

استراتيجيات ورهانات اقتصاديات النشر في الجزائر

Strategies and bets of publishing economics in Algeria

لعرايش فاطمة الزهراء¹، غوار عفيف²¹ قسم علم المكتبات والعلوم الوثائقية، جامعة وهران 1 أحمد بن بلة (الجزائر)، laraiche.fatima@edu.univ-oran1.dz² قسم علم المكتبات والعلوم الوثائقية، جامعة وهران 1 أحمد بن بلة (الجزائر)، gouar.afif@edu.univ-oran1.dz

تاريخ النشر: 2024/12/18

تاريخ القبول: 2024/12/02

تاريخ الاستلام: 2024/03/02

ملخص:

تستقصي هذه الدراسة توجهات صناعة النشر في الجزائر والاستراتيجيات المتبعة من طرف دور النشر لتسيير هذا المجال، بما أن هذه الصناعة تعتبر جزءا مهما من الصناعات الثقافية، وبالتالي مساهمتها بشكل مباشر في نمو اقتصاديات الدول، وسنركز في هذه المقالة على نقل واقع وتجربة الناشرين الجزائريين ومدى مساهمة أفكارهم الإبداعية في تطوير هذا القطاع تزامنا مع التطورات التكنولوجية الحاصلة والأزمات الاقتصادية المتلاحقة التي نشهدها في الآونة الأخيرة، كون أن الناشر يمثل القلب النابض لهذه الصناعة والفاعل الأساسي في حركة النشر، مع إبراز الصعوبات التي تقف كعائق نحو تقدم هذا المجال وان كان الوضع الحالي هو نتيجة حتمية لعدم وجود سياسات واضحة وخطط ميدانية مدروسة لإنقاذ صناعة النشر من الركود والكساد، أم أن جذورها تمتد إلى تراكمات سابقة، وإلى عدم الاهتمام الجاد والفعلي بالكتاب من طرف السلطات المختصة، باعتباره منتجا فكريا غير ربحي؟. كلمات مفتاحية: اقتصاديات النشر، صناعة النشر، الصناعات الثقافية، الناشر، استراتيجيات النشر.

Abstract:

This study explores the trends of the publishing industry in Algeria and the strategies adopted by publishing houses to manage this field. The publishing industry is an important part of cultural industries, contributing directly to the growth of national economies. This article focuses on the realities and experiences of Algerian publishers and the role of their creative ideas in advancing this sector, alongside technological developments and recent economic crises. The publisher is the core of this industry, playing a central role in the publishing movement. The study also addresses the challenges hindering progress in the field, questioning whether the current situation is due to the lack of clear policies and plans

to save the industry from stagnation, or if it is rooted in historical neglect and a lack of serious attention from authorities, who view books as non-profitable intellectual products?

Keywords: Publishing economics, publishing industry, cultural industries, publisher, publishing strategies.

*لعرایش فاطمة الزهراء

1. مقدمة :

ان ظهور الكتاب الذي أصبح يطبع في آلاف النسخ قد شكل ثورة فعلية وأدى إلى تضخم معرفي شمل مختلف المجالات العلمية، وكان لابد من السيطرة على هذا الكم الهائل من الإنتاج الفكري وحفظه وتسويره ونشره ضمن معايير وأسس منظمة ومقننة، لذا ظهرت ما تعرف بدور النشر والتوزيع هذه الأخيرة هي المؤسسات الأولى المسؤولة عن تصنيع وطباعة ونشر وتسويق وترويج الكتب على نطاق واسع يتعدى حدود البلد الواحد، حيث أن معظم اقتصاديات الدول تولي أهمية كبيرة لهذا النوع من الصناعات الإبداعية، لأنها تساهم في الرفع من ميزانيتها التجاري وتحقق لها مداخيل وأرباح طائلة ليس هذا فحسب بل تساهم في رفع ونشر الثقافة والوعي لدى المجتمعات والقضاء على الأمية، لكن هذا المنطق يمثل الدول المتقدمة كالو.م.أ والصين بريطانيا...الخ، والتي نجحت فعلا في توسيع نطاق هذا المجال واعتبرته جزءا مهما من الصناعات الثقافية التي لها دور فعال في دعم الأعمال الإبداعية والفنية والثقافية ومحاولة استغلالها لتحقيق أقصى فائدة تعود بالنفع المادي والثقافي للبلد أما الدول العربية بشكل عام والجزائر بشكل خاص لم يحظى هذا القطاع نصيبه من الاهتمام والتطور نتيجة عدم وجود هيكلية واضحة وغياب الشفافية والدعم المادي والمعنوي من طرف وزارة الثقافة وهذا ما سنبرزه من خلال هذه الدراسة.

ومن خلال ما تم ذكره مسبقا من معطيات يمكننا أن نطرح الإشكالية التالية:

ما مدى مساهمة الإستراتيجيات المتبعة من طرف دور النشر الجزائرية في تدعيم السياسات الاقتصادية؟

2.1. أهمية الدراسة:

من خلال خوضنا في أغوار هذه الدراسة وتحليل واستنباط الإشكالية المحورية له نجد أن لهذا الموضوع أهمية كبيرة في الدراسات الحديثة، وهذا ما دفعنا إلى تناوله أولاً نظراً لقلّة الدراسات التي تناولت الجانب الاقتصادي لصناعة النشر وثانياً لأنّ وضعية النشر في الجزائر تعاني سلسلة من الأزمات والتحديات التي أدت إلى تراجعها بشكل كبير ومحاولة استشراف مستقبل صناعة النشر في ظل هذه الطفرة النوعية والتطورات التكنولوجية الحاصلة في كل المجالات ومحاولة اقتراح حلول فعالة قد تساعد في فتح آفاق ورؤى جديدة لهذا المجال.

3.1. أهداف الدراسة:

نحاول من خلال هذه الدراسة الوقوف على مجموعة من الأهداف التي تصبو نحو تفسير الإشكالية المدروسة والوصول إلى تعميمات منطقية، ويمكن أن نذكر هذه الأهداف كالآتي:

- التعرف المعمق على حيثيات مهنة النشر والقوانين المطبقة في هذا القطاع إضافة إلى الأساليب المنتهجة من طرف الناشرين لتسيير هذه الصناعة وتسويق الإنتاج الفكري، وماهي الأخلاقيات التي يجب يتصفوا بها وعلاقتهم بالأطراف الأخرى الفاعلة في هذا المجال.
- تقصي واقع النشر في الجزائر ومدى مساهمة استراتيجياته في تدعيم حركة الاقتصاد في البلاد.

- إبراز التحديات والمشاكل المهنية والاقتصادية التي تواجه قطاع النشر والتي أدت إلى ركود هذه الصناعة وتهميشها، والدور الذي لعبته مختلف اتحادات الناشرين لمواجهة هذه الأزمات تزامناً مع ظهور التطورات التكنولوجية.

4.1. منهج الدراسة:

وفقاً للإشكالية المطروحة أمامنا وحوصلة المعطيات التي قمنا بتجميعها وتحليلها فهذا ما جعلنا نعتمد في دراستنا على المنهج الوصفي وأسلوب تحليل المحتوى، وذلك لوصف

وضعية سوق النشر في ظل التغيرات التي نشهدها في هذا المجال خاصة في العالم الغربي الذي استطاع تطوير هذه الصناعة وتوظيف عملية الرقمنة والتسويق عبر مواقع الويب وتوسيعها والدخول إلى سوق المنافسة مع شركات ضخمة، كما أصبحت صناعة قائمة على أسس واستراتيجيات اقتصادية مدروسة وتحليل أسباب ومرجعيات تدهور هذا المجال وإذا كان هناك فرص للخروج من هذه الأزمات وفقا لرؤى وتطلعات الناشرين الذين لديهم خبرة طويلة في هذا القطاع.

2. الإطار التنظيمي والقانوني لصناعة النشر:

1.2. الناشر وأثره في حركة النشر: الناشر هو هيئة أو شخص يقوم بتسيير عملية النشر عن طريق اصدار كل من الكتب والمجلات... الخ، فهو يمثل حلقة الوصل بين المؤلف والموزع والقارئ، حيث يقوم بالتمويل هذه العملية ماليا ليدفع أتعاب كل الفاعلين في هذه الصناعة وتعود له نسبة الأرباح في آخر المطاف عند بيع كل المطبوعات لجمهور القراء ويتحمل كل مخاطر النشر. وهناك ثلاثة وظائف رئيسية يؤديها الناشر، ومن الأعمال التي يقوم بها كالتالي:

1.1.2. التحرير: وهي عملية تدقيق وتنقيح النص ومراجعته من قبل المحرر، ويجب أن يكون ملما بالمصطلحات التي تتناسب مع الموضوع المعالج لتصحيح الأخطاء النحوية واللغوية وأن يكون النص يلتزم بالموضوعية ولا يناول مواضيع تمس الهوية الوطنية أو مواضيع غير أخلاقية. (Sfetcu, 2015, p 08 - 09)

2.1.2. الانتاج: وهو الصناعة المادية للوعاء الفكري أي تحويل المخطوط إلى كتاب بما في ذلك تصميمه وصناعته على يد الطابع، وهناك شخصا آخر نادرا ما يتم ذكره، ويعتبر حلقة أساسية في عملية النشر ألا وهو المصمم ودور الناشر هنا هو اختيار الشخص المناسب لهذه الوظيفة مع تحديد أجر مناسب له. وغالبا ما تقوم دور النشر الصغيرة بالاستعانة بفنان خارجي. ويجب أن يكون الناشر ذو خبرة لحماية نفسه من الطابعين الغير أمناء ويستطيع أيضا أن يكسب أكبر نسبة من الفائدة في تعامله معه.

3.1.2. البيع: هناك العديد من الطرق التي يستخدمها الناشر لبيع الكتب وتكون وفقا لطبيعة العمل الذي سيتولى دفع فاتورة الناشر عن طريق شراء الكتب، ومن المعتاد تخصيص ميزانية أولى للترويج (حوالي 10 % من دخل البيع المتوقع من الطبعة الأولى) وأن يكون حذرا الا ينفق أكثر من ذلك. (Ingilis, 2019, p 07) ويمكن تأثير الناشر فيما يلي:

- لا يمكن للمؤلف أن يوصل رسالته الفكرية إلى آلاف القراء فدائما ما تبوء محاولاته بالفشل، لذا يمثل الناشر الحل الوحيد أمامه فهو يملك علاقات عديدة وواسعة مع المكتبات والموزعين، كما لديه فريق عمل كبير وشامل يتمثل في المستشارين والمحريين والمصممين والفنانين والمراجعين الذين يساهمون في عملية نشر الكتاب.

- الناشر هو الذي يختار العناوين والموضوعات ويحدد متى تصدر ونسبة النسخ المطبوعة وعدد الطباعات، وفقا لاحتياجات القراء لأنه يحتك بهم ويعرف ميولهم وأذواقهم من خلال المكتبات التي يتعامل معها وله المهارة الإدارية التي تسمح له بتسيير الأطراف الأخرى.

- يكون الناشر على دراية كافية بسوق الكتاب، لأنه دائما ما يحلل أوضاع السوق واستراتيجيات المنافسين، كما أن يملك خبرة تراكمية في الدعاية وتسويق الكتب، اما بشكل تقليدي أو عن طريق استخدام (مواقع التواصل الاجتماعي ومواقع الويب). (بقله، 2009، ص 54، 56)

2.2. أخلاقيات مهنة النشر:

1.2.2. الصدق والإخلاص: يجب أن يكون الناشر صادقا في تحديد هدفه مستقبلا (هل هدفه الربح المادي السريع فحسب، أم نشر الوعي الثقافي والمعرفة أم يجمعهما معا)، كما يجب أن يكون صريحا مع المؤلف من البداية على عدد النسخ التي يجب طباعتها وعلى موعد إصداره في السوق وعدم خداعه.

2.2.2. الأمانة: لا بد أن يكون أمينا عند توزيع الكتاب في المنطقة الجغرافية المنصوص عليها بالعقد مسبقا، مع التزامه بسعر الكتاب المتفق عليه مع المؤلف والحفاظ على المعلومات المعلنة عن الكتاب أثناء التسويق ولا يذكر معلومات لا توجد فيه من الأساس أو يغطي على

عيوبه أو يخلط بين الجيد والردئ منها، وان يحترم رأي المحرر في الكتاب فلا يرفض تصحيحاته لأي سبب وألا يعيد طباعة الكتاب بعد انتهاء مدة العقد. (الرمادي، 2014، 201)

3.2.2. الدقة: وذلك عن طريق تدقيق المعلومات التي تنشر وعدم مساسها بالقواعد العامة للمجتمع، فيجب أن تخضع هذه المعلومات لأعلى المعايير في الدقة والكفاءة.

4.2.2. النزاهة: أي أن يبتعد عن أي تصرف يسيء لسمعة دار النشر، أو المهنة ويحترم حقوق وممتلكات الموظفين ولا يعتدي عليها بأي شكل. (Garcia-Febo, 2012)

5.2.2. السماحة والانتماء: يجب أن يحسن معاملة الزبائن عند البيع والشراء والموظفين أثناء العمل، وعدم التضييق عليهم عند النقاش حول الحقوق وحتى إذا هناك اختلاف في الدين أو الرأي، كما لا بد أن يترك المماطلة عند أداء ما عليه ويلتزم بعادات وتقاليد المجتمع ولا ينشر ما يخالفها.

6.2.2. الصبر: يحتاج الناشر إلى تمويل مالي ضخم وقروض تسد متطلبات السوق وأن يستمر في نشر منشورات جديدة على أمل أن تباع الكتب المنشورة مسبقا ليصمد أمام المنافسين، كما يجب أن يتحلى بالصبر، فالكتاب يمكن أن يركد لمدة سنتين أو أكثر وقد تباع كل نسخة فجأة وبدون سابق انذار وأن يخرج الكتاب في أبهى صورة.

2.2.7. الخبرة المهنية: ان الناشر المتميز لا يجهل تفاصيل صناعة النشر وأبعادها وأن يتماشى مع التطورات العالمية التي طرأت عليها. (Pavone, D, 2018, p 09, 31)

3.2. دور المشرع الجزائري في تطبيق الحماية القانونية لصناعة النشر: عند دراسة وضعية النشر في التشريع الجزائري فلا بد أن نرجع إلى سنة 1973 نجد أنه ظهرت 3 قوانين هامة خاصة بالنشر والعناصر المكونة له، كما تم اصدار قانون حقوق المؤلف، وقانون إنشاء ديوان المطبوعات الجامعية وقانون إنشاء الديوان الوطني لحقوق المؤلف.

ان وزير وزارة الثقافة هو الذي لديه صلاحيات إصدار رخص للناشرين أو للمؤسسات المعنية بالنشر منذ الاستقلال، وذلك بموجب القرار المؤرخ في 01 مارس 1987 والمتضمن

تأسيس تأشيرة النشر والملغى بقرار مؤرخ في 28 سبتمبر 1988. ولقد اتخذ المشرع الجزائري إجراءات قانونية لحماية حقوق المؤلف وذلك في سنة 1887 بعد مصادقة فرنسا على إتفاقية برلين سنة 1886. أما من 1962 إلى 1973 فلقد احتفظت الجزائر بالقانون الفرنسي المطبق على بلدان ما وراء البحر (Territoires d'outro-mer)، والذي يحمل رقم 446-58 والمؤرخ في 19 أبريل 1958 والقانون الجزائري الأول ظهر بموجب أمر رقم 73 14 والمؤرخ في 13 أبريل 1973 يضم القانون الجزائر 82 مادة. (بونفيخة، 2001، ص 10، 11)

تم اصدار القرار 308-83 المؤرخ في 30 أبريل 1983 المتضمن إعادة هيكلة الشركة الوطنية للنشر والتوزيع SNED وهي مقسمة إلى 4 مؤسسات تتكفل كل واحدة بنشاط معين ويمكن ذكرها كالتالي: المؤسسة الوطنية للكتاب (ENAL)، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية (ENAG)، المؤسسة الوطنية لتوزيع الصحافة (ENAMEP)، المؤسسة الوطنية للوازم المدرسية (ENAFEC). (وزارة الثقافة والفنون، 2019)

أما قانون رقم 115 المؤرخ في 28 رمضان عام 1436 الموافق 15 يوليو سنة 2015 الذي يتعلق بأنشطة وسوق الكتاب، فقد جاء بالعديد من المواد أهمها: المادة 4 و 6 و 7 و 9 فيعرفون بالكتاب والأنشطة الخاصة به والأشخاص المعنيون بممارسة هذه الصناعة، مع التشديد على احترام حقوق المؤلف والحرص بوضع تصريح مسبق لدى الوزارة المكلفة بالثقافة لممارسة النشر وتسلم وصلا لذلك، وبالنسبة للمادة 10 فهي تقدم تعريفا صريحا للناسخ أو المطبعي أو المستورد أو المصدر أو الموزع أو البائع مع تكريس ثلثي رقم أعماله على الأقل لهذا النشاط ويجب أن تتماشى الأنشطة الأخرى التي يقوم بها مع نشاطه الرئيسي، أما المادة 13 تبرز أن هبات الكتب التي لم تنشر في الجزائر، والتي يجب أن تأخذ موافقة مسبقة من الوزارة المكلفة بالثقافة. كما أن كل من المادة 15 و 16 و 17 يوضحون عمليات تسيير الكتاب المدرسي والجهات المسؤولة عن تسييره (وزارة التربية). (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2015، ص 21، 25)

تنص المادة 21 أنه يتعين على ناشري الكتب إنجاز دليل عام لنشرياتهم. أما المادة 24 فتلزم مستورد الكتب الموجهة للبيع أو المطالعة العمومية أو الهبات بإيداع قائمة عناوينها قبل توزيعها لدى الوزارة المكلفة بالثقافة، ويمكن لها منع التوزيع بقرار مبرر قابل للطعن، وتوضح كل من المادة 28 و30 أن يقوم ناشر الكتب المحلية أو المستوردة بتحديد سعر بيع الكتاب للجمهور بكل حرية ويكون سعر بيع الكتاب للجمهور موحدًا، وأنه لا يمكن أن يكون هامش الربح الممنوح لصاحب مكتبة بيع الكتب أقل من النسبة التي يتم تحديدها عن طريق التنظيم، وترى المادة 31 أنه يمكن للمشاركين الأجانب تطبيق تخفيضات غير محدودة السقف أثناء التظاهرات التي تنظم حول الكتاب.

بينما نجد أن كل من المادة 32 و33 و34 توضح الشروط التي يجب أن يتبعها الناشر لتسويق الكتب بالطريقة الالكترونية، ومن خلال المادة 35 إلى المادة 42 نرى بأن الدولة تساهم في دعم الكتاب وترقيته و العمل على تشجيع المطالعة عن طريق منح إعانات مباشرة وغير مباشرة للناشر، كما يمكن لدور نشر الكتاب ومكتبات بيع الكتب الحصول على علامة الجودة التي تمنحها الوزارة المكلفة بالثقافة وتنص كل من المادة 52 حتى المادة 57 العقوبات المترتبة على كل مخالف للمواد المطروحة في قانون 13 - 15 فمنها التي تفرض على الناشر دفع غرامات مالية أو مصادرة الكتب محل المخالفة. (وزارة العلاقات مع البرلمان، 2015، ص 222، 227)

3. اقتصاديات النشر في الجزائر الواقع والتحديات:

1.3. النشر والصناعات الثقافية: تعرف الصناعات الثقافية بأنها تلك الصناعات التي تنتج مخرجات فنية وإبداعية ملموسة أو غير ملموسة، والتي لديها القدرة على تكوين الثروة وتوليد الدخل من خلال استغلال الأصول الثقافية، وإنتاج السلع والخدمات القائمة على المعرفة (سواء التقليدية أو المعاصرة). ويستخدم مصطلح "الصناعات الثقافية" بشكل متبادل تقريبا مع مفهوم "الصناعات الإبداعية والفرق بينهما أن "الصناعات الثقافية" تعتمد على التراث الثقافي والإنتاج الفني الإبداعي أما "الصناعات الإبداعية" تستند على

المواهب والابتكارات الإبداعية - الفردية، وعلى استغلال الملكية الفكرية، إلى الآن لا يوجد اتفاق بشأن المعايير والمؤشرات الاقتصادية والاجتماعية لأثار الصناعات الثقافية. , (Proskurina, m, 2022p395). وهناك العديد من الأسباب التي تدفعنا إلى الاستثمار الاقتصادي في المجال الثقافي في الدول النامية وبالأخص في الجزائر ويمكن أن نذكرها كالتالي:

تؤكد خبرة الاقتصاد فرانسواز بن حمو أن طبيعة المنتجات الثقافية تجعلها لا تخضع لتفسير المنفعة الحدية، وذلك أن استهلاك الفرد لمقدار من الثقافة سيزيد من استهلاكه كلما رغب في المزيد. في حين أنه كلما استهلك الفرد وحدة معينة زادت درجة إشباعه إلى أن يصل إلى حد الاشباع فيتوقف عن الاستهلاك، ولا تستنزف الصناعات الثقافية الموارد الطبيعية ولا تلوث البيئة ولا ننسى أن نسبة استيراد المنتجات الثقافية كبيرة قد لا تتوافق مع ثقافة المجتمع العربي، لذا فإن انشاء صناعة ثقافية محلية يسمح بإدخال أموال ضخمة واستيراد أشياء أخرى أكثر تعقيدا إضافة إلى استغلال طاقات ومواهب إبداعية يمكن أن تساهم في هذه الصناعة بشكل ايجابي. (قالون، 2017، ص46) حيث يعد النشر قلب الصناعات الإبداعية والثقافية والإعلامية لذلك ولا يمكن إنكار أن قطاع النشر يساهم في الأداء الاقتصادي للصناعات ككل أيضا، لكن حركة النشر في العالم العربي تواجه إشكالية كبيرة، تتمثل في العلاقة بين مضمون ما ينشر وحجم ما ينشر وطبيعة النشر ذاته. (OCDE, 2022, p)

(149)

2.3. استراتيجيات تسير صناعة النشر:

1.2.3. الملاحظة المباشرة والتحليل الإبداعي لاحتياجات القراء: يجب أن تكون دار النشر قادرة على إنشاء منتجات إبداعية جديدة بشكل مستمر بناء على السياسات الثلاث المحددة (التجزئة والاستهداف وتحديد المواقع) ويؤدي هذا الجهد إلى توسيع عملية توزيع الكتب كحل للمجتمع ليكون لديه ثقافة جيدة ومتنامية تساهم في محو الأمية. وقد وصف ألفون تريادي أيضا الناشر المبدع بأنه يجب أن يجمع بين نوعين من الأسواق ونوعين من المبيعات في وقت واحد: بيع الكتب في التجارة وبيعها ثقافيا وفكريا، حيث أن المنافسة بين

مختلف دور النشر تؤدي إلى زيادة عدد الإنتاج الفكري وسيؤدي إلى دفع الابتكار في مجال النشر.

2.2.3. الابتكارات المؤسسية: لقد أثبت أن قبول الاختلافات وتحقيق ميزة المنافسة بين دور النشر يحقق النجاح للأعمال لأنها تمنح فرص لاكتساب الخبرة من أجل تطوير المؤسسة. فإن الناشر لا يشعر بالقلق إزاء المنافسة الشرسة المتزايدة. فقد أدى وجود المنافسة إلى زيادة عدد المنتجات المنشورة وسيؤدي بدوره إلى دفع الابتكارات في مجال النشر، لذا المعادلة الصحيحة أنه كلما زاد عدد بيع الكتب زاد عدد المشترين.

3.2.3. تنفيذ إجراءات تحرير صارمة قبل الطباعة: تقوم معظم دور النشر دائما بتنفيذ إجراءات تحرير صارمة قبل الطباعة لنشر أعمال جديدة محكمة تعتمد على الأصالة وعلى مصادر صحيحة وموثوقة، ويتم تشجيع ديناميكيات الاختلافات في التفكير، لأنها يمكن أن تولد التطور أو الابتكار (Yudi, 2018, p 179, 180)

4.2.3. تحديد قطاعات السوق بمنتجات متميزة للطبقات المتوسطة العليا: سبب استهداف الشريحة العليا من الطبقة المتوسطة، هو أن وقتهم محدود للغاية لشراء الكتب. وبالتالي، فإنهم لا يسامون أبدا على مقدار الخصم. ولذلك فإن دور النشر تكون أقل اهتماما بفئة الطبقة الدنيا، لأنها كثيرا ما تخفض سعر سوق الكتب وهذه أحد مؤشرات على قدرة المجتمع على التمتع بنمو اقتصادي مرتفع يشجع مواقفهم واهتماماتهم ووعيم الذاتي اتجاه ما تنشره هذه الدور، وبالتالي تتوافق رغبات الناشر مع متطلبات السوق.

5.2.3. تقديم التكامل الكامل لمفهوم تصميم المنتج كأولوية: يجب أن تكون خطة نشر كتاب مبتكرة ومتميزة سواء من حيث عرض المعلومات أو المظهر الخارجي. كما يجب أن يفكر الناشر بإختيار واستقبال عناوين جديدة لتكون متفردة في السوق مع تحديد احتياجات جمهور القراء سواء كانوا متوقعين أو محتملين، إذا يمكن استخلاص نتيجة مفادها أنه إذا تمكن الناشر من بناء جهودهم على المفاتيح الخمسة للنجاح، فسوف يحافظون على

نجاحهم ويجب أن يكون تطبيق المفهوم بمثابة نهج موحد لسلسلة من إجراءات النشر المؤسسية، ولا يتم تنفيذه بشكل منفصل. (David, 2020, p 14, 16)

3.3. تحديات ورهانات صناعة النشر:

1.3.3. التمويل: إن معظم الناشرين يجدون صعوبة في جمع الأموال الكافية لتمويل أنشطتهم، وعادة ما تكون البنوك مترددة في إقراض أموال للناشرين خوفا من عدم تسديد الديون التي عليهم بسبب انخفاض نسبة الأرباح المتوقعة من صناعة النشر.

2.3.3. وزارة الثقافة: انعدام الدعم المادي من طرف وزارة الثقافة خاصة في الجزائر وعدم تنفيذ سياسات واضحة لتسيير هذه الصناعة، وبسبب ارتفاع الضرائب وتكلفة مواد إنتاج الكتب كالورق.

3.3.3. ثقافة القراءة ضعيفة: إن ثقافة القراءة في المجتمعات العربية تتلاشى يوما بعد يوم خاصة في العصر الرقمي، حيث أصبحت القراءة تمارس بشكل رئيسي للفحص أو للحصول على الشهادة مع تضيق الرقابة والخنق على حرية النشر والفكر.

4.3.3. القرصنة: أصبحت القرصنة أكبر عائق في صناعة النشر وهي أكبر سبب في حصول خسائر لدور النشر، فبائعو الكتب يعقدون صفقات مع المخترقين وبأسعار زهيدة والنتيجة هي عكسية على الناشرين بحيث تتراجع أسهمهم ومبيعاتهم في السوق بينما يتمتع المخترقين بالمحسوبية. (Oyeyinka, 2016, p 06)

5.3.3. نقص الخبرة الفنية: تفتقر صناعة نشر الكتب خاصة في الجزائر إلى الخبرة الفنية في مختلف أقسامها ونتيجة لذلك تكون الكتب المنتجة ذات تحرير رديء ودون المستوى المطلوب لدخولها السوق وتكون أرباح هذه الكتب مرتفعة، ولا ننسى الرشوات والصراعات التي تحدث داخل هذه الصناعة.

- دعم الناشرين للمؤلفين المعروفين ونشر كتبهم واهمالهم المبدعين الجدد وهذا يلغي إمكانية ظهور إنتاج فكري متنوع، قد يشجع القراء ويحثهم على القراءة.

- اهتمام الناشر بالمساومة على سعر الغلاف دون الاهتمام بمضمون الكتاب واجبار المؤلف عن التنازل على حقوق النشر مقابل طبع كتبهم، وبالتالي ركود هذه الصناعة وتكرار المحتوى. يعاني الكتاب العربي بشكل عام من سوء التوزيع والتسويق داخليا وخارجيا، مع ضعف القوة الشرائية عند القراء، بالإضافة إلى مشكلة محاصرة الكتاب العربي بسبب الصعوبات الجمركية للأنظمة وارتفاع رسومها.

- تفشي ظاهرة التزوير بالاعتداء على حقوق الملكية الفكرية للمؤلف والناشر. (Omeiza &

Folorunso , 2019, p 08, 10)

4.3. اقتصاديات النشر في الجزائر:

1.4.3. تكاليف النشر: هناك العديد من العوامل التي تؤثر على تكاليف الإنتاج والتي يمكن أن نذكرها كالتالي:

- تكلفة إنتاج الكتب: تشمل مصروفات التصنيع على الورق والطباعة والتصميم والتغليف ونقل الكتب الى مخازن الموزع، وتمثل هذه المصروفات 5% للمؤلف الناجح إلى 15% لمعدل الإنتاج الأدبي الضعيف، ويختلف سعر الورق اختلافا كبيرا من سنة لأخرى فتمثل تقريبا 40% من مصروفات التصنيع. ويضاف إلى ذلك أن نظام دار النشر له تأثير كبير على حسب العمليات التي تتم على المستوى الداخلي، كما أن هناك حقوق نسبية مدفوعة للمؤلفين والمترجمين والقائمين بأعمال الرسم والتصوير، وتمثل هذه الحقوق من صفر (قواميس) إلى 20% (مؤلف الأعمال الأدبية العامة التي تحقق نجاحا كبيرا)، وذلك من سعر الكتاب وتعد نسبة 8% منتشرة بشكل كبير، وبدأ مستوى هذا الجانب من الحقوق في الانخفاض خلال السنوات الاخيرة وبدأ الناشر يتبعون نظاما أكثر دقة في الإدارة.

مصروفات الأعمال الإبداعية ويشمل جميع الأعمال الإبداعية والكتب الخاصة بالأطراف الذين لا يصرف لهم أجر على أساس المبيعات المتحققة، والذين لا يعتبرون جزءا من هيئة النشر. ويوجد أيضا مصروفات إعداد النماذج والقراءة والتصحيح والأشكال التوضيحية والخرائط وأعمال الترميز والرسوم والنص والتي لا يتم دفعها بنسبة من

المبيعات. ويدخل في هذا النوع أيضا من المصروفات ما بين 1% للرواية و15% للكتاب المصور. (BOYRAZ, 2006, p 69, 70)

تنمية المبيعات تتعلق بمصروفات التسويق ما بين 3% إلى 5% بشراء مساحات على وسائل الإعلام والكتالوجات والدعاية والمعارض وحفلات الافتتاح والملحق الصحفي، أما مصروفات هيئة النشر ويقصد بذلك مصروفات فريق البيع والأجور والتنقلات (من 1% إلى 7%) إضافة إلى مصروفات التوزيع (من 8% إلى 10%) وتكلفة تخزين الكتب، والمصروفات المتعلقة بالأعمال الخاصة بالطلب إرسال الطرود البريدية وإعداد الفواتير ومحاسبة العميل الذي يتحمل مسؤولية سداد الديون، وتعتبر مصروفات النقل مسؤولية بائع التجزئة في أغلب الأحيان.

مصروفات البيع بالتجزئة في المكتبات والمعارض إلخ، وتمثل ما بين 25 إلى 40% من السعر ويصل المتوسط إلى 35%، وتقوم الدولة بتحصيل ضريبة مبيعات تصل قيمتها إلى 5،2% من سعر شراء الكتاب ما يوازي 5،5% من السعر العام، أما سعر الكتاب بما يوازي 5،2% شاملا جميع الضرائب. (عزب، 2022)

2.4.3. إيرادات النشر: هناك تأثيرات كثيرة في الإيرادات فلا تمثل أرباح الناشر الصافية نسبة عالية وعليه يجب ان نؤخذ بعين الاعتبار العوامل التالية:

تختلف النسبة بين كلفة الكتاب وبين سعر البيع، ففي افريقيا وآسيا يطبق الناشر قاعدة وهي مضاعفة كلفة الكتاب الاجمالية، كما أن عدد النسخ المباعة من الطبعة يمثل الخطوة الأولى في مشروع نشر الكتاب، فإذا لم تنفذ الطبعة خلال المدة المتوقعة، قد لا يحصل الناشر حتى على هامش بسيط من الربح رغم مضاعفة التكلفة لتحديد سعر البيع. (Okanlawon, 2007, p 87) والسعر المطبوع على غلاف الكتاب لا يعني انه السعر الحقيقي ولا يحسب على اساسه دخل الناشر من ذلك الكتاب، فهذا السعر يخص البائع كما يخص الفرد الذي يشتري الكتاب، وثمة نوع آخر من الإيرادات ما يسمى بالحقوق الإضافية لصالح المؤلف في بعض الحالات، الا ان للناشر نسبة مئوية سرعان ما يقر بها المؤلف لنادي الكتب

وذلك بإعادة طبعه على حسابه لينتج في طبعة رخيصة لأعضاء النادي، أو الاذن بالاقتباس، أو الترخيص لناشر آخر، وبالرغم من مضاعفة الكلفة الاجمالية لتحديد سعر البيع، فمن النادر أن يحصل الناشر على هذه النسبة بعد نفاذ الطبعة. فكثيرا ما تظهر مصاريف غير محسوبة أو يضطر إلى بيع الباقي بنسبة تخفيض كبيرة لتحريك رأس المال المجمد. لذا فإن صافي الربح إذا وصل إلى 10% سيكون الناشر سعيدا، ورغم كل ذلك قد لا يحقق من هذا الكتاب أي ربح مادي، ولكن يكسب ربحا معنويا من قبل المؤلفين وسمعة الدار وبهما يعوض عمليات انتاج كتب اخرى او يعوض من الحقوق الاضافية.

3.4.3. نظام الخصومات: دائما ما يقدم الناشر خصما يرتفع وينخفض حسب نوع الوسيط الذي يتعامل معه ولا يتوقف الخصم على تجار الجملة والسماسة واصحاب مراكز التوزيع وفي المعارض والمناسبات الاخرى، بل ايضا يحصل بعض القراء منه مباشرة على خصومات وهناك رتبة ثالثة وهم تجار انصاف الجملة ونقصدها الجامعات والمعاهد التعليمية، وهي تختلف عن بقية السوق، (القلال، 1994، ص 90) ولتكون العملية أكثر نظاما تم منح نسب تخفيض بتفاوت حيث تعمل على أساس جداول تتغير حسب حجم ونوعية ومصدر الطلبية. وتبلغ نسبة الخصم أحيانا 50% من السعر المحدد، ولكن المؤلف في افريقيا وآسيا لا تتجاوز 40% وفي اوروبا تقل، ولكن ارتفاع أو انخفاض نسبة الخصم تتحكم فيها عوامل متعددة مثل: موضوع الكتاب وصدوره في الوقت المناسب، ومدى ارتباطه بالدراسة في المعاهد والجامعات وعلاقته بالأحداث الجارية، ملائمة الكتاب للتوزيع خارج بلاد الناشر... الخ، وبذلك فإن متوسط نسبة الخصم هي 35% من سعر البيع للقارئ غير أن بعضها يصل إلى 55% كما هو الأمر في الو.م.أ التي تعتمد على ضخامة الطلبية وتنوعها. ويمكن أيضا أن تنخفض نسبة الخصم هذه بحيث لا تزيد عن 10% أو 15% كما أن هذه النسب تختلف من دولة لأخرى مثل الجزائر تكون نسبة الخصم منخفضة نتيجة العديد من العوامل كضعف المقرئية، غلاء مواد الطباعة... الخ فالناشر يقدم خصما كبيرا. (CULTURE, 2014, p 16)

4.4.3. الإقتراض من أجل تسيير عملية النشر: في الكثير من الأحيان لا ينال الناشر الأموال اللازمة بإعفاءات من الفوائد، بل ترتفع أحيانا لتتجاوز المعمول به عادة. وهذا بالطبع ينعكس على سعر البيع في النهاية، وليس هذا من مصلحة الناشر ولا من مصلحة القارئ. لذا فإن المبدأ العام الذي يأخذ به الناشر وهو إنتاج أكبر عدد من النسخ وبسعر أقل عند البيع. ومسألة القروض وفوائدها عقبة في سبيل اتساع حركة النشر في البلدان النامية مثل الجزائر. فإذا لم يتيسر القرض تعطل النشر، وإذا تيسر زاد سعر الكتاب. لذا يجب على وزارة الثقافة أن تقدم تسهيلات مالية أو تولي لقطاع النشر أهمية كبيرة، كما هو الحال في شركات القطاع العام حيث تسهم في عمليات التمويل أو تقدم تسهيلات ائتمانية.

5.4.3. رأس المال: يعد رأس المال أمرا أساسيا لدى الناشرين من أجل الدفع للموظفين، وهناك عدة طرق لتعظيم الربح في أعمال نشر الكتب. وفيما يلي بعض الطرق التي ذكرها كلارك وفيليبس تعظيم الدخل وتقليل تكاليف الإنتاج، الحفاظ على أسعار الإتاوات، تحقيق ميزة التنافسية ومراقبة المخاطر المتعلقة بالإمكانيات المقدمة إلى المؤلفون، السيطرة بحذر على مستوى المخزون، السيطرة بإحكام على النفقات العامة للدار مع الحفاظ على الإدارة الفعالة، الحصول على كل الائتمان متاح من الموردين، الحفاظ على الخصومات وتكاليف العائدات كأقصى حد، ولكن في نفس الوقت الحفاظ على مساحة العرض في منافذ البيع الخاصة بالقراء. ارجاع القروض المتراكمة بسرعة، الحصول على أفضل الشروط من الموردين ومقدمي رأس المال، الاستثمار في الأصول الثابتة، وإذا كان العائد مناسباً فيحاول الناشر بيع الأصول غير المستخدمة أو ذات الأداء الضعيف، محاولة توقع التدفق النقدي بانتظام مع مرور الوقت، والوظيفة الأخيرة للناشر هي إدارة الإيرادات الأخرى والإشراف عليها. (Fadli, 2018, p 48, 49))

6.4.3. تحديد سعر الكتاب: يحدد وفقا لعدد الصفحات ونوع الورق والطباعة والحجم

مثلا: الجدول 01: من اعداد الباحثة ويمثل كيفية تحديد سعر الكتاب

عدد النسخ	عدد الصفحات	السعر الإجمالي
-----------	-------------	----------------

01	100	ما بين 70 إلى 80 دج
1000	100	ما بين 70000 إلى 80000 دج

المصدر: أحمد، 2018

حيث تغطي الدار نصف نفقات طبع الكتاب، والمؤلف يدفع تكاليف النصف الثاني.

7.4.3. حقوق المؤلف: في الطبع المشترك لا توجد حقوق للمؤلف، لأنه يصبح شريكا تجاريا، ومردود الكتاب يتقاسمه الناشر والمؤلف. أما في حال تحملت الدار تكاليف طباعة الكتاب فله 10% من سعر البيع فالديوان الوطني لحقوق المؤلف لديه قانون، يحدد حقوق المؤلف للكتاب المدرسي تتراوح بين 7%، لأنه يطبع بكميات كبيرة، بينما الكتاب العادي وفي أي مجال ثقافي أو علمي، فتكون 10% حين يكون عدد النسخ بين 1000 و 2000 نسخة. (الجهماني، 2018)

هناك 300 ناشر في الجزائر منهم 40 ناشرا ناشطا وتمركزهم في الجزائر العاصمة، لكن هناك ولايات أخرى تنشط فيها حركة النشر مثل وهران. وقد قامت العديد من دور النشر ببناء صناعة نشر كاملة مثل دار الشهاب التي تم تأسيسها سنة 1989م ومقرها في الجزائر العاصمة التي وفرت مطبعة، وطاقم لإعداد الكتاب ونشره، إضافة إلى مكتبة للتوزيع، وقد كانت بدايتها مع نشر الكتاب الجامعي، لكن تطورت واتسع نشاطها في سنة 2000م، حيث أصبحت تنشر القصص القصيرة والروايات، وبلغ عدد العناوين المنشورة بـ 850 عنوان.

في تسعينيات القرن العشرين كان نشر الكتب في الجزائر يتراوح سنويا بين 400 إلى 600 عنوان، ثم ارتفع إلى 1000 عنوان سنويا مع الألفية الجديدة، ليرتفع في السنوات الأخيرة بين 3000 إلى 5000 عنوان، حيث تمثل الكتب الشبه المدرسية نسبة قدرها 45%، ثم تأتي بعدها الكتب الأدبية، ثم كتب العلوم الاجتماعية بنسب متقاربة، في حين لا تتجاوز باقي التخصصات بما فيها الكتاب العلمي نسبة 5% من مجموع العناوين المودعة لدى المكتبة

الوطنية، علما بأن الواقع يشير إلى أن 75% فقط من الكتب الصادرة في الجزائر هي التي تحصل على أرقام إيداع. (عزب، 2023، ص 133)

الجدول 02: من اعداد الباحثة ويمثل احصائيات الكتب الصادرة في الجزائر لسنة 2021

الكتب	العدد
الكتب باللغة العربية	1617
الكتب باللغة الفرنسية	563
العدد الإجمالي	2180

المصدر: عزب، 2023، 140

4. نتائج الدراسة:

- فرض رسوم جمركية وضرائب مرتفعة على مواد صناعة الكتب ووسائل ترويجه، إضافة إلى ارتفاع تكاليف منافذ التوزيع، نظرا لتراجع عددها في الآونة الأخيرة مع ارتفاع مصروفات شحن

الكتب وتصديرها خارجا، وغلاء إيجار أماكن في المعارض.

- تحتاج دور النشر إلى رؤوس أموال كبيرة واستثمارات ضخمة وبالتالي فشل معظم الناشرين في توفير هذه الشروط وتورطهم في ديون وقروض ضخمة لسد مصاريف النشر والطباعة وأجور العاملين وعدم قدرتهم على بيع نسبة كبيرة من الكتب، وبالتالي قلة الأرباح وتعرضهم لخسائر مادية مضاعفة وقد تؤدي إلى إفلاسهم واغلاق المؤسسات بشكل نهائي.

- عدم تفعيل الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية سواء الورقية منها أو الرقمية.

- نشر الكتب المدرسية بنسبة كبير عكس الكتب الثقافية أو العامة وهذا يشكل اختلال من حيث التنوع في المنتج، فمن الطبيعي أن يكون جمهور القراء من فئات عمرية مختلفة وليس فقط الأطفال وأذواقهم الثقافية مختلفة.

- لقد لعب المركز الوطني للكتاب ووزارة الثقافة دور فعال في إعادة إحياء صناعة النشر، من خلال إقامة المعرض السنوي للكتاب سيلا ومشاركة العديد من دور النشر الجزائرية والأجنبية بعدما كانت في حالة جمود تام.

- لا توجد احصائيات دقيقة حول نسبة التداول في السوق والأرباح التي تحقق من خلال هذه الصناعة في الجزائر، كما لا توجد أرقام في موقع وزارة الثقافة حول حجم إصدارات الكتب في السنوات الأخيرة أو عدد دور النشر الفاعلة بل بالعكس موقع اتحاد الناشرين العرب هو الذي يصدر سنويا تقارير عن احصائيات النشر لكل الدول العربية تقريبا وهذا خلل كبير في منظومة النشر.

- ان استراتيجيات دور النشر تعتبر أداة حيوية لتعزيز الاقتصاد الثقافي، حيث تساهم في دعم السياسات الاقتصادية من خلال تنشيط سوق المعرفة، وتوفير العمل وتعزيز الصناعات الإبداعية، مما يؤدي إلى تحقيق نمو اقتصادي مستدام وتعزيز التنافسية على المستويين المحلي والعالمي وهذا ما تفتقر اليه هذه الصناعة في الجزائر، وذلك لعدم إدراك الجهات الفاعلة حول الدعم الاقتصادي الذي يمكنه أن تحققه لأي دولة، وهنا توجد علاقة تكاملية وتبادلية بين صناعة النشر والتوزيع والاقتصاد.

5. خاتمة:

يظهر لنا من خلال المعطيات والأدبيات التي قمنا بتحليلها واستنباط العديد من النتائج منها أن صناعة النشر في الجزائر تعاني العديد من المشاكل وتراجع ملحوظ في السنوات الأخيرة، فالأزمة الكبرى هي عدم وجود فكر مهني وثقافي وأخلاقي وتنظيمي صحيح لدى الناشرين حول هذه الصناعة وتسبب وفساد داخلي، وهذا يرجع لعدم وجود سياسة وطنية محكمة ومدرسة لتسيير الكتاب، إضافة إلى نقص الكفاءات والإطارات وعدم تطبيق الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية على أرض الواقع، مع عدم وجود دورات تكوينية أو مؤسسات خاصة لتدريب الأسس المهنية الصحيحة وأخلاقيات النشر للمقبلين على الاستثمار في هذه الصناعة، ولم يعد هناك وجود للناشرين الحقيقيين ذو كفاءة الا أقلية، فقد همش دورهم كفاعلين في تنشيط هذا القطاع ومنعت أفكارهم وتطلعاتهم واقتراحاتهم لإنقاذ هذا المجال من الركود والكساد، كما نرى أن هناك عزوف المجتمع خاصة فئة المثقفين منهم عن القراءة أو حتى التردد إلى زيارة المكتبات بمختلف أنواعها وانشغال

الأفراد بأشياء أخرى منها ما أفرزته التكنولوجيا من تطبيقات وانشغالهم بها ونسيانهم قيمة الكتب العلمية والثقافية فهي غذاء للعقل والروح، وبالتالي موت الكتاب شيئاً فشيئاً وتراجع نسبة نموه.

6. الاقتراحات:

- إتخاذ تجارب دور النشر العالمية الناجحة كنماذج يحتذى بها والتركيز على تطبيق نفس الاستراتيجيات التي تتطابق مع حجم المؤسسة وأهدافها، مع الحرص على توظيف ناشرين لديهم خبرة ودراية كافية بمجال النشر ولهم أفكار إبداعية وتسويقية تساهم في دعم التنمية الاقتصادية للدولة وفتح الأبواب أمام الناشرين الأجانب لطرح انتاجهم الفكري وتحقيق جسر التعاون والتنسيق بين مختلف الجهات الفاعلة في هذا القطاع لتبادل الخبرات والتجارب وتطوير هذا القطاع نحو الأفضل.

- تخفيض تكاليف انتاج الكتب والضرائب واعفاء الناشرين من الرسوم الجمركية مع تحديد سعر مقنن للكتب يكون في متناول الجميع كما يجب فتح مجال التبادل الثقافي بين مختلف الدول العربية.

- فرض رقابة صارمة على الكتب التي لا ترقى لمستوى النشر أو تتناول مواضيع تسيء للهوية الوطنية أو تدعوا لأشياء غير أخلاقية والحرص على نشر كتب ذات جودة عالية من حيث المضمون والشكل.

- عمل المراكز الثقافية التابعة للدولة على إعداد ندوات وملتقيات وحملات توعية حول أهمية القراءة وتأثيراتها على المجتمع ومدى مساهمتها في دعم صناعة النشر لأنها تؤثر بشكل كبير على التنمية الاقتصادية للبلاد.

7- قائمة المراجع:

المراجع باللغة الإنجليزية:

- 1) Boyraz, C, (2006). Book publishing in Turkey: problems and prospects in the context of industrialization. Turkish, the middle east technical university, the graduate school of social sciences.
- 2) David, B, and all, (2020). The structure and workings of a publishing house, Baverstoc, Alison, Contemporary Publishing and the Culture of Books. Abingdon, Routledge.

- 3) Fadli, A. b, (2018). book publishing and technological development: a study on the book market and business practices of selected publishers in malaysia. kuala lumpur, university of malaya, faculty of arts and social sciences.
- 4) Garcia-Febo, L, and all, (2012). IFLA Code of Ethics for Librarians and other Information Workers. Netherlands, IFLA Governing Board.
- 5) Inglis, J. R, (2019). Careers in Science Publishing. Cold Spring Harbor Perspectives in Biology, 11(03), pp 01 – 11.
- 6) Le Ministère de la Culture et de la Communication, (2014). Les modèles économiques de l'édition de livres accessibles, Direction Générale des Médias et des Industries Culturelles. France, Service du livre et de la lecture, IDATE.
- 7) OCDE, (2022). The Culture Fix Creative People, Places and Industries. Paris, OECD ilibrary, zaria j of librarianship, 10(01), pp 83 – 92.
- 8) Okanlawon, Cecilia esotu, (2007). Factors that shape production cost of a book In a developing economy. paris, zaria j of librarianship, 10(01), pp 83 – 92.
- 9) Omeiza, M. E., & Folorunso, A, (2019). Book Piracy and the Challenge of Saving Nigeria Publishing Industry. Library Philosophy and Practice, (2242), pp 01 - 12.
- 10) Oyeyinka, O. T, (2016). problems of book publishing industry in nigeria. Journal of Research and Development, 02(10), pp 01 - 08.
- 11) Pavone, Danilo, (2018). code of ethics best practices guidelines for book publishers. Portugal, Coimbra University Press.
- 12) Proskurina, M, (2022). PLANNING THE ACTIVITY OF A CREATIVE INDUSTRIES SUBJECT IN A TURBULENT. Journal of Research and Development, 02(43), pp 392 - 405
- 13) Sfetcu, N, (2015). Editing and Publishing E-Books. Romania, MultiMedia Publishing.
- 14) Yudi, N, (2017). The Analysis of Publishing Strategy for Islamic Reference Books in Indonesia. Advances in Social Science, Education and Humanities Research, 154, pp178 - 181.

المراجع المترجمة من اللغة العربية إلى اللغة الإنجليزية:

- 15) Al-Jahmani, Muhannad. (2018). Distribution networks in Algeria are limited and the number of bookstores can be counted on the fingers, (Ahmed, Omaima, interview). Algeria: <https://aawsat.com/home/article> (Consulted 03/01/2024)
- 16) Al-Qalal, Ahmed Muhammad, (1994). Publishers and publications. Libya, Benghazi, Garyounis University.
- 17) Azab, Khaled, (2022). The publishing movement in Algeria...An analytical reading. Egypt 360: [حركة النشر في الجزائر](#) (consulted 26/12/2023).
- 18) Baqla, Nabil, Haddad, Muhammad Zuhair, (2009). Publishing Industry. Syria, Directorate of University Books and Publications.
- 19) Bonfikha, Fatiha, Karoush, Amine, (2001). The legal framework for publishing in Algeria: 1962 – 1994. Journal of Library Science, College of Human Sciences, 2001(01), pp 07 – 15.
- 20) Ministry of Culture and Arts, (2019). National Office of Copyright and Neighboring Rights. Algeria: [الديوان الوطني لحقوق المؤلف والحقوق المجاورة](#) (consulted 16/12/2023).
- 21) Ministry of Relations with Parliament, (2015). Legislative Texts Blog. Algeria, Official Printing Press, pp 03 – 321.
- 22) Official Gazette of the Algerian Republic, (2015). Law No. 15-13 dated 28 Ramadan 1436 corresponding to 15 July 2015: Concerning activities and the book market. Algeria, Official Printing Press, (39), pp 02- 35.
- 23) Qaloun, Gilali, (2017). Cultural industries as a strategic option to diversify the national economy: with reference to some successful international experiences. Journal of Economics and Business Administration, 01(04), pp 40 – 58.
- 24) Ramadi, Amani Zakaria Ibrahim, (2014). Towards an Arab Charter of Ethics for the Book Publishing Professio. International Journal of Library and Information Science, 01(01), pp 179 – 214.
- 25) Rashad, Muhammad, Azab, Khaled, (2023). Publishing in the Arab World: The time of the Corona pandemic and its repercussions (2020-2021). Cairo, Arab Publishers Union.

المراجع باللغة العربية:

- 26) بقله، نبيل، حداد، محمد زهير، (2009). صناعة النشر. سوريا، مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية.
- 27) بونفيخة، فتيحة، كروش، أمين، (2001). الإطار القانوني للنشر في الجزائر: 1962 – 1994. مجلة علم المكتبات كلية العلوم الإنسانية، 2001(01)، ص 07 - 15.
- 28) الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، (2015). قانون رقم 15-13 مؤرخ في 28 رمضان عام 1436 الموافق 15 يوليو سنة 2015: يتعلق بأنشطة وسوق الكتاب. الجزائر: المطبعة الرسمية، (39)، ص 02 – 35.
- 29) الجهماني، مهند، (2018). شبكات التوزيع في الجزائر محدودة وعدد المكتبات يعد على الأصابع، (أحمد، أميمة، المقابلة). الجزائر: <https://aawsat.com/home/article> (تاريخ الاسترداد 2024/01/03).
- 30) رشاد، محمد، عزب، خالد، (2023). النشر في الوطن العربي: زمن جائحة كورونا وتداعياتها (2020 – 2021). القاهرة، اتحاد الناشرين العرب.
- 31) الرمادي، أماني زكريا إبراهيم، (2014). نحو ميثاق عربي لأخلاقيات مهنة نشر الكتب. المجلة الدولية لعلوم المكتبات والمعلومات، 01(01)، ص 179 – 214.
- 32) عزب، خالد، (2022). حركة النشر في الجزائر.. قراءة تحليلية. مصر 360: [حركة النشر في الجزائر](#)، (تاريخ الاسترداد 2023، 12، 26).
- 33) قالون، جيلالي، (2017). الصناعات الثقافية كخيار استراتيجي لتنويع الاقتصاد الوطني: مع الإشارة إلى بعض التجارب الدولية الناجحة. مجلة الاقتصاد وإدارة الأعمال، 01(04)، ص 40 - 58.
- 34) القلال، أحمد محمد، (1994). الناشرون ونشر المطبوعات. ليبيا، بنغازي، جامعة قاز يونس.
- 35) وزارة الثقافة والفنون، (2019). الديوان الوطني لحقوق المؤلف والحقوق المجاورة. الجزائر: [الديوان الوطني لحقوق المؤلف والحقوق المجاورة](#) (تاريخ الاسترداد 2023/12/16).
- 36) وزارة العلاقات مع البرلمان، (2015). مدونة النصوص التشريعية. الجزائر، المطبعة الرسمية، ص 03 – 321.