

الناشر وأثره في صناعة النشر

مقدمة:

إن صناعة النشر بالمفهوم العام، وهي إنتاج الرسائل الفكرية للإنسان على أوعية خارجية قابلة للتداول بين الناس، وفي أشكال متعددة مثل الكتاب والدوريات والمصغرات الفيلمية، والمواد السمعية والبصرية والأقراص، وفي عالمنا العربي تعتبر صناعة النشر حديثة إذا ما قورنت بما هو حادث في العالم الغربي، بل إن هذه الصناعة بالمفهوم الخاص والذي يأخذ صورة الكتاب الورقي، قد بدأت منذ ما يزيد قليلاً عن مائتي عام في مصر وبلاد الشام، وفي معظم البلدان العربية منذ سبعين عاماً، بل إن هناك بلداناً عربية، بدأت صناعة النشر منذ خمسين عاماً فقط، بينما بدأت صناعة النشر في العالم الغربي قبلنا بما يقرب من أربعة قرون. فأول كتاب طبع في الغرب بعد اختراع آلة الطباعة الحديثة على يد «يوحنا جوتنبرج» كان في عام 1449م، بينما أنشئت أول مطبعة في عالمنا العربي عام 1706م وكانت مطبعة حلب، وفي مصر مع دخول الحملة الفرنسية عام 1798م، أنشئت المطبعة الأهلية بمعرفة الفرنسيين، ثم أنشئت مطبعة بولاق في عهد محمد علي عام 1821م.

من كل ما تقدم يتضح أن الفارق الزمني كبير في بدايات صناعة النشر في كل من العالم العربي والعالم الغربي، وهذا الفارق الزمني أدى إلى وجود قواعد ثابتة ومستقرة تنظم العلاقات بين أطراف صناعة النشر، وخاصة العلاقة بين الناشر والمؤلف، لدى الغرب، بينما لا يزال عالمنا العربي يفتقر إلى وجود قواعد متعارف عليها بين أطراف هذه الصناعة، إذ إن معظمها تجارب ميدانية واجتهادات شخصية وتناقل معلومات وخبرات بين الجميع.

تعريف النشر:

من المعروف أن صناعة النشر هي قلب الصناعات الثقافية، فالنشر كما جاء في الموسوعة العربية بأنه «عملية إعداد وتصنيع وتسويق الكتب والمجلات أو أية مطبوعات أخرى، أما نشر الكتب فهو صناعة صغيرة نسبياً، ولكنها ذات أهمية بالغة في الحياة التعليمية والثقافية»، حيث إن العالم يستهلك أكثر من ثمانين مليون طن من الورق، ومنها ما يزيد بقليل ثلاثين مليون طن للكتب. ويقاس تقدم ورقي الدول وشعوبها بتقدمها العلمي والتكنولوجي وارتفاع مستوى دخل الفرد، وأيضاً استهلاكه للورق، حيث يتمتع الفرد بمنتوج ثقافته، وثقافة الآخرين من فكر وفن، فالثقافة هي العامل الرئيسي في هذا التقدم والرقي.

ويعد الكتاب الوسيلة الأولى للثقافة والتعليم، بل الوعاء الجامع والشامل لكل مكونات الثقافة، لأنه يحمل داخله فكر وإبداع الإنسان إلى أخيه الإنسان.

تعريف الناشر:

يعرف الناشر - أو دار النشر - بأنه «مؤسسة أو شخص يقوم بإصدار وطبع وتوزيع الكتب أو المجلات والصحف، ويتحمل مسؤولية التمويل المالي إلى جانب مخاطر النشر». كما يعرف الناشر بأنه «الذي يدير عملية النشر بين المؤلف والطابع والموزع بماله وجهده ووقته حتى يصل إلى القارئ».

وهناك اتفاق على أن النشر يتضمن ثلاث حلقات، يشترك فيها أربعة أطراف على النحو التالي:

الحلقة الأولى: التأليف، وهو الذي يقوم به المؤلف المبدع سواء كان مؤلفاً طبيعياً أو معنوياً، وهو المسئول عن المادة العلمية.

الحلقة الثانية: الطباعة أو «التصنيع»، التي تحول المادة العلمية للمؤلف إلى كيان مادي قابل للتداول بين الناس في شكل نسخ متعددة.

الحلقة الثالثة: التوزيع، الذي يقوم به بائع الكتب أو الموزع، والتي تهدف إلى توصيل النسخ المطبوعة إلى المستهلكين، أو السوق المتاحة للكتاب وهي: المكتبات والأفراد.

هذه الحلقات الثلاث تتكامل فيما بينها لتشكل ما يعرف بصناعة النشر، ولا يمكن لأية حلقة منها أن تكون قائمة بذاتها، مستقلة عن الحلقتين الأخرين أن تسمى نشرًا. والأطراف الثلاثة: المؤلف – الطابع – الموزع لا يعرف بعضهم بعضًا، ولا علاقة مباشرة تربط بينهم، ومن ثم دعت الضرورة إلى وجود طرف رابع يجمع بين هذه الأطراف الثلاثة، ويدير العلاقة بينهم وهو الناشر الذي يحصل على العمل من المؤلف في مقابل مبلغ مادي يحصل عليه المؤلف، فضلًا عن الذبوع والانتشار لعمله، ثم يتولى الناشر تصميم وصف وإخراج الكتاب، قبل أن يدفع به إلى المطبعة التي تحوله إلى نسخ مطبوعة، ويدفع لها الناشر التكاليف كافة، ثم يدفع به بعد ذلك إلى بائع الكتب أو الموزع، ومن ثم يحصل الناشر على ماله المستثمر وربحه بعد خصم نسبة ربح الموزع، وهذا ما يطلق عليه الناشر النقي، فهو يدير وينظم العلاقة بين أطراف النشر الثلاث وهو المتعارف عليه في العالم الغربي.

أما الناشر العربي فيطلق عليه الناشر غير النقي، حيث إنه لا يدير وينظم العلاقة بين أطراف النشر فقط، بل إنه يقوم بكل مرحلة، والعبء الأكبر هو عملية التوزيع بما يتحمله من أعباء ومخاطر مالية في حالة عدم حصوله على حصيلة مبيعاته، فالوقت والجهد والمال والمخاطرة الذي يتحمله الناشر العربي تفوق أضعافًا مضاعفة عن الناشر الغربي.

خطوات الناشر في عملية النشر:

١- **الحصول على المواد والأصول المطلوب نشرها** يبدأ الناشر بإدارة عملية النشر من المرحلة الأولى، وهي التأليف الذي يقوم به المؤلفون، وهي تعدّ الخطوة الأولى. والسؤال كيف يحصل الناشر على المواد والأصول المطلوب نشرها؟ هل يعتمد على الأصول التي ترد إليه فقط؟

الإجابة: لا هناك وسائل أخرى يحصل بها على الأصول، وهي:

- أ - قيام المؤلف أو المترجم أو المحقق بتقديم كتابه إلى الناشر مباشرة.
- ب- قيام الناشر بتكليف المؤلف أو المترجم أو المحقق بإعداد كتاب محدد الموضوع والمواصفات.
- ج- اتصال الناشر بمجموعة من المؤلفين، يطلب أن ينشر لهم.
- د - ورود أصول كتب أو مقترحات كتب بواسطة بريد الناشر.
- هـ - ورود أصول كتب أو مقترحات كتب بواسطة بعض المؤلفين الذين سبق النشر لهم.

٢- فحص أصول الكتب

ويتم الفحص للتأكد من صلاحية الكتاب للنشر وإمكانية تسويقه وبيعه. ويتم الفحص بالطرق التالية:

أ- قيام الناشر بقراءة الكتاب ويحدد رأيه بالقبول أو الرفض.

ب- قيام إدارة النشر، وهم خبراء متخصصون لدى الناشر بفحص الكتاب، كل حسب تخصصه، وإبداء الرأي بالقبول أو الرفض بعد إجراء بعض التعديلات سواء بالإضافة أو الحذف.

ج - قيام الناشر بتكليف أحد المتخصصين في الموضوع ذاته بفحص الكتاب ثانية، وإبداء الرأي والقرار النهائي للناشر أو المدير المسئول عن إدارة النشر.

ولا بد من الإشارة إلي أن هناك كتباً قد تكون صالحة للنشر ويرفضها الناشر إما لاسباب فنية ومعقدة في الطباعة، أو أنها تحتاج إلى إنفاق أموال كثيرة وتأخذ وقتاً كبيراً في استرجاع التكلفة، أو يكون الكتاب في غير تخصص دار النشر أو يكون رأي مسئول التوزيع لدى الناشر، بأن عدد النسخ التي ستوزع من هذا الكتاب قليلة جداً، نظراً لتخصصه الشديد، أو أن السوق مكتظ بالموضوعات نفسها التي يعالجها الكتاب من ناحية، وأنه يباع بأسعار منخفضة للغاية من ناحية أخرى.

وربما يقدم الناشر على نشر كتاب مقبول منه وصالح للنشر، رغم الأسباب السابقة التي قد تحمله خسارة مادية كبيرة حسب رأي التوزيع، ورغم ذلك يُقبل الناشر على نشره باعتباره رسالة وواجباً قومياً ومهنياً.

٣- التعاقد القانوني مع المؤلف

يتم التعاقد القانوني بعد موافقة الناشر على نشر الكتاب وموافقة المؤلف على شروط النشر، باعتبار أن المؤلف هو صاحب هذا العمل، وأن له حقوقاً أدبية ومادية. وهناك عدة نماذج للتعاقد القانوني بين المؤلف والناشر تشتمل على التزامات متبادلة بين الطرفين، توضح حقوق كل طرف أمام الطرف الثاني ونوع التعاقد، وغالباً ما تحدد الحقوق المادية على النحو التالي:

- نسبة مئوية من سعر الغلاف.
- مبلغ مقطوع عن طبعة أو عدة طبعات أو عدة سنوات.
- اقتسام الربح بين المؤلف والناشر بعد استرجاع التكاليف.
- مساهمة المؤلف بنسبة في تكاليف الطباعة.
- قيام المؤلف بسداد كافة تكاليف الطباعة.

٤- إعداد الكتاب للنشر:

يقوم أحد المحررين الذين يعملون في إدارة النشر بإعداد الكتاب للنشر، وهو ما يطلق عليه تحرير الكتاب بالحذف أو الإضافة أو التعديل بإعادة صياغة بعض الفقرات، مع الضبط اللغوي ووضع علامات الترقيم.

٥- التصميم والإخراج الفني:

ويتولى ذلك أحد المصممين بإدارة النشر، باختيار نوع الحرف وتصميم الصفحة واختيار الرسوم وتصميم الغلاف واختيار نوع الورق والمقاس ونوع الطباعة والتجليد.

٦- طباعة الكتاب:

يتولى الناشر أو المدير المسئول عن النشر بالاتفاق مع إحدى المطابع لطبع الكتاب، طبقاً للمواصفات التي تم تحددتها بواسطة قسم التصميم والإخراج الفني.

٧- مرحلة التوزيع والبيع:

هذه المرحلة من أهم وأصعب المراحل في عملية النشر. لأنه دونها لا يمكن توصيل فكر وإبداع المؤلفين إلى القراء، ولأنه إذا لم يوزع الكتاب وتكدست المخازن لحقت بالناشر خسائر وقد يخرج من سوق النشر.. لذا فالناشر يبذل الكثير من المال والجهد والوقت والترحال في الترويج والدعاية للكتاب بين منافذ التوزيع داخلياً وخارجياً وبطرق عديدة:

أ- التوزيع عبر الناشر:

في ظل الظروف التي يعمل بها الناشر العربي، عليه أن يتحمل عبء تكلفة التوزيع بنفسه، حتى يمكنه من الاستمرارية في سوق النشر.. فهو ينشئ في دار النشر التي يديرها إدارة أو قسم للمبيعات أو يتولى ذلك بنفسه، ومعه مندوبون للتوزيع، مع اهتمامه بوضع خطط للتوزيع الداخلي والخارجي، موضعاً بها دراسات عن العملاء وحجم مشترياتهم، وتبني تحقيق نسبي للزيادة على فترات عبر المنافذ التالية:

- ١- المكتبات العامة والمتخصصة والمدرسية والجامعية.
- ٢- المكتبات التجارية.
- ٣- المحلات التجارية.
- ٤- المؤسسات والوزارات.
- ٥- النوادي والشركات.
- ٦- الصيدليات - العيادات الطبية.
- ٧- البيع من خلال شبكة الإنترنت مباشرة أو عبر الغير.
- ٨- التوزيع عبر المعارض المحلية والعربية والدولية.

ب- التوزيع عبر الغير:

ينبغي على الناشر الاستعانة بالغير في توزيع جزء من إصداراته من خلال البحث عن موزعين متخصصين في التوزيع فقط دون النشر، ويمنحهم نسبة كبيرة من الخصم التجاري، حيث إنهم يعيدون التوزيع مرة أخرى.

أو أن يلجأ إلى موزعين أو ناشرين، لديهم سلسلة من المكتبات التجارية، مع منحهم نسبة خصم تجاري كبيرة.

ج- التوزيع عبر شركات الصحف والمجلات:

هناك العديد من دور الصحف والمجلات لديها شركات لتوزيع إصداراتها، ثم تطورت هذه الشركات، وأصبحت توزع الكتاب بجانب الصحيفة، وهذا النوع منتشر في عالمنا العربي وفي الكثير من البلدان الأجنبية.

د- التوزيع عبر وكيل للناشر:

هناك العديد من الناشرين الذين يقومون بعقد اتفاقيات تجارية مع بعض دور النشر أو شركات التوزيع في كل بلد، بحيث تصبح هذه الدور أو الشركات موزعاً حصرياً وبمثابة وكيل عن الناشر في توزيع إصداراته.

٨- مرحلة الدعاية والتسويق:

وهذه المرحلة يهتم بها كثيرًا الناشر الغربي ويخصص لها ميزانية تتراوح ما بين ٥% إلى ١٠% تضاف على تكلفة الكتاب، لأن العائد يكون كبيراً في توزيع إصداراته، من خلال:

أ- الاهتمام بإصدار قوائم المطبوعات في شكل جيد متضمنة البيانات البيولوجرافية، مع الحرص على توزيعها على الجهات والمؤسسات والمكتبات.

ب- الإعلان في وسائل الإعلام مدفوع الأجر، واختيار أنسب الوسائل منخفضة التكاليف.

ج - استغلال التكنولوجيا الحديثة في الترويج للكتب، مثل إنشاء مواقع إلكترونية، وأيضاً الفيس بوك، أو الإعلان من خلال شبكة S.M.S. وأيضاً البريد الإلكتروني للمتعاملين مع دار النشر في التعريف بأي كتاب جديد يصدر، وإرساله إلى الهيئات والمؤسسات والمكتبات والأفراد.

د - الاهتمام بتواصل العلاقات مع الكتاب والنقاد والصحفيين ومقدمي البرامج الثقافية والصفحات الأدبية، وأيضاً مديري المكتبات العامة والمدرسية والجامعية، ورؤساء الأقسام بالجامعات والمعاهد، وذلك بإهداء نسخ هدايا.

هـ - الحرص على إقامة ندوات لأهم الإصدارات، وكذلك حفلات تكريم كبار المؤلفين، وأيضاً الاهتمام بحفلات توقيع الكتب.

و- تحمل مخاطرة عرض الكتب برسم البيع (أمانات) مع المكتبات التجارية الكبرى والمحلات التجارية مثل الهيبرات وسوبر الماركات.

يتضح مما سبق ذكره من التعريف ببدايات صناعة النشر في العالم العربي والعالم الغربي وأهمية هذه الصناعة، مع التعريف بأطراف هذه الصناعة وتعريف النشر والناشر، والخطوات التي يقوم بها الناشر في عملية النشر.. يتضح لنا:

الدور الكبير والمؤثر الذي يقوم به الناشر في عملية النشر، على النحو التالي:

- ١- الناشر هو الذي يتحمل مسؤولية التمويل المالي إلى جانب تحمله مخاطر النشر.
- ٢- الناشر هو الذي ينظم ويدير العلاقة بين أطراف النشر الثلاثة: (المؤلف - الطابع - الموزع) بماله وجهده ووقته حتى يصل إلى القارئ فلا توجد صناعة نشر دون ناشر.
- ٣- الناشر هو الذي لديه العلاقات الكبيرة والمتعددة مع المكتبات والموزعين، ولا يمكن للمؤلف الوصول إلى آلاف القراء إلا من خلال الناشر، فالمؤلفين الذين نشروا بمعرفتهم قد فشلوا فشلاً كبيراً.
- ٤- الناشر لديه مجموعات كثيرة من المستشارين والمحررين والمصممين والفنانين والمراجعين الذين يحولون المسودة الأولى للمؤلفين إلى كتب يتلقاها القراء بعد تحريرها ومراجعتها، واختيار الشكل والمقاس والإخراج والغلاف والعنوان.

- ٥- الناشر هو الذي يختار العنوان، لأنه يحتك بالقراء ويعرف ميولهم وأذواقهم.
- ٦- الناشر هو الذي يدفع الأموال للمؤلف والمترجم والفنان والمحرر والمراجع والطابع ومصانع الورق وغيرهم لإنتاج الكتاب.
- ٧- الناشر هو الذي يختار الموضوعات ويحدد متى تصدر، وأيضًا يحدد الكميات المطبوعة وعدد الطبعات، لمعرفة بالقراء من خلال المكتبات.
- ٨- الناشر هو الذي يثق فيه القارئ دون المؤلف، لأن لديه العديد من الخبراء الذين عملوا معه في إصدار العديد من الكتب الجيدة.
- ٩- الناشر لديه خبرة بسوق الكتاب، لأنه دائمًا يدرس ويحلل السوق ويعرف الميول القرائية للقارئ.
- ١٠- الناشر لديه خبرة تراكمية في الدعاية والتسويق لكتب المؤلفين، واستفاد من التطور التكنولوجي في دعايته وتسويقه للكتب من خلال استخدام السوشيال ميديا وخاصة شبكة الإنترنت.
- ١١- الناشر لديه من الخبرة الإدارية، مع سعة الاطلاع والمعرفة في إدارة أطراف صناعة النشر الثلاثة.

هذا بعض من أثر الناشر في صناعة النشر سواء كان ناشرًا عربيًا أو أجنبيًا، إذ يظل صاحب رسالة تجاه مجتمعه والمجتمعات الأخرى، لأنه منوط به حمل فكر وإبداع الإنسان إلى أخيه الإنسان.

والناشر العربي له دور وأثر خاص في صناعة النشر العربي، فهو يعمل في ظروف عصيبة لم تشهدها أمتنا العربية من قبل، حيث يوجد اضطراب وفرقة وتفتت وهيمنة ودعوات للجهل والظلام، مع انقسام وحروب في البلد الواحد.. فكل ذلك يؤثر سلبيًا ويضر بحاضر ومستقبل أمتنا العربية، والأمل في صناع الثقافة من كتّاب ومفكرين وناشرين للخروج من هذا النفق المظلم بتقديم الرؤى والأفكار التنويرية، ومحاربة الجهل والظلامية ونشر الثقافة العربية والحضارة الإسلامية القائمة على التسامح والوسطية وقبول الآخر ونبذ العنف، مع نشر العلم والمعرفة بواسطة الناشرين العرب.

رئيس الاتحاد

محمد رشاد