

סוכנויות חלל ממשלתיות ושימושיהן בפייסבוק: מחקר השוואתי

שקד מאיר בן שושן

תקציר

סוכנויות חלל ממשלתיות ממלאות תפקיד מכריע בחקר החלל ובפיתוח תעשיות חלל חדשניות. באמצעות פעילויות מגוונות כמו מחקר מדעי, פיתוח טכנולוגיות חלל וחינוך הציבור הן מקדמות את ההבנה על היקום ומציעות פתרונות לאתגרים גלובליים כמו שינויי אקלים ומחסור במשאבים. תקשורת מדעית אפקטיבית עם הציבור קריטית לתיווך המשמעות של פעילויות אלו. בעשורים האחרונים התקשורת המדעית התפתחה ככלי חשוב לגישור בין הקהילה המדעית לציבור הרחב. תקשורת זו מסייעת בהסברת נושאים מדעיים מורכבים, הגברת המודעות הציבורית לנושאים חשובים ועידוד מעורבות הציבור במדע. הפלטפורמות הדיגיטליות והמדיה החברתית הפכו לכלי מרכזי בהפצת מידע מדעי זה לציבור הרחב.

הספרות ממעטת לעסוק בקשר שבין סוכנויות חלל ממשלתיות למדיה חברתית ונראה שטרם נערכה בחינה השוואתית כוללת של סוכנויות חלל ממשלתיות ואופני פעולתן במרחב הדיגיטלי-חברתי של הרשתות החברתיות. ישנה חשיבות רבה בהבנת אסטרטגיות המסרים שסוכנויות החלל הממשלתיות בוחרות להפעיל מול אזרחים וקהל בינלאומי כדי לקדם אינטרסים דיפלומטיים ותקשורת בין-מדינית.

מחקר זה עוסק בשימוש של סוכנויות חלל ממשלתיות ברשת החברתית פייסבוק ככלי לתקשורת מדעית ולהעברת מסרים ייחודיים. המחקר בוחן את האסטרטגיות השונות המופעלות בפייסבוק, שנועדו לממש את מטרות הסוכנויות בתחומי פרויקטים טכנולוגיים, מחקר, חינוך ופיתוח קהילתי וקידום תעשיית החלל. במחקר נותחו מעל 10,000 פוסטים שפורסמו על ידי 12 סוכנויות חלל ממשלתיות בין ינואר 2021 לינואר 2023. הניתוח התמקד בהיבטים כגון איכות האותות, א-סימטריה במידע, ומידת מעורבות הקהל.

שאלות המחקר העיקריות היו: באילו סוגי תוכן משתמשות סוכנויות החלל במדיה החברתית? אילו סוגי תכנים מייצרים מעורבות גדולה יותר של הקהל וכיצד הן מתאימות את התוכן שלהן לקהל? האם קיימת הלימה בין אסטרטגיות המסרים של סוכנויות החלל ברשתות החברתיות והמדיניות המוצהרת שלהן בתחומי הפיתוח השונים? מהם ההבדלים בין סוכנויות החלל באופן שבו הן מאותות לעוקביהן ברשתות החברתיות. המחקר התבסס על תיאוריית האיתות (Signaling Theory) ובחן את השימוש בפייסבוק ככלי להעברת מסרים אפקטיביים ולהשפעה על דעת הקהל.

המחקר השתמש בשיטות ניתוח תוכן איכותניות וכמותניות. כדי לזהות דפוסים ומגמות בשימוש בפייסבוק ככלי לתקשורת מדעית, בוצע ניתוח תוכן כמותי באמצעות סטטיסטיקה תיאורית והיסקית. בניתוח האיכותני, הפוסטים סווגו

לפי קטגוריות תוכן שונות: 1. מחקר ופיתוח פרויקטים טכנולוגיים; 2. חינוך ופיתוח קהילה; 3. פיתוח תעשיית החלל; 4. פיתוח יחסים בינלאומיים. נעשתה הבחנה בין פוסטים העוסקים בנושאים מקומיים לפוסטים העוסקים בנושאים בינלאומיים. כמו כן נעשתה הבחנה בין סוגים של פוסטים: פוסטים טקסטואליים (סטטוסים), פוסטים עם קישורים, פוסטים עם תמונות או סרטוני וידאו. מידת המעורבות של הקהל נמדדה על פי מספר לייקים לפוסטים מצד הגולשים, מספר תגובות לפוסטים, מספר שיתופים וסך כולל של אינטראקציות. בנוסף נבדק הקשר בין התקציב השנתי של כל סוכנות חלל לבין סוג התכנים שהיא מפרסמת, וכן נבדק הקשר בין מספר הלליקים בעמודי הפייסבוק ומספר העוקבים בכל עמוד להיקף האינטראקציה לפוסטים מצד הקהל.

ממצאי המחקר

סוכנויות חלל ממשלתיות משתמשות בפייסבוק ככלי מרכזי לתקשורת עם הציבור. תמונות הן סוג התוכן הנפוץ ביותר בסטטוסים. פוסטים מסוג וידאו יצרו מעורבות משתמשים גבוהה יותר. נמצא קשר חיובי מובהק בין מספר הלליקים, התגובות וסך כל האינטראקציות לפוסטים שפרסמו סוכנויות החלל, לבין מספר הלליקים הכללי בעמודי הפייסבוק שלהן, מספר העוקבים והתקציב השנתי. נמצא קשר חיובי מובהק בין תקציב הסוכנות החלל לבין מספר האינטראקציות. סוכנויות חלל בעלות תקציב גבוה יותר נטו להשתמש יותר בסרטוני וידאו, המייצרים יותר מעורבות של קהל הגולשים.

נמצא כי איכות האותות משפיעה במידה רבה על מידת המעורבות של הקהל. פוסטים בנושאים בינלאומיים נטו לקבל תגובות חיוביות יותר ולמשוך יותר מעורבות לעומת פוסטים בנושאים מקומיים. פוסטים עם סרטונים ותמונות קיבלו יותר תגובות, לייקים ושיתופים ויצרו יותר אינטראקציות לעומת סטטוסים. ניתוח הפוסטים הפופולריים ביותר מראה שהנושאים המרכזיים שקיבלו תשומת לב מהציבור הם פרויקטים טכנולוגיים חדשניים, שיתופי פעולה בינלאומיים ומחקר מדעי.

הממצאים מצביעים על הלימה חלקית בין אסטרטגיות המסרים ברשתות החברתיות למדיניות המוצהרת של סוכנויות החלל. נראה כי הסוכנויות מתאימות את אסטרטגיית התקשורת שלהן לאופי הפלטפורמות החברתיות ולהעדפות הקהל. תחום חינוך ופיתוח קהילה הכולל תקשורת מדע והנגשת מידע לציבור הרחב נמצא ב-52% מהפוסטים הפופולריים. התחום השני שסוכנויות החלל התמקדו בו בפוסטים הוא מחקר ופיתוח פרויקטים טכנולוגיים. פוסטים בתחום פיתוח יחסים בינלאומיים הופיעו בשיעור נמוך יחסית, וכך גם בתחום פיתוח תעשיית החלל.

מהמחקר הנוכחי עולה כי לא תמיד סוכנויות החלל מדגישות מסרים פופולריים או מיידיים. הבדלים אלה באסטרטגיות האיתות מדגישים את החשיבות של התאמת המסרים למטרות הספציפיות ולנקודות החוזק של כל סוכנות חלל. כל אחת מסוכנויות החלל מנסה לבנות תדמית ייחודית ולמשוך תשומת לב לאספקטים שונים של פעילותה, בהתאם לאינטרסים הלאומיים, היכולות הטכנולוגיות והמטרות האסטרטגיות שלה.

המחקר מדגיש את חשיבותה של תקשורת מדעית אפקטיבית עבור סוכנויות חלל ממשלתיות, במיוחד בעידן הדיגיטלי שבו המדיה החברתית ממלאת תפקיד מרכזי בהפצת מידע לציבור הרחב. סוכנויות חלל ממשלתיות צריכות להשקיע באסטרטגיות תקשורת שמדגישות את האיכויות הייחודיות שלהן וממקסמות את מעורבות הקהל. איכות האותות וא-סימטריה במידע הם מרכיבים מרכזיים להצלחה בהעברת המסרים של סוכנויות החלל.

מהמחקר עולה חשיבותו של פיתוח אסטרטגיות תקשורת מדעיות מתקדמות המשלבות שימוש מושכל במדיה החברתית. סוכנויות חלל ממשלתיות צריכות להמשיך ולשפר את השימוש בכלים דיגיטליים לצורך הגברת המעורבות הציבורית, שקיפות ושיתופי פעולה בינלאומיים בחקר החלל. המחקר מצביע על כך שמודעות מוגברת לנושאים מדעיים ופיתוח אסטרטגיות תקשורת אפקטיביות יכולים לתרום לקידום המדע והטכנולוגיה בעולם.

מספר מערכת: 9927060504205776