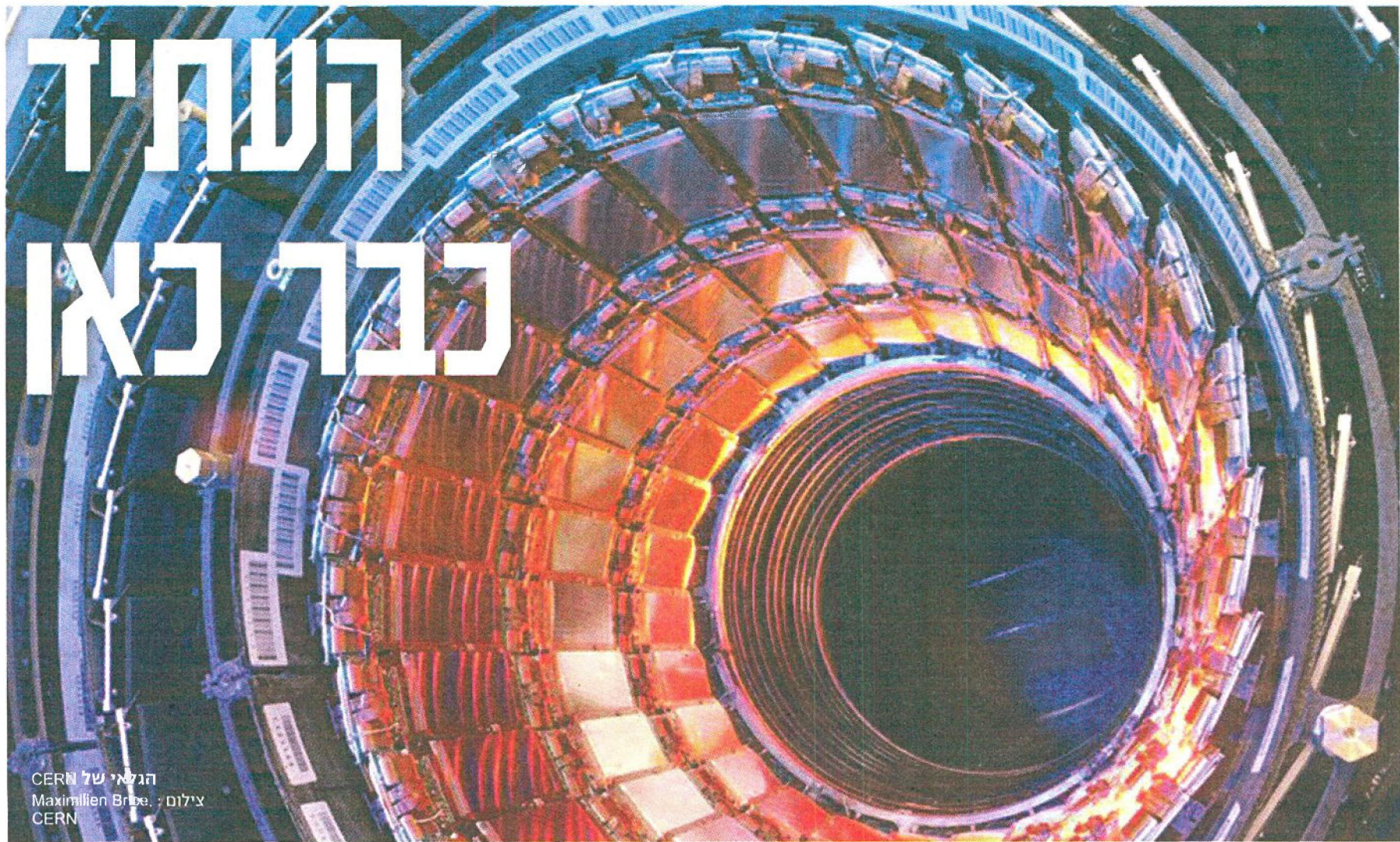


24.49x23.59	1	4	עמוד	מערב מקומונים - זמן צפון שרון	01/07/2016	54009188-5
הטכניון מכון טכנולוגי לישראל - 80616						



העתיד כבר כאן

הגלילי של CERN
צילום: Maximilien Brice, CERN

מחקר שנערך בטכניון מנתח את התייחסות הציבור לידיעות מדעיות בפלטפורמות מדיה שונות ■ מדע במדיה החברתית: איך זה עובד?

יונתן הללי

חלפו עברו ימי מגדל השן. רעיונות, שיטות וממצאים מדעיים מתפרסמים יותר ויותר בפלטפורמות שונות במדיה החברתית, ומעלים שאלות הנוגעות לטיב הפלטפורמות ולהבדלים ביניהן. לדוגמה, האם משתמש מוגיב אחרת לאותה תמונה מדעית המופיעה בפלטפורמות שונות - פייסבוק וטוויטר, למשל?

ממחקר חדש שנערך בטכניון וב-CERN - המרכז הגדול בעולם לחקר חלקיקים - עולה כי התשובה לשאלה זו שלילית; נושאים מדעיים דומים זוכים למעורבות-משתמש רומה בפלטפורמות שונות. תמונות "מדהימות" גוררות מעורבות גבוהה ללא קשר לפלטפורמה

ובמקרים מסוימים אפילו אם אינן חדשות. למשל, תמונה של מדיח הכלים של CERN למעגלים מודפסים זכתה ביותר מ-121,000 צפיות בפייסבוק, והועלתה מחדש יותר מ-1,200 פעמים בטוויטר, כנראה מפני שהייתה כה מפתיעה ומשעשעת. נראה כי אותם עקרונות המסבירים את סוד המשיכה לסרטוני חתולים ויראליים חלים גם על ציורים בנושא חלקיקים תת-אטומיים.

עם זאת, המחקר מצא הבדל מעניין בשיעורי מעורבות-המשתמש בין הרשתות החברתיות השונות בהן פעילה CERN. כפי שניתן לצפות, בפלטפורמות שבהן יש ל-CERN חשבונות עם קהל גדול, כגון חשבון הטוויטר באנגלית המגיע ליותר

צילום: זיבורת הטכניון



פרופ' אילת ברעם-צברי

ממיליון עוקבים, פוסטים בנושאים מדעיים נוטים לקבל יותר שיתופים והקלקות. עם זאת, מעורבות-המשתמש בפלטפורמות חדשניות כגון אינסטגרם, שבהן ל-CERN יש פחות עוקבים, גבוהה יחסית למעורבות בפלטפורמות הגדולות והוותיקות יותר. יתכן שהסבר טמון בכך שבפלטפורמות חדשות, משתמשים שהם בגדר "מאמצים מוקדמים" נוטים להיות עוקבים מעורבים יותר.

הנתונים מתבססים על מחקר שפורסם החדש בכתב העת האקדמי PLOS ONE, בו נחקרה מעורבות-המשתמש בפריטים כגון פוסטים, ציורים וכדומה שפורסמו בנושא פיזיקת חלקיקים בפלטפורמות שונות של מדיה חברתית: פייסבוק, גוגל פלוס, אינסטגרם וטוויטר.