

15.85x10.08	1/6	עמוד 7	מגזין - גלובס	01/06/2017	58744475-4
מוסד שמואל נאמן - למחקר מדיניות לאומית בטכניו - 85300					

26 חור במגדל השן

חומר למחשבה 1: מסרטוני אנימציה ועד

לסרנאות תקשורת - באקרימיה מתחילים להבין
שכרי להישאר רלוונטיים, המדענים צריכים
להיות נגישים יותר לציבור. דוח G | רנן נצר

מה שווים כל המחקרים אם
הציבור לא מבין אותם? (26)



27.25x31.76	2/6	26	עמוד	מגזין - גלובס	01/06/2017	58744292-1
מוסד שמואל נאמן - למחקר מדיניות לאומית בטכניו - 85300						

חומצת להחתייפכפ 4

מחקרים קובעים ש...: מה הציבור מבין



עם סטארט־אפ שמטרתו היא "להבין מחקר של הרווארד בשתי דקות", סדנאות עיתונות לאקדמאים ודור צעיר של מדענים שחי את הרשתות החברתיות, באקדמיה מבינים שאם הם חפצי חיים (ותקציבים) עליהם להתגבר על הסלידה מהמדיה הפופולרית, לרדת ממגדל השן ולהנגיש את המחקרים שלהם לציבור. דוח G ← רנן נצר

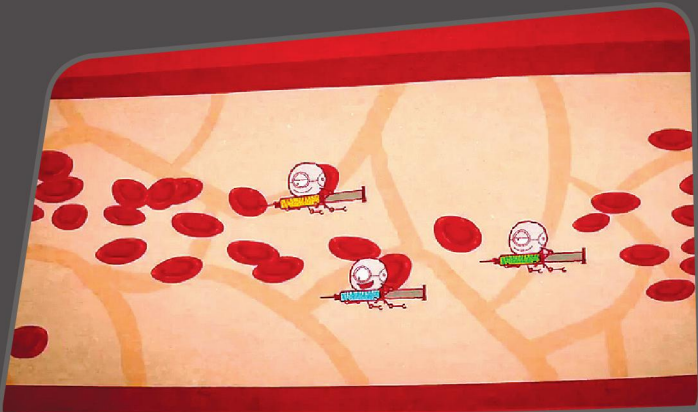
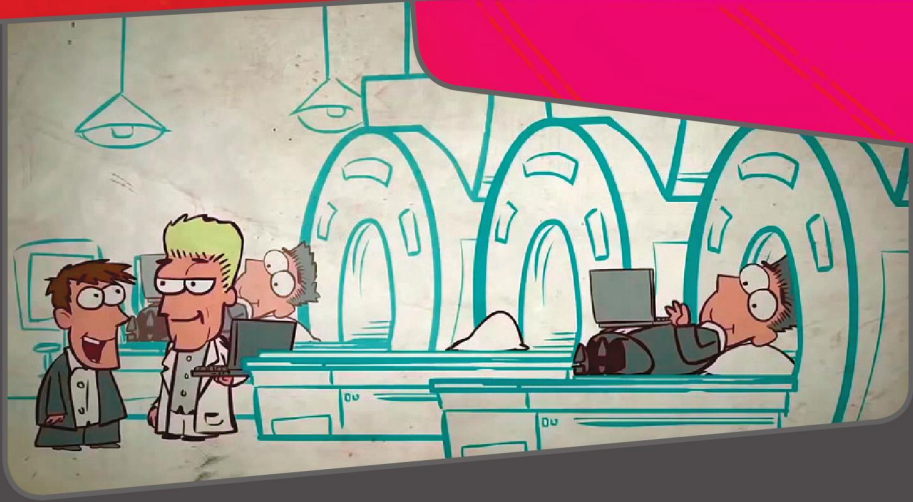
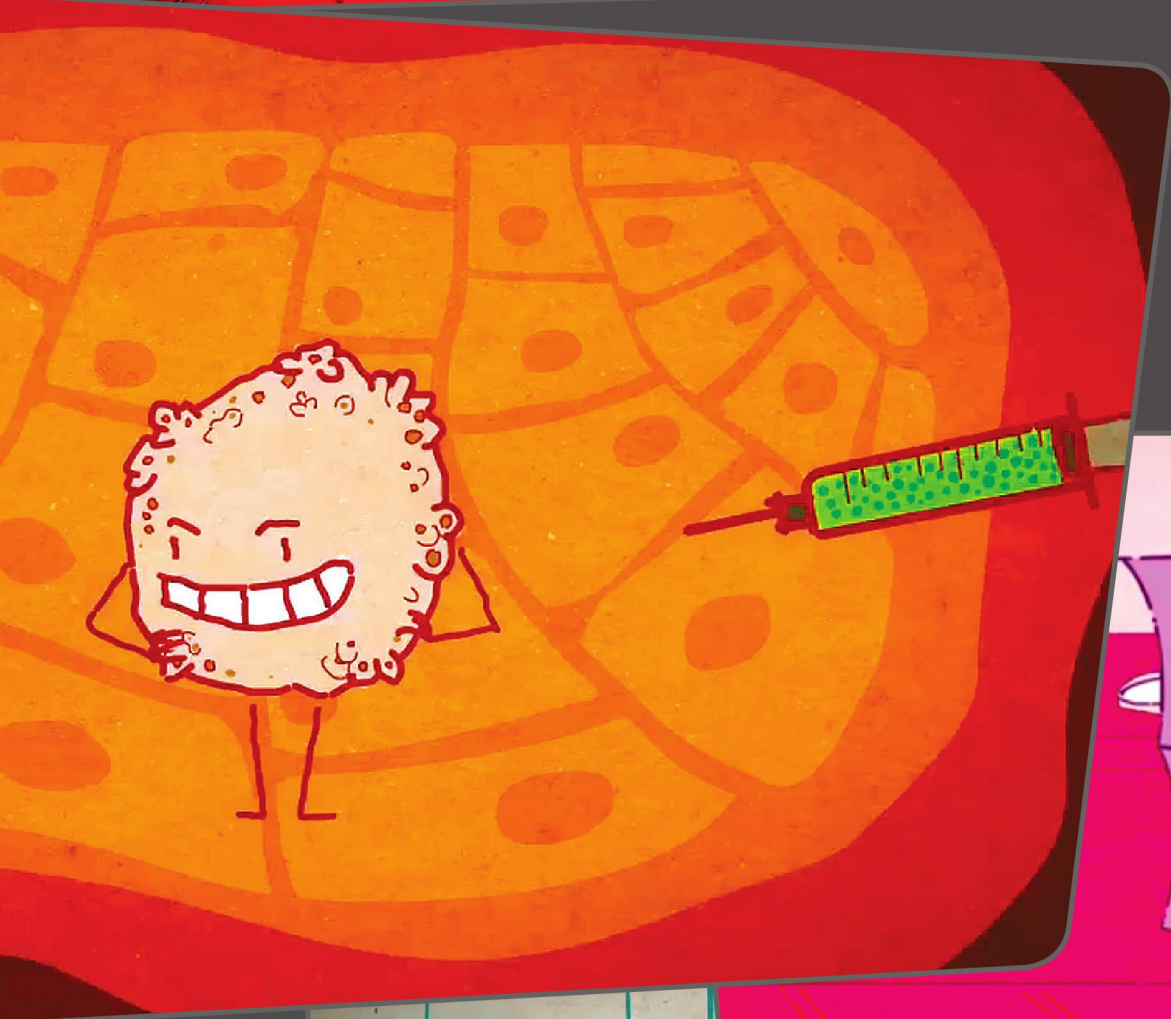
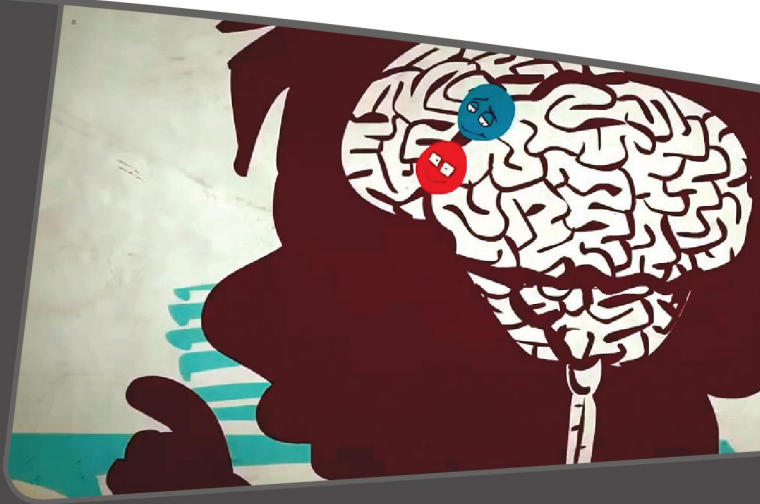
האפורים

כשהתאים פוגשים את הצהובים

התאים



26.9x29.19	3/6	עמוד 26	מגזין - גלובס	01/06/2017	58744293-2
מוסד שמואל נאמן - למחקר מדיניות לאומית בטכניו - 85300					



מתוך סרטוני חברת VIKKI
שמוצגים כעת בפלטפורמה
הדיגיטלית של התאגיד, תחת
"כאן מדע". מאות אלפי צפיות

58744412-5	01/06/2017	ג גלובס - מגזין	עמוד 28	4/6	23.36x34.8
מוסד שמואל נאמן - למחקר מדיניות לאומית בטכניו - 85300					

צילומים: איל יצהר



נופר סיני (מימין), מנכ"לית וIKKI: "ראיתי את העיוות בכך שחוקרים עושים מדע וכותבים את המחקרים שלהם, אבל הקהל הרחב לא מעניין אותם. בסופו של דבר, הם כותבים לקולגות שלהם, וחלקם גם לא מתביישים להגיד את זה"

אסף רותם, סמנכ"ל השיווק: "דור המדענים של היום מבין שיש לו מה להפסיד אם המדע יאבד את הרלוונטיות שלו. כשהם מסיימים מחקר שעמלו עליו כמה שנים, הם מתחילים לעבוד בשיווק שלו, והם רעבים לתקשורת"

הנוגעות לשעות השינה בצבא והנושא של 'שעת אפס' בבתי ספר. בעבר גם השתתפתי בתשרירי שירות ברדיו שקרא לאנשים לא לנהוג במצבי עייפות קיצוניים. היה לי חשוב לעשות זאת כי אני רואה באוניברסיטאות גם מכשיר לשיפור החברה. "חוקרים לא צריכים לצבור את התגליות והפיתוחים המדעיים שלהם במגדל השן שלהם, אלא להתחלק עם הציבור הרחב ובמידת האפשר ליישם אותם לטובת החברה בכל התחומים", הוא ממשיך. "זה חשוב בצורה כלתית רגילה, ומעבר להיבט של אוריינות מרעית ושל ידע, הציבור צריך לדעת שיש תמורה בעד האגרה. אני חושב שכראי ורצוי לתת כלים לחברי סגל, בעיקר לצעירים שבהם, להציג את ממצאי המחקרים".

גם לפרופ' דניאל זייפמן, נשיא מכון ויצמן למדע, אין ספקות בנושא. "במקום התחושה שיש לציבור שאנחנו נמצאים לכאורה במגדל שן, אנחנו רוצים להיות מגדל אור", הוא אומר. "לאנשים בחברה לא קל להבין מה מרענים עושים, ואילו המדענים מרגישים מחויבים לציבור, כי חלק גדול ממה שהם עושים הוא למען החברה וגם ממומן על ידי החברה (האוניברסיטאות הן גופים ציבוריים), לכן חשוב מאוד ליידע את הציבור לגבי מה אנחנו עושים וזאת מחויבות שלנו".

השאלה איך עושים את זה כך שהציבור גם יבין ואולי אפילו יפיק מוכך תועלת.

"נכון, המטרה היא לא להראות לציבור את הנוסחאות המסובכות אלא להנגיש את המדע, כדי שיבינו שמה שאנחנו עושים הוא בעל ערך; ולא מדובר רק בערך של מחקר לשם ריפוי מחלות אלא גם בערך אינטלקטואלי. אנחנו חושבים שמדען הוא החלוץ של הזמנים המודרניים. מעבר לכך, לא מעט מדענים הם גם מורים במובן הרחב של המילה, הם מחנכים את הדור הבא של המדענים. זה אינסטינקט; בכל פעם שאנחנו רואים משהו שרוצה להקשיב, אנחנו רוצים לספר לו ולהעביר את זה הלאה".

אחת הפלטפורמות המוכרות שבהן מתקיים דיאלוג שכזה הוא

מגדל אור, לא מגדל שן

"ליותר ויותר חוקרים בעולם ברור שלהיות מסוגלים לתקשר את המדע שלהם זה חלק מהעבודה שלהם", מאשרת פרופ' אילת ברעם-צברי, ראש קבוצת תקשורת המדע בפקולטה לחינוך למדע וטכנולוגיה בטכניון, "והם יכולים לעשות זאת, בין היתר, באמצעות רשתות חברתיות, סרטונים והרצאות מקוונות. יותר ויותר ברור שכראי שתקשורת המדע תהיה חלק מהכשרה של מדענים צעירים, והכוונה היא לא רק למיומנויות כמו איך להתראיין ואיך לחדר מסרים, אלא גם לחשוב מה התפקיד של מדען בחברה, להבין שנקודת מבטו היא לא היחידה שמשמשת לקבלת החלטות; למה חשוב לתקשר עם הציבור ומה ראוי שינסה להשיג בשיח כזה. יש מדינות שבהן זה כבר קורה ובישראל אנחנו בדרך. אני חושבת שזה יועיל לכולם: לציבור, למדע וליחסים ביניהם".

"אני חושב שאחת השליחויות של האקדמיה היא להשתמש בידע שלה לטובת הציבור", מבהיר גם נשיא הטכניון פרופ' פרץ לביא, שתחום התמחותו הוא פיזיולוגיה ופתולוגיה של השינה. "בתחום המחקר שלי, הייתי מעורב ביישום של ממצאים מדעיים בחיי היומיום, כמו שינוי פקודות מטכ"ל



לא פחות מ־94 אלף צפיות

רשם סרטון האנימציה "מה גדול האשכים שלנו אומר עלינו?", שעלה החודש באתר "כאן מדע" – ולא במקרה. נופר סיני ואסף רותם, עיתונאים לשעבר וכיום יזמי הסטארט־אפ VIKKI, שעומד מאחורי הסרטון ושיתוף הפעולה עם פלטפורמת הדיגיטל של תאגיד השידור הציבורי החדש, מודעים היטב לכוחה של כותרת סקסית למשוך אליה צופים. ואחרי שאלה הקליקו, מחכות להם שלוש דקות של חומר מדעי־אקדמי, אבל כזה שמוגש בקלילות ואף מעלה חיוך. קופים, דינוזאורים, בני אדם ותאי זרע חביבים מלווים את ההסבר ומובילים את הגולשים עד להוכחה המדעית לכך שגודל האשכים פרופורציונלי לייצור זרע.

את המחקר האקדמי שזכה לכותרת "איך מתקנים לב שנשבר?", מודים השניים, היה אף מאתגר יותר להנגיש לקהל הרחב. פרופ' טל דביר מאוניברסיטת תל אביב וחוקריו סיימו מחקר מרשים ומורכב, אולם במקום להפגין את הגולשים במונחים דוגמת רקמה סייבורגית, לב ביוני ומעקב גנראלקטרוני, בסרטון האנימציה ממתין לגולשים חולה לב חביב שממתין לתרומת לב ומיקומו בתור 1,024. מעליו מרחף סוג של מלאך מוות, כאשר פיגום ביולוגי ידירתי שמורכב על הגוף, עוזר להבין את המסר. גם במקרה הזה התוצאה משכנעת, עם כ־100 אלף צפיות.

"אני אוהבת ומעריכה את המדע, ובמקביל תהיתי במשך שנים למה הוא לא יותר נגיש וברור לקהל הרחב", מספרת סיני על הסיבה שהובילה אותם אל הרעיון לייצר כלי מתווך שיעזור "להבין מחקר של הרווארד בשתי דקות", כלשונה. "במשך תקופה ארוכה ראיתי את העיוות בכך שחוקרים עושים מדע וכותבים את המחקרים שלהם, אבל הקהל הרחב לא מעניין אותם. בסופו של דבר, הם כותבים לקולגות שלהם, וחלקם גם לא מתביישים להגיד את זה".

והיום, כשאתם מדברים עם מדענים, אתם מתרשמים שהקהל הרחב כן מעניין אותם?

"מאוד", משיב רותם, "הם רוצים חשיפה גם בגלל התהילה האישית, אבל גם בגלל המניע האלטרואיסטי של גילוי הטבע – כשהם יודעים שהתגליות הטובות הן עבור האנושות ולא עבור מאמר. כשהם מסיימים מחקר שעמלו עליו כמה שנים הם מתחילים לעבוד בשיווק שלו, והם רעבים לתקשורת. דור המדענים של היום מבין שיש לו מה להפסיד אם המדע יאבד את הרלוונטיות שלו".

עד כה הפיקה VIKKI, עם ששת עובדיה (יושבת ברעננה), כמאה סרטוני אנימציה עבור אוניברסיטאות ומכוני מחקר, כאשר המודל, הפונה אל השוק האמריקאי והישראלי, כולל הן את הפקת הסרטונים והן את הפצתם בפלטפורמות דיגיטליות שונות דוגמת אמזון פריים, דפי פייסבוק מקצועיים, וכעת גם באמצעות שיתוף פעולה עם התאגיד שרכש כאמור חבילה של סרטונים לשידור.

"בתחילת הדרך קיבלנו מיקרו השקעה מאנשים ידועים במדיה שלא רוצים להיחשף", כך סיני, המנכ"לית. "ב־2016 ההכנסות שלנו עמדו על 300 אלף דולר, בין היתר הודות להסכם עם התאגיד, וכיום החברה מאוונת".

ולאן זה הולך?

"אנחנו חושבים שיש מקום לביונס מאוד מעניין בהנגשת מדע. אם בתחילת הדרך התגובות היו שליליות ואמרו לנו שזה לא יעבור, היום המצב השתנה מאוד. פיתחנו כלי שמיועד לחוקרים, שבעזרתו הם יוכלו ליצור סרטון אנימציה בעצמם ואף להפיץ אותו. המטרה שלנו היא לתת לחוקר כלי להגיע לקהל שלו, ולקהל – כלי להגיע לחוקר. מבחינתנו, אנחנו חברה עסקית עם הרבה אידיאולוגיה".

58744415-8	01/06/2017	ג גלובס - מגזין	עמוד 30	5/6	23.81x34.8
מוסד שמואל נאמן - למחקר מדיניות לאומית בטכניו - 85300					

פרופ' אילת ברעס־צברי, הטכניון: "יותר ויותר ברור שכדאי שתקשורת המדע תהיה חלק מההכשרה של מדענים צעירים, והכוונה היא לא רק למיומנויות כמו איך להתראיין ולחדד מסרים, אלא גם לחשוב מה התפקיד של מדען בחברה"



מה הדבר שמדענים הכי מתקשים איתו כשהם מנסים להנגיש את המחקר שלהם? "לתמצת את ההרצאה שלהם במסר אחד לא ארוך, ובכך לוותר על מידע. יש חוקרים שמבחינתם, השאלה הכי נוראית שאפשר לשאול אותם היא: 'במשפט אחד, על מה הדוקטורט שלך?'. איך הם עונים? בהסבר ארוך ומלא מונחים לא מוכרים, או שהם פשוט אומרים: 'עזוב, אתה לא תבין'".

בינתיים, ואולי עד שחילופי הדורות יושלמו, "כמות המדע שמגיע לציבור הישראלי דרך התקשורת הפופולרית מצומצמת מאוד", כפי שחושפת ברעס־צברי בפני G. "המצב בארץ לא טוב יחסית למדינות מערביות אחרות והוגדר במחקר בינלאומי כ'שבריר' - יחד עם מדינות מזרח אירופה, שייאמר לזכותן שהייתה להן תשתית טובה יותר והיא התמוטטה עם נפילת הגוש הסובייטי", היא ממשיכה, "זוה עצוב, כי מבחינת איכות המדע שהמדענים הישראלים יודעים לעשות, אנחנו מובילים גם בין מדינות מרכז ומערב אירופה. אז למה המדע הזה לא מתוקשר לציבור הישראלי? ולמה הוא לא נוכח יותר בשיח הציבורי ובתהליכי קבלת החלטות אישיים ולאומיים?".

ברעס־צברי מגבה את דבריה בנתונים: במחקר מ־2015 שערכה יחד עם יעל בראל ועם חוקרים נוספים ממוסד שמואל נאמן למחקרי מדיניות, התברר עד כמה תחום המדע נדחק לשוליים בתקשורת הישראלית. אחת הסיבות לכך היא היעדרותם הכמעט מוחלטת של כתבים שעיסוקם הבלעדי הוא סיקור מדע.

על־פי הממצאים, התקשורת המודפסת הקדישה בתקופת המחקר 1.9% בלבד בממוצע מהשטח הכולל של העיתונים לידיעות בנושא מדע. תוכניות החדשות והאקטואליה בטלוויזיה הקרישו 1.2% מכלל זמן השידור לתחום, ואילו בתקשורת המקוונת שנבחנה, רק 0.5% מכלל המילים שפורסמו הוקדשו למדע. לשם השוואה, ערוצי ה־BBC של השידור הציבורי באנגליה הקדישו 4.6% מזמן תוכניות החדשות לנושאי מדע, ובארצות הברית כ־3% מזמן החדשות באמצעי המדיה השונים מופנים לתחום.

המגמה הזאת תמשיך בישראל גם בשנים הקרובות?

"לדעתי, המצב משתפר. בשידור הציבורי המצב היה קטסטרופלי, ותאגיד 'כאן' עושה מאמצים ניכרים לשפר אותו. במקביל, ניכרת עבודתם של שחקנים שפועלים כספקי תוכן כמו זווית, סוכנות הידיעות למדע ולסביבה של האגודה הישראלית לאקולוגיה ולמדעי הסביבה, ושל האתר של מכון דוידסון" (הורוע החינוכית של מכון ויצמן למדע, שמסקרת מחקרים מכל העולם).

ספקי תוכן, משמע שאלה לא חומרים שעוברים פילטרים עיתונאיים.

"כן, מצד אחד עצוב שהעיתונות עצמה מקבלת תכנים מבחון,

מה התחושות של חוקרים בבואם לדבר עם הציבור הרחב?

"יש הבדל גדול בין הדורות. ככל שהדור ותיק יותר, כך יש יותר התנגדות. החוקרים הצעירים חיים בעידן הרשתות החברתיות ומבינים את החשיבות התקשורתית. המנחה הוותיק שלהם, לעומת זאת, לפעמים אומר להם: תהיה משעמם, תיראה משעמם, אל תהיה מעניין. מבחינתם, משעמם וכבר נתפס כרציני. פרופסורים ותיקים אומרים לי: 'אני לא רוצה להיות אחד שיודע לדבר'. לגרסתם, לא רק שזה לא עוזר להם, אלא פוגע ביוקרה האקדמית שלהם".

מהו הדיאלוג שאתה מקיים איתם במקרה כזה? "אני מודה בפניהם שבחשיפה בתקשורת הם צריכים לשלם מחיר מסוים ולהיות מוכנים לכך. הם לא יצליחו להבחיר את התמונה הכוללת, והם צריכים להחליט שהם מוכנים לשלם את המחיר. במקביל, אני מראה להם מה קורה בחוץ מבחינה תקשורתית ושואל אותם מי צריך אקדמיה שממומנת מכספי ציבור בעידן האינטרנט, ומי צריך לבוא פיזית לאקדמיה בשביל לשמוע הרצאות".

בפרויקט "מדע על הבר" שמקיים מכון ויצמן למדע בשמונה השנים האחרונות, ואשר מנגיש את המדע לציבור ולו לערב אחד בשנה - כפי שהתקיים ממש בשבוע שעבר. עשרות מדעני המכון הגיעו לכ־50 ברים בתל אביב וסיפרו לקהל על מחקריהם - מחלקי חילוף פוטנציאליים לגוף, עבור בדרך שבה ריחות משפיעים על ההתנהגות, ועד פצצות תרמור־גרעיניות בחלל.

"מדע על הבר" משנה לגמרי את הקונטקסט שבו ניתן להסתכל על מדע", מתייחס זייפמן, שבעצמו נוהג להשתתף בפרויקט. "המטרה היא לא להגיע ל'חשורים המיידים' אלא לאנשים שברוך כלל לא מגיעים לשמוע על התחום. החיבור עם הבר הופך את המדע ואת המדען לאנושיים יותר. אנחנו יכולים להראות שמדע הוא משהו בידורי, הוא פאן, וגם לשנות תפיסה של רבים ולהראות שלהיות מדען זה מקצוע נחמד מאוד".

קונפליקט עם התקשורת

באופן טבעי, המתווכת העיקרית של מדע לציבור היא התקשורת הפופולרית, וזאת למרות הביקורת וההסתייגות שלעיתים קרובות יש לחוקרים מהמדיה. "בקרב מדענים יש חשש מהתקשורת הפופולרית כי זה עניין של חינוך. אנחנו מחנכים אותם להיות מדויקים", מנמק זייפמן. "לעיתונות לא תמיד יש את המקום הנרחב, הזמן והאומץ - וזה מפריע למדענים, שלא רוצים שהמחקר שלהם יתפרש בצורה לא נכונה. לפעמים מתפרסמת כתבה על מחקר בתחום הסרטן, וגם אם נרשמה בו התקדמות מדעית קטנה - בכותרת זה נראה שהחולה יכול להגיע מחר למעבדה והחוקר ירפא אותו. שם נמצאת הסיבה העיקרית למתח, אבל ב־בבד אלה לא סיבות להימנע מהעיתונות הפופולרית, שעושה דברים חשובים מאוד. אני רואה מתח בריא בין הצדדים, שאפילו כדאי לשמור עליו, וסבור ששיווי המשקל הוא סביר".

"בין אנשי תקשורת לבין מדענים יש הבדלים מהותיים בדנ"א של צורת החשיבה שלהם", מנתח קווה שפרן, עיתונאי לשעבר ומנכ"ל חברת "לדעת להופיע", שמטרתה להעניק לחוקרים כלים יישומיים להנגשת מידע באמצעות סדנאות וסימולציות. "מדענים מעלים סימני שאלה ואילו עיתונאים מחפשים סימני קריאה. במעבדה חוקרים לאורך זמן ובסבלנות, ובתקשורת הכול צריך להתבצע כאן ועכשיו", הוא אומר, שלא לדבר על "תאים אפורים ותאים צהובים", כפי שהוא מכנה זאת.

מתוך סדנת תקשורת של שפרן (בעיגול) לאקדמאים: "הבדלים מהותיים בדנ"א של צורת החשיבה שלהם"



24.04x33.65	6/6	32	עמוד	מגזין	g גלובס -	01/06/2017	58744473-2
מוסד שמואל נאמן - למחקר מדיניות לאומית בטכניו - 85300							

צילומים: נטע לאופר ואוהד הרבס, מרק נקסון

זייפמן (מימין) ומתוך אירועי "מדע על הבר"
לא להגיע ל'חשודים המיידים'
אלא לאנשים שבדרך כלל לא
מגיעים לשמוע על התחום



פרופ' דניאל זייפמן, נשיא מכון ויצמן: "המטרה היא לא להראות לציבור את הנוסחאות המסובכות אלא להנגיש את המדע, כדי שיבינו שמה שאנחנו עושים הוא בעל ערך. אנחנו חושבים שמדען הוא החלוץ של הזמנים המודרניים"

כזו או אחרת כמו מחסור ביד או האם באמת יש נפש בדוריטוס שלנו, לצד פוסטים בתחומי רפואה, מתמטיקה, מדעי המוח, זואולוגיה ועוד. "רוב המדע שמגיע לציבור בדרך כלל מרודר בצורה מוגזמת כי מי שכותב את הידיעות הם כתבים לא מקצועיים, או כאלה שמעתיקים כתבות מחו"ל, והן לא נכתבות על-ידי אנשי מקצוע מוכשרים ומוסמכים שקוראים מקורות מדעיים מקצועיים", ניסן נחרץ. "המטרה שלנו היא להנגיש מדע ברמה הכי גבוהה שאפשר לכמה שיותר אנשים ובצורה אמינה ככל הניתן". מבחינת ניסן, אנשי המקצוע הכותבים באתר הם לא הדבר היחיד שמייחד את הפרויקט מהתקשורת: "יש לנו אינטראקציה מטורפת עם הגולשים: אצלנו העבודה לא נגמרת אחרי שהידיעה מתפרסמת והטוקבקים והעוקבים נשארים 'לדבר אל הקיר'. אנחנו עונים על הרבה מאוד שאלות אינטליגנטיות של אנשים שמבקשים מידע נוסף, ואנחנו נהנים מכך. אני לא זוכר פוסט שלא היו בו שאלות של עוקבים".

אתה יודע לאפיין את העוקבים שלכם?
"הרוב המכריע הוא בגילאים 16-35, מאזור המרכז, 60% מהם גברים. הגיל הצעיר נוכח מאוד, כי מערכת החינוך לא מספקת את המדע החדש. על אבולוציה, למשל, לא מדברים, וזאת למרות שישראל מובילה בתחום מבחינה אקדמית. במתמטיקה מלמדים חומר עתיק, מספרים, ולא יישום מתמטי במחשב או חישוב קוונטי. יש בישראל בני נוער וצעירים סופר-חכמים, שאוהבים ללמוד ולהתעניין".

renen@globes.co.il

**יומירן ניסן,
"מדע גדול,
בקטנה": "רוב
המדע שמגיע
לציבור בדרך
כלל מרודר
בצורה מוגזמת
כי מי שכותב
את הידיעות
הם כתבים לא
מקצועיים,
או כאלה
שמעתיקים
כתבות מחו"ל.
המטרה שלנו
היא להנגיש
מדע ברמה
הכי גבוהה
שאפשר"**

מקורות אמינים יותר ופחות". הצורך לספק לקהל מידע אמין ומדויק, כמו גם האמונה שהמדע נועד לכולם, ושכל אחד יכול להתחבר אליו, הביא לרשת אתרים חינוכיים כמו "הידען" בעריכת אבי בליזובסקי, את האתר של מכון רוידסון לחינוך מדעי, וגם את היוזמה המקוונת "מדע גדול, בקטנה" - עמוד פייסבוק שמאחוריו עומדת עמותה שכל הפועלים בה, כ-45 במספר, רובם מדענים, עושים זאת בהתנדבות. העמוד הזה סוחף כיום "כמעט כ-95 אלף עוקבים, וכל עוקב הושג ברם", אומר יומירן ניסן, מנכ"ל הפרויקט וביולוג.

בעמוד הפייסבוק, שהוקם על-ידי עופר סדן לפני שלוש שנים וחצי, מבארים מדענים נושאים מתחום מחקרם, בגובה העיניים ועם זיקה לאקטואליה: החל מהשאלה מה קובע את צבע הזיקוקים לקראת יום העצמאות, דרך מענה על סערה תקשורתית



שאפילו נקראים על ידינו (הקוראים) כ'דבר המערכת'. אבל בהינתן שזה המצב, אלה הגופים הכי טובים לעשות את זה; לשניהם יש מטרה של יידוע הציבור ולא של יחסי ציבור. הם מניחים תשתית חשובה שחסרה בארץ".

הציבור רוצה יותר מדע

ואולי בכלל מדובר במשל הביצה והתרנגולת, והעיתונות מלכתחילה אינה מסקרת בהרחבה את עולם המדע, כי את הציבור זה לא כזה מעניין? לתהיה זו יש לברעם-צברי תשובה מוחצת, והיא מרגימה אותה בשני אופנים. הראשון הוא שעל-פי סקר משרד המדע מהשנה שעברה, כ-60% מהציבור הישראלי סבורים שנחוץ להם ידע במידה רבה עד רבה מאוד בנושאים של מדע וטכנולוגיה בחיי היומיום. השני הוא באמצעות זוכה פרס נובל לכימיה פרופ' דן שכטמן מהטכניון, שעל-פי מחקר שערכה ברעם-צברי, מיד עם זכייתו בפרס ב-2011 זינקו גולשים רבים למחשביהם וגיגלו את קורותיו ואת גבישיו במרץ רב.

מבחינת הסיקור העולמי במדיה של האיש ופועלו, ממספר חד-ספרתי ומדרש של אזכורים בגוגל ניוז באנגלית קודם הפרס, קפץ המספר לכ-2,200 חיפושים בתוך תריסר שעות מההכרזה על הזכייה. "זהמשמעות", משוכנעת ברעם-צברי, "היא שהרצון של הציבור לצרוך מדע הוא לא גימיק או קוריוז. אנשים הרי היו יכולים להסתפק בידיעות החדשותיות שפורסמו בעקבות הזכייה, או פשוט בתחושת הגאווה הפטריטית ש'ניצחנו', אבל חלקם עשו מעשה אקטיבי וחפשו מידע נוסף על החוקר או על המחקר".

ושכטמן אינו מקרה ייחודי. על-פי מחקר שהציגה ברעם-צברי לפני ימים ספורים בלבר באקדמיה המלכותית למדעים של שוודיה, גם פרסי נובל אחרים שהוענקו למדענים ברחבי העולם היוו עבור הציבור חלון הזדמנויות סוער ופורה - גם אם קצר - להביע את ההתעניינות שלו בתחומים המחקריים ואת הרצון ללמוד.

בהקשר זה, יש לסייג ולומר שעליית האינטרנט כמקור מידע עיקרי בנושאי מדע וטכנולוגיה, לצד העלייה של הרשתות החברתיות שמאפשרות לכל גולש להעלות תכנים, לשתף ולהגיב, הפכו גם אחד האתגרים הגדולים של התחום. "שומרי הסף שאוצרים ועורכים את המידע נעלמים, ובמקביל, ממשיכה הירידה באמון במוסדות בכלל בעולם המערבי, ובכלל זה גם בתקשורת", אומרת ברעם-צברי. "התוצאה היא שיש הרבה מאוד מידע עם מעט מאוד בקרה לגבי עד כמה הוא אמין. מהבחינה הזאת, גם הציבור וגם המדענים נמצאים היום בתחילתו של תהליך, שבו נקבעים מחדש נורמות וכללים, כולל דרכים לסימון ולזיהוי של

בלי חורים שחורים

המאיץ ב-CERN הדגים מה קורה כשיש פערי מידע בין החוקרים לציבור, אבל גם איך מתקנים את זה

שמספרת פרופ' אילת ברעם-צברי, ששהתה ב-CERN למשך חודש ב-2014. "השווינו את הדרך שבה המסרים של אנשי המרכז מצליחים לגרום למעורבות ציבור בפלטפורמות שונות של רשתות חברתיות - טוויטר, פייסבוק, אינסטגרם וגוגל פלוס - והיה מדהים לראות איך הארגון האירופי הענק הזה, שעוסק בתחום המרוחק כל-כך מחיי היומיום של האזרחים, רואה בתקשורת עם הציבור הרחב ועם מקבלי ההחלטות מטרה חשובה ומרכזית.

"היה גם מאוד מעניין לראות איך הצורך בכך התעורר ברגע שהם הבינו שלא לעולם חוסן; שאחרי המלחמה הקרה, שבה אם היית פיזיקאי גרעין, היית בבחינת נכס לאומי, עליהם פתאום להסביר למה מה שהם עושים חשוב לאנושות, ולא רק לסיפוק הסקרנות. אני חושבת שזה תהליך שרבים בקהילה המדעית עוברים היום, ומי שלא - עוד יעבור". ופרופ' לביא מסכם: "בסיפור הזה אפשר לראות את החשיבות העצומה של תרגום משוואות פיזיקליות למדע מתקשר".

דוגמה קיצונית לחשיבות הקשר בין העולם האקדמי-מדעי ובין הציבור הרחב, על מנת שלא יתקבלו פערי מידע מפחידים, התקבלה לפני כעשור ב-CERN, המרכז הגדול בעולם לחקר חלקיקים ופיזיקה גרעינית שהוקם על גבול שווייץ-צרפת. "הבורות המדעית סביב לפרויקט הייתה כל-כך גדולה", משחזר נשיא הטכניון פרופ' פרץ לביא, "שכאשר ביקרתי שם בהתחלה, מנהל הפרויקט סיפר לי שתושבים שמתגוררים לאורך מאיץ החלקיקים הגישו תביעה מחשש שהפעלת המאיץ תגרום לחורים שחורים. אנשים לא הבינו מה נעשה שם, וחשבו שהתוצאה תהיה מפלצת שתבלע אותם (שני אזרחים אמריקאים אף תבעו את המרכז על כך שהפעלת המאיץ עלולה ליצור חור שחור שיבלע לתוכו את כדור הארץ). שאלתי אם יש להם במערכת מיושנה שמנסה להנגיש את המדע לציבור וקיבלתי תשובה שלילית". כעבור כמה שנים המצב השתנה מקצה אל קצה: הארגון הבין שעליו לתקשר עצמו לסביבה טוב יותר, וגם עשה זאת, כפי