Content Management Systems

Content Management System, heretter forkortet «CMS» er en type programvare som tillater deg å lage og levere digitalt innhold ved hjelp av et grafisk brukergrensesnitt. Dette kan eksempelvis være at du vil lage, administrere, endre og tilpasse innhold på en nettside. Men, det kan også være bruk av sky-tjenester for å ha back-up av bryllups-bildene dine. Mange firmaer bruker også «CMS-systemer» som en plattform de driver bedriften ut ifra. Kommunikasjon med kunder, lagring av data, produkthåndtering o.l. «CMS» krever ingen form for teknisk bakgrunn, noe som gjør programvaren enkel å bruke for alle og enhver.

Disse «CMS-systemene» er bygd opp og strukturert opp forskjellig og basert på dette blir de ofte satt inn i ulike kategorier. Det er dermed vanlig å skille mellom «Tradisjonell CMS» og «Headless CMS».

«Tradisjonell CMS» også kalt «coupled-cms» kan sees på som en alt-i-en-løsning. Her henger front-end og back-end systemene tett sammen. Brukeren lager innhold i et brukergrensesnitt basert på prosesser som skjer i back-end av det samme programmet. I denne back-end-delen ligger det ferdige maler som benyttes av brukeren. Resultatet av denne prosessen er fullverdige HTML-sider. «Squarespace» er et eksempel på et slikt «tradisjonelt CMS». Som med alt annet, finnes det også både fordeler og ulemper med bruk av «tradisjonell CMS». De er ofte brukervennlige, alt på et sted, rimelige i pris og lett tilgjengelige. Men, det er også vanskelig å gjøre noe annet enn det som er tilgjengelig via brukergrensesnittet. Det benyttes ulike maler og utforminger som ligger tilgjengelig, men dersom du vil være kreativ og tenke utenfor boksen så kan dette vanskelig. Innholdet som lages er også såkalt «web-site-only» innhold som ikke er like lett å overføre til andre enheter som f.eks. mobil. Det kan også være vanskelig å implementere bilder og videoer fra utsiden av programmet. Til tross for dette er «tradisjonell CMS» et godt verktøy dersom du vil leke deg med grunnleggende nettsider uten teknisk tyngde i ryggsekken.

De siste årene har det blitt utviklet nye måter å tenke «CMS» på. Denne nye metoden blir ofte kalt for «Headless CMS». I motsetning til «tradisjonell CMS» henger ikke front-end og back-end-delen sammen i «Headless CMS» og det er dette som gjør det til et velegnet «CMS». Når innholdet og produktet blir laget i back-end-delen blir dette publisert via noe som kalles en API (application programming interface). Herfra kan innholdet hentes og benyttes i ulike programmer eller front-end-deler. Et «Headless cms» har ingen påvirkning på front-end-delen av innholdet. Det er dette som har gjort at «Headless CMS» har tatt over tronen på flere områder innenfor «CMS». Ved å lage digitalt innhold på denne måten så når man ut på flere plattformer og gjør det digitale innholdet lettere tilgjengelig for publisering. Innholdet er dermed tilrettelagt for flere enheter som mobiler, tablets eller applikasjoner. Brukeren får dermed et større spillerom til å jobbe med forskjellige back-end og front-end-løsninger basert på hvordan eller hvor det digitale innholdet skal presenteres.

Innenfor «CMS» finnes det også flere underkategorier som systematiserer ulike plattformer for «CMS» etter hvilket bruksområde det har. «Web Content Management System (WCMS)» er et eksempel på et slikt system. Dette systemet blir brukt til å lage nettsideinnhold. Her trenger ikke brukeren å kunne kode nettsider for å lage innholdet. Ser vi tilbake på «tradisjonell cms» kan også noe av dette legges inn under denne kategorien. Eksempler på slike systemer er: «Wordpress», «Joomla» og «Drupal». Videre har vi «Digital Asset Management System (DAMS)» og «Document Management System (DMS)» som er sky-løsninger som lagrer og holder på litt forskjellig innhold for bedrifter eller privatpersoner. Eksempler på dette er «Google Drive», «Dropbox» og «Bynder». Det finnes også en «CMS-løsning» kalt «Component Content Management Systems (CCMS)» som håndterer tekstbasert innhold og kan brukes av mennesker som har behov for å behandle dokumenter i samhandling med andre. Det kan søkes etter dokumenter, det kan klassifiseres, lagres og eksporteres. Dette systemet er også sky-basert. Eksempler på slike systemer er «Storyblok» og «Sanity».

Den siste underkategorien heter «Enterprise Content Management System (ECM)». Dette er hovedsakelig lisensbaserte produkter som blir brukt av firmaer. Dette systemet implementeres for å tilpasse seg bedriftens strategi for at ansatte skal kunne tilegne seg informasjon effektiv, organisere innhold og lagre data. Bedrifter trenger ofte å jobbe effektivt for å oppnå resultater og med slike verktøy lar dette seg lettere å gjennomføre. Dessuten har disse systemene ofte avanserte sikkerhetssystemer som bidrar til å holde informasjon unna offentligheten. «Alfresco Software», «Box» og «Hyland» er eksempler på slike systemer.

Nedenfor er underkategoriene lagt in i en tabell for å illustrere hvilke fordeler, ulemper, likheter eller ulikheter systemene innehar:

Kilder:

https://www.oracle.com/content-management/what-is-cms/

24.10.22 19:00

https://kinsta.com/knowledgebase/content-management-system/ 24.10.22 18:45

[https://www.sanity.io/headless-cms 24.10.22 19:05](https://www.sanity.io/headless-cms%2024.10.22%2019:05)

<https://www.zesty.io/mindshare/marketing-technology/what-is-a-content-management-system-cms-the-complete-guide/> 24.10.22 19:25

<https://www.udig.com/digging-in/traditional-cms-vs-headless-cms/> 24.10.22 21:58??? KANSKJE

<https://www.ixiasoft.com/types-of-content-management-systems/> 25.10.22 12:35

<https://openasset.com/digital-asset-management/google-drive-vs-dam-whats-the-difference/> 25.10.22 12:44

<https://www.bynder.com/en/> 25.10.22 14:00

<https://www.g2.com/categories/component-content-management-systems>

25.10.22 16:25

<https://www.techtarget.com/searchcontentmanagement/definition/enterprise-content-management-ECM>

25.10.22 17:03

UU vs SEO

**Hva er Universell utforming?**

Universell utforming er blitt velkjent begrep i samfunnet. FN-konvensjonen definerer universell utforming slik:

*«Med universell utforming menes: utforming av produkter, omgivelser, programmer og tjenester på en slik måte at de kan brukes av alle mennesker, i så stor utstrekning som mulig, uten behov for tilpassing og en spesiell utforming. Universell utforming skal ikke utelukke hjelpemidler for bestemte grupper av mennesker med nedsatt funksjonsevne når det er behov for det».*

Når det kommer til nettsider, har universell utforming blitt vel så viktig med årene. Vi kan se på det å lage en nettside som et produkt eller tjeneste vi legger frem for en bruker. Dermed er det viktig at denne tjenesten er tilgjengelig for alle. Og det skal den være selv om noen har en eller annen form for nedsatt funksjonsevne. Selv om du har nedsatt syn, motorikk, tale, hørsel, kognisjon, språk eller lærevansker skal innholdet fortsatt tilpasses for den enkelte. Ifølge statistisk sentralbyrå har 1 av 5 nedsatt funksjonsevne i Norge.

Før i tiden måtte mennesker tilegne seg informasjon ved hjelp av fysiske bøker eller gjennom andre mennesker. All denne informasjonen er i dag blitt digitalt tilgjengelig, og de færreste tar i bruk de gamle metodene dersom de effektivt skal finne ut av noe. I dagens samfunn skal vi klare oss selv, og vi har blitt et slags selvbetjeningssamfunn der vi ikke skal være avhengig av andre. Dette gjelder blant annet ved bruk av betalingsløsninger, handel av varer eller identifisering for å nevne noen. Overgangen til et slikt selvstendig system er ikke nødvendigvis alltid like lett for alle. Men, det er derfor universell utforming er i fokus, nettopp for å nå ut til alle.

**Hvordan oppnå tilgjengelig innhold?**

Når vi designer nettsider eller digitale løsninger i dag er vi lovpålagt å følge forskrift om universell utforming av informasjons- og kommunikasjonsteknologiske IKT-løsninger. I denne forskriften henvises det til en samling av retningslinjer for tilgjengelighet ved navn «WCAG-standarden». «WCAG» er forkortelsen for «Web Content Accessibility Guidelines». Ved å innføre anbefalingene i denne standarden vil nettsiden din eller appen din oppfylle kravene om tilgjengelighet. For at nettsiden din skal være godt nok universelt utformet kreves det at den oppfyller 35 av 61 krav etter denne standarden. Eksempler på disse kravene kan være alternativt innhold for lyd eller video, for å nå ut til mennesker med nedsatt hørsel eller syn. Det kan også være at innholdet er plassert i en meningsfull rekkefølge, slik at opplesningsverktøy fungerer best mulig ved bruk av nettopp din nettside. Videre kan det være at farger og kontraster er tilpasset for mennesker med ulike former for synsforstyrrelser.

Retningslinjene er mange, og det er viktig å sette seg godt inn i disse dersom du ønsker å opprette en nettside eller app som skal nå ut til alle. Per i dag følger vi «WCAG 2.0». Men, i februar 2023 stilles det krav om at nettsider o.l. skal følge «WCAG 2.1». Med dette følger det tolv nye krav om universell utforming.

**Hva er «SEO»?**

«SEO» står for «search engine optimization” eller søkemotoroptimalisering på norsk. Dette blir gjerne brukt som en samlebetegnelse på metoder som øker din synlighet hos søkemotorene på internett. Når man lager nettsider så ønskes det jo at dette innholdet skal nå ut til det brukerne det var skapt for i første omgang. Dette kan eksempelvis være nettbutikker eller informasjonssider. Det er dermed ønskelig at brukerne da vil kunne finne frem til nettopp din side når de bruker en av internettets søkemotor. Det er dette som er fokuset når man jobber med søkemotoroptimalisering. For å oppnå en sterk score innen «SEO» er det ikke nødvendigvis bare brukerne du må imponere.

Søkemotorer bruker såkalte «crawlers», som er en indekseringsrobot. Dette er automatiske programmer som benytter seg av ulike algoritmer for å rangere nettsider basert på innholdet i nettsiden. Den navigerer seg gjennom nettsiden ved hjelp av linker og tagger. Deretter indekseres nettsiden og den får en rangering. Det er nettopp denne prosessen som gjør at det er viktig å tenke på søkemotoroptimalisering for å fremstå synlig for søkemotorene.

**Hvordan implementere «SEO»?**

For å bli synlig for søkemotorene kreves det enorm innsats. Det vil være nødvendig med en kontinuerlig jobb for å holde dette vedlike, og for å holde tritt med konkurrentene sine dersom man for eksempel forsøker å markedsføre produkter på nettsiden sin. Det vil alltid være saker man kan forbedre for å øke scoren hos søkemotorene.

Som nevnt tidligere finnes det ulike metoder for å optimalisere synligheten hos søkemotorene på din nettside. Bruk av semantiske tagger som gir mening til innholdet på siden din er et godt sted å starte. Videre er nøkkelord ofte det søkemotorene ser etter, og det er dermed viktig at du har implementert enkelte nøkkelord som går igjen i innholdet på siden din. Unikt innhold skiller seg også ut, dermed vær kreativ! Link de ulike sidene dine til hverandre for å gjøre jobben for «crawleren» enklere. Dersom andre sider lenker til din nettside, øker også scoren hos søkemotorene. Vi snakket tidligere om universell utforming. Dette henger også tett opp mot søkemotoroptimalisering. Dersom siden din fyller kravene for universell utforming, har du også lagt ned en god jobb for å forbedre din score hos søkemotorene.

Kilder:

UU

<https://www.uutilsynet.no/regelverk/regelverk/266>

<https://www.uutilsynet.no/fremtidig-regelverk/wcag-21-standarden/140>

<https://www.uutilsynet.no/veiledning/kvifor-universell-utforming-av-ikt/240>

<https://www.w3.org/Translations/WCAG21-no/>

<https://ny.bufdir.no/likestilling/universell-utforming/>

<https://hiof.instructure.com/courses/6307/files/1197723?wrap=1>

SEO

<https://no.wikipedia.org/wiki/S%C3%B8kemotoroptimalisering>

<https://synlighet.no/blogg/hva-er-seo/>

<https://www.mentimeter.com/app/presentation/al5p1vsc2kthaqjbx1dhnp4yye8wt3bn/e6uc5ewwan2n>

<https://www.webhuset.no/blogg/sokemotoroptimalisering-seo-med-tekniske-metoder>

<https://bonzer.no/slik-forstaar-du-en-soekemotor-bli-ekspert-paa-seo-%E3%85%A3-bonzer/>

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Webutvikling | UU | SEO |
| Nettsidens struktur | Semantiske tags | For crawleren |
| Design | Farger, kontraster | Responsivt design opp mot seo |
| Innhold |  |  |