لايتنينغ سورس
الشارقة

دليل بيانات العناوين الوصفية

نصائح وإرشادات لتحسين اكتشاف الكتب وزيادة المبيعات

الفهرس

المقدمة..... 3

ما هي البيانات الوصفية؟..... 3

حقول البيانات الوصفية..... 3

العنوان..... 3

العنوان الفرعي (اختياري)..... 4

اسم السلسلة ورقمها (عند اللزوم)..... 4

وصف الطبعة (عند اللزوم)..... 4

بيانات المساهمين..... 5

الوصف..... 6

البنية..... 6

المحتوى..... 7

الوصف القصير..... 8

رموز الموضوعات BISAC..... 8

رمز الموضوع الإقليمي..... 9

رموز تصنيف الموضوعات THEMA..... 9

معلومات الجمهور المستهدف..... 10

الكلمات الدلالية..... 10

الفهرس..... 11

اقتباسات من المراجعات..... 11

الخاتمة..... 12

تم إنشاء المحتوى المترجَم باستخدام نموذج لغوي قائم على الذكاء الاصطناعي (AI). يُرجى ملاحظة أن المعلومات المقدَّمة إنما هي لأغراض التيسير فقط، وقد لا تكون خالية تمامًا من الأخطاء أو محدثة بشكل كامل. وهي مخصّصة للاستخدام التجاري فقط. ولا نتحمّل أي مسؤولية عن استخدام هذا المحتوى أو تفسيره.

المقدمة

تُعد البيانات الوصفية عالية الجودة عنصرًا أساسيًا لضمان إمكانية اكتشاف عناوينك، وغالبًا ما يتم تجاهلها أكثر مما ينبغي. ببساطة شديدة، بدون بيانات وصفية جيدة، لن يتمكن جمهورك من العثور على محتواك وبالتالي لن يتمكن من شرائه. وهنا تكمن أهمية إتقان البيانات الوصفية. صُمِّم هذا الدليل لمساعدتك على تحقيق ذلك.

سنبدأ بتقديم شرح موجز للبيانات الوصفية، ثم سنقوم بتفصيل كل عنصر على حدة، مع تزويدك بنصائح سريعة حول كيفية تحسينها لتعمل باستمرار في الخلفية لمساعدة كتابك على النجاح. وبما أنها تعمل دائمًا، حيث لا يمكنك اضافتها ثم نسيانها، إذا كنت تحقق مبيعات وكل شيء يبدو أنه يسير على ما يرام مع كتابك، فيمكنك أن تفترض أن إدخالك المتميز للبيانات الوصفية له دور في ذلك. أما إذا لم يكن الأمر كذلك، فقد حان الوقت لإعادة تقييم المعلومات التي أدخلتها في الحقول المعنية، والتأكد من أنها تساعدك على جذب الانتباه وتحقيق مبيعات كتابك.

ما هي البيانات الوصفية؟

تتمثل مهمة محركات البحث في كل مكان في الإجابة عن الأسئلة والعبارات والكلمات الدلالية التي يكتبها الناس في مربعات البحث في جميع أنحاء الإنترنت. تساعد البيانات الوصفية هذه الأدوات على تحقيق أدق النتائج الممكنة، من خلال استخدام الكلمات والعبارات الدلالية. وكلما كانت بياناتك الوصفية أفضل، تمكنت من تحقيق نتائج أفضل في البحث، إلى جانب الجهود التسويقية الأخرى التي تعتمدها. وإذا كانت بياناتك الوصفية تصف كتابك بدقة، مستخدمةً مصطلحات يبحث عنها جمهورك بشكل متكرر، فسيظهر كتابك عند قيامهم بالبحث عن أي شيء له صلة بكتابك، سواء كانوا يبحثون في الأصل عن كتاب أم لا. فعلى سبيل المثال، إذا كان شخص ما يبحث عن معلومات حول حدث معين، أو موقع، أو وضع اجتماعي، أو نشاط ما، فلا يوجد ما يمنع كتابك من أن يكون الحل المثالي لما يبحث عنه.

وبالإضافة إلى عمليات البحث التي يجريها المستخدمون عبر الإنترنت، تُعد البيانات الوصفية أمرًا بالغ الأهمية أيضًا للمتخصصين في المجال، مثل بائعي الكتب وأمناء المكتبات. فهم يستخدمون البيانات الوصفية لتصنيف كتابك بشكل مناسب في قواعد بياناتهم الإلكترونية وكذلك على رفوفهم الفعلية. وليس لديهم الوقت لقراءة كل كتاب يقومون بتوفيره، لذلك تأكد من أن بياناتك الوصفية توضح لهم المكان الصحيح لوضع كتابك، حتى يتمكن العملاء والرواد الذين يبحثون عن نوع معين من القصص من العثور على كتابك بسهولة.

حقول البيانات الوصفية

فيما يلي بعض حقول البيانات الوصفية التي يمكن أن تساعد في زيادة إمكانية اكتشاف عنوانك. لنبدأ!

العنوان (Title)

العنوان الأساسي للكتاب

- أدخل العنوان الرئيسي للكتاب كما يظهر على غلاف المنتج وصفحة العنوان.
- حافظ على نفس العنوان عبر جميع الصيغ. (يجب أن يكون العنوان نفسه في جميع الأعمال التي تشير إلى رقم ISBN الأصلي نفسه).
- قم بإضافة العنوان وأدوات التعريف في بدايته (مثل: The Call of the Wild، وليس Call of the Wild أو Call of the Wild, The).
- لا تُدرج أي عنوان فرعي، أو اسم سلسلة، أو الطبعة، أو معلومات عن الصيغة. (يتم تسجيل هذه العناصر في حقول منفصلة).
- للغة الإنكليزية استخدم الأحرف الكبيرة بالكامل فقط عند الضرورة، مثل الاختصارات أو الأسلوب الفني المقصود.

العنوان الفرعي (اختياري) (Subtitle)

عنوان ثانوي غالبًا ما يكون وصفيًا أو توضيحيًا للكتاب

- أدخل العنوان الفرعي كما يظهر على غلاف الكتاب أو صفحة العنوان.
- استخدم العنوان الفرعي لتمييز الكتاب، وهذا مفيد بشكل خاص للأعمال ذات العناوين العامة أو المشابهة لعناوين أخرى في السوق.
- احرص على أن تكون العناوين موجزة؛ فكلما طال العنوان، زادت احتمالية فقدان انتباه المشتري المحتمل. (توصي أمازون بألا يتجاوز مجموع العنوان والعنوان الفرعي 60 حرفًا، مع أن هذا ليس شرطًا صارمًا).
- لا تُدرج اسم السلسلة أو رقمها. (يتم تسجيل هذه العناصر في حقول منفصلة).

اسم السلسلة ورقمها (عند اللزوم)

هي تجميع العناوين بناءً على الموضوع، أو الشخصيات، أو الحبكة

تُعد السلاسل أداة ممتازة للتسويق والترويج، كما تساعد على الإشارة إلى القرّاء بأن العناوين جزء من قصة أكبر أو مجموعة موضوعية مترابطة.

اسم السلسلة (Series Name):

- حدِّد اسم السلسلة للعناوين التي تتضمن قصة مستمرة (مثل: A Song of Ice and Fire)، أو شخصية متكررة (مثل: Nancy Drew)، أو أي مبدأ تنظيمي آخر (مثل: Penguin Modern Classics).
- يمكن إضافة اسم السلسلة أو تحديثه بعد النشر للعناوين التي أصبح يُنظر إليها لاحقًا على أنها جزء من سلسلة أو مجموعة أكبر.
- احرص على التناسق في اسم السلسلة وطريقة كتابته في جميع عناوين السلسلة.

رقم السلسلة (Series Number):

- بالنسبة للسلاسل المرقّمة، حدِّد ترتيب العنوان (رقمه) ضمن السلسلة. مثال: The Lightning Thief (Percy Jackson and the Olympians, الكتاب الأول). ويجب إدخال الرقم كعدد صحيح (1، 2، 3).
- رقم السلسلة اختياري في السلاسل التي لا يشترط قراءتها بالترتيب. وغالبًا ما يبحث القرّاء عن عبارة «الكتب بالترتيب» بالنسبة للسلاسل الشهيرة. وقد يكون إدراج رقم السلسلة في الحالات التي يمكن فيها قراءة كل عنوان على حدة مفيدًا للمشترين المحتملين ويسهم في تحسين قابلية الاكتشاف، إلا أن هذا الأمر متروك بالكامل لتقدير الناشر.

وصف الطبعة (عند اللزوم)

يُستخدم للتمييز بين الطبعات المختلفة جوهريًا للعمل نفسه

- يتم التمييز بين الطبعات بعدة طرق، منها:
  - **تغييرات جوهرية في المحتوى**، بما في ذلك المحتوى المنقح أو المضاف. ويشمل ذلك الطبعات المرقّمة من الأعمال الأكاديمية والمرجعية (مثل: MLA Handbook، الطبعة السابعة). وعادةً ما يجب أن يكون ما لا يقل عن 20% من المحتوى مختلفًا أو جديدًا لكي يُعدّ طبعة جديدة.
  - **تغليف خاص أو محتوى خاص** غير موجود في الطبعة الأساسية من العمل أو مختلف عنها بشكل ملموس. ويشمل ذلك الطبعات المرتبطة بوسائط إعلامية، الطبعات الخاصة (مثل إصدارات الذكرى السنوية أو النسخ الموقَّعة)، وكذلك الطبعات المصوّرة، والمعززة، والمشروحة، والمختصرة.
  - **الاستخدام المقصود لسوق خاصة**: ويشمل ذلك إصدارات برايل، والطباعة الكبيرة، وإصدارات المعلمين والطلاب من العمل.
- لا تُعد الصيغ المختلفة (مثل الكتاب الإلكتروني، والغلاف المقوى، وطبعة السوق الشامل) ولا إعادة طباعة المحتوى نفسه طبعات مختلفة.

وصف الطبعة (Edition Description)

- هو وصف نصي واضح وموجز للطبعة.
- عند استخدامه، يجب تضمين معلومات رقم الطبعة ونوعها في الوصف حسب الحاجة، مع صياغته بطريقة تساعد المشترين المحتملين على فهم ما يميّز هذه الطبعة عن غيرها (مثل: «الطبعة الثالثة، مُنقّحة ومحدّثة بالكامل»؛ «إصدار المقتنين للذكرى الخامسة والعشرين»؛ «إصدار مُعزّز يتضمن مقابلات فيديو»).

بيانات المساهمين (Contributor Data)

معلومات عن المؤلف، والرسام، والمحرر، و/أو الأطراف الأخرى المسؤولة عن إنشاء العمل

- قدِّم جميع المساهمين ذوي الصلة بالعمل (أو أكبر عدد ممكن تسمح به منصة النشر الخاصة بك)، مثل:
  - المؤلفين والمؤلفين المشاركين
  - الرسامين والفنانين (بما في ذلك المحبرين، ومُلَوِّني الرسوم، ومُخطِّطي الحروف في القصص المصوّرة)
  - المحررين (في المختارات والمجموعات)
  - المساهمين في المحتوى الإضافي (مثل المقدمات، والتمهيدات، والخاتمات)
  - المترجمين أو غيرهم من مُعدِّلي العمل (بما في ذلك الإصدارات المختصرة أو المنقحة)
  - القرّاء والرواة (في الكتب الصوتية والأعمال الدرامية)
- لكل مساهم، اختر الدور المناسب له.

اسم المساهم (Contributor Name)

- أدخل اسم كل مساهم كاملًا وبدقة، كما يجب أن يظهر للجمهور وكما هو مذكور على الغلاف.
- احرص على التناسق. مثلاً، إذا كان اسم المؤلف يُكتب أحيانًا متضمنًا الحرف الأول للاسم الأوسط وأحيانًا من دونه، فمن الأفضل اختيار صيغة واحدة والالتزام بها دائمًا.

السيرة التعريفية للمساهم (Contributor Bio)

- أدخل سيرة ذاتية موجزة لكل مساهم، مع إبراز المعلومات الأساسية التي قد تهم المشترين المحتملين (ومن يقومون بعمليات البحث). وتشمل:
  - ✅ السمات البارزة، بما في ذلك المؤهلات والخبرات ذات الصلة (لا سيما ما يتعلق بهذا العمل)
  - ✅ الأعمال السابقة والنجاحات، بما في ذلك الكتب الأخرى، والجوائز، والتقييمات النقدية
  - ✅ الجهات أو العلاقات المرتبطة بالمساهم، مثل الشركات، أو المؤسسات، أو وسائل الإعلام، أو الأشخاص الذين يرتبط بهم
  - ✅ الأنشطة والمعلومات الأخرى التي قد تهم القرّاء المحتملين، مثل بلد أو مدينة الاقامة، والهوايات، والاهتمامات الشخصية والمهنية
- احرص على أن تكون السير التعريفية موجزة، مع تضمين جميع المعلومات ذات الصلة. الطول الموصى به إجمالًا هو من 50 إلى 150 كلمة. الحد الأقصى للطول: 4,000 حرف.
- تجنّب استخدام لغة مرتبطة بزمن معيّن حتى لا تصبح السيرة غير محدثة. مثلاً، لا تستخدم كلمات مثل «الأحدث»، «قريبًا»، «قادم»، أو «الأخير»، ولا تُشر إلى «العام الماضي» أو إلى «كتاب المؤلف القادم».
- يمكن أن تتضمن السير التعريفية تنسيق HTML (مثل الخط الغامق، أو المائل، أو النقاط التعدادية).
- لا تُدرج روابط تشعبية، لكن يُسمح بإدراج عناوين URL (على سبيل المثال، يمكن إدراج www.authorsite.com لموقع المؤلف).

موقع المساهم (Contributor Location)

- إذا كان للمساهم ارتباط قوي بموقع جغرافي معين (دولة، أو إقليم، أو ولاية، أو مدينة)، فيمكن أن تساعد هذه البيانات في دعم الدعاية والترويج وجذب القرّاء المهتمين بالأعمال المتأثرة بالطابع المحلي.
- أدخل اسم الموقع الأكثر تحديدًا وملاءمة.

الأعمال السابقة (Prior Work)

- اذكر الأعمال الأخرى التي ساهم فيها المساهم.
- احرص على تضمين أي أعمال مشهورة أو مهمة قد يكون القرّاء المحتملون على دراية بها، سواء كانت عناوين محددة، أو سلاسل، أو شخصيات، أو مجموعات.
- لا يُغني هذا الحقل عن إدراج الأعمال المهمة بالاسم ضمن السيرة التعريفية للمساهم.

الانتماءات (Affiliations)

- اذكر الانتماءات المهمة للمساهم مع الشركات أو المنظمات أو المؤسسات. وقد تشمل:
  - الشركات أو المنظمات غير الحكومية التي عمل معها
  - المدارس أو الجامعات التي درس فيها، أو قام بالتدريس أو البحث فيها
  - الأندية، أو المجموعات، أو الجمعيات المهنية
  - وسائل الإعلام أو المنشورات التي كتب لها
- لا يُغني هذا الحقل عن ذكر الانتماءات المهمة بالاسم ضمن السيرة التعريفية للمساهم.

الوصف (Description)

نص وصفي تفصيلي مناسب للعرض العام، ويُستخدم لأغراض التسويق والاكتشاف وزيادة المبيعات

- يُعد الوصف عنصرًا أساسيًا لمساعدة المشترين المحتملين على العثور على كتابك وفهمه. فهو يدعم تحسين محركات البحث، ويمنحك أفضل فرصة لعرض فكرة الكتاب وإثارة اهتمام القرّاء.
- صِف الكتاب بلغة بسيطة ومباشرة وسهلة الفهم للمستهلك.
- نوصي بأن يتراوح طول الوصف بين 150 و200 كلمة على الأقل.
- امنح القرّاء معلومات كافية لفهم ما هو الكتاب، وموضوعه، وما إذا كان سينال إعجابهم، ولمساعدتهم على اتخاذ قرار الشراء.
- استخدم فواصل الفقرات، والخط العريض والمائل، والعناصر التنظيمية الأخرى مثل القوائم المرتبة أو النقطية لإبراز النقاط المهمة وتسليط الضوء على الجوانب الرئيسية للكتاب. الفقرات القصيرة والنقاط المتعددة أفضل من كتلة نصية واحدة طويلة.
- يجب أن يقتصر تنسيق HTML على الوسوم التالية فقط: <p>، <rb />، <lu>، <lo>، <il>، <me>، <gnorts> (و/أو <b> و<i>) مع وسوم الإغلاق المقابلة. تأكد من أن أي كود مستخدم نظيف وصحيح. لا تُدرج روابط تشعبية داخل الوصف.
- تجنّب اللغة المرتبطة بزمن معين حتى لا يصبح الوصف قديمًا. مثلاً لا تستخدم كلمات مثل «الأحدث»، «قريبًا»، «قادم»، أو «الأخير»، ولا تُشر إلى «العام الماضي» أو «الكتاب القادم للمؤلف».
- للحصول على أفكار لصياغة وصف جيد، اطّلع على أفضل مراجعات القرّاء لبعض العناوين المشابهة لكتابك. فغالبًا ما تكون مراجعات القرّاء المتميزة فعّالة جدًا في شرح الكتب بطريقة جذابة ومشوّقة.

البنية (Structure)

- ابدأ بعنوان رئيسي واضح وقوي يسلّط الضوء على أهم ما يميز الكتاب من منظور القارئ (النوع الأدبي، الموضوعات والمحاور الأساسية، العلامات التجارية البارزة، الجوائز). الهدف هو دفع القارئ إلى الرغبة في معرفة المزيد أو حتى الشراء بناءً على ما قرأه بالفعل.
  - الحد الأقصى 200 حرف (حوالي 30–25 كلمة). هذا هو النص الذي سيظهر في صفحات بائعي التجزئة

(على أجهزة الكمبيوتر والهواتف) قبل أن يُطلب من المستهلك النقر على «قراءة المزيد».
- اجعله بخط عريض واتْبِعه بفاصل فقرة.
- يجب أن يكون ذا طابع تسويقي قوي. فكّر فيه كأنه عرض مركز ومختصر — أقل تركيزًا على تفاصيل الحبكة وأكثر تركيزًا على سبب رغبة القارئ المشغول في اقتناء هذا الكتاب. إذا لم يكن القارئ يعرف بوجود الكتاب من قبل، فما الذي قد يكون يبحث عنه ويقوده إلى هذا الكتاب؟ (مثلاً: «كتاب مصوَّر جميل عن التنمّر، والصداقة، وتعلّم الدفاع عما هو صحيح» أفضل من «سام وسالي لا ينسجمان معًا»).

- يجب أن يتبع العنوان الرئيسي شرحٌ تفصيلي. وعندما ينقر القارئ على «قراءة المزيد»، ينبغي أن يجد معلومات غنية ومفصلة عن الكتاب.
  - 100 كلمة أو أكثر توضّح الموضوعات البارزة، والمحاور، وعناصر الحبكة، وخصائص الكتاب.
  - بالنسبة للأعمال الروائية أو الخيالية، يمكن هنا وصف القصة، والأماكن، والشخصيات الرئيسية.
  - بالنسبة للأعمال غير الروائية أو الواقعية، اشرح الموضوعات التي يتناولها الكتاب، والأشخاص، والأماكن، والعناصر المهمة فيه.
  - هذا هو المكان المناسب لمنح القراء فكرة عن أسلوب الكتاب ونبرته.
  - استخدم فواصل الفقرات والقوائم النقطية عند الحاجة لإضفاء تنظيم أفضل وتجزئة الكتل النصية الكبيرة.

- وأخيرًا، يجب أن يُختتم النص بجملة ختامية قوية تبرز القيمة وتوضح سبب وجوب شراء هذا الكتاب. إذا وصل القارئ إلى هذه النقطة، فهو مهتم — وحان وقت إتمام البيع.
  - ما لا يقل عن 25 إلى 50 كلمة.
  - لمن هذا الكتاب؟ مثل: «لمحبّي...»، «هدية رائعة لـ...».
  - فكّر في تضمين الجوائز أو الترشيحات، و/أو اقتباس قوي من مراجعة مميزة.

المحتوى (Content)

- على الرغم من أنه ليس من الضروري تضمين كل عنصر مذكور هنا، فإن هذه المكونات تُعد من العوامل الرئيسية التي تؤثر في سهولة الاكتشاف عبر الإنترنت وفي قرارات الشراء لدى المستهلكين. ويوصى بشدة بإدراجها في النص الوصفي عندما يكون ذلك مناسبًا. تذكّر: هذه هي الأمور التي قد يبحث عنها المشترون المحتملون أو يهتمون بها.
  - التصنيفات الأدبية، والموضوعات، والمحاور (مثل: الرومانسية التاريخية، الفانتازيا الحضرية، تاريخ العصور الوسطى، الأخوّة، الشؤون المالية)
  - الأشخاص والعلامات التجارية المهمة وذات الصلة المباشرة، بما في ذلك المساهمون المعروفون أو الشخصيات البارزة، والسلاسل المرتبطة، والمنظمات أو المؤسسات أو الجهات الإعلامية ذات الصلة
  - المواقع والفترات الزمنية، بما في ذلك أماكن الأحداث، والعصور التاريخية، والوقائع المهمة للكتاب
  - الخصائص ونقاط البيع المميزة المرتبطة بالطبعة أو الصيغة (مثل: مقدمة جديدة، رسوم توضيحية بالألوان الكاملة، أدلة لنوادي القراءة أو للتدريس، مقتطفات من كتب أخرى، تجليد خاص أو تصميم غلاف مميز)
  - عناوين المؤلفين أو المساهمين الأخرى، وسلاسلهم، وجوائزهم، خاصةً للأعمال المرتبطة ارتباطًا وثيقًا بموضوع الكتاب
  - الجمهور المستهدف أو مدى ملاءمة العمر من خلال الأسلوب السردي (لمن هذا الكتاب؟)، بما في ذلك الفئة العمرية أو الصف الدراسي الموصى به و/أو معلومات التصنيف (خصوصًا لكتب الأطفال والكتب التعليمية)، والمؤلفين والكتب المشابهة، وأي إرشادات أخرى تتعلق بالجمهور
  - الأشخاص، والمنظمات، والخبرات، والجهات الإعلامية، والروابط المهمة المجاورة للموضوع (مثل الخلفيات المهنية أو العلاقات، والانتماءات الأكاديمية)
  - تاريخ تحقيق الأفضل مبيعًا، والتقييمات النقدية، والجوائز، على أن تُضاف بعد النشر

- استخدم الكلمات الدلالية، والموضوعات، والعبارات التي يستخدمها القراء لربط وصف كتابك. استخدم الأساليب التي يتحدثون بها عن الكتب ويبحثون عنها. تحدّث بلغتهم، وامنح الأولوية (في بداية النص) للعناصر «الأكبر» والأهم لقابلية الاكتشاف ولما يهتم به المستهلكون غالبًا —مثل العلامات التجارية، والموضوعات الرئيسية، والتصنيفات الأدبية، والسمات الأساسية للكتاب.

الوصف القصير (Short Description)

وصف موجز مناسب للعرض العام، ويُستخدم لأغراض التسويق والاكتشاف وزيادة المبيعات

- يُعد هذا الوصف «تعريفًا» مباشرًا ومختصرًا عن الكتاب وهو قريب في فكرته من العنوان الرئيسي للوصف الطويل.
- احرص على ألا يتجاوز 200 حرف لضمان أقصى قدر من الظهور عبر مختلف الأجهزة والشاشات.
- أخبر المشترين المحتملين بموضوع الكتاب بوضوح (مثل: رواية تشويق سريعة الإيقاع من مؤلف من الأكثر مبيعًا؛ برنامج غذائي سهل المتابعة للآباء المشغولين؛ كتاب تلوين مستوحى من الفانتازيا مع صفحات مثقبة؛ دليل شامل للاستعداد لاختبار SAT).
- أبرز الجوانب المهمة للكتاب من منظور القارئ (التصنيف الأدبي، الموضوعات والمحاور الأساسية، العلامات التجارية البارزة، الجوائز)، وركّز على ما قد يبحث عنه القراء المحتملون ويقودهم إلى هذا الكتاب.
- تأكد من أن الوصفين القصير والطويل يمكن لكلٍ منهما أن يقف بمفرده، إذ لا يتم عرضهما عادةً معًا. ويمكن أن يتضمنا بعض المعلومات المتشابهة، على أن يعزّز كل منهما الآخر. (لا ينبغي أن يكون الوصف القصير هو النص نفسه للعنوان الرئيسي في الوصف الطويل، لكنه قد يكون مشابهًا له في الصياغة).

رموز الموضوعات BISAC (BISAC Subject Codes)

تصنيف قائم على المحتوى، يهدف إلى توجيه عملية ترتيب الكتب على الرفوف، والتصنيف، والعرض التجاري، والتسويق. تساعد رموز BISAC في توضيح مضمون كتابك للمشترين المحتملين، وبائعي التجزئة، والموزعين، ومحركات البحث — أي الأنواع الأدبية والموضوعات والمحاور الأساسية التي تهم الكتاب.

- يُعد استخدام ثلاثة رموز BISAC من أفضل الممارسات للمساعدة في ضمان أوسع نطاق ممكن لوصول الكتاب. فنادرًا ما يتناول الكتاب موضوعًا واحدًا فقط، لذا ابحث عن رموز تعكس شمولية المحتوى وعمقه.
- اختر رموز BISAC التي تصف محتوى كتابك بدقة ووضوح ككل. (لا تختَر رموزًا تنطبق على فصل واحد فقط أو تعبّر عن موضوع أو محور ثانوي في العمل).
- يجب أن يكون رمز الموضوع الأول هو الأفضل والأدق والأكثر تحديدًا قدر الإمكان.
  (على سبيل المثال: **Weight Loss / Diet & Nutrition / HEALTH & FITNESS** أفضل من **HEALTH & FITNESS / General**)
- إن أمكن، اختر رموزًا من فئات BISAC الرئيسية المتعددة لتوسيع فرص الاكتشاف.
- فعلى سبيل المثال، يمكن تصنيف المذكّرات والسيرة الذاتية لشخصية مشهورة كوميدية ضمن كلٍّ من **BIOGRAPHY & AUTOBIOGRAPHY** و **HUMOR**.
- تجنّب استخدام رموز «General» (عام) كلما أمكن ذلك.
  - لا تحتاج إلى إدراج رمز «General» إذا كنت قد اخترت بالفعل رمزًا أكثر تحديدًا ضمن الفئة أو الفئة الفرعية نفسها.
  - لا تستخدم أبدًا الرمز **General / FIC000000 FICTION**؛ استخدم رمزًا أكثر تحديدًا.
- يجب أن تكون رموز BISAC متسقة عبر الصيغ المختلفة للعمل نفسه.
- الأعمال الموجّهة للأطفال من سن 0 إلى 12 عامًا يجب أن تحمل رموز **JUVENILE FICTION** أو **JUVENILE NONFICTION**.
- الأعمال الموجّهة للقرّاء اليافعين والمراهقين من سن 13 إلى 18 عامًا يجب أن تحمل رموز **YOUNG ADULT FICTION** أو **NONFICTION YOUNG ADULT**.

- للاطلاع على القائمة الكاملة لرموز BISAC المتاحة، راجع قائمة عناوين موضوعات BISAC الكاملة الصادرة عن BISG (يتم تحديثها سنويًا).

رمز الموضوع الإقليمي (Regional Subject Code)

معلومات تُستخدم بالتزامن مع رموز BISAC لتحديد الموقع الجغرافي الأساسي لمحتوى الكتاب (وليس مواقع المساهمين)، مما يساعد القرّاء على العثور على الكتب التي تدور أحداثها في مناطق محددة.

- يكون هذا مفيدًا بشكل خاص للكتب التي يلعب فيها المكان دورًا مهمًا في القصة (مثل: رواية أحدب نوتردام والتي تدور أحداثها في باريس)، أو عندما تكون منطقة جغرافية معينة موضوعًا أساسيًا للمحتوى (مثل أدلة السفر أو كتب الطبخ الإقليمية).
- اختر المنطقة الأكثر دقة وملاءمة. من الأفضل اختيار منطقة أوسع وأكثر شمولًا إذا كان الكتاب يغطي عدة مواقع. مثلاً، في كتاب عن رحلة عبر أمريكا الوسطى، يُفضل اختيار أمريكا الوسطى بدل اختيار دولة أو مدينة بعينها. ومع ذلك، إذا كان المحتوى يركّز بشكل كبير على مدينة واحدة، أو ولاية/مقاطعة محددة، أو منطقة فرعية بعينها، فعندئذٍ اختر ذلك الموقع الأكثر تحديدًا.

رموز تصنيف الموضوعات Thema (Thema Subject Codes)

تصنيف قائم على المحتوى، مخصص للاكتشاف والمبيعات على المستوى الدولي ومتعدد اللغات. ومثل BISAC، تُعد Thema منظومة تصنيف تُستخدم لتحديد الفئات الرئيسية للعمل، بما في ذلك التصنيف الأدبي، والموضوعات، والمحاور. تُستخدم Thema دوليًا من قِبل الموزعين والمجمّعين وبائعي التجزئة العالميين، ويمكن أن تسهم في تحسين الاكتشاف والمبيعات على المستوى العالمي.

- إضافةً إلى رموز الموضوعات الخاصة بالكتب، تتضمن Thema أيضًا رموز مؤهِّلة خاصة لـ:
  - المكان: المواقع والمناطق المهمة للعمل
  - اللغة: اللغات أو اللهجات التي يتناولها الكتاب، وليس اللغة التي كُتب بها
  - الفترة الزمنية: العصور، والقرون، والأحداث التاريخية المهمة
  - الغرض التعليمي: مثل المرحلة أو الصف الدراسي، تعلّم اللغات، أو المواد التدريبية
  - التصنيف العمري أو الاهتمام الخاص: مستوى أو عمر القراءة (لكتب الأطفال)؛ الأعياد، والمناسبات الخاصة، والاهتمامات الموسمية؛ والاستخدام المقصود لفئات أو ثقافات معينة (مثل النساء والفتيات، أو المجموعات العرقية، أو الدينية)
  - الأسلوب: الأساليب الفنية أو الإبداعية التي يتناولها العمل (مثل: آرت ديكو، فن البوب، التانغو) أو التي يجسّدها العمل نفسه (مثل: ما بعد الحداثة، المرثاة، الطليعية).
  - مثلاً، لكتاب تاريخي عن الجيش الأمريكي خلال الحرب العالمية الثانية:
    - قد تشمل رموز BISAC ما يلي: **HISTORY HIS027110 / United States / Military / World War II**، و/أو **HISTORY HIS027100 / United States / Military / 20th Century**
    - بينما قد تشمل رموز Thema: **NHWR7 Military history / Specific wars & campaigns / Second World War** مع مُحدِّد الموقع **1KBB United States of America, USA**، ومُحدِّد الفترة الزمنية **3MPBLB c 1938 to c 1946** (فترة الحرب العالمية الثانية).
- يجب أن تكون الفئة الأولى المختارة هي الفئة الأساسية للكتاب — أي الرمز الأفضل والأدق والأكثر تحديدًا الذي يصف موضوع الكتاب بدقة. (يمكن — ويُستحسن — استخدام رموز أوسع للكتب التي تغطي نطاقًا واسعًا من الموضوعات).
- يُشترط تحديد فئة موضوع واحدة فقط على الأقل، إلا أنه يُنصح باختيار الرموز المؤهِّلة عند اللزوم لوصف محتوى الكتاب بشكل أكثر دقة.
- اختر رموز موضوع إضافية حسب الحاجة، وابحث عن الرموز التي تعكس شمولية المحتوى وعمقه. (لا تختَر رموزًا تنطبق على فصل واحد فقط أو تعبّر عن موضوع أو محور ثانوي في العمل).
- لا تحتاج إلى تضمين رموز الموضوعات العامة الأعلى مستوى أو رموز المؤهِّلات إذا كنت قد اخترت بالفعل رمزًا

أكثر تحديدًا لفئة أو فئة فرعية معيّنة. (مثلاً، الرمز **Diplomacy / International relations / Politics & government / JPSD Society & Social Sciences** يُفهم ضمنًا أنه يتناول المجتمع والعلوم الاجتماعية (J)، والعلاقات الدولية (JP)، والسياسة والحكومة (JPS)).

- يجب أن تتضمن الأعمال الموجّهة للأطفال رمزًا واحدًا على الأقل من رموز مُحدِّد عمر الاهتمام المناسبة.
- توفّر **EDItEUR** مزيدًا من المعلومات حول تصنيف Thema، وتاريخه، وإرشادات استخدامه، وتفاصيل جميع فئات موضوعات Thema المتاحة.

معلومات الجمهور المستهدف (Audience Information)

تحديد الجمهور المناسب والمقصود للكتاب

الجمهور (Audience)

- اختر الجمهور الأساسي الأكثر ملاءمة للكتاب.
- تعمل رموز الجمهور جنبًا إلى جنب مع رموز BISAC. وأي كتاب موجّه أساسًا للأطفال أو اليافعين يجب أن يتضمن رموز BISAC المقابلة لذلك.

الفئة العمرية ومستوى الصف الدراسي (Age and Grade Range)

- إلزامية لعناوين الأطفال واليافعين (Young Adult)، ويوصى بها بشدة للعناوين التعليمية.
- يمكن تحديد نطاق الجمهور المستهدف حسب العمر و/أو مستوى الصف الدراسي. ويُفضّل تحديد كلٍّ من العمر والصف عند اللزوم.
- يُنصح أيضًا بتحديد نطاق عمري للروايات المصوّرة الناضجة أو غيرها من الأعمال التي قد يُساء تصنيفها على أنها موجّهة للأطفال.
- يجب أن تكون التصنيفات العمرية والصف واقعية ومحددة قدر الإمكان، إذ يعتمد المشترون المحتملون على هذه الإرشادات لفهم الجمهور الأساسي المقصود للكتاب.
- احرص على أن تكون نطاقات التصنيفات ضيقة، خصوصًا للأطفال الأصغر سنًا (سنتان أو مستويَا صف دراسي فقط). أما جمهور المراهقين، فيمكن أن تكون نطاقات التصنيف أوسع (حتى أربع سنوات أو أربعة مستويات صفية).

الكلمات الدلالية (Keywords)

موضوعات إضافية، وفئات، ومصطلحات بحث يستخدمها المستهلكون وترتبط بالكتاب. تستخدم متاجر التجزئة الإلكترونية الكلمات الدلالية لفهم كتابك وتصنيفه بشكل أفضل. ويجب أن تكون مكمّلة لرموز موضوعات BISAC وThema ورموز الجمهور، لا مكررة لها.

- أدخل ما لا يقل عن سبع كلمات أو عبارات الدلالية، مفصولة بعلامة الفاصلة المنقوطة (;).
- ينبغي أن تكون هذه مصطلحات وعبارات قد يبحث عنها المشترون المحتملون، بما في ذلك أمور مثل:

- فئات أو فئات فرعية محددة لدى بائعي التجزئة لا يوجد لها رمز BISAC مكافئ وترغب في أن يظهر كتابك ضمنها. (يجب أن تكون هذه عبارات مطابقة تمامًا، منسوخة مباشرة من موقع بائع التجزئة).
- الموضوعات والمحاور المهمة في الكتاب (مثل: النظام الغذائي في بلاد البحر الأبيض المتوسط، بلوغ سن الرشد).
- المواقع أو الفترات الزمنية المهمة في الكتاب (مثل: العصر الفيكتوري، جنوب غرب الولايات المتحدة، حرب 1812).
- نبرة القصة، أو أسلوب الكتابة، و/أو النوع الأدبي (مثل: قصة مثيرة، رواية شعرية، قصة رومانسية دافئة).
- أنواع وأدوار الشخصيات (مثل: بطلة أنثى، أطفال مهاجرون، أم عاملة، عائلة عربية).
- ملاحظات تتعلق بالصيغة أو الجمهور (مثل: كتب لوحية للأطفال الرضّع، كتب تلوين، كتب تحفيزية للنساء).

- لا تضع علامات اقتباس حول الكلمات الدلالية.
- لا حاجة لإدراج الأخطاء الإملائية الشائعة أو الاختلافات البسيطة في علامات الترقيم أو الأحرف الكبيرة والصغيرة (مثلاً، لا حاجة لإدراج كلٍّ من "Caribbean" و "Carribean" أو "JK Rowling" و "j.k. Rowling").
- ومع ذلك، قد ترغب في تضمين صيغ مختلفة للكلمة أو العبارة نفسها إذا كان المستهلكون يستخدمونها في سياقات مختلفة. ويساعد ذلك في إدراج تنويعات مقبولة متعددة للكلمة نفسها ضمن بياناتك الوصفية. مثلاً: "MD" و "doctor". أو إذا كان لديك كتاب عن أفضل التطبيقات لنظام iOS، يمكنك إدراج أجهزة وأنظمة تشغيل مختلفة من Apple مثل: iPad، وiPad mini، وiPhone 6، وiPhone 6s، وغيرها.
- طريقة مفيدة لتحديد الكلمات الدلالية المحتملة هي أن تتخيل نفسك تبحث عن كتاب يشبه كتابك. إذا لم تكن تعرف بوجوده، فما الذي قد تبحث عنه ويقودك إليه؟ جرّب كتابة مصطلحات البحث المحتملة — ببطء — في Amazon وGoogle لرؤية اقتراحات الإكمال التلقائي التي تتوافق مع كتابك. فهذه الاقتراحات مبنية على عمليات بحث حقيقية أجراها أشخاص حقيقيون، ويمكن أن تمنحك رؤية قيّمة لما قد يبحث عنه المشترون المحتملون.

الفهرس (Table of Contents)

مخطط لمحتوى الكتاب، يشمل الأجزاء أو الفصول، والملاحق، وجميع المواد التمهيدية والتكميلية

- يمكن للفهرس أن يساعد المشترين المحتملين ومحركات البحث على العثور على كتابك وفهمه بشكل أفضل.
- تُعد هذه البيانات مفيدة بشكل خاص لكتب الأدب الواقعي والمراجع، وكذلك للأعمال الروائية التي تتضمن مواد مضافة مثل أدلة القراءة، ومقابلات المؤلفين، وملاحق أو ميزات إضافية أخرى.
- أدخل الفهرس على شكل قائمة منظمة.
- لكل جزء أو عنصر، أدرج العنوان والعنوان الفرعي عند اللزوم.

اقتباسات من المراجعات (Review Quotes)

إشادات بالعنوان و/أو بالمساهمين فيه

- ضمِّن من اقتباسين إلى ثماني اقتباسات إيجابية من المراجعات. يجب أن تأتي هذه الاقتباسات من مصادر متنوعة، وأن يبرز كل اقتباس جانبًا مختلفًا من الكتاب. ومن المثالي أن تصدر المراجعات عن أشخاص أو منشورات معروفة ومؤثّرة لدى المشترين المحتملين.
- ينبغي أن تكون الاقتباسات موجزة (لا يزيد كل اقتباس عن 50 كلمة). ويمكنك استخدام مقتطفات من مراجعات أطول.
- افصل بين الاقتباسات بفاصل فقرة.
- ضع أقوى الاقتباسات وأكثرها تأثيرًا في البداية.
- احرص على إدراج معلومات دقيقة عن مصدر كل اقتباس، بما في ذلك الاسم الكامل للمراجع و/أو اسم المنشور الذي نُشر فيه الاقتباس، عند اللزوم.
- تأكّد من التنسيق. استخدم علامات الاقتباس حول كل اقتباس، واعتمد علامة ترقيم واحدة وبالشكل نفسه عند نسب الاقتباس إلى مصدره (شرطة، شرطة طويلة، علامة الموجة، أو غيرها).
- يمكن استخدام الاقتباسات عبر الصيغ والإصدارات المختلفة إذا كانت تتعلق بمحتوى العمل نفسه، وليس بخصائص طبعة معينةن.

الخاتمة

أصبحتَ الآن مستعدًا للانطلاق وإتقان بيانات كتابك الوصفية والاستفادة من ثمار ذلك. يغطي هذا الدليل البيانات الوصفية الخاصة بعنوان كتابك، لكن من المهم أن تدرك أن البيانات الوصفية لا تقتصر على العنوان فقط، بل توجد في أماكن عديدة أخرى. فهناك العديد من القنوات التي يمكن أن تسهم في توجيه الزيارات إليك وإلى كتبك، مثل سجل رقم ISBN، وموقع المؤلف الإلكتروني، ومنشوراتك في المدوّنات أو مشاركاتك كضيف في مدوّنات أخرى، وصفحاتك الشخصية على وسائل التواصل الاجتماعي، وغير ذلك الكثير. احرص على تطبيق المبادئ والنصائح نفسها على كل ما تشاركه عبر الإنترنت، لإثبات لمحركات البحث ولمستخدميها أن كتابك قد يكون بالضبط ما يبحثون عنه.

لمزيد من المعلومات حول البيانات الوصفية الخاصة بقابلية الاكتشاف، قم بتنزيل قائمة التحقق بالبيانات الوصفية (Metadata Checklist) الخاصة بنا.