

Overflow di informazioni



Voglio affrontare un argomento molto particolare e complesso prendendo spunto da un articolo apparso sul settimanale "[Internazionale](#)" del 17 marzo: **troppe informazioni paralizzano il cervello e spingono a prendere decisioni sbagliate.**

Personalmente è una situazione in cui mi trovo molto spesso e in tutti gli ambiti della vita professionale, privata e sociale.

La situazione

Non mi soffermo ad analizzare le spiegazioni biologiche di tale fenomeno, ma mi limito a sottolineare e confermare (almeno per quel che mi riguarda) che: quando il numero di elementi e di combinazioni diventa altissimo, aumenta anche la quantità d'informazioni tra cui bisogna destreggiarsi e quindi la possibilità di commettere errori. Nell'articolo infatti si legge: "Se le informazioni sono troppe le persone prendono decisioni sempre meno sensate". Ed è assolutamente vero, soprattutto se includiamo nelle decisioni anche risposte evanescenti, frettolose e poco approfondite.

Il flusso delle informazioni

Veniamo a quello che succede al mondo più vicino a noi: Facebook, Twitter e il Web. Con i social network (accessibili anche in mobilità), i forum di discussione, gli RSS e le applicazioni dedicate agli smartphone **abbiamo un flusso di informazioni e opinioni infinito e che non si ferma mai. I problemi sono quindi due e paralleli: eccessiva informazione da una parte, velocità e**

immediatezza dei cambiamenti dall'altra.

Quindi la mia prima domanda è: **siamo sicuri che la quantità di informazioni e opinioni ci fa prendere le decisioni più giuste** (non in assoluto) per noi? Una decisione originale, personalizzata e non omologata al parere della massa? Avere delle informazioni e opinioni è uno dei driver principali del web 2.0 ma ricordo anche che le grandi aziende “comprano” le opinioni e i decision leader, quindi personalmente non mi fiderei molto.

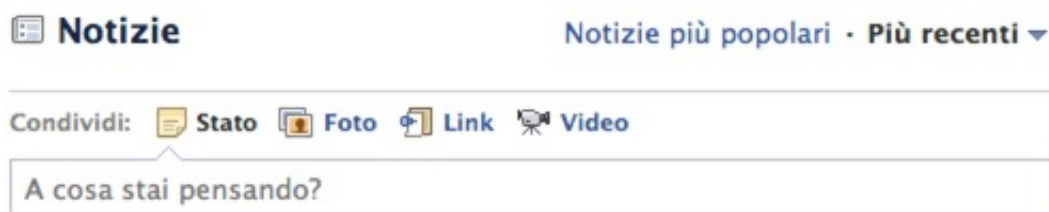
Come ci comportiamo?

Per ogni tweet che riceviamo, per ogni stato di Facebook aggiornato o RSS inviato, dobbiamo decidere se prestargli attenzione, archivarlo o considerarlo un fattore non determinante per le attività che facciamo. Ovviamente la difficoltà aumenta se la decisione da prendere è di una certa importanza; personalmente il fatto che è quasi impossibile capire quale sia la migliore scelta mi fa innervosire.

La cosa su cui vorrei porre l'attenzione però non è solo la quantità delle informazioni, ma il loro **ritmo**. I **social network**, e il fatto che si può accedere in mobilità sempre e ovunque, **soddisfano il nostro desiderio e la nostra necessità di immediatezza**.

La traduzione di questo concetto fondamentale, nell'ambito delle decisioni significa che “L'afflusso continuo di dati ci abitua a rispondere all'istante, sacrificando la precisione e la riflessione all'immediatezza”.

Immediatezza o riflessione?



Nell'immagine trovate una vista su come Facebook propone a noi utenti la possibilità di ordinare i messaggi e gli stati in bacheca, ordinati quindi per: **“Più Popolari”** o **“Più Recenti”**. A parte capire come si calcola la popolarità in relazione ad un determinato profilo, io personalmente ho la spunta su “Più recenti” e questo mi fa pensare! Nel processo decisionale **siamo condizionati a dare più peso a ciò che è più recente, non a quello che è più importante o più interessante**.

“C'è un potente effetto ‘attualità’ nel processo decisionale” - “Siamo ingannati

dall'immediatezza e dalla quantità e le scambiamo per qualità" - "Le decisioni sono condizionate più dall'urgenza che dall'importanza", si sottolinea nell'articolo di Internazionale. E questo è vero!

Voi che ne pensate?