

الدار المصرية اللبنانية

دراسة تحليلية لإنتاجها الفكرى

إعداد: د. حسناء محمود محجوب

أستاذ علوم المكتبات والمعلومات المساعد

بآداب المنوفية

* نشأة الدار وتطورها

أنشئت الدار فى يوليو ١٩٨٥ وأنشأها الأستاذ محمد رشاد. ورغم أن الأستاذ محمد رشاد تخرج من قسم المحاسبة بكلية التجارة جامعة القاهرة عام ١٩٧٧ إلا أنه اشتغل بمهنة النشر منذ عام ١٩٧٠ حيث عمل فى دار الكتاب اللبنانى فى لبنان حتى عام ١٩٧٥ وعاد إلى مصر ليكون مسئولاً عن دار الكتاب المصرى اللبنانى فى القاهرة، واستمر فى هذا الموقع حتى أسس الدار المصرية اللبنانية فى يوليو ١٩٨٥ وقد أطلق عليها هذا الاسم لأنه كان مخططاً لها فى البداية أن تكون داراً لتوزيع الإنتاج الفكرى المصرى فى لبنان، فخبيرة مؤسس الدار فى العمل فى حقل النشر فى لبنان جعلته على دراية كبيرة بسوق الكتاب العربى هناك فى هذه البلد العربية التى تنافس مصر دائماً فى هذا المجال، وبعد بداية عمل الدار كموزع لمدة حوالى عام واحد من إنشائها بدأت تدخل مجال النشر بالإضافة إلى مجال التوزيع كما أنها قامت بالنشر والتوزيع لجميع الدول العربية ولم تقتصر بالطبع على لبنان فقط.

* الإسهامات العددية للدار

والدار المصرية اللبنانية دار نشر عامة غير متخصصة فى مجال موضوعى معين ولكنها تنشر فى جميع مجالات المعرفة البشرية كما أنها تنشر

من المعروف أن نشر الكتب صناعة وأقل ما يمكن أن توصف به هذه الصناعة أنها صناعة خطيرة ومعقدة، خطيرة لأن ناتج هذه الصناعة عبارة عن سلع فكرية تسهم فى خلق معرفة جديدة أو نمو معرفة قديمة فى عقول بشرية وقد يكون هذا الإسهام فى التأثير على هذه العقول بالسلب أو الإيجاب ومن هنا تأتى خطورة هذه الصناعة، أما إنها صناعة معقدة فلأن السلع الناتجة عن هذه الصناعة تختلف فيما بينها فى الشكل والموضوع والمعالجة.... إلخ. ومن هنا يحتاج العمل فى هذه الصناعة إلى فن وخبرة تجارية وإدارية. فهل الدار المصرية اللبنانية تتمتع بهذه المواصفات؟؟

وللإجابة عن هذا السؤال اسمحوا لنا أن نتبع الخطوات التى يمر بها أى مخطوط يأتى به مؤلفه إلى الدار حتى يصبح هذا المخطوط كتاباً يصل إلى يد القارئ وفى خلال هذه الرحلة يتوقف المخطوط داخل الدار فى محطات تمثل كل محطة مرحلة قائمة بذاتها وهى:

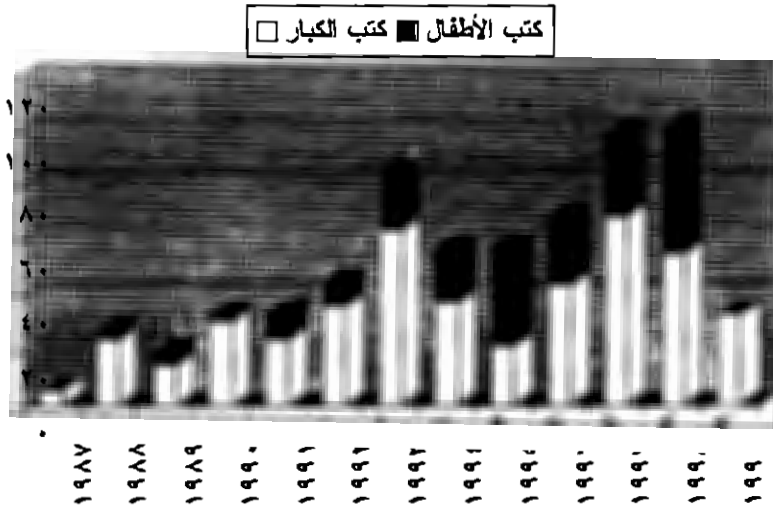
المرحلة الفكرية - المرحلة الفنية - المرحلة التصنيعية - المرحلة التجارية.

وقبل توقفنا فى كل مرحلة فلا بد من التعرف على نشأة الدار وتطورها.

جدول (١) العناوين التي أصدرتها الدار

السنة	كتب الكبار	كتب الأطفال	المجموع
١٩٨٧	٦	٠	٦
١٩٨٨	٢٤	٤	٢٨
١٩٨٩	١٥	٥	٢٠
١٩٩٠	٣١	٢	٣٣
١٩٩١	٢٤	١٠	٣٤
١٩٩٢	٣٦	٩	٤٥
١٩٩٣	٦٤	٢٢	٨٦
١٩٩٤	٣٨	٢٠	٥٨
١٩٩٥	٢٢	٣٦	٥٨
١٩٩٦	٤٤	٢٥	٦٩
١٩٩٧	٦٩	٣١	١٠٠
١٩٩٨	٥٥	٤٧	١٠٢
١٩٩٩	٣٣	٠	٣٣
المجموع	٤٦١	٢١١	٦٧٢
النسبة	٪٦٨,٦	٪٣١,٤	٪١٠٠

شكل بياني يوضح نسبة كتب الكبار إلى كتب الأطفال



للأطفال والكبار وقد ساهمت منذ دخولها مجال النشر وحتى الآن (منتصف ١٩٩٩) بإضافة ٦٧٢ عنواناً من الإنتاج الفكرى العربى للكبار والأطفال ويوضح الجدول التالى رقم (١) توزيع إنتاج الدار على سنوات النشر وقد تم وضع الكتاب فى أول تاريخ نشر به فى الدار وذلك بعد ملاحظة وجود طبعات وإصدارات جديدة لمعظم العناوين التى أصدرتها الدار وصعوبة حصر الفروق بين الإصدارة والطبعة.

ومن الجدول السابق والرسم البيانى التالى له يتضح لنا أن الدار المصرية اللبنانية أسهمت بإنتاج ٦٧٢ عنواناً للكبار والصغار وبلغت نسبة كتب الكبار ٦,٦٨٪ من إنتاجها بينما بلغت نسبة كتب الأطفال ٣١,٤٪. وأعلى إنتاج لهذا الكم جاء عام ١٩٩٨ حيث أصدرت ١٠٢ عنواناً كان نصيب الكبار ٥٥ عنواناً والأطفال ٤٧ عنواناً.

بدأت الدار إنتاجها للكبار عام ١٩٨٧ بستة عناوين ثم توالى العناوين بين الارتفاع والانخفاض حيث بلغ أعلى عدد فى عام ١٩٩٧ فأصدرت ٦٩ عنواناً.

بينما بدأت إنتاجها للأطفال عام ١٩٨٨ بأربعة عناوين فقط وتأرجح العدد بين الارتفاع والانخفاض أيضاً فبلغ أعلى عدد لعناوين الأطفال عام ١٩٩٨ حيث أصدرت ٤٧ عنواناً، بينما عام ١٩٩٩ والذي لم ينته بعد لم تصدر فيه حتى منتصفه (يونية ١٩٩٩) أية عناوين جديدة للأطفال.

وإذا قارنا بين إنتاج هذه الدار وبعض دور النشر الأخرى نجد على سبيل المثال المكتبة الأكاديمية كناشر تجارى دخلت مجال النشر فى مصر عام ١٩٩٠ وأسهمت بعدد ١١٧ عنواناً، حتى عام ١٩٩٥^(١) بينما أسهمت الدار المصرية اللبنانية حتى عام ١٩٩٥ بعناوين بلغت ٢٦٠ عنواناً فإذا استبعدنا ما تم نشره قبل ١٩٩٠ وجدناها أسهمت

بنشر ٢١٥ عنواناً للكبار منذ ١٩٩٠ - ١٩٩٥. أما إذا قارنا إنتاج الدار بإحدى المؤسسات الصحفية فنجد أن مركز الأهرام للترجمة والنشر والذي دخل مجال النشر عام ١٩٨٥ أصدر منذ إنشائه عام ١٩٨٥ وحتى عام ١٩٩٣ إنتاجاً بلغ ١١٤ عنواناً للكبار و٥١ عنواناً للأطفال أى بمجموع ١٦٥ عنواناً^(٢) بينما أنتجت الدار منذ إنشائها عام ١٩٨٧ وحتى عام ١٩٩٣ إنتاجاً بلغ ٢٠٠ عنواناً للكبار و٥٢ عنواناً للأطفال أى بمجموع ٢٥٢ عنواناً.

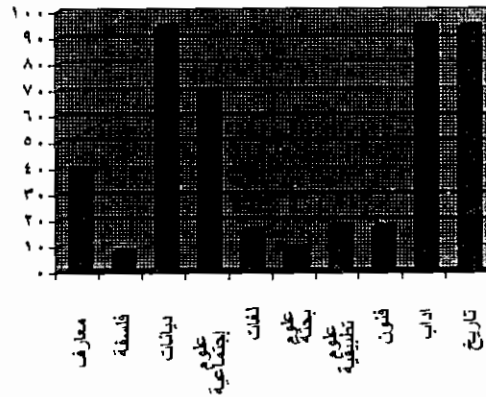
هذا بالنسبة للدور التى بدأت معها فى نفس الفترة الزمنية تقريباً أما إذا قارناها بدار الشروق تلك الدار العريقة النشأة وجدنا أن دار الشروق نشرت فى فترة التسعينيات ١٩٩٠ - ١٩٩٦ عدد عناوين بلغ ٢٢٣ عنواناً^(٣) بينما نشرت الدار المصرية اللبنانية فى نفس الفترة ١٩٩٠ - ١٩٩٦ عدد عناوين بلغ ٢٥٩ عنواناً، ونجد أن دار الشروق نشرت فى عمرها البالغ ٢٨ سنة ٦٣٥ كتاباً للكبار بمعدل ٢٣ كتاباً سنوياً بينما الدار المصرية اللبنانية نشرت فى عمرها البالغ ١٣ سنة ٤٦١ عنواناً للكبار بمعدل سنوى يبلغ ٣٥ عنواناً سنوياً، وبالنسبة لكتب الأطفال أصدرت دار الشروق ٤٠٩ عناوين منذ إنشائها عام ١٩٦٨ وحتى ١٩٩٦ أى بمعدل ١٥ عنواناً سنوياً بينما الدار المصرية اللبنانية أصدرت ٢١١ عنواناً منذ إنشائها عام ١٩٨٧ وحتى منتصف عام ١٩٩٩ أى بمعدل ١٦ عنواناً سنوياً.

ومن هذه المقارنة السريعة يتضح لنا أن الدار المصرية اللبنانية وهى مازالت فى مرحلة الطفولة المتأخرة أو الشباب قد تساوت فى إصداراتها أو تفوقت فى بعض الأحيان على دور نشر عريقة فى مجال النشر فى مصر كما أنها تفوقت بمراحل كثيرة على دور نشر مصرية بدأت معها فى نفس الفترة الزمنية تقريباً.

جدول (٢): التوزيع الموضوعي لإنتاج الدار

الموضوع	١٩٨٧	١٩٨٨	١٩٨٩	١٩٩٠	١٩٩١	١٩٩١	١٩٩٣	١٩٩٤	١٩٩٥	١٩٩٦	١٩٩٧	١٩٩٨	١٩٩٩	المجموع
٠٠٠	٠	٢	١	١	٠	٣	٥	٥	٠	٤	١١	٧	١	٤٠
١٠٠	٠	٠	٠	٤	١	٠	١	٠	٠	٠	٢	٠	٠	٨
٢٠٠	٠	١٢	١	١٠	٦	٦	١٩	١٠	٩	٧	٣	٨	٣	٩٤
٣٠٠	١	٦	٤	٨	٣	٥	١٦	٣	٣	٩	٥	٥	٢	٧٠
٤٠٠	٠	١	٠	٠	٦	٠	٠	٢	٠	٣	١	٣	٠	١٦
٥٠٠	٠	٠	١	٠	١	٠	٢	٠	٠	١	٣	١	٠	٩
٦٠٠	١	٠	٢	١	٣	١	٢	٢	٠	١	١	١	٣	١٨
٧٠٠	١	١	١	١	٣	١	٣	٢	٠	٣	٣	٠	٠	١٧
٨٠٠	١	١	٠	٣	٥	٦	١٠	١٢	٤	٩	٢١	١١	١٢	٩٥
٩٠٠	٢	١	٥	٣	٥	٥	٧	٤	٥	٧	١٩	١٩	١٢	٩٤
المجموع	٦	٢٤	١٥	٣١	٢٤	٣٦	٦٤	٣٨	٢٢	٤٤	٦٩	٥٥	٣٣	٤٦١

شكل بياني يوضح التوزيع الموضوعي لإنتاج الدار



مجال تعليم اللغة لغير الناطقين بها سواء في صورة حوارات لمواقف معينة أو حوارات تعليمية عامة بالإضافة إلى موسوعة تعليمية إنجليزية - عربية ومصطلحات مهنية وحرفية. كما أصدرت الدار عنوانين لتعليم اللغة الألمانية وعنوانا واحدا لتعليم قواعد اللغة الفرنسية. وكانت سنة ١٩٩٢ أكثر السنوات نشرًا للغات ثم عامي ١٩٩٦ و ١٩٩٨ ثم عام ١٩٩٤ فعام ١٩٨٨ و ١٩٩٧ ولم تنشر الدار كتبًا في موضوع اللغات في باقي السنوات.

* يعتبر مجال العلوم البحتة مثل مجال الفلسفة

* الإسهامات الموضوعية للدار

إذا كانت الدار المصرية اللبنانية أسهمت بكم يبلغ ٤٦١ عنوانًا للكبار فالجدول رقم (٢) والرسم البياني التالي له يوضحان توزيع هذا الكم على الموضوعات حسب تصنيف ديوي العشري.

ويتضح لنا من الجدول والرسم البياني أن: نصيب اللغة العربية ٤ عناوين شملت مجالات النحو والحروف العربية والإلقاء أما اللغة الإنجليزية فبلغ عدد عناوينها ٩ عناوين جاءت معظمها في

٦، ٥ عناوين في كل من عامي ١٩٩٢ و ١٩٩١ على التوالي، ٣ عناوين عام ١٩٩٠ فنون واحد في كل من ١٩٨٧ و ١٩٨٨ ولم يتم نشر أية كتب أدبية عام ١٩٨٩.

* أما موضوعات التاريخ والجغرافيا والرحلات فتعتبر من مجالات الاهتمام الكبير للدار المصرية اللبنانية حيث بدأت بعنوانين مع بداية إنشاء الدار عام ١٩٨٧ تلاهما عنوان واحد عام ١٩٨٨ ثم استمرت في ارتفاع عدد العناوين في هذا المجال فبلغ ٣ عناوين ١٩٩٠، ٤ عناوين ١٩٩٤، ٥ عناوين في كل من ١٩٨٩، ١٩٩١، ١٩٩٢، ١٩٩٥، ٧ عناوين في كل من ١٩٩٣، ١٩٩٦، ١٢ عنوانا عام ١٩٩٩ ثم بلغ أكثر ارتفاعا عامي ١٩٩٧، ١٩٩٨ حيث وصل ١٩ عنوانا. جاء العدد الأكبر من هذا الإنتاج في مجال التراجم فبلغت ٦٤ عنوانا لتراجم أشخاص في مختلف المجالات الموضوعية ثم ٢٧ عنوانا في تخصص التاريخ جاءت جميعها في تاريخ مصر القديمة والفرعونية والحديثة وكذا تاريخ العالم العربي والإسلامي وأخيرا ٣ عناوين في مجال الرحلات.

أما كتب الأطفال فمن الصعب توزيعها موضوعيا وقد حرصت الدار على إصدارها في سلاسل تنوعت هذه السلاسل بين المعالجة الموضوعية والمعالجة العمرية لأعمار الأطفال الموجه إليهم هذه السلاسل والجدول التالي رقم (٣) يوضح اسم السلسلة وعدد حلقاتها.

* التنظيم الداخلي للدار (الإداري)

تباشر الدار نشاطها في موقعها الكائن بالدور الثالث في ١٦ شارع عبد الخالق ثروت بالقاهرة ولا تمتلك بعد ذلك سوى مخازن داخل القاهرة أيضا، ويرفض صاحب أي عمل أن يدلي ببيانات عن ميزانية عمله وبالتالي لا نستطيع أن نقدر حجم ميزانية الدار بالتحديد. أما التقسيم الإداري للدار فهو عبارة عن خمسة أقسام إدارية وهي أقسام النشر -

من أقل المجالات نشرًا بالدار حيث نشرت ٩ عناوين فقط جاءت ٦ منها تمثل ٦ أجزاء لموسوعة علمية صدرت على سنوات متفرقة ١٩٨٩، ١٩٩٢، ١٩٩٣، ١٩٩٧، ١٩٩٨ وكتاب عن الحشرات وكتابان عن علوم الحياة.

* بلغ إنتاج العلوم التطبيقية ١٨ عنوانا ١٠ منها في مجالات الطب المختلفة منها الأمراض والصحة العامة والإسعافات... إلخ. وثلاثة عناوين في محاصيل الحدائق ونباتات الزينة وكتابان في التغذية وكتابا واحدا في كل من الفندقة والآفات الزراعية والإعلان. وتراوح الإنتاج السنوي بين كتاب وكتابين وثلاثة كتب ولم يتم النشر في هذا الموضوع في عامي ١٩٨٨ و ١٩٩٥.

* أما الفنون فنشرت فيها الدار ١٧ عنوانا تنوعت ما بين ٧ عناوين في مجالات الترفيه شملت الرياضة والمسرح والسينما و٤ عناوين في العمارة وعنوانين في النحت والزخرفة وعنوان واحد في كل من الرسم اليدوي وفنون النسيج والديكور والتصوير. وتراوح الإنتاج السنوي بين كتاب وكتابين وثلاث كتب ولم يتم النشر في هذا المجال في سنوات ١٩٩٤، ١٩٩٨، ١٩٩٩.

* أما الأدب فيعتبر أكثر الموضوعات إنتاجا للدار المصرية اللبنانية حيث نشرت ٩٥ عنوانا حصلت القصص على نصف هذا العدد تقريبا فبلغت ٤٣ عنوانا وتنوعت ما بين قصص مسرحية وقصص روايات وقصص من رسائل... إلخ. وجاءت الدراسات الأدبية في المرتبة الثانية بعد القصص حيث شملت ٢٥ عنوانا وتلاها أدب الفكاهات والأحاجي ١٣ عنوانا ثم الشعر ١١ عنوانا وأخيرا أدب الأطفال ٣ عناوين. ويعتبر عام ١٩٩٧ أكثر الأعوام نشرًا لكتب الأدب حيث نشر فيه ٢١ عنوانا يليه عامي ١٩٩٤ و ١٩٩٩ حيث نشر ١٢ عنوانا في كل منهما، فعام ١٩٩٨ (١١) عنوانا، ١٠ عناوين عام ١٩٩٣، ٩ عناوين عام ١٩٩٦ ثم

فى أى مجال موضوعى يعطى للعميل الثقة فى التعامل مع الدار كما يوفر مجهود الدار والعميل فى فهم كل منهما الآخر، أما العنصر المكمل للمؤهل وهو الخبرة فالدار كفيلة بأن تدرب العاملين بها على اكتساب الخبرة فى كل إدارة من إداراتها. ولتبدأ بعد هذه السياحة داخل الدار برحلة المخطوطة من يد المؤلف إلى يد القارئ حيث تتوقف فى أثناء رحلتها فى محطات تمثل مراحل هى:

الإنتاج - التسويق - الحسابات - المخازن، ويعمل فى هذه الأقسام حوالى ٤٠ فردا. وكما ذكر مؤسس الدار أن العمل فى الدار بدأ بثلاثة موظفين فقط ومع ازدهار ونمو العمل بالدار ازداد عدد الموظفين بها ولا يهم نوع المؤهل للشخص الذى يريد العمل بالدار ولكن ما يهم هو المجهود والإخلاص والافتناع بالعمل فى صناعة النشر فنوع المؤهل لا يفيد مجال النشر كثيرا ولكن وجود شخص مؤهل علميا

جدول (٣) : السلاسل التى تصدرها الدار

عدد الحلقات	اسم السلسلة
١٦	سلسلة طفولة كل شىء
١٥	سلسلة أريد أن أعرف
١٥	سلسلة الرحالة العرب والأجانب
١٢	حكايات مدرسية ضاحكة
١٠	سلسلة أصدقائي
١٠	سلسلة الفتى القوى
١٠	سلسلة اللقاء الفريد بين علماء العرب وعلماء الغرب
١٠	سلسلة حكايات الياسمين
١٠	سلسلة حكايات عائلية
١٠	سلسلة رحلة فى عالم
١٠	سلسلة غنوة وحدوة
١٠	سلسلة قصتي الجميلة
١٠	سلسلة مغامرات موجة بحر
٨	دائرة المعارف الصغرى للتلوين
٦	سلسلة بيبو
٦	سلسلة ماذا لو أننى
٥	سلسلة البيئة
٥	سلسلة بستان الحكايات
٥	سلسلة حكايات توشكى
٥	سلسلة دهشة
٥	سلسلة فرسان الغد
٥	سلسلة كيف ترسم
٥	المكتبة الذهبية
٤	سلسلة موسوعة الحيوان
١	سلسلة الفنان الصغير
١	سلسلة من الألف إلى الياء
٢٠٩	المجموع

المرحلة الأولى: مرحلة فكرية

المصري مازال معتادا أكثر على الكتابة بالقلم وبيده بعيدا عن الوسائل التكنولوجية ربما لتعود وحى هذا المؤلف على النزول عليه وهو يمسك الورقة والقلم وربما لأن جيل الحاسب الآلى الذى اعتاد على استخدامه منذ الصغر مازال فى مرحلة عمرية صغيرة لم تصل إلى درجة التأليف.

وبمجرد أن يأتى المخطوط للدار يتم فحصه ويكون الفحص فى البداية فحصا عاما يقوم به صاحب الدار بنفسه يقرأ فيه أحيانا العمل قراءة كاملة وأحيانا أخرى يقرأ فقرات أو يتفحص العمل بصورة عابرة ويتوقف ذلك على التخصص الموضوعى للعمل، المؤلف، الحجم... إلخ، فإذا وجد هذا العمل صالحا للنشر بالدار بصورة عامة يتجه المخطوط إلى خطوة أخرى فى الفحص وهى الخطوة الأهم والتي يقوم بها مستشار الدار فى التخصص الموضوعى للعمل، فالدار لديها مستشارون فى كافة التخصصات الموضوعية تختارهم بحيث يتوافر فيهم شروط الأمانة والخلق والعلم والكفاءة والحيدة، ويتوقف قبول العمل أو رفضه على رأى المستشار وهذا المستشار ليس من العاملين بالدار ولكنه يتقاضى مكافأة نظير كل عمل يقوم بفحصه فإذا تمت الموافقة على النشر من قبل هذا المستشار يذهب المخطوط إلى خطوة ثالثة وأخيرة فى الفحص وهى العرض على المراجع اللغوى ومراجع النشر وهو من موظفى قسم النشر بالدار فتم مراجعة خاصة بالاحتمالات واحتياجات السوق... وما إلى ذلك من نظرة تجارية وتصنيعية خاصة بالدار. وجميع المخطوطات التى تأتى للدار تمر بهذه المراحل من الفحص وذلك فيما عدا المؤلفين الذين اعتادوا التعامل مع الدار والذين يمكن أن نطلق عليهم مؤلفى الدار وكذلك الكثير من أساتذة الجامعات والمؤلفين الكبار الذين يخافون أكثر من الدار على أسمائهم ويحافظوا بأنفسهم عليها بين قرائهم ومحبيهم.

ولا نقصد بهذه التسمية أنها مرحلة التأليف التى يقوم بها المؤلف وحده ولكننا نقصد هنا أنها مرحلة تبدأ بمجرد انتهاء المؤلف من التأليف وأخذه قرار نشر العمل فى الدار المصرية اللبنانية، فهى مرحلة تكون فيها المخطوطة بين المؤلف والناشر، ونعنى بها كيفية وصول المخطوطة إلى الدار، وكيف يتم تقييمها أو تحكيمها... إلخ، وكيف يتم الاتفاق مع المؤلف أو المسئول عن المحتوى الفكرى... وما إلى ذلك من أمور تتعلق بهذه المرحلة.

وبالنسبة للحصول على المخطوطة فإن نسبة ٧٥٪ مما يأتى للدار يكون عن طريق المؤلف نفسه أما نسبة الـ ٢٥٪ فيتم تكليف المؤلفين بها، ورغم إيمان مؤسس الدار بأهمية التكليف للمؤلف وأن هذا هو دور الناشر الذى يمثل الوسيط بين المؤلف والقارئ والذى يكون على دراية وصلة وثيقة بالقارئ ومتطلباته وبسوق النشر واحتياجاته إلا أنه يصعب على المؤلف المصرى أن يفهم هذا المعنى وبالتالي فإنه نادرا ما يوافق مؤلف وخاصة إذا كان مؤلفا غير مبتدئ أن يتلقى تكليف بالكتابة فى موضوع ما يعرضه عليه الناشر.

ورغم إيمان الدار بأن تقديم المخطوط بشكل جيد يعتبر احتراما للدار إلا أنها لا تشترط شروطا معينة لتقديم المخطوط فقط مجرد خط يد واضح أو مكتوبا بالآلة الكاتبة أو بالكمبيوتر أو على ديسك... إلخ. ومن خبرة التعامل مع المؤلفين يقول مسئول الدار أنه توجد صعوبات كبيرة فى هذا المجال، فالكثير من المؤلفين ليس لديهم وقت للكتابة والتصحيح على أية أداة للكتابة ويأتى بالمخطوط بخط اليد وأحيانا بالصورة التى كتبها أول مرة والتى يكثر فيها الشطب والحو والإلغاء والتعديل... إلخ. ورغم انتشار الكمبيوتر وسهولته إلا أننا نجد هذه الشكوى من معظم دور النشر المصرية. ويبدو أن المؤلف

أو المدرس... إلخ. وتكون النسبة في المتوسط ١٥٪ من سعر الغلاف ولا تلجأ الدار للنشر على حساب المؤلف إلا في حالات نادرة وهي الإبداع الأدبي لأن بعضها يعتمد فيه الإبداع على رؤية المؤلف فيختلف عن بعض الاتجاهات للناس.

ويكون الاتفاق مع المؤلف رسمياً مكتوباً فيتم تحديد كل الشروط التي ترضى الطرفين ولا تتعاقد الدار على أية مؤلفات مستقبلية ولكن يتم التعاقد على عمل انتهى وتم فحصه إلا في حالة الموسوعات فيمكن أن يتم التعاقد على أن ينص في العقد على كيفية إمداد الدار بأجزاء منها على التوالي، وتتعامل الدار مع الورثة بنفس طريقة التعامل مع المؤلف.

تستمر المخطوطة في هذه المرحلة ما بين ثلاثة إلى خمسة شهور على الأكثر ويؤكد مسئولو الدار أن علاقة الصداقة بين الناشر والمؤلف هي أكبر حافز للالتئيم على الاستمرار في صناعة النشر لذا فإن الدار دائماً تعمل على توطيد علاقتها بالمؤلفين ويثبت لنا ذلك تطور عدد المؤلفين الذين تعاملت معهم الدار منذ إنشائها وحتى الآن والذي يوضحه تحليل الإنتاج الفكري الخاص بالدار والذي تم عن طريق تحليل قوائم إصدارات الدار^(٤) مع ملاحظة الآتي في أثناء الإحصاء والتحليل.

أ - استبعاد كتاب المقدمات والمراجعين... إلخ أو أية وظيفة مساندة للمسؤولية الفكرية وذلك فيما عدا الرسام لكتب الأطفال.

ب - معاملة المترجمين والمحققين معاملة المؤلف.

ج - حساب عدد المؤلفين عام ١٩٨٧ على أنهم مؤلفون جدد أى أنهم جدد في تعاملهم مع الدار أما بعد عام ١٩٨٧ فيعتبر المؤلف جديداً إذا كان يتعامل مع الدار لأول مرة ويعتبر قديماً إذا سبق وتعامل معها في سنوات سابقة.

وللفاحص الحق في وضع أية تعديلات على العمل وعلى المؤلف أن يوافق عليها أو يناقشها مع الدار، فإذا لم يتفقا في وجهة النظر يتم رفض العمل.

ولا توجد صيغة موحدة للرفض فلكل عمل سبب أو أسباب لرفضه تختلف من عمل لآخر وفي حالة الرفض يتم مقابلة المؤلف والاعتذار له ويمكن أن يتم توجيهه إلى دار نشر أخرى إذا كان الرفض بسبب عدم تخصص الدار في موضوع العمل. وبالتالي فإن العوامل التي تؤثر على ترجيح نشر أى عمل جودة الموضوع والمعالجة والسيطرة على جوانبه المختلفة ووضوح الأسلوب، ولا تؤثر درجة شهرة المؤلف على قبول أو عدم قبول عمل ما فالدار تشجع المؤلف المبتدئ إذا شعرت أن لديه موهبة، بل إنها تقدم له النصيحة والتوجيه وأحيانا التدريب على بعض الكتابات أو الأساليب في العرض والكتابة. كما لا تؤثر نسبة توقع رواج العمل على اختياره للنشر وذلك لأن الدار تؤمن بأن العمل الجيد سوف يفرض نفسه بمرور الوقت وأن هناك أعمالاً يلتصق اسمها دائماً بدار النشر التي نشرتها بل وتكون من العلامات البارزة في هذه الدار، وقد أصدرت الدار على سبيل المثال بعض الموسوعات والقواميس ودوائر المعارف... إلخ، مما يطلق عليه النشر الصعب.

أما بالنسبة للتعامل مع المؤلف فالدار تتعامل بأية طريقة يختارها المؤلف، إما نسبة مئوية من سعر الغلاف أو مبلغ للطبعة عند التعاقد أو شراء الكتاب أو استغلاله فقط أو تعطى الدار مكافأة للمؤلف إذا كانت الدار هي التي صرفت على العمل، وترك الدار حرية اختيار الطريقة لكل مؤلف دون تدخل منها وإن كان معظم المؤلفين والدار أيضاً تفضل دائماً النسبة المئوية من سعر الغلاف وتختلف هذه النسبة حسب درجة شهرة المؤلف أو درجته الوظيفية، فمثلاً الأستاذ يختلف عن الأستاذ المساعد

جدول (٥) التعامل مع مؤلفي الفلسفة

عدد المؤلفين	عدد الكتب
١	٣
١	٢
٣	١

مع ٤٦ مؤلفاً نشرت لهم ٩٤ عنواناً والجدول التالي رقم (٦) يوضح عدد مرات التعامل مع كل مؤلف.

جدول (٦) التعامل مع مؤلفي الدين الإسلامى

عدد المؤلفين	عدد الكتب
١	٩
١	٨
١	٥
٦	٤
٤	٣
٦	٢
٢٧	١

مؤلف واحد نشرت له الدار ٩ كتب وهو أحمد عبد الله باجور وآخر نشرت له الدار ٨ كتب وهو أحمد عبد الرحيم السايح، كما نشرت لمحمد رجب البيومى ٥ كتب ونشرت لستة مؤلفين ٤ كتب ولأربعة مؤلفين ٣ كتب ولستة مؤلفين كتابين ولـ ٢٧ مؤلفاً كتاباً واحداً فقط.

٤ - وفى مجال العلوم الاجتماعية تعاملت الدار مع ٣٦ مؤلفاً نشرت لهم الدار ٧٠ عنواناً وجاء عدد مرات التعامل مع المؤلفين كما يوضحها الجدول المرفق، ومنه يتضح أن هناك:

٢٠ مؤلفاً نشرت لهم الدار أكثر من عنوان، ١٦ مؤلفاً نشرت لهم عنوان واحد فقط فى هذا المجال وتراوح بين ٣ مؤلفين نشرت لكل منهم ٦ كتب ومؤلف واحد نشرت له ٥ كتب ومؤلفين

وقد أظهرت التحليلات لكتب الكبار ما يلى:

١ - بلغ عدد مؤلفي كتب المعارف العامة ٢١ مؤلفاً ويوضح الجدول التالى رقم (٤) عدد مرات التعامل مع كل منهم.

جدول (٤) التعامل مع مؤلفي المعارف العامة

عدد المؤلفين	عدد الكتب
١	١٣
١	٦
٢١	٥
١	٤
٢	٣
١	٢
١٣	١

ويتضح لنا من الجدول السابق أن هناك مؤلفاً واحداً فقط نشرت له الدار ١٣ عنواناً وهو الدكتور شعبان خليفة ومؤلفاً نشرت له الدار ٦ عناوين وهو الدكتور محمد فتحى عبد الهادى ومؤلفين نشرت لهما الدار خمسة عناوين وهما الدكتور حسن عبد الشافى والدكتورة نبيلة جمعة ثم أربعة كتب للدكتورة يسرية زايد وثلاثة كتب لكل من محمد السعيد خشبه وحسن عماد مكاوى وكتابين للدكتور جمال الخولى كما نشرت الدار كتاباً واحداً فقط لـ ١٣ مؤلفاً.

٢ - أما فى مجال الفلسفة وعلم النفس فقد تعاملت الدار مع ٦ مؤلفين لنشر ٨ عناوين. ومؤلف واحد نشرت له الدار ثلاثة كتب وهو سيد صديق عبد الفتاح ثم نشرت لعبد الحكيم العفيفى كتابين ونشرت لباقي المؤلفين كتاباً واحداً فقط فى هذا المجال.

٣ - تعاملت الدار فى مجال الدين الإسلامى

جدول (٧) التعامل مع مؤلفي العلوم الاجتماعية

عدد المؤلفين	عدد الكتب
٣	٦
١	٥
٢	٤
٣	٣
١١	٢
١٦	١

نشرت لهم ٤ كتب و ٣ نشرت لكل منهم ٣ و ١١ مؤلفا نشرت لكل منهم كتابين فقط.

٥ - ونجىء كتب اللغات التي نشرتها الدار والتي بلغت ١٦ عنوانا قام بتأليفها ١١ مؤلفا، مؤلف واحد وهو شحاته محمد شحاته تعامل مع الدار في ٩ عناوين ومؤلفين تعاونوا مع الدار في عنوانين لكل منهما وباقي المؤلفين تعاونت مع الدار في عنوان واحد فقط.

جدول (٨) التعامل مع مؤلفي اللغات

عدد المؤلفين	عدد الكتب
١	٩
٢	٢
٨	١

٦ - وفي مجال العلوم البحتة تعاملت الدار مع ٣ مؤلفين لنشر ٩ عناوين، والأول نشرت له الدار ٦ كتب والثاني كتابين والثالث كتاب واحد فقط.

جدول (٩) التعامل مع مؤلفي العلوم البحتة

عدد المؤلفين	عدد الكتب
١	٦
١	٢
١	١

٧ - أما العلوم التطبيقية فجاء نصيب التعامل

مع مؤلفيها لكتابة ١٨ عنوانا بواسطة ١٥ مؤلفا. ثلاثة كان نصيب كل منهم ٣ كتب وباقي المؤلفين كان نصيب كل منهم كتاب واحد.

جدول (١٠) التعامل مع مؤلفي العلوم التطبيقية

عدد المؤلفين	عدد الكتب
٣	٣
١٢	١

ولأول مرة تتعامل الدار في النشر مع هيئة حيث نشر للمركز الدولي للعلاج الطبيعي، ويرى مسئول النشر بالدار أن تجربة التعامل مع مؤلف هيئة غير مريحة وأن الهيئات المصرية لا تعنى ما هو دورها أو حدودها وكيفية محاسبتها مع الناشر، ولذا فلم تحاول الدار الدخول في هذه التجربة مرة أخرى.

٨ - قام ١٥ مؤلفا بتأليف ١٧ عنوانا في مجال الفنون، لم تتعامل الدار مع مؤلف أكثر من مرتين في هذا المجال.

جدول (١١) التعامل مع مؤلفي الفنون

عدد المؤلفين	عدد الكتب
٤	٢
١١	١

٩ - ويجى الأدب ذو ال ٩٥ عنوانا لتتعامل الدار مع ٥٨ مؤلفا ٤٢ مؤلفا نشرت لهم الدار

جدول (١٢) التعامل مع مؤلفي الآداب

عدد المؤلفين	عدد الكتب
١	٩
١	٧
١	٦
١	٥
١	٤
١١	٢
٤٢	١

إلا أن هناك بعض المؤلفين قاموا بالتأليف في أكثر من موضوع واحد ف تكررت أسماءهم في الموضوعات المختلفة فإذا كان لنا أن نحسب عدد المؤلفين الذين تعاملت معهم الدار في جميع المجالات فيوضحها الجدول التالي رقم (١٥) والذي يظهر لنا أن الدار المصرية اللبنانية تعاملت مع ٢٠٠ مؤلف في خلال عمرها البالغ ١٣ سنة وأن أكثر مؤلف تعاملت معه هو الدكتور شعبان خليفة الذي نشرت له ١٣ كتابا ثم مؤلفين نشرت لكل منهما ١٢ كتابا وهما سيد صديق عبد الفتاح ومختار السويقي ثم ثلاثة مؤلفين نشرت لكل منهم ١١ كتابا، فتحى العشرى، شحاته محمد شحاته، محمد كامل عبد الصمد، ثم مؤلف واحد وهو أحمد عبد الله باجور نشرت له الدار ١٠ كتب... وهكذا حيث نشرت لـ ١٠٨ مؤلف عمل واحد فقط.

جدول (١٥) المؤلفون الذين تعاملت معهم الدار تبعا لعدد المرات

عدد المؤلفين	عدد العناوين
١	١٣
٢	١٢
٣	١١
١	١٠
٣	٩
٤	٨
٣	٧
٣	٦
٩	٥
١٢	٤
١٧	٣
٣٤	٢
١٠٨	١

أما بالنسبة لتوزيع المؤلفين حسب تعاملهم مع

كتاب واحد فقط في مجالات الأدب و ١١ مؤلفا نشرت لهم كتابين ومؤلف واحد نشرت له ٤ كتب وآخر نشرت له ٥ وآخر نشرت له ٦ وآخر نشرت له ٧، وآخر ٩ كتب.

١٠ - ونشرت الدار لـ ٦٢ مؤلفا ٩٤ عنوانا في مجال التاريخ والجغرافيا والتراجم.

جدول (١٣) التعامل مع مؤلفي التاريخ

عدد المؤلفين	عدد الكتب
١	٦
٢	٥
١	٤
٥	٣
٩	٢
٤٤	١

حيث نشرت لـ ١٨ مؤلفا أكثر من كتاب واحد ونشرت للباقي عددا من العناوين يتدرج من عنوانين إلى ٦ عناوين.

وإذا كان توزيع المؤلفين على ما نشره في الدار تبعا للموضوعات التي قاموا بتأليفها يوضح أن عدد المؤلفين ٢٧٣ مؤلفا كما في الجدول التالي والرسم البياني التالي له.

جدول (١٤) المؤلفون الذين تعاملت معهم الدار تبعا للموضوع

الموضوع	عدد المؤلفين
المعارف العامة	٢١
الفلسفة وعلم النفس	٦
الديانات	٤٦
العلوم الاجتماعية	٣٦
اللغات	١١
العلوم البحتة	٣
العلوم التطبيقية	١٥
الفنون	١٥
الآداب	٥٨
التاريخ	٦٢
المجموع	٣٧٣

شكل بياني للمؤلفين الذين تعاملت معهم الدار وفقاً للموضوع



جدول (١٦) المؤلفون حسب تعاملهم مع الدار سنوياً

السنة	مؤلفون جدد	مؤلفون قدامى	مجموع
١٩٨٧	٤	٠	٤
١٩٨٨	١٦	١	١٧
١٩٨٩	٧	٨	١٥
١٩٩٠	١٧	٦	٢٣
١٩٩١	١٨	٥	٢٣
١٩٩٢	١٧	١٥	٣٢
١٩٩٣	٢٥	٢١	٤٦
١٩٩٤	١٤	٢٠	٣٤
١٩٩٥	١٠	١١	٢١
١٩٩٦	١٥	٢٤	٣٩
١٩٩٧	٢٢	٢٨	٥٠
١٩٩٨	٢٣	١٧	٤٠
١٩٩٩	١٣	١٧	٣٠

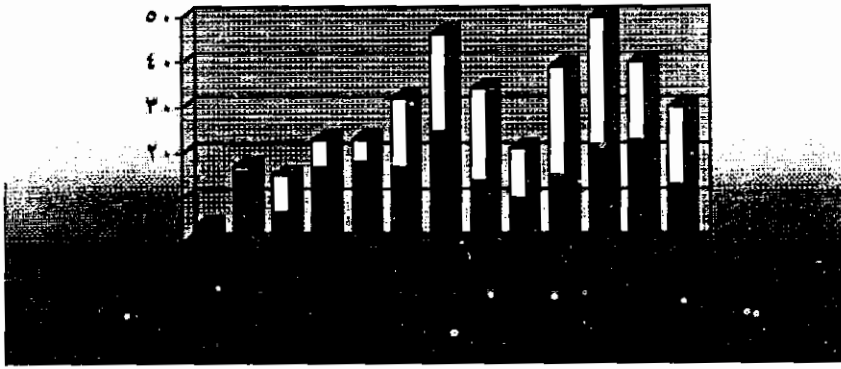
الدار سنوياً فالجدول التالي رقم (١٦) يوضح لنا ذلك.

ونلاحظ أن أعلى سنة تعاملت فيها الدار مع المؤلفين هي سنة ١٩٩٧ حيث تعاملت مع ٥٠ مؤلفاً منهم ٢٢ جدد أى يتم التعامل معهم لأول مرة خلال هذا العام و٢٨ قدامى سبق التعامل معهم خلال الأعوام السابقة. وباقى السنوات كما يوضحها الجدول والرسم البياني.

أما إذا قارنا بين تعامل الدار مع المؤلف الرجل والمؤلفة المرأة وجدنا الدار تعاملت مع ١٨٠ مؤلفاً و٢٠ مؤلفة وبسؤال مسئول الدار صرح بأن الدار لا تفرق بين كون العمل تقدم به إليها مؤلف أو مؤلفة، المهم هو جودة العمل وسوف نعتبر أن هذه الإجابة هي الخاصة بدار النشر ونتوجه بهذا السؤال إلى المؤلف والمؤلفة في دراسة أخرى بإذن الله لنحلل اتجاهات التأليف بين كل منهما.

وإذا تركنا كتب الكبار واتجهنا إلى كتب الأطفال وجدنا انعكاس حقيقى لمشكلة مؤلفى

شكل بياني يوضح نسبة المؤلفين القدامى إلى المؤلفين الجدد



معه الدار هو الأستاذ عبد التواب يوسف الذى كتب للدار ٧٤ عنوانا للأطفال تمثل نسبة ٣٦٪ مما نشرته الدار للأطفال. ويأتى التعامل مع باقى المؤلفين بإعداد كما يوضحها الجدول فنشرت لمؤلف ٢٦ عنوانا ولآخر ٢٠ ولثالث ١٦ ثم ١٥ وجاء ثلاثة مؤلفين نشرت لكل منهم ١٠ عناوين

جدول (١٥) الرسامون الذين تعاملت معهم الدار تبعا لعدد المرات

ورسامى كتب الأطفال فى مصر فالدار تعاني من ندرة المؤلف والرسام الجيد الذى يصلح للكتابة أو الرسم للأطفال، لذا فقد اقتصرنا فى تعاملنا مع ١٣ مؤلفا و١٣ رساما فقط والجدولان التاليان يوضحان عدد مرات التعامل مع كل منهم.

وكما يوضح الجدول أن أكثر مؤلف تعاملت

جدول (١٥) المؤلفون الذين تعاملت معهم الدار تبعا لعدد المرات

عدد المرات	اسم الرسام
٤٢	عادل البطراوى
٢٨	صالح وحيد
٢٧	محمد فايد
٢٥	منال بدران
٢٢	فريدة عويس
١٦	سهام سليمان
١٥	محمد قطب
١٠	أسامة أحمد نجيب
٦	عزة الحلوانى
٥	إسماعيل دياب
٥	محمد أبو طالب
٣	ثابت عبد المنعم
١	حسن السعدى
٣٠٥	المجموع

عدد المرات	اسم المؤلف
٧٤	عبد التواب يوسف
٢٦	وفاء أشرف
٢٠	إسماعيل عبد الفتاح
١٦	يعقوب الشارونى
١٥	سامى البجيرمى
١٠	أحمد نجيب
١٠	حمدى عمارة
١٠	عواطف الشربى
٥	السيد القماحى
٥	ثرى أبو زيد
٥	هدى مصطفى
٥	هشام الصياد
٤	شفيق مهدي
٣٠٥	المجموع

قد انتهى إعداد المخطوط وجاهز للانتقال إلى المرحلة التالية.

المرحلة الثالثة: المرحلة التصنيعية

وفيها ينتقل المخطوط من الدار إلى خارج الدار ليتم طباعته، فالدار لا تملك مطابعاً خاصة بها ويتم التعامل مع مطابع القطاع الخاص ويتولى قسم الإنتاج بالدار متابعة المخطوط فى هذه المرحلة كما يقوم القسم بمراجعة برروفات الطباعة ويشارك المؤلف فى تصحيح هذه البروفات وتقوم الدار بشراء الورق اللازم للطباعة فى معظم الأحيان وذلك لضمان جودته ورخص سعره ولتفادى العمولات التى تأخذها المطابع فى مثل هذه الحالات.

أما إعادة الطبع لأى عنوان فتختلف إجراءاتها بين الأعمال وبعضها، ويتوقف ذلك على الاتفاق مع المؤلف والعقد المبرم بينه وبين الدار.

ويتم تجليد جميع نسخ الطبعة بالكامل ويتوقف نوع التجليد على نوعية الكتاب، فالبعض لا بد أن يكون التجليد فيه ورقى فقط ليظهر الكتاب بسعر رخيص والبعض يلزم وجود غلاف مقوى وخاصة إذا كان العمل من المراجع كالموسوعات والقواميس والبعض يمكن أن يظهر بنوعين من التجليد: ورقى وغلاف مقوى، ولا تختلف نوعية التجليد بين الإنتاج للسوق المصرى أو الإنتاج للتصدير.

المرحلة الرابعة: المرحلة التجارية

وهى المرحلة التى ينتقل فيها الكتاب (المخطوط بعد أن أصبح كتاباً) من يد الناشر إلى يد القارئ فهى مرحلة إعلان ودعاية وتسويق وبيع لهذا المنتج (الكتاب) وهى مرحلة هامة لأى سلع أو لأى منتج وتبلغ أهميتها إلى درجة إيمان

ولأربعة مؤلفين ٥ عناوين ومؤلف واحد ٤ عناوين فقط.

أما عدد الرسامين الذين تعاملت معهم الدار ١٣ رساما كما سبق القول وجاء الأستاذ عادل البطرواى أكثر تعاملًا مع الدار حيث رسم ٤٢ عملاً تمثل ٢٠٪ من إنتاج الدار ثم يليه صالح وحيد ٢٨ عملاً ثم محمد فايد ٢٧ عملاً وهكذا كما يوضح الجدول السابق.

المرحلة الثانية: المرحلة الفنية

وهذه المرحلة تتم داخل الدار أيضاً ويتم فيها إعداد المخطوطة للطباعة والدار هى التى تحدد مواصفات كل كتاب ويمكن أخذ رأى المؤلف ولكنه رأى غير ملزم فيتم تحديد حجم الكتاب وكيفية الكتابة ونوعها وعدد الأعمدة داخل كل صفحة... إلخ. وتحفظ إدارة الإنتاج بالدار بملف لكل كتاب تحت الأعداد يتضمن مواصفاته وتفصيلاته وصناعته.

ويتم فى هذه المرحلة أيضاً تقدير مبدئى للتكاليف ويتوقف تحديد سعر الكتاب على تكاليفه الفعلية وعدد نسخه التى لا تزيد فى هذه الأيام ما بين ٢٠٠٠ - ٣٠٠٠ لكتب الكبار و ٣٠٠٠ - ٦٠٠٠ لكتب الأطفال، ومساهمة من الدار فى خفض سعر الكتب، فلا يتم إدخال حساب المؤلف والإعلانات ودراسات السوق وأية نفقات ثرية فى تقدير سعر الكتاب ويتم تحميل هذه التكاليف على المكسب النهائى للدار ككل وبالتالي فإن تكلفة كل كتاب تتوقف على تكاليفه التصنيعية وعدد النسخ المطبوعة منه. ولا تستمر المخطوطة فى هذه المرحلة مدة طويلة فظالما تم الاتفاق مع المؤلف على الموعد الذى سوف يظهر فيه الكتاب فى السوق يكون بالفعل

١ - تحرك المشتري من حالة اللامعرفة إلى المعرفة وبالنسبة للنشر يكون معرفة المشتري لعناصر المنتج مثل المؤلف - الموضوع - شكل الغلاف... إلخ، والتقديم هنا الذى يسبق البيع يهدف إلى نقل المشتري إلى حالة المعرفة العامة.

٢ - نقل المشتري من حالة المعرفة إلى حالة الاهتمام وهذا الاهتمام قد يكون سلبيا وقد يكون إيجابيا، لذا فإن التقديم فى هذه المرحلة هدفه كسب انتباه المشتري من خلال الرسالة التى تقدم وإيجاد اهتمام إيجابى لهذا المنتج.

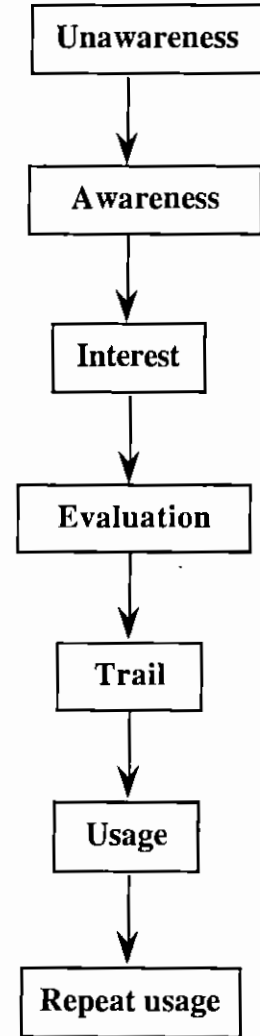
٣ - وهى خطوة يخرج فيها المشتري من مجرد الاهتمام الفردى الإيجابى إلى اهتمام أكبر يتمثل فى تقييمه لاحتياجه لهذا المنتج بين احتياجاته الأخرى، لذا فيجب أن يركز التقديم الذى يسبق عملية البيع على مواقف تشجع المشتري على بدء حالة من التفكير والتركيز على احتياجاته الضرورية ومتطلباته لهذا المنتج.

٤ - فى هذه الخطوة يتحرك المشتري من حالة التفكير إلى العمل وفى النشر تعنى اتخاذ قرار بالتعرف على هذه العمل، لذا فالتقديم هنا يقدم الاقتراحات والتخفيضات والتسهيلات لاقتناء هذا العمل.

٥ - يخرج المشتري فى هذه الخطوة عن نطاق الاختيار إلى الاستخدام ف يأخذ المشتري خطوة نحو استخدام هذا العمل يمكن أن تتمثل فى النشر بتصفح هذا العمل أو تصفح قائمة محتوياته أو تصفح أية نبذات عنه كتبت فى أية وسيلة إعلانات... إلخ.

المتخصصين فى هذا المجال بأن «الزبون» هو الأهمية الأولى لأى عمل وأن نجاح الأعمال تأتى أولا ودائما من المستفيد من هذه الأعمال ويجب على أية سلعة أن ترى كل جانب بعين «الزبون» (القارئ).

ومن المعروف أن الشراء عبارة عن إجراء يتخذه المشتري، لذا فلا بد من القائم على عمليات البيع أن يحرك المستفيد نحو اتخاذ هذا الإجراء والرسم التالى^(٥) يصف لنا مرحلة التقديم للمنتج التى تساعد على تحريك المشتري نحو اتخاذ قرار الشراء للسلعة.



وتوزع على الصحفيين وأساتذة الجامعات والمتخصصين في المجال الموضوعي للكتاب.

الوسيلة الإعلانية الأخرى والتي تهتم بها الدار بصورة كبيرة هي المعارض سواء المحلية أو الدولية فقد حرصت الدار منذ إنشائها على الاشتراك في معارض الكتب الشهيرة في الدول العربية وأهمها معارض الشارقة، أبو ظبي، الكويت، الرياض، عمان، قطر، البحرين، سوريا، الأردن، ليبيا، تونس، المغرب، لبنان، وبالطبع معرض القاهرة الدولي. كما حرصت على الاشتراك في بعض المعارض الدولية وأهمها فرانكفورت، كوالالمبور، بولونيا الدولي لكتب الأطفال. إلى جانب المعارض الخاصة التي تقام في مؤسسة أو هيئة أو جامعة.... إلخ، أو المعارض التي تقام ضمن فعاليات المؤتمرات العلمية.

وقد حصدت الدار من بعض هذه المعارض جوائز عديدة منها اختيارها أفضل ناشر عربي من مصر في معرض الشارقة للكتاب ١٩٩٧ واختيرت أحسن ناشر من مصر في معرض القاهرة الدولي ١٩٩٧. كما حصلت على جائزة أحسن ناشر لكتب الأطفال من المجلس الأعلى للثقافة عام ١٩٩٧/١٩٩٨ وحصلت على أحسن ناشر لكتب المكتبات والمعلومات من الجمعية المصرية للمعلومات والمكتبات والأرشيف عام ١٩٩٧/١٩٩٨.

كما تقوم الدار بطباعة قوائم كاملة بمطبوعاتها كوسيلة إعلانية أخرى وتحرص على طباعها سنويا وترسلها إلى المكتبات ومراكز المعلومات والمؤلفين والموزعين كما توزعها على الجمهور المشتري في المعارض.

أما الندوات واللقاءات حول كتاب أو مع مؤلف الكتاب لا تأتي بفائدة مرجوة للتوزيع في السوق المصرى فما زالت اللقاءات والندوات حول الكتب

٦ - خطوة الشراء الفعلى أو ما يطلق عليها إعادة الاستخدام وهى تتمثل فى الاختيار الطبيعى السريع لهذا المنتج وهو الهدف النهائى لأى تقديم أو دعاية وإعلان.

وبهذا يمكننا القول بأن عملية التسويق نظام «وأن أى نظام تسويقى له شقان أساسيان، الشق الأول تجارى وموجه بصفة رئيسية إلى مواقع بيع الكتب والمكتبات، أما الشق الآخر فيوجه للأفراد وهم عامة المجتمع والأسواق التى تهتم بموضوع الكتاب، ولإنجاح كتاب ما لابد من اتباع نظام معين فى تسويقه يعتمد على عدة عوامل منها: تفهم مفاهيم البيع، إخراج الغلاف الجيد، الدعاية، الترويج والإعلان، أساليب البيع، اتباع برنامج محدد للتسويق»^(٦).

وبالنسبة للدار المصرية اللبنانية فنجدها متفهمه لهذه الأهمية للجانب أو النظام التسويقي ولكنها فى تطبيقه على أرض الواقع قد لا يسير بهذه الطريقة النظرية فوجد الدار تهتم بالكتاب كمنتج نهائى فتهتم باختيار المؤلف والموضوع ونوعية الورق والطباعة وإخراج الغلاف ولا نجد قائمة للتصويبات أو الأخطاء المطبعية... وما إلى ذلك من عوامل إنتاج المنتج نفسه ولكن الجانب الآخر من عملية التسويق والذي يتمثل فى الدعاية والإعلان والبيع... إلخ، فنجد أن الدار لا تقوم بالدعاية عن كل كتاب لأنها عملية مكلفة للغاية وخصوصا إذا تم الإعلان فى الصحف والدوريات ووسائل الإعلام المرئية والمسموعة فلا تتحمل ميزانية أى دار تكاليف الإعلان عن كل كتاب تصدره أو حتى الإعلان عن الدار ذاتها.

النسخ المجانية هى وسيلة الإعلان الفعالة فى السوق المصرى حيث تصل هذه النسخ أحيانا إلى ١٠٠ نسخة ويكون نصيب المؤلف منها ٥٠ نسخة

لا تشد انتباه القارئ المصرى أو لا تقوم بالتأثير الكافى عليه.

أما طرق البيع فإن الطلبات اليومية يكون لها النسبة الأكبر فى البيع والتوزيع ولا تستغرق عملية إرسال الطلبية لأى جهة أكثر من يومين أو ثلاثة أيام وللدار مندوبو مبيعات سواء داخل القاهرة الكبرى أو خارجها والمندوب لا يحمل كتب ولكن معه قائمة مطبوعات الدار وعليه مجرد تجميع أوامر التوريد وتحصيل أثمان أو شيكات متأخرة وقد يستعان به فى دراسة سوق جديدة للنشر والتوزيع.

أما التوزيع خارج مصر فيتم الاعتماد على الموزعين والمعارض التى تشترك فيها الدار وتحاول الدار أن تكون نسبة الخصم على إنتاجها خارج مصر أكبر من الداخل وذلك لكى تنافس فى تواجدها الكتاب المصرى بالخارج ولتجارب عمليات تزوير الكتاب المصرى فيمكن أن تصل نسبة الخصم إلى ٥٠٪ خارج مصر ولا تزيد داخل مصر على ٣٠٪.

ومسألة الرقابة على تصدير الكتب فى مصر لا تسبب مشكلة ولكن الرقابة فى البلاد الأخرى وخاصة العربية أحيانا تسبب تعطيل وإجراءات طويلة ومكلفة أما فى مصر فيعتمد دائما على اسم الناشر فى السوق طالما أنه أصبح من المصدرين فإن الإجراءات تكون بسيطة وروتينية. المشكلة فى مصر تأتى فى حالة الاستيراد فلا توجد إعفاءات ورسوم الضرائب تصل إلى ١٢٪ ورسوم التخليص تصل إلى ١٥٪ هذا بخلاف المصروفات النثرية.

أما عن التوزيع للآخرين فإن الدار تختار الناشرين سواء داخل مصر أو خارجها التى تتعامل معهم وتحذر عقد للتوزيع وتعامل إنتاجها معاملة إنتاج الدار من ناحية الدعاية والإعلان والتوزيع.

وفى مجال التوزيع من خلال الإنترنت فترى

الدار أن هناك صعوبة فى توصيل الكتاب لمن يريده فمشاكل الإرسال وتحصيل ثمنه سوف تكون أغلى كثيرا من ثمن الكتاب الواقعى وسوف تقوم الدار بعمل موقع لها على الإنترنت للدعاية والإعلان فقط.

وفى النهاية يمكننا أن نقول إن الدار المصرية اللبنانية تنشر كتبها ولا تنشر دوريات وتنشر كتبها مطبوعة فقط وهذا هو مجال تخصصها كتب مطبوعة وبسؤال الأستاذ محمد رشاد عن الأوعية التكنولوجية ومنافستها للكتاب المطبوع رأى أن الكتاب المطبوع سيزل إلى ما لانهاية هو المصدر الأساسى للثقافة ولا تستطيع أية وسيلة تكنولوجية منافستها فالعلاقة المباشرة بين القارئ والكتاب الذى يمسكه بيده لا يستطيع أن يشعر بها أى شخص يقلب فى كتاب بواسطة وسيط هو وسيلة تكنولوجية لا بد لها من جلسة وإضاءة ومكان محدد وتوصيلات كهربائية وإلكترونية... إلخ، بالإضافة إلى أن الإنسان الفقير فى مصر أو فى العالم العربى لا يملك حاسباً آلياً بل يمكنه أن يستعير الكتاب المطبوع من مكتبة عامة أو مدرسية أو إلخ، وربما يتفق فى هذا رأى مع ما ذكره محمد أمان حيث قال «إن للكتاب مكانة خاصة يحتلها بدون منافس فى عالم النشر كما أنه توجد وسائل نشر أخرى غير الكتب ثبت أنها أصلح وأسرع وأسهل استحداثا واستيعابا لأشكال وأحجام معينة من البيانات والمعلومات. فالكتاب الذى سيقراً من أوله إلى آخره والذى سيباع منه آلاف النسخ سيوزع بطريقة النشر التقليدية وهى أرخص ثمننا وأخف حملا وأصغر حجما ولا تحتاج إلى أجهزة خاصة من أجل استعمالها كما أنها جميلة الشكل والإخراج. لذلك لا نعتقد بأنها ستزول أو تختفى من عالم النشر أو سيحل محلها أى شكل من

ميدانية لمركز الأهرام للترجمة والنشر/ حسناء محمود محجوب. الاتجاهات الحديثة فى المكتبات والمعلومات. ع ٣ (١٩٩٥). - ص ٦٩.

٣ - دار الشروق: دراسة ميدانية تحليلية/ حسناء محجوب - عالم المعلومات والمكتبات والنشر - مج ١، ع ١٤ (يوليو ١٩٩٩) - ص ص ١٣١ - ٢١٢.

٤ - قائمة مطبوعات الدار المصرية اللبنانية/ الدار. القائمة الأولى ١٩٨٨ - القائمة الثانية عشرة ١٩٩٩. ١٢ ج.

٥ - Marketing in publishing/ Patrick For-syth, with Robin Birn. - 1st. Ed. - London: Routledge, 1997. - PP 52 - 54.

٦ - الكتاب: تحريره ونشره/ مورييس أبو السعد ميخائيل. ط ٢، مزودة ومنقحة. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، ١٩٩٧. (مطبوعات الملك فهد الوطنية، السلسلة الثانية؛ ٢٥). ص ٣٠٠.

٧ - النشر الإلكتروني وتأثيره على المكتبات ومراكز المعلومات/ محمد محمد أمان. المجلة العربية للمعلومات. مج ٦، ع ١٤ (١٩٨٥). ص ٢٠ - ٢١.

أشكال تكنولوجيا الحاسبات الحالية. وتعتبر المنافسة التى سينافسها الكتاب فى المستقبل منافسة غير مباشرة تمثلها تفوق عادات اللعب بالألعاب الإلكترونية وألعاب التسلية المرتكزة على تكنولوجيا الحاسبات الإلكترونية على عادات القراءة. والكتاب ليس غريباً على هذه المنافسة كما نعرف من خبرات القرن الماضى والعقود السابقة حين ظهرت وسائل ترفيه مثل الألعاب الرياضية، سواقه السيارات، دور السينما، الراديو، التلفزيون وغيرها من وسائل التسلية والترفيه والتى أخذت قراء كثيرين بعيداً عن قراءة الكتب. وقد تخطى الكتاب هذه العقبات عقبه تلو الأخرى وعاش بعد كل هذه المنافسات لدرجة أنه يمكن القول بأن التلفزيون قد تسبب فى إنعاش حركة القراءة بدلا من إحباطها^(٧).

الاستشهادات البليوجرافية:

١ - قوائم الناشرين ودورها فى تسويق مطبوعات دار النشر: دراسة تحليلية لقوائم مطبوعات المكتبة الأكاديمية/ حسناء محمود محجوب. الاتجاهات الحديثة فى المكتبات والمعلومات. ع ٦ (١٩٩٦). ص ٩٧.

٢ - نشر الكتب فى المؤسسات الصحفية: دراسة

