

النشر الذاتي للكتب الإلكترونية: الواقع والمستقبل *

عرض

د. آية الله فايز عبد الملك مليكة

مدرس المكتبات والمعلومات

قسم الوثائق والمكتبات والمعلومات

كلية الدراسات الإنسانية- جامعة الأزهر

القاهرة، جمهورية مصر العربية

Ayafaiz10@azhar.edu.eg

يعد النشر الذاتي مصطلحًا معروفًا منذ زمنٍ بعيد، فكان النشر الذاتي يتمثل قديمًا في رفض دور النشر للكتاب لأي سبب كان من وجهة نظرهم كأن يكون المؤلف حديث عهد بالتأليف ولم يُعرف اسمه بعد أو أن مجال الكتاب غير مطلوب حاليًا في الأسواق؛ فكان المؤلف الطموح آنذاك الذي لم ييئس من الرفض يقوم بجميع مراحل النشر بنفسه أو يكلف بها أحد بمقابل مادي ثم يدفع الكتاب للطابع الذي يطبع له مئات النسخ من الكتاب الذي كان مصيره الحتمي المخزن. فكان ينظر للكتاب المنشور ذاتياً بأنه وصمة عار وذلك لأنه لم يمر عبر دار نشر، حيث كان الاعتقاد السائد قديماً أن ختم الناشر دليل على جودة العمل؛ مما ينبه القارئ على أن العمل قد خضع لعملية اختبار صارمة وعمليات تحرير شاملة، ولكن مع ظهور الإنترنت والكتب الإلكترونية تغيرت هذه الفكرة وأصبح من الممكن نشر العمل في أي مكان وبأي طريقة وفي أي شكل؛ والقارئ هو الحكم الوحيد في الموضوع، وهذا ما يعرف بالنشر الذاتي.

وعلى الرغم من ازدهار النشر الذاتي واعتباره فرصة للمؤلفين، إلا أنه ما يزال كثير من المؤلفين ليس لديهم معرفة بأن هناك طريقاً آخر غير دور النشر التقليدية، ويعتقدون أن فرصة

* آية الله فايز عبد الملك. النشر الذاتي للكتب الإلكترونية الواقع والمستقبل / آية الله فايز عبد الملك؛ تقديم

محمد فتحي عبد الهادي. ط1. القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2024. 108 ص.

نشر كتبهم قد انتهت لو أغلق دور النشر بابه في وجههم؛ أو أن لديهم الخوف من اتخاذ قرار النشر الذاتي؛ لذلك جاء الكتاب ليوضح بالتفصيل خطوات النشر والأدوات والنصائح التي قد تأخذ بيد المؤلف لخروج كتابه إلى النور.

يقع هذا الكتاب في (108) صفحة، وقام على نشره الهيئة المصرية العامة للكتاب في عام 2024، تم نشره ضمن سلسلة (دراسات مستقبلية) التي صدر منها سابقاً 12 كتاب ويعد هذا الكتاب الثالث عشر.

يقدم الكتاب مجموعة كبيرة من شركات النشر الذاتي وخطوات نشر الكتاب الإلكتروني بالتفصيل، وشملت جميع أجزاء الكتاب على أدوات وبرامج تطبيقية وتفصيل لكيفية استخدامها، ويعد هذا الكتاب مرجعاً أساسياً لجميع المؤلفين الذين لديهم كتب يريدون أن ينشروها وما زالوا لن يتخذوا قرار بعد.

ويقدم الكتاب المساعدة للمؤلفين على حسب احتياجاتهم، حيث ينقسم المؤلفين إلى نوعين

- المؤلف الذي لديه الخبرة في تحرير نص الكتاب بنفسه ولديه المهارة ويمتلك أدوات تصميم غلاف الكتاب ويستطيع أن يعلن ويسوق لكتابه بشتى الطرق (أي لديه مجتمع قراء يسمح له بالتسويق الذاتي)، يساعده الكتاب في هذه الحالة في اختيار شركات نشر لبيع كتابه وكيفية المفاضلة بينهم ويقدم له أدوات وبرامج تساعده في تيسير خطوات النشر.
- المؤلف الذي ليس لديه المهارة أو الوقت في تنفيذ خطوات النشر بنفسه يمكنه أن يعتمد على شركة من شركات النشر الذاتي التي قد تساعده جزئياً كأن تقدم له خدمة التحرير فقط أو خدمة تصميم الغلاف فقط أو كلاهما إذا أراد، أو قد تساعده كلياً كأن تقدم للمؤلف جميع خدمات النشر من تحرير وتنسيق النص وتصميم الغلاف وتسويق وتوزيع وبيع الكتاب، وفي هذه الحالة سوف يأتي دور الكتاب في توضيح هذه الشركات التي قد تناسبه والتي تقدم كلا النوعين من الخدمات، ويساعد المؤلف على اختيار الشركة الأنسب لكتابه من حيث الموضوع، والتسعير، والمقارنة بين خدمات النشر المقدمة وعلى أي أساس يختارها المؤلف.

هذا ويهدف الكتاب لتقديم عرض وافٍ ومتكامل عن النشر الذاتي فيبدأ بكلمة رئيس التحرير الأستاذ الدكتور فتحي عبدالهادي أستاذ المكتبات والمعلومات بكلية الآداب جامعة القاهرة. يليه مقدمة المؤلف، ثم تبدأ المادة الأصلية للكتاب، فيشمل الكتاب على أربعة فصول وهي:

الفصل الأول: النشر الذاتي: يعرض هذا الفصل ماهية النشر الذاتي حيث أنه النشر الذي يكون فيه المؤلف هو المسئول عن جميع أجزاء عملية النشر مثل تحرير النص والطباعة والتسويق ... وذلك على نفقته الخاصة دون اللجوء لدور النشر التقليدية. ويكون لمختلف الأعمال الفكرية للمؤلف، سواء كان كتاب أو لوحة فنية أو مقطع صوتي. ثم عرض وافي لمميزات النشر الذاتي حيث تعد سيطرة وتحكم المؤلف في الشكل والمحتوى والسعر من أهم مميزاته، كما تناول الفصل العيوب أو الانتقادات التي وجهت للنشر الذاتي. ثم عرض لأنواع الناشرين ويختتم الفصل بنظرة المكتبات للكتب المنشورة ذاتياً.

الفصل الثاني: خدمات النشر الذاتي: يتناول هذا الفصل خدمات النشر الذاتي بدايةً من التحرير ومستوياته، وشرح لمصطلح الكتابة لحساب الغير Ghost writer، وتصميم الغلاف ومدى أهميته باعتباره أولى أدوات التسويق للكتاب، والتنسيق الإلكتروني للكتاب، والترقيم الدولي الموحد للكتاب، مروراً بالتسويق وأهم الوسائل التسويقية الحديثة كالإعلام الاجتماعي على شبكات التواصل الاجتماعي ومؤخرًا باستخدام تطبيق التيك توك TikTok حيث به جزء خاص معروف بإسم Book Tok يركز على الكتب، وانتهاءً بمرحلة التوزيع والبيع. وشرح أيضًا لمفهوم الطباعة حسب الطلب Printed On Demand واختصاراً (POD) ومميزاتها عن الطباعة التقليدية.

الفصل الثالث: أنواع شركات النشر الذاتي: اشتمل هذا الفصل على شركات النشر الذاتي وأنواعها وأشهر نماذج لشركات النشر الذاتي التي تناسب المؤلف العربي، وكيفية النشر على هذه الشركات بخطوات تفصيلية تمكن المؤلف من نشر كتابه بنفسه.

وهذه الشركات هي شركة Smash words, kobo, KDP, XinXii، وأيضًا شركة كتبنا ودار لوتس للنشر الحر باعتبارهما شركات نشر ذاتي مصرية.

الفصل الرابع: كيفية اختيار أنسب شركة نشر ذاتي: يبدأ هذا الفصل بالوضع القانوني لهذه الشركات، ومميزات وعيوب عقود شركات النشر الذاتي، ثم التركيز على الشركات الموصى بها للمؤلف العربي.

الخاتمة: تشمل على إرشادات ونصائح للمؤلف، أدوات مساعدة للمؤلف مثل Canva لتصميم الأغلفة، ويختتم الكتاب بقراءة سريعة لمستقبل النشر الذاتي الإلكتروني بالأرقام والإحصائيات.

وفي النهاية زوّد الكتاب بثلاثة ملاحق وهي:

- الملحق الأول: قائمة بمجموعة من المواقع المساعدة للمؤلف.
- الملحق الثاني: قائمة بشركات تقدم خدمات تسويقية.
- الملحق الثالث: قائمة بشركات تقدم خدمات تحريرية.