



Συμβατότητα Φυλλομετρητών και Υπευθυνότητα και Ασφάλεια Ιστοσελίδας

3.4 ΣΥΜΒΑΤΟΤΗΤΑ ΦΥΛΛΟΜΕΤΡΗΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΕΥΘΥΝΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑΣ

Κάθε ιστοσελίδα θα πρέπει να εμφανίζεται σωστά στους περισσότερους φυλλομετρητές. Αν θέλετε να είστε σίγουροι για τη λειτουργία του ιστοτόπου σας, θα πρέπει να κάνετε ελέγχους πώς λειτουργεί στους φυλλομετρητές που επιθυμείτε.

Τι είναι λοιπόν ένας φυλλομετρητής και πώς λειτουργεί; Ένας φυλλομετρητής είναι μια εφαρμογή που απεικονίζει HTML, CSS και Javascript αρχεία σύμφωνα με ένα σύνολο κανόνων που είναι φτιαγμένοι μέσα στο πρόγραμμα. Παρότι οι κατασκευαστές των φυλλομετρητών χρησιμοποιούν τους συνιστώμενους κανόνες του World Wide Web Consortium για την HTML και τα CSS, μπορούν να ερμηνεύσουν αυτές τις οδηγίες όπως χρειάζεται για τους δικούς τους σκοπούς. Οι κατασκευαστές φυλλομετρητών μπορούν επίσης να προσθέσουν τις δικές τους αρχές στις προδιαγραφές, ώστε να ενσωματώσουν συγκεκριμένα χαρακτηριστικά στις εφαρμογές τους που δε θα είναι διαθέσιμα στους άλλους.



Αλλά είναι απαραίτητο οι ιστοσελίδες να εμφανίζονται με τον ίδιο τρόπο σε όλους τους φυλλομετρητές; Η απάντηση σε αυτή την ερώτηση εξαρτάται από την ανάγκη να υπάρχει μια ισορροπία μεταξύ του χρόνου, του διαθέσιμου ποσού επένδυσης καθώς και των τεχνικών απαιτήσεων. Πρέπει να αποφασίσετε αν θα μπορέσετε να πετύχετε το στόχο σας να κάνετε μια ιστοσελίδα να μοιάζει η ίδια σε όλους τους φυλλομετρητές. Για παράδειγμα, οι πιο παλιοί φυλλομετρητές, όπως ο Internet Explorer 3 ή ο Netscape 3, δεν υποστηρίζουν cascading stylesheets (CSS). Γι' αυτούς τους φυλλομετρητές δεν μπορείτε να εφαρμόσετε τις τεχνικές διάταξης CSS, που γνωρίσατε κατά τη διάρκεια του προηγούμενου κεφαλαίου. Στην περίπτωση εξέτασης του χρόνου/διαθέσιμου budget, θα πρέπει να αποφασίσετε αν η λύση αξίζει τον κόπο, επειδή μπορεί μεν να βρείτε τεχνικές λύσεις ώστε να κάνετε τις σελίδες σας να μοιάζουν, ωστόσο πιθανόν να σας πάρει περισσότερο χρόνο από όσο είχατε προβλέψει για να εντοπίσετε και να διορθώσετε το πρόβλημα.



Πριν ξεκινήσετε να ελέγχετε τους φυλλομετρητές, θα πρέπει να ελέγξετε το επίπεδο χρήσης τους. Για παράδειγμα, το επίπεδο χρήσης του φυλλομετρητή μερικώς επηρεάζει την απόφασή σας να τον υποστηρίξετε. Για παράδειγμα, μπορείτε να επιβεβαιώσετε ότι όχι περισσότερο από 0.5% των φυλλομετρητών παγκοσμίως είναι Netscape Navigator 3 οπότε, σε αυτή την περίπτωση θα πρέπει να αποφασίσετε να μη σπαταλήσετε πολύ χρόνο να σχεδιάσετε γι' αυτόν τον φυλλομετρητή. Αυτή η διαδικασία ονομάζεται επιλογή του επιπέδου του φυλλομετρητή.

Μετά την επιλογή των φυλλομετρητών που θα υποστηρίξετε, θα πρέπει να δείτε πώς αυτοί λειτουργούν με την ιστοσελίδα σας. Ωστόσο μπορεί να μην έχετε πρόσβαση στον φυλλομετρητή, το οποίο είναι συχνά ένα πρόβλημα κατά τη διάρκεια ελέγχου για τη συμβατότητα των φυλλομετρητών. Για παράδειγμα, διάφορα λειτουργικά Windows μπορεί να μην επιτρέπουν πολλαπλές εκδόσεις του Internet Explorer να είναι εγκατεστημένες στο ίδιο σύστημα. Μια κοινή λύση είναι να έχετε πρόσβαση σε έναν άλλο υπολογιστή με τον κατάλληλο φυλλομετρητή εγκατεστημένο. Πολλοί σχεδιαστές ιστοτόπων επενδύουν σε ένα φτηνό υπολογιστή που χρησιμοποιείται κατά κύριο λόγο για ελέγχους. Αλλά πιο αποτελεσματικό και εύκολο στη διαδικασία εντοπισμού σφαλμάτων είναι να χρησιμοποιήσετε ένα λογισμικό περιβάλλον προσομοίωσης. Για παράδειγμα, αν εργάζεστε σε MacOS μπορείτε να εγκαταστήσετε το Apple Bootcamp και να έχετε ένα εικονικό λειτουργικό σύστημα Windows σε αυτό. Από την άλλη μπορείτε να χρησιμοποιήσετε τον τυπικό φυλλομετρητή για MacOS ή Linux, όταν εργάζεστε πάνω σε λειτουργικό σύστημα Windows. Απλά χρειάζεσαι να εγκαταστήσετε το VirtualBox ή το VMWare. Για καλύτερη διαδικασία ελέγχου θα πρέπει να χρησιμοποιήσετε λογισμικό όπως το AdobeBrowserLab ή το Microsoft SuperPreview. Αυτές οι εφαρμογές σας επιτρέπουν να κάνετε προεπισκόπηση των ιστοτόπων σας σε πολλούς διαφορετικούς φυλλομετρητές.



Όπως αναφέρθηκε στο πρώτο θέμα, στις μέρες μας θα πρέπει να σχεδιάζετε ανταποκρίσιμες ιστοσελίδες που να είναι βελτιστοποιημένες για φορητές συσκευές. Μέχρι πρόσφατα, ο τρόπος που ένας ιστότοπος εμφανιζόταν στον φυλλομετρητή ενός κινητού τηλεφώνου ελάχιστα προβλημάτιζε τους περισσότερους σχεδιαστές ιστοσελίδων. Ωστόσο η περιήγηση στον παγκόσμιο ιστό μέσω κινητού αυξάνεται με ένα εκπληκτικό ρυθμό. Κάποιες εκτιμήσεις εκτιμούν τον ρυθμό αύξησης σε 25 – 30% κάθε χρόνο.

Πρώτον χρειάζεται να εξετάσετε τον προσανατολισμό της οθόνης: για τις οθόνες υπολογιστών, ο προεπιλεγμένος προσανατολισμός είναι οριζόντιος, ενώ για τα κινητά τηλέφωνα είναι κατακόρυφος. Ειδικά τα παλιά κινητά τηλέφωνα μπορούν μόνο να δείξουν ιστοσελίδες κατακόρυφα, αλλά τα καινούρια έξυπνα τηλέφωνα μπορούν να περιστρέφουν την οθόνη από κατακόρυφο σε οριζόντιο προσανατολισμό.

Δεύτερον, πολλές φορητές συσκευές έχουν περιορισμένη επεξεργαστική ισχύ, μνήμη και ταχύτητα σύνδεσης δικτύου, πράγμα που μπορεί να οδηγήσει σε μη ολοκλήρωση ή καθυστερημένη εμφάνιση της ιστοσελίδας. Χαρακτηριστικά επίσης πως η αντιγραφή και η επικόλληση μπορεί να είναι περιορισμένα ή να λείπουν εντελώς.

Ένα συνηθισμένο πρόβλημα στη σχεδίαση ιστοτόπων είναι η ασυμφωνία μεταξύ του πώς θα έπρεπε να λειτουργεί κάτι και πώς σ' αλήθεια λειτουργεί. Διαφορετικοί φυλλομετρητές εμφανίζουν την ίδια ακριβώς σελίδα με διαφορετικό τρόπο ανάλογα με ποικίλους παράγοντες. Αυτό είναι κυρίως πρόβλημα για τους φυλλομετρητές φορητών συσκευών. Μία λύση σε αυτό το πρόβλημα προτάθηκε το 1999 όταν αναπτύχθηκαν οι αρχικές προδιαγραφές για τα CSS. Χρησιμοποιώντας αυτή τη λύση, ο φυλλομετρητής χρησιμοποιεί προεπιλεγμένο τύπο οθόνης όταν δεν υπάρχει άλλος σχεδιασμός για το είδος του στυλ (style sheet) που θα χρησιμοποιήσει. Άλλοι τύποι μέσων είναι διαθέσιμοι προς χρήση: screen, που είναι το πρότυπο για επιτραπέζιες οθόνες, projection, print, handheld κλπ. Για παράδειγμα μπορείτε να χρησιμοποιήσετε τον τύπο φορητού μέσου (handheld) με την προσθήκη κατάλληλου συνδέσμου που θα κατευθύνει προς συσκευές χειρός (handheld).

Μερικές φορές μπορείτε να δημιουργήσετε ένα πρόσθετο style sheet και να το επισυνάψετε στις σελίδες σας, έτσι ώστε κάποιες handheld συσκευές να το χρησιμοποιήσουν κατάλληλα. Αλλά να θυμάστε ότι οι φυλλομετρητές φορητών συσκευών δεν κάνουν συνήθως καλή δουλειά με αυτά τα style sheets και κάποιες φορές θα τα αγνοήσουν ή θα τα ερμηνεύσουν με διάφορους τρόπους. Ένα ακόμα μεγαλύτερο θέμα σήμερα είναι ότι κάποιιοι από τους πιο δημοφιλείς φυλλομετρητές φορητών συσκευών δεν αναγνωρίζονται καθόλου ως handheld συσκευές οπότε μια γραμμή κώδικα όπως εκείνη που αναφέρθηκε πιο πάνω δε θα λειτουργήσει.

Σε κάποιες περιπτώσεις οι διάφοροι τύποι πολυμέσων δεν λειτουργούν. Τότε μπορείτε να χρησιμοποιήσετε ερωτήματα πολυμέσων (media queries) σε CSS3 για να εντοπίσετε τις συσκευές που επισκέπτονται τον ιστότοπό σας. Αντί να ψάχνετε για συσκευή που αυτοαποκαλείται handheld, ένα media query αναλύει τις δυνατότητες της συσκευής και στη συνέχεια σας επιτρέπει να στείλετε στυλ βασισμένα σε συγκεκριμένες τιμές. Για παράδειγμα το media query μπορεί να ψάχνει για το πλάτος και ύψος της συσκευής, το πλάτος και το ύψος του παραθύρου του φυλλομετρητή, τον προσανατολισμό οθόνης της συσκευής (κατακόρυφο ή οριζόντιο), και την ανάλυση μεταξύ άλλων. Αν ο χρήστης χρησιμοποιεί ένα φυλλομετρητή φορητής συσκευής που υποστηρίζει media queries, μπορείτε να δημιουργήσετε CSS ειδικά για συγκεκριμένες περιπτώσεις, όπως για παράδειγμα για να ανακαλύψετε αν ο χρήστης έχει μια μικρή συσκευή όπως ένα κινητό τηλέφωνο

Αν θέλετε η ιστοσελίδα σας να είναι επιτυχημένη, θα πρέπει να γνωρίζετε πώς λειτουργούν οι μηχανές αναζήτησης. Οι μηχανές αναζήτησης λειτουργούν καλύτερα αν το περιεχόμενο της ιστοσελίδας είναι οργανωμένο και με σωστές ετικέτες, επειδή είναι ευκολότερο έτσι οι μηχανές αναζήτησης να αξιολογήσουν το περιεχόμενο και τη συνάφεια του περιεχομένου της σελίδας. Οπότε να έχετε κατά νου ότι η ιστοσελίδα σας θα πρέπει να περιέχει ξεκάθαρες και λογικά ονοματισμένες ενότητες, τόσο μέσα στον κώδικα όσο και μέσα στο περιεχόμενο της σελίδας. Αν θέλετε να χρησιμοποιήσετε `εξωτερικούς συνδέσμους στον ιστότοπό σας θα πρέπει να καταχωρίσετε πλήρη διεύθυνση των εξωτερικών ιστοσελίδων.

Η τοποθέτηση της εταιρείας σας στους χάρτες Google Maps είναι μια καλή ιδέα. Μπορείτε να την προσθέσετε στην ιστοσελίδα που είναι διαθέσιμη στη διεύθυνση <https://www.google.com/business/>. Οι Google Maps παρέχουν τη δική τους προγραμματική διασύνδεση εφαρμογής (API) για να σας επιτρέψουν να τοποθετήσετε ένα ενδιαφέρον τμήμα του χάρτη στον ιστότοπό σας.

Μπορεί να ανακαλύψετε ότι η επιχείρησή σας δεν εμφανίζεται σε σχετικές αναζητήσεις στην περιοχή σας. Για να μεγιστοποιήσετε το πόσο συχνά βλέπουν οι πελάτες σας την επιχείρησή σας στα αποτελέσματα τοπικών αναζητήσεων, θα πρέπει

να θυμάστε να εισάγετε πλήρη δεδομένα, να επιβεβαιώνετε την τοποθεσία σας, να τηρείτε τις ώρες λειτουργίας ακριβείς, να διαχειρίζεστε και να απαντάτε σε κριτικές, να προσθέτετε φωτογραφίες. Η ιστοσελίδα θα πρέπει να έχει την απαραίτητη δημοσιότητα. Η δημοσιότητα αναφέρεται στο πόσο γνωστή είναι η επιχείρηση. Μερικά μέρη είναι πιο ορατά στον εκτός διαδικτύου κόσμο και τα αποτελέσματα των αναζητήσεων προσπαθούν αυτό να το αντικατοπτρίσουν στην τοπική σειρά κατάταξης. Για παράδειγμα, τα διάσημα εστιατόρια, τα διάσημα μουσεία ή τα πολύ γνωστά καταστήματα φίρμες που είναι γνωστά σε πολλούς ανθρώπους είναι επίσης πιθανό να εμφανιστούν στα αποτελέσματα τοπικών αναζητήσεων. Να θυμάστε ότι η δημοσιότητα βασίζεται επίσης σε πληροφορίες που η Google έχει σχετικά με μια εταιρεία μέσα από τον παγκόσμιο ιστό (όπως άρθρα, συνδέσμους και φακέλους). Οι μετρήσεις κριτικών και η βαθμολόγηση από τη Google συνυπολογίζονται στην κατάταξη της τοπικής αναζήτησης. Περισσότερες γνώμες και θετικές κριτικές πιθανό θα βελτιώσουν την τοπική κατάταξη μιας επιχείρησης.

Η θέση σας στα αποτελέσματα αναζήτησης στον παγκόσμιο ιστό είναι επίσης παράγοντας, οπότε οι καλύτερες πρακτικές SEO (Search Engine Optimization, Βελτιστοποίηση για μηχανές αναζήτησης) εφαρμόζονται επίσης στην βελτιστοποίηση των τοπικών αναζητήσεων. Εξαιτίας του γεγονότος ότι η εταιρεία Google κάνει ό,τι καλύτερο να διατηρηθούν οι λεπτομέρειες του αλγορίθμου αναζήτησης εμπιστευτικές, η δημιουργία του συστήματος κατάταξης είναι σχετικά δίκαιη για όλους.



Για να παρακολουθείτε και να αναφέρετε την επισκεψιμότητα στον ιστότοπό σας μπορείτε να χρησιμοποιήσετε την υπηρεσία Google Analytics. Το Google Analytics προσφέρει έναν εύκολο και δωρεάν τρόπο παρακολούθησης και ανάλυσης επισκεπτών στον ιστότοπό σας. Θα μπορούσατε να έχετε χιλιάδες ή ακόμα κι εκατομμύρια επισκέπτες κάθε μήνα, αλλά εκείνοι οι επισκέπτες είναι στην πραγματικότητα ασήμαντοι αν δεν ξέρετε κάτι γι' αυτούς. Με τα ισχυρά εργαλεία αναφορών και αναλύσεων δικτύου, τα Google Analytics σας επιτρέπουν να αποκομίσετε ότι καλύτερο από τους επισκέπτες και εν δυνάμει να τους μετατρέψετε σε πελάτες. Εκτός από την παρακολούθηση του αριθμού των επισκεπτών, το Google Analytics παρέχει βασικές ιδέες για την απόδοση του ιστότοπού σας και τι μπορείτε να κάνετε για να πετύχετε τους στόχους σας. Μπορείτε να παρακολουθήσετε τα πάντα, από το πόσο πολύ κίνηση έχει ο ιστότοπός σας μέχρι το από πού προέρχεται αυτή η κίνηση και πώς

συμπεριφέρονται οι επισκέπτες. Μπορείτε ακόμα και να ελέγξετε τις δραστηριότητες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, να παρακολουθήσετε την κίνηση από φορητές συσκευές, να προσδιορίσετε τις τάσεις και να ενσωματώσετε άλλες πηγές δεδομένων για να σας βοηθήσουν να πάρετε σωστές πληροφοριακά επιχειρηματικές αποφάσεις.



Οι προσωρινές ιστοσελίδες χρησιμοποιούν web cookies. Ένα web cookie είναι ένα μικρό κομμάτι δεδομένων που αποστέλλονται από έναν ιστότοπο και αποθηκεύονται στη συσκευή του χρήστη από το φυλλομετρητή του χρήστη, όσο ο χρήστης περιηγείται στον παγκόσμιο ιστό.

Τα cookies σχεδιάστηκαν να είναι ένας αξιόπιστος μηχανισμός για τους ιστοτόπους να θυμούνται δηλωμένες πληροφορίες (όπως προϊόντα που προστέθηκαν στο καλάθι ηλεκτρονικού καταστήματος) ή να καταγράφουν τη δραστηριότητα περιήγησης του χρήστη (συμπεριλαμβανομένης της εισόδου, του πατήματος συγκεκριμένων κουμπιών ή της καταγραφής των σελίδων που επισκέφτηκε στο παρελθόν). Μπορούν επιπλέον να χρησιμοποιηθούν για να κρατάνε τυχαία κομμάτια πληροφοριών που ο χρήστης πρωτίτερα συμπλήρωσε σε πεδία φόρμών, όπως ονόματα, διευθύνσεις, email, κωδικούς και αριθμούς πιστωτικών καρτών. Τα cookies είναι μια περιορισμένη τεχνολογία και όχι ιδιαίτερα εύκολη για τους σχεδιαστές να τη χρησιμοποιήσουν.



Επιπρόσθετα, σχετικά με τη χρήση των cookies υπάρχουν νομικοί περιορισμοί. Παρόλο που τα cookies αναφέρονται μόνο μία φορά στον Κανονισμό της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την Προστασία Γενικών Δεδομένων (EU General Data Protection Regulation – GDPR), οι επιπτώσεις είναι σημαντικές για κάθε οργανισμό που τα χρησιμοποιεί για να παρακολουθεί την περιηγητική δραστηριότητα των χρηστών. Ο GDPR αναφέρει: «Φυσικά πρόσωπα μπορεί να σχετίζονται με δικτυακά αναγνωριστικά [...] όπως διευθύνσεις IP, αναγνωριστικά cookies ή άλλα αναγνωριστικά [...]. Αυτό μπορεί να αφήσει ίχνη τα οποία συγκεκριμένα όταν συνδυάζονται με μοναδικά αναγνωριστικά και άλλες πληροφορίες που λαμβάνονται από εξυπηρετητές, μπορεί να χρησιμοποιηθούν για να δημιουργηθούν προφίλ των φυσικών προσώπων και να τα αναγνωρίσουν». Εν συντομία: όταν τα cookies μπορούν να αναγνωρίσουν ένα άτομο μέσω της συσκευής του, αυτό θεωρείται προσωπικό δεδομένο. Αυτό υποστηρίζει και ο κανονισμός Recital26, που λέει ότι κάθε δεδομένο που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την αναγνώριση ενός ατόμου άμεσα ή έμμεσα (είτε από μόνο του ή σε συνδυασμό με άλλες πληροφορίες) είναι προσωπικό δεδομένο.

Αν και δεν χρησιμοποιούνται όλα τα cookies με τρόπο τέτοιο ώστε να αναγνωρίζουν χρήστες, ωστόσο η πλειοψηφία τους είναι και θα είναι αντικείμενο που υπόκειται στον κανονισμό GDPR. Αυτό περιλαμβάνει και τα διαφημιστικά cookies και στατιστικές και λειτουργικές υπηρεσίες όπως εργαλεία ερευνών και συνομιλιών (chat).

Για να είναι εναρμονισμένοι με τους νόμους της Ευρωπαϊκής Ένωσης οι οργανισμοί πρέπει είτε να σταματήσουν να συλλέγουν τα συγκεκριμένα cookies είτε να

βρουν ένα νόμιμο τρόπο να συλλέγουν και να επεξεργάζονται αυτά τα δεδομένα. Οι περισσότεροι οργανισμοί βασίζονται στην συγκατάθεση, αλλά με τις νέες ενισχυμένες απαιτήσεις του GDPR θα είναι πολύ πιο δύσκολο να αποκτήσουν νόμιμο περιεχόμενο μέσω συγκατάθεσης.

Η σιωπηρή συγκατάθεση δεν είναι πια αρκετή. Η συγκατάθεση πρέπει να δίνεται μέσω μιας καθαρής καταφατικής ενέργειας, όπως κάνοντας κλικ σε ένα παράθυρο διαλόγου συναίνεσης ή επιλέγοντας ρυθμίσεις ή προτιμήσεις σε ένα μενού ρυθμίσεων. Η επίσκεψη απλά σε ένα ιστότοπο δεν μετράει ως συναίνεση. Μηνύματα «Με τη χρήση αυτού του ιστοτόπου αποδέχεστε τα cookies» δεν είναι αρκετά για τους ίδιους λόγους. Αν δεν υπάρχει αυθεντική και ελεύθερη επιλογή, τότε δεν υπάρχει έγκυρη συγκατάθεση. Πρέπει να υπάρχουν και οι δύο επιλογές της αποδοχής ή απόρριψης των cookies.

Οι ιστότοποι πρέπει να παρέχουν την επιλογή στο χρήστη για μη συμμετοχή. Ακόμα και όταν λαμβάνεται έγκυρη συγκατάθεση του χρήστη, οι ιστότοποι πρέπει να του δίνουν την επιλογή να αλλάξει την απόφασή του. Αν ζητάτε μέσα σε μενού ρυθμίσεων για συγκατάθεση μέσω παραθύρων διαλόγου συμμετοχής, οι χρήστες πρέπει πάντα να μπορούν να επιστρέψουν στο συγκεκριμένο μενού για να προσαρμόσουν τις επιλογές τους.

Τον Ιανουάριο του 2017, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή πρότεινε ένα καινούριο ePR (Κανονισμό Ιδιωτικότητας και Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών) ως μέρος της ψηφιακής μονοπωλιακής της στρατηγικής. Ο ePR έχει την ίδια χωρική εμβέλεια όπως τον EU-GDPR, περιλαμβάνει ένα πανομοιότυπο καθεστώς κυρώσεων για μη συμμόρφωση και επρόκειτο να ενεργοποιηθεί στις 25 Μαΐου του 2018. Ωστόσο, έχουν υπάρξει καθυστερήσεις και είναι πιθανό να έρθει σε ισχύ το 2019. Επειδή αυτός ο κανονισμός είναι ακόμα σε πρόχειρη μορφή, δεν υπάρχουν προϊόντα ή υπηρεσίες γι' αυτόν ακόμα.