

العنوان:	توزيع الصحف في السودان المشكلات والحلول: دراسة تحليلية لأراء مجموعة من المختصين في النشر الصحفي 2014 م. - 2015 م.
المصدر:	مجلة دراسات إعلامية
الناشر:	جامعة إفريقيا العالمية - كلية الإعلام
المؤلف الرئيسي:	يوسف، محمد دفع الله محمد
المجلد/العدد:	ع3
محكمة:	نعم
التاريخ الميلادي:	2018
الشهر:	يناير
الصفحات:	21 - 72
رقم MD:	1008178
نوع المحتوى:	بحوث ومقالات
اللغة:	Arabic
قواعد المعلومات:	HumanIndex
مواضيع:	وسائل الإعلام، الصحافة المطبوعة، النشر الصحفي، السودان
رابط:	http://search.mandumah.com/Record/1008178

توزيع الصحف في السودان المشكلات والحلول

دراسة تحليلية لأراء مجموعة من المختصين في النشر الصحفي (٢٠١٤م - ٢٠١٥م)

د.محمد دفع الله محمد يوسف^(١)

مستخلص البحث

اهتم هذا البحث بتوزيع الصحف في السودان بصفة عامة وذلك لأهمية توزيع الصحف وإسهامه في تطوير الأداء بالصحف.

وجاء الهدف الرئيسي للبحث في تشخيص المشكلات التي تواجه توزيع الصحف وإيجاد الحلول لها، وكذلك توضيح أهمية التوزيع بالنسبة للصحيفة باعتباره رافدا أساسيا لدعم اقتصاديات الصحف، يعمل على تحسين أدائها وتطويرها على المستوى الإداري للصحيفة، وعلى مستوى الخدمات التي تقدمها للجمهور.

استخدم الباحث المنهج الإحصائي، المنهج الوصفي التحليلي، واستخدم الاستبانة والمقابلة كأداتين لجمع البيانات، كما قام بتحليل محاور الاستبانة بالمعالجات الإحصائية، واستخدم الحزم الإحصائية للعلوم الإجتماعية (SPSS). كما قام أيضا بتحليل أسئلة المقابلة بنفس الطريقة ثم قام بمناقشة الإجابات والتعليق عليها.

وتوصل الباحث لمجموعة من النتائج أهمها: قيام بعض المؤسسات الصحفية دون دراسة جدوى مسبقة، إضافة إلى إهتمام المؤسسات الحكومية بمشكلة توزيع الصحف بحيث تعقد لها الورش والمؤتمرات، لكنها لا تطبق مخرجات هذه الورش على أرض الواقع. كما أن معظم شركات التوزيع ليس لها بنيات تحتية ومقومات لإنشاء شبكة توزيع للمدن الكبيرة، وهو السبب الأساسي لإضعاف نسب التوزيع وانسحاب شركات التوزيع من العمل.

وعلى ضوء تلك النتائج توصل الباحث لمجموعة من التوصيات أهمها: تشجيع الاستثمار في مجال توزيع الصحف، وإخضاع المؤسسة الصحفية لدراسة جدوى مسبقة قبل إنشائها خاصة فيما يتعلق بجانب التوزيع مع تطوير آليات التوزيع بما يحقق الانتشار المناسب للصحف زمانا ومكانا.

^(١) رئيس قسم الصحافة والنشر، كلية الإعلام، جامعة إفريقيا العالمية.

Abstract

This research concerned with the distribution of newspapers in Sudan in general, that is because of the importance of the distribution of newspapers and its contribution to the development of newspapers performance.

The main objective of the research in the diagnosis of the problems faced by the distribution of newspapers and finding solutions to them. Also illustrate the importance of distribution for the newspaper as a tributary essential to support the newspapers economics to improve their performance and develop the administrative level of the newspaper, and on the level of services offered to the public.

The researcher follows a range of research approaches: the method of the comprehensive survey, statistical approach, descriptive analytical method. The researcher used the questionnaire and interview as tools for data collection, as analyzed axes resolution processors statistical and uses the method of statistical software (SPSS).

The researcher found out set of results, including: The important role of distribution in the development of journalistic institutions, in addition to the attention of government institutions, the problem of the distribution of newspapers, so hold her workshops and conferences. But they do not apply the outputs of these workshops on the ground. Also, most companies do not have distribution infrastructures and ingredients to create a distribution network of large cities, which is the main reason for the weakening of the distribution ratios and withdrawal from distribution companies' work.

The researcher found out set of recommendations, including: encouraging investment in the distribution of newspapers, and the placement of a news organization to pre-feasibility study by the establishment, in order to achieve the proper deployment of the newspapers time and place.

المقدمة

الإعلام سلطة أولى تدير الحركة السياسية والاقتصادية والاجتماعية في جميع أنحاء العالم، وهو كذلك من أهم مظاهر الحياة السودانية المعاصرة بعد التطور الكبير الذي شهدته وسائل الاتصال في السودان.

وتعد الصحافة الورقية واحدة من أهم وسائل الاتصال العالمي رغم ما تواجهه من منافسة من رصيفاتها في وسائل الاتصال الأخرى.

والصحافة الورقية في السودان تعتبر إحدى صور وسائل الاتصال المهمة؛ فالقراءة عند السودانيين إرث قديم بما في ذلك قراءة الصحف التي تجد إهتماما كبيرا من قبل كل شرائح المجتمع السوداني نتيجة لتسارع الأحداث على كافة الأصعدة المحلية والأقليمية والدولية.

وقد أشارت دراسة قدمت خلال الورشة التي نظمها المجلس القومي للصحافة والمطبوعات حول مشاكل توزيع الصحف في السودان في عام 2008م، أن نسبة توزيع الصحف انخفضت بنسبة 15% عن العام 2007م، وأوضحت الورشة أن هذا يعد مؤشر تدهور يوضح حجم الأزمة التي تحتاج إلى دراسة لمعرفة الأسباب وعلاج أوجه القصور.⁽¹⁾

واستمرت مثل هذه الدراسات والورش من جهات متعددة لكن مجمل نتائجها تتلخص في المعاناة التي يجدها توزيع الصحف مما اضعف البنية الاقتصادية للصحف وزوال بعضها.

ويتناول الباحث تلك المؤشرات التي تؤثر في عملية توزيع الصحف، وفي هذا البحث هناك مجموعة كثيرة من الجداول وذلك لأن هذا البحث يعتمد على البيانات الإحصائية بشكل أساسي، فالحديث عن توزيع الصحف لا تكتمل معلوماته إلا عن طريق الأرقام والإحصاءات الدقيقة.

⁽¹⁾ مجلس الصحافة و المطبوعات، ورشة عمل حول مشكلات توزيع الصحف، 2008م.

موضوع البحث وأهميته:

يعتبر توزيع الصحف من أساسيات الجانب الاقتصادي في إدارة المؤسسة الصحفية وحتى المعلن يبحث عن الصحيفة الأكثر توزيعاً لضمان وصول إعلانه لأكبر شريحة من الجمهور المستهدف، وبالتالي فإن إهتمام المؤسسة الصحفية بنوافذ التوزيع يعتبر من أولويات العمل الإداري الصحفي.

وتأتي أهمية الموضوع في رغبة الإدارات الصحفية وشركات التوزيع في معرفة الأسباب التي تؤثر علي توزيع الصحيفة خاصة بعد ظهور الصحف الإلكترونية والتلفزيونية والإذاعية والمجانية.

المدخل اللغوي للتوزيع:

وردت كلمة التوزيع، المشتقة من الفعل وزع، بعدة معاني في قواميس اللغة العربية المختلفة، نذكر منها ما ورد في معجم لسان العرب للعلامة أبي الفضل بن منظور، والذي عرف التوزيع بأنه: القسمة، والتفريق، ووزع الشيء: قسمه وفرقه.⁽¹⁾ وفي مجال الصحافة، يستخدم مصطلح النشر مرادفاً لمصطلح التوزيع، وقد عرف الزمخشري النشر لغة أنه "نشر الثوب، ونشر الثياب و الكتب، وصح منتشرة، ونشر الشيء فإنتشر، فإنتشروا في الأرض: أي تفرقوا، ونشر الخبر أي أذاعه، وأنتشر الخبر بين الناس، وله نشر طيب، وهو ما أنتشر من رائحته".⁽²⁾ وفي القرآن الكريم، يقول الله سبحانه وتعالى "وإذا الصحف نشرت"⁽³⁾، وفي تفسير هذه الآية، قال الضحاك: أعطي كل إنسان صحيفته، إما بيمينه، أو بشماله.⁽⁴⁾

(1) أبي الفضل جمال الدين بن محمد بن مكي بن منظور، لسان العرب، المجلد الثامن، دار صادر، بيروت، ب.ط، ب.ت، ص391.

(2) الزمخشري، أساس البلاغة، دار المعرفة للطباعة والنشر، بيروت، 1982م، ص456.

(3) سورة التكوير، آية رقم (10).

(4) تفسير ابن كثير، الجزء الثامن، الطبعة الثانية، دار طيبة للنشر والتوزيع، الرياض، 1420هـ، 1999م، ص335.

المدخل الاصطلاحي لمفهوم توزيع الصحافة:

- ومن الناحية الاصطلاحية فقد وردت عدة تعريفات لمفهوم التوزيع، نذكر منها:
1. هو إحدى الوظائف التسويقية، ويقصد به نقل الصحف من مطابع المؤسسة إلى الأسواق، وكذلك نقل المرتجعات من المتعدين إلى المؤسسات الصحفية.⁽¹⁾
 2. إتاحة المطبوع للجمهور، ويشمل ذلك كافة العمليات التي تعمل على توصيل المطبوع إلى منافذ الاستهلاك.⁽²⁾
 3. وقد عرفت الجمعية الأمريكية التوزيع بأنه: العملية الخاصة بتخطيط وتنفيذ كلا من المنتج، وتسعير، وتوزيع الأفكار والسلع والخدمات اللازمة لإتمام عملية التبادل التي تؤدي إلى إشباع حاجات الأفراد، وتخدم أهداف المنظمة.⁽³⁾
- أما النشر اصطلاحاً فيقصد به: توصيل الرسالة الفكرية التي يبذلها المؤلف إلى جمهور المستقبلين، أي القراء أو المستفيدين المستهلكين للرسالة.⁽⁴⁾
- ## المدخل القانوني لمفهوم توزيع الصحافة:

عرف قانون الصحافة والمطبوعات لسنة 2009م، المادة الرابعة، بأن "مهنة الصحافة": يقصد بها مهنة أعداد الصحف والمطبوعات وتحريرها وإصدارها وتوزيعها بأي وسيلة، كما عرف بأن "دار التوزيع": يقصد بها أي جهة تعمل في توزيع وبيع الصحف والمطبوعات الصحفية.

كما أشرت نفس القانون، لمنح الترخيص للمؤسسات الصحفية، أن يكون التوزيع من مهام الصحيفة، وفقاً للبند "أ" من المادة 24، والتي تنص على: أن يكون إصدار الصحف، أو النشر الصحفي "التوزيع"، أو صناعة المعلومات، من الأغراض الأساسية للمؤسسة الصحفية، وعرف القانون ذاته، بأن "مراكز الخدمات": يقصد بها أي مؤسسة أو منشأة تعمل في مجال إنتاج المواد الصحفية أو توزيعها.⁽⁵⁾

(1) عبد الجواد سعيد ربيع، إدارة المؤسسات الصحفية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007م، ص 151.

(2) سعدالدين عشموي، أسس الإدارة، القاهرة، 1984، ب. ط، ص 315.

(3) محمد أحمد إبراهيم، وثابت هبة الرحمن إدريس، المدخل في إدارة التسويق، مكتبة عين شمس، القاهرة، 1990م، ص 9.

(4) شعبان عبد العزيز خليفة، النشر الحديث ومؤسساته، دار الثقافة العلمية، الإسكندرية، 1998م، ص 14.

(5) قانون الصحافة لسنة 2009م، وزارة العدل، المجلس القومي للمطبوعات الصحفية

مستقبل توزيع الصحف في ظل ثورة الاتصال:

- تواجه الإدارة الصحفية، مجموعة من الأوضاع الصحفية والمهنية التي شكلت مجموعة من التحديات أمام إدارة الصحيفة وهي:^(١)
١. التطورات الراهنة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي أثرت على عملية إنتاج الصحيفة بشكل إيجابي، وحولتها إلى خلية إلكترونية في جميع مراحلها.
 ٢. إرتفاع نفقات إصدار الصحيفة بعد أن تحولت إلى صناعة ضخمة باهظة ومكلفة.
 ٣. منافسة الوسائل الاتصالية الأخرى للصحيفة، بعد التطورات الراهنة التي حدثت في مجال الاتصالات السلكية واللاسلكية، وتوظيفها للأقمار الصناعية، والألياف الضوئية، مما أفقد الصحف السبق الإخباري، وجعلها تتجه إلى التفسير، والشرح، والتحليل، والاهتمام بالناحية التحريرية، وتطوير أساليب الإخراج.
 ٤. تغير أذواق القراء، وطبائعهم، واحتياجاتهم الإعلامية، نتيجة للمتغيرات المجتمعية والاقتصادية المختلفة، وظهور وسائل إعلامية منافسة جديدة.

الدراسة الميدانية:

عينة البحث:

يعتبر موضوع توزيع الصحف من الموضوعات المتخصصة التي تحاط بالسرية التامة، فبيانات التوزيع لا تتوفر إلا عند أفراد معينين في المؤسسات الصحفية، وكذلك في شركات التوزيع، لذلك فقد تم إختيار عينة قصدية. فقد قام الباحث أولاً بعملية مسح شامل لتلك الجهات نتج عنها مجموع عينة البحث (١٥٠) مبحوثاً تفصيلهم كآتي: (١٠٦) صحفياً يشرفون على عمليات توزيع صحفهم، و(٢٨) موزعاً، و(١٦) ناشراً.

(١) إبراهيم عبد الله المسلمي، إدارة المؤسسات الصحفية، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ب، ط، ١٩٩٥م، ص ٢٣، ص ٢٤.

تحليل المحاور:

التوزيع من المصادر المهمة لتمويل الصحف

جدول رقم (١)

يوضح رأي أفراد العينة في أن التوزيع من المصادر المهمة لتمويل الصحف

النسبة المئوية	التكرار	
42%	63	أوافق
43%	65	أوافق بشدة
14%	21	أوافق لحد ما
1%	1	لا أوافق
100%	150	المجموع

من الجدول والشكل أعلاه يتبين رأي أفراد العينة أن التوزيع من مصادر التمويل المهمة للصحيفة فنجد أن موافقون بشدة بلغت نسبتهم (43%)، والذين وافقوا بلغت نسبتهم (42%)، بينما وافقوا لحد ما بلغت نسبتهم (14%)، وفردا واحدا غير موافق على أن التوزيع يعتبر من مصادر التمويل بنسبة (1%).

ما هي أكثر الفئات، من الجنسين، قراءة للصحف، ومساهمة في زيادة توزيعها؟

جدول رقم (٢): يوضح أكثر الفئات قراءة للصحف من الجنسين

النسبة المئوية	التكرار	
15%	23	الشباب
77%	115	الناضجين
7%	11	الكهول
1%	1	الشيوخ
100%	150	المجموع

من الجدول والشكل أعلاه يتبين أكثر أفراد العينة قراءة للصحف وتساهم في زيادة توزيعها، هم الناضجين وبلغت نسبتهم (77%) ويليهم الشباب وبلغت نسبتهم (15%)، بينما الكهول بلغت نسبتهم (7%)، وأقلها الشيوخ بلغت نسبتهم (1%)، مما يؤكد بأن الفئات التي تساهم في زيادة توزيع الصحف هم الناضجين والشباب.

التوزيع من وسائل تطوير الصحيفة

جدول رقم (٣): يوضح بأن التوزيع من وسائل تطوير الصحيفة

النسبة المئوية	التكرار	
50%	75	أوافق
41%	62	أوافق بشدة
6%	9	أوافق لحد ما
3%	4	لا أوافق
100%	150	المجموع

التوزيع من وسائل تطوير الصحيفة، هذا ما أجمع عليه معظم أفراد العينة (97%)، ويظهر ذلك في الجدول والشكل (5/8) حيث بلغت نسبة الموافقين (50%)، ويليهم موافقون بشدة وبلغت نسبتهم (41%)، بينما الموافقون لحد ما بلغت نسبتهم (6%)، والغير موافقون على التوزيع من وسائل التطوير بلغت نسبتهم (3%).

وجاءت أعلى نسبة من إجابات المبحوثين على أن التوزيع يسهم في تطوير الصحيفة وذلك بوصولها إلى أكبر عدد من القراء الشيء الذي يزيد من إيرادات الصحيفة إقتصاديا إضافة إلى عملية التفاعل التي تتم بين الصحيفة والقارئ ويؤدي ذلك بشكل كبير في تطوير الصحيفة من خلال رصد ملاحظات القراء عن المادة التحريرية والإخراج، وأقل درجة كانت إجاباتهم زيادة التوزيع يحفز القائمين على أمر الصحيفة لتجويد الأداء لضمان إرتفاع نسبة التوزيع والمنافسة على سباق جودة العمل الصحفي.

ومن خلال ذلك أيضا ظهر ان هنالك مؤثرات أخرى تعمل على تطوير الصحيفة ومن أهمها نوعية المادة المقدمة والهيكل الإداري للصحيفة ومؤهلات العاملين بالصحيفة. غير أن هذه الأشياء لا تتم إلا بتوفير الأموال وهو ما يفعل التوزيع.

إنخفاض عدد الشركات العاملة في مجال التوزيع الصحفي من (٥٨) إلى (٨) يرجع إلى

جدول رقم (٤): يوضح أسباب انخفاض عدد شركات التوزيع

النسبة المئوية	التكرار	
10%	14	شروط التصديق
53%	80	إنخفاض قيمة الإرباح
30%	45	صعوبة العمل
1%	2	مرتبات العاملين وارتفاع سعر العربات
4%	6	إنخفاض قيمة الإرباح و صعوبة العمل
2%	3	شروط التصديق وإنخفاض قيمة الإرباح وصعوبة العمل
100%	150	المجموع

من الجدول أعلاه يتبين رأي أفراد العينة في أسباب انخفاض عدد الشركات العاملة في مجال توزيع الصحف، ومعظمهم إتفقوا على رجوع السبب إلى إنخفاض قيمة الإرباح وبلغت نسبتها (53%)، ثم صعوبة العمل وبلغت نسبتها (30%)، وبينما شروط التصديق بلغت نسبتها (10%).

جدول رقم (٥)

يوضح أسباب أخرى في انخفاض عدد الشركات العاملة في مجال التوزيع

النسبة المئوية	التكرار	
12%	1	إرتفاع التكاليف
11%	1	أن الفضائيات أصبحت الأكثر جذبا للمواطن والصحافة الإلكترونية
11%	1	حل دار التوزيع
11%	1	عدم الإلمام بمطلوبات الوظيفة
11%	1	غياب الاحترافية في عمل التوزيع
11%	1	قلة عدد القراء
11%	1	مخاطر الاستثمار
11%	1	مضمون الصحف لم يعد جاذبا لكثيرا من القراء
11%	1	يعود إلى عدم القراءة الجيدة والمتأنية للسوق
100%	9	المجموع

الجدول أعلاه يبين رأي أفراد العينة في أسباب إنخفاض عدد الشركات العاملة في مجال التوزيع، وجميع الأسباب بلغت تكرارات متساوية (1).

إنخفاض التوزيع يعتبر سببا رئيسيا في توقف بعض الصحف عن الصدور التحرير الجيد يرتقي بالصحيفة، وبالتالي تزداد أرقام توزيعها

جدول رقم (٦): يوضح بأن التحرير الجيد يزيد من أرقام التوزيع

النسبة المئوية	التكرار	
30%	45	أوافق
58%	87	أوافق بشدة
9%	13	أوافق لحد ما
3%	5	لا أوافق
100%	150	المجموع

من الجدول أعلاه يتبين رأي أفراد العينة في التحرير الجيد يرتقي بالصحيفة ويعمل على زيادة أرقام التوزيع، الموافقون بشدة على ذلك بنسبة (58%)، ويليه موافقون بنسبة (30%)، بينما الموافقون لحد ما بنسبة (9%)، وأخيرا غير موافقون بنسبة (3%).

يرى أفراد العينة أن التحرير الجيد يزيد من أرقام التوزيع، لأن التحرير الجيد يجذب القارئ بنسبة، ويليه التحرير الذي يتجه نحو المسئولية ويناقش القضايا السياسية والاجتماعية بأبعاد مهنية وهو الذي يؤدي إلى الارتقاء فكلما كانت الإصدارة متميزة تحريرا على مستوى المادة والتصميم كلما جذبت انتباه القراء.

الإخراج الجيد للعناوين والمناشيات يؤدي لزيادة أرقام التوزيع

جدول رقم (٧): يوضح الإخراج الجيد للعناوين وأثره على زيادة أرقام التوزيع

النسبة المئوية	التكرار	
39%	59	أوافق
49%	73	أوافق بشدة
8%	12	أوافق لحد ما
4%	6	لا أوافق
100%	150	المجموع

من الجدول أعلاه يتبين رأي أفراد العينة في أن الإخراج الجيد للعناوين والمناشيات يؤدي لزيادة أرقام التوزيع، الموافقون بشدة على ذلك بنسبة (49%)، ويليه الموافقون بنسبة (39%)، بينما الموافقون لحد ما بنسبة (8%)، وأخيرا غير الموافقون بنسبة (4%)، وهذا يدل على موافقة معظم أفراد العينة الاستطلاعية على هذه العبارة.

الطباعة والتصميم الجيدان من أهم أسباب إقبال القارئ على الصحيفة

جدول رقم (٨): يوضح أهمية الطباعة والتصميم في إقبال القارئ على الصحف

النسبة المئوية	التكرار	
39%	59	أوافق
41%	61	أوافق بشدة
14%	21	أوافق لحد ما
6%	9	لا أوافق
100%	150	المجموع

من الجدول أعلاه يتبين رأي أفراد العينة في أن الطباعة والتصميم الجيدان من أهم أسباب إقبال القارئ على الصحيفة، الموافقون بشدة على ذلك بنسبة (41%)، ويليه الموافقون بنسبة (39%)، بينما الموافقون لحد ما بنسبة (14%)، وأخيرا غير الموافقون بنسبة (6%)، وهذا يدل على موافقة معظم أفراد العينة الاستطلاعية على هذه العبارة.

المضامين الصحفية والكتاب المميزون من أهم أسباب إزدياد أرقام التوزيع
جدول رقم (٩): يوضح أسباب إزدياد أرقام التوزيع من ناحية الكتاب

النسبة المئوية	التكرار	
27%	41	أوافق
61%	92	أوافق بشدة
12%	17	أوافق لحد ما
100%	150	المجموع

من الجدول أعلاه يتبين رأي أفراد العينة في أن المضامين الصحفية والكتاب المميزون من أهم أسباب إزدياد أرقام التوزيع، الموافقون بشدة على ذلك بنسبة (61%)، ويليه موافقون بنسبة (27%)، بينما الموافقون لحد ما بنسبة (12%)، وهذا يدل على موافقة جميع أفراد العينة الاستطلاعية على هذه العبارة.

الإتجاه الاستقصائي للصحافة يزيد من معدلات التوزيع

جدول رقم (١٠): يوضح الإتجاه الاستقصائي للصحافة وزيادة معدلات التوزيع

النسبة المئوية	التكرار	
36%	53	أوافق
23%	35	أوافق بشدة
23%	35	أوافق لحد ما
18%	27	لا أوافق
100%	150	المجموع

من الجدول أعلاه يتبين رأي أفراد العينة في أن الإتجاه الاستقصائي للصحافة يزيد من معدلات التوزيع، الموافقون على ذلك بنسبة (36%)، ويليه موافقون بشدة وموافقون لحد ما بنسبة (23%)، بينما الغير موافقون بنسبة (18%)، وهذا يدل على موافقة معظم أفراد العينة الاستطلاعية على هذه العبارة.

إتجاه المضمون يلعب دورا في رفع معدلات التوزيع

جدول رقم (١١): يوضح إتجاه المضمون ودورة في رفع معدلات التوزيع

النسبة المئوية	التكرار	
44%	66	أوافق
20%	30	أوافق بشدة
27%	41	أوافق لحد ما
9%	13	لا أوافق
100%	150	المجموع

من الجدول أعلاه يتبين رأي أفراد العينة في أن إتجاه المضمون يلعب دورا مهما في رفع معدلات التوزيع، الموافقون على ذلك بنسبة (44%)، ويليه موافقون لحد ما بنسبة (27%)، بينما موافقون بشدة بنسبة (20%)، وأخيرا غير موافقون بنسبة (9%)، وهذا يدل على موافقة معظم أفراد العينة الاستطلاعية على إتجاه المضمون وأهمية دوره في رفع معدلات التوزيع.

دراسة السوق قبل إصدار الصحيفة مهمة للغاية

جدول رقم (١٢): يوضح أهمية دراسة السوق

النسبة المئوية	التكرار	
33%	50	أوافق
57%	85	أوافق بشدة
5%	7	أوافق لحد ما
5%	8	لا أوافق
100%	150	المجموع

من الجدول أعلاه يتبين رأي أفراد العينة في مهمة دراسة السوق قبل إصدار الصحيفة، الموافقون بشدة على ذلك بنسبة (57%)، ويليه موافقون بنسبة (33%)، بينما موافقون لحد ما وغير موافقون بنسبة (5%)، وهذا يدل على موافقة معظم أفراد العينة الاستطلاعية على مهمة دراسة السوق.

واتجه أفراد العينة على أن دراسة السوق قبل إصدار الصحيفة مهم للغاية، وأغلبية أفراد العينة إتفقوا على أنه ولضمان النجاح والإستمرارية في سوق الصحافة لا بد من دراسة جدوى تعطي المالك فكرة عن ماذا تفعل الصحف التي تحتل

الصدارة، كما إن الصحافة أصبحت صناعة تحتاج إلى جميع مقومات الصناعة الحديثة وأهمها دراسة اقتصاديات السوق خاصة فيما يتعلق بالتوزيع. وأقر آخرون بعدم أهمية دراسة السوق قبل إصدار الصحيفة ويرجع ذلك إلى عدم وجود سوق ثابت للصحافة وإنما الموجود عبارة عن مجموعات متضامنة مرهونة بالكتاب الجيدين تتحكم في معبر الصحف و التنافس فيما بينها.

زيادة سعر الصحيفة يقلل من نسبة التوزيع

جدول رقم (١٣): يوضح زيادة سعر الصحيفة وأثرها على التوزيع

النسبة المئوية	التكرار	
31%	46	أوافق
39%	59	أوافق بشدة
21%	31	أوافق لحد ما
9%	14	لا أوافق
100%	150	المجموع

من الجدول أعلاه يتبين رأي أفراد العينة في زيادة سعر الصحيفة وأثره على تقليل نسبة التوزيع، الموافقون بشدة على ذلك بنسبة (39%)، ويليهم موافقون بنسبة (31%)، بينما موافقون لحد ما بنسبة (21%)، وغير موافقون على ذلك بنسبة (9%)، وهذا يدل على موافقة معظم أفراد العينة الاستطلاعية على أثر زيادة سعر الصحيفة على التوزيع.

إنتشار الفضائيات، والإنترنت، يؤثران سلبا على توزيع الصحف الورقية
جدول رقم (١٤): يوضح تأثير الفضائيات والإنترنت على الصحف الورقية

النسبة المئوية	التكرار	
27%	40	أوافق
20%	30	أوافق بشدة
34%	51	أوافق لحد ما
19%	29	لا أوافق
100%	150	المجموع

من الجدول أعلاه يتبين رأي أفراد العينة في إنتشار الفضائيات والإنترنت بأنهما يؤثران سلبا على توزيع الصحف الورقية، وأعلى نسبة للموافقين لحد ما على ذلك (34%)، ويليه موافقون بنسبة (27%)، بينما الموافقون بشدة بنسبة (20%)، وغير موافقون على ذلك بنسبة (19%)، وهذا يدل على موافقة معظم أفراد العينة الاستطلاعية على تأثير الفضائيات والإنترنت على الصحف الورقية. ويرى بعض أفراد العينة وجود أثر على إنتشار الفضائيات والإنترنت على توزيع الصحف الورقية، لأنه أسهل تكلفة وأقل مجهودا ذلك أن القارئ الذي يبحث عن الخبر ستكون كل الأخبار متاحة له ويبقى التركيز على ما وراء الأخبار والتحقيقات والآراء، كما أنه بعد المطالعة الإلكترونية لا يتحمس القاري لشراء الصحيفة. وذهب اتجاه آخر بعدم وجود أثر على إنتشار الفضائيات والإنترنت على توزيع الصحف الورقية، وأغلبية أفراد العينة إتفقوا على أنه يرجع إلى أن الصحيفة تمتاز بتناول الخبر عبر عدة جوانب تحليلا وتعليقا وتقريريا، وهذا لا يتوفر في بعض الفضائيات. وأغلبية أفراد العينة إتفقوا على أنه يرجع إلى أن كثيرا من القراء ليست لهم علاقة بالإنترنت، وأن الصحف الورقية لديها قراء معنيون وثابتون أو ربما لا تتوفر لديهم الوسائل الإلكترونية.

النسخ الإلكترونية للصحف تؤثران على توزيع نسخها الورقية

جدول رقم (15): يوضح أثر النسخ الإلكترونية على توزيع الصحف الورقية

النسبة المئوية	التكرار	
15%	23	أوافق
11%	17	أوافق بشدة
38%	56	أوافق لحد ما
36%	54	لا أوافق
100%	150	المجموع

من الجدول أعلاه يتبين رأي أفراد العينة في أثر النسخ الإلكترونية للصحف على توزيع النسخ الورقية، وأعلى نسبة للموافقين لحد ما على ذلك (38%)، ويليه الغير موافقون على ذلك بنسبة (36%)، بينما الموافقون بنسبة (15%)، والموافقون بشدة على ذلك بنسبة (11%).

خدمات الرسائل الإخبارية القصيرة، على الهواتف النقالة، لا تؤثر سلبا على توزيع الصحف
جدول رقم (١٦): يوضح الرسائل الإخبارية على الهواتف وأثرها على التوزيع

النسبة المئوية	التكرار	
49%	73	أوافق
21%	31	أوافق بشدة
10%	16	أوافق لحد ما
20%	30	لا أوافق
100%	150	المجموع

من الجدول أعلاه يتبين رأي أفراد العينة في خدمات الرسائل الإخبارية القصيرة على الهواتف النقالة، لا تؤثر سلبا على توزيع الصحف، وأعلى نسبة للموافقين على ذلك (49%)، ويليه الموافقون بشدة على ذلك بنسبة (21%)، بينما الغير موافقون بنسبة (20%)، والموافقون لحد ما على ذلك بنسبة (10%)، وهذا يدل على أن الرسائل الإخبارية على الهواتف النقالة لا تؤثر في الصحف.

وأغلبية أفراد العينة إتفقوا على أن الرسائل القصيرة لا تورد الخبر أو المعلومة بالتفصيل، إضافة إلى أن القراء يحرصون على مطالعة الحوارات وأعمدة الرأي. ويرى الاتجاه الآخر أن الرسائل الإخبارية تؤثر من الناحية المادية وبالتالي يقل الإقبال على الصحف وبالتالي تقل نسبة التوزيع وتقل الإرباح لكن هذه الرسائل تختصر اغلب تفاصيل الخبر.

إرتفاع تكاليف المعيشة للمواطنين، تؤثر سلبا من معدل شراء الصحف

جدول رقم (١٧): يوضح أثر إرتفاع تكاليف المعيشة على معدل شراء الصحف

النسبة المئوية	التكرار	
33%	50	أوافق
45%	68	أوافق بشدة
17%	25	أوافق لحد ما
5%	7	لا أوافق
100%	150	المجموع

من الجدول أعلاه يتبين رأي أفراد العينة في إرتفاع تكاليف المعيشة للمواطنين، تؤثر سلبا من معدل شراء الصحف، وأعلى نسبة للموافقين بشدة على ذلك (45%)، ويليه الموافقون على ذلك بنسبة (33%)، بينما الموافقون لحد ما بنسبة (17%)، والغير موافقون على ذلك بنسبة (5%)، وهذا يدل على أن إرتفاع تكاليف العيشة تؤثر على معدل شراء الصحف الورقية.

عدم معالجة الصحافة للقضايا الحيوية للمواطن، يقلل من دافعية المواطن للشراء
جدول رقم (18): يوضح عدم معالجة الصحافة للقضايا الحيوية يقلل من دافعية الشراء

النسبة المئوية	التكرار	
37%	55	أوافق
49%	74	أوافق بشدة
11%	17	أوافق لحد ما
3%	4	لا أوافق
100%	150	المجموع

من الجدول أعلاه يتبين رأي أفراد العينة في عدم معالجة الصحافة للقضايا الحيوية للمواطن، يقلل من دافعية المواطن للشراء، وأعلى نسبة للموافقين بشدة على ذلك (49%)، ويليه الموافقون على ذلك بنسبة (37%)، بينما الموافقون لحد ما بنسبة (11%)، والغير موافقون على ذلك بنسبة (3%)، وهذا يدل على عدم معالجة للقضايا الحيوية يقلل من دافعية الشراء.

الفعاليات السياسية والثقافية والرياضية وغيرها، تؤدي إلى الإقبال من شراء الصحف
جدول رقم (19): يوضح الفعاليات السياسية والثقافة والرياضة تؤدي إلى شراء الصحف

النسبة المئوية	التكرار	
39%	58	أوافق
43%	65	أوافق بشدة
17%	25	أوافق لحد ما
1%	2	لا أوافق
100%	150	المجموع

من الجدول أعلاه يتبين رأي أفراد العينة في الفعاليات السياسية والثقافية

والرياضية وغيرها، تؤدي إلى الإقبال من شراء الصحف، وأعلى نسبة للموافقين بشدة على ذلك (43%)، ويليه الموافقون على ذلك بنسبة (39%)، بينما الموافقون لحد ما بنسبة (17%)، والغير موافقون على ذلك بنسبة (1%)، وهذا يدل على أن أغلبية أفراد العينة يتفقون على أثر فعاليات مواضيع الصحف وتؤدي للإقبال عليها.

الرقابة السابقة للنشر، من أسباب تدني نسب توزيع الصحف

جدول رقم (٢٠): يوضح أثر الرقابة في تدني نسب توزيع الصحف

النسبة المئوية	التكرار	
23%	34	أوافق
41%	63	أوافق بشدة
23%	34	أوافق لحد ما
13%	19	لا أوافق
100%	150	المجموع

من الجدول أعلاه يتبين رأي أفراد العينة في أن الرقابة السابقة للنشر، من أسباب تدني نسب توزيع الصحف، وأعلى نسبة للموافقين بشدة على ذلك (41%)، ويليه الموافقين والموافقون لحد ما على ذلك بنسبة (23%)، بينما غير موافقون على ذلك بنسبة (13%)، وهذا يدل على أغلبية أفراد العينة يتفقون على أثر الرقابة في تدني الصحف.

ومن هنا يتضح أثر الرقابة في تدني نسب توزيع الصحف، وأغلبية أفراد العينة إتفقوا على أن الرقابة تعمل على قص الأخبار مما يجعل الصحيفة غير مواكبة لجميع الأخبار والقارئ يحتاج إلى صحيفة شاملة توفر لها الحرية في تناول الموضوعات المختلفة.

وذهب آخرون على أن أسباب تدني التوزيع يرجع إلى قوانين الملكية والرقابة القبيلية.

إزدياد التعليم، والمتعلمين، يسهم في إزدياد نسبة شراء الصحف
جدول رقم (٢١): يوضح زيادة نسبة المتعلمين يسهم في زيادة نسبة الشراء للصحف

النسبة المئوية	التكرار	
33%	49	أوافق
55%	83	أوافق بشدة
11%	17	أوافق لحد ما
1%	1	لا أوافق
100%	150	المجموع

من الجدول أعلاه يتبين رأي أفراد العينة في أن زيادة نسبة التعليم والمتعلمين يسهم في زيادة نسبة الشراء للصحف، وأعلى نسبة للموافقين بشدة على ذلك (55%)، ويليه موافقين على ذلك بنسبة (33%)، بينما الموافقون لحد ما بنسبة (11%)، غير موافقون على ذلك بنسبة (1%)، وهذا يدل على أغلبية أفراد العينة يتفقون على زيادة نسبة المتعلمين تزيد من نسبة شراء الصحف.

إرتفاع توزيع الصحف، يسهم في جذب الإعلان للصحيفة

جدول رقم (٢٢): يوضح إرتفاع توزيع الصحف وإسهامه في الإعلان

النسبة المئوية	التكرار	
28%	42	أوافق
67%	100	أوافق بشدة
4%	6	أوافق لحد ما
1%	2	لا أوافق
100%	150	المجموع

من الجدول أعلاه يتبين رأي أفراد العينة في أن إرتفاع توزيع الصحف، يسهم في جذب الإعلان للصحيفة، وأعلى نسبة للموافقين بشدة على ذلك (67%)، ويليه موافقين على ذلك بنسبة (28%)، بينما الموافقون لحد ما بنسبة (4%)، غير موافقون على ذلك بنسبة (1%)، وهذا يدل على معظم أفراد العينة يتفقون على إرتفاع توزيع الصحف يسهم في جذب الإعلان للصحيفة.

اندماج الصحف في شركات يعمل على رفع نسب التوزيع

جدول رقم (٢٣): يوضح اندماج الشركات يعمل على رفع نسب التوزيع

النسبة المئوية	التكرار	
18%	27	أوافق
20%	30	أوافق بشدة
22%	33	أوافق لحد ما
40%	60	لا أوافق
100%	150	المجموع

من الجدول أعلاه يتبين رأي أفراد العينة في اندماج الصحف في شركات يعمل على رفع نسب التوزيع، وأعلى نسبة غير موافقون على ذلك (40%)، ويليه موافقون لحد ما على ذلك بنسبة (22%)، بينما موافقون بشدة بنسبة (20%)، وموافقون على ذلك بنسبة (18%)، وهذا يدل على أن معظم أفراد العينة لا يتفقون على أن دمج الصحف في شركات لا يرفع من نسب التوزيع.

ما هي أبرز الإشكاليات التي تواجه توزيع الصحف في السودان؟

جدول رقم (٢٤): يوضح الإشكاليات التي تواجه توزيع الصحف

النسبة %	التكرار	
16%	24	أبرز المشاكل في نسبة الأمية الكبيرة وغلاء المعيشة
6%	9	إرتفاع تكاليف الترحيل إرتفاع تكاليف تصديقات الأكشاك وانعدام الأمن في مناطق مختلفة من السودان
20%	30	إرتفاع تكاليف الإنتاج من ورق ومشكلة طباعة ومشكلة إيجار الصحف
6%	9	إرتفاع تكاليف أسعار الصحف وتهرب الموزعين من هذا المجال لضعف العائد المادي وإغلاق الأكشاك
6%	9	ضعف الأجور بالنسبة للعاملين في مجال التوزيع
6%	9	إغلاق الأكشاك أيام العطل الرسمية والباعة المتجولين وأزمة
4%	6	اغلب الموزعين فاقد تربوي فكيف يتم لهم توزيع العلم وهم يفتقدونه

النسبة %	التكرار	
6%	9	الباعة المتجولين الذين يقومون بتأخير الصحف للقراء
8%	12	بعد مواقع منافذ البيع عن المواقع السكنية
6%	9	مشكلة الترحيل
4%	6	ضعف الإمكانيات والتأهيل المادي والخبرة في هذا المجال
12%	18	عدم وجود شركات توزيع متخصصة وعدم توفر وسائل المواصلات وجميع المطابع توجد في الخرطوم
100%	150	المجموع

هذا الجدول يبين رأي أفراد العينة في مشكلات التوزيع وأغلبية الآراء كانت في مشاكل شركات التوزيع وعدم تطورها ومشاكل النقل وعدم توفره ومشاكل منافذ التوزيع ومشاكل المطابع وعدم تحديثها وتوفرها في الخرطوم فقط وبالإضافة إلى نسبة الأمية في السودان.

مقترحات حلول لمشكلات توزيع الصحف في السودان

جدول رقم (٢٥): يوضح مقترحات لحلول مشكلات التوزيع

النسبة %	التكرار	
2%	3	أعطاء الصحافة حريتها الكاملة والدعم الرسمي للصحافة وتخفيض الضرائب على مدخلات الإنتاج والعودة لنظام التوزيع القديم الذي كانت تتولاه جهة مركزية واحدة
16%	24	الإهتمام بالكوادر العاملة من خلال التدريب ورفع القدرات والبحث عن طرق لزيادة رأسمالها والإهتمام أكثر بقضايا الناس
6%	9	التجويد الصحفي من أهم الحلول بالإضافة إلى التصميم
26%	39	نشر مطابع و شركات توزيع لا مركزية في كل الولايات
16%	24	إهتمام الصحف السودانية بالتطورات السياسية مع التركيز على هموم وقضايا المواطن
14%	21	أيجاد منافذ إضافية للتوزيع وتطوير الآليات التوزيع
12%	18	بسط الأمن وتوفير أسطول خاص بالصحف وشركات التوزيع وتقسيم وإجراء تصديقات منافذ البيع وتقليل رسوم التوزيع
8%	12	تطوير وسائل التوزيع ودمج شركات التوزيع والإجراءات الرقمية الدقيقة بصورة دورية والإهتمام بشكاوى أصحاب المكتبات
100%	150	المجموع

الجدول أعلاه يبين رأي أفراد العينة في مقترحات لحل مشكلة التوزيع وأغلبية الآراء كانت في حل مشكلة التوزيع وحل مشكلة النقل وتوفير مراكز البيع وعمل مطابع حديثة وتوفيرها في الولايات.

مناقشة الباحث لمحاوَر البحث:

التوزيع من وسائل تطوير الصحافة:

يقوم التوزيع بأدوار مهمة في تطوير الصحافة ويرى الباحث أن إرتفاع نسبة الموافقون على أن التوزيع من وسائل تطوير الصحافة والبالغ في مجملها (97%) يدل على مدى مساهمة التوزيع في اقتصاديات الصحيفة مما يوفر الإمكانيات المادية الداعمة لتطوير العمل الصحفي بكل جوانبه الفنية من تحرير وتصميم وإخراج، والمادية من طباعة وأثاثات ومستلزمات العمل الصحفي.

ويؤكد على ذلك إرتفاع نسبة الموافقون على أهمية التوزيع في تمويل الصحف والبالغ في مجملها (99%) تدل على المكانة التي يجدها التوزيع الصحفي عند القائمين على أمر الصحف لذلك لا بد من مضاعفة الجهود للمحافظة على هذه النسبة بمعالجة المشكلات التي تعترض التوزيع الصحفي.

ويرى الباحث أن المبررات التي ساقها الموافقون على أن التوزيع من وسائل تطوير الصحافة تؤكد على أهمية التوزيع ودعمه للجانب الاقتصادي للصحيفة بصورة مباشرة، وكذلك دعمه للجوانب الفنية الأخرى. فإرتفاع نسب التوزيع دليل على قبول القراء للصحيفة من حيث المادة التحريرية، والإخراج، والتصميم، وفي ذلك دافع للعاملين بالصحيفة لبذل الجهد للمحافظة على ذلك وتطويره.

في حين أن الذين رأوا غير ذلك وبنسبة ضعيفة فقد صاغوا مبررات تصب في نفس الإتجاه حيث أن توفير الكادر الصحفي القادر على إدارة المؤسسة وتحرير الموضوعات بصورة شيقة لا يتوفر إلا إذا توفر التمويل والذي يلعب التوزيع دورا بارزا في توفيره.

أثر إنخفاض التوزيع على إستمرارية الصحيفة:

وفي المقابل بما أن التوزيع من المصادر المهمة لتمويل الصحف، فإن إنخفاضه بالضرورة يؤدي إلى إيقاف المؤسسة الصحفية، وقد عبر الاستطلاع بنسبة موافقة بلغت 91%. كما أظهرت نتائج الاستطلاع أيضا وبنسبة كبيرة (99%) أن إرتفاع توزيع الصحف يسهم وبشكل كبير في جذب الإعلانات للصحيفة.

وأشار البروفيسور/ على محمد شمو، رئيس المجلس القومي للصحافة والمطبوعات السودانية "إلى أن هناك بعض الصحف لديها إشكاليات اقتصادية.. هذه الإشكاليات عادة تتعلق بعاملين هما نسبة التوزيع والإعلان فهذين العاملين المهمين يحددان مدي إستمرارية الصحيفة"⁽¹⁾.

ذلك أن إنخفاض نسبة التوزيع يؤثر على سمعة الصحيفة مما يفقدها جمهورها ويفقدها احد ركائز اقتصاديات الصحيفة وهو الإعلان مما يعجل بأنهيار المؤسسة الصحفية.

كما أن عدم العدالة في منح الإعلانات الصحفية، يسهم في تدني التوزيع، وقد وافقت معظم عينة الاستبيان على ذلك. فالإعلان الصحفي من الموارد الاقتصادية المهمة للمؤسسة الصحفية وتصل مساهمته في كثيرا من الصحف إلى 70% من دخل الصحيفة.

وكثيرا من القراء هدفهم من شراء الصحيفة هو البحث عن إعلانات التوظيف أو التسوق أو البحث عن الجهة التي تقدم الخدمات إضافة إلى الإعلانات الإجتماعية، وفي رأي الباحث أن هذه منافع مشتركة بين الإعلان والتوزيع. والمعلن دائما يرغب في الترويج لسلعته عبر الوسيلة التي يمكنها الوصول لأكبر شريحة ممكنة من الجمهور، ولذلك كلما كان للصحيفة نسبة عالية من التوزيع والإنتشار كلما كانت أكثر جاذبية للإعلان.

⁽¹⁾ على محمد شمو، مقابلة صحفية بموقع شبكة مرجان بالإنترنت، 14 يونيو 2012م.

والمؤسسة الحكومية باعتبارها جهة محايدة في العمل الصحفي يرجى منها أن تكون عادلة في توزيع الإعلانات الحكومية لتسهم في تطوير الصحافة عبر دعمها بالإعلانات، ولتترك المنافسة على الإعلانات التجارية الأخرى للصحف التي تجتهد في رفع نسب توزيعها لإقناع المعلن بتحقيق الإنتشار لسعته عبرها.

تطوير شركات التوزيع:

هناك مجموعة من شركات التوزيع التي تعمل على توزيع الصحف بصورة تقليدية غير قادرة على تطوير نفسها و مواكبة إنتشار الصحف، وبحسب الاستبيان فإن آليات التوزيع الرئيسة (أكشاك البيع، الباعة المتجولين) هي الأكثر إنتشارا في السودان بل تعد الأنسب لطبيعة المجتمع السوداني، الذي تعود على وجود الصحف والكتب في المكتبات أو على الطرقات، ولا يقبل بوجودها في مكان آخر كالصيدليات و البقالات. أما بالنسبة للاشتراكات فهي تنحصر في المؤسسات الحكومية والشركات الخاصة وقلة من الأفراد ولذلك تقل نسبة توزيع الصحف عبرها.

والشاهد أن حتى هذه الآليات المتاحة ليس لديها خبرة في مسألة العرض والطلب كما أنها تتركز بكثافة في مناطق معينة مثل الأسواق ومواقف العربات بالمدن الكبيرة بينما تتجاهل الأماكن الطرفية من الأرياف التي أصبحت محل ثقل سكاني بفضل التوسع العمراني وزيادة عدد السكان عموما، وينطبق ذلك على العاصمة والولايات.

وقد أدى عدم تطوير شركات التوزيع لآلياتها ومواكبة إنتشار الصحف بالبحث عن وسائل جديدة لتوزيع الصحف إلى إنخفاض عدد الشركات العاملة في مجال التوزيع الصحفي من (58) إلى (8).

ويرى الباحث أن العائد المادي من التوزيع يؤثر في فاعلية هذه الشركات

باعتبار أن الصحيفة عبارة عن سلعة إلا أنه لا يمكن رفع سعرها بصورة متقاربة كما في بقية السلع التي ترتفع أسعارها ربما بصورة يومية، ولذلك فإن قيمة الأرباح متناقصة مع إرتفاع مدخلات الإنتاج، الأمر الذي يؤدي إلى عدم مقدرة شركات التوزيع بالإيفاء بمستحقات العاملين بها، وتطوير آليات النقل، ودفع نفقات العمل، وهذا ما جعل كثيرا من شركات التوزيع من الانسحاب من مجال العمل.

١. وهناك أسباب أخرى أدت إلى خسارة شركات التوزيع، وانسحابها من

سوق الصحف، وتتمثل هذه الأسباب في:

٢. صعوبة العمل و إرتفاع تكلفته.

٣. عدم الإلمام بمطلوبات الوظيفة.

٤. غياب الاحترافية في عمل التوزيع.

٥. مخاطر الاستثمار.

٦. عدم القراءة الجيدة والمتأنية للسوق قبل إنشاء الشركة.

وقد أثر حل شركة التوزيع المركزية بالخرطوم على توزيع الصحف عامة، كما انه يمثل رسالة سالبة للشركات العاملة في مجال توزيع الصحف بعدم جدوى العمل في هذا المجال.

أثر المادة التحريرية على التوزيع:

يرى الباحث أن التحرير الجيد يزيد من توزيع الصحيفة خاصة في ظل إرتفاع نسبة التعليم ومعرفة القراء لأشكال التحرير المختلفة، و في ظل وجود كثيرا من المؤثرات الجاذبة مثل الإنترنت والقنوات الفضائية والإذاعية.

ويبين الاستبيان موافقة أهل الصنعة على ذلك بنسبة (97%)، فبدأ الإهتمام واضحا من جميع الصحف بأهمية الأسلوب التحريري الجاذب فالتحرير الجيد يرتقي بالصحيفة، وبالتالي تزداد أرقام توزيعها.

أثر الإخراج الجيد للعناوين والمانشيتات على التوزيع:

تعبر موافقة معظم أفراد العينة الاستطلاعية على أهمية الإخراج الجيد للعناوين وأثره الكبير على زيادة أرقام التوزيع بنسبة 96%.

ويرى الباحث أن الإخراج الصحفي لا يقل أهمية من التحرير الصحفي وكلاهما مكمل للآخر، وللإخراج الجيد للعناوين والمانشيتات أهمية كبرى باعتبار أنهما أول ما يقع على نظر القارئ، وتتفرد بذلك الصحف الرياضية والإجتماعية حيث أن العناوين البارزة تجذب القارئ وتجعله يتلهف لمعرفة التفاصيل، وهذا يزيد من نسبة التوزيع.

أثر الطباعة والتصميم على التوزيع:

تعتبر الطباعة والتصميم الجيدان من أهم أسباب إقبال القارئ على الصحيفة ويرى الباحث أن الطباعة والتصميم من العوامل الجاذبة لشراء الصحيفة، خاصة وأن الصحيفة تعتبر مستند رسمي يمكن اعتباره حجة في كثير من القضايا، ولذلك لا بد من الإهتمام بطباعتها وتصميمها. إضافة إلى أن المعلنين ينشرون إعلاناتهم بالصحيفة الأكثر جاذبية من ناحية التصميم والطباعة مما يضمن لهم ظهور الإعلان بشكل جذاب.

ويؤثر في جمال الطباعة والتصميم الأخطاء اللغوية (إملائية أو نحوية) وهذا بطبيعة الحال يؤثر في سمعة الصحيفة والعاملين بها وينفر القراء.

أثر المضامين الصحفية والكتاب على التوزيع:

وافق جميع أفراد عينة الاستبيان فإن المضامين الصحفية والكتاب المميزون من أهم أسباب إزدياد أرقام التوزيع.

ويرى الباحث أن القراء يقبلون على شراء الصحيفة لوجود كاتب معين بها، ويحفظون موقع مقاله بالصحيفة وهو أول شيء يبدؤون قراءته، ولذلك فإن الصحف تستكتب الصحفيين الذين لديهم جماهيرية ويرفعون نسبة توزيع الصحيفة.

وتؤثر كذلك المضامين الجيدة والموضوعية للموضوعات التي تتبناها

سياسة التحرير بالصحيفة في إقبال الجمهور عليها، فالصحيفة تتميز عن بقية وسائل الإعلام بالتحليل، فالخبر موجود في كل وسيلة لكن ما وراء الخبر هو الذي يبعث عنه القاري لذلك فالمحلل الجيد والكاتب المتميز يعتبران دعامة أساسية لجذب القراء وبالتالي إرتفاع نسبة توزيع الصحيفة.

أثر الإتجاه الاستقصائي للصحافة على معدلات التوزيع:

ظهرت الصحافة الاستقصائية مع بداية تطور مفهوم ودور الصحافة في المجتمع وإتجاهها في الإبراز والتركيز والتحري عن قضايا معينة تحدث في المجتمع، خاصة جوانب الانحراف والفساد ونتيجة لذلك ظهر لون جديد من التغطية الصحفية سمي بالصحافة الاستقصائية *Investigative Journalism*.

ويعرف رئيس المركز الدولي للصحفيين "ديفيد نابل"، الصحافة الاستقصائية أنها "مجرد سلوك منهجي ومؤسستي صرف، يعتمد على البحث والتدقيق والاستقصاء حرصا على الموضوعية والدقة وللتأكد من صحة الخبر وما قد يخفيه انطلاقا من مبدأ الشفافية ومحاربة الفساد، والتزاما بدور الصحافة ككلب حراسة على السلوك الحكومي، وكوسيلة لمساءلة المسؤولين ومحاسبتهم على أعمالهم خدمة للمصلحة العامة، ووفقا لمبادئ قوانين حق الاطلاع وحرية المعلومات".

ويرى الصحفي الأنجليزي نيك جوردون أن التحقيق الإستقصائي الجيد هو الذي يفرض عناوين الصحف الأخرى صباح اليوم التالي.

فالصحافة الاستقصائية تشمل كشف أمور خفية للجمهور، أمور إما أخفاها عمدا شخص ذو منصب في السلطة أو اختفت صدفة خلف ركام فوضوي من الحقائق والظروف التي أصبح من الصعب فهمها، وتتطلب إستخدام مصادر معلومات ووثائق سري وعلنية، وهي الصحافة القائمة على توثيق المعلومات والحقائق بإتباع أسلوب منهجي وموضوعي بهدف كشف المستور وإحداث تغيير للمنفعة العامة.⁽¹⁾

⁽¹⁾ صفاء السيد، الصحافة الاستقصائية، مقالة نشرت في 14 سبتمبر 2010 بواسطة Arab media

إتجاه المضمون يلعب دورا في رفع معدلات التوزيع:

يعرف طلعت همام المضمون بأنه: "هو الموضوع الذي تتناوله هذه المطبوعات وطرق معالجته، حيث أن المادة التي تحتويها المطبوعات سوف تحتل المرتبة الأولى من حيث الأهمية ومن هنا يجب مراعاة الأمانة والدقة في تحرير المادة المطبوعة وان تتم كتابتها بلغة صحيحة".⁽¹⁾

وقد وافق معظم أفراد العينة الاستطلاعية على إتجاه المضمون وأهمية دوره في رفع معدلات التوزيع.

أهمية دراسة سوق التوزيع:

لعل موافقة 92% من عينة الاستبانة على أهمية دراسة السوق، وهو ما يراه الباحث أيضا، فهناك كثيرا من المبررات التي تؤيد هذا الإتجاه ومنها:

1. دراسة السوق أمر مهم يمكن الصحيفة من معرفة ما لا يجده القراء في الصحف المنافسة باعتبار أن السوق عرض وطلب وكذلك لمعرفة المواد التي ترفع من توزيع الصحيفة و لمعرفة عدد الصحف المنافسة وطبيعة إتجاهاتها وميولها لوضع خطة منافسة.
2. الصحافة عبارة عن صناعة واستثمار وبالتالي لا بد من دراسة إتجاهات السوق لتحديد احتياجات القراء للمواد الصحفية ولمعرفة جدوى إصدار الصحيفة من جميع جوانبها الاقتصادية والإدارية والتحريرية.
3. دراسة السلوك ورغبات القراء ومعرفة ما يهمهم وما يؤثر فيهم من موضوعات سواء كانت رياضية أو ثقافية أو سياسية أو متنوعة يسهل تحديد معايير النجاح، ويسهم كذلك في إختيار مواقع التوزيع المناسبة.

⁽¹⁾ طلعت همام، مائة سؤال عن الصحافة، دار الفرقان للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، الأردن، عمان، 1408هـ، 1988م، ص10.

٤. لابد من دراسة جدوى للصحيفة لمعرفة تكاليف إصدار الصحيفة من حيث الطباعة ومستلزماتها وتكلفة التوزيع، وتكلفة البنيات التحتية والموارد البشرية.

٥. لابد من معرفة نوعية الجمهور المستهدف بالرسالة الإعلامية قبل البدء في إصدار الصحيفة بهدف التفرد وعمل أشياء جديدة تجعل القارئ ينجذب إلى الصحيفة.

٦. لضمان النجاح والإستمرارية في سوق الصحافة لابد من دراسة جدوى تعطي المالك فكرة عن ماذا تفعل الصحف التي تحتل الصدارة، كما إن الصحافة أصبحت صناعة تحتاج إلى جمع مقومات الصناعة الحديثة وأهمها دراسة اقتصاديات السوق خاصة فيما يتعلق بالتوزيع.

٧. دراسة السوق هي دراسة للجمهور لمعرفة مستوى إدراكه ووعيه بعرض وتقديم المادة الصحفية حتى يكون هناك توازن بين متطلبات السوق والفجوة الصحفية.

لذلك فإن دراسة السوق أمر ضروري، ويجب على المؤسسة التي ترغب في إصدار صحيفة أن توكل أمر دراسة السوق إلى جهات متخصصة في هذا المجال وليس صحفيين، وهذه البحث بطبيعة الحال تضع في حساباتها التغيرات الاقتصادية الآنية والمتوقعة. كما أنها كذلك تعمل على تقوية الوسائل التي تؤدي إلى نجاح المشروع الصحفي من الوسائل الجاذبة للقراءة تصميمًا وإخراجًا وكتابًا.

أثر زيادة سعر الصحيفة على التوزيع:

وافق معظم أفراد العينة على أن زيادة سعر الصحيفة يقلل من توزيعها، وفي نفس الإتجاه فإن نسبة (95%) من الذين تم استطلاعهم يرون أن إرتفاع تكاليف المعيشة أثر على معدل شراء الصحف.

غير أن الباحث يعتقد أن زيادة سعر الصحيفة، و إرتفاع تكاليف المعيشة لا يؤثران على التوزيع لأنه مرتبط بالحالة الاقتصادية العامة، وإرتفاع أسعار الصحف

مبرر بالحجج المتعلقة بارتفاع تكلفة الإنتاج كما هو في سائر السلع الأخرى. فبالرغم من غلاء المعيشة وارتفاع أسعار الصحف إلى أربعة أضعاف على ما كانت عليه قبل خمس سنوات إلا أن نسب التوزيع العامة لم تتأثر كثيرا. واعتقد أن السبب في ذلك هي حاجة القراء لمتابعة الأخبار ومعرفة التطورات ومجاراة الأحداث المتسارعة، وهذا النهم إلى معرفة ما يجري على الساحة أزال مسألة التفضيل بين (الصحيفة والرغيفة) باعتبار أن المعرفة أصبحت من الضروريات، بل انه في كثيرا من الأحيان يفضل القارئ شراء صحيفة لمعرفة تفاصيل مباراة وقعت بين (الهلال والمريخ)، أو معلومات عن محاولة انقلابية، على شراء ضروريات أخرى.

وهذا يحسب لصالح الصحيفة التي يجب أن تقابل هذا النهم بشي من التطوير في مجال التحرير والإخراج وتوفير المعلومات الملحة التي يبحث عنها القراء.

تأثير الفضائيات والإنترنت على توزيع الصحف:

ويرى الباحث أن تأثير الإنترنت والفضائيات، ربما يكون واضحا في الدول الغربية وبعض الدول العربية. أما في السودان فليس هناك ما يؤكد عن وجود تأثير كبير باعتبار أن الفضائيات، والإنترنت خاصة يحتاجان إلى إمكانيات معرفية، ومادية معينة قد لا تتوفر لدى غالبية المجتمع.

تأثير النسخ الإلكترونية للصحف على توزيع نسخها الورقية:

أكد المبحوثين وبنسبة (64%) موافقتهم على ان النسخ الإلكترونية للصحف تقلل من توزيع الصحف الورقية معللين ذلك بالانتشار الواسع لشبكة الإنترنت. غير أن الباحث لاحظ أن معظم الصحف السودانية لا توجد لديها نسخ إلكترونية على الإنترنت، والتي يوجد لديها نسخ إلكترونية على الإنترنت هي الأكثر توزيعا مثل صحيفتي الانتباهة والصدى، والشاهد أن ضعف الإنترنت

وصعوبة تحميل تلك الصحف بطريقة سهلة يصرف المتصفح عنها. كما أن تصميمها ليس بالصورة الجاذبة؛ إضافة إلى أن صدورها بالإنترنت غير مستمر، وهذه الأسباب لا تشجع القارئ على الاعتماد عليها.

ولذلك فإن تأثير النسخ الإلكترونية للصحف السودانية على توزيع الصحف الورقية غير وازد على الأقل في وقتنا الحاضر بالرغم من أن النشر الإلكتروني يعتبر تطوراً في مجال العمل الصحفي.

أثر الرسائل الإخبارية القصيرة، على الهواتف النقالة، على توزيع الصحف:

ذهب معظم المستطلعين وبنسبة (80%) على أن الرسائل الإخبارية على الهواتف النقالة لا تؤثر على توزيع الصحف. ويتفق الباحث معهم في ذلك وللأسباب ذاتها المتمثلة في:

١. الصحيفة موسوعة يومية كبيرة لا تقتصر على الأخبار.
 ٢. بل تزيد من توزيع الصحف باعتبارها رسائل مختصرة تزيد من التشويق لمعرفة المزيد عن الخبر.
 ٣. لأن الصحف تعرض عملية تحليل الخبر واتجاهاته.
 ٤. لأن القراءة يحرصون على مطالعة الحوارات وأعمدة الرأي.
- إضافة إلى أن تكلفة الرسائل الإخبارية القصيرة على الأجهزة النقالة باهظة الثمن بالمقارنة مع سعر الصحيفة التي تورد لك مجموعة كبيرة من الأخبار وبسعر مناسب.
- أثر تناول القضايا الحيوية للمواطن على توزيع الصحف:**

وافق غالبية المستطلعين بأن عدم تناول الصحافة للقضايا الحيوية للمواطن يقلل من دافعية الشراء، ويعتبرون ذلك تجاهلاً من وسائل الإعلام عامة، والصحافة على وجه الخصوص للموضوعات التي تهتم الوطن والمواطنين بشكل أساسي.

ويرى الباحث أن السياسة التحريرية للصحيفة يجب أن تركز على خدمة القضايا التي تهتم المواطن، ولا بد لكل عدد يصدر أن يحتوي على مناقشة القضايا الاقتصادية والسياسية والاجتماعية بصورة متفردة وليس روتينية مع

استصحاب التحليل العميق الذي يشعر القارئ بأن الصحيفة تعالج تلك القضايا وتتناولها باهتمام، وهي بذلك تدفع المواطن للإقبال على شراء الصحيفة.

أثر الفعاليات السياسية والثقافية والرياضية وغيرها على توزيع الصحف:

يؤيد الباحث هذا الرأي الذي ذهب إليه (99%) من المبحوثين، ذلك أن الأحداث الكبيرة سواء أن كانت سياسية أو ثقافية أو رياضية تؤثر إيجاباً وبشكل مباشر في الإقبال على شراء الصحف وبالتالي إرتفاع نسب توزيعها، ويأتي هذا بدافع تلهف القراء لمعرفة أدق التفاصيل عن تلك الأحداث ومتابعة المستجدات التي تحدث فيها، ويظهر ذلك بوضوح في الصحف السياسية عند إرتفاع وتيرة الصراع السياسي بين التيارات المختلفة، كما يظهر في الصحف الإجتماعية والرياضية في أيام المهرجانات أو عند قيام المباريات الفاصلة لتحديد بطل المنافسة. وتستفيد الصحف من تلك الأحداث بزيادة عدد النسخ المطبوعة، وتنشيط عملية التوزيع خلال أيام الأحدث.

أثر الرقابة على توزيع الصحف:

أغلبية أفراد العينة يتفقون على أثر الرقابة في تدني توزيع الصحف، خاصة الرقابة السابقة للنشر. و من الضروري بمكان أن الرقابة أيا كان شكلها قبلية أو بعدية تؤثر على العمل الصحفي فشعور الصحفيون بالخوف وإلزامهم بالكتابة في حدود معينة، يشنت أفكارهم ويمنعهم من الخوض في مواضيع يعلمون من خلال حسهم الصحفي رغبة القراء في معرفتها، وهذا يجعل الصحف متشابهة في كونها صحف أخبار وليس هناك تميز في الخبر أو التحليل أو التحقيقات التي تكون غير مرغوب تناولها من جهة أمنية. وعندما يشعر الجمهور بأن الصحف تحجم عن تناول بعض المواضيع التي تهمة فإنه بالتالي يحجم من الإقبال عن شرائها ويكتفي بوسائل الإخبار الأخرى الأمر الذي يؤثر سلباً على عملية توزيع الصحف.

والأصل أن تؤدي الصحافة رسالتها بحرية واستقلال، وأن تستهدف تهيئة المناخ الحر لنمو المجتمع وارتقائه والمفترض أيضا أن الصحفي مستقل لا سلطان عليه في أداء عمله لغير القانون.

ولا يجوز أن يكون الرأي الذي يصدر عن الصحفي أو المعلومات الصحيحة التي ينشرها سببا للمساس به، كما لا يجوز إجباره على إفشاء مصادر معلوماته و للصحفي حق الحصول على المعلومات والإحصاءات والأخبار المباح نشرها طبقا للقانون من مصادرها سواء كانت هذه المصادر جهة حكومية أو عامة، كما يكون للصحفي حق نشر ما يتحصل عليه منها.

ومن الهام جدا إلا تفرض أي قيود تعوق حرية تدفق المعلومات لكن علينا أيضا أن نذكر انه من واجبات الصحفي أن يلتزم فيما ينشره بالمبادئ والقيم التي يتضمنها الدستور وبأحكام القانون مستمسكا في كل أعماله بمقتضيات الشرف والأمانة والصدق وآداب المهنة وتقاليدها بما يحفظ للمجتمع مثله وقيمته وبما لا ينتهك حقا من حقوق المواطنين أو يمس إحدى حرياته.

وعلى الصحفي أن يلتزم بميثاق الشرف الصحفي وللنقابة أن تراجع الصحفي تأديبيا إذا أخل بواجباته المبينة في هذا القانون أو في الميثاق.

وأیضا لا يجوز للصحفي أو غيره أن يتعرض للحياة الخاصة للمواطنين، كما لا يجوز أن يتناول مسلك المشتغل بالعمل العام أو الشخص ذي الصفة النيابية العامة أو المكلف بخدمة عامة إلا إذا كان تناول وثيق الصلة بأعمالهم ومستهدفا المصلحة العامة.⁽¹⁾

أثر التعليم على توزيع الصحف:

يرى الباحث أن إرتفاع نسبة التعليم خاصة التعليم العالي تزيد من عدد المثقفين اللاهثين وراء التعرف على العالم من حولهم، ومتابعة الأخبار لحظة بلحظة، وفي ظل التقارب بين أطراف العالم الذي أصبح قرية صغيرة بفضل تطور

⁽¹⁾ حمدي الأسيوطي، جرائم النشر والصحافة وحماية الصحفي، الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان، المصدر موقع المكتبة العامة لحقوق الإنسان و القضايا الحقوقية في العالم العربي.

وسائل الاتصال فقد أصبح امتلاك المعلومة سلاح يتزود به الناس لمجاراة التطور من حولهم وللدفاع عن آرائهم.

ولا شك من أن الصحف من أهم الوسائل المعلوماتية بما تتميز به من مصداقية، وتحليل ونشر لأراء المختصين مما يجعل المثقفين المتعلمين الحرص على شراء الصحف وهذا يسهم في إرتفاع نسبة التوزيع.

أثر اندماج الصحف على التوزيع:

معظم أفراد العينة لا يتفقون على أن دمج الصحف في شركات يرفع من نسب التوزيع.

وقال البروفيسور/على محمد شمو "أن هذا المقترح لاقى اعتراضا من بعض المؤسسات الصحفية باعتبار أنها مؤسسات تجارية خاصة لها أرباحها وطبعا لهم الحق في الرفض أو القبول لكن نحن من جانبنا نعتقد أنها فكرة لتنظيم مهنة الصحافة وتوفير بيئة صحية لها مستوفية لكل الشروط"^(١).

أرقام توزيع الصحف:

معظم الذين اجري معهم الاستطلاع يرون أن متوسط أرقام التوزيع لمعظم الصحف في السودان ما بين (١٠ - ١٥) ألف نسخة يوميا.

من الصعب الوصول لمعرفة متوسط أرقام التوزيع بصورة دقيقة، وذلك كما نقول بأن أرقام التوزيع الحقيقية تظل طي الكتمان بين المؤسسات الصحفية وشركات التوزيع، والجهات الأمنية.

^(١) على محمد شمو، مقابلة صحفية بموقع شبكة مرجان بالإنترنت، مرجع سابق.

أبرز المشكلات التي تواجه توزيع الصحف في السودان:

بين جمهور المستطلعين مجموعة من المشكلات التي تواجه توزيع الصحف، ويرى الباحث أن من أهم مشكلات توزيع الصحف يمكن إجمالها في الآتي:

١. نسبة الأمية ما زالت كبيرة بالرغم من التوسع في التعليم.
٢. ضعف المحتوى، وتشابه مضمون الصحف، وابتعادها عن تناول القضايا الحيوية للمواطن.
٣. الاتجاه إلى الصحافة الإلكترونية.
٤. ندرة وجود شركات توزيع متخصصة ومتكاملة التجهيزات وتمتلك أسطول نقل لكل الولايات.
٥. محدودية مواقع التوزيع وسوء توزيعها حسب الكثافة السكانية.
٦. مشكلة النقل والزمن في توزيع الصحف حيث هناك ولايات لا تصلها الصحف إلا بعد ثلاثة أيام.
٧. ارتفاع تكاليف الإنتاج من ورق، وطباعة، ونقل وعدم جودتها.
٨. سوء توزيع منافذ البيع، وإغلاقها من قبل المحليات.
٩. الحالة الأمنية في كثيرا من مناطق السودان تعيق عمليات التوزيع.
١٠. الرقابة ومشكلات حرية التعبير.
١١. الضرائب المفروضة وخاصة ضرائب الطريق وصعوبة إجراءات التصديق لأكشاك البيع.
١٢. ندرة الكوادر العاملة المؤهلة في مجال التوزيع.
١٣. عدم وجود دراسة ومتابعة وتقصي للتوزيع.

مقترحات حلول لمشكلات توزيع الصحف في السودان:

اقترح جمهور المستطلعين مجموعة من الحلول للمشكلات التي تواجه توزيع الصحف، ويرى الباحث أن المساعي التي تقوم بها الجهات المعنية لحل مشكلات التوزيع لا بد أن تضع في برامجها المحاور التالية:

١. رفع الرقابة عن الصحف وتوفير الحماية لها وتمكينها من حرية تناول الموضوعات.

٢. تخفيض الضرائب على مدخلات الإنتاج خاصة ورق الطباعة، وإنشاء مصانع للورق في السودان، وإلغاء رسوم الطريرق بما يؤدي إلى خفض سعر الصحيفة.
٣. ترقية الأداء العام للصحف، والإهتمام بتدريب الكوادر العاملة ورفع قدراتهم.
٤. إنشاء مطابع، وشركات توزيع في الولايات، وإدخال نظام النسخ الرقمي بالولايات، وإنشاء قاعدة بيانات تسهم في تحديد عملية التوزيع وضع وسائل أخرى للتوزيع غير التوزيع المباشر والمعروف.
٥. التركيز على القضايا التي تهتم المواطن بحيدة وشفافية.
٦. تطوير وسائل التوزيع، وتبسيط إجراء التصديقات لها مع إيجاد منافذ إضافية للتوزيع حديثة، والعمل على التأهيل الفني للعاملين في مجال التوزيع.
٧. توفير أسطول خاص بتوزيع الصحف برا وجوا مع توفير الحماية الأمنية لذلك.
٨. تجويد العمل الصحفي تحريراً، وتصميماً، وإخراجاً.
٩. وضع معالجه لإيجار واستبدال الصحف من قبل الباعة المتجولين.
١٠. أُلزام وكلاء التوزيع بإيجار مراكز ثابتة.

مناقشة محاور المقابلة:

التوزيع من الوسائل المهمة لتطوير المؤسسات الصحفية:

اتفق الخبراء الذين تمت مقابلتهم وبنسبة مائة بالمائة على أهمية دور التوزيع في تطوير عمل المؤسسات الصحفية.

صحيح لأن الغرض من الصحيفة أن تقرأ من أكبر عدد من الناس المستهدفين؛ فكلما زاد حجم التوزيع كلما زاد أثر الصحيفة لذلك تعتبر زيادة التوزيع مؤشر على قيمة مستوى الصحيفة.

لكن هذا لا يعني بالضرورة أن زيادة عدد التوزيع أن الصحيفة جيدة، ومثال على ذلك أن صحيفة *London Times* مجموع ما توزعه فاليوم (700 -

900) نسخة بينما توزع صحيفة *The Sun* أكثر من (6 مليون) نسخة، ومع هذا الفارق إلا أن التأثير السياسي الصحفي الذي يقاس بالسياسة التحريرية أكبر عند صحيفة *London Times* بينما تهتم صحيفة *The Sun* بالفضائح.^(١)

التوزيع يعتبر مهما لأنه مرتبط بالعائد المادي سواء كان مباشرة أو العائد المادي بالإعلان لأن المعلن يحرص على الصحيفة الأكثر إنتشارا فيتلاقى التوزيع مع الإعلان.^(٢)

هناك ثلاثة مرتكزات أساسية في العمل الصحفي وهي: التحرير، الطباعة، والتوزيع؛ وبالتالي فإن التوزيع محور مهم في تطوير العمل الصحفي.^(٣)

التوزيع يعتبر عصب الصحيفة وشريانها الذي تتغذي به وهو عنصر أساسي في اقتصاديات الصحيفة وتأتي بقية العناصر تابعة له.^(٤)

إذا قمت بآنتاج سلعة معينة دون توزيعها فسوف يفسد ذلك المنتج، وكذلك الصحف لابد أن تخرج في زمن محدد ومكان محدد وكمية محددة حسب الطلب وبالتالي فإن التوزيع هو الأساس لإنتشار الصحف في أكبر رقعة لتحقيق العائد المادي الذي يؤدي إلى إستمرارية الصحيفة وتطويرها.^(٥)

التوزيع يسهم بصورة مباشرة في اقتصاديات الصحافة عبر منافذ البيع، وبصورة غير مباشرة عبر الإعلان:

وكذلك إتفق الخبراء على مساهمة التوزيع في اقتصاديات الصحف بصورة مباشرة عبر منافذ البيع وبصورة غير مباشرة عبر الإعلان الصحفي.

يسهم التوزيع في اقتصاديات الصحيفة من ناحيتين: عائد البيع، وهذا قليل لأن مدخلات الإنتاج أغلي من ربح البيع، والناحية الثانية هي الإعلان الذي يغطي بقية التكاليف، فإقتصاديات الصحيفة مبنية على العائد من الإعلان، لكن

(١) علي محمد شمو، رئيس المجلس القومي للصحافة والمطبوعات، مقابلة بتاريخ الاثنين 23/9/2013م.

(٢) العبيد أحمد مروح، الأمين العام للمجلس القومي للصحافة والمطبوعات، مقابلة بتاريخ الاثنين 23/9/2013م.

(٣) يحي حامد، مدير شركة قماري للتوزيع والإعلان، مقابلة بتاريخ السبت 9/11/2013م.

(٤) أحمد طه الصديق، محرر العام بصحيفة الانتباهة، مقابلة، نوفمبر 2013م.

(٥) إسماعيل قناوي، مدير التوزيع بصحيفة السوداني، مقابلة بتاريخ الثلاثاء 19/11/2013م.

الإعلان مبني على توزيع الصحيفة فالصحيفة التي توزع أكثر تحصل على شهادة دولية (PC) والمعلن يبحث عن الصحف التي تحصل على هذه الشهادة ليضمن وصول إعلانه لأكبر شريحة من الناس.⁽¹⁾

أُتفق مع هذا الرأي لكني اعتبر الإعلان أيضا مباشر لأن معظم الصحف تعتمد على جاذبية الإعلان وقليلة جدا الصحف التي تغطي تكلفة إنتاجها من التوزيع.⁽²⁾ أوافق على ذلك، ولكن الأكثر أهمية هو الإعلان، والإعلان نفسه يتأثر بالتوزيع ويشكل الإعلان 70٪ من اقتصاديات الصحف بينما يشكل التوزيع 30٪.⁽³⁾ تكلفة صناعة الصحيفة عالية جدا ولا يغطي التوزيع تكلفتها الكلية ولذلك تلجأ الصحف للإعلانات لتغطية نفقات الإنتاج لكن الصحيفة يجب أن تعمل على زيادة التوزيع حتى تجذب المعلن وكلما ارتفع توزيع الصحيفة أصبحت جاذبة للإعلان.⁽⁴⁾

يرتبط الإعلان بالتوزيع ارتباطا متلازما وإذا لم يكن هناك توزيع فلن يكون هناك إعلان وفي اقتصاديات الصحف كل منهما مكمل للآخر، وعم توزيع الصحيفة يعني موتها.⁽⁵⁾

نعم فكلما كان التوزيع أكثر كان عائده أكبر من ناحية التوزيع نفسه ومن ناحية إقناعه للجهات المعلنة التي تبحث عن الصحيفة الأكثر إنتشارا.⁽⁶⁾

(1) علي محمد شمو، رئيس المجلس القومي للصحافة والمطبوعات، مقابلة بتاريخ: 23/9/2103م.

(2) العبيد أحمد مروح، الأمين العام للمجلس القومي للصحافة والمطبوعات، مقابلة بتاريخ: 23/9/2013م.

(3) محي الدين تيتاوي، رئيس الاتحاد العام للصحفيين السودانيين، مقابلة بتاريخ: 7/10/2013م.

(4) يحي حامد، مدير شركة قماري للتوزيع والإعلان، مقابلة بتاريخ السبت 9/11/2103م.

(5) أحمد طه الصديق، المحرر العام بصحيفة الانتباهة، مقابلة، بتاريخ: 11/11/2013م.

(6) إسماعيل قناوي، مدير التوزيع بصحيفة السوداني، مقابلة بتاريخ الثلاثاء 19/11/2013م.

العلاقة الإرتباطية بين زيادة أعداد الصحف، ونسب توزيع الصحف في السودان بمعنى كلما زاد عدد الصحف كلما نقصت نسب التوزيع، والعكس:

تباينت مواقف المختصين حول تأثير زيادة أعداد الصحف على نسب التوزيع فقد وافق 50% منهم على ذلك بينما ذهب النصف الآخر إلى أنه لا علاقة بين زيادة أعداد الصحف ونسب التوزيع.

هذا يفسر من جهة ثانية: أن الصحف تأكل من بعضها بمعنى أن عدد الصحف يزيد لكن عدد النسخ الموزعة يبقى ثابتاً.^(١)

في الوقت الراهن يمكن أن يكون كذلك وبالتالي الإصدار الجديدة تكسب على حساب الإصدارات الأخرى، وهناك أسباب أخرى تؤثر على التوزيع، وهناك ثبات في أرقام التوزيع الكلية.^(٢)

لا أعتقد ذلك؛ نسب التوزيع تتوقف على سياسة التحرير لأن القارئ يحتاج إلى صحيفة تجيب على الأسئلة التي ترد في ذهنه، وكلما وجد صحيفة تحقق تطلعاته المعرفية كلما ارتبط بها أكثر وبالتالي يزيد توزيع تلك الصحيفة.^(٣)

متوسط أعداد القراء في السنوات الأخيرة لم يتجاوز الـ 450 ألف قارئ إلا ما ندر، ولذلك اعتقد أن تعدد الصحف يضعف نسب توزيعها.^(٤)

هذا صحيح هناك تأثير نسبي لكل صحيفة على حدة لكن يفترض أن تزيد النسبة الكلية للتوزيع في المنتج الكلي.^(٥)

ليس هذا بصحيح لأن التوزيع يرتبط بعوامل أخرى مثل التحرير، والكتاب، وغيرها وربما يكون هذا أفيد من جهة المنافسة التي تؤدي إلى مزيد من التطوير.^(٦)

(١) علي محمد شمو، مقابلة، مرجع سابق.

(٢) العبيد أحمد مروح، مقابلة، مرجع سابق.

(٣) محي الدين تيتاوي، مقابلة، مرجع سابق.

(٤) يحي حامد، مقابلة، مرجع سابق.

(٥) أحمد طه الصديق، مقابلة، مرجع سابق.

(٦) إسماعيل قناوي، مقابلة، مرجع سابق.

تؤثر الرقابة، والقوانين، واللوائح على توزيع الصحف في السودان:

وافق أغلبية الذين تمت مقابلتهم وبنسبة (83%) عل أثر الرقابة والقوانين واللوائح على توزيع الصحف.

الإجابة نعم؛ لأن القارئ يطلع على الصحيفة التي تملكه الحقائق كاملة وإذا أحس بأي قصور في ذلك فإنه سيغير وجهته إلى صحيفة أخرى.^(١)

تؤثر بشكل غير مباشر، هناك جملة عوامل تؤثر على محتوى الصحف؛ فكلما قل مستوى المحتوى قل التوزيع والرقابة تسهم في إضعاف المحتوى بقدر.^(٢)

نعم لأن هناك أخبار مثيرة تزيد من توزيع الصحف، وعندما ينزع هذا النوع من الأسئلة فإن الرقابة بذلك تنزع الإثارة من الصحيفة وبالتالي تؤثر على توزيع الصحيفة خاصة وان الإثارة المتوازنة مطلوبة في العمل الصحفي.^(٣)

طبعا لها تأثير كبير جدا جدا سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، وسواء كانت رقابة قبلية أو عبر المطبعة أو عن طريق الموجهات التي تسمى الخطوط الحمراء والتي تلزم بها جهات الاختصاص الصحف لأنتهاج سياسة تحريرية معينة، وهي تؤثر على نسب التوزيع لأن هناك كثيرا من قضايا الساعة التي تمس المواطن تمنع من النشر. ويشعر الناس بالتباين بين مايكتب وبين ما يعيشونه من واقع مما يفقد الصحيفة مصداقيتها لديهم وبالتالي يحجمون عن الإقبال عليها.^(٤)

لا اعتقد أن هناك تأثير من الرقابة على توزيع الصحف لأن القانون ينظم العمل، والخروج عن الخطوط الحمراء ليس مفيدا للصحف لأن الصور الفاضحة

(١) علي محمد شمو، مقابلة، مرجع سابق.

(٢) العبيد أحمد مروح، مقابلة، مرجع سابق.

(٣) محي الدين تيتاوي، مقابلة، مرجع سابق.

(٤) أحمد طه الصديق، مقابلة، مرجع سابق.

أو تناول الموضوعات التي تمس سيادة الدولة أو الشخصيات الاعتبارية أو أعراض الناس غير مقبول من الصحف.^(١)

الفضائيات، و النشر الإلكتروني يؤثران على توزيع الصحف:

تميل آراء الذين تمت مقابلتهم إلى وجود للفضائيات والنشر الإلكتروني على نسب توزيع الصحف.

هذا طبيعي لأن التطور التكنولوجي يسير في هذا الإتجاه.^(٢)

لا شك في ذلك وهذا يقود إلى أن الصحافة الورقية لم تعد الوسيط الوحيد للمعرفة التي أصبحت متاحة للناس عبر الوسائط المختلفة ويؤثر هذا في تقليل نسب التوزيع، لكن الصحف لها ميزات أخرى مثل تناولها لما وراء الأخبار والتحقيقات وبالتالي قد يمر وقت طويل حتى تتأثر بتلك الوسائط.^(٣)

نعم، ولكن ليس بالقدر الكبير الذي يؤثر على توزيع الصحيفة لأن الصحافة المقروءة لها جمهورها، وكذلك فإن الصحافة الإلكترونية لها مشاكلها، واعتقد أنهما مكملان لبعضهما البعض.^(٤)

عالميا ظهر تأثير الفضائيات والنشر الإلكتروني على توزيع الصحف، ولكن في السودان أثرهما ضعيف لأن مفهوم الصحف الإلكترونية في السودان ما يزال في بداياته.^(٥)

بدأ يكون لها تأثير في وقتنا الحالي لعدة أسباب أهمها: التوسع في شبكة الإنترنت خاصة عبر الهواتف النقالة ووصولها لمناطق لا تصلها الصحف. إنخفاض سعر خدمة الإنترنت مقارنة بأسعار الصحف. توفر الصحف الإلكترونية الأخبار للباحثين عنها وكذلك توفر الآراء الحرة والتفاعلية وهذا ما تفتقده الصحف.

(١) إسماعيل فناوي، مقابلة، مرجع سابق.

(٢) علي شمو، مقابلة، مرجع سابق.

(٣) العبيد أحمد مروح، مقابلة، مرجع سابق.

(٤) محي الدين تيناوي، مقابلة، مرجع سابق.

(٥) يحي حامد، مقابلة، مرجع سابق.

ولذلك لجأت إلى تأخير إصداراتها الإلكترونية إلى وقت متأخر من اليوم وربما يتم إصدارها في اليوم التالي للإصدار الورقية.^(١) ربما يكون هذا على المدى البعيد لكن في الوقت الحالي غير ممكن لا خدمات الإنترنت تعاني من المشاكل. كما أن الصحف لها مميزات لا توجد في وسائل الإعلام الأخرى.^(٢)

الأسباب التي أدت إلى إنخفاض الشركات العاملة في التوزيع من 58 إلى 8 فقط: لخص الذين تمت مقابلتهم أسباب إنخفاض الشركات العاملة في مجال التوزيع إلى الأسباب الإدارية الخاصة بالشركات، وضعف التوزيع، والبعد الجغرافي للمدن، وقلة النسخ الموزعة.

هذه أسباب إدارية لأن شركات التوزيع لا تملك مقومات العمل، ومن الأفضل أن تندمج الشركات مع بعضها لتكون شركة بإمكانات كبيرة.^(٣) هذا العدد خلال عشر سنوات ولم يبلغ في العام الواحد (8)، وهذه ظاهرة غير صحيحة لأن متوسط عدد الموزع من الصحف (400 ألف) نسخة لا تحتاج إلى هذا الكم من شركات التوزيع.^(٤)

من أهم مشكلات التوزيع البعد الجغرافي للمدن السودانية، ولذلك فبعض المدن ذات الكثافة السكانية العالية لاتصلها الصحف إلا في اليوم الثاني أو الثالث وبالتالي ليس هناك جدوى من قراءتها.

كما أن شركات التوزيع ليس لها بنيات تحتية ومقومات لإنشاء شبكة توزيع للمدن الكبيرة، وهو السبب الأساسي لإنخفاض شركات التوزيع^(٥)

(١) أحمد طه الصديق، مقابلة، مرجع سابق.

(٢) إسماعيل قناوي، مقابلة، مرجع سابق.

(٣) علي شمو، مقابلة، مرجع سابق.

(٤) العبيد أحمد مروح، مقابلة، مرجع سابق.

(٥) محي الدين تيناوي، مقابلة، مرجع سابق.

هذا العدد خلال عشر سنوات ولم يبلغ في العام الواحد (8)، وهذه ظاهرة غير صحيحة لأن متوسط عدد الموزع من الصحف (400 الف) نسخة لا تحتاج إلى هذا الكم من شركات التوزيع.⁽¹⁾

تتمثل هذه الأسباب في ضعف التوزيع نفسه، وإنخفاض العائد المادي لشركات التوزيع، وارتفاع تكلفة الإنتاج والعمالة والنقل. إضافة إلى مشكلات آلية التوزيع وعدم تطورها كما أن معظم الصحف أصبحت لها شركات توزيع خاصة بها.⁽²⁾

هذه الشركات تعتمد على صحيفة واحدة وتوقف هذه الصحيفة أو عدم صدورها بانتظام يؤثر على إستمرارية الشركة.⁽³⁾

عوامل أخرى تؤثر على توزيع الصحف في السودان:

عدد الذين تمت مقابلتهم أسباب أخرى تؤثر على توزيع الصحف في السودان وهي: ارتفاع أسعار البيع، وكثرة الإعلانات، وضعف المحتوى، والنقل.

النقل: عدم وجود شبكات للنقل أرضية أو جوية⁽⁴⁾

ضعف المحتوى "هناك علاقة طردية بين قوة المحتوى وكثرة التوزيع، كما أن إنخفاض محتوى الصحف له علاقة بإمكانيات المؤسسة الصحفية".⁽⁵⁾

كثرة الإعلانات، فقد لاحظت أثناء عملي بصحيفة الرأي الآخر بأن توزيع الصحيفة يكون بنسبة 100٪ لكن في اليوم الذي تكثر فيه الإعلانات فإن النسبة تنخفض بشكل كبير لذلك لا بد أن يكون هناك توازن بين المادة التحريرية والإعلانات.⁽⁶⁾

(1) يحي حامد، مقابلة، مرجع سابق.

(2) أحمد طه الصديق، مقابلة، مرجع سابق.

(3) إسماعيل قناوي، مقابلة، مرجع سابق.

(4) علي شمو، مقابلة، مرجع سابق.

(5) العبيد أحمد مروح، مقابلة، مرجع سابق.

(6) محي الدين تيناوي، مقابلة، مرجع سابق.

ويرى يحي حامد أن هناك مجموعة من الأسباب التي تعيق عمل شركات التوزيع وأهمها: ^(١)

- أ) مردود العائد المادي ضعيف.
- ب) التكلفة العالية للتوزيع.
- ج) المشاكل التي تواجه منافذ التوزيع مع المحليات.
- د) الضرائب.
- هـ) تراجع نسب التوزيع في كثيرا من الصحف.
- و) مشكلات النقل للولايات.
- ز) عدم إهتمام شركات النقل بالصحف فالأولوية للركاب ومتاعهم.
- ح) تكلفة النقل بالطيران عالية.
- ط) عدم وجود جسم رسمي يمثل شركات التوزيع.
- ي) مشكلة السرعة، وإيجار الصحف.

ويعدد أحمد طه الصديق أسباب إنخفاض نسب توزيع الصحف إلى: ^(٢)

- ١) الأوضاع المعيشية للمواطنين والأوضاع الاقتصادية بصفة عامة قللت من القيمة الشرائية للصحف.
- ٢) العوامل الاقتصادية للصحف نفسها حيث تضطر الصحف إلى رفع قيمة سعر النسخة مما يؤدي إلى أحجام القراء عن شرائها، ويتبع لذلك إرتفاع سعر الإعلان وهو بدوره يؤدي إلى إحجام المعلنين وذهابهم إلى وسائل الإعلان الأخرى.

^(١) يحي حامد، مقابلة، مرجع سابق.

^(٢) أحمد طه الصديق، مقابلة، مرجع سابق.

فيما يرى إسماعيل قناوي أن هناك أسباب كثيرة تؤثر على توزيع الصحف أهمها:^(١)

- إنخفاض أعداد منافذ البيع بسبب مشكلات التصديق.
- أزمة ورق وأحبار الطباعة يؤثر على الكمية المطبوعة والموزعة.
- إرتفاع أسعار البيع لكن تأثيرها سيكون محدود وسوف يعتاد الناس عليه.

جهات الاختصاص لا تسهم في معالجة المشكلات التي تؤثر على توزيع الصحف:

وافق الذين تمت مقابلتهم وبنسبة 66% على أن جهات الاختصاص لا تسهم في حل مشكلات التوزيع. وقد كانت هناك محاولات مع "الطيران المدني" لتقليل نفقات نقل كيلو الصحف لكن هذا لم ينجح^(٢).

غير أن الدور الأساسي في معالجة المشكلات في توزيع الصحف يقع على عاتق الناشرين لأنها شركات خاصة؛ ولا يمكن أن نقول للحكومة أن ترفع يدها عن الصحافة ونطالبها بمعالجة المشكلات، وأرى أن الحل يمكن أن يكون في دمج شركات التوزيع في شركة واحدة، والاتفاق على سعر موحد للإعلان.^(٣)

نتائج البحث:

صيغت هذه النتائج بناء على نتائج تحليل الاستبيان والمقابلة، وكذلك ملاحظات الباحث أثناء زيارته لشركات التوزيع، والمؤسسات الصحفية، والمؤسسات الحكومية ومقابلاته للعاملين فيها:

^(١) إسماعيل قناوي، مقابلة، مرجع سابق.

^(٢) علي محمد شمو، مقابلة، مرجع سابق.

^(٣) العبيد أحمد مروح، مقابلة، مرجع سابق.

أولاً: النتائج الخاصة بالمؤسسات الحكومية:

١. تهتم المؤسسات الحكومية بمشكلة توزيع الصحف وتعتد لها الورش والمؤتمرات. لكنها لا تطبق مخرجات هذه الورش على أرض الواقع.
٢. تقوم المحليات وبحجة تخطيط المدن من إزالة منافذ توزيع الصحف أو وضعها في مواقع بعيدة عن الكثافة السكانية.
٣. الضرائب الباهظة التي تفرضها الحكومة على شركات التوزيع تزيد من تكلفة الإنتاج بالرغم من أنها تقوم بتوزيع منتج توعوي وخدمي للطرفين الحكومة والمواطنين.
٤. الرسوم الجمركية وضريبة الدخل المفروضة على مدخلات إنتاج العمل الصحفي مثل ورق الطباعة والأحبار و"الاسبيرات" أدت إلى زيادة أسعار الصحف الأمر الذي يؤثر على مقروئية الصحف وضعف توزيعها.
٥. الرقابة التي تفرضها مؤسسات الدولة على الصحف القبيلية والبعدية تؤثر على إنتاج المادة التحريرية المتعلقة بحرية الرأي الصحفي وهذا بدوره ساعد في إحجام الجمهور عن قراءة الصحف و أثر على توزيعها.
٦. هناك كثيراً من قضايا الساعة التي تمس المواطن تمنع من النشر مما يشعر الناس بالتباين بين ما يكتب وبين ما يعيشونه من واقع وهذا يفقد الصحيفة مصداقيتها لدى جمهورها وبالتالي يحجمون عن الإقبال عليها.
٧. الحروب والمشكلات الأمنية خاصة في المناطق الطرفية تؤدي إلى تقليل مساحة الرقعة الجغرافية لتوزيع الصحف.
٨. وعورة الطرق وعدم وجود بدائل للنقل البري للمدن البعيدة تؤدي إلى تقليل مساحة الرقعة الجغرافية لتوزيع الصحف.

ثانياً:النتائج الخاصة بالمؤسسات الصحفية:

١. قيام بعض المؤسسات الصحفية دون دراسة جدوى مسبقة.
٢. تركيز بعض الصحف على الإعلان وإهمال التوزيع.
٣. البعد عن الموضوعية في تناول الأحداث والتركيز على الإثارة وهذا يفرغ الصحف من محتواها فيحجم الجمهور عن الإقبال علي شرائها.
٤. عدم تناول الصحافة للقضايا الحيوية للمواطن، وتركيزها على قضايا السلطة، يقلل من دافعية المواطن للشراء.
٥. تركيز الصحف على التوزيع داخل العاصمة وإهمال بقية الولايات التي يوجد بها ثلثي سكان السودان.
٦. الاعتماد على مصدر واحد للأخبار، وتشابه الأخبار يفقد الصحف عامل المنافسة، وهو احد العوامل الداعمة لرفع أرقام التوزيع.
٧. ضعف المحتوى، وعدم الاعتماد على كتاب محترفين، وإهمال جانب التصميم والإخراج الصحفي وهذه الأشياء تتفاوت حسب إمكانيات المؤسسة الصحفية.
٨. العوامل الاقتصادية للصحف نفسها حيث تضطر الصحف إلى رفع قيمة سعر النسخة مما يؤدي إلى أحجام القراء عن شرائها، ويتبع لذلك إرتفاع سعر الإعلان وهو بدوره يؤدي إلى إحجام المعلنين وذهابهم إلى وسائل الإعلان الأخرى.
٩. عدم الإهتمام بالنواحي التدريبية للكوادر الصحفية.

ثالثاً:النتائج الخاصة بشركات التوزيع الصحفية:

١. معظم شركات التوزيع ليس لها بنيات تحتية ومقومات لإنشاء شبكة توزيع للمدن الكبيرة، وهو السبب الأساسي لإضعاف نسب التوزيع وانسحاب شركات التوزيع من العمل.
٢. عدم تطوير الشركات لآليات التوزيع واعتمادها على الوسائل القديمة.
٣. إنخفاض العائد المادي لشركات التوزيع، وإرتفاع تكلفة الإنتاج والعمالة.
٤. تراجع نسب التوزيع في كثيرا من الصحف؛ كما أن معظم الصحف أصبحت لها شركات توزيع خاصة بها.

٥. هذه الشركات تعتمد على صحيفة واحدة وتوقف هذه الصحيفة أو عدم صدورها بانتظام يؤثر على إستمرارية الشركة.
٦. تكلفة النقل بالطيران عالية.
٧. عدم وجود جسم رسمي يمثل شركات التوزيع ويهتم بمشكلاتهم.
٨. اعتماد منافذ البيع على السريحة، وإيجار الصحف.

توصيات البحث

توزيع الصحف يرتبط عمله بثلاث جهات رئيسية لكل منها دور فاعل في حل مشكلات التوزيع حتى يؤدي واجبه المنوط به خاصة في دعمه لتطوير عمل المؤسسات الصحفية بالمساهمة في اقتصادياتها، ويورد الباحث ومن خلال مجريات هذا البحث بعض النقاط التي يرى أنها تسهم في دفع مسيرة توزيع الصحف حتى يقوم بواجبه في تطوير العمل بالمؤسسات الصحفية:

أولاً: التوصيات الخاصة بالمؤسسات الحكومية:

١. تشجيع الاستثمار في مجال توزيع الصحف.
٢. تخفيض الرسوم الجمركية على مدخلات إنتاج العمل الصحفي.
٣. تسهيل إجراءات ترخيص منافذ البيع و سن القوانين المانعة من إزالتها.
٤. إعفاء عربات نقل الصحف من رسوم الطريق عبر الولايات.
٥. توسيع دائرة الحريات في العمل الصحفي وتحجيم الرقابة عليه.
٦. العمل على معالجة مشكلات نقل الصحف جواً و برياً، وتأمين وصولها إلى مناطق التوزيع.

ثانياً: التوصيات الخاصة بالمؤسسات الصحفية:

١. إخضاع المؤسسة الصحفية لدراسة جدوى مسبقة قبل إنشائها خاصة فيما يتعلق بجانب التوزيع.

٢. الإهتمام بتدريب الكوادر الصحفية بالتعاون مع جهات الاختصاص.
٣. التزام المهنية في العمل الصحفي، والتناول الموضوعي للأحداث.
٤. العمل على تطوير الأسلوب التحريري للصحيفة، وتصميمها، وإخراجها، مع استقطاب الكتاب المتميزين.
٥. أن يكون هناك توازن بين المادة التحريرية والإعلانات.
٦. التركيز على القضايا الحيوية التي تهم المواطن.
٧. تنوع مصادر الأخبار، والتزام التحليل الدقيق للموضوعات.
٨. الإهتمام بالبنيات التحتية للصحيفة باستخدام الأجهزة المتطورة في العمل الصحفي.
٩. توسيع دائرة الإنتشار في جميع مناطق السودان.

ثالثا: التوصيات الخاصة بشركات التوزيع الصحفية:

١. إخضاع شركات التوزيع لدراسة جدوى مسبقة للسوق قبل إنشائها.
٢. دمج شركات التوزيع لأقل عدد يتناسب وكمية الصحف الصادرة.
٣. عدم الاعتماد على صحيفة واحدة.
٤. تطوير آليات التوزيع بما يحقق الإنتشار المناسب للصحف زمانا ومكانا.
٥. الإهتمام بفتح فروع لشركات التوزيع بالولايات لمتابعة العمل.
٦. بتدريب الكوادر العاملة في مجال التوزيع.
٧. التنسيق مع الجهات الرسمية لمحاربة الظواهر السالبة مثل ظاهرتي السريحة وإيجار الصحف.
٨. التنسيق مع شركات النقل البرية والجوية والتوصل إلى حلول مرضية لجميع الأطراف.
٩. إنشاء آلية لمناقشة مشكلات التوزيع مع الجهات ذات الصلة.

المصادر والمراجع:

أولاً: المصادر:

(١) القرآن الكريم.

ثانياً: كتب التفسير

(٢) تفسير ابن كثير، الجزء الثامن، الطبعة الثانية، دار طيبة للنشر والتوزيع، الرياض، 1420هـ، 1999م، ص335.

ثالثاً: المراجع العربية والمعربة:

(٣) إبراهيم عبد الله المسلمي، إدارة المؤسسات الصحفية، دار العربي للنشر والتوزيع، ب.ط، القاهرة، 1995م.

(٤) أبي الفضل جمال الدين بن محمد بن مكرم (بن منظور)، لسان العرب، المجلد الثامن، ب.ط، دار صادر، بيروت، ب.ت.

(٥) الزمخشري، أساس البلاغة، دار المعرفة للطباعة والنشر، ب.ط، بيروت، 1982م.

(٦) السيد أحمد مصطفى عمر، البحث الإعلامي، منشورات جامعة قار يونس، ط1، بنغازي، ليبيا، 1994م.

(٧) شعبان عبد العزيز خليفة، النشر الحديث ومؤسساته، دار الثقافة العلمية، ب.ط، الإسكندرية، 1998م.

(٨) طلعت همام، مائة سؤال عن الصحافة، دار الفرقان للنشر والتوزيع، ط2، عمان، الأردن، 1408هـ، 1988م.

(٩) عبد الجواد سعيد ربيع، إدارة المؤسسات الصحفية، دار الفجر للنشر والتوزيع، ب.ط، القاهرة، 2007م.

(١٠) عبد الناصر جندلي، تقنيات ومناهج البحث في العلوم السياسية والإجتماعية، ديوان

المطبوعات الجامعية، ب.ط، الجزائر، 2005م.

١١) محمد أحمد إبراهيم، وثابت هبة الرحمن إدريس، المدخل في إدارة التسويق، مكتبة عين شمس، القاهرة، ب.ط، 1990م.

رابعاً: الإصدارات المتخصصة:

١٢) المجلس القومي للصحافة والمطبوعات، قانون الصحافة والمطبوعات لسنة 2009م.

١٣) المجلس القومي للصحافة والمطبوعات، ورشة عمل مشكلات توزيع الصحف 2008م.

١٤) أميرة عبد الفتاح محمد عبد الفتاح، تكنولوجيا الإتصال والإعلام الإلكتروني، ورقة عمل مقدمة في ملتقى الإعلام الإلكتروني، القاهرة، سبتمبر 2007م.

خامساً: مواقع من الإنترنت:

١٥) حمدي الأسويطي، جرائم النشر والصحافة وحماية الصحفي، الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان، موقع المكتبة العامة لحقوق الإنسان والقضايا الحقوقية في العالم العربي.

١٦) صفاء السيد، الصحافة الاستقصائية، مقالة نشرت في 14 سبتمبر 2010 بواسطة Arab media المصدر: www.alsahfe.com/News.

سادساً: مصادر صحفية

١٧) المؤتمر الدولي لبحث تطوير دور الصحف، المصدر جريدة الأهرام، القاهرة، 9 فبراير 1995م.

١٨) تهاني إبراهيم، مؤتمر إدارة الصحف في العالم العربي، ورقة بعنوان "صاحبة الجلالة وحرب الأقمار"، المصدر صحيفة أخبار اليوم المصرية، القاهرة، 8/10/1994م.

سابعاً: المقابلات:

١٩) أحمد طه الصديق، المحرر العام بصحيفة الانتباهة، مقابلة، نوفمبر 2013م.

٢٠) إسماعيل قناوي، مدير التوزيع بصحيفة السوداني، مقابلة بتاريخ الثلاثاء 2013/11/19م.

٢١) العبيد أحمد مروح، الأمين العام للمجلس القومي للصحافة والمطبوعات _ مقابلة أجريت بتاريخ: 2013/9/23م.

٢٢) علي محمد سمو، رئيس المجلس القومي للصحافة والمطبوعات، مقابلة بتاريخ: الاثنين
2013/9/23م.

٢٣) محي الدين تيتاوي، رئيس اتحاد الصحفيين السودانيين، مقابلة بتاريخ الاثنين
2013/10/7م.

٢٤) يحي حامد أحمد، مدير شركة قماري للتوزيع، مقابلة أجريت بتاريخ: السبت
2013/11/9م.