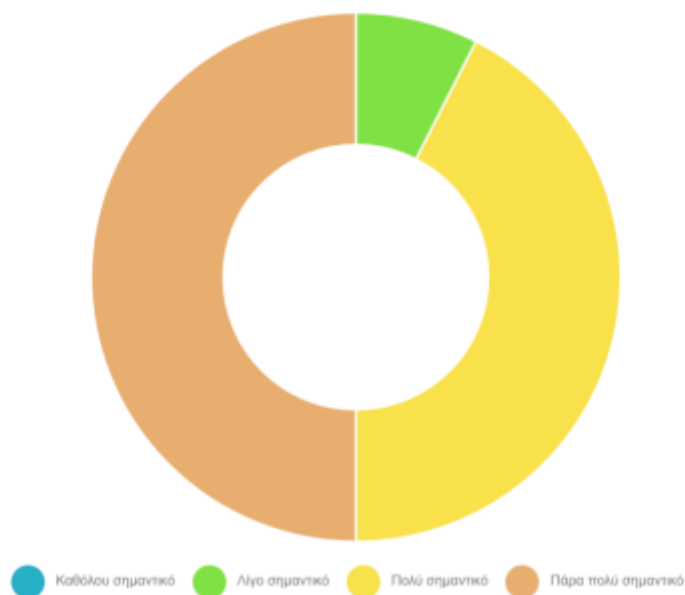
Κυκλικό στατικό διάγραμμα που παρουσιάζει πόσο είναι σημαντικό για τους φοιτητές να έχουν μία ιστοσελίδα η οποία θα είναι μόνο για αυτούς, εκτός την σελίδα του πανεπιστημίου. Είκοσι ένα άτομα απάντησαν «Πάρα πολύ χρήσιμο» (53%), δεκατέσσερα άτομα απάντησαν «Πολύ χρήσιμο» (35%) ενώ τέσσερα άτομα «Σχεδόν χρήσιμο» (10%).

Επιπλέον, σύμφωνα με το πεδίο κειμένου (text-field) το οποίο συνόδευε την ερώτηση αυτή και απαιτούσε αιτιολόγηση της επιλογής τους, κυμαίνονται σε τέσσερις διαφορετικές θεματικές: 1) Βοήθεια/Εισηγήσεις από άλλους (με δώδεκα απαντήσεις), 2) Γρηγορότερη εύρεση και επίλυση αποριών (με εννέα απαντήσεις), 3) Επικοινωνία (με οκτώ απαντήσεις), 4) Ενημέρωση και εξέλιξη (με επτά απαντήσεις).

Ενώ οι απαντήσεις που δόθηκαν ως «Λίγο χρήσιμο» και «Σχεδόν χρήσιμο» κυμαίνονται σε μία θεματική: 1) Δεν θέλουν δεύτερη άποψη για τη δουλειά τους (με πέντε απαντήσεις).

Πόσο σημαντικό είναι για σένα να μπορείς να προωθάς την δουλειά σου σε ένα δραστήριο δίκτυο χρηστών (online social network)

↗	Καθόλου σημαντικό	Λίγο σημαντικό	Πολύ σημαντικό	Πάρα πολύ σημαντικό	Standard Deviation	Responses
All Data	0 (0%)	3 (8%)	17 (43%)	20 (50%)	8.63	40



**Διάγραμμα 20:** Ερώτηση 14

Κυκλικό στατικό διάγραμμα που παρουσιάζει πόσο σημαντικό είναι για τους φοιτητές να προωθούν την δουλειά τους σε ένα δραστήριο δίκτυο χρηστών. Πρώτη επιλογή ανέρχεται το «Πάρα πολύ σημαντικό» με είκοσι απαντήσεις (50%), δεύτερη επιλογή «Πολύ σημαντικό» με δεκαεπτά απαντήσεις (43%), και τελευταία επιλογή «Λίγο σημαντικό» με τρεις απαντήσεις (8%). Εδώ βλέπουμε καθαρά ότι κανένα από τα σαράντα άτομα που ερωτήθηκαν εάν θα ήταν σημαντική για εκείνους η ύπαρξη μίας ιστοσελίδας.

Επιπλέον, σύμφωνα με το πεδίο κειμένου (text-field) το οποίο συνόδευε την ερώτηση αυτή και απαιτούσε αιτιολόγηση της επιλογής τους, κυμαίνονται σε τέσσερις διαφορετικές θεματικές: 1) Προώθηση και Εύρεση δουλειάς (με είκοσι απαντήσεις), 2) Έμπνευση (με εννέα απαντήσεις) και 3) Βοήθεια/Εισηγήσεις από άλλους (με οκτώ απαντήσεις). Ενώ οι απαντήσεις που δόθηκαν ως «Λίγο σημαντικό» κυμαίνονται σε μία μόνο θεματική: 1) Φόβος για κλοπή δουλειάς (με τρεις απαντήσεις).



Βαθμολόγησε κατά πόσο οι λειτουργίες που ακολουθούν θα ήταν χρήσιμες για σένα σε αυτή την εφαρμογή

↕	↕ 1	↕ 2	↕ 3	↕ 4	↕ 5	↕ Standard Deviation	↕ Responses	↕ Weighted Average
● Να επικοινωνώ με τους συμφοιτητές μου	2 (5%)	0 (0%)	3 (8%)	8 (20%)	27 (68%)	9.86	40	4.45 / 5
● Να ανεβάζω την δουλειά μου για να εμπνεύ άλλους συμφοιτητές μου	5 (13%)	2 (5%)	5 (13%)	11 (28%)	17 (43%)	5.37	40	3.83 / 5
● Να βλέπω άλλες δουλειές σχεδιαστών για έμπνευση	0 (0%)	0 (0%)	1 (3%)	12 (30%)	27 (68%)	10.53	40	4.65 / 5
● Να σχολιάζω δουλειές	2 (5%)	4 (10%)	10 (25%)	11 (28%)	13 (33%)	4.24	40	3.73 / 5
● Να βαθμολογώ με βάση την αρεσκία μου (like)	2 (5%)	1 (3%)	5 (13%)	10 (25%)	22 (55%)	7.67	40	4.22 / 5
● Να ακολουθώ άλλους σχεδιαστές για να βλέπω συχνά τη δουλειά τους(follow)	0 (0%)	3 (8%)	3 (8%)	13 (33%)	21 (53%)	7.85	40	4.3 / 5
● Να βρίσκω βίντεο (tutorials) που θα με βοηθούν	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	5 (13%)	35 (88%)	13.64	40	4.88 / 5
● Να μπορώ να επεξεργαστώ το προφίλ μου	1 (3%)	0 (0%)	4 (10%)	11 (28%)	24 (60%)	8.88	40	4.43 / 5
● Να ενημερώνομαι σχετικά με τα νέα του κλάδου μου	0 (0%)	1 (3%)	1 (3%)	9 (23%)	29 (73%)	10.99	40	4.65 / 5
								4.35 / 5

**Διάγραμμα 21:** Ερώτηση 15

Πίνακας που παρουσιάζει τον βαθμό χρησιμότητας των λειτουργιών σε μία εφαρμογή, ενώ έχουμε πρώτη επιλογή με τριάντα πέντε απαντήσεις «Να βρίσκω βίντεο (Tutorials) που θα με βοηθούν» (88%), δεύτερη επιλογή με είκοσι εννέα απαντήσεις «Να ενημερώνομαι σχετικά με τα νέα του κλάδου μου» (73%), και τρίτη επιλογή με είκοσι επτά απαντήσεις «Να επικοινωνώ με τους συμφοιτητές μου» και «Να βλέπω άλλες δουλειές σχεδιαστών για έμπνευση» (68%).



Διάγραμμα 22: Ερώτηση 15

## 5.2 Συνεντεύξεις

Για την πραγματοποίηση των συνεντεύξεων, δημιουργήθηκε έντυπη εξουσιοδότηση η οποία υπογράφηκε από τους συνεντευξιζόμενους (βλέπε παράρτημα Π.2 – Έντυπο Εξουσιοδότησης).

Οι συνεντεύξεις έγιναν με πέντε φοιτητές του κλάδου Γραφιστικής και Πολυμέσων, βάση του δομημένου ερωτηματολογίου που δημιουργήθηκε για τον σκοπό ανάλυσης δεδομένων. Η ημι-δομημένη συνέντευξη διάρκεσε περίπου δεκαέξι με δεκαεννέα λεπτά για το κάθε άτομο, στην οποία αναπτύχθηκε συζήτηση αφού βάση των προκαθορισμένων απαντήσεων προέκυπταν και διαφορετικές ερωτήσεις.

Οι θεματικές των ερωτήσεων που προκύπτουν από την συζήτηση κωδικοποιούνται σε πίνακες ούτως ώστε να επιτευχθεί το καταλληλότερο αποτέλεσμα στοχεύοντας στις

απαιτήσεις του χρήστη. Οι συνεντευξιαζόμενοι είναι ενθουσιασμένοι και πολύ θετικοί με το αντικείμενο αυτής της ιστοσελίδας γιατί όπως δήλωσαν οι περισσότεροι δεν χρησιμοποιούν μία τέτοιου είδους εφαρμογή για τον λόγο ότι δεν γνωρίζουν εάν υπάρχει ενώ οι υπόλοιποι δήλωσαν πώς γνωρίζουν ότι δεν υπάρχει. Το πρόβλημα το οποίο απορρέει από την ανάλυση των ερωτηματολογίων για την ασφάλεια των προσωπικών τους δεδομένων λύνεται στο μέσω των συνεντεύξεων αφού πολλές εισηγήσεις και απόψεις αναπτύχθηκαν γύρω από το θέμα με έμμεσο τρόπο. Ταυτόχρονα, εφόσον κάτι τέτοιο δεν αποτελεί πλειοψηφία οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες και τους συνεντευξιαζόμενους είναι εντελώς θετικοί στο θέμα της ιστοσελίδας.

**Πίνακας 2:** Κωδικοποίηση – Πρώτιστος σκοπός χρήσης της ιστοσελίδας

---

Για να επικοινωνώ με τους συμφοιτητές μου και να ενημερώνομαι σχετικά με τα νέα του κλάδου μου	(Σ1, Σ2, Σ3)
------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------

---

Για να επιλύω τις απορίες που έχω	(Σ4, Σ5)
-----------------------------------	----------

---

Όταν ζητήθηκε από τους συνεντευξιαζόμενους να απαντήσουν τον λόγο για τον οποίο συνηθίζουν να χρησιμοποιούν το διαδίκτυο και τις σελίδες κοινωνικής δικτύωσης για μαθησιακού σκοπούς, διατυπώθηκαν οι πιο πάνω επιλογές ως πρώτιστες προτιμήσεις των συνεντευξιαζόμενων. Οι επιλογές αυτές επιλέχθηκαν ως πρώτες ανάμεσα από πέντε συνολικά επιλογές που περιλάμβανε το ερωτηματολόγιο. Όπως αναφέρει μία συνεντευξιαζόμενη, “...θέλω να ενημερώνομαι σχετικά με τα νέα του κλάδου μου γενικά, εφόσον δεν με ενδιαφέρει κάτι άλλο εμένα προσωπικά μόνο για τον κλάδο μου...”

Επίσης όταν ρωτήθηκε ο τρόπος με τον οποίο προτιμούν την επικοινωνία με τους συμφοιτητές τους απάντησε, “...μέσω του messenger, του facebook group και μέσω των σχόλιων που κάνουμε μέσα στο group...”

Ως αποτέλεσμα, η προτεινόμενη εφαρμογή θα πρέπει να παρέχει στον χρήστη ένα οποιονδήποτε μέσο επικοινωνίας με τα άλλα μέλη της ιστοσελίδας.

**Πίνακας 3:** Κωδικοποίηση - Χαρακτηριστικά προσωπικού προφίλ

Όνομα, επίθετο	(Σ1, Σ2, Σ3, Σ4, Σ5)
Φωτογραφία	(Σ1, Σ2, Σ3, Σ4, Σ5)
Ικανότητες (skills)	(Σ1,Σ2,Σ3,Σ5)
Εμπειρία (experience)	(Σ3, Σ4)

Σύμφωνα με τους συνεντευξιζόμενους τα κύρια χαρακτηριστικά που πρέπει να περιέχει ένα προφίλ είναι όνομα, επίθετο, φωτογραφία χρήστη, ικανότητες και εμπειρία. Οι απαντήσεις που απορρέουν από αυτή την ερώτηση από τους ερωτηθέντες είναι:

*“...κοίταξε, η φωτογραφία είναι απαραίτητη. Σου δίνει μία πρώτη εντύπωση και πιστεύω χωρίς αυτή δεν θα σου κινούσε τόσο πολύ το ενδιαφέρον για να ακολουθήσεις κάποιον. Εγώ προσωπικά ένα προφίλ χωρίς φωτογραφία το θεωρώ ψεύτικο (fake)”.*

*“...θα ήθελα να μάθω... την εμπειρία και μια φωτογραφία κυρίως, να ξέρεις με ποιόν μιλάς! Φαντάζομαι να αναφέρει το έτος φοίτησης του κάπου για να ξέρω πόσο έμπειρος είναι πάνω στο θέμα...”*

*“...ναι σίγουρα θα ήθελα να βλέπω μια φωτογραφία για να ξέρω αν θέλω να τον ακολουθήσω ή όχι.”*

*“...να ξέρω με τι ασχολείται, τι τον ενδιαφέρει δεν θα πήγαινα να ακολουθήσω κάποιον που δεν ασχολείται με κάτι που με ενδιαφέρει. Π.χ αν έβλεπα ότι κάποιος κάνει παιχνίδια ενώ κάποιος άλλος κάνει web design θα ακολουθούσα αυτόν που κάνει web design...”*

Επίσης, σε αυτή την ερώτηση εφόσον φαίνεται ότι ενδιαφέρει τους χρήστες για το τι θα ήθελαν να περιλαμβάνει το προσωπικό τους προφίλ δόθηκε η ευκαιρία να ρωτήσω

και για κάποιες εισηγήσεις που ίσως να είχαν οι ίδιοι βάση των αναγκών τους. Οι εισηγήσεις που πάρθηκαν είναι να εμφανίζει απαραίτητα τα ενδιαφέροντα και δεξιότητες του χρήστη. Αυτό μπορεί να είναι εφικτό με την χρήση λέξεις-κλειδιά (keywords) όπως αναφέρθηκε ως ιδέα ενώ μία άλλη καλή εισήγηση είναι να μπορεί ο ίδιος ο χρήστης να «βαθμολογεί» (rate) τον εαυτό του με βάση τις γνώσεις που έχει. Μετά από την συζήτηση γι' αυτή την ερώτηση με τους συνεντευξιαζόμενους φάνηκε πόσο σημαντικό είναι για αυτούς να μπορούν να επεξεργάζονται οι ίδιοι την προσωπική τους εικόνα/προφίλ/κατάσταση (status) που φαίνεται προς τα έξω. Αυτά τα χαρακτηριστικά λήφθηκαν σοβαρά υπόψη για την τελική σύνθεση της ιστοσελίδας.

**Πίνακας 4:** Κωδικοποίηση-Στυλ Εφαρμογής

Λίγες Πληροφορίες	(Σ1, Σ2, Σ3, Σ4, Σ5)
Ταξινόμηση Περιεχομένου	(Σ1, Σ2,Σ3)
Γρήγορη πρόσβαση	(Σ1, Σ2, Σ3, Σ5)
Απλά χρώματα	(Σ3)

Εξίσου σημαντικό για τους χρήστες είναι η ευκολία χρήσης μίας διεπαφής. Οι συνεντευξιαζόμενοι απάντησαν χαρακτηριστικά ότι δεν θέλουν οποιαδήποτε ιστοσελίδα να περιλαμβάνει πολλές πληροφορίες ενώ το περιεχόμενο πρέπει να είναι «συγυρισμένο» και ταξινομημένο με τρόπο που θα μπορεί εύκολα ο χρήστης να βρίσκει τις πληροφορίες που χρειάζεται:

*“...εμμ, σίγουρα να είναι εύκολο να μην έχει πολλά πράγματα που πρέπει να κάνω για να καταλήξω εκεί που θέλω.”*

“...η λιτότητα, *minimal design*, να είναι απλό! Μερικές φορές οι πολλές πληροφορίες μπορεί να συγχύσουν τον χρήστη...”

Ενώ μια αρκετά ενδιαφέρουσα εισήγηση ήταν “...θα ήταν ενδιαφέρον να έχει συνδέσμους (*links*) που να οδηγούν τον χρήστη σε άλλες σελίδες που μπορούν να βρουν και άλλες πληροφορίες...”

“... θα ήθελα να έχει σοβαρό ύφος με σκούρα χρώματα, ενώ ταυτόχρονα να είναι φιλικό προς τον χρήστη...”

Ως αποτέλεσμα, η προτεινόμενη εφαρμογή πρέπει να παρέχει στον χρήστη ένα φιλικό και εύκολο προς την χρήση του περιβάλλον, το οποίο βάση των χρωμάτων θα εμπνέει τον χρήστη να το χρησιμοποιεί συχνά και θα του προσφέρει την αίσθηση της ασφάλειας και της σοβαρότητας.

**Πίνακας 5:** Κωδικοποίηση-Βαθμός Άνεσης ως προς την χρήση μία τέτοιας εφαρμογής

---

Πολύ Άνετα

(Σ2, Σ4, Σ5)

---

Λίγο Άνετα

(Σ1, Σ3)

---

Οι πιο κάτω απαντήσεις των συνεντευξιαζόμενων δείχνουν το πόσο καλά νιώθουν να μοιράζονται την δουλειά τους σε ένα ευρύ περιβάλλον χρηστών ενώ ταυτόχρονα να μοιράζονται σχόλια και εισηγήσεις μεταξύ τους, “...νιώθω πολύ άνετα να ανεβάζω την δουλειά μου σε μία τέτοια σελίδα για τον λόγο ότι θέλω να την γνώμη από άλλους της ίδιας κατεύθυνσης, ενώ τα αρνητικά σχόλια δεν με πειράζουν καθόλου. Στόχος μου είναι να βελτιώνομαι...”

“...δεν με πειράζει να σχολιάζω άλλες δουλειές εφόσον γνωρίζω το αντικείμενο του κλάδου μου, έτσι κι αλλιώς το να ανεβάζω δική μου δουλειά είναι κάτι το προαιρετικό...”

“...υπήρχε μία τέτοια εφαρμογή, σίγουρα θα ήθελα να την χρησιμοποιώ και να ανεβάζω δουλειά μου. Θα ήταν από τις πρώτες μου επιλογές...”

“...δεν νιώθω πολύ άνετα με την δουλειά μου όμως δεν με πειράζει τόσο αφού σκοπός είναι να βελτιωθώ και να αναπτυχθώ μέσω της εφαρμογής αυτής...”

“...είναι σημαντικό και απαραίτητο να προωθώ την δουλειά μου στον κλάδο μου...”

Ως αποτέλεσμα αυτής της συζήτησης φάνηκε πως η πλειοψηφία νιώθει άνετα να μοιράζεται με άλλα μέλη της ίδιας κατεύθυνσης τη δουλειάς τους και βλέπουμε βάση τα λεγόμενά τους πόσο σημαντικό είναι γι’ αυτούς να λαμβάνουν σχόλια ευελπιστώντας κάποιου είδους βελτίωση και ανάπτυξη μέσω της προτεινόμενης ιστοσελίδας.

**Πίνακας 6:** Κωδικοποίηση – Συσκευή

---

Laptop	(Σ1, Σ2, Σ3,Σ4,Σ5)
Tablet	(Σ1)
Smartphone	(Σ1,Σ2, Σ4, Σ5)

---

“... για τέτοιο σκοπό προτιμώ να χρησιμοποιώ το laptop που έχει μεγάλη οθόνη και μπορώ να βλέπω άνετα...”

“...είναι απαραίτητο να μπορώ να το χρησιμοποιήσω και στο smartphone σε περίπτωση που δεν είμαι σπίτι ή δεν έχω το laptop μου και θέλω να βρω κάτι άμεσα...”

“...το tablet είναι αρκετά χρήσιμο σε τέτοιες περιπτώσεις, δεν είναι ούτε πολύ βαρύ και η οθόνη του είναι αρκετά ικανοποιητική...”

### **Πίνακας 7:** Κωδικοποίηση – Νέα

---

Σχετικά με τα νέα της ημέρας

(Σ1, Σ2, Σ3)

---

Γενικά για νέες τεχνολογίες

(Σ1, Σ2, Σ3, Σ4, Σ5)

---

Οι χρήστες της εφαρμογής δείχνουν να ενδιαφέρονται να μπορούν να μαθαίνουν για νέες τεχνολογίες και μεθόδους που αφορά τον κλάδο τους όπως επίσης και για τα σχετικά νέα της ημέρας.

“...θα ήθελα να βλέπω νέες τεχνολογίες που βγαίνουν για να είμαι συνεχώς ενημερωμένη...”

“... θα ήθελα να ξέρω για κάποια εργασία που μας ανάθεσαν ενώ εγώ για κάποιο λόγο έλειπα από το μάθημα...”

Η εφαρμογή προσπαθεί να καλύψει τις ανάγκες και τις επιθυμίες των χρηστών βάσει με τις απαιτήσεις τους. Για αυτό το λόγο οι εισηγήσεις λήφθηκαν σοβαρά υπόψη για την ολοκλήρωση και την σύνθεση της ιστοσελίδας η οποία πρώτιστο στόχο έχει την ευχάριστη χρήση της από τους χρήστες.

### **5.3 Δεύτερη φάση ανάπτυξης**

Η δεύτερη φάση του έργου είναι η δημιουργία πρωτοτύπων χαμηλής πιστότητας στο πρόγραμμα Axure σχεδιάζοντας τις κυριότερες σελίδες της ιστοσελίδας, που συνολικά σχεδιάστηκαν είκοσι έξι οθόνες (βλέπε παράρτημα Π.3 – Πρωτότυπα Χαμηλής Πιστότητας).



Η ιστοσελίδα ονομάστηκε EXALT από το αγγλικό ρήμα που σημαίνει «μιλώ ή σκέφτομαι πολύ δυνατά από κάποιον άλλο» και «αύξηση σε μία καλύτερη κατάταξη (rank)/θέση (position)».

Μέσω του ονόματος της ιστοσελίδας τονίζεται για ακόμα μία φορά ο απότερος σκοπός της που προσβλέπει στην εμπλοκή, την ανάπτυξη ιδεών και ικανοτήτων των φοιτητών της γραφιστικής, καθώς και την ενδυνάμωση έμπνευσης ιδεών. Η σχεδιαστική γενική ιδέα (concept) της ιστοσελίδας αποτελείται τόσο από τον μοντέρνο σχεδιασμό όσο και τη λειτουργικότητα. Για να επιτευχθούν και τα δύο χρησιμοποιήθηκαν απλές εντολές, κουμπιά και αυτοματοποιήσεις.

### **5.3.1 Αρχική σελίδα**

Μπαίνοντας για πρώτη φορά στην ιστοσελίδα, ο χρήστης βρίσκεται στο home page (αρχική σελίδα) όπου μπορεί να βρει εικόνες οι οποίες παρουσιάζονται στην οθόνη του. Οι εικόνες εμφανίζονται ανάλογα με τον συντομότερο πρόσφατο χρόνο που αναρτήθηκαν (upload) στην σελίδα από τους υπόλοιπους χρήστες, εφόσον ο χρήστης ακόμα δεν απέκτησε προσωπικό λογαριασμό (account) για να μπορεί να επιλέξει τις κατηγορίες που θέλει να βλέπει ο ίδιος.

### **5.3.2 Οθόνη Sign Up**

Εφόσον ο χρήστης επισκέπτεται την ιστοσελίδα και επιθυμεί να αποκτήσει δικό του λογαριασμό για να μπορεί να ανεβάζει και αυτός την δουλειά του και να λαμβάνει σχόλια και θεάσεις (views) από άλλους χρήστες, πρέπει να κάνει sign-up από την αρχική σελίδα. Το κουμπί “sign up” βρίσκεται στο κέντρο της αρχικής σελίδας κάτω από το σλόγκαν “Inspiring & Be Inspired”. Έτσι, εάν ο χρήστης επιθυμεί να βλέπει τους ακόλουθους (followers) του και τα δεδομένα που αναρτούν στην ιστοσελίδα (uploads) πρέπει να κάνει log-in όταν εισέρχεται σε αυτήν. Σε αυτή την ιστοσελίδα επιλέχτηκε η δημιουργία λογαριασμού να είναι προαιρετική για τον λόγο ότι η εγγραφή ακούγεται σαν μια κουραστική, χρονοβόρα διαδικασία την οποία βαριέται αφάνταστα ο χρήστης και που αν είναι υποχρεωτική μπορεί να τους εμποδίσει από το να ξαναεπισκεφθούν την ιστοσελίδα (Schade, 2015).

### 5.3.3 News Feed

Η αμέσως επόμενη σελίδα που συναντά ο χρήστης εφόσον δημιουργήσει προσωπικό λογαριασμό είναι το προφίλ (profile) του. Στο προφίλ του ο χρήστης μπορεί να ανεβάσει μία εικόνα προφίλ από την οποία οι άλλοι χρήστες θα μπορούν να δημιουργούν μία πρώτη εντύπωση, και να ξέρουν εάν θέλουν να τον ακολουθήσουν (follow). Επίσης, στο προφίλ ο χρήστης μπορεί να προσθέσει μέσω των ρυθμίσεων (settings) ή επεξεργασία προφίλ (edit profile) και άλλες πληροφορίες που τον αφορούν όπως όνομα (first name), επίθετο (last name), country (χώρα), occupation (ενασχόληση), company or university (εταιρεία ή πανεπιστήμιο), keywords interests (λέξεις κλειδιά για τα ενδιαφέροντα) και τέλος ένα πεδίο κειμένου με τίτλο about me (για μένα) στο οποίο μπορεί ο χρήστης να εισάγει λίγα λόγια για τον εαυτό του. Επιπρόσθετα, στο προφίλ ο χρήστης θα έχει την δυνατότητα να αλλάξει τον κωδικό πρόσβασης του (change password) εφόσον επιθυμεί. Ο χρήστης μπορεί να βλέπει στο προφίλ του όλα τα δεδομένα που ανέβασε στην σελίδα και τον αριθμό των άλλων χρηστών που ακολουθεί ή που τον ακολουθούν.

### 5.3.4 Φωτογραφίες, βίντεο και βιβλία

Στις συγκεκριμένες σελίδες της ιστοσελίδας ο χρήστης μπορεί να εντοπίσει εικόνες, βίντεο σεμινάρια (tutorials) και βιβλία τα οποία θα βοηθήσουν τον χρήστη να επιλύσει απορίες και να αναπτυχθεί πάνω στην κατηγορία που τον ενδιαφέρει. Τα δεδομένα στην κάθε σελίδα τοποθετήθηκαν με βάση τα ονόματα της κάθε κατηγορίας σε αλφαβητική σειρά για ευκολία του χρήστη μπορεί να μεταφερθεί απευθείας στην κατηγορία που τον ενδιαφέρει χωρίς να χρειαστεί να διασχίσει όλες τις κατηγορίες, μέσω του φίλτρου (sort by) που ταξινομά και τοποθετεί τα στοιχεία στην οθόνη βάση των επιθυμιών του χρήστη. Ο χρήστης έχει την δυνατότητα σε αυτές τις σελίδες να αναρτήσει τις δικές του εικόνες ή βίντεο που επιθυμεί. Η ανάρτηση υλικού δεν είναι εφικτή στους χρήστες που δεν έχουν λογαριασμό στην σελίδα εφόσον το κουμπί ανάρτησης βρίσκεται στο προφίλ του χρήστη όπως επίσης και η δημιουργία προσωπικού ή δημόσιου φακέλου (board/folder).

### **5.3.5 Forum**

Η τελευταία σελίδα είναι φόρουμ στο οποίο οι χρήστες μπορούν να μπουν και να εντοπίσουν συζητήσεις οι οποίες έγιναν από άλλους χρήστες. Για μεγαλύτερη ευκολία του χρήστη οι ερωτήσεις είναι κατηγοριοποιημένες σε “ Most Recent ” ενώ η κάθε ερώτηση αποτελεί σύνδεσμο που οδηγεί στο φόρουμ που έγινε η κάθε συζήτηση. Επιπλέον, στην πρώτη σελίδα του φόρουμ ο χρήστης μπορεί να δημιουργήσει τη δική του ερώτηση που επιθυμεί μέσω του συνδέσμου που βρίσκεται στην σελίδα.

### **5.3.6 Search**

Στην αρχική σελίδα ο χρήστης μπορεί να εντοπίσει μία μηχανή αναζήτησης (search engine) με την οποία μπορεί να βρει όλα τα στοιχεία που ψάχνει αφού εφόσον πατηθεί το κουμπί «search» η μηχανή αναζήτησης ψάχνει για όλα τα δεδομένα τα οποία περιλαμβάνουν το όνομα ενός προφίλ, τον τίτλο μίας εικόνας ή ακόμα και τον τίτλο μίας ερώτησης βάση «την λέξη κλειδί» που εισήγαγε ο χρήστης.

## **5.4 Τρίτη φάση ανάπτυξης**

Η τρίτη φάση του έργου είναι η αξιολόγηση των πρωτοτύπων χαμηλής πιστότητας με πέντε διαφορετικούς χρήστες. Στα πέντε αυτά άτομα δόθηκαν τα πρωτότυπα της ιστοσελίδας και τους δόθηκαν κάποιες συγκεκριμένες οδηγίες που έπρεπε να ακολουθήσουν και να περιηγηθούν στην σελίδα σχολιάζοντας δυνατά την άποψη τους. Η πρώτη οδηγία ήταν να εισέλθουν στην αρχική σελίδα και να δημιουργήσουν λογαριασμό. Στην συνέχεια έπρεπε να μπουν στο προφίλ τους και να γράφουν τα προσωπικά στοιχεία, ενώ στην συνέχεια έπρεπε να περιηγηθούν στις κατηγορίες όπως φωτογραφίες, βίντεο και βιβλία αξιολογώντας την κάθε μία οθόνη ξεχωριστά. Τέλος, έπρεπε να εισέλθουν στην σελίδα του φόρουμ, να μπουν σε μία συγκεκριμένη ερώτηση που τους δόθηκε από τον αξιολογητή και να γράφουν ένα σχόλιο πάνω σε μία συζήτηση που ήδη υπάρχει στην σελίδα. Ο κάθε ένας από τους χρήστες έδωσαν τη δική τους ανατροφοδότηση και εισήγηση, η οποία λήφθηκε σοβαρά υπόψη για την ολοκλήρωση της τρίτης φάσης.

#### 5.4.1 Επισημάνσεις – Διορθώσεις

Στην αρχική σελίδα των πρωτοτύπων, ο χρήστης μπορούσε να περιηγηθεί μέσα στην σελίδα και να δει projects που ήδη υπάρχουν χωρίς να πρέπει να δημιουργήσει δικό του λογαριασμό. Για να μπορεί όμως να ανεβάσει το δικό του project και να δημιουργήσει τα δικές του κατηγορίες μέσα στην σελίδα έπρεπε να δημιουργήσει προσωπικό λογαριασμό και αυτό είναι κάτι που δίνει στον χρήστη το πλεονέκτημα να θέλει να δημιουργήσει λογαριασμό στην σελίδα (αυτό ήταν εμφανές μετά την αξιολόγηση των πρωτοτύπων με πραγματικούς χρήστες). Οι διορθώσεις και οι παρατηρήσεις που πάρθηκαν σοβαρά υπόψη για τα τελικά πρωτότυπα είναι η αλλαγή θέσης του κουμπιού για τις ειδοποιήσεις (notifications) το οποίο φάνηκε πως κανένας χρήστης δεν το είχε παρατηρήσει στο σημείο το οποίο ήταν τοποθετημένο και ζητήθηκε να τοποθετηθεί κοντά στο μενού που βρίσκεται το σύμβολο για το προφίλ όπως έχουν συνηθίσει.

Επιπλέον, ακόμα μία επισήμανση, ήταν η αλλαγή θέσης του κουμπιού “sign up” εφόσον παρατηρήθηκε ότι όταν ζητήθηκε από τους χρήστες να δημιουργήσουν τον δικό τους λογαριασμό, μπερδεύονταν με το κουμπί “log- in” και αυτό προκαλούσε σύγχυση στους περισσότερους. Μία καλή εισήγηση που έγινε από τους χρήστες είναι ότι κατά την διαδικασία ανάρτησης δικού τους project ή εικόνας, η σελίδα μπορεί να δίνει στον χρήστη την ευκαιρία με κάποιο τρόπο να επιλέξει σε ποια κατηγορία ανήκει η φωτογραφία που επιθυμούν να αναρτήσουν ούτως ώστε να μπορεί εμφανίζεται εκτός μέσα στο προφίλ του χρήστη αλλά και μέσα στην δημόσια κατηγορία που επιλέγει (πχ. Book Design, Web Design κτλ.) για να μπορεί να θεαθεί από πολλούς χρήστες. Τέλος, μία ακόμα καλή εισήγηση είναι να μπορούν να δημιουργήσουν μία κατηγορία ή αλλιώς φάκελο (ή αλλιώς board) μέσα στο προφίλ τους, με την επιλογή ονόματος όπως αυτοί επιθυμούν καθώς επίσης και την επιλογή εάν θέλουν να δημοσιευτεί ως δημόσιος ή προσωπικός φάκελος (public/personal folder).

Παρόλα αυτά στο τέλος της αξιολόγησης των πρωτοτύπων σχολιάστηκε από τους χρήστες ότι η ιστοσελίδα είναι πολύ εύχρηστη, με απλή δομή και γνώριμη λόγω των άλλων ιστοσελίδων και εφαρμογών που χρησιμοποιούν με αποτέλεσμα να μπορούν εύκολα να περιηγηθούν.

## **5.5 Τέταρτη φάση ανάπτυξης**

Η τέταρτη φάση ανάπτυξης του έργου είναι η δημιουργία των πρωτοτύπων υψηλής πιστότητας. Σύμφωνα με μία έρευνα που διεξάχθηκε οι γυναίκες προτιμούν να βλέπουν στις σελίδες τις αποχρώσεις του μπλε, πράσινου και μοβ. Τουναντίον, οι άνδρες προτιμούν να βλέπουν στις σελίδες τις αποχρώσεις μπλε, πράσινου και μαύρου (Kissmetrics, 2014). Γι' αυτό το λόγο επιλέχθηκαν τα τρία κύρια χρώματα και αποχρώσεις του μπλε, μαύρου και άσπρου.

### **5.5.1 Η διεπαφή του χρήστη (UI)**

Τα πρωτότυπα υψηλής πιστότητας σχεδιάστηκαν στο λογισμικό Photoshop όπου σχεδιάστηκαν τρεις διαφορετικές κύριες οθόνες (βλέπε παράρτημα Π.4 – Πρωτότυπα Υψηλής Πιστότητας) ούτως ώστε να διαμορφωθεί σωστά πριν το τελικό στάδιο η εμφάνιση και η αισθητική της ιστοσελίδας. Όπως αναφέρθηκε και πιο πάνω αποφασίστηκε να χρησιμοποιηθούν αποχρώσεις άσπρου, μαύρου και μπλε για τον λόγο ότι η ιστοσελίδα θα αποτελείται από εικόνες τις οποίες θα ανεβάζει ο χρήστης που κάποιες σίγουρα θα έχουν ήδη αρκετά χρώματα μέσα, άρα η σελίδα πρέπει να είναι καθαρή, μίνιμαλ και με πολύ λίγους χρωματισμούς για να μην είναι κουραστικό στο μάτι του χρήστη. Για το φόντο χρησιμοποιήθηκε μία απόχρωση μεταξύ γκριζου και άσπρου το οποίο είναι αρκετά απαλό χρώμα. Για το μενού χρησιμοποιείται το μαύρο χρώμα με τα γράμματα σε άσπρη απόχρωση για να φαίνονται. Σε πολλές περιπτώσεις χρησιμοποιήθηκε ακόμα και γκριζο χρώμα όπως στο προφίλ και κάποιες μπλε αποχρώσεις όπως στο κουμπί και το λογότυπο της ιστοσελίδας. Ο σχεδιασμός της ιστοσελίδας είναι μοντέρνος με απλά τοποθετημένα τα στοιχεία, δίνει την αίσθηση ενός μίνιμαλ προϊόντος και δεν καθιστά βαρυφορτωμένη ή δύσκολη στη περιήγηση και ανάγνωση.

## 5.6 Πέμπτη φάση ανάπτυξης

Σε αυτή τη φάση ανάπτυξης, ακολουθώντας την ολοκλήρωση πρωτοτύπων χαμηλής και υψηλής πιστότητας, η ιστοσελίδα σχεδιάστηκε και τελειοποιήθηκε στο λογισμικό Adobe Dreamweaver με την χρήση της γλώσσας HTML5 και CSS3. Για την ταξινόμηση των στοιχείων στην σελίδα χρησιμοποιήθηκε το πλέγμα με στήλες (responsive grid) και αυτό βοήθησε και στην ανάπτυξη της ιστοσελίδας για κινητά τηλέφωνα με την βοήθεια των media queries για κινητά τηλέφωνα (480x800px). Για την ανάπτυξη του πρωτοτύπου χρησιμοποιήθηκε το λογισμικό Adobe Dreamweaver. Οι εικόνες που χρησιμοποίησα και στις 57 html σελίδες βελτιστοποιήθηκαν στο λογισμικό Adobe Photoshop με στόχο τη καλύτερη και γρηγορότερη φόρτωση της σελίδας στον περιηγητή (browser).

## 5.7 Έκτη φάση ανάπτυξης

Έκτη και τελευταία φάση ανάπτυξης είναι η αξιολόγηση του πρωτοτύπου με πέντε πραγματικούς χρήστες. Οι χρήστες περιηγήθηκαν στην ιστοσελίδα αρχικά για να καταλάβουν περί τίνος πρόκειται ενώ στη συνέχεια ακολούθησαν συγκεκριμένα βήματα όπως να εισέλθουν στον προσωπικό τους λογαριασμό, να περιηγηθούν στις κατηγορίες και να βάλουν σχόλιο σε μία εικόνα και ένα βίντεο, να δημιουργήσουν τη δική τους προσωπική κατηγορία, και να ανεβάσουν μία ερώτηση στην ενότητα «forum». Τα αποτελέσματα που προέκυψαν από αυτή την αξιολόγηση είναι: Η ιστοσελίδα είναι πολύ εύχρηστη και εύκολη στην περιήγηση αφού το περιεχόμενο έχει ένα δικό της μοναδικό τρόπο που είναι τοποθετημένο. Επίσης, οι χρήστες σχολίασαν πως είναι πολύ βολικό το ότι περιέχει φωτογραφικό υλικό, βίντεο και forum στη σελίδα και δεν χρειάζεται να ψάχνουν σε διαφορετικές ιστοσελίδες για το κάθε ένα. Τέλος, οι χρήστες σχολίασαν ότι ολόκληρη η αισθητική της ιστοσελίδας δείχνει ως πρώτη όψη ένα ευχάριστο περιβάλλον το οποίο ωθεί τον χρήστη να περιηγηθεί στις διάφορες κατηγορίες τις ιστοσελίδας.

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ / ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

Η παρούσα μελέτη έχει σκοπό να διερευνήσει τους ιστοτόπους που επιτρέπουν στον χρήστη να ανεβάζει τα δικά του στοιχεία και να λαμβάνει σχόλια από τους υπόλοιπους χρήστες που ακολουθεί. Η δημιουργία λογαριασμού αποτελεί προαιρετική επιλογή για να μην εμποδίζει τον οποιοδήποτε να περιηγηθεί στην σελίδα. Το έργο περιλαμβάνει την κατασκευή και αξιολόγηση ενός πρωτοτύπου ιστοσελίδας που λειτουργεί και σε κινητά τηλέφωνα.

Σε όλη τη διαδικασία εκτέλεσης έλαβαν μέρος συνολικά 60 άτομα τα οποία τα 40 κλήθηκαν να απαντήσουν τα ερωτηματολόγια, τα 5 κλήθηκαν για συνεντεύξεις, άλλα 5 για την αξιολόγηση των πρωτοτύπων χαμηλής πιστότητας και ακόμα 5 για ευρετική αξιολόγηση των τελικών πρωτοτύπων. Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε είναι η Έρευνα Δράσης κατά την οποία ο ερευνητής καλείται να εμπλακεί σε ένα «πρόβλημα» και να το επιλύσει δίνοντας πιθανές λύσεις. Για την ολοκλήρωση και την ανάπτυξη του τελικού πρωτοτύπου χρειάστηκαν να συμπληρωθούν έξι φάσεις.

Σύμφωνα με την ευρετική αξιολόγηση του τελικού πρωτοτύπου της εφαρμογής διαπιστώθηκε πως η δημιουργία ενός συμπαγούς και ολοκληρωμένου ιστότοπου μπορεί να επιτευχθεί με την χρήση HTML5, CSS3 και JavaScript, με front – end technologies ενώ η αξιολόγηση με πραγματικούς χρήστες ήταν επιτυχής. Ταυτόχρονα κατά τη διαδικασία εκτέλεσης του ιστοτόπου διεξάχθηκε εκτενής ανασκόπηση των καινούργιων χαρακτηριστικών της HTML5 και της CSS3. Τέλος, σύμφωνα με την ευρετική αξιολόγηση οι χρήστες έδειξαν ενθουσιασμένοι με την ύπαρξη μίας τέτοιας ιστοσελίδας και αυτό είναι κάτι που δείχνει πως ίσως παρακινήσει τους χρήστες να αναπτύξουν το ενδιαφέρον τους για το πεδίο σπουδών τους.

Σε μελλοντική έρευνα, η εφαρμογή θα παρέχει στον χρήστη την χρήση άμεσης επικοινωνία δηλαδή με direct messages (άμεσα μηνύματα) όπως chat conversations για καλύτερη γνωριμία μεταξύ των μελών εφόσον πρόκειται για μία σελίδα αυτό-προώθησης. Επίσης, θα είναι responsive για περισσότερες οθόνες και για όλες τις ψηφιακές αναλύσεις εφόσον τώρα είναι μόνο για ηλεκτρονικό υπολογιστή και κινητό τηλέφωνο.

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

Brydon-Miller, M., Greenwood, G. & Maguire, P. (2003). *Why Action Research*. London: Sage Publications.

Chapman, N., P. (2006). *Web design : a complete introduction*. Hoboken, NJ : John Wiley & Sons.

Flanagan, D. (2006). *JavaScript: The Definitive Guide (5th ed.)*. O'Reilly & Associates. ISBN 0-596-10199-6.

Floyd J. Fowler, Jr. (2009). *Survey Research Methods*. London: Sage Publications.

Garett, J. J. (2011). *The Elements of user experience, Second Edition: User-Centered Design for the Web and beyond*. Berkeley, CA : New Riders.

Halvorson, K. (2010). *Content Strategy for the web*. Berkeley, CA : New Riders.

Kissmetrics. (2014). *How to Use The Psychology of Colors to Increase Website Conversions*. Ανακτήθηκε 15 Μαρτίου, 2017 από <https://blog.kissmetrics.com/psychology-of-color-and-conversions>

Manglod, G., W & Faulds, M., J. (2009). *Social Media: The New Hybrid Element of the Promotion Mix*. College of Business & Public Affairs, Murray State University, Murray, KY 42071, U.S.A. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bushor.2009.03.002>



Schade, A. (2015). Don't Force Users to Register Before They Can Buy. Nielsen Norman Group.

Obar, J., A. & Wildman, S. (2015). Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue. *Telecommunications policy*. 39 (9): 745–750.  
doi:10.1016/j.telpol.2015.07.014

Reason, P. & Bradbury, H. (Eds.). (2001). *Handbook of action research: Participative inquiry and practice*. London: Sage Publications.

Rithcie, J. & Lewis, J. (2003). *Qualitative Research Practice: A Guide for Social Science Students and Researchers*. London: Sage Publications.

Zimmerman, E. (30 June 2012). "Career couch: Showcasing Your Work, in an Online Portfolio". *New York Times*. Ανακτήθηκε 13 Ιανουαρίου, 2017 από  
<http://www.nytimes.com/2012/07/01/jobs/an-online-portfolio-can-showcase-your-work-career-couch.html?>

Berners-Lee, T., Hall, W., Hendler, J., A., O'Hara, K., Shadbolt, N., Weitzner, D. J. & Βαφόπουλος, Μ. (2007). *Το πλαίσιο της επιστήμης του Web*. USA: Idea Group publishing.

Κέντρο Παραγωγικότητας Κύπρου. (2012). *Ανάλυση Απαιτήσεων Λογισμικού: Αναγκαία και αποτελεσματική*. Ανακτήθηκε 1 Φεβρουαρίου, 2017 από  
<http://www.kepa.gov.cy/dikthiote/Portal/PortalDocuments.aspx?DocumentId=a735c138-a74e-483b-8720-31bc9aca7169>

# ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

## Π.1 ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

### Πτυχιακή Εργασία

Δείξε κατα πόσο γνωρίζεις ή όχι για τις δηλώσεις που ακολουθούν σημειώνοντας την απάντησή σου. Το ερωτηματολόγιο χρησιμοποιείται για σκοπούς τις πτυχιακής εργασίας και είναι ανώνυμο.

exalt

1\* Φύλο

- Άνδρας  Γυναίκα

2\* Χρησιμοποιείς το διαδίκτυο;

- Καθόλου  2-3 φορές τον μήνα  1-2 φορές την εβδομάδα  
 Κάθε μέρα

3\* Αρίθμησε τα παρακάτω από το 1 μέχρι το 4 με βάση το σκοπό για τον οποίο χρησιμοποιείς περισσότερο το διαδίκτυο (το 1 αντιστοιχεί σε ό,τι χρησιμοποιείς συχνότερα, **μετακίνησε τις προτάσεις πάνω-κάτω για να τις ταξινομήσεις και μετά finished sorting**)

- ⚡ 1 Για να επικοινωνώ με τους συμμαθητές μου  
⚡ 2 Για τα μαθήματα μου  
⚡ 3 Για να ενημερώνομαι σχετικά με τα φοιτητικά νέα του κλάδου μου  
⚡ 4 Για να επιλύω τυχών απορίες σχετικά με τις εργασίες μου  
 finished sorting?

4\* Επέλεξε **ποιές** από τις παρακάτω εφαρμογές χρησιμοποιείς

- Forums (π.χ Stack Overflow)  Social Media (π.χ Facebook)  Video Tutorials (π.χ Youtube)  
 Video Courses (π.χ Lynda)  Inspiration (π.χ Pinterest)  Online Portfolio (π.χ Behance)

5\* Πώς η χρήση των πιο πάνω σε βοηθούν με τα μαθήματα σου; Εξηγήστε

6\* Πώς θα βαθμολογούσες την χρήση αυτών των εφαρμογών σύμφωνα με την δική σου εμπειρία, βάση την χρησιμότητα τους στην φοιτητική ζωή σου;

- Καθόλου χρήσιμη  Σχεδόν χρήσιμη  Λίγο χρήσιμη  
 Πολύ χρήσιμη  Πάρα πολύ χρήσιμη

7\* Χρησιμοποιείς κάποια εφαρμογή στην οποία μπορείς να ανεβάζεις τα projects σου και να λαμβάνεις σχόλια από άλλους συμμαθητές σου;

- Όχι δεν χρησιμοποιώ  
 Ναι χρησιμοποιώ (ποιά;)

12\* Χρησιμοποιείς κάποια εφαρμογή η οποία είναι ΜΟΝΟ για φοιτητές;

- Όχι  
 Ναι (Ποιά;)

13\* Πόσο χρήσιμο θα σου φαινόταν εάν υπήρχε μία ιστοσελίδα η οποία θα ήταν μόνο για φοιτητές του κλάδου σου;

- Καθόλου χρήσιμο       Σχεδόν χρήσιμο       Λίγο χρήσιμο  
 Πολύ χρήσιμο       Πάρα πολύ χρήσιμο

\* Αιολόγησε την απάντησή σου

14\* Πόσο σημαντικό είναι για σένα να μπορείς να προωθάς την δουλειά σου σε ένα δραστήριο δίκτυο χρηστών (online social network)

- Καθόλου σημαντικό       Λίγο σημαντικό       Πολύ σημαντικό  
 Πάρα πολύ σημαντικό

\* Αιολόγησε την απάντησή σου

15\* Βαθμολόγησε κατά πόσο οι λειτουργίες που ακολουθούν θα ήταν χρήσιμες για σένα σε αυτή την εφαρμογή

Να επικοινωνώ με τους συμφοιτητές μου

☆☆☆☆☆

Να ανεβάζω την δουλειά μου για να εμπνέω άλλους συμφοιτητές μου

☆☆☆☆☆

Να βλέπω άλλες δουλειές σχεδιαστών για έμπνευση

☆☆☆☆☆

Να σχολιάζω δουλειές

☆☆☆☆☆

Να βαθμολογώ με βάση την αρεσκεία μου (like)

☆☆☆☆☆

Να ακολουθώ άλλους σχεδιαστές για να βλέπω συχνά τη δουλειά τους(follow)

☆☆☆☆☆

Να βρίσκω βίντεο (tutorials) που θα με βοηθούν

☆☆☆☆☆

Να μπορώ να επεξεργαστώ το προφίλ μου

☆☆☆☆☆

Να ενημερώνομαι σχετικά με τα νέα του κλάδου μου

☆☆☆☆☆

## Π.2

### ΦΟΡΜΑ ΕΞΟΥΣΙΟΔΟΤΗΣΗΣ

Έντυπο Συγκατάθεσης

**Παρακαλώ διαβάστε αυτή τη συμφωνία συναίνεσης προσεκτικά πριν αποφασίσετε να συμμετέχετε στην συνέντευξη.**

Σκοπός της συνέντευξης είναι η συλλογή πληροφοριών για τη δημιουργία μίας ιστοσελίδας που αφορά τους φοιτητές Γραφιστικής και Πολυμέσων. Η συνέντευξη είναι ανώνυμη και αποσκοπεί στην ανάλυση απαιτήσεων του χρήστη.

Χρόνος: 15-20 λεπτά

Ανώνυμα δεδομένα: Οι πληροφορίες που δίνετε θα αντιμετωπίζονται με εχεμύθεια. Τα ανώνυμα δεδομένα σας θα παραμένουν ανώνυμα.



Συμφωνώ να συμμετέχω στην έρευνα.

Υπογραφή: .....

Ημερομηνία: .....

## Π.3 ΠΡΩΤΟΤΥΠΑ ΧΑΜΗΛΗΣ ΠΙΣΤΟΤΗΤΑΣ



Most Recent Photos



Most Recent Videos



# Welcome to exalt

LOG IN

Don't have an account? [Sign up now!](#)

## Create account

Name

Surname

Email

Password

Confirm Password

Birthday

Month

Day

Year

Female

Male

Submit <sup>1</sup>

# Choose 4 topics



web design



graphic design



Illustrations



3D modeling



photography



2D modeling

Submit

1



### Personal Info



UPLOAD

[Change Password](#)

First Name

Last Name

#### Country

Cyprus

#### Occupation

e.x Student, Graphic Designer

#### Company


#### Keywords Interests

e.x #webdesign, #videoediting

#### About Me

SUBMIT <sup>1</sup>



Name Surname  
mm/dd/yy  
Female  <sup>1</sup>

FOLLOW 8

FOLLOWERS 15

### Uploads



# Change Password

exalt

Your password has changed!

[Back to profile](#)<sup>1</sup>

Most Recent Photos



Most Recent Videos



### GALLERY

View existing work & add new work

Categories



Animation



Branding



Book Design



Crafts



Fashion Design



Game Design



Graphic Design



Photography



Product Design



Web Design



3D Modeling



Create Category

## ANIMATION

Gallery <sup>9</sup> > Animation <sup>10</sup>



Characters



Storyboards



Plots



Create Category

## CHARACTERS

Gallery <sup>8</sup> > Animation <sup>9</sup> > Characters <sup>10</sup>

Most Viewed 



image 1



Image 2



Image 3



Upload

## Branding

Gallery <sup>10</sup> Branding <sup>11</sup>



Fashion Brand



Personal Brand



Product Brand



Create Categorioe



## Branding

Gallery <sup>10</sup> Branding <sup>11</sup>



Fashion Brand



Personal Brand



Product Brand



Create Category



Conceptual Branding

# Conceptual Branding

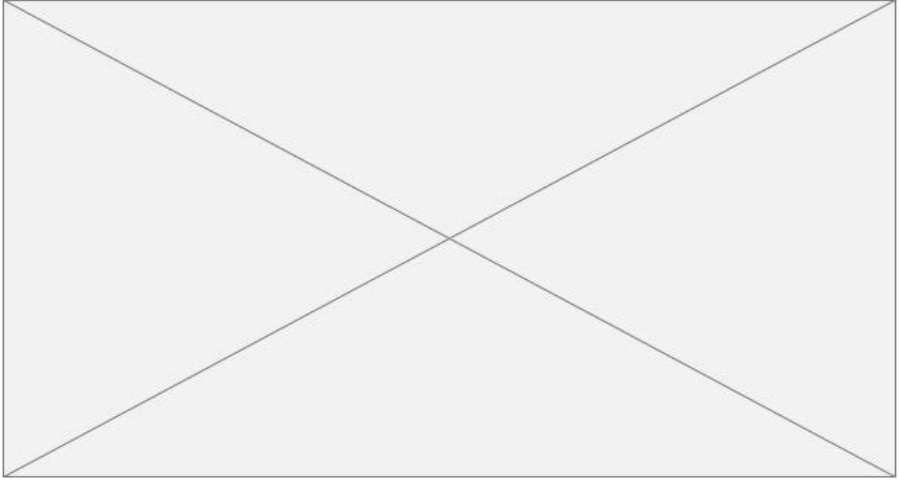
Gallery <sup>9</sup> > Branding <sup>10</sup> > Conceptual Branding <sup>11</sup>



Upload Photo

### Video Title




tutorials <sup>8</sup> > web design <sup>9</sup> > video <sup>10</sup>



 35,061  
 35,061

Comments 35,061

POST IT

-  **Name Surname** 2s ago  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean euismod bibendum laoreet. Proin gravida dolor sit amet lacus accumsan et viverra justo commodo. Proin sodales pulvinar tempor. C  
[REPLY](#)
-  **Name Surname** 2s ago  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean euismod bibendum laoreet. Proin gravida dolor sit amet lacus accumsan et viverra justo commodo. Proin sodales pulvinar tempor. C  
[REPLY](#)
-  **Name Surname** 2s ago  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean euismod bibendum laoreet. Proin gravida dolor sit amet lacus accumsan et viverra justo commodo. Proin sodales pulvinar tempor. C  
[REPLY](#)

view more

## WEB DESIGN TUTORIALS

Most Viewed ▾

tutorials <sup>9</sup> > web design <sup>10</sup>



video 1



video 2



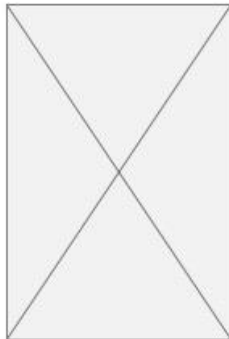
video 3



Upload

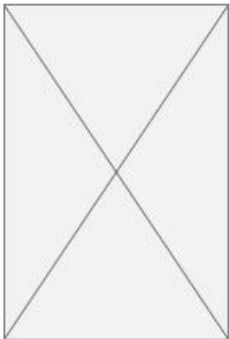
Categories A-Z

Sort by



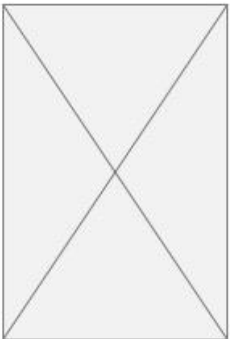
title:  
author:  
upload at:

[view](#)<sup>1</sup>



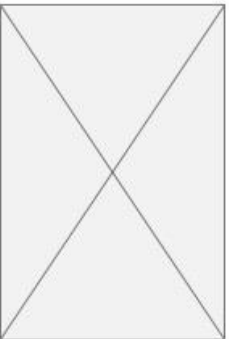
title:  
author:  
upload at:

[view](#)



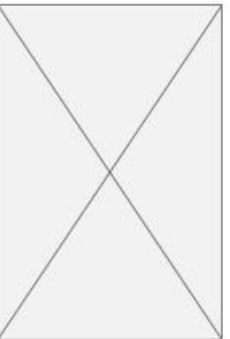
title:  
author:  
upload at:

[view](#)



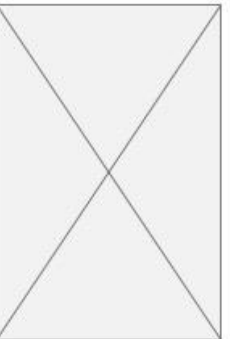
title:  
author:  
upload at:

[view](#)



title:  
author:  
upload at:

[view](#)



title:  
author:  
upload at:

[view](#)

## All Questions

Most Recent 

[Create your Question?](#)

### Question 1 - Title

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean euismod bibendum laoreet. Proin gravida dolor sit amet lacus accumsan et viverra justo commodo. Proin sodales pulvinar tempor. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Nam fermentum, nulla luctus pharetra vulputate, felis tellus mollis orci, sed rhoncus sapien nunc eget.

1m ago

[view](#) <sup>9</sup>

### Question 2 - Title

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean euismod bibendum laoreet. Proin gravida dolor sit amet lacus accumsan et viverra justo commodo. Proin sodales pulvinar tempor. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Nam fermentum, nulla luctus pharetra vulputate, felis tellus mollis orci, sed rhoncus sapien nunc eget.

6m ago

[view](#)

### Question 2 - Title

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean euismod bibendum laoreet. Proin gravida dolor sit amet lacus accumsan et viverra justo commodo. Proin sodales pulvinar tempor. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Nam fermentum, nulla luctus pharetra vulputate, felis tellus mollis orci, sed rhoncus sapien nunc eget.

10m ago

[view](#)

### Question 2 - Title

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean euismod bibendum laoreet. Proin gravida dolor sit amet lacus accumsan et viverra justo commodo. Proin sodales pulvinar tempor. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Nam fermentum, nulla luctus pharetra vulputate, felis tellus mollis orci, sed rhoncus sapien nunc eget.


1h ago

[view](#)

Question 1 - Title

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean euismod bibendum laoreet. Proin gravida dolor sit amet lacus accumsan et viverra justo commodo. Proin sodales pulvinar tempor. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Nam fermentum, nulla luctus pharetra vulputate, felis tellus mollis orci, sed rhoncus sapien nunc eget.??

POST IT <sup>3</sup>



**Name Surname**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean euismod bibendum laoreet. Proin gravida dolor sit amet lacus accumsan et viverra justo commodo. Proin sodales pulvinar tempor. C

---

3m ago VIEW REPLIES | REPLY <sup>1</sup>

<sup>2</sup>

Results by keyword: *webdesign*



**Maria Georgiou**  
keywords: *webdesign*, graphics,



**Marina Afami**  
keywords: videoediting, *webdesign*, graphics



**George Antreou**  
keywords: *webdesign*, 3Dmodelling, multimedia



## Π.4 ΠΡΩΤΟΤΥΠΑ ΥΨΗΛΗΣ ΠΙΣΤΟΤΗΤΑΣ

The screenshot displays the Xalt website interface. At the top, a dark navigation bar contains the Xalt logo and menu items: NEWS FEED, GALLERY, TUTORIALS, BOOKS, FORUM, and a LOG IN button with a user icon. Below the navigation bar, the main heading reads "Inspiring & Be Inspired" with a blue button labeled "FIND PUT MORE".

The central content area is titled "MOST RECENTS" and features three design prototypes:

- Prototype 1:** A dark blue background with the words "Thank you" written in a white, elegant, cursive script. Below the image are statistics: 120 likes, 312 shares, and 50 comments. The author is listed as "by Viktoria Michail" with a link to "Eustofora".
- Prototype 2:** A portrait of a woman with dark hair, wearing a light blue sweater, set against a background of large green leaves. Below the image are statistics: 120 likes, 312 shares, and 50 comments. The author is listed as "by Viktoria Michail" with a link to "Eustofora".
- Prototype 3:** A collection of yellow and black items, including a book, a circular sticker, and a small card, all featuring a stylized logo and the text "HELLO MARIO". Below the image are statistics: 120 likes, 312 shares, and 50 comments. The author is listed as "by Viktoria Michail" with a link to "Eustofora".

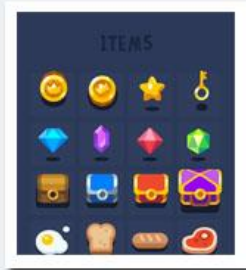
At the bottom of the page, a grey footer bar contains the links "ABOUT CONTACT SITEMAP".

## Inspiring & Be Inspired

[FIND OUT MORE](#)

View existing work & add a new one

[Home](#) > [Gallery](#)





ANIMATION




BRANDING



BOOK DESIGN

**Xalt** NEWS FEED GALLERY TUTORIALS BOOKS FORUM  

Anna Daniel






[Log out](#)  
[Edit Profile](#)

Department	Multimedia and Graphic Arts
Birth	15/09/1995
Gender	Female
Address	Limassolm Cyprus
Email	anna@gmail.com
Phone	99093049(mobile)

**Followers** 213      **Following** 543

**Professional Skills**  
[Adobe Photoshop](#), [Adobe DreamWeaver](#), [Indesign](#)

ABOUT CONTACT SITEMAP

Σύνδεσμος Ιστοσελίδας:

<http://www.mafam.cutwebdev.com/HTML/>