

# الكتاب العربي: بحث في قضايا نشره وتسويقه في المملكة العربية السعودية

فالح عبد الله آل ضرمان \*

## التمهيد:

يهدف هذا البحث إلى دراسة واقع الكتاب العرب بشقيه المطبوع والرقمي في المملكة العربية السعودية وما يواجهه نشره وتسويقه من تحديات . ولتحقيق هذا الهدف، ركز البحث على استطلاع آراء عينة من رواد معرض الكتاب الدولي المنعقد بالرياض وبعض دور النشر والتسويق في المملكة حول خبراتهم وتجاربهم مع نشر مصادر المعلومات العربية والخطط والوسائل المتبعة لديهم في هذا المجال. وجمع الباحث

على حركة النشر، وإلغاء الرسوم الجمركية، وتفعيل قوانين حقوق الملكية . كما تبين أن الكتاب المطبوع لا يزال يحظى بالأفضلية على الكتاب الإلكتروني من وجهة نظر دور النشر ورواد المعرض.

## المقدمة:

لا يخفى على الباحثين وأرباب الفكر والثقافة أن النشر بأشكاله ووسائله كافة هو علامة بارزة في النهوض الحضاري والتقدم العلمي للشعوب، وله تأثير ملموس في الحياة العلمية والتعليمية

المعلومات المطلوبة عن طريق الزيارات الميدانية وتوزيع استبانات على أفراد مجتمع البحث. وكان التركيز بصفة أساسية على وسائل النشر، وآلياته، وطرق التسويق والتوزيع والترويج للكتاب العربي، ومستلزمات ومعوقات النشر والتسويق، وما لدى دور النشر من خطط حالية ومستقبلية. وقد توصل الباحث إلى نتائج عدة من بينها وجود حاجة إلى إنشاء سوق مشتركة وشبكة تعاونية لتسويق الكتاب العربي، بالإضافة إلى أهمية رفع القيود المفروضة

✽ قسم علم المعلومات - كلية الآداب والعلوم الإنسانية - جامعة الملك عبدالعزيز بجدة.

ويكسبون من جرائها المال والسمعة دون وجه حق في ظل غياب واضح لأخلاقيات المهنة، وعدم تطبيق قوانين حقوق الملكية الفكرية. وهناك دور نشر تؤدي دور القراصنة نفسه، وهمها الأساس هو البحث عن المكاسب المالية عن طريق نسخ الكتب وإعادة نشرها دون علم المؤلف والناشر الحقيقي، أو ترجمتها وتسويقها بأسعار منخفضة دون مراعاة لتشريعات النشر وسياساته.

### مشكلة البحث:

تنبثق مشكلة البحث من ظواهر سلبية مقترنة بنشر مصادر المعلومات العربية وتسويقها ممثلة بالكتاب، لاحظها الباحث أثناء زيارة قام بها في أوقات متباعدة للأكثر من معرض دولي للكتاب في المملكة العربية السعودية، فقد لاحظ الباحث ضعفاً في الإقبال على اقتناء الكتاب العربي، وادعاء بارتفاع سعره، وتبايناً في طرق عرضه وتسويقه، كما استمع إلى شكاوى وانتقادات من الناشرين حول تكاليف النشر، وتشريعات وضوابط التسويق مما جعل الباحث يتساءل عن الأسباب وراء هذه الظواهر والادعاءات، ونوعية الحلول المناسبة التي يمكن أن تسهم في زيادة الوعي بأهمية المصدر العربي، وطرق التسويق والترويج له في ظل المنافسة التي تحظى بها مصادر المعلومات الأجنبية غير العربية. يضاف إلى ذلك قلة عددية ونوعية في الأبحاث التي تناقش قضايا الكتاب العربي وتسويقه خاصة في

لأفراد المجتمع، ومن خلاله تظهر الإبداعات والابتكارات والمواهب. وبالرغم من الأهمية القصوى لحركة النشر في بناء حضارات الأمم إلا أن الأمة العربية لا تزال منذ وقت ليس بالقصير تعاني ضعفاً في حركة التأليف والنشر والترجمة مقارنة بالأمم الأخرى. ويعزو بعض الباحثين هذا الواقع إلى الممارسات السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي لا تسمح بالنشر الحر للمصنفات العربية. وقضية نشر الكتاب العربي وتسويقه هي قضية مشتركة بين الناشر والمؤلف من ناحية والقارئ من ناحية أخرى فلكل منهم مطالب وأهداف يسعى إلى تحقيقها ولو على حساب الطرف الآخر، وعدم التعاون بين هذه الأطراف قد يؤدي في النهاية إلى انحسار في صناعة الكتاب العربي ورواجه.

ومما لا شك فيه أن التأسيس السليم لصناعة نشر وطنية واحدة تحتاج إلى كفاءات مهنية وفنية متخصصة في هذا المجال، وبدون قطاع نشر فاعل تتعثر حركة التأليف والنشر والترجمة وتتأثر تبعاً لذلك مسيرة التعليم والبحث العلمي والحركة الثقافية في المجتمعات. كما أن قوانين النشر وتشريعاته تحمي حقوق المؤلفين والناشرين وبدونها تصبح تلك الحقوق عرضة للانتهاكات والقرصنة المعلوماتية. ومن المؤسف أن هناك قراصنة في عالمنا العربي ينتحلون أعمال غيرهم وينسبونها إلى أنفسهم مباشرة أو بتصرف،

استطلاع آراء عينة من الناشرين ورواد المعرض الدولي للكتاب الذي أقيم بمدينة الرياض في عام ١٤٣٢هـ حول واقع النشر والتسويق، وخطته، والقضايا التي تواجهه. وبشكل أخص، حاول البحث تحقيق الأهداف الآتية :

#### أولاً: الأهداف الخاصة برواد معرض الكتاب:

- ١- تحديد العلاقة بين الخصائص الديموجرافية لأفراد مجتمع البحث واتجاهاتهم نحو نشر الكتاب العربي وتسويقه.
- ٢- التعرف إلى أسباب زيارتهم لمعارض الكتب .
- ٣- التعرف إلى مصادر المعلومات المفضلة لديهم.
- ٤- التعرف إلى الطرق المفضلة لنشر الكتاب العربي وتسويقه.
- ٥- التعرف إلى المشاكل التي تواجه نشر وتسويق الكتاب العربي.
- ٦- تحديد مدى رضاهم عن معارض الكتب ومدى استفادتهم من المصادر المعلوماتية المعروضة.
- ٧- التعرف إلى مطالبهم واحتياجاتهم الموجهة إلى دور النشر.

#### ثانياً: الأهداف الخاصة بدور النشر:

- ١- التعرف إلى طرق ووسائل النشر والتسويق المتبعة.
- ٢- التعرف إلى تجهيزات ومستلزمات النشر والتسويق المتاحة لكل دار.

المملكة العربية السعودية. كما أن الانفتاح الذي تتبناه الدول العربية، ومن بينها المملكة السعودية، باتجاه المجتمع المعلوماتي على مستوى العالم يضع دور النشر في موقع المنافسة بواقع غير مألوف، قد ينقصه التخطيط الجيد والاستعداد الكافي لمواجهة مقتضيات النشر والتسويق الجيد، وكل ذلك يجعل البحث العلمي وسيلة مهمة لتتبيه قطاع النشر حول كيفية تجاوز الصعاب ومواجهة التحديات . كما أن رأي المواطن السعودي الذي تقام من أجله معارض الكتب الدولية في المملكة حول ما يقدم له من منشورات عربية سواء في شكل مطبوع أو رقمي لا يزال يحتاج إلى مزيد من الأبحاث العلمية الرصينة، فقد تسفر نتائج هذه الأبحاث عن حلول تساعد دور النشر في تقييم خططهم المتبعة في النشر والتسويق ومراجعتها. يضاف إلى ما سبق وجود غموض حول مستويات ومؤهلات القراء السعوديين، ومدى إقبالهم على اقتناء الكتاب العربي، وأي أنواع المصادر أكثر قابلية لديهم، وكيفية التعامل مع الناشرين والموزعين، ومدى رضاهم عن طرق التسويق والترويج للكتاب العربي، ونوع المشكلات والمعوقات التي تواجه ذلك. كل ذلك مناط بالبحث العلمي ومنهجياته. وهذا ما يحاول البحث تحقيقه.

#### أهداف البحث :

يهدف هذا البحث إلى التعرف إلى الواقع الحقيقي لنشر الكتاب العربي وتسويقه من خلال

٣- التعرف إلى خطط النشر والتسويق المعمول بها حالياً والخطط المستقبلية.

٤- تحديد المشكلات والعوائق التي تواجه نشر الكتب العربية وتوزيعها في السعودية.

**فرضية البحث:** لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين آراء رواد معرض الكتاب ونشر الكتاب العربي وفقاً للمتغيرات الآتية:

أ - العمر.

ب- المؤهل التعليمي.

#### أهمية البحث وجدواه:

يمكن إبراز أهمية هذا البحث وجدواه من خلال النتائج المتوقعة والإسهامات الآتية:

١- الكشف عن فئات ومؤهللات ونوع رواد معارض الكتب ومدى علاقة هذه الخصائص الديموجرافية باقتنائهم للكتاب العربي، وكيف سوف سيساعد دور النشر على التخطيط الجيد لتلبية حاجاتهم وفقاً لاختلاف مؤهلاتهم وفئاتهم العمرية.

٢- من المتوقع أن تكشف النتائج عن مواقع الخلل في أساليب النشر والتسويق المتبعة لدى دور النشر والطرق المناسبة لمعالجة ذلك الخلل.

٣- يتوقع الباحث أن تفيد النتائج في إعداد خطة لتوعية المواطن السعودي بأهمية القراءة ومن ثم الترويج للكتاب العربي بما يدعم الثقافة العامة والمناهج الدراسية والأبحاث العلمية.

٤- يمكن للجهات المعنية بالتشريعات وأنظمة النشر والتسويق في المملكة السعودية أن تستفيد من نتائج البحث وتوصياته في تقييم ومراجعة تشريعاتها وأنظمتها بما يساعد على معالجة المشكلات والمعوقات التي تعانيها منها دور النشر، خاصة ما يتعلق منها بفسوحات العرض وقضايا حقوق الملكية .

٥- الإسهام في زيادة مخزون الإنتاج الفكري العربي بدراسة علمية في مجال قضايا النشر والتسويق للكتاب العربي.

٦- من المتوقع أن تسهم نتائج البحث وتوصياته في إعادة النظر في الطرق المستخدمة في تنظيم معارض الكتاب وإدارتها ومدى جدواها في الترويج للكتاب العربي .

#### حدود البحث:

طبّق هذا البحث ميدانياً على عينة من رواد معرض الكتاب الدولي الذي أقيم في مدينة الرياض عام ١٤٣٢هـ وعينة من دور النشر العربية المشاركة في المعرض، حيث تجري العادة إقامة المعرض في العاصمة السعودية لأنها أكبر المدن في المملكة وتتوافر فيها مستلزمات إقامة المعارض الكبيرة، بالإضافة إلى الكثافة السكانية في هذه المدينة وتنوع فئات المواطنين السعوديين فيها مما يجعلها تمثل بدرجة عالية كل أطياف الشعب السعودي. وقد اقتصر توزيع الاستبانات على فئة الذكور لعدم استطاعة الباحث الحصول

حضارية أسهمت في دعم حركة النشر مثل اختراع الكتابة واختراع الطباعة وانتشار حركة الوراقين في العالم العربي ، كما زادت أعداد الكتب المنشورة سنوياً حيث بلغت مع نهاية القرن العشرين نحو مليون كتاب على مستوى العالم تصدر في أكثر من عشرين مليون نسخة، وتحتاج إلى نحو ٣٠ مليون طن من الورق، وتميزت أوروبا على غيرها من القارات بنشر نحو ٣٥٪ من الكتب المنشورة في العالم<sup>(٢)</sup>. ومع أن عملية النشر تتنوع حسب إمكانات الناشرين وتنوع هياكل دورهم التنظيمية إلا أن شعبان خليفة يحصرها أساساً في التأليف والتصنيع والتسويق ويعتبر الناشر بمثابة القلب من دائرة النشر فهو الذي يدير حركة النشر بكاملها ابتداءً من الحصول على الكتاب، ومروراً بالطباعة، وأخيراً عرضه على التاجر بغرض التسويق<sup>(٣)</sup>. بينما يشير المرغلاني نقلاً عن أحد المصادر أن مهام الناشر تنحصر في إجراء بحوث التسويق، والبحث عن المؤلفين، وإعداد أصول الكتب لإرسالها إلى المطابع، واستلام الكتب والترويج لبيعها<sup>(٤)</sup>.

ومع أن حركة النشر في البلاد العربية قد تطورت عن ذي قبل إلا أنها لا تزال تعاني المعوقات نفسها التي أشار إليها عبد الله الشريف منذ فترة طويلة يأتي في مقدمتها : عدم وجود الوعي القرائي، وافتقار مؤسسات النشر إلى النظم الإدارية والمالية المرنة، ونقص في الكوادر الفنية،

على متعاونة لتوزيع الاستبانات على فئة النساء، وصعوبة التعامل مع الفئات الأخرى مثل الأطفال والمعاقين وذوي الاحتياجات الخاصة .

### استعراض أدبيات البحث:

يجد المتتبع لحركة النشر في البلدان العربية أنها قد ازدهرت في السنوات الأخيرة، ولكنها لا تزال تعاني قصوراً في الكم والكيف. وفي المملكة العربية السعودية على سبيل المثال شواهد على التطورات التي حدثت في مجال صناعة النشر الوطني، حيث يشير محمد الراشد إلى تزايد عدد دور النشر في المملكة خلال السنوات الماضية وتنوع مناشطها، فبعضها يقتصر على أعمال طباعية بسيطة مثل بطاقات المناسبات والكروت الشخصية بينما الآخر يقوم بأعمال نشر متطورة ومتنوعة، ويستعرض مسيرة النشر في المملكة منذ ما قبل عهد الملك عبد العزيز إلى الوقت الراهن حيث لاحظ أن بعض دور النشر غيرت نشاطها إلى توزيع الكتب، وبعضها الآخر توقف عن العمل، ثم ظهرت دور نشر جديدة ومتطورة في المدن الرئيسية والقرى، وزاد عدد الأوعية المنشورة، وتنوعت أشكالها مثل الكتب، والنشرات، والدوريات والمجلات والرسائل الجامعية والخرائط والأعمال الفنية والمواد غير المطبوعة، كما أسهم تطبيق نظام الإيداع وقوانين حقوق الملكية الفكرية في ضبط حركة النشر في المملكة<sup>(١)</sup>.

ويشير ربحي عليان إلى أن هناك إنجازات

وأجرى فهد الساعاتي دراسة لنيل درجة الماجستير على حركة النشر في الأندية الأدبية السعودية للتعرف إلى صناعة النشر في هذه الأندية، ومدى توافقها مع مواصفات النشر المتعارف عليها عالمياً. وقد خلصت الدراسة إلى وجود ضعف في الإمكانيات المادية للأندية مما أثر سلباً على نشاطها الثقافي، بالإضافة إلى عدم وجود سياسات مكتوبة للنشر أو إدارة خاصة معنية بالنشر في هذه الأندية<sup>(٩)</sup>.

وأعد جبريل العريشي دراسة حول النشر الإلكتروني وقضاياها الاقتصادية والتقنية، كما استعرض بعض التجارب العالمية في هذا المجال، وأوصى في نهاية دراسته بالاستفادة من هذه التجارب العالمية في مجال النشر، ومعالجة ما تواجهه صناعة النشر الإلكتروني من صعوبات فنية، ونقص في الكوادر البشرية، وضرورة إيجاد نوع من التعاون والتنسيق بين المؤلفين والناشرين والمكتبات لدعم مسيرة مشروع الكتاب الإلكتروني<sup>(١٠)</sup>.

وفي مجال النشر الإلكتروني يرى يونس أن لدى الناشرين فرصة سانحة في هذا المجال على الرغم من احتمالية الفوضى والعشوائية، ونقص التنظيم والجودة، إضافة إلى قيمة ومصادقية الكم الهائل من المعلومات على الإنترنت، وعلى الرغم من ذلك فهم قادرون على تصميم أعمالهم وإنتاجها وتوزيعها وتسويقها بشكل أفضل<sup>(١١)</sup>.

وضعف في وسائل الإعلام، وعدم وجود شبكات لبيع الكتب، وارتفاع في تكاليف مواد الطباعة، والقيود المالية والجمركية<sup>(٥)</sup>.

ويضيف علي الصوينع بأن توثيق الإنتاج الفكري العربي يواجه معوقات عديدة منها: «كثرة الناشرين، ومشكلات التوزيع، والنشر الفردي للمؤلفين، وصعوبة السيطرة على المطبوعات الحكومية وكثرة منشوراتها، وتعدد جهات النشر في الوزارة الواحدة»<sup>(٦)</sup> ويشير رؤوف إلى أن المشكلات التي تعيق عملية تسويق الكتاب العربي بالشكل التقليدي في ظل ظاهرة النشر الإلكتروني تتمحور حول : عدم كفاية الإعلام عن الكتاب العربي، وعدم وجود شبكة تعاونية لدور النشر العربية، والاعتماد على الجهود الشخصية في التسويق، وانتهاكات حقوق الملكية الفردية، وقلة عدد المكتبات ومراكز المعلومات ذات الصلة بشراء الكتب، وتدني دخل الأسرة العربية، وتدني جودة الطباعة، وعدم وجود دور إيجابي لإتحاد الناشرين العرب في تسويق الكتاب العربي<sup>(٧)</sup>.

ومن الدراسات التي تعزز استخدام الحاسوب في عمليات النشر، الدراسة التي قام بها شريف لبنان على عينة من الصحف الحزبية المصرية التي تبنت نظام النشر الإلكتروني، وقد تبين من نتائج الدراسة تأثير الحاسوب في النشر بشكل إيجابي خاصة بما يتعلق بالخصائص الجرافيكية لنشر الصور والرسوم، بالإضافة إلى دوره في خفض التكاليف<sup>(٨)</sup>.

العلمية التي تناقش قضايا الكتاب العربي والتحديات التي تواجهه. ومن أمثلة ذلك، المؤتمر الذي نظّمته مؤسسة الفكر العربي حول حركة التأليف والنشر في مدينة بيروت خلال الفترة من ١-٢ من شهر أكتوبر لعام ٢٠٠٩م، حيث ركزت جلسات المؤتمر على قضية تأليف الكتاب، خاصة كتب الأطفال وذوي الاحتياجات الخاصة، ونشر المخطوطات، والنشر الإلكتروني، وسوق عربية مشتركة للكتاب العربي. كما تمخض عن المؤتمر إعلان مبادرة «شركاء من أجل الكتاب العربي»؛ بهدف النهوض بالكتاب وتشجيع التأليف، وهي عبارة عن شراكة تجمع مؤسسة الفكر العربي، ووزارة الثقافة اللبنانية، واتحاد الكتاب العرب، واتحاد الناشرين العرب، ومؤسسة الجابر للأعمال الخيرية. وقد تضمنت المبادرة عشرة مطالب للنهوض بالكتاب العربي منها: تشجيع التأليف النوعي للكتب ذات الصلة بقضايا المجتمع، وتنسيق الجهود والمبادرات لتشجيع انتشار الكتاب العربي، وإزالة المعوقات الجمركية والبيروقراطية التي تحد من تداوله. وتجاوباً مع هذه المبادرة أعلن رئيس مؤسسة الفكر العربي عن جائزة سنوية قيمتها مائة ألف دولار تمنح لأهم كتاب يناقش قضايا المجتمعات العربية<sup>(١٤)</sup>.

وفي الرياض أقام اتحاد الناشرين العرب مؤتمره الأول خلال الفترة من ١٧-١٨ من شهر شوال لعام ١٤٣٠هـ تحت عنوان: «مستقبل

وفي الأردن أجرى ربحي عليان دراسة حول حركة نشر الكتب الأردنية خلال الفترة من ١٩٨٠م - ٢٠٠٠م من منظور الناشرين والمؤلفين وأعضاء بعض المكتبات الأردنية. وقد قدمت الدراسة عدداً من التوصيات من بينها: عدم منح تراخيص للنشر إلا للأشخاص المؤهلين ثقافياً وعلمياً ومالياً، وضرورة إعداد سياسات لتسويق الكتاب الأردني<sup>(١٥)</sup>.

وعلى مستوى الرسائل العلمية، قدمت نوال راجح رسالة دكتوراة حول النشر الإلكتروني وتأثيره على بناء مجموعات المكتبات الجامعية السعودية وتمييزها. وكان من ضمن أهداف الدراسة التعرف إلى الواقع الحالي للنشر الإلكتروني في مؤسسات ووكالات النشر في السعودية، والتعرف إلى مرئيات واتجاهات المسؤولين عن بناء مجموعات المكتبات الجامعية حول أثر النشر الإلكتروني في مجموعات مكتباتهم. وقد قدمت الرسالة عدداً من التوصيات من أهمها: إلزام جهات النشر الإلكتروني بتطبيق الإيداع القانوني على منشوراتهم، ودعم صناعة النشر الإلكتروني، وتشجيع الاستثمار فيه، وتغطية القصود في نشر قواعد البيانات العربية، وإعادة النظر في سياسات بناء وتنمية مجموعات المكتبات الجامعية، ووضع سياسة مكتوبة لاقتناء المصادر الإلكترونية<sup>(١٦)</sup>.

كما حظيت حركة النشر العربي باهتمام القادة والسياسيين ورواد الفكر من خلال المؤتمرات

في عدد الكتب الدراسية نتيجة لعوامل اقتصادية تعاني منها البلاد. وأورد مثالا على ذلك بما تعانيه نيجيريا كإحدى دول جنوب الصحراء من تزايد في عدد الطلاب، وارتفاع في الطلب على مصادر المعلومات إلى درجة أن بعض الجامعات توقفت عن شراء الكتب أو الاشتراك في الدوريات العلمية. وهذا ما أدى إلى ظهور الاتحاد النيجيري لتطوير الكتاب عام ١٩٨٢م بهدف دعم صناعة وتسويق الكتاب وتشجيع الترجمة والنشر المحلي<sup>(١٧)</sup>.

كما أجرى جاتلن (Gatlin) دراسة على عينة مكونة من ١١٤ عميداً من عمداء الكليات الأمريكية للتعرف على آرائهم حول حماية حقوق النشر، وركزت الدراسة على عدة محاور منها حقوق النشر، وسياساته، وتراخيص استخدام المؤلفات ومحتوياتها خاصة تلك التي لا تغطيها حقوق النشر التقليدية. وقد كشفت النتائج عن وجود تباين في وجهات النظر حول حماية المؤلفات طبقاً لمتغير الخبرة، ووجود حاجة إلى أن يفهم العمداء حقوق النشر وسياساته<sup>(١٨)</sup>.

وتطرقت بتلهاييم (Beeettelheim) في دراستها إلى علاقة المكتبات بالناشرين حيث شرحت كيف يستغل الناشر قوانين حقوق الملكية للحد من مرات استخدام الكتب والوثائق الإلكترونية في المكتبات، وأشارت إلى أن الاختصاصيين في مجال المكتبات يعارضون القيود التي يحاول الناشر فرضها على استخدام

صناعة النشر في العالم العربي»، وقد ركزت محاور المؤتمر على حرية النشر، وأهميته، وحرية تداول المعلومات، وانتقال الكتب بلا حدود. وقد أوصى المؤتمر برفع الرقابة عن الكتب، وإزالة العقبات التي تحول دون تنقلها من دولة إلى أخرى، ودعوة القطاع الخاص إلى الاستثمار في النشر، وتنظيم العلاقة بين الناشر والمؤلف، وإنشاء هيئة للتنسيق بين إدارات معارض الكتب العربية فيم يخص مواعيد المعارض، والاندماج في كيانات قوية تساعد على الصمود<sup>(١٩)</sup>.

وعلى المستوى العالمي تتباين الخبرات والرؤى بخصوص قضايا وتحديات النشر من دولة إلى أخرى إلا أن قضية انتهاكات حقوق الملكية الفكرية تصدر كثير من المقالات والدراسات العلمية. وهناك من يرى أن الإنترنت تؤدي دوراً مهماً في تسهيل الوصول إلى المعلومات في أشكالها الأصلية دون إذن من المؤلف أو الناشر مما يعد انتهاكاً لحقوق التأليف والنشر من وجهة نظر الناشرين والمؤلفين وخاصة الأعمال المخزونة في قواعد البيانات التي باتت نسخ منها متاحة على الانترنت بشكل مجاني أو برسوم تعود لغير أصحابها الحقيقيين، الأمر الذي يدعو إلى البحث في كيفية التعامل مع الناشرين وحماية حقوق المؤلفين من القرصنة الإلكترونية<sup>(٢٠)</sup>.

ويشير أجيولا (Ajibola) إلى وجود ضعف في صناعة الكتاب في جنوب الصحراء الإفريقية، وقلة

لمصادر المعلومات ممثلة بالكتاب تحظى باهتمام جميع الأطراف المعنية بصناعتها وتسويقها وفي مقدمتهم المؤلفون والناشرون والمسقون، إلا أن العالم العربي لا يزال يعاني من قصور في صناعتها والترويج لها لعدم توافر إمكانات النشر والتسويق الكافية. كما لاحظ الباحث وجود فرص لإبداء المفكرين والكتاب والقياديين وجهات نظرهم حول الكتاب العربي وما يواجهه من مشكلات وتحديات، ولكن رأي القارئ العادي الذي يتردد على معارض الكتب لشراء ما يحتاج إليه من مؤلفات، وعلاقته بالناشرين، لا يزال غائباً عن مجال البحث العلمي، خاصة في المملكة العربية السعودية، وهذا ما يحاول الباحث التركيز عليه في هذا البحث.

### مجتمع البحث:

يتكون مجتمع البحث من الفئات الآتية:

١- عينة من رواد معرض الكتاب الدولي الذي أقيم في مدينة الرياض في عام ١٤٢٢هـ، وقد اختيرت العينة بطريقة عشوائية غير احتمالية ( طريقة الصدفة) في حدود مائة وخمسين فرداً من الفئات العمرية الراشدة. وتقلص العدد إلى ٧٦ فرداً نتيجة لعدم تجاوب بعض الأفراد واستبعاد الاستبانات غير الصالحة للاستخدام.

ب-عينة من دور النشر المشاركة في المعرض

الكتب والدوريات الإلكترونية، ويطالبون برفع تلك القيود التي حددتها قوانين النشر المعنية بمكافحة القرصنة الإلكترونية<sup>(١٩)</sup>.

وأجرى فوسمير (Fosmire) دراسة على الأبحاث المقدمة في خمس مؤتمرات في مجال الفيزياء بقصد التعرف على رؤية أصحاب الأبحاث حول النشر الإلكتروني حيث أظهرت النتائج ميل الفيزيائيين إلى نشر أبحاثهم بالطريقة الإلكترونية. ولأهمية أوراق المؤتمرات وتأخر نشر فعاليتها العلمية، اقترح الباحث تحفيز الباحثين بنشر أبحاثهم في المجالات العلمية، بعد أن أصبحت وسائل النشر الإلكترونية متوافرة لدى كثير من دور النشر ومسوقي المعلومات<sup>(٢٠)</sup>.

وتطرق رجب حسنين إلى جهود أربع مؤسسات عربية في مجال حماية ورقمنة التراث العربي هي الوراق، ومكتبة الإسكندرية، وبيبلواسلام، ومركز جمعة الماجد، وأشار إلى أن النشر الإلكتروني يمثل فرصة كبيرة لإحياء التراث العربي لما يعانيه من إهمال، كما أنه لا يوجد حتى الآن معايير لتقييم المصادر متوافقة مع المعايير العلمية في البيئة الإلكترونية العربية، وليس هناك مؤسسات تعنى بهذا الأمر عدا المحاولات التي يقوم بها الاتحاد العربي للنشر الإلكتروني، التي لا تزال في بداياتها<sup>(٢١)</sup>.

من الاستعراض السابق للأبحاث والتجارب العلمية يتضح لنا أن حركة النشر والتسويق

المعرضة للنشر والتسويق، وما يواجه ذلك من صعوبات وتحديات..

وللتأكد من صلاحية الاستبانة للاستخدام، اختبر الباحث صدقها وثباتها عن طريق نقدها ومراجعتها من قبل بعض المتخصصين . كما تم تطبيقها في اختبار أولي على عينة مشابهة لعينة البحث للتحقق من ثبات نتائجها. ووزع مساعدو الباحث الاستبانات وجمعوها بإشراف الباحث وتوجيهه.

### جمع البيانات وتحليلها:

تولى مساعدو الباحث توزيع الاستبانات وجمعها مباشرة من أفراد العينة بطريقة عشوائية تعتمد على منهج الصدفة . ووزعت ١٥٠ استبانة، واستعيد ١١٠ استبانة، وبعد فحص الاستبانات المسترجعة، وصل عدد الاستبانات الصالحة للاستخدام ٧٦ استبانة، كم وزع عدد كبير من الاستبانات على دور النشر، ولم يستطع الباحث الحصول إلا على ثلاثين استبانة صالحة للاستخدام. وقد خضعت جميع الاستبانات للتحليل الإحصائي باستخدام التكرارات والنسبة المئوية وتحليل التباين لقياس العلاقة بين اتجاهات رواد معرض الكتاب نحو نشر الكتاب العربي وتسويقه وفقاً لمتغير العمر والمؤهل التعليمي.

### عرض النتائج وتفسيرها :

أ- نتائج استبانة رواد المعرض:

بلغت ٣٠ داراً بعد استبعاد عدد كبير من الدور التي اعتذرت عن المشاركة في البحث.

### منهج البحث وأدواته :

أستخدم الباحث المنهج الوصفي لأنه أنسب المناهج البحثية المستخدمة في استطلاعات الرأي وجمع المعلومات، بالإضافة إلى الوسائل والأدوات الآتية:

أ - المسح الميداني للإنتاج الفكري الخاص بموضوع البحث . ويتمثل ذلك بالرجوع إلى الفهارس، وقواعد المعلومات الإلكترونية، والكشافات، والمستخلصات، وأدلة الناشرين ومواقعهم على الإنترنت، ومحركات البحث، والأدلة والقوائم الموضوعية. وشمل المسح كل مصادر المعلومات المتاحة أمام الباحث سواء كانت في شكل مطبوع أو شكل إلكتروني، مع التركيز على منشورات الدوريات العلمية المحكمة، ووقائع المؤتمرات والندوات المتخصصة.

ب- الاستبانة : تتكون من جزأين ، أحدهما موجه إلى عينة من رواد معرض الكتاب، والآخر موجه إلى دور النشر المشاركة في المعرض، وتحتوي الاستبانة أسئلة مفتوحة وأسئلة مغلقة حول أهداف البحث، ومن بينها التعرف إلى الخصائص الديموجرافية للعينة وعلاقتها بنشر الكتاب العربي وتسويقه، وخطط وإمكانات دور النشر، وأنواع مصادر المعلومات

## الجدول رقم ( ١ )

التكرارات والنسب المئوية لأفراد عينة البحث طبقاً لمتغير « العمر »

| النسبة | التكرارات | الفئات العمرية |
|--------|-----------|----------------|
| ٢٨,٩٤٧ | ٢٢        | من ٢٠-٣٠ سنة   |
| ٣٥,٥٢٦ | ٢٧        | من ٣١-٤٠ سنة   |
| ١٩,٧٣٦ | ١٥        | من ٤١-٥٠ سنة   |
| ١٥,٧٨٩ | ١٢        | أكثر من ٥٠ سنة |
| %١٠٠   | ٧٦        | المجموع        |

منهم الاطلاع على مصادر حديثة في تخصصات محددة، وبعضهم الآخر قد يكون موظفاً أو طالب دراسات عليا مما يجعلهم يترددون على معارض الكتب للبحث عن ما يعزز وظائفهم أو دراستهم من معلومات؛ فضلاً عن أن فئة الشباب هي الأكثر ميلاً للقراءة والاطلاع الأمر الذي يستدعي من دور النشر التركيز على المصادر التي تلبى رغبات هؤلاء الشباب.

بالنظر إلى الجدول رقم (١) نجد أن النسبة الغالبة من رواد المعرض هم من الفئة العمرية (٣١-٤٠ سنة)، يليها في الترتيب الفئة العمرية (٢٠-٣٠ سنة)، ثم الفئة العمرية (٤١-٥٠ سنة)، وهذا يدل على أن الشباب هم الأكثر ارتياداً للمعرض، وبناء على ذلك يمكن أن نستنتج أهمية وجود مصادر معلومات تناسب تطلعات هؤلاء الشباب ورغباتهم، فبعضهم قد يكون منتمياً إلى مؤسسات تعليمية مثل الجامعات التي تطلب

## الجدول رقم ( ٢ )

التكرارات والنسب المئوية لأفراد عينة البحث طبقاً لمتغير « المؤهل التعليمي »

| النسبة | التكرارات | المؤهل                   |
|--------|-----------|--------------------------|
| ١٧,١٠٥ | ١٣        | توجيهي ( ثانوي أو أدنى ) |
| ٤٢,١٠٥ | ٣٢        | بكالوريوس                |
| ٢٢,٣٦٨ | ١٧        | ماجستير                  |
| ١٨,٤٢١ | ١٤        | دكتوراه                  |
| -----  | -----     | مؤهل آخر                 |
| %١٠٠   | ٧٦        | المجموع                  |

وجود نسبة تعتبر عالية من وجهة نظر الباحث لأفراد العينة الحاصلين على شهادة الدكتوراة، وهو ما يدل على أن معارض الكتب تحظى باهتمام النخبة المتعلمة من أبناء المجتمع، وهذا بدوره يزيد من مسؤولية دور النشر تجاه هذه النخبة، وذلك بتقديم أفضل المصادر المعلوماتية التي تعينهم على القيام بواجباتهم العلمية والأكاديمية .

وفي الجدول رقم (٢) نرى أن النسبة الغالبة (٤٢,١٥٥) من عينة البحث تحمل شهادة البكالوريوس، يليها في الترتيب درجة الماجستير، وفي هذه النتيجة ما يعزز النتيجة في الجدول رقم (١) من أن الشباب الذين يكثر بينهم الحاصلون على درجة البكالوريوس، هم الأكثر حضوراً واهتماماً بمعارض الكتب . ومما يلفت الانتباه

الجدول رقم ( ٣ )

اتجاهات رواد المعرض نحو نشر الكتاب العربي وتسويقه

| ت.ع | العبارة                                                         | موافق<br>جدا   | موافق          | لا أعلم        | غير<br>موافق   | غير موافق<br>إطلاقا |
|-----|-----------------------------------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|---------------------|
|     |                                                                 | التكرار/النسبة | التكرار/النسبة | التكرار/النسبة | التكرار/النسبة | التكرار/النسبة      |
| ١   | القطاع الخاص يسهم بفاعلية في تسويق الكتاب العربي في السعودية    | ٢٣<br>(٣٠,٢٦٣) | ٢٥<br>(٣٢,٨٩٤) | ----           | ٢٨<br>(٣٦,٨٤٢) | ----                |
| ٢   | النشر الإلكتروني هو البديل الأنسب للنشر التقليدي                | ٣٣<br>(٤٣,٤٢١) | ١٤<br>(١٨,٤٢١) | ----           | ٢٢<br>(٢٨,٩٤٧) | ٧<br>(٩,٢١٠)        |
| ٣   | رفع الرقابة عن الكتب يعزز انتشار الكتاب العربي                  | ٢٥<br>(٣٢,٨٩٤) | ٣٤<br>(٤٤,٧٣٦) | ----           | ١٧<br>(٢٢,٣٦٨) | ----                |
| ٤   | وجود سوق عربية مشتركة يدعم تسويق الكتاب العربي                  | ٢٨<br>(٥٠)     | ١٧<br>(٢٢,٣٦٨) | ٦<br>(٧,٨٩٤)   | ١٠<br>(١٣,١٥٧) | ٥<br>(٦,٥٧٨)        |
| ٥   | نشر الكتاب العربي يحظى باهتمام الجهات الرسمية في المملكة        | ١٠<br>(١٣,١٥٧) | ١٧<br>(٢٢,٣٦٨) | ١١<br>(١٤,٤٧٣) | ٨<br>(١٠,٥٢٦)  | ٤<br>(٥,٢٦٣)        |
| ٦   | الوعي القرائي لدى المواطن السعودي لا يشجع على نشر الكتاب العربي | ٤<br>(٥,٢٦٣)   | ٨<br>(١٠,٥٢٦)  | ١١<br>(١٤,٤٧٣) | ٢٦<br>(٣٤,٢١٠) | ٢٧<br>(٣٥,٥٢٦)      |

|    |                                                          |                |                |                |                |                |
|----|----------------------------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| ٧  | الالتزام بالإيداع القانوني يعزز نشر الكتاب العربي        | ٢٢<br>(٢٨,٩٤٧) | ٣٣<br>(٤٣,٤٢١) | -----          | ١٤<br>(١٨,٤١٢) | ٧<br>(٩,٢١٠)   |
| ٨  | المجتمع يقدر مؤسسة النشر تجاه نشر الكتاب العربي          | ٨<br>(١٠,٥٢٦)  | ٢٦<br>(٣٤,٢١٠) | -----          | ٣١<br>(٤٠,٧٨٩) | ١١<br>(١٤,٤٧٣) |
| ٩  | دور النشر لا تواكب المستجدات في تقنيات النشر الحديثة     | ١٢<br>(١٥,٧٨٩) | ٣٣<br>(٤٣,٤٢١) | ١٠<br>(١٣,١٥٧) | ١٥<br>(١٩,٧٣٦) | ٦<br>(٧,٨٩٤)   |
| ١٠ | المنشورات العربية من الكتب لا تلبي رغبات المواطن السعودي | ٢٦<br>(٣٤,٢١٠) | ٣٦<br>(٤٧,٣٦٨) | ٤<br>(٥,٢٦٣)   | ١٠<br>(١٣,١٥٧) | -----          |
| ١١ | وجود شبكة تعاونية يدعم حركة تسويق الكتاب العربي          | ١٢<br>(٢٨,٩٤٧) | ٣٣<br>(٤٣,٤١٢) | ٤<br>(٥,٢٦٣)   | ٢٧<br>(٣٥,٥٢٦) | -----          |
| ١٢ | الكتاب الإلكتروني أفضل من الكتاب المطبوع                 | ٢٢<br>(٢٨,٩٤٧) | ١٧<br>(٢٢,٣٦٨) | ٢<br>(٢,٦٣١)   | ٣٥<br>(٤٦,٠٥٢) | -----          |

١- أهمية وجود سوق عربية لتسويق الكتاب العربي.

٢- الميل إلى النشر الإلكتروني بدلاً من النشر التقليدي.

٣- عدم كفاية المنشورات العربية وفقاً لتطلعات رواد المعرض ورغباتهم.

٤- أهمية وجود شبكة تعاونية لدعم حركة تسويق الكتاب العربي.

٥- ضرورة الالتزام بالإيداع القانوني كوسيلة لتعزيز حركة النشر.

٦- رفع الرقابة عن الكتاب العربي تسهيلاً لنشره وتداوله.

أما في الجانب السلبي، فتظهر النتائج أن

ويتضمن الجدول رقم (٣) عدداً من العبارات الموجهة إلى أفراد عينة البحث لقياس اتجاهاتهم نحو نشر الكتاب العربي وتسويقه حيث يتضح أن أعلى نسبة (٥٠٪) تحت إجابة «موافق جداً» حظيت بها العبارة «وجود سوق عربية مشتركة يدعم تسويق الكتاب العربي» ونسبة (٤٧,٣٦٨٪) تحت إجابة «موافق» حظيت بها عبارة «المنشورات العربية من الكتب لا تلبي رغبات المواطن السعودي»، وتحت إجابة «غير موافق» سجلت النتائج أعلى نسبة (٤٦,٠٥٢٪) لعبارة «الكتاب الإلكتروني أفضل من الكتاب المطبوع». وبالنظر مرة أخرى إلى النتائج والنسب المرتبطة بها في الجدول يمكن ملاحظة أن الاتجاه العام نحو نشر الكتاب العربي وتسويقه يرجع عدة أمور منها:

القطاع الخاص لا يسهم بكفاية في تسويق الكتاب      القراء لا يشجع على نشر الكتب، ولا يحظى  
العربي، ويوجد ضعف في الوعي القرائي لدى      الكتاب الإلكتروني بأفضلية على الكتاب المطبوع.

## الجدول رقم ( ٤ )

## أسباب زيارة معرض الكتاب

| زوار المعرض |             |                                         |         |
|-------------|-------------|-----------------------------------------|---------|
| النسبة      | التكرار (*) | الأسباب                                 | التسلسل |
| ٣٢,٨٣٥      | ٦٦          | الإطلاع على المنشورات الجديدة.          | ١       |
| ٣٤,٨٢٥      | ٧٠          | شراء الكتب المطبوعة .                   | ٢       |
| ١٠,٤٤٧      | ٢١          | شراء المنشورات على أقراص مدمجة ( CD ) . | ٣       |
| --          | --          | الاشتراك في قواعد معلومات.              | ٤       |
| ١٥,٩٢٠      | ٣٢          | مقابلة الناشرين.                        | ٥       |
| ٥,٩٧٠       | ١٢          | حضور الندوات المقامة على هامش المعرض.   | ٦       |
| -           | -           | أسباب أخرى                              |         |
| %١٠٠        | ٢٠١         | المجموع                                 |         |

## (\*) خيارات متعددة

شهرتها من خلال الكتب المعروضة . ويمكن القول  
أن عدم حصول المنشورات الأخرى مثل الأقراص  
الدمجة أو الاشتراك في قواعد المعلومات على  
نسب عالية يدل على وجود حاجة إلى خطط  
للتنوع في المصادر المعروضة والترويج للمصادر  
الإلكترونية لأهميتها في هذا العصر الموسوم  
بالعولمة ومجتمع المعرفة.

وفي الجدول رقم (٤) نجد أن شراء الكتاب  
هو السبب الرئيس لزيارة معرض الكتاب، يليه في  
المرتبة الثانية الإطلاع على المنشورات الحديثة»،  
ثم «مقابلة الناشرين»، بينما غابت عن الأسباب  
المختارة، «الاشتراك في قواعد المعلومات». وهذه  
النتائج لم تخرج عن توقعات الباحث كون المعارض  
تركز على عرض المنشورات من الكتب واكتسبت

## الجدول رقم ( ٥ )

## مصادر المعلومات المفضلة في المعرض

| التسلسل | المصادر             | التكرار (*) | النسبة |
|---------|---------------------|-------------|--------|
| ١       | الكتب المطبوعة.     | ٦٣          | ٣٤,٨٠٦ |
| ٢       | الكتب الإلكترونية   | ٤٧          | ٢٥,٩٦٦ |
| ٣       | الدوريات العلمية.   | ١٢          | ٦,٩٦٦  |
| ٤       | الرسائل العلمية.    | ٣٧          | ٢٠,٤٤١ |
| ٥       | التسجيلات الصوتية . | ٢٢          | ١٢,١٥٤ |
| ٦       | مصادر أخرى .        | --          | --     |
| المجموع |                     | ١٨١         |        |

(\*) خيارات متعددة .

النتيجة المدرجة في الجدول رقم (٤) من أن الكتب المطبوعة هي الهدف الأساس من زيارة المعرض، وكل ذلك يدل على أن الكتاب المطبوع لا يزال هو الوعاء المعلوماتي المطلوب في المجتمع السعودي، في غياب الدعاية والترويج الكافية للوسائط الإلكترونية ومن بينها الكتاب الإلكتروني.

ويكشف لنا الجدول رقم (٥) أن أهم المصادر المفضلة في معرض الكتاب هي الكتب المطبوعة، ثم الكتب الإلكترونية، وهذه النتيجة تعزز النتيجة المدرجة في الجدول رقم (٣) التي تشير إلى أن الكتاب المطبوع لا يزال يحظى بأفضلية على الكتاب الإلكتروني . كما أن هذه النتيجة تتوافق مع

## الجدول رقم ( ٦ )

## الوسائل المفضلة لتسويق الكتاب العربي

| دور النشر |             | الزوار |             | الوسائل                                | التسلسل |
|-----------|-------------|--------|-------------|----------------------------------------|---------|
| النسبة    | التكرار (*) | النسبة | التكرار (*) |                                        |         |
| ١٨,٠٨٩    | ١٧          | ٢,٠٢٤  | ٥           | البريد .                               | ١       |
| ١٩,١٤٨    | ١٨          | ٢٢,٦٧٢ | ٥٦          | الانترنت.                              | ٢       |
| ١٠,٦٣٨    | ١٠          | ٢٥,١٠١ | ٦٢          | مندوب المبيعات.                        | ٣       |
| ٢٨,٧٢٣    | ٢٧          | ٢٩,١٤٩ | ٧٢          | معارض الكتب.                           | ٤       |
| ٢٣,٤٠٤    | ٢٢          | ٢١,٠٥٢ | ٥٢          | تجار الكتب ( مثل المكتبات التجارية ) . | ٥       |
| --        | --          | --     | --          | وسائل أخرى                             | ٦       |
| %١٠٠      | ٩٤          |        | ٢٤٧         | المجموع                                |         |

(\*) خيارات متعددة.

الكتب» لدور النشر. وفي هذه النتيجة ما يدل على أن رواد المعرض يفضلون الوسيلة التي توفر عليه الجهد والوقت وتؤمن لهم الحصول على الكتب في مواقعهم بدلاً من البحث عنها في المعارض، بينما تظل المكتبات التجارية منفذاً مناسباً لدور النشر، خاصة تسويقياً أن بعض هذه المكتبات هي نقاط بيع وليست دور نشر.

وفي الجدول رقم (٦) نلاحظ مدى التطابق والاختلاف بين رأي رواد المعرض ودور النشر حول الوسائل المفضلة لتسويق الكتاب العربي، حيث يتطابق رأي غالبية الرواد ودور النشر بأن أفضل وسيلة هي معارض الكتب، ويأتي في المرتبة الثانية بالنسبة لرواد المعرض وسيلة «مندوب المبيعات»، ووسيلة «تجار

## الجدول رقم (٧)

## مشكلات نشر الكتاب العربي وتسويقه

| الناشر |             | الزائر |           | المشكلات                                  | التسلسل |
|--------|-------------|--------|-----------|-------------------------------------------|---------|
| النسبة | التكرار (*) | النسبة | التكرار x |                                           |         |
| ٣,٣٥١  | ٦           | ١٨,٠٠٤ | ٧٤        | ارتفاع أسعار الكتب.                       | ١       |
| ١٢,٨٤٥ | ٢٣          | ٨,٠٢٩  | ٣٣        | ضعف المصادر المالية لنشر الكتب.           | ٢       |
| ٨,٣٧٥  | ١٥          | ٩,٢٤٥  | ٣٨        | ضعف الكادر الفني المتخصص في عمليات النشر. | ٣       |
| ١٤,٥٢٥ | ٢٦          | ١٧,٥١٨ | ٧٢        | ضعف الدعاية الإعلامية للكتاب العربي.      | ٤       |
| ١٠,٠٥٥ | ١٨          | ٧,٢٩٩  | ٣٠        | ارتفاع الرسوم الجمركية على الكتب.         | ٥       |
| ٨,٣٧٩  | ١٥          | ٥,١٠٩  | ٢١        | انتهاكات حقوق الملكية الفكرية.            | ٦       |
| ١٥,٠٨٣ | ٢٧          | ١٥,٨١٥ | ٦٥        | الرقابة المشددة على الكتب.                | ٧       |
| ١٣,٩٦٦ | ٢٥          | ٦,٣٢٦  | ٢٦        | ضعف آلية التسويق للكتاب العربي.           | ٨       |
| ١٣,٤٠٧ | ٢٤          | ١٢,٦٥٢ | ٥٢        | ضعف التنسيق بين الناشرين.                 | ٩       |
| ---    | ---         | ---    | ---       | مشكلات أخرى                               | ١٠      |
| ٪١٠٠   | ١٧٩         |        | ٤١١       | المجموع                                   |         |

(\*) خيارات متعددة.

من وجهة نظر رواد المعرض هي ارتفاع أسعار الكتب، يليها في الترتيب ضعف الدعاية الإعلامية

وفي الجدول رقم (٧) يتضح لنا أن أهم المشكلات التي تواجه نشر وتسويق الكتاب العربي

للكتاب العربي. بينما يرى غالبية دور النشر أن يتفقون على أهمية الدعاية الإعلامية للكتاب العربي، بينما يختلفون جذريا فيما إذا كان سعر الكتاب يعوق نشر الكتاب العربي وتسويقه.

## الجدول رقم ( ٨ )

## المطالب المطلوبة من دور النشر

| التسلسل | المطالب                        | التكرار (*) | النسبة |
|---------|--------------------------------|-------------|--------|
| ١       | التركيز على الكتب المطبوعة.    | ٥٨          | ١٨,٩٥٤ |
| ٢       | التركيز على الكتب الإلكترونية. | ٤٣          | ١٤,٠٥٢ |
| ٣       | خفض أسعار المنشورات.           | ٧٤          | ٢٤,١٨٣ |
| ٤       | التنوع في موضوعات المنشورات.   | ٦٨          | ٢٢,٢٢٢ |
| ٥       | تقديم أحدث المنشورات .         | ٦٣          | ٢٠,٥٨٨ |
| ٦       | مطالب أخرى.                    | ---         | ---    |
| المجموع |                                |             | ٣٠٦    |
|         |                                |             | ١٠٠%   |

(\*) خيارات متعددة.

وفي الجدول رقم (٨) تظهر أهم مطالب رواد المعرض من دور النشر حيث جاء في مقدمتها خفض أسعار المنشورات، ثم التنوع في موضوعات النشر . وهذه النتيجة تتوافق مع النتيجة المدرجة في الجدول (رقم٧) والتي تؤكد أن أهم المعوقات من وجهة نظر رواد المعرض هي ارتفاع أسعار الكتب، فكان من الطبيعي والمتوقع المطالبة بخفض الأسعار. كما يمكن ملاحظة أن أغلب المطالب حظيت بنسب عالية ومتقاربة مما يدل على أهميتها لجميع أفراد مجتمع البحث.

## الجدول رقم ( ٩ )

## مدى الرضى عن معارض الكتب في السعودية

| م | مجتمع البحث | راض جداً / التكرار / النسبة | راض / التكرار / النسبة | راض إلى حد ما / التكرار / النسبة | غير راض / التكرار / النسبة | المجموع |
|---|-------------|-----------------------------|------------------------|----------------------------------|----------------------------|---------|
| ١ | الرواد      | (٩,٢١٠) ٧                   | (٢٦,٣١٥) ٢٠            | (٢٣,٦٨٤) ١٨                      | (٤٠,٧٨٩) ٣١                | ٧٦      |
| ٢ | دور النشر   | -----                       | (١٣,٣٣٣) ٤             | (٤٠) ١٢                          | (٤٦,٦٦٦) ١٤                | ٣٠      |

استخدم الباحث اختبار تحليل التباين لقياس العلاقة بين آراء واتجاهات رواد المعرض نحو نشر الكتاب العربي وتسويقه وفقاً لمتغير العمر ومتغير المؤهل التعليمي، واتضح حسب النتائج المدرجة في الجدول رقم (١٠) عدم وجود تأثير لمتغير العمر حيث بلغت قيمة (ف) (٠,٢٠٩) ومستوى الدلالة (٠,٧٢٢) عند مستوى المعنوية (٠,٠٥)، ولكن تبين في الجدول رقم (١١) وجود دلالة إحصائية لتأثير متغير المؤهل التعليمي في اتجاهاتهم نحو نشر الكتاب العربي وتسويقه حيث بلغت قيمة (ف) (٤,٣٤٢)، ومستوى الدلالة (٠,٠٠٤)، وفي هذه النتيجة ما يشير إلى أن للتعليم دوراً في نشر وتسويق الكتاب العربي، ومن الواجب أن يؤخذ في الاعتبار المستويات والمؤهلات التعليمية لأفراد المجتمع عند إقامة معارض الكتب أو تطوير خطط النشر والتسويق.

وبالنسبة لمدى رضا كل من رواد المعرض ودور النشر عن معارض الكتب في السعودية يتضح في الجدول رقم (٩) أن نسبة الرضا توزعت بين إجابة «راض إلى حد ما» وإجابة «غير راض»، وفي كلتا الإجابتين دلالة على أن معارض الكتب تواجه مشكلات جديرة بالتشخيص والتقصي، وقد توقع الباحث هذه الإجابات نتيجة لما لاحظته من سوء تنظيم للمعارض، وضعف في محتوياتها الموضوعية، وتكرار الكتب المعروضة، وعدم ملائمة مواعيد المعرض، وتذمر كثير من الرواد من الأسعار .

(ب) اختبار فرضية البحث: لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين آراء رواد معرض الكتاب ونشر وتسويق الكتاب العربي وفقاً للمتغيرات الآتية:

أ- العمر.

ب- المؤهل التعليمي.

## الجدول (١٠)

نتائج تحليل التباين لأثر متغير «العمر» في اتجاه أفراد مجتمع البحث نحو نشر الكتاب العربي وتسويقه

| العمر | قيمة ( ف ) | مستوى الدلالة | مستوى المعنوية |
|-------|------------|---------------|----------------|
|       | ٠,٢٠٩      | ٠,٧٢٢         | ٠,٠٥           |

## الجدول (١١)

نتائج تحليل التباين لأثر متغير «المؤهل التعليمي» في اتجاه أفراد مجتمع البحث نحو نشر الكتاب العربي وتسويقه

| المؤهل التعليمي | قيمة (ف) | مستوى الدلالة | مستوى المعنوية |
|-----------------|----------|---------------|----------------|
|                 | ٤,٣٤٢    | ٠,٠٠٤         | ٠,٠٥           |

## (ج) نتائج استبانة دور النشر:

الجدول رقم ( ١٢ )

اتجاهات دور النشر نحو نشر وتسويق الكتاب العربي

| رقم | العبارة                                                         | موافق جداً     | موافق          | لا أعلم        | غير موافق      | غير موافق إطلاقاً |
|-----|-----------------------------------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-------------------|
|     |                                                                 | التكرار/النسبة | التكرار/النسبة | التكرار/النسبة | التكرار/النسبة | التكرار/النسبة    |
| ١   | القطاع الخاص يسهم بفاعلية في تسويق الكتاب العربي في السعودية    | ٦<br>(٢٠)      | ١٣<br>(٤٣,٣٣٣) | ---            | ٨<br>(٢٦,٦٦٦)  | ١٣<br>(١٠)        |
| ٢   | النشر الإلكتروني هو البديل الأنسب للنشر التقليدي                | ٧<br>(٢٣,٣٣٣)  | ١٠<br>(٣)      | ----           | ١٣<br>(٢٦,٦٦٦) | ---               |
| ٣   | رفع الرقابة عن الكتب يعزز انتشار الكتاب العربي                  | ١٢<br>(٤٠)     | ١٢<br>(٤٠)     | ----           | ٦<br>(٢٠)      | ---               |
| ٤   | وجود سوق عربية مشتركة يدعم تسويق الكتاب العربي                  | ٥<br>(١٦,٦٦٦)  | ١٣<br>(٤٣,٣٣٣) | ٤<br>(١٣,٣٣٣)  | ٨<br>(٢٦,٦٦٦)  | ---               |
| ٥   | نشر الكتاب العربي يحظى باهتمام الجهات الرسمية في المملكة        | ٥<br>(١٦,٦٦٦)  | ١٢<br>(٤٠)     | ٣<br>(١٠)      | ١٠<br>(٣٣,٣٣٣) | ---               |
| ٦   | الوعي القرائي لدى المواطن السعودي لا يشجع على نشر الكتاب العربي | ٥<br>(١٦,٦٦٦)  | ٦<br>(٢٠)      | ----           | ١٩<br>(٦٣,٣٣٣) | ---               |
| ٧   | الالتزام بالإبداع القانوني يعزز نشر الكتاب العربي               | ٨<br>(٢٦,٦٦٦)  | ١٢<br>(٤٠)     | ----           | ١٠<br>(٣٣,٣٣٣) | ---               |
| ٨   | المجتمع يقدر مؤسسة النشر تجاه نشر الكتاب العربي                 | ٢<br>(٦,٦٦٦)   | ٤<br>(١٣,٣٣٣)  | ٤<br>(١٣,٣٣٣)  | ٢٠<br>(٦٦,٦٦٦) | ----              |
| ٩   | دور النشر لا تواكب المستجدات في تقنيات النشر الحديثة            | ٤<br>(١٣,٣٣٣)  | ١٢<br>(٢٠)     | ---            | ١٠<br>(٣٣,٣٣٣) | ٤<br>(١٣,٣٣٣)     |
| ١٠  | المنشورات العربية من الكتب لا تلبي رغبات المواطن السعودي        | ٧<br>(٢٣,٣٣٣)  | ١٠<br>(٣٣,٣٣٣) | ٣<br>(١٠)      | ١٠<br>(٣٣,٣٣٣) | ---               |
| ١١  | وجود شبكة تعاونية يدعم حركة تسويق الكتاب العربي                 | ٨<br>(٢٦,٦٦٦)  | ١٣<br>(٤٣,٣٣٣) | ---            | ٩<br>(٣٠)      | ---               |
| ١٢  | الكتاب الإلكتروني أفضل من الكتاب المطبوع                        | ٢<br>(٦,٦٦٦)   | ٦<br>(٢٠)      | ---            | ٢٢<br>(٧٣,٣٣٣) | ---               |

وتحت إجابة «غير موافق» حظيت عبارة «الكتاب الإلكتروني أفضل من الكتاب المطبوع» بأعلى نسبة حيث بلغت (٧٣,٣٣٥٩). ويمكن ملاحظة أن هذه النتائج متطابقة إلى حد كبير مع نتائج رواد المعرض، إلا أن الملفت للانتباه هو تدني نسبة دور النشر التي تؤيد النشر الإلكتروني كبديل للنشر التقليدي ربما لأن متطلباته غير متوافرة لكثير من الدور أو أن تكاليفه أعلى من عوائده .

يتضح في الجدول رقم (١٢) أن أعلى نسبة تحت إجابة «موافق جداً» حظيت بها إجابة «رفع الرقابة عن الكتب»، أي بنسبة (٤٠٪)، يليها في الترتيب بنسب متطابقة (٤٣,٣٣٣٪) كل من عبارة «القطاع الخاص يسهم بفاعلية في تسويق الكتاب العربي»، وعبارة «وجود سوق عربية مشتركة يدعم تسويق الكتاب العربي»، وعبارة «وجود شبكة تعاونية يدعم حركة تسويق الكتاب العربي».

الجدول رقم (١٣)  
مصادر المعلومات لدى دور النشر

| التسلسل | المصادر             | التكرار (*) | النسبة |
|---------|---------------------|-------------|--------|
| ١       | الكتب المطبوعة.     | ٢٤          | ٤٢,١٠٥ |
| ٢       | الكتب الإلكترونية   | ١١          | ١٩,٢٩٨ |
| ٣       | الدوريات العلمية .. | ٨           | ١٤,٠٣٥ |
| ٤       | الرسائل العلمية     | ٧           | ١٢,٢٨٠ |
| ٥       | التسجيلات الصوتية   | ٧           | ١٢,٢٨٠ |
| ٦       | مصادر أخرى          | ---         | ---    |
|         | المجموع             | ٥٧          | ١٠٠    |

(\*) خيارات متعددة .

سواء، وتعزز الموقف الداعي إلى الاهتمام بالكتاب المطبوع والدعاية إليه والترويج له بغض النظر عن المنافسة التي يشكلها الكتاب الإلكتروني. وهذا لا يعني إهمال النشر الإلكتروني والمصادر الإلكترونية فلها جمهورها ومؤسساتها، وتشكل تحولاً جذرياً في بناء المكتبات الرقمية التي بدأت تنتشر بشكل متنامٍ في كثير مرافق القطاع العام والخاص.

ويتضح من النتائج المدرجة في الجدول رقم (١٣) أن أغلب المصادر المتوافرة لدى دور النشر هي الكتب المطبوعة، يليها في الترتيب الكتب الإلكترونية، ثم الدوريات العلمية، وأخيراً التسجيلات الصوتية. وهذه النتيجة تعزز النتائج السابقة التي تؤكد أن الكتاب المطبوع لا يزال يحظى باهتمام كل من القراء والناشرين على حد

## الجدول رقم ( ١٤ )

## التجهيزات والتقنيات المتوافرة لدى دور النشر

| التسلسل | التجهيزات والتقنيات                      | التكرار (*) | النسبة |
|---------|------------------------------------------|-------------|--------|
| ١       | الحاسوبات                                | ٣٠          | ٢٣,٦٢٢ |
| ٢       | الطابعات.                                | ٣٠          | ٢٣,٦٢٢ |
| ٣       | الماسحات الضوئية.                        | ٣٠          | ٢٣,٦٢٢ |
| ٤       | أجهزة التجليد                            | ٧           | ٥,٥١١  |
| ٥       | أجهزة التصوير                            | ٣٠          | ٢٣,٦٢٢ |
| ٦       | تجهيزات أخرى                             | ---         | ---    |
| ٧       | لا يوجد تجهيزات ( الاستعانة بجهات أخرى ) |             |        |
| المجموع |                                          | ١٢٧         | %١٠٠   |

(\*) خيارات متعددة.

وفي الجدول رقم (١٤) نجد أن أهم التجهيزات والتقنيات المطلوبة لنشر الكتب متوافرة لدى جميع دور النشر المشاركة في هذا البحث مثل الحاسوبات والطابعات والماسحات الضوئية باستثناء أجهزة التجليد التي كان من المتوقع ألا تتوافر إلا في عدد محدود من الدور، ربما لمحدودية الطلب عليها، أو أنها تحتاج إلى إمكانيات مادية وفنية لا تتوافر بسهولة لجميع دور النشر.

## الجدول رقم ( ١٥ )

## الخطط الحالية والمستقبلية لدور النشر

| التسلسل | المطالب                                     | التكرار (*) | النسبة |
|---------|---------------------------------------------|-------------|--------|
| ١       | التوسع في مجال النشر الحالي.                | ٢٢          | ٥٠     |
| ٢       | التركيز على النشر الإلكتروني.               | ١٨          | ٤٠,٩٠٩ |
| ٣       | الاندماج مع دور نشر أخرى.                   | ٤           | ٩,٠٩٠  |
| ٤       | التوقف عن النشاط ( إغلاق دار/ مركز النشر ). | ---         | ---    |
| ٥       | خطط أخرى                                    |             |        |
| المجموع |                                             | ٤٤          | %١٠٠   |

(\*) خيارات متعددة.

وأخيراً نجد في الجدول رقم (١٥) ما يشير إلى وجود رغبة لدى (٥٠%) من دور النشر للتوسع في مجال النشر الحالي والتركيز على النشر الإلكتروني ضمن الخطط الحالية والمستقبلية، ولكن لا يوجد رغبة كبيرة في الاندماج أو في وقف النشاط، مع أن الظروف الاقتصادية وحدة المنافسة وانفتاح السوق تدعو إلى التكتلات والاتحادات لضمان استمرارية العمل ومقاومة الضغوط الاقتصادية.

## التوصيات:

- (الموزع) يتحدد من خلاله التزامات كل طرف تجاه الطرف الآخر دون احتكار أو استغلال حيث إن هؤلاء الأطراف الثلاثة هي المكونات الحقيقية لصناعة النشر في المجتمعات.
- ٩- تقديم التسهيلات الممكنة أمام القطاع الخاص وتشجيعه بكل السبل للاستثمار في مجالات النشر لوجود إمكانات مالية وتقنية لدى هذا القطاع لا تتوافر لكثير من القطاعات العامة.
- ١٠- استحداث أساليب جديدة وفاعلة للدعاية للكتاب العربي والترويج له بين أفراد المجتمع مثل الانترنت والمدونات الاجتماعية، إضافة إلى الصحافة والتلفزيون والراديو .
- ١١- تشجيع النشر سواء كان ورقياً أو إلكترونياً، وتقديم الحوافز والجوائز المناسبة للمؤلفين والمترجمين لنشر مزيد من المؤلفات المنشورات.
- ١٢- من الضروري التجديد والتنوع في معروضات الناشرين من الكتب العربية بدلاً من تكرار الكتب نفسها في كل عام، ويمكن أن يكون هذا شرطاً من شروط المشاركة في المعارض.
- وأخيراً، يتقدم فريق الدراسة بالشكر لعمادة البحث العلمي، جامعة الملك عبد العزيز -جدة على دعمها العلمي والمادي لهذا المشروع بالمنحة البحثية رقم ( ١٢٢/١٢٥/١٤٣١هـ).

This project was funded by the Deanship of Scientific Research (DRS), King Abdulaziz University, Jeddah, under grant no. (122L125L1431). The Authors, therefore, acknowledge with thanks DRS technical and Financial support.

- ١- استناداً إلى نتائج البحث، يتقدم الباحث بالتوصيات والمقترحات الآتية:
- ٢- إنشاء شبكة تعاونية لدعم نشر الكتاب العربي وتسويقه بصفة خاصة، ويمكن أن يتولى اتحاد الناشرين العرب مهمة التخطيط والتنفيذ لهذه الشبكة بدعم من اتحادات وجمعيات النشر الوطنية في الدول العربية.
- ٣- تخفيف القيود النظامية لحركة نقل الكتاب العربي وتداوله، خاصة أثناء انعقاد معارض الكتب تشجيعاً لانتشار الكتاب العربي ونمو صناعته .
- ٤- إلغاء الرسوم الجمركية على الكتب العربية كحل لارتفاع أسعار الكتب التي أوردتها الناشرور ورواد المعرض كأحد المشكلات التي تعوق نشر الكتاب العربي وتسويقه.
- ٥- التأكيد على الالتزام بقوانين وحقوق الملكية الفكرية كإجراء يمنع السرقات العلمية ويحد من نسخ وإعادة طباعة الكتب بطرق غير مشروعة.
- ٦- إعداد برامج مهنية متخصصة لتخريج فنيين في مجالات النشر والتسويق، لسد النقص الملحوظ من هذه الكفاءات في دور النشر.
- ٧- إقامة معارض كتب دولية بصفة مستمرة ودائمة وفي أوقات محددة كل عام مع مراعاة عدم تعارض مواعيد المعارض بعضها مع بعض، ويمكن أن تكون هذه المعارض عامة أو متخصصة في حقل أو أكثر من حقول المعرفة.
- ٨- إعداد ميثاق للتعاون بين الناشر والمؤلف والمسوق

## المراجع

- ٨- شريف درويش لبنان، «النشر الإلكتروني في الصحافة : دراسة ميدانية على عينة من الصحف الحزبية المصرية»، مجلة المكتبات والمعلومات العربية، س٢، ع١ (يناير ١٩٩٦م) ص ٨٧-١٠٨.
- ٩- فهد سيف الدين الساعاتي، «حركة النشر في الأندية الثقافية بالمملكة العربية السعودية»، دراسة وتحليل . رسالة ماجستير، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض : ١٩٩٧م.
- ١٠- جبريل حسن عريشي، «النشر الإلكتروني: دراسة نظرية لبعض قضايا الكتاب الإلكتروني»، دراسات عربية في المكتبات والمعلومات، م٩، ع١ (يناير ٢٠٠٤م) ص ٦٧-١١٣.
- ١١- عبد الرزاق يونس، «أمن المعلومات الإلكترونية وحقوق الملكية الفكرية»، مجلة المكتبات والمعلومات العربية، س٣، ع٢ (أبريل ٢٠٠٠م) ص ٥٠-٦٧.
- ١٢- ريجي عليان، «واقع حركة النشر في الأردن من وجهة نظر المؤلفين والناشرين وأعضاء المكتبات»، مجلة رسالة المكتبة، م٣١، ع١ (يوليو ٢٠٠٥)، ص ١٧٧-٢٠٤.
- ١- محمد عبد العزيز الراشد، « حركة التأليف والنشر في المملكة العربية السعودية»، مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية، (٨/١٠/١٤٣١هـ) متاح في : [www.kfnl.org.sa/KFNL\\_journal/mg6-1/drasat/2/2.htm](http://www.kfnl.org.sa/KFNL_journal/mg6-1/drasat/2/2.htm)
- ٢- ريجي عليان، صناعة النشر (٨/١٠/١٤٣١هـ)، متاح في : [WWW.ARABICIN.NET/ARABIAALL/1-2003/9.HTML](http://WWW.ARABICIN.NET/ARABIAALL/1-2003/9.HTML)
- ٣- شعبان عبد العزيز خليفة، أوراق الربيع في المكتبات والمعلومات، القاهرة : العربي للنشر والتوزيع، ١٩٨٢هـ، ص ٥٩
- ٤- محمد المرغلاني، « النشر العلمي في جامعة الملك عبد العزيز : دراسة إحصائية تحليلية ببيومترية »، مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية ، مج٦، ع١ ( المحرم - جمادى الآخرة )، ص ١٠٨-١٩٦.
- ٥- عبد الله الشريف، «معوقات حركة نشر الكتاب»، الناشر العربي، ١٤ (يونيو ١٩٨٣م)، ص ٩٩.
- ٦- علي الصوينع، «توثيق الإنتاج الفكري العربي :تجربة مكتبة الملك فهد الوطنية»، مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية، س٦، ع١ (المحرم-جمادى الآخرة ١٤٢١هـ)، ص ١٢.
- ٧- رؤوف هلال، «صناعة الكتاب العربي بين التحديات والطموحات»، (٨/١٠/١٤٣١هـ) متاح في : [www.alyaseer.net/vb/showthread.pjd2t=7791](http://www.alyaseer.net/vb/showthread.pjd2t=7791)

19- Emily A. Vander , "Copyright on the web: what you don't know can cost you," Writer ,V.114, No. 3 (March 2001) 016-20.

20- Ajibola Maxwell, " Books and Education in Subsahara Africa , Education Library Journal, V.44, No. 3 (Autumn, 2001) p13.

21) Gatlin J. V. Arn , " AACSB Deans' Understanding of Multimedia Copyright Laws and Guidelines" , Journal of Education for Business , V.74 , No. 6 (1999) P. 368-372.

22- A. Beettlheim , «Internet Copyright Laws Amendments Get Noisy.

23- Support From Librarians» , C. Q. Weekly , V.59 , No. 1 ( 715-716.

24- M Fosmire, « Physics Conference Proceedings and Electronic Environment « , Connection Management, V. 26 , No. 1 (2001) p. 25-33.

(٢٥) رجب عبد الحميد حسنين. أثر

النشر الإلكتروني في الإرتقاء بالتراث

العربي: تجارب رائدة .- Cybrarians

Journal .- ع ٢٣ ، سبتمبر ٢٠١٠م.

.(٩/١٠/١٤٣١هـ).

١٣- نوال عبد العزيز راجح، «النشر الإلكتروني وأثره على بناء وتنمية مجموعات المكتبات الجامعية السعودية»، رسالة دكتوراة، قسم علم المعلومات، كلية الآداب، جامعة الملك عبد العزيز، ١٤٢٧هـ.

١٤- مؤسسة الفكر العربي، مؤتمر :  
(٨/١٠/١٤٣١هـ) متاح في :

<http://nashr.arabthought.org/index.php2option>

١٥- اتحاد الناشرين العرب، مؤتمر : «مستقبل

صناعة النشر في العالم العربي»،

(٨/١٠/١٤٣١هـ) متاح في :

<http://www.arab-pa.org/ar/staticpages/preview.aspx?Recid=3&lang=ar>

16- Emily A. Vander , "Copyright on the web: what you don't know can cost you," Writer ,V.114, No. 3 (March 2001) 016-20.

17- Ajibola Maxwell, " Books and Education in Subsahara Africa , Education Library Journal, V.44, No. 3 (Autumn, 2001) p13-

18) Gatlin J. V. Arn , " AACSB Deans' Understanding of Multimedia

Copyright Laws and Guidelines", Journal of Education for Business, V.74 , No. 6 (1999) P. 368-372