

نشر الكتاب العربي

© غريغور ب.م مايرينغ، 2004

يشير تقرير التنمية البشرية العربية لعام 2003 الذي لاقى جدلاً، الصادر عن برنامج الأمم المتحدة الإنمائي (UNDP)، إلى حالة صناعة الكتاب في العالم العربي. ويخلص التقرير إلى أن صناعة نشر الكتاب العربي لم تتمكن، حتى الآن، من تطوير كامل إمكاناتها. الأسباب الكامنة وراء هذا النمو المعطل حولها اختلاف محتدم داخل سوق النشر العربي، مع الناشرين، والقراء والمتقنين والمسؤولين، فالجميع غير متفقين حول مكنم الخطأ. فهؤلاء العاملون في مجال النشر يشكون من أن الحكومات تمنع الإبداع المطلوب من خلال فرض الرقابة، وفشلت في توفير حماية كافية لحقوق التأليف والنشر وتعرقل توزيع المواد المطبوعة وراء الحدود الوطنية. يشنكي القراء من عدم وجود ما يكفي من المواد الممتعة باللغة العربية، وبدلاً عنها يقرؤون الأعمال المعروضة في لغات أخرى، وبالإضافة إلى ذلك، الكتب باهظة جداً بالقياس إلى الدخل المتاح. وتنتقد الشخصيات الأدبية الناشرين بسبب إحجامهم عن تحمل المخاطر أو نشر الجديد وغير المعروف، وبالتالي يختارون بدائل في التأليف بلغات أخرى. ويتنمر السياسيون المتخصصون في مجالات التعليم من أن الناس في العالم العربي لا يقرؤون كفاية.

إنتاج الكتب وسجلات إحصائية

تبدأ المشاكل من حقيقة أنه لا تتوفر بيانات شاملة في البلدان العربية عن حالة تجارة الكتب على طول سلسلة الإنتاج: الكتابة- النشر - التسويق - القراءة.

وتشير أرقام اليونسكو إلى حصة الكتب العربية في الإنتاج العالمي لعام 1991 البالغة 1,1 في المائة. ومع ذلك تشكل البلدان الـ 22 الأعضاء في جامعة الدول العربية نحو 5 في المائة من سكان العالم. مجلة العرب من المطبوعات التي تصدر سنوياً عن طريق المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم (الألكسو) في تونس، سجلت في المتوسط 4671 عنواناً في السنة لمجموع البلدان العربية للفترة من 1994 إلى 2001، مع أن أرقام اليونسكو أقل جزئياً من تلك. وتتعلق تقديرات اتحاد الناشرين العرب في القاهرة من افتراض أن ما يقرب من 1000 شركة نشر في البلدان العربية تقدّم على الأقل 20,000 عنواناً في السوق سنوياً. الأرقام "1000" و "20,000" في حد ذاتها تثير الشك حول مدى جدية هذه المعلومات. مع هذا التناقض في مثل هذه الأرقام الأساسية، فإن هناك مشكلة صعبة للغاية بشكل دائم في الاعتماد على الإحصاءات الصادرة عن المنظمات الدولية أو الإقليمية. إن جمع وتسجيل البيانات في حد ذاته مشكلة بالنسبة للكتب العربية نفسها.

السوق

تشير المقارنات الدولية إلى أن صناعة الكتاب لا تتناسب مع نمو الاقتصاد الوطني في حال عدم وجود نسبة كبيرة بشكل كاف من السكان لديها معدل مرتفع في معرفة القراءة والكتابة وارتفاع في مستوى التعليم. على العكس، فإن الزيادة في القدرة على القراءة تسهل الانتقال إلى الإنتاج الضخم الذي يؤدي إلى انخفاض الأسعار، وهذا بدوره يؤدي إلى زيادة فرص الحصول على الكتب. في هذا الصدد، يبدو أن الفرص الإقليمية للكتاب العربي ما زالت مقيدة بشروط محددة على أسس وطنية شخصية، والتي لا يمكن معالجتها إلا من خلال السياسات التعليمية. لا يمكن لأي بلد عربي واحد أن يبين لنفسه معايير الإنتاج الحرج التي تفضي إلى تطوير قطاع الكتاب. صحيح أن إجمالي سكان الدول العربية يبلغ حالياً نحو 307 مليون نسمة، منهم نحو 191 مليون أعمارهم فوق 15 عاماً من العمر، ومن الذي من شأنه إلى ذلك الحد أن يمثل القراءة تحت ظروف التعليم العام. ومع ذلك، ومع وجود معدل متوسط بمقدار 60 ٪ من معرفة القراءة والكتابة، فإن سوق الكتب العربية يتناقص بمقدار 40 ٪ تقريباً لهذه الفئة العمرية. وبناء عليه، فإن السوق العربية تتألف من حوالي 115 مليون قارئ (محتمل). وما يعقد المشكلة، أن الانخفاض النسبي لديهم في الدخل يعني أن البلدان ذات العدد المرتفع من السكان لديها أسوأ نسبة وصول للكتاب، وهذه النسبة تقيس العلاقة بين متوسط سعر الكتاب ومتوسط نصيب الفرد من الدخل.

مشاكل السياسة التنظيمية

لعقود من الزمن، كان على صناعة الكتاب في العالم العربي الصراع مع التحديات على مستوى السياسة التنظيمية. أولاً، السياسات القائمة في بعض البلدان على ظروف الاقتصاد المخطط - على سبيل المثال في مصر خلال الستينيات -، أدت تلك السياسات إلى زيادة حالة عدم اليقين بشأن الأوضاع القانونية. خلال التأميم لصالح الهيئة المصرية العامة للكتاب التي تأسست في عام 1971 وغيرها من المؤسسات، فإن النشر الذي اشتغل به فيما بعد في القاهرة قد جرى تدميره فعلاً. وثانياً، تستخدم أيضاً قوانين للصحافة ووسائل الإعلام في كل قطر عربي لتنظيم سوق الكتاب. وزارات الإعلام، وأجهزة المخابرات والهيئات الدينية مؤتمنة بفرض الرقابة قبل وبعد، مع تأثير تقييدي على الإبداع وتطوره الحر على بشكل كتاب. أحد الأسباب، مع تراجع مصر، وكون لبنان أصبح مركزاً رائداً للطباعة في العالم العربي، هو من دون شك الطابع الليبرالي نسبياً للرقباء في بيروت. ثالثاً، الدول العربية لديها إنجازات ضئيلة لتظهرها لنفسها عندما يتعلق الأمر بحماية الملكية الفكرية. احترام الملكية الخاصة المادية والفكرية لا يعتبر أمراً بديهياً.

حقوق النشر

بسبب أن العربية كلغة مكتوبة تعبر الحدود الخاصة بالبلدان، فإن البلدان الأخرى - ولكن في كثير من الأحيان بلدان المنشأ أيضاً - مزودة بنسخ القرصنة. هذا بمفرده يمكن أن يكون ضاراً بتطور الكتاب. اللوائح الوطنية بشأن حماية حقوق النشر - حيث وجدت - غير قادرة على التدخل من أجل السيطرة على هذا الأمر. ورغم أن لبنان كان أول دولة عربية توقع على اتفاقية برن عندما قامت في عام 1947، فإن بيروت، لعقود من الزمن، قد تكوّنت بشكل راسخ بوصفها مركزاً لأعمال القرصنة. إن مجرد الانضمام إلى اتفاقية برن لا يعني بأي حال ضماناً بأن التزاماتها سيتم تطبيقها على المستوى الوطني داخل البلد. اليوم فقط يدرك الناشر في بيروت أن التراخي في التعامل مع اللوائح القانونية فيه من المساوئ أكثر مما فيه من الفوائد. بما أن نسخ القرصنة من الكتب العربية قد زادت خارج لبنان - في سوريا، على سبيل المثال، وأيضاً في إيران -، كذلك أيضاً تأتي الدعوات لمزيد من حماية حقوق النشر من الناشرين اللبنانيين.

على الرغم من نقطة البداية السلبية هذه، هناك دلائل على أن حماية الملكية الفكرية ستصبح موضوعاً أكثر أهمية بناء على أساس إقليمي، نظراً إلى أن العضوية في منظمة التجارة العالمية هي الهدف المعلن لجميع الدول العربية. لكن الانضمام إلى منظمة التجارة العالمية يتوقف على الموافقة المسبقة على الاتفاق المتعلق بالجوانب التجارية لحقوق الملكية الفكرية لعام 1994 التي تصبح أكثر وأكثر من أداة للحماية، بدلاً من اتفاقية برن القديمة. ولذلك فإنه ليس من قبيل المصادفة منذ عام 1995 أن عدداً من الدول العربية وافقت على اتفاق الجوانب التجارية لحقوق الملكية الفكرية. أصبحت إمكانية العضوية في منظمة التجارة العالمية حافزاً لاعتماد حماية الملكية الفكرية على المستوى الوطني أيضاً.

التحديات التي تواجه الناشرين

في ظل هذه الخلفية للسياسة التنظيمية، ليس من السهل بالنسبة لشركات النشر العربية تطوير إنتاج الكتاب. عدد قليل من الشركات هي في وضع يمكنها من تطوير مفهوم واضح من حيث المحتوى، وعلى المدى الطويل. في ظل الغياب الفعلي للدراسات التسويقية والاستقصاءات التجريبية لعادات القراءة في البلدان العربية، يبدو أن معظم الناشرين يتصرفون بشكل حدسي. يتم إصدار الطباعات الجديدة مهما كان بيعها، سواء أكان ناجحاً بشكل كبير أم بشكل أقل على مر السنين. الناشر الذي ينشرون عناوين جديدة ولمؤلفين غير معروفين يتعرضون لمخاطر أكبر بكثير. وهذا يعني أنه ليس من غير المألوف للمؤلفين القيام بدعم عمليات نشر أعمالهم، بدلاً من أن يدفع لهم من قبل شركة النشر.

الحقيقة القائلة بأن الجديد والطموح يتطوران فقط بقدر محدود في العربية نجمت أيضاً عن تصور من جانب العقول التجارية بأن السوق صغيرة. يتطلب النشر غير التقليدي في مجالات الأدب القصصي، والعلوم الإنسانية والاجتماعية، مستوى أعلى من التعليم، والحاصلون على ذلك في الدول العربية غالباً ما يقرؤون الكتب بلغات أخرى. يجري التشجيع على هذا من المؤلفين العرب - مثل فاطمة مرنيسي أو عزيز العظمة - الذين يكتبون بلغات أخرى، وترجم أعمالهم إلى العربية فقط بعد ذلك. تأكل العربية لصالح الإنجليزية

والفرنسية لا يمكن تجاهله، ومن المرجح أيضاً أن يكون له تأثير في فقدان حصة السوق من الكتب العربية في أوطان مشتري الكتب العربية.

ومجمل القول، أن الناشرين العرب لا يبدو أنهم يولون الاهتمام الكافي للفئات المستهدفة من أجل المطبوعات الفردية أو قوائم التحرير بكاملها. تحديد سمات القراء، أو الأهم من ذلك، من القراء المحتملين، متخلفة إلى حد كبير. العديد من شركات النشر تتدبر الأمر بإنتاج كتب للاهتمام العام في مجالات الدين والأدب والمجتمع والسياسة، بهدف الوصول إلى أكبر عدد ممكن من القراء. أما تزويد القراء المتكررين الذين يهتمون بمواضيع محددة ضئيل بالمقارنة، على الرغم من أن هذا الأمر بالضبط هنا من المتوقع أن يكون الجزء الأكثر دينامية في السوق. وإذا أخذ الإجحاف القائل بأن "العرب لا يقرؤون" على محمل الجد، فلا بدّ من الاعتراف بأن الأقسام الكبيرة الأكثر أو الأقل من السكان لا تقرأ في الواقع، الأمر الذي يجعل من الأهمية بمكان تحديد الفئات المستهدفة. على أية حال، فإن نوعية إنتاج الكتب يبدو أنها تصبح أكثر أهمية بالنسبة للمستهلكين العرب باعتبارها معياراً للشراء. تعتني دور النشر المملوكة للقطاع الخاص اليوم بقدر كبير بالمظهر الخارجي لمنشوراتها.

التوزيع

ثمة مشكلة رئيسية تكمن في قصور طبيعة البيع والتوزيع. في حين أن الصحف والمجلات توزع نسبياً بسهولة عبر الحدود بين الدول العربية، فإن الكتاب العربي غير مدرج في عملية توزيع فعّالة. أسباب هذا ربما تنطوي على بنية دور النشر العربية. الخلفية التجارية للناشر العربي النموذجي هي الطباع وبائع الكتب. معظم الناشرين لديهم مكباتهم الخاصة، والتي تعرض فيها كتب شركات النشر الأخرى بشكل محدود فقط. على الصعيدين المحلي والإقليمي، ما يزال توزيع الكتب حتى الآن مجالاً غير مستقل من الأعمال بشكل كاف. معارض الكتب هي أهم أداة للبيع في المناطق العربية. أهميتها تتأني من جلب الكتب بكميات كبيرة إلى المراكز التجارية الهامة من أجل التعويض عن قلة التدفق المنتظم للكتب خلال الفترة المتبقية من العام. لكن هذا العنصر الرئيسي في التوزيع جرى إضعافه أيضاً باستمرار إجراء عقبات السياسات التنظيمية. في القاهرة، على سبيل المثال، يشكو الناشر من خارج مصر بانتظام من أن منشوراتهم المعدّة لمعرض الكتاب يتم منعها من قبل سلطات الجمارك أو الرقابة، لذلك تنطوي مشاركتهم دائماً على زيادة في الخطورة التجارية. على الأقل يقوم المنظمون لمعرض الكتاب في جدة بإخبار العارضين مسبقاً بالعناوين التي ليس لها فرصة للعرض في المملكة العربية السعودية.

عدا عن ذلك، لا تملك شركة النشر سوى خيار فتح فروع لها في دول عربية أخرى أو التوصل إلى اتفاق على توزيع الكتب مع ناشرين آخرين في المنطقة. لكن قنوات التوزيع هذه تتجز فقط بمقدار مرونة الاتصالات الشخصية التي تعتمد عليها. نادراً ما كانت هناك حتى الآن أي دلائل على وجود تجارة كتب عبر شبكة الإنترنت تستحق الذكر.