

أنشطة قنوات اليوتيوب (Booktube) العربية:

دراسة نشرية تحليلية لعروض الكتب العربية والمترجمة

المتاحة عليها

د. مجدى عبد الجواد الجاكي

أستاذ مساعد، قسم المكتبات والمعلومات

كلية الآداب، جامعة بنها

المستخلص

بفضل القدرات الاجتماعية والتقنية لليوتيوب، تمكن بعض القراء من إنشاء Booktube، وهي قنوات تهتم بالكتب، وقد لاحظ الباحث غياب الممارسات المقننة لهذه القنوات ولعروض الكتب عليها، مما استدعى دراستها. وقد هدفت هذه الدراسة إلى إيضاح مفهوم قنوات اليوتيوب، وتحديد نشأتها وتطورها، وإبراز أهميتها، ورصد أهم أنشطتها، وحصر قنوات اليوتيوب العربية، وتحديد أنواعها، وسماتها، وحصر عروض الكتب العربية والمترجمة المتاحة عليها، ورصد سياسات نشرها، وتحديد موضوعاتها، وتحليل سمات مؤلفيها، ورصد مدتها الزمنية، وتقصي عدد مرات مشاهدتها، وإيضاح جنس وجنسية عارضي الكتب. وتمثلت حدود هذه الدراسة، ومجتمعها في دراسة قنوات اليوتيوب العربية، وعروض الكتب عليها، منذ إبريل ٢٠١٠، حتى نهاية أكتوبر ٢٠٢٠. أما حدودها النوعية واللغوية والشكلية فقد تمثلت في ملفات الفيديو المتاحة على قنوات اليوتيوب التي تعرض للكتب العربية والمترجمة. وتمكن الباحث من حصر (٢٩٨) قناة يوتيوب عربية، قَدِّمت (١١٨٨) عرضًا، عالجت (٣٠) موضوعًا مخصصًا، كما غطت (١١) عامًا، وتم الوصول لهذا المجتمع بالبحث في

أنشطة قنوات اليوتيوب (Booktube) العربية ————— الفهرست س ٢٠، ع ٧٤ (يوليو ٢٠٢٢)

موقع اليوتيوب ذاته، باستخدام مصطلحات، منها: عرض كتاب/ رواية، وعرض الكتب/ الروايات، ومراجعة كتاب/ رواية، ومناقشة كتاب/ رواية. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، لرصد أشهر قنوات اليوتيوب العربية، وتحديد سماتها، وحصر ووصف وتحليل عروض الكتب، وتم إعداد قاعدة بيانات ببليوجرافية بعروض الكتب العربية والمترجمة على اليوتيوب. وخلصت الدراسة إلى أن: بداية إتاحة عروض الكتب على قنوات اليوتيوب كانت في إبريل ٢٠١٠م، وكان عام ٢٠١٩ أكثرها إتاحةً، وانقسمت موضوعات عروض الكتب لموضوعات كثيرة تناول، مثل: الروايات، والتنمية البشرية، والدين الإسلامي، وموضوعات قليلة تناول، مثل: الفلسفة، والقضايا الاجتماعية، والسير والتراجم، وموضوعات نادرة تناول؛ مثل التغذية، والحب، والصحة العامة. واشترك في تأليف الكتب المعروضة كلٌ من المؤلفين الذكور والنساء، والعرب والأجانب، وكان الذكور ثمانية أضعاف الإناث، والعرب ضِعْفَ الأجانب، وبعض العروض تمت مشاهدتها مرة واحدة، وبعضها شوهد أكثر من مليون مرة، واشترك الذكور والإناث من جنسيات متعددة في تقديم العروض.

الكلمات المفتاحية:

التواصل الاجتماعي، اليوتيوب، اليوتيوب، ملفات الفيديو، مراجعات الكتب، عروض الكتب، العروض المرئية، تسويق الكتب، الترويج للقراءة.

مصطلحات الدراسة:

- (١) عروض الكتب: ويُقصدُ بها التعريف بالكتب، والإشارة إلى محاسنها وسقطاتها، وقد تتجاوز هذه العروض حد التعريف الموجز بمحتوى الكتاب، وتلخيص لخطوطه الرئيسية، وإيجاز أفكاره الأساسية والتعليق عليها^(١).
- (٢) العروض المرئية للكتب: ويُقصدُ بها ملفات الفيديو المتاحة على اليوتيوب التي تقدم عروضاً للكتب.

(٣) البوكتيوب Booktube: قسم فرعي من YouTube، يقدم مقاطع فيديو ذات محتوى مرتبط بالكتب^(٢)، وهو عبارة عن مجتمع من القنوات الأدبية، حيث يشارك مستخدموه تفضيلاتهم في القراءة^(٣)، وتقدم هذه القنوات أنشطة متنوعة ما بين: عروض للكتب، ومناقشات لها، وجولات في المكتبات الشخصية أو في معارض الكتب، والنصح بقراءة كتب معينة، أو خطة زمنية لقراءتها، أو تحدي لقراءة أكبر عدد من الكتب خلال مدة زمنية محددة.

(٤) البوكتيوبرز Booktubers: هم منشئو قنوات Booktube، وهم القائمون عليها، والمسؤولون عن محتوياتها، ومقدمو أنشطتها^(٤).

أولاً- الإطار المنهجي

بفضل القدرات الاجتماعية والتقنية لليوتيوب، تمكن بعض القراء من إنشاء قنوات تركز على الاهتمام بالكتب، تُعرف باسم Booktube؛ تتم فيها مراجعة ونقد ومناقشة الكتب، ويمثلون رابطاً بين القراء والمؤلفين والناشرين^(٥)، وعلى الرغم من وجود مواقع شهيرة لمناقشة وتقييم الكتب، إلا أن قنوات (Booktube) هي الأبرز والأشهر بينها^(٦).

١- إشكالية الدراسة

لاحظ الباحث غياب المعايير والمواصفات والممارسات المقننة لقنوات البوكتيوب العربية ولعروض الكتب عليها، مما ترتب على ذلك ظهور بعض المشكلات وخصوصاً فيما يتعلق بسياسات نشرها: كاختيار الكتب العربية الجديرة بالعرض، ومدى نشر عرض الكتاب كاملاً في ملف واحد، أو تقسيمه لعدة ملفات، وعدد ملفات عرض الكتاب الواحد، وتكرار إتاحة عرض نفس الكتاب، والمدة البينية بين إتاحة عرض الكتاب أول مرة وتكرار إتاحته مرة أخرى، والمدة الزمنية للعرض، والبيانات التي يتيحها عارضو الكتب العربية، وغير ذلك، كما أنه لا يُعرف تفصيلاً تاريخ بداية إتاحة العروض المرئية العربية، ولا ناشروها، ولا حجم المنشور منها، وغير معروف أيضاً موضوعات الكتب المعروضة، ولا مؤلفوها، ولا عارضوها، ولا عدد مرات مشاهدتها، وغير ذلك من السمات التي يجب رصدها.

٢- أهمية الدراسة

تتبع أهمية هذه الدراسة من أهمية قنوات اليوتيوب، وانتشارها، وتأثيرها على الكتب والقراءة، كما تتبع أيضاً من أهمية عروض الكتب بشكل عام، والتي تتمثل في تقييم الأفكار المتاحة بالكتاب، ومقارنته بغيره، والوصول لتحديد مدى الفائدة من اقتنائه^(٧)، بالإضافة إلى أهميتها الإعلامية والتقييمية والبيبلوجرافية^(٨).

كما تستمد الدراسة أهميتها أيضاً من أهمية ملفات الفيديو، وتأثيرها في مجال الدعاية والتسويق، فقد ثبت من أن ٨٧% من المسوقين على الإنترنت يستخدمون الفيديوهات ضمن استراتيجياتهم التسويقية، و٥١% من المسوقين الاحترافيين على الإنترنت يعتبرون أن الفيديو هو الصيغة التي تحقق أعلى العائدات على الاستثمارات، كما أن عائدات الشركات التي تعتمد على الفيديو في ترويجها تنمو أسرع بنسبة ٤٩% من تلك التي لا تعتمد على ذلك، وأن ٦٤% من المستهلكين يشتهرون بعد مشاهدة فيديو تعرضه الشركة على وسائل التواصل^(٩)، الأمر الذي يجعل استخدام الفيديوهات في الدعاية والتسويق للكتب أمراً مهماً.

٣- مبررات الدراسة

كان لهذه الدراسة كثيرٌ من المبررات لإجرائها، من ذلك:

- ١) انتشار وشعبية قنوات اليوتيوب العربية التي تجاوزت ٢٩٨ قناة، وهي في زيادة مستمرة.
- ٢) أهمية وتأثير اليوتيوب في الحياة الثقافية بوجه عام وفي التسويق للكتب وترويج القراءة على وجه الخصوص.
- ٣) زيادة معدلات نشر عروض الكتب العربية والمترجمة على قنوات اليوتيوب، فبعد أن كانت لا تتجاوز أربعة عروض عام ٢٠١٠، أصبح عددها ٣٠٠ عرض في عام ٢٠١٩، ووصل عددها قبل نهاية عام ٢٠٢٠ إلى ١١٨٨ عرضاً.

(٤) الأهمية الإعلامية، والتقييمية، والبيبلوجرافية لعروض الكتب بشكل عام، وللعروض المرئية على وجه الخصوص.

٤- تساؤلات وأهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة للإجابة تفصيلاً عن سؤالين: ما سمات أشهر قنوات اليوتيوب العربية؟، وما سمات عروض الكتب العربية والمترجمة المتاحة على هذه القنوات؟ وللإجابة عن هذين السؤالين، سعت هذه الدراسة لتحقيق الأهداف التالية:

- ١) إيضاح مفهوم قنوات اليوتيوب، وتحديد نشأتها وتطورها، وإبراز أهميتها، ورصد أهم أنشطتها.
- ٢) حصر قنوات اليوتيوب العربية التي تنشر عروضاً للكتب، وتحديد أنواعها، وتحديد سمات أشهرها.
- ٣) حصر عروض الكتب العربية والمترجمة على اليوتيوب، ورصد سياسات نشرها.
- ٤) تحديد موضوعات عروض الكتب العربية والمترجمة، وتصنيفها وفقاً لموضوعات مقننة، وتحديد الموضوعات الأكثر تناولاً، وإيضاح مبررات ذلك.
- ٥) تحليل سمات مؤلفي الكتب المعروضة على اليوتيوب.
- ٦) رصد المدة الزمنية لملفات الفيديو الخاصة بعروض الكتب العربية والمترجمة.
- ٧) تقصي عدد مرات مشاهدة عروض الكتب العربية والمترجمة، وتحديد مستويات مشاهدتها، ومؤثرات ذلك.
- ٨) إيضاح جنس وجنسية عارضي الكتب العربية والمترجمة على اليوتيوب.

٥- حدود ومجتمع الدراسة

يهتم هذا البحث بإيضاح مفهوم قنوات اليوتيوب، وتحديد نشأتها وتطورها، وإبراز أهميتها، وأنشطتها، ورصد أنشطة وسمات أشهر قنوات

اليوتيوب العربية، ويركز على دراسة جميع عروض الكتب العربية والمترجمة المتاحة على اليوتيوب، منذ إبريل ٢٠١٠، وهو تاريخ أول عرض مرئي لكتاب عربي على اليوتيوب، حتى نهاية أكتوبر ٢٠٢٠، وهو تاريخ إقفال الدراسة، وكان الإطار الزمني لحصر مفردات مجتمع الدراسة هو شهور أغسطس وسبتمبر وأكتوبر من عام ٢٠٢٠، ومن ثمّ لن يكون ضمن مجتمع الدراسة عروض الكتب العربية والمترجمة على اليوتيوب المتاحة بعد ذلك التاريخ. أما حدودها النوعية واللغوية والشكلية فقد تمثلت في ملفات الفيديو المتاحة على قنوات اليوتيوب العربية التي تعرض للكتب العربية المترجمة، ومن ثمّ تصيح قنوات اليوتيوب الأجنبية، والعروض الأجنبية للكتب العربية والمترجمة المتاحة عليها خارج حدود الدراسة، وكذلك العروض العربية للكتب الأجنبية المتاحة على اليوتيوب، والعروض الأجنبية لأي نوع من الكتب العربية أو الأجنبية أو المترجمة، كما تستبعد مختصرات الكتب، ومقتبساتها، ومقتطفاتها؛ لأنها مجرد قراءة لبعض الكتاب، وليست عرضاً له، وتستبعد المحاضرات والدروس التي تشرح كتاباً معيناً، حتى لو سميت (عرض كتاب)؛ لأنها ليست عروضاً للكتاب، وإنما هي شرح له، وتستبعد إعلانات الكتب؛ لأن الغرض منها ليس عرض الكتاب، وإنما الهدف هو الإيعاز بصدور كتاب جديد والتشويق لاقتنائه، وتستبعد الصوتية؛ لأنها مجرد قراءة صوتية للكتاب، وليست عرضاً له، وتستبعد أيضاً حفلات توقيع الكتب؛ لأنها تكون في الغالب قاصرة على الحديث عن مميزات الكتاب من وجهة نظر مؤلفه.

وفقاً لهذه الحدود تمكن الباحث من حصر (٢٩٨) قناة من قنوات اليوتيوب العربية، قدمت (١١٨٨) عرضاً، وعالجت هذه العروض (٣٠) موضوعاً مخصصاً، كما غطت أحد عشر عاماً؛ منذ بداية إتاحة أول عرض لكتاب عربي على يوتيوب في إبريل ٢٠١٠، وحتى أكتوبر ٢٠٢٠.

وقد تم الوصول لهذا المجتمع بالبحث في موقع اليوتيوب ذاته، باستخدام مجموعة من المصطلحات، منها: عرض كتاب/ رواية، وعرض الكتب/ الروايات، ومراجعة كتاب/ رواية، ومناقشة كتاب/ رواية، ومما قرأت، ورأي مسموع.

وقد تكررت بعض النتائج مع أكثر من مصطلح بحثي، مما جعل الباحث يقوم بتصنيفيتها وحذف المكرر وما هو خارج حدود الدراسة، حتى وصلت في النهاية إلى ١١٨٨ عرضًا تمثل مجتمع الدراسة، وقد اطمأن الباحث لهذا الحصر؛ لأنه اتسم بالغزارة؛ إذ تَعَدَّى الألف عرض، واتسم بالتنوع، فشمل عروضًا لكتب عربية، وأخرى مترجمة إلى العربية، كما شمل كتبًا تراثية وغير تراثية، ألفها رجال ونساء، وقدامى ومحدثون، وعرب وأجانب، ومتنوع المدة الزمنية، ومرات المشاهدة، مما يضيف على مجتمع الدراسة سمة التنوع والثراء.

٦- منهج الدراسة وأدواتها:

اعتمدت هذه الدراسة بالأساس على المنهج الميداني بأسلوبيه: الوصفي، والتحليلي، لرصد أشهر قنوات البوكتيوب العربية، وتحديد سماتها، كتواريخ نشأتها، وجنسيات منشئها، وأعداد مشتركها ومشاهديها، وأهم نشاطاتها، كما استُخدِمَ هذا المنهج أيضًا لحصر ووصف وتحليل عناوين الكتب المعروضة على البوكتيوب، ومؤلفيها، وموضوعاتها، وعارضتها، ومرات مشاهدتها، وسنوات نشرها، كما استعانَت الدراسة بالمنهج الببليومتري؛ للخروج بالمؤشرات العددية والنوعية الموضحة والمفسرة لظاهرة نشر عروض الكتب العربية والمترجمة على البوكتيوب.

وقد أعدَّ الباحث قاعدة بيانات ببليوجرافية ببيانات عروض الكتب العربية والمترجمة على البوكتيوب، شملت: عنوان الكتاب، وموضوعه، ومؤلفه، وجنسه، وجنسيته، والقناة التي أتاحتها، وتاريخ إتاحتها، وعدد مرات مشاهدته، واسم العارض، وجنسه، وجنسيته، والمدة الزمنية للعرض، وقد أُعدَّت من خلال الحصر المباشر لهذه العروض من قنوات البوكتيوب.

٧- عرض ومراجعة أدبيات الموضوع

من خلال البحث في الببليوجرافيات وأدلة الإنتاج الفكري^(١٠)، والبحث في الفهارس^(١١)، والبحث في قواعد البيانات الأجنبية^(١٢)، وقواعد البيانات العربية^(١٣)، وكذلك البحث بمحركات البحث^(١٤)، باستخدام مجموعة من

أنشطة قنوات اليوتيوب (Booktube) العربية ————— الفهرست س ٢٠، ع ٧٤ (يوليو ٢٠٢٢)
المصطلحات البحثية العربية ومقابلاتها الأجنبية، مثل: اليوتيوب،
والبوكتيوب، وملفات الفيديو، والملفات المرئية، والمراجعات العلمية،
ومراجعات الكتب، وعروض الكتب، والعروض المرئية للكتب، ومقابلاتها
الأجنبية، ومن ثمَّ ظهرت مجموعة متنوعة من الدراسات، أمكن تقسيمها وفقاً
لثلاثة قطاعات موضوعية: الأول تناول الدراسات التي تناولت العروض
النصية للكتب، والثاني اختص بدراسات استخدامات اليوتيوب في مجال
المكتبات والمعلومات، والثالث اهتم بالدراسات التي تناولت البوكتيوب.

١/٧- دراسات تناولت العروض النصية للكتب

ظهرت دراسات اهتمت بتحليل عروض الكتب المنشورة بالصحف
والدوريات؛ فظهرت دراسات تحليل عروض الكتب بالدوريات المتخصصة
الأمريكية، منها دراسة Buttarl, Lois. J. 1990^(١٥)، وتناولت هذه
الدراسة تحليل عروض الكتب بالدوريات المتخصصة الأمريكية، والتي
تتضمن كُتَّاب العروض بهذه المقالات، ومحاولة التعرف عليهم، ومؤهلاتهم،
وكيف يتم اختيارهم للقيام بهذه الوظيفة، وكيف يقوموا هم باختيار الكتب
المعروضة، كما تناول الباحث من خلالها دور مُعدّي العروض المنشورة في
خمس عشرة دورية في مجال المكتبات خلال الفترة من ١٩٨٧ إلى ١٩٨٩.

ظهرت دراسات تناولت أبواب عروض الكتب بإحدى الصحف المصرية،
وهي دراسة تهاني عمر عبد العزيز. ٢٠٠٥^(١٦)، وتتناول هذه الدراسة
التعرف على مدى اهتمام صحيفة الأهرام بأبواب عروض الكتب، والتعرف
على النصيب النسبي لكل باب، والفئات الموضوعية للكتب المعروضة،
وكيفية عرضها. ومثلها دراسة: Sen, BK and Koley, Susanta. 2006^(١٧)،
والتي تم من خلالها تحليل عروض الكتب المنشورة في دورية
current Science خلال الفترة من ٢٠٠٢- إلى ٢٠٠٥.

كما ظهرت دراسات تتناول عروض الكتب بأكثر من صحيفة، وهي
دراسة محمود عبد الكريم الجندي. ٢٠٠٦^(١٨). تناولت أبواب عروض الكتب
بالجرائد المصرية وتحديداً في جريدتي: الأهرام، والجمهورية في عام
٢٠٠٤، للتعرف على مدى الدور الذي تقوم به هذه الأبواب في التعريف

بالإنتاج الفكري المنشور، وقامت بتحليل العروض تحليلًا ببيولوجرافيًا وخرجت بمجموعة من النتائج، أهمها الحدثة النسبية لنشأة أبواب عروض الكتب، وعدم وجود متخصصين في إعداد هذه العروض. وظهرت دراسات تتناول عروض الكتب في إحدى الدوريات المتخصصة، وهي دراسة: فايقة حسن. ٢٠٠٦^(١٩)، التي هدفت للتعرف على أهمية الإعلام البيولوجرافي ودوره في عملية الاختيار، وكذلك التعرف على طبيعة ومحتويات وعناصر مقالات عروض الكتب المنشورة بمجلتي: الفهرست، ووجهات نظر.

ثم تطورت مثل هذه الدراسات، فظهرت دراسات تحدد مدى إفادة الباحثين من عروض الكتب المنشورة في الدوريات، فكانت دراسة: artley, James. 2006^(٢٠)، التي هدف الباحث من خلالها إلى الكشف عن مدى إفادة الباحثين في الآداب، والإنسانيات، والعلوم الاجتماعية، والطبيعية من عروض الكتب المنشورة في الدوريات، وكيفية إعدادها.

واتسعت حدود دراسات عروض الكتب، فشملت عروض الكتب بمجموعات من الدوريات التي تغطي قطاعًا موضوعيًا عريضًا، مثل دراسة: Rojo, Angela and Mochon, Gonzalo. 2011^(٢١)، وهي دراسة لعروض الكتب المنشورة خلال الفترة من ٢٠٠٧ وحتى ٢٠٠٩ في الدوريات البحثية في العلوم الاجتماعية والإنسانيات المتاحة في قاعدة بيانات .ISOC

على غرار هذه الدراسة الأجنبية ظهرت دراسة عربية تحلل عروض الكتب في أكثر من دورية متخصصة، منها دراسة: أماني أحمد رفعت. ٢٠١٤^(٢٢)، التي تتناول بالتحليل عروض الكتب المنشورة في دوريتين من دوريات المكتبات، وتهدف إلى تحليل تلك العروض، كما تهدف إلى الكشف عن مدى التزام الدوريتين بالخطوط الإرشادية لإعداد العروض، وقد انتهجت الدراسة (المنهج الوصفي التحليلي) واعتمدت علي (تحليل المحتوى) لعروض الكتب في الدوريتين.

ثم ظهرت دراسة تتناول عروض الكتب المنشورة على الإنترنت، وهي دراسة: عبير محمد عبد الرازق عبد الجواد. ٢٠١٤^(٢٣)، تتناول عروض

أنشطة قنوات اليوتيوب (Booktube) العربية ————— الفهرست س ٢٠، ع ٧٤ (يوليو ٢٠٢٢)

الكتب على الإنترنت وتحليلها، لرصد واقع هذه الخدمة المتاحة على مواقع الإنترنت، واستكشاف أبرز ملامحها، ومدى تلبيةها للأغراض التي أنشئت من أجلها، واستخدمت قائمة مراجعة لوصف وتحليل مواقع الدراسة، ولوصف وتحليل عروض الكتب، وكان من أهم نتائجها: حداثة نشأة أقسام عروض الكتب بالمواقع العربية، والتغير الدائم في شكل أقسام عروض الكتب، وعدم ثباتها من حيث الشكل أو ترتيب أو ثبات الأقسام الفرعية، وكان من أهم توصياتها: اقتراح إنشاء موقع عربي متخصص لعروض الكتب. هكذا، يتضح أن جميع هذه الدراسات السابقة العربية منها والأجنبية التي تناولت عروض الكتب بالدراسة والتحليل اقتصر على العروض النصية للكتب، سواء نشرت في الصحف، أو في الدوريات العامة أو المتخصصة، الورقية أو المتاحة على مواقع الإنترنت، ولم تتعرض لدراسة العروض المرئية للكتب.

٢/٧- دراسات تناولت استخدامات اليوتيوب في مجال المكتبات والمعلومات

ظهرت دراسات اهتمت بإيضاح استخدام اليوتيوب في تعليم المكتبات والمعلومات، منها دراسة: منصور عبدالله الزامل. ٢٠١٧^(٢٤)، وكانت حول استخدام المقاطع التعليمية العربية لتخصص المكتبات والمعلومات على YouTube، واهتمت هذه الدراسة بملفات الفيديو التعليمية في تخصص المكتبات والمعلومات، وقامت بتحليل عدد ٨١ مقطعًا، وذلك خلال الفترة ما بين ٢٠٠٩/٩م إلى ٢٠١٣/٩م، واتخذت الدراسة المنهج الإحصائي المقارن لرصد تلك الفيديوهات.

دراسة: آلاء سيد أبو حطب. ٢٠١٩^(٢٥) التي هدفت إلى التعرف على أهمية استخدام الفيديو في العملية التعليمية، والتعرف على توزيع الفيديوهات الخاصة بعلم المكتبات والمعلومات على اليوتيوب، وقد تكون مجتمع الدراسة من مقاطع الفيديو على اليوتيوب، وشمل (١٨١) مقطع فيديو، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، واستعانت بقائمة مراجعة بعناصر جودة الفيديو التعليمي، وقد توصلت لبعض النتائج، أهمها: أن استخدام الفيديو في العملية التعليمية أدى إلى تغير دور المعلم، وأن توزيع الفيديوهات الخاصة

بعلم المكتبات والمعلومات على اليوتيوب غير متوازن؛ فهناك مقررات لا يوجد لها أي فيديو، بينما يوجد مقررات أخرى بها آلاف الفيديوهات، وقد أوصت الدراسة بضرورة دعم المحتوى العربي على اليوتيوب، وتحديدًا تخصص المكتبات والمعلومات.

ظهرت دراسات توضح استخدام اليوتيوب في إفادة المكتبيين في المجال المهني، منها دراسة عماد عيسى. ٢٠٠٩^(٢٦)، أوضح فيها الخصائص العديدة والنوعية للمؤسسات التي تستخدم اليوتيوب، وقد تكون مجتمع الدراسة من قنوات يوتيوب المتخصصة في مجال المكتبات والمعلومات، وشملت (٢٤٣) قناة، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، ومنهج تحليل المحتوى، وتوصلت الدراسة إلى أن المكتبات العامة جاءت في الترتيب الأول على القنوات من حيث العدد، وأن مكتبات أمريكا جاءت في الترتيب الأول على القنوات من حيث التوزيع الجغرافي، كما تم رصد قناتين فقط لمكتبات عربية، وهما: مكتبة الإسكندرية، ومكتبة الشارقة، وقد أوصت الدراسة بضرورة نشر ثقافة الاستخدام الفعال، والتفاعلي لليوتيوب، وتشجيع جمعيات المكتبات والمعلومات على تسجيل فعاليتها على الإنترنت.

كذلك دراسة: فضل جميل كلهب. ٢٠١٣. مدى الإفادة من مواقع التواصل الاجتماعي الإلكتروني بين المكتبيين العرب في المجال المهني^(٢٧) التي هدفت إلى التعرف على وجهات نظر المكتبيين العرب في مدى استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي، والتعرف على دوافع عدم استخدامهم لها، وقد تكون مجتمع الدراسة من أعضاء جمعيات المكتبات العربية، وشملت (١٠٢) مكتبي، واستخدم الباحثان المنهج المسحي، واستعاننا بالاستبيان، وقد توصلت الدراسة إلى أن نسبة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي كانت (٣٨.٤%) من أفراد عينة الدراسة، وأن يوتيوب جاء في الترتيب الثاني بعد فيسبوك، وأن أكثر الأسباب وراء عدم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي هو عدم علمهم بوجود مجموعات متخصصة في علم المكتبات عليها.

كما ظهرت دراسات توضح استخدامات اليوتيوب في المساهمة محو الأمية المعلوماتية، منها دراسة: haheen Majid. 2012^(٢٨) التي هدفت إلى إيضاح استخدام نموذج محو الأمية المعلوماتية Big6، وقد تكون مجتمع

أنشطة قنوات اليوتيوب (Booktube) العربية ————— الفهرست س ٢٠، ع ٧٤ (يوليو ٢٠٢٢)

الدراسة من الفيديوهات المرتبطة بمحو الأمية المعلوماتية، وشملت عينة الدراسة (٧٠) فيديو، وقد استخدم الباحث منهج تحليل المضمون، وقد توصلت الدراسة إلى نتائج من أهمها: أن موقع اليوتيوب هو وسيلة قوية لديها القدرة على الوصول إلى شرائح مختلفة من المجتمع على مدار (٢٤) ساعة. ظهرت دراسات توضح استخدام اليوتيوب في تسويق خدمات المكتبات والمعلومات، مثل دراسة: Shakeel, Ahmed Khan. 2012^(٢٩)، وهدفت إلى الكشف عن التطبيقات المختلفة المستخدمة في تسويق خدمات المكتبات، وقد تكون مجتمع الدراسة من أمناء المكتبات والأكاديميين في جامعة بهاء الدين زكريا وجامعة باهاوالبور الإسلامية، واستخدمت المنهج المسحي القائم على الاستبيان، وقد توصلت إلى نتائج، أهمها: وجود اتجاهات إيجابية لدى أمناء المكتبات والأكاديميين نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تسويق خدمات المكتبات.

بعد عرض دراسات استخدامات اليوتيوب في مجال المكتبات والمعلومات اتضح للباحث أنه لم تتعرض أية دراسة من دراسات هذا القطاع لاستخدام اليوتيوب في عروض الكتب أو الدعاية لها والتعريف بها.

٣/٧- دراسات تناولت بوكتيوب Booktube

تعددت الدراسات الأجنبية حول Booktube، فكان منها دراسات لمحاولة معرفة وفهم جمهور Booktube الذين يتفاعلون ويتجولون على Booktube، منها دراسة: Kelahaara, Alekzandra. 2015^(٣٠)، وتم إجراؤها من أجل زيادة فهم الشباب الذين يتفاعلون ويتجولون على YouTube من خلال مجتمع Booktube، واستخدمت الدراسة المقابلات شبه المنظمة، وتم جمع بيانات المقابلة للإجابة على أسئلة حول سبب تنشيط هؤلاء الشباب لأنفسهم على Booktube، وأيضاً لفهم كيفية مساهمة مجتمع Booktube في تطوير هوية الشباب.

دراسات تناولت دور Booktube في التواصل بين الناشرين والقراء، فكان منها دراسة: Montebianco, Luciana. 2015^(٣١) التي تقدم مفاهيم المعلومات والاتصالات، سعياً إلى فهم الدور الذي تلعبه المجتمعات

الجديدة عبر الإنترنت في مجتمع المعلومات، وقد تمت دراسة ظاهرة Booktube لفترة وجيزة، وهي عبارة عن مجتمع من القنوات الأدبية على موقع YouTube. ثم تنبه هذه الدراسة إلى التحولات الاجتماعية التي حدثت في هذه الأيام بفضل تقدم وسائل الاتصال الرقمية الجديدة.

دراسات استكشافية لمجتمع Booktube، منها دراسة Gabriela Sued. 2016^(٣٢)، وكان الهدف منها معرفة الخصائص التي يتمتع بها مجتمع Booktube، وما قواعد التشغيل الداخلية، وما الكتب التي يقرؤونها، والشكل الذي يتخذه تجمعهم في المجتمع، وذلك عن طريق جمع ومعالجة البيانات الوصفية لـ ٥٠٠ مقطع فيديو، تلك التي تم جمعها في يونيو ٢٠١٦. مع التمهيد بالمفاهيم النظرية لفهم Booktube، وتحديد الممارسات والمنتجات وطرق ربط مجتمع Booktube.

منها دراسات حاولت تحليل ظاهرة Booktube، منها دراسة: Domínguez Correa, Beatriz 2016^(٣٣)، التي تهدف إلى التعرف على البوكتيوب، وتأثيره على سوق النشر وقراءات الشباب في إسبانيا، وقد استخدم الباحث في ذلك مقابلات شخصية مع الناشرين ومع الشباب، مع تحليل لبعض قنوات البوكتيوب، ويهدف هذا المشروع إلى تعريف القارئ بهذا العالم الذي لا يحظى بشعبية كبيرة، وتحديدًا الدور الذي يقوم به في سوق النشر في إسبانيا.

دراسات أوضحت الأدوار والأنشطة التي يقوم بها Booktube، منها دراسة: Perkins, Kathryn. 2017^(٣٤) التي تبدأ بتمهيد عن القدرات الاجتماعية والتقنية للإنترنت التي تمكن القراء من إنشاء مجتمع يركز على الاهتمام المشترك بالكتب، يُعرف هذا المجتمع على موقع YouTube باسم Booktube، ويوجد داخل هذا المجتمع العديد من مشاهير Booktube الذين يعملون كمفاتيح تربط القراء بالمؤلفين والناشرين، وقد ساعد هذا الاستخدام المبتكر لوسائل التواصل الاجتماعي من قبل القراء الصغار في إنشاء مجتمع يتجاوز الحدود المنعزلة والانفرادية المرتبطة عادةً بالقراءة.

دراسات تناولت تحليل بعض المقاطع التي تتيحها قنوات البوكتيوب، منها دراسة: Rannou, Nathalie Brillant. 2018^(٣٥) التي تتناول القضايا

أنشطة قنوات البوكتيوب (Booktube) العربية ————— الفهرست س ٢٠، ع ٧٤ (يوليو ٢٠٢٢)

المحيطة بالـ Booktubing وإنتاج الفيديو للقارئ، تبدأ هذه الدراسة بتمهيد عن مفهوم البوكتيوب، ثم التحليل النوعي لعينة من مقاطع الفيديو، وكيفية كتابتها وسردها، والخصوصيات الأدبية لهذه الفيديوهات، وما تميزها عن غيرها.

دراسات حاولت تحديد وظائف Booktube، وخصائص الكتب التي تمت مناقشتها، منها دراسة: Hughes, Melina. 2017^(٣٦)، بعنوان: بوكتيوب وتشكيل من الشباب الكبار الكنسي، وهي عبارة عن رسالة ماجستير، حاولت تحديد الاتجاهات الرئيسية لوظائف Booktube وخصائص الكتب التي تمت مناقشتها، والدور المؤثر لـ Booktuber.

دراسات حول استخدام Booktube لنشر المعلومات، منها دراسة: Paiva, Sthéfani. 2018^(٣٧)، التي تهدف إلى تقييم Booktube، كأداة لنشر المعلومات للأعضاء المنتمين إلى الجيل الرقمي، وتحقيقاً لهذه الغاية تم إجراء مسح بيلوجرافي حول المفاهيم المتعلقة بالجيل الرقمي ونشر المعلومات وBooktube، وإرسال استبيانين موجهين إلى Booktubers ومشاركي القنوات المشاركة في حدث (Literary Chat)، وتحليل ما إذا كان كلاهما جزءاً من الجيل الرقمي، وآرائهم حول استخدام مثل أداة لنشر المعلومات، وأشارت الدراسة في نتائجها إلى أنه يمكن استخدام Booktube في المكتبات كأداة فعالة للإعلان عن مجموعاتها وخدماتها.

ظهرت دراسات تتناول استخدام Booktube في تسويق الكتب، منها دراسة: Kroupová, Alžběta. 2018^(٣٨)، وهي دراسة باللغة التشيكية، من جامعة الاقتصاد ببراغ، وهي عبارة عن أطروحة بكالوريوس عن ظاهرة Booktube، تتناول مقاطع فيديو عن الإنتاج الفكري على YouTube. وتركز بشكل أساسي على Booktube كأداة لتسويق الكتاب، وتصف الدراسة مسار التعاون بين Booktube ودور النشر، وتوضح سبب انفتاح بعض الناشرين على التعاون معها، ثم تعرض مزايا وعيوب هذه الأداة.

أحدث هذه الدراسات، كانت الدراسات التي أوضحت إسهام قنوات Booktube في تنمية هوايات القراءة لدى الشباب، منها

دراسة: Anderson. 2020^(٣٩)، التي قامت بتحليل ما يقرب من ٤٠٠ مقطع فيديو متاحة على ٣٠ قناة من قنوات Booktube أنشأها المراهقون، وتناولت كيفية تنمية هواية القراءة لدى المراهقين من خلال قنوات Booktube، ووجدت الدراسة أن Booktubers يمكنهم المساعدة في تكوين عادة القراءة من خلال أنواع الفيديوهات التي ينشرونها، وتشير هذه الدراسة إلى أن المراهقين استخدموا Booktube لتعلم مهارات إنتاج الفيديو الرقمي وتكوين صداقات ومشاركة الكتب المقترحة.

التعليق على الدراسات السابقة

هكذا تم عرض الإنتاج الفكري القريب من دراسة الباحث في ثلاثة قطاعات، اختص القطاع الأول منها بالدراسات التي تناولت العروض النصية للكتب، وشمل ثمانى دراسات، ولم تتعرض أي منها لدراسة عروض الكتب المتاحة بشكل ملفات مرئية، موضوع هذه الدراسة.

أما القطاع الثاني فاخص بالدراسات التي تناولت استخدامات اليوتيوب في مجال المكتبات والمعلومات، وشمل ست دراسات، واتضح للباحث أنه لم تتعرض أية دراسة من دراسات هذا القطاع لاستخدام اليوتيوب في عروض الكتب أو الدعاية لها والتعريف بها.

بينما اختص القطاع الثالث: بالدراسات التي تناولت بوكتيوب Booktube، وشمل عشر دراسات، واتضح أن أكثر دراسات هذا القطاع قرباً من دراسة الباحث هي دراسة استخدام Booktube في تسويق الكتب، هذه الدراسة عبارة عن بحث لاستكمال متطلبات الحصول على البكالوريوس في الاقتصاد، حاولت إيضاح العلاقة بين Booktube ودار النشر التشيكية، ومدى رغبة بعض الناشرين في التعاون أو رفض التعاون بينها وبين Booktube، ثم تعرض مزايا وعيوب هذه الأداة التسويقية، ثم إن هذه الدراسة عبارة عن بحث لاستكمال متطلبات الحصول على البكالوريوس في الاقتصاد من جامعة براغ، وقد أجريت هذه الدراسة على قنوات Booktube التشيكية، أي أنها لم تتعرض بالدراسة لقنوات Booktube العربية، ولا لدراسة عروض الكتب المتاحة عليها، الأمر الذي يجعل الحاجة

أنشطة قنوات اليوتيوب (Booktube) العربية ————— الفهرست س ٢٠، ع ٧٤ (يوليو ٢٠٢٢)
مأسسة لدراسة عروض الكتب العربية والمترجمة على قنوات اليوتيوب
العربية. وفيما يلي عرض الإطار النظري لهذا الموضوع، ثم المعالجة
والتحليل.

ثانياً- الإطار النظري

هذا الإطار بمثابة مدخل نظري لهذه الدراسة، يبدأ بأهمية اليوتيوب، ثم
يتناول مفهوم قنوات اليوتيوب Booktube، ونشأتها وتطورها، وأهميتها،
وأهم أنشطتها، وتأثيرها في تسويق الكتب وترويج القراءة.

١- أهمية اليوتيوب

يعتبر يوتيوب منصة الفيديو رقم واحد على الإنترنت في العالم^(٤٠)، وهو
الرائد بين منصات الفيديو عبر الإنترنت عندما يتعلق الأمر بالبحث
المباشر^(٤١)؛ فمن خلال يوتيوب يمكن لأي شخص نشر فيديو للجمهور،
ويمكن للمستخدمين مشاهدة وتحميل والتعليق على هذه المقاطع، كما يسمح
بمشاركتها، ويتيح للمستخدمين أيضاً الوصول إلى المزيد من لقطات الفيديو
التي تتصل بنفس الموضوع والمحتوى، وقد صنف موقع alexa اليوتيوب
على أنه الموقع الثالث الأكثر زيارة بعد جوجل وفيسبوك، اعتباراً من عام
٢٠١٠ واستمرراً حتى الوقت الحاضر^(٤٢)، وفي عام ٢٠١٢، ذكر يوتيوب
أن ما يقرب من ٦٠ ساعة من مقاطع الفيديو الجديدة يتم تحميلها على الموقع
كل دقيقة، وأن ثلاثة أرباع المواد تأتي من خارج الولايات المتحدة^(٤٣)، ولا
شك أن هذه الأعداد قد تضاعفت هذه الأيام، إذ يستخدمه ما يقرب من ثلث
مستخدمي الإنترنت^(٤٤)، ففي مارس ٢٠١٣، وصل عدد المستخدمين
الفريدين الذين يزورون يوتيوب كل شهر إلى مليار شخص^(٤٥)، ويزوره كل
شهر أكثر من ٢ مليار مستخدم مسجل الدخول، ويشاهد الأشخاص يومياً أكثر
من مليار ساعة من الفيديو^(٤٦)، ويضيف الموقع ٨٠٠ مليون مستخدم جديد
شهرياً^(٤٧)، ويمكنك التنقل فيه بإجمالي ٨٠ لغة مختلفة^(٤٨)؛ لذا فهو من أكثر
مواقع الفيديو شهرة في العالم، والأكثر استخداماً، إن لم يكن أشهرها وأكثرها
استخداماً على الإطلاق.

يُعد موقع اليوتيوب أحد أهم الوسائل التعليمية الحديثة، ويحقق العديد من الفوائد التربوية عند دمجها في التعليم، ومنها: التواصل والتفاعل بين المتعلمين، ودعم التعلم التعاوني، واستضافته لعدد من الاستراتيجيات الحديثة في التدريس، وتنمية الدافعية نحو التعلم، وتقديم التغذية الراجعة المناسبة^(٤٩). كما أن قنواته تلعب دوراً مهماً وحيوياً في مجال الإعلام الاجتماعي والتسويق الرقمي، ومن ثم له أثر بالغ في الإعلام بالكتب الجديدة، والتسويق لها، ويتم ذلك بفعالية أكثر من خلال قنوات اليوتيوب.

٢- مفهوم اليوتيوب

يعتبر اليوتيوب نشاطاً اجتماعياً أكثر من كونه مجرد ملفات مرئية، فهو مُجتمع إلكتروني للقراء والمدونين لتعزيز القراءة المشتركة، فالمتابعون لقنوات اليوتيوب يناقشون الكتب ويعلقون عليها ويتبادلون تقييمها، إذ يقرؤونها غالباً في الوقت نفسه، ويشكّلون مجموعة أصدقاء؛ حتى إنهم يتشاركون العادات والنصائح الخاصة بالقراءة، ومن خلاله يقوم أصحابها بالتعبير عن شغفهم بالقراءة، والترويج لها والتحفيز عليها، بهدف إيجاد مجتمع قارئ.

عرّفت Maria Christina اليوتيوب بأنه اتجاه جديد ناشئ يحفز الجاذبية للقراءة والكتب، ويسعى إلى تذكير الجميع- وخاصة جيل الألفية الثالثة- بأن الكتب لن تكون أبداً قديمة، وستظل دائماً موضوعاً للمحادثة، بغض النظر عن الوسيلة التي يتم من خلالها القيام بذلك^(٥٠)، وأخبرت Tara Anderson أنه يمثل تقاطعاً بين المعارف التقليدية والوسائل الجديدة^(٥١)، وهو قسم فرعي من YouTube، حيث يقدم منشئو المحتوى، المعروفون باسم Booktubers، مقاطع فيديو ذات محتوى مرتبط بالكتب، وتركز معظمها على الكتب التي تناسب الشباب^(٥٢)، وعن طريقه يمكن تحميل مجموعة متنوعة من مقاطع الفيديو المتعلقة بالقراءة، كمراجعات الكتب والتعليق عليها^(٥٣).

عرفته Gabriela Sued بأنه: الممارسات الاجتماعية لإنتاج مقاطع فيديو حول الكتب على قنواتهم على YouTube^(٥٤)، وعرفته Luciana

أنشطة قنوات اليوتيوب (Booktube) العربية ————— الفهرست س ٢٠، ع ٧٤ (يوليو ٢٠٢٢)

Monteblanco بأنه عبارة عن مجتمع من القنوات الأدبية على موقع YouTube، يشارك مستخدموه تفضيلاتهم في القراءة^(٥٥)، ومن ثمّ يعتبر Booktube شبكة من مجتمع المعرفة التي شكلها القراء على موقع يوتيوب لمناقشة الكتب^(٥٦)، كما عرفته Nathalie Brilliant Rannou بأنه: قناة ترويج للكتب، تهدف للتوزيع الواسع والدراية الإعلامية لمجتمع القراء^(٥٧).

بعد هذه التعريفات المتكاملة لـ Booktube، يمكن تعريفه بأنه "قنوات على اليوتيوب تقدم محتوى مرئياً يتعلق بالكتب"، ويمكن ترجمته إلى قنوات الكتب، أو القنوات الأدبية، غير أن هذه المصطلحات العربية غير منتشرة كانتشار المصطلح الأجنبي (Booktube) هو الأشهر؛ لذا فضّل الباحث تم نقله صوتياً للعربية كما هو (بوكتيوب).

٣- نشأة وتطور اليوتيوب

غير معروفة يقيناً الأصول الدقيقة لمجتمع Booktube، ومن ثمّ تعتبر نشأته غير معروفة بشكل دقيق، فمن المحتمل أنها وُجِدَت بعد أشهر فقط من انطلاق اليوتيوب عام ٢٠٠٥، إلا أن هذه المبادرات بدأت تتخذ شكل ظاهرة قبل بضع سنوات مع بعض المستخدمين (Booktubers)^(٥٨)؛ فقد بدأت كظاهرة في أمريكا عام ٢٠١٢، حين أغرق (يوتيوب) بقنواتٍ تخصّصت فيما يتعلق بالكتب، ثم ما لبثت أن انتشرت هذه الظاهرة في أمريكا اللاتينية، وكندا، وأستراليا، وبريطانيا، وفي البلدان الناطقة بالإسبانية^(٥٩). كما أصبحت الكثير من قنوات اليوتيوب تشارك باستمرار في مؤتمر VidCon منذ عام ٢٠١٤، الذي يعتبر أشهر مؤتمر عالمي لصناع المحتوى الرقمي والتعريف به^(٦٠).

لم يتأخر ظهور قنوات اليوتيوب العربية كثيراً، فقد بدأت في الظهور منذ إبريل ٢٠١٠، إلا أن عام ٢٠١٦ يعتبر البداية الحقيقية لكونها ظاهرة عربية؛ إذ انطلقت في هذا العام وحده أكثر من عشرين قناة، هي: Ab.Rhman، Show، وClubCham Readers، وDAR Tidikelt، وEshey، و5ayal، وHona AL-3asema هنا العاصمة، وMagdy Mostafa، وMind Unleashed حرر عقلك، وNahar Osman Nahar،

وSafa7at صفحات، وSaif Mahmoud، وSaud Almashhoor، وThe Galaxy of Books، وأخضر، والمكتبة والليل، وبندر الأسمرى، وثقفني بصوتك، وروايات عربية، ومن الآخر، وسلفني كتاب، وكلشى X كلشي، ومِداد مسموع، ومشروعنا بالعقل نبدأ، ومع كتاب، ويعقوب بن مطر العتيبي، ومنذ ذلك التاريخ وقنوات البوكتيوب العربية ومحتوياتها وأنشطتها المتنوعة في زيادة.

٤- أنشطة البوكتيوب

تتنوع الأنشطة التي تقدمها قنوات Booktube ما بين عروض للكتب، ومناقشات لها، وجولات في المكتبات الشخصية أو في معارض الكتب، ونصح بقراءة كتب معينة، أو خطة زمنية لقراءتها، أو تحدي لقراءة أكبر عدد من الكتب خلال مدة زمنية محددة، وفيما يلي تفصيلٌ لهذه الأنشطة والمصطلحات التي تطلق عليها:

١/٤- عروض ومراجعات الكتب، أي مراجعة مجموعة متنوعة من الكتب، بدءًا من أشهر قصص الشباب، وحتى الأدب التاريخي غير الخيالي، والأدب الكلاسيكي، والخيال المعاصر، والروايات المصورة، والكوميديا^(٦١)، وتركز قنوات البوكتيوب الإنجليزية على روايات الناشئين؛ بسبب شهرتها وانتشارها، لكن هناك قنوات أخرى تحرص على منح مساحة مهمة للأدب العالمي، وكتب الأطفال، وكتب الفيزياء والتاريخ والتنمية الذاتية، ومجالات مختلفة أخرى^(٦٢)، وغالبًا ما يحدث ذلك مع الكتب الصادرة حديثًا أو في فترة (تحت الطبع)؛ لأهداف تسويقية، وفي حالات معينة يتم إرسال الكتب للمراجعة قبل تحديد التاريخ الرسمي للنشر، وتشتترط دور النشر في العقد على المُدَوِّن عدم كشف معلومات عن الكتاب، مثل النهاية وتفاصيل مهمة بهدف عدم حرق متعة القراءة^(٦٣).

٢/٤- جولات في المكتبات الشخصية: لاستعراض المكتبات الشخصية وما تحويه من كتب ومصادر معلومات.

٣/٤- وضع خطط للقراءة، أو قائمة ستقرأ TBR List: وهو فيديو لعرض الكتب المخطط لقراءتها في المستقبل القريب، في الشهر أو العام

الجديد، وهي عبارة عن ترشيحات للقراءة، يقوم القائم على القناة بترشيحها لجمهوره، مثل: (ترشيحات روائية، أو كتب عن الفيزياء أو الخيال العلمي، أو كتب للأطفال).

٤/٤- تحديات القراءة Reading Challenge: أشهرها (تحدي القراءة السنوي) الذي يستوجب قراءة عدد معين من الكتب في العام، وهناك تحديات مختلفة بعضها له علاقة بقراءة اللغات الأجنبية، أو قراءة كتب من مجالات محددة.

٥/٤- ماراثون القراءة Read-A-Thon: فترة محددة للقراءة المتواصلة، غالبًا تكون بشكل جماعي بمشاركة قنوات كثيرة، وكان أول من بدأ الفكرة يوتيوبر كندى في عام ٢٠١٤؛ للتشجيع على سرعة القراءة، وسرعان ما انتشرت فكرة الماراثون بين مجتمع محبي القراءة في أمريكا وأوروبا بقوانين وتوقيتات مختلفة^(٦٤)، أما ماراثون القراءة الأشهر هو الماراثون الذي انطلق بمبادرة من اليوتيوبر الكندية Ariel Bissett، يستمر لمدة أسبوع ويحتوي على تحديات يومية، لكن يبقى (ماراثون ٢٤ ساعة) هو الأكثر تواجداً على مدار العام.

٦/٤- القراءة الجماعية Read-along: فترة محددة يتم فيها قراءة كتاب أو سلسلة كتب بشكل جماعي بهدف عمل بث حي ومناقشة الكتاب مع قراء أو يوتيوبرز من مختلف دول العالم، وأحياناً قد تستمر هذه الفترة لمدة عام كامل.

٧/٤- توصيات بقراءة كتب معينة: وهي خاصة بنصح القراء بقراءة كتب يرشحها لهم القائمون على قنوات Booktube.

٨/٤- حملات القراءة Reading Campaign: تهدف للقراءة لكاتب معين، والترويج لأدبه، وأحياناً تكون حملة لدعم كاتب شاب أصدر روايته الأولى.

٩/٤- زيارات لمعارض الكتب، وهي لعرض جولاتهم في جنبات وأروقة معارض الكتب، وعرض أهم ما فيه من دور نشر، وأهم ما فيه من كتب.

د. مجدى عبد الجواد الجاكي ————— الفهرست س ٢٠، ع ٧٤ (يوليو ٢٠٢٢)

١٠/٤ - مُشتريات من الكتب: وهو لعرض ما تم شراؤه من الكتب، ومصادر شرائها، وأحياناً أسعار هذه الكتب.

١١/٤ - تقرير القراءة أو آخر قراءاتي: فيديو لمشاركة آخر القراءات، قد تكون شهرية، أو فصلية، أو نصف سنوية.

١٢/٤ - أسئلة وأجوبة: وهي عبارة عن فيديوهات يخصصها القائم على القناة للإجابة على أسئلة متابعي قناته.

١٣/٤ - حظر شراء الكتب Book Buying Ban: هي فترة يقرر فيها القائم على القناة عدم شراء الكتب لأسباب معينة، يكون أغلبها التحكم في هوس شراء وجمع الكتب.

١٤/٤ - حرق الكتب Book Spoilers: يقوم القائم على القناة بحرق كتاب معين، من خلال كشف نهاية الرواية أو معلومات تفصيلية في الكتاب.

١٥/٤ - صرخة الدعم Shout outs: عبارة عن فيديوهات لمشاركة قنوات صغيرة لهدف دعمها لتنتشر بشكل أكبر، أو لترشيح قنوات مهمة تطرح نوعية محتوى مبتكراً ومختلفاً^(٦٥).

وهكذا تنوعت أنشطة قنوات البوكتيوب العالمية، حتى وصلت إلى (١٥) نشاطاً تتعلق كلها بالكتب، يمكن لقنوات بوكتيوب العربية والقائمين عليها الاستفادة منها، وإعداد مثلها أو تطويرها، لجذب المزيد من المشاهدين والمتابعين، بهدف ترويج القراءة أو التسويق للكتب.

٥- تأثير البوكتيوب في التسويق للكتب

ملفات الفيديو أهمية بالغة في التسويق، يؤكد ذلك التقرير الصادر عن إحصائيات التسويق عبر الفيديو التي أكد فيها أن ٨٧% من المسوقين على الإنترنت يستخدمون الفيديوهات ضمن استراتيجياتهم التسويقية، و ٥١% من المسوقين الاحترافيين على الإنترنت يقولون إن الفيديو هو الصيغة التي تحقق أعلى العائدات على الاستثمارات، كما أن عائدات الشركات التي تعتمد على الفيديو في ترويجها تنمو أسرع بنسبة ٤٩% من تلك التي لا تعتمد عليه، وأن

أنشطة قنوات اليوتيوب (Booktube) العربية ————— الفهرست س ٢٠، ع ٧٤ (يوليو ٢٠٢٢)
٦٤% من المستهلكين يشتررون بعد مشاهدة فيديو تعرضه الشركة على وسائل التواصل^(٦٦).

وقد أتاح اليوتيوب وسائل تسويقية للكتب، منها (Booktube)، وهي أداة تسويقية تهدف للوصول إلى قاعدة قرّاء أكبر وأكثر تنوعاً^(٦٧)، حيث تتيح لمشاهديها التعبير عن آرائهم ومراجعتهم لإصدارات دور النشر؛ ومن ثمّ أصبحت قنوات (Booktube) مؤثرة في مبيعات الكتب، بوجود آلاف المتابعين لها^(٦٨)، الأمر الذي دفع العديد من الناشرين إلى عمل علاقات شراكة وتعاون مع قنوات اليوتيوب^(٦٩)، وبدأوا يُهدون لهؤلاء الشباب الكتب التي تناسب أذواقهم، ويحرصون على التواصل معهم، فأصبحت الكثير من الكتب تظهر إعلامياً في قنوات Booktube قبل شهر من صدورها الرسمي^(٧٠)، ويعرف الناشر أنّ وصول كتبهم إلى Booktubers يعني وصولها إلى قاعدة عريضة من القرّاء^(٧١).

كما أصبحت معارض الكتب ومهرجانات القراءة في أمريكا وفرنسا وألمانيا وغيرها تهتم بالقائمين على قنوات Booktube، باعتبارهم من بين المؤثرين في مجال صناعة الكتاب، وتقوم بدعوتهم للعديد من الفعاليات الثقافية^(٧٢).

هكذا نجحت قنوات Booktube في التأثير على سوق النشر، والتسويق للكتب، كما نجحت في دفع فئة عمرية إلى القراءة، كانت قد ابتعدت كثيراً عنها، مما نتج عنه ارتفاع نسبة المقرئية في المجتمع الأمريكي والأوروبي وخصوصاً بين فئة المراهقين والشباب والأطفال^(٧٣)، مما يتأكد معه قدرة قنوات اليوتيوب والـ Booktubers على زيادة مبيعات الكتب^(٧٤).

يعتقد الباحث أن تأثير اليوتيوب في الدعاية للكتب وتسويقها وزيادة مبيعاتها قد يزيد في المستقبل بشكل أكبر؛ فالمستقبل للوسائل التسويقية الرقمية، وخاصة المرئية منها.

خلاصة الأمر أن قنوات Booktube هي قسم فرعي من YouTube، تهتم بتقديم محتوى مرتبط بالكتب، كالعرض، والمراجعة، والنقد، وترشيح للقراءة، ومارثون قراءات، وغيرها، ونشأت هذه القنوات في حدود ٢٠٠٥، وأصبحت ظاهرة في أمريكا وكندا، وأستراليا، وبريطانيا، وفي البلدان

د. مجدى عبد الجواد الجاكي _____ الفهرست س ٢٠، ع ٧٤ (يوليو ٢٠٢٢)
الناطقة بالإسبانية منذ ٢٠١٢، كما بدأت في العالم العربي منذ ٢٠١٠،
وأصبحت ظاهرة عربية منذ ٢٠١٦، ولهذه القنوات تأثير على الدعاية للكتب
والتسويق لها، كما أن لها تأثيراً على الترويج للقراءة، وخصوصاً بين
الشباب، الأمر الذي يستلزم إمطة اللثام عنها، ومحاولة معرفة كنهها.

٦- المعالجة والتحليل لقنوات اليوتيوب العربية، وعروض الكتب عليها

فيما يلي سيتم إيضاح سمات أشهر قنوات اليوتيوب العربية، كنشأتها،
وجنسيات منشئها، وأعداد مشتركها، وأعداد مشاهدي فيديوهاتها، وأهم
نشاطاتها، ثم رصد وتحديد سمات عروض الكتب العربية والمترجمة المتاحة
على هذه القنوات، كنشأتها، وسياسات نشرها، وموضوعاتها، وعدد مرات
مشاهدتها، وعارضتها، ومدتها الزمنية، ومؤلفها، ومدى تكرار تحميلها،
وغير ذلك.

٧- سمات قنوات اليوتيوب العربية

تتعدد قنوات اليوتيوب العربية، حتى بلغت قرابة (٣٠٠) قناة، إلا أن
الباحث قد اختار أشهرها لخصر سماتها، وجعل معيار الشهرة هو عدد
مشتركي هذه القنوات، وكذلك عدد مشاهدات فيديوهاتها، ووفقاً لذلك حصر
الباحث أشهر عشر قنوات اليوتيوب العربية، وهي قناة: سامي البطاطي،
ونضال ريدز، وأخضر، ومن الآخر، وسلفني كتاب، وجيل يقرأ، والروائي،
ودودة كتب، وبتاع كتب، وكوكب الكتب، وفيما يلي دراسة لأهم سمات هذه
القنوات، فيما يتعلق بتواريخ نشأتها، وجنسيات منشئها، وأعداد مشتركها،
وأعداد مشاهدي فيديوهاتها، وأهم نشاطاتها.

١/٧- تواريخ نشأة أشهر قنوات اليوتيوب العربية

ترجع البدايات الأولى لظهور القنوات العربية المهمة بالكتب إلى عام
٢٠٠٨؛ ففي أكتوبر ٢٠٠٨ أنشئت قناة الاستقامة، وعرضت أول كتاب لها
وكان بعنوان: الفكر العقدي عند الشيخ بيوض وآثاره في الإصلاح، لمؤلفه:
حمو بن عيسى الشيهاني، وذلك في نوفمبر ٢٠١١، وفي فبراير ٢٠٠٩؛
وهي قناة Rashed Al-Ghazaly حيث قدمت أول عرض لها في إبريل

أنشطة قنوات اليوتيوب (Booktube) العربية ————— الفهرست س ٢٠، ع ٧٤ (يوليو ٢٠٢٢)

٢٠١٠، وكان لكتاب بعنوان: أسرار خلف الأستار، لمؤلفه أنيس النقاش، وفي إبريل ٢٠١٠ أنشئت قناة anwarzanaty1122، وقدمت أول عرض للكتب في إبريل ٢٠١٠، وكان بعنوان: تهويد القدس، لمؤلفه: أنور زناتي، ومنذ ذلك التاريخ توالى ظهور وزيادة قنوات اليوتيوب العربية، إلا أن قنوات اليوتيوب الأكثر شهرة قد تأخر ظهورها بعض الشيء، فظهر بعضها في سبتمبر ٢٠١٣، مثل قناة سامي البطاطي، وبعضها ظهر بعد ذلك، والجدول التالي يوضح تواريخ ظهور قنوات اليوتيوب العربية الأكثر شهرة.

جدول (١) تواريخ نشأة أشهر قنوات اليوتيوب العربية

اسم القناة	تاريخ نشأة القناة
سامي البطاطي	سبتمبر ٢٠١٣
نضال ريدز	يونيو ٢٠١٥
أخضر	سبتمبر ٢٠١٥
من الآخر	مايو ٢٠١٦
سلفني كتاب	يوليو ٢٠١٦
جيل يقرأ	إبريل ٢٠١٧
الروائي	يونيو ٢٠١٧
دودة كتب	يونيو ٢٠١٧
بتاع كتب	سبتمبر ٢٠١٧
كوكب الكتب	نوفمبر ٢٠١٨

من الجدول المقابل يتضح تأخر ظهور قنوات اليوتيوب العربية الأكثر شهرة، وذلك بعد أن تعددت تجارب إنشاء مثل هذه القنوات، وتراكمت الخبرات، وأصبحت قنوات

اليوتيوب العربية تمثل ظاهرة، فظهرت قنوات اليوتيوب قوية، وحققت شهرة ومشاهدات عالية.

٢/٧- أعداد قنوات اليوتيوب، وأعداد العروض التي أتاحتها كل قناة

جدول (٢) أعداد قنوات اليوتيوب موزعة على سنوات نشأتها

النسبة	أعداد قنوات اليوتيوب	تاريخ النشأة
٠,٧%	٢	٢٠١٠
٠,٧%	٢	٢٠١١
٢,٤%	٧	٢٠١٢
٢,٧%	٨	٢٠١٣
٣,٦%	١١	٢٠١٤
٦,٣%	١٩	٢٠١٥
٧%	٢١	٢٠١٦
١٣%	٣٩	٢٠١٧
١٦%	٤٨	٢٠١٨
٢٢,٧%	٦٧	٢٠١٩
٢٥%	٧٤	٢٠٢٠
١٠٠%	٢٩٨	المجموع

لم يتجاوز عدد قنوات اليوتيوب في السنة الأولى لنشأتها عن قناتين فقط، هما: قناة -٢/٧AI- Rashed Ghazaly، وقناة anwarzanaty1122، بينما زاد هذا العدد عام ٢٠١٢ الذي ظهر فيه سبع قنوات، وظل هذا العدد في زيادة مستمرة حتى ظهرت ٧٤ قناة في عام ٢٠٢٠، أي بما يقارب ٢٠ ضعفًا للقنوات التي ظهرت في البداية، والجدول

المقابل يوضح أعداد قنوات اليوتيوب موزعة على السنوات.

يُلاحظ من الجدول المقابل البداية المتواضعة لقنوات اليوتيوب العربية، التي لم تزد عن أربع قنوات في أول سنتين، ثم تضاعف هذا العدد في السنة الثالثة والرابعة، ثم ما لبثت أعداد هذه القنوات في الزيادة.

كما يُلاحظ أن عام ٢٠٢٠ هو العام الأكثر عددًا لقنوات اليوتيوب؛ فكان فيه وحده ربع قنوات اليوتيوب مجتمع الدراسة، وما ذلك إلا لجدارة هذه القنوات وتأثيرها وإقبال المشاهدين عليها.

اختلفت قنوات اليوتيوب في عدد ما نشرته من عروض للكتب العربية والمترجمة؛ فقراءة ثلاث قنوات منها لم تنشر سوى كتاب واحد، هي: قناة المهندس والفيزياء، وقناة النمذجية، وقناة أنا أعشق الأحياء؛ فالقائمون على هذه القنوات غير متخصصين في نشر عروض الكتب، ولا يمثل عرض الكتاب سوى إحدى ملفات الفيديو التي ينشرونها.

أما قنوات اليوتيوب الأخرى، فبعضها نشر عرضين فقط، مثل قناة: بندر الأسمرى، وقناة حماه الله محمد، وقناة خالد الشايع، وبعضها نشر ثلاثة

أنشطة قنوات اليوتيوب (Booktube) العربية ————— الفهرست س ٢٠، ع ٧٤ (يوليو ٢٠٢٢)
عروض، مثل قناة علي عبد الهادي المعموري، وقناة من الآخر-
Menala7her، وقناة نادي بصمة إبداع، وبعضها نشر خمسة عروض،
مثل قناة Simply Mindset، وقناة بساطة، وقناة عبدالله بن صلاح،
وبعضها نشر أكثر من عشرة عروض، مثل قناة يعقوب بن مطر العتيبي،
وقناة Ab. Rhman Show، وقناة Book & Craft، وبعضها نشر أكثر
من عشرين عرضاً، مثل قناة: Ghadah Alshehri، وقناة المشكاة، دودة
كتب، وبعضها نشر خمسين عرضاً، مثل قناة كتاب في الخمسين، وبعضها
نشر أكثر من مائة عرض، مثل قناة أخضر، وبعضها نشر قرابة مائتي
عرض، مثل قناة سامي البطاطي.

يُلاحظ من خلال جدول (٣) قنوات اليوتيوب العارضة للكتب، وعدد
الكتب التي عرضتها كل قناة، بالملاحق أن قناة الدكتور سامي البطاطي هي
أكثرها إتاحة للعروض؛ إذ أتاحت وحدها ١٩٣ عرضاً، بما يساوي ١٦%
من العروض مجتمع الدراسة، وقد يرجع ذلك لإصرار الرجل على إتاحة
عروض كثيرة؛ إذ يهدف لعرض ألف كتاب على قنواته، كما أنه قد يرجع
لكون قنواته من أوائل قنوات اليوتيوب نشأة، فقد أنشئت في سبتمبر ٢٠١٣.

٣/٧- تخصص قنوات اليوتيوب

قام بإتاحة عروض الكتب العربية والمترجمة الكثير من قنوات اليوتيوب،
بعضها أتاح عروضاً للكتب إلى جانب ملفات فيديو أخرى، وبعضها أتاح
عروضاً لكتب يغلب عليها مجالات موضوعية معينة، كما هو مفصل فيما
يلي:

١/٣/٧- التخصص النوعي لقنوات اليوتيوب

لا تكاد توجد قناة واحدة اقتصرت على تقديم عروض للكتب العربية
والمترجمة؛ فغالب القنوات قدمت عروضاً للكتب وقدمت ملفات فيديو أخرى،
مثل قناة (كشكول الحب) التي قدمت حلقات من برامج تليفزيونية، وقرارات
من بعض الكتب، وقناة فواصل ثقافية التي قدمت ملفات فيديو حول مناظرة
مايك بينس وكامالا هاريس، والرضا الشعبي عن الرئيس: نقاش حول
المغزى من الديمقراطية ونقاط ضعفها، وانهيار أمريكا، والأزمة المالية

اللبنانية، وسيرة أعلام ما قبل الحرب العالمية الأولى: اللورد سالزبري، رئيس الوزراء البريطاني، وغيرها مما ليس له علاقة بعروض الكتب ولا بالكتب ذاتها، وكذلك قنوات عمارة من أجل الإنسان، وقناة طريق القدس، وقناة سنابات نافع المكي، وغيرها.

إلا أنه هناك قنوات بوكتيوب غلب عليها تقديم عروض كتب، مثل قناة سلفني كتاب، وقناة أخضر، وقناة كتاب في الخمسينية، وقناة كوكب الكتب، وقناة بتاع الكتب، وغيرها.

وقد يكون السبب الكامن وراء ذلك هو الثقافة السائدة في عدم الاقتصار على بضاعة واحدة، فيمكن العمل في هذه البضاعة وغيرها، وخصوصاً إذا كانت قريبة التشابه، فتجد بعض القنوات تقدم عروضاً للكتب، وتقدم ملخصات للكتب، ومقتطفات منها، كما تقدم شروحاً ومحاضرات.

٢/٣/٧- التخصص الموضوعي لقنوات البوكتيوب

ظهرت بعض قنوات البوكتيوب المتخصصة في إتاحة عروض مرئية لكتب تعالج مجالاً موضوعياً محدداً؛ فظهرت قنوات غلب عليها عرض كتب التنمية البشرية، مثل قناة أخضر، وقنوات غلب عليها عرض الروايات، مثل: The Novelist، وبعض القنوات تكاد تقتصر على الكتب الصادرة حديثاً، مثل قناة سلفني كتاب. أما قناة كتاب في الخمسينية فهي قناة تقدم عروضاً مرئية للكتب العربية والمترجمة بشكلٍ عام.

اتخاذ منحى التخصص في إتاحة كتب مجال محدد، أو إتاحة كتب في مجالات متنوعة، يرجع إلى سياسة القناة وقناعة القائم عليها، ويرى الباحث أن تخصص القناة في إتاحة كتب متخصصة يعطي فرصة أكبر للتركيز على هذا المجال بعينه، أما إتاحة القناة لكتب العديد من المجالات الموضوعية يفيداً في إقبال الكثيرين عليها، فلكل من التخصص أو العمومية ميزاته.

خلاصة ما سبق أن إتاحة عروض الكتب العربية والمترجمة على اليوتيوب بدأت أوائل عام ٢٠١٠م، وكانت بدايتها ضعيفة؛ لذا يعتبر عام ٢٠١٥ هو البداية الحقيقية، وكان عام ٢٠١٩ هو أكثر الأعوام إتاحةً لعروض الكتب، واشتركت ٢٩٨ قناة بوكتيوب عربية في إتاحة عروض الكتب، وكان عام ٢٠٢٠ هو أكثر الأعوام التي ظهرت فيها قنوات بوكتيوب

أنشطة قنوات اليوتيوب (Booktube) العربية ————— الفهرست س ٢٠، ع ٧٤ (يوليو ٢٠٢٢)

عربية، وكانت قناة الدكتور سامي البطاطي هي أكثرها إتاحة للعروض، كما أن بعض قنوات اليوتيوب أتاحت ملفات فيديو أخرى إلى جانب عروض الكتب، وبعضها أتاح عروضاً لكتب يغلب عليها مجالات موضوعية معينة، وربما تأثر ذلك بسمات منشئي هذه القنوات والقائمين عليها، كما سيتضح فيما يلي.

٤/٧- منشئو أشهر قنوات اليوتيوب العربية وجنسياتهم:

تعددت سمات منشئي قنوات اليوتيوب العربية، وفيما يلي سيتم تحديد جنسهم وجنسياتهم.

١/٤/٧- جنس منشئي قنوات اليوتيوب العربية

اشترك في إنشاء أشهر قنوات اليوتيوب العربية كلا الجنسين: الذكور، والإناث؛ فقناة أخضر أنشأها محمد أسامة، وقناة جيل يقرأ أنشأها محمود شريف، وقناة بتاع كتب أنشأها محمد شادي، أما قناة دودة كتب فقد أنشأتها ندى الشبراوي، وقناة نضال ريدز أنشأتها نضال، أما مي مجدي فقد أنشأت قناة من الآخر، والجدول التالي يوضح ذلك.

جدول (٣) جنس منشئي أشهر قنوات اليوتيوب العربية

الجنس	منشئ القناة	اسم القناة
أنثى	نضال	نضال ريدز
أنثى	ندى الشبراوي	دودة كتب
أنثى	مي مجدي	من الآخر
ذكر	محمد أسامة مهندس	أخضر
ذكر	محمود شريف	جيل يقرأ
ذكر	محمد شادي طبيب	بتاع كتب
ذكر	سيف حبشي	سلفني كتاب
ذكر	عمرو المعداوي	الروائي
ذكر	طارق عز	كوكب الكتب
ذكر	سامي البطاطي	سامي البطاطي

يتضح من الجدول المقابل أن الذكور الذين أنشأوا أشهر قنوات اليوتيوب العربية كانوا أكثر من ضعف الإناث، فلم يزد عدد الإناث عن ٣٠%، بينما كان الباقي من الذكور، وقد يرجع ذلك لبعض القيم الاجتماعية الموجودة في بعض الدول العربية التي

أدت لإحجام الإناث عن مثل هذه الفعاليات، كما قد يرجع ذلك لجرأة الشباب أكثر على مثل ذلك.

٢/٤/٧- جنسية منشئي أشهر قنوات البوكتيوب العربية

تعددت بلدان منشئي قنوات البوكتيوب العربية فشملت: مصر، والسعودية، والكويتية، والبحرينية، السورية، والمغربية، والأردنية، والعراقية، والجزائرية، والفلسطينية، والكويتية، والبحرينية، والسودانية، والتونسية، والعمانية، والليبية، والموريتانية، غير أن أشهر قنوات البوكتيوب العربية كان النصيب الأكبر منها لمصر، تلتها السعودية، ويوضح ذلك الجدول التالي.

جدول (٤) جنسيات منشئي أشهر قنوات البوكتيوب العربية

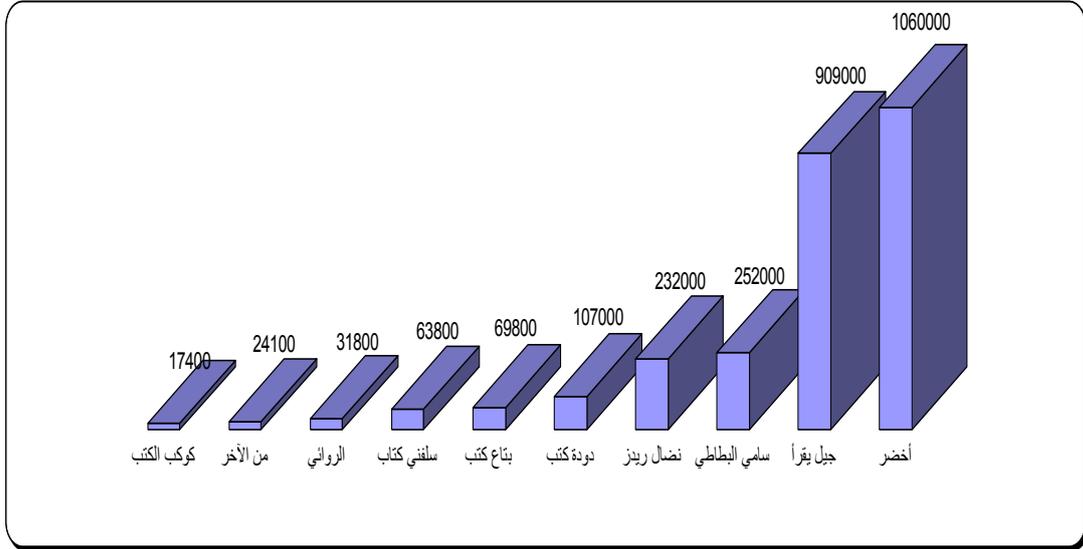
الجنسية	صاحب القناة	اسم القناة
مصري	محمد أسامة	أخضر
مصري	محمود شريف	جيل يقرأ
مصري	نضال	نضال ريدز
مصري	ندى الشبراوي	دودة كتب
مصري	محمد شادي	بتاع كتب
مصري	سيف حبشي	سلفني كتاب
مصري	عمرو المعداوي	الروائي
مصري	طارق عز	كوكب الكتب
مصري	مي مجدي	من الآخر
سعودي	سامي البطاطي	سامي البطاطي

يتضح من الجدول المقابل أن ٩٠% من منشئي قنوات البوكتيوب الأكثر شهرة كانوا من المصريين وأن ١٠% من منشئي هذه القنوات كانوا سعوديين، ويرجع ذلك إلى توافر سوق نشر الكتاب في مصر، وارتفاع المستوى الثقافي، والبداية المبكرة لمثل هذه القنوات في هذه البلاد، ولم يكن لباقي البلدان العربية نصيب في قنوات البوكتيوب العشر الأكثر شهرة، وإن كان لها نصيب في قنوات بوكتيوب أقل شهرة.

٥/٧- عدد مشتركى أشهر قنوات البوكتيوب العربية

تُقَدَّر قيمة القناة أحياناً بعدد مشتركىها، فكلما كان محتوى القناة مناسباً لفئات معينة، زاد مشتركوها الذين يناسبهم هذا المحتوى، وغالب أعداد مشتركى القنوات الثقافية متواضع، مقارنة بأعداد مشتركى القنوات الترفيهية؛

أنشطة قنوات اليوكتيوب (Booktube) العربية ————— الفهرست س ٢٠، ع ٧٤ (يوليو ٢٠٢٢)
فقد تراوحت أعداد مشتركى أشهر قنوات اليوكتيوب العربية ما بين ١٧ ألفاً،
ومليون مشترك، يوضح ذلك الشكل التالى.

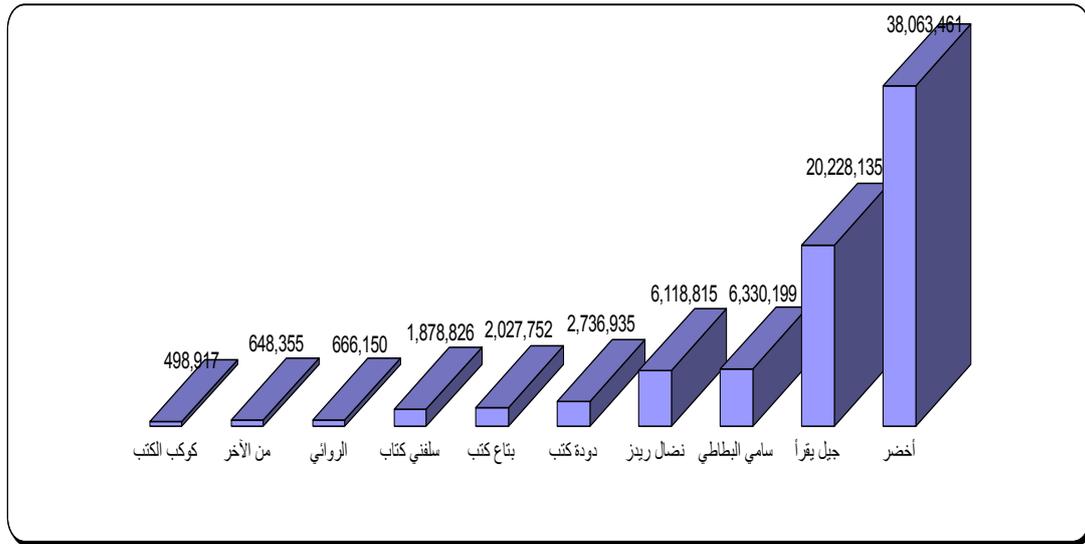


شكل (١) أعداد مشتركى أشهر قنوات اليوكتيوب العربية

من الشكل السابق يتضح أن غالب القنوات الأسبق نشأة هي القنوات الأكثر عددًا فى المشتركين؛ وهي التي كانت نشأتها عام ٢٠١٥ وما قبلها؛ فقناة أخضر التي زاد عدد مشتركىها عن المليون قد أنشئت فى سبتمبر ٢٠١٥، وقناة سامى البطاطى التي بلغ عدد مشتركىها ٢٥٢ ألفاً، قد أنشئت فى ٢٠١٣، وقناة نضال ريذ التي بلغ عدد مشتركىها ٢٣٢ ألفاً، قد أنشئت فى ٢٠١٥، بينما كانت قناة كوكب الكتب، التي أنشئت فى نوفمبر ٢٠١٨ هي الأقل عددًا، فلم يزد عدد مشتركىها عن ١٧،٤ ألف، مما يؤكد أن تاريخ نشأة قناة اليوكتيوب عامل مؤثر فى عدد مشتركىها إضافة لعوامل أخرى، كجودة المحتوى، وتميز القائم على القناة، وغيرها. كما يُلاحظ أيضًا قلة أعداد مشتركى هذه القنوات فى المجرى العام، وإن كان بعضها تعدى المليون والنصف؛ ويرجع ذلك لضعف الإقبال على الكتب بوجه عام، وعلى الإقبال على قنوات الكتب، مقارنة بالإقبال الشديد على قنوات الأغاني وغيرها، فذلك مرتبط بقيمة القيم الثقافية فى المجتمع.

٦/٧- عدد مشاهدات فيديوهات أشهر قنوات اليوتيوب العربية

أحيانا تُقدَّر قيمة القناة بعدد مشاهدات فيديوهاتها، فكلما كان عدد مشاهدات فيديوهاتها أكثر، دلَّ ذلك على نشاط القناة والإقبال عليها، وقد تراوحت أعداد مشاهدات فيديوهات أشهر قنوات اليوتيوب العربية ما بين نصف مليون، و٣٨ مليون مشاهدة، ويوضح ذلك الشكل التالي.



شكل (٢) عدد مشاهدات فيديوهات أشهر قنوات اليوتيوب العربية

من الشكل السابق يتضح أن غالب القنوات الأكثر مشاهدة لفيدويوهاها هي القنوات الأسبق نشأة؛ فالقنوات الأكثر مشاهدة لفيدويوهاها كانت نشأتها عام ٢٠١٥ وما قبلها؛ فقناة أخضر التي زاد عدد مشاهدات فيديوهاها عن ٣٨ مليون مشاهدة كانت قد أنشئت عام ٢٠١٥، وقناة سامي البطاطي التي بلغ عدد مشاهدات فيديوهاها ٦,٣٣٠,١٩٩ مشاهدة قد أنشئت في ٢٠١٣، وقناة نضال ريز التي بلغ عدد مشاهدات فيديوهاها ٦,١١٨,٨١٥ مشاهدة قد أنشئت في ٢٠١٥، بينما كانت قناة كوكب الكتب التي أنشئت في نوفمبر ٢٠١٨ هي الأقل عددًا، فلم يزد عدد مشتركها عن عدد مشاهدات فيديوهاها ٤٩٨,٩١٧ مشاهدة، مما يؤكد أن تاريخ نشأة قناة اليوتيوب من أكبر العوامل المؤثرة في عدد مشاهدات فيديوهاها، إضافةً لجودة محتوياتها.

٧/٧- أنشطة أشهر قنوات اليوكتيوب العربية

تعددت أنشطة قنوات اليوكتيوب العربية ما بين: عروض للكتب، وتلخيصها، وترشيحات كتب معينة للقراءة، وتحدي القراءة لقراءة عدد معين من الكتب خلال فترة زمنية محددة، وتخطيط القراءة خلال فترة زمنية مستقبلية محددة، وحصاد القراءة، أي ما تم قراءته خلال فترة زمنية محددة، ومعرض الكتاب، وأهم الإصدارات المتاحة به، ونصائح عند شراء الكتب وأفضل أماكن شرائها، وأسئلة وأجوبة حول الكتب. وقد اختلفت قنوات اليوكتيوب في إتاحة هذه الأنشطة قلّة وكثرة، فكلها قدم عروضاً للكتب، وبعضها زاد على ذلك وقدم أسئلة وأجوبة حول الكتب، مثل قنوات: دودة كتب، وبتاع كتب، وسلفني كتاب، ومن الآخر، وبعضها قدم ترشيحات لكتب معينة ينصح بقراءتها، مثل قنوات: نضال ريدز، وبتاع كتب، وكوكب الكتب، وبعضها أوضح حصاد قراءته في شهر معين أو فصل معين، مثل قنوات: نضال ريدز، وبتاع كتب، وكوكب الكتب، وبعضها قدم ملخصات لكتب قرأها، مثل قنوات: أخضر، وكوكب الكتب. وقنوات أخرى تحدثت عن تجاربها في معارض الكتب، مثل قنوات: دودة كتب، وبتاع كتب. وبعضها أتاح تحدي القراءة، مثل قنوات: سامي البطاطي، ومن الآخر، وقدمت قناة نضال ريدز وقناة كوكب الكتب بعض النصائح عند شراء الكتب، وانفردت قناة نضال ريدز بتوفير خدمة تخطيط القراءة، ويمكن تلخيص أهم أنشطة قنوات اليوكتيوب العربية من خلال الجدول التالي.

جدول (٥) أهم أنشطة قنوات اليوكتيوب العربية

اسم القناة	عروض الكتب	أسئلة وأجوبة	ترشيحات للقراءة	حصاد القراءة	تلخيص الكتب	معرض الكتاب	تحدي القراءة	نصائح شراء الكتب	تخطيط القراءة	المجموع
كوكب الكتب	✓	✗	✓	✓	✓	✗	✗	✓	✗	٥
نضال ريذر	✓	✗	✗	✓	✗	✗	✗	✓	✓	٤
بتاع كتب	✓	✓	✗	✓	✗	✓	✗	✗	✗	٤
من الآخر	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✓	✗	✗	٤
دودة كتب	✓	✓	✗	✗	✗	✓	✗	✗	✗	٣
أخضر	✓	✗	✗	✗	✓	✗	✗	✗	✗	٢
سامي البطاطي	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✓	✗	✗	٢
سلفني كتاب	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	٢
الروائي	✓	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	٢
جيل يقرأ	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	١
المجموع	١٠	٤	٣	٣	٢	٢	٢	٢	١	

يتضح من الجدول السابق أن قناة كوكب الكتب هي الأكثر توفيراً لأنشطة اليوكتيوب، إذ وفرت خمسة أنشطة، هي: عروض الكتب، وترشيحات للقراءة، وحصاد القراءة، وتلخيص الكتب، ونصائح شراء الكتب، بينما كانت أقل القنوات توفيراً لأنشطة اليوكتيوب هي قناة جيل يقرأ؛ إذ وفرت نشاط عروض الكتب فقط، ويرجع هذا التفاوت بين القنوات في توفير أنشطة اليوكتيوب إلى الهدف من القناة، ورؤية القائم عليها، ومدى نشاطها.

كما يتضح من هذا الجدول أن أكثر أنشطة قنوات اليوكتيوب العربية كانت: أسئلة وأجوبة حول الكتب، وترشيحات للقراءة، وحصاد القراءة، بينما كان التخطيط للقراءة هو أقل الأنشطة التي تقدمها هذه القنوات؛ لما يحتاجه ذلك من وضع استراتيجية تفصيلية للكتب، والمدة الزمنية اللازمة للانتهاء من قراءة كل كتاب فيها.

كذلك يتضح من هذا الجدول أن أشهر قنوات اليوكتيوب العربية قدمت جميعها عروضاً للكتب، مما يؤكد أن عروض الكتب هي أكثر وأهم أنشطة قنوات اليوكتيوب على وجه العموم، وأهم أنشطة قنوات اليوكتيوب العربي،

أنشطة قنوات اليوتيوب (Booktube) العربية ————— الفهرست س ٢٠، ع ٧٤ (يوليو ٢٠٢٢)

الأمر الذي يستلزم معه رصد سمات هذه العروض، كمنشأتها، وسياسات نشرها، وموضوعاتها، وعدد مرات مشاهدتها، وعارضيتها، ومدتها الزمنية، ومؤلفيها، ومدى تكرار تحميلها، وغير ذلك مما سيتم إيضاحه فيما يلي.

٨- سمات عروض الكتب العربية والمترجمة المتاحة على اليوتيوب

فيما يلي سيتم إبراز سمات عروض الكتب العربية والمترجمة التي أتاحتها قنوات اليوتيوب العربية، فيما يتعلق بنشرها، وموضوعات الكتب المعروضة، ومؤلفيها، ومدتها الزمنية، ومرات مشاهدتها، ومقدميها.

١/٨- نشر عروض الكتب العربية والمترجمة على اليوتيوب

لمحاولة تغطية هذه الجزئية سيتم تناول تاريخ نشر العروض على اليوتيوب، وأعدادها موزعة على سنوات إتاحتها، ثم عناوينها، وموضوعاتها، وقنوات اليوتيوب التي أتاحتها، وأعداد الكتب التي أتاحتها كل قناة، ثم تناول سياسات نشر هذه العروض، وما يتعلق بنشر العرض على ملف فيديو واحد أو أكثر من ملف، ومدى تكرار إتاحة عرض نفس الكتاب، والمدة البينية بين إتاحة عرض الكتاب أول مرة وإتاحته مرة أخرى، وفيما يلي تفصيل ذلك.

١/١/٨- تاريخ إتاحة عروض الكتب العربية والمترجمة

في عام ٢٠٠٥ قام جاويد كريم أحد مؤسسي يوتيوب بنشر مقطع فيديو، تبلغ مدته ١٨ ثانية فقط، ظهر خلاله واقفاً أمام قفص لفيل في حديقة حيوانات سان دييغو الأمريكية^(٧٥)، وكانت هذه هي بداية نشر ملفات الفيديو على اليوتيوب، أما إتاحة عروض الكتب العربية والمترجمة فقد كانت في أوائل عام ٢٠١٠م؛ وفي هذه الفترة كان اليوتيوب قد أخذ في الانتشار، وزادت شعبيته، وبدأ استخدامه في نشر فيديوهات تتعلق بإعلانات الكتب، وملخصات الكتب، والكتب الصوتية، وعروض الكتب، في هذه الفترة بدأت قناة Rashed Al-Ghazaly بإتاحة أول عرض مرئي للكتب، وكان لكتاب: أسرار خلف الأستار، لأنيس النقاش، وكان ذلك تحديداً في إبريل ٢٠١٠، وفي نفس الشهر من نفس العام عرضت قناة anwarzanaty1122 كتاب تهويد القدس، لأنور زناتي، ثم قناة الاستقامة YouTube التي عرضت

كتاب: الفكر العقدي عند الشيخ بيوض وآثاره في الإصلاح، لحمو بن عيسى الشيهاني، وذلك في نوفمبر ٢٠١١، ومنذ ذلك التاريخ توالى عروض الكتب العربية والمترجمة على قنوات البوكتيوب، وهي منذ ذلك التاريخ في ازدياد.

٢/١/٨- أعداد عروض الكتب موزعة على سنوات إتاحتها

كانت بداية عروض الكتب العربية والمترجمة على قنوات البوكتيوب بداية ضعيفة؛ ففي السنوات الخمس الأولى لم يتح سوى ٤٧ عرضاً، بما يمثل أقل من ٤% من عروض الكتب العربية والمترجمة المتاحة، ومن ثمَّ يعتبر عام ٢٠١٥ هو البداية الحقيقية لعروض الكتب العربية والمترجمة؛ فقد أتيح فيه وحده ما يماثل ما أتيح في خمس سنوات سبقتة، وقد توالى ظهور عروض الكتب العربية والمترجمة وأصبحت في ازدياد من ذلك التاريخ، والجدول التالي يوضح أعداد عروض الكتب العربية والمترجمة موزعة على سنوات إتاحتها.

جدول(٦) أعداد عروض الكتب موزعة على السنوات

النسبة	أعداد الكتب	سنة الإتاحة	يتضح من الجدول
٠,٣%	٤	٢٠١٠	المقابل أن عام ٢٠١٩
٠,١٦%	٢	٢٠١١	كان أكثر الأعوام التي
١,٧%	٢١	٢٠١٢	أُتيح فيها عروض
٠,٧%	٨	٢٠١٣	الكتب العربية
١%	١٢	٢٠١٤	والمترجمة؛ إذ نشر فيه
٤%	٤٤	٢٠١٥	وحده ربع ما نشر على
٩%	١٠٨	٢٠١٦	مدار عشرة أعوام، يليه
٢١%	٢٤٦	٢٠١٧	عام ٢٠١٧، ثم
١٩%	٢٢٨	٢٠١٨	٢٠١٨، وفي رأي
٢٥%	٣٠٠	٢٠١٩	الباحث أن عام ٢٠٢٠
١٨%	٢١٥	٢٠٢٠	سيكون أكثر الأعوام
١٠٠%	١١٨٨	مجموع الكتب	إتاحة لعروض الكتب العربية والمترجمة، إلا

أنشطة قنوات اليوكتيوب (Booktube) العربية ————— الفهرست س ٢٠، ع ٧٤ (يوليو ٢٠٢٢)

أن الباحث توقف في الحصر حتى أكتوبر ٢٠٢٠، فإذا ما اكتمل ٢٠٢٠ سيكون أكثر الأعوام عروضاً.

بينما كان أقل الأعوام إتاحة لعروض الكتب العربية والمترجمة هو عام ٢٠١١، ولعل ذلك كان مرتبطاً بأحداث الربيع العربي، وتبعاته السياسية والثقافية والاقتصادية، كما أن أمر عروض الكتب على اليوكتيوب كان في بدايته.

وترجع هذه الزيادة المستمرة في أعداد عروض الكتب العربية والمترجمة إلى الزيادة المستمرة في أعداد قنوات اليوكتيوب العارضة للكتب، كما سيتضح عند تناول أعداد قنوات اليوكتيوب فيما يلي.

٢/٨- سياسات نشر عروض الكتب العربية والمترجمة على اليوكتيوب

اختلفت سياسات نشر عروض الكتب العربية والمترجمة على اليوكتيوب؛ فاختلقت في مبررات اختيار الكتاب لعرضه، وفي مدى عرض الكتاب في ملف فيديو واحد، أو في عدة ملفات، ومدى تكرار عرض نفس الكتاب، والمدة البينية بين إتاحة عرض الكتاب للمرة الأولى وإعادة عرضه مرة أخرى، وفيما يلي إيضاح ذلك.

١/٢/٨- اختيار الكتب العربية والمترجمة للعرض على اليوكتيوب

يختار مقدمو عروض الكتب العربية والمترجمة لعرضها على اليوكتيوب لعدة مبررات؛ منها أنها تلبى الاحتياجات الموضوعية لدى قطاع عريض من مجتمع القراء، هذا المجتمع الذي يرغب أغلبه في قراءة الروايات وكتب التنمية البشرية وأحياناً كتب الدين الإسلامي، فيلبي العارض رغبتهم في ذلك ويقدم عروضاً لكتب تعالج هذه الموضوعات. أو يختار الكتاب لشهرته؛ كأن يكون هذا الكتاب حقق شهرة واسعة بين مجتمع القراء. أو يعرض الكتاب لشهرة مؤلفه، كأن يكون كتاب صدر حديثاً لمؤلف له قبول في مجتمع القراء، فيختاره العارض، وأحياناً يسارع مقدمو العروض لعرض الكتب التي صدرت حديثاً، كنوع من السبق يحسب لهم، فيعرضون الكتب بمجرد نشرها، أو يقدمون عروضاً للكتب المعروضة بالمعارض الدولية للكتب، أو يرشحون كتباً للقراءة من الكتب المعروضة بهذه المعارض، مثل عرض قناة بتاع كتب

لكتاب: دماغي كده، وشاي بالنعناع، وشربة الحاج داوود، وقهوة باليورانيوم، للمؤلف أحمد خالد توفيق، والطاغية، لإمام عبد الفتاح، والفتنة الكبرى، لطف حسين، ووعاظ السلاطين، لعلي الوردي، وحيونة الإنسان، لممدوح عدوان، وأطفال الزمن تقويم للتاريخ البشري، وأفواه الزمن، والمعانقات، وصياد القصص، وهي للمؤلف إدواردو غاليانو. وقد يقدمون عروضاً لكتب متنوعة من النشر والتداول في بلدانهم، مثل رواية انتخريستوس لأحمد خالد مصطفى، الممنوعة من التداول بالخليج، والتي عرضها سامي البطاطي على قناته، وقد يقدموا عروضاً لكتب أثير حولها الكثير من الجدل والنقاش، مثل كتاب قواعد العشق الأربعون، لإليف شافاق، وقد يكون عرض الكتاب بناءً على رغبة المشاهدين، مثلما يحدث كثيراً في قناة سلفني كتاب، كما أنه قد يكون اختيار الكتب لعرضها هو فوزها بجوائز، مثل رواية فنهنايت ٤٥١، لمؤلفها راي براد بوري، والتي فازت بجائزة بوليتزر ٢٠٠٧، والتي عرضت على قناة Book & Craft، وكذلك رواية الوصايا، لعادل عصمت، والتي وصلت للقائمة القصيرة لبوكر ٢٠١٥، والتي عرضت على قناة The Novelist، وأيضاً رواية ساق البامبو، لسعود السنعوسي التي فازت بالجائزة العالمية للرواية العربية (بوكر) في دورتها السادسة للعام ٢٠١٣، والتي عرضت على قناة Mohammed The Reader، كما أنه قد يتم عرض الكتب التي ترشحت للفوز بجوائز، مثل: رواية بريد الليل، لهدي بركات الرواية المتنبأ بفوزها بالبوكر ٢٠١٩ قبل النتيجة، والتي عرضها طارق عز على قناة كوكب الكتب، وقد يكون اختيار هذه الكتب بعينها للعرض؛ لأنها الأفضل من وجهة نظر العارض، فيتم عرض هذه الكتب تحت مسميات مختلفة، مثل: أفضل سبع روايات قرأتها في ٢٠١٨، والتي عرضها سامي البطاطي على قناته، فعرض رواية أربع وعشرون ساعة من حياة امرأة، لستيفان زفايغ، أو تحت مسمى أفضل ١٠ روايات في ٢٠١٩، كرواية الأخوة كرامازوف، لفيودور دوستيفسكي التي عرضتها ندى الشبراوي على قناة دودة كتب، أو تحت مسمى أفضل ٧ كتب وروايات قرأتها في ٢٠١٩، على قناة سامي البطاطي، فيعرض مثلاً كتاب سيكولوجية

الجماهير، لغوستاف لوبون، ورواية طعام صلاة حب، لإليزابيث جيلبرت، وكتاب الإنسان والبحث عن المعنى، ليفيكتور فرانكل.

وخلاصة ذلك أن شهرة الكتاب المطبوع، أو شهرة مؤلفه، أو حداثة صدوره، أو عرضه بمعارض الكتب الدولية، أو أثير حوله الكثير من الجدل، أو كونه ممنوعاً من النشر، أو لرغبة القراء في عرضه، أو لفوزه بجوائز، هي أهم مقومات عرضه عرضاً مرئياً على البوكتيوب، ويرى الباحث أن هذه المقومات كلها مقومات منطقية، مع أهمية متابعة العارض لتعليقات القراء على العرض، وأهمية وضع إعجاب القراء أو عدم إعجابهم في الحسبان عند عروض الكتب في المستقبل.

٢/٢/٨- مدى عرض الكتاب في أكثر من ملف مرئي

نظراً لطول عرض بعض الكتب، وصعوبة نشرها في ملف واحد، فقد يلجأ العارض إلى تقسيم هذا العرض إلى عدة ملفات مرئية، وقد تقسم هذه الملفات وفقاً لوحدة عضوية معينة، مثل الفصول، أو الموضوعات، كأن يكون كل فصل في ملف، مثل كتاب: القومية العربية في القرن العشرين، لمحمد على قطب الذي عرضه طارق المطيري كل فصل في ملف فيديو، وكذلك كتاب: بيت داروين الورقي، لتوم بيثيل الذي عرضه خالد الشياح، فتناول المقدمة في حلقة، وكل فصل في حلقة. أو يتناول العارض كل موضوع من موضوعات الكتاب في ملف، مثل كتاب: أسرار خلف الأستار، لأنيس النقاش الذي عرضه راشد الغزاوي على ثلاث حلقات. وقد لوحظ في مثل هذه الحالات أن الملفات المرئية غير متساوية زمنياً؛ فبعضها أطول من بعض، وذلك مرتبط بمدى إسهاب العارض في عرض هذا الجزء من الكتاب.

وبهذا يتضح أنه لا معيارية في تحديد عدد ملفات عرض الكتاب، ولا المدة الزمنية لكل ملف، ومن ثم يرى الباحث أن عرض الكتاب في ملف واحد أفضل من تقسيمه لعدة ملفات، قد يصل القارئ لبعضها، وقد يصعب وصوله للبعض الآخر، كما أن تقسيم العرض لأكثر من ملف يفقدها الرؤية النقدية الشاملة للكتاب ككل.

٣/٢/٨ - مدى تكرار عرض نفس الكتاب

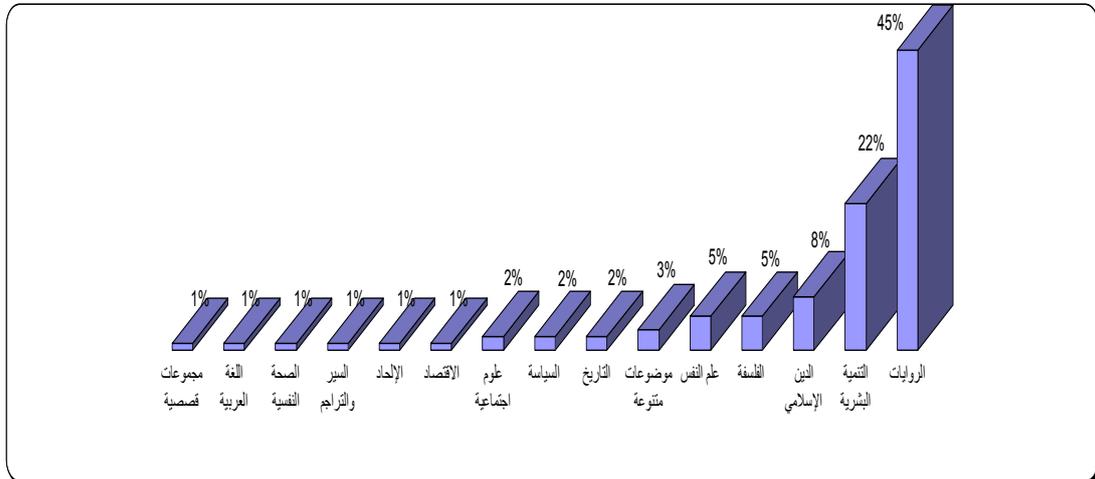
في الغالب يتاح عرض الكتاب العربي أو المترجم مرة واحدة، ولكن لطبيعة بعض الكتب يتم إتاحتها لأكثر من مرة؛ فقد يعرض الكتاب مرتين، مثل كتاب استرداد عمر، لأحمد خيرى العمري الذي عرضته قناة Asluha Thabet في ٢٠١٤/١٢/١٣، وأعدت عرضه قناة سامي البطاطي، في ٢٠١٦/٨/٤، ورواية ابتسم فأنت ميت، لحسن الجندي، الذي عرضته قناة سلفني كتاب في ٢٠١٧/١٠/١٤، وعرضته أيضاً قناة كوكب الكتب في ٢٠١٩ /٨/٢٣. وقد يعرض الكتاب ثلاث مرات، مثل رواية الجوع، لكنوت هامسون التي عرضتها قناة سامي البطاطي في ٢٠١٧/١٢/١٦، وعرضتها قناة Ghadah Alshehri في ٢٠١٨/٠٢/٠٢، وعرضتها قناة كتاب في الخمسينة في ٢٠٢٠/٤/٢٣. وقد يعرض الكتاب أربع مرات، مثل كتاب: اكستاسي، لعبد الهادي العمشان الذي عرضته قناة Shima Ellaffy في ٢٠١٩/٠٩/٠٨، وعرضته قناة Tv Arab في ٢٠٢٠/٠٢/٠٢، وعرضته قناة channel mimi في ٢٠٢٠/٠٢/١٧، وعرضته قناة Ben tahar Arij في ٢٠١٩/٠٧/٠٥. وقد يعرض الكتاب خمس مرات، مثل كتاب: العادات السبع للناس الأكثر فعالية، لستيفن كوفي الذي عرضته قناة Mind Unleashed في ٢٠١٦/١٠/٢٥، وعرضته قناة Ali Muhammad Ali في ٢٠١٨/١٠/٢٦، وعرضته قناة سامي البطاطي في ٢٠١٦/٩/٢٩، وعرضته قناة أخضر في ٢٠١٦/٣/٢٧. وقد يعرض الكتاب ست مرات، مثل رواية: أعجوبة، لبالاسيو الذي عرضته قناة The Novelist ، في ٢٠١٨/٠٩/٢٠، وعرضته قناة Chibi Khaled في ٢٠١٨/١٠/٠٩، وعرضته قناة Book's Life في ٢٠١٩/٠٤/١٣، وعرضته قناة meena raid channel في ٢٠١٩/٠٧/٢٠، وعرضته قناة صغار كبار في ٢٠٢٠/٠٣/١٦، وعرضته قناة Gehad Wagih في ٢٠٢٠/٠٦/٠٦، وعرضته قناة Roori في ٢٠٢٠/٠٧/٠٢.

قد يعرض الكتاب سبع مرات، مثل رواية: الخيميائي، لبوللو كويلو التي عرضتها قناة كتاب في الخمسينة في ٢٠١٩ /٥/٢، وعرضتها قناة Saif Mahmoud في ٢٠١٦/١٢/٢٣، وعرضتها قناة yasmina fawzy في

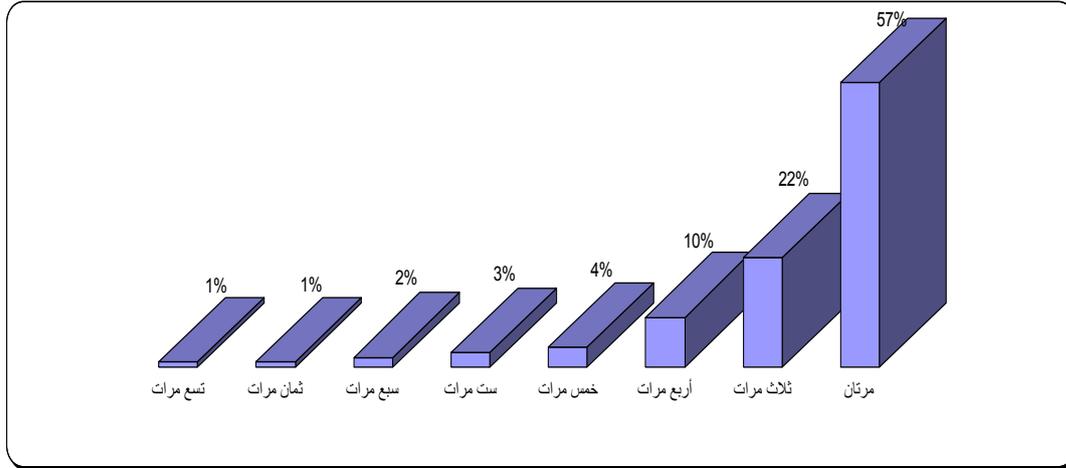
أنشطة قنوات البوكتيوب (Booktube) العربية ————— الفهرست س ٢٠، ع ٧٤ (يوليو ٢٠٢٢)

٢٠١٧/١٢/١٥، وعرضتها قناة اقتباسات في ٢٠١٧/١٢/٢٩، وعرضتها قناة بتاع الكتب في ٢٠١٨/٠١/١٩، وعرضتها قناة سامي البطاطي في ٢٠١٨/٨/٢، وأعدت عرضها مرة أخرى قناة كتاب في الخمسينية في ٢٠٢٠/٠١/٤. وقد يعرض الكتاب أكثر من ذلك. وقد تراوحت معدلات تكرار عرض الكتب ما بين مرتين، وتسع مرات؛ فوصل معدل عرض الكتاب مرتين لـ ٥٧% وهذا أعلى معدل للتكرار، وكان أقلها هو ثمان مرات، وتسع مرات بنسبة ١% لكل منهما، والشكل التالي يوضح معدلات تكرار عرض الكتب.

نظرًا لأن الروايات والتنمية البشرية والدين الإسلامي هي أكثر الموضوعات التي يقبل القراء على قراءتها؛ لذا كانت هي أكثر موضوعات الكتب التي تكرر عرضها، بينما كانت موضوعات الاقتصاد، والإلحاد، والسير والتراجم، والصحة النفسية، واللغة العربية، هي أقل موضوعات الكتب التي تكرر عرضها؛ لأنها كانت أقل الموضوعات قراءة، كما يوضح ذلك الشكل التالي.



شكل (٣) معدلات تكرار عرض الكتب



شكل (٤) موضوعات الكتب المكررة ونسبة تكرارها

من الشكل السابق يتضح أن الكتب التي تكرر عرضها كانت أغلبها روايات، وتنمية بشرية، ودين إسلامي، ويرتبط ذلك بالأساس بأهمية الكتاب ذاته، أو أهمية مؤلفه، وأهم من ذلك بالحاجة لموضوعه.

بهذا فقد اتضح أن إتاحة عروض الكتب العربية والمترجمة قد بدأت في إبريل عام ٢٠١٠م، وكانت بدايات نشأة قنوات البوكتيوب ضعيفة، ثم ما لبثت أن ازدادت وانتشرت، وأن اختيار الكتاب لعرضه يخضع لعدة مقومات، أهمها جاذبية عنوان الكتاب، وشهرة مؤلفه، وموضوعه، وحادثة صدوره، وأنه كان أحياناً يتم عرض الكتاب على قناة، ثم يعاد عرضه على قناة أخرى، وأن عرض الكتاب في الغالب يتم في حلقة واحدة، ونادراً ما كان يتم عرضه على عدة حلقات.

٣/٨- موضوعات الكتب العربية والمترجمة المتاحة على قنوات البوكتيوب

لم تكن قنوات البوكتيوب التي عرضت الكتب العربية والمترجمة مجتمع الدراسة مهتمة بإيضاح موضوع الكتاب الذي تعرضه؛ لذا قام الباحث بتحديد موضوع كل كتاب تم حصره، وكان يتم ذلك أحياناً من خلال عنوان الكتاب؛ فبعض الكتب يتضح موضوعها من خلال عناوينها، مثل: السيرة النبوية الصحيحة، وتقنية التحليل النفسي، وتاريخ القرن التاسع عشر، وغيرها. إلا أن هناك الكثير من الكتب لا توشي عناوينها بموضوعاتها، من ذلك: تلمود نرت، وحديث الصباح، ودفاتر سرية، وغيرها، فكان يلزم الباحث لتحديد

أنشطة قنوات اليوتيوب (Booktube) العربية ————— الفهرست س ٢٠، ع ٧٤ (يوليو ٢٠٢٢)

موضوعات أمثال هذه الكتب الاستعانة بأدوات ووسائل، مثل: فهارس المكتبات، أو العروض التقليدية للكتب، أو مواقع بائعي الكتب، أو غيرها. وبعدها تم الانتهاء من تحديد موضوعات كل عروض الكتب مجتمع الدراسة، كان لا بد من تحديد أعداد كتب كل موضوع على حدة، لمعرفة الموضوعات التي عالجتها الكتب مجتمع الدراسة، وتحديد حجم معالجة كل موضوع، واتضح أن الكتب مجتمع الدراسة تعالج ٣٠ موضوعاً مخصصاً، تم اختيار هذه الموضوعات بعينها ما بين العمومية والإغراق في التخصص، كالدين الإسلامي، والدين المسيحي، والتنمية البشرية، والسياسة، والتاريخ، والجغرافيا، والفيزياء والأحياء، والحب، والإدارة، والإعلام، وغيرها.

م	الموضوع	عدد الكتب	النسبة
١.	الروايات والمجموعات القصصية	٤٧٤	%٤٠
٢.	التنمية البشرية	٢١٩	%١٨
٣.	الدين الإسلامي	٩١	%٧,٦
٤.	السياسة	٨٠	%٦,٧
٥.	التاريخ	٥٥	%٥
٦.	الفلسفة	٤٢	%٣,٥
٧.	القضايا الاجتماعية	٤١	%٣,٥
٨.	الموضوعات المتنوعة	٢٦	%٢,٢
٩.	السير والتراجم	٢٠	%١,٧
١٠.	التربية	١٩	%١,٦
١١.	علم النفس	١٨	%١,٥
١٢.	الموضوعات اللغوية	١٥	%١,٣
١٣.	الاقتصاد	١٢	%١
١٤.	الأدب العربي	١١	%٠,٩
١٥.	الدين المسيحي	١١	%٠,٩
١٦.	الفرق والمذاهب	٨	%٠,٧
١٧.	الخواطر والمواقف الساخرة	٨	%٠,٧
١٨.	المرأة	٦	%٠,٥
١٩.	القراءة والمكتبات	٦	%٠,٥
٢٠.	أدب الرحلات	٤	%٠,٤

٢١.	التغذية	٣	٠,٤%
٢٢.	الحب	٣	٠,٤%
٢٣.	الصحة العامة	٣	٠,٤%
٢٤.	الإعلام	٣	٠,٤%
٢٥.	الإدارة	٢	٠,٢%
٢٦.	الحاسب الآلي	٢	٠,٢%
٢٧.	الرياضيات	٢	٠,٢%
٢٨.	الفيزياء	٢	٠,٢%
٢٩.	الأحياء	١	٠,١%
٣٠.	الجغرافيا	١	٠,١%
	المجموع	١١٨٨	١٠٠%

جدول (٧) موضوعات عروض الكتب العربية والمترجمة على البوكتيوب

ولمعرفة مدى معالجة عروض الكتب للموضوعات كان لا بد من حصر عدد الكتب التي تتناول كل موضوع، لتحديد مستوى تناول كل موضوع؛ فلم تكن الموضوعات التي تناولتها عروض الكتب في نفس مستوى التناول والمعالجة؛ فبعضها تم تناوله في مئات من الكتب، مثل موضوعات: الروايات، والتنمية البشرية، وبعضها تم تناولها في بضع عشرات من الكتب؛ كالدين الإسلامي، والسياسة، والتاريخ، والفلسفة، والقضايا الاجتماعية، وموضوعات تم تناولها في أعداد قليلة من الكتب، كالتربية، وعلم النفس، والموضوعات اللغوية، وموضوعات لم يتم تناولها إلا في كتاب أو كتابين؛ كالحاسب الآلي، والرياضيات، والفيزياء، والأحياء، والجغرافيا، وفيما يلي موضوعات عروض الكتب العربية والمترجمة التي تم عرضها على اليوتيوب، وعدد ونسبة العروض التي عالجتها، يوضحها الجدول المقابل.

يتضح من هذا الجدول: أن موضوعات عروض الكتب انقسمت لثلاثة مستويات: موضوعات كثيرة التناول، وموضوعات قليلة التناول، وموضوعات نادرة التناول؛ فالموضوعات كثيرة التناول، هي موضوعات تم تناولها في أكثر من خمسين كتاباً، وهي: الروايات، والتنمية البشرية، والدين الإسلامي، والسياسة، والتاريخ، وقد كانت هذه الموضوعات الأكثر تناولاً، لإقبال القراء المكثف على قراءتها، ورغبة القائمين على هذه القنوات بهذه النوعية من الكتب.

قد أتت الروايات والمجموعات القصصية في المرتبة الأولى؛ ذلك لإقبال القراء الشديد عليها، الذي يرجع إلى احتمال عيشهم في حياة ثانية داخل العالم الروائي، بما يمثل لذة تبهر القارئ، وأن الرواية تمنح القارئ دخول تجارب إنسانية^(٧٦). والرواية تماشي الواقع، وهي حية، وحيوية، ومتحركة، ونابضة بالحياة. إضافةً إلى جانب التفصيل في الرواية التي تشبع فضول الإنسان، وتغريه بالبقاء والمتابعة لمعرفة الأحداث، والصراحة على مستوى القضايا وعلى مستوى اللغة، فالرواية تطرح الموضوعات المجتمعية بوضوح وصراحة شديدين^(٧٧)، يُضاف إلى ذلك أيضاً متعة السرد، ومتعة التخيل، ومتعة اللغة، ومتعة الإيهام، والمتعة الشعورية المتمثلة في التشويق والإثارة^(٧٨).

ثم تأتي عروض كتب التنمية البشرية في المرتبة الثانية؛ ذلك لأنه مجال موضوعي يعالج العديد من النواحي الذهنية والعاطفية والاجتماعية وتطوير الذات، وتأتي تاليةً عروض الكتب التي تتناول الدين الإسلامي؛ ذلك لأن المرء يجد ذاته في تراثه ودينه وسلفه الصالح، ويجد مبتغاه في خطاب يخفف عنه إخفاقات واقع صعب^(٧٩)، ويجيب عن أسئلته الذاتية أو المجتمعية بصفة عامة.

أما الموضوعات قليلة التناول، فهي الموضوعات تم تناول كل موضوع منها ما بين عشرة كتب وخمسين كتاباً، وهي موضوعات: الفلسفة، والقضايا الاجتماعية، السير والتراجم، والتربية، وعلم النفس، والموضوعات اللغوية، والمجموعات القصصية، والاقتصاد، والأدب العربي، والدين المسيحي. وأما الموضوعات نادرة التناول؛ فمن أمثلتها التغذية، والحب، والصحة العامة، والإعلام، والإدارة، والحاسب الآلي، والرياضيات، والفيزياء، والأحياء، والجغرافيا؛ لأنه لا يقبل على قراءتها الكثير من القراء، ولا يكفي حديث العارض في إيضاح عرضها؛ بل تحتاج إلى صور ورسوم ورموز. لم تظهر في قائمة الأعلى عروضاً موضوعات علمية، مثل: الكيمياء، أو الطب، أو الهندسة؛ وذلك لأن بعض العارضين يخشى الاقتراب منها، إما لصعوبتها على مداركه، أو لقلة الإقبال على قراءتها^(٨٠).

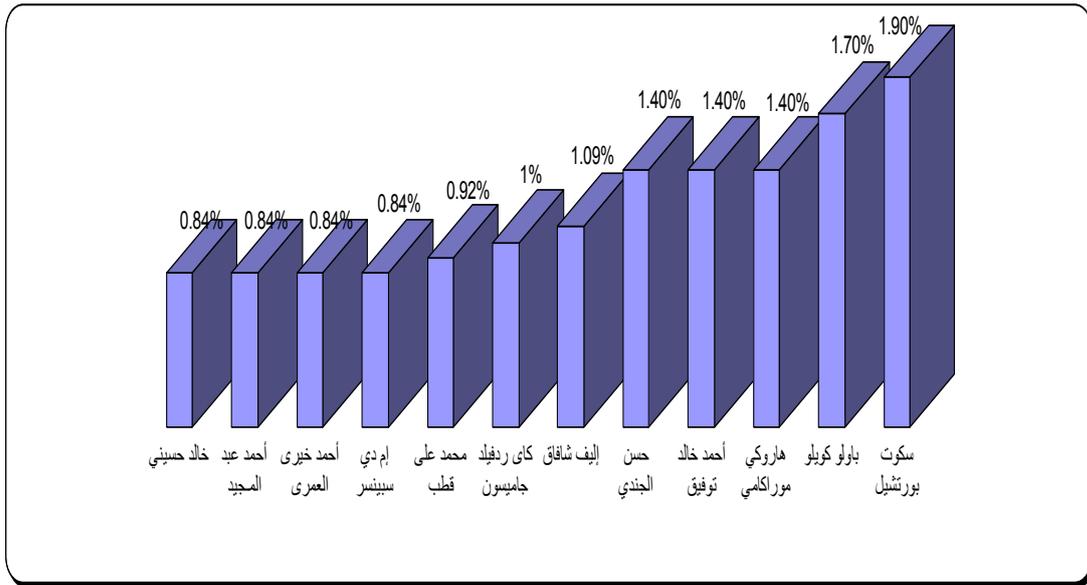
د. مجدى عبد الجواد الجاكي _____ الفهرست س ٢٠، ع ٧٤ (يوليو ٢٠٢٢)

مما سبق يتضح أن اختلاف أعداد عروض الكتب التي تغطي مجالات موضوعية معينة يتأثر برؤية وسياسة ورغبة القائمين على القنوات التي تتيح عروض الكتب، كما تتأثر بشكل أكبر برغبات القراء والموضوعات التي يقبلون على قراءتها.

٤/٨- مؤلفو الكتب العربية والمترجمة المعروضة على البوكتيوب

في هذه الجزئية ستحدد الدراسة وتحلل أعداد مؤلفي الكتب العربية والمترجمة المعروضة على البوكتيوب، وأعداد الكتب التي ألفوها، ونوعهم، كما سيوضح فيما يلي.

١/٤/٨- أعداد مؤلفي الكتب العربية والمترجمة المعروضة على البوكتيوب، وأعداد الكتب التي عرضت لهم.



شكل (٥) المؤلفون الذي عُرضَ لكتبهم عشرة عروض فأكثر

كان لـ ٦٦٣ مؤلفاً ١١٨٨ عرضاً مرثياً مجتمع الدراسة؛ وبدراسة هؤلاء المؤلفين كانت النتيجة متوافقة إلى حدٍ كبيرٍ مع قانون Lotka للإنتاج العلمية، ويهتم هذا القانون بوصف عدد المؤلفين ذوي الغزارة في الإنتاج الفكري، والذي يَنْصُ على أن ٦١% من المؤلفين يُسهمون بعمل فكري واحد، و ١٥% يسهمون بنشر عمليين فكريين، و ٧% يسهمون بثلاثة أعمال

منشورة، وأقل من ١% من المؤلفين يسهمون بنشر عشرة أعمال أو أكثر من الأعمال الفكرية^(٨١)؛ فقد أثبتت الدراسة أن ٧٢% من مؤلفي الكتب العربية والمترجمة المعروضة على اليوتيوب لم يتح لكل واحد منهم إلا عرض مرئي واحد، مثل: محمد بشناق، وليانا بدر، وفهد العودة، و١٣% من المؤلفين كان لكل واحد منهم كتابان، مثل: فهد عامر الأحمد، وكريم جمال، ومحمد نور سويد، و٥،٧% من المؤلفين لكل واحد منهم ثلاثة كتب، مثل: طه حسين، وعبد الوهاب المسيري، وعلي الطنطاوي. و٣،٣% من المؤلفين لكل واحد منهم أربعة كتب، مثل: نيكولو مكيافيلي، وإمام عبد الفتاح، وأيمن العتوم، و١،٥% من المؤلفين لكل واحد منهم خمسة كتب، مثل: نيكولاي غوغول، وأحمد يونس، وعمرو عبد الحميد.

أما الذين تعددت مرات عرض كتبهم عشر مرات فأكثر، فبلغوا ١٢ مؤلفاً، منهم من بلغت مرات عرض كتبه عشر مرات، مثل إم دي سبينسر، وبعضهم زادت مرات عرض كتبه ١٥ مرة، مثل: أحمد خالد توفيق، وبعضهم بلغت مرات عرض كتبه ٢٠ مرة، مثل باولو كويلو، وبعضهم زادت مرات عرض كتبه عن ذلك، مثل سكوت بورتشيل الذي عرضت كتبه ٢٢ مرة، والشكل التالي يوضح أسماء المؤلفين الذين عرضت كتبهم أكثر من عشر مرات.

من الشكل يتضح أن سكوت بورتشيل، وباولو كويلو، وهاروكي موراكامي، وأحمد خالد توفيق، وحسن الجندي، هم أكثر المؤلفين عرضاً لكتبهم، وقد يرجع ذلك لطبيعة المجال الموضوعي الذي تناوله هؤلاء المؤلفون، فأما سكوت بورتشيل فهو يؤلف في مجال السياسة، بينما الأربعة الآخرون يؤلفون الروايات، وكلا المجالين يقبل عليهما القراء.

جدول (٨) مرات تعدد كتب نفس المؤلف ونسبة المؤلفين

نسبة المؤلفين	عدد المؤلفين	مرات تعدد كتب نفس المؤلف
٧٢%	٤٧٨	١
١٣%	٨٦	٢
٥،٧%	٣٨	٣
٣،٣%	٢٢	٤
١،٥%	١٠	٥
١،٢%	٨	٦
٠،٩%	٦	٧
٠،٤٥%	٣	٨
٠،٦%	٤	١٠
٠،١٥%	١	١١
٠،١٥%	١	١٢
٠،١٥%	١	١٣
٠،٤٥%	٣	١٦
٠،١٥%	١	٢٠
٠،١٥%	١	٢٢
١٠٠%	٦٦٣	المجموع

وهكذا تنوع المؤلفون المعروض لكتبهم، ما بين مرة واحدة، وأكثر من عشرين مرة، والجدول المقابل يوضح أعداد المؤلفين الذين تعددت مرات عرض كتبهم، وعدد مرات عرضها.

ويبدو أن المؤثر الأكبر تعدد عرض الكتب لبعض المؤلفين هو المجال الموضوعي الذي يتناوله، فكلما كان المؤلف متنوعاً مجالات موضوعية التي يميل إليها القراء، تعددت مرات عرض كتبه.

٢/٤/٨- جنس مؤلفي الكتب العربية

والمترجمة المعروضة على البوكتيوب اشترك في تأليف الكتب العربية والمترجمة المعروضة على البوكتيوب كل من المؤلفين الذكور، والنساء، والعرب والأجانب، إضافة إلى الهيئات، كما سيوضح فيما يلي.

أ- المؤلفون الذكور

اشترك في تأليف الكتب العربية والمترجمة المعروضة على البوكتيوب المؤلفون الذكور، وبلغ عددهم ٥٦٧ مؤلفاً، بما يمثل ٨٥،٥% من عدد مؤلفي الكتب العربية والمترجمة المعروضة على البوكتيوب، وقد عرض لهم ١٠٥٩ عرضاً، بما يساوي ٨٩% من عروض الكتب محل الدراسة. وقد بلغ الذكور هذه النسبة الكبيرة نظراً لطبيعة موضوعات كتبهم التي تتناول ما يقبل عليه القراء، إضافةً لزيادة عدد الذكور عن الإناث في سوق النشر.

وكان سكوت بورتشيل هو أكثر المؤلفين من الذكور، وعرض له ٢٢ عرضاً، وباولو كويلو وعرض له ٢٠ عرضاً، وهاروكي موراكامي وعرض

أنشطة قنوات البوكتيوب (Booktube) العربية ————— الفهرست س ٢٠، ع ٧٤ (يوليو ٢٠٢٢)

له ١٦ عرضًا، وكذلك أحمد خالد توفيق، وحسن الجندي، وأربع أخماس هؤلاء المؤلفين مجال عملهم هو الروايات، تلك التي تلقى القبول عند الغالب الأعم من القراء.

وقد انقسم المؤلفون الذكور إلى قدامى، ومعاصرين، وأجانب؛ فكان من بين المؤلفين القدامى الذين عرض لهم كتب: ابن أبي الدنيا، وابن القيم، وابن المقفع، وابن تيمية، وابن جبير الأندلسي، وابن خلدون، وابن ريان، وابن سينا، وأبو الحسن بن كيسان، والخوارزمي، والجاحظ، والخطابي، والزرنوجي، والسيوطي، والشافعي، والشعراني، وغيرهم. وكان من بين المؤلفين العرب المعاصرين: نبيل فاروق، وعلاء الاسواني، وعبد القادر زينو، وصنع الله إبراهيم، وطارق السويدان، وشادي لويس، وسامح شاكرا، وسلطان العميري، وسلمان العودة، وغيرهم. أما المؤلفون الأجانب، فكان من بينهم سكوت بورتشيل، وباولو كويلو، وهاروكي موراكامي، وكاي ردفيلد، جاميسون، روبرت جرين، وكارلوس زافون، ومالكوم جلاوديل، وجون جراي، ودابل كارنيجي، وستيفان زفايغ، وفيودور دوستوفسكي، وغيرهم.

ب - المؤلفات الإناث

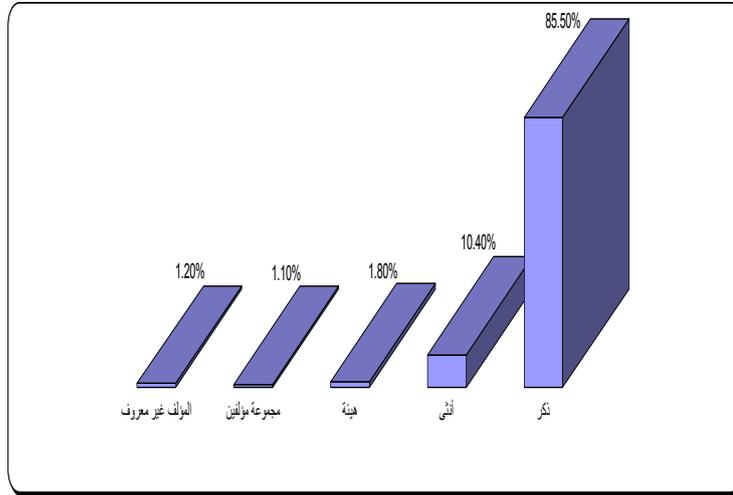
كما ظهرت أيضًا المؤلفات الإناث، وبلغ عددهن ٦٩ مؤلفةً، بما يمثل ١٠،٤% من عدد المؤلفين مجتمع الدراسة، وقد ألفن ١٠٢ كتاب، بما يمثل ٨،٦% من عروض الكتب محل الدراسة، وكانت كلهن من المعاصرات، مثل: خولة حمدي، دعاء عبد الرحمن، ورائيا الطنوبي، وصبرينة غلمي، وغادة كريم، وقماشة العليان، وكوثر مصطفى، ومروى جوهر، ومنى سلامة، وغيرهن.

ومنهن أيضًا المؤلفات الأجنبية، مثل: اليك ماكينزي، وأنا بارتس، وإيزابيل ليندي، وفريجينا وولف، ولويزا أليكوت، ومارلا سيللي، وماري كوندو، وماسينيسا تيبلاي، وميشيلا مارزانو، وميلان كونديرا، وغيرهن.

ج - الهيئات

كان للهيئات كتب عربية ومترجمة معروضة على البوكتيوب، وبلغت ١٢ هيئة، بما يمثل ١،٨% من عدد مؤلفي الكتب العربية والمترجمة المعروضة

على البوكتيوب، وكان لكل هيئة كتاب واحد، بما يمثل مجموعها ١% من عروض الكتب.



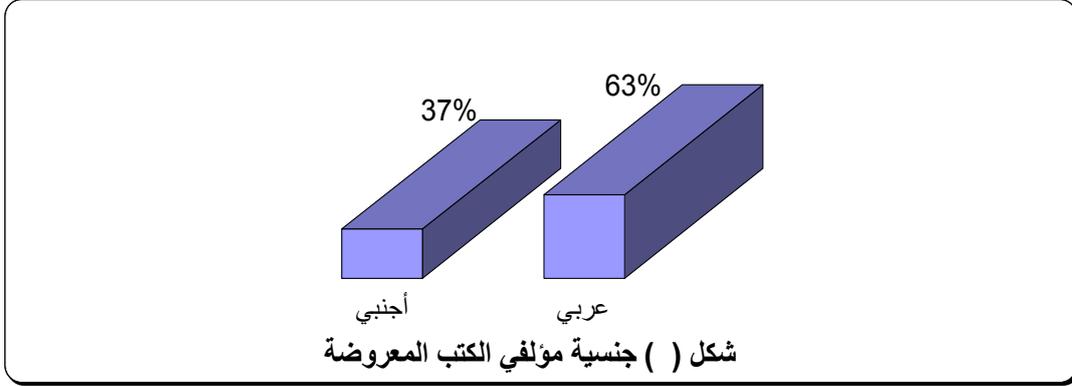
إضافةً إلى المؤلفين الذكور والإناث والهيئات، وجدت كتب غير معروفة المؤلف، بلغ عددها ثمانية كتب، وكتب اشترك في تأليفها أكثر من مؤلف، بلغت سبعة

كتب، والشكل المقابل يوضح جنس المؤلفين وأعدادهم.

هكذا اتضح أن أكثر من ٨٥% من المؤلفين كانوا من الذكور، بما يساوي أكثر من ثمانية أضعاف نسبة الإناث، بينما لم تصل نسبة الهيئات إلى ٢%، ولعل هذه النسب تتوافق مع عدد المؤلفين العاملين في مجال التأليف بشكل عام.

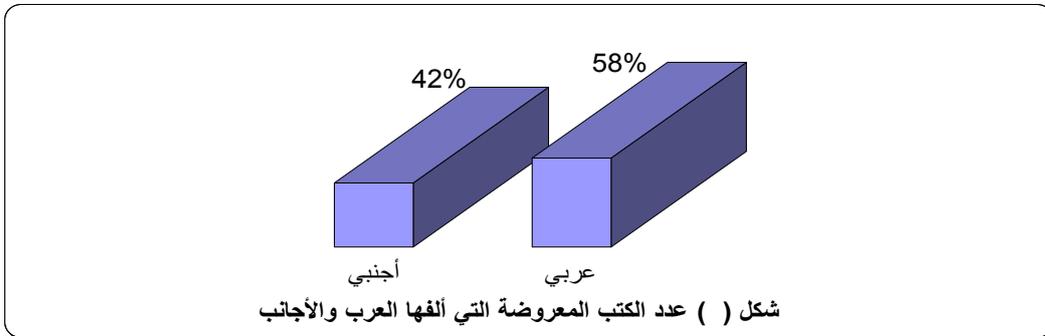
٣/٤/٨ - جنسية مؤلفي الكتب العربية والمترجمة المعروضة على البوكتيوب
ليس الغرض من هذه النقطة هو التحديد التفصيلي لجنسية المؤلف أو الدولة التي ينتمي إليها، وإنما الغرض هو تحديد ما إذا كان المؤلف عربيًا أم أجنبيًا، وذلك لمعرفة حجم عروض الكتب المترجمة، مقارنة بعروض الكتب العربية، لما للترجمة من أهمية؛ فقد كانت الترجمة - ولا تزال - أحد أبرز المعايير التي يقاس بها حجم التطور الثقافي والعلمي؛ إذ إنها تجسد المرحلة الثانية في حركة التفاعل الثقافي بعد مرحلة التأليف، ويبرز الدور الإنساني للترجمة من خلال ما تقوم به من دور الوساطة بين الثقافات المختلفة، والترجمة هي الأداة الفاعلة في تكوين الحضارة العالمية المشتركة للجنس البشري، فمن خلال الترجمة يمكن للأفكار أن تتلاقى وتتوالد أفكار جديدة تدعم بنية الحضارة الإنسانية، وكلما تزايد مستوى النشاط الترجمي، أمكن للحضارة الإنسانية أن تزدهر وتتطور، والترجمة هي السبيل إلى معرفة

أنشطة قنوات اليوتيوب (Booktube) العربية ————— الفهرست س ٢٠، ع ٧٤ (يوليو ٢٠٢٢)
الأخر، والتواصل معه، وخلق التفاعل الثقافي والحضاري معه، وهذا يصب
في مصلحة الارتقاء بالحضارة الإنسانية عمومًا، وفي تطوير ثقافات الأمم
على وجه الخصوص.



شكل (٧) جنسية مؤلفي الكتب المعروضة

تأكيدًا على أهمية الترجمة توصلت الدراسة إلى أن عدد الكتب المترجمة
يزيد عن ثلث عدد عروض الكتب محل الدراسة، والشكل المقابل (٧) يوضح
نسبة المؤلفين الأجانب ونسبة المؤلفين العرب، مقارنة بالعدد الكلي للمؤلفين.



شكل (٨) عدد الكتب المعروضة التي ألفها العرب والأجانب

إذا كان عدد المؤلفين العرب المعروضة كتبهم يقترب من ضعف عدد
المؤلفين الأجانب، فإن عدد الكتب التي ألفها المؤلفون الأجانب تقارب عدد
الكتب التي ألفها العرب، والشكل المقابل (٨) يوضح نسبة الكتب العربية
ونسبة الكتب الأجنبية.

من الشكل السابق يتضح أن عدد عروض الكتب الأجنبية المترجمة تقارب
نصف عروض الكتب العربية، إلا أن غالب هذه الكتب الأجنبية كانت

روايات، وكتب تعالج التنمية البشرية؛ لذا تظهر حاجة متزايدة إلى زيادة نشاط الترجمة وصناعتها في مجالات العلوم التطبيقية، والتأسيس لها كصناعة لها قيمتها ودورها في المجتمع؛ فلقد أثبت الواقع أن هناك ارتباطاً طردياً بين عدد ما تترجمه الأمم من مؤلفات وما تحزره من تطور وتقدم.

وخلاصة الأمر أن كلاً من المؤلفين الذكور، والنساء، والعرب والأجانب، والهيئات، قد اشترك في تأليف الكتب العربية والمترجمة المعروضة على البوكتيوب، إلا أن المؤلفين كانوا أكثر من المؤلفات، وكان العرب أكثر من الأجانب، وكان المعاصرون أكثر من القدامى.

٥/٨- المدة الزمنية لعروض الكتب العربية والمترجمة على البوكتيوب

يقصد بها المدة الزمنية التي يستغرقها المشاهد للانتهاء من مشاهدة الملف المرئي لعرض الكتاب، وقد ظهرت عروض الكتب العربية والمترجمة متفاوتة في المدة الزمنية؛ إذ تراوحت ما بين عدة ثوانٍ، وعدة ساعات؛ فكان بعضها أقل من دقيقة، مثل عرض كتاب: مجرد جلوس، للمؤلفة إليزابيث نوفوغراتز، والذي عرض على قناة Rania Salem، واستغرق العرض ٢٤ ثانية، وكتاب: موقف العقل والعلم والعالم من رب العالمين وعبادة المرسلين، لمصطفى صبري، والذي عرض على قناة ممداد مسموع، واستغرق ٢٩ ثانية، وكتاب: أنشودة المقهى الحزين، لكارسن ماكالرز، على قناة lovecraft، والذي استغرق ٣٥ ثانية. وبعضها زاد عن دقيقة، مثل كتاب: نزهة على مركبة الجليد، لمؤلفه س. كورينا بيل، والذي عرض على قناة Rania Salem، واستغرق ٣٤:٠١. وبعضها زاد عن خمس دقائق، مثل كتاب: لسان آدم، لعبدالفتاح كيليطو، والذي عرض على قناة سامي البطاطي، واستغرق ٠٦:٠٠ دقائق. وبعضها زاد عن عشر دقائق، مثل كتاب: الحي التاسع، لمحمد خيرى، على قناة سلفني كتاب، واستغرق ١٠:٠٣ دقائق. وبعضها زاد عن ربع ساعة، مثل كتاب: مخطوطة وُجدت في عكرا، لباولو كيوليو، على قناة Ahmed Magdy، واستغرق ١٧:٠٢ دقيقة. وبعضها زاد عن نصف ساعة، مثل كتاب: قبسات ٢، لبلال القادري، وعرض على قناة kabasatbook، واستغرق ٣٨:٠١. وفي المقابل كانت هناك عروض للكتب استغرقت وقتاً طويلاً من وجهة نظر الباحث؛ فبعضها زاد

أنشطة قنوات اليوتيوب (Booktube) العربية ————— الفهرست س ٢٠، ع ٧٤ (يوليو ٢٠٢٢)

عن ساعة، مثل كتاب: فلسطين المكان والمكانة، ليوسف جمعة سلامة، وعرض على قناة طريق القدس، واستغرق ٢٤:٠٦:٠١. وبعضها زاد عن ساعتين، مثل كتاب: دستور الأخلاق في القرآن، لمحمد عبد الله دراز، وعرض على قناة أسمار وأفكار، واستغرق ٣٠:٠٢:٠٠. وبعضها تخطى الثلاث ساعات، مثل كتاب: عمارة الأرض في الإسلام، لجميل عبد القادر أكبر، على قناة Jamel Akbar، واستغرق ٤٥:١٣:٠٣. وقد أمكن تقسيم مدة عروض الكتب لأحد عشر مستوى، يوضحها الجدول التالي.

جدول (٩) مستويات مدة عروض الكتب المرئية على اليوتيوب

النسبة	عدد عروض الكتب بهذه المدة	مدة المشاهدة
١,٢%	١٤	أقل من دقيقة
٣٣,٣%	٣٩٥	ما بين دقيقة حتى أقل من خمس دقائق
٣٦,٤%	٤٣٢	ما بين ٥ حتى أقل من ١٠ دقائق
١٣,٢%	١٥٦	ما بين ١٠ حتى أقل من ١٥ دقائق
٣,٢%	٣٨	ما بين ١٥ حتى أقل من ٢٠ دقائق
٣,٤%	٤١	ما بين ٢٠ حتى أقل من ٢٥ دقائق
٢%	٢٤	ما بين ٢٥ حتى أقل من ٣٠ دقائق
٤,٣%	٥٢	ما بين ٣٠ حتى أقل من ٦٠ دقائق
٢,٥%	٣٠	ما بين ساعة حتى أقل من ساعتين
٠,٤%	٥	ما بين ساعتين حتى أقل من ثلاث ساعات
٠,١%	١	أكثر من ثلاث ساعات
١٠٠%	١١٨٨	مجموع الكتب

من هذا الجدول يتضح أن عدد ١٤ عرضاً بما يساوي ١,٢% من عروض الكتب مجتمع الدراسة، كانت أقل من دقيقة، وتراوح بين ٢٠ ثانية و٥٧ ثانية، وهي مدة قصيرة للغاية، لا يقبل أن يكون هناك عرض أقل من دقيقة، ففي هذه المدة القصيرة لا يستطيع مقدم العرض أن يذكر شيئاً عن الكتاب، ولكن يبدو أن هذه العروض كانت مجرد إعلانات للكتب في صورة عروض. كما يتضح أن ٣٦ عرضاً، بما يمثل ٣% من العروض تزيد عن ساعة، وبعضها تجاوز الساعتين، وبعضها تجاوز ثلاث ساعات، وهي مدة طويلة وغير مقبولة، ففي هذه المدة الطويلة يتسرب السأم والضجر لنفس المشاهد.

المدة المثالية في رأي الباحث في حدود الدقائق العشر، وهذا ما أظهرته الدراسة، فقد اتضح من نفس الجدول أيضاً أن قرابة ثلاثة أرباع عروض الكتب العربية والمترجمة على البوكتيوب تراوحت ما بين عدة ثوانٍ، وعشر دقائق، وبلغت نسبتها تحديداً ٧١% من عدد عروض الكتب، ويرى الباحث أن هذا زمن مناسب لعرض الكتاب، ويمكن أن تزيد هذه المدة دقيقتين أو ثلاث، فيستطيع مقدم العرض تقديم ما عنده عن الكتاب، وفي نفس الوقت لا يمل المشاهد من ذلك، فهي مدة مثالية ما بين الاختصار المخل، والطول الممل.

٦/٨- مرات مشاهدة عروض الكتب العربية والمترجمة على البوكتيوب

على الرغم من أن الفيديو الذي نشره جاويد كريم أحد مؤسسي يوتيوب، هو مقطع الفيديو الأول الذي نشر على يوتيوب عام ٢٠٠٥، إلا أن عدد مشاهدات لم يتعدَّ ٩٠ مليون مشاهدة، وهذا الرقم يبدو ضئيلاً إذا تمَّت مقارنته بعدد المشاهدات الأكثر في تاريخ يوتيوب، والتي تبلغ ٦،٧ مليار مشاهدة لأغنية إسبانية تعود إلى عام ٢٠١٧م^(٨٢).

فيما يلي تحديد مرات مشاهدة عرض كل كتاب على حدة، ومستويات مشاهدة عروض الكتب، والمؤثرات التي تؤثر على عدد المرات، وسمات عروض الكتب الأكثر مشاهدةً، وبعض الملاحظات حول عدد مرات مشاهدة عروض الكتب.

١/٦/٨- مستويات مشاهدة عروض الكتب على البوكتيوب

بعض عروض الكتب لم تتم مشاهدتها سوى مرة واحدة، مثل: كنانة الفوائد المعروض على قناة محمد الفريح، وبعضها لم تزيد مرات مشاهدتها عن خمس مرات، مثل: الانحرافات العقديّة، المعروض على قناة عبد الملك الصالح، وبعضها شوهد عشر مرات فقط، مثل: اللغة العربية وكيف ننهض بها نطقاً وكتابةً، المعروض على قناة الشاعر الدرعمي محمد حجاج، وبعضها شوهد ١٠٠ مرة، مثل: المايسترو مدحت وردة أسطورة كرة السلة، المعروض على قناة محمد يوسف، وبعضها شوهد ألف مرة، مثل: نظريات العلاقات الدولية (١١): الليبرالية والحل السياسي، المعروض على قناة مشكاة، وبعضها شوهد أكثر من ذلك، حتى تعدَّت مرات مشاهدتها المليون، مثل: العادات السبع للناس الأكثر فعالية، المعروض على قناة أخضر.

كما يتضح أن قرابة ثلث عروض الكتب تم مشاهدتها أقل من ٥٠٠ مرة فقط، وأكثر من الثلث تم مشاهدتها أقل من ٥٠٠٠ مرة، ولم يقترب من المليون مرة مشاهدة سوى ١١% شوهدوا ما بين ٥٠,٠٠٠ مرة وأقل من المليون، بينما زاد عن المليون مشاهدة ثلاثة كتب من أصل ١١٨٨ كتابًا.

جدول (١٠) مستويات مشاهدة عروض الكتب العربية والمترجمة

النسبة	عدد العروض	عدد مرات مشاهدة العرض
٢٨%	٣٣٢	١ : ٤٩٩
١٠,٥%	١٢٧	٥٠٠ : ٩٩٩
٢٥,٥%	٣٠٤	١,٠٠٠ : ٤,٩٩٩
٨%	١٠٠	٥,٠٠٠ : ٩,٩٩٩
١٦%	١٨٨	١,٠٠٠ : ٤٩,٩٩٩
٤,٤%	٥٢	٥٠,٠٠٠ : ٩٩,٩٩٩
٥,٥%	٦٥	١٠٠,٠٠٠ : ٤٩٩,٩٩٩
١,٤%	١٧	٥٠٠,٠٠٠ : ٩٩٩,٩٩٩
٠,٢٥%	٣	أكثر من مليون
١٠٠%	١١٨٨	المجموع

قد أمكن تقسيم عروض الكتب وفقًا لمرات مشاهدتها لتسع مستويات، يوضحها الجدول المقابل.

من هذا الجدول يتضح أن ٩٠% من عروض الكتب لم يصل عدد مرات مشاهدتها إلى ٥٠,٠٠٠ ألف مرة، ولم يصل ثلاثة

أرباعهم إلى ١٠,٠٠٠ مشاهدة، والـ ١٠,٠٠٠ مرة أو حتى الـ ٥٠,٠٠٠ ألف مشاهدة في مجتمع ملفات الفيديو على اليوتيوب لا يعد رقمًا كبيرًا؛ فكثير من عروض الكتب الأجنبية المتاحة على اليوتيوب تجاوزت مشاهدته عدة ملايين؛ مثل كتاب **The Walking Dead Pop** الذي عرض في ٢٤/١١/٢٠١٥ حقق ١٩٢,٧٨٦,١٣ مشاهدة، وكتاب **Miraculous Ladybug and Cat Noir Painting** الذي عرض في ٠٥/٠٢/٢٠١٨ حقق ٨٦٢,٩١٤,٩٩٤ مشاهدة، وكتاب **THE 7 HABITS OF HIGHLY EFFECTIVE PEOPLE** الذي عرض في ٢٨/٠٣/٢٠١٥ حقق ٨,٠٣٥,٥٠٠ مشاهدة.

بل إن الكثير من ملفات الفيديو العامة تجاوزت مرات مشاهدتها عدة مليارات، من ذلك: أغنية: **Despacito ft Luis Fonsi**، للمغني **Luis Fonsi**، و **Daddy Yankee**، تم مشاهدتها: ٣٤٨,٩٧٢,٠١٤ مرة، وأغنية: **Ed**

Sheeran، للمغني: Shape of You، تم مشاهدتها ٥،٠٢٧،٥٥٤،٠٢٥ مرة، وأغنية: Mark Ronson، للمغني: Uptown Funk، تم مشاهدتها ٣،٩٧٦،٨٤٩،٣٥٧ مرة، وقد يرجع ذلك إلى أن كثيرًا من الناس يحبون استماع الأغاني، كما أن نفس الشخص قد يرجع إلى الأغنية مرة ومرة ومرات كثيرة.

ولا يحدث هذا فقط مع الأغاني الأجنبية، بل إن أغنية عربية واحدة لمغني شعبي يمكن أن تحصد مليون مشاهدة خلال ساعات؛ فأغنية: بالبنط العريض، لحسين الجسمي التي أتاحت في ٢٠٢٠/٠٨/١٥ حققت ٢١١،٩٠٩،١٧٦ مشاهدة في أقل من شهرين، وأغنية: بهوايا انتي قاعده معايا، لحسن شاكوش تمت مشاهدتها ٤٣٠،٢١٢،٥٣٤ في نفس المدة تقريبًا.

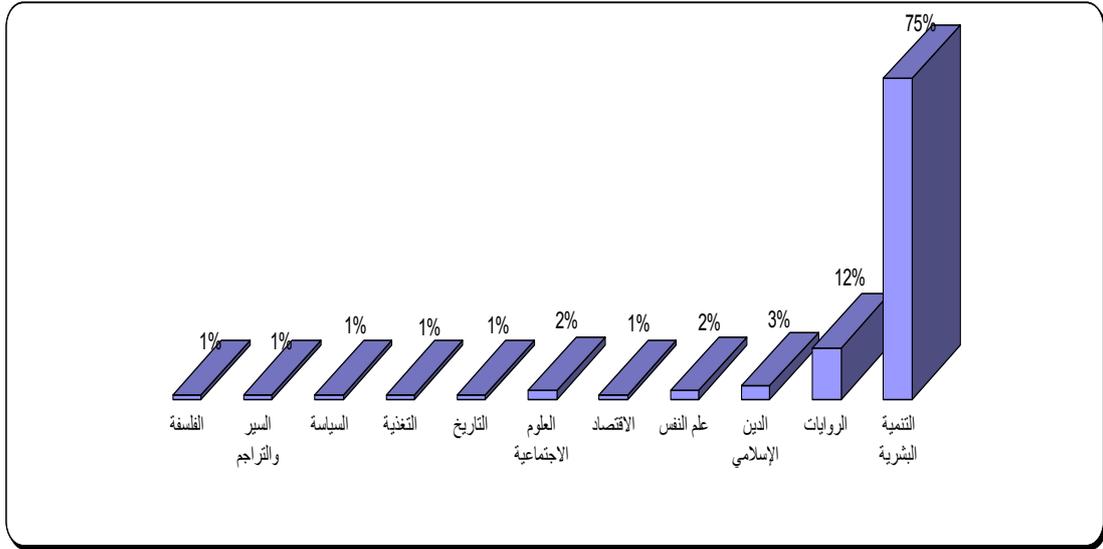
وبعد معرفة أن الكثير من ملفات الفيديو العامة تتجاوز مرات مشاهدتها الملايين، وأحيانًا المليارات، وأن الكثير من عروض الكتب الأجنبية تجاوزت مرات مشاهدتها الملايين، يتضح أن الأغلب الأعم من عروض الكتب العربية كان عدد مرات مشاهدتها متواضعًا جدًّا، وكان لذلك مجموعة من المؤثرات، يمكن إيضاحها فيما يلي.

٢/٦/٨ - المؤثرات في عدد مرات مشاهدة عروض الكتب

هناك مجموعة من المتغيرات التي تؤثر على عدد مرات مشاهدة عروض الكتب، من هذه المؤثرات: موضوع الكتاب المعروف، ومدى شهرته، شهرة مؤلفه، وشهرة عارضه، والقناة التي عرضته، وطريقة عرضه، وتاريخ عرضه، وإيضاح ذلك فيما يلي.

أ - موضوع الكتاب المعروف

لا شك أن موضوع الكتاب من أوائل اهتمامات المستفيد، وأول ما يبحث عنه، وهناك موضوعات تلقى قبولًا لدى عموم القراء، ومن ثمَّ يحتاجون لقراءتها، ومشاهدة عروضها، كالتنمية البشرية والروايات والدين الإسلامي؛ لذا كانت عروض الكتب التي تعالج هذه الموضوعات هي الأعلى مشاهدةً، كما يوضحها الشكل التالي.



شكل (٩) موضوعات عروض الكتب المائة الأعلى مشاهدة

جدول (١١) موضوعات عروض الكتب العشرة الأعلى مشاهدة

عدد المشاهدات	موضوع الكتاب	عنوان الكتاب
١٩٦٥١٠٧	التنمية البشرية	الأب الغني والأب الفقير
١٢٥٧٢٢١	التنمية البشرية	لا تتوقف عن التدخين
١٠٢٦٩٦٣	التنمية البشرية	العادات السبع للناس الأكثر فعالية
٩٦٩٩٥٨	التنمية البشرية	الذكاء العاطفي
٩٢٥٠٩٠	التنمية البشرية	فن الإغواء
٧٣٣١٥٣	التنمية البشرية	فكر تصبح غنيا

٦٩٢٨٣٧	التنمية البشرية	لا تكن لطيفاً أكثر من اللازم
٦٥٩٩٠٣	التنمية البشرية	المال إتقان اللعبة
٦٢٩٠٢١	التنمية البشرية	سبع شخصيات تسم حياتك

من الشكل السابق يتضح أن موضوعات التنمية البشرية، والروايات هما أكثر الموضوعات مشاهدة؛ وكانت عروض الكتب الأعلى مشاهدة، هي: لرواية الغريب، وكتب التنمية البشرية، ككتاب: كافكا على الشاطئ، وسبع شخصيات تسم حياتك، ولا تكن لطيفاً أكثر من اللازم، وفكر تصبح غنياً، وفن الإغواء، والذكاء العاطفي، والعادات السبع للناس الأكثر فعالية، ولا تتوقف عن التدخين، والأب الغني والأب الفقير، والجدول المقابل يوضح عنوان الكتاب وموضوعه وعدد مرات مشاهدته، الأمر الذي يؤكد أن موضوع الكتاب يؤثر على مرات مشاهدته.

ب - مدى شهرة الكتاب التقليدي

تؤثر شهرة الكتاب في سوق النشر على عدد مرات مشاهدة عرضه، فكلما كان الكتاب أكثر شهرةً، زادت مرات مشاهدة عرضه، ويساعد في شهرة الكتاب ما يثار حوله من نقاشات أو جدل، أو يمنع من النشر في دولة ما أو حقبة زمنية ما، أو يحصل على جائزة دولية أو محلية، مثال ذلك رواية: الوصايا، لعادل عصمت، والتي وصلت للقائمة القصير لبوكر ٢٠١٥، التي عرضت أكثر من مرة على أكثر من قناة، وحققت مشاهدات ٢٤٨٩٠ مرة، وأيضاً رواية: ساق البامبو، لسعود السنعوسي التي فازت بالجائزة العالمية للرواية العربية (بوكر) في دورتها السادسة للعام ٢٠١٣، وحققت مشاهدات ١٦٧٤٣ مرة، وكذلك رواية: بريد الليل، لهدي بركات التي فازت بالجائزة العالمية للرواية العربية (بوكر) في دورتها السادسة للعام ٢٠١٩، وحققت مشاهدات ٣٠٠٢ مرة.

أنشطة قنوات اليوتيوب (Booktube) العربية ————— الفهرست س ٢٠، ع ٧٤ (يوليو ٢٠٢٢)

وقد أظهرت الدراسة أن العروض الأكثر مشاهدة هي لكتب مشهورة في سوق النشر، مثل كتاب: سبع شخصيات تسم حياتك، وكتاب: لا تكن لطيفاً أكثر من اللازم، وكتاب: فكر تصبح غنياً، وكتاب: فن الإغواء، وكتاب: الذكاء العاطفي، وكتاب: العادات السبع للناس الأكثر فعالية، وكتاب: لا تتوقف عن التدخين، وكتاب: الأب الغني والأب الفقير، فكان لشهرة الكتاب بين القراء تأثير إيجابي في عدد مرات مشاهدة عرضه على اليوتيوب.

ج - مدى شهرة مؤلف الكتاب

كلما كان مؤلف الكتاب أكثر شهرةً، كان عرض كتبه من الأكثر مشاهدة؛ فالمتتبع لمؤلفي المائة عرض الأعلى مشاهدة يجدهم من المؤلفين المشهورين، أمثال: روبرت جرين، وستيفن كوفي، وأندرو فولر، وعلي الوردي، وأنتوني روبنز، ودائل كارنيجي، وديفيد إجلمان، وعادل مصطفى، وفكتور فرانكل، ومالكولم غلادويل، ونابليون هيل؛ لذا كان الإقبال على مشاهدة عروض كتبهم أكثر، والجدول التالي يوضح مؤلفي المائة عرض الأعلى مشاهدة.

جدول (١٢) مؤلفو المائة عرض الأعلى مشاهدة

عدد الكتب المعروضة لهم	المؤلف	عدد الكتب المعروضة لهم	المؤلف
١	ديفيد الان	٥	روبرت جرين
١	ديفيد هيندز	٤	ستيفن كوفي
١	ديوك روبنسون	٣	أندرو فولر
١	روبرت تشيالديني	٣	علي الوردي
١	روبرت كيوساكي	٢	أنتوني روبنز
١	روبن شارما	٢	دائل كارنيجي
١	رولف دوبلي	٢	ديفيد إجلمان
١	روندا بايرن	٢	عادل مصطفى
١	ريتشارد كارلسون	٢	فيكتور فرانكل
١	ستيف هارفي	٢	مالكولم غلادويل
١	ستيفان زفايغ	٢	نابليون هيل
١	ستيفن هوكنج	١	إبراهيم السكران

١	ابن خلدون	١	سون تزو
١	أحمد الشقيري	١	عائض القرني
١	أحمد خالد توفيق	١	عبد الوهاب مطاوع
١	إدوارد دي بونو	١	علي شريعتي
١	أرثر شوينهاور	١	غازي القصيبي
١	إريك فروم	١	غوستاف لوبون
١	آلان دونو	١	فيليب كوتلر
١	ألبير كامو	١	كيث فيرازي
١	إليف شافاق	١	كيفن بول
١	إيريك بيرن	١	ليل لوندز
١	بيتر ثييل	١	ليو تولستوي
١	تشارلز دويج	١	ليبر كيث
١	توم هوبكنز	١	ماكسويل مالتز
١	تيموثي فيريس	١	مالك بن نبي
١	جاري تشابمان	١	محمد الصوياني
١	جايسون فرايد	١	محمد طه
١	جرانت كاردون	١	محمد معتوق الحسين
١	جورج أورويل	١	مصطفى حجازي
١	جورج كلاسون	١	مصطفى محمود
١	جوزيه سارماغو	١	ناعومي كلاين
١	جون جراي	١	نوبوأكي نوتوهارا
١	جون ماكسويل	١	نوح جدولشتاين
١	جي دي سالنج	١	نيكولو مكيافيلي
١	دان آريلي	١	هارف إيكر
١	دانيال بينك	١	هاروكي مواركامي
١	دانيال جدولمان	١	هاري الدر
١	دانيال كانمان	١	والتر ايزاكسون
١	دانييل جدولمان	١	واين دبليو داير
١	ديستوفيسكي	١	وليم يورى
المجموع		١٠٠ عرض	

أنشطة قنوات اليوتيوب (Booktube) العربية ————— الفهرست س ٢٠، ع ٧٤ (يوليو ٢٠٢٢)

من الجدول السابق يتضح أن عروض كتب أندرو فولر شوهدت ١٩٦١١٢٦ مرة، وشوهدت عروض كتب روبرت جرين ١٧٢٢٥٦٣ مرة، وشوهدت عروض كتب ستيفن كوفي شوهدت ١٥٢٧١٨١ مرة، وما ذلك إلا لشهرة هؤلاء المؤلفين. كما يتضح من الجدول أيضاً أن بعض المؤلفين قد عرض له كتاب واحد، مثل: ليبر كيث، وماكسويل مالتز، ومالك بن نبي، ومحمد الصوياني، ومحمد طه، وغيرهم، وبالرغم من ذلك كان حقق هذا الكتاب الواحد عددًا كثيرًا من المشاهدات سبقت مؤلفين كثر لهم أكثر من كتاب، مثال ذلك المؤلف روبرت كيوساكي الذي حقق كتابه "الأب الغني والأب الفقير" ١٩٦٥١٠٧ مشاهدة، وهاري الدر الذي حقق كتابه "لا تتوقف عن التدخين" ١٢٥٧٢٢١ مشاهدة، وما كان ذلك إلا لشهرة هذا المؤلف.

د - طريقة عرض الكتاب

لا يكفي فقط أن يقوم العارض بتصوير نفسه واستخدام هاتفه المحمول في هذا التصوير، بل إن الأمر يحتاج لاحترافية، وكلما توافرت الاحترافية في تصوير عرض الكتاب، وتم التصوير في استوديو مجهز لذلك، كان العرض أفضل، وزاد الإقبال على مشاهدته، وإذا ما تمت إضافة مؤثرات صوتية وبصرية للعرض، كان أكثر مشاهدة؛ فالملاحظ على عروض الكتب الأكثر مشاهدة أنها كانت احترافية لدرجة كبيرة، ولها مصور خاص ومخرج متخصص؛ وكانت عبارة عن مراجعة كرتونية ومواقف تمثيلية لتمثيل هذه العروض، مثل كتب: سبع شخصيات تسم حياتك، ولا تكن لطيفًا أكثر من اللازم، وفكر تصبح غنيًا، وغيرها مما يوضحه الجدول التالي.

جدول (١٣) العروض الأكثر مشاهدة عروض كرتونية

م	عنوان العرض	مؤلف الكتاب	المشاهدات
١.	شخصيات تسم حياتك	أندرو فولر	٦٦٦١٨٤
٢.	مقدمة ابن خلدون	ابن خلدون	٥١٥٥٦٦
٣.	تصرفي كسيدة وفكري كرجل	ستيف هارفي	٤٢٤٧٣٨
٤.	صديقي لا تأكل نفسك	عبد الوهاب مطوع	٢٩٦١٥٧
٥.	كيف تتحدث إلى أي شخص	ليل لوندز	٢٨١٩٨٦

م	عنوان العرض	مؤلف الكتاب	المشاهدات
.٦	أيقظ قواك الخفية	أنتوني روبنز	٢٧٠٠٤٦
.٧	التأثير وسيكولوجية الإقناع	روبرت تشيالديني	٢٥٢٦١١
.٨	اقهر الاكتئاب	ديفيد هيندز	٢٣٠١٨٠
.٩	الذكاء الاجتماعي	دانييل جولدمان	٢٢٦٦٨٤
.١٠	ادرس بذكاء وليس بجهد	كيفن بول	٢٢٢٩٦٥
.١١	تاريخ موجز للزمان	ستيفن هوكنج	١٧٧٦٩٧
.١٢	نعم: ٥٠ سرا من أسرار علم الإقناع	نوح جدولشتاين	١٧٦١١٨
.١٣	فن التفاوض	وليم يورى	١٤٩٨٩٦
.١٤	الشیطان يحكم	مصطفى محمود	١٣١٢١٢
.١٥	كيف أصبح دافورا	محمد معتوق الحسين	١٢٥٣١٦
.١٦	فن التفكير الواضح	رولف دوبلي	١١٧٩٩٧
.١٧	عقل جديد كامل	دانيال بينك	١٠٥٤٠٥
.١٨	مصيدة الوقت	اليك ماكينزي	٦٩٨٩٥
.١٩	ابدأ مع لماذا	سيمون سينك	٦٨٢٨٩
.٢٠	إدارة الغضب	جيل لندنفيلد	٦٨٠٩٩
.٢١	كتاب السياسة	ابن سينا	٦٦٠٢٠
.٢٢	الحافز Drive	دانيال بينك	٦٢٧١٧
.٢٣	كما يفكر الإنسان	جيمس الان	٦٠٩٣٦
.٢٤	علم النفس التطوري	دافيد باس	٥٩٦٩٣
.٢٥	طبائع الاستبداد ومصارع الاستعباد	عبد الرحمن الكواكبي	٥١٠٣٢
.٢٦	الخيار البديل	شيريل ساندبرج	٤٩١٤٠
.٢٧	التنبه أو النغزة	ريتشارد ثالر	٤٢٤٠٢
.٢٨	الشركة الناشئة المرنة	إيريك ريس	٤١١٥٢
.٢٩	الإنسان المهودر	مصطفى حجازي	٣٩٥٢٤
.٣٠	عصر الجماهير الغفيرة	جلال أمين	٢٦٧٤٨

أنشطة قنوات اليوتيوب (Booktube) العربية ————— الفهرست س ٢٠، ع ٧٤ (يوليو ٢٠٢٢)

وقد كانت هذه الكتب من الأعلى مشاهدة لاستخدام المواقف التمثيلية والعروض الكرتونية في عرضها.

هـ - مدى شهرة عارض الكتاب والقناة العارضة

تؤثر شهرة عارض الكتاب والقناة العارضة بالإيجاب على عدد مرات المشاهدة، ولمعرفة مدى تأثير شهرة عارض الكتاب والقناة العارضة، تتبع الباحث عروض الكتب العربية الأكثر مشاهدة، وهي: سبع شخصيات تسم حياتك، ولا تكن لطيفاً أكثر من اللازم، وفكر تصبح غنياً، وفن الإغواء، والذكاء العاطفي، والعادات السبع للناس الأكثر فعالية، ولا تتوقف عن التدخين، والأب الغني والأب الفقير، وكانت كلها قد عُرضت على قناة أخضر، وعرض أغلبها نفس الشخص.

ولإثبات مدى تأثير مقدم عرض الكتاب والقناة العارضة على عدد مشاهدات عروض الكتب تم تتبع مرات مشاهدة نفس الكتاب على أكثر من قناة، مثل ذلك كتاب: أربعون، لمؤلفه أحمد الشقيري، فقد عرض هذا الكتاب على قناة Zedd Book Reviews، في ٢٠٢٠/٠٦/٠٩، وكانت مرات مشاهدته ٤٥٤٧، بينما عرض على قناة Eithar Al-dibs في ٢٠١٩/٠٥/٢١، وكانت مرات مشاهدته ٨١٧٤، وعرض مرة أخرى في ٢٠١٩/٤/٤، على قناة سامي البطاطي، وكانت مرات مشاهدته ١٢٠٣٤٦، وليس ذلك إلا لشهرة سامي البطاطي وشهرة قناته. ونفس الأمر في كتاب: أطفال الزمن تقويم للتاريخ البشري، لمؤلفه إدواردو غاليانو، الذي عرض مرة على قناة betool al ali، في ٢٠١٧/٠٣/٠٥، وكانت عدد مرات مشاهدته ٢٣٥، وعرض مرة أخرى على قناة بتاع الكتب، في ٢٠١٩/٠١/٢٥، وكانت عدد مرات مشاهدته ١٣،٦٥٠. فعلى الرغم من كون المؤلف واحداً والكتاب واحداً، إلا أن عدد مرات مشاهدته مختلفة، وما ذلك إلا لشهرة العارض والقناة العارضة.

و - تاريخ عرض الكتاب

قد يؤثر أقدمية عرض الكتاب في عرض ممرات مشاهدته، فكلما كان عرض الكتاب أقدم كلما كان أكثر مشاهدة، إذا ما توافر للعرض الجودة المطلوبة؛ فكتاب مثل رواية أعجوبة، لمؤلفها ر. ج. بالاسيو، الذي عرض

أكثر من مرة، قد أثر تاريخ نشره على عدد مرات مشاهدته، يوضح ذلك الجدول التالي.

جدول (١٤) تاريخ عرض ومرات مشاهدة كتاب أعجوبه

مرات المشاهدة	القناة العارضة	تاريخ العرض	المؤلف	عنوان الكتاب
١٥٩٨	The Novelist	٢٠١٨/٠٩/٢٠	ر. ج. بالاسيو	أعجوبة
٤٨٣	Chibi Khaled	٢٠١٨/١٠/٠٩	ر. ج. بالاسيو	أعجوبة
٢٩٦	Book's Life	٢٠١٩/٠٤/١٣	ر. ج. بالاسيو	أعجوبة
٩٥	صغار كبار	٢٠٢٠/٠٣/١٦	ر. ج. بالاسيو	أعجوبة
١٠٢	Gehad Wagih	٢٠٢٠/٠٦/٠٦	ر. ج. بالاسيو	أعجوبة

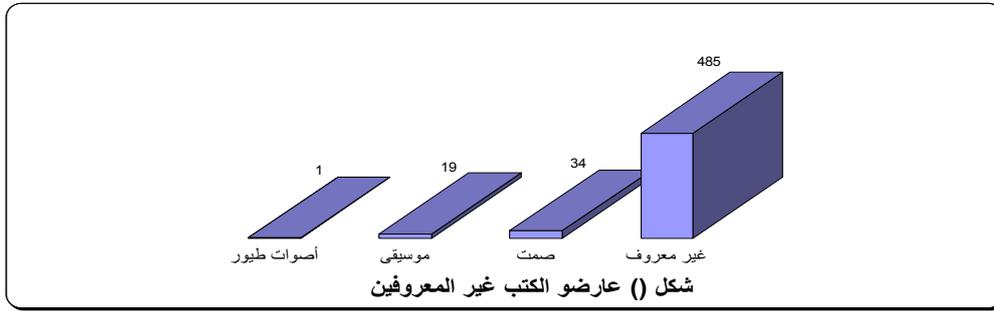
مما سبق يتضح أن عدد مرات مشاهدة عروض الكتب العربية والمترجمة على البوكتيوب في أغلبها متواضع جدًا، وبعضها كان مرتفعًا، وكان لذلك مجموعة من المؤثرات، هي: موضوع الكتاب المعروض، وشهرته، شهرة مؤلفه، وشهرة عارضه، والقناة التي عرضته، وطريقة عرضه، وأسبقيه عرضه.

٧/٨- مقدمو عروض الكتب العربية والمترجمة على البوكتيوب

عارض الكتاب هو ذلك الشخص الذي يقدم العرض بصوته، ويجب أن يتسم بمجموعة سمات، منها: تقديم العرض سواء كان سردًا أو حوارًا بطريقة لائقة، والتمكن من مهارات وفن الكلام المناسبة، كالتفاعل مع الحركات، وعلامات الترقيم، والاستمرار والوصل، لتمييز السرد من الحوار، ونقل المستويات العاطفية المناسبة للنص المقروء، والتفاعل معه، والتأكد من أنه إذا تم استخدام أصوات الأحرف، فإن صوت كل حرف يمتلك نفس السهولة والتدفق والنطاق الصوتي لصوت مقدم العرض، وتجنب اللهجات غير الواضحة وغير المتناسقة، وكذلك تجنب السرد الذي قد تصبح إلهاء خلال فترات طويلة من الاستماع، وإنجاز السرد بوتيرة تُمكن مقدم العرض من أن ينقل الطاقة والمزاج والشعور وأسلوب النص بشكل طبيعي^(٨٣).

١/٧/٨- أعداد الكتب التي قدمها كل عارض

في هذه الدراسة أمكن معرفة أسماء ١٣٨ عارضًا، قدموا ٦٤٩ عرضًا، من بين ١١٨٨ عرضًا، وذلك لأن: ٤٨٥ عرضًا غير معروفة أسماء مقدميها، و٣٤ عرضًا كانت عبارة عن نصوص معروضة صامتة، و١٩ عرضًا كانت عبارة عن نصوص معروضة صاحبها موسيقى، وعرض واحد كان عبارة عن نصوص معروضة صاحبها أصوات طيور، والشكل المقابل شكل (١٠) يوضح هذه الأعداد.



شكل (١٠) عارضو الكتب غير المعروفين

هكذا، قدم ١٣٨ عارضًا ٦٤٩ عرضًا؛ بعض العارضين قدموا عرضًا واحدًا، وبلغوا ٩١ عارضًا، مثل: أحمد العرفج الذي قدم كتاب: ما لم يخبرني به أبي عن الحياة، على قناة عامل المعرفة، وبدر العامر الذي قدم كتاب: التاريخ الإجرامي للجنس البشري، على قناة Bader Al Amer، وحمادة المصري الذي عرض كتاب: عداء الطائفة الورقية، على قناة خلاصه كتاب، وبعض العارضين قدموا عرضين، مثل أحمد التميمي الذي عرض كتاب: التدخل المبكر عبر العالم، على قناة ksulibraryfriends، ومنى طاهر التي عرضت كتاب: قواعد العشيق الأربعون، على قناة MIND TV، ومحمد بن حريب الذي عرض كتاب: قصة الشاي، على قناة كتب الخزانة، وبعض العارضين قدموا ثلاثة عروض، مثل محمد عماد الذي عرض كتاب: بيضة مان، على قناة Smiley Traveller، وحسين السلهم الذي عرض كتاب: ساحل القرامطة، على قناة alghadeer clu، وسميرة التي عرضت كتاب: حوار مع صديقي الملحد، على قناة اقرأ لي كتابًا، وبعض العارضين قدموا أربعة عروض، مثل أحمد صلاح الذي عرض كتاب: الرجال من

المريخ والنساء من الزهرة، على قناة بساطة، و عبدالرحمن الشهري الذي عرض كتاب: دعاوى الطاعنين في القرآن الكريم، على قناة مثاني القرآن، و عبد الله بن صلاح الذي عرض كتاب: التربية على منهج أهل السنة والجماعة، على قناة عبد الله بن صلاح، وبعض العارضين قدموا خمسة عروض مثل: فرقان القحطاني الذي عرض كتاب: أشرف والمعلم، على قناة *furqan alqahtani*، وبعض العارضين قدموا ستة عروض، مثل عبد القادر زينو الذي عرض كتاب: إعادة استكشاف العثمانيين، على قناة وردُ الناهل من أسنى المناهل، وبعض العارضين قدموا سبعة عروض، مثل عبد الرحمن الذي عرض كتاب الجريمة والعقاب، على قناة *Ab. Rhman Show*، وبعض العارضين قدموا أكثر من عشرة عروض، مثل طارق المطيري الذي عرض كتاب: القومية العربية في القرن العشرين على قنواته، وبعض العارضين قدموا أكثر من عشرين عرضاً، مثل ندى الشبراوي التي عرضت كتاب: الحياة في مكان آخر، على قناة دودة كتب، وبعض العارضين قدموا أكثر من خمسين عرضاً، مثل سارة الشافعي التي عرضت كتاب: مخطوطة وجدت في عكرا، على قناة كتاب في الخمسين، و عارض واحد قدم أكثر من مائة عرض، مثل سامي البطاطي الذي عرض كتاب: أثر السياسة في اللغة. والجدول التالي يوضح أعداد ونسب العارضين، وعدد الكتب التي عرضها كل منهم.

جدول (١٥) عدد العارضين وعدد الكتب التي عرضها كل منهم

عدد العارضين	نسبة العارضين	عدد العروض التي قدمها كل واحد منهم
١	٠,٧%	أكثر من مائة عرض
٢	١,٥%	أكثر من خمسين عرض
٣	٢%	أكثر من عشرين عرض
٢	١,٥%	أكثر من عشرة عروض
١	٠,٧%	٧
٣	٢%	٦
٢	١,٥%	٥
٤	٣%	٤
٧	٥%	٣
٢٢	١٦%	٢
٩١	٦٦%	١
١٣٨	١٠٠%	٦٤٩ عرضاً

من الجدول المقابل يتضح مدى تفاوت مقدمي عروض الكتب في عدد العروض التي قدموها، ما بين كتاب واحد، وحتى ١٩٦ كتاباً؛ وبهذا يتأكد أن ٦٦% من العارضين قدم كل منهم عرضاً واحداً، بينما قدمت النسبة الباقية منهم أكثر من عرض.

كما يتضح أن ثُلثي مقدمي عروض الكتب قدم كل واحد منهم عرضاً واحداً فقط، بينما قدم الثلث الأخير أكثر من عرض؛ ما بين عرضين، حتى ١٩٦ عرضاً، وقد يرجع هذا

التفاوت إلى مدى تفرغ عارض الكتب أو احترافه أو شهرته. وفيما يلي سيتم رصد السمات الديموجرافية لمقدمي عروض الكتب العربية والمترجمة على اليوتيوب.

٢/٧/٨ - جنس مقدمي عروض الكتب

في هذه الدراسة أمكن معرفة جنس مقدمي ١١٣٤ عرضاً، من بين ١١٨٨ عرضاً، وذلك لأن: ٥٤ عرضاً قدمت بغير مقدم عرض؛ لأن ٣٤ عرضاً عبارة عن نصوص معروضة صامتة، و ١٩ عرضاً كانت عبارة عن نصوص معروضة صاحبها موسيقى، وعرض واحد كان عبارة عن نصوص معروضة صاحبها أصوات طيور، وبهذا يصبح عدد العروض التي قدمها أشخاص هي ١١٣٤ عرضاً، وقد اشترك في تقديمها الذكور والإناث، إلا أن عدد الذكور كان أكثر من أربعة أضعاف عدد الإناث؛ فقدم الذكور أكثر من ٨٠% من العروض، بينما قدم الإناث الباقي؛ وبهذا يتفوق

الذكور على الإناث في أعداد عروض الكتب؛ ويرجع ذلك لزيادة القنوات التي أنشأها الذكور؛ فقد أنشأ الذكور الكثير من قنوات البوكتيوب، مثل قناة رزق المهدي، وقناة د. عاصم شديد، وقناة أبو قيس محمد رشيد، وقناة عبد الله بن صلاح، وغيرها. وقد يرجع ذلك لصفة الجراة التي ربما تتوافر في الذكور أكثر من الإناث، مما ساعدهم على الوقوف أمام الكاميرات وتقديم عروضهم، وقد يرجع ذلك أيضاً لبعض العادات في بعض البلدان التي تمنع المرأة من مثل ذلك.

جدول (١٦) عارضو الكتب المكثرين، وأعداد الكتب التي قدمها كل منهم

أسماء عارضى الكتب	أعداد الكتب
سامي البطاطي	١٩٦
أسامة	٧٤
سارة الشافعي	٥٠
طارق عز	٣٨
شادي	٣٣
ندى الشبراوي	٢٦
يعقوب العتيبي	١٤
طارق المطيري	١١
عبد الرحمن	٧
سعود المشهور	٦
عبد القادر زينو	٦
محمد شاهين التاعب	٦
محمد	٥
فرقان القحطاني	٥
أحمد صلاح	٤
حسام حسام	٤
عبدالرحمن الشهري	٤
عبدالله بن صلاح	٤
مصطفى النجار	٣
حسين السلهايم	٣
سميرة	٣
علي عبد الهادي المعموري	٣
محمد عماد	٣
مريم	٣
منال دريدر	٣

وقد أظهرت الدراسة أن أكثر الذكور تقديمًا لعروض الكتب هو سامي البطاطي الذي قدم ١٩٦ عرضًا، تلاه أسامة الذي قدم ٧٤ عرضًا، ثم طارق عز الذي قدم ٣٨ عرضًا، ثم شادي الذي قدم ٣٣ عرضًا، تلاهم يعقوب العتيبي، بتقديم ١٤ عرضًا، بينما كانت سارة الشافعي أكثر الإناث تقديمًا لعروض الكتب؛ إذ قدمت ٥٠ عرضًا، ثم ندى الشبراوي التي قدمت ٢٦ عرضًا، تلاهما سميرة، ومريم، ومنال دريدر، التي قدمت كل واحدة منهن ثلاثة عروض، والجدول المقابل يوضح أسماء الذي قدموا أكثر من عرضين، وعدد العروض التي قدموها.

من هذا الجدول يتضح مدى التفاوت في

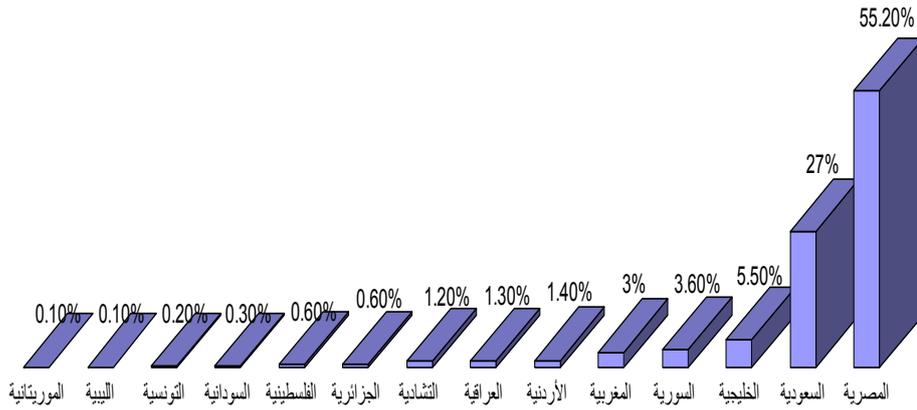
عدد العروض التي عرضها كل واحد منهم، وقد يرجع سبب هذا التفاوت إلى مدى توافر سمات مقدم عروض الكتب المحترف، وكذلك إلى مدى تفرغه أو احترافه أو شهرته، كما ذكر من قبل. ولم يكن هناك تمايز بين موضوعات الكتب التي قام بعرضها الذكور عن الكتب التي قدمت عروضها الإناث، فكلًا الجنسين قدموا كتابًا يتناول الموضوعات محل الدراسة.

أنشطة قنوات البوكتيوب (Booktube) العربية ————— الفهرست س ٢٠، ع ٧٤ (يوليو ٢٠٢٢)

مما سبق يتضح اشتراك الذكور والإناث في تقديم عروض الكتب، إلا أن عدد الذكور كان أكثر من أربعة أضعاف عدد الإناث؛ فقدم الذكور أكثر من ٨٠% من العروض، وأن أكثر الذكور تقديمًا لعروض الكتب هو سامي البطاطي الذي قدم ١٩٦ عرضًا، بينما كانت سارة الشافعي أكثر الإناث تقديمًا لعروض الكتب؛ إذ قدمت ٥٠ عرضًا.

٣/٧/٨- جنسيات مقدمي عروض الكتب العربية والمترجمة

أمكن معرفة جنسية مقدمي ١١٠٢ عرض؛ وذلك لوجود ٣٢ عرضًا قدمها أشخاص لم يستطع الباحث تحديد جنسياتهم، و ٣٤ عرضًا صامتًا، ١٩ عرضًا نصيًا صاحببتها موسيقى، وعرض واحد صاحبه أصوات طيور، أما باقي العروض وهي ١١٠٢ عرض فقد اشترك في تقديمها جنسيات مختلفة، فكان منهم المصريون، والسودانيون، والسعوديون، والعراقيون، الكويتيون، والبحرينيون، والعمانيون، إضافة إلى السوريين، والأردنيين، والفلسطينيين، إضافة إلى المغاربة، من التونسيين، والجزائريين، والمغاربة، والموريتانيين، والليبيين، والشكل التالي يوضح هذه الجنسيات، وعدد الكتب التي عرضتها كل جنسية.



شكل (١١) جنسيات عارضي الكتب على البوكتيوب

من الشكل يتضح أن أكثر من نصف عروض الكتب العربية والمترجمة قدمها مصريون، وقد يرجع ذلك لشهرة لهجتهم، وسهولة فهمها من قِبَل جميع الجنسيات العربية، وكذلك لقيامهم بالتدريس في كل الدول العربية تقريبًا، وانتشار أفلامهم ومسلسلاتهم، إضافةً لوجود أغلب الناشرين بمصر، ومن ثمَّ كثرة الكتب المنشورة بها. وبهذا، فقد اتضحت سمات قنوات اليوتيوب العربية، وسمات عروض الكتب المتاحة عليها.

ثالثًا- خاتمة الدراسة

بعد الانتهاء من هذا الدراسة بتوفيق الله وحده، يَحْسُنُ أن تُخْتَمَ بخلاصة لما توصلت إليه، وأهم النتائج والتوصيات، وبعض الدراسات المقترحة المتعلقة بعروض الكتب.

الخلاصة والنتائج

تتمثل أهمية هذه الخلاصة في إيضاح الصورة الكلية لسمات أشهر قنوات اليوتيوب العربية، وسمات الكتب المعروضة عليها، بعيدًا عن أية تفاصيل أو جداول أو رسوم؛ لذا كانت هذه الخلاصة في شكل أفكار محددة، تجيب على تساؤلات الدراسة، وتحقق أهدافها، كما يلي:

سمات قنوات اليوتيوب العربية

(١) تواريخ نشأة أشهر قنوات اليوتيوب العربية

ترجع البدايات الأولى لظهور القنوات العربية المهمة بالكتب إلى عام ٢٠٠٨؛ ففي أكتوبر ٢٠٠٨ أنشئت قناة الاستقامة YouTube. إلا أن قنوات اليوتيوب الأكثر شهرة قد تأخر ظهورها حتى ٢٠١٣.

(٢) أعداد قنوات اليوتيوب، وأعداد عروض الكتب التي أتاحتها كل قناة

بلغت أعداد قنوات اليوتيوب العربية التي قدمت عروضًا للكتب العربية والمترجمة ٢٩٨ قناة، اختلفت في عدد ما نشرته من عروض، ما بين عرض واحد، وقرابة مائتي عرض، وكانت قناة سامي البطاطي هي أكثرها إتاحة للعروض.

(٣) تخصص قنوات اليوكتيوب

١/٣- التخصص النوعي لقنوات اليوكتيوب المقدمة لعروض الكتب العربية والمترجمة:

لا تكاد توجد قناة واحدة اقتصرت على تقديم عروض للكتب؛ فغالب القنوات قدم عروضاً للكتب وقدمت أيضاً ملفات فيديو أخرى. وهناك قنوات يوكتيوب غلب عليها تقديم عروض كتب، إضافةً لمحتويات تتعلق بالكتب فقط.

٢/٣- التخصص الموضوعي لقنوات اليوكتيوب المقدمة لعروض الكتب العربية والمترجمة:

عالجت بعض القنوات المتخصصة مجالاً موضوعياً محدداً؛ فظهرت قنوات يغلب عليها عرض كتب التنمية البشرية، وقنوات يغلب عليها عرض الروايات، وبعض القنوات تكاد تقتصر على الكتب الصادرة حديثاً، وبعض القنوات قدمت عروضاً دون التقيد بمجال موضوعي محدد.

(٤) منشئو قنوات اليوكتيوب العربية وجنسياتهم:

١/٤- جنس منشئي قنوات اليوكتيوب العربية:

اشترك في إنشاء قنوات اليوكتيوب العربية كلا الجنسين الذكور والإناث، إلا أن الذكور أكثر من ضعف الإناث.

٢/٤- جنسية منشئي أشهر قنوات اليوكتيوب العربية:

أشهر قنوات اليوكتيوب العربية كان النصيب الأكبر لمنشئها من مصر، تلتها السعودية.

(٥) أعداد مشتركى قنوات اليوكتيوب العربية

تراوحت أعداد مشتركى قنوات اليوكتيوب العربية ما بين ١٧ ألفاً وأكثر من مليون مشترك، ويتأثر ذلك في الغالب بتاريخ نشأة القناة.

(٦) عدد مشاهدات فيديوهات قنوات اليوتيوب العربية

تراوحت أعداد مشاهدات فيديوهات قنوات اليوتيوب العربية ما بين نصف مليون، و٣٨ مليوناً، ويتأثر ذلك في الغالب بتاريخ نشأة القناة.

(٧) أنشطة قنوات اليوتيوب العربية

تعددت أنشطة قنوات اليوتيوب العربية ما بين: عروض للكتب، وتلخيصها، وترشيحات كتب للقراءة، وتحدي القراءة، وتخطيط القراءة، وحصاد القراءة، ومعرض الكتاب، وأهم الإصدارات المتاحة به، ونصائح عند شراء الكتب، وأفضل أماكن شرائها، وأسئلة وأجوبة حول الكتب. وقد اختلفت قنوات اليوتيوب في إتاحة هذه الأنشطة قلة وكثرة، إلا أن جميعها قدم عروضاً للكتب.

سمات عروض الكتب العربية والمترجمة المتاحة على اليوتيوب

- (١) نشر عروض الكتب العربية والمترجمة على اليوتيوب
 - (٢) تاريخ إتاحة عروض الكتب العربية والمترجمة
- كانت بداية إتاحة عروض الكتب العربية والمترجمة في إبريل عام ٢٠١٠م.

(٣) أعداد عروض الكتب العربية والمترجمة موزعة على سنوات إتاحتها: كانت بداية عروض الكتب العربية والمترجمة بداية ضعيفة؛ ففي السنوات الخمس الأولى لم يُنخ سوى ٤% منها، ومن ثم يعتبر عام ٢٠١٥ هو البداية الحقيقية؛ فقد أتيح فيه وحده ما يماثل ما أتيح في خمس سنوات سبقتة، وكان عام ٢٠١٩ أكثر الأعوام التي أتيحت فيها عروض الكتب؛ إذ نُشِرَ فيه وحده ربع ما نُشِرَ على مدار عشرة أعوام، بمعدل ٣٠٠ عرض.

(٤) سياسات نشر عروض الكتب العربية والمترجمة على اليوتيوب:

١/٤ - اختيار الكتب العربية والمترجمة للعرض على اليوتيوب:
يختار مقدمو عروض الكتب لعرضها على اليوتيوب لعدة مبررات؛ كان أهمها: شهرة الكتاب المطبوع، وشهرة مؤلفه، وحدائثه

صدوره، وما أثير حوله من جدل، وكونه ممنوعاً من النشر، رغبة القراء في عرضه، ولفوزه بجوائز.

٢/٤- مدى عرض الكتاب في أكثر من ملف مرئي

نظراً لطول عرض بعض الكتب، وصعوبة إتاحتها في ملف فيديو واحد، كان العارض يلجأ إلى تقسيمه لعدة ملفات، وفي مثل هذه الحالات تكون الملفات غير متساوية زمنياً، ولم توجد معيارية في تحديد عدد الملفات، ولا مدتها الزمنية.

٣/٤- مدى تكرار عرض نفس الكتاب

يعرض الكتاب في الغالب مرة واحدة، ولكن لطبيعة بعض الكتب يتكرر عرضها، وقد تراوح معدل تكرار العرض ما بين مرتين وتسع مرات. وكان أكثر الموضوعات التي تكرر عرضها: الروايات، والتنمية البشرية، والدين الإسلامي، بينما كان الاقتصاد، والإلحاد، والصحة النفسية هي الأقل، ويرتبط تكرار العرض بأهمية الكتاب، أو أهمية مؤلفه، أو الحاجة لموضوعه.

٤/٤- المدة البينية بين عرض الكتاب أول مرة وعرضه مرة أخرى

قد يكون الفرق بين عرض الكتاب أول مرة وعرضه مرة أخرى مجموعة أيام، وقد يكون الفرق بينهما شهراً واحداً، أو ثلاثة أشهر، أو خمسة أشهر، وأحياناً ثمانية أشهر، ولا توجد سياسة ثابتة لإعادة عرض الكتاب.

(٥) موضوعات الكتب العربية والمترجمة المتاحة على قنوات البوكتيوب

انقسمت موضوعات عروض الكتب لثلاثة مستويات: موضوعات كثيرة التداول، وهي: الروايات، والتنمية البشرية، والدين الإسلامي، والسياسة، والتاريخ، وموضوعات قليلة التداول، مثل: الفلسفة، والقضايا الاجتماعية، السير والتراجم، والتربية، وعلم النفس، وموضوعات نادرة التداول؛ مثل الحاسب الآلي، والرياضيات، والفيزياء، والأحياء، والجغرافيا، ولم تظهر في قائمة الأعلى عروضاً موضوعات علمية، مثل: الكيمياء، أو الطب، أو الهندسة.

(٦) مؤلفو الكتب العربية والمترجمة المعروضة على البوكتيوب

١/٦- أعداد مؤلفي الكتب العربية والمترجمة المعروضة على البوكتيوب، وأعداد الكتب التي عرضت لهم:

اشترك ٦٦٣ مؤلفاً في عرض ١١٨٨ عرضاً، وتفاوتت أعداد الكتب التي عُرضت لكل مؤلف؛ ٧٢% من المؤلفين عرض له كتاب واحد، وباقي المؤلفين تعددت عروض كتبهم؛ ما بين مرتين، وأكثر من عشر مرات.

٢/٦- جنس مؤلفي الكتب العربية والمترجمة المعروضة على البوكتيوب: اشترك في تأليف الكتب المعروضة كلٌّ من الذكور، والنساء، والعرب والأجانب، إضافة إلى الهيئات؛ أما الذكور، فبلغوا ٨٥،٥%، وعرض لهم ٨٩% من العروض، وانقسموا إلى قدامى، ومعاصرين، وأجانب. وأما الإناث فبلغن ١٠،٤%، وألفن ٨،٦% من العروض، وكلهن من المعاصرات، وبلغت الهيئات ١،٨% من المؤلفين، وكان لكل هيئة كتاب واحد.

٣/٦- جنسية مؤلفي الكتب العربية والمترجمة المعروضة على البوكتيوب: اقترب عدد المؤلفين العرب المعروضة كتبهم من ضِعْفِ المؤلفين الأجانب؛ فبلغت نسبة المؤلفين العرب ٦٣%، بينما كان نسبة المؤلفين الأجانب ٣٧%.

(٧) المدة الزمنية لعروض الكتب العربية والمترجمة على البوكتيوب

تفاوتت المدة الزمنية لعروض الكتب؛ فتراوحت ما بين عدة ثوانٍ، وعدة ساعات؛ وكانت العروض ما بين ٥ دقائق حتى أقل من ١٠ دقائق، هي أكثرها نسبة؛ إذ بلغت ٣٦،٤%.

(٨) مرات مشاهدة عروض الكتب العربية والمترجمة على البوكتيوب

١/٨- مستويات مشاهدة عروض الكتب
بعض عروض الكتب لم تتم مشاهدتها سوى مرة واحدة، وبعضها شوهد ألف مرة، وبعضها شوهد أكثر من مليون مرة؛ فقرابة ثلث عروض الكتب تم مشاهدتها أقل من ٥٠٠ مرة فقط، وأكثر من الثلث تم مشاهدتها أقل من

أنشطة قنوات البوكتيوب (Booktube) العربية ————— الفهرست س ٢٠، ع ٧٤ (يوليو ٢٠٢٢)

٥٠٠٠ مرة، ولم يقترب من المليون مرة مشاهدة سوي ١١%، بينما زاد عن المليون ثلاثة عروض.

٢/٨- المؤثرات في عدد مرات مشاهدة عروض الكتب على قنوات البوكتيوب

يؤثر في عدد مرات مشاهدة عروض الكتب: موضوع الكتاب، وشهرة الكتاب، وشهرة مؤلفه، وأسلوب عارض الكتاب، وطريقة عرضه، ومدى شهرته، وشهرة القناة العارضة، إضافةً إلى أسبقية تاريخ العرض.

(٩) مقدمو عروض الكتب العربية والمترجمة على البوكتيوب:

١/٩- أعداد الكتب التي قدمها كل عارض

قَدَّمَ ثُلثًا مقامي عروض الكتب عرضًا واحدًا فقط، بينما قَدَّمَ الثُلثُ الآخر أكثر من عرض، تراوح عددها ما بين عرضين حتى ١٩٦ عرضًا.

٢/٩- جنس مقامي عروض الكتب

اشترك في عروض الكتب كل من الذكور والإناث، إلا أن الذكور كانوا أكثر من أربعة أضعاف الإناث؛ فقدم الذكور أكثر من ٨٠% من العروض.

٣/٩- جنسيات مقامي عروض الكتب العربية والمترجمة على البوكتيوب

اشترك عارضون من جنسيات مختلفة في تقديم عروض الكتب، فكان منهم المصريون، والسودانيون، والسعوديون، والعراقيون، الكويتيون، والبحرينيون، والعمانيون، والسوريون، والأردنيون، والفلسطينيون، إضافةً إلى المغاربة، من التونسيين، والجزائريين، والمغاربة، والموريتانيين، والليبيين، إلا أن أكثر من نصف عروض الكتب قدمها مصريون، تلاهم السعوديون الذين قدموا ٢٧% من عروض الكتب، والسوريون بنسبة ٣،٦%، ثم والمغاربة ٣%.

هذه الخلاصة كانت بمثابة صورة مصغرة لما كانت عليه قنوات البوكتيوب العربية، وعروض الكتب المتاحة عليها.

توصيات الدراسة

لأجل الارتقاء بهذه النوعية من القنوات وتحقيق فعالية أكثر لعروض الكتب عليها، يوصي الباحث القائمين على هذه القنوات بعدة توصيات، منها:

١. أن يتم اختيار الكتب المعروضة بناء على معالجتها لموضوعات يُقبل على قراءتها معظم القُرّاء، وكالروايات، والتنمية البشرية، والدين الإسلامي، والسياسة، والتاريخ، والفلسفة، والقضايا الاجتماعية.

٢. يُفضل إعداد عروض للكتب المشهورة في سوق النشر، أو التي تحقق مبيعات أعلى، أو التي أثبتت حولها مناقشات جدلية، أو الممنوعة من النشر، أو التي فازت بجوائز، أو المرشحة للفوز بجوائز.

٣. يُفضل إعداد عروض لكتب مشهور مؤلفوها، أو لهم قبول لدى القُرّاء، أو كثيرو الظهور في وسائل الإعلام، أو شاغلو المناصب الثقافية، ويمكن عرض لكتب لمؤلفين غير مشهورين، شرط الإجادة والتميز.

٤. أهمية التزام العارض بالمعيارية في عروض الكتب التي يقدمها.

٥. ليس شرطاً أن يكون معدّ العروض هو نفس الشخص الذي سيقدمها؛ فيمكن أن يقوم بإعداد عروض الكتب شخص على علم بكيفية إعداد العروض والمراجعات العلمية، ويقدمها شخص آخر يتسم بالأداء المميز.

٦. يجب أن يكون عارض الكتاب شخصاً مميزاً في لغته وأدائه وطريقة عرضه، فيتسم بالصوت الجذاب، وسلامة اللغة، والمخارج الصحيحة، والتفاعل المناسب، كما يجب أن يكون متقناً للصفات الصوتية، كالجهر، والهمس، والشدة، والرخاوة، والتخيم، والترقيق غيرها، فينوع في طبقات صوته، ويوظفها في العرض، ويستخدم المواقف التمثيلية والرسوم الكرتونية المساعدة في عرض الكتاب.

٧. الاهتمام بالثواني الأولى في الفيديو، باعتبارها هي الأهم، فبناءً عليها يقرر المشاهد إكمال الفيديو أو إغلاقه، لذلك من المهم أن تجذب انتباه المشاهد ليكمل المشاهدة.

٨. الحرص على الجودة العالية لفيديوهات عروض الكتب، لأن المقاطع عالية الجودة تظهر بسهولة في الصفحة الرئيسية وفي اقتراحات يوتيوب، ومن ثم يجب أن يهتم بمعدات الصوت، الكاميرات المستخدمة في التسجيل، والإضاءة.

أنشطة قنوات اليوتيوب (Booktube) العربية ————— الفهرست س ٢٠، ع ٧٤ (يوليو ٢٠٢٢)

٩. عدم إهمال مرحلة ما بعد الإنتاج؛ لأن تسجيل فيديوهات عروض الكتب هو مهمة لا تنتهي بمجرد انتهاء التسجيل؛ فمرحلة تحرير الفيديوهات تعد مرحلة في غاية الأهمية والتأثير.
١٠. تعتبر عروض الكتب أكثر من ١٥ دقيقة غير مقبولة، لذا يجب اختيار مدة مناسبة، ويفضل أن تتراوح ما بين خمس، وعشر دقائق، فإذا كان عرض الكتاب طويلاً يُنصح بتقسيمه إلى أكثر من حلقة.
١١. أهمية اختيار صورة مصغرة Thumbnail جذابة لعرض الكتاب، فهي من أهم عوامل زيادة مشاهدات الفيديو.
١٢. ضرورة الاهتمام بعنوان ووصف فيديو عرض الكتاب، فمن العوامل الأساسية الجاذبة لمشاهدة عروض الكتب المرئية هو كتابة عنوان، ووصف الفيديو بناءً على الكلمات المفتاحية الأساسية التي تستهدفها.
١٣. أهمية وضع خاتمة قوية في نهاية عرض الكتاب، لتقوية الرابطة بين المُشاهد وبين القناة، فتطلب شيئاً معيناً من المشاهد، كأن تطلب منه الاشتراك في القناة، أو مشاهدة فيديو سابق.
١٤. ضرورة ربط فيديوهات عروض الكتب بعضها ببعض؛ فربط الفيديوهات بعضها ببعض يساعد على زيادة عدد مشاهدات القناة، وكلما زاد عدد مشاهدات قناتك، فَضَّلها يوتيوب على غيرها.
١٥. يجب مراجعة إحصاءات قناة اليوتيوب باستمرار؛ فالتسويق بشكلٍ عام قائم على قراءة وتحليل الإحصاءات واتخاذ القرارات المناسبة وفق هذه الإحصاءات.
١٦. يجب أن تكون قناة اليوتيوب ثرية بمحتوياتها المتعلقة بالكتب، والاهتمام بمحتوى عروض الكتب، وجعلها مفيدة؛ فإن المحتوى الغني بالمعلومات المفيدة يساعد أيضاً على تعزيز ترتيب فيديوهات قناتك في نتائج محركات البحث.
١٧. الحرص على استمرار قناة اليوتيوب، والانتظام في عرض الكتب؛ كأن يُخصَّص يوم محدد من كل أسبوع لعرض كتاب جديد، أو مع بداية كل شهر.

د. مجدى عبد الجواد الجاكي ————— الفهرست س ٢٠، ع ٧٤ (يوليو ٢٠٢٢)

١٨. عمل تطبيقات لقنوات البوكتيوب العربية، وإتاحتها على الهواتف الذكية؛ حتى تعظم الاستفادة منها.

١٩. على بعض الناشرين والشركات التجارية رعاية قنوات البوكتيوب المميزة، وتقديم الدعم المادي اللازم لها، مقابل عرض إعلانات لها على هذه القنوات.

الدراسات المقترحة

أثناء إجراء الدراسة، ظهر للباحث بعض الموضوعات البحثية التي تحتاج إلى مزيد من البحث، منها:

١. عروض الكتب على البوكتيوب الأجنبية: دراسة للسّمات والمحتويات؛ للاستفادة منها للارتقاء بالعروض العربية.

٢. ملخصات الكتب العربية والمترجمة على البوكتيوب: دراسة نشرية تحليلية.

٣. تحليل خدمات ومحتويات أشهر قنوات البوكتيوب: دراسة مقارنة بين قنوات البوكتيوب العربية والأجنبية.

٤. البوكتيوب: الاستخدامات والمستخدمون: دراسة ميدانية، وفيها يتم تحديد أوجه الاستفادة من البوكتيوب، والمستفيدين منه، وسماتهم الديموجرافية.

٥. تأثير البوكتيوب على تسويق الكتب، وزيادة حجم مبيعاتها.

٦. تأثير البوكتيوب على قراءات الشباب: دراسة ميدانية على عينة من شباب الجامعات في مصر.

٧. تحليل تعليقات مشاهدي ملفات الفيديو المتاحة على بوكتيوب، وذلك من أجل الاستفادة منها في تطوير البوكتيوب وزيادة تأثيره.

^١ شعبان خليفة: بناء وتنمية المجموعات في المكتبات ومراكز المعلومات: دراسة في الأسس النظرية والتطبيقات العلمية، الإسكندرية: دار الثقافة العلمية، ٢٠٠٢، ص ٣٢٠.

^٢ Hughes, Melina. BookTube and the Formation of the Young Adult Canon. 2017. Access date <August, 2020>. _ Available at <https://pdxscholar.library.pdx.edu/eng_bookpubpaper/24/>.

^٣ Montebianco, Luciana. Comunidades en red en la Sociedad de la Información: informan, comunican, conectan. El fenómeno Booktube. 2015. Access date <August, 2020>. _ Available at <<https://informatio.fic.edu.uy/index.php/informatio/article/view/168>>.

^٤ Hughes, Melina. Op. Cit.

^٥ Perkins, Kathryn. Voices of the Future: The Boundaries of BookTube. 2017. Access date <August, 2020>. _ Available at <<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/0361526X.2017.1364317>>.

^٦ نور الهدى فؤاد: أقوى ١٠ قنوات لليوتيوب. تاريخ الإثارة <إبريل ٢٠٢٠>. _ متاح على <<https://www.e3lam.com/443381/?fbclid=IwAR0CkD1uZ4EnPZGAtMdmxmA6r1sto9h6myPf4o1Jmvy-YReENu9Po8aRPCI>>.

^٧ Fialkoff, Francine. Reading the review.- Library Journal.- vol 123.no3 (15 Febr 1998). P127.

^٨ Buttlar, Lois. Profiling review writers in library periodicals literature.- R.Q.- vol30, no2.- p221-230.

^٩ Lister, Mary. Video Marketing Statistics for 2018.- June 30, 2020. Access date <August,

2020>.Available at
<<https://www.wordstream.com/blog/ws/2017/03/08/video-marketing-statistics>>.

^{١٠} مثل: دليل الإنتاج الفكري العربي في مجال المكتبات والمعلومات بإصداراته المختلفة.

^{١١} مثل: فهرس اتحاد مكتبات الجامعات المصرية.

^{١٢} مثل: Science direct، Ebsco، Scopus Database، Proquest Dissertation & Theses، Elsevier.

^{١٣} مثل: قاعدة بيانات الهادي، وقاعدة بيانات إثراء المعرفية، وقاعدة إثراء للعلوم والثقافة لدار العبيكان، وقاعدة العلوم الإنسانية لدار المنظومة، وقاعدة المنظومة للرسائل الجامعية.

^{١٤} مثل: محرك البحث العلمي لجوجل، وجوجل كتب، بالإضافة إلى محركات البحث العامة على الإنترنت.

¹⁵ Buttarl, Lois.J. Profiling review writers in library periodicals literature.- USA:spring,1990.- vol30, no2. . Access date <August, 2020>. _ Available at <<http://www.jstor.org/discover>>.

^{١٦} تهاني عمر عبد العزيز: صحيفة الأهرام مصدرًا للتعريف بالكتب، مجلة المكتبات والمعلومات العربية، س ٥، ع ٢٤ (ابريل ٢٠٠٥).

¹⁷ Sen, BK and Koley, Susanta. A quantitative Analysis of Book Review published in current science: 2002 – 2005.- Current Science.- vol 91, Issue 12 (Dec 2006) ,- p 1616-1620.

^{١٨} محمود عبد الكريم الجندي: أبواب عروض الكتب بالصحف المصرية: دراسة تحليلية، الفهرست، س ٤. ع ١٥ (يوليو ٢٠٠٦).

^{١٩} فايقه حسن: الإعلام الببليوجرافي ودوره في التعرف الإنتاج الفكري المصري: دراسة تحليلية لـ: الفهرست ووجهات نظر، الفهرست، س ٤، ع ١٦ (أكتوبر ٢٠٠٦).

²⁰ Hartley, James. Reading and Writing Book reviews across the Disciplines.- Journal of the American Society for Information Science and Technology.- Vol. 57, Issue9 (July 2006).- p 1194-1207.

²¹ Rojo, Angela and Mochon, Gonzalo. Book Reviews in Spanish Scholarly Journals in the Social Sciences and Humanities : analysis of Production Between 2007 and 2009.- Revista Espanola de documentacio cientifica.- Vol 34. Issue 4 (2011).- p526-544.

^{٢٢} أماني أحمد رفعت: أبواب عروض الكتب في دوريات المكتبات: الاتجاهات الحديثة ودراسات عربية في المكتبات وعلم المعلومات نموذجًا. ٢٠١٤. بحوث في علم المكتبات والمعلومات، ع ١٣ (سبتمبر ٢٠١٤)، ص ٥٢-٧.

^{٢٣} عبير محمد عبد الرازق عبد الجواد: عروض الكتب على الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة. ٢٠١٤، بحث لنيل درجة الماجستير، جامعة بنها، كلية الآداب، قسم المكتبات والمعلومات.

^{٢٤} منصور عبد الله الزامل: المقاطع التعليمية العربية لتخصص المكتبات والمعلومات علي موقع التواصل الاجتماعي YouTube: دراسة إحصائية مقارنة، مجلة المكتبات والمعلومات العربية. ٤ (٢٠١٧)، ص ٢٣١-٢٥٦.

^{٢٥} آلاء سيد أبو حطب: المحتوى الرقمي واستخداماته في تدريس تخصص المكتبات والمعلومات: دراسة وصفية تحليلية، المجلة الدولية لعلوم المكتبات والمعلومات، ٦ (٣)، ٢٠١٩، ص ٣٥٥-٣٦٠.

^{٢٦} عماد عيسى صالح محمد: الاستخدامات المهنية لمواقع مشاركة الفيديو على شبكة الإنترنت: يوتيوب YouTube نموذجًا، المؤتمر العشرون للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات (اعلم)، المنعقد في الفترة (٩-١١ ديسمبر)، المغرب. ٢٠٠٩.

^{٢٧} فضل جميل كلهب، ولمي فاخر عبد الرازق: مدى الإفادة من مواقع التواصل الاجتماعي الإلكتروني بين المكتبيين العرب في المجال المهني، المؤتمر الرابع والعشرون للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات، المنعقد في الفترة (٢٦-٢٧ نوفمبر)، المملكة العربية السعودية. ٢٠١٣.

²⁸ Shaheen, Majid. Win Kay Kay Khine.,Ma Zar Chi Oo & Zin Mar Lwin. An analysis of YouTube videos for teaching information literacy skills. Proceedings of the International Conference on Computers and Advanced Technology in Education (ICCAT 2001). 3-4 November 2011, Beijing, China. 2012.

²⁹ Khan, Shakeel Ahmed & Rubina Bhatti. Application of social media in marketing of library and information services: A case study from Pakistan. *Webology*, 9(1), 1-8. 2012.

³⁰ Kelahaara, Alekzandra. Booktube: A qualitative study of book nerds on YouTube. 2015. Access date <August, 2020>. _ Available at <https://ucsb-primo.hosted.exlibrisgroup.com/primo-explore/fulldisplay?docid=TN_divahb-848&context=PC&vid=UCSB&lang=en_US&search_scope=default_scope&adaptor=primo_central_multiple_fe&tab=default_tab&query=any,contains,booktube&offset=0.>.

³¹ Montebianco, Luciana. Op. Cit.

³² Sued, Gabriela. Formas distantes de ver youtube: una exploración por la comunidad booktube. 2016. . Access date <August, 2020>. _ Available at <<https://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/view/189.>>.

³³ Correa, Domínguez, Beatriz. Análisis del fenómeno de BookTube en España. 2016. . Access date <August, 2020>. _ Available at <<https://riunet.upv.es/handle/10251/75319.>>.

³⁴ Perkins, Kathryn. Op. Cit.

³⁵ Rannou, Nathalie Brilliant. Booktubing and the reader's video: issues surrounding a pedagogical model. 2018. . Access date <August, 2020>. _ Available at <<https://www.erudit.org/en/journals/recherchesImm/2018-v8-recherchesImm03931/1050938ar/.>>.

³⁶ Hughes, Melina. Op. Cit.

³⁷ Paiva, Sthéfani ; Souza, Adriana Maria de. Booktube como instrumento de Disseminação da informação para a geração digital. 2018. . Access date <August, 2020>. _ Available at <<https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/794>>.

³⁸ Kroupová, Alžběta / Kouba, Vojtěch ; Hucková, Barbara. Booktubering jako součást marketingu na knižním trhu. Vysoká škola ekonomická v Praze. 2018. . Access date <August, 2020>. _ Available at <https://ucsb-primo.hosted.exlibrisgroup.com/primo-explore/fulldisplay?docid=TN_etd_dissvskp%2F73676&context=PC&vid=UCSB&lang=en_US&search_scope=default_scope&adaptor=primo_central_multiple_fe&tab=default_tab&query=an,contains,booktube&offset=0>.

³⁹ Anderson, Tara. Book Club for the 21st Century: An Ethnographic Exploration of BookTube. 2020. . Access date <August, 2020>. _ Available at <<https://cdr.lib.unc.edu/concern/dissertations/2227mw07s>>.

⁴⁰ <https://www.youtube.com/intl/en/about/press/>

⁴¹ Ibid.

⁴² <https://www.alexa.com/siteinfo/youtube.com>

⁴³ Shane, Richmond (May 26, 2011). "YouTube users uploading two days of video every minute". The Daily Telegraph. London.

⁴⁴ <https://www.youtube.com/intl/en/about/press/>

⁴⁵ <https://www.cnn.com/id/100575883>

⁴⁶ <https://www.youtube.com/intl/en/about/press/>. Op. Cit.

⁴⁷ Seabrook, John (January 16, 2012). "Streaming Dreams". The New Yorker.

⁴⁸ <https://www.youtube.com/intl/en/about/press/>. Op. Cit.

^{٤٩} عصام أحمد عيسوي: استخدام التعليم المقلوب في تدريس الوثائق والأرشيف: موقع يوتيوب نموذجًا، مجلة الملك فهد، مج ٢٣، ع ٢٤ (إبريل-سبتمبر ٢٠١٧) ص ٣٥٧-٤١٦، ص ٣٥٨.

⁵⁰ Doula, Christina Maria mi. A new digital phenomenon: the rise of the Booktubers". 2015. Access date <August, 2020>. _ Available at <<https://cafebabel.com/en/article/a-new-digital-phenomenon-the-rise-of-the-booktubers-5ae00a25f723b35a145e5f4f/>>.

⁵¹ Anderson, Tara. Op. Cit.

⁵² Hughes, Melina. Op. Cit.

⁵³ Sued, Gabriela. Op. Cit.

⁵⁴ Ibid.

⁵⁵ Montebianco, Luciana. Op. Cit.

⁵⁶ Sued, Gabriela. Op. Cit.

⁵⁷ Rannou, Nathalie Brillant. Op. Cit.

⁵⁸ Doula, Christina Maria mi. Op. Cit.

⁵⁹ Ibid.

⁶⁰ Wiki. BookTube. 2020. . Access date <August, 2020>. Available at <<https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A8%D9%88%D9%83%D8%AA%D9%8A%D9%88%D8%A8>>.

⁶¹ Doula, Christina Maria mi. Op. Cit.

^{٦٢} مروة الوجيه: بوك تيوب ظاهرة شبابية تكتب مستقبل القراءة، ٢٠١٩. تاريخ الإتاحة <أغسطس ٢٠٢٠>. متاح على

<https://daily.rosaelyoussef.com/245282/%d8%a8%d9%88%d9%83-%d8%aa%d9%8a%d9%88%d8%a8-%d8%b8%d8%a7%d9%87%d8%b1%d8%a9>.

^{٦٣} ويكي بديا: بوكتيوب. . تاريخ الإتاحة <أغسطس ٢٠٢٠>. _ متاح على >
https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A8%D9%88%D9%83%D8%AA%D9%8A%D9%88%D8%A8#cite_note-14

^{٦٤} مروة الوجيه: مرجع سابق.

^{٦٥} ويكي بديا: بوكتيوب، مرجع سابق.

⁶⁶ Lister, Mary. Op. Cit.

⁶⁷ Welle, Deutsche. "How BookTubers are changing book marketing. 2018 . Access date <August, 2020>. _ Available at <<https://www.dw.com/en/how-booktubers-are-changing-book-marketing/a-18633901>>.

^{٦٨} أماني عايد: بوكتيوب، ومستقبل الكتب والقراءة، ٢٠١٨. . تاريخ

الإتاحة <أغسطس ٢٠٢٠>. _ متاح على >

<https://www.wataninet.com/2018/07/%d8%a8%d9%88%d9%83%d8%aa%d9%8a%d9%88%d8%a8-%d9%88%d9%85%d8%b3%d8%aa%d9%82%d8%a8-%d9%84>

⁶⁹ Welle, Deutsche. Op. Cit.

^{٧٠} خلود الفلاح: اليوتيوب العربي. ٢٠١٧. تاريخ

الإتاحة <أغسطس ٢٠٢٠>. _ متاح على >

<https://alarab.news/%D8%A8%D8%B9%D9%8A%D8%AF%D8%A7-%D8%B9%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%84%D9%81%D8%B2%D9%8A%D9%88%D9%84>

^{٧١} أماني عايد: مرجع سابق.

⁷² Wiki. BookTube. Op. Cit.

⁷³ Welle, Deutsche. Op. Cit.

⁷⁴ Ibid.

⁷⁵ Cooper, Gael Fashingbauer (23-4-2020), "YouTube turns 15 today. Watch the first video it posted".

Access date <August, 2020>. _ Available at <www.cnet.com>.

^{٧٦} حميد عبد القادر: تزايد الإقبال على الرواية، سبتمبر ٢٠١٢. تاريخ الإتاحة <سبتمبر ٢٠٢٠>. _ متاح على

<http://www.elkhabar.com/ar/culture/304093.html>.

^{٧٧} محمد فايع عسيري: انتشار الرواية: قراءة ثقافية، سبتمبر ٢٠١٣. تاريخ الإتاحة <سبتمبر ٢٠٢٠>. _ متاح على

</http://www.alukah.net/literature_language/0/59424>

^{٧٨} صالح مقبل الصيعري: خصائص الرواية القصيرة، نوفمبر ٢٠١٤. تاريخ

الإتاحة <سبتمبر ٢٠٢٠>. _ متاح على <http://thenovel10-> .</asp.blogspot.com

^{٧٩} حسن الأشرف: إشكالية ارتكاز المعرفة على الكتاب الديني الإقبال على الكتب الدينية فقط يأتي على حساب كتب أخرى، يناير ٢٠٠٨. تاريخ

الإتاحة <سبتمبر ٢٠٢٠>. _ متاح على <http://www.onislam.net/arabic/madarik/culture->

.<ideas/103552-2008-01-09%2000-00-00.html

^{٨٠} محمد أمين البنهاوي: عالم الكتب والقراءة والمكتبات، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ١٩٨٤. ص ٨.

^{٨١} أحمد محمد الشامي: مصطلحات المكتبات والمعلومات والأرشيف. تاريخ الإتاحة <سبتمبر ٢٠٢٠>. _ متاح على

<https://www.elshami.com/Terms/L/Lotka's%20law.htm

⁸² Cooper, Gael Fashingbauer. Op. Cit.

⁸³ Library of Congress. Digital Talking-Book Mastering. National Library Service for the Blind and Physically Handicapped. Version 1.1, (July 2011) . pp 1- 19. Access date <August, 2020>. _ available at <http://www.loc.gov/nlsold/specs/1202_final_sigs.pdf>.