



الإستراتيجيات المنتهجة من طرف الهيئات الناشرة في تثمين أعمال المؤتمرات العلمية في الويب

Strategies adopted by publishers in Valuating scientific conferences on the web

سعاد تتبیرت*

جامعة البليدة 2 - لونيسي علي - (الجزائر).

البريد الإلكتروني: Souaad.tetbirt@yahoo.com

تاريخ النشر	تاريخ القبول	تاريخ الإيداع
2021/06/01	2021/05/23	2021/04/30

الملخص:

يهدف هذا البحث إلى محاولة تحديد الممارسات المنتهجة من قبل الهيئات الناشرة لغرض نشر نتائج البحث العلمي المضمّنة في أعمال المؤتمرات العلمية في الويب وتثمينها على نطاق واسع من خلال التّطرق إلى مجموعة السياسات المتّبعة من طرف هذه الجهات. استعانت الدراسة بالمنهج الوصفي التحليلي وتوصلت إلى جملة من النتائج أهمّها أنّ أعمال المؤتمرات العلمية تصنّف ضمن دائرة الأدب الرمادي ويحكم على نتائجها بالحجب والإضمار لتذهب جهود الباحثين هباءً منثوراً، وعليه كان لزاماً على الهيئات المنظمة والناشرة لهذا النوع من المخرجات البحثية أن تستغل جملة الآليات المتاحة لبتّ ثمرات هذه الأعمال والتي نذكر منها النّشر في شكل وقائع مؤتمرات كخطوة أولى، ولا تتوقف عملية الترويج إلّا من خلال الإنطلاق في الخطوات الموالية لضمان تحسين مرئيتها بشكل متزايد من خلال حصرها في المنصّات الرقمية المختلفة التي أفرزتها الشبكة العنكبوتية.

الكلمات المفتاحية: أعمال المؤتمرات العلمية؛ التثمين؛ الهيئات الناشرة؛ الويب

Abstract:

This research aims to try to define the practices adopted by Publishers for the purpose of publishing the results of scientific research included in scientific conferences on the web and promoting them on a large scale by addressing the set of policies adopted by these bodies.

* المؤلف المرسل

The study used the descriptive and analytical method and reached a number of results, the most important of which is that scientific conferences are classified within gray literature, and therefore it was necessary for publishers of this type of research output to exploit the set of available mechanisms to transmit the results of These works, from which we mention publishing in the form of conference proceedings as a first step, and the promotion process does not stop except by taking the next steps to ensure that their visibility is increasingly improved by confining them to the various digital platforms produced by the World Wide Web.

Keywords: Publishers; Scientific conference; The web; Valuation

مقدمة:

جاءت الإنترنت كدافع حيوي لوتيرة البحث العلمي بهدف تحقيق أعلى درجة من الحضور لنتائج البحوث العلمية، ولقد تطورت هذه الأخيرة مؤلدةً بدورها مصادر أخرى حديثة تتميز بكونها أكثر فعالية في التثمين للنتائج المتوصل إليها أبرزها فضاءات الويب المختلفة التي أصبحت من أهم مصادر التعريف والتعرف على مختلف الكيانات سواء كانت مؤسساتية أو أفراد.

يسعى الباحث اليوم إلى تحقيق المكانة العلمية في الوسط العلمي الدولي من خلال دعم تواجده الحقيقي بتواجد افتراضي يتم قياسه من خلال جملة من المبادرات الشخصية التي ينتهجها والتي تحدد عدد الأماكن التي يتواجد فيها افتراضياً؛ وهو ما يعكس عدد الأرصدة والحسابات الشخصية التي يتوفر عليها ونسبة نشاط هويته الرقمية في هذه المواقع من خلال مدى ممارسته لعملية التعريف بإنتاجاته العلمية.

ولكن جهود الباحث وبالرغم من أهميتها غير كافية لوحدها ما لم يتم تدعيمها بجهود جهات أخرى تساهم في الرفع من قيمة البحوث المنجزة من طرف هذا الباحث والمتمثلة في الهيئات الوصية على إنتاج المعارف والتي أصبحت مطلوبة بتغيير أولوياتها خاصة فيما يتعلق بعملية نشر البحوث العلمية المضمنة في قنوات البث على غرار أعمال المؤتمرات العلمية التي أثبتت جدارتها تاريخياً في إنشاء نظام أكثر ديناميكية للتواصل العلمي، مع التحفظ على مدى سرعة بث مخرجات هذه الأعمال التي تبقى محدودة عبر

الزمان والمكان باعتبار أنّ هذا النوع من الإنتاج ذو ميزة معيّنة تقع ضمن دائرة خصوصيات الأدب الرمادي والذي يستوجب ضرورة عملية الترويج والتثمين. وبالرغم من أهمية موضوع التثمين ودوره الفعّال في تعزيز قيمة نتائج البحث العلمي المتوصّل إليها إلاّ أنّه لم يتمّ التطرق إلى طرح إشكاليته بالقدر الكافي على المستوى الوطني خاصةً فيما تعلق بإثارة الجانب الخاص بآليات تحقيق البثّ والإنتشار للمخرجات البحثية، ولقد تمّ التوصل في إحدى الدراسات (شباب، 2015، صفحة 92) التي عالجت كيفية جعل المداخلات العلمية الخاصة بعينة من الباحثين الجزائريين مثمّنة انطلاقاً من بعض الفضاءات الإلكترونية ككشافات الإستشهادات المرجعية Google Scholar , Scopus , Web of science إلى أنّ تثمين الأدب الرمادي يتركز بالدرجة الأولى على حضوره في البيئة الرقمية أين سمحت ببثّه ونشره على نطاق واسع ممّا جعل اللون الرمادي ينتقل تدريجياً إلى البياض.

وإذا كانت هذه الدراسة عالجت التثمين من خلال التركيز على زاوية الحضور فإنّ دراستنا تسعى لتوسيع مجال البحث في موضوع التثمين بالتركيز على مقاربة البثّ لنتائج البحوث العلمية في طابعها الرمادي (أعمال المؤتمرات العلمية) وهذا من أجل معرفة انعكاسات هذا النوع من البثّ على مجال البحث العلمي.

من هذا المنطلق استعانت الدراسة بالمنهج الوصفي التحليلي من أجل تحديد مجموعة السياسات والإستراتيجيات المنتهجة من طرف الهيئات الناشرة للإنتاج العلمي للترويج لما تبثّه من محتويات عبر الويب والمضمنة في أعمال المؤتمرات العلمية. وذلك سعياً للإجابة على التساؤل الرئيسي التالي: هل هناك سياسة وإستراتيجية فعّالة من قبل الهيئات النّاشرة لأعمال المؤتمرات العلمية في تعاملها مع الفضاء الرقمي من أجل الترويج لما تنشره؟

ولقد تمّت الإستعانة بمجموعة من الأسئلة الفرعية لتسهيل الإجابة على الإشكال العام وهي كالتالي:

- ما المقصود بعملية التثمين؟

ماهي أشكال ومقاربات تثمين نتائج البحث العلمي؟

- ما هي السياسات المستعملة من قبل الهيئات الوصية على البحث العلمي من أجل تثمين إنتاجها عبر الويب؟

1. التثمين: ممارسة أساسية لتفعيل النشاط العلمي

يعرف التثمين على أنه: "إيجاد وتبيين ثمن الشيء، قيمته وسعره" (العميرة، 2017، صفحة 23)، ونجد بأنّ التثمين في مجال البحث يركز على نشر الإنتاج المعرفي من خلال تشجيع صيرورة الوثائق والتّحسيس بأهميّتها وجعلها متاحةً للجميع (Cardin, 2012)، فالتثمين هو إجراء أو مسار يعمل على بثّ المعلومة من خلال معالجة المعطيات ووضعها بشكل ملائم لتسهيل عملية استعمالها من طرف الجمهور المستفيد منه (Abdellatif, 2016, p287)، وهو ما يذهب إليه Melvieu David من خلال قوله أنّ: "تثمين البحث العلمي عبارة عن مجموعة من العمليات والنشاطات تُمارس من أجل الرّفع من قيمة النتائج المتوصّل إليها" (Melvieu & David, 2008, p220).

ونجد بأنّ التثمين مرتبط ارتباطاً وثيقاً بالجانب الإقتصادي الذي يُعرّف فيه على أنّه ممارسة لتحويل المعارف الأساسية المتوصّل إليها إلى منتجات أو خدمات جديدة تسويقية ذات أهداف ربحية، ويتحقّق هذا الأمر عن طريق الشراكة بين البحث الممول من طرف الدّولة (البحوث العامة) وبين المؤسسات والباحثين لتلبية الإحتياجات الحقيقية للسوق وإيجاد الحلول المتوقعة (Blandine, 2002, p171)، وهو الأمر الذي أشارت إليه الجمعية الوطنية الفرنسية للتقييم من خلال تعريفها لعملية تثمين نتائج البحوث العلمية على أنّها: "استعمال المعارف ومهارات البحث وتسويقها" (Université de Toulouse, 2018).

2. أشكال ومقاربات التثمين

من خلال التعريفات المشار إليها سابقا، يتضح بأنّ التثمين لا يركز فقط على القيمة التسويقية للبحوث العلمية وإنما يقوم بتسليط الضوء على مقاربات أخرى نصنفها في:

1.2. مقارنة التثمين المرتبط بالبحث

مجموعة الأنشطة التي تساعد على الرّفْع من قيمة المعرفة ونتائج البحث، وعلى الرغم من أنه يتمحور حول إنتاج ونشر المعرفة الجديدة، إلا أنه يأخذ بعين الإعتبار أيضاً أنشطة الخبرة والتدريب والمساهمة في بناء الثقافة العلمية وعليه فإنّ جوهر عملية تثمين نتائج البحث تكمن في بثّ وتبادل المعارف، أيّ النّشر على شكل منشورات علمية في دوريات متخصصة، مداخلات في أيام دراسية أو مؤتمرات، فيديوهات، بطاقات تقنية أو صور، وهذه الأخيرة تكون بمثابة مُدخلات لمشاريع بحث جديدة لباحثين آخرين لتطوير المعارف والوصول إلى نتائج مُبتكرة، أيّ انطلاق دورة حياة جديدة لمشروع بحث جديد (Stephen & Catherine, 2010, p 45).

وبما أنّ تثمين نتائج البحث يُساهم في تدفّق الأفكار وتحسين حضور ومصداقية الباحثين وفتح البحث (Derek, 1994, p76)، وجب على هذه الأطراف النظر في كيفية نشر النتائج وتوصيلها منذ بداية الدراسة، وهو الأمر الذي سيساعد في توجيه عملية البحث والحفاظ على تركيز الباحث في تحقيق الهدف المسطر. ويتمثل السؤال الأول الذي يجب النظر فيه هو: "من هو الجمهور المستهدف من النتائج؟"، وبمعنى آخر "من الذي سيستفيد من المعلومات؟"، فعلى سبيل المثال إذا كانت الدراسة من أجل اكتساب معرفة جديدة في مجال علمي فمن المرجّح أن يكون الجمهور هو المجتمع الأكاديمي. لذلك، قد تكون المجلّات العلمية، أعمال المؤتمرات، وفصول الكتب مناسبة للبحث مع ضرورة استخدام وسائل التواصل الرقمية المختلفة (University of Queensland, 2019).

ومنه يؤدي النشر والاستغلال الجيد إلى الإعراف بالعمل الذي يقوم به الباحث وتعزيز انتماءاته العلمية مما يسمح بتقاسم النتائج مع جمهور واسع وجعلها أكثر فاعلية. وعليه يجب النظر في التعاون الرسمي وغير الرسمي لضمان أفضل استخدام للموارد المالية المتاحة والوقت مع الحرص على أن تكون أي وثيقة تُستخدم لنشر النتائج جذابة ومقروءة، موجزة وتبرز أهم النتائج المتوصل إليها مع اشمالها على رسوم بيانية أو صور تساعد في عملية الإستيعاب (University of Queensland, 2018)، وبإستطاعة الجهات الفاعلة في إنتاج هذه المعارف المساهمة في عملية تثمينها من خلال حرصها على أن تكون هذه المواد العلمية تتّصف بسمات تصبّ كلها في منظور تحقيق المشاركة الواسعة للنتائج المتوصل إليها والمتمثلة في (CNRS, 2007):

- سرعة الإنتشار الخاصة بالعمل المنشور.
- اتّساع مجال الإنتشار الخاص بالعمل المنشور.

2.2. مقارنة التّمين الإقتصادي

يتمثّل في التطور الذي يحدث في المجال الإقتصادي عن طريق عملية الإبتكار، يرتبط هذا النوع من التّمين بالإستغلال التجاري لنتائج البحوث العلمية عن طريق نشاط التسويق (La commercialisation) أو النقل (Le transfert).

بالمقارنة مع مفهوم التّمين فإنّ "تسويق البحوث" يمكن تحديده على نحو أدق باعتباره "الإستغلال التجاري لجميع أشكال الإبداع المحمية بحقوق الملكية الفكرية، حقوق التّأليف والنّشر، براءات الإختراع، العلامات التجارية بالإضافة إلى استغلال معارف ومهارات الباحثين الجامعيين النابعة من البحوث التي أُجريت في جميع التّخصصات العلمية" (CFQPUCR, 2000, p. 25). بمعنى أنّ هذا المصطلح يُشير من جهة إلى تسويق خبرات الباحثين الجامعيين من خلال إبرام الأنشطة التعاونية، ومن ناحية أخرى تسويق نتائج البحوث المتعلقة بجميع أشكال الإبداع (إختراع المنتجات والعمليات، الأعمال الأدبية

والفنية والبرمجيات).

وفي الشق الثاني من الإستغلال التجاري لنتائج البحوث العلمية؛ نجد بأن الجامعات تُنفذ في أداء مهامها العامة المتمثلة في التدريس والبحث وخدمة المجتمع أنواعا مختلفة من التحويلات التي يُشار إليها باسم "نقل التكنولوجيا" كتدريب خريجي الجامعات لدمجهم في سوق العمل، نقل المعرفة من خلال المنشورات والعروض، التعاون مع الشركات والحكومة، نقل الإكتشافات والإختراعات الناتجة عن البحوث الجامعية (CNRS, 2007). وعليه يشير مصطلح نقل المعرفة إلى الطرق المتعددة التي يمكن من خلالها استغلال المعارف المنتجة من طرف الجامعات ومؤسسات البحث العامة من قبل الهيئات والباحثين من أجل توليد قيمة اقتصادية واجتماعية وتنمية صناعية (Brisson, 2010, p. 224). وتُعتبر هذه العملية مهمّة جدا بالنسبة للصناعة من خلال نوعية المعرفة التي تُنقل ودرجة رسميتها، وهو ما يدلّ على أنّ هناك طرق متعددة يمكن من خلالها نقل المعرفة البحثية العامة واستغلالها تجارياً والتي تتجاوز براءات الإختراع والتراخيص بما فيها الإتصالات الشخصية وحركية الباحثين بين مختلف القطاعات. وباختصار نقل التكنولوجيا لا يهدف إلى تعزيز أو تسويق خبرة الباحثين الجامعيين من خلال الأنشطة التعاونية بل لتسويق نتائج البحوث الجامعية عن طريق نقلها إلى مجال الصناعة (Brisson, 2010, p. 225).

3.2. التّمين الإجتماعي

تتمثل النتائج المبتكرة لهذا النوع من التّمين في إيجاد حلول للمشاكل الموجودة في المجتمع أو صياغة الحلول العملية لتحسين الوضع أو حل مشكلة اجتماعية (التحول الإجتماعي)، وغالباً ما تكون هذه النتائج غير تسويقية تستعمل لتحقيق رعاية أفضل للأشخاص، تعليم أفضل ورفع مستواهم الثقافي أو الوعي السياسي. من هذا المنظور فإنّ التّمين الإجتماعي يهدف إلى إظهار المنفعة الإجتماعية للبحث من خلال نشر المعلومات

والمعارف المتحصّل عليها واستعمالها في إيجاد نتائج أخرى إيجابية (Melviez & David, 2008, p. 1194)

3. أعمال المؤتمرات العلمية: حلقة أساسية لنشر نتائج البحوث العلمية

تُعد أعمال المؤتمرات العلمية أحد الممارسات الأساسية للباحثين لتقديم نتائج بحوثهم العلمية الجديدة إلى المجتمع العلمي بغرض تلقي الملاحظات من قبل الأقران في مرحلة مبكرة من أبحاثهم، وبالتالي فهي جزء لا يتجزأ من صيرورة العلم (Egger, 2010). كما تُعتبر العمود الفقري للاتصال العلمي حيث إنه ليس كل ما يُنشر من مخرجات البحث العلمي يصدر في شكل كتب أو مقالات، ولكن تحظى المؤتمرات العلمية بنصيب من تلك المخرجات فهي تُعد أحد المصادر الرئيسية للمعلومات في مجال علمي معيّن.

ومع هذا فالقيمة العلمية لها تختلف من تخصص لآخر فبعض التخصصات كالطب، الهندسة وعلوم الإعلام الآلي تعطي أهمية كبيرة لهذه المواد العلمية وتعتبرها بحثاً كاملة يتم نشرها فيما بعد في دوريات علمية مُحكّمة في حين تعتبرها التخصصات العلمية الأخرى كالعلوم الإجتماعية والإنسانية بحثاً عابرة أو سريعة الزوال (ناجي، 2014، صفحة 22).

وكنتيجة حتمية لأهمية أعمال المؤتمرات العلمية، كان لزاماً على الهيئات المنظمة لها أن تعمل على تثمين المساهمات العلمية المنشورة فيها على أوسع نطاق وهذا لن يكون إلاّ من خلال:

1.3. النشر على شكل وقائع المؤتمرات

مجموعة من الأوراق المقدّمة في مؤتمر يمكن نشرها في كتاب أو في موقع ويب الناشر أو المؤتمر، يتم تقديمها في بعض الحالات قبل المؤتمر وبالتالي يمكن للمشاركين الوصول إليها، وفي حالات أخرى يتم نشرها بعد المؤتمر وبعد تلقي المؤلفين ردود الفعل خلال جلسات العرض. ولكلتا الحالتين مزايا وعيوب فعندما يتم نشر الوقائع قبل المؤتمر

وتكون متاحة أثناءه فإنّ الميزة هي أنّه يمكن للمشاركين في المؤتمر الإطلاع على البحوث التي يهتمون بها ومعرفة أكثر ممّا يمكن للباحث تقديمه في 20 دقيقة، وعندما يتم نشر المداولات بعد المؤتمر فإنّها عادة ما تتضمن نسخاً مُحسّنة من البحوث بعدما يتم الأخذ بعين الإعتبار بآراء وملاحظات الأقران (Kampourakis, 2017, p44). ومن أكثر الأشكال تداولاً لنشر وقائع المؤتمرات والتّعريف بها نجد (Press، 2018):

1.1.3. النّشر على شكل كتاب:

من الممكن أن يتولى نشر هذه الأعمال فئات مختلفة من النّاشرين التجاريين الأكاديميين والحكوميين، كذلك يمكن للجهة المنظّمة للمؤتمر أو الراعية له أن تقوم بنشر هذه التقارير حيث يتم تجميع الأوراق المقبولة في كتاب يُعرف باسم وقائع المؤتمر، ويحصل المشاركون في المؤتمر قبل أو بعد المؤتمر على نسخة من هذه الإجراءات.

2.1.3. النّشر في عدد خاص من أعداد دورية علمية:

ظل تسجيل أعمال المؤتمرات العلمية لمدة ثلاثة قرون من بين الوظائف الرئيسية للدوريات العلمية، وما زلنا نشهد لحد الساعة طبع بحوث بعض المؤتمرات كجزء ضمن أحد الأعداد لإحدى الدوريات العلمية وخاصة تلك التي تصدر عن الجمعيات العلمية أو الأكاديمية، كما يمكن أن يخصّص عدد بعينه لنشر كل أعمال أحد المؤتمرات العلمية. ويعتمد هذا الأمر على مُنظّم المؤتمر الذي يقدّم للباحث صاحب أحسن مداخلة فرصة النّشر في إحدى الدوريات العلمية المرموقة في التّخصص أو على أحد النّاشرين الحاضرين الذي يقوم بتشجيع الباحثين المشاركين للنّشر في دوريته العلمية (Kampourakis, 2017, p450).

3.1.3. النشر على شكل كتاب أو في دورية علمية في نفس الوقت:

هذا النمط غير مألوف بالنسبة لأعمال المؤتمرات إلا أنه يحدث فعلا في بعض الأحيان، أما الظاهرة الأكثر تواترا فهي نشر بحوث مفردة في دوريات علمية في نفس الوقت الذي تُنشر فيه ضمن وقائع المؤتمرات.

كما يمكن للهيئات الناشرة لأعمال المؤتمرات العلمية استثمار منتجات الويب للرفع من مرئية مخرجاتها وهذا بإتباع جملة الإستراتيجيات التالية:

2.3. التعريف بأعمال المؤتمرات العلمية من خلال إنشاء صفحة / موقع ويب

من بين سياسات الترويج لأعمال المؤتمرات العلمية إنشاء موقع ويب يُعرّف بهذه التظاهرة العلمية، حيث يُعتبر موقع المؤتمر العلمي الذي تقوم الجهة المنظمة بإنشائه بمثابة نافذة رقمية تهدف إلى مساعدة الباحثين على معرفة ما يدور حوله المؤتمر مع إمكانية التسجيل في هذا الحدث العلمي، ويحتاج كل موقع ويب خاص بالمؤتمر إلى تضمين التفاصيل الأساسية لهذا الحدث كتوفير رابط لإدارة المؤتمر أين يمكن للباحثين إرسال مداخلاتهم العلمية عبر الإنترنت أو التسجيل للحضور، كما يجب أن يُجيب موقع الويب على أسئلة الزائرين المطروحة حول المؤتمر وعرض أفضل ما في هذا الحدث العلمي (McCurry, 2018, p34) وسواء كان المؤتمر العلمي محليا أو وطنيا أو دوليا، فالأكيد هو الحاجة الملحة لوجود موقع ويب يعرض تفاصيل المؤتمر من جهة ويبت المداخلات العلمية المعروضة فيه والمقبولة من جهة أخرى. ولكي يكون موقع ويب المؤتمر العلمي فعال عليه أن يتمتع بتصميم رائع وجذاب إضافة إلى تضمينه لتفاصيل أساسية والتي تكون أعلى الصفحة الرئيسية مثل ما توضحه الصورة أدناه.

الشكل رقم (01): التفاصيل الأساسية الواجب توفرها في واجهة موقع ويب لمؤتمر علمي



المصدر: McCurry, Dee . 2018. p.35

يُعتبر إنشاء صفحة أو موقع ويب يُعرّف بالمؤتمر العلمي جزءاً صغيراً من مهمة الجهات النّاشرة لأنّ أساس عملية البثّ تعتمد على كيفية التّرويج لموقع الحدث والتّأكد من مرئيته بالنظر إلى فوضى الإنترنت التي يتعيّن علينا خوضها كل يوم. ولاستخدام موقع أو صفحة الويب الخاصة بالمؤتمر العلمي كأداة تسويقية للحدث العلمي يجب تطبيق تقنيات مختلفة لزيادة عدد الزيارات واستقطاب المجتمع العلمي والتي نجد منها: (McCurry , 2018, p. 41)

- إنشاء صفحة / موقع الويب قبل الحدث بوقت كاف حيث يمكن للجهات المنظمة لأعمال المؤتمرات العلمية أن تقوم بإطلاق موقع الحدث قبل أربعة أو خمسة أشهر من التظاهرة العلمية في حالة استخدام صفحة الويب كمنصة إعلامية، أمّا إذا تمّ استخدام الموقع كأداة تسويقية للمؤتمر فإنّ الأمر يستلزم قضاء سنة (أكثر أو أقل) في النّشر عن صفحة الحدث والتّرويج لها وهذا لأنّ ترتيب موقع الويب على Google بحاجة إلى أشهر لضمان حجم زيارات مرتفع.

- التّعرف على أحدث قواعد تحسين محركات البحث لأنّ الأمر لم يعد متعلّق بالكلمات الرئيسية من أجل تحسين ترتيب موقع الويب في نتائج عملية البحث بعد الآن وهذا لأنّ Google منذ سنة 2015 أطلق نظام Rank Brain الذي يقوم بفرز نتائج البحث، وفي هذا

الصدد يشير Brian Dean خبير SEO إلى أنّ هذا النظام يركز على المدة الزمنية التي قضاها شخص ما على موقع (صفحة) الويب (Dwell Time). وعليه يشير إلى أنّ قضاء وقتاً طويلاً على الصفحة معناه الإعجاب بمحتوى تلك الصفحة، وإذا شعر عدد كاف من الأشخاص بالطريقة نفسها، فإنّ Google سيعيد ترتيب هذا المحتوى لتسهيل العثور عليه. وبعبارة أخرى، بدلاً من الإكثار من استخدام الكلمات الرئيسية في موقع الويب، يفضل على الجهة المنظمة للمؤتمر التركيز على إنشاء محتوى عالي الجودة يُعرّف بالحدث العلمي (McCurry, 2018, p. 45).

3.3. حصر أعمال المؤتمرات العلمية من خلال الكشّافات وقواعد البيانات

مع ظهور شبكة الإنترنت ظهرت العديد من أدوات الحصر الببليوغرافي لأعمال المؤتمرات العلمية التي تساعد الهيئات الناشرة على تّمين هذه المخرجات البحثية منها (Kampourakis, 2017, p. 466):

1.3.3 كشّاف الإستشهادات المرجعية لأعمال المؤتمرات

قاعدة بيانات بالأعمال المنشورة بالمؤتمرات العلمية والندوات والحلقات الدراسية وورش العمل والإجتماعات، تمّ إعدادها من طرف Thomson Reuters، تغطي أكثر من 256 تخصص موضوعي وأكثر من 148.000 عمل مؤتمر منذ 1990 حتى الآن، لها إصداران أحدهما في العلوم البحتة والتطبيقية والآخر في العلوم الإجتماعية والإنسانية، كما تعمل على إتاحة روابط مباشرة للنصوص الكاملة لأعمال المؤتمرات.

2.3.3 كشّاف أوراق المؤتمرات

يتم إصدارها من طرف قاعدة بيانات ProQuest وهو يوفر الإستشهادات المرجعية للأوراق المقدّمة في اللقاءات العلمية الكبرى في جميع أنحاء العالم، ويغطي مجال الزراعة والكيمياء الحيوية، علوم التربية، التكنولوجيا الحيوية...تتضمن التسجيلة الخاصة

به على جميع المعلومات للحصول على مُسودات الأبحاث والمستخلصات وأعمال المؤتمرات وأي مواد أخرى تتعلق بالمؤتمر.

3.3.3 كشف ISI Proceedings

كشّاف لأبرز أعمال المؤتمرات العلمية المنشورة في نطاق عدد كبير من التخصصات العلمية من الأنثروبولوجيا إلى علم الحيوان. وفيما يتعلق بأعمال المؤتمرات العلمية المنظمة باللّغة العربية، ظهرت إلى الساحة عيّنة من قواعد البيانات المتخصصة في كشفها مثل قاعدة بيانات EcoLink في مجال الإقتصاد والإدارة والعلوم الإنسانية وقاعدة بيانات الهادي في مجال المكتبات والمعلومات (الإتحاد العربي للمكتبات والمعلومات).

4.3. التّكشيف من طرف محرّكات البحث المتخصصة والأدلة للبحث عن المؤتمرات:

ظهرت مجموعة من محرّكات البحث المتخصصة والأدلة للبحث عن أعمال المؤتمرات العلمية منها (Kampourakis, 2017, p. 461):

1.4.3 محرك بحث Confsearch

محرك بحث تمّ تصميمه للبحث عن المؤتمرات العلمية في مجال علوم الإعلام الآلي، يعمل على دعم جميع أنواع البحث المختلفة مثل البحث بالكلمات الدالة والمؤتمرات ذات الصلة ويوفر بيانات إضافية عن المؤتمرات مثل الموعد النهائي للتقدم بالبحوث وموقع المؤتمر.

2.4.3 دليل attendconference.com

أداة تمّ تطويرها سنة 2010 عبارة عن قاعدة بيانات تتضمن أعمال المؤتمرات العلمية والمعارض، تهدف إلى توفير المعلومات للمستخدمين حول الأحداث الجارية في جميع أنحاء العالم بطريقة فعّالة وبسيطة مع إمكانية توفير طريقة البحث المتقدم عن المؤتمرات بالفئة، البلد، المدينة تاريخ المؤتمر والكلمات الدالة.

3.4.3 بوّابة All Conference alerts

بوّابة على شبكة الإنترنت للحصول على معلومات عن المؤتمرات الدولية والوطنية في جميع التخصصات العلمية، ويمكن تصفح البوّابة بالتخصّص أو الدّولة كما يمكن البحث باستخدام الكلمات المفتاحية. وفيما يلي حصر لأهم الفضاءات الإلكترونية المتاحة للهيئات الناشرة لتّمين نتائج البحوث العلمية.

4. خاتمة:

حاولنا من خلال هذه الدّراسة معالجة موضوع تّمين نتائج البحث العلمي عبر الويب من خلال تسليط الضوء على جملة الإستراتيجيات الممكن استعمالها لتحفيز هذه العملية من طرف الهيئات الناشرة لأعمال المؤتمرات العلمية، ولقد توصلنا إلى جملة من النتائج أهمها:

- يتّخذ التّمين في مجال البحث العلمي عدّة أشكال قد يكون مرتبباً بالمجال الإقتصادي من خلال تسويق نتائج البحوث العلمية، أو مرتبباً بالتّمين الإجماعي من خلال استغلال البحوث لإيجاد حلول إيجابية أو متجاوزاً كل هذا من خلال التركيز على زاوية البث والنّشر للمعارف المتوصّل إليها على نطاق واسع.

- يعرف العالم اليوم تطورا تكنولوجيا سريعا نتيجة الحركية الكبيرة التي تشهدها نظم البحث العلمي والتطوير التكنولوجي عبر مختلف الدول، ولذلك بات من الضروري أن تتماشى منظومات البحث العلمي وفق الإستراتيجيات العالمية الرائدة في هذا المجال، كما بات من الواجب مسايرة ركب الأمم المتقدمة للحد من الفجوة الرقمية الفاصلة بين الدّول المتقدمة وتلك التي هي في طور النمو وهو ما وجّه الأنظار نحو سياسة الإستثمار في الميدان العلمي ودمج عملية التّمين في مختلف مجالات الحياة.

- يُعتبر النّشر العلمي أحد أهم الأنشطة الأساسية للهيئات العلمية التي تُدعم حركة البحث العلمي من خلال بثّ نتائج بحوثها في قنوات عديدة كأعمال المؤتمرات العلمية التي تهدف

من خلالها لتطوير ورفع مكانتها في المجتمع العلمي والتي تتحدّد على ضوء الإنترنت الواسع والسريع لها وإتاحتها في جملة من الفضاءات الرقمية المتواجدة في الساحة العلمية.

- حتى لا تصنّف أعمال المؤتمرات العلمية ضمن الأدب الرمادي ويُحكم على نتائجها بالحجب والإضرار لتذهب جهود الباحثين هباءً منثورا يستلزم على الهيئات المنظمة والناشرة لهذا النوع من المخرجات البحثية أن تستغل جملة الآليات المتاحة لبتّ ثمرات هذه الأعمال والتي نذكر منها النشر في شكل وقائع مؤتمرات كخطوة أولى، ولا تتوقف عملية التثمين إلا من خلال الإنطلاق في الخطوات المالية لضمان تحسين مرئيتها بشكل متزايد من خلال حصرها في المنصّات الرقمية المختلفة التي أفرزتها الشبكة العنكبوتية.

قائمة المراجع:

أحمد عبد العزيز العميرة. (2017). التثمين العقاري. مجلة القضائية، 1(3)، صفحة 23. تم الاسترداد من <https://www.alukah.net/culture/0/4500>

صلاح ناجي، إهداء. (2014). إدارة المؤتمرات العلمية باستخدام النظم الآلية. مصر. دار التعليم الجامعي. تاريخ الاسترداد 22 2، 2020، من <https://books.google.dz>

فاطمة شباب. (2015). إشكالية تثمين الأدب الرمادي في الجزائر Visibilité كمفهوم وأداة للتقييم ومخاير بحث علم المواد كعينة. الجزائر، جامعة الجزائر 2. تاريخ الاسترداد 20 9، 2018

Abdellatif , A. (2016). Valorisation, stratégies et communication des territoires à l'épreuve de l'authenticité la communication et la valorisation. Revue de communication sociale et publique. p. 287.

Blandine, L. (2002). Le carré organique de la valorisation de la recherche : Le cas d'une jeune université dans un contexte de crise : Politiques et gestion de l'enseignement supérieur. *Éditions OCDE*, 14(3), pp. 171-198. Récupéré sur : www.cairn.info/revue-politiques-et-gestion-de-l-enseignement-superieur-2002-3-page-171htm

Brisson, P. (2010). *Expert Group on Knowledge Transfer : Final Report*. European Commission: Actes de la recherche en sciences sociales. Consulté le 9 17, 2020, sur <https://propertibazar.com/download/2009-expert->

Cardin, m. (2012). *la valorisation des archives : pourquoi ? pour qui ? comment ?* Consulté le 9 22, 2020, sur <https://uclouvain.be/fr/decouvrir/archives/la-valorisation-des-archives.html>

CFQPUQR. (2000). La commercialisation de la recherche et de l'expertise universitaires dans les universités québécoises. *Les cahiers de la FQPPU*(5), p.

25.Retrievedfrom(www.frqs.gouv.qc.ca/documents/10191/186013/Commercialisation_recherche_expertise_universit%25C3%25A9s_2000.pdf)

CNRS. (2007). *Avis Reflexion Ethique sur la diffusion des résultats de la recherche*. Consulté le 9 24, 2020, sur www.cnrs.fr/comets/IMG/pdf/12-reflexionethique070521-2.pdf

Derek, J. (1994). La valeur extrinsèque de la recherche. *Alliage*(19), p. 76. Retrieved from <http://www.tribunes.com/tribune/alliage/19/soll.htm>

Egger, A. (2010). *Scientific Communication : The How and Why of Scientific Meeting*. Retrieved 2 18, 2020, from(www.visionlearning.com/en/library/Process-of-Science/49/The-How-and-Why-of-Scientific-).

Kampourakis, K. (2017). Conference Issues Vs Conference Proceedings. *Science & Education*(26), 449–450. Retrieved 4 23, 2020, from <https://link.springer.com/article/10.1007/s11191-017-9922-2>

McCurry , D. (2018). *A collection of the 8 best research conference websites from around the internet: be inspired*. Retrieved 2 19, 2020, from <https://www.exordo.com/blog/8-examples-conference-websites/>

Melviez, & David. (2008). la valorisation : une étude de cas internationale. 220. France, Université de Montréal. Consulté le 8 29, 2020, sur <https://papyrus.bib.umontreal.ca/xmlui/bitstream/handle/1866>

Press, I. (2018). *Difference between a Conference Paper and a Journal Paper*. Consulté.le18-02-2020. Sur www.ierek.com/news/index.php/2018/05/23/difference-conference-paper-journal-paper/

Stephen, D., & Catherine, S. (2010). The experience of Disseminating the Results of Doctoral Research. *Journal of Further and Higher Education*, 25(1), pp. 45-55. Retrieved 8 15, 2020, from www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/03098770020030498?tab=permissions&scroll=top

Toulouse, U. d. (2018). *La Valorisation c'est quoi ?*. Récupéré sur <http://www.univ-tlse2-fr./accueil/recherche/valorisation>

University of Queensland. (2018). *Publication and Dissemination of Findings*. Retrieved 8 11, 2020, from [ttps://research-integrity.uq.edu.au/areas-research-conduct/publication-and-dissemination-findings](https://research-integrity.uq.edu.au/areas-research-conduct/publication-and-dissemination-findings)

University of Queensland. (2019). *Disseminating Your Findings*. Récupéré sur <https://cirt.gcu.edu/research/developmentresources/tutorials/dissemination>