

صناعة ونشر الكتب في السودان: دراسة تحليلية تقويمية

عادل إسماعيل حمزة محمد*

ملخص

هدفت الدراسة في إطارها النظري إلى التعريف بمفهوم صناعة النشر وحلقاته ومتطلباته، أما الشق التطبيقي للدراسة فسيسعى فيه الباحث إلى الوقوف على واقع حركة نشر الكتب بالسودان من خلال التعريف بأشهر دور النشر بالسودان من حيث بنيتها التحتية والأطر البشرية العاملة فيها وتنظيماتها الإدارية، فضلاً عن التعرف على اتجاهاتها الموضوعية في النشر والتعرف على أهم منافذ تسويق وتوزيع الكتب بالسودان، إضافة إلى معرفة التشريعات والقوانين التي تحكم حركة صناعة النشر بالسودان ومن ثم معرفة الصعوبات والمشكلات التي تواجه الناشرين في عملهم، و للإيفاء بمتطلبات الدراسة استخدم الباحث عدداً من مناهج البحث العلمي و هي المنهج التاريخي (الوثائقي) للوقوف على أدبيات الموضوع و المنهج الوصفي و المنهج المسحي لدراسة الواقع الفعلي لحركة النشر بالسودان.

ولجمع البيانات والمعلومات حول موضوع الدراسة وظف الباحث عدداً من الأدوات على رأسها مصادر المعلومات بمختلف أنواعها وأشكالها، إلى جانب الملاحظة المباشرة من خلال زيارة دور النشر التي مثلت عينة للدراسة، و كانت الاستبانة هي الأداة الرئيسة لجمع البيانات و التي تم توجيهها للقائمين على أمر دور النشر و ذلك لاستقصاء آرائهم حول موضوع الدراسة، و اختتمت الدراسة بنتائج و توصيات و قائمة بالمصادر و المراجع التي تم الاعتماد عليها في الدراسة.

الكلمات المفتاحية : النشر – الناشر – نشر الكتب-الطباعة- السودان – الإنتاج الفكري – تشريعات النشر

* محاضر بقسم المكتبات والمعلومات، جامعة الإمام المهدي – السودان Adelismael98@gmail.com

هاتف: 00249912118571 - 00249121425759

مشكلة الدراسة:

تعكس عملية النشر مستوى التطور الثقافي في المجتمع، كما أنها أحد المؤشرات المهمة للحكم على الوعي الحضاري لأي مجتمع من المجتمعات؛ فكلما زاد إنتاج أوعية المعلومات في بلد ما دل ذلك على زيادة الوعي الثقافي له؛ بالإضافة إلى أن حركة النشر تلقي بظلالها أيضا على الجوانب الاقتصادية و السياسية. مع كل المعطيات السابقة نجد أن حركة النشر تواجه العديد من المشكلات و الصعوبات في العالم العربي و دول العالم الثالث، و بالتالي تتلخص مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس التالي: ما هو واقع حركة نشر وصناعة و تسويق الكتب في السودان؟

تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات التالية:

- 1- ماذا يعني مفهوم النشر في اللغة و الاصطلاح؟
- 2- ماهي حلقات النشر؟
- 3- ماهي مجالات الرقابة على الإنتاج الفكري؟
- 4- ماهي أهم دور النشر في السودان؟
- 5- ما الاتجاهات الموضوعية للناشرين في السودان؟
- 6- ماهي أهم منافذ تسويق و توزيع الكتب بالسودان؟
- 7- ماهي المشكلات و الصعوبات التي تواجه الناشرين في السودان؟

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- 1- التعرف على ماهية مصطلح النشر في اللغة و الاصطلاح.
- 2- معرفة حلقات النشر و مرتكزاته الأساسية.

3- معرفة مجالات الرقابة على الإنتاج الفكري و حدودها.

4- الكشف عن الاتجاهات الموضوعية للناشرين في السودان.

5- التعريف بأهم دور النشر في السودان.

6- التعرف على أهم منافذ تسويق و توزيع الكتب في السودان.

7- الوقوف على أهم المشكلات و الصعوبات التي تواجه الناشرين في السودان.

مناهج الدراسة:

للإيفاء بمتطلبات الدراسة استخدم الباحث عدداً من مناهج البحث العلمي و هي:

أ. المنهج التاريخي (الوثائقي) و الذي تم توظيفه لمعرفة الجذور التاريخية لحركة النشر في السودان.

ب. المنهج الوصفي و المنهج المسحي بغية الوقوف على الوضع الراهن لحركة نشر و صناعة الكتب في السودان.

ج. المنهج أو الطريقة الإحصائية لتحليل البيانات و المعلومات التي تم جمعها لإنجاز الدراسة والتعبير عنها بالنسب المئوية و الأرقام.

أدوات الدراسة:

كانت الاستبانة هي الأداة الرئيسة لجمع البيانات و التي تم توجيهها للقائمين على أمر دور النشر بالسودان، و قد تم تقسيمها إلى خمسة محاور: الأول كان عبارة عن بيانات أساسية عن الناشرين عينة الدراسة، أما الثاني فكان متعلقاً بالاتجاهات الموضوعية لسوق النشر بالسودان، بينما كان الثالث يتناول الإعلان و الترويج والتسويق للناشرين، و الرابع يغطي جانب تشريعات النشر و الرقابة على الإنتاج الفكري بالسودان بينما غطى المحور الأخير المشكلات التي تواجه الناشرين و تعيق حركة النشر في السودان. و قد استفاد الباحث من

المصادر و المراجع بمختلف أنواعها و أشكالها، فضلاً عن الملاحظة المباشرة خلال الزيارات الميدانية لدور النشر محل الدراسة.

مجتمع الدراسة:

يشمل مجتمع الدراسة الناشرين سواء أكانوا أفراداً أو هيئات و مؤسسات، و بغض النظر عن طبيعة نشرهم سواء أكان عاماً أو متخصصاً أو أكاديمياً والذين يقع مقرهم الرئيس داخل ولاية الخرطوم.

عينة الدراسة:

اختار الباحث عينة عمدية من مجتمع الدراسة، و قد توزعت العينة ما بين أفراد و مؤسسات وهيئات تجارية و أكاديمية و هي:

الدار السودانية للكتب، دار جامعة الخرطوم للنشر و الطباعة و التعريب، دار عزة للنشر والتوزيع، مركز قاسم لخدمات المعلومات و المكتبات، مركز عبد الكريم ميرغني الثقافي، مكتبة مروي بوكشوب، هيئة الخرطوم للصحافة والنشر، مركز التنوير المعرفي، دار الأصالة للنشر والتوزيع، دار جامعة إفريقيا للطباعة و النشر. و قد اختارها الباحث بعد أن قام بجولة مسحية للمكتبات والهيئات و المؤسسات التي كان يعتقد أنها تمارس عملية النشر حوالي (38) مؤسسة و اتضح أن تلك المذكورة أعلاه فقط هي التي تمارس عملية النشر بصورة علمية مقننة.

مصطلحات الدراسة:

هناك عدد من المصطلحات ذات صلة وثيقة بموضوع الدراسة و بالتالي فإن التعريفات الإجرائية التالية هي التي يقصدها الباحث:

1- النشر: هو العملية التي تتضمن تجميع مخطوطات الكتب و غيرها و مراجعتها و طباعتها وتنظيمها و من ثم إتاحتها لجمهور القراء. أي أن النشر مجموعة من العمليات تبدأ بالحصول على المادة العلمية من المؤلف و تنتهي بإتاحة العمل للجمهور و يجب أن يؤخذ في الاعتبار

أن مفهوم النشر يتسع ليشمل و يستوعب كل الأوعية الثقافية سواء المطبوعات كالكتب، والدوريات، الخ. أو المصغرات من الميكروفيلم و الميكروفيش، الخ. أو المسموعات و المرئيات من الأسطوانات والأشرطة الصوتية و التسجيلات المرئية، الخ. أو المحسبات و المليزرات من الأشرطة و الأقراص الممغنطة والملفات الإلكترونية المتاحة عن بعد و الأقراص المدجة و الوسائط المتعددة، الخ.

2- الناشر: هو الجهة التي تأخذ على عاتقها مسئولية إصدار الكتاب أو أي مادة مطبوعة أخرى وتقديمها إلى الجمهور⁽¹⁾

الدراسات السابقة:

فيما يلي نستعرض أبرز الدراسات ذات الصلة بالدراسة الحالية:

دراسة فالح عبد الله⁽²⁾ و التي هدفت إلى دراسة واقع الكتاب العربي بشقيه المطبوع و الإلكتروني في السعودية و ما يواجهه نشره و تسويقه من تحديات، ومن أهم نتائج الدراسة وجود حاجة إلى إنشاء سوق مشتركة تعاونية لنشر وتسويق الكتاب العربي، و أن الكتاب المطبوع مازال هو المفضل من قبل الناشرين و المستفيدين.

أما دراسة على بن محمد التركي⁽³⁾ تناولت المفهوم اللغوي و الاصطلاحي للنشر، و ميزت الفرق بين النشر الجامعي و النشر التجاري، كما وضحت الدراسة الأطراف التي تشارك في عملية النشر و الدور الذي يقوم به كل طرف، و أخيراً وقف الباحث على واقع النشر الجامعي في جامعة الملك سعود، و قد بينت نتائج الدراسة حاجة الجامعات السعودية إلى إنشاء دور للنشر خاصة بها تعمل على نشر الإنتاج الفكري لمنسوبي الجامعة، و أوصى الباحث بضرورة عقد دورات تدريبية وحلقات نقاش للتعريف بالمفاهيم المعيارية للنشر العلمي و قواعده و تقنياته.

و دراسة عبد الله محمد عبد الله⁽⁴⁾ و التي تناولت موضوع صناعة نشر الكتب في السودان في الفترة من 1956م إلى 1998م، حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على دور النشر العاملة في السودان ومعرفة ما يواجهها من مشكلات و مقارنتها بدور النشر على المستوى الإقليمي و العالمي. من أهم نتائجها عدم تقديم الدولة أية مساعدات أو تسهيلات تهدف إلى الارتقاء بعملية النشر وصناعة الكتب في السودان.

أما دراسة عبد اللطيف صوفي⁽⁵⁾ فقد هدفت إلى تتبع حركة نشر الكتاب في الجزائر منذ عهد الاستعمار فضلاً عن التطرق لواقع صناعة النشر في الجزائر والمشكلات التي تواجهها، و أوضحت الدراسة أن عملية نشر الكتاب بالجزائر تواجه مشكلات عديدة أهمها المشكلات القانونية والتنظيمية و المشكلات المادية و البشرية، و اقترح الباحث عدداً من المقترحات للنهوض بنشر الكتاب في الجزائر أبرزها ضرورة تهئية الأجواء أمام المبدعين و المؤلفين للعبء بحرية، استمرار إسهام الدولة في توفير التجهيزات الطباعة الحديثة.

أولاً: الإطار النظري للدراسة:

مقدمة:

شهدت صناعة النشر تطوراً ملحوظاً في الآونة الأخيرة، فبعد أن كانت تعتمد على الأدوات التقليدية بدأت مؤخراً ثورة النشر الإلكتروني معتمدة في تطورها على ثورة الوسائط الإلكترونية وثورة تكنولوجيا المعلومات و أخيراً ثورة الحاسبات الآلية. و تعتبر صناعة النشر من أهم المعايير التي يقاس بها تتطور الدول و الشعوب و نهضتها و رقيها، فهي سجل صادق يعكس مستوى عقول أبنائها.⁽⁶⁾

و قد ارتبط نشر و صناعة الكتب ارتباطاً وثيقاً بالطباعة و ما من حديث عن النشر إلا و يسبقه آخر عن الطباعة باعتبار أن كلاهما مكمل للآخر، حيث يمثل الكتاب الفئة الغالبة فيما

تطبعه المطابع من مطبوعات في يوم الناس هذا.⁽⁷⁾ لهذا فقد جاءت هذه الدراسة كمحاولة لاستجلاء واقع صناعة و نشر الكتب في السودان.

مفهوم النشر:

لغة: مصدر الكلمة الفعل الثلاثي (نشر) فقد جاء في لسان العرب لابن منظور بأنه انتشار الورق، و قيل إبراق الشجر، أو الريح الطيبة و النشر خلاف الطي، نشر الثوب و نحوه ينشره نشرأً، و نشره بسطه، و نشرت الخبر أي أذعته.⁽⁸⁾ و جاء في المعجم الوسيط نشر الشيء: فرقه، و يقال نشر الراعي غنمه في المرعى، و يقال نشر الثوب و الكتاب و نحوه و يقال صحف متشرة و انتشر الشيء: انبسط و تفرق منها قيل انتشر الناس في الأسواق.⁽⁹⁾

و في اللغة الإنجليزية يأتي معنى كلمة (publishing) المقابلة لكلمة النشر في اللغة العربية بمعنى أن تختار مؤسسة ما و تنظم و تطبع و تعرض للبيع للجمهور عملاً مطبوعاً إذا كان كتاباً أو مجلةً أو صحيفةً، و ورد أيضاً بمعنى البث.⁽¹⁰⁾

اصطلاحاً: أما المعنى الاصطلاحي لكلمة النشر فقد ورد في المعجم الموسوعي لعلوم المكتبات على انه: عمل يقوم به الناشر لإصدار أو عرض الكتاب للتوزيع الجماهيري بعد أن أتم طبعه بإحدى وسائل الطباعة أو النسخ أو التصوير الجاف، أو هو العملية التي تتضمن المباحثات مع الشخص أو الهيئة المسؤولة عن المحتوى الفكري أو المحتويات الفنية للوثيقة و جميع النشاطات المتعلقة بالتحكم في إنتاجها.⁽¹¹⁾

و جاء في معجم المصطلحات المكتبية على أنه: مجموعة من العمليات التي يمر بها الكتاب من أول صورته المخطوطة حتى يصل القارئ.⁽¹²⁾

و ورد دائرة المعارف البريطانية أن النشر هو ذلك النشاط الذي يتضمن اختيار و تحرير و إعداد المواد المراد نشرها و تنظيم إنتاجها و توزيعها و تحمل المسؤولية المالية و كافة المسؤوليات الأخرى المرتبطة بعملية النشر.⁽¹³⁾

كما سبق نلاحظ أن عملية النشر تتم في خطوات متعددة و يقوم بها عدد من الأطراف، و هذا ما أجمعت عليه التعريفات السابقة. و هذا ما سنعرفه في الجزء التالي من الدراسة.

حلقات و أطراف النشر:

- الحلقة الأولى: حلقة التأليف:

و يعني وضع الأفكار و المعلومات في قالب منطقي قابل للفهم و التلقي وإخراجها من ذهن المؤلف، و قد يكون التأليف هنا تأليفاً أكاديمياً.⁽¹⁴⁾ ومصطلح التأليف هنا عام يدخل فيه التحرير و الجمع و التحقيق و الترجمة والاختصار و غيرها من العمليات التي تتطلب مجهوداً ذهنياً، و مهما يكن من أمر فإن الطرف المسئول من هذه الحلقة هو المؤلف أي مبدع الرسالة ومنشئها. إلا أن التأليف لا يعتبر نشرأ لأن تأليف الكتاب و وضع مادته ثم حسبه عن الناس يعني عدم توصيل الرسالة الفكرية إلى المستفيدين من القراء و هو الهدف المطلق للنشر.⁽¹⁵⁾

- الحلقة الثانية: حلقة التصنيع (الطبع):

عندما يخرج المؤلف الرسالة الفكرية من رأسه فغالباً يكتبها بخط يده أو يرقمها على الآلة الكاتبة من نسخة واحدة في اغلب الأحيان، و ليستفاد منها فلا بد من تعدد نسخها حتى تنتشر بين الناس و يتم تداولها، في حالة المطبوعات يكون تصنيع النسخ عن طريق الطباعة، و في حالة المصغرات الفيلمية و المواد الغير مطبوعة يكون التصنيع عن طريق الاستنساخ. أما الطرف المسئول عن القيام بهذه الحلقة هو الطابع باعتباره مسئولاً عن توليد أو تعدد

النسخ، و لا يعتبر التصنيع أو النسخ نشرًا لأن تعدد النسخ و حبسها عن الناس لا يؤدي الغرض الأساسي من الرسالة الفكرية و هو إيصالها للمستفيدين.

الحلقة الثالثة: حلقة التوزيع أو التسويق:

و نعني بها توصيل الرسالة الفكرية إلى مستقبلها المقصودين بها، و الموزع هو المسئول عن هذه الحلقة لتصل الرسالة إلى الأفراد و الهيئات الراغبين فيها وهو الهدف الأساسي لعملية النشر برمتها. و يعتبر التوزيع خاتمة حلقات النشر و يطلق البعض على الحلقة الأخيرة من عملية النشر اسم (تجارة الكتب).¹⁶

أما الأطراف التي تقوم بإنجاز الحلقات الثلاثة السابقة فهي المؤلف و الطابع و الموزع، و لا توجد علاقة مباشرة بين الأطراف الثلاثة مما أدى إلى وجود طرف رابع يجمع بينها و هو الناشر، و قد يقوم الناشر بعملية الطباعة و التوزيع أو يوكلها لأطراف أخرى.

مجالات الرقابة على الإنتاج الفكري:

يرى شعبان خليفة⁽¹⁷⁾ أن هناك ثلاث مجالات رئيسة تتم مراقبة الإنتاج الفكري من خلالها، وهي:

1- الدين:

حيث لا يجوز لمؤلف في عرف الرقابة أن ينشر كتاباً أو جزءاً من كتاب أو فقرة يحمل فيها على الدين بالسخرية أو التسفيه أو التجريح، إذا كان في الدولة أكثر من دين أو عقيدة أو مذهب فلا يجوز لكاتب من دين ما أن يحمل على الدين أو المذهب الآخر لأن ذلك يؤدي إلى إثارة الفتنة و الكراهية و تكدير السلم العام.

2- الأخلاق العامة:

لكل مجتمع عاداته و تقاليده و آدابه و أخلاقياته التي يتمسك بها و يعتبر الخروج عنها طعناً في جسم المجتمع، فعليه لا يجوز لأي مؤلف أن ينشر كتاباً أو أجزاء منها يدعو فيها إلى الرذيلة

أو البدع و التبرج و السفور. إلا أن العادات تختلف من مجتمع إلى آخر حتى في الدولة الواحدة حيث تختلف عادات و تقاليد أهل الريف عن تلك الخاصة بأهل الحضر و المدن، مما يجعل المرء يخضع للتقدير الشخصي للرقيب.

3- السياسة:

أغلب التشريعات لا تنص صراحةً على هذا المجال في تشريعات الرقابة على اعتبار ممارسة الرقابة السياسية عمل ضد الديمقراطية، بينما في واقع الحال تعتبر السياسة أكثر مجالات الرقابة في التشدد من قبل الرقيب لا سيما في دول العالم الثالث حرصاً من السلطة على بقائها و استمرارها في الحكم .

تسويق الكتب:

تعتبر عملية تسويق الكتب الحلقة الثالثة لعملية النشر، و يقوم بها الموزعون و تجار و باعة الكتب، و هناك عدة عوامل تؤثر في عملية تسعير الكتب لعل أبرزها ما يلي:

1- إجمالي التكلفة الفعلية و تعد التكلفة الفعلية لإنتاج الكتاب هي أكثر العوامل في تحديد سعر الكتاب، و التي تشمل: تكلفة الخامات من ورق و أحبار و تجليد، بالإضافة إلى تكلفة عمليات الجمع و الطبع.

2- عدد النسخ المطبوعة اتضح أن عدد النسخ المطبوعة من الكتاب تؤثر في تحديد سعره، ذلك أن تكلفة النسخة تقل تبعاً لزيادة الكمية المطبوعة، و يرجع ذلك إلى ثبات التكلفة في بعض العمليات مثل التحرير، و الجمع، و الطبع، و كذلك تنخفض التكلفة في حالة إعادة الطبع.

3- حالة سوق النشر حالة سوق النشر من حيث الرواج و الكساد تؤثر في تحديد سعر البيع، و يعد من أهم الأشياء التي تراعى عند تحديد سعر الكتاب القدرة الشرائية للأفراد بوصفهم المستهلك الأساسي للكتاب، كما يدخل أيضاً النظر إلى عنصر المنافسة بين الناشرين

و خصوصاً في حالة الكتب ذات الموضوع الواحد، و يخرج عن هذا الكتاب الجامعي المقرر لأن الطالب يضطر إلى شرائه مهما كان سعره.

4- تكاليف الدعاية و الإعلان و تؤثر المبالغ التي تنفق في الدعاية و الإعلان في تحديد سعر الكتاب، فالكتاب في طبعته الأولى يحتاج إلى دعاية كبيرة، و تكلفة عالية، أما الطبعات التالية فلا تحتاج إلى نفس القدر من الدعاية مما يمكن الناشر من خفض سعره.

5- نوع الكتاب و يعد نوع الكتاب من العوامل التي تؤثر في تحديد سعره فالكتاب الجامعي يتيح للناشر و المؤلف معا تحديد سعر مناسب له لأن توزيعه مضمون على الطلاب كذلك فإن الكتب المؤلفة تختلف عن كتب التراث في المقابل المادي الذي يحصل عليه المؤلف مما ينعكس على سعر الكتاب.⁽¹⁸⁾

ثانياً: الدراسة التطبيقية:

لمحة تاريخية عن النشر في السودان:

بدء النشر في السودان مبكراً في العشرينات من القرن الماضي و كانت البداية بعدد قليل من الكتب الأدبية، لكن صناعة النشر بالسودان لم تكن مستقرة بسبب سوء الأحوال الاقتصادية للبلاد، و شهد عقد السبعينات نشاطاً ملحوظاً في حركة النشر بالسودان حيث تم تأسيس العديد من دور النشر منها عل سبيل المثال الدار السودانية للكتب و دار جامعة الخرطوم للنشر و غيرها من دور النشر.

و بالحديث عن عدد دور النشر بالسودان في الوقت الحالي فمن المؤسف القول عن عددها لا يتجاوز خمسة عشرة داراً للنشر، إلى جانب بعض باعة الكتب و المكتبات التي تمارس نشاطاً آخر إلى جانب توزيع الكتب. و يشكل النشر الذاتي نسبة كبيرة من الكتب المنشورة حيث يتحمل المؤلف كافة نفقات الطباعة و التوزيع على نفقته الخاصة.⁽¹⁹⁾

أما القانون الذي يضبط حركة النشر فهو في الواقع قد مر بتطورات متعددة قد أثرت عليه طبيعة القوانين التي سجل بها الناشر مؤسستهم فبعضهم خاضع لقانون الشركات الخاصة لسنة 1925م.⁽²⁰⁾ والبعض يخضع لقانون الجهة التي يتبع لها مثل دور النشر التابعة للجامعات والمؤسسات البحثية، وكانت هناك دياجة قانون الصحافة الصادرة عام 1930م والغرض الأساسي منها هو التصريح بنشر و توزيع المطبوعات الأجنبية إلى جانب تنظيم العمل في الصحف و المطابع، و استمر هذا القانون مع تعديله باستمرار إلى أن حل محله قانون الصحافة و المطبوعات لسنة 1973م و الذي استمر هو أيضاً مع تعديله باستمرار إلى أن ألغي بصدور قانون الصحافة لسنة 1999م و كان ينظم عمل الصحافة و الطباعة و النشر، و أخيراً صدر قانون المصنفات الأدبية و الفنية عام 2001م كأول قانون متخصص في مجال النشر.⁽²¹⁾ ثم تم إلغائه ليحل محله قانون حماية حق المؤلف و الحقوق المجاورة و المصنفات الأدبية و الفنية لسنة 2013 و الذي تم إجازته من رئاسة الجمهورية و المجلس التشريعي بتاريخ 2013/1/7م و هو نتيجة لدمج قانوني المصنفات الأدبية و الفنية لسنة 2001م و قانون حماية حق المؤلف و الحقوق المجاورة لسنة 1996م، و الجهة المسؤولة عن الرقابة على الإنتاج الفكري في السودان هي المجلس الاتحادي للمصنفات الأدبية و الفنية.

أولاً: معلومات عامة و أساسية عن الناشرين السودانيين عينة الدراسة:

جدول رقم (1) يبين مدى تخصص الناشرين في مجال موضوعي معين من عدمه

النسبة	التكرار	المجال الموضوعي للناشر
0%	-	متخصص في مجال موضوعي محدد
100 %	10	كافة فروع المعرفة
100%	10	المجموع

تشير بيانات الجدول أعلاه إلى أن نسبة (100%) من الناشرين عينة الدراسة ينشرون في كافة فروع المعرفة البشرية.

جدول رقم (2) يوضح عضوية الناشرين عينة الدراسة بالإتحاد السوداني للناشرين

النسبة	التكرار	عضوية الناشر في اتحاد الناشرين السودانيين
50%	5	نعم
50%	5	لا
100%	10	المجموع

بقراءة بيانات الجدول يتضح لنا أن (50%) من عينة الدراسة أعضاء في اتحاد الناشرين السودانيين، و ما نسبته (50%) ليسوا أعضاء فيه. و ربما يرجع عدم اهتمام الناشرين بالانضمام لعضوية الإتحاد لعدم فاعليته أو حله لأي مشكلات تواجههم.

جدول رقم (3) يبين إصدار الناشرين لسلاسل موضوعية خاصة بالناشر

النسبة	التكرار	لناشر سلاسل موضوعية يقوم بنشرها
80%	8	نعم
20%	2	لا
100%	10	المجموع

(80%) من الناشرين عينة الدراسة لديهم سلاسل موضوعية يقومون بنشرها، بعضها متخصص والبعض الآخر يغطي كافة فروع المعرفة البشرية، بينما لا يقوم (20%) بإصدار سلاسل موضوعية.

جدول رقم (4) النظم التي يتعامل بها الناشر مع المؤلفين

النسبة	التكرار	نظم التعامل مع المؤلفين
20 %	2	شراء المادة العلمية بصورة نهائية
50 %	5	اقتسام الأرباح بعد تغطية تكاليف النشر
30 %	3	نسبة مئوية من ثمن بيع النسخة
100 %	10	المجموع

تشير بيانات الجدول إلى أن هناك تباين في النظم التي يتعامل بها الناشر مع المؤلفين فنجد (20%) منهم يقومون بشراء المادة العلمية بصورة نهائية، و (50%) يتعاملون بنظام اقتسام الأرباح بعد تغطية تكاليف النشر، و ما نسبته (30%) يتفقون مع المؤلفين على نسبة مئوية من ثمن بيع النسخة.

جدول رقم (5) يوضح كيفية اتفاق الناشر مع المؤلفين

النسبة	التكرار	كيفية الاتفاق مع المؤلفين
100 %	10	بعقد رسمي مكتوب
0 %	—	بصورة شفوية ودية
100 %	10	المجموع

أشار (100%) من الناشر على أن الاتفاق مع المؤلفين يكون بعقد رسمي مكتوب. و يعود السبب إلى أن القانون ألزم الناشر على أن تكون العقود والاتفاقيات مكتوبة.

جدول رقم (6) مدى امتلاك الناشرين لمطابع خاصة بهم

هل لديك مطابع خاصة	التكرار	النسبة
نعم	2	% 20
لا	8	%80
المجموع	10	%100

يوضح الجدول أعلاه أن (20%) من الناشرين عينة الدراسة يمتلكون مطابع، و ما نسبته (80%) منهم لا يمتلكون مطابع. علماً بأن الناشرين الأكاديميين فقط هم من يمتلكون المطابع. أما بقية الناشرين فيطبعون ما ينشرونه في بيروت أو القاهرة و أحياناً في مطابع في السودان على رأسها مطابع السودان للعملة.

جدول رقم (7) يوضح متوسط عدد الكتب التي ينشرها كل ناشر من عينة الدراسة في العام

متوسط عدد الكتب المنشورة في العام للناشر	التكرار	النسبة
5- 10 كتب	6	%60
11- 20 كتاب	2	%20
21- 30 كتاب	-	%
31- 40 كتاب	-	%
41- 50 كتاب	-	%
50 كتاب فأكثر	2	%20
المجموع	10	■ 100

و للتعرف على نشاط النشر عند عينة الدراسة فقد أوضح (60%) أن متوسط ما ينشرونه في العام يتراوح ما بين 5-10 كتب، بينما نجد (20%) ينشرون ما بين 11-20 كتاب في العام، وأخيراً من ينشر 50 كتاباً فأكثر فقد كانت نسبتهم (20%) من عينة الدراسة. نلاحظ أن معظم الناشرين عينة الدراسة يقعون في الفئة التي تنشر 5-10 كتب في العام و هي نسبة ضئيلة جداً.

ثانياً: الاتجاهات الموضوعية للنشر في السودان:

جدول رقم (8) يوضح أكثر الموضوعات رواجاً في سوق النشر بالسودان* ٦

الموضوع	التكرار	النسبة
العلوم الدينية	5	16.13 %
الأدب	6	19.36 %
الإقتصاد	3	9.68 %
الرياضة	3	9.68 %
العلوم السياسية	5	16.13 %
العلوم التطبيقية والتكنولوجيا	4	12.90 %
موضوعات أخرى	5	16.13 %
المجموع	31	100 %

تشير بيانات الجدول إلى أن أكثر الموضوعات رواجاً في سوق النشر بالسودان هو الأدب بنسبة (19.36%) ثم العلوم الدينية و العلوم السياسية والموضوعات الأخرى بنسبة

*يمكن اختيار أكثر من إجابة واحدة

(16.13%) لكل منها، تليها العلوم التطبيقية والتكنولوجيا بنسبة (12.90%) و أخيراً الاقتصاد و الرياضة بنسبة (9.68%) لكل منها.

ثالثاً: الإعلان و الترويج و التسويق:

جدول رقم (9) مدى قيام الناشرين عينة الدراسة بالترويج و الإعلان لكتبهم التي ينشرونها

أقوم بالإعلان عن الكتب التي أنشرها	التكرار	النسبة
نعم	7	70 %
لا	3	30 %
المجموع	10	100 %

تشير بيانات الجدول إلى أن (70%) من الناشرين يقوم بالإعلان و الترويج للكتب التي ينشرونها، بينما لا يقوم (30%) منهم بهذا الأمر.

جدول رقم (10) يوضح مدى ترويج الناشرين لدور النشر خاصتهم

أقوم بالترويج لدار النشر دون الارتباط بنشر كتاب	التكرار	النسبة
نعم	9	90 %
لا	01	10 %
المجموع	10	100 %

و فيما يتعلق بالترويج و الإعلان عن دار النشر فقد بين (90%) من الناشرين أنهم يروجون لدار النشر خاصتهم دون الارتباط بنشر كتاب، بينما ذكر (10%) منهم بعدم قيام بالترويج و الإعلان عن دور النشر خاصتهم.

جدول رقم (11) يبين الوسائل التي يستخدمها الناشرول للإعلان والترويج عن كتبهم وعن دور النشر خاصتهم* □

وسيلة الإعلان والترويج	التكرار	النسبة
الصحف	8	% 28.57
الإذاعة	3	% 10.72
التلفزيون	–	% 0
الملصقات	10	% 35.72
الندوات التعريفية بما صدر حديثاً	7	% 25
المجموع	28	%100

و بالسؤال عن الوسائل التي يستخدمها الناشرول للإعلان و الترويج فقد كانت الملصقات على رأس القائمة بنسبة بلغت (35.2%) تليها الصحف بنسبة (28.57%) ثم الندوات التعريفية بما صدر حديثاً بنسبة (25%) والإذاعة بينما لم يشر أحد من أفراد عينة الدراسة إلى استخدامه التلفزيون كوسيلة للإعلان، و ربما يرجع السبب إلى ارتفاع تكلفة الإعلانات في التلفزيون.

جدول رقم (12) مدى فاعلية الإعلان و الترويج و تأثيره بصورة ايجابية على التوزيع

يؤثر الإعلان بصورة إيجابية على عملية التوزيع	التكرار	النسبة
نعم	8	%80
لا	2	%20
المجموع	10	%100

* يمكن اختيار أكثر من إجابة واحدة

و أوضح (80%) من الناشرين عينة الدراسة أن الإعلان بصورة إيجابية على عملية التوزيع، بينما يرى (20%) منهم عدم تأثير الإعلان على عملية التوزيع.

جدول رقم (13) مشاركة الناشرين السودانيين في المعارض المحلية و الإقليمية و الدولية

النسبة	التكرار	شاركت في معارض كتب
40 %	4	نعم
60 %	6	لا
100 %	10	المجموع

(40) فقط من الناشرين يشاركون في معارض الكتاب على المستوى المحلي و الإقليمي والدولي، و ابرز المعارض التي يشاركون فيها هي: معرض الخرطوم الدولي للكتاب، معرض القاهرة الدولي، معرض الشارقة الدولي للكتاب، معرض الرياض الدولي للكتاب، معرض فرانكفورت الدولي، بينما نجد (60%) من الناشرين عينة الدراسة لم يشاركوا في أي معرض للكتاب. و يرجع السبب في عدم المشاركة إلى ارتفاع تكاليف المشاركة و النقل و الترحيل و إجراءات الرقابة المتعددة في المعارض الخارجية.

جدول رقم (14) إقامة الناشرين السودانيين لمعارض فردية في المناسبات المختلفة

النسبة	التكرار	أقامت معارض على المستوى الفردي
30 %	3	نعم
70 %	7	لا
100 %	10	المجموع

أوضح (30%) من عينة الدراسة سبق لهم تنظيم معارض فردية و مازالوا يقيمونه في المناسبة المختلفة، أما (70%) منهم فليس لديهم تجارب في ذلك الأمر.

جدول رقم (15) مدى وجود نقاط بيع و توزيع للناشرين في ولاية الخرطوم

النسبة	التكرار	لدي مراكز توزيع في الخرطوم
20 %	2	نعم
80 %	8	لا
100 %		المجموع

(20%) من الناشرين لديهم مراكز توزيع في الخرطوم غير المركز الرئيس، بينما (80%) منهم ليس لديهم مثل تلك المراكز.

جدول رقم (16) مدى وجود نقاط بيع و توزيع للناشرين في ولايات السودان المختلفة

النسبة	التكرار	لدي مراكز توزيع في بعض ولايات السودان
20 %	2	نعم
80 %	8	لا
100 %	10	المجموع

نجد أن (20%) من الناشرين عينة الدراسة لديهم مراكز توزيع في بعض ولايات السودان، و ما نسبته (80%) ليس لديهم مثل هذه المراكز.

جدول رقم (17) يوضح مدى وجود نقاط بيع و توزيع للناشرين السودانيين في الدول العربية والأجنبية

النسبة	التكرار	لدي مراكز توزيع في بعض الدول العربية والأجنبية
%	–	نعم
100 %	10	لا
100 %	10	المجموع

أشار (100%) من أفراد عينة الدراسة بأنه ليس لديهم مراكز للتوزيع في الدول العربية والأجنبية. مما يؤثر سلباً على رواج و توزيع الكتاب السوداني في الخارج.

جدول رقم (18) يبين مدى قيام الناشرين السودانيين بدراسة السوق بصورة مستمرة لمعرفة احتياجاته

النسبة	التكرار	نقوم بدراسة السوق بصورة دورية ومستمرة
80%	8	نعم
20%	2	لا
100%	10	المجموع

تشير بيانات الجدول أعلاه إلى أن (80%) من الناشرين يقومون بدراسة دورية للسوق لمعرفة احتياجاته ليعملوا على توفيرها، بينما لا يقوم (20%) منهم بهذا الأمر.

رابعاً: تشريعات النشر و الرقابة على الإنتاج الفكري في السودان:

جدول رقم (19) يوضح مدى إلمام الناشرين السودانيين بالتشريعات التي تحكم النشر بالسودان

النسبة	التكرار	لدي إلمام بقانون المصنفات الأدبية والفنية
70%	7	نعم
30%	3	لا
100%	10	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن (70%) ملمين بقانون المصنفات الأدبية و الفنية الذي يضبط حركة التأليف و النشر و يراقب الإنتاج الفكري بالسودان، بينما (30%) ليس لديهم إلمام كاف بذلك القانون.

جدول رقم (20) مدى حماية قانون المصنفات الأدبية و الفنية للحقوق المادية و المعنوية للناشرين السودانيين

النسبة	التكرار	القانون يحمي حقوقي المادية والمعنوية
60%	6	نعم
40%	4	لا
100%	10	المجموع

يرى (60%) من الناشرين أن قانون المصنفات الأدبية يحمي حقوقهم المادية والمعنوية، بينما يرى (40%) منهم أن القانون ذلك غير كافٍ لحماية حقوقهم من التعدي.

جدول رقم (21) رفض السلطات بعض المصنفات التي كان سيتم نشرها من قبل الناشرين

النسبة	التكرار	رفضت السلطات بعض المصنفات التي كنت سأقوم بنشرها
20 %	2	نعم
80%	8	لا
100%	10	المجموع

ذكر (20%) من الناشرين أن الرقابة قد رفضت بعض المصنفات التي كانوا سيقومون بنشرها ، بينما (80%) لم يسبق لهم ذلك .

جدول رقم (22) أسباب رفض نشر المصنفات الأدبية

النسبة	التكرار	أسباب الرفض
0%	-	أسباب دينية وعقائدية
0%	-	أسباب أخلاقية
100%	2	أسباب سياسية

أسباب أخرى	–	0%
المجموع	2	100%

أما عن أسباب رفض النشر فكانت الأسباب السياسية بنسبة (100%) وربما يعزى السبب في ذلك إلى أن الرقابة في مجال السياسة تعتبر من الأمور التي يصعب وضع ضوابط ثابتة لها فما كان صالحاً للنشر و التداول بالأمس ربما تجده محظوراً اليوم و مباحاً غداً و هكذا.

جدول رقم (23) مصادرة السلطات لبعض الكتب و حظرها من التداول بعد نشرها

النسبة	التكرار	صودرت لي كتب بعد نشرها وتم حظر تداولها
10%	01	نعم
90%	09	لا
100%	10	المجموع

ذكر (10%) من الناشرين أنه قد سبق أن صودرت لهم كتب و تم حظر تداولها بعد نشرها، (90%) لم يسبق لهم ذلك.

جدول رقم (24) أسباب المصادرة وحظر التداول

النسبة	التكرار	أسباب المصادرة وحظر التداول
0%	–	المخالفة لقانون المصنفات الأدبية
0%	–	أسباب أمنية
10%	01	أسباب غير معروفة للناشر
100%	01	المجموع

و بالسؤال عن أسباب المصادرة و حظر التداول فكانت أسباب غير معروفة للناشر بنسبة بلغت (100%) حيث يجاز الكتاب من قبل المجلس الأعلى للمصنفات الأدبية و عندما يريد الناشر المشاركة به في معارض خارجية يفاجأ بمصادرته في الموانئ أو النقاط الحدودية، دون إبداء أسباب واضحة و منطقية.

خامساً: المشكلات التي تواجه الناشرين في السودان:

و بالسؤال عن المشكلات التي تواجه الناشرين السودانيين، فقد أوضحوا أن هناك عدداً كبيراً من المشكلات التي تواجههم في عملهم أهمها ما يلي:

1- ارتفاع الرسوم الجمركية علي مستلزمات وخامات صناعة الكتاب (الورق، الأحبار و غيرها).

2- فرض الضرائب الباهظة من قبل الدولة و الذي انعكس سلباً على الكتاب بغلاء سعره، مما أدى إلى عزوف القراء عن الشراء.

3- الرقابة التي يخضع لها الكتاب و مساحة الحرية الضيقة، مما جعل كثير من الكتب تطبع في الخارج بحثاً عن مساحة حرية أوسع، كما يوجد (22) رقيب في العالم العربي ولا يوجد تشريع موحد للنشر، و بالتالي فان الكتاب قد يكون متداولاً في بلد و نجده محظوراً و ممنوعاً في أخرى، ويكون ذلك بصورة واضحة في كتب الدين و السياسة.

4- هناك أيضاً مشكلة في التوزيع فالقارئ السوداني اليوم صار مهتماً بالكتب المنشورة إلكترونياً و متاحة مجاناً على الإنترنت.

5- طباعة و استنساخ و توزيع الكتب المزورة دون تحويل من المؤلف أو الناشر و بيعها بأسعار أقل بكثير من النسخة الأصلية مما يؤدي إلى كسادها.

6- ارتفاع تكاليف الإعلان و الترويج في وسائل الإعلام المختلفة.

- النتائج:

- بناءً على ما تم جمعه وتحليله من بيانات و معلومات توصل الباحث إلى النتائج التالية:
1. قلة من الهيئات و المؤسسات و الأفراد بالسودان ينطبق عليهم مسمى ناشر بالمعنى العلمي المعروف فالغالبية الموجودة الآن عبارة عن باعة و تجار للكتب.
 2. تتركز عملية صناعة و نشر الكتب في السودان في العاصمة الخرطوم، و الناشرين ليس لديهم منافذ للتوزيع في ولايات السودان المختلفة أو في الدول العربية و الأجنبية.
 3. لا توجد دور نشر متخصصة في قطاعات موضوعية محددة، أو فئات عمرية معينة، و فخص بالذكر أدب الأطفال الملائم للطفل السوداني.
 4. أكثر الموضوعات رواجاً في سوق النشر بالسودان هي الأدب و تليه العلوم السياسية.
 5. القوانين و التشريعات الموجودة حالياً غير كافية لحماية حقوق الناشرين و هناك تضارب أحياناً بين بعض أجهزة الدولة عند تطبيق القانون على أرض الواقع.
 6. عدم اهتمام الناشرين السودانيين بالمشاركة في معارض الكتاب ربما يرجع السبب إلى ارتفاع تكاليف المشاركة مقارنة بالعائد المرجو منها.
 7. هناك تخطيط في عملية الرقابة على الإنتاج الفكري بين أجهزة الدولة، فبعض الكتب المنشورة و المجازة من مجلس المصنفات الأدبية يتم مصادرتها و حظرها من التداول أحياناً من السلطات الأمنية على الرغم من وجود ممثل لها في مجلس المصنفات الأدبية.
 8. يمثل ارتفاع تكاليف مدخلات صناعة الكتب أهم المشكلات التي تواجه صناعة نشر الكتب بالسودان، و يرجع السبب في ذلك إلى ارتفاع الجمارك و الضرائب الباهظة المفروضة على الناشرين و قد أجمع أفراد عينة الدراسة على ذلك.
 9. كل أفراد عينة الدراسة ليست لديهم مواقع أو صفحات على شبكة الإنترنت.

- التوصيات:

و على ضوء النتائج السابقة يوصي الباحث بالآتي:

- (1) ضرورة إعفاء مدخلات صناعة الكتب (الورق - الخبر وغيرها) من الجمارك و تسهيل عملية استيرادها و دخولها للسودان.
- (2) تفعيل و مراجعة القوانين التي تحمي حقوق المؤلفين و الناشرين من التعدي عليها بواسطة تزوير الطباعات و غيرها من أشكال التعدي.
- (3) توسيع دائرة حرية التعبير و الحد من الرقابة المتسلطة و المتشددة في أغلب الأحيان.
- (4) إتاحة مساحات مجانية للإعلان عن الكتب و الترويج لها في وسائل الإعلام التي تتبع للدولة.
- (5) العمل على إيجاد تشريع عربي موحد للنشر و الرقابة على الإنتاج الفكري مما يسهل حركة المطبوعات و الناشرين بين الدول العربية للمشاركة في المعارض و توزيع مطبوعاتهم. على أن يتولى الاتحاد العربي للناشرين هذا الأمر بالتنسيق مع السلطات التشريعية في الدول العربية و اتحادات الناشرين في تلك البلدان.
- (6) أن يقوم الناشرين و المؤلفين بإقامة ندوات و محاضرات عن أهمية القراءة و دورها في تكوين شخصية الفرد، على أن يتم ذلك في الأماكن العامة مثل الجامعات و المكتبات العامة أو حتى في الأسواق.
- (7) على الجامعات الاهتمام بإنشاء دور نشر و مطابع خاصة بها لنشر الكتاب الأكاديمي في السودان لأن شريحة طلاب الجامعات تمثل نسبة كبيرة من المجتمع السوداني، كما أن الجامعات من أهم المؤسسات التي تنتج المعرفة.

8) أن يحرص الناشرين على إقامة المعارض الفردية على مدار العام بالتعاون مع الجهات المعنية في الدولة (وزارة الثقافة - وزارة الإعلام...)، إلى جانب مشاركتهم بصورة منتظمة في المعارض الإقليمية والدولية.

9) تفعيل دور إتحاد الناشرين السودانيين و قيامه بدور حيوي في عملية النشر في البلاد عن طريق مساهمته الفعالة في سن التشريعات المتعلقة بالنشر و صناعة الكتب، إلى جانب عمله على الدفاع عن مكتسبات الناشرين و حماية حقوقهم.

قائمة المصادر والمراجع:

1. أبوبكر محمود الهوش. دراسات في النشر. - عالم المعلومات. - ع¹س5 (1982)
2. فالح عبد الله آل ضرمان. الكتاب العربي : بحث في قضايا نشره وتسويقه في المملكة العربية السعودية. مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية. مج18، ع2. (مايو-نوفمبر 2012م) ص 69-92 .
3. على بن محمد التركي. - واقع النشر الجامعي بالمملكة ومستقبله: جامعة الملك سعود نموذجاً. - ورقة عمل تم تقديمها ضمن أعمال ورشة عمل بعنوان: الجامعات السعودية وحاجتها لدور نشر جامعية. - (الرياض 10/3/2009م).
4. عبد الله محمد عبد الله. صناعة نشر الكتب في السودان (1956م-1998م): دراسة تقويمية (- أمدرمان : جامعة أمدرمان الإسلامية، 2004 (أطروحة دكتوراه غير منشورة) عبد اللطيف صوفي. نشر الكتاب في الجزائر : واقعه ومشكلاته في : دراسات في المكتبات والمعلومات . - دمشق : دار الفكر، 2001م . - ص ص 108-151 .
5. عيسى العسافين. المعلومات وصناعة النشر . - دمشق : دار الفكر، 2001م. ص 16 .
6. مورييس أبو السعد ميخائيل . صناعة الكتاب : تاريخها وتطورها . - ط2. - الرياض : مكتبة الملك فهد الوطنية، 1997م . - ص 1 .

7. ابن منظور ، محمد بن مكرم . لسان العرب . - بيروت : دار صادر 1990م . - مج 5 : ص206.
8. إبراهيم مصطفى . المعجم الوسيط / إعداد إبراهيم مصطفى وآخرون . - القاهرة : مجمع اللغة العربية ، 1989م . - مج 1 : ص 921 .
9. Dictionary of Contemporary English.- London :Longman,1983.-p889 .
10. عبد التواب شرف الدين. المعجم الموسوعي لعلوم المكتبات والتوثيق والمعلومات. عبد التواب شرف الدين، عبد الفتاح الشاعر. ط11. الكويت: شركة كاظمة، 1984. ص349
11. محمد أمين البنهاوي . معجم المصطلحات المكتبية :إنجليزي -عربي . - ط 2 . - القاهرة : دار الفكر العربي ، 1979م . - ص 221
12. Encyclopedia Britannica. Chicago: University of Chicago,1979.-v17 .p221
13. شعبان عبد العزيز خليفة .النشر العام : الإطار والمحددات . - مجلة عالم الكتب . - ع45 (يناير 1995م). - ص 43
14. عيسى عيسى العسافين . - مرجع سابق. - ص 139
15. شعبان عبد العزيز خليفة. مرجع سابق . - ص 43.
16. شعبان عبد العزيز خليفة. الفذلكات في أساسيات النشر الحديث . - الإسكندرية : دار الثقافة العلمية ، {200?} . - ص 33-36
17. رضا سعيد مقبل . حركة نشر الكتب في محافظة الإسكندرية . - المنوفية (مصر) : جامعة المنوفية، 2005 (أطروحة دكتوراه)
18. عبد الرحيم مكاوي . رئيس اتحاد الناشرين السودانيين . - مقابلة شخصية بتاريخ 9 / 3 / 2015م
19. فتح الرحمن محبوب. مأزق السلطة الرابعة :حول أوضاع وقوانين الصحافة السودانية. - الخرطوم : دار عزة ، 2003. - ص 16.
20. عواطف محمد عثمان . ورقة حول التشريعات والقوانين المنظمة للطباعة والنشر والتوزيع في السودان (غير منشورة) ، 2001.