

المحاضرة الأولى : مدخل مفاهيمي حول النشر التقليدي

تمهيد:

إن الإنجازات الحضارية المختلفة والمتمثلة في: اختراع الكتابة التي مكّنت الإنسان من تسجيل أفكاره ومعارفه ونقلها إلى الأجيال اللاحقة، واختراع أدوات الكتابة خاصة الورق على يد الصينيين، ثم اختراع الطباعة بالحروف المتحركة على يد الألماني " يوحنا غوتنبرغ" في منتصف القرن العشرين كلها مجتمعة أدت دوراً رئيسياً في تطور صناعة ومهنة النشر التي تعد ركيزة لأي مشروع حضاري، كما توصف بأنها ذاكرة الصناعات الثقافية والمدخل الحضاري لأي تقدم أو رقي.

1. تعريفات النشر:

1.1 المفهوم اللغوي للنشر :

هو الإذاعة أو الإشاعة : أي جعل الشيء معروفاً بين الناس ويعرفه " الزمخشري" النشر لغةً بأنه: نشر الثوب، ونشر الثياب والكتب، وصحف منتشرة، ونشر الشيء فانتشر فانتشروا في الأرض: أي تفرقوا، ونشر الخبر إذاعه، وانتشر الخبر بين الناس، وله نشر طيب، وهو ما انتشر من رائحته على أنه: نشر الثياب والكتب و صحف منتشرة ونشر الشيء، ونشر الخبر، أي إذاعته بين الناس، ونشر الطيب وهو ما انتشر من رائحته.

ويعرفه "ابن منظور" قائلاً: النشر خلاف الطيّ، نشر الثوب ونحوه ينشره أو نشره، بسطه، ونشرت الخبر أي إذاعته. ويعرّف النشر بأنه: العمل الذي يقوم به الناشر، بإصداره وعرضه للبيع كتاباً أو مطبوعاً أنتج عن طريق نوع من أنواع مكائن الطبوع، الاستنساخ، أو إعادة التصوير.

إذن فالنشر لغة هو جعل الشيء معروفاً عن طريق الكلمة أو الصورة.

2.1 المفهوم الإصطلاحي للنشر:

النشر اصطلاحاً: هو العملية التي يتم بمقتضاها توصيل الرسائل الفكرية التي يبدعها المؤلف إلى القراء.

في حين تعرف (الموسوعة العربية لمصطلحات علوم المكتبات والمعلومات والحاسبات) النشر: على أنه مجموعة من العمليات التي تبتدئ بالحصول على المحتوى الفكري من المؤلف وتنتهي بإتاحة العمل للجمهور.

أما (دائرة المعارف البريطانية) فتشير إلى أن النشر هو: ذلك النشاط الذي يتضمن اختيار وتجهيز وتسويق المواد المراد نشرها.

وعلى الرغم من إيجاز هذا التعريف إلا أنه يشير إلى الحلقات الثلاثة الأساسية في عملية النشر والمتمثلة في: التأليف، التصنيع، التسويق، والتي، يشترك فيها أربعة أطراف على النحو التالي:

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

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

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

أما الناشر العربي فيطلق عليه الناشر غير النقي، حيث إنه لا يدير ولا ينظم العلاقة بين أطراف النشر فقط، بل إنه

يقوم وحده بكل متطلبات العملية النشرية وتبعاتها، والعبء الأكبر فيها يتمثل في عملية التوزيع بما يتكبده من أعباء ومخاطر مالية في حالة عدم حصوله على حصيلة مبيعاته، فالوقت والجهد والمخاطر والمال الذي يتحمله الناشر العربي تفوق أضعافاً مضاعفة ما يتعرض له الناشر الغربي.

مما سبق يتضح الدور الكبير الذي يقوم به الناشر في نشر الثقافة بين الأفراد، لأن لديه دوراً مؤثراً في عملية النشر،

التي غايتها نشر الثقافة والمعرفة من خلال الكتاب المطبوع.

2. مراحل تطور صناعة النشر:

يرى "شاهين" أنه يمكن تتبع مراحل تطور صناعة النشر من خلال تمييز ثلاثة مراحل رئيسية هي:

النشر الورقي المطبوع: يتمثل في النشر التقليدي للمعلومات من خلال طباعة الكتب والصحف والمجلات وتوفيرها للقراء، كما أنه يشمل طباعة المنشورات والإعلانات التجارية وغير التجارية وتوزيعها بشكل ورقي على المستفيدين والمهتمين.

النشر الورقي المكتبي بدعم من الحاسبات الآلية: يعود تاريخه إلى سنة 1983 حيث يرجع الفضل لاختراع هذه التقنية الجديدة إلى شركة Adlus التي أدخلت أجهزة الحاسبات الصغيرة والبرمجيات في تخطيط الصفحات وتنسيقها وتصميم الرسوم وتقديمها للطباعة،

ويشترط النشر المكتبي توفر: برمجيات خاصة، أجهزة كمبيوتر عالية السرعة مزودة بشاشة وطابعة ليزر.

النشر الإلكتروني هو نشر الكتيبات والدوريات وقواعد البيانات البيبليوغرافية وغيرها من مصادر المعلومات بشكل رقمي، يمكن قراءته وتصفحه من طرف الجمهور العام وتبادلته عبر الحاسبات الآلية.

3. أهمية النشر العلمي:

يقدم النشر العلمي فوائد كثيرة وأهميات كبيرة، تبدأ بخدمة الباحث وتنتهي بخدمة المجتمعات والمؤسسات الداعمة نذكر من أهمها:

✓ يعرض أفكار الباحثين واتجاهاتهم وينشر آخر ما توصلت إليه التخصصات في شتى ميادين وحقول المعرفة.

✓ يزيد من مكانة الباحث و يساعد على إلماع اسمه في المراكز الدولية و بين المهتمين في مجال دراسته .

✓ يعرف الباحثين ببعضهم البعض من خلال المساعدة على بناء بيئة تواصلية خصبة للاتصال العلمي.

✓ تنشيط حركة البحث العلمي و انتزاعها من الركود .

✓ رفع المستوى الثقافي للمهتمين بالتعرف على الأبحاث والدراسات المنشورة باستمرار.

✓ يقدم فرصة اكبر للباحثين في تحصيل الوظائف والترقية الوظيفية والمكانة المرموقة بين زملائهم في الجامعات ومراكز البحوث.

قائمة المراجع:

-الكاميري، إدريس .تحديات النشر العلمي الإلكتروني الجامعي في العالم العربي. ورقة مقدمة في المؤتمر الدولي الأول تقييم جودة أوعية النشر العلمي في العالم العربي .برلين: مركز مؤشر للاستطلاع والتحليلات، 2019

-<http://www.arab-pa.org/UploadFiles/uploadEditor/file.pdf/>.

-بدير، يوسف جمال .المكتبات الإلكترونية والرقمية .عمان :الراية، 2009

-https://www.fikrmag.com/topic_details.php?topic_id=4

- عبد المعطي، ياسر يوسف. القاموس الشارح في علوم المكتبات والمعلومات. القاهرة: دار الكتاب الحديث، 2008
- شاهين، شريف كامل. النشر التقليدي والإلكتروني في العالم العربي. القاهرة: دار الجوهرة للنشر والتوزيع، 2014