

## كتب الأندية الأدبية تفتقر إلى الرواج لضعف التسويق

أكد أدباء ومنتقون لـ«الوطن» أن الكتب التي تصدرها الأندية الأدبية عمومًا غير رائجة، ولا تلقى إقبالًا ولا اهتمامًا لعدم استطاعة الأندية الوصول إلى القارئ والمهتم في مجال الكتب المنشورة.

وبين هؤلاء أن الأندية الأدبية تحتاج إلى فريق مؤهل يخرج من لباس التقليدية، ويساهم في صناعة إعلام الإصدارات ليواكب الأحداث التي تقود إلى سوق النشر.

تسويق حاذق

أبان رئيس مجلس إدارة جمعية أدباء في الأحساء الدكتور محمود آل ابن زيد، أن «الكتب التي تطبعها

الأندية والجمعيات الأدبية تعد خزانة لمدونات ثقافية وأدبية ضخمة لمصادر الأدب السعودي خاصة، وكثيراً ما يرجع إليها الأكاديميون من دارسي الماجستير والدكتوراه، ومقدمي بحوث الترقية المتخصصة في الأدب والنقد العربي السعودي الحديث داخل المملكة وخارجها، كما أنها إصدارات متوالية تعكس المراحل التي يمر بها الأدب السعودي، ولذا فهي مقياس مهم للمشهد الثقافي والإبداعي السعودي، ومع ذلك فإنها في حاجة ماسة إلى تسويق حاذق يليق بقيمتها العلمية والأدبية، ولعل إلقاء الضوء عليها بأساليب حديثة ومختلفة من قبل المسؤولين في معارض الكتاب الدولية كفيل بإصال المستفيدين منها إلى اقتنائها».

## انتظار المجاني

يشير العضو السابق لمجلس إدارة نادي الأحساء الأدبي عبدالجليل الحافظ إلى أن «كتب الأندية الأدبية لا تجد الإقبال المنتظر عليها ولا تجد الرواج المطلوب وذلك لسببين، وهما:

– عدم تسويق الأندية لها تسويقاً جيداً.

– إن كثيراً من رواد الأندية الأدبية ينتظرون الحصول عليها مجاناً، ولهذا فإن القارئ لكتب الأندية الأدبية لن يطلبها من المعرض بمقابل مالي، بل سيطلبها من الأندية مباشرة حيث يحصل عليها مجاناً».

## الحضور الضعيف

يوضح عبدالعزيز الجاسم «ناشر» أن «كتب الأندية الأدبية، وعلى مرّ سنين مضت، لم تلقَ رواجاً كبيراً، وذلك يُعزى للحضور الضعيف من قبل تلك الأندية في معارض الكتاب وعدد من المحافل الثقافية، وعلى الرغم من حضور بعض تلك الأندية في المعارض المحلية، وبعض معارض الخليج؛ إلا أن الجانب الإعلامي بها بعيدٌ جداً عن القارئ الخليجي والعربي، على عكس ما تقوم به دور النشر من محاولات جبارة في الإعلان عن إصداراتها والمشاركة المستمرة في المحافل الثقافية، وتعدد نقاط التوزيع لنتائجها، والسعي لإيصال تلك النتائج بكل الطرق المشروعة ورقياً وإلكترونياً عبر المكتبات الكبيرة والصغيرة والمتاجر الفعلية والافتراضية. هذا السعي تفتقر له أغلب الأندية الأدبية التي تكتفي بطباعة الإصدارات وتسليم عددٍ كبير من نُسُخها للمؤلفين، الذين يقومون بدور الموزع بأنفسهم لهذه النتائج التي نجدها في مكتبات صغيرة، وفي قليلٍ من المتاجر الإلكترونية، كما نجد كثيراً منها إهداءات كنسخ مجانية يسعى صاحبها لنشر اسمه من خلالها بين القراء».

أضاف الجاسم «حتى تصل إصدارات الأندية الأدبية إلى القراء؛ يجب على القائمين على شؤونها أن يدرسوا إستراتيجيات جديدة للتوزيع، وأن يكثفوا الحضور والمشاركات في كافة معارض الكتاب والفعاليات الثقافية، كما يجب عليهم أن يعقدوا مزيداً من الشراكات الإستراتيجية والرأسمالية مع نقاط التوزيع والبيع المختلفة محلياً ودولياً، إضافة لتفعيل الدور الإعلامي الذي يركز على نشاط الأندية الأدبية من خلال إصداراتها المتنوعة، وعدم الاكتفاء بعقد بعض الورش والأماسي، التي تخصص للنقاش حول عناوين إنشائية بعيدة عن عمل الأندية الأدبية».

نمطية في الغالب

أكد الدكتور عبدالقادر البطيان «وكيل أدبي» أن إصدارات الأندية الأدبية، كغيرها من الكتب التي تهتم بإصدار محتوى أدبي ودراسات أدبية متنوعة يهتم بها المؤلف صاحب الكتاب ويقوم بالإعلان عنها كبذرة تسويق لإنتاجه، ويقود ذلك لاحتواء المحبين والمهتمين بالمؤلف، ونزر قليل ممن يهتمون لمثل هذه العناوين التي تحتاج إلى وسائل غير تقليدية للوصول للفئة المستهدفة والجمهور كذلك».

وأضاف «ولأن إصدارات الأندية الأدبية نمطية في غالبيتها فلا تجد رواجاً لها في معارض الكتب حتى وإن شاركت بعض الأندية بأركان لها في المعرض، مع أن بعض الأندية تعتمد اعتماداً كلياً على دور النشر التي أصدرت هذه الكتب ويروج لها المؤلفون أصحابها».

ولفت إلى أن «الإشهار المصاحب للإصدار -الكتاب الأصل- حق أصيل يقود العنوان واقتباسات المحتوى للوصول للمهتمين والشروع في تحقيق مكاسب للوصول للمطلوب والحضور الواضح لإصدارات الأندية».

وتابع «الإعلان، وحفل توقيع الكتاب، وندوات الكتاب، والمناقشات فيه، وعمل المحاضرات التي تصب في هذا الهدف، تعطي مظلة واسعة لسيرة المؤلف وما قدم في الساحة الإعلامية، وكذلك استكتاب المختصين عن الكتاب يعطي حضوراً للكتاب ويروج لنشره».

المتاح غير مرغوب

يشدد الروائي والقاص حسن الشيخ على أن إصدارات الأندية تعاني بصورة عامة من قلة الإقبال عليها من القراء، ولعل أبسط الأسباب هو مجانية هذه الإصدارات، وما هو متاح في العادة يبقى غير مرغوب فيه، ولا شك أن هذه الإصدارات تحتاج إلى جهد كبير ومختلف حتى يمكن تسويقها، ولعل أول هذه الجهود هو اختيار الإبداع الجيد والمتميز للطباعة، ومن ثم إجادة إخراج الكتاب، غلافًا وتنسيقًا وورقًا، وبعد عملية الطباعة تحتاج هذه الكتب إلى آلة إعلامية للتعريف بها في الصحافة المحلية والعربية، إضافة إلى وسائل التواصل الاجتماعي، وبعد كل ذلك هناك إصدارات تحتاج إلى ندوات خاصة لمناقشة إصدار متميز وخاص بحد ذاته، وما يصاحب هذه الندوات من حلقات نقاش تثري هذا العمل وتركز الأنظار عليه، ولا بد من القول إن الإقبال على الكتاب بشكل عام قد تراجع بسبب الفضائيات ودخول الإنترنت وحضور وسائل التواصل الاجتماعي، هذا التراجع يشمل جميع الإصدارات إلا ما ندر، وكتب الأندية الأدبية هي من نشاطات النادي وليست نشاطه الوحيد، ولهذا تحتاج الأندية الأدبية في مواجهة زحف الإنترنت، ونوادي الهواة الخاصة، وعزوف الشباب عن القراءة إلى معركة خاصة للتغلب على كل هذه المعوقات».

لماذا لا تجد كتب الأندية الرواج المقبول

- ضعف التسويق اللائق بقيمتها العلمية والأدبية

- توفر فرص الحصول عليها مجاناً من الأندية

- الحضور الضعيف للأندية في معارض الكتاب والمحافل الثقافية

- تواضع العمل الإعلامي في الأندية يضعف الترويج لكتبها

- عدم توفر نقاط توزيع لمنتجات الأندية

- اتكاء الأندية على جهود المؤلفين للترويج لكتبهم

