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. E qual è 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
So
ci
al
Ne
tw
or
k
!
Qu
es
ti
di
ve
nt
an
o
me
ga
fo
no
di
am
pl
if
ic
az
io
ne
de
i
ri
su
lt
at
i

e imbutiversoarchivididatidiognigenere.

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 di NASA si finisc

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’

immagine inviata dal Telescopio Hubble non si altro che un selfie che il *Cosmo*

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