# الدراســـــــــات

# اتجاهات أعضاء هيئة التدريس فى كلية الآداب بجامعة بنها نحو نمط النشر الذاتى: دراسة ميدانية

**د.سامح زينهم عبد الجواد**

**أستاذ علم المعلومات المساعد - كلية الآداب – جامعة بنها**

**مستخلص**:

تسعى الدراسة إلى التعرف على اتجاهات أعضاء هيئة التدريس فى كلية الآداب بجامعة بنها نحو نمط النشر الذاتى والأعمال المنشورة ذاتيًّا، وهى تعتمد على المنهج الميدانى، حيث أُعِدّ استبيان تضمن عديدًا من الأسئلة المتصلة بنمط النشر الذاتى، وتم توزيعه على مجتمع الدراسة. وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها: أن معظم أعضاء هيئة التدريس استخدموا نمط النشر الذاتى خاصة فيما يتعلق بنشر الكتب الدراسية، وأنهم راضون عن تجربتهم مع نمط النشر الذاتى، ويرون أن هذا النمط من النشر أسهل وأسرع من نمط النشر التجاري، كما أنهم يعتمدون على الأعمال المنشورة ذاتيًّا فى أبحاثهم ودراساتهم، وقد أوصت الدراسة بمجموعة من التوصيات التى قد تساعد فى زيادة وعى أعضاء هيئة التدريس بأنماط النشر الجديدة وخاصة نمط النشر الذاتى.

## ١. الإطار المنهجى للدراسة

### ١/١ توطئة

النشر الذاتى Self-publishing يعنى نشر أى كتابٍ أو البوم أو أى وسيطٍ آخر بواسطة مؤلفه بدون تدخل ناشر معين، ليس مثل نمط النشر التقليدى، والذى فيه التحكم فى النشر يتم تقاسمه مع الناشر، فإن المؤلف فى نمط النشر الذاتى يتحكم فى العملية بالكامل، وهذا يتضمن

تصميم الغلاف والتصميم الداخلى والسعر والتوزيع والتسويق والعلاقات العامة، يمكن للمؤلفين القيام بكل هذه الأنشطة بأنفسهم أو يمكن أن يعتمدوا على خدماتٍ خارجية لتنفيذ هذه المهام، والنشر الذاتى غير مقيدٍ على الكتب المادية فقط ولكن يتضمن الكتيبات والكراسات، بالإضافة إلى الوسائط الرقمية الأخرى مثل: الكتب الإلكترونية، ومواقع الويب[١].

فى النشر التقليدى يتحمل الناشر التكاليف المتصلة بالتحرير والتسويق ويدفع مقدمًا ويحصل على نسبة كبيرة من الأرباح، وبالمقارنة فى نمط النشر الذاتى فإن المؤلف يتحمل كل هذه التكاليف ولكن يكسب نسبة أعلى من الأرباح، وهذا المصطلح يشير دائمًا إلى المحتوى المكتوب فى شكل كتابٍ أو مجلة، فى وسيطٍ مادى كالورق أو فى شكل إلكترونى، ولكن نظريًّا يمكن أن يطبق على النشر الذاتى لمحتوى الفيديو أو رفع صور على موقع إلكترونى.

النشر الذاتى ليس ظاهرة جديدة ولكنها متواجدة منذ اختراع الكتابة. بعد اختراع الطباعة بواسطة جوهانيس جيتنبرج Johannes Gutenberg عام ١٤٤٠، الكثير من الكتب تم نشرها ذاتيًّا، ففى عام ١٧٥٩ الفنان البريطانى Laurence Sterne نشر ذاتيًّا أول مجلدين من رواية Tristram Shandy . فبينما معظم الأعمال يتم توزيعها بواسطة ناشرين معروفين، يوجد مؤلفون اختاروا أن ينشروا ذاتيًّا أو الذين اختاروا البدء فى الطباعة بأنفسهم[٢].

**١/ ٢ مشكلة وظاهرة الدراسة**

رصد الباحث العديد من المتغيرات التى ظهرت فى السنوات الأخيرة وأدت إلى انتشار نمط وظاهرة النشر الذاتي:

١. التطورات الحديثة: لم يكن ممكنًا في السابق أن تصل الكتب إلى القراء دون مرورها عبر بوابة دور النشر، ولكن ومع ظهور الكتب الإلكترونية وإمكانية تسويقها ذاتيًّا من طرف كُتابها، أصبح ذلك ممكنًا، بل وأصبحت هذه الكتب تلاقي رواجًا كبيرًا.
٢. انخفاض التكلفة المادية وسهولة النشر: في السابق، كان يلزم توافر الكثير من المال لطباعة الكتب، أما الآن، فتكفي بعض النقرات على شبكة الإنترنت لإضافة كتابٍ إلكتروني جديد إلى قائمة الكتب المتداولة إلكترونيًّا، كما يمكن للقراء الحصول على النسخة المطبوعة لكل كتابٍ إلكتروني بحسب الطلب.
٣. ظهور نمط الطبع وفقًا للطلب Print on Demand: الطباعة عند الطلب، هو طباعة ما تحتاج إليه من الكتب عند الحاجة وبالكمية المطلوبة، حتى لو كان المطلوب نسخة واحدة. وفقاً لما وَرَدَ بتقرير digital publishing market resource أنه في أمريكا وحدها زاد معدل طباعة الكتب الإلكترونية حسب الطلب من ٢٠ بليون صفحة عام ٢٠٠٦ إلى ٣٨ بليون صفحة عام ٢٠٠٩[٣].

٤. خدمات وشركات النشر الذاتى: تقوم معظم دور النشر في العالم بتسريح محررين يعملون لديها، علاوة على اتخاذ إجراءات لترشيد النفقات، ويُغلق عددٌ متزايدٌ من متاجر بيع الكتب، ومع ذلك تشهد شريحة واحدة في هذا القطاع ازدهارًا، حيث يزداد عدد شركات النشر الذاتي، في الوقت الذي يتراجع فيه نشاط الكثير من الناشرين التقليديين. وتقوم شركات النشر الذاتي بصورة عامة بتحقيق أرباح سواء عن طريق تحميل المؤلف رسومًا محددة مقابل مجموعة من الخدمات من بينها تصميم الغلاف والتسويق والتوزيع على تجار التجزئة على شبكة الإنترنت، أو عن طريق أخذ نسبة من مبيعات الكتب، أو الوسيلتين معًا. ونتيجة لإقبال المؤلفين على النشر الذاتي ظهرت شركات تقدم خدماتها للمؤلفين في مجالات التحرير والتسويق والتصميم، مثل: (DIY e-book Production) (BiblioCrunch). وأطلقت (Bowker) موقعًا إلكترونيًا (SelfPublishedAuthor.com) يقدم خدمات إرشادية للمؤلفين المستقلين(٤).

٥. النظرة الإيجابية للنشر الذاتى: صورة النشر الذاتى تحسنت منذ أن قام العديد من الكُتاب المعروفين جدًا الذين أنتجوا محتوى عالى الجودة باستخدام نمط النشر الذاتى فى البداية، أو تحولوا من النشر التقليدى إلى النشر الذاتى، فالكاتبة إيناكورنر الألمانية حاولت إيصال أو لقصة كتبتها للقراء عبر إيجاد دار للنشر تتكفل بذلك ولكنها فشلت، وفي منتصف عام ٢٠١١ نشرت قصتها بعنوان ضوء القمر MondLichtSaga على موقع أمازون الإلكتروني للنشر الذاتى، وكانت هذه الخطوة ناجحة بكل المقاييس، حيث نشرت الجزء الثاني والثالث لقصتها، وتسعى الآن كثيرٌ من دور النشر إلى التعاقد معها وشراء حقوق القصة لنشرها باللغة الفرنسية والإنكليزية والكورية، أما كتاب The Christmas Box للمؤلف Richard Evans والذي قام بإرساله لعدد (٦) ناشرين، وكان الرد برفض النشر، فقام بنشره ذاتيًا (١٩٩٥)، وأصبح من أكثر الكتب مبيعًا كما تمت ترجمته إلى ١٣ لغة مختلفة(٥).

٦. نمو العناوين المنشورة ذاتيًا: هناك ازديادٌ في العناوين التي ينشرها المؤلف، ونال مستقلون بنسبة ٦٠% خلال٢٠١٤، ولم يحدث أي تباطؤ أو هبوط للنسبة خلال٢٠١٦، لذا يتوقع أن تشهد الأعوام التالية نضوجًا وازدهارًا للنشر الذاتي(٦).

النقاط السابقة تؤكد أن نمط النشر الذاتى سيكون من أنماط النشر السائدة فى السنوات القادمة، وبالتأكيد لن يحل مكان النشر التقليدي حتى الآن، ولكن النمطين بدءا يتعايشان معًا. ومن هنا يجب أن تتوافر الدراسات التى تستهدف معرفة مدى انتشار هذا النمط فى مجال الاتصال العلمى بمصر، من خلال معرفة اتجاهات أعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية نحو هذا النمط ومدى تفاعلهم واستخدامهم له، ومعرفة نظرتهم نحو الأعمال المنشورة ذاتيًا سواء أكانت إيجابية

أو سلبية، وهذا ما دفع الباحث نحو دراسة هذه الظاهرة على أعضاء هيئة التدريس فى كلية الآداب جامعة بنها، والنقاط التالية تلقى الضوء على أهداف الدراسة بشكلٍ أبعد.

**١/ ٣ أهداف الدراسة**

**يمكن تقسيم أهداف الدراسة على ثلاثة محاور أساسية، وهى:**

**١. المحور الأول: اتجاهات أعضاء هيئة التدريس نحو أنماط النشر المتاحة حاليًا:**

أ- مدى اطلاع واتجاهات أعضاء هيئة التدريس فى كلية الآداب بجامعة بنها نحو أنماط النشر بشكلٍ عام.

ب - تحديد أنماط النشر التى قاموا باستخدامها بالفعل، وخطط النشر المستقبلية الخاصة بهم.

ت - التعرف على أهم سلبيات وإيجابيات وتحديات كلٍّ من نمط النشر التجارى ونمط النشر الذاتى من وجهة نظرهم.

**٢. المحور الثانى: اتجاهات أعضاء هيئة التدريس نحو نمط النشر الذاتى:**

أ - تحديد مبررات لجوئهم نحو استخدام نمط النشر الذاتى بدلاً من النشر التجارى التقليدى.

ب - معرفة أنواع وأشكال الأعمال التى يقومون بنشرها ذاتيًّا.

ت - التعرف على الأعمال والأنشطة التى يقومون بها عند نشر أعمالهم ذاتيًّا، وتلك التى يعتمدون فيها على خدماتٍ خارجية.

ث - اتجاهاتهم ومبررات استخدامهم لنمط النشر الذاتى الإلكترونى، والأماكن التى ينشرون فيها إلكترونيًّا بشكلٍ ذاتى.

ج - التعرف على أنواع النشر الذاتى المستخدمة بالفعل من قِبلهم (المدونات ـ النشر التعاونى- النشر برسوم ـ النشر عند الطلب POD ).

ح - التعرف على أهم الصعوبات التى واجهتهم عند قيامهم بنشر أعمالهم ذاتيًّا سواء بشكلٍ مطبوع أو إلكترونى.

خ - إلقاء الضوء على الطرق التى يستخدمونها عند توزيع وتسويق أعمالهم المنشورة ذاتيًّا.

**٣. المحور الثالث: اتجاهات أعضاء هيئة التدريس نحو الأعمال المنشورة ذاتيًّا:**

أ - معرفة نظرتهم وتصورهم وتقييمهم للأعمال المنشورة ذاتيًّا.

ب - مدى اعتمادهم على الأعمال المنشورة ذاتيًّا فى أبحاثهم ومقالاتهم ودراساتهم.

ت - تحديد الأماكن التى يلجأون إليها للبحث عن الأعمال المنشورة ذاتيًّا.

### ١/ ٤ تساؤلات الدراسة

تسعى الدراسة إلى الإجابة عن الأسئلة التالية:

١. ما مدى اطلاع أعضاء هيئة التدريس فى كلية الآداب بجامعة بنها نحو أنماط النشر بشكلٍ عام؟
٢. ما أنماط النشر التى قاموا باستخدامها بالفعل، وخطط النشر المستقبلية الخاصة بهم؟
٣. ما سلبيات وإيجابيات وتحديات كلٍّ من نمط النشر التجارى ونمط النشر الذاتى من وجهة نظرهم؟
٤. ما مبررات استخدامهم لنمط النشر الذاتى بدلاً من النشر التجارى التقليدى؟
٥. ما أنواع وأشكال المواد التى يقومون بنشرها ذاتيًّا ؟
٦. ما الأعمال والأنشطة التى يقومون بها عند نشر أعمالهم ذاتيًّا، وأهم الخدمات الخارجية التى يلجأون اليها لإنتاج وتوزيع وتسويق أعمالهم؟.
٧. ما اتجاهاتهم ومبررات استخدامهم لنمط النشر الذاتى الإلكترونى، والأماكن التى ينشرون فيها إلكترونيًّا بشكلٍ ذاتى؟
٨. ما أنواع النشر الذاتى المستخدمة بالفعل من قِبلهم (المدونات- النشر التعاونى- النشر برسوم - النشر عند الطلب POD )؟
٩. ما الصعوبات التى واجهتهم عند قيامهم بنشر أعمالهم ذاتيًّا سواء بشكلٍ مطبوعٍ أو إلكترونى؟
١٠. ما الطرق التى يستخدمونها عند توزيع وتسويق أعمالهم المنشورة ذاتيًّا ؟

١١. ما نظرة أعضاء هيئة التدريس فى كلية الآداب بجامعة بنها نحو قراءة واقتناء الأعمال المنشورة ذاتيًّا، وأهم الأماكن التى يبحثون فيها عن هذه الأعمال؟

### ١/ ٥ أهمية الدراسة

تتضح أهمية هذه الدراسة من النواحى التالية:

١. من الدراسات المبكرة التى اهتمت بمعرفة آراء أعضاء هيئة التدريس بنمط النشر الذاتى، كما لا يوجد دراسة سابقة تناولت مجتمع الدراسة وهو كلية الآداب بجامعة بنها.
٢. هذه الدراسة تلقى الضوء على أنماط أخرى من النشر قد تكون غير معروفة للكثير من أعضاء هيئة التدريس.

٣. انتشار نمط النشر الذاتى فى السنوات الأخيرة يستدعى الاهتمام ببحث هذه الظاهرة والتعرف على جوانبها الإيجابية والسلبية.
٤. تغير النظرة إلى الأعمال المنشورة ذاتيًا يتطلب الاهتمام بهذا النمط من النشر وتوضيح أهميته فى مجال الاتصال العلمى.
٥. تمكن هذه الدراسات تعريف أعضاء هيئة التدريس على خدمات ومنصات النشر الذاتى الإلكترونية وأهم المكاسب التى يمكن تحقيقها من خلال نشر أعمالهم ذاتيًا بها.

**١/ ٦ حدود الدراسة**

١. الحدود الموضوعية: الجانب النظري للدراسة يركز بشكلٍ أساسي على أنماط النشر بشكلٍ عام وأهم الفروق بين هذه الأنماط مع التركيز على نمط النشر الذاتى، والجانب العملى يهتم بمعرفة اتجاهات أعضاء هيئة التدريس فى كلية الآداب بجامعة بنها نحو نمط النشر الذاتى.
٢. الحدود الزمنية: تحاول الدراسة معرفة الاتجاهات الحالية والمستقبلية لأعضاء هيئة التدريس فى كلية الآداب بجامعة بنها نحو نمط النشر الذاتى.
٣. الحدود المكانية: الدراسة الميدانية تطبق على جميع أعضاء هيئة التدريس بكلية الآداب فى جامعة بنها.

**١/ ٧ منهج الدراسة**

- منهج الدراسة: الجانب العملي للدراسة اعتمد على المنهج الميداني الملائم لموضوع الدراسة والذي يسمح بتجميع البيانات والمعلومات المطلوبة من الشريحة المُستهدَفة بالدراسة.
- أداة جمع البيانات: قام الباحث بناء على ذلك باستخدام أداه الاستبيان، والتي تم تصميمها لتحقيق النتائج المذكورة في بداية الدراسة.
- تصميم وهدف الاستبيان: تضمن الاستبيان على مجموعة محددة من الأسئلة موزعة على ثلاثة محاور أساسية، وهى كالتالي:

| م | محاور استبيان الدراسة | عدد الأسئلة |
|---|---|---|
| المحور الأول | اتجاهات أعضاء هيئة التدريس نحو أنماط النشر المتاحة حاليًا | ٩ |
| المحور الثاني | اتجاهات أعضاء هيئة التدريس نحو نمط النشر الذاتى | ٢٣ |
| المحور الثالث | اتجاهات أعضاء هيئة التدريس نحو الأعمال المنشورة ذاتيًا | ١٣ |

**شكل (١) جدول يوضح محاور استبيان الدراسة**

١. المحور الأول: ويتضمن مجموعة من الأسئلة التى تهدف إلى معرفة اتجاهات مجتمع الدراسة نحو أنماط النشر المتاحة لهم حاليًا (النشر التجاري – النشر الهجين- النشر برسوم - النشر الذاتى الحقيقى - النشر وفقًا للطلب)، والتعرف على أنماط النشر التى يفضلون استخدامها حاليًا أو يخططون لاستخدامها فى المستقبل ومبرراتهم لذلك، ونظرتهم نحو تحديات النشر التجارى والنشر الذاتى.

٢. المحور الثانى: ويتضمن مجموعة من الأسئلة التى تهدف إلى معرفة اتجاهات مجتمع الدراسة نحو نمط النشر الذاتى بشكلٍ خاص، من حيث معرفة اتجاهاتهم الإيجابية والسلبية نحو هذا النمط، ومدى استخدامهم له، ومبررات استخدامهم له، والأماكن التى ينشرون فيها ذاتيًّا، والأعمال التى يقومون بها بأنفسهم أو يعتمدون فيها على خدمات خارجية، ومدى خبرتهم بهذا النمط، ومدى رضاهم عن أعمالهم المنشورة ذاتيًّا، وأهم تحديات استخدام نمط النشر الذاتى.

٣. المحور الثالث: ويتضمن مجموعة من الأسئلة التى تهدف إلى معرفة اتجاهات مجتمع الدراسة نحو الأعمال المنشورة ذاتيًّا، من حيث نظرتهم الإيجابية أو السلبية لهذه الأعمال، ومدى شرائهم واقتنائهم لهذه الأعمال، ومدى اعتمادهم عليها فى أبحاثهم ودراساتهم، وكذلك معرفة مدى رضاهم عن جودة هذه الأعمال من حيث المحتوى والإخراج المادى.

- صياغة أسئلة الاستبيان: استخدم الباحث الصيغة المغلقة أي الأسئلة التي لها عدة إجابات ويتم اختيار واحد أو عدة اختيارات منها، وهى طريقة ستسهل على أعضاء هيئة التدريس الوقت والجهد في الإجابة كما قد يدفعهم للمشاركة، كما ستساهم هذه الصياغة في تسهيل عملية حساب الإجابات واستخراج النسب المئوية.

- موثوقية أسئلة الاستبيان: بالإضافة إلى الأسئلة التي استنبطها الباحث من أدب الموضوع فقد تم الحصول على بعض أسئلة الاستبيان من بعض الدراسات الميدانية الأخرى، مثل: دراسة [Alison Baverstock ](٧)، ودراسة [Estelle rhodé odendaal](٨)، والاستبيان المتاح بموقع writerhelper الذى يقدم خدمات للمؤلفين الذين ينشرون ذاتيًّا(٩)، والاستبيان الخاص بترويج وتسويق الكتب المتاح على موقع Bookbaby الذى يقدم خدمات لإنتاج وطباعة وتوزيع الكتب للمؤلفين الناشرين(١٠)، والاستبيان المتاح بموقع The book design house(١١). كما قام الباحث بعد الانتهاء من إعداد الاستبيان بإرساله للتحكيم من قِبَل بعض الأساتذة المتخصصين في مجال النشر، وقد استغرقت عملية التحكيم حوالي شهر، وقد استفاد الباحث من التعديلات التي استقبلها، والتي أضافت أبعادًا أخرى لأسئلة الاستبيان.

- مجتمع الدراسة: اعتمد الباحث على بعض الأدوات لحصر وتجميع معلومات عن أعضاء هيئة التدريس فى كلية الآداب بجامعة بنها (بدرجة مدرس وأستاذ مساعد وأستاذ)، ومن أهمها:
  - الموقع الإلكتروني لكلية الآداب بجامعة بنها، والذي يضع قائمة بأسماء أعضاء هيئة

التدريس ودرجاتهم العلمية بكل قسم علمى.

- بالإضافة إلى الحصول على إحصائيات من مكتب شئون أعضاء هيئة التدريس بكلية الآداب.

- وقد قام الباحث اعتمادًا على هذه الأدوات بتجميع قائمة بأعضاء هيئة التدريس العاملين فى كلية الآداب بجامعة بنها تتضمن أسماءهم ودرجاتهم العلمية وطرق الاتصال وخاصة البريد الإلكتروني والتليفونات، والجدول التالى يوضح بالتفصيل مجتمع الدراسة من حيث عدد أعضاء هيئة التدريس بكل قسم علمى:

| م | القسم العلمى | المدرسين | الأساتذة المساعدين | الأساتذة | العدد الإجمالى |
|---|---|---|---|---|---|
| ١ | قسم المكتبات | ١٢ | ٣ | ٢ | ١٧ |
| ٢ | قسم اللغة العربية | ٦ | ٣ | ١٥ | ٢٤ |
| ٣ | قسم اللغة الإنجليزية | ٣ | ٢ | ٦ | ١١ |
| ٤ | قسم التاريخ | ٥ | ٤ | ١٧ | ٢٦ |
| ٥ | قسم الجغرافيا | ٣ | ٢ | ٧ | ١٢ |
| ٦ | قسم اللغة اليابانية | ١ | ١ | ١ | ٣ |
| ٧ | قسم اللغة الصينية | ٢ | ١ | ١ | ٤ |
| ٨ | قسم علم النفس | ٤ | ٣ | ٧ | ١٤ |
| ٩ | قسم الفلسفة | ٣ | ٥ | ٣ | ١١ |
| ١٠ | قسم الإعلام | ٣ | ٢ | ٣ | ٨ |
| ١١ | قسم علم الاجتماع | ٢ | ٤ | ٨ | ١٤ |
| ١٢ | قسم اللغة الفرنسية | ٤ | ٣ | ٥ | ١٢ |
| ١٣ | الإجمالى | ٤٨ | ٣٣ | ٧٥ | ١٥٦ |

**شكل (٢) جدول يوضح مجتمع الدراسة**

كيفية توزيع الاستبيانات وتلقى الإجابات: قام الباحث بتوزيع الاستبيانات على جميع أعضاء هيئة التدريس فى أقسامهم العلمية وفقًا للجدول السابق، كما قام بإرسال الاستبيان بشكلٍ إلكتروني إلى أعضاء هيئة التدريس المعارين والحاصلين على أجازات والذين لم يستطع مقابلاتهم فى أقسامهم العلمية، ولكن الردود التي استقبلها الباحث في البداية كانت قليلة للغاية، وقد اضطر الباحث إلى الاتصال تليفونيًّا بالعديد من الأعضاء لإقناعهم بالرد على الاستبيان، ومع هذه الاتصالات زادت عدد الردود نسبيًّا حيث تلقى الباحث في النهاية (١٢٢) ردًّا، وقد استغرقت عملية إرسال الاستبيانات واستعادتها ما يقرب من شهرين. ويوضح الجدول التالي عدد الاستبيانات التي تم إرسالها وعدد الردود النهائية التي تم استقبالها.

| م | القسم | عدد الاستبيانات الموزعة | عدد الردود | النسبة المئوية للردود |
|---|---|---|---|---|
| ١ | قسم المكتبات | ١٧ | ١٦ | %٩٤ |
| ٢ | قسم اللغة العربية | ٢٤ | ١٩ | %٧٩ |
| ٣ | قسم اللغة الإنجليزية | ١١ | ٩ | %٨١ |
| ٤ | قسم التاريخ | ٢٦ | ٢٢ | %٨٤ |
| ٥ | قسم الجغرافيا | ١٢ | ٨ | %٦٦ |
| ٦ | قسم اللغة اليابانية | ٣ | ٢ | %٦٦ |
| ٧ | قسم اللغة الصينية | ٤ | ٢ | %٥٠ |
| ٨ | قسم علم النفس | ١٤ | ٩ | %٦٤ |
| ٩ | قسم الفلسفة | ١١ | ١٠ | %٩٠ |
| ١٠ | قسم الإعلام | ٨ | ٦ | %٧٥ |
| ١١ | قسم علم الاجتماع | ١٤ | ١٠ | %٧١ |
| ١٢ | قسم اللغة الفرنسية | ١٢ | ٩ | %٧٥ |
| | الإجمالي | ١٥٦ | ١٢٢ | %٧٨ |

**شكل (٣) جدول يوضح إجمالى عدد الردود على الاستبيان**

- كيفية عرض بيانات الدراسة الميدانية: قام الباحث بإدخال بيانات الدراسة في الحاسب الآلي وتمت معالجتها عن طريق برنامج SPSS، واستخرج الباحث النسب المئوية النهائية وعرضها في شكل رسومٍ بيانية، وفى القسم الثاني من الدراسة سيهتم الباحث بعرض النسب المئوية لإجابات أعضاء هيئة التدريس على الأسئلة المختلفة، وسيوضح الباحث أهم الملاحظات والنتائج التي قد تظهر من خلال هذه الإجابات في قسم نتائج الدراسة وفقًا لمحاور الاستبيان المحددة سلفًا.

**١/ ٨ الدراسات السابقة**

اعتمد الباحث فى حصر الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة على عددٍ من المصادر، أبرزها دليل الإنتاج الفكرى فى مجال المكتبات والمعلومات، وقاعدة بيانات الهادى، والمستودع الرقمى باتحاد مكتبات الجامعات المصرية، كما قام الباحث بإجراء بحث فى العديد من قواعد البيانات مثل دار المنظومة والمنهل، Scince Direct، Proquest، Lisa، Emerlad، Springer ، **وفيما يلى عرض لأبرز الدراسات ذات الصلة بموضوع الدراسة**[١٢] [١٣] [١٤]:

**الدراسات العربية:**

١. دراسة [أميرة ابراهيم شعبان ، ٢٠١٥][١٥]، والتى استعرضت الجهود المبذولة في وضع معايير تقييم المواقع على شبكة الإنترنت باستعراض الإنتاج الفكرى الذى تناولها، مع عرض فئات المعايير العامة التي اتفق عليها معظم الباحثين أصحاب المساهمات في هذا السياق، ثم تم عرض قائمة بالمعايير المقترحة لتطبيقها على مواقع الناشرين محل الدراسة، كما تغطى الدراسة الفئة الجديدة من مواقع النشر وهي مواقع النشر الذاتي، حيث بدأ الباحث بتعريف المقصود بمواقع النشر الذاتي وكيف بدأت وما الخدمات التي تقدمها وما الفرق بينها وبين دور النشر التقليدية، ثم انتقل إلى حصر أفضل مواقع النشر الذاتي الموجودة على شبكة الإنترنت حاليًا وتقييم فردى لكل موقع منها، ثم عرض المعايير التي يمكن الاعتماد عليها عند إنشاء موقع نشر ذاتى عربى.

٢. دراسة [شيماء محروس على، ٢٠١٥][١٦]، سعت في الإطار التطبيقي إلي تحديد سمات وخصائص الإنتاج الفكري العددية والنوعية والموضوعية والزمنية والجغرافية من الكتب المنشورة ذاتيًّا في الفترة من ١٩٤٠ وحتى ٢٠١٠ من خلال حصر الأوعية التي تم نشرها عن طريق مؤلفيها، وأيضًا تحديد سمات وخصائص مؤلفيها وناشريها من حيث العدد والإنتاجية ودور المؤلفين الناشرين في مراحل النشر، وأهم الصعوبات التي تواجهم وآراء الناشرين في عملية النشر الذاتي ومكانه بالنسبة للنشر بصفة عامة ومعرفة أهم مقومات عملية النشر.

٣. دراسة [نور الدين حفيظى وراوية تبينة، ٢٠١٦ ][١٧]، والتى هدفت إلى إبراز الأهمية العلمية والصعوبات الواقعية للنشر من خلال إلقاء الضوء على مفهوم النشر العلمي، أشكاله وحقوقه، مع عرض أهمية النشر في البحوث العلمية، وأخيرًا قام الباحثان بدراسة المشاكل والتحديات التي تواجه الباحث في نشر أعماله للخروج بالحلول والسبل الكفيلة لتجاوزها.

٤. دراسة [أمانى السيد ٢٠١٦][١٨]، من الدراسات النظرية المتاحة على الخط المباشر، والتى هدفت إلى توضيح أنماط النشر الحديثة، مثل نمط النشر اللاسلكى والنشر الذاتى للكتب الإلكترونية وتكنولوجيا الطباعة عند الطلب وقارئات الكتب الإلكترونية، ثم تطرق البحث إلى مفهوم نمط النشر الذاتى ومميزاته وعيوبه وأهم المؤسسات التى تدعم هذا النمط من النشر.

**الدراسات الأجنبية:**

١. دراسة [Almudena Mangas-Vega-2015][١٩]، وهدفت إلى تحليل ظاهرة النشر الذاتى من وجهة نظر الأبحاث التى تناولته، وانتهى الباحث فى هذه الدراسة بأن نمط النشر الذاتى أصبح شائعًا بشكلٍ كبيرٍ الآن، ويتم بشكل أسرع فى العالم التجارى أكثر منه فى العلمى.

٢. دراسة [Alison Baverstock -٢٠١٦][٢٠]، والتى سعت إلى استكشاف الخبرة ونتائج القيام بالنشر الذاتى من وجهة نظر المؤلفين الذين استخدموا هذا النمط ومدى رضائهم عن هذا النمط، وقد اكتشفت الدراسة أن المؤلفين كان لديهم رضا كبير بعملية النشر الذاتى، ومن المحتمل أن يقوموا بذلك مرة ثانية كما أنهم يوصون الآخرين بتجريب هذا النمط من النشر.

٣. دراسة [ Alison Baverstock٢٠١٦- ][٢١]، وهى دراسة ميدانية اعتمدت على استبيان تم توفيره على موقع Survey Monkey يهدف إلى معرفة الخصائص الديموغرافية demographics للمؤلفين الذين ينشرون ذاتيًا ومبررات ودوافع النشر الذاتى ومستوى معرفتهم بالنواحى القانونية المختلفة للنشر. وهذا تبعه أسئلة عن مشروعات النشر الذاتى الحديثة، وهذا يتضمن فئة وشكل النشر، واستخدامهم لخدمات نشر مختلفة وتقديرهم للتكاليف والوقت المطلوب، ومستوى مشاركة المؤلف فى عملية النشر والتسويق ومدى رضائهم عن العملية واحتمالية تكرار هذه التجربة.

٤. دراسة [Estelle rhodé odendaal -٢٠١٧][٢٢]، والتى هدفت إلى الإجابة عن مجموعة من الأسئلة بهدف التعرف على الخصائص العامة لقطاع النشر الأكاديمى فى إفريقيا الجنوبية، وتحديد المفهوم العام للنشر الذاتى وكيف أن سلسلة نشر الكتب المنشورة ذاتيًا تختلف عن سلسلة نشر الكتب التقليدية، والتعرف على القطاعات التى تحفز الأكاديميين على النشر الذاتى، وكيف يمكن أن يملك الناشرون التجاريون تأثيرًا إيجابيًا على هذا الاتجاه.

٥. دراسة [ Jana Bradley –٢٠١٧ ][٢٣]، والتى عرضت نتائج فحص عينة عشوائية من ٣٤٨ كتابًا من إجمالى ٣٨٥.١٧٣ عنوانًا متاحًا من ٩٣ خدمة نشر معتمدة على رسوم عام ٢٠٠٨، بهدف التعرف على نماذج النشر خلال صناعة النشر غير التقليدية، وطرق إتاحة العناوين المنشورة ذاتيًا على الخط المباشر وفى المكتبات، وحالة الضبط الببليوجرافى والفهرسة، والمحتوى الموضوعى للكتب المنشورة ذاتيًا.

٦. دراسة [ Ian Rowlands٢٠١٨-] [٢٤]، وهى دراسة ميدانية اهتمت بمعرفة آراء واتجاهات حوالى ٤٠٠٠ آلاف باحث من ٩٧ دولة فيما يتعلق بأنماط النشر المتاحة فى العصر الرقمى، مثل: دوريات الإتاحة الحرة والأرشفة الذاتية والنشر الذاتى فى مواقعهم الشخصية على الويب أو مواقع الأقسام العلمية المنتمين لها، وقد انتهت الدراسة بأن العديد من المؤلفين يجعلون بعض أعمالهم متاحة على صفحتهم الإلكترونية أو مواقع أقسامهم الأكاديمية، وأن نصفهم

تقريبًا يفكرون فى القيام بذلك فى المستقبل، وأن صغار الباحثين عمرًا أكثر اهتمامًا بالنشر الذاتى عن الباحثين الأكبر سنًّا.

**١/ ٩ مصطلحات الدراسة**

١. الاتصال العلمى Scholarly communication: طريقة أو قناة تعبر عن طريقها المعلومات الأكاديمية من المؤلف إلى القارئ خلال تنوع من الوسطاء مثل المكتبات والناشرين، ومصطلح الاتصال العلمى هو المصطلح الأوسع الحديث للنشر الأكاديمي، والذي تم تطويره في السنوات الحديثة[٢٥].

٢. سلسلة نشر الكتاب Book publishing value chain: يشير الى العملية الكاملة التى ينطوى عليها إنشاء كتاب، وهذا يتضمن بدايات الفكرة والإبداع، وإنتاج الكتاب من المحتوى إلى شكل كتاب وتداوله وتوصيله إلى المكتبات والسوق، وأخيرًا استهلاك الجمهور والتغذية الراجعة.

٣. الناشر التقليدى Traditional publisher: الناشر التقليدى معروف أيضًا بالناشر التجارى - trade publisher commercial والذى يقوم بكل نواحى النشر على نفقاته الخاصة (التصميم الداخلى وتصميم الغلاف والكتابة والطباعة والتسويق والتوزيع ..إلخ). هذا الاستثمار المالى الأساسى يُسترد من بيع الكتب إلى الجمهور العام ومن رخصة الحقوق الإضافية [٢٦].

٤. النشر برسوم vanity or subsidy publisher- fee-based publishing: الناشر هنا يتقاضى رسومًا من المؤلف لإنتاج الكتاب، وكما مع النشر التقليدى هذا الناشر يتعاقد على حقوق على أساس حصرى. أرباح هؤلاء الناشرين لا تأتى من بيع الكتب إلى الجمهور العام؛ لذلك لا يقومون باستثمار موارد كبيرة فى التسويق والتوزيع[٢٧] .

٥. الناشر الهجين hybrid publisher: يتقاضى أيضًا رسومًا ويضيف قيمة فى شكل تحرير عالى الجودة وتصميم وتسويق وتوزيع. رسوم المؤلفين هنا هى محرك الربح المهم والأساسى أيضًا، ولكن ليس مثل ناشرى الرسوم فإن الناشرين الهجين الجيدين سوف أيضًا يتعهدون بتوصيل الكتب إلى أيدى القراء[٢٨].

٦. النشر الذاتى الحقيقى Self-publishingTrue: الطريقة التى فيها يتكفل المؤلف بكل المخاطر والمسئوليات لنشر عملة عن طريقه، ولا يستكشف أو يبحث عن فرص نشر مع شركات النشر التجارية المسجلة، هذا المصطلح يشير أيضًا إلى النشر بواسطة المؤلف author publishing، والنشر الخاص private publishing أو النشر على نطاقٍ صغيرٍ small-scale publishing[٢٩].

٧. الناشر الذاتى self-publisher: الناشر الذاتى هو المؤلف الذي يدفع تكلفة تصميم وطباعة وتوزيع كتابه. الكتب المنشورة ذاتيًّا تكون مملوكة للمؤلف ودائمًا تظل فى حوزة المؤلف وكل المبيعات الناتجة تنتمى للمؤلف(٣٠).

٨. الطبع عند الطلبPODPrint on demand: تكنولوجيا طباعة وطريقة عمل، والتى لا يتم فيها طبع نسخ من الكتاب أو أى وثائق أخرى حتى تستقبل الشركة طلب يسمح بطباعة نسخة واحدة أو كمية صغيرة(٣١).

**٢. الإطار النظري للدراسة**

**٢/ ١ تطورات النشر الذاتى**

منذ حوالى عقدين سابقين كان من المعتاد أن يوصف النشر الذاتى بمصطلح سلبى وهو طباعه الزهو vanity press للدلالة بأن المبرر الوحيد لطباعة الكتاب كان إرضاء الغرور الشخصى للمؤلف، وكان ينظر إلى المؤلفين بأنهم كانوا غير موهوبين بشكلٍ كافٍ للنشر بطريقة صحيحة ملائمة مع دور النشر المعروفة.

يدفع الناشرون التقليديون للمؤلفين بشكلٍ نموذجى نسبة مئوية من المبيعات لكتبهم، لذلك يقوم الناشرون بالاختيار فقط هؤلاء المؤلفين الذين يملكون كتبًا يعتقدون أنها قد تُباع بشكلٍ جيد، ونتيجة لذلك من الصعب للمؤلف غير المعروف أن يحصل على عقد نشر تحت هذه الظروف، وهنا عرض ما نطلق عليهم الناشرون برسوم vanity publishers البديل، حيث ينشرون أى كتاب فى مقابل الدفع مقدمًا بواسطة المؤلف، مع هذا الاتفاق فإن المؤلف سوف يتمكن من طباعة كتبه وسوف لا يتحكم فى كيفية توزيعها، وقد تم نقد هؤلاء الناشرين من البعض على أساس أنهم ينتهكون القانون والذي يقرر أن الربح المادى يجب أن يتدفق فى اتجاه المؤلف(٣٢).

حتى فى بداية العقد الأول من القرن الواحد والعشرين فإن النشر الذاتى كان يُنظر إليه على أنه علامة على الفشل، بالرغم أنه يوجد العديد من الإشارات بأن هذا الوضع تغير، حيث تحسنت صورة النشر الذاتى منذ نشر أعمال عالية الجودة نشرًا ذاتيًّا، حيث رواية Fifty Shades of Grey ورواية الخيال العلمى The Martian تم نشرهما فى البداية نشرًا ذاتيًّا، مما ساعد على إضفاء الاحترام للنشر الذاتى بشكلٍ عام.

لعقود سابقة فإن العالم الأدبى رفض المؤلفين الذين ينشرون ذاتيًّا كهاوين ينقصهم الموهبة فى التوصل إلى اتفاق لنشر الكتاب، ولكن هذا الاتجاه بدأ بالتدريج فى التغير مع ظهور الكتب الإلكترونية ووصول نظام Kindle من أمازون، والذى يعطى المؤلفين إتاحة مباشرة لملايين من القراء.

الدافع الكبير نحو النشر الذاتى كان بسبب التقدم السريع فى التكنولوجيا خاصة مع النمو المتفجر للإنترنت والتحول العام من التكنولوجيا التناظرية إلى التكنولوجيا الرقمية. الإنترنت تم وصفها على أنها المعادل العظيم great equalizer فى عالم النشر، حيث إنها مكّنت المؤلف من وضع كتبه خارجيًّا لكل العالم، كما أن التطورات فى قارئات الكتب الإلكترونية وحاسبات التابلت حسنت قابلية القراءة، وهذه الوحدات تسمح للقراء بتحميل الكثير من الكتب فى وحدة صغيرة محمولة، هذه التكنولوجيا تمكنت من طباعة كتاب أو توصيله رقميًّا بعد الحصول على أمر شراء، لذلك أصبح لا يوجد تكاليف متعلقة بالتخزين.

تكنولوجيا الطباعة وفقًا للطلب Print-On-Demand (or POD)، والتى أصبحت متاحة فى منتصف التسعينيات، يمكن أن تنتج منتجًا عالى الجودة مماثلًا لذلك المنتج بواسطة الناشر التقليدى، ففى الماضى كان من الممكن بسهولة تحديد العنوان المنشور ذاتيًّا بواسطة افتقاره للجودة العالية. الطباعة وفقًا للطلب كانت سهلة، حيث المؤلف يمكن ببساطة أن يرفع عمله ويختار شكل الملف الداخلى والغلاف، والكتاب يمكن أن يُطبَع عندما يُطلَب، وهذا يتجنب تكاليف التخزين، وتقليل خطورة كونه عالقًا مع كتب كثيرة غير مبيعة. اتحد التحول نحو الكتب الرقمية على الإنترنت مع النشر بنمط الطباعة عند الطلب مع اختراع آلة Espresso Book Machine، والتى عُرضت لأول مرة فى مكتبة نيويورك العام فى عام ٢٠٠٧. وأبعد من ذلك وفر الإنترنت إتاحة إلى قنوات توزيع عالمية خلال بائعى التجزئة على الخط المباشر، لذلك الكتاب المنشور ذاتيًّا يمكن أن يُتاح فى الحال إلى مشترين الكتب عالميًّا(٣٣).

قدمت مؤسسة أمازون نظام Kindle ، وهو نظام نشر ذاتى فى عام ٢٠٠٧، والذى تم وصفه على أنه نقطة تحول فى النشر الذاتى، وكان نظام نشر ذاتى إلكترونى حصرى للكتب الإلكترونية فقط، وهو مجانى للمؤلفين لتحميل كتبهم وإعطائهم التحكم فى تسعيرها، بالإضافة إلى الإتاحة إلى نفس قنوات التوزيع كناشرين مهمين. وقنوات أمازون للتوزيع المتمثلة فى نظامKDP ونظام CreateSpace، أنتجت نموًا كبيرًا فى النشر الذاتى، وكنتيجة لذلك فإن أعداد الناشرين الذاتيين فى تزايد.

أصبحت المكتبات تشارك فى نمط النشر الذاتى، فمثلًا، دورية المكتبة Library Journal وموقع Biblioboard عملا معًا لخلْق نظام نشر ذاتى يُدعى Self-e in، والذى فيه يضع المؤلفون كتبهم على الخط المباشر والتى تصبح متاحه للقراء، هذه الكتب يتم مراجعتها بواسطة دورية المكتبة، وأفضل الكتب منها تُنشر على نطاقٍ قومى شامل، لا يحصل المؤلفون على مقابل مادى بهذه الطريقة ولكنه فى الحقيقة يخدم كأداة تسويقية(٣٤).

صناعة النشر وهذا يتضمن النشر الذاتى، تغيرت بشكل سريع بحيث إنه من الصعب أن نتوقع بدقة ما سوف تتجه إليه، فمن المحتمل أن يستمر النشر الذاتى فى النمو، وأن يطلب

المؤلفون الكثير والكثير من البيانات عن قرائهم وكيف يتم بيع كتبهم.

**٢/٢. أنماط النشر المتاحة للمؤلفين**

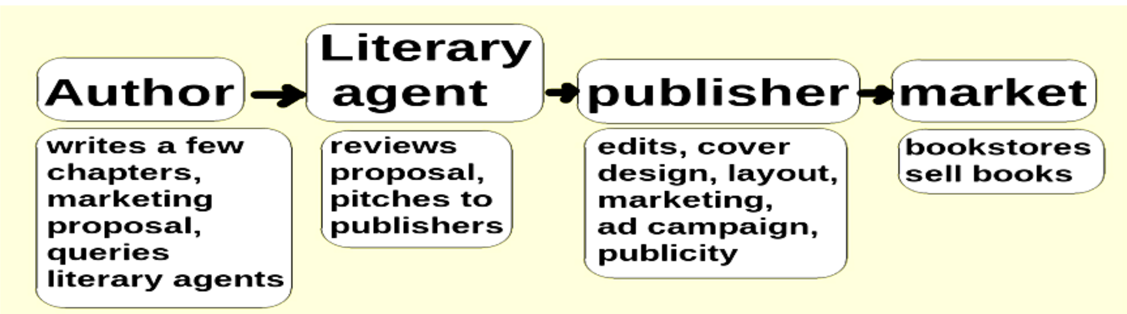
طرق النشر المتاحة للمؤلفين يمكن تقسيمها إلى خمس فئاتٍ أساسية، وهى: (١) نمط النشر التقليدى التجارى، (٢) ونمط النشر الهجين، (٣) ونمط النشر برسوم، (٤) ونمط النشر الذاتى، (٥) ونمط خدمات النشر الذاتى. والأقسام التالية تلقى الضوء على مفهوم ومميزات وعيوب كل نمط:

**٢/٢ /١ نمط النشر التقليدي التجارى**

الناشر التقليدى معروف أيضًا بالناشر التجارى، وهو يشترى حق النشر ويبيع العمل ( دائمًا بجانب حقوق أخرى معروفة بالحقوق الإضافية subsidiary rights) على أساس حصرى. هناك شركات كبيرة راسخة في مجال النشر، ويفضل هؤلاء الناشرون المؤلفين الذين يتمتعون بالجاذبية، خاصةً المؤلفين المشهورين أو "الأسماء التجارية"، وهم يتحملون معظم المخاطر المرتبطة بالنشر، وهي عادة ما تقدم دفعة مقدمًا، وأحيانًا يمكن للمؤلفين الحصول على جزء من أرباح الكتاب(٣٥).

يقوم الناشرون التجاريون بالاختيار بشكلٍ دقيقٍ وينشرون فقط نسبة صغيرة جدًّا من الأعمال المُقدَّمة لهم، ولا يوجد تكلفة على المؤلف مع النشر التقليدي، حيث يقوم الناشرون بكل نواحى النشر على نفقاتهم الخاصة (التصميم الداخلى وتصميم الغلاف واختيار العنوان والكتابة والطباعة والتسويق والتوزيع ..إلخ)، هذا الاستثمار المالى الأساسى يُسترد من بيع الكتب إلى الجمهور العام ومن رخصة الحقوق الإضافية.

يهتم الناشرون التجاريون باستثمار موارد كبيرة فى التسويق والتوزيع للكتب التى يقومون بنشرها من أجل تحقيق مبيعات، والناشر التجارى يوزع الكتب تحت الشعار والختم الخاص به، والكتب تكون مملوكة للناشر وتظل فى حوزته، والمؤلف يستقبل جزءًا من المبيعات فى شكل أرباحٍ مالية(٣٦).




شكل (٤) النشر التقليدى قبل ظهور نمط النشر الذاتى: حيث النشر كان لا يتم بدون وكلاء وناشرين

**والنقاط التالية توضح مميزات النشر التقليدى[٣٧]:**

١. يجلب الإحترام: التعاقد مع ناشر الكتب بمثابة تصديق للعديد من المؤلفين، إذا رأى الناشر الجدار في كتابك واستثمر الموارد فيه، فهذا معناه أنك كتبت كتابًا جيدًا.

٢. المؤلف لا يدفع شيئًا: نظرًا لأن الناشر يتحمل جميع تكاليف النشر، فإن المبيعات القليلة من المتوقع أن لا تتسبب في أي خسارة مالية، حتى إذا لم يكسب كتاب المؤلف، فلا يُتوقع منه سداد أي جزءٍ من الدفعة المُقدَّمة.

٣. يهتم الناشرون بكل شيء: يوفر الناشرون خدمات احترافية، مثل: التحرير، والتدقيق اللغوي والتصميم، فضلًا عن العناية بالطباعة والتخزين والتوزيع (إتاحة الكتاب في مكتبات بيع الكتب والمؤسسات الأخرى)، كما أنهم سيرتبون أيضًا للمراجعات التحريرية وتنظيم فعاليات توقيع الكتب. إن وجود شخص يعتني بكل هذا يُعد مصدر ارتياحٍ كبيرٍ للمؤلفين الذين يمكنهم بعد ذلك تخصيص المزيد من وقتهم للكتابة.

٤. سيحصل كتابك على مكان في متاجر بيع الكتب المادية: بما أن الناشرين التقليديين لديهم شبكة توزيع جيدة ويوفرون خيار إرجاع الكتب، فإن متاجر بيع الكتب ستكون أكثر استعدادًا لتخزين كتابك، وهذا من شأنه أن يحسن فرص اكتشافها وشرائها.

٥. يتم إعطاء المكافآت والجوائز للمؤلفين الذين ينشرون خلال هذا النمط فقط.

**أما النقاط التالية فتوضح عيوب النشر التقليدى[٣٨] [٣٩]:**

١. من المحتمل أن يتم رفض المؤلفين الجدد على وجه الخصوص مراتٍ عديدة قبل أن يتمكنوا من التوصل إلى اتفاق نشر، وحتى بعد التوقيع على صفقة، قد يستغرق الأمر سنة أخرى أو أكثر لنشر الكتاب وتوفيره في المكتبات.

٢. يمتلك المؤلفون قدرًا محدودًا من التحكم الإبداعي، لن تكون لديك السيطرة الكاملة على الجوانب الإبداعية لكتابك، مثل عنوانه وتصميم غلافه وكيفية تحريره.

٣. بالإضافة إلى كون عقود الناشر معقدة، فإنها غالبًا ما تتضمن عبارات لصالح الناشر، ستحتاج أنت ومحاميك إلى مراجعة البنود بعناية لضمان احتفاظك بأكبر عددٍ ممكن من حقوق الكتاب.

٤. يتم إعطاء المؤلفين نسبة من المبيعات عند شراء حقوق العمل، ولكنها نسبة منخفضة لأنها تستند إلى نسبة مئوية من المبيعات، فالعائد المادى في النشر التقليدي أقل منه فى النشر الذاتي.

٥. في سوق اليوم يتعيّن على المؤلفين غالبًا القيام ببعض التسويق الخاص بهم عن طريق وجود موقع على شبكة الإنترنت وقائمة بريدية، وخاصة أن بعض الكُتّاب كانوا غير راضين عن الجهود التسويقية للناشر التقليدي، مما جعل البعض ينتقل لنمط النشر الذاتى.

**٢/٢/٢ نمط النشر برسوم**

فى نمط النشر برسوم أو نشر الزهو vanity or subsidy publisher- fee-based publishing، يتقاضى الناشر رسومًا لإنتاج الكتاب، أو يطلب من المؤلف أن يشترى شيئًا ما كشرطٍ للنشر مثل الكتب الجاهزة أو خدمات تسويق، وكما مع النشر التقليدى هذا الناشر يتعاقد على حقوق على أساس حصرى، ولا يمتلك الناشرون هنا معايير اختيار في مقابل نماذج النشر "الهجين" الأخرى[٤٠].

يوجد تنوع واسع من أنماط النشر برسوم من الشركات التى لا تفعل أكثر من مجرد بناء ملف رقمى ووضعه للبيع على الخط المباشر إلى الشركات التى توفر قائمة من خدمات التسويق والتصميم والتحرير، بالإضافة إلى الطباعة وإنتاج كتب رقمية، وأرباح هؤلاء الناشرين لا تأتى من بيع الكتب إلى الجمهور العام؛ لذلك لا يقومون باستثمار موارد كبيرة فى التسويق والتوزيع.

يقوم المؤلفون الطموحون بنشر أعمالهم مع شركات النشر هذه بواسطة دفع النفقات الكاملة لإنتاج وطبع كتبهم الخاصة، وبمجرد أن يتم نشر الكتاب يقوم المؤلفون بشراء كتبهم مرة أخرى من الناشرين، وقليل جدًّا من هذه الشركات التى تعرض خدمات متصلة بالتسويق والتوزيع إلى المؤلفين. وباختصار فإن الناشر هنا يوزع أيضًا الكتب تحت شعاره والختم الخاص به، ومع ذلك فهو لا يشترى الأعمال وبدلاً من ذلك يطلب من المؤلفين أن يدفعوا تكلفة النشر، أى ناشر يطلب رسوم من المؤلف هو ناشر برسوم، وكما مع الناشرين التجاريين الكتب تكون مملوكة بواسطة الناشر وتظل فى حوزة الناشر، ويحصل المؤلفون على أرباحٍ مالية[٤١].

وبما أن شركات النشر برسوم ليست انتقائية عادة (على الأقل بنفس الطريقة التي يكون بها الناشر التجاري) فإن النشر عن طريق هذا النمط عادة لا يُنظر إليه على أنه يمنح نفس الإعتراف أو المكانة كمنشورٍ تجاري. تقدم شركات النشر برسوم استقلالية للمؤلف أكثر مما تقدمه صناعة النشر السائدة، ومع ذلك يمكن أن تكون رسومها أعلى من الرسوم التي يتم فرضها عادة على خدمات الطباعة المماثلة، وأحيانًا تكون هنا كحاجة إلى عقود تقييدية.

يعتبر مصطلح "نشر الزهوvanity " ازدرائيًّا بطريقة سلبية؛ نظرًا لأنه يشير إلى أن الشخص الذي يستأجر هذه الخدمة غير مؤهل أو غير قادر على أن ينجح كتابه في السوق، وأن المؤلف لا يطبع الكتاب إلا كنوعٍ من الزهو والتفاخر.

**والنقاط التالية توضح بشكلٍ أبعد مميزات شركات النشر برسوم[٤٢]:**

١. قد تستوعب شركة النشر بعض التكاليف الأولية، رغم أنها عادة ما تكون أقل بكثير مما يستثمره المؤلف.

٢. تقوم بنشر أي شيء، دون أي عملية فحص أو اختيار، وهى جيدة لأعمال "السوق المتخصصة" أو أولئك الذين يرغبون ببساطة في رؤية كتبهم مطبوعة لمنحها للأصدقاء وأفراد العائلة.

٣. توفر المزيد من الحرية للمؤلفين من الناشرين التقليديين فيما يتعلق بالمحتوى التحريري والتصميم والتخطيط وما إلى ذلك.

٤. قد تقدم مبيعات على شبكة الإنترنت، أو جعل الكتاب متاحًا عبر بائعي الكتب عبر الإنترنت أو مواقع الويب الخاص بهم.

**أما النقاط التالية فتوضح عيوب النشر برسوم[٤٣]:**

١. هناك نظرة سلبية عن الكتب والمؤلفين الذين ينشرون خلال هذا النمط.

٢. العديد من الموزعين التقليديين، ومكتبات بيع الكتب، والمكتبات وما إلى ذلك لنتحمل الكتب المنشورة خلال هذا النمط.

٣. تشمل التكاليف ربح الناشر والنفقات العامة، لذلك عادة ما تكون أكثر تكلفة من الأشكال الأخرى للنشر الذاتي.

٤. لا يوجد حافز اقتصادي للناشرين لجعل الكتب في أيدي القراء؛ لأن سوقهم المُستهدفة والمؤلفون أنفسهم ، لذلك لا يقومون بجهودٍ تسويقية كبيرة.

٥. ليس لدى البعض ترتيبات مع الموزعين أو تجار الجملة، مما يجعل من المستحيل الحصول على الكتب إلا من خلال المؤلف.

٦. عدد من هذه الشركات غير أخلاقية واحتيالية.

**٢ /٢/ ٣ نمط النشر الهجين**

الناشر الهجين hybrid publisher، يتقاضى أيضًا رسومًا، ويضيف قيمة فى شكل تحرير عالى الجودة وتصميم وتسويق وتوزيع، وكما مع نمط النشر برسوم السابق فإن الناشرين هنا يمكن أن يكونوا مكلفين للغاية، ورسوم المؤلفين هى محرك الربح المهم والأساسى، ولكن ليس مثل ناشرى الرسوم فإن الناشرين الهجين الجيدين سوف أيضًا يتعهدون بتوصيل الكتب إلى أيدى القراء، ولسوء الحظ العديد من الناشرين الذين يدّعون أنهم ناشرون هجين هم فى الحقيقة ناشرون برسوم متنكرين[٤٤].

فى نمط النشر هذا يوجد ترتيبات مشتركة بين النشر الذاتى والتقليدى، حيث المؤلف والناشر يتحملان بعض تكاليف الإنتاج وأحيانًا ما يُدعى النشر التعاونى cooperative publishing. فى بعض هذه الأنماط فإن الناشر الهجين قد يعرض خدماتٍ مختارة لمساعدة المؤلف على نشر كتابه مثل: التحرير والنسخ والتحرير والتسويق، والعلاقات العامة مثل: الترويج خلال وسائل التواصل الإجتماعى واستراتيجيات تحسين محركات البحث search engine optimization، ومعظم هذه المؤسسات تملك مكتبات بيع الكتب المباشرة الخاصة بها.

من المهم للمؤلفين الذين يفكرون فى الاتجاه الهجين أن يفهموا بشكلٍ كاملٍ الخدمات المتضمنة، وما هى التكاليف، ويفهموا بشكلٍ كاملٍ مصطلحات عقد النشر، فبعض الشركات الوسيطة تقدم عقودًا غير مثالية، مما يجعل من الصعب على المؤلف الخروج من الصفقة في وقتٍ لاحق، ويمكن أن يأخذ حصة غير متناسبة من الأرباح . المؤلف يجب أن يفهم المصطلحات بشكلٍ كامل، ويحاول أن يحتفظ بالكثير من الحقوق بمرونة كبيرة بقدر الإمكان.

أرباح المؤلف مع هذا النمط تكون أقل من النشر الذاتى الحقيقى، ولكن أكثر من النشر التقليدي، ونادرًا ما تصل الكتب إلى مكتبات بيع الكتب، وبعض الشركات هنا لا تكون غير كونها خدمات نشر مساعدة غير تقليدية والتى تطلب رسومًا زائدة. والنقاط التالية توضح مميزات النشر الهجين[٤٥]:

١. يمتلك الناشرون هنا شبكات توزيع في المكان مما يجعل عملية التوزيع أكثر سهولة.
٢. يعتمد الناشرون هنا على المحررين والفنانين والمراجعين والطابعين لإنتاج الكتب.
٣. هناك مستوى أكبر من الحرية الإبداعية.
٤. التكاليف الأولية تعتمد على مستوى المساعدة التي يتطلبها المؤلف.
٥. في كثير من الأحيان التكاليف أقل من النشر الذاتي.
٦. كل الالتزامات القانونية لنشر الكتاب يعتنى بها الناشر.
٧. يقدم بعض الناشرين هنا الاحتفاظ الكامل بالحقوق.

**أما النقاط التالية فتوضح عيوب النشر الهجين:**

١. استبعاد محتمل من الجوائز والجوائز الأدبية.
٢. قد يستغرق الأمر وقتًا أطول استنادًا إلى الناشر الذي تختاره للحصول على كتابك هناك.

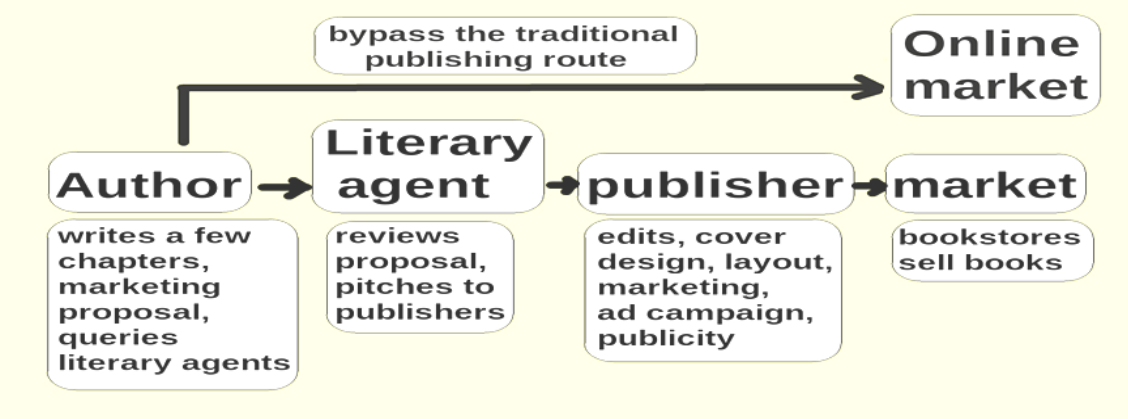
### ٢/٢/ ٤ نمط النشر الذاتى الحقيقى

النشر الذاتى الحقيقى True self-publishing مثل النشر برسوم يتطلب من المؤلف أن يتحمل التكاليف الكاملة للإنتاج وأيضًا يترك عملية التسويق والترويج إلى المؤلف، ومع ذلك بدلاً

من الدفع لحزمة محددة مسبقًا من الخدمات فإن المؤلف يضع هذه الخدمات معًا بنفسه، يتعاقد مع محررين ومصممى أغلفة وما إلى ذلك، ولأن كل ناحية من العمليات تتطلب تكاليف مختلفة وفقًا لعروض مختلفة، فإن النشر الذاتى يمكن أن يكون أكثر فعالية فى التكلفة عن النشر الهجين والنشر برسوم، وينتج منتجًا أعلى جودة [٤٦].

فى نموذج النشر التقليدى، يتصرف المحررون والناشرون كفلتر، حيث يستبعدون المحتوى السيئ والمتطرف وغير المعيارى، على العكس من ذلك، يتيح النشر الذاتي للمؤلفين تجاوز هذا الفلتر وبيع كتبهم مباشرة للجمهور، ومن الضروري أن يفكر المؤلف هنا كرائد أعمال وأن يتحمل المسئولية عن جميع المتغيرات، وأن يجعل الكتاب النهائي يبدو وكأنه منتج ذو جودة عالية قدر الإمكان، وهنا تبقى جميع الأرباح والحقوق مع المؤلف.

هناك جانب معادٍ للنشر الذاتى فى أنه كان يُنظَر إليه تاريخيًّا على أنه طريقه لتحدى السلطة ومقاومة القمع. حركة النشر الذاتى يمكن أيضًا أن ينظر إليها على أنها جزء من ( ثقافة قم بذلك بنفسك Do-it-yourself)، والتى ازدهرت فى بيئات الدعم المجتمعى، فالكاتب الذى تم رفضه بواسطة النظام التقليدى يمكن أن يجد العزاء فى النشر الذاتى. وبشكلٍ عام يعمل النشر الذاتي بشكلٍ أفضل مع الكتب الإلكترونية، لأنه خلافًا للنشر الذاتي عند الطلب، يحل مشكلتين أساسيتين وهما: التكلفة والتوزيع، وهناك مجموعة متنوعة من تنسيقات الكتب الإلكترونية والأدوات التي يمكن استخدامها لإنشائها، ونظرًا لأنه من الممكن إنشاء كتب إلكترونية بدون تكاليف مسبقة، فإن هذا خيار شائع للناشرين ذاتيًّا[٤٧].




شكل (٥) النشر الذاتى الذى يسمح للمؤلفين بتخطى الناشرين التقليديين والبيع مباشرة إلى القراء

**ومن منصات النشر الذاتى الإلكترونية المتاحة للمؤلفين من أجل بيع كتبهم الإلكترونية ما يلى:**

١. نظام Kindle Direct Publishing: هي وحدة نشر الكتب الإلكترونية في أمازون التي تم إطلاقها عندما بدأت الشركة في بيع جهاز قراءة الكتب الخاص بها المسمى Amazon Kindle في عام ٢٠٠٧. وهذه الوحدة تملك مئات الآلالف من العناوين المنشورة ذاتيًّا. ذكرت إحدى الدراسات أن أمازون قد كسبت ٢.٣ مليار دولار من إيرادات الكتاب الإلكتروني في عام ٢٠١٦ ، وكان ٢٥٪ منها من الكتب الإلكترونية المنشورة ذاتيًّا. وأصدرت أمازون ٤ ملايين كتاب إلكتروني في عام ٢٠١٦، و٤٠ ٪ منها تم نشرها ذاتيًّا(٤٨).

٢. نظام أبل Apple: تبيع شركة أبل الكتب عبر متجرها App Store، وهو عبارة عن منصة توزيع رقمية لتطبيقاتها المحمولة على نظام التشغيل iOS الخاص بها. يمكن تنزيل التطبيقات إلى أجهزتها مثل iPhone، وجهاز iPod Touch المحمول، وجهاز iPad.

٣. خدمة Smashwords: هي شركة مقرها كاليفورنيا تأسست من قبل Mark Coker، والتي تسمح للمؤلفين والناشرين المستقلين بتحميل مخطوطاتهم إلكترونيًّا إلى خدمة Smashwords، والتي تحولها بعد ذلك إلى تنسيقات كتب إلكترونية متعددة يمكن قراءتها على أجهزة مختلفة(٤٩).

٤. شركة Barnes & Noble: تدفع هذه الشركة ٦٥% من سعر الكتب المشتراة خلال متجرها على الخط المباشر الذى يُدعى Pubit.

٥. شركة <u>Kobo</u>: شركة كندية وتبيع كتبًا إلكترونية وكتبًا صوتية وقارئات إلكترونية والحاسبات اللوحية والتى نشأت كخدمة قراءة إلكترونية سحابية cloud e-reading service.

٦. منصة <u>Scribd</u>: منصة نشر مفتوحة وتحتوى على مكتبة رقمية وخدمة اشتراك للكتب الصوتية والكتب الإلكترونية، وهى بدأت كموقع مشاركة على الخط المباشر وتطور إلى متجر، الكتب المنشورة فيها تحول للمؤلف حوالى ٨٠ % من سعر البيع.

٧. نظام <u>Lulu</u>: منصة توزيع ونشر ذاتى وتوفر طبع وفقًا للطلب على الخط المباشر. وتقدم خدمات متعلقة بالنشرمثل تصميم المواقع الإلكترونية وتصميم الغلاف وحزم التحريرواستراتيجيات الترويج للوسائط الاجتماعية.

٨. خدمة CreateSpace: هي خدمة نشر الكتب عند الطلب في أمازون، يمكن للمؤلفين هنا الاشتراك للحصول على حساب، ويمكن للبرنامج عبر الإنترنت توجيه المؤلف خلال خطوات النشر، مثل تحميل غلاف، وتحديد قنوات التوزيع وتحديد الأسعار. تصبح الكتب التي تم تحميلها على هذه الخدمة جزءًا من كتالوج إمازون على الإنترنت ويمكن توفيرها لمشترين الكتب في جميع أنحاء العالم. تقوم أمازون بجمع العوائد من مبيعات الكتب نيابة

عن المؤلفين، ثم تقوم بإيداع أرباحهم مباشرة في حساب المؤلف بعد بضعة أشهر أو أكثر من البيع[٥٠].

**والنقاط التالية توضح مميزات النشر الذاتى[٥١][٥٢]:**

١. السرعة: يكتشف المؤلف ما إذا كان الكتاب قد حقق نجاحًا كبيرًا مع القراء؛ لا يوجد تأخير لمدة ستة أشهر أو أطول، كما هو الحال مع ناشر معروف، حيث يتم تجاوز الخطوات المعتادة للخلف مع الناشر، فمن الممكن إطلاق كتاب في غضون بضعة أسابيع بعد انتهائه.
٢. لا يوجد تكاليف مبدئية: عادةً لا تتطلب عملية تحميل الأعمال إلى منصة KDP أو Smashwords أي رسوم.
٣. حرية البدء في الكتاب التالي: يمكن للمؤلف أن ينشر بنفسه، ثم يبدأ العمل في المشروع التالي، ويحتمل أن يكون أكثر إنتاجًا.
٤. حصة أكبر من الأرباح: يكسب المؤلفون الذين ينشرون ذاتيًّا ما يزيد عن أربعة إلى خمسة أضعاف في الوحدة الواحدة مما لو كان المؤلف يعمل مع ناشر تقليدي، وأحيانًا ٧٠٪ من سعر البيع.
٥. النشر مباشرة للقراء: لا يوجد رقابة وسيطة على ما قد يظهر للجمهور، فالطريق إلى القراء مباشر أكثر.
٦. بعض المؤلفين يستخدمون النشر الذاتى كخطوة مبدئية للوصول إلى الناشرين التقليديين.
٧. بعض المؤلفين المكافحين اشتكوا بأن نمط النشر التقليدى كان متعصبًا تمامًا أو انعزاليًّا جدًّا، حيث ابتعد عن الأفكار غير التقليدية أو التى تتعامل مع الأقليات، والنشر الذاتى كان الطريق لهؤلاء الكُتّاب المنبوذين سابقًا للاتصال مع القراء.

**أما النقاط التالية فتوضح عيوب النشر الذاتى[٥٣] [٥٤]:**

١. معظم الكتب المنشورة ذاتيًّا تبيع نسخًا قليلة، حيث تشير بعض التقديرات أنها تبيع أقل من ١٠٠ إلى ١٥٠ نسخة، ومع ذلك تجدر الإشارة إلى أن الغالبية العظمى من الكتب التي يروج لها الناشرون التقليديون تفشل أيضًا.
٢. الطبيعة المزدحمة: هناك الكثير من المنافسة، ومن الصعب أن يتم ملاحظة كتاب واحد في سوق مزدحمة، الناشرين الكبار لديهم آفاقٌ أفضل بكثير لجذب الانتباه للكتاب.
٣. عدم القيمة: الكتب من الناشر التجارى تملك كثيرًا من التميز؛ نظرًا لأنها تُفحَص من المحرر، مما يمنحها "ختم الموافقة".
٤. من الصعب الوصول إلى مكتبات بيع الكتب: نادرًا ما تأخذ المكتبات الكبيرة كتبًا ذاتية النشر وإذا فعلتها، فإنها تريد ٥٠٪ من سعر البيع.
٥. يوفر الناشرون مساعدة تحريرية وتسويقية: كما عادة ما يدفعون سلفًا لمساعدة المؤلف على

تحمل النفقات في بداية دورة النشر، وهي ميزة لا يملكها الكُتّاب الذين ينشرون ذاتيًّا.

٦. صعوبة الحصول على مراجعات في الصحافة السائدة: من الصعب مراجعة الكتب المنشورة ذاتيًّا في الصحف والمجلات، تفضل وسائل الإعلام الكتب من الناشرين التقليديين قبل تقديم المراجعات.

٧. يجب على المؤلفين قضاء الكثير من الوقت في تسويق كتبهم: يجب أن يعمل المؤلفون بجد لتسويق كتبهم، وهي مهمة لا يملك لها العديد من المؤلفين مهارة أو يرغبون في القيام بها.

٨. الكتب المنشورة ذاتيًّا غير مؤهلة عادة للحصول على جوائز، والروايات الأدبية تحتاج إلى هذه الجوائز لتصبح أفضل الكتب مبيعًا، ومع ذلك، هناك علامات على أن هذا يتغير مع تزايد عدد الكتب التي يتم نشرها ذاتيًّا.

٩. المشكلة لبعض المؤلفين الذين نشروا ذاتيًّا تكون فى الانتحال، حيث من السهل نسبيًّا نسخ العمل والتغير فيه بطرقٍ سطحية، ولكن التغيرات تكون كافية بحيث يكون من الصعب لبرامج كشف الانتحال أن تحدد المتشابهات بين الكتاب الحقيقى والنسخة المسروقة المنتحلة، بعد ذلك فإن النسخة يمكن رفعها على الخط المباشر تحت عنوان جديد واسم مؤلف مختلف، والذى يمكن أن يكسب ماديًّا من الانتحال.

**والإحصائيات التالية توضح حجم سوق النشر الذاتى (٥٥):**

١. نمو متفجر للعناوين الجديدة: كان النمو في العناوين الجديدة قويًا، ففى عام ٢٠١٢ تم نشر ٤.٢ مليون عنوان جديد، وكان معظم النمو في العناوين الجديدة بسبب النشر الذاتي، وفي عام ٢٠١٤، شكلت الكتب المنشورة ذاتيًّا ٤٣٪ من جميع العناوين المطبوعة، مما ساعد على زيادة النمو الإجمالي للإنتاج المطبوع.

٢. نمو قوي في النشر الذاتي: عناوين الكتب التي تم نشرها ذاتيًا في الإنتاج قد تضاعفت ثلاث مراتٍ من عام ٢٠٠٦ إلى عام ٢٠١٢، وكان عام ٢٠٠٨ عامًا فاصلًا؛ حيث للمرة الأولى في التاريخ، كان عدد الكتب التي تم نشرها ذاتيًّا أكثر من تلك المنشورة تقليديًّا، وفي عام ٢٠٠٩ فإن ٧٦ ٪ من جميع الكتب الصادرة تم نشرها ذاتيًا، في حين خفضت دور النشر عدد الكتب التي أنتجتها. في عام ٢٠٠٨، كان هناك ٨٥،٤٦٨ عنوانًا منشورًا ذاتيًّا؛ في عام ٢٠١١ هناك٢٤٧،٢١٠ عنوانًا ؛ بحلول عام ٢٠١٢ أصبح هناك ٤٥٩٠٠٠ عنوان، وبحلول عام ٢٠١٣ هناك ٤٥٨،٥٦٤ عنوانًا؛ وبحلول عام ٢٠١٧ تم نشر ٧٨٦،٩٣٥ رقم ISBN ذاتيًّا. خلال فترة من ست سنواتٍ، كان نمو العناوين المنشورة ذاتيًّا مذهلًا بنسبة ٢١٨ ٪.، هذه أرقام عالمية، لكن الأرقام قوية في أسواق معينة أيضًا، ففي المملكة المتحدة على سبيل المثال، اشترى القراء ١٨ مليون كتاب منشورًا ذاتيًا في عام ٢٠١٣، بزيادة قدرها ٧٩ ٪ عن العام السابق.

**٢/٢/ ٥ نمط خدمات النشر الذاتى**

خدمات النشر الذاتى Self-publishing services تقع فى مكانٍ ما بين النشر برسوم والنشر الذاتى الحقيقى، ليس مثل النشر الذاتى الحقيقى فإن المؤلفين يكونون مقيدين بحزم النشر التى توفرها الخدمة، وليس مثل الناشرين برسوم vanity/subsidy publishers فإن خدمات النشر الذاتى شفافة نسبيًّا فيما يتعلق بما يقومون به، فنظرًا لأنها خدمات رقمية وتسترد تكاليف الإنتاج فى وقت البيع فإن رسوم خدمات النشر الذاتى يمكن أن تكون أقل من الناشرين برسوم أو الناشرين الهجين. الأرباح تأتى فى الأساس من رسوم المؤلفين والمشتريات بدلاً من مبيعات الكتب إلى الجمهور العام، وخدمات النشر الذاتى ذات السمعة الطيبة تكون غير حصرية ويمكن إنهاؤها[٥٦].

شركات النشر الذاتى المساعدة تفرض رسومًا على مختلف الخدمات ذات الصلة بالنشر، مثل: التنسيق وتصميم الغلاف والنسخ، وتجني أموالها من هذه الخدمات وحدها، لكن المؤلفين يكسبون جميع حقوق الملكية ويحتفظون بالتحكم في التحرير وتصميم الغلاف والعنوان، ومن خدمات النشر الذاتى المتاحة[٥٧]:

١. تبيع شركة Author Solutions خدمات مثل: التحرير وإنتاج الكتب الإلكترونية وخدمات التسويق، ووفقًا لأحد التقارير، فقد خدمت ١٧٠ ألف مؤلف كتبوا ٢٠٠ عنوان اعتبارًا من عام ٢٠١٧.

٢. تبيع مؤسسة FastPencil خدمات التحرير، بالإضافة إلى الخدمات الاستشارية المتعلقة بالنشر والتوزيع، مقابل رسوم.

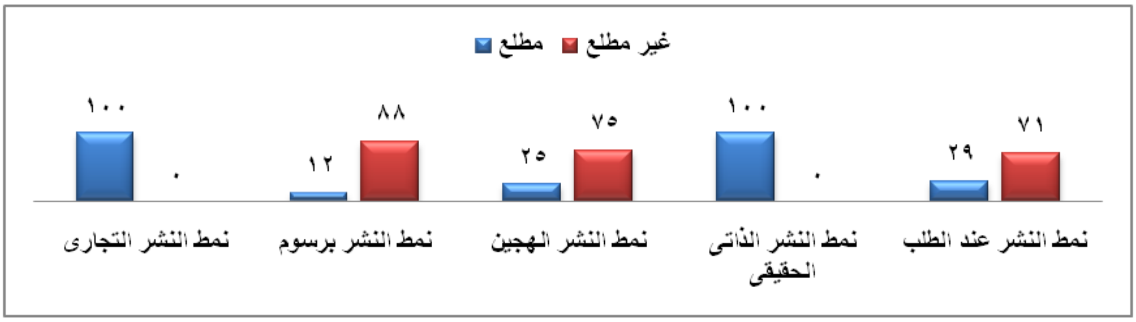
٣. شركة Reedsy البريطانية لخدمات المؤلفين على الإنترنت تربط بين المؤلفين والمهنيين المستقلين، ولديها شبكة من المحررين المحترفين ومصممي الأغلفة والرسامين ومسوّقي الكتب، وتأخذ ١٠٪ من كل عقد بين المؤلف والخبير المستقل. بالإضافة إلى ذلك، فإنها توفر أدوات برمجية على الإنترنت لمساعدة المؤلفين على تحويل الملفات للنشر في شكلٍ مطبوع وفي كتاب إلكتروني، وتقدِّم دورات تدريبية عن طريق البريد الإلكتروني لمساعدة المؤلفين على اجتياز عملية النشر الذاتي.

**٣. الإطار العملي للدراسة**

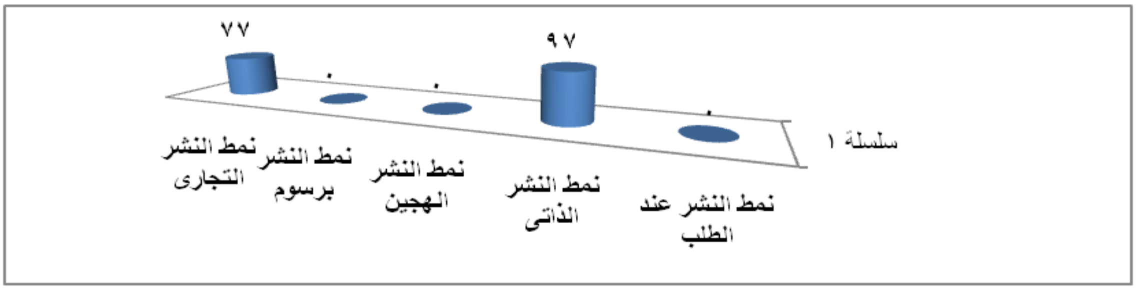
يتناول الباحث في هذا القسم نتائج تطبيق الاستبيان الذي قام بإعداده وتطبيقه على أعضاء هيئة التدريس فى كلية الآداب بجامعة بنها.

**٣/ ١ البعد الأول: الأسئلة المتعلقة باتجاهات أعضاء هيئة التدريس نحو أنماط النشر المتاحة:**

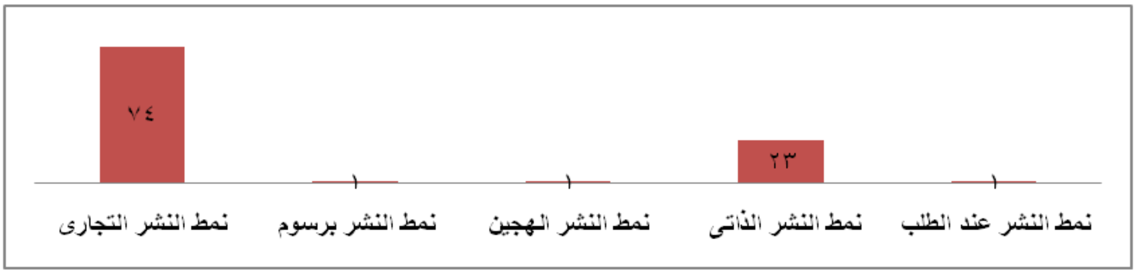
١. السؤال الأول: المتعلق باطلاع أعضاء هيئة التدريس على أنماط النشر المتاحة حاليًا، حيث يوضح الرسم البياني التالي أن جميعهم لديهم معرفة سابقة بالنشر التجارى والنشر الذاتى، ولكن القليل منهم مطلع على نمط النشر الهجين (٢٥%) ونمط النشر برسوم (١٢%) ونمط النشر عند الطلب (٢٩%).




٢. السؤال الثاني: المتعلق بأنماط النشر التى تم استخدامها بالفعل من قِبل أعضاء هيئة التدريس، ويوضح الرسم البياني التالي أن حوالى (٧٧%) منهم استخدم نمط النشر التجارى، ومعظمهم (٩٧%) استخدم نمط النشر الذاتى، ولكن جميعهم لم يستخدموا نمط النشر الهجين ونمط النشر برسوم ونمط النشر عند الطلب.

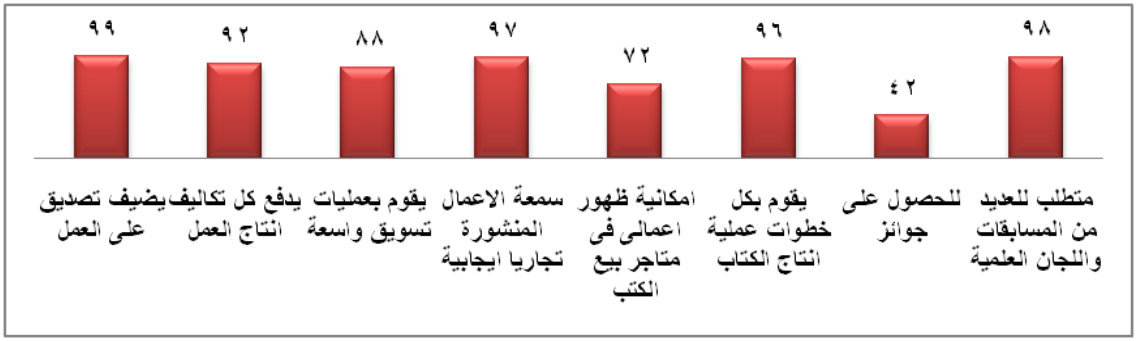



٣. السؤال الثالث: المتعلق بنمط النشر الأول الذى يفكر فى استخدامه أعضاء هيئة التدريس، حيث يتضح من الرسم البيانى التالى أن نمط النشر التجارى هو نمط النشر الأول الذي يفكرون فى استخدامه، يليه نمط النشر الذاتى الحقيقى.



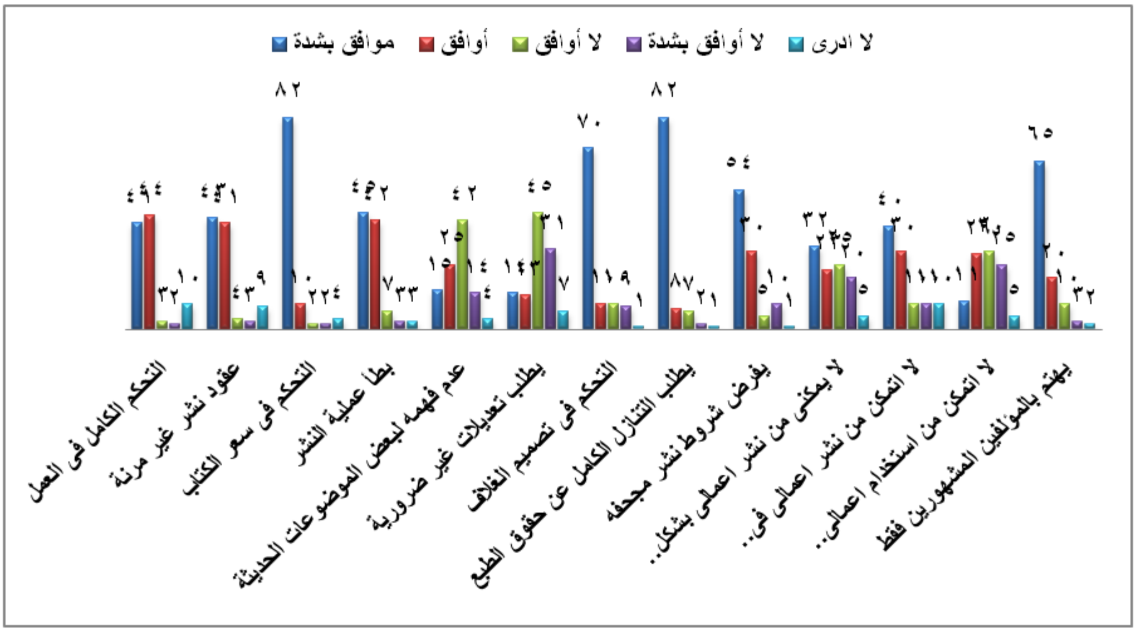
٤. السؤال الرابع: المتعلق بخطط النشر الخاصة بأعضاء هيئة التدريس، حيث يتضح أن (٩٦%) يخطط للنشر الذاتى فقط، وحوالى (٨٩%) يخطط للنشر للتجارى أيضًا، وحوالى (٤٥%) سوف ينشر ذاتيًا إذا لم يتمكن من النشر التجارى، وحوالى ( ٨٧ % ) مهتم بالنشر الذاتى والتجارى.

٥. السؤال الخامس: المتعلق بإيجابيات التعامل مع الناشر التجارى من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، حيث نجد أن ( ٩٩% ) يرى أنه يضيف تصديقًا على العمل، ولأنه يدفع كل التكاليف الخاصة بالعمل ( ٧٥% )، ولأنه يقوم بكل عمليات التسويق (١٠٠%)، وسمعة الأعمال المنشورة تجاريًا إيجابية (٩٩% )، وقيامه بكل خطوات إنتاج الكتاب (٩٨ %) والحصول على جوائز ( ٤٥ %)، ومتطلب للعديد من المسابقات واللجان العلمية ( ٩٩%).



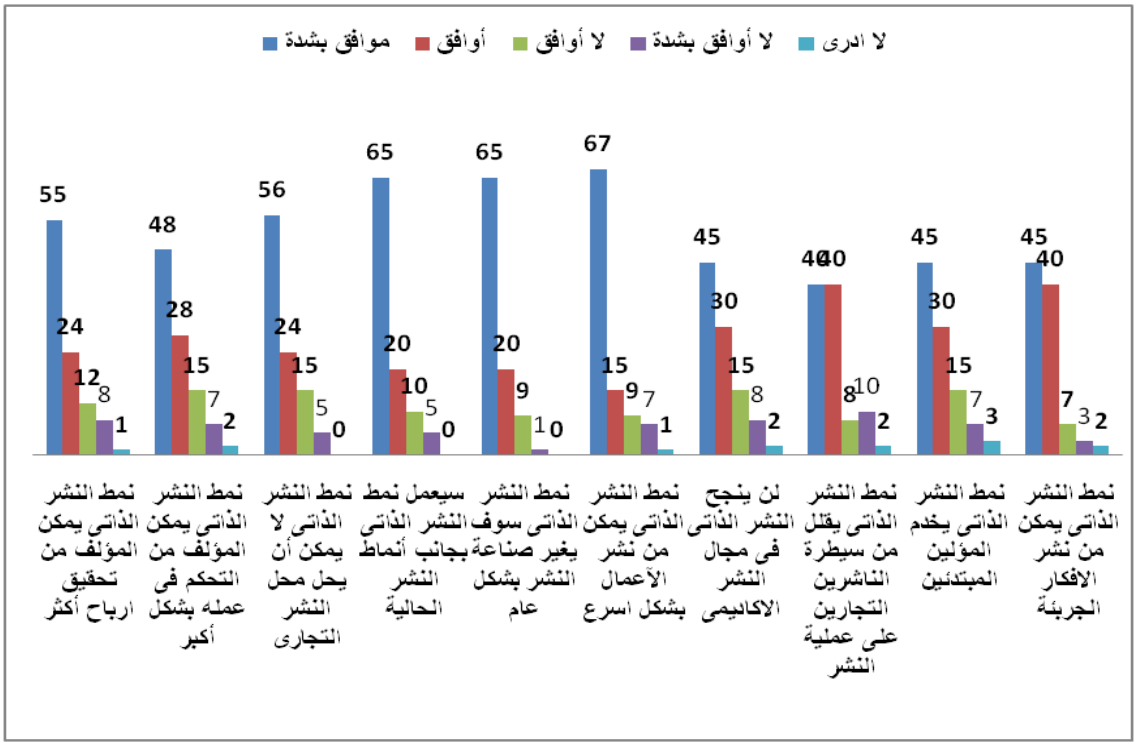

٦. السؤال السادس: المتعلق بمعرفة وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس فى سلبيات التعامل مع الناشر التجارى، ويتضح من الرسم البياني التالي أن (٨٥%) موافق على أن الناشر يتحكم بشكلٍ كاملٍ فى العمل في مقابل ( ٥% ) غير موافق، كما وافق ( ٨٤%) على أن الناشر التجاري يفرض عقود نشرٍ غير مَرِنة في مقابل (٧%) غير موافق، كما يرى أكثر الأعضاء (٩٢%) أن الناشرين التجاريين يتحكمون فى سعر الكتاب مقابل (٤%) فقط، ووافق نسبة كبيرة من المجيبين (٨٧%) على بطء عملية النشر مع الناشر التجارى مقابل (١٠% ) لا يرى ذلك، ويرى أقل من نصف أعضاء هيئة التدريس (٤٠%) أن الناشر التجارى لا يفهم بعض الموضوعات الحديثة مقابل ( ٤٦%) لا يرى ذلك، ونسبة كبيرة من المجيبين (٧٦%) لا يوافقون على طلب الناشر التجارى لتعديلات غير ضرورية مقابل (٢٧%) يوافقون على

ذلك. كما وافق معظم الأعضاء (٨٠%) على تحكم الناشر التجارى فى تصميم الغلاق مقابل (١٩% ) غير موافق، ووافق حوالى (٩٠%) على أن الناشر التجارى يطلب التنازل الكامل عن حقوق الطبع مقابل (٩%) لا يوافق، ووافق ( ٨٤%) على أن الناشر التجارى يفرض شروط نشرٍ مجحفة مقابل (١٥% ) غير موافق، ووافق أقل من نصفهم ( ٤٥%) على أن الناشر التجارى لا ينشر على نطاقٍ واسعٍ وعالمى مقابل (٤٥%) غير موافق على ذلك، ووافق (٧٠%) على أن الناشر التجارى لا يمكنه من نشر أعماله فى المستودعات وقواعد البيانات مقابل (٢٠%) غير موافق، ووافق (٣٠%) فقط على أن الناشر التجارى لا يمكنهم من استخدام أعمالهم لأغراض الدراسة مقابل (٥٥%) غير موافق، كما وافق حوالى (٨٥%) على أن الناشر التجارى يهتم بالمؤلفين المشهورين فقط مقابل (١٣%) غير موافق على ذلك.

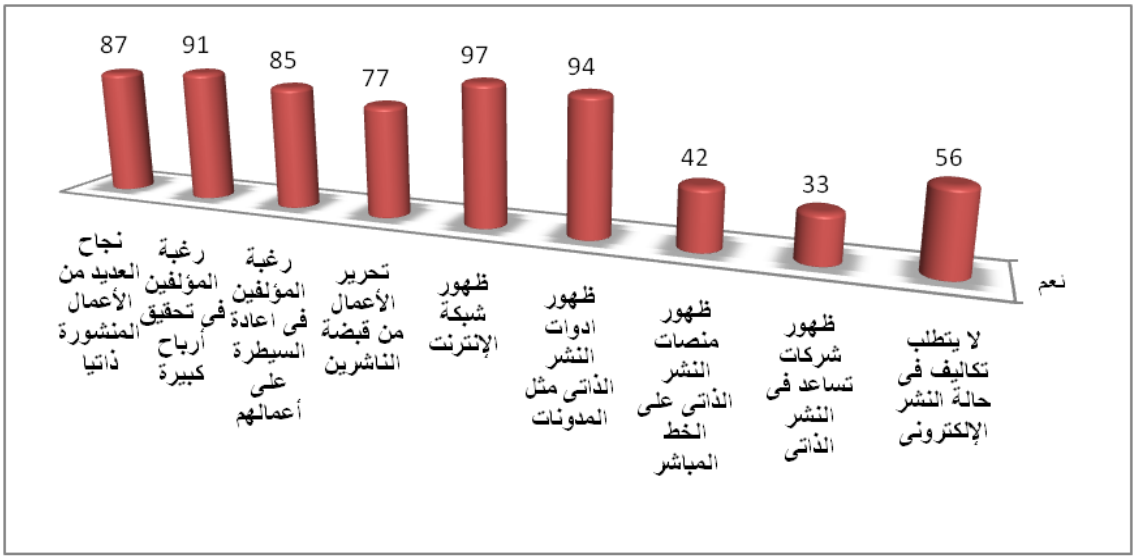



٧. السؤال السابع: المتعلق باتجاهات أعضاء هيئة التدريس نحو نمط النشر الذاتى بشكلٍ عام، ويتضح من الرسم البياني التالي أن (٧٩ %) موافق على أن نمط النشر الذاتى يمكّن من المؤلف من تحقيق أرباح أكثر مقابل (٢٠%) لا يوافق ، وحوالي (٧٦ %) موافق على أن نمط النشر الذاتى يمكّن المؤلف من التحكم فى عمله بشكلٍ أكبر مقابل (٢١%) غير موافق، وحوالي (٨٥%) موافق على أن نمط النشر الذاتى لا يمكن أن يحل محل النشر التجارى مقابل (١٥%) غير موافق، كما يرى (٨٥%) منهم أن نمط النشر الذاتى سيعمل بجانب أنماط النشر المتاحة مقابل (١٦%) غير موافق، ووافق (٨٢%) على أن نمط النشر الذاتى سوف يغير من صناعة النشر بشكلٍ عام مقابل (١٦%) غير موافق، كما وافق (٧٥%) على أن نمط النشر الذاتى يمكن من نشر الأعمال بشكلٍ أسرع مقابل (٢٣%) غير موافق على ذلك،

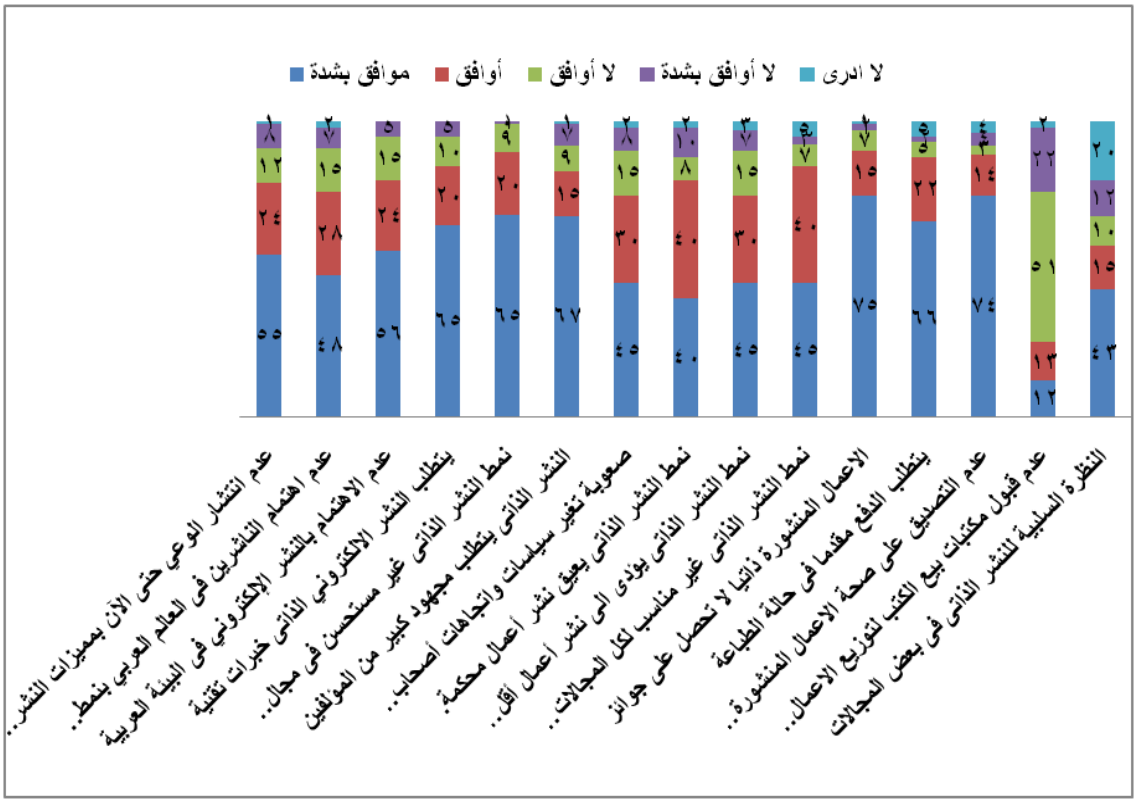
ووافق (٧٥%) على أن نمط النشر الذاتى لن ينجح فى مجال النشر الأكاديمى مقابل (٢٣%) غير موافق، ووافق (٨٠%) على أن نمط النشر الذاتى يقلل من سيطرة الناشرين التجاريين على صناعة النشر مقابل (١٨%) غير موافق، كما وافق (٧٥%) على أن نمط النشر الذاتى يخدم المؤلفين المبتدئين مقابل (٢٢%) غير موافق على ذلك، ووافق (٨٥%) منهم على أن نمط النشر الذاتى يمكّن من نشر الأفكار الجريئة مقابل (١٠%) غير موافق على ذلك.




٨. السؤال الثامن: المتعلق بأسباب انتشار نمط النشر الذاتى حديثًا من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، ويتضح من الرسم البيانى التالى أن من أهم أسباب انتشار هذا النمط كانت بالترتيب كالتالى: ظهور شبكة الإنترنت (٩٧%) - ظهور أدوات النشر الذاتى مثل المدونات (٩٤%)- رغبة المؤلفين فى تحقيق أرباح أكبر (٩١ %) - نجاح العديد من الأعمال المنشورة ذاتيًا (٨٧ %) - رغبة المؤلفين فى إعادة السيطرة على أعمالهم (٨٥ %) - تحرير الأعمال من قبضة الناشرين (٧٧%) - لا يتطلب تكاليف فى حالة النشر الإلكترونى (٥٦%) - ظهور منصات النشر الذاتى على الخط المباشر (٤٢ %) - ظهور شركات تساعد فى النشر الذاتى (٣٣%).

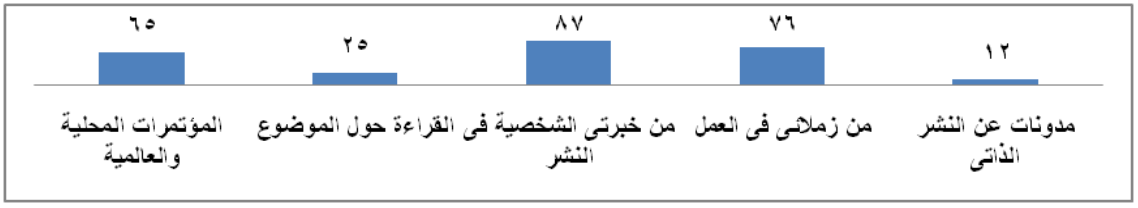



٩. السؤال التاسع: المتعلق بتحديات النشر الذاتى من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، ويتضح من الرسم البياني التالي أن (٧٩ %) موافق على تحدى عدم انتشار الوعى بمميزات النشر الذاتى مقابل (٢٠%) لا يوافق، وحوالي (٧٦ % ) موافق على تحدى عدم اهتمام الناشرين فى العالم العربى بالنشر الذاتى مقابل (٢٢%) غير موافق، وحوالي (٨٠%) موافق على التحدى الخاص بعدم الاهتمام بالنشر الإلكترونى فى البيئة العربية مقابل (٢٠%) غير موافق، كما وافق (٨٥%) على التحدى المتصل بالخبرات التقنية المطلوبة للنشر الذاتى مقابل (٢٠%) غير موافق، كما وافق (٨٥%) على أن نمط النشر الذاتى غير مستحسن فى مجال النشر الأكاديمي مقابل (١٦%) غير موافق، ووافق (٨٢%) على أن نمط النشر الذاتى يتطلب مجهودًا كبيرًا مقابل (١٦%) غير موافق، ووافق حوالى (٧٥%) على التحدى المتصل بصعوبة تغير سياسات واتجاهات أصحاب الحقوق المتصلين بالنشر مقابل (٢٣%) غير موافق، كما وافق (٨٠%) على أن نمط النشر الذاتى يعيق نشر أعمال محكمة مقابل (١٨%) غير موافق، ووافق (٧٥%) على التحدى الخاص بجودة المنتج النهائى للأعمال المنشورة ذاتيًا مقابل (٢٢%) غير موافق، كما وافق (٨٥%) على أن نمط النشر الذاتى غير مناسبٍ لكل المجالات العلمية مقابل (١٠%)غير موافق، ومعظمهم يوافق (٩٠%) على صعوبة حصول المواد المنشورة ذاتيًا على جوائز مقابل (٢٢%) غير موافق، كما وافق (٨٨%) على التحدى الخاص بضرورة الدفع مقدمًا عند النشر الذاتى مقابل (٧%) غير موافق، ووافق (٨٨%) على التحدى الخاص بعدم التصديق على الأعمال المنشورة ذاتيًا مقابل ( ٧%) غير موافق، كما وافق (٢٥%) على التحدى الخاص بعدم قبول الأعمال المنشورة ذاتيًا من قِبَل مكتبات بيع الكتب مقابل (٧٣%) غير موافق، ووافق ( ٥٨%) على التحدى الخاص بالنظرة السلبية للأعمال المنشورة ذاتيًا مقابل ( ٢٢%) غير موافق على ذلك.

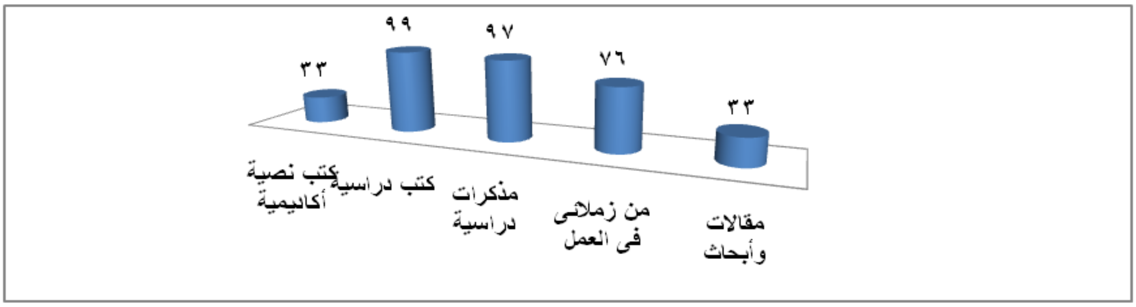



### ٣ /٢ البعد الثانى: اتجاهات أعضاء هيئة التدريس نحو نمط النشر الذاتى

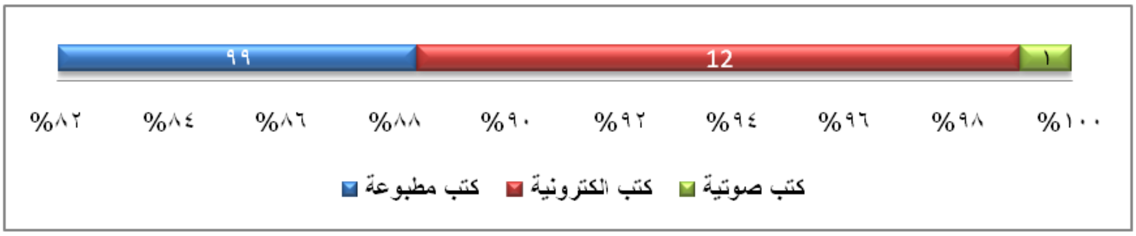
١. السؤال الأول: المتعلق بمصادر معلومات أعضاء هيئة التدريس عن نمط النشر الذاتى، ويوضح الرسم البياني التالي أنهم تعرفوا على نمط النشر الذاتى من المؤتمرات المحلية والعالمية (٤٤%)، ومن القراءة حول الموضوع (٢٥ %)، ومن الخبرة الشخصية فى النشر (٨٧%)، ومن زملائهم فى العمل (٧٦%)، ومن مدونات عن النشر الذاتى (١٢%).



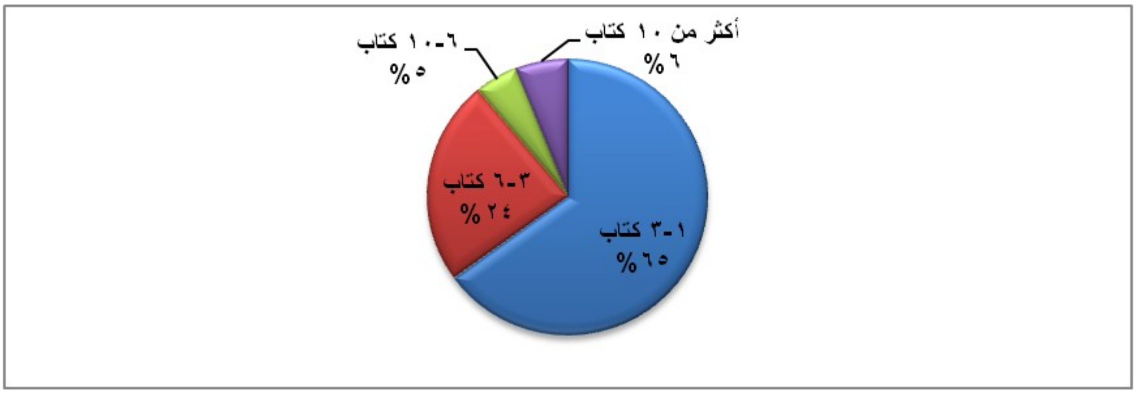

٢. السؤال الثانى: والخاص بأنواع المواد التى يقوم أعضاء هيئة التدريس بنشرها ذاتيًّا، حيث يوضح الرسم البيانى التالى أن حوالى (٣٣%) منهم ينشرون كتبًا نصية أكاديمية، وحوالي (٩٩%) منهم ينشرون كتبًا دراسية، وحوالى (٩٧%) منهم ينشرون مذكراتٍ دراسية، والقليل منهم (٣٣% ) ينشرون مقالاتٍ وأبحاثًا أكاديمية.




٣. السؤال الثالث: والخاص بأشكال المواد التى يقوم فيها أعضاء هيئة التدريس بنشرها ذاتيًّا، حيث يوضح الرسم البيانى التالى أن (٩٩%) منهم ينشرون كتبًا نصية مطبوعة، وحوالي (١٢%) منهم ينشرون كتبًا إلكترونية، وحوالى (١%) منهم ينشرون كتبًا صوتية.

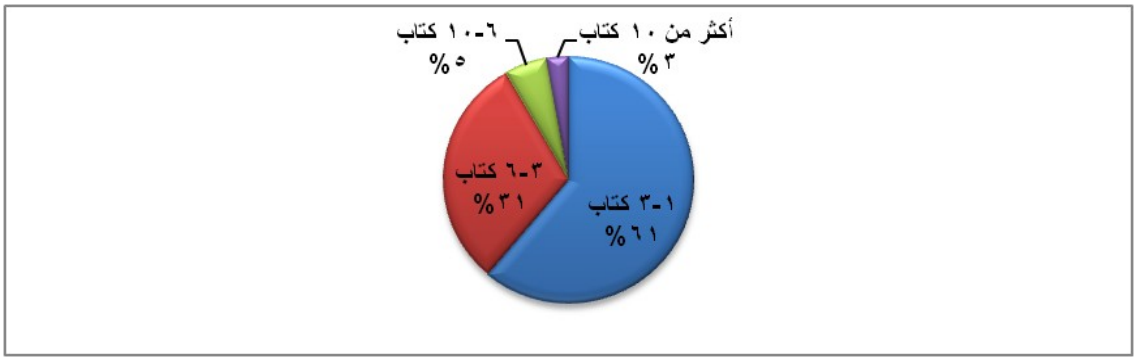



٤. السؤال الرابع: والخاص بعدد الكتب المطبوعة التى نشرها أعضاء هيئة التدريس ذاتيًّا، ويتضح من الرسم البياني التالي أن حوالي (٦٥ %) منهم نشر من (١-٣ كتب)، وحوالي (٢٤%) نشر من (٣-٦ كتب)، وحوالي (٦% ) منهم نشر من (٦-١٠ كتب)، وحوالى (٥%) منهم نشر أكثر من ١٠ كتب.

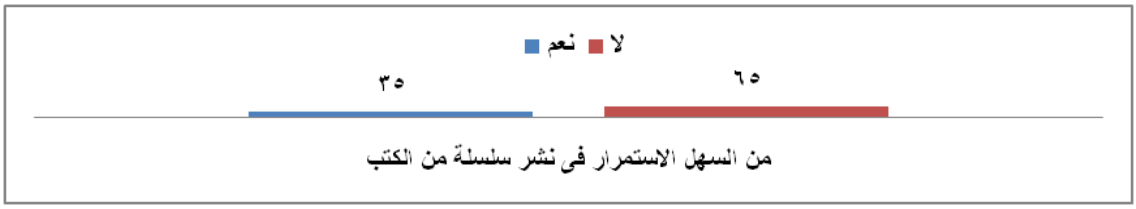



٥. السؤال الخامس: والخاص بعدد الكتب الإلكترونية التى نشرها أعضاء هيئة التدريس الذين نشروا إلكترونيًّا، ويتضح من الرسم البياني التالي أن حوالي (٢٢ %) منهم نشر من (١-٣ كتب)، وحوالي (١١%) نشر من (٣-٦ كتب )، وحوالي (٢%) منهم نشر من (٦-١٠ كتب)،

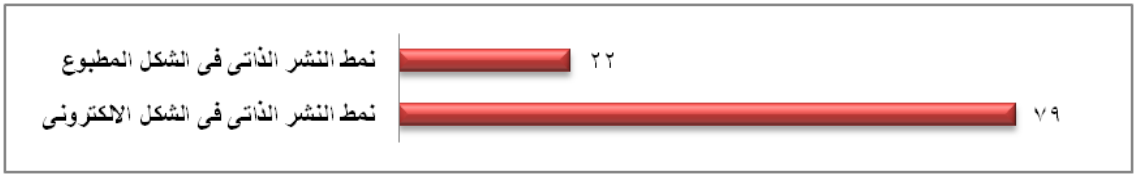
وحوالى (١%) منهم نشر أكثر من ١٠ كتب.



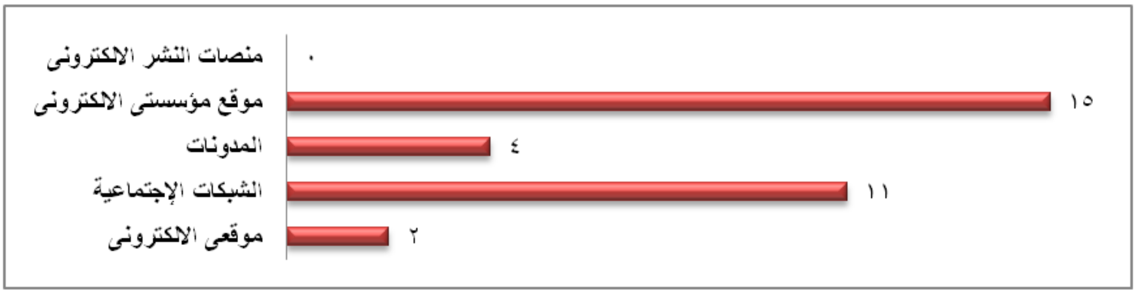

٦. السؤال السادس: والمتعلق بمعرفة مدى سهولة نشر سلسلة من الكتب نشرًا ذاتيًّا من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، ويتضح من النشر البيانى التالى أن أكثر من نصف أعضاء هيئة التدريس (٦٥%) يرون أنه من الصعب الاستمرار فى نشر سلسلة من الكتب نشرًا ذاتيًّا.



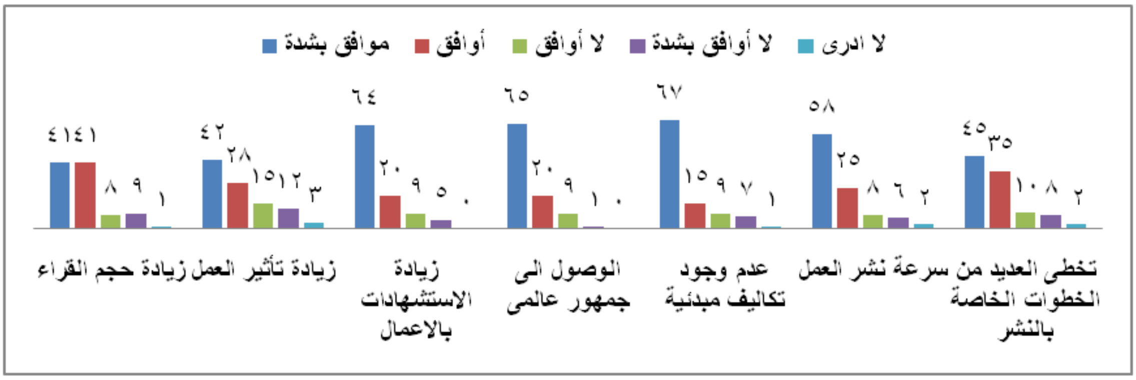

٧. السؤال السابع: والمتعلق بالطرق السهلة والبسيطة لتجريب نمط النشر الذاتى من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، ويتضح من الرسم البيانى التالى أن معظمهم ( ٧٨%) يرون أن نمط النشر الذاتى الإلكترونى أبسط ، مقابل (٢٢%) يرون أن نمط النشر الذاتى المطبوع أبسط وأسهل.



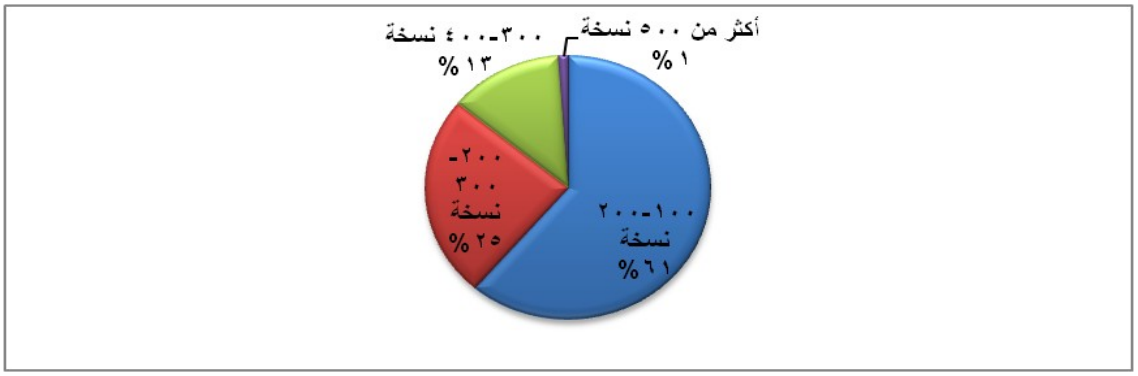

٨. السؤال الثامن: والمتعلق بالأماكن التى ينشر فيها أعضاء هيئة التدريس ذاتيًّا بشكل إلكترونى، ويتضح من الرسم البيانى التالى أن حوالى (١٥%) ينشرون فى موقع المؤسسة، وحوالى (١١%) فى الشبكات الاجتماعية، وحوالى (٤%) فى المدونات، وحوالى (٢%) فى الموقع الإلكتروني لأعضاء هيئة التدريس، ولا ينشر أحد فى منصات النشر الذاتى.



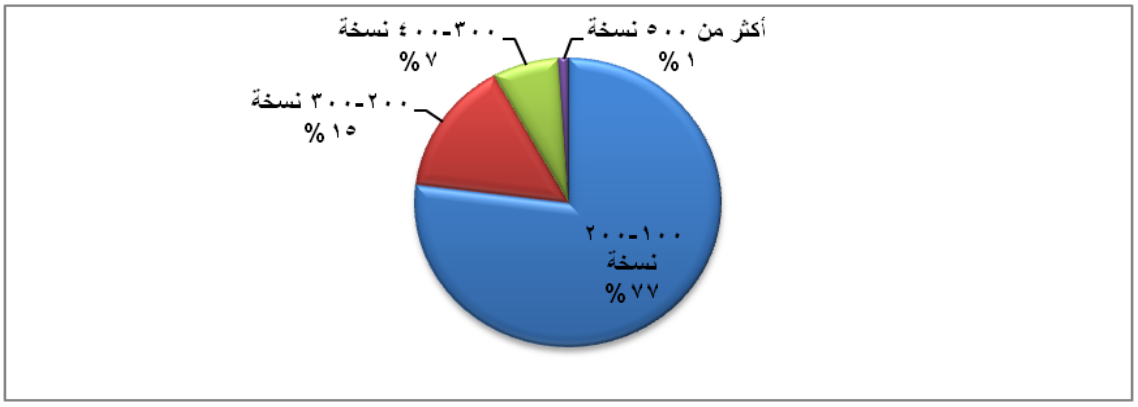

٩. السؤال التاسع: والمتعلق بمدى موافقة أعضاء هيئة التدريس على مميزات نشر أعمالهم إلكترونيًّا بشكلٍ ذاتى، ويتضح من الرسم البياني التالي أن حوالى (٨٠%) يؤكدون على ميزة تخطى العديد من الخطوات الخاصة بالنشر فى مقابل (١٨) غير موافق، ووافق حوالى (٨٣%) على ميزة سرعة النشر في مقابل ( ١٤% ) غير موافق، ووافق (٨٢ %) على ميزة عدم وجود تكاليف مبدئية مقابل (١٦%) غير موافق، ووافق حوالى (٨٥%) على ميزة الوصول إلى جمهور عالمى فى مقابل (١٠%) غير موافق، وأكد حوالى ( ٨٤ %) على ميزة زيادة الاستشهاد بالأعمال المنشورة إلكترونيًّا فى مقابل (١٤%) غير موافق، كما أكد (٧٠%) على ميزة زيادة تاثير العمل فى مقابل (٢٧%) غير موافق، ووافق (٨٢%) على ميزة زيادة حجم القراء مقابل (١٨%) غير موافق على ذلك.



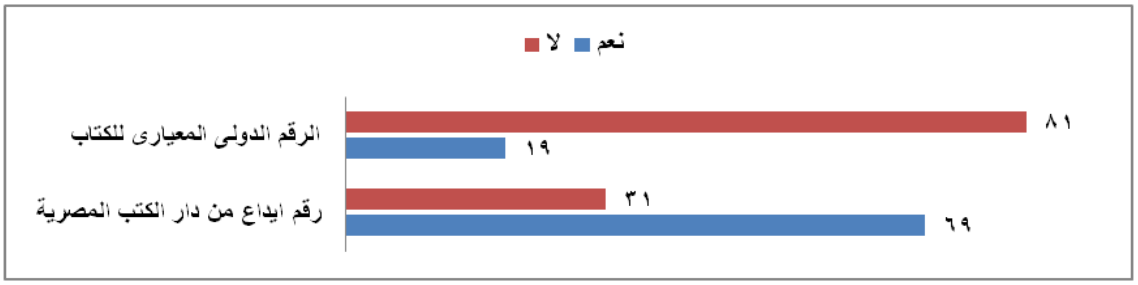

١٠. السؤال العاشر: والمتعلق بعدد النسخ التى يطبعها أعضاء هيئة التدريس للكتب التى يقومون بنشرها ذاتيًّا، ويتضح من الرسم البيانى التالى أن حوالي (٥٧ %) يطبع من (١٠٠-٢٠٠ نسخة)، وحوالي (٢٣%) يطبع من ( ٢٠٠-٣٠٠ نسخة)، وحوالي (١٢%) منهم يطبع من (٣٠٠-٤٠٠ كتاب)، وحوالى ( ٨%) منهم يطبع أكثر من ٥٠٠ نسخة .




١١. السؤال الحادى عشر: والمتعلق بمتوسط عدد النسخ التى تم بيعها فى أول عام بشكلٍ عام لأى عنوانٍ تم نشره ذاتيًا من قِبل أعضاء هيئة التدريس، ويتضح من الرسم البيانى التالى أن حوالي (٧٧ %) باع من (١٠٠-٢٠٠ نسخة)، وحوالي (١٥%) باع من (٢٠٠-٣٠٠ نسخة)، وحوالي (٧% ) منهم باع من (٣٠٠-٤٠٠ نسخة)، وحوالى (١%) منهم باع أكثر من ٥٠٠ نسخة.

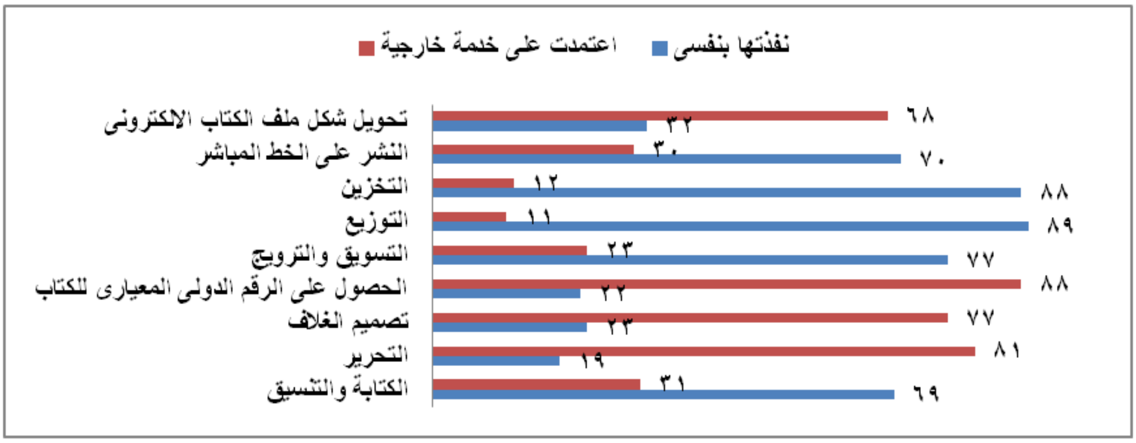



١٢. السؤال الثانى عشر: والمتعلق بمعرفة مدى حرص أعضاء هيئة التدريس بالحصول على رقم إيداع بدار الكتب المصرية ورقم دولى معيارى ISBN للكتب التى ينشرونها ذاتيًا، ويتضح من الرسم البيانى التالى أن (٦٩%) منهم يحرص على الحصول على رقم إيداع من دار الكتب مقابل (٣١%) لا يحرص على ذلك، وأن حوالى (٨١%) منهم لا يحرصون على الحصول على الرقم الدولى للكتاب، مقابل (١٩%) منهم يحرصون على ذلك.



١٣. السؤال الثالث عشر: والمتعلق بمعرفة أى الأعمال التى يقوم بـها أعضـاء هيئـة التدريس بأنفسهم، وفى أى منها يعتمدون على خدماتٍ خارجية عند قيامهم بالنشر الذاتـى لأعمـالـهم، وتجدر الإشارة إلى أن المؤلف كناشرٍ ذاتى يقوم بالعديد من المهام الإبداعية لإنتاج أعماله المنتهية، والتى تتضمن الكتابة المبدعة، بالإضافة إلى اختيار برنامج الكتابة والتحرير والتسويق وتصميم الغلاف والحصول على الرقم الدولى للكتاب، وبينما النشر الذاتى يعنى أن المؤلف يتحكم فى العملية الكاملة للنشر من الكتابة إلى التحرير والتنسيق والتصميم والتوزيع وإلى اختيار نظم النشر واختيار السعر، فإن العديد من هذه المهام يمكن أن يتم فيها الاعتماد على الخبراء الآخرين. الخبراء يمكن أن يتواجدوا خلال محركات البحث ومواقع المستقلين freelancing websites مثل Reedsy وعند سؤال الآخرين، هناك اتفاقٌ قوى أن مؤلفى النشر الذاتى يكونون أفضل كثيرًا لو أنهم كانوا قادرين على توظيف محرر ماهر، ومن المفضل محرر والذى يملك اهتمامًا ماليًّا فى نجاح الكتاب، ويملك فهمًا كاملًا للسوق(٥٨).

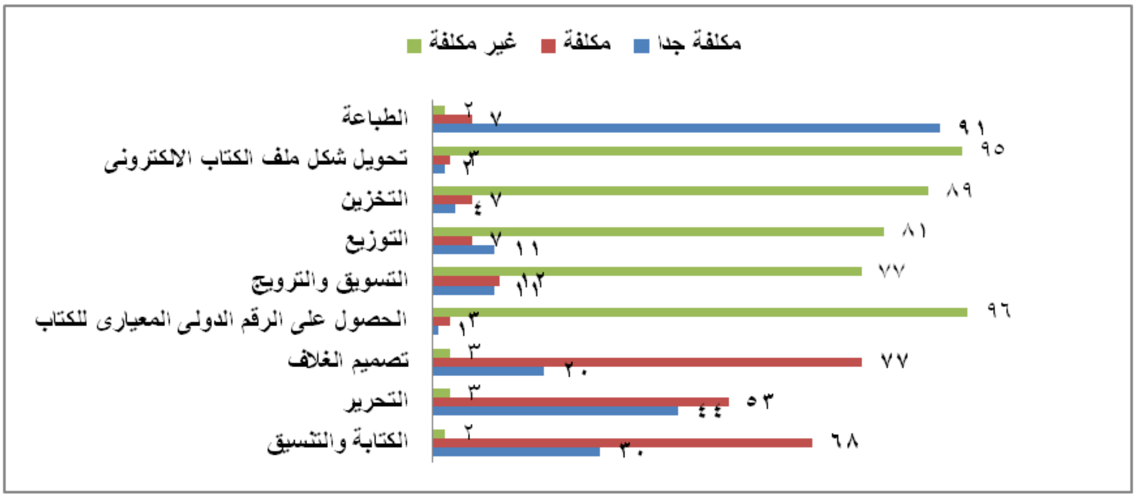
ويتضح من الرسم البيانى التالى أن حوالى (٦٩%) من مجتمع الدراسة يقومون بالكتابة والتنسيق فى مقابل (٣١%) منهم يعتمد على خدمات خارجية، وأن (١٩%) منهم يقومون بعملية التحرير فى مقابل (٨١% ) منهم يعتمد على خدمات خارجية، وأن (٢٣%) منهم يقومون بتصميم الغلاف فى مقابل (٧٧%) منهم يعتمدون على خدماتٍ خارجية، وأن (٢٢%) منهم يقومون بالحصول على الرقم الدولى المعياري للكتاب فى مقابل (٨٨% ) منهم يعتمدون على خدماتٍ خارجية، وأن (٧٧%) منهم يقومون بعملية التسويق والترويج فى مقابل (٢٣%) منهم يعتمدون على خدماتٍ خارجية، وأن (٣٢%) منهم يقومون بعملية تحويل شكل ملف الكتاب الإلكتروني فى مقابل (٦٨%) منهم يعتمدون على خدماتٍ خارجية، وأن (٨٩%) منهم يقومون بعملية التوزيع فى مقابل (١١%) منهم يعتمدون على خدماتٍ خارجية.



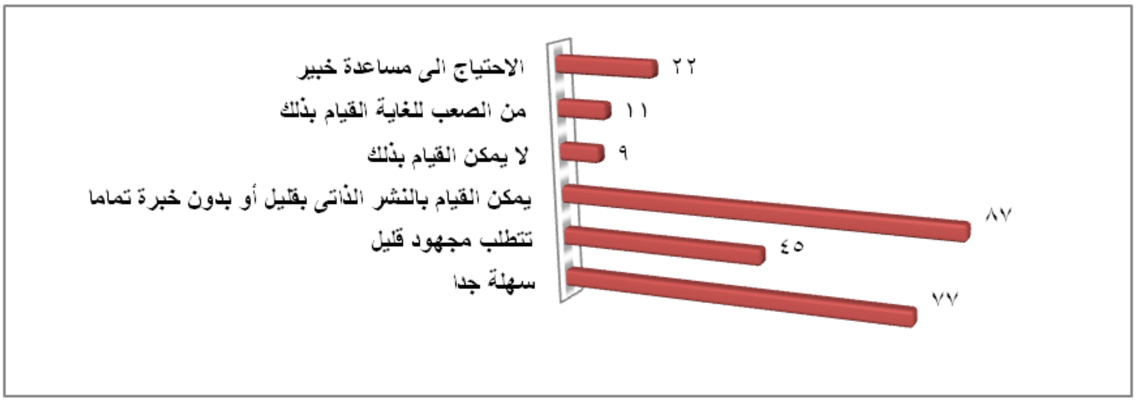
١٤. السؤال الرابع عشر: والمتعلق بطرق توزيع الأعمال المنشورة ذاتيًّا، ويتضح من الرسم البيانى التالى أن كل أعضاء هيئة التدريس يوزعون أعمالهم عن طريق مكتبات بيع الكتب، وحوالى (٦٨%) منهم عن طريق البيع المباشر، وحوالى (٤٥%) منهم عن طريق دور النشر التجارية، ولا يوجد أعضاء هيئة تدريس يوزعون أعمالهم عن طريق منصات النشر الإلكترونى.

١٥. السؤال الخامس عشر: والمتعلق بطرق تسويق الأعمال المنشورة ذاتيًّا، ويتضح من الرسم البيانى التالى أن من أهم الطرق التى يتم استخدامها من قِبل أعضاء هيئة التدريس لتسويق أعمالهم المنشورة ذاتيًّا كانت على التوالى: المعارض (٩٨%)، عبر وسائل التواصل الاجتماعى (٩٧ %)، مكتبات بيع الكتب (٨٠%)، المراجعات العلمية (٧٧%)، التبرع بنسخ ورقية للمكتبات (٥٥%)، بناء حضور على الإنترنت (٣٣%)، وحفلة توقيع كتاب (٣٣%)، وتطوير مدونة (٢٣%)، الدخول فى مسابقات (٢٢%)، وبناء قائمة بريدية (١٢%)، ومراجعات صحفية (٣%) وتقديم كتابٍ مطبوع فى شكل إصدارة محدودة (٢%). ولكن لا يستخدم أعضاء هيئة التدريس شركات علاقات عامة، ولا ينضمون فى مجموعات متخصصة فى النشر الذاتى.

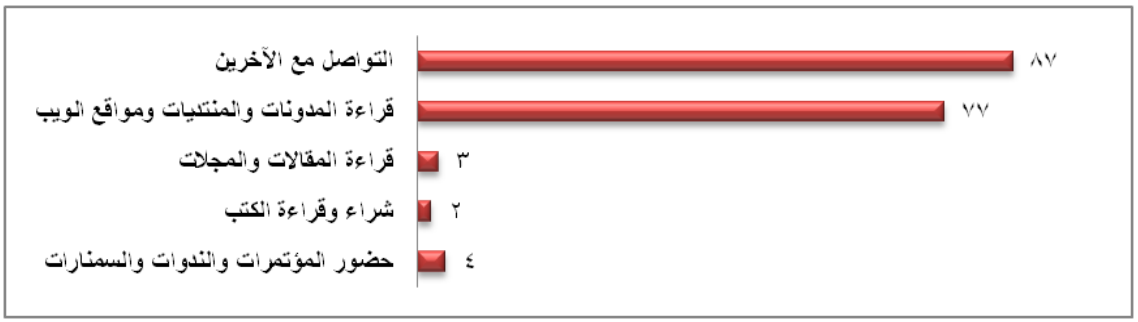
١٦. السؤال السادس عشر: والمتعلق بتكلفة خطوات النشر الذاتى من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، ويتضح من الرسم البيانى التالى أن هناك إجماعًا بين معظم أعضاء هيئة التدريس بأن الخطوات المكلفة هى: الطباعة والتحرير والكتابة وتصميم الغلاف، والخطوات غير المكلفة تتمثل فى: تحويل شكل الملف والتخزين والحصول على الرقم الدولى للكتاب والتسويق والتوزيع.



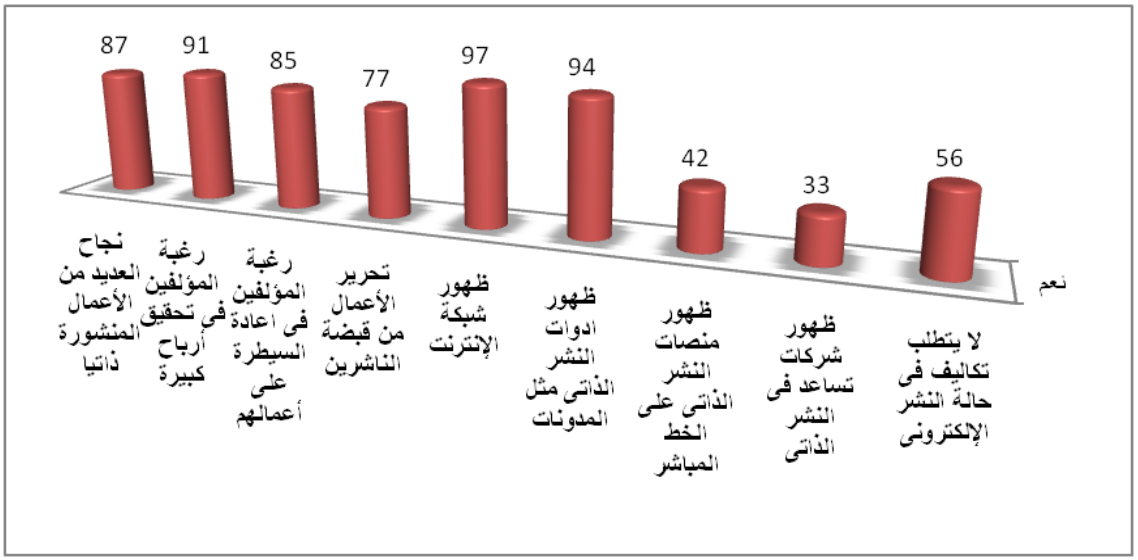

١٧. السؤال السابع عشر: والمتعلق بمدى سهولة النشر الذاتى من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، ويتضح من الرسم البيانى التالى أن معظم أعضاء هيئة التدريس (٨٧ %) يرون أنه يمكن القيام بالنشر الذاتى بقليل أو بدون خبرة تمامًا، كما يرى معظمهم (٧٧%) أنه سهل جدًّا، وحوالى نصفهم (٤٥ %) يرون أنه يتطلب مجهودًا قليلًا، ويرى (٢٢% ) منهم أنه يحتاج إلى مساعدة خبير، ولكن عدد قليل جدًّا من أعضاء هيئة التدريس الذين يرون أنه من الصعب للغاية القيام بالنشر الذاتى، أو أنه لا يمكن القيام بذلك تمامًا.



١٨. السؤال الثامن عشر: والمتعلق بالمصادر التى لجأ إليها أعضاء هيئة التدريس لاكتساب خبرة النشر الذاتى، ويتضح من الرسم البيانى التالى أن معظم أعضاء هيئة التدريس (٨٧ %) اكتسبوا هذه الخبرة من التواصل مع الآخرين، كما اكتسب (٧٧%) منهم هذه الخبرة من المدونات والمنتديات ومواقع الويب، والقليل منهم الذى اكتسب خبرة النشر الذاتى من شراء وقراءة الكتب أو من قراءة المقالات والمجلات أو من حضور المؤتمرات والندوات.

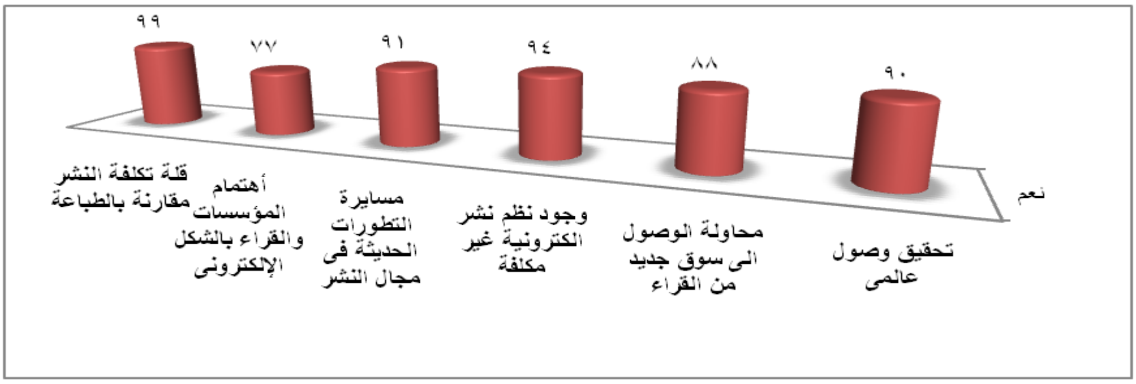



١٩. السؤال التاسع عشر: والمتعلق بمستوى رضا أعضاء هيئة التدريس عن أعمالهم المنشورة ذاتيًا، ويتضح من الرسم البيانى التالى أن معظم أعضاء هيئة التدريس راضون عن تجربتهم مع النشر الذاتى، ومن المحتمل أن يوصوا الآخرين بتجريب هذا النمط، وأنهم راضون عن المنتج النهائى ومن المحتمل أن ينشروا مرة ثانية، والقليل منهم (١٢%) غير راضين ولم يقوموا بذلك مرةً ثانية.

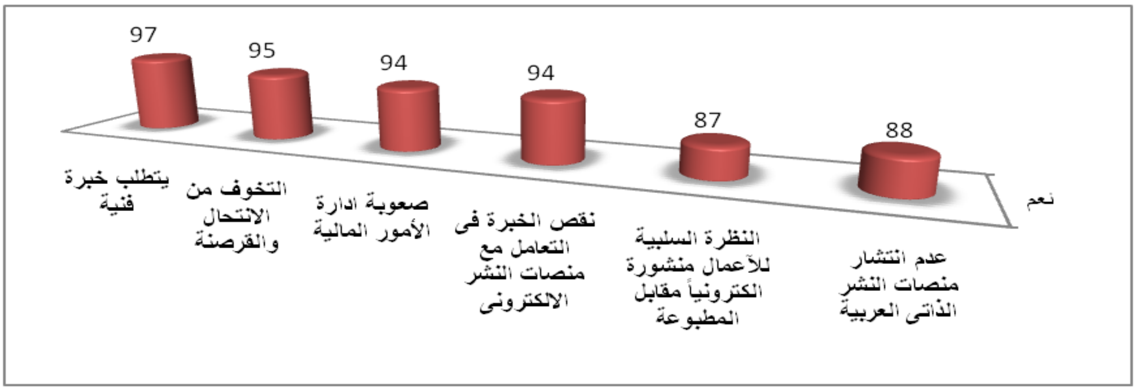



٢٠. السؤال العشرون: والمتعلق بالأسباب التى قد تجعل أعضاء هيئة التدريس يجربون نمط النشر الإلكترونى الذاتى، ويتضح من الرسم البيانى التالى أن هناك اتفاقًا بين معظم أعضاء

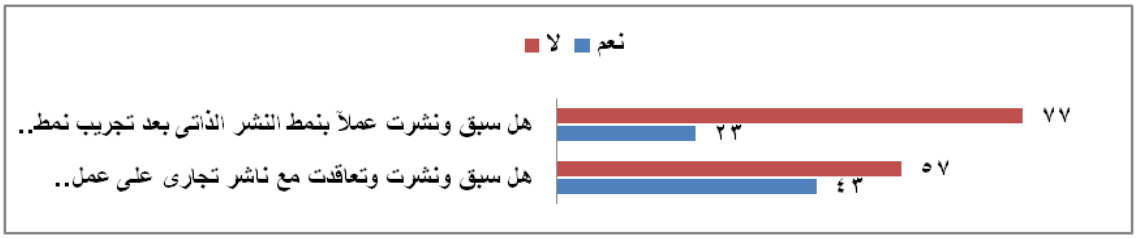
هيئة التدريس على أهمية النشر الإلكترونى الذاتى: ومنها: قلة التكلفة، ووجود نظم نشر إلكترونية غير مكلفة ومسايرة التطورات الحديثة، والوصول إلى سوق جديدة وعالمية من القراء.



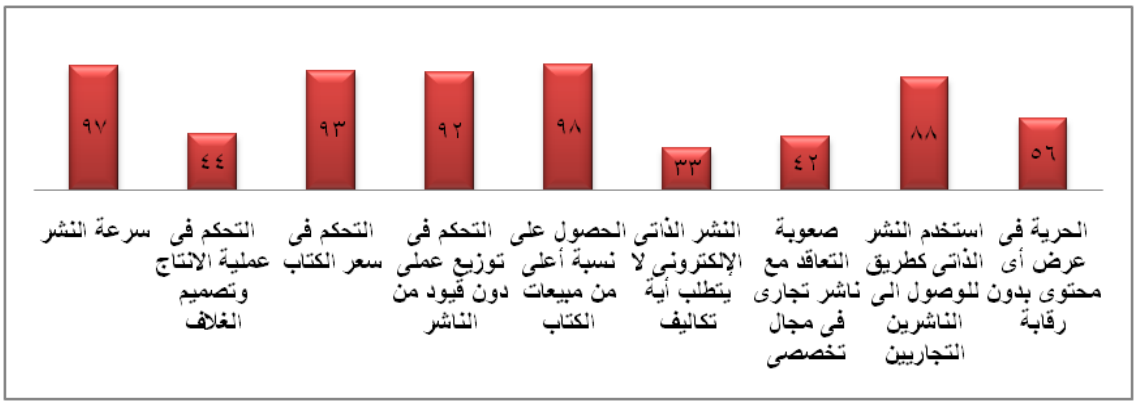

٢١. السؤال الحادى والعشرون: والمتعلق بأهم تحديات النشر الإلكترونى الذاتى من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، ويتضح من الرسم البيانى التالى أن من أهم هذه التحديات كانت بالترتيب: أن النشر الذاتى الإلكترونى يتطلب خبرة فنية (٩٧%)، والتخوف من الانتحال والقرصنة (٩٥%)، ونقص الخبرة فى التعامل مع منصات النشر الإلكترونى الذاتى (٩٤%)، وصعوبة إدارة الأمور المالية (٩٤ %)، والنظرة السلبية للأعمال المنشورة إلكترونيًّا مقابل المطبوعة، وعدم انتشار منصات النشر الذاتى العربية (٨٨%).




٢٢. السؤال الثانى والعشرون والثالث والعشرون: والمتعلق بتعاقد أعضاء هيئة التدريس مع ناشرين تجاريين لأعمال سبق نشرها ذاتيًّا أو العكس: ويتضح من الرسم البيانى التالى أن (٤٣%) منهم تعاقد لنشر أعمال سبق نشرها ذاتيًّا مع ناشرين تجاريين مقابل (٥٧% ) لم يقم بذلك، ونسبة قليلة منهم (٢٣%) الذين نشروا ذاتيًّا أعمالًا سبق نشرها تجاريًّا مقابل (٧٧%) لم يقم بذلك.

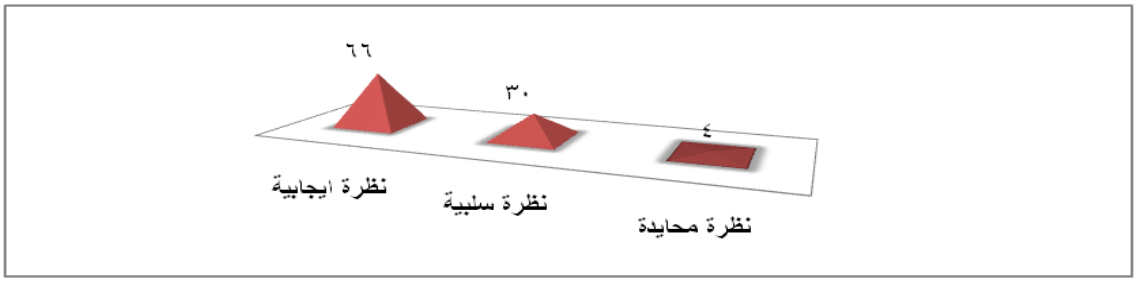



٢٣. السؤال الرابع والعشرون: والمتعلق بمبررات اتجاه أعضاء هيئة التدريس نحو نمط النشر الذاتى، ويتضح من الرسم البيانى التالى أنه يمكن ترتيب هذه المبررات كالتالى: الحصول على نسبة أعلى من مبيعات الكتاب (٩٨%) - سرعة النشر (٩٧%) - التحكم فى سعر الكتاب (٩٣ %) - التحكم فى توزيع العمل بدون قيود من الناشر (٩٢ %) - استخدام النشر الذاتى كطريق للتعاقد مع ناشرين تجاريين (٨٨%) - الحرية فى عرض أى محتوى بدون رقابة (٥٦%) - التحكم فى عملية الإنتاج وتصميم الغلاف (٤٤%) - صعوبة التعاقد مع ناشر تجارى فى مجال تخصصى (٤٢%) - النشر الذاتى بشكل إلكترونى لا يتطلب أية تكاليف (٣٣ %).



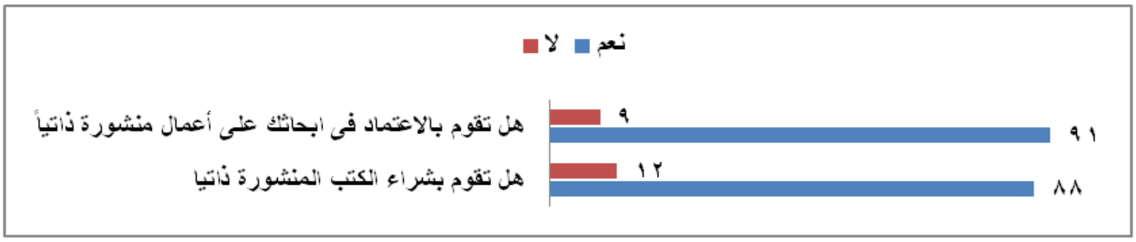

### ٣/٣ البعد الثالث: اتجاهات أعضاء هيئة التدريس نحو الأعمال المنشورة ذاتيًا

١. السؤال الأول: المتعلق بنظرة أعضاء هيئة التدريس للأعمال المنشورة ذاتيًا، ويتضح من الرسم البيانى أن ( ٦٦%) من أعضاء هيئة التدريس لديهم نظرة إيجابية للأعمال المنشورة ذاتيًا، وحوالى (٣٠%) منهم لديهم نظرة سلبية، وحوالى (٤%) منهم لديهم نظرة محايدة.



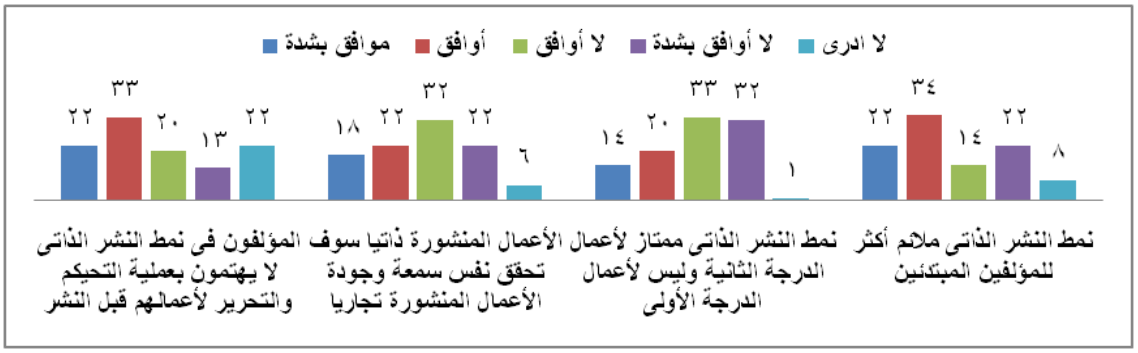
٢. السؤال الثانى والثالث: والمتعلق بنظرة أعضاء هيئة التدريس للأعمال المطبوعة والإلكترونية المنشورة ذاتيًا، ويتضح من الرسم البياني التالي أن حوالى نصف المجيبين (٤٤% ) يصفون الأعمال المطبوعة المنشورة ذاتيًا على أنها متوسطة، وذلك في مقابل (١٨%) يرون أنها جيدة، وحوالى (١٢%) يرون أنها جيدة جدًا، وحوالى (١٤%) يرون أنها فقيرة، وحوالى(١٢%) يرون أنها فقيرة جدًا، كما يعتقد (٣٧ %) أن الأعمال الإلكترونية المنشورة ذاتيًا جيدة، وحوالى (٢٧%) يرون أنها جيدة جدًا، ويرى (٢٢%) منهم أنها فقيرة وحوالى (١١%) يرى أنها فقيرة جدًا.

٣. السؤال الرابع والخامس: والمتعلق بمعرفة مدى قيام أعضاء هيئة التدريس بشراء الأعمال المنشورة ذاتيًا ومدى اعتمادهم عليها فى أبحاثهم، ويتضح من الرسم البيانى التالى أن معظم أعضاء هيئة التدريس يشترون الكتب المنشورة ذاتيًا، ومعظمهم أيضًا يعتمدون عليها فى أبحاثهم.

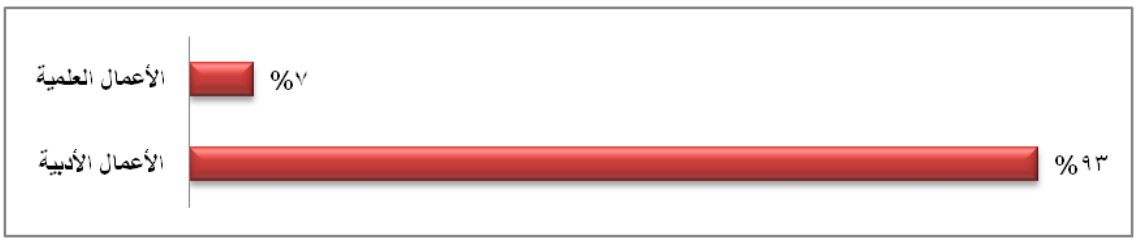



٤. السؤال السادس: المتعلق بمعايير تقييم الأعمال من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، ويتضح من الرسم البيانى التالى أن معظم أعضاء هيئة التدريس يقومون بتقييم الأعمال وفقًا لمعايير أخرى غير سمعة الناشر، ومنها سمعة المؤلف وجودة المحتوى.

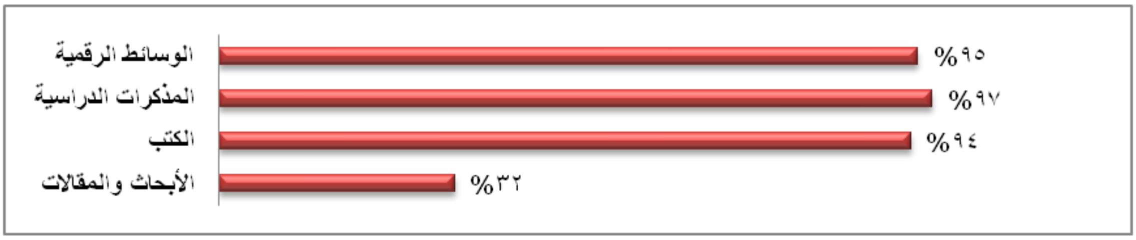
٥. السؤال السابع: والمتعلق بمعرفة سمعة الأعمال المنشورة ذاتيًّا من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، ويتضح من الرسم البياني التالي أن حوالى (٣٤% ) يرون أن نمط النشر الذاتى ممتاز لأعمال الدرجة الثانية وليس لأعمال الدرجة الأولى، وذلك في مقابل (٦٥%) غير موافق، كما يعتقد (٤٠ %) أن الأعمال المنشورة ذاتيًّا سوف تحقق نفس سمعة وجودة الأعمال المنشورة تجاريًّا بعد فترة من الوقت وذلك في مقابل (٥٤%) غير موافق، كما اعتقد نصفهم تقريبًا (٥٥%) بأن المؤلفين فى نمط النشر الذاتى لا يهتمون بتحكيم وتحرير أعمالهم في مقابل (٣٣% ) غير موافق على ذلك، ويرى حوالى (٥٦ %) أن نمط النشر الذاتى ملائم أكثر للمؤلفين المبتدئين مقابل (٣٦ %) غير موافق على ذلك.



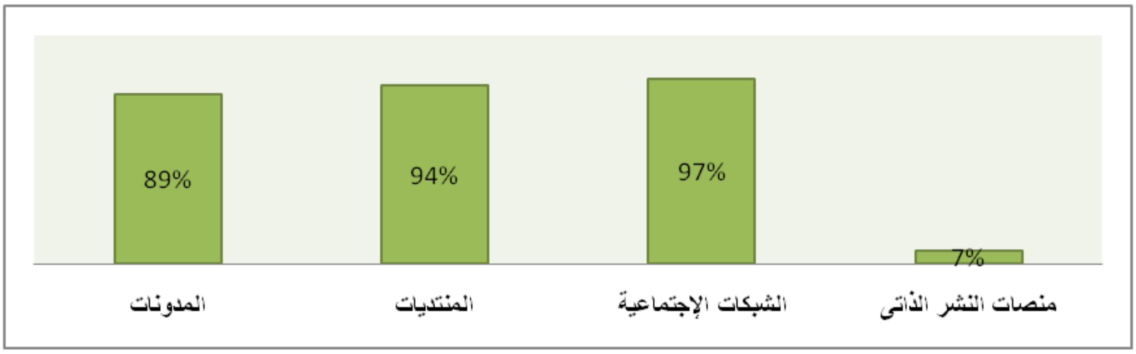

٦. السؤال الثامن: والمتعلق بمعرفة الأعمال التى يراها أعضاء هيئة التدريس مناسبة للنشر الذاتى، حيث يتضح من الرسم البيانى أن حوالى (٩٣%) منهم يرون أن الأعمال الأدبية مناسبة للنشر الذاتى، فى مقابل (٧%) يرون أن الأعمال العلمية مناسبة للنشر الذاتى، وتشير الدراسات أن النشر الذاتي أكثر ملائمة لأنواع أدبية معينة، حيث الأنواع التي تعمل بشكلٍ جيدٍ للنشر الذاتي تشمل: الرومانسية، وأدب الاثارة، والألغاز، والإثارة، والخيال العلمي، بمعنى أن الكتب التي تُنشر ذاتيًّا في هذه الأنواع تميل إلى الحصول على فرصة أكثر للنجاح. والأنواع التي لا تعمل بشكلٍ جيدٍ للناشرين الذاتيين تشمل: كتب الطبخ، والقصص الأدبية والنشر الأكاديمي. ومعظم الأكاديميين محبطون من النشر الأكاديمى، وبينما لا يزال معظمهم يختارون طريق النشر التقليدي، فهناك البعض ممن اختاروا أن يبدؤوا في دورياتهم الخاصة أو مطابعهم المستقلة، أو الذين اتجهوا نحو التدوين[٥٩].



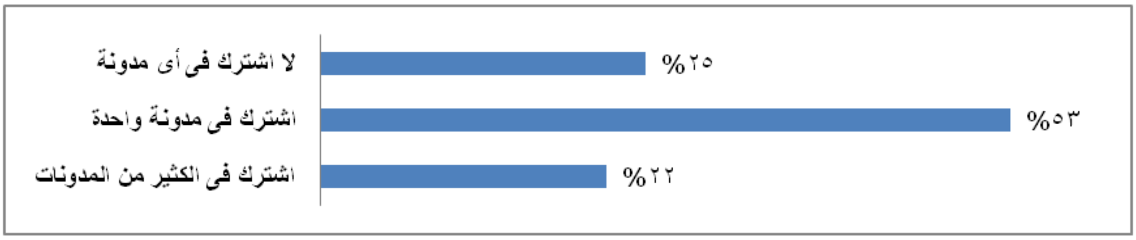
٧. السؤال التاسع: والمتعلق بمعرفة أنواع الأعمال التى يراها أعضاء هيئة التدريس مناسبة للنشر الذاتى، حيث يتضح من الرسم البيانى التالى أن معظم أعضاء هيئة التدريس يرون أن الكتب والوسائط الرقمية والمذكرات الدراسية مناسبة للنشر الذاتى، ولكن القليل منهم (٣٢%) الذى يرى أن الأبحاث والمقالات مناسبة للنشر الذاتى.



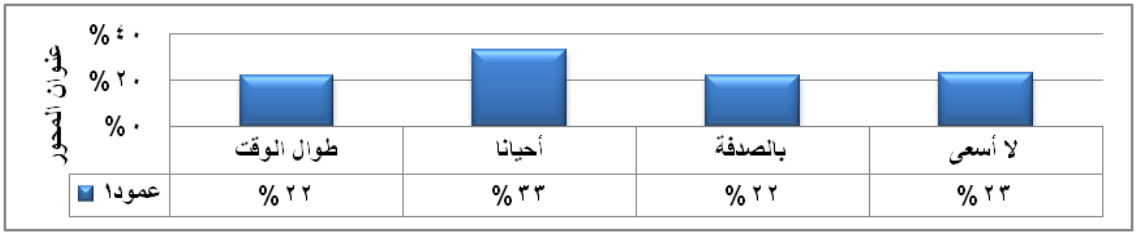

٨. السؤال العاشر: والمتعلق بمعرفة الأماكن التى يبحث فيها أعضاء هيئة التدريس عن الأعمال المنشورة ذاتيًّا، حيث يتضح من الرسم البيانى أن حوالى (٨٩%) منهم يذهبون إلى المدونات، وحوالى (٩٤ %) يذهبون للمنتديات، وحوالى (٩٧ %) يذهبون للشبكات الاجتماعية، ونسبة قليلة جدًّا التى تبحث فى منصات النشر الذاتى الإلكترونية.



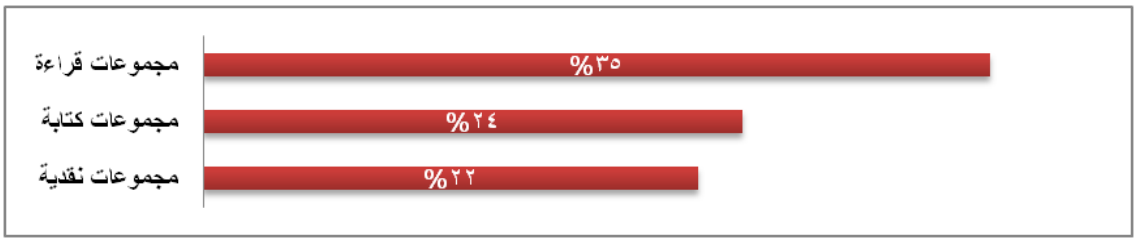

٩. السؤال الحادى عشر: والمتعلق بمعرفة مدى اشتراك أعضاء هيئة التدريس فى مدونات بمجالات تخصصهم، حيث يتضح من الرسم البيانى أن حوالى (٥٣%) منهم مشتركٌ فى مدونة واحدة، وحوالى (٢٢ %) مشترك فى الكثير من المدونات، وحوالى (٢٥ %) لا يشترك فى أى مدونة.



١٠. السؤال الثانى عشر: والمتعلق بمعرفة مدى سعى أعضاء هيئة التدريس للبحث عن مدونات جديدة بمجالات تخصصهم، حيث يتضح من الرسم البيانى أن حوالى (٢٢%) يصل للمدونات بالصدفة، وحوالى (٤٣ %) منهم يبحثون أحيانًا عن المدونات، وحوالى (٢٣ %) لا يسعى للبحث عن المدونات، والقليل منهم (٢٢%) الذين يبحثون طوال الوقت عن مدونات جديدة.




١١. السؤال الثالث عشر: والمتعلق بمعرفة مدى اشتراك أعضاء هيئة التدريس فى أى مجموعات أدبية، حيث يتضح من الرسم البيانى أن حوالى (٣٥%) من أعضاء هيئة التدريس يشتركون فى مجموعات قراءة، وحوالى (٢٤ %) يشتركون فى مجموعات كتابة، وحوالى (٢٢ %) يشتركون فى مجموعاتٍ نقدية.



**نتائج الدراسة**

يمكن تلخيص أهم النتائج التى توصل إليها الباحث بعد تطبيق الاستبيان فى النقاط التالية وفقًا لمحاور الدراسة الأساسية:

**النتائج المتصلة بالمحور الأول (اتجاهات أعضاء هيئة التدريس نحو أنماط النشر المتاحة):**

١. معظم أعضاء هيئة التدريس مطلعين على أنماط النشر المعروفة للجميع والمنتشرة فى البيئة المصرية والمتمثلة فى النشر التجارى والنشر الذاتى، كما أنهما من الأنماط التى تم استخدامها بالفعل من قِبل مجتمع الدراسة، ولكن معظم الأعضاء غير مطلعين على أنماط النشر التى انتشرت حديثًا والمتمثلة فى نمط النشر الهجين ونمط النشر برسوم ونمط النشر وفقًا للطلب، وبالتالى لم يستخدم مجتمع الدراسة هذه الأنماط.

٢. ما زال نمط النشر التجارى هو النمط الأول الذى يفكر فى استخدامه أعضاء هيئة التدريس فى كلية الآداب بجامعة بنها عند نشر أعمالهم، يليه مباشرة نمط النشر الذاتى، وبالتالى فهُم يخططون دائمًا لاستخدام كلا النمطين.

٣. هناك توافق كبير بين معظم أعضاء هيئة التدريس على إيجابيات الناشر التجارى والمتمثلة أساسًا فى التصديق على العمل، وقيامه بتحمّل كافة التكاليف وعمليات الإنتاج والتسويق والتوزيع، والسمعة الإيجابية للأعمال المنشورة تجاريًّا. وهناك توافق أيضًا على سلبيات النشر التجارى، وخاصة المتصلة بالتحكم فى العمل والسعر والتصميم وبطء عملية النشر بشكلٍ عام وعدم القدرة على نشر العمل فى المستودعات وقواعد البيانات والفصول الدراسية.

٤. معظم أعضاء هيئة التدريس موافقين على الكثير من مميزات النشر الذاتى، وخاصة المتمثلة فى تحقيق أرباح أكبر وتوفير تحكم أكبر على الأعمال من قِبل المؤلفين وسرعة نشر الأعمال مقابل النشر مع الناشر التجارى والقدرة على نشر الأفكار الجريئة والجديدة، وبالرغم من ذلك يرى معظم أعضاء هيئة التدريس أن نمط النشر الذاتى لن يحل محل النشر التجارى ولكنه سيعمل جنبًا إلى جنب مع النشر التجارى.

٥. من أهم أسباب انتشار نمط النشر الذاتى من وجهة نظر مجتمع الدراسة كانت ظهور شبكة الإنترنت وأدوات النشر الذاتى مثل المدونات ونجاح العديد من الأعمال المنشورة ذاتيًّا ورغبة المؤلفين فى تحقيق أرباح أكبر.

٦. هناك شبه إجماع على تحديات النشر الذاتى بين أعضاء هيئة التدريس، وخاصة المتصلة بعدم انتشار الوعى بمميزات النشر الذاتى، وعدم اهتمام الناشرين العرب بهذا النمط، وضعف الخبرات الفنية المطلوبة خاصة فى حالة النشر الإلكترونى، ورفض هذا النمط فى المجالات الأكاديمية، والنظرة السلبية للأعمال المنشورة ذاتيًّا.

**النتائج المتصلة بالمحور الثانى (اتجاهات أعضاء هيئة التدريس نحو نمط النشر الذاتى):**

١. مصدر المعلومات الأساسى عن نمط النشر الذاتى لمعظم مجتمع الدراسة هو الخبرة الشخصية وزملاء العمل ثم المؤتمرات والقراءة حول الموضوع.

٢. معظم الأعمال التى يقوم أعضاء هيئة التدريس بنشرها ذاتيًّا هى: الكتب والمذكرات الدراسية، والقليل منهم الذين ينشرون كتبًا نصية أكاديمية أو أبحاثًا ومقالاتٍ أكاديمية بنمط النشر الذاتى، ومعظمهم ينشرون الكتب فى الشكل المطبوع وليس الإلكترونى.

٣. عدد الكتب المطبوعة التى نشرها أكثر من نصف مجتمع الدراسة كانت من (١-٣) كتب فقط، والقليل منهم الذين نشروا أكثر من ذلك، كما أن القليل منهم أيضًا الذين نشروا ذاتيًّا من (١-٣) كتب إلكترونية.

٤. يتفق نسبة كبيرة من أعضاء هيئة التدريس أنه سيكون هناك صعوبة فى الاستمرار فى نشر سلسلة من الكتب نشرًا ذاتيًا، ويتفقون أيضًا على أن النشر الذاتى الإلكترونى أسهل وأبسط من النشر الذاتى المطبوع.

٥. تتنوع الأماكن التى ينشر فيها أعضاء هيئة التدريس أعمالهم المنشورة ذاتيًّا وكانت أهمها موقع المؤسسة والشبكات الاجتماعية والمدونات، ولم يستخدموا منصات النشر الذاتى الإلكترونية.

٦. كانت من أهم مميزات نشر أعمال أعضاء هيئة التدريس بنمط النشر الذاتى: تخطى العديد من الخطوات الخاصة بالنشر وسرعة النشر وقلة التكاليف خاصة فى حالة النشر الإلكترونى والوصول إلى جمهور عالمى وزيادة حجم القراء.

٧. ينشر أعضاء هيئة التدريس نسخًا قليلة من كتبهم المنشورة ذاتيًّا، حيث نصفهم تقريبًا لا يطبعون أكثر من ٢٠٠ نسخة، والقليل منهم الذين يطبعون أكثر من ذلك، وقد يكون ذلك بسبب قلة عدد النسخ التى يتم بيعها من هذه الكتب، والتى كانت فى حدود من ١٠٠ إلى ٢٠٠ نسخة فى السنة لمعظم أعضاء هيئة التدريس.

٨. لا يحرص الكثير من أعضاء هيئة التدريس على الحصول على رقم إيداع بدار الكتب المصرية والرقم الدولى المعيارى للكتب التى ينشرونها ذاتيًّا، ومن أهم الخطوات المتصلة بالنشر التى يقومون بها بأنفسهم هى: الكتابة والتنسيق والتسويق والترويج والتوزيع، أما الأعمال التى يعتمدون فيها على خدماتٍ خارجية هى: تصميم الغلاف والتحرير والحصول على الرقم الدولى للكتاب.

٩. من أهم الطرق التى يستخدمها معظم أعضاء هيئة التدريس لتوزيع أعمالهم المنشورة ذاتيًّا هى: مكتبات بيع الكتب والبيع المباشر، والقليل منهم يوزعون عن طريق دور النشر التجارية أو فى منصات النشر الإلكترونية، ومن أهم طرق تسويق هذه الأعمال من خلال معظم أعضاء

هيئة التدريس هى المعارض ووسائل التواصل الإجتماعى ومكتبات بيع الكتب والمراجعات العلمية، ولكن القليل منهم الذين بنوا حضورًا على الإنترنت أو قاموا بحفلة توقيع كتاب أو دخلوا مسابقات أو طوروا مدونات أو قاموا بمراجعاتٍ صحفية.

١٠. هناك إجماع بين معظم أعضاء هيئة التدريس على أن الخطوات المكلفة فى النشر الذاتى هى: الطباعة والتحرير والكتابة وتصميم الغلاف، والخطوات غير المكلفة تتمثل فى: تحويل شكل الملف والتخزين والحصول على الرقم الدولى للكتاب والتسويق والتوزيع. ومعظم أعضاء هيئة التدريس يرون أنه يمكن القيام بالنشر الذاتى بقليل أو بدون خبرة تمامًا، ويمكن الحصول على هذه الخبرة من التواصل مع الآخرين أو قراءة المدونات والمنتديات ومواقع الويب.

١١. هناك رضا كبير بين معظم أعضاء هيئة التدريس عن تجربتهم مع النشر الذاتى، ومن المحتمل أن يوصوا الآخرين بتجريب هذا النمط وأنهم راضون عن المنتج النهائى.

١٢. هناك اتفاق بين معظم أعضاء هيئة التدريس على مميزات النشر الإلكترونى الذاتى، ومنها: قلة التكلفة ووجود نظم نشر الكترونية غير مكلفة ومسايرة التطورات الحديثة والوصول إلى سوق جديدة وعالمية من القراء، وهناك شبه اتفاق بينهم أيضًا على تحديات النشر الإلكترونى الذاتى وخاصة المتصلة بقلة الخبرة الفنية، والتخوف من الانتحال والقرصنة، ونقص الخبرة فى التعامل مع منصات النشر الإلكترونى الذاتى، والنظرة السلبية للأعمال المنشورة إلكترونيًّا مقابل المطبوعة، وعدم انتشار منصات النشر الذاتى العربية.

١٣. أقل من نصف المجيبين تعاقدوا لنشر أعمال سبق نشرها ذاتيًّا مع ناشرين تجاريين، ولكن القليل منهم الذين قاموا بالعكس، ومن أهم مبرراتهم لاستخدام نمط النشر الذاتى كانت الحصول على نسبة أعلى من مبيعات الكتب وسرعة والنشر والتحكم فى السعر والإنتاج والتصميم والمحتوى وقلة التكاليف خاصة فى حالة النشر الإلكترونى.

**النتائج المتصلة بالمحور الثالث (اتجاهات أعضاء هيئة التدريس نحو الأعمال المنشورة ذاتيًّا):**

١. نسبة قليلة من أعضاء هيئة التدريس بجامعة بنها الذين لديهم نظرة سلبية للأعمال المنشورة ذاتيًّا، ولكن نصفهم تقريبًا يرون أن الأعمال المطبوعة المنشورة ذاتيًّا متوسطة الجودة، وأن الأعمال الإلكترونية المنشورة ذاتيًّا ذات جودة جيدة.

٢. معظم أعضاء هيئة التدريس لا يعتمدون فقط على الأعمال المنشورة تجاريًّا، ولكن يعتمدون أيضًا على الأعمال المنشورة ذاتيًّا فى أبحاثهم ودراساتهم المختلفة، كما أنهم يقيّمون الأعمال وفقًا لسمعة المؤلف وجودة المحتوى بجانب سمعة الناشر.

٣. يتفق نصف مجتمع الدراسة على أن المؤلفين فى نمط النشر الذاتى لن يهتموا بتحكيم وتحرير أعمالهم قبل النشر، وأن نمط النشر الذاتى مناسب أكثر للمؤلفين المبتدئين، وأن الأعمال

المنشورة ذاتيًّا سوف تحقق نفس سمعة الكتب التجارية مع الوقت.

٤. الأعمال المناسبة للنشر الذاتى من وجهة نظر معظم أعضاء هيئة التدريس هى الأعمال الأدبية، وأن الكتب والوسائط الرقمية والمذكرات الدراسية مناسبة أكثر للنشر الذاتى عن الأبحاث والمقالات الأكاديمية.

٥. لا يبحث أعضاء هيئة التدريس على الأعمال المنشورة ذاتيًّا فى منصات النشر الذاتى الإلكترونية الشهيرة، ولكنهم يعتمدون فى الأساس على المدونات والمنتديات والشبكات الاجتماعية للوصول لهذه الأعمال، والكثير منهم يشتركون فى مدونة أو أكثر فى مجالات تخصصهم بالإضافة إلى الاشتراك فى مجموعات للقراءة والنقد والكتابة.

## توصيات الدراسة

**فيما يلى أهم توصيات الدراسة وفقًا لمحاور البحث الأساسية:**

**التوصيات المتصلة بالمحور الأول (اتجاهات أعضاء هيئة التدريس نمو أنماط النشر المتاحة):**

١. يجب نشر الوعى بأنماط النشر المتاحة لأعضاء هيئة التدريس حاليًا، وخاصة نمط النشر برسوم ونمط النشر الهجين ونمط النشر وفقًا للطلب، وذلك من خلال المؤتمرات والندوات التى يمكن عقدها فى الجامعات والمجتمعات العلمية المختلفة.

٢. من المفضل أن يهتم أعضاء هيئة التدريس بمحتوى الأعمال التى يرغبون فى نشرها، بحيث يقومون بتأليف أعمال عالية الجودة، وفى حالة عدم قدرتهم على التعاقد مع ناشرٍ تجارى فأمامهم الآن أنماطًا عديدة من النشر أهمها النشر الذاتى.

٣. يجب على الناشرين التجاريين اتخاذ بعض الخطوات للتغلب على العديد من السلبيات المتفق عليها من قِبل جميع مَن قام بتجريب نمط النشر التجارى، وخاصة المتصلة ببطء عملية النشر والتحكم فى السعر والتصميم وامتلاك حقوق الطبع على الأعمال وتقييد نشر الأعمال فى المستودعات وقواعد البيانات.

٤. انتشار نمط النشر الذاتى بين أعضاء هيئة التدريس سيتحقق من خلال نشر أعمال عالية الجودة، ونشر الوعى بمميزات النشر الذاتى وخاصة المتصلة بسرعة النشر ونشر الأفكار الجديدة ونشر أعمال المؤلفين المبتدئين وقلة التكاليف خاصة فى حالة النشر الإلكترونى، مع ضرورة اتخاذ الناشرين العرب خطواتٍ جادة نحو تطوير منصات نشر إلكترونية للأعمال المنشورة ذاتيًّا، بالإضافة إلى قبول الأعمال المنشورة ذاتيًّا فى البيئة الأكاديمية.

**التوصيات المتصلة بالمحور الثانى (اتجاهات أعضاء هيئة التدريس نحو نمط النشر الذاتى):**

١. يوصى الباحث بضرورة قيام أعضاء هيئة التدريس بكلية الآداب بجامعة بنها بتعليم أنفسهم ذاتيًا ومتابعة كل التطورات والاتجاهات الحديثة فى النشر، وخاصة أن عملية النشر من أهم حلقات الاتصال العلمى.

٢. لا يجب أن يحصر أعضاء هيئة التدريس أنفسهم فى النشر المطبوع فقط، ولكن يجب عليهم تجريب النشر الإلكترونى لأعمالهم أيضًا، والتغلب على تخوفاتهم، والاستفادة من المميزات الكثيرة للنشر الإلكترونى.

٣. يوصى الباحث أعضاء هيئة التدريس باستغلال التطورات الحديثة على شبكة الإنترنت وانتشار المنصات والخدمات التى تسمح بالنشر الذاتى وخاصة المدونات والمنتديات ومنصات النشر الذاتى الإلكترونية.

٤. من المفضل أن يحصل أعضاء هيئة التدريس على رقم ايداع بدار الكتب المصرية والرقم الدولى المعيارى للكتب التى ينشرونها ذاتيًا، وكلما اعتمدوا على خدمات خارجية عند إنتاج أعمالهم كلما تم إخراجها بشكلٍ عالى الجودة.

٥. يجب الاستفادة من كل طرق توزيع الكتب المتاحة للمؤلفين لنشرها على أوسع نطاق، ويجب القيام بجهودٍ كبيرة فى تسويقها بطرقٍ مختلفة.

٦. ضرورة الاستفادة من منصات النشر الإلكترونى المنتشرة حاليًا، وخاصة أنها لا تتطلب خبرة فنية كبيرة أكثر من تحويل شكل الكتاب إلى شكل الملف المطلوب للنظام المُستخدَم، ولكن الاستفادة ستكون كبيرة بعد ذلك، خاصة أن ذلك سيساعد على توزيع الكتب على نطاق عالمى.

**التوصيات المتصلة بالمحور الثالث (اتجاهات أعضاء هيئة التدريس نحو الأعمال المنشورة ذاتيًا):**

١. معايير تقييم الأعمال المنشورة لا يجب أن تنحصر فى اسم الناشر فقط ،ولكن يجب أن تضم شهرة المؤلف وجودة ودقة المحتوى أيضًا.

٢. كلما قام المؤلفون بالاهتمام بعمليات التحكيم والتحرير لأعمالهم المنتهية قبل نشرها ذاتيًا، زادت النظرة الإيجابية نحو الأعمال المنشورة ذاتيًا، وتم الاعتماد عليها فى الدراسات والأبحاث الأكاديمية، وحققت نفس سمعة الكتب المنشورة تجاريًا.

٣. خبرة أعضاء هيئة التدريس فى نشر كتبهم الدراسية نشرًا ذاتيًا يجب استغلالها أيضًا لنشر الكتب النصية الأكاديمية للقراء بشكلٍ عام، كما أن انتشار المدونات والمنتديات وصفحات

وسائل التواصل الإجتماعى ستمكن أيضًا من مدّ نمط النشر الذاتى للأبحاث والمقالات الأكاديمية أيضًا.

٤. من المفضل البحث عن الأعمال المنشورة ذاتيًّا فى أماكن نشر هذه الأعمال وخاصة منصات النشر الذاتى والمدونات والمنتديات، وبالتالى كلما اشترك أعضاء هيئة التدريس فى الكثير من المدونات والمنتديات والمجموعات المتخصصة، تمكنوا من الوصول لهذه الأعمال.

## مصادر الدراسة

1. Self publishing definition.Retrieved October9, 2018, fromhttp://www.wikipidia.com
2. Siobhan morrissey.self-publishing vs. traditional publishing: how to choose?.Retrieved October9, 2018, fromhttp://www.miamiherald.com/news/business/biz-monday/article3950085.html
3. Alan finder.The Joys and Hazards of Self-Publishing on the Web.Retrieved October9, 2018, fromhttps://www.nytimes.com
4. Jeremy Greenfield.Companies book profits from self-publishing.Retrieved October9, 2018, fromhttps://www.usatoday.com/
5. Balson, Ronald H. Bestseller Success Stories that Started Out as Self-Published Books. Retrieved October9, 2018, fromhttps://install.utilitooltech.com/.
6. David carnoy.Considering self-publishing a book.Retrieved October9, 2018, fromhttps://www.cnet.com
7. Alison Baverstock. What satisfactions do self-publishing authors gain from the process? .Retrieved October9, 2018, fromhttp://www.ercim.org/publication/ercim
8. Estelle rhodé odendaal. an exploration of the state of self-publishing in the academic publishing sector of south africa.Retrieved October9, 2018, from http://www.sciencemag.org
9. Writer helper.Retrieved October9, 2018, from http://www.writershelper.com/
10. Bookbaby. self-publishing survey.Retrieved October9, 2018, from http://www.bookbaby.com
11. The book design house.Retrieved October9, 2018, from http://www.openarchives.org/

١٢. عبد الهادى، محمد فتحى ( ٢٠١٠). الإنتاج الفكرى العربى فى مجال المكتبات والمعلومات: ٢٠٠٥-٢٠٠٧. - الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية، ٦٣٧ص.

١٣. عبد الهادى، محمد فتحى ( ٢٠١٢). الإنتاج الفكرى العربى فى مجال المكتبات والمعلومات: ٢٠٠٨-٢٠٠٩. - الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية، ٥٠٤ص.

١٤. عبد الهادى، محمد فتحى ( ٢٠١٨). الإنتاج الفكرى العربى فى مجال المكتبات والمعلومات: ٢٠١٢-٢٠١٥. - القاهرة، الاتحاد العربى للمكتبات، ٦٥٠ص.

١٥. شعبان، أميرة ابراهيم. "مواقع الناشرين على شبكة الانترنت دراسة تحليلية مقارنة لاستنباط مواصفات تصميم موقع نشر ذاتى عربى" . أطروحة ماجستير، كلية الآداب، جامعة القاهرة، ٢٠١٥.

١٦. على، شيماء محروس. "النشر الذاتى للكتب فى مصر: دراسة ببليومترية". أطروحة ماجستير، كلية الآداب، جامعة المنوفية ،- ٢٠١٥.

١٧. نور الدين حفيظى وراوية تبينة. النشر بين الاهمية العلمية والصعوبات الواقعية.-http://jilrc.com/wp-content/uploads/2

١٨. أمانى السيد.الاتجاهات الحديثة فى النشر الإلكترونى. /https://www.slideshare.net/Amanyalsayed/ss-

19. Almudena Mangas-Vega . approach to self-publishing with a combination of bibliometric study and social network analysis techniques. Retrieved October 9, 2018, from http://www.openarchives.org/ups1-press.htm
20. Alison Baverstock. What satisfactions do self-publishing authors gain from the process? .Retrieved October 9, 2018, from http://www.ercim.org/publication/ercim
21. Alison Baverstock. Who are the self-publishers?. Retrieved October 9, 2018, from https://www.researchgate.net/publication/
22. Estelle rhodé odendaal. an exploration of the state of self-publishing in the academic publishing sector of south africa. Retrieved October 9, 2018, from http:// www.sciencemag.org.
23. Bradley, Jana. Self-Published Books: An Empirical "Snapshot".Retrieved October 9, 2018, fromhttps://eric.ed.gov/?q=self+publishing&id=EJ972570
24. Ian Rowlands. scholarly communication in the digital environment: what do authors want?.Retrieved October 9, 2018, fromhttp://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm
25. Bhaskar Mukherjee .Scholarly Communication: A Journey from Print to Web. Retrieved October 9, 2018, fromhttp://www.ariadne.ac.uk/issue42/harnad/
26. Academic publishing. Retrieved October 9, 2018, fromhttps://en.Wikipedia.org/wiki/Academic_publishing
27. Vanity press. Retrieved October 9, 2018, fromhttps://en.wikipedia.org/wiki/Vanity_press
28. Rebecca Langley.Everything You Need To Know About Hybrid Publishing.https:// www.standoutbooks.com
29. Van Rooyen, B. 2005. Get your book published in 30 (relatively) easy steps: a handson guide for South African authors. Johannesburg: Penguin Books South Africa
30. Self-publishing.Retrieved October 9, 2018, fromhttps://en.wikipedia.org/
31. What does Print on Demand (POD) mean?. Retrieved October 9, 2018, fromhttps://www.techopedia.com.
32. Siobhan Morrissey. Self-publishing vs. traditional publishing: How to choose?.Retrieved October 9, 2018, fromhttp://www.miamiherald.com/news/business/biz-monday/article3950085.html
33. Alan Finder .The Joys and Hazards of Self-Publishing on the Web. Retrieved October 9, 2018, fromhttp:// www.nytimes.com
34. Writers embrace self-publishing through instant publishing machine.Retrieved October 9, 2018, fromhttp://www.oregonlive.com/
35. Alexandra Alter .Meredith Wild, a Self-Publisher Making an Imprint. Retrieved October 9, 2018, from https://www.nytimes.com/

36. Academic publishing. Retrieved October 9, 2018, fromhttps://en.wikipedia.org/wiki/Academic_publishing
37. Stephanie Chandler.The Pros and Cons of Traditional vs. Self-Publishing.Retrieved October 9, 2018, fromhttps://www.standoutbooks.com/
38. Traditional Publishing vs. Self-Publishing—Pros and Cons. Retrieved October 9, 2018, fromhttp://www.bpsbooks.com/
39. Donald Bastian. The Advantages and Disadvantages of Traditional Publishing. Retrieved October 9, 2018, fromhttp://www.bpsbooks.com/BPS-Books-blog/bid/18539
40. Vanity or subsidy book publishers in various forms. Retrieved October 9, 2018, fromhttps://www.dudleycourtpress.com.
41. Vanity press. Retrieved October 9, 2018, fromhttp://www. Wikipedia.com
42. Taylor Harbin.Vanity Publishing: Pros, Cons, and Tips.Retrieved October 9, 2018, fromhttps://refiction.com/articles/vanity-publishing-pros-cons-and-tips
43. Cult Admin. the truth about vanity publishing. Retrieved October 9, 2018, fromhttp://chuckpalahniuk.net/features/the-truth-about-vanity-publishing
44. Brian A. Klems.What is Hybrid Publishing? Here Are 4 Things All Writers Should Know.Retrieved October 9, 2018, fromhttp://www.writersdigest.com/
45. Gail Woodard.The Advantages Of Hybrid Publishing. Retrieved October 9, 2018, fromhttps://www.dudleycourtpress.com
46. Van Rooyen, B. 2005. Get your book published in 30 (relatively) easy steps: a handson guide for South African authors. Johannesburg: Penguin Books South Africa. Retrieved October 9, 2018, from http://www.sciencemag.org
47. David Carnoy. Self-publishing a book: 25 things you need to know. Retrieved October 9, 2018, from https://www.cnet.com/
48. Dann Albright.How to Publish Ebooks on Amazon With Kindle Direct Publishing.Retrieved October 9, 2018, fromhttps://www.makeuseof.com/
49. Smashwords vs draft2digital review.Retrieved October 9, 2018, fromhttps://kindlepreneur.com
50. Independent Publishing with CreateSpace. https://www.createspace.com/
51. Juris Dilevko. The self-publishing phenomenon and libraries.Retrieved October 9, 2018, fromhttp://www.publishamerica.com/facts/index.htm
52. Thomas M. Sipos .Self-Publishing: Is It For You?.Retrieved October 9, 2018, fromhttp://www.selfpublishinghalloffame.
53. Stephanie Chandler.The Pros and Cons of Traditional vs. Self-Publishing.Retrieved October 9, 2018, fromhttp://firstsearch.oclc.org
54. The Pros And Cons Of The Different Publishing Options. Retrieved October 9, 2018, from http://www.authorhouse.com/

55. Carlos Harrison. Self-publishing industry explodes, brings rewards, challenges.Retrieved October 9, 2018, fromhttp://www.miamiherald.com/latest-news/article1944481.html
56. Richard Sugg .Self-publishing: why not?. Retrieved October 9, 2018, from http://selfpublishingservices.com/
57. Top 10 Self-Publishing Companies: A 2018 Guide for First-Time Authors. Retrieved October 9, 2018, fromhttps://www.editage.com.
58. Anna Baddeley .Reedsy could offer self-published authors a professional edge. https://www.theguardian.com
59. Linda Sapadin and John E. Mayer. How Self-Publishing Can Enhance Your Private Practice.https://onlinelibrary.wiley.com.