

THINK REPORT 2022

Lo stato del pensiero
nel presente e nel futuro

Lenovo

Indice

01	Pensa, Ancora	3
02	Il Thinking Gap	7
03	La forza di un pensiero migliore	12
04	Promuovere un pensiero migliore	18
05	Pensare all'umanità	26
	Metodologia	32

THINK REPORT 2022

Lenovo

01

Pensa, Ancora

Lenovo

In Lenovo, abbiamo riflettuto molto sul pensiero (tutto questo diventa molto “meta”, ma seguiteci)

Ecco perché, in qualità di azienda tecnologica impegnata con passione nello sviluppo di tecnologie in grado di incoraggiare, motivare e facilitare il pensiero e di fornire alle persone le abilità e le capacità necessarie per dare vita a tale pensiero, abbiamo voluto saperne di più su ciò che le persone di tutto il mondo pensano di questo.

A che cosa pensano?

Avevamo un'intuizione, un sentore, un'idea di ciò che le persone stavano pensando, ma non avevamo i dati necessari per formulare nuovi spunti, definire i problemi, comprendere le sfide, identificare le possibilità e offrire soluzioni significative e sostenibili in grado di farci pensare - e pensare in grande - ancora una volta.

Che cosa abbiamo scoperto

Le persone sono **sopraffatte** e **sovraccaricate**, il che porta a un **“Thinking Gap”**.

Abbiamo privato il pensiero più profondo e siamo scesi a compromessi con il **“pensiero di sopravvivenza”**.

Le persone concordano sul fatto che il pensiero abbia benefici trasformativi. **Un pensiero più profondo e più chiaro** ha il potere di migliorare le singole vite e il mondo.

La tecnologia può aiutare a colmare il **“Thinking Gap,”** se utilizzata **in modo mirato** e con i limiti appropriati.

Gli eventi degli ultimi due anni hanno avuto un impatto sul pensiero

Quanto, se mai, gli eventi degli ultimi due anni hanno influito sulla capacità degli intervistati di impegnarsi in un pensiero **chiaro, profondo e produttivo**?

64%

Stati Uniti

58%

Regno Unito

61%

Germania

48%

Giappone

"Hanno avuto un forte impatto" o "Hanno avuto un certo impatto".

Stati Uniti

Regno Unito

Germania

Giappone



“Che cosa ne pensate?”

Una domanda abbastanza comune, ma molto più complicata di quanto sembri. Questo perché pensare, anche se ci viene naturale, sta diventando innaturalmente difficile.

Siamo tutti così impegnati. Abbiamo così tante cose da fare. Non ci sono abbastanza ore in una giornata. E tutto questo senza considerare la crisi sanitaria che abbiamo vissuto negli ultimi due anni e più, e lo stress, l'autoconservazione, la preoccupazione e, in alcuni casi, il dolore che hanno offuscato i nostri pensieri. Se a ciò si aggiunge l'incertezza economica, tra le altre questioni che influenzano il nostro modo di vivere oggi, una riflessione profonda e ponderata diventa quasi... impensabile.

Eppure oggi, in un momento della storia umana in cui ci troviamo ad affrontare sfide non solo scoraggianti, ma addirittura esistenziali - come pianeta, come specie, come persone che cercano di fare la cosa giusta per se stessi, per le proprie famiglie, per i propri datori di lavoro e per le proprie comunità — il pensiero — il pensiero duro, complesso, ampio, ricco di sfumature, perspicace, fantasioso, innovativo, compassionevole, intenzionale, inclusivo, propositivo, capace di cambiare forma - non è mai stato così fondamentale per il nostro futuro.



1158%

**dichiara che è
“estremamente” o
“molto” difficile pensare
al meglio quando ci si
sente esauriti o stanchi.**

2022

II Thinking Gap

La verità è che non c'è abbastanza pensiero critico e profondo attualmente

Non è che come individui non pensiamo - siamo esseri umani, dopo tutto. Ma la verità è che non c'è abbastanza pensiero critico e profondo.

Stiamo vivendo quello che chiamiamo "Thinking Gap" ed è qualcosa che non possiamo permetterci, soprattutto ora. Purtroppo non c'è un'unica causa, qualcosa che possiamo semplicemente risolvere, ma una combinazione di cause che ci hanno colpito come mai prima d'ora.

64%

Diciamo che la **capacità di essere multitasking e pensare velocemente** è "estremamente" o "molto" importante.

Che cosa ci impedisce di pensare meglio?

Oggi le persone si sentono sopraffatte su tutti i fronti, il che rende ancora più difficile concentrarsi e pensare.

Il mondo si muove così velocemente, i cambiamenti avvengono intorno a noi così rapidamente, che può essere difficile trovare una zavorra nella tempesta, una zavorra che ci stabilizzi, ci faccia sentire sicuri e permetta alla nostra mente di andare oltre il pensiero veloce e il multitasking e di essere all'altezza del nostro potenziale.

Poi, naturalmente: COVID-19. La guerra. Lo sfollamento. Le sfide ai diritti umani. Il crollo della società civile. Il cambiamento climatico. Queste e molte altre questioni che giustamente trainano le notizie vivono nella nostra testa, occupano spazio quando non ne siamo nemmeno consapevoli e ostacolano la nostra capacità di pensare in modo profondo e produttivo.

	Stati Uniti	Regno Unito	Germania	Giappone
Avere troppe cose per la testa	63%	54%	57%	36%
Avere troppe distrazioni	62%	53%	53%	38%
Sentirsi stanchi o affaticati	58%	53%	56%	52%

Noi. Siamo. Sfiniti da. Tutto. Questo.

Il risultato? Quello che noi chiamiamo "Pensiero di sopravvivenza", un modo di pensare a breve termine e un compromesso che ci porta al prossimo obiettivo, che sia finire la presentazione di un cliente, mettere la cena in tavola o guardare l'ultima fiction. Questo, però, come individui e come società non ci porta dove dobbiamo andare.

Più della metà ritiene che la stanchezza e il sentirsi esausti impediscano di pensare al meglio.

In altre parole, c'è tanto pensiero intelligente e fattibile che non viene elaborato. Come individui e come società, stiamo perdendo la creatività, la genialità e l'intuizione che altrimenti potrebbero guidare il progresso, migliorare le vite e creare una società più equa e giusta. Questo thinking gap ha un costo elevato per l'umanità e per il futuro che condividiamo gli uni con gli altri.



Il **thinking gap** porta a una significativa "perdita di tempo"

Tempo approssimativo perso ogni giorno
per un pensiero di qualità inferiore:

~3 ore
Stati Uniti

2+ ore
Regno Unito

1,5+ ore
Germania

~2 ore
Giappone

Le generazioni più giovani sono messe ancora più alla prova dal tempo perso.
Gli utenti finali delle imprese (BEU) riferiscono una perdita di ~2,5 ore ogni giorno.

Anche i decisori IT provano questa perdita

Nel luogo di lavoro i decisori IT (ITDM) ritengono che i loro colleghi faticino **“davvero tanto”** o **“abbastanza”** a impegnarsi in **pensieri chiari, profondi e produttivi.**

75%
Germania

84%
Stati Uniti

66%
Giappone

76%
Regno Unito

Solo il 34%
trascorre la maggioranza del
suo tempo dedicato al pensiero
in un pensiero chiaro, profondo
e produttivo.

03

La forza di un pensiero migliore

Lenovo

Il pensiero migliore è apprezzato, ma **che tipo di pensiero?**

Se da un lato le persone sembrano capire che stanno vivendo un thinking gap, dall'altro sanno anche che cosa si perdono a causa di questo gap - e lo perdono. Infatti è chiaro che gli intervistati apprezzano un pensiero migliore, ma quali sono i tipi di pensiero più importanti? È emerso che il pensiero critico, collaborativo e riflessivo è al primo posto.

Pensiero critico

La capacità di valutare i fatti dalle opinioni e dalle informazioni inaffidabili e spesso false, al fine di formulare un giudizio o prendere una decisione ben informata.

Pensiero collaborativo

Impegnarsi con le idee altrui e basarsi su di esse (ad esempio, brainstorming, gruppi di discussione, ecc.).

Pensiero riflessivo

Pensiero introspettivo, in cui si è consapevoli e si valuta se stessi e la propria vita, nonché l'impatto che le proprie azioni possono avere sugli altri.

Tutto questo porta a **un pensiero di livello superiore**

Un pensiero chiaro, profondo e produttivo che può migliorare la vita e il mondo che condividiamo.

La verità è che, anche se le persone non sperimentano il "pensiero di livello superiore", sanno nel profondo come ci si sente e quale sia il suo potenziale per creare benefici trasformativi. Ne immaginano il potere e l'impatto positivo che può avere sul processo decisionale, sulla salute mentale e sulla consapevolezza di sé. E vogliono cogliere - o in molti casi riconquistare - il valore che sanno che fornisce loro, la gioia che sanno che dà loro e i benefici che sanno che garantisce loro.

> 65%

degli intervistati in tutti i mercati **ritiene che impegnarsi in un pensiero chiaro, profondo e produttivo aiuterà a prendere decisioni migliori.**

> 80%

degli intervistati, escluso quelli del Giappone, **ritiene che farlo contribuisce anche al benessere mentale personale.**

Lo sblocco di un pensiero migliore crea la strada per **nuove possibilità**

Il valore, la gioia e i vantaggi di un pensiero migliore hanno una influenza su una varietà di cose che danno significato alle nostre vite e, in alcuni casi, mitigano le sfide che la vita stessa ci presenta.

Molte persone credono che un pensiero più profondo possa aiutarle a raggiungere i loro obiettivi, pianificare un futuro migliore per sé e portare a equilibrio, efficienza, esplorazione, concentrazione e positività maggiori. Questo non riguarda solo il raggiungimento di obiettivi professionali ma anche la realizzazione di obiettivi della vita personale e privata.

Chiaramente le persone pensano molto a queste cose.

Un pensiero migliore ha un valore in sé

Tra il 60% e l'85% degli intervistati ha dichiarato che un pensiero migliore li aiuta a:

Proteggere il benessere mentale

Prendere decisioni migliori

Sentirsi più presenti e pazienti

Ridurre lo stress

Avere una maggiore consapevolezza di sé

Ampliare la creatività

Agire in modo più intenzionale

Migliorare lo sguardo sul mondo

Promuovere la memoria

Quanto è **importante**
e piacevole per
voi un pensiero
chiaro, profondo e
produttivo?

86%

Stati Uniti

82%

Stati Uniti

80%

Germania

78%

Germania

74%

Regno Unito

69%

Regno Unito

50%

Giappone

44%

Giappone

Importante

Piacevole

“Notevolmente” o “Abbastanza”

Un pensiero migliore ha i suoi benefici.

Quanto è benefico per voi un pensiero chiaro, profondo e produttivo?



Stati Uniti
Regno Unito
Germania
Giappone

85%
Stati Uniti

75%
Regno Unito

79%
Germania

49%
Giappone

“Notevolmente” o “Abbastanza”



L'81%

**dichiara che il pensiero
chiaro, profondo e
produttivo accresce la
consapevolezza di sé.**

04

Promuovere
un pensiero
migliore

Lenovo

Un pensiero migliore non accade da sé

Il mondo non funziona così.

Come singoli e come società, dobbiamo volerlo, cercarlo, trovarlo, coltivarlo, proteggerlo e sostenerlo. E dobbiamo essere creativi nel modo in cui gli diamo vita.

Ci sono approcci comprovati, come:

Cercare luoghi familiari, tranquilli e confortevoli

Fare attività fisica

Ritagliarsi alcuni momenti durante la giornata per allentare la tensione che blocca la nostra capacità di pensare



Requisiti di un pensiero migliore

Per alcune persone la via verso il pensiero migliore inizia da qualcosa di semplice, come ricordare a sé stessi di mettersi a sedere o alzarsi, il che può essere rinfrescante, o aggiungere piante sul luogo di lavoro e nello spazio in cui vivono perché per tanti le piante sono confortanti e ispiranti. In effetti, forse per la loro semplicità, queste due strategie rappresentano due tra i modi più popolari tra le persone di tutto il mondo che hanno partecipato al nostro studio per ricercare un pensiero migliore.

Ne deriva che i requisiti principali per un pensiero migliore tra i nostri intervistati siano, comunque, la pace e la quiete.

Infine la tecnologia è **uno strumento**

Deve esserci, giusto? Altrimenti ci prenderemmo in giro da soli sul ruolo che gioca nella nostra vita e nella società.

La tecnologia è qui per restare, quindi la domanda diventa: In che modo possiamo usare meglio la tecnologia per migliorare il nostro pensiero e risolvere le sfide che affrontiamo (per non dire per rendere la vita più divertente e gioiosa, il che porta anche a un pensiero migliore)?

> 50%

in tutti i mercati considererebbe **di rivalutare la propria relazione con la tecnologia in modo da migliorare il pensiero.**



Il ruolo della tecnologia nel pensiero

Sappiamo che le persone vogliono comprendere come la tecnologia può migliorare il loro pensiero.

Questo è vero per quelle persone che usano la tecnologia nel loro lavoro, cioè quasi tutti, in un modo o in un altro. Ed è ancora più vero per chi lavora nel settore della tecnologia (come chi, tra noi, lavora in Lenovo). I millennial e i Gen Z, infatti, hanno maggiori probabilità di usare la tecnologia in modo da comprenderla meglio e da capire come essa può aiutarli a diventare pensatori migliori, più produttivi e più efficienti.

Comportamenti in relazione alla tecnologia e pensiero

La maggior parte degli intervistati, in particolare nei mercati del Regno Unito e degli Stati Uniti, crede nel potere della tecnologia per aiutare le persone ad avere un pensiero critico, riflessivo, collaborativo, esplorativo nonché nuovi modi per pensare.

Tra coloro che credono che la tecnologia possa aiutarli a diventare pensatori migliori, i comportamenti più popolari includono:

Imparare a usare la tecnologia in modo più costruttivo

Agire in modo più consapevole quando si usa la tecnologia per interagire con gli altri

Essere decisi stabilendo dei confini sull'uso della tecnologia

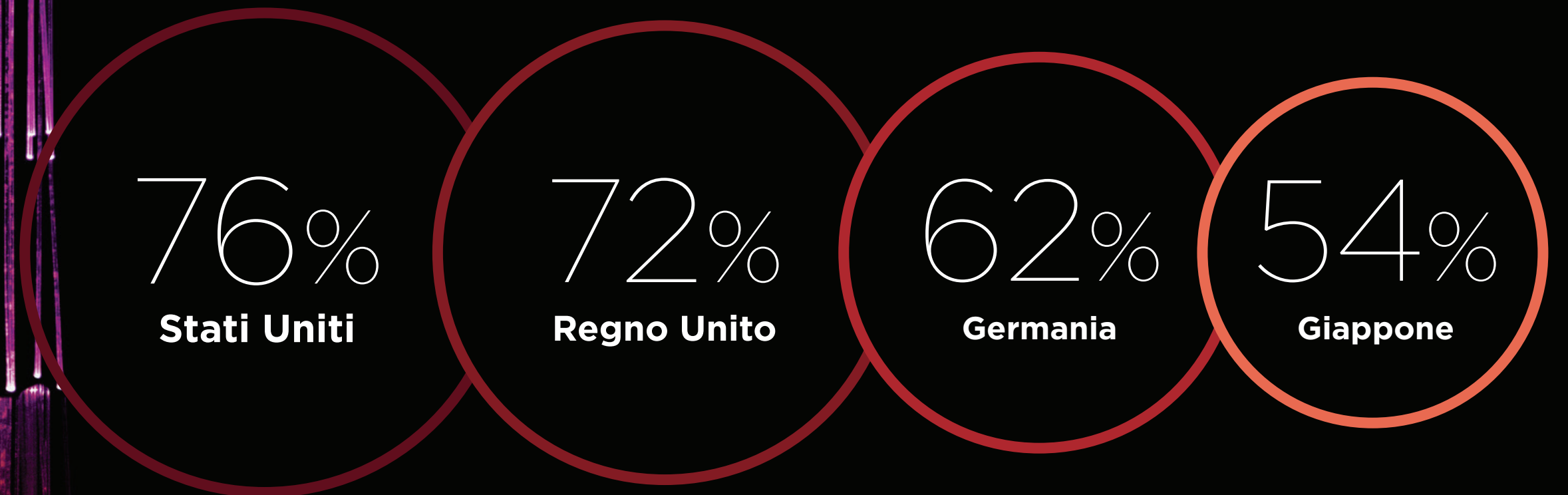
La tecnologia ci aiuta a impegnarci in diversi tipi di pensiero

Complessivamente, penso che la tecnologia aiuti le persone a impegnarsi in...

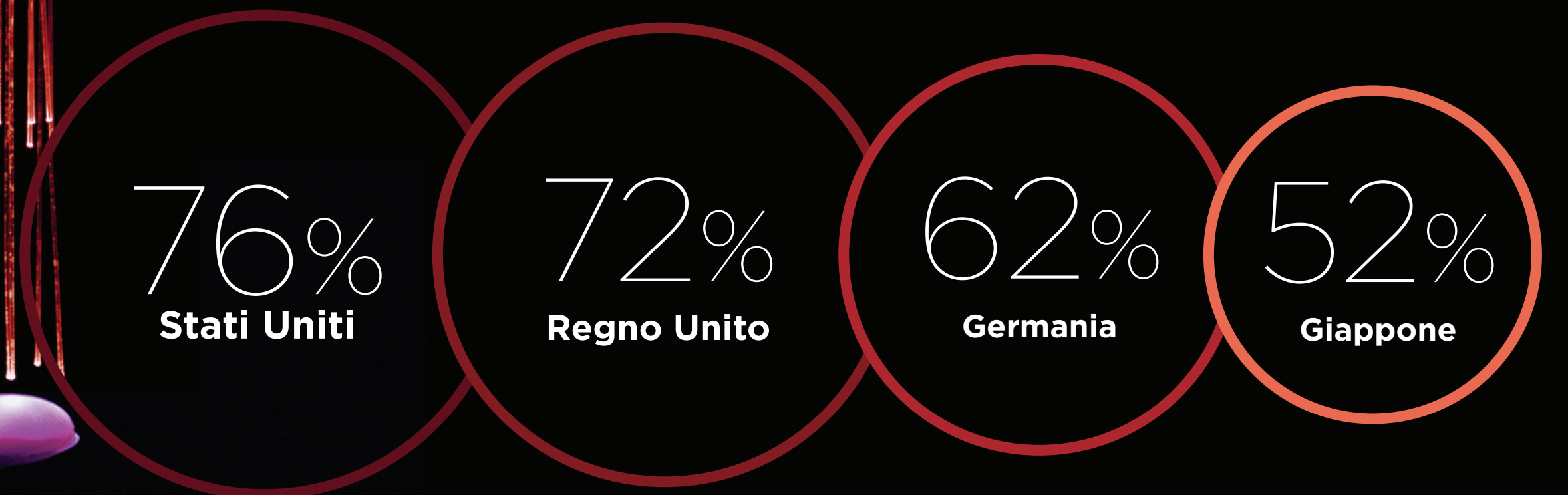
	Stati Uniti	Regno Unito	Germania	Giappone
Pensiero critico	71%	70%	63%	56%
Pensiero riflessivo	69%	67%	61%	59%
Pensiero collaborativo	73%	73%	63%	66%
Pensiero ampio/ esplorativo	75%	73%	66%	70%
Nuovi modi per pensare	76%	75%	68%	75%

Gli utenti finali delle imprese hanno possibilità anche maggiori di reinventare l'impatto della tecnologia sul pensiero

Percentuale di utenti finali delle imprese (BEU) che sono alla ricerca di informazioni su come la tecnologia possa aiutarli per avere un pensiero chiaro, profondo e produttivo:



La percentuale di BEU che prenderebbe in considerazione una nuova valutazione della relazione con la tecnologia se questo li aiuterebbe a impegnarsi in un pensiero chiaro, profondo e produttivo:



Aziende tecnologiche e il bene superiore

Gli utenti pensano anche che le aziende tecnologiche abbiano la responsabilità di contribuire a un bene superiore offrendo funzionalità, benefici e altre soluzioni che possano motivarli a perseguire un pensiero migliore e più profondo che, a sua volta, contribuirà a un bene superiore (nonché allo stesso bene personale degli utenti).

Il settore della tecnologia è in realtà più fortunato di altri perché le persone desiderano credere in esso e, soprattutto negli Stati Uniti e nel Regno Unito, desiderano che sia parte della soluzione che aiuta le persone a impegnarsi in nuovi modi di pensare, verso un pensiero critico, riflessivo, collaborativo ed esplorativo. Si tratta di un'opportunità che le aziende tecnologiche dovrebbe cogliere.



Come possiamo imparare a usare meglio la tecnologia?

Se funzionalità che facilitano la collaborazione e la comunicazione sono considerate le più utili nella promozione di un pensiero migliore, anche strumenti semplici come le tecnologie di cancellazione del rumore sono auspicati.

Altre funzionalità che promuoverebbero la nascita di pensatori che migliorano lungo la strada verso il futuro includono quelle che limitano le distrazioni, alleggeriscono il sovraccarico delle informazioni e semplificano le attività.



70%

**crede di poter usare la
tecnologi a per imparare
a pensare meglio.**

Che cosa significa questo per: **la via verso un pensiero migliore**

Se alcuni dichiarano che la tecnologia possa inibire un pensiero migliore, gli intervistati hanno opinioni diverse.

Certamente, limitare il tempo allo schermo e altri comportamenti simili possono contribuire a elevare il pensiero. Ma i dati dello studio mostrano che, ben lungi da inibire, la tecnologia può contribuire a migliorare il pensiero.

La formula del pensiero tecnologico

Sulla base della ricerca, la formula che stiamo ascoltando dalle persone per un pensiero migliore guidato dalla tecnologia è:



Utilizzo della tecnologia in modo più costruttivo



Istituzione di confini sull'uso della tecnologia



Pensiero più chiaro, più profondo e più produttivo

05

**Pensare
all'
umanità**

Il pensiero guida il progresso dell'umanità

Lungo tutta la storia umana — a seconda delle persone con cui parlate, stiamo parlando degli ultimi 300.000 di anni — è stata la nostra capacità di pensare, e di pensare in modo lungimirante e profondo, ad aver guidato il progresso.

Tale capacità ci ha motivati a superare le sfide da quella più elementare a quella più profonda; ci ha consentito di fare di più e di farlo meglio per noi stessi e per gli altri; ci ha aiutato a vedere il mondo non solo come è ma anche come potrebbe essere; ci ha permesso di creare collegamenti tra i nostri pensieri, i nostri comportamenti e i nostri risultati; ci ha spinto ad agire con audacia, con decisione e convinzione; e ci ha ispirati a essere più gentili e più delicati quando è possibile, ma feroci e ferventi quando è necessario.

Quanto di buono riguarda l'umanità è possibile perché non solo abbiamo elaborato pensieri buoni ma ci siamo presi il tempo di considerarli, di valutarne le implicazioni, le promesse e gli esiti.

Un pensiero migliore aiuta la nostra società

Il pensiero migliore non è vantaggioso solo per noi come singoli, ma anche per la società. In effetti circa la metà degli intervistati in tutti i mercati crede che l'impegno in un pensiero migliore renderebbe la nostra società più gentile e pacifica.

Quale tra quelli che seguono sarebbe, secondo voi, un vantaggio dell'impegnarsi in un pensiero più chiaro, profondo e produttivo come società?

	Stati Uniti	Regno Unito	Germania	Giappone
La nostra società sarebbe più gentile	62%	54%	52%	31%
La nostra società sarebbe più pacifica	62%	52%	57%	44%
Arriveremmo più vicino alla soluzione dei problemi sistemici	54%	41%	47%	19%
La nostra società sarebbe più produttiva	51%	41%	40%	29%

Pensare è essenziale per l'umanità

Non siamo solo noi in Lenovo a dirlo:
Chi ha partecipato al nostro studio ne è convinto.

Più che

50%

crede che far crescere lo spazio per il pensiero **incoraggerebbe la gentilezza, la pace e la produttività a livello di società.**

L'80%

pensa che un pensiero chiaro, profondo e produttivo **aumenti la nostra umanità nel suo insieme, ci avvicini alla soluzione delle sfide sociali del momento** e possa avere un **impatto positivo sulle generazioni del futuro.**

Che cosa c'entra **la** **tecnologia** con tutto questo?

Come si può vedere, molto.

Infatti la tecnologia, usata in modo appropriato, ponderato e responsabile, potrebbe essere la chiave per sbloccare il potenziale per un livello di pensiero dell'umanità che non è mai stato provato, il tipo di pensiero di cui abbiamo bisogno più che mai per risolvere la tipologia di sfide che affrontiamo oggi.

I nostri intervistati sono d'accordo

Pensando meglio a livello collettivo **possiamo migliorare il mondo intorno a noi** e potremo essere più **produttivi, più empatici e più tolleranti.**

Pensando meglio a livello collettivo, potremmo prendere **decisioni migliori, essere più gentili gli uni con gli altri, risolvere i problemi insieme e reagire meglio su tematiche globali.**

Per risolvere i problemi dell'umanità, **le aziende tecnologiche e i dispositivi, le funzionalità, le applicazioni e i vantaggi che esse offrono devono essere incentrati sull'essere umano.**

Per creare un pensiero migliore che contribuisca ai cambiamenti sociali a lungo termine, i marchi devono **prendere in considerazione le esigenze dei clienti, i loro interessi, le esperienze e le aspettative.**

I marchi tecnologici che vogliono essere parte del cambiamento sociale devono mettere le persone di fronte e al centro nell'ambito della loro strategia

Se le aziende tecnologiche possono essere più incentrate sull'essere umano e se la tecnologia è in grado di sbloccare un pensiero migliore - due grandi se - le persone credono che i risultati potrebbero essere trasformativi in modi che noi forse non riusciamo nemmeno a immaginare.

I dati e le opinioni derivati dalla nostra ricerca possono aiutare a informare e sostenere le persone nell'impegno più intenzionale, olistico e collaborativo con la tecnologia, e in modi che siano:

Più concentrati e meno disturbanti

Più costruttivi e meno compromessi

Più liberatori e meno dispendiosi in termini di tempo



La tecnologia è fondamentale

La tecnologia in se stessa potrebbe essere la sola risposta alla chiusura del Thinking Gap. Il pensiero, dopotutto, ha luogo nel nostro cervello (con l'assistenza della bontà dei nostri cuori).

Ma nel nostro mondo digitalizzato, computerizzato, motorizzato e automatizzato, con l'apprendimento automatico che ci insegna lezioni e l'intelligenza artificiale che diventa più reale ogni giorno, la tecnologia è fondamentale per progredire contro, virtualmente, ogni problema che affrontiamo.

Come società moderna, del 21° secolo, abbiamo l'opportunità di riconoscere gli impatti positivi che colmare il Thinking Gap avrebbe sulla vita delle persone e delle comunità in tutto il mondo, per non menzionare il pianeta Terra. È nostro potere pensare a noi stessi e ripensare al modo in cui stiamo usando questa straordinaria capacità umana di fare una differenza significativa oggi e ancora a lungo nel futuro.

Metodologia

Come e quando?

Sondaggio online

Fielding: Dal 4 al 24 luglio 2022

Chi?

Pop. Gen.

Popolazione generale
Adulti 18+

BEU

utenti finali delle
imprese
*Gen Z/Millennial
che usano la tecnologia
nella loro professione*

ITDM

I decisori IT

Margine di errore

Per i campioni dei singoli mercati
(con un livello di confidenza del
95%):

Pop. Gen.

+/- 3 punti percentuale

BEU

+/- 4 punti percentuale

ITDM

+/- da 5 a 6 punti percentuale

Dove e quanti?

Stati Uniti

n = **1.051 Pop. Gen.**

n = **650 BEU**

n = **349 ITDM**

Regno Unito

n = **1.014 Pop. Gen.**

n = **660 BEU**

n = **363 ITDM**

Germania

n = **1.010 Pop. Gen.**

n = **620 BEU**

n = **338 ITDM**

Giappone

n = **1.020 Pop. Gen.**

n = **310 BEU**

n = **310 ITDM**

Nota

I dati quantitativi e i risultati
inclusi in tutte le slide si basano
sui dati della popolazione
generale se non indicato
diversamente

Grazzie.

