

המחקר

תחום מחקר:
תקשורת המדע
שנת מחקר: 2016
חוקרים: פרופ' אילת ברעם-צברי ואביב שרון
מוסד אקדמי: הטכניון

המעבדה מחקרים מעוררי השראה

להאיץ חלקיקים – ולרוץ לספר לחבר'ה

אפילו הקברניטים של CERN, מאיץ החלקיקים בשווייץ, מבינים שהעולם השתנה, ומפעילים ארבעה חשבונות שונים ברשתות חברתיות • מחקר חדש של הטכניון חושף עד כמה המדענים בשווייץ יעילים בגריפת לייקים **אמית' זיו**

נגלה לכם סוד מאחורי הקדעים: את מוסף המחקרים השני של TheMarker, שבו אתם אוהבים בעת, היה לנו קל הרבה יותר להבין מאשר את הראשון, שיצא בדיוק בערב יום הכיפורים בשנה שעברה. הסיבה פשוטה: יותר חוקרים נענו לנו והסכימו להתראיין ולספר על המחקרים שלהם.

אמנם לא ערכנו מחקר משל עצמנו בנוגע לסיבות, אבל אני חנו יכולים לנסות לשער מה הן.

אולי הם נוכחו לדעת שאנחנו מתייחסים בכובד ראש למחקר ריהם, אולי ראו כי החשיפה של מי שהתראיינו בשנה שעברה היתה חיובית, ואולי פשוט הזמנים השינו – הרשתות החברתיות שינו את חוקי המשחק גם עבור מגדל השן האקרמי. האם גם החוקרים פשוט מחפשים לייקים? פרופ' אילת ברעם והדוקטורנט אביב שרון מהטכניון סבורים שזה בהחלט מה שחוקרים צריכים לעשות. "אנחנו חוקרים את מעורבות

הציבור במדע ובסוגיות רפואיות", מסביר שרון. "מעניין אותנו השיח ברשתות החברתיות סביב מחקרים ומדע, כמו בפורומים שונים שבהם הגולשים מקבלים ייעוץ". ואולם, שרון וברעם-צברי אינם מסתפקים במחקר שהם עורכים בסוגיות של מדע יישומי, אלא עוסקים גם באופן שבו המדע נתפש בצורתו הגולמית יותר. לשם כך הם הליכו חוקר רחוק שאפשר – למאיץ החלקיקים CERN בשווייץ, הקצה של הפיזיקאים. מטרתם היתה

לבחון כיצד המכון מפרסם מידע ברשתות החברתיות על הנושאים המדעיים הסבוכים שהוא עוסק בהם, ואילו מסרים מצליחים לתפוס וליצור שיח. "זה המקום עם המכשור הכי גדול והכי יקר בעולם, כל כך יקר שאף מדינה לא יכולה לממן אותו בעצמה, או יש איחוד משאבים", מסביר שרון. "חוקרים שם את סודות היקום וחלקיקים תת-אטומיים. אבל מכיוון שהם ממומנים מכספי ציבור, חשוב להם הקשר עם העולם.

כך למשל, ההכרזה הרשמית על מציאת החלקיק בוזון היגס (חלקיק תת-אטומי, המכונה גם החלקיקי האלוהי, שהיה בגדר תיאוריה עד גילוייו ב-CERN; א"י) נעשתה בטיימס וב-12 ביולי 2012 עוד לפני הודעת ה"ח"צ הרשמית לעיתונאים."

1.5 מיליון עוקבים בטוויטר

ב-CERN משתמשים בארבע פלטפורמות חברתיות: טוויטר (באנגלית ובצרפתית), פייסבוק, אינסטגרם וגוגל פלוס. המחקר של שרון וברעם-צברי אסף נתונים על 214 אייטמים ב-48 נושאים שפייסבוק המכון בפלטפורמות השונות במשך שמונה שבועות.

המעבדה ב-CERN נמצאת במשחק הסושיאל מאז 2008, כאשר הושק חשבון הטוויטר של המכון. נכון לאוקטובר 2016 ל-CERN יותר מ-1.5 מיליון עוקביים בטוויטר ו-560 אלף חברים בפייסבוק באנגלית. מרבית עוקביים כיו (56.4%) הם בגילאי 24 עד 44 ורובם גברים. שאר הפלטפורמות החברתיות של CERN נמצאות הרחק מאחור: לחשבון הטוויטר בצרפתית יש רק 17 אלף עוקבים. לאסטרטגיה של CERN כלפי רשתות חברתיות יש שלוש מטרות: למשוך אנשים לאתר של המכון; להקים קהילות אונליין פעילה ומעורבת בעבודה המדעית; וליצור יחס חיובי כלפי CERN. במילים אחרות, מטרת הנוכחות של CERN ברשת היא מצד אחד חינוכית ומצד אחר שיווקית. ובכן, נראה שב-CERN יודעים לשחק את המשחק. כל אייטם שהעלה המכון לרשת חברתית לווח בתמונה או באיור וסוג לקטגוריות קבועות כמו "חדשות", "Wow" או "נחשו מה זה יכול להיות". סטטוס ממוצע של CERN גורד 433 לייקים בפייסבוק ו-122 לייקים (בעבר ניכרת פעילות רבה ביחס לגודל הפלטפורמה – 1,100 עוקבים בלבד ו-111 לייקים בממוצע לתמונה. גם בפלטפורמת גוגל פלוס נמצאה פעילות רבה ביחס למספר העוקבים.

זה לא צריך להפתיע אבל קט"גוריית התוכן שגורדת הכי הרבה פעילות, לייקים וכניסות היא הקטגוריה Wow עם 285 לייקים לאיטם ממוצע. דוגמה לאיטם כזה היא תמונה מכפנים של מאיץ החלקיקים. מתוך 214 אייטמים שנבדקו 35 נמצאו חריגים לטובה מבחינת רפוס ההשתתפות. בקט"ג

"חוקרים" מתפרנסים מכספי ציבור, אבל גילינו שזו עבודה לא פשוטה להסביר להם שהם חייבים לציבור הסבר על המחקר שלהם, גם אם הוא לא יישומי"

זכה להצלחה פוסט על המחשב המרכזי הראשון של CERN. רוב הפוסטים נצפו על ידי כ-10,000 אנשים. יוצא דופן במיוחד הוא האיטם על מדיה הכלים של CERN שהופיעה בו תמונה של המכשיר, אשר במקום להדריך כלים מדיח לוחות עם מעגלים אלקטרוניים. הפוסט נצפה על ידי 121 אלף אנשים והתמונה צויצה מחדש יותר מ-1,200 פעמים בטוויטר, כנראה מפני שהיתה מפתיעה.

למה כל זה חשוב? שרון מסביר: "גם המדע צריך יחסי ציבור. מדענים צריכים לדעת להשתחרר מהכובד, ולתקשר החוצה דברים שהציבור יכול להתחבר אליהם. הסיבה הראשונה היא שקיפות. במקרים רבים, חוקרים מתפרנסים מכספי ציבור, אבל גילינו שזו עבודה לא פשוטה להסביר להם שהם חייבים לציבור הסבר על המחקר שלהם, גם אם הוא לא יישומי. האינטרנט מאפשר דמוי קרטיזציה, אבל צריך לנהל שיח בשביל זה. אנשים יכולים לבקר מחקר אם לא ברמה המדעית – אז ברמה הכלכלית וברמה הערכית. "הסיבה השנייה היא השראה – וזה טיעון חזק", אומר שרון. "המחקר שנחשף יכול לעורר אנשים צעירים, שהעולם הזה היה זר להם עד כה, לבחור בדרך המדע. בעולם מתחילים להבין את זה. קרן המחקר האירופית, למשל, דורשת בכל מענק מחקר שהיא נותנת שהחוקר גם ירצה בכתי ספר ויספר לילדים על המחקר שלו. בעיני זה עניין של זמן עד שהאקדמיה הישראלית תתחיל לדרוש דבר דומה".



הידעת?

תמונה של מדיח הכלים של CERN למעגלים מודפסים זכתה ביותר מ-121 אלף צפיות בפייסבוק, וצויצה מחדש יותר מ-1,200 פעמים בטוויטר.