

بحوث – النتائج

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 معتمدة 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 5 و 6 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

7/ نتائج الدراسة

- 1- بلغت مراجعات الكتب الأكثر مبيعاً في Amazon قيد الدراسة (4145) مراجعة، لأعلى (20) كتاب مبيعاً في الفترة من 18 - 25 أغسطس 2024م.
- 2- جاء كتاب Good Energy في المرتبة الأولى من بين العشرين كتاب الأعلى مبيعاً في Amazon، يليه في المرتبة الثانية كتاب Imminent وفي المرتبة الثالثة جاء كتاب Atomic Habits. في حين نجد كتاب Shameless أقل الكتب مبيعاً في الفترة من 18 - 25 أغسطس 2024م.
- 3- حاز كل من كتاب "Atomic Habits"، "The Body Keeps the Score"، "Forgiving What The Devil at His"، "You Can't Forget"، "Spooky Cutie"، "What Happens Next"، "Elbow"، على تقييم (4.8). وهو ما يؤكد أن هذه الكتب تتمتع بشعبية كبيرة من جانب القراء.

4- جاء كتاب Good Energy وهو الأعلى مبيعًا، ينتمي الى الكتب المتخصصة في علوم التغذية، يليه كتاب Imminent ينتمي الى كتب الأمن الوطني والدولي. وفي المرتبة الثالثة جاء كتاب Atomic Habits ينتمي لفئة كتب السلوك التنظيمي والعمليات التجارية والبنية التحتية. ومن هنا يتبين أن الكتب الأكثر مبيعًا ليست حكرًا على مجال معين، وانما تندرج تحت فروع المعرفة المختلفة. مما يعكس اهتمام القراء بموضوعات متنوعة وليس موضوع واحد بعينه.

5- تراوحت أسعار الكتب الأعلى مبيعًا على Amazon ما بين (\$7.99 - \$79.95)، وحاز كتاب Chaos أعلى سعر بقيمة (\$79.95) يليه كتاب The 48 Laws of Power بقيمة (\$29.92)، وحاز أقل سعر كتاب Spooky Cutie بقيمة (\$7.99).

6- أن المدى الزمني للكتب العشرين الأعلى مبيعًا في Amazon، يمتد بداية من عام 2011م وحتى عام 2024م. باستثناء كتاب The 48 Laws of Power والذي نُشر عام 2000م.

7- يعد كل من كتاب: Forgiving What You Can't Forget، The Body Keeps the Score، أكثر الكتب التي حازت على المراجعات الإيجابية في العشرين مراجعة الأولى بواقع ست مراجعات إيجابية لكل كتاب.

8- سجل كتاب The Body Keeps the Score، أعلى درجة سلبية من خلال مراجعات القراء بمعامل compound (-0.4767).

9- أن المشاعر الإيجابية هي السائدة في مراجعات القراء للكتب، حيث بلغت نحو (3603) مراجعة إيجابية بما يمثل (87%)، في حين بلغ عدد المراجعات السلبية نحو (408) مراجعة سلبية بنسبة (9.8%)، وبلغ عدد المراجعات التي تم تصنيفها بأنها محايدة (134) مراجعة محايدة بنسبة (3.2%) من إجمالي مراجعات القراء. وهو ما يؤكد تأثير مشاعر القراء على مبيعات الكتب.

10- وفقًا لنموذج Ekman's فإن غالبية المراجعات تم تصنيفها في الفئة Joy وذلك برصيد (3474) بما يمثل بنسبة 83.3%. في حين بلغ عدد المراجعات التي تم تصنيفها في فئة الغضب Anger (15) بنسبة 0.4%، من إجمالي مراجعات القراء قيد الدراسة. وكذلك لم يتم تصنيف أي مراجعة من مراجعات القراء في فئة الاشمئزاز Disgust. مما يؤكد ان المشاعر السائدة في الكتب الأعلى مبيعًا في Amazon هي المشاعر الإيجابية.

11- بلغ عدد الكلمات الرئيسية (11626) كلمة. وجاءت أكثر الكلمات تكراراً في نصوص مراجعات القراء؛ book (5944)، read (2459)، habits (1501). ومن خلال عرض سحابة الكلمات، تبين أن غالبية الكلمات السائدة في مراجعات القراء تعكس المشاعر الإيجابية.

8/ توصيات الدراسة:

1/8 توصيات موجهة للناشرين:

- الاستفادة من نتائج تحليل المشاعر في بناء الحملات الترويجية، وذلك من خلال تسليط الضوء على السمات الأكثر إعجاباً لدى القراء وفقاً لمراجعاتهم، مع تضمين بعض النصوص من المراجعات الإيجابية في المواد التسويقية والإعلانات.
- حث القراء على كتابة آرائهم بعد إتمام عملية الشراء والاطلاع على محتوى الكتاب، وذلك من خلال تقديم عروض وخصومات على عمليات الشراء للكتب المستقبلية.
- رصد التغيرات في مشاعر القراء تجاه الكتب بشكل دوري وفهم العوامل التي تؤثر على المبيعات، مثل فترات الدراسة، العطلات الصيفية، أحداث معينة، إلخ.
- الاهتمام والاستجابة للمراجعات السلبية للقراء، مما يعكس اهتمام الناشر بآراء القراء، ومن ثم تحسين الخدمات المقدمة بما يضمن تلبية احتياجات الجمهور.
- الاستفادة من نتائج تحليل المشاعر في التعرف على السمات الديموغرافية للجمهور الذي يعبر عن آراء إيجابية حول الكتاب، مما يساهم في توجيه حملات الترويج بدقة أكبر.

2/8 توصيات موجهة للمؤلفين:

- يمكن للمؤلفين الاستفادة من تحليل مشاعر القراء لمصادر المعلومات الخاصة بهم، في معالجة أوجه القصور، ومراعاتها في الإصدارات المستقبلية.
- التفاعل مع تعليقات القراء من خلال الرد على مراجعات القراء ومناقشتهم بطريقة إيجابية، والذي بدوره يخلق علاقات أقوى بين المؤلف وجمهوره.
- تشجيع القراء على التحدث عن الكتاب ومشاركته عبر وسائل التواصل الاجتماعي أو المنتديات، مما يعزز الحوار حول الكتاب ويزيد من انتشاره.
- الاستفادة من تحليل مشاعر القراء سواء الإيجابية أو السلبية، في استلهام الأفكار والمعارف الحديثة التي يمكن تطويرها في أعمال مستقبلية.

3/8 توصيات موجهة للمنصات الرقمية التجارية للكتب.

- تطوير خوارزميات التوصية بحيث لا تعتمد فقط إلى تقييمات النجوم، ولكن يجب الأخذ في الاعتبار بتحليل مشاعر المراجعات. فمثلا العمل على
- استعراض الكتب التي حصلت على مشاعر إيجابية أعلى القائمة عن تصفح الكتب في مجال موضوعي معين.
- توفير لوحة بيانات لكل من المؤلفين والناشرين بحيث تتضمن نتائج تحليل مشاعر القراء تجاه أعمالهم.
- عرض مخططات بيانية لكل مصدر معلومات تتضمن عرض تطور مشاعر القراء تجاه كل كتاب وانعكاس ذلك التقييم على مبيعات الكتاب.
- توفير تقرير ملخص عن كل كتاب يُظهر الاتجاه العام لنتائج تحليل مشاعر القراء، بحيث يساعد على اتخاذ قرار شراء أسرع.
- إتاحة أدوات تقنية بإمكانها إرسال إشعارات للمؤلفين أو الناشرين عند تكرار المراجعات السلبية لكتاب معين.
- إنشاء تقرير بصفه دورية يتضمن عرض الكتب التي سجلت أعلى نسبة مشاعر إيجابية من خلال مراجعات القراء، مع إمكانية تصنيفها وفقاً لكل مجال موضوعي.
- تطوير آليات برمجية للحد من المراجعات المزيفة أو غير الموثوقة، مما يزيد من ثقة القراء.