

صناعة النشر في الجزائر: الواقع والتحديات

The Publishing Industry in Algeria: Reality and Challenges

رشيد قرازم
جامعة عبد الرحمن ميرة. بجاية (الجزائر)
rachid.grazem@univ-bejaia.dz

تاريخ النشر: 2021/12 /20

تاريخ الاستلام: 2021 /05 / 02

Abstract

This scientific article aims to present the reality of the publishing industry in Algeria as the most important and dynamic industry among other cultural industries, and its pivotal role in drawing the cultural landscape and activating intellectual life in society through its diverse intellectual production, as well as its contribution to economic development. The study used the descriptive approach (statistics, documents, etc.). The results showed that this industry is under the control of the private sector and is known to be centralized in the north rather in the south, especially in the capital and some major cities, as approximately 38% of printing presses and 65% of publishing houses are active in the capital alone. The study concluded that the high costs of local book production, the competition of imported books, the fragility of the distribution activity, as well as the weakness of book-related legislation are the most prominent imbalances experienced by this industry, and that traditional marketing policies weakened the book market and proved its failure to link writers and readers, especially in light of competition, ferocious modern media. This has led to a decline in reading in society. Finally, the study presents a set of recommendations aimed at improving the performance and efficiency of the publishing sector.

Keywords: Publishing industry; book publishing; book distribution; market and activity law; Algeria .

المستخلص

يهدف هذا المقال إلى عرض واقع صناعة النشر في الجزائر باعتبارها الصناعة الأكثر أهمية وحركية بين الصناعات الثقافية الأخرى، ودورها المحوري في رسم المشهد الثقافي وتفعيل الحياة الفكرية في المجتمع من خلال ما تعرضه من إنتاج فكري متنوع، وكذا مساهمتها في التنمية الاقتصادية. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي بمختلف مراحل وأدواته (إحصائيات، وثائق...)، حيث أظهرت النتائج أن هذه الصناعة تخضع لسيطرة القطاع الخاص وتتركز في الشمال دون الجنوب، وبوجه خاص في العاصمة وبعض المدن الكبرى، إذ أن ما يقارب 38% من المطابع و65% من دور النشر تنشط في العاصمة وحدها! كما خلصت الدراسة إلى أن ارتفاع تكاليف إنتاج الكتاب المحلي، منافسة الكتاب المستورد، هشاشة نشاط التوزيع وكذا ضعف التشريعات الخاصة بالكتاب هي أبرز الاختلالات التي تعانيها هذه الصناعة، كما أن سياسات التسويق التقليدية أضعفت سوق الكتاب وأثبتت فشلها في الربط

بين الكتاب والقارئ خاصة في ظل المنافسة الشرسة للميديا الحديثة، الأمر الذي أدّى إلى تراجع القراءة والمطالعة في المجتمع. وفي الأخير تقدّم الدراسة مجموعة من التّوصيات بهدف تحسين أداء و نجاعة قطاع النّشر.

الكلمات المفتاحية: صناعة النّشر؛ نشر الكتاب؛ توزيع الكتاب؛ قانون سوق؛ أنشطة الكتاب؛ الجزائر.

المقدمة

عرف قطاع الثقافة في الجزائر منذ مطلع الألفية تحولات مهمة، حيث عوّلت عليه الدولة كثيرا لتجاوز آثار العشرية السوداء، وإعطاء صورة جديدة عن الجزائر تمكّنها من العودة القويّة إلى المحافل الدوليّة، وهذا من خلال بعث الكثير من التّظاهرات الثقافيّة الدوليّة والوطنيّة التي كان الكتاب حاضرا في الكثير منها، ممّا ساهم في تغيير ملامح صناعة النّشر على المستويين الكميّ والنوعيّ، وأسّس لبداية اندماج القطاع الخاص فيها بشكل فعليّ، فقد تنامى عدد دور النّشر الخاصّة بشكل مُلفت خلال فترة وجيزة، وتعدّدت المطبوعات المنشورة وتنوّعت بشكل كبير، خاصّة بعد صدور القانون 13-15 المتعلّق بأنشطة وسوق الكتاب؛ الذي أرسى قواعد وآليات تنظيميّة جديدة ربّما من شأنها إحداث تغييرات جذرية على ممارسات نشر وتوزيع وبيع الكتاب.

بالموازاة، أثّرت التحوّلات التكنولوجية المُتسارعة على كلّ العناصر المُشكّلة لسلسلة الكتاب، من تأليفه إلى طبعه ونشره إلى تسويقه، الأمر الذي أثار الكثير من الاستفهام حول مُستقبل هذه المهن في ظلّ هذه التحوّلات والتحدّيات الجديدة التي ستواجه قطاع النّشر في كلّ الجوانب وعلى جميع الأصعدة الثقافيّة منها والاجتماعية والاقتصادية.

تسعى هذه الورقة إلى تحليل واقع نشر الكتاب الورقي في الجزائر في كثير من جوانبه، وعلى الخصوص الجوانب التنظيميّة التي تميّز القطاع، وفهم بعض التحوّلات التي طرأت على مُختلف أنشطة وسوق الكتاب.

مشكلة الدراسة

يعتبر النّشر صناعة ثقافيّة واقتصاديّة هامة تحكمها التوجّهات الكبرى للدولة، وقد شهدت الكثير من التغيرات، ففي الفترة التي أعقبت الاستقلال وحتى أواخر السبعينات خضع القطاع للاحتكار الكلي للدولة التي دعمته وجعلت من الكتاب سلعة فكرية في متناول الجميع، إلّا أنّه؛ أي قطاع النّشر؛ سرعان ما تراجع خلال العشرين سنة التي تلت وبشكل مُلفت، وهذا بسبب الإرهاب الاقتصادي الذي طبع فترة الثمانينات والأزمة الأمنية التي ميزت مرحلة التسعينيات من القرن الماضي؛ واللذين أثّرا سلبا على المقروئية في الجزائر.

ومع مطلع الألفية الجديدة فقد تبدّلت ملامح هذه الصّناعة سواء الكميّة منها والنوعية، وشهد القطاع تغيّرات جذرية تميّزت بالهيمنة المطلقة للقطاع الخاصّ على كلّ الأنشطة المرتبطة به، وكذا اهتمام الدولة المتزايد بالكتاب والمطالعة. وقد سبّب غياب إستراتيجية وطنيّة محكمة لتسيير القطاع ظهور الكثير من الاختلالات على مستوى جميع عناصر هذه الصّناعة وإضعاف بنيتها وتراجع أدائها مقارنة بصناعات أخرى، وهذا في ظلّ تحولات سياسيّة واقتصاديّة واجتماعية وتكنولوجيّة كثيرة، وهو ما دفع بالقائمين على القطاع لتبنيّ تشريعات وإجراءات أكثر تلاؤما مع طبيعة النشاط وأهميّته، وفي ضوء هذه المعطيات يمكننا طرح التّساؤلات التّاليّة:

- ما هو واقع صناعة النّشر في الجزائر؟
- ما هي أهمّ المشكلات التنظيميّة والتّشريعيّة التي تعاني منها هذه الصّناعة؟
- كيف تؤثر التغيرات الاقتصاديّة والسياسيّة والاجتماعيّة على مختلف عناصر هذه الصّناعة بدءا من الطباعة ووصولاً إلى تجارة الكتاب؟

منهج الدراسة

- من أجل الإحاطة بمختلف جوانب الموضوع وبغية الوصول إلى نتائج تخدم أهداف البحث العلمي، فقد تمّ الإعداد لهذه الدراسة من خلال الاستعانة بالمنهج الوصفي بمختلف أدواته ومراحله حيث:
- سمحت مرحلة جمع البيانات؛ من خلال تصفّح مختلف الوثائق المرتبطة بجوانب الموضوع النظرية والتدقيق والتحليل الشامل لمحتواها؛ من وضع إطار نظري للدراسة وتحديد مشكلتها ومتطلباتها.
 - سمحت مرحلة تكيم الظاهرة؛ من خلال معالجة المعطيات الكمية (الإحصائية) المتوفرة التي تُتيحها وتقدمها مختلف الهيئات الفاعلة في قطاع النشر؛ بقياس ومقارنة مختلف المتغيرات ومعرفة مدى تأثير كلّ متغير على الآخر، وهذا بغية الوصول إلى تحليل علمي وموضوعي للدراسة.
 - سمحت مرحلة التحليل والتحصيص للمعطيات الإحصائية وربطها (مقارنتها) بالمعطيات النظرية من رسم صورة أكثر وضوحا عن واقع القطاع، والتعرّف إلى نقاط القوة والضعف فيه وفهم مختلف الاختلالات التي يعاني منها، الشيء الذي ساهم طبعاً في الإجابة على تساؤلات الدراسة. كما سمحت بإجراء مقارنات مع المعطيات النظرية.

1. مفهوم النشر

1.1. المعنى اللغوي

جاء في لسان العرب¹: النشر خلاف الطيّ، فنشر الثوب ونحوه ينشره أو نشره بسطه، وانتشر الخبر: إنذاع، ونشرت الخبر أي أذعته، كما جاء في المعجم الوسيط²: نشرت الأرض (بفتح النون) ونشرت ثُشورا: أصابها الربيع فأنبتت، ونشر الشجر: أورق، ونشر الشيء نشرا: فرّقه، ويُقال نشر الرّاعي غنمه في المرعى. ونشر الكتاب أو الثوب أو نحوهما: بسطه.. ونشر الكتاب أو الصحيفة: أخرج مطبوعا. ونشر الخشبة ونحوها: شقها. ونشر الله الموتى نشرا وُثورا: بعثهم وأحياهم، وأنشر الأرض: أحيها بالماء، وأنشر الرياح: أثارها، وناشره الشيء: نشره معه.. وانتشر الشيء: تفرّق، يُقال: انتشر الناس في الأسواق، وفي التنزيل الكريم: ﴿فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ﴾ (الجمعة: 10)، وانتشر العصب: انتفخ. والناشر: من يحترف نشر الكتب وبيعها. و الناشر: كتابة غلمان الكتائب أول ما يتعلمون، يُقال ما أشبه خطه بتناشير الصبيان.

1.2. المعنى الاصطلاحي

لقد وردت الكثير من التعريفات للنشر كمصطلح تقني معاصر، والتي يتداخل فيها مفهوم المهنة وصفة ممتنها (النشر والناشر)، وكان من أوفاهما شرحا ما ورد في المصنّفات التي تناولته بالدراسة والبحث، وفي هذا الصدد يذكر S. B. Granis أن النشر يعني "أن تعمّم أو تبعث بين الناس الكلمات والصور التي أنتجتها العقول المبدعة والتي صاغها المحررون وأخرجها الطابعون"³.

ويضيف Granis أنه "إذا ما طبق هذا الوصف على الكتب، فإنه يعني سلسلة متتابعة ضخمة من ضروب النشاط، لا يمكن لحققة واحدة منها بمفردها أن تسمى نشرا، وإنما هي كذلك فقط حينما يتحول المخطوط إلى كتاب مطبوع، ثم يوزع على أسواقه المرسومة له، وبذلك تكون عملية النشر كاملة" ويعقب قائلا: "لا يمكن لأي حلقة من هذه الحلقات قائمة بمفردها ومستقلة عن الحلقتين الأخرين أن تسمى نشرا، فتأليف الكتاب دون طباعته وتسويقه لا يمكن أن يسمى نشرا، وطباعة الكتاب لا تسمى نشرا، كما أن تجارة الكتاب قائمة بذاتها ومنعزلة عن التأليف والطباعة لا تدعى نشرا، بل يكتسب النشر جوهره ومعناه من مجموع هذه الحلقات التي تترتب الواحدة منها على الأخرى".

وقد أوردت دائرة المعارف البريطانية تعريفا مختصرا لكّنه شامل ودقيق يتضمّن الحلقات الثلاث حيث عرّفت النّشر بأنّه «ذلك النّشاط الذي يتضمّن اختيار وتجهيز وتسويق المواد المطبوعة»⁴، كما يُسمّى الشّخص الذي يمتهن النّشر بالنّاشر وهو «الشّخص أو الهيئة المسؤولة عن نشر المطبوع من بداية كونه مخطوطا وإلى ما بعد توزيعه»⁵.

من جهة أخرى، فإنّ إضافة كلمة "صناعة" على "النّشر"، يُضفي على هذا النّشاط؛ إضافة إلى بُعد الفكري والحضاري الكبير؛ بعدا جديدا هو البعد الاقتصاديّ بكلّ ما تعنيه كلمة اقتصاد، هذا لأنّ النّشر بات صناعة ثقافيّة رائدة تُساهم في التّنميّة بشكل مُلفت وفعّال، يقول Jason Epstein: «لقد اعتاد نشر الكتاب أن يكون عملا متحضرا، عملا تجاريا وفي الوقت نفسه مساهمة في مقدمة الحضارة» ويضيف «بصورة تفوق أية وسيلة أخرى كثيرا جدا، تضم الكتب معلومات عن الحضارات والحوار المستمر بين الماضي والحاضر، ومن دون هذا الحوار نضيع ... غير أن الكتب تُعد عملا أيضا»⁶، ومن الواضح أنّ كلمة عمل تحمل دلالات كثيرة، فالعمل مصدر دخل، وفرصة استثمار، وفرصة تشغيل، وبيئة ابتكار، ومورد جباية للدولة ... وبالتالي يمكن للنّشر أن يُؤلّد فوائد مادّيّة (اقتصاديّة) وأخرى غير مادّيّة (فكريّة ثقافيّة)، حيث أنّ الانتفاع بهذه الفوائد أصبح من الحريات البالغة الأهمية التي باتت جزءاً لا يتجزأ من التّنميّة التي تراعي الإنسان.

2. النّشر في الصناعات الثقافيّة

يرتبط مصطلح "الصناعات الثقافيّة" بسلسلة من الدّراسات التي أُجريت في ثلاثينيات وأربعينيات القرن الماضي من طرف مدرسة فرانكفورت النّقديّة، حيث أخذت مفاهيمه تتبلور بشكل واضح خلال العقود التي تلت، حيث ساهمت اليونسكو في تعميم استعماله على صعيد عالمي، بعدما توسّع نطاقه إلى مجالات ثقافيّة كثيرة كالموسيقى والكتابة، وتصميم وإنتاج الأزياء، والصناعات الإعلاميّة مثل الإذاعة والنّشر والإنتاج السينمائي والتلفزيوني.. وثمة الكثير من الدّول التي أدرجت الفنون والحرف التّقليديّة والهندسة المعماريّة، وألعاب الفيديو وألعاب الحاسوب ... ضمن صناعاتها الثقافيّة، وهو ما أدّى إلى ظهور العديد من المصطلحات ذات الصّلة بالموضوع والتي أصبحت شائعة الاستعمال من طرف المعنيين بالسياسات الثقافيّة، كما أصبحت موضوع نقاش جادّ ومستمرّ بين الخبراء والمتخصّصين والفاعلين في الميدان الثقافيّ، ومن هذه المصطلحات: «الصناعات الإبداعيّة» الذي تمّ استعماله لأوّل مرة في بريطانيا وكان يهدف إلى "جمع مجمل النشاطات التي يعتمد إنتاجها على الإبداع أو الأفكار التي يمكن أن تكون قانونيا محمية، وتكون منتجاتها موجهة للسّوق" وكذا «الصناعات القائمة على المضامين أو على حقوق المؤلّف»، و«الاقتصاد الثقافيّ أو الاقتصاد المعرفي الثقافيّ»، ولعلّ أشهرها «الاقتصاد الإبداعي»، وإن كانت في مجملها تعبّر عن مواقف ووجهات نظر تحليلية وإيديولوجية مختلفة مرتبطة بها!

في هذا الصّدّد، يُعرّف Gaëtan TREMBLAY الصناعات الثقافيّة بأنها "مجمل الأنشطة الإنتاجية والتبادلية للمواد الثقافيّة التي هي في تطور مستمر والتي تخضع للقواعد التجارية، وتكون فيها تقنيات الإنتاج متطورة بشكل كبير أو بشكل أقل لكن العمل فيها يكون خاضعا أكثر للنمط الرأسمالي من خلال الفصل المزدوج بين المنتج وإنتاجه، وبين الأعمال الإبداعيّة وتنفيذها، وهذا الفصل ينتج فقداناً لعامل المراقبة على إنتاجهم ونشاطهم"⁷.

بينما يرى Zallo Ramon أنّ هذه الصناعات هي "مجموعة من الفروع والقطاعات والأنشطة الصناعيّة المساعدة التي تنتج وتوزع السلع ذات المحتوى الرّمزي، المصمّمة من قبل العمل الإبداعي، والتي يُنظّمها رأس المال المقدّر والتي تهدف في النهاية إلى الأسواق الاستهلاكيّة، مع وظيفة إعادة الإنتاج الإيديولوجي والاجتماعي"⁸، وحسبه فإنّ هذه الصناعات تقوم على ثلاثة نقاط ارتكاز: أهمية العمل الإبداعي، التجديد المستمر للمنتجات والطبيعة العشوائية للطلب.

وقد بيّنت اليونسكو في إعلانها العالمي بشأن التنوع الثقافي لعام 2001 أنّ "مصطلح الصناعات الثقافيّة ينطبق على القطاعات التي تجمع بين إنشاء وإنتاج وتسويق السلع والخدمات التي تكمن خصوصيتها في

عدم المساس بمضامينها ذات الطابع الثقافي، المحمي عموماً عن طريق حقوق المؤلف⁹، وعلى ما يبدو فإن هذا التعريف لم يصنع الفارق إلا فيما يتعلق بالملكية الفكرية وحقوق المؤلف، لأنه لم يُحدّد طبيعة هذه النشاطات من جهة، ولأنّ الكثير من النشاطات التي أدرجتها بعض الدول في صناعاتها الثقافية لا يمكن حمايتها بقوانين حقوق المؤلف ومثال ذلك الحرف التقليدية.

3. الكتاب سلعة بوجهين

على عكس الأنشطة الصناعية الأخرى، تأخذ صناعة النشر بعين مختلفين: الأول فكري، وهذا كون الكتاب منتجاً ثقافياً يُسهم في التقدّم الفكري لما يحتويه من مضامين أدبية وعلمية وثقافية وتاريخية.. وهذا إضافة إلى خاصية الترفيه أو التسلية التي تتمتع بها الصناعات الثقافية الأخرى، أمّا الثاني فهو تجاري، وهذا كون الكتاب سلعة كباقي السلع الأخرى، وتخضع لقوانين السوق وتقلباتها. على هذا الأساس، يُمارس الناشر مهنته وفق ثلاث وظائف، الأولى فكرية ترتبط بالبعد الأول للنشاط، والثانية تجارية ترتبط بالبعد التجاري، أمّا الثالثة فتقنية تجمع بين البعدين معاً، وهذا لأنّ الناشر يلعب دور الوسيط بين جميع العناصر الفاعلة في صناعة الكتاب بدءاً من انتقاء أعمال المؤلفين والمبدعين وصولاً إلى تجار الكتب فالقراء. وقد كان من بين خصائص "السلع الثقافية" التي طرحها ريتشارد كيفز¹⁰ أربعة ترتبط بشكل خاص بالكتب وهي:

- لا أحد يعرف Nobody knows: من الصعب التنبؤ بالطلب على عنوان معين، سواء من قبل الناشر أو البائع أو القارئ، بمعنى آخر لا يمكن تقدير حجم الطلب الذي سيكون على عنوان كتاب قيد النشر لأنه لا يمكن التكهّن بدرجة التأثير (التجاوب أو رجوع الصدى) الذي ستحدثه الرسالة الفكرية التي يتضمّنّها الكتاب لدى المستقبل الذي هو القارئ.
- الدّباب الزمني Time flies: ومعناها "الوقت ينقضي بسرعة"، إذ أنّ المدّة التي ستتمّ خلالها المبيعات الأولية لكل عنوان جديد هي قصيرة ومحدودة جداً (مثل الكتب المدرسية المرتبطة بالدخول المدرسي والكتب المتعلقة بالأحداث الجارية أو المستجدات..).
- تنوّع لا نهائي Infinite variety: على عكس السلع التقليدية، تختلف الكتب فيما بينها في مجموعة من الخصائص ذات الأبعاد الكبيرة، حيث تتركز المبيعات على أقلّ عدد من العناوين، وتكاليف إنتاج أولية عالية مقارنة بالتكلفة الحدية. في هذا الشأن يُضيف Jonathan Beck أن نصف مشتريات الكتب تمّت بدوافع، على عكس المُقتنيات المدروسة القائمة على معرفة جيّدة بتلك العناوين.¹¹
- الكتب سلع مُستديمة Books are durable goods: الكتب لا تُحدّد بعمر زمني ما يجعل منها مُنتجات طويلة الأمد، ولا يمكن لزبون معين أن يشتري الكتاب نفسه عدّة مرّات إلا نادراً.

4. واقع صناعة النشر في الجزائر

1.4. طباعة وتجليد الكتاب

تولي صناعة النشر اهتماماً كبيراً بالنشاط المطبوعي كونه المسؤول عن الإخراج النهائي للكتاب وما يتّسم به من مواصفات الجودة والإتقان التي من شأنها لفت اهتمام القارئ ودفعه نحو اقتنائه، ويشمل هذا النشاط العديد من العمليات بدءاً من التصميم ووصولاً إلى التّجليد.

في الوقت الذي تُعدّ فيه مطابع القطاع العام في الجزائر على أصابع اليد ولا تساهم في طباعة الكتب؛ باستثناء مطابع ENAG و ANEP و ONPS؛ تُساهم مطابع القطاع الخاصّ في طباعة وتجليد الكتاب، حيث عرفت نموّاً ملحوظاً فنُدّر بـ 520% خلال 17 سنة، فبعد أن كان عددها 611 مطبعة مع نهاية العام 2000 قفز إلى 3455 مطبعة نهاية العام 2017. وفيما يخصّ التوزيع الجغرافي لهذه المطابع؛ وعلى غرار الكثير من الأنشطة الاقتصادية؛ يُلاحظ أنّ هناك تباين بين الولايات، ويتمركز نشاطها بشكل خاص في المُدن الكبرى والمُدن الصناعية، حيث يتواجد 38% بالعاصمة وحدها.

"وعلى الرغم من أنّ العلاقة بين الطباعة والنشر قديمة...

إلا أنّ الناشر والمطبعة في الوقت الحاضر أصبحا مستقلّين تماما عن بعضهم البعض، فناشرو الكتب لا يمثّلون إلا جزءا صغير فقط من عملاء صناعة الطباعة!¹² لذلك وبعبدا عن تأثير العامل الديمغرافي، فإنّ حركيّة نشاط المطابع ترتبط أساسا بدرجة وحركيّة النشاط الاقتصادي الذي تعرفه المدن وهذا من خلال المناطق الصناعيّة ومناطق النشاطات المتواجدة بها من جهة، وكذا؛ بدرجة أقل؛ وجود الإدارات والمؤسسات التعلیمیة والجامعیة والهيئات والجمعيات من جهة أخرى، كونها - أي المطابع - تقدّم خدمات كثيرة ومتعدّدة وعلى مدار السنة لتلك المؤسسات والهيئات وكذا التجار والحرفيين في مجالات التغليف وصناعة الأدلة وكراريس التخليص والتوريد والفواتير واليوميات وبطاقات الزيارة وهدايا آخر السنة، وهذا ما يمثّل في الحقيقة عصب نشاطها، مع العلم أنّ الجزائر على 72 منطقة صناعية تتربّع على مساحة إجمالية تفوق 12000 هكتار، بالإضافة إلى 450 منطقة نشاطات بمساحة تفوق الـ 17000 هكتار، حيث يوجد في العاصمة وحدها 04 مناطق الصناعيّة و22 منطقة نشاط، بينما تتوزّع الأخرى على باقي الولايات بنسب متفاوتة.¹³

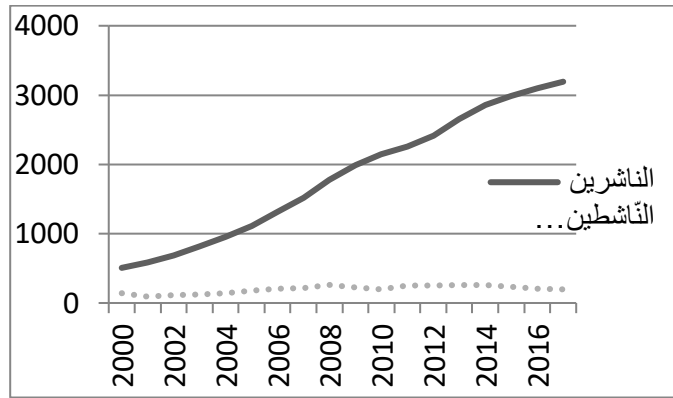
2.4.2. نشر الكتاب

2.4.1. التباين بين القطاعين العام والخاص

تأخذ صناعة النشر في الجزائر طابعين اثنين، أولهما تجاري وهو نشر الكتاب لغرض تحقيق أرباح تجارية وهو ما تسعى إليه أغلب دور النشر الخاصة والحكومية، وثانيهما إعلامي خدماتي ويقصد به نشر الكتاب لغرض تقديم خدمة عمومية لفئة معينة أو قطاع معين بعيدا عن أي هدف ربحي تجاري، مثل ما تنشره مؤسسات التعليم العالي، مراكز البحث، الهيئات الحكومية وشبه الحكومية، المؤسسات الثقافية، المؤسسات الاقتصادية، مراكز التكوين، الجمعيات ذات الطابع الثقافي، الأدبي، الاجتماعي، العلمي...

يتدخّل القطاع العمومي في صناعة النشر من خلال أربع مؤسسات كبرى، تتولّى نشر الكتاب في الجزائر لأهداف تجارية ربحية، هذه المؤسسات هي: المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية ENAG، المؤسسة الوطنية للنشر والإشهار، ANEP، الديوان الوطني للمطبوعات المدرسية ONPS، وديوان المطبوعات الجامعية OPU. حيث وبالإضافة إلى مهام الخدمة التجارية، تُساهم هذه المؤسسات في مهام الخدمة العمومية من خلال أنشطة النشر الخدماتي المتعلّق بالإدارات العمومية والهيئات التابعة لقطاعاتها. أمّا القطاع الخاص فيساهم في نشر الكتاب التجاري من خلال دور نشر تجارية، يتخصّص بعضها في ألوان معرفية معينة، بينما تنشر الأغلبية بشكل عام، وسبب ذلك هو التذبذب وعدم استقرار سوق الكتاب في الجزائر.

لقد أحصت الجزائر 507 دار نشر تجارية خاصة مع نهاية العام 2000، وتضاعف العدد بصورة كبيرة خلال 16 سنة الموالية ليبلغ 3193 دار مع نهاية سنة 2017 مسجلا زيادة قدرها 630%، وعلاوة على ذلك، يعرض المنحنى المنقّط تطوّر الملفات الجديدة قيد التّرقيم لنشاط النشر والتي سجّلت هي الأخرى تزايدا من سنة إلى أخرى، وهذا باعتبار أنّ كلّ شخص طبيعي أو معنوي مسجّل في المركز الوطني للسجلّ التجاري هو تاجر نشط يخضع لكل الإجراءات التنظيمية والتشريعية المرتبطة بالنشاط كالضرائب والتأمين...



الشكل 1: تطوّر دور النشر الخاصة في الجزائر ابتداء من العام 2000.

المصدر: رسم بياني من إعداد الباحث بناء على إحصائيات تحصل عليها من مصلحة الإعلام الآلي والإحصائيات بالمركز الوطني للسجل التجاري

يعود التزايد في عدد الناشرين إلى الحراك الثقافي الذي عرفته الجزائر خلال تلك الفترة (2000-2016)، فقد كان للبحوث المالية التي عاشتها الجزائر الفضل في بعث الكثير من المشاريع والأنشطة في مختلف القطاعات بما في ذلك قطاع الثقافة الذي استفاد من ميزانيات ضخمة، حيث تم تنظيم الكثير من التظاهرات الثقافية المحلية منها والدولية، كان الكتاب حاضرا فيها من خلال بعض برامج الدعم الحكومي المقدم لترقيته، وهو ما أدى بالضرورة إلى التنامي المطرد في عدد الناشرين خلال هذه السنوات.

ابتداء من العام 2015 يُلاحظ تناقص في عدد الناشرين الجدد، والسبب يعود إلى صدور القانون 13-15 المتعلق بسوق وأنشطة الكتاب الذي حدّد الكثير من الشروط ووضع الكثير من القيود على نشاط النشر بهدف تنظيمه، وكان من بين هذه الشروط ضرورة التسجيل وطلب رخصة مزاولة النشاط على مستوى الوزارة، وقد تزامن ذلك مع تبني الدولة لسياسة التقشف على خلفية انهيار قيمة الدينار وتراجع مخزون الاحتياطي من العملة الصعبة، ما أدى تراجع برامج ومشاريع وأنشطة قطاع الثقافة بما في ذلك التظاهرات الثقافية وهذا ابتداء من سنة 2015، وهذا طبعا باستثناء تظاهرة قسنطينة عاصمة الثقافة العربية التي تمت برمجتها مسبقا، وتم تخصيص غلافها المالي في قانون المالية للعام 2014.

4.2.2. جغرافية النشر التجاري في الجزائر

تتميز صناعة النشر بتركزها في العاصمة بوجود 2061 دار نشر، أربع منها حكومية، بنسبة تقارب 64,50% من مجموع دور النشر المسجلة، كما يُلاحظ تراجع نشاط النشر في المناطق الجنوبية والداخلية بشكل كبير، ويعود تباين توزيع دور النشر في المدن الكبرى دون غيرها وفي الشمال دون الجنوب، بل وتمركزه بشكل مُلفت في العاصمة إلى مجموعة من العوامل أبرزها:

- كون العاصمة واجهة البلاد الرئيسية ومركزا للسلطة السياسية والهيئات الإدارية ومجالا واسعا لمختلف الأنشطة الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية؛
- الكثافة السكانية الموجودة بالشمال وبالتحديد في المدن الكبرى وعلى رأسها العاصمة التي عرفت تعدادا سكانيًا فاق الـ 03 مليون نسمة¹⁴
- النشاط الاقتصادي الكبير الذي تعرفه هذه المدن، خاصة مع كثرة المناطق الصناعية ومناطق النشاط والمراكز الاقتصادية الحيوية كالميناء والمطار...
- قرب الإدارات من المواطن، بما فيها تلك المرتبطة مباشرة بنشاط النشر كالوزارات والمكتبة الوطنية وسهولة إتمام الإجراءات المتعلقة بالنشاط.

- تمركز المطابع ومؤسسات التوزيع ومؤسسات الصحافة والإعلام (التي تعتبر الرّبون الرئيسيّ لمؤسسات التوزيع) وكذا نقاط ومنافذ البيع في الشّمال، ممّا يجعل تكاليف نشر الكتاب فيه أقلّ منها بكثير في الجنوب والمناطق الدّاخلية؛
- تركّز أغلب النّشاطات النّقافيّة المرتبطة بالكتاب كالمعارض والصّالونات والنّدوات الفكرية والتّظاهرات والبيع بالإهداء ... في العاصمة بشكل خاصّ.

4. 2. 3. نشر الكتاب بين المنطق الفكريّ والتّوجّه التّجاري

- لقد أولت الدّولة اهتماما بالغا بالكتاب منذ مطلع الألفية وهذا من خلال تبني سياسة ثقافية جديدة، وقد تجلّى هذا الاهتمام في أربعة محاور رئيسية هي:
- ترقية الكتاب صناعة ومضمونا بكل الوسائل المُتاحة والممكنة؛
 - فرض الرّقابة على الكتب المستوردة وإعداد قوانين صارمة خاصّة بهذا الشأن؛
 - تشجيع الإبداع الأدبي وتقديم الدعم المادي للكتاب من خلال تنظيم تظاهرات ثقافية كبرى؛
 - تنظيم سوق وأنشطة الكتاب من خلال تشريعات أكثر تماشيا واستجابة لمتطلّبات القطاع.
- وقد كان لهذا الاهتمام أثر كبير في بعث حركة الكتاب والنّشر في الجزائر، حيث زاد الإنتاج الفكري نوعا ما، غير أنّ المشكل المطروح هو حقيقة نشاط هذه الدّور المسجّلة على مستوى المركز الوطني للسجّل التّجاري ومدى مساهمتها ولو بالقليل في المشهد النّقافي والفكري بما تنشره من عناوين.

إنّ تحليل الببليوغرافيا الوطنية الجزائرية؛ باعتبارها الوسيلة الوحيدة الكفيلة بإعطاء النّفاصيل عن الإنتاج الفكري وعن دور النّشر المُساهمة فيه كلّ سنة؛ يُبين أنّ دور النّشر النّشطة فعليًا (أي التي تنشر بشكل مستمرّ) قليلة جدًا مقارنة بالعدد الكبير المسجّل في المركز الوطني للسجّل التّجاري، وبالتالي فإنّ نشر الكتاب في السّنوات الأخيرة قد أخذ طابعا تجاريًا أكثر منه فكريًا، وهذا بسبب ظهور فئة جديدة من دور النّشر الوهميّة التي ينشط أغلبها خلال التّظاهرات النّقافية فقط بغية الاستفادة من دعم الدّولة وفق آليات يكتنفها الكثير من الضّبابيّة. هذا الأمر جعل القطاع يعيش تأكلا ذاتيًا، فبعد أن كان الناشر يماضي يتنافسون على جذب وانتقاء أفضل المؤلفين والظفر بأحسن الأعمال سعيا منهم لخدمة الفكر والنّقافة، بالموازاة مع ما يحققونه من مكاسب مادية وأخرى معنوية (شهرة، سمعة..)، توجّه الكثير منهم نحو إعادة نشر ما قد تمّ نشره من الأعمال النّاجحة والكتب الجيدة والأعمال التي دخلت في الحق العام، بينما لجأ آخرون إلى نشر أعمال المشاهير والفنانين النّاجحة والقابلة للترويج بين فئات المجتمع وبخاصة الشباب، في حين وجد الكثير منهم ضالته في الكتب شبه المدرسية وكتب الأطفال وكتب الطبخ تفاديا للإفلاس وغلق الأبواب.

لقد أصبح النشر نشاطا أقرب إلى تجارة التجزئة منه إلى مساهمة ثمينة في الفكر والنّقافة، وهذا بسبب المنافسة غير النزيهة الممارسة من طرف الدخلاء والطفيليين، واستفحال ظاهرة الفساد في قطاع النّقافة عموما وصناعة النّشر بوجه خاصّ والتي تناولها الكثير من السياسيين والإعلاميين في عديد المناسبات، كما تطرّق إليها نواب في المجلس الشّعبي الوطني في جلستهم العلنيّة الثّالثة عشر المتعلّقة بمناقشة مشروع قانون أنشطة وسوق الكتاب المُنعقدة يوم 27 مايو 2015.¹⁵

حسب الببليوغرافيا الوطنية دائما، فإنّ مجموع ما تمّ نشره خلال 8 سنوات (2006-2000 و2014) بلغ 15307 عنوان، منها 12750 كتاب نُشر لغرض تجاري، و1074 لأغراض خدمية أو إعلامية، والباقي نشر لصالح المؤلّف، وفي المجموع فإنّ ما يُقارب 70% منها صدرت باللّغة العربيّة و30% صدرت بلغات أخرى أغلبها الفرنسيّة، غير أنّ ما يُثير الاهتمام في هذا الصّدّد هو أنّ أكثر من 46% من العناوين المنشورة قام بها 15 دار نشر تجاريّة، 11 منها خاصّة وأربعة حكوميّة، بينما تقاسمت 535 دار نشر أخرى الباقي من العناوين (54%)، في حين أنّ عدد تلك المنشورة على الحساب الشّخصي لمؤلّفيها

(النشر لصالح المؤلف) فقد فاق الـ1500 عنوان بقليل، وكلّ هذه الأرقام لا تعكس الحركة الحقيقية لنشر الكتاب في الجزائر إذا ما قارناها بدول أخرى من نفس المستوى كتونس مثلاً أو المغرب.

4.2.4. النشر ومشكلة تحديد السعر

في إطار السياسة الوطنية للكتاب والمطالعة العمومية المُتبَّاة ابتداء من سنة 2005، أعلنت الدولة في قانون المالية لسنة 2009 عن إعفاء الورق المُوجّه لطباعة الكتب من رسم القيمة المُضافة (TVA) في إطار مجموعة من الإعفاءات سواء في النظام الداخلي أو في الاستيراد والتصدير، حيث تذكر وزارة المالية على موقعها الإلكتروني أنّه من بين العمليات المعفاة في النظام الداخلي¹⁶: الورق المُوجّه بصورة حصرية لعمليات إنتاج وطبع الكتب طبقاً للمواصفات المحددة في القرار المشترك بين الوزير المكلف بالمالية والوزير المكلف بالثقافة وكذا عملية الإبداع والإنتاج والنشر الوطني للمؤلفات والأعمال على الحامل الرقمي.

لقد كان منتظراً أن تساهم هذه الإجراءات في خفض تكلفة إنتاج الكتب ومن ثمّ انخفاض أسعارها في السوق لتكون في متناول الجميع، إلا أنّ ما حدث العكس! فالدولة لم تُوفِّ بوعودها بشكل كامل في هذا الشأن، ونظراً لارتفاع أسعار الورق في الأسواق العالمية؛ الذي تضاعف مثلاً ثلاث مرّات خلال الأشهر الثلاثة الأولى من العام 2017؛ إضافة إلى قيمة الرسوم الجمركية المُطبَّقة على المواد الأولية التي تدخل في صناعة الكتاب؛ وبالخصوص في قوانين المالية لسنوات 2016، 2017 و2018 التي رفعت أسعار الكهرباء والوقود ورفعت رسم القيمة المُضافة إلى 19% بدل 17% المعمول به من قبل؛ فقد تضاعفت تكاليف الإنتاج وارتفعت أسعار الكتاب الجزائري بشكل ملحوظ ما حال دون منافسته للكتاب المُستورد؛ خاصّة العربي؛ الذي لا تتعدّى قيمة الرسوم المفروضة عليه 12% بينما تتعدّى 35% على الكتاب المحلي، وهذا ما يدفع بالكثير من الناشرين إلى طبع أو استيراد الكتاب من خارج الجزائر لضمان أحسن جودة بأقلّ التكاليف!

من جهة أخرى، قابل الارتفاع في الأسعار تراجع كبير في عدد النسخ المسحوبة، فبعد أن كان متوسط سحب العنوان الواحد في حدود الـ1500 نسخة قبل سنة 2012، أصبح ما بين 500 و1000 نسخة في المتوسط خلال السنوات الثلاث الأخيرة؛، وقلمًا يصل إلى 1500 نسخة، ومع استثناءات قليلة بخصوص بعض العناوين التي قد تحقّق نجاحاً مُلفتاً، فإنّه من النادر تخطيّ عتبة 2000 نسخة (حسب استبيان تمّ عرضه على قرابة 300 دار نشر نشطة) يبذل بعدها الناشر قصارى جهده ليروّجها خلال فترة زمنية وسطية لا تقلّ ربّما عن ثلاث أو 5 سنوات سنوات، هذا الضعف في السحب يكشف أنّ الحياة الثقافية الجزائرية لم تعرف بعد ظاهرة الكتب ذات معدلات السحب العالية (Best Sellers)، بل ويؤكد أنّ الثقافة بمفهومها الواسع لا تزال مهمّشة وفي معزل عن أيّ اهتمام فعلي وخارج أيّ إستراتيجية وطنية من شأنها تنميتها وتطويرها، بل تمّ اختزالها في بعض العناصر و"الأنشطة"، وتهميش العناصر الأخرى المُشكلة لها، حيث باتت "تشكل المهرجانات، وبصورة رئيسية مهرجانات الموسيقى وفنون الأداء؛ التي تتضمن أهدافاً تتعلق بترويج السياحة باعتبارها مُحركاً رئيسياً؛ محوراً مركزياً للأنشطة الثقافية في الجزائر!"¹⁷.

وعليه فإنّ عدد النسخ المطبوعة من كلّ عنوان لا يعكس الحجم الحقيقي للطلب عليه، فكميات كبيرة من هذه النسخ ستعاني من الكساد في المخازن، وبالتالي فإنّ تكلفة النسخة الواحدة من الكتاب سوف لن تُحسب عن طريق توزيع مجموع التكاليف على عدد النسخ المطبوعة، بل بقسمة تلك التكاليف على عدد النسخ المُسوّقة فقط، وهو ما يجعل من قضية تسعير الكتاب مشكلة حقيقية لسوق الكتاب، خاصّة مع تأثير تكاليف التوزيع وتغيّرها بسبب اتساع الرقعة الجغرافية للبلد ونقص المؤسسات والشبكات المتخصصة في ذلك،

هذه المشكلة كان من المفروض أن تجد لها بصور القانون 15-13 الذي من المفروض وضع قضية السعر الموحد في صلب اهتماماته، إلا أن الواقع يفرض غير ذلك.

5. تسويق الكتاب في الجزائر

على عكس ما يعتقد الكثير من أن التسويق هو البيع، فإن مفهومه واسع يتعدى نشاط البيع إلى الكثير من النشاطات الأخرى التي ترتبط فيما بينها ارتباطا وثيقا، حتى أصبح يضم أكثر من 64 وظيفة رئيسية أخرى حسب ما تُنظر له جمعية التسويق الأمريكية (AMA) التي تعتبر حاليا جهة التأصيل الأكاديمي الأولى في العالم في مجال التسويق، غير أن الباحث هنا سيركز فقط على وظيفتي التوزيع والبيع لأهميتهما المباشرة في صناعة النشر.

تعرف AMA التسويق بأنه "النشاط ومجموعة المؤسسات والعمليات التي تهدف إلى إنشاء وتوصيل وتقديم وتبادل العروض التي لها قيمة للعملاء والمستهلكين والشركاء والمجتمع بمفهومه الواسع"¹⁸. بينما يعرف Kotler و Dubois التسويق بأنه "نشاط الأفراد الموجه إلى إشباع الحاجات والرغبات من خلال عملية المبادلة"¹⁹، وفي هذا إشارة إلى أن عملية المبادلة تقتضي شروطا معينة بين العميل (المؤسسة) والزبون، حيث يتحصل كلاهما على فائدة مرجوة، ولعل العلاقة بين العميل والزبون لا تكون إلا عن طريق وسطاء ولا تكون مباشرة إلا نادرا!

من جهتهما يعتبر Julien Lévy و Jacques Lendrevie التسويق بأنه "جهد المنظمات [المؤسسات] للتكيف مع الأسواق التنافسية من أجل التأثير على سلوك الجمهور الذي يعتمدون عليه لصالحهم، وهذا من خلال عرض قيمته المتصورة أكبر من قيمة المنافسين"²⁰، ليبقى التعريف الذي قدمه Vernet Eric الأكثر اختصارا وتعبيرا في الوقت نفسه والذي يقول فيه: التسويق هو خلق علاقة دائمة مع المستهلك، وإعطائه رابطا لا سلعة وحسب!²¹ إذن من هذه التعريفات يتبين أن التسويق هو عملية ضرورية لتوصيل السلع من المنتج إلى المستهلك وفق آليات متعددة، متداخلة ومعقدة أحيانا.

5.1. توزيع الكتاب: الحلقة المفقودة في صناعة النشر

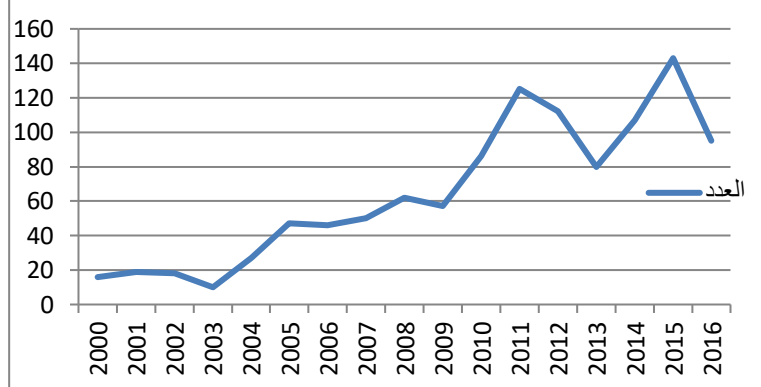
يعتبر التوزيع حلقة الوصل بين مختلف النشاطات المرتبطة بصناعة النشر، يعرفه القانون 15-13 المتعلق بأنشطة وسوق الكتاب بأنه "نشاط يتمثل في إيصال الكتاب الذي يوفقه ناشره ومستوردو الكتب لفضاءات المطالعة وفضاءات مهياة للبيع"²².

لقد ظل توزيع الكتاب في الجزائر حكرا على الدولة طيلة العقود الثلاثة الأولى بعد الاستقلال، حيث تولت الوزارة المكلفة بالثقافة مهمة الإشراف على طباعة ونشر وتوزيع وتجارة الكتاب، والتخطيط الكلي والمتابعة المستمرة لشبكة التوزيع التابعة للمؤسسة الوطنية للنشر والتوزيع التي أسندت إليها مهام التوزيع لجميع مكاتب ونقاط البيع في الجزائر. وعلى غرار باقي دول العالم، يرتبط توزيع الكتاب في الجزائر بثلاثة عوامل رئيسية هي:

- مدى وجود مؤسسات وشبكات توزيع متخصصة في مجال الكتاب وقادرة على تغطية كل السوق أي كل الرقعة الجغرافية للبلد؛
 - مدى وفرة مكاتب ونقاط البيع وكثافة توزيعها في البلاد، كون هذه المكاتب ونقاط البيع هي المستهدف الأول من طرف الموزعين؛
 - مدى الترويج للكتاب بين الناس خلال التظاهرات الثقافية كالمعارض والصالونات واهتمام وسائل الإعلام الجماهيري بالإشهار والدعاية للكتاب؛
- يفضل الموزعون عادة التعامل مع الناشرين الكبار وأولئك الذين يملكون أدلة وقوائم إصدارات منتظمة ومحينة، ويمارسون نشاطهم في إطار أكثر تنظيما من حيث حجم الإصدارات، وتيرة السحب، حصّة النشر.. لذا سيكون من الصعب على صغار الناشرين لفت انتباه هؤلاء الموزعين.

5.2. إجراءات توزيع الكتاب

لقد أدى غياب التشريع والتنظيم المتعلقان بأنشطة الكتاب وعلى رأسها التوزيع إلى ضعف آليات سوق الكتاب في الجزائر، والحيلولة دون تحقيق التوازن بين عرض الكتاب والطلب عليه، خاصة بعد حل المؤسسة الوطنية للنشر والتوزيع التي تكفلت طيلة عقود بتوزيع الكتاب في جهات الوطن الأربع.



الشكل 2: تطوّر عدد المؤرّعين في الجزائر ابتداء من العام 2000.

المصدر: رسم بياني من إعداد الباحث بناء على إحصائيات تحصل عليها من مصلحة الإعلام الآلي والإحصائيات بالمركز الوطني للسجل التجاري.

في العام 2003 صدر المرسوم التنفيذي رقم 03-278²³ المؤرخ في 23.08.2003 يحدد الإطار التنظيمي لتوزيع الكتب في المؤلفات في الجزائر، بيد أن التدقيق في مضمون هذا المرسوم يبيّن أن كلّ مواد تتعلق بتوزيع الكتب والمؤلفات المستوردة أو المطبوعة خارج الجزائر؛ والموجهة بطبيعة الحال إلى السوق الجزائرية؛ ولا يمتّ بصلّة بتاتا لنشاط توزيع الكتاب المحلي داخل الجزائر، بل يعزّز من آليات الرقابة على الكتاب، بل ويكرّس لهيمنة مطلقة لمؤسسات توزيع خاصة في ظل العجز الكبير لتغطية السوق الوطنية.

من جهته، تضمّن القانون 15-13 المتعلق بأنشطة وسوق الكتاب (في المواد من 24 إلى 38) التوزيع، لكنّ الملاحظ دائما أنّ تلك المواد تناولت القضية بشيء مقتضب وسطحي خاصة المادة 27 التي تطرقت إلى "كيفية تلبية الطلب العمومي على الكتاب من طرف مكتبات البيع"؛ مع استبعاد كلي للنّاشر من هذه السوق؛ ولم تتحدّث إطلاقا عن توزيع الكتاب كنشاط رئيسي. الغريب في الأمر أنّ كلمة التوزيع ذكّرت مرّة واحدة في هذه المادة وجاءت تحديدا في بداية الفقرة الثانية "تحدّد كيفيات توزيع الطلب العمومي المذكور في الفقرة أعلاه..." والمقصود هنا هو كيفية تقسيم ومنح حصص السوق بين مكتبات البيع فيما يتعلّق بطلبات الهيئات والمؤسسات العمومية على الكتاب!! وقد صدر المرسوم التنفيذي 17-19 الذي يُحدّد كيفيات تنفيذ إجراء إيداع قائمة عناوين المكتب المستوردة قبل توزيعها في الجزائر²⁴، والمُلفت للانتباه أنّ المرسوم تناول توزيع الكتب المستوردة دون التطرّق إلى الكتب المحلية، ما يجعل من التوزيع الحلقة الأضعف في صناعة النشر بالجزائر.

5.3. تجارة الكتاب في الجزائر بين الممارسة والتحوّل

يعتبر نشاط بيع الكتب آخر حلقة في سلسلة النشر، وهي تجارة قديمة قائمة بذاتها في جميع دول العالم، غير أن الإجراءات التنظيمية الخاصة بها تختلف من دولة إلى أخرى وهذا طبعا حسب المنظومة التشريعية التي تنظّمها.

يخضع سوق الكتاب في الجزائر لسياسات التسويق التقليدية التي أثبتت فشلها بجدارة في الربط بين الكتاب والقارئ، فالدولة منذ الاستقلال لم تول اهتماما لهذا النشاط التجاري "والفكري" إلى غاية صدور القانون 15-13 المتعلق بأنشطة وسوق الكتاب الذي أقرّ بتجارة بيع الكتب وفق قواعد قانونية تنظّمها، ومنح

الكتاب الامتيازات نفسها التي يتمتع بها أي منتج اقتصادي آخر، كما اعتمد "مبدأ المرفق العمومي" كرهان يسمح بفتح فضاءات المطالعة العمومية، في محاولة لجعل قطاع النشر مساهما هامًا في العائد الوطني، وعلى غرار الكثير من الدول خاصة المتقدمة منها، ففي فرنسا على سبيل المثال التي حققت فيها قطاع رقم أعمال بلغ 2792,3 مليون يورو العام 2017 و2670,1 مليون يورو العام 2018،²⁵ بينما حقق المغرب ما قيمته 3273 مليار درهم، وقيمة مضافة بحوالي 1,1% سنة 2013.²⁶ وعلى غرار الكثير من دول العالم، تتم تجارة الكتاب في الجزائر من خلال منفذين:

تجارة الجملة: تزدهر هذه التجارة وتزداد أهمية "تاجر الجملة" كوسيط بين الناشر وبناع التجزئة ممثلًا في صاحب مكتبة أو نقطة البيع كلما زاد الإنتاج الفكري، خاصة لما تكتسبه هذه التجارة من مكانة في دول العالم الثالث، لكنها ليست بالدرجة التي تتمتع بها في الدول الأوروبية، والسبب في هذا يعود إلى نقص الجوانب التنظيمية لها، حيث لا نجد إطارًا تنظيميًا سليماً يسيّر هذه التجارة بقدر ما نجد نشاطاً يخضع للفوضى على غرار النشاطات التجارية الأخرى، فوزارة التجارة مثلاً لم تخصص رمز نشاط خاص "بتجارة الجملة للكاتب أو المطبوعات"، بل أدرجتها ضمن أنشطة أخرى كالوراقة والأدوات المدرسية والفنية.

لقد عرفت تجارة الجملة المخولة ببيع الكتاب الجديد نموًا مطردًا منذ سنة 2000، فمن تاجر خلال تلك السنة، ارتفع العدد إلى 4567 تاجر في العام 2017، وهي زيادة معتبرة جدًا. وبالنظر إلى التوزيع الجغرافي لهذه التجارة، نجد أنه لا يتوافق بدرجة كبيرة مع التوزيع الخاص بدور النشر والمطابع؛ مع بعض الاستثناءات طبعًا؛ وتعتبر العاصمة الأكثر تركيزًا بـ 1483 تاجرًا. لكن السؤال المطروح: هل تساهم تجارة الجملة فعلاً في تسويق الكتاب في الجزائر؟ والإجابة هي أن أغلب هذه المتاجر ترفض التعامل مع الكتاب لعديد الأسباب أبرزها:

- أولاً: لأن تجارة الكتاب تحتاج إلى موارد مالية كبيرة تضمن اقتناء الكميات اللازمة من كل العناوين الجديدة منها والقديمة؛
- ثانياً: لأن الناشرين والموزعين غالباً ما يفضلون التعامل المباشر مع تجار التجزئة من مكتبات بيع وورقات.. التي تقتني الكتب بكميات قليلة لكن بعناوين أكثر تنوعاً؛
- ثالثاً: لكون تجار التجزئة أكثر دراية باحتياجات القراء وميولهم لتعاملهم اليومي المباشر معهم، وبالتالي فهم يفضلون تقديم احتياجات زبائنهم مباشرة إلى الموزع أو الناشر دون الاستعانة بتاجر الجملة.

هذه الأسباب تدفع تجار الجملة للوراقة و القرطاسية إلى تجنب بيع الكتب، أو التوجه نحو بيع الكتب ذات الرواج الكبير كالكتب شبه المدرسية وكتب الطبخ وكتب الأطفال... ولعل قلة مساهمة هذه التجارة في بيع الكتاب جعلها ضمن الأمور التي غيّبها القانون 15-13 المتعلق بأنشطة وسوق الكتاب..

تجارة التجزئة: هذه التجارة هي المسؤولة عن توصيل الكتاب إلى الزبون النهائي (مكتبة، شخص، هيئة...) وهذا ما يجعلها من الأهمية بمكان، ومن أجل هذا يجب على بائع الكتب أن يتحلى بمستوى تعليمي يمكنه من التواصل مع الزبائن والموزعين أو الناشرين والدراية بمختلف المواضيع ذات الصلة بالثقافة والفكر والعلوم والإحاطة بمستجدات عالم النشر والكتاب. كما يجب تجهيز مكتبات البيع بفضاءات عرض واسعة ومريحة، تكفي لعرض شتى ألوان المعرفة بالشكل الذي يجذب القارئ و يستميله لشراء كتاب معين، أو تتيح له فرصة اللقاء مع مؤلفين وكتاب من أجل الظفر بأحد مؤلفاتهم عن طريق البيع بالإهداء أو التوقيع. في هذا الشأن، تقوم مكتبات البيع في كندا مثلاً بتخصيص فضاءات مطالعة مصغرة مجهزة تتيح للزبون فرصة قراءة الكتاب والاطلاع على محتواه قبل شرائه، وهي مبادرة من شأنها جلب المزيد من الزبائن وزيادة المبيعات، فالزبون أحياناً ينجذب نحو الكتاب أو ينفرد منه بمجرد تفحص وقراءة

العنوان، غير أنّ نظرة عن كثب بين الصّفحات والسّطور قد تغيّر رأيه كليّاً، هذا الأمر عايشه الباحث شخصيّاً في بعض مكتبات البيع بمدينة مونتريال.

في ظلّ غياب البيع عن طريق نوادي الكتب أو عن طريق البريد، تعتبر تجارة التّجزئة المنفذ لأكثر من ثلثي مبيعات الكتب في الجزائر، وقد أدرجتها مصالح وزارة التجارة كنشاط رئيسي أو فرعي ضمن أربع نشاطات تجاريّة هي: كشك التّبغ، تجارة بالتجزئة للمكتبة والورّاقة، تجارة بالتجزئة للمكتبة والورّاقة: ممارسة على العرض وتاجر متنقل للمكتبة والورّاقة.

تبيّن إحصائيّات المركز الوطني للسجلّ التجاري، أنّ عدد التّجار المخوّلين ببيع الكتاب قد تنامى بشكل كبير منذ بداية الألفية وعلى مدار 17 سنة، فمن 20908 تاجر في العام 2000 وصل العدد إلى 55513 تاجر في العام 2017، وهنا تستوقفنا تساؤلات غاية في الأهميّة حول الثّقل الحقيقي الذي تمثّله هذه الأنشطة في تجارة الكتاب بالجزائر وحقيقة ممارستها لبيع الكتاب أصلاً !

الحقيقة أنّ الواقع يُثبت عكس ذلك، فأغليّة أكشاك التّبغ لا تبيع الكتب، بينما تعرض الورّاقات الكبرى عناوين كتب مدرسية أو شبه مدرسية وقصص الأطفال وكتب الطّبّخ، بالإضافة إلى بعض الكتب النّقافيّة العامّة والدينيّة. وفيما تبيّن المادّة العاشرة من القانون 13-15 أنّه "يُعدّ ناشراً أو مطبعياً أو مستورداً أو مصدّراً أو موزعاً أو بائعاً للكتاب في مفهوم هذا القانون، الشّخص الطّبيعي أو المعنوي الذي يتّخذ من هذه الأنشطة نشاطه الرئيسي مع تكريس ثلثي رقم أعماله على الأقلّ لهذا النّشاط. يجب أن تتماشى الأنشطة الأخرى التي يقوم بها مع نشاطه الرئيسي"، نلاحظ مثلاً أنّ نشاط كشك التّبغ الرئيسي ليس ببيع الكتاب، هذا الأخير يدخل ضمن الأنشطة الفرعية لكنّه لا يتماشى مع النّشاط الرئيسي الذي هو بيع التّبغ، وبالتالي من المفروض أنّه بعد صدور القانون 13-15 يتم استبعاد "بيع الكتب" من مجموع الأنشطة الفرعية لذلك النّشاط التجاري، لكن بسبب التّأخّر في صدور المراسيم التنظيميّة للقانون لا تزال الفوضى هي ما يطبع تجارة الكتاب، وهذا الأمر يدفعنا أن نركّز اهتمامنا على مكتبات البيع المتخصّصة بشكل أكبر والتي تتميّز بقلّتها على المستوى الوطني، و"من المؤكّد أنّه لا معنى إطلاقاً لعدد متاجر الكتب في أي دولة إلا إذا صنّف هذا العدد حسب أحجام هذه المتاجر"²⁷، هذا يختزل تجارة الكتب الحقيقيّة في مكتبات البيع المتخصّصة ! في هذا الإطار نشرت وزارة الثّقافة على موقعها قائمة من 57 مكتبة بيع مُعتمدة، مُتواجدة عبر 23 ولاية، 6 منها تابعة لدور نشر خاصّة، مكتبة تابعة للمؤسّسة الوطنيّة للفنون المطبعيّة، وأخرى تابعة للمؤسّسة الوطنيّة للنّشر والإشهار وواحدة لديوان المطبوعات الجامعيّة. وإذا ما أضفنا لتلك المكتبات بعض مكتبات دور النّشر القليلة ومكتبات البيع غير المعتمدة من طرف وزارة الثّقافة، وكذا مكتبات ونقاط البيع الأخرى لكل من ANEP وENAG وكذا تلك الخاصّة بديوان المطبوعات الجامعيّة (25 مكتبة بيع رئيسيّة و9 ملحقات بمختلف جامعات الوطن).

سوف لن يتعدّى المجموع 200 مكتبة بيع متخصّصة مفتوحة للجمهور عبر كامل التّراب الوطني، أي بمعدل أربع مكتبات لكلّ ولاية، مكتبة واحدة لكلّ 220 ألف نسمة أو أكثر ومكتبة لكلّ 50.000 نسمة في العاصمة سنة 2015 !! وفي الحقيقة تعتبر هذه الأرقام صادمة إذا ما قدرناها بحجم الجزائر أو قارناها بدولة من نفس المستوى كالمغرب مثلاً الذي أحصى سنة 2016 حوالي 750 مكتبة تجارية، 190 منها مُتواجدة بالعاصمة الدّار البيضاء بمعدل مكتبة واحدة لكل 21.000 نسمة من سكّان هذه المدينة²⁸.

هذه المعطيات تضعنا أمام مشكلة متداخلة الأطراف، وتجعل من الصّعوبة بمكان معرفة الحجم الحقيقي لسوق الكتاب ورقم أعماله في الجزائر، كما تجعل من إجراءات ضبطه وترقيته أمراً بالغ التّعقيد، بل

ويفرض ضرورة إعادة النظر في الإجراءات التنظيمية التي تحكم وتوجه تجارة الكتاب من خلال تنسيق جاد وفعال بين كل من وزارة الثقافة، وزارة التجارة، وزارة المالية، وزارة البريد ووزارة النقل.

4.5 . الكتاب المستعمل: التوجه الجديد لسوق الكتاب

إنّ ما أصبح يُميّز سوق الكتاب اليوم في الكثير من دول العالم، هو الانتشار الملفت لتجارة الكتب القديمة أو المستعملة، وقد ظهرت هذه التجارة في الجزائر في العقود الأخيرة من القرن الماضي وبوجه أخصّ مع نهاية الثمانينيات وبداية التسعينيات، لكنّها عرفت انتعاشا كبيرا في السنوات الأخيرة، بحيث أصبحت تنافس مكاتب البيع المتخصصة، ولم تعد الظاهرة تقتصر على العاصمة والمدن الكبرى فحسب، بل زحفت نحو المدن الصغيرة بما في ذلك الداخلية والصحراوية.

بالإضافة إلى ذلك، لم يعد هذا النشاط حكرا على باعة متجولين ينتشرون في السّاحات العامّة والأزقة الضيقة وعلى الأرصفة وبجانب أسوار الجامعات، بل أصبحت تجارة قائمة بذاتها متخصصة في بيع الكتب المستعملة سواء بالجملة أو بالتجزئة، هذه الأخيرة (تجارة التجزئة) سجّلت نموّا مُلفتا، حيث وصل عدد التّجار المُمارسين لها 4567 تاجر تجزئة و 288 تاجر جملة مع نهاية العام 2017، ويعود الإقبال الكبير للمواطن الجزائري على الكتب المستعملة إلى تداخل مجموعة من الأسباب أهمّها:

- الحاجة الملحة للكتاب وندرة بعض العناوين؛
- عدم تغطية توزيع الكتاب الجديد لكلّ مناطق وربع الوطن؛
- ارتفاع أسعار الكتب الجديدة مقابل أسعار تنافسية للكتب المستعملة؛
- ضعف القدرة الشرائية للمواطن خاصّة مع التراجع الذي عرفه الاقتصاد الوطني بسبب انهيار قيمة الدينار الجزائري ابتداء من سنة 2015، انهيار أسعار البترول ابتداء من سنة 2016، وكذا تداعيات الأزمة الصحيّة التي أحدثتها جائحة كورونا سنة 2020.

أمام هذه المعطيات، أصبح الخيار الأمثل إن لم يكن الإلزامي للكثير من الفئات الاتجاه نحو الكتاب المستعمل للبحث عن ضالتهم الفكرية أو العلمية، أو مراعاة لظروفهم الماديّة، فازدياد الأعباء الأسريّة وارتفاع تكاليفها من سنة إلى أخرى يدفع بالكثير من العائلات ذات الدّخل المحدود والفقيرة إلى الاستنجاد بتجارة الكتاب المستعمل من أجل توفير الكتب المدرسية وشبه المدرسية والقواميس لأبنائهم، كما أنّ متطلبات الدّراسة الجامعية وضيق الحال وحبّ المطالعة أحيانا يدفع بالطلّبة أيضا نحو اقتناء الكتب المستعملة، وهذا بالطبع كان له أثر كبير في رواج النشاط وتزايد عدد المُمارسين له.

تعتبر التكلفة البسيطة وعدم الحاجة لاستثمارات مالية كبيرة أو لفضاءات العرض الواسعة والمُجهزة - مقارنة بتجارة الكتب الجديدة - من أهم أسباب الإقبال على ممارسة هذه التجارة في الجزائر، خصوصا وأنّها لا ترتبط بالإنتاج ولا بالاستيراد (إلا أحيانا) وبالتالي فهي مستقلة وذاتية في التسعير. وفي الحقيقة فإنّ هذه المكتبات وبالأحرى فضاءات البيع (داخلية كانت أو خارجية) لا تعكس الحجم الحقيقي للنشاط مقارنة بتجارة الكتب الجديدة التي تأثرت هي الأخرى بالممارسات غير الرّسمية لكن بحدّة أقلّ، إذ يجب الأخذ بعين الاعتبار الانتشار الكبير لنقاط البيع والأسواق غير الرّسمية التي توزّعت بشكل مُلفت في السنوات الأخيرة، حيث ظهرت شوارع بأكملها بل وتأسّست أسواق موازية لتجارة الكتب المستعملة. هذا الواقع في الحقيقة لا يختلف كثيرا عن واقع الكثير من دول العالم بما فيها الأوروبية، حيث ينشط تجار الكتب المستعملة الرّسميون في شوارع المدن والسّاحات العموميّة، بالموازاة مع انتشار بعض التّجار غير الرّسميين في الأسواق العموميّة والمفتوحة وحتّى الأرصفة أحيانا وهذا على الرّغم من الصّرامة التي تتميّر بها القوانين الأوروبية تشريعا وتطبيقا.

6. نتائج الدّراسة

تُعاني صناعة النّشر في الجزائر من اختلالات كبيرة يمكن تلخيصها في ثلاث محاور رئيسيّة:

- الأول يكمن في مكانة وتموقع الكتاب في عالم الثقافة والتسلية والترفيه، عالم رقمي متنامي ومتوسّع، يتميز بالصورة والإيجاز وكثرة التقنيات الجديدة "الميديا الحديثة" التي تنافس الكتاب وتحدّ من انتشاره واستعماله كوعاء لحفظ الثقافة ونشرها.
 - الثاني يتعلق بالأداء الداخلي لصناعة النشر بجميع عناصرها، حيث أنّ انعدام الثقة وغياب التنسيق والتعاون بين مختلف الجهات الفاعلة في القطاع وحتى بين مختلف عناصره يعيق كفاءة ومردودية هذه الصناعة.
 - الثالث يرتبط بالمناخ التنظيمي الذي يحكم القطاع والذي يتسم بتشريعات غير ملائمة، هشّة وخارج اهتمامات القطاع من جهة، وكذا ضعف السياسات الحكومية ذات الصلة بالقطاع والتي لا تستجيب لمتطلباته وتطلّعاته، الشيء الذي يؤدي إلى تراجع هذه الصناعة وتعطيلها.
- على ضوء هذه المعطيات، فقد بات لزاما على الدولة وكلّ الفاعلين في مجال الكتاب التحرك من أجل إيجاد الحلول التي من شأنها تحسين أداء ونجاعة صناعة النشر في الجزائر في إطار سياسة وطنية محكمة للكتاب، وفي هذا الإطار يمكن تقديم المقترحات التالية:
- إعادة النظر في المنظومة التشريعية للكتاب بما في ذلك القانون 15-13 وهذا من خلال إشراك المركز الوطني للكتاب المخوّل بوضع السياسة الوطنية للكتاب وكذا الفاعلين في القطاع.
 - ضرورة الاستماع لانشغالات الشركاء من مهنيي القطاع وتشجيع التواصل بينهم وهذا من أجل بناء جسور الثقة وتعزيز جهود التنسيق والتعاون التي من شأنها إعطاء دفع قوي للقطاع.
 - ضرورة تدخّل الدولة من أجل ضمان توزيع وتوصيل الكتاب في الجنوب والمناطق الداخلية، وهذا إما عن طريق إنشاء شركة عمومية تتكفّل بذلك، أو من خلال دعم الناشرين والموزعين الخواص في الجنوب لتولّي هذه المهمة.
 - إنشاء مجلس أخلاقيات مهنة النشر لوضع حدّ للسلوكيات والأنشطة غير المسؤولة خاصة وأنّ أبواب هذا القطاع مفتوحة على مصراعها أمام المتطفّلين وممتهنّي الفساد.
 - القيام بدراسات وطنية واسعة مبنية على قواعد علمية، وهذا من أجل معرفة الواقع الحقيقي للقراءة بعيدا عن كلّ المعطيات الخاطئة المبنية على درجة الإقبال على المعارض.

الخاتمة

تشهد صناعة النشر تدهورا كبيرا في جميع عناصرها؛ بدءا من الإنتاج ووصولاً إلى التوزيع والبيع؛ هذه الوضعية تعود أساسا إلى غياب سياسة وطنية محكمة للكتاب، فبالإضافة إلى هشاشة الجوانب التنظيمية والنشيرية والفوضى التي تطبع تسيير القطاع من جهة، وضعف الأطر والكفاءات المتخصصة بسبب نقص برامج ومؤسسات تكوين التقنيين والمنشّطين والمهنيّين من جهة أخرى، فقد ساهمت ظاهرة العزوف عن القراءة وتراجع ثقافتها في المجتمع، في تحويل الكتاب من وسيلة للتنقيف والتوعية والاندماج الاجتماعي إلى مجرد ديكور يزيّن المكتبات.

بالإضافة إلى ذلك، فقد ساهمت الممارسة غير القانونية للدخلاء على القطاع بقدر كبير في إضعاف نشاط النشر وتهميش الناشر الحقيقي وتجريده من رسالته الفكرية وتبنيّه للمنطق التجاري البحت، وهو ما يفرض التدخّل العاجل للجهات الوصية من خلال وضع سياسة وطنية محكمة للكتاب من شأنها أن تعالج كلّ الإختلالات الحاصلة على مستوى عناصر هذه الصناعة.

قائمة المراجع

1. ابن منظور، محمّد بن مكرم. تحقيق عبد الله علي الكبير، محمّد أحمد حسب الله، هاشم محمّد الشاذلي، 1979. لسان العرب. القاهرة: الدار المصرية للتأليف والترجمة. 63/7.
2. جرانيس، ساندلر ب، ترجمة حبيب سلامة، 1969. نشر الكتب فن. القاهرة: دار النهضة المصرية.
3. شعبان خليفة، 1993. الكتاب الدولي: دراسة مقارنة في النشر الحديث. القاهرة: المكتبة الأكاديمية.
4. مجمّع اللّغة العربيّة، 2004 المعجم الوسيط. القاهرة: مكتبة الشّروق الدّوليّة.
5. محمد سيد، محمد، 1992. صناعة الكتاب ونشره. ط. 3. القاهرة: دار المعارف.
6. قنديلجي، عامر إبراهيم، 1983. موسوعة التوثيق والمعلومات الصّغيرة. بغداد: مركز التوثيق الإعلامي لدول الخليج.
7. اليونسكو، 2013 برنامج الأمم المتّحدة الإنمائي. تقرير عن الاقتصاد الإبداعي 2013. تعزيز سبل التّمنية. طبعة خاصّة. باريس: اليونسكو.
8. الجريدة الرّسميّة عدد 51، الصّادرة بتاريخ 2003.08.24.
9. الجريدة الرّسمية عدد 39، الصّادرة بتاريخ 2015.07.19.
10. الجريدة الرّسميّة عدد 03، الصّادرة بتاريخ 2017.01.18.
11. الجريدة الرسمية للمناقشات عدد 172، الصّادرة بتاريخ 2015.05.27.
12. Association Racines], 2014. Vers une politique culturelle pour mettre la culture au cœur du développement au Maroc : Document de travail [PDF]. [S. L.] : [S. E.
13. BECK, Jonathan. Monopoly vs. oligopoly in the debate on retail price maintenance for books: A preliminary empirical result: Diplomarbeit. In ‘‘Handbook on the Economics of Art and Culture‘‘. Berlin: Humboldt University.
14. Bibliographie Nationale d’Algérie (2000-2006 & 2014).
15. CAVES, Richard E, 2002. Creative Industries: Contracts between arts and commerce. Harvard: Harvard University Press.
16. EPSTEIN, Jason, 2011. Publishing: the revolutionary future. New York Review of Books.
17. GARZON, Alvaro, 1997. La politique nationale du livre : un guide pour le travail sur le terrain. Paris: UNESCO.
18. KOTLER Philip, KELLER Kevin et MANCEAU Delphine, 2015. Marketing Management. Pearson.
19. LENDREVIE, Jacques, LEVY, Julien. Mercator, 2012. 10^{ème} éd. Paris: Dunod.
20. TREMBLAY, Gaëtan, 1990. Les industries de la culture et de la communication au Québec et au Canada. Québec: presse de l’université du Québec.
21. UNESCO, 2001. Déclaration universelle de l’UNESCO sur la diversité culturelle 2001. Paris: UNESCO.
22. VERNETTE, Eric , 2008. L’essentiel du marketing. 3^{ème} édition. Paris: Eyrolles.
23. ZALLO, R., 1988. Economía de la comunicación y la cultura. Madrid: Ediciones Akal.

مواقع انترنت

24. اقتصاديات الثقافة: تقرير المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي للمملكة المغربية 2016 [مُتاح على الانترنت]. متوفر على الرابط: <http://www.ces.ma/Documents/PDF/Auto-saisines/2016/av25/rpas25a.pdf> (اطّلع عليه يوم 2020.04.25)
25. موقع وزارة المالية. يوجد على الرّابط: <https://www.mfdgi.gov.dz/index.php/ar/2014-05-29-13-06-51/144-2014-07-14-13-02-55/518-2015-03-18-10-14-23> (اطّلع عليه يوم 2020.04.01).
26. Agence nationale de l’investissement. Disponible à: <http://www.andi.dz/index.php/fr/parcs-industriels> (Page consultée le 10.10.2018)
27. Syndicat national du livre. Chiffres clés de l’édition 2018 [en ligne]. Disponible à: <https://www.sne.fr/economie/chiffres-cles/>
28. Wilaya d’Alger. Site officiel. Disponible à: <http://www.wilaya-alger.dz/fr/wilaya/>
29. CNRC. Disponible à: <https://sidjilcom.cnrc.dz/web/cnrc> (Page consultée le 13.06.2020)

- ¹ ابن منظور، محمد بن مكرم. لسان العرب. تحقيق عبد الله علي الكبير، محمد أحمد حسب الله، هاشم محمد الشاذلي. القاهرة: الدار المصرية للتأليف والترجمة، 1979. ص. 64.
- ² مجمع اللغة العربية. المعجم الوسيط. القاهرة: مكتبة الشروق الدولية، 2004. ص. 921.
- ³ جرانيس، ساندلر ب، ترجمة حبيب سلامة. نشر الكتب فن. القاهرة: دار النهضة المصرية، 1969. ص. 43.
- ⁴ محمد سيد، محمد. صناعة الكتاب ونشره. ط. 3. القاهرة: دار المعارف، 1992. ص. 238.
- ⁵ قنديلجي إبراهيم، موسوعة الوثائق والمعلومات الصغيرة. بغداد: مركز الوثائق الإعلامي لدول الخليج، 1983. ص. 24.
- ⁶ EPSTEIN, Jason. New York Review of Books, 2011.
- ⁷ TREMBLAY, G.. Les industries de la culture et de la communication au Québec et au Canada. Québec : presse de l'UQ, 1990. P. 44.
- ⁸ ZALLO, R. Economía de la comunicación y la cultura. Madrid: Ediciones Akal, 1988. P. 4.
- ⁹ UNESCO. Déclaration universelle de l'UNESCO sur la diversité culturelle 2001. Paris: UNESCO, 2001. P.13.
- ¹⁰ Caves Richard E. Creative Industries: contracts between arts and commerce. Harvard: Harvard University Press, 2002. P. 2.
- ¹¹ BECK, J.. Monopoly vs. oligopoly in the debate on retail price maintenance for books: A preliminary empirical result: Diplomarbeit. In "Handbook on the Economics of Art and Culture". Berlin: Humbolt University. P. 734.
- ¹² Ménard, Marc. Les chiffres des mots : portrait économique du livre au Québec. Québec : SODEC, 2001. P. 99.
- ¹³ Agence nationale de l'investissement. Disponible à: <http://www.andi.dz/index.php/fr/parcs-industriels> (Page consultée le 10.10.2018)
- ¹⁴ Site de la wilaya d'Alger.. Disponible à: <http://www.wilaya-alger.dz/fr/wilaya/> (Page consultée le 22.05.2020)
- ¹⁵ المجلس الشعبي الوطني. الجريدة الرسمية للمناقشات عدد 172، الصادرة بتاريخ 27 مايو 2015.
- ¹⁶ موقع وزارة المالية. يوجد على الرابط: <https://www.mfdgi.gov.dz/index.php/ar/2014-05-29-13-06-51/144-2014-07-14-13-02-55/518-2015-03-18-10-14-23> (اطلع عليه يوم 2020.04.01)
- ¹⁷ تقرير عن الاقتصاد الإبداعي 2013: تعزيز سبل التنمية. طبعة خاصة. برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، اليونسكو. باريس: اليونسكو، 2013. ص. 74.
- ¹⁸ KOTLER, Ph et all. Marketing Management. Paris : Pearson, 2015. P.4.
- ¹⁹ Ibid. P. 40.
- ²⁰ LENDREVIE, J., LEVY, J. Mercator. 10^{ème} éd. Paris : Dunod, 2012. P.9.
- ²¹ VERNETTE, E.. L'essentiel du marketing. 3^{ème} éd. Paris: Eyrolles, 2008. P. 11.
- ²² الجريدة الرسمية عدد 39، الصادرة بتاريخ 19.07.2015. ص. 23.
- ²³ الجريدة الرسمية عدد 51، الصادرة بتاريخ 24.08.2003. ص. 03.
- ²⁴ الجريدة الرسمية عدد 03، الصادرة بتاريخ 18.01.2017. ص. 12.
- ²⁵ SNE. Chiffres clés de l'édition 2018 [en ligne]. Disponible à: <https://www.sne.fr/economie/chiffres-cles/> (Page consultée le 24.04.2020)
- ²⁶ اقتصاديات الثقافة: تقرير المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي للمملكة المغربية 2016 [مُتاح على الانترنت]. متوفر على الرابط: <http://www.ces.ma/Documents/PDF/Auto-saisines/2016/av25/rpas25a.pdf> (اطلع عليه يوم 2020.04.25)
- ²⁷ شعبان خليفة. الكتاب الدولي: دراسة مقارنة في النشر الحديث. القاهرة: المكتبة الأكاديمية، 1993. ص. 639.
- ²⁸ Association Racines. Vers une politique culturelle pour mettre la culture au cœur du développement au Maroc: document de travail, 2014. P. 25.