Social Media e Profondo Spazio

La ricerca in ambito Spaziale, se proporzionata alla vastità dell'argomento, è da considerarsi ancora agli albori. La stessa definizione di "Spazio" richiama l'idea di un volume indefinito e inesplorato. Se poi questa parola "Spazio" dovesse cercarsi moglie sarebbe sicuramente "Ricerca".

La nostra attuale conoscenza dello spazio è solo frutto della ricerca scientifica.

Cercando il termine "ricerca scientifica" sul web (anche in diverse lingue) non può non saltare all'occhio il link verso la definizione data da Wikipedia: " La ricerca scientifica è un'attività umana avente lo scopo di scoprire, interpretare e revisionare fatti, eventi, comportamenti e teorie relative a qualunque ambito della conoscenza e dell'esperienza umana (sebbene il senso comune tenda a restringerla ad un ambito detto natura), usando metodi intersoggettivi e condivisi cioè basati sul metodo scientifico."

Antares Rocket Preparation
Photo Credit: NASA/Bill Ingalls – Licenza CC BY 2.0

Quindi alla base della **Ricerca**

Scientifica c’è la **condivisione** dell’esperienza del ricercatore. Equalè attu

al
me
nt
e
il
mo
do
pi
ù
ve
lo
ce
e
po
te
nt
e
pe
r
co
nd
iv
id
er
e
qu
es
te
es
pe
ri
en
ze
?
L’
us
o

de
i
Social
Network
!
Questi
diventano
megafono
di
amplificazione
dei
risultati

e
im
bu
ti
ve
rs
o
ar
ch
iv
i
di
da
ti
di
og
ni
ge
ne
re
.

Pertanto nessun centro di ricerca può disdegnare di usare un tale strumento, che diventa mezzo sia di divulgazione delle scoperte e sia di sostegno per la raccolta di fondi per l'attività stessa. Ancor più se questo strumento ha costi praticamente pari a zero.

E così che anche il **National Aeronautics and Space Administration ,** cioè la NASA, promuove e comunica il suo programma aerospaziale non solo attraverso il suo sito ufficiale ma anche per mezzo di Twitter, Facebook, Google Plus, Youtube, Instagram, Flickr, Ustream, Forsquare e Slideshare.

Stessa cosa fanno i singoli centri di ricerca dipendenti dalla stessa NASA, puntando sempre più ad un effetto virale della comunicazione delle attività.

Molti altri paesi che hanno un programma aerospaziale stanno utilizzando i social media per amplificare la propria promozione, ma nessuno sino ad ora arriva ai livelli della NASA.

Sfogliando le immagini pubblicate sui vari canali social i NASA si fi nisc

Eruzioni sul Sole – Aprile 2014
Credit: NASA/Goddard/SDO – Licenza CC BY 2.0

e
qu
as
i
pe
r
cr
ed
er
e
ch
e
qu
ei
pr
of
il
i
si
an
o
te
nu
ti
da
ll
o
st
es
so
Sp
az
io
e
ch
e
l’

im
ma
gi
ne
in
vi
at
a
da
l
Te
le
sc
op
io
Hu
bb
le
no
n
si
a
al
tr
o
ch
e
un
se
lf
ie
ch
e
il
Co
sm
o

ha
po
st
at
o
pe
r
no
i
um
an
i.

Molte di queste immagini sono assolutamente da vedere, solo per **condividere** le stesse emozioni del personaggio del replicante del film di *Blade Runner* (pellicola tratta dal libro di Philip.K. Dick) , per poi poter dire: *"Ho viste cose che voi umani non potreste immaginarvi, …"*

Qui riporto i link dei vari canali principali della NASA

http://twitter.com/nasa

http://www.facebook.com/nasa

https://plus.google.com/+NASA

http://www.youtube.com/NASA

http://instagram.com/nasa

https://www.flickr.com/photos/nasahqphoto/

http://www.ustream.tv/nasa

https://foursquare.com/nasa

http://www.slideshare.net/NASA

Articolo pubblicato su www.smarknews.it