مجلة التشريع الإعلامي
Issn : 2830-8808
https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/868

المجلد04 / العـدد03: (2026)، ص 65- 79
مخبر "التشريعات الإعلامية وأخلاقيات المهنة في الجزائر"
كلية علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر3

# دورالاستثمار في المعرفة في تطويرالإعلام العلمي

# The Role of Investment in Knowledge in Developing Scientific Media

عمروش أحسن [1] حرمل خديجة [2]

[1] جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة (الجزائر)، ahceneamrouche007@gmail.com

[2] المركز الجامعي مرسلي عبد الله تيبازة (الجزائر)، harmel.khadidja@cu-tipaza.dz

تاريخ الاستلام: 2026/10/11 تاريخ القبول: 2026/03/10 تاريخ النشر: 2026/06/30

## ملخص

يُعدّ الاستثمار في المعرفة أحد الركائز الأساسية لتطوير الإعلام العلمي، إذ يسهم في تحسين جودة المحتوى ودقته وتعزيز مصداقيته لدى الجمهور. فمن خلال دعم البحث العلمي وتكوين الكفاءات الإعلامية المتخصصة، يتمكن الإعلام من نقل المعرفة العلمية بلغة مبسطة وواضحة. كما يساهم هذا الاستثمار في توطيد العلاقة بين العلماء والإعلاميين، بما يضمن نشر ثقافة علمية رصينة وترسيخ التفكير النقدي في المجتمع. وبذلك يتحول الإعلام العلمي إلى أداة فاعلة في خدمة التنمية المستدامة وتعزيز روح الابتكار والتقدم.

**الكلمات المفتاحية:** الاستثمار ، المعرفة ، الإعلام ، العلم ، التطوير

## Abstract :

*Investment in knowledge is one of the fundamental pillars for developing scientific media, as it contributes to improving the quality, accuracy, and credibility of content presented to the public. Through supporting scientific research and training specialized media professionals, the media can convey scientific knowledge in a clear and accessible manner. This investment also strengthens the relationship between scientists and journalists, ensuring the spread of a solid scientific culture and the promotion of critical thinking in society. Thus, scientific media becomes an effective tool for achieving sustainable development and fostering innovation and progress.*

***Keywords**: Investment , Knowledge , Media , Science , Development*



*المؤلف المرسل: عمروش أحسن

**مقدمة**

يشكل الاستثمار في المعرفة أحد الأعمدة الرئيسة لبناء مجتمع معاصر قائم على الابتكار والإبداع، حيث ينظر إلى المعرفة في الأدبيات الاقتصادية بوصفها مورداً استراتيجياً لا يقل أهمية عن رأس المال المادي [1]، وفي المقابل، يعد الإعلام العلمي قناة أساسية لنشر المعلومة الدقيقة وتبسيطها للجمهور العام، وهو ما يجعل العلاقة بين المعرفة والإعلام أكثر ترابطًا من أي وقت مضى [2] ، كما يُعد الإعلام العلمي أحد الركائز الأساسية في بناء مجتمع المعرفة، إذ يسهم في نقل الاكتشافات والابتكارات العلمية إلى مختلف فئات المجتمع بلغة مبسطة ومفهومة، مما يعزز من وعي الأفراد بالقضايا العلمية والتكنولوجية المعاصرة.

غير أن تطوير هذا النوع من الإعلام لا يمكن أن يتحقق بمعزل عن الاستثمار في المعرفة، الذي يُعتبر اليوم من أهم المحركات الاستراتيجية للنمو والتطور. فالاستثمار في المعرفة لا يقتصر على تمويل البحث العلمي فحسب، بل يشمل أيضًا بناء القدرات البشرية، ودعم البنية التحتية المعلوماتية، وتعزيز ثقافة الابتكار ، ومع التطورات التكنولوجية المتسارعة والتحولات الرقمية العميقة، أصبح من الضروري الربط بين الاستثمار في المعرفة وتطوير الإعلام العلمي لمواجهة التحديات الإعلامية والمعرفية في القرن الحادي والعشرين.

و في هذا الاطار تتجلى أهمية هذه الدراسة في كونها تسعى إلى إبراز العلاقة التكاملية بين المعرفة والإعلام، حيث لم يعد الإعلام مجرد وسيلة إخبارية تقليدية، بل تحول إلى فضاء حيوي لتبسيط العلوم ونشر الابتكارات. كما تكتسي هذه الدراسة بعدًا استراتيجيًا يتمثل في مساهمتها في وضع أسس لإعلام علمي قادر على دعم التنمية المستدامة، وترسيخ ثقافة علمية مجتمعية، وتعزيز الاقتصاد المعرفي [3]

كما تنبع أهمية الاستثمار في المعرفة في تطوير الإعلام العلمي من كونه يوفّر الأرضية الخصبة التي تُمكّن الإعلام من أداء رسالته في نشر الثقافة العلمية بشكل فعال وموثوق [4]، فالإعلام العلمي يحتاج إلى مصادر معلومات دقيقة، وأبحاث رصينة، وبنية تحتية تقنية تتيح الوصول إلى البيانات وتحليلها؛ وكل ذلك لا يتحقق إلا عبر استثمار منظم ومستدام في

المعرفة، كما أن الاستثمار في هذا المجال يساهم في تكوين كفاءات بشرية قادرة على تبسيط العلوم وتقديمها بطرق مبتكرة، مما يرفع من مستوى وعي المجتمع ويعزز ثقته بالعلماء والمؤسسات العلمية [5]

إضافة إلى ذلك، فإن الاستثمار في المعرفة يساعد الإعلام العلمي على مواجهة التحديات المعاصرة مثل انتشار الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة، وذلك من خلال تمكينه من الاعتماد على مصادر موثوقة وتطوير آليات تحقق دقيقة [6]، ويمتد أثر هذا الاستثمار ليشمل دفع عجلة التنمية، إذ يصبح الإعلام العلمي قناة رئيسية لربط نتائج البحث العلمي باحتياجات المجتمع، ما يعزز دور المعرفة كقوة محركة للتطور الاجتماعي والاقتصادي.

و على هذا الأساس تتمثل أهداف الدراسة في :

- توضيح مفهوم الاستثمار في المعرفة وأبعاده النظرية والعملية.
- تحليل دور الإعلام العلمي في نشر الثقافة العلمية بالمجتمع.
- الكشف عن طبيعة العلاقة بين الاستثمار في المعرفة وتطوير الإعلام العلمي.
- إبراز التحديات التي تواجه هذا المجال واقتراح حلول عملية وآفاق مستقبلية.

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي-التحليلي، إذ تم في البداية توصيف المفاهيم الجوهرية المرتبطة بالاستثمار في المعرفة والإعلام العلمي، ثم تحليل أبعاد العلاقة بينهما في ضوء الأدبيات الأكاديمية الحديثة. كما تمت الاستعانة ببعض المراجع المتخصصة لتوضيح مختلف الجوانب النظرية والتطبيقية [7]

و انطلاقًا من المقدمة وما سبق عرضه، تتمثل الإشكالية الرئيسة لهذه الدراسة في التساؤل الآتي:

**كيف يساهم الاستثمار في المعرفة في تطوير الإعلام العلمي وتعزيز دوره في خدمة المجتمع والاقتصاد المعرفي؟**

و للإجابة عليها سنتطرق للنقاط التالية :

- الإطار المفاهيمي
- دور الاستثمار في المعرفة في تطوير الإعلام العلمي

**أولا: الإطار المفاهيمي للدراسة**

**مفهوم الاستثمار في المعرفة**

يشير الاستثمار في المعرفة إلى تخصيص الموارد المادية والبشرية من أجل إنتاج المعرفة وتطويرها وتوظيفها في مختلف القطاعات. ويُنظر إلى المعرفة في الأدبيات الاقتصادية الحديثة كأصل استراتيجي لا يقل أهمية عن رأس المال المادي [8]

كما يشير الاستثمار في المعرفة إلى توجيه الموارد المادية والبشرية نحو إنتاج المعرفة وتخزينها ونشرها وتوظيفها في مختلف القطاعات، بهدف تحقيق قيمة مضافة اقتصادية واجتماعية وثقافية، فهو لا يقتصر على تمويل التعليم أو البحث العلمي فحسب، بل يشمل أيضًا بناء القدرات البشرية، تطوير البنية التكنولوجية، وإنشاء بيئة مؤسسية تسمح بتحويل المعرفة إلى مورد استراتيجي ، ومن هذا المنطلق، يُنظر إلى المعرفة كأصل استراتيجي يعادل أو يفوق في أهميته الأصول المادية التقليدية، حيث أصبحت أساسًا للتنمية المستدامة والقدرة التنافسية في الاقتصاد المعاصر [9]

ويُنظر إلى المعرفة هنا على أنها رأس مال غير مادي، يشبه الأصول الاقتصادية، يمكن استثماره لتحقيق التنمية المستدامة وتعزيز الابتكار، وقد أكد بيتر دراكر أن المعرفة أصبحت في العصر الحديث المورد الأساسي للإنتاج، متجاوزةً أهمية الأرض والعمل ورأس المال التقليدي[10] ، وهذا التحول يبرز أن الاستثمار في المعرفة ليس خيارًا ثانوياً، بل شرطًا جوهريًا في بناء اقتصاد معرفي تنافسي.

كما يرى بعض الباحثين أن الاستثمار في المعرفة يتجاوز حدود المؤسسات التعليمية والبحثية ليشمل البيئة الرقمية، من خلال المنصات التكنولوجية التي تتيح مشاركة المعلومات وتعزيز الابتكار الجماعي، ما يجعل منه رافعة أساسية في بناء الاقتصاد المعرفي [11]

## مفهوم الإعلام العلمي

الإعلام العلمي هو ذلك الفرع من الإعلام الذي يهدف إلى نقل المعلومة العلمية بدقة ووضوح إلى الجمهور العام، مع مراعاة التبسيط دون الإخلال بالمضمون، وقد بدأ ظهوره في القرن العشرين متأثراً بتطور الصحافة والاتصال الجماهيري [12]

الإعلام العلمي هو فرع من فروع الإعلام يهدف إلى نقل المعرفة العلمية والتكنولوجية إلى الجمهور بمختلف فئاته، من خلال تبسيط المفاهيم المعقدة وصياغتها بلغة واضحة وميسّرة، مع المحافظة على الدقة والموضوعية، فهو يسعى إلى بناء جسر بين المجتمع العلمي والجمهور العام، بما يسهم في رفع الثقافة العلمية، تعزيز التفكير النقدي، وتشجيع الانخراط في قضايا البحث والابتكار [13]

ويُنظر إلى الإعلام العلمي كوسيلة أساسية لمواجهة الأمية العلمية والحد من انتشار المعلومات المضللة، إضافة إلى كونه أداة استراتيجية لربط البحث العلمي بالاقتصاد والمجتمع، ويهدف الإعلام العلمي إلى سد الفجوة بين المجتمع العلمي والجمهور العام، عبر تحويل المصطلحات والمفاهيم المعقدة إلى لغة مبسطة وسهلة الفهم، بما يتيح تعزيز الثقافة العلمية، وتشجيع الإبداع والابتكار، وبناء وعي اجتماعي قائم على أسس معرفية رصينة [14]

وقد عرّفه فيليب بويل بأنه:

"نشاط اتصالي يسعى إلى جعل المعرفة العلمية والتكنولوجية في متناول غير المتخصصين، عبر وسائل الإعلام المختلفة، وبطريقة تحافظ على جوهرها العلمي دون تعقيد" [15]

## ثانيا: دورالاستثمارفي المعرفة في تطويرالإعلام العلمي

### الاستثمارفي رأس المال البشري والاستثمارفي التكنولوجيا والمنصات الرقمية

### الاستثمارفي رأس المال البشري

إن تدريب الكفاءات الإعلامية على التغطية العلمية يعد من أولويات الاستثمار في المعرفة، إذ يتيح تكوين صحفيين متخصصين قادرين على تبسيط المصطلحات العلمية وتحويلها إلى رسائل مفهومة[16]

يُعد رأس المال البشري أحد المكونات الجوهرية لرأس المال المعرفي، إذ يمثل مجموع المعارف والمهارات والخبرات التي يمتلكها الأفراد وتُسهم في زيادة الإنتاجية وتحقيق التنمية المستدامة، ويُقصد بالاستثمار في رأس المال البشري تلك الجهود والموارد المادية والتنظيمية الموجهة نحو التعليم، التدريب، الصحة، وبناء القدرات، بما يعزز من كفاءة الأفراد ويضاعف من مساهماتهم في الاقتصاد والمجتمع[17]

وقد أكد العديد من الباحثين أن الاستثمار في رأس المال البشري يشكل محركًا أساسيًا للاقتصاد المعرفي، حيث أن المجتمعات التي تُولي أهمية للبحث العلمي والتعليم المستمر تتمتع بقدرة أكبر على الابتكار ومواكبة التحولات التكنولوجية، كما أن هذا الاستثمار يُعتبر وسيلة استراتيجية لتعزيز الإعلام العلمي، إذ أن امتلاك كفاءات بشرية قادرة على إنتاج ونشر المعرفة العلمية يُسهم في رفع الوعي العام وتبسيط المفاهيم المعقدة[18]

وبذلك، فإن الاستثمار في رأس المال البشري ليس مجرد إنفاق على التعليم أو التدريب، بل هو رؤية استراتيجية تهدف إلى تحويل المعرفة إلى طاقة إنتاجية، وتعزيز تنافسية الأفراد والمؤسسات على حد سواء.

## الاستثمار في التكنولوجيا والمنصات الرقمية

أدى الاستثمار في البنية الرقمية إلى بروز منصات إعلامية علمية جديدة تعتمد على التقنيات الحديثة كالذكاء الاصطناعي والترجمة الفورية، مما ساعد على توسيع نطاق انتشار المعرفة العلمية[19]

يمثل الاستثمار في التكنولوجيا والمنصات الرقمية أحد المحركات الرئيسة للاقتصاد المعرفي في العصر الحديث، حيث أصبحت التقنيات الرقمية أداةً استراتيجية لإنتاج المعرفة وتداولها، فالمنصات الرقمية لا تُعد مجرد وسائط للتواصل، بل فضاءات ديناميكية تسمح بتبادل المعلومات العلمية، وتسهيل الوصول إلى الموارد المعرفية، وتطوير آليات جديدة للتعليم والتدريب[20]

وقد أكد العديد من الباحثين أن الاستثمار في التكنولوجيا لا يقتصر على اقتناء الأدوات التقنية، بل يتجاوز ذلك إلى بناء بنية تحتية رقمية متكاملة قادرة على دعم الابتكار وتسهيل انسياب المعرفة بين الأفراد والمؤسسات[21]

فالمنصات الرقمية مثل المكتبات الإلكترونية، وقواعد البيانات العلمية، ومواقع النشر المفتوح، أسهمت في تحويل الإعلام العلمي إلى عملية أكثر شمولية وتفاعلية، مما يعزز مشاركة الجمهور في إنتاج المعرفة وفهمها.

إضافة إلى ذلك، يُعتبر الاستثمار في التكنولوجيا الرقمية شرطًا أساسيًا لتحقيق التحول الرقمي للمجتمعات، بما يمكّنها من مواكبة الثورة الصناعية الرابعة، ويضاعف من قدراتها على المنافسة في الأسواق العالمية، وبالتالي، فإن دمج التكنولوجيا في استراتيجيات التنمية المعرفية يُشكل رافعة أساسية لتحقيق التقدم العلمي والاقتصادي على المديين المتوسط والبعيد.

## الاستثمار في مراكز البحث والتوثيق العلمي و تعزيز المحتوى العلمي الموثوق

### الاستثمار في مراكز البحث والتوثيق العلمي

يمثل دعم مراكز البحوث العلمية والتوثيق الإعلامي أحد أوجه الاستثمار في المعرفة، حيث يوفر للإعلاميين قاعدة بيانات دقيقة وحديثة تساعدهم في إنتاج محتوى علمي موثوق[22]

يُعَدّ الاستثمار في مراكز البحث والتوثيق العلمي من الركائز الجوهرية لبناء مجتمع معرفي متطور، إذ تمثل هذه المراكز فضاءات لإنتاج المعرفة وتخزينها وتنظيمها بما يتيح الاستفادة منها في مجالات متعددة، فالجامعات والمؤسسات البحثية لا يمكن أن تنهض بدورها في تطوير العلوم دون دعم ممنهج لمراكز التوثيق والمكتبات العلمية، التي تؤدي وظيفة استراتيجية في جمع المصادر، وتحليلها، وتوفيرها للباحثين وصناع القرار[23]

وتبرز أهمية هذه المراكز أيضًا في كونها تشكل حلقة وصل بين الباحث والمعلومة العلمية الموثوقة، من خلال تيسير الوصول إلى قواعد البيانات، والمجلات الأكاديمية، والوثائق المؤرشفة، وهو ما يسهم في رفع جودة الإنتاج العلمي وزيادة مردوديته [24]كما أن الاستثمار في التوثيق العلمي عبر التحول الرقمي أتاح إمكانيات واسعة لتبادل المعرفة عالميًا، من خلال إنشاء أرشيفات مفتوحة ومكتبات إلكترونية تتيح الوصول الفوري إلى البحوث والدراسات.

من هذا المنطلق، فإن تطوير مراكز البحث والتوثيق العلمي يُعتبر استثمارًا طويل المدى، ينعكس إيجابًا على تنمية رأس المال البشري، وتعزيز الابتكار، ودعم اتخاذ القرار المبني على الأدلة، وهو ما يرسخ دور هذه المؤسسات كدعامة أساسية في بناء اقتصاد معرفي متين ومستدام.

### تعزيز المحتوى العلمي الموثوق

الاستثمار في المعرفة يتيح تمويل برامج تدريبية للإعلاميين على أسس الكتابة العلمية المبسطة، مما يسهم في تقديم محتوى رصين بعيدًا عن التضليل

يُعتبر الاستثمار في المعرفة أداةً أساسية لضمان جودة المحتوى العلمي الذي يُقدَّم للجمهور عبر وسائل الإعلام. فالتحدي الأكبر الذي يواجه الإعلام العلمي في العصر الرقمي هو انتشار الأخبار الزائفة والمعلومات غير الدقيقة، مما يستدعي وجود آليات تمويل وتطوير تستثمر في تدريب الكفاءات الإعلامية على أسس التحرير العلمي الرصين.

فالصحفي أو الإعلامي العلمي يحتاج إلى امتلاك القدرة على تبسيط المفاهيم المعقدة دون الإخلال بدقتها، وهو ما يتحقق من خلال الاستثمار في برامج التدريب الأكاديمي والمهني، إلى جانب تعزيز الشراكات بين الجامعات ووسائل الإعلام، وبهذا، يصبح الإعلام العلمي قادرًا على تقديم محتوى موثوق يجمع بين الدقة العلمية والوضوح الإعلامي[25].

كما أن الاستثمار في المعرفة يضمن وجود آليات مراجعة وتدقيق علمي قبل نشر المحتوى، شبيهة بالمراجعة الأكاديمية في الدوريات العلمية، مما يعزز ثقة الجمهور في الوسائط الإعلامية العلمية ويجعلها مرجعًا يعتمد عليه بدلًا من المنصات غير الموثوقة.

**تحفيز البحث في مجال الإعلام العلمي وتعزيز ثقة المجتمع بالعلم**

**تحفيز البحث في مجال الإعلام العلمي**

الاستثمار في مراكز البحث والتوثيق العلمي يُمكّن من دراسة التفاعلات بين العلم والمجتمع والإعلام، وتقديم توصيات لتحسين الخطاب العلمي الموجه للجمهور.

إن الاستثمار في المعرفة لا يقتصر على إنتاج المحتوى أو تدريبه، بل يمتد إلى تشجيع البحث العلمي المتخصص في مجال الإعلام العلمي ذاته، فالإعلام العلمي، بوصفه جسرًا بين المجتمع والمؤسسات الأكاديمية، يحتاج إلى دراسات معمقة ترصد كيفية تفاعل الجمهور مع الخطاب العلمي، ومدى تأثير قنوات الإعلام التقليدية والرقمية في نشر الثقافة العلمية.

يساهم هذا الاستثمار في إنشاء مراكز بحثية متخصصة تهتم بدراسة أساليب التبسيط العلمي، واستراتيجيات إيصال المعرفة للجمهور، إلى جانب تقييم الأثر المجتمعي للمحتوى العلمي الموجه، كما يشجع على إجراء أبحاث مقارنة بين الدول في كيفية معالجة الإعلام للقضايا العلمية الكبرى مثل: التغير المناخي، الصحة العامة، أو الذكاء الاصطناعي.

وتؤكد الدراسات أن وجود دعم مادي ومؤسساتي لهذا المجال يعزز من تراكم المعرفة الأكاديمية حول الإعلام العلمي، مما يساعد في بناء سياسات إعلامية قائمة على الأدلة والبحوث[26] ، ومن ثمّ، فإن تشجيع البحث في هذا المجال يعد خطوة محورية لتطوير آليات نشر المعرفة العلمية بطريقة مؤثرة وفعالة، قادرة على مواجهة تحديات المعلومات المغلوطة وتوسيع قاعدة الوعي المجتمعي بالعلم[27]

## تعزيز ثقة المجتمع بالعلم

من خلال الاستثمار في المعرفة وتوظيفها إعلاميًا، يصبح المواطن أكثر وعيًا بالعلوم الحديثة، مما يعزز المشاركة المجتمعية في القضايا العلمية والتكنولوجية ، حيث يُعد تعزيز ثقة المجتمع بالعلم من أهم الأدوار التي يضطلع بها الاستثمار في المعرفة عبر الإعلام العلمي. فالعلم، مهما بلغ من دقة، يبقى رهينًا بقدرة الإعلام على نقله إلى الجمهور بصورة موضوعية، مبسطة، وموثوقة، كما أن الاستثمار في هذا المجال يتيح تطوير منصات إعلامية تعتمد على معايير النزاهة والشفافية، مما يسهم في الحد من انتشار الأخبار الزائفة أو المضللة ذات الصلة بالعلم.

كما أن توفير موارد مالية وبشرية كافية يساهم في دعم الصحفيين العلميين وتمكينهم من التحقق من مصادر المعلومات، وإيصالها بطريقة تراعي الفهم العام. وهذا بدوره يعزز من المصداقية الاجتماعية للعلم، ويقوي العلاقة بين العلماء والجمهور، بحيث يصبح العلم جزءًا من النقاشات العامة والسياسات المجتمعية.

وتشير الدراسات إلى أن الاستثمار المنهجي في قنوات الإعلام العلمي يساعد في رفع مستوى الثقة الاجتماعية بالعلماء والمؤسسات البحثية، خصوصًا في فترات الأزمات الصحية أو البيئية، حيث يحتاج المجتمع إلى مصدر موثوق للإرشاد[28]، إلا أن الإعلام العلمي لا يقتصر على نشر الحقائق، بل يهدف كذلك إلى ترسيخ قيم الانفتاح والشفافية العلمية، الأمر الذي يعزز ثقة الجمهور بالعلم كمرجع موثوق لفهم العالم واتخاذ القرارات. وبذلك، فإن الاستثمار في المعرفة يفتح المجال لتطوير برامج إعلامية علمية تفاعلية، تسهم في مكافحة المعلومات المضللة، وتدعيم مكانة العلم في الوعي الجماعي [29]

**الخاتمة**

من خلال هذا البحث، وصلتُ إلى قناعة راسخة بأن الاستثمار في المعرفة لا يعد ترفًا فكريًا أو خيارًا ثانويًا، بل هو ضرورة وجودية لمستقبل الإعلام العلمي في مجتمعاتنا. لقد تبين لي أن الإعلام العلمي لا يمكن أن يؤدي رسالته في التبسيط والنشر والتثقيف دون قاعدة معرفية قوية، سواء من حيث الموارد البشرية المؤهلة أو من حيث البنية التكنولوجية والبحثية. وما شدّ انتباهي أكثر هو أن الفجوة بين المعرفة والإعلام العلمي لا تزال قائمة، وأن ردم هذه الفجوة يحتاج إلى رؤية استراتيجية تتجاوز الحلول الظرفية.

و عليه تتمثل نتائج الدراسة في ما يلي:

- توصلتُ إلى أن الاستثمار في رأس المال البشري، من خلال تكوين إعلاميين متخصصين في المجال العلمي، هو الخطوة الأولى نحو إعلام علمي فعال ومؤثر.
- لاحظتُ أن توظيف التكنولوجيا الحديثة – خاصة المنصات الرقمية والذكاء الاصطناعي – قد أحدث نقلة نوعية في قدرة الإعلام العلمي على الانتشار والوصول إلى شرائح واسعة.
- تأكد لي أن غياب الدعم المؤسسي والمالي يشكل عائقًا حقيقيًا أمام تطور الإعلام العلمي، وأن الكثير من المبادرات تتوقف عند حدود ضيقة بسبب هذا الضعف.

- اتضح لي أن بناء جسور بين المراكز البحثية والمؤسسات الإعلامية هو مفتاح لضمان جودة الرسائل العلمية الموجهة للجمهور.
- توصلتُ أيضًا إلى أن الأمية العلمية والأخبار المضللة من بين أبرز التحديات التي تستوجب معالجة عاجلة.

و في هذا الاطار نقدم الاقتراحات التالية:

- إطلاق برامج وطنية لتكوين الصحفيين العلميين، مع دمج مهارات تبسيط العلوم في مناهج كليات الإعلام.
- تخصيص صناديق دعم وتمويل للإنتاج الإعلامي العلمي، بالشراكة بين الحكومات والقطاع الخاص.
- تعزيز البنية التكنولوجية للإعلام العلمي عبر الاستثمار في المنصات الرقمية المبتكرة، والترجمة العلمية، وأدوات التحقق.
- ربط الإعلام بالمؤسسات البحثية من خلال اتفاقيات تعاون دائمة تضمن تدفق المعلومة الصحيحة.
- إطلاق حملات توعية تهدف إلى محاربة الأمية العلمية وتفنيد الأخبار المضللة.
- فتح قنوات للتعاون الإقليمي والدولي في مجال الإعلام العلمي لتبادل التجارب الناجحة.

**قائمة المراجع:**

[1] الطرابلسي محمد. الاقتصاد المعرفي. دار الفكر، بيروت – لبنان، 2017، ص 45

[2] حجازي أحمد. الإعلام والعلوم. دار النهضة العربية، القاهرة – مصر، 2019، ص 88

[3]الزهري خالد. المعرفة والمجتمع. دار الأفق، الرباط – المغرب، 2020، ص 76

[4] Drucker, Peter Ferdinand, Post-Capitalist Society, HarperBusiness, 1993, p. 45.

[5] Lewenstein, Bruce V., "From Public Understanding of Science to Public Engagement with Science and Technology," Science Communication, vol. 16, no. 4, 1995, p. 402.

[6] Nonaka, Ikujiro, & Takeuchi, Hirotaka, The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation, Oxford University Press, 1995, p. 62.

[7]العيساوي سامي. الإعلام المتخصص. دار الكتاب الجامعي، عمان – الأردن، 2020، ص 134 و يوسف فاطمة. الإعلام الرقمي. دار الحكمة، بغداد – العراق، 2021، ص 203

[8]الطرابلسي محمد. الاقتصاد المعرفي. دار الفكر، بيروت – لبنان، 2017، ص 45

[9] Drucker, Peter Ferdinand, Post-Capitalist Society, HarperBusiness, 1993, p. 45.

[10]دراكر بيتر. مجتمع ما بعد الرأسمالية. ترجمة أحمد محمود، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية ـ مصر ، 1995، ص 42

[11] Nonaka, Ikujiro & Takeuchi, Hirotaka, The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation, Oxford University Press, 1995, p. 62.

[12]حجازي أحمد. الإعلام والعلوم. دار النهضة العربية، القاهرة – مصر، 2019، ص 88

[13]عبد المجيد بن حمد. الإعلام العلمي وتبسيط المعرفة. دار الفكر الجامعي، القاهرة، 2012، ص 33

[14] Lewenstein, Bruce V., "From Fax to Facts: Communication in the Cold Fusion Saga", Social Studies of Science, Vol. 25, No. 3, 1995, p. 402.

[15] Boyle Philip. Science Communication. Oxford University Press, 2006, P 15

[16]العيساوي سامي. الإعلام المتخصص. دار الكتاب الجامعي، عمان – الأردن، 2020، ص 134

[17] Becker Gary S. Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education. 3rd ed., University of Chicago Press, 1993, P 21

[18] Schultz Theodore W. Investment in Human Capital. The Free Press, New York, 1998, P 47

[19] يوسف فاطمة. الإعلام الرقمي. دار الحكمة، بغداد – العراق، 2021، ص 203

[20] Tapscott Don. Grown Up Digital: How the Net Generation Is Changing Your World. McGraw-Hill, 2009, P 63

[21] Castells Manuel. The Rise of the Network Society. 2nd ed., Wiley-Blackwell, 2010, P 77

[22] سالم عبد الرحمن. دور المراكز البحثية. دار المعرفة، الجزائر – الجزائر، 2018، ص 57

[23] Booth Wayne C., and Gregory G. Colomb. The Craft of Research. 3rd ed., University of Chicago Press, 2008, P 45

[24] 16. UNESCO. UNESCO Science Report: Towards 2030. UNESCO Publishing, 2015, P 92

[25] Lewenstein Bruce. Science Communication Research Over Time. In: Handbook of Public Communication of Science and Technology. Routledge, 2016, P 12

[26] Bauer Martin W., & Bucchi Massimiano. Journalism, Science and Society: Science Communication between News and Public Relations. Routledge, 2007, P 5

[27] Lewenstein Bruce. Science Communication Research Over Time. In: Handbook of Public Communication of Science and Technology. Routledge, 2016, P 402

[28] Nisbet Matthew C., & Scheufele Dietram A. "What's Next for Science Communication? Promising Directions and Lingering Distractions." American Journal of Botany, 96(10), 2009, 1767

[29] Lewenstein Bruce. Science Communication Research Over Time. In: Handbook of Public Communication of Science and Technology. Routledge, 2016, P 402