

بحوث – المنهجية

تأثير مشاعر القراء على مبيعات الكتب: دراسة تطبيقية لمراجعات الكتب الأكثر مبيعاً على أمازون

حقوق النشر (c) 2024، أحمد

محمد علي عبد المختار



هذا العمل متاح وفقاً لترخيص

المشاع الإبداعي 4.0 ترخيص

دولي

د. أحمد محمد علي عبد المختار

مدرس علوم المكتبات والمعلومات،

كلية الآداب، جامعة المنيا، مصر

ahmed.mokhtar@mu.edu.eg

المستخلص

هدفت الدراسة إلى تحليل مشاعر مراجعات الكتب الأكثر مبيعاً على موقع Amazon، لاستكشاف المشاعر الإيجابية والسلبية والمحايدة في نصوص تلك المراجعات، ومدى تأثيرها على مبيعات الكتب، وذلك من خلال الإفادة من تقنيات التعلم الآلي، ومعالجة اللغة الطبيعية التي توفرها بيئة Orange Data Mining، وبما تدعمه من مكتبات لغة Python، وما توفره من خوارزميات مثل: Vader، LDA المعتمدة في ذلك على المنهج الوصفي التحليلي. وبلغ عدد مراجعات القراء التي قام الباحث بجمعها من موقع Amazon باستخدام تقنية (4145) web scraping مراجعة، والتي تنتمي لأعلى عشرين كتاب مبيعاً في Amazon وذلك خلال الفترة من 18 - 25 أغسطس 2024م. وتوصلت الدراسة لعدة نتائج لعل أهمها: أن كتاب Good Energy جاء في المرتبة الأولى من بين العشرين كتاب الأعلى مبيعاً في Amazon، يليه في المرتبة الثانية كتاب Imminent وفي المرتبة الثالثة جاء كتاب Atomic Habits. كما أثبتت الدراسة أن الكتب الأكثر مبيعاً ليست حكرًا على مجال معين، وإنما تندرج تحت فروع المعرفة المختلفة. وتوصلت الدراسة إلى أن مشاعر القراء تجاه الكتب تُعد أبرز العوامل المؤثرة في توجيه قرارات الشراء، ومبيعات الكتب. حيث أثبتت الدراسة أن المشاعر الإيجابية هي السائدة في مراجعات القراء للكتب، حيث بلغت نحو

(3603) مراجعة إيجابية بما يمثل (87%)، وأن غالبية المراجعات تم تصنيفها في الفئة *Very Good* وذلك برصيد (3474) بما يمثل بنسبة 83.3% وذلك وفقاً لنموذج Ekman's وخرجت الدراسة بمجموعة من التوصيات والآليات المقترحة الموجهة لكل من المؤلفين، والناشرين، والمنصات الرقمية التجارية. ومن أبرزها؛ الإفادة من نتائج تحليل المشاعر في بناء الحملات الترويجية، وتطوير خوارزميات التوصية بحيث لا تعتمد فقط إلى تقييمات النجوم، ولكن يجب الأخذ في الاعتبار بتحليل مشاعر المراجعات، وبحث إمكانية استعراض الكتب التي حصلت على مشاعر إيجابية أعلى القائمة عند تصفح الكتب في مجال موضوعي معين. كما أوصت الدراسة بضرورة إصدار تقرير بصفه دورية يتضمن الكتب التي سجلت أعلى نسبة مشاعر إيجابية من خلال مراجعات القراء، مع إمكانية تصنيفها وفقاً لكل مجال موضوعي. وكذلك عرض مخطط بياني موجز لكل مصدر معلومات يتضمن تطور مشاعر القراء وانعكاس ذلك التقييم على مبيعات الكتاب.

الكلمات المفتاحية

معالجة اللغة الطبيعية (NLP)، تحليل المشاعر، مبيعات الكتب، المنصات الرقمية للكتب، أمازون

1: تمهيد:

بناءً على دراسة سابقة أعدها الباحث (عبد المختار، 2024) هدفت إلى بحث إمكانية الإفادة من تقنيات التعلم الآلي، ومعالجة اللغة الطبيعية (NLP)، في فهم تفضيلات القراء، وآرائهم تجاه مصادر المعلومات. والتي خرجت بتصميم نموذج (Workflow) قائم على تقنيات التعلم الآلي باستخدام Orange Data Mining لتحليل مراجعات القراء للكتب، وتم اختبار النموذج من خلال تحليل مراجعات كتب علوم المكتبات والمعلومات في LibraryThing. وبناءً على نتائج تلك الدراسة، وما خرجت به من توصيات، كان من أهمها؛ ضرورة التوسع من قبل المكتبات ومؤسسات المعلومات ودور النشر في تعظيم الافادة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وتقنيات معالجة اللغة الطبيعية في تحسين استراتيجيات التسويق لمصادر المعلومات، وضبط وتحديث سياسات الاقتناء لدى مؤسسات المعلومات، والناشرين من خلال تحديد مصادر المعلومات المختلفة التي تحظى بتقييمات إيجابية، بما يضمن تلبية توقعات واحتياجات المستخدمين منها. انطلقت الدراسة الحالية للكشف عن مدى تأثير مشاعر القراء على الكتب الأكثر مبيعاً في موقع Amazon. بغية الوقوف

على أهمية تحليل المشاعر لمراجعات وآراء القراء تجاه مصادر المعلومات المتاحة على المنصات الرقمية التجارية، ولتسليط الضوء على أهمية هذه التقنيات لدى مؤسسات المعلومات، والناشرين، والموزعين لمصادر المعلومات.

2. مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

تُسهّم مراجعات القراء على منصات الكتب الرقمية مثل متجر Amazon في توجيه قرارات الشراء. فالكتب الأكثر مبيعاً لا تستند فقط على سمعة الناشر، أو شهرة المؤلف، أو جودة المحتوى، بل أيضاً إلى مراجعات القراء وتقييماتهم ومدى تفاعلهم. لذا جاءت الدراسة الحالية تسعى إلى تحليل أثر المراجعات الإيجابية والسلبية على مبيعات الكتب الأكثر مبيعاً على أمازون، ودراسة الدور الذي تلعبه هذه المراجعات في تحقيق الربحية للناشرين، وذلك من خلال الاعتماد على تقنيات تحليل المشاعر ومعالجة النصوص لفهم تقييمات القراء بشكل أفضل، بهدف تحسين استراتيجيات التسويق، ودعم صناعة النشر الرقمية، وتحقيق النجاح التجاري للكتب. وفي ضوء ذلك تسعى الدراسة للإجابة على التساؤلات التالية:

- 1- ما السمات العددية والزمنية الكتب الأكثر مبيعاً في Amazon؟
- 2- هل تنتمي الكتب الأكثر مبيعاً في Amazon لتخصصات موضوعية معينة، أم جاءت متنوعة؟
- 3- ما نتائج تحليل المشاعر لمراجعات وآراء القراء للكتب الأكثر مبيعاً في Amazon؟
- 4- ما أبرز الكتب التي تلقت أكبر قدر من المراجعات الإيجابية، والسلبية؟
- 5- ما نتائج تحليل مراجعات القراء وفقاً لمقياس الحالة المزاجية (POMS) من خلال نموذج Ekman؟
- 6- ما نتائج نمذجة الموضوعات Topic Modelling لمراجعات الكتب الأكثر مبيعاً في Amazon؟
- 7- ما الكلمات الرئيسية التي تضمنها مراجعات الكتب الأكثر مبيعاً في Amazon؟
- 8- ما الآليات المقترحة التي يمكنها أن تسهم في تحسين وتطوير استراتيجيات التسويق للكتب من خلال دراسة تحليل مشاعر القراء؟

3. أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في النقاط التالية:

1. يُعد من أهم مخرجات الدراسة إعداد مجموعة بيانات لمراجعات الكتب الأكثر مبيعاً في Amazon، والتي أتاحها الباحث للإفادة منها في دراسات تطوير وتحسين الخوارزميات المستخدمة في تحليل النصوص، وتدريب نماذج تعلم الآلة من جانب المطورين.
2. دراسة العلاقة بين مشاعر مراجعات القراء (إيجابية، سلبية، محايدة) ومبيعات الكتب لفهم تأثير آراء القراء على قرارات الشراء.
3. تسليط الضوء على أهمية تحسين التفاعل مع القراء في الأسواق الرقمية للكتب، بغرض تعزيز صناعة النشر الرقمية.
4. تسهم نتائج تحليل المشاعر لمراجعات الكتب الأكثر مبيعاً في تطوير الرؤى التسويقية للناشرين والمؤلفين، من خلال فهم احتياجات القراء، ومن ثم تحقيق المزيد من مبيعات الكتب.

4. منهج الدراسة:

نظرًا لطبيعة الدراسة الحالية، اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، لتحليل مشاعر مراجعات وآراء القراء حول الكتب الأكثر مبيعاً في Amazon لوصف ومناقشة مدى تأثير مشاعر القراء الإيجابية والسلبية على مستوى مبيعات الكتب بمنصة Amazon.

1/4 مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في مراجعات القراء للكتب الأكثر مبيعاً في Amazon والتي بلغت (4154) مراجعة. تنتمي لأعلى عشرين كتاب مبيعاً في الأسبوع الثالث من شهر أغسطس، وتحديدًا في الفترة من 18 - 25 أغسطس 2024م.

2/4 أدوات الدراسة:

اعتمدت الدراسة على الأدوات التالية:

1. برنامج MS Excel: لتخزين وتهيئة بيانات مراجعات القراء للكتب الأكثر مبيعاً في Amazon.
2. Orange Data Mining: أداة برمجية مفتوحة المصدر تستخدم للتنقيب عن البيانات والتعلم الآلي. طوّرت في جامعة Ljubljana في سلوفينيا، وتتكامل هذه الأداة مع لغة البرمجة الشهيرة

python، والمكتبات الخاصة بها. ويمكن من خلالها؛ تحليل البيانات وتصورها، وبناء نماذج التعلم الآلي وتدريبها واختبارها ونشرها (Salem et al,2021).

3. بعض مكتبات لغة البرمجة بايثون؛ NumPy،NLTK.

4. خوارزمية Vader بغرض تصنيف وتحليل المشاعر للنصوص.

5. نموذج Ekman لتحليل العواطف والمشاعر للقراء.

6. نمذجة الموضوعات (Topic Modelling) بالاعتماد على خوارزمية، Latent Dirichlet Allocation (LDA).

5. حدود الدراسة:

الحدود الموضوعية: تركز الدراسة على تحليل المشاعر لمراجعات القراء حول الكتب الأكثر مبيعًا في Amazon.

الحدود الزمنية: اعتمد الباحث على تقرير الموقع الرسمي Amazon.com للكتب الأكثر مبيعًا، والذي يتم إصداره بشكل دوري نهاية كل أسبوع. وفي هذه الدراسة تم الاعتماد على البيانات الخاصة بالكتب الأكثر مبيعًا للأسبوع الثالث من شهر أغسطس لعام 2024م، وتحديداً في الفترة من 18 - 25 أغسطس 2024م.

الحدود النوعية: اقتصرت الدراسة على تحليل المراجعات المنشورة حول الكتب الواقعية NONFICTION الأكثر مبيعًا، واستبعد الباحث كتب الخيال FICTION الأكثر مبيعًا.