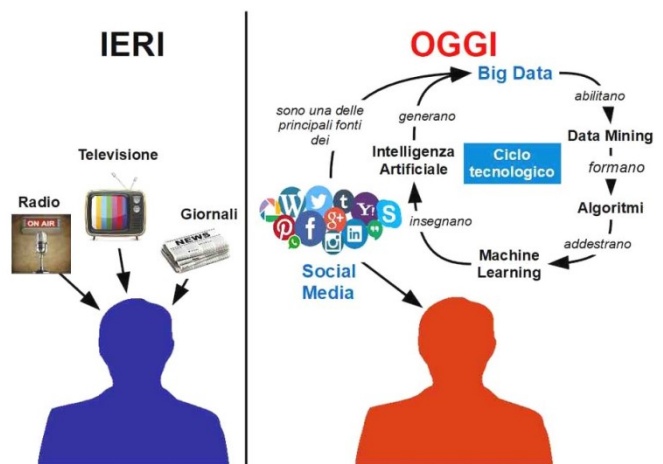


ITIS-LS “Francesco Giordani” Caserta

prof. Ennio Ranucci

a.s. 2019-2020

*Pensiero Critico*



Fonte: <http://www.pensierocritico.eu/>

La nostra mente ha una forte tendenza a formare credenze per dare un senso all'esistenza. L'essere umano non può fare a meno di avere credenze che orientano il suo pensiero e la sua azione, ma vive oggi in un mondo sempre più artefatto e manipolato nel quale spesso, le credenze si rivelano illusioni.

Nonostante la rivoluzione conoscitiva avviata dal metodo scientifico, vi è una persistenza di credenze false e contraddittorie nella mente di tutti noi. Sembra proprio che le credenze appartengano costitutivamente al nostro stile di pensiero.

Inoltre, la mente umana è soggetta, per motivi evolucionistici, a illusioni cognitive, come gli studi degli psicologi cognitivisti degli ultimi 20-30 anni hanno dimostrato (ad esempio Daniel Kahneman). Le illusioni cognitive distorcono la nostra percezione del mondo inducendo molti pregiudizi o errori (bias cognitivi), tra i quali l'illusione del controllo, l'eccesso di sicurezza di sé (overconfidence) e il pregiudizio di conferma (confirmation bias). Uno studio degli psicologi Lauren Alloy, Lyn Abramson e Gerald Metalsky ha evidenziato come le persone depresse siano meno soggette a illusioni cognitive perchè esse non pensano di controllare il mondo con le loro azioni, mentre le persone "sane" hanno una supersicurezza delle loro credenze che le spinge all'azione.

#### **Compiti di un pensatore critico secondo il pedagogista Robert Ennis:**

1. Giudicare la credibilità delle fonti
2. Identificare conclusioni, motivazioni e presupposti
3. Giudicare la qualità di un argomento, incluso l'accettabilità delle sue motivazioni, presupposti e prove
4. Sviluppare e difendere una posizione su un tema
5. Fare domande appropriate per chiarire temi controversi
6. Pianificare esperimenti e giudicare l'assetto degli esperimenti stessi
7. Definire la terminologia in modo appropriato al contesto
8. Avere una mente aperta
9. Cercare di essere ben informati
10. Tirare delle conclusioni se giustificate, ma con cautela

#### **Il Pensiero critico ha un costo:**

riflettere, ricercare secondo diverse prospettive, studiare senza farsi influenzare dai gruppi sociali e trovare un percorso razionale. Molto meno costoso è il pensiero "credulone" che si lascia trasportare dalla bolla che lo circonda con tutti i pregiudizi, le sicurezze che porta con sé. Già Georg Wilhelm Friedrich Hegel scriveva:

*„Ogni uomo ha dita, e può aver pennelli e colori, ma non per questo è pittore. Val lo stesso del pensiero. Il pensiero del dritto non è un che alla portata di tutti: l'esatto pensiero sta nel conoscere e profondamente conoscere la cosa; il che non si può avere che per via scientifica.“*

#### **La digitalizzazione delle informazioni ha portato l'ecosistema mediatico ad affrontare una profonda trasformazione.**

Secondo il 15° rapporto Censis sulla comunicazione in dieci anni (dal 2007 al 2018):

1. l'utenza della TV tradizionale è diminuita dal 93,1 all'89,9%
2. l'utenza della Mobile TV è aumentata dall'1 al 26%

3. *la Radio da telefono cellulare è aumentata da 3,6 al 21%*
4. *i quotidiani cartacei sono diminuiti da 67 al 37,4%*
5. *i quotidiani online sono circa stabili dal 21,1 al 26,3%*
6. *le vendite di libri sono diminuite dal 59,4 al 42%*

I Big Data sono diventati la fonte principale dei più importanti processi informativi e comunicativi. Essi governano già la nostra comunicazione e la nostra economia.

I Big Data sono stati definiti "Dati che sono troppo grandi, troppo rapidi, o troppo complessi per gli attuali strumenti di calcolo". Secondo l'esperto di organizzazione Tobias M. Scholz i Big Data stanno trasformando l'intero processo comunicativo agendo come lubrificante nella società moderna e fluttuando liberamente sia nel mondo digitale (ad esempio nei social media) che in quello analogico (ad esempio Radio, TV e giornali cartacei).

Scrivono Scholz: "Le barriere tra questi due mondi sono sfocate e si ritiene che scompariranno a breve" (Mayer-Schönberger & Cukier 2013, Kucklick 2014, Pasquale 2015). I Big Data sono intrecciati in modo complesso con molte tecnologie quali: Intelligenza Artificiale, Machine Learning, Data Mining, Algoritmi, e prendono nuove forme durante questi processi.

Essi contribuiscono a creare un ciclo tecnologico che rende l'informazione che perviene a ogni cittadino sempre più "personalizzata" (creando la sua "bolla" personale), e sempre più soggetta al rischio di "manipolazione" di tipo commerciale o politico. Per ridurre questi rischi ogni cittadino sarà costretto a fare uno sforzo intellettuale superiore al passato, dotandosi di metodi e prospettive cognitive sempre più razionali.

### **Pensiero razionale e pensiero intuitivo (euristico)**

L'essere umano ha una razionalità limitata. Negli ultimi decenni, infatti, la psicologia cognitiva ha dimostrato che è impossibile adottare un pensiero esclusivamente razionale. La mente umana ha incorporato, durante l'evoluzione, una serie di comportamenti intuitivi che hanno consentito all'*homo sapiens* di sopravvivere in ambienti ostili prendendo decisioni euristiche. Oggi l'essere umano è immerso in un ambiente meno ostile dal punto di vista fisico, ma più ostile dal punto di vista psichico (sovraccarico informativo e manipolazione mediatica sono infatti ormai alla base della vita quotidiana).

Il pensiero intuitivo è prevalentemente inconscio e questa caratteristica costituisce la sua forza, infatti le sue decisioni sono rapide e, in certe condizioni, efficaci. Possiamo attribuire questa efficacia alle euristiche che lo psicologo Gerd Gigerenzer ha definito "veloci e frugali", dato che consentono di prendere decisioni immediate senza sforzi cognitivi. Ad esempio, è stato sperimentalmente dimostrato dalla psicologa Gitte Landgaard che, quando si guarda per la prima volta un sito web, la mente umana ne dà un giudizio inconscio (positivo o negativo) in 50 millesimi di secondo. Soltanto dopo qualche secondo questo giudizio viene validato dalla coscienza del pensiero razionale che, come un notaio mentale, "mette a verbale" la decisione presa dal pensiero intuitivo.

Ma oltre alle euristiche sono inconsci anche i bias cognitivi, cioè le distorsioni del giudizio che compromettono la correttezza di molte decisioni umane. La natura inconscia di euristiche e bias rende difficile intervenire su di essi: il compito del pensiero critico (*critical thinking*) è quello di decidere in quali situazioni o compiti si possono lasciare "agire" le euristiche, e in quali altre bisogna sforzarsi di "mitigare" l'azione dei bias impegnando razionalmente il cervello solo in quelle circostanze che richiedono uno sforzo cognitivo.

## **Metodo socratico descritto da Platone**

L'origine del pensiero critico può essere individuata nel metodo socratico descritto da Platone, ad esempio, nel Teeteto. Questo metodo, che si avvale del dialogo tra maestro e allievo, consiste nell'aiutare l'allievo ad argomentare correttamente, a individuare il proprio punto di vista e a riconoscerne la fallibilità.

In tal modo il maestro aiuta l'allievo a riconoscere che la propria verità è solo un'opinione che va sottoposta a verifica.

La maieutica socratica paragona il filosofo alla "levatrice della conoscenza" che non riempie la mente dello studente con informazioni impartite a priori, ma lo aiuta a portare gradualmente alla luce la propria conoscenza, usando il dialogo come strumento dialettico. Il metodo socratico "costringe" l'interlocutore a doversi confutare da solo.

## **Fallacie argomentative**

Le fallacie sono modi di ragionare errati, perché si parte da premesse false, o perché si adottano delle inferenze scorrette, o perché si producono a sostegno delle proprie tesi argomenti irrilevanti dal punto di vista razionale. Ciò non toglie ampiezza alla diffusione delle fallacie: non sempre si vuole far leva sulla razionalità dell'interlocutore. Talvolta è più semplice puntare sulle emozioni o è più efficace ricorrere all'inganno. In questo ambito propriamente retorico si consuma molta parte della comunicazione contemporanea.

### **Esaminiamo alcune tra le fallacie pragmatiche**

Argumentum ad baculum, Argumentum ad verecundiam, Argumentum ad misericordiam, Argumentum ad iudicium, Argumentum ad populum, Argumentum ad personam.

#### **Argumentum ad baculum**

*Definizione: Con questa fallacia (del "bastone") l'interlocutore viene informato che seguiranno spiacevoli conseguenze se non sarà d'accordo con quanto proposto. Si sostituisce cioè una minaccia all'argomento.*

*Esempio*

*La teoria tolemaica è la migliore: ti conviene sostenerlo altrimenti corri il rischio di venir considerato eretico e quindi bruciato.*

*Critica*

*Si identifichi la minaccia, enfatizzandone la completa irrilevanza relativamente alla verità o falsità dell'enunciato che si vuole sostenere.*

#### **Argumentum ad verecundiam**

Definizione: A volte può essere appropriato citare un'autorità per sostenere una posizione, ma spesso non è così, specie se l'autorità non è tale.

Esempi

"E' vero: l'ha sostenuto Aristotele"

"Una fonte governativa ha affermato che la nuova legge sugli stranieri verrà presto ritirata"

"L'altro giorno un mio amico ha sentito dire che il politico XY è un ladro".

Critica

Se non esiste un'autorità riconosciuta, perché gli esperti in un determinato campo non sono d'accordo sull'argomento.

Oppure se stava semplicemente scherzando, se l'autorità non è identificata correttamente, se si tratta di

una diceria.

Comunque, mai un enunciato è vero o falso solo perché qualcuno (l'autorità) dice che è vero o falso, né perché qualcuno si rifà a qualcun altro (l'autorità) che afferma che è vero o falso.

## Argumentum ad personam

Definizione: Invece di valutare l'argomento, si critica la persona che lo espone. Ciò può avvenire in modi diversi.

ad personam 1 (abusivo): invece di ribattere un'asserzione, l'argomento attacca la persona che l'ha fatta.

Esempio: Tu puoi anche dimostrare che Dio non esiste, ma io so che è solo una tua fisima.

ad personam2 (circostanziale): invece di attaccare un'affermazione, ci si sofferma sul rapporto tra il suo proponente e le circostanze in cui questi si trova.

Esempio: Si può non dar credito a ciò che dice il Ministro delle Finanze sulle imposte, perché egli non sarà danneggiato dall'aumento. Si possono ignorare gli argomenti del Sig. Rossi perché sono basati su dati forniti dalla sua stessa azienda.

ad personam3 (tu quoque): questa forma di attacco al proponente sottolinea come egli stesso non metta in pratica ciò che sostiene.

Esempio: Dici che non posso bere, ma tu non sei mai stato sobrio più di un giorno.

Critica

Si mostri che attaccare la persona che enuncia una tesi riferendosi non a ciò che dice, ma a ciò che è o ai rapporti che ha, non porta argomenti, ma confonde la discussione, producendo un errore argomentativo.

## Effetto Pigmalione

Pigmalione, secondo la mitologia e la letteratura classica, era il re di Cipro e uno scultore, che si era innamorato perdutamente. La destinataria dei suoi sentimenti era una statua, da lui stesso scolpita, di nome Galatea, che egli considerava al di sopra di ogni donna reale e che sperava potesse animarsi. Un giorno, dopo aver pregato Afrodite, la dea dell'amore, vide Galatea prendere vita. Poté finalmente coronare i suoi sogni.

L'effetto Pigmalione è un fenomeno di suggestione psicologica. Effetto per cui le persone tendono a voler soddisfare l'immagine o l'idea che gli altri hanno di loro, anche se essa è negativa. Proprio come Pigmalione che aveva riposto così tante speranze e aspettative in Galatea che ella, infine, si era conformata ai suoi desideri.

“Un insegnante tende a valutare positivamente gli studenti bravi anche se la verifica non è corretta”

Lo studio dei bias cognitivi risulta utile all'interno delle tecniche e strategie di web marketing. Ci sono tanti elementi che possono influenzare il comportamento umano. Per esempio non bisogna dimenticare l'importanza delle credenze e influenze culturali, gli schemi mentali, la presenza di situazioni nelle quali è presente il giudizio altrui e infine la paura di prendere una decisione, fare qualcosa e influenzare le proprie scelte.

I Bias Cognitivi sono scorciatoie pericolose della mente, processi passivi di pensiero. Per smorzare gli effetti dei bias è necessario sviluppare il pensiero critico, attivo, razionale che ha un costo ben definito: tempo e logica.

## Alcuni Bias Cognitivi

### Bias cognitivo dell'omissione (paura)

La tendenza, in una situazione in cui è necessario correre dei rischi, a non agire è il bias di omissione.

Ritov e Baron, i due scienziati che si sono occupati di questo argomento, sono giunti a questa conclusione grazie ad uno studio che portava dei soggetti a dover prendere una decisione difficile in una situazione stressante: i partecipanti, nel ruolo di genitori, si trovavano a dover decidere, durante un'epidemia letale per i bambini, se vaccinare o no i loro figli, consapevoli che nel secondo caso il rischio sarebbe stato più elevato. Sorprendentemente, la maggior parte dei soggetti decise di non vaccinare i figli, una scelta razionalmente del tutto ingiustificata. La spiegazione a questo comportamento fornita dagli autori del progetto è che la paura dei soggetti di commettere una scelta errata li porterebbe a preferire la passività, cosa che oltretutto attenuerebbe i sensi di colpa nel caso in cui la conseguenza dovesse essere la morte del bambino.

### Confirmation Bias

E' la tendenza a cercare conferme alle proprie convinzioni e a rifiutare evidenze che le contraddicono.

"Un giornalista che si appresta a scrivere un articolo su un tema tende a intervistare solo esperti che supportano le sue vedute su quel tema, oppure un ricercatore universitario che si appresta a scrivere un articolo scientifico può trascurare di cercare informazioni che non siano coerenti con le sue credenze. Solo una minoranza di persone è disposta a rinunciare ai suoi pregiudizi, e non si accanisce nella ricerca di prove a loro sostegno, ma anzi cerca evidenze che li contraddicano."

### Errore di attribuzione(Fundamental attribution error)

E' la tendenza ad attribuire il comportamento di una persona alle caratteristiche della sua personalità, cioè alle inclinazioni generali, piuttosto che alla specificità della situazione in cui il comportamento viene attuato.

"Un guidatore si accinge a oltrepassare il semaforo quando diventa verde ma un'altra auto improvvisamente gli taglia la strada passando col rosso e costringendolo ad una brusca frenata. Arrabbiato, egli tende ad attribuire il comportamento dell'altro guidatore ad aggressività, sconsideratezza o altri fattori inerenti la sua disposizione personale fondamentale, senza ipotizzare che egli possa aver avuto invece, in quel momento, un malore.

### Favoritismo di gruppo (In-group Bias)

E' la tendenza delle persone a favorire persone appartenenti al proprio gruppo (qualunque esso sia: sociale, culturale, etnico, ecc) anzichè persone esterne.

"Gli esempi sono tanti ed hanno a che fare con il fanatismo, ad esempio tutti gli Ultras sportivi tendono a percepire negativamente i tifosi delle squadre rivali e, in certi casi, agire violentemente nei loro confronti. In tutte le competizioni elettorali si riscontra questo Bias, con il quale i sostenitori di partiti rivali vengono visti come nemici indipendentemente dalle loro qualità personali (infatti nelle discussioni politiche anche familiari e amicali) spesso si perde il controllo di sé. In certi paesi multi religiosi o multirazziali sono comuni gravi scontri."

### Correlazione illusoria (Illusory Correlation)

E' la tendenza delle persone ad associare due cose (eventi, accadimenti, ecc) anche se tra di esse non vi è alcuna relazione.

“Una persona visita per la prima volta una città che non conosce e viene derubata poche ore dopo esservi arrivata. Questa persona tenderà ad attribuire a quella città la qualifica di "città di ladri", anche se il furto ai suoi danni è stato un caso singolare e imprevedibile.”

## Effetto "senno del poi" (Hindsight Bias)

E' la tendenza delle persone, dopo che un evento è accaduto, a ritenere che essi avrebbero potuto prevederlo.

“Immaginiamo di andare a una partita di football tra due squadre che hanno alle spalle lo stesso numero di vittorie e di sconfitte. Ora la partita è finita e una delle due squadre ha distrutto l'altra. Nel nostro modello riveduto e corretto del mondo, la squadra vincente è molto più forte della perdente, e la nostra visione del passato e del futuro è stata modificata dalla nuova percezione. Imparare dalle sorprese è una cosa ragionevole, ma ha qualche conseguenza pericolosa.”

## Fallacia del Giocatore (Gambler's Fallacy)

E' la tendenza ad attribuire ad eventi occorsi in passato la capacità di influire su eventi futuri nell'ambito di molti giochi d'azzardo.

“L'esempio più noto riguarda la convinzione errata che il ritardo nell'uscita di un numero nelle estrazioni del Lotto possa rendere più probabile una sua imminente uscita. La convinzione errata che eventi di gioco accaduti nel corso di una sessione/partita, possano influenzare la probabilità che si verifichi un evento futuro si applica a molti giochi d'azzardo (roulette, poker, ecc).”

## Fallacia della mano calda (Hot-Hand Fallacy)

E' la tendenza delle persone a credere, dopo aver avuto casualmente successo in un evento, di poterlo replicare nei tentativi successivi. Avviene soprattutto nei giochi d'azzardo e negli sport.

“Questa fallacia si presenta ogni giorno nei Casinò di tutto il mondo quando un giocatore, dopo una serie di puntate vincenti alla roulette, inizia ad aumentare il valore delle proprie puntate convincendosi di attraversare una fase positiva. Ma la roulette, come le carte e altri oggetti di gioco non hanno memoria...”

## Effetto Alone (Halo Effect)

E' la tendenza a valutare (positivamente o negativamente) persone e cose/prodotti basandosi su pochi indizi (ad esempio un attributo particolarmente significativo della persona), e ad estendere il giudizio maturato all'intera persona o cosa/prodotto valutata.

Scrive Kahneman: "L'effetto alone contribuisce a mantenere semplici e coerenti le narrazioni esplicative esagerando la coerenza delle valutazioni: i buoni fanno solo cose buone e i cattivi solo cose cattive”.

“Un insegnante tende a valutare bene uno studente se ha voti alti in matematica”

## Effetto Mera Esposizione (Mere Exposure Effect)

E' la tendenza ad essere attratti e giudicare positivamente cose o persone già viste (anche una sola volta) piuttosto che altre sconosciute.

“Si tratta di un'attrazione inconscia verso tutto ciò a cui si è stati esposti sensorialmente (soprattutto visivamente). E' più probabile sentire un'attrazione per sconosciuti già incontrati casualmente in strada altre volte, piuttosto che per uno sconosciuto che si vede per la prima volta (ma dalla seconda volta non sarà più sconosciuto...)”.

## Bias cognitivo dell'omissione (paura)

La tendenza, in una situazione in cui è necessario correre dei rischi, a non agire è il bias di omissione.

Ritov e Baron, i due scienziati che si sono occupati di questo argomento, sono giunti a questa conclusione grazie ad uno studio che portava dei soggetti a dover prendere una decisione difficile in una situazione stressante: i partecipanti, nel ruolo di genitori, si trovavano a dover decidere, durante un'epidemia letale per i bambini, se vaccinare o no i loro figli, consapevoli che nel secondo caso il rischio sarebbe stato più elevato. Sorprendentemente, la maggior parte dei soggetti decise di non vaccinare i figli, una scelta razionalmente del tutto ingiustificata. La spiegazione a questo comportamento fornita dagli autori del progetto è che la paura dei soggetti di commettere una scelta errata li porterebbe a preferire la passività, cosa che oltretutto attenuerebbe i sensi di colpa nel caso in cui la conseguenza dovesse essere la morte del bambino.

A proposito di omissione dovuta alla paura:

“L'uomo porta dentro di sé le sue paure bambine per tutta la vita. Arrivare ad non avere più paura, questa è la meta ultima dell'uomo” Italo Calvino

“L'importante non è stabilire se uno ha paura o meno, è saper convivere con la propria paura e non farsi condizionare dalla stessa. Ecco, il coraggio è questo, altrimenti non è più coraggio ma incoscienza.” Giovanni Falcone

"L'ostacolo più grande? La paura" Madre Teresa di Calcutta

"Un giorno la paura bussò alla porta. Il coraggio andò ad aprire e non trovò nessuno" Martin Luther King

Lo studio dei bias cognitivi risulta utile all'interno delle tecniche e strategie di web marketing. Ci sono tanti elementi che possono influenzare il comportamento umano. Per esempio non bisogna dimenticare l'importanza delle credenze e influenze culturali, gli schemi mentali, la presenza di situazioni nelle quali è presente il giudizio altrui e infine la paura di prendere una decisione, fare qualcosa e influenzare le proprie scelte.

I Bias Cognitivi sono scorciatoie pericolose della mente, processi passivi di pensiero. Per smorzare gli effetti dei bias è necessario sviluppare il pensiero critico, attivo, razionale che ha un costo ben definito: tempo e logica.



Secondo i due ricercatori, bisogna imparare a valutarsi più oggettivamente. Ovvero: migliorare la propria metacognizione.

Le persone meno esperte tendono a sopravvalutare le proprie abilità.

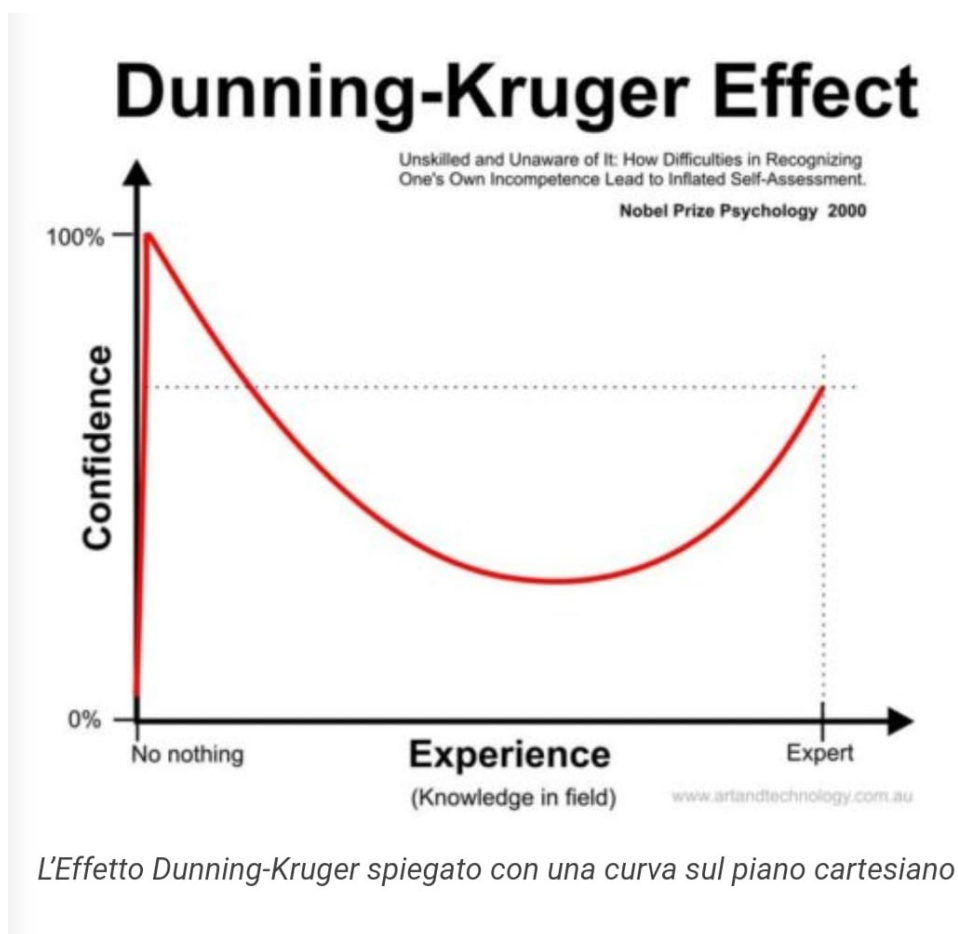
Non sono in grado di giudicare oggettivamente se stessi, e non si rendono conto della superiorità delle abilità altrui.

Hanno molte certezze.

Per contro, le persone davvero dotate tendono a sottostimare le loro abilità.

Al contrario degli incapaci, i dotati tendono a credere che ciò che fanno sia semplice e che le loro doti siano molto comuni.

Hanno molti dubbi.



Come agisce l'effetto Dunning-Kruger.

Supponiamo che per conoscere alla perfezione un argomento siano necessarie 100 nozioni.

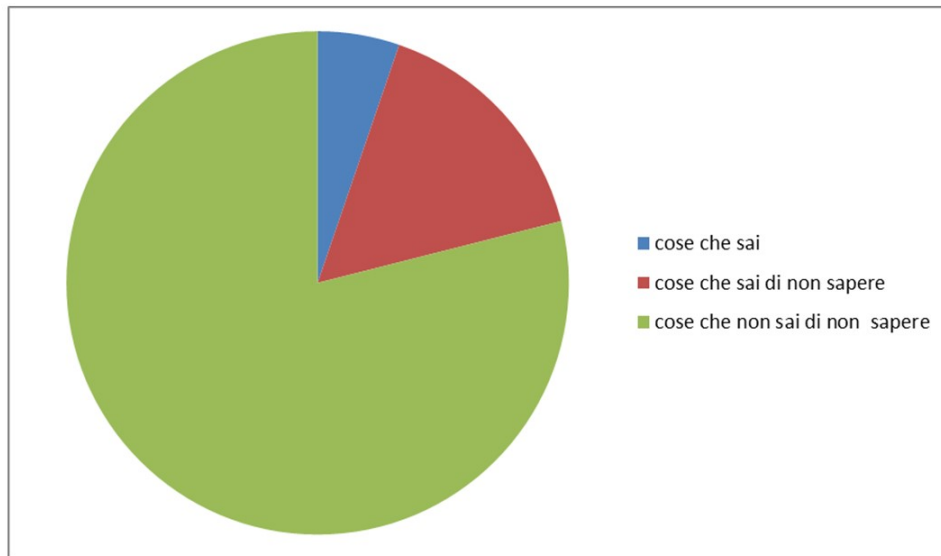
Se ne ho 60, avrò abbastanza nozioni da sapere anche che me ne mancano almeno 40 per formulare un giudizio esatto.

Ma se ne ho 10, non avrò quella consapevolezza e quindi tenderò a sottostimare il numero di nozioni che non conosco, pensando che me ne manchino poche (magari solo 5) non rendendomi conto che, in realtà, me ne mancano 90.

Così, chi è preparato al 60% sarà abbastanza consapevole di conoscere il 60% di quello che gli serve, mentre chi è preparato solo al 10% penserà di esserlo al 66%.

Ecco perché parlerà con voi convinto di saperne anche più di te.

L'ignoranza genera saccenza, perché la vera saggezza è la consapevolezza della propria ignoranza: solo chi sa di essere ancora ignorante cercherà di sapere di più.



«La nostra ragione non può assolutamente trovare il vero se non dubitando; ella si allontana dal vero ogni volta che giudica con certezza; e non solo il dubbio giova a scoprire il vero, ma il vero consiste essenzialmente nel dubbio, e chi dubita sa, e sa il più che si possa sapere.»

L'elogio del dubbio - Giacomo Leopardi

«Il Dubbio invece è una divinità discreta, è un amico che bussa con gentilezza alla vostra porta. Il Dubbio espone con calma le sue idee ed è pronto a cambiarle radicalmente non appena qualcuno gli dimostrerà che sono sbagliate»

Il dubbio - Luciano De Crescenzo

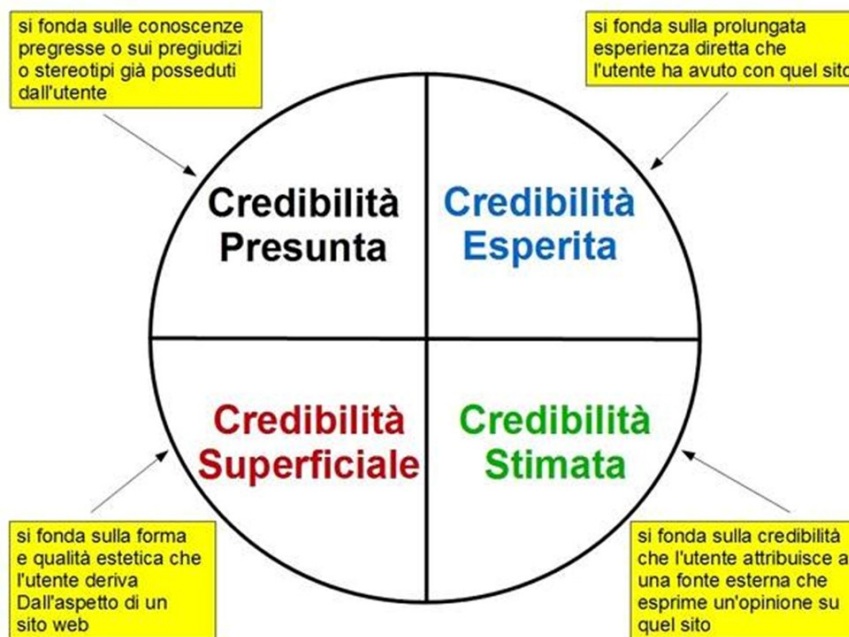
## Pensiero critico e democrazia

Secondo la filosofa statunitense Martha Nussbaum la democrazia non sopravvive quando le persone delegano le loro decisioni alle autorità oppure si lasciano influenzare dalla pressione del gruppo sociale al quale appartengono.

In altre parole: le nazioni che hanno a cuore la democrazia educano i cittadini al pensiero critico e ne salvaguardano la capacità di decidere autonomamente.

La maggior parte delle persone, quando affronta un tema specifico, si limita a studiarlo da una sola prospettiva (di solito quella che gli è più congeniale), ad esempio storica, sociologica, psicologica, ecc. La costruzione di una mente critica richiede un approccio interdisciplinare: un pensatore critico deve superare i limiti delle singole discipline che trattano dell'essere umano e del suo ambiente socioculturale, per integrare e amalgamare i concetti di diverse discipline scientifiche ed umanistiche.

(pensierocritico.eu)



Come valutiamo la credibilità dei siti web?

Per valutare la credibilità di un sito web dobbiamo porci almeno cinque domande: chi ha scritto i contenuti, qual è lo scopo che si prefigge, qual è la qualità di ciò che ha scritto, quando li ha scritti e in quale ambito internet. Si tratta delle cinque W (Who, What, Why, When and Where) che il giornalismo anglosassone derivò dai retori dell'antichità e in particolare da Marco Tullio Cicerone (De Inventione). Quel modello, a partire dagli anni '40 del Novecento, venne inoltre ripreso dalla teoria delle comunicazioni di massa denominata "modello di Lasswell".

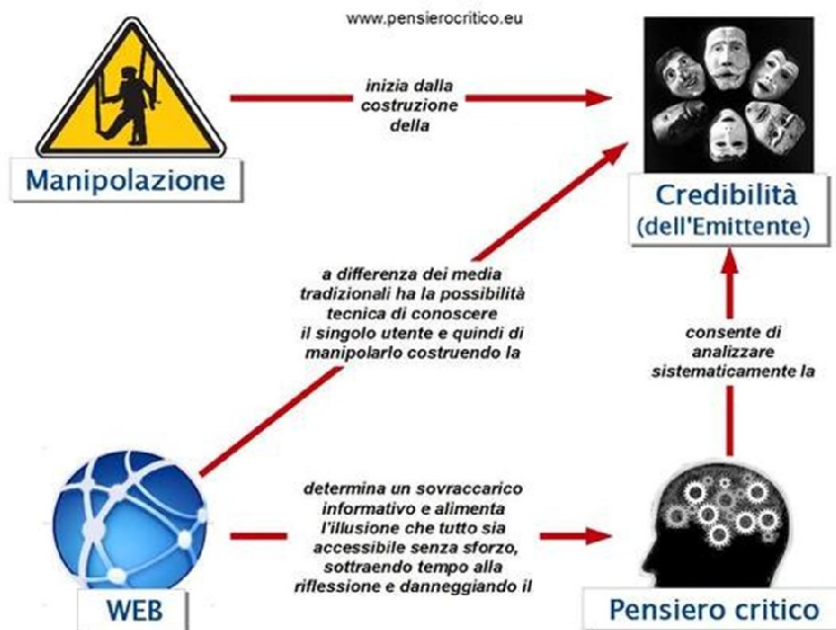
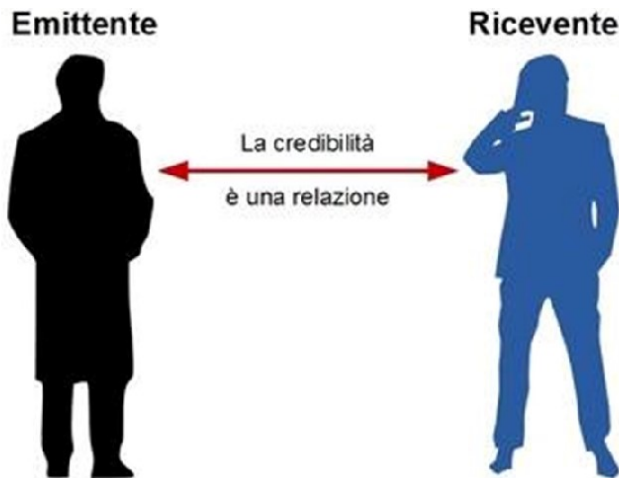
(pensierocritico.eu)

Se non si ha molto tempo si consiglia una prima analisi rispondendo a queste cinque domande:

Chi: È specificato il responsabile dei contenuti del sito (non il webmaster)?

Perché: È specificato lo scopo che il sito si prefigge? (ad esempio: vendere, informare, educare, ecc.)





*La "ragione" è lo strumento da cui noi esseri umani dobbiamo dipendere quando il nostro obiettivo è quello di formarci giudizi che diano affidamento. Le abitudini sono guide efficienti in molte occasioni; l'impulso, casuale o istintivo, spesso sarà allettante, e talvolta irresistibile. Ma queste e altre basi non razionali del giudizio possono risultare catastrofiche quando, in una sfera qualunque, il nostro benessere dipende dal sapere come stanno davvero le cose, e cosa si può correttamente inferire dai fatti noti.*

(I. Copi, C. Cohen)

I sentimenti della massa sono sempre semplicissimi e molto esagerati. La massa non conosce quindi né dubbi né incertezze. Corre subito agli estremi, il sospetto sfiorato si trasforma subito in evidenza inoppugnabile, un'antipatia incipiente in odio feroce. [...] la massa può venir eccitata solo da stimoli eccessivi.

**Chi desidera agire su essa, non ha bisogno di coerenza logica fra i propri argomenti;**

deve dipingere nei colori più violenti, esagerare e ripetere sempre la stessa cosa.

SIGMUND FREUD, Psicologia delle masse e analisi dell'Io

Nell'epoca dei social il fenomeno si è diffuso a dismisura, tante persone "esagerano e ripetono" opinioni "eccessive" anche contrarie alla scienza che è costituita per dare coerenza ai nostri ragionamenti, per verificare in modo razionale e oggettivo le ipotesi.

Paradossalmente questa ondata di pensiero esagerato, complottista, negazionista viaggia nella massa in modo pervasivo facendo credere di essere un pensiero divergente, che ti porta fuori dal gregge.

Dobbiamo invertire questa tendenza **rivalutando la scienza, la cultura, il pensiero critico.**