

## چطور بهترین نام را برای وبسایت انتخاب کنیم؟

موارد مختلفی توسط متخصصان و اساتید دانشگاهی در زمینه نامگذاری شرکتها یا وبسایتها معرفی شده است که می‌تواند شما را در انتخاب بهترین عنوان برای یک وبسایت یاری رساند ...

موارد مختلفی توسط متخصصان و اساتید دانشگاهی در زمینه نامگذاری شرکتها یا وبسایتها معرفی شده است که می‌تواند شما را در انتخاب بهترین عنوان برای یک وبسایت یاری رساند . به گزارش خبرگزاری مهر، همه افرادی که تا به حال نشانگر ماوس خود را بر روی بخش "نام کاربر" در صفحه وبسایتی متوقف کرده‌اند می‌دانند که ابداع یک نام برای وبسایت، وبلاگ یا نام کاربری سخت‌تر از چیزی است که تصور می‌رود زیرا این نام باید به گونه‌ای انتخاب شود که به یاد سپردنی بوده و کاربر سال آینده از آن متنفر نباشد. سی‌ان‌ان در گفتگو با وبلاگ نویسندگان، اساتید رسانه‌های جمعی و متخصصان نامگذاری، شیوه‌های قابل استفاده‌ای برای نامگذاری مناسب برای یک وبسایت یا هر صفحه اینترنتی دیگری را مورد بررسی قرار داده است.

### چگونه آغاز کنیم؟

"کریستوفر جانسون" مشاور نامگذاری و نویسنده وبلاگ The Name Inspector معتقد است یافتن نام مناسب را باید با لیستی از کلمات کلیدی که به وبسایت، وبلاگ یا شرکت مورد نظر در ارتباط است آغاز کرد. سپس به بررسی مفاهیم و ریشه شناسی کلمات انتخاب شده پرداخت تا شاید گزینه‌های بیشتری یافته شود. در ابداع یک نام می‌توان از واژه‌های مرکب، واژه‌های چند بخشی و ترکیبی، افزودن پیشوند یا پسوند، یا اصطلاحات استفاده کرد. پس از تهیه لیست نهایی از واژه‌های مناسب باید از خود پرسید آیا واژه‌های این لیست مفهومی دارند؟ نکته منفی در رابطه با این اسامی خسته کننده بودن و عام بودن آنها است و در عین حال معمولا نام دامنه همراه این اسامی از قبل اشغال شده است.

### نام‌های انتخابی مفهومی دارند؟

می‌توان نامها را بر اساس نحوه ارتباط آنها با مخاطب دسته بندی کرد. به گفته "نینا بکهارد" رئیس شرکت نامگذاری The Naming Group، آژانسی که نامگذاری شرکت‌هایی از قبیل Walmart، پوما و Target را به عهده داشته است طیفی از اسامی وجود دارد که از اسامی توصیفی که مستقیما درباره فواید یک محصول یا ویژگی‌های آن اطلاع رسانی می‌کند آغاز شده و به اسامی پوچ که هیچ مفهومی را در رابطه با محصول ارائه نمی‌کند، ختم می‌شود. برخی از اسامی به سرعت اطلاعاتی را در رابطه با محصول و ویژگی‌های آن ارائه می‌کنند. این اسامی ساده و قابل درک بوده و به مخاطبان یا مشتریان امکان درک ساده گرایش و توانایی‌های یک شرکت یا وبسایت را خواهد داد. با این حال استفاده از این اسامی برای صنایع رو به رشد از قبیل صنایع وابسته به تکنولوژی از محدودیت‌های زیادی برخوردار است زیرا در این صنایع دانسته‌های امروز به سرعت کهنه شده و تغییر پیدا می‌کنند، تحت چنین شرایطی یک نام می‌تواند به یک زندان تبدیل شود، مشابه نام شرکت AT&T که T آخر از ابتدای واژه Telegraph برگرفته شده است.

### مفهومی ندارند؟

بکهارد معتقد است نام‌های پوچ می‌توانند نام‌هایی کاملا ساختگی باشند مانند Kodak یا نام‌هایی از زبان‌های دیگر باشند مانند Hulu که برگرفته از زبان چینی باستانی است و یا حتی می‌توانند به اندازه‌ای مبهم باشند که افراد آن را در قالب نامی ساختگی ترجمه کنند. نمونه بارز این نوع از نامها Google مشهور است که از واژه Googol به معنی عدد یک به همراه 100 صفر در برابرش برگرفته شده است.

این نوع از نامها سرگرم کننده‌تر بوده و می‌توانند شرکت یا یک وبسایت را از میان خیل نام‌هایی که مورد استفاده قرار می‌گیرند مجزا سازد. همچنین این نامها زیرکانه‌تر از نام‌های توصیفی بوده و تفاوت خود را با نام‌های عادی به خوبی به رخ می‌کشند. با این حال نباید بررسی مفهوم نام انتخاب شده را در زبان‌های دیگر فراموش کرد زیرا وجود مفهومی ناخواسته و ناآگاهانه می‌تواند نامی که به سختی و با دقت انتخاب شده است را به استهزا بکشاند.

در صورت عدم استفاده از نام‌های توصیفی یا نام‌های پوچ می‌توان از نام‌هایی میان این دو نوع استفاده کرد. اسامی مانند Apple یا Yahoo به صورت غیر مستقیم به ارزش‌هایی از برند اشاره دارند که پایه گذاران آن به شناخته شدن و شهرت یافتن در آن زمینه علاقمندند.

## آیا نام‌ها تاثیرگذار خواهند بود؟

به گزارش مهر، هیچ چیز سریعتر از وجود نامی مشابه در اینترنت نمی‌تواند نامی که به سختی و دقت انتخاب یا ساخته شده است را به ورطه نابودی بکشد و گاهی اوقات در جستجوی نام‌ها دامنه به نظر می‌رسد تمامی گزینه‌های ممکن اشغال شده‌اند. یکی از راه‌های پیشنهادی برای غلبه بر این مشکل استفاده از غلط املائی، واژه‌های ساختگی یا مرکب است، مشابه آنچه در نامگذاری سایت‌های Digg، Flickr یا Topix رخ داده است.

به گفته جانسون موتورهای جستجو بر روی شیوه نامگذاری افراد تاثیر گذاشته است. از آنجا که افراد مختلف در جستجو برای یافتن یا خلق نام‌های بدیع و جدید هستند تا نام سایت آنها تنها گزینه در نتیجه جستجو در موتور جستجوی گوگل به شمار رود، از این رو از واژه‌های محبوب موجود در موتورهای جستجو در کنار نام‌های منتخب خود استفاده می‌کنند تا به این شکل جایگاه خود را در جستجوهای اینترنتی بهبود بخشند. شیوه ای که به اعتقاد برخی از متخصصان و از دیدگاه نام گذاری برندها استراتژی شکست خورده‌ای است.

## آیا نام فراگیر خواهد شد؟

استفاده از ریتم و تم موسیقایی در نامگذاری می‌تواند جذابیت و دوام نام‌های انتخاب شده را بهبود بخشد. قافیه، تکرار و تکرار یک صدا یا واج آرایی می‌تواند نام نهایی یک محصول، سایت یا شرکت را به سوی تبدیل شدن به نامی فراموش نشدنی هدایت کند. در عین حال بکهارد معتقد است استفاده از بخش‌های مختلف دستوری یک واژه در نامگذاری نیز تاثیر بسزایی در محبوب شدن نام‌های نهایی دارد.

برای مثال نام LinkedIn را می‌توان به عنوان یک فعل، صفت یا اسم استفاده کرد. به اعتقاد بکهارد زمانی که یک نام بتواند از میان بخش‌های مختلف دستوری یک واژه عبور کند می‌تواند به نامی فراگیر تبدیل شود. بر اساس گزارش سی ان ان، تلفظ، هجا و درک و نگارش نام انتخاب شده باید آسان باشد. همچنین کوتاه بودن آن نیز در بسیاری از موارد می‌تواند به شهرت و محبوبیت آن بیافزاید. با این همه در صورتی که نام انتخاب شده مفهوم عمیقی داشته باشد می‌توان بدون در نظر گرفتن همه قوانین و معیارها آن را به عنوان نام نهایی یک وب سایت برگزید