

راهنمای افزایش ترافیک وبسایت کتابخانه‌ای

■ هیوا عبدخدا

دانشجوی کارشناسی ارشد علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی پزشکی دانشگاه علوم پزشکی تهران

چکیده

وبسایت‌های کتابخانه‌ای طیف وسیعی از اهداف کتابخانه‌ها را پوشش می‌دهند، از این رو مدیران دانش به اهمیت و تاثیر وبسایت‌ها، برای ارتقاء خدمات کتابخانه و مرکز اطلاع‌رسانی خود پی‌برده‌اند. پارادایم نوظهوری که بحث غالب محافل شبکه‌ای و طراحی وبسایت‌ها را به خود اختصاص داده است، افزایش ترافیک وبسایت‌هاست که از دنیای تجارت شروع شده و هم‌اکنون کانون توجه بسیاری از حوزه‌ها و سازمان‌های انتفاعی و غیرانتفاعی هم‌چون کتابخانه‌ها، که درصدد ارتقاء جایگاه خود در محیط شبکه‌ای هستند، قرار گرفته است. در این مقاله ابتدا به تعریف ترافیک وبسایت و سپس راهبردهای افزایش ترافیک وبسایت‌های کتابخانه‌ای به‌عنوان بحث اصلی مقاله خواهیم پرداخت و در نهایت ترافیک وبسایت‌های کتابخانه‌ای به‌عنوان یکی از ملزومات امروزی حضور وبسایت کتابخانه‌ها در میان خیل عظیمی از وبسایت‌های گوناگون مطرح خواهد شد. **کلیدواژه‌ها:** ترافیک وبسایت، وبسایت‌های کتابخانه‌ای، کتابخانه و مراکز اطلاع‌رسانی

مقدمه

کتابخانه‌ای همگام با رشد تکنولوژی و ابزارهای جدید رشد چشمگیری را تجربه کرده‌اند. امروزه اکثر کتابخانه‌های بزرگ دنیا به این مهم تجهیز شده‌اند و بخش اعظم خدمات اطلاع‌رسانی خود را به مدد همین مؤلفه‌های جدید انجام می‌دهند (دانگ، ۲۰۰۷، ص ۵۰). از طرف دیگر امکان‌سنجی طراحی وبسایت‌ها برای کتابخانه‌ها کوچک و ارائه الگوی مناسب برای آن‌ها در سراسر دنیا، موضوع پایان‌نامه و رساله‌های دکترای دانشجویان رشته‌های همچون کتابداری و اطلاع‌رسانی، علوم کامپیوتر و سایر رشته‌های مرتبط شده است. بنابراین لزوم پرداختن به این مسئله بیش از پیش مشهود است.

علاوه بر طراحی وبسایت‌های کتابخانه‌ای و لزوم پرداختن به اهمیت و نقش آنها در تجلی اهداف کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی که همان ارائه خدمات اطلاعاتی به جامعه نیازمند اطلاعات، در کمترین زمان و به بهترین شکل ممکن است؛ غنی‌سازی این وبسایت‌ها جهت تحقق هرچه بهتر اهداف عالیه کتابخانه‌ها و جذب کاربران بیشتر برای وبسایت، بحث جدیدی است و از آن جهت که بقاء وبسایت‌های کتابخانه‌ای را تضمین می‌کند مهمتر از چرایی وبسایت‌های کتابخانه‌ای جلوه می‌کند. به بیان دیگر امروزه چگونگی وبسایت‌های کتابخانه‌ای مهمتر

وبسایت‌های کتابخانه‌ای طیف وسیعی از اهداف کتابخانه‌ها را پوشش داده‌اند، از این رو مدیران دانش به اهمیت و تاثیر وبسایت‌ها، برای ارتقاء خدمات کتابخانه و مرکز اطلاع‌رسانی خود پی‌برده‌اند. رویکرد هزاره سوم به اینترنت و سرویس‌های معمول و مرسوم آن مانند وب، کتابخانه‌ها را به این فکر فرو برد که سهم خود را از این بستر بدست آورده و از این فرصت جهت ارتقاء همه جانبه فعالیت‌های خود بهره کافی را ببرند (ویلسون، ۱۳۸۵، ص ۱). به نظر می‌رسد که همگامی با تحولات جاری و مجهز شدن کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی به ابزارها و مهارت‌های جدید اجتناب‌ناپذیر است. اولین تلاش نهادهای همچون کتابخانه‌ها، مراکز اطلاع‌رسانی و بنگاه‌های اطلاعاتی این بود که خود و خدمات و فعالیت‌های خود را به این سطح کشانده و جایگاه خود را در این بستر ترسیم کنند. تلاش‌هایی در این خصوص صورت گرفت، اگرچه این تلاش‌ها بعضاً کندتر از سرعت تحولات جاری و رشد شبکه جهانی بود، اما در هر صورت توانست جایگاه موقتی کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی را تثبیت کند. یکی از ابتدایی‌ترین اقدامات در این زمینه طراحی وبسایت‌های کتابخانه‌ای بود (ویلسون، ۱۳۸۵، ص ۱). در طول چند دهه اخیر وبسایت‌های



**وبسایت‌های کتابخانه‌ای در سال‌های
گذشته پیشرفت‌های زیادی کرده‌اند،
ابتدا این وبسایت‌ها صرفاً به
توصیف انواع سرویس‌ها و مجموعه‌ها
می‌پرداختند ولی امروزه به ارائه آنها در
سراسر وب می‌پردازند**

از چرایی آنهاست. پارادیم نوظهوری که بحث غالب محافل شبکه‌ای و طراحی وبسایت‌ها را به خود اختصاص داده است، افزایش ترافیک وبسایت‌هاست که از دنیای تجارت شروع شده و هم‌اکنون کانون توجه بسیاری از حوزه‌ها و سازمان‌های انتفاعی و غیر انتفاعی نظیر کتابخانه‌هاست که درصد ارتقاء جایگاه خود در محیط شبکه‌ای هستند (دانگ، ۲۰۰۷، ص ۴۹). ظهور خدمات جدید همچون شمارشگرهای وب، وب‌گزارها و ... که به ارائه آمار کاربران، تعداد کاربران مهمان، تعداد کاربران دائمی و نظایر آن می‌پردازند، نشان‌دهنده این موضوع است (یانگ و یان، ۲۰۰۵، ص ۱۲۹)

با گرایش به تورق، جستجو و بازیابی اطلاعات از محیط‌های الکترونیکی، مرزهای و محدودیت‌های مکانی و زمانی دسترسی به اطلاعات به مدد تکنولوژی‌های جدید و با تکیه بر مهارت‌ها و الگوهای نوظهور از بین رفته است و بسیاری از رفتارهای اطلاع‌یابی خارج از محدوده زمان و مکان دنبال می‌شود. تا قبل از ظهور شبکه جهانی اینترنت و سرویس‌های معمول و مرسوم آن مانند وب و به دنبال آن وب‌های نسل جدید، کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی محصور در یک چارچوب و قالب فیزیکی، کانون توجه اندیشمندان و پژوهشگران حوزه‌های مختلف علوم بودند و به عنوان خاستگاه پژوهش‌های نوین و چراغ مطالعات جدید از آن یاد می‌شد. ظهور فناوری‌های جدید و ابداع ابزارها و به دنبال آن مهارت‌های جدید، طومار روش‌های سنتی ارائه خدمات را در هم پیچید و کانون توجه پژوهشگران در مطالعه و رصد شواهد و تحقیقات از کتابخانه و مراکز اطلاع‌رسانی به سوی فناوری‌های جدیدی تغییر یافت. فناوری‌های جدید در واقع

در ادامه همین نوشتار ابتدا نگاهی موجز به چرایی وبسایت‌های کتابخانه، نحوه شکل‌گیری و رسالت آنها و سپس به تعریف ترافیک وبسایت خواهیم پرداخت. در ادامه راهبردهای افزایش ترافیک وبسایت‌های کتابخانه‌ای بحث اصلی مقاله خواهد بود.

وبسایت‌های کتابخانه‌ای

وبسایت‌های کتابخانه‌ای در سال‌های گذشته پیشرفت‌های زیادی کرده‌اند، ابتدا این وبسایت‌ها صرفاً به توصیف انواع سرویس‌ها و مجموعه‌ها می‌پرداختند ولی امروزه به ارائه آنها در سراسر وب می‌پردازند. امروزه این گونه وبسایت‌ها، توسط پایگاه‌های داده بزرگ و قدرتمند تبدیل به رسانه‌ای چندبعدی شده‌اند (ویلسون، ۱۳۸۵، ص ۱۶۷).

یکی از ضروریات عصر حاضر، حضور پر رنگ در محیط‌های شبکه‌ای و علی‌الخصوص در شبکه جهانی اینترنت است. امروزه

است. این تصور دال بر مشکلات ترافیکی در بخش حمل و نقل در شهرهای بزرگ می‌باشد. اما نگاهی دقیق و ژرف به این مفهوم، معنایی سوای این تصور را دامن می‌زند. می‌توان استدلال کرد که ترافیک یک مسیر، راه و خیابان، ناظر بر افزایش تعداد تقاضای استفاده از آن راه یا مسیر است که به دلایل جغرافیایی، ساختاری و مورد توجه عموم قرار گرفته است. در این مقاله نیز، منظور از ترافیک، افزایش تقاضای استفاده از یک موقعیت یا فرصت خاص به دلیلی ویژگی‌های آن موقعیت یا فرصت خاص است که در نهایت افزایش درخواست بیشتری را ایجاد می‌کند.

به بیان ساده، ترافیک یک وبسایت عبارت است از: افزایش تعداد کاربران و استفاده‌کنندگان نهایی از آن وبسایت که جهت رفع نیازهای اطلاعاتی خود به آن مراجعه می‌کنند. بنابراین می‌توان گفت که، ترافیک وبسایت ناظر بر افزایش تعداد تقاضای استفاده، تورق، جستجو و مشاهده وبسایت از سوی نیازمندان اطلاعاتی است. مسئله حائز اهمیت این است که چه راهکارهای بایستی اندیشیده شود تا یک وبسایت از ترافیک نسبت بالایی برخوردار باشد؛ به بیان دیگر روش‌های غنی‌سازی یک وبسایت که به جذب کاربران با نیازهای اطلاعاتی گوناگون منجر خواهد شد و افزایش ترافیک آن وبسایت را دامن می‌زند، چه مواردی هستند (ایفلد و وینر، ۲۰۰۲، ص ۵۱).

در ادامه به راهبردهای افزایش ترافیک در وبسایت‌های کتابخانه‌ای اشاره می‌شود:

۱. نیازسنجی درست، ساختار مناسب و توجه به محیط زیربنایی کارآمد.

یکی از ملزومات طراحی وبسایت‌ها، بهره‌مندی از ساختاری مناسب و ایجاد محیط زیر بنایی مناسب است. این موضوع ناظر بر کلیه اقداماتی است که برای طراحی و مهندسی یک وبسایت صورت می‌گیرد. بهره‌گیری از میزبان‌های مناسب جهت نمایش وبسایت بر روی شبکه یکی از مهمترین این موارد است که در این متن از آن به‌عنوان محیط زیر بنایی تعبیر شده است. مورد مهم دیگر توجه به اهدافی است که طراحان یا دارندگان وبسایت انتظار دارند که بوسیله وب سایت، محقق شوند. تعیین دقیق سطح انتظارات و نیازسنجی در خصوص طراحی وبسایت ضروری به نظر می‌رسد.

استفاده از نشانی اینترنتی مناسب یکی از مهمترین اقداماتی است که بایستی در ساختار یک وبسایت مورد توجه قرار گیرد. به‌کارگیری کوتاه‌نوشت‌های مرسوم و با مصما و حتی‌الامکان ساده در این مورد پیشنهاد می‌شود. بسیاری از کاربران در به خاطر سپاری و یا رصد آدرس‌های اینترنتی طولانی، نامناسب و دارای بخش‌های طولانی مشکل دارند و به این سایت‌ها علاقه نشان نمی‌دهند. انتخاب دامنه مناسب نیز یکی از موارد مهم است. به‌کاربردن دامنه‌های نام آشنا و سهل الوصول در به خاطر سپاری نشانی اینترنتی کمک شایانی خواهد کرد (ورونیتس و همکاران، ۲۰۰۶، ص ۱۲۷).



مجهز به رویکردهای جدید و امکانات بهتر بودند و علاوه بر آن محدودیت‌های مکانی و زمانی و قالب‌های محتوایی را حذف کردند و به‌عنوان نقطه عطفی در جریان اطلاع‌رسانی و دسترسی به اطلاعات مطرح شدند. کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی برای حفظ نقش و جایگاه خود در این آشفته بازار و ممانعت از حذف خود در بسترهای عصر جدید، تلاش مضاعفی را انجام داده‌اند. به نظر می‌رسد که تنها راه حفظ نقش و جایگاه کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی در عصر جدید، حضور فعال این نهادها در بستر الکترونیکی و استفاده از این فضا به‌عنوان تکیه‌گاه رشد، تعالی و رسیدن به اهداف عالی کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی است. نکته بسیار مهمی که در این میان نباید از نظر دور بماند، چگونگی و کیفیت حضور این وبسایت‌ها در شبکه جهانی است. به‌بیان دیگر امروز دیگر بحث در مورد چرایی حضور وبسایت‌های کتابخانه‌ای محلی از اعراب ندارد و امری بدیهی است، بنابراین لازم است که کانون توجه به سمت چگونگی و کیفیت حضور وبسایت‌ها تغییر پیدا کند.

ترافیک وب سایت

امروزه ترافیک به‌عنوان مفهومی با بار منفی در اذهان شکل گرفته

طراحی نقشه وبسایت به عنوان راهنمای وبسایت یکی دیگر از موارد است. وبسایت‌های کتابخانه‌ای بایستی سعی کنند که طرحواره‌ای از کل موجودیت سایت خود نشان دهند. این طرحواره معمولاً به صورت سلسله مراتبی خواهد بود و در مورد هر وبسایت ابتدا قسمت‌های اصلی وبسایت را نشان می‌دهد و اجزای فرعی را در زیر این قسمت‌ها ردیف می‌کند. نقشه سایت^۲ که در بسیاری از وبسایت‌ها دیده می‌شود، جنبه بارز راهنمای وبسایت و ناظر بر این مسئله است. نقشه وبسایت دانشگاه آکسفورد^۳، نقشه وبسایت دانشگاه پورتلند^۴، نقشه وبسایت کتابخانه دانشگاه تکزاس^۵، کتابخانه دانشگاه هاروارد^۶، نیز نگاه کنید به گوگل به‌نشانی [sitemap site:harvard.edu](http://sitemap.site.harvard.edu) همه مثال‌های خوبی در این مورد هستند. هدف از نهادینه کردن نقشه سایت، راهنمایی و کمک به کاربران در جهت شناسایی توپولوژی وبسایت‌ها است (نوروزی، ۱۳۸۸).

۲. کاربر پسندی. یکی از مهمترین مواردی که طراحان وبسایت‌ها بایستی همواره به آن توجه داشته باشند، کاربر پسند بودن یک وبسایت است. نوروزی در این خصوص می‌نویسد «کاربر پسندی یعنی، کاربران بتوانند با صرف کمترین زمان ممکن، به اطلاعات موردنظر خود دست یابند. نقشه وبسایت یکی از ابزارهایی است که کاربر را خیلی راحت‌تر و بهتر به اطلاعات موردنظر هدایت می‌کند» (نوروزی، ۱۳۸۸). تمامی منابع دیگر بر این نکته اجماع دارند که وبسایت بایستی به صورتی طراحی شود که همواره نیازهای اساسی کاربران را در جستجو و بازیابی اطلاعات تامین کند. وبسایت باید با توجه به گروه مخاطبان آن، مطالعات روانشناسی صورت گرفته در مورد کاربران و با توجه به نیازهای آنان طراحی و هدایت شود. متناسب بودن شکل ظاهری و فیزیکی یک وبسایت با سلیق و علاقمندی‌های کاربران یک وبسایت، از راه‌های جذب کاربران به استفاده از وبسایت است؛ برای مثال اگر وبسایتی مربوط به کتابخانه کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان است، بدیهی است که استفاده از تصاویر، انیمیشن، کاریکاتور و ... در جذب کاربران کودک برای این وبسایت نقش مهمی ایفا خواهد کرد. اگر ظاهر وبسایت، خشک و بسیار رسمی باشد و نسبت متن به تصاویر آن بسیار زیاد باشد، هیچ‌گونه جذابیتی ایجاد نخواهد کرد و این وبسایت مشتری کمی خواهد داشت.

یکی از مواردی که باعث پیشی گرفتن موتور جستجوی گوگل بر سایر موتورهای جستجو و علی‌الخصوص موتور جستجوی یاهو شد، کاربر پسند بودن و ظاهر بسیار مناسب وبسایت این موتور جستجو است. تمامی امکانات کاربردی به شیوه‌ای بسیار ساده و در عین حال منطقی در کنار هم دیگر قرار گرفته‌اند و کاربر را به استفاده تشویق می‌کنند.

برای داشتن یک طراحی خوب در زمینه رابط کاربری، ابتدا باید کاربران نرم‌افزار را شناسایی کنید، سن، سطح سواد، نیازها و کارهایی که می‌خواهند با نرم‌افزار انجام دهند را در نظر بگیرید.

به طور مثال وقتی می‌خواهید نرم‌افزاری برای گروه سنی کودکان تولید کنید باید طراحی را با توجه با سن کاربران انجام دهید. پس از مشخص کردن کاربران و مشخصات آنان، سناریوهای هر کاربر را که در بخش تحلیل ایجاد شده‌اند را مورد بررسی قرار دهید و فعالیت‌های هر کاربر را در نظر بگیرید تا مجموعه‌ای از اشیاء و اعمال مربوط به آن‌ها مشخص شوند. این اجزاء معمولاً مبنایی برای ایجاد صفحات (منظور از صفحه، هر جزئی از رابط کاربری است که یکسری اجزای مربوط به هم را در کنار هم قرار می‌دهد، نه فقط صفحات وب) رابط کاربری می‌شوند که شامل طراحی گرافیکی، آیکن‌ها، متن‌ها، توضیحات صفحه و منوها می‌باشد (نعمتی، ۱۳۸۸).

در جمع‌بندی می‌توان گفت که، نیاز سنجی یکی از اقدامات اساسی در طراحی وبسایت‌ها است. همواره بایستی سلیق، علائق و نیازمندی‌های کاربران در نظر گرفته شود و با توجه به آنها به طراحی ظاهر مناسب و کاربر پسند برای وبسایت اقدام شود.

۳. تولید محتوا: در مواردی مشاهده شده است که برخی از وبسایت‌ها دارای ظاهری مناسب و کاربر پسند هستند، اما به دلیل اینکه محتوای آنها نمی‌تواند نیازهای کاربران را به خوبی برآورده سازند، زیاد مورد توجه قرار نمی‌گیرند. محتوای یک وبسایت در واقع به عنوان سرمایه آن محسوب می‌شود. بسیاری از کاربران برای یافتن اطلاعات مورد نیاز خود، ساعت‌های طولانی در وبسایت‌های مختلف سرگردانند. وبسایت کتابخانه با ارائه یک محتوای غنی بر اساس نیازهای اطلاعاتی کاربران خود می‌تواند به عنوان یک سکوی پرتاب، مرجع بسیار غنی و درگاهی مناسب برای دسترسی کاربران به اطلاعات مطرح شود، که این مهم از طریق غنی کردن محتوای وبسایت صورت می‌گیرد.

نوروزی در وب نوشت خود یکی از معیارهای یک وبسایت خوب را، نویسنده پسندی^۷ بر می‌شمارد و می‌نویسد، «منظور از نویسنده در اینجا فرد یا افرادی است که مطالب یک وبسایت را می‌نویسند. برای نمونه، در یک وبسایت دانشگاهی، دانشجویان، اساتید و کارکنان در واقع نویسندگان مطالب آن هستند. این افراد باید بتوانند با کمترین زحمت، بیشترین اطلاعات ممکن را منتشر نمایند» (نوروزی، ۱۳۸۸). بنابراین توانایی تولید محتوا با کمترین زحمت یکی از ملاک‌های مهم در جهت غنی کردن محتوای یک وبسایت است که خود به افزایش تقاضای استفاده از وبسایت کمک خواهد کرد.

از آنجایی که یکی از ملاک‌های نمایه‌سازی، بازیابی و مرتب‌سازی وبسایت‌ها در موتورهای جستجو، تعداد صفحات هر وبسایتی است، بنابراین پیشنهاد می‌شود که وبسایت‌ها به تولید صفحات بیشتر با محتوای اطلاعاتی مناسب اقدام کنند.

مدیریت محتوا نیز از دیگر نیازمندی‌های یک وبسایت است که معمولاً توسط سیستم مدیریت محتوا کنترل می‌شود. سیستم‌های

برای داشتن یک

طراحی خوب

در زمینه رابط

کاربری، ابتدا باید

کاربران نرم‌افزار

را شناسایی کنید،

سن، سطح سواد،

نیازها و کارهایی

که می‌خواهند با

نرم‌افزار انجام دهند

را در نظر بگیرید

مدیریت محتوا^۱ عبارتست از نظامی که به‌توان به وسیله آن سه عمل اصلی ایجاد، مدیریت و سطح‌بندی اطلاعات را انجام داد. نظام‌های مدیریت محتوای دارای قابلیت‌های زیادی بوده و بسته به نوع محتوا کارایی آنها نیز فرق می‌کند. به‌عنوان مثال اگر محتوای شما تصویر یا فیلم باشد برای مدیریت و سطح‌بندی آن نیازهای متفاوت‌تری نسبت به محتوای متنی دارید یا اگر محتوای شما صوتی باشد این امر کاملاً متفاوت خواهد شد (آستانه، ۱۳۸۸).

۴. پیوندهای درونی. وجود لینک‌های درونی برای افزایش ترافیک وب‌سایت بسیار ضروری هستند. وب‌سایت شما بدون لینک‌ها برای بازدیدکنندگان و موتورهای جستجو فاقد اعتبار است. موتورهای جستجوگر تاکید خاصی بر لینک‌های ورودی دارند و اگر سایت‌های دیگر به سایت شما لینک داده باشند، یعنی سایت شما قابل قبول و با ارزش

**از آنجایی که یکی از ملاک‌های
 نمایه‌سازی، بازیابی و
 مرتب‌سازی وب‌سایت‌ها در
 موتورهای جستجو، تعداد
 صفحات هر وب‌سایتی است،
 بنابراین پیشنهاد می‌شود که
 وب‌سایت‌ها به تولید صفحات
 بیشتر با محتوای اطلاعاتی
 مناسب اقدام کنند**

است. همچنین لینک ورودی برای خزنده‌های موتورهای کاوش به‌عنوان یک گواهی‌نامه از حضور برخط وب‌سایت تلقی می‌شود. بازدیدکنندگان و موتورهای کاوش با گردش روی لینک‌های موجود در سمت چپ و راست صفحه وب‌سایت شما، موجب افزایش اعتبار و رتبه وب‌سایت می‌شوند (گودرزی، ۱۳۸۸، ۱ شهریور).

همچنان که اشاره شد اساس کار موتورهای جستجو بر دنبال کردن پیوندها و لینک‌های موجود است. نوروزی در وب‌نوشت خود از آن به موتور کاوش‌پسندی^۲ تعبیر می‌کند و می‌نویسد «موتور کاوش‌پسند به این معنی است که ربات موتورهای کاوش بتوانند با صرف کمترین زمان و به سهولت، جدیدترین اطلاعات منتشره در وب‌سایت را جمع‌آوری نمایند. تنها راه جمع‌آوری صفحه‌های نو یا به اصطلاح نمایه‌سازی آنها، پیوندهایی است که به صفحه‌های جدید داده می‌شود. پیوندها مانند جویبارهایی هستند که امکان رسیدن قطره‌های باران تولید شده (اطلاعات جدید) را به اقیانوس اطلاعات (اقیانوس گوگل) فراهم می‌سازند. اگر جلو این جویبارها بسته باشد و یا به اصطلاح پیوندها کور باشند این اطلاعات جدید هرگز توسط گوگل نمایه‌سازی نخواهد شد و هرگز به اقیانوس اطلاعات نخواهند پیوست» (نوروزی، ۱۳۸۸).

ضریب تاثیرگذاری وب به‌عنوان یکی از پارمترهای سنجش

میزان رؤیت و نمایش یک وب‌سایت، اساس کار خود را بر تجزیه و تحلیل پیوندهای درونی، بیرونی و هم‌پیوندی قرار داده است. بدین ترتیب که هر چه میزان پیوندهای درونی به یک وب‌سایت بیشتر باشد، آن وب‌سایت شانس بیشتری برای نمایش دارد و میزان رؤیت آن بیشتر خواهد بود. کوتاه سخن اینکه، پیوندهای درونی یا پیوندهای که از وب‌سایت‌های مختلف به یک وب‌سایت داده می‌شوند، عامل بسیار مهمی در افزایش رؤیت و به تبع آن افزایش ترافیک وب‌سایت است.

۵. پیوندهای بیرونی.

پیوندهای بیرونی همانند پیوندهای درونی نقش قابل توجهی در افزایش ترافیک یک وب‌سایت دارند. اگرچه به اندازه پیوندهای درونی مهم نیستند. تبدیل شدن وب‌سایت کتابخانه به یک درگاه مرسوم برای دسترسی به سایر وب‌سایت‌های که اغلب مورد توجه کاربران است، در افزایش ترافیک وب‌سایت کتابخانه‌ای نقش قابل ملاحظه‌ای خواهد داشت. همچنین توافق با سایر وب‌سایت درخصوص ایجاد پیوندهای دو طرفه بین وب‌سایت‌ها از راه‌های دیگر افزایش ترافیک وب‌سایت است. مثلاً اگر کلیه کتابخانه‌های اقماری به یکدیگر و به کتابخانه مرکزی پیوند ایجاد کنند و امکان دسترسی به کلیه کتابخانه‌های اقماری از طریق وب‌سایت کتابخانه مرکزی میسر باشد، تعداد پیوندهای درونی و بیرونی وب‌سایت‌ها افزایش چشم‌گیری را تجربه خواهد کرد که در افزایش ترافیک وب‌سایت موثر خواهد بود (امین پور، ۲۰۰۹، ص ۲۵۳).

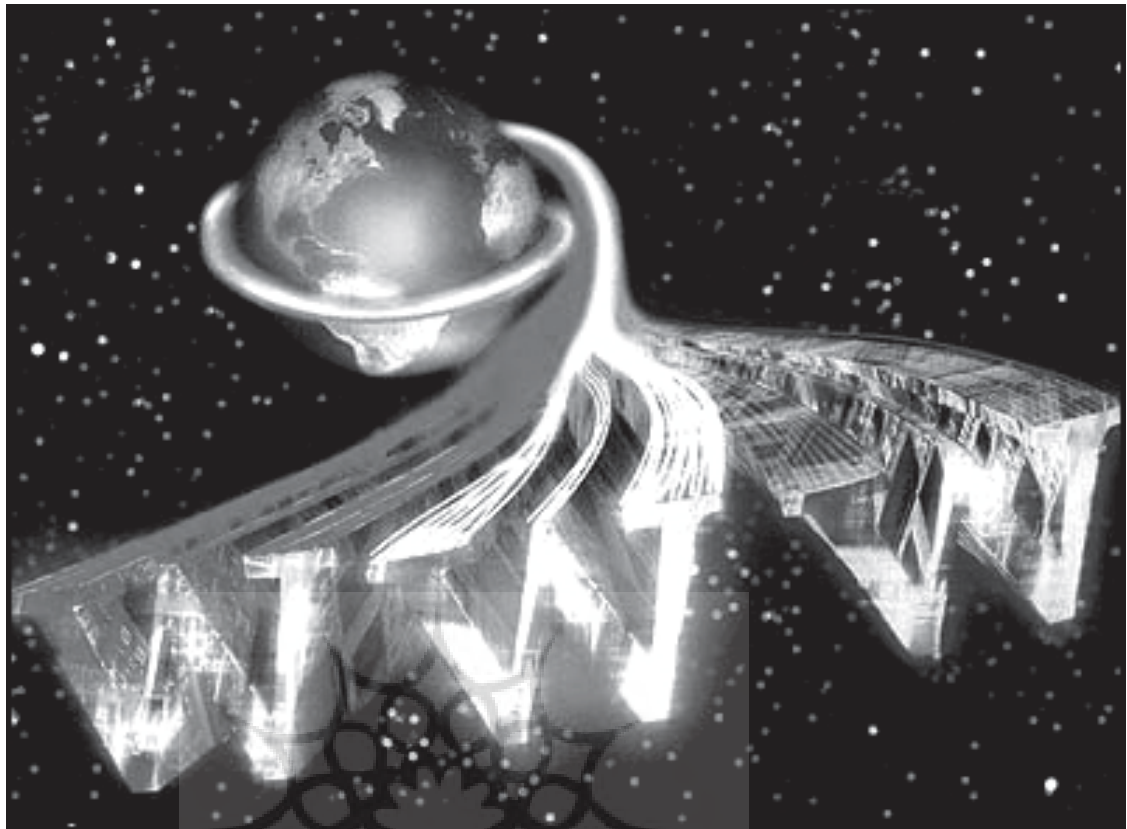
۶. بلاگینگ.

ارائه خدمات بلاگینگ امتیازاتی به همراه دارد، البته اشکالاتی نیز دارد، اما شگفت آنکه ترافیک وب‌سایت شما را افزایش می‌دهد. توسط بلاگینگ محتوای وب‌سایت شما به سرعت افزوده می‌شود، و به دلیل وجود لینک‌های بسیار در آن، بر ترافیک سایت شما اثر می‌گذارد. همچنین این مسئله باعث دلگرمی بازدیدکنندگان برای تعامل با سایت شما می‌گردد (گودرزی، ۱۳۸۸، ۱ شهریور).

نهادینه کردن این تصور در کاربران که، وب‌سایت و از جمله وب‌سایت کتابخانه برای نظرات آنان ارزش قائل است و حاضر به گرفتن نظرات و انتشار آن در محیط وب خود است، به تعامل و استفاده بیشتر کاربران از وب‌سایت کمک خواهد کرد. وب‌سایت‌های کتابخانه‌ای سعی کنند که بخشی را به عنوان درج نظرات کاربران و تبادل آراء و اندیشه‌های کاربران خود در وب‌سایت بگنجانند چرا که از این طریق هم به دلگرمی کاربران خود کمک خواهند کرد و هم به عنوان یک مجرای تبادل اطلاعات و جستجوی نیازمندی‌های کاربران خود تبدیل خواهند شد (چیلد و همکاران، ۲۰۰۹، ص ۲۰۷۹). انجمن کتابداری و اطلاع‌رسانی پزشکی ایران بدین منظور بخشی را به عنوان «ستون آزاد» در وب‌سایت^۱ خود تعبیه کرده است.

۷. نشانه‌گذاری اجتماعی.

نشانه‌گذاری اجتماعی یک راه خوب برای ایجاد لینک‌های فعال، قابل برگشت به سایت و افزایش ترافیک آن است. نشانه‌گذاری



ضریب تاثیر گذاری
وب به عنوان یکی از
پارمترهای سنجش
میزان رؤیت و
نمایش یک وب
سایت، اساس کار
خود را بر تجزیه
و تحلیل پیوندهای
درونی، بیرونی و
هم‌پیوندی قرار داده
است

بهبود وضعیت موتور کاوش، افزایش تعداد کلمات کلیدی و... اشاره کرد (گودرزی، ۱۳۸۸، ۱ شهرپور).

– گزارش‌های رایگان: ارائه گزارش‌های رایگان در مورد علاقمندی‌های کاربران و مشتریان دائمی وبسایت، کمک شایانی به افزایش محبوبیت وبسایت خواهد کرد. گزارش‌های در مورد وضع آب و هوا، بازار بورس، نرخ ارز، تازه‌هایی مانند تازه‌های چاپ و نشر، وبسایت‌های جدید، تحولات نوین تکنولوژی و ... از جمله گزارش‌های است که وبسایت می‌تواند در اختیار کاربران خود قرار دهد.

– اطلاع‌رسانی و خبرپراکنی: بسیاری از کاربران اینترنتی، روزانه پاره‌ای از وقت خود را صرف تورق و وب‌گردی در وبسایت‌های خبری و اطلاع‌رسانی گوناگون می‌کنند. وبسایت کتابخانه شما می‌تواند به عنوان یک درگاه برای شروع این وب‌گردی در نظر گرفته شود. خبررسانی روزآمد و ایجاد لینک به خبرگزاری‌های معتبر یکی از اقداماتی است که در این زمینه بایستی انجام شود. به‌طور قطع و یقین بسیاری از کاربران خبرگزاری‌های معتبر را نمی‌شناسند و یا شیوه دسترسی به آن را نمی‌دانند، وبسایت کتابخانه در راستای نیل به یکی از مهم‌ترین اهداف کتابخانه که اطلاع‌رسانی به کاربران است، می‌تواند در این زمینه فعالیت کنند. تا کاربران متوجه این مطلب شوند که کتابخانه تنها محلی برای نگهداری و انبار کتاب نیست. بلکه درگاهی برای دسترسی به اطلاعات روزآمد و معتبر در تمامی زمینه هاست.

– سرویس سئوالات رایج: سئوالات رایج پرسیده شده و جواب داده

عمومی/ اجتماعی^{۱۱} به این معنا است که با مشارکت و استفاده از نیروی کاربران اینترنت، صفحات اینترنتی را برچسب‌گذاری کنیم. اساساً به جای اینکه برچسب‌ها را برای خود حفظ کنیم با قراردادن آن در سایت‌های نشانه‌گذاری اجتماعی، آنها را با دیگران به‌اشتراک می‌گذاریم. سایت‌های بسیاری برای نشانه‌گذاری اجتماعی ایجاد شده‌اند که از میان آنها نمونه‌های خارجی نظیر دی.آی.جی.^{۱۲}، دلشز^{۱۳} و از نمونه‌های داخلی نیز مهنداس^{۱۴} را می‌توان نام برد (گودرزی، ۱۳۸۸، ۱ شهرپور و تاموسی و بیلیکی، ۲۰۰۸، ص ۲۴۷)

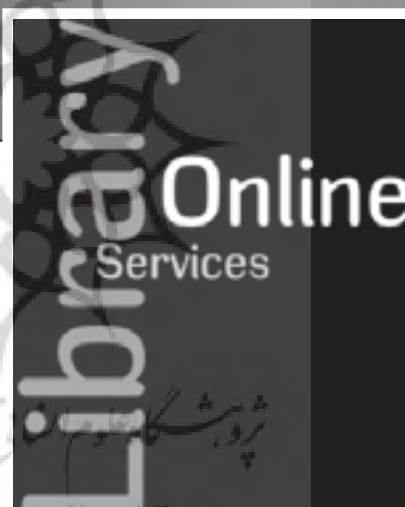
۸. ارائه خدمات متنوع.

جستجوگران اینترنتی به دنبال گرفتن بهترین سرویس و خدمات از وبسایت‌ها هستند. یکی از مواردی که یک وبسایت را در میان گروه یا گروه‌های مختلفی از مردم معروف می‌کند، ارائه سرویس‌های متنوع و جذاب آن به کاربران است. به این منظور طراحان و نگهدارندگان وبسایت‌ها بایستی تمهیداتی در این زمینه بیندیشند. در این راستا اقدامات زیر راهگشا خواهد بود:

– ارائه مقاله: این روش یکی از راه‌های مطلوب برای افزایش ترافیک وبسایت شما است. به این صورت که شما با قراردادن مقالات در وبسایت خود و یا واسط شدن بین تقاضاکننده مقاله و سایت‌های که ارائه دهنده مقاله مورد نظر هستند، می‌توانید تعداد بازدیدکنندگان سایت خود را افزایش دهید. ارائه مقاله مزایای دارد که از مهم‌ترین آنها می‌توان به افزایش ترافیک از طریق موتورهای جستجو، افزایش ترافیک از طریق لینک‌های مستقیم،



**یکی از راه‌های
افزایش مشتری
و تقاضا، معرفی و
تبلیغات در مورد
وبسایت است**



نمی‌گیرند. تبلیغات برای یک وبسایت به گونه‌ای سنجیده، باعث محبوبیت وبسایت شده و شانس وبسایت را برای فراخوانی از سوی کاربران افزایش می‌دهد. راه‌های مختلفی برای تبلیغات یک وبسایت وجود دارد که از جمله آنها می‌توان به تبلیغات وسیع در وبسایت‌های گوناگون، معرفی وبسایت و درج آدرس آن در بروشورها و در اختیار گذاشتن آن برای کاربران مثلا در یک نمایشگاه علمی- فرهنگی، چاپ کردن کارت‌های تبلیغاتی و ... اشاره کرد (دانیل، ۲۰۰۹، ص ۶۷۳). در مجموع این عبارت که «تبلیغات حق انتخاب می‌دهد» بایستی مورد توجه صاحبان وبسایت‌ها و از جمله مدیران وبسایت‌های کتابخانه‌ای قرار بگیرد.

۱۰. نگهداری و پشتیبانی وبسایت. از مهمترین اقدامات افزایش ترافیک و محبوبیت یک وبسایت، نگهداری و پشتیبانی کردن از آن است. نگهداری و پشتیبانی از یک وبسایت ناظر بر کلیه جنبه‌های زیرساختی، نرم‌افزاری، کاربرپسندی، به‌روز بودن، ارتقاء و... است. قسمتی از هزینه و زمان بایستی صرف نگهداری و پشتیبانی از وبسایت شود. به دیگر سخن وبسایت بایستی زنده باشد و مشمول قانون پنجم رانگانان شود. مکرر به روز شود، امکانات و ویژگی‌های جدیدی برای آن تعریف شود و با پیشرفت‌های سریع تکنولوژی همسو شود. چه بسا بسیاری از کاربران بعد از مراجعه به وبسایت‌های با اطلاعات قدیمی و ویژگی‌های خارج از دور، تصور نادرستی در مورد آن وبسایت پیدا کنند و دیگر هیچ وقت به سراغ آن نرفته و آن را به کس دیگر معرفی و پیشنهاد نکنند. عدم به روز بودن وبسایت

شده^{۱۵} یکی از رایج‌ترین سرویس‌های است که امروزه بسیاری از وبسایت‌های معتبر دنیا و همچنین کتابخانه‌های بزرگ دنیا برای خدمت‌دهی به کاربران خود از آن بهره می‌گیرند. وبسایت کتابخانه عمومی مرکز کنترل و پیشگیری از بیماری‌های عفونی امریکا^{۱۶} یکی از نمونه‌های بسیار خوب در این حوزه است. سرویس‌های متعدد دیگری وجود دارد که وبسایت‌های می‌توانند به فراخور نیاز خود آن‌را به کاربران ارائه سازند. آنچه که اشاره شد از غالب‌ترین خدماتی است که وبسایت‌ها می‌توانند برای افزایش محبوبیت و ترافیک وبسایت خود از آن بهره بگیرند.

۹. تبلیغات وبسایت.

یکی از راه‌های افزایش مشتری و تقاضا، معرفی و تبلیغات در مورد وبسایت است. چه بسا بسیاری از وبسایت‌ها علی‌رغم بهره‌مندی از زیرساخت و محتوای غنی، مهجور مانده و در دید کاربر قرار

۲. نوروزی، علیرضا (۱۳۸۵). ویژگی‌های یک وبگاه یا وبسایت عالی، بازیابی ۲ مهر. از <http://www.nouruzi.blogfa.com>

۳. نعمتی، ایمان (۱۳۸۸). چگونه یک رابط کاربری مناسب و استاندارد طراحی کنیم؟ بازیابی ۳ آبان. از <http://farasun.wordpress.com>

۴. آستانه‌ها، امیر حسین (۱۳۸۸). سیستم مدیریت محتوا چیست؟ بازیابی ۱۹ آبان. از <http://www.jpersian.com>

۵. ویلسون، ا. پاتولا (۱۳۸۵). وبسایت‌های کتابخانه‌ای: تولید مجموعه‌ها و سرویس‌های آنلاین (عباس دولانی، مترجم). تبریز: دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی - درمانی تبریز.

6. Aminpour, F.; Kabiri, P.; Otroj, Z.; Keshtkar, A.A. (2009). Webometric analysis of Iranian universities of medical sciences. *Scientometrics* 80(1), 253-264

7. Child, J.T.; Pearson, J.C.; Petronio, S. (2009) Blogging, communication, and privacy management: development of the blogging privacy management measure. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 60(10), 2079-2094

8. Daniels, J. (2009). cloaked, website: Propaganda, cyber-racism and epistemology in the digital era. *New Media and Society*. 11(5), 659-683

9. Dong, E.X (2007). Organizing websites: A dilemma for libraries. *Journal of Internet Cataloging*. 7(3-4), 49-58

10. Duan, L., Chen, J. (2007). A formal approach to website maintenance. *Proceedings of IEEE International Symposium on High Assurance Systems Engineering*, 2007, 418-420

11. Ilfeld, J.S.; Winer, R.S (2002). Generating website traffic. *Journal of Advertising Research*. 42(5), 49-61

12. Tomša, M.; Bielíková, M (2008). Hyperlinks visualization using social bookmarking. *Conference Paper in Proceedings of the 19th ACM. Conference on Hypertext and Hypermedia*

13. Yang, F., Yan, B. (2005). Design and realization of statistic and certification system of website's traffic. *Jisuanji Gongcheng/Computer Engineering*. 31(5) 5, 128-130+229

14. Yeh, D.-M., Li, C.-C., Chu, S.-L. (2007). Assessing the traffic ranking of websites with artificial neural network. *Proceedings of the 3rd IASTED International Conference on Advances in Computer Science and Technology, ACST 2007, 2007*, Pages 64-68

15. Vrontis, D; Ktoridou, D; Melanthiou, Y (2006). *Website Design and Development as an Effective and Efficient Promotional Tool: A Case Study in the Hotel Industry in Cyprus*. *Journal of Website Promotion*. 2 (3/4), 125-139

باعث سلب اعتماد کاربران دائمی وبسایت شده و نه تنها دیگر آنها به استفاده از وبسایت تشویق نمی‌شوند، بلکه نسبت به آن بدبین خواهند شد. کوتاه سخن اینکه نگهداری و پشتیبانی یک وبسایت از حیاتی‌ترین اقداماتی است که بایستی برای جلب توجه و افزایش مشتری آن انجام شود و برای این کار لازم است که قسمتی از هزینه و زمان به این مهم اختصاص داده شود (دواون و چن، ۲۰۰۷، ص ۴۲۰).

نتیجه‌گیری

از ملزومات عصر حاضر، حضور پر رنگ در محیط‌های شبکه‌ای و علی‌الخصوص در شبکه جهانی است. کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی برای حفظ نقش و جایگاه خود در این عرصه و جلوگیری از حذف خود در بسترهای جدید، ناگزیر به اعمال راهبردهای جدیدی هستند. از ابتدایی‌ترین راهبردهای موجود طراحی وبسایت‌های کتابخانه و حضور فعال در محیط شبکه و استفاده از این بستر به عنوان تکیه‌گاه رشد است. امروزه بحث ترافیک وبسایت و لزوم پرداختن به آن به نوعی با موجودیت وبسایت‌ها گره خورده است. کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی جهت غنای هرچه بیشتر وبسایت‌های خود و بهره‌مندی از بسترهای جدید ناگزیر به اعمال راهبردهای افزایش ترافیک وبسایت در وبسایت‌های خود هستند. از مهمترین این راهبردها می‌توان به نیازسنجی درست، ساختار مناسب، توجه به محیط زیربنایی کارآمد؛ کاربر پسندی، تولید محتوا، پیوندهای درونی و ارائه خدمات متنوع اشاره کرد.

پی‌نوشت‌ها:

1. Abdekhoda@razi.tums.ac.ir
2. site map
3. www.ox.ac.uk
4. www.pdx.edu/sitemap
5. lib.utexas.edu/sitemap/quicklinks.html
6. http://hul.harvard.edu
7. Author-friendly
8. Content Management System
9. Search engine-friendly
10. www.imla.ir
11. social bookmarking
12. www.dig.ocm
13. www.delicious.com
14. www.Mohandas.com
15. frequently asked questions services
16. www.cdc.gov

مآخذ:

۱. گودرزی، سیامک؛ محمد دوست، رضا (۱۳۸۸)، اشنه‌یور. راه‌های افزایش بی‌درد ترافیک وبسایت. جام‌جم (ضمیمه روزنامه). ص ۴

کتابخانه‌ها و مراکز
اطلاع‌رسانی برای
حفظ نقش و جایگاه
خود در این عرصه
و جلوگیری از حذف
خود در بسترهای
جدید، ناگزیر به
اعمال راهبردهای
جدیدی هستند