

SAGGI – ESSAYS

IMMERSIVITÀ DISTRATTA. LA NUOVA ECONOMIA DELL'ATTENZIONE NEGLI AMBIENTI DIGITALI

di *Graziano Lingua, Alessandro De Cesaris**

Il saggio si concentra sul rapporto tra “attenzione” e “immersività” nell’analisi delle modalità di fruizione dei media digitali. L’obiettivo del saggio è mostrare che queste modalità possono essere adeguatamente comprese solo storicizzando la nozione di “immersività” e mettendo in relazione l’economia dell’attenzione agli ambienti tecnologici in cui i soggetti sono collocati. Per questa ragione, il testo comincia con una analisi differenziata della nozione di “attenzione” e con una breve storia dell’esperienza immersiva dei media (in particolare del concetto greco di *enargeia*). Attraverso le analisi di Walter Benjamin sulla distrazione e la distinzione operata da Marshall McLuhan tra media caldi e media freddi, gli autori individuano nella disgiunzione di attenzione ed esperienza immersiva la chiave di volta per comprendere il nostro rapporto con i media digitali.

* Il presente saggio è stato concepito ed elaborato da entrambi gli autori. La stesura finale dell’Introduzione, della Conclusione e dei paragrafi 1.1, 2.2, 3.1 e 4.2 è di Graziano Lingua, mentre quella dei paragrafi 1.2, 2, 2.1, 3, 3.2, 4 e 4.1 è di Alessandro De Cesaris. L’attività di ricerca che ha portato a questa pubblicazione è stata condotta nel contesto del Progetto d’Eccellenza del Dipartimento di Filosofia e Scienze dell’Educazione dell’Università di Torino, all’interno della collaborazione con il Département Humanisme numérique del Collège des Bernardins di Parigi.

The essay focuses on the relationship between attention and immersivity in the experience of digital media. The text aims at showing that this experience can be correctly understood only by developing an historical analysis of the notion of “attention”, and by considering the relationship between attention economy and the technological *milieu*, in which the subject is located. Therefore, the essay starts with a brief analysis of the concept of “attention” and with some historical remarks about the immersive character of media (with particular reference to the Greek notion of *enargeia*). By discussing Walter Benjamin’s theory of cinematic experience and Marshall McLuhan’s distinction between hot and cold media, the essay identifies the disjunction of attention and immersive experience as the core element necessary to understand our relationship to digital media.

1. Introduzione

Il tema dell’attenzione è molto presente nel dibattito psicologico e pedagogico relativo ai media digitali. Diversi studi hanno sottolineato che la proliferazione di stimoli artificiali (Legrenzi & Umiltà, 2016) nel nostro ambiente sociale ha determinato una tendenza alla dispersione dell’attenzione (Carr, 2011; Jackson, 2008). Degli esempi di questa dispersione sono il multitasking, ovvero la tendenza a svolgere diverse operazioni contemporaneamente e con risultati peggiori, o la diminuzione del cosiddetto *attention span* nei nuovi ambienti tecnologici. A riguardo, il dibattito si è polarizzato tra coloro che ritengono questi elementi come una caratteristica specifica degli ambienti digitali (Carr, 2011) o quantomeno della tarda modernità (Jackson, 2008), e chi invece sottolinea che si tratta di comportamenti e di problemi che caratterizzano la vita umana sin dalla preistoria (Legrenzi & Umiltà, 2016). Altri studi sottolineano, più in generale, gli scarsi risultati ottenuti dai ricercatori che hanno tentato di determinare in modo unilaterale l’effetto delle tecnologie digitali sulla mente dei cittadini, in particolare dei giovani (Orben, 2020), o la scarsa coerenza

concettuale di nozioni come quella stessa di “multitasking” (Aagaard, 2019).

L’obiettivo di questo saggio è fornire un contributo al dibattito relativo all’economia dell’attenzione nei nuovi ambienti digitali attraverso un’analisi della nozione di “immersività”. Questa nozione è associata da molti alle modalità specifiche di fruizione delle tecnologie digitali (Biocca & Delaney, 1995; Hillis, 1999; Ostrowicki, 2009), ma è stata anche usata per descrivere esperienze che affondano le proprie radici nella “rivoluzione alfabetica” (Ryan, 2001)¹. In entrambi i casi, l’uso della nozione di “immersività” per descrivere una particolare esperienza mediale² è legato più o meno esplicitamente all’idea che questa sia un “effetto” di una estrema concentrazione da parte del soggetto.

Le ipotesi di ricerca alla base del saggio sono due: la prima è che non sia possibile considerare l’attenzione come una facoltà statica e preconstituita, ma occorra individuarne le modalità specifiche di funzionamento nell’interazione con i dispositivi tecnologici che strutturano storicamente la vita dell’individuo e della comunità. In questo senso, occorre collocare i problemi relativi alle tecnologie digitali all’interno di una *storia culturale dell’attenzione*.

La seconda ipotesi è che la nozione di “immersività” non sia sufficiente a indicare il carattere specifico dei media digitali e che questo carattere sia invece individuabile descrivendo il nesso specifico tra attenzione e immersione che emerge negli ambienti digitalizzati. Il nostro intento, dunque, è mostrare che l’economia

¹ Sulla nozione di “rivoluzione alfabetica” rimandiamo a Havelock (2019) e McLuhan (1962/2011).

² Occorre qui chiarire brevemente l’uso che faremo del termine “mediale”. La nostra impostazione, che affonda le proprie radici nella teoria dei media e nella antropologia della tecnica, usa la nozione di “medium” (in questo caso artificiale) per riferirsi a qualsiasi forma di mediazione tecnologica. Il linguaggio, la scrittura, le arti della retorica o il teatro sono media allo stesso titolo del cinema, della televisione, di internet o dei dispositivi di Realtà Virtuale. Allo stesso modo, quando parliamo di “dispositivi tecnologici” ci riferiamo a qualsiasi forma di medium materiale, non solo a ciò che siamo oggi abituati a chiamare con questo nome.

dell'attenzione specifica degli ambienti digitali va analizzata nel contesto delle modalità di coinvolgimento del soggetto che sono proprie di questi contesti.

La ricerca dovrà tenere conto degli enormi sviluppi del dibattito sull'attenzione nell'ultimo secolo (Legrenzi & Umiltà, 2016; Mole, Smithies & Wu, 2011; Styles, 2006). Una ulteriore difficoltà della ricerca è l'ambiguità con cui viene affrontato il tema dell'immersività, soprattutto quando lo si indica come tratto caratteristico dei media digitali. Prima di procedere, dunque, ci soffermeremo su alcuni chiarimenti relativi ai due concetti centrali della nostra proposta.

1.1. Quale attenzione?

L'espressione "economia dell'attenzione" è stata coniata dall'economista Herbert Simon (1971) per far fronte ai problemi di una "società ricca di informazione". Il termine rimanda all'idea che l'attenzione sia una "riserva" di risorse cognitive che vanno distribuite tra diverse attività, e che – come qualsiasi risorsa – occorra amministrarne il dispendio in una condizione di disponibilità limitata.

Questa concezione dell'attenzione è implicita sin dagli inizi delle ricerche psicologiche sul tema. Ad esempio, la celebre definizione di William James (1981), secondo la quale l'attenzione è «la presa di possesso da parte della mente, in forma chiara e vivida, di uno tra – apparentemente – più oggetti o flussi di pensiero» (p. 381, trad. degli autori), implica l'idea che l'attenzione consista nella selezione di alcuni contenuti a discapito di altri³. La stessa impostazione quantitativa si ritrova nel famoso modello di Daniel Kahneman, basato sull'identificazione di attenzione e sforzo (Kahneman, 1973, pp. 13-27). In questo modello, nonostante la

³ Oltretutto, nel modello di James il principio "economico" riguarda non solo l'aspetto spaziale, ma anche quello temporale e intensivo, dal momento che – ad esempio – una concentrazione maggiore su un oggetto riduce la soglia d'attenzione possibile (James, 1981, p. 100).

distinzione tra diverse tipologie di attenzione, essa coincide ancora con l'allocazione di una certa quantità di risorse cognitive per l'elaborazione di un compito, sulla base di una capacità massima di risorse disponibili basata sul grado di eccitazione prodotto dallo stimolo (Kahneman, 1973, p. 10).

L'analisi del nesso tra attenzione e media digitali, tuttavia, richiede che si tenga conto di fattori qualitativi oltre che quantitativi. Un primo passo in questa direzione è la scomposizione delle operazioni attentive in almeno tre attività distinte: l'attenzione spaziale, con cui ci si sofferma su una determinata area spaziale; l'attenzione selettiva, con cui si sceglie una caratteristica o un oggetto all'interno di quell'area; la distribuzione di risorse attentive tra diverse operazioni (Legrenzi & Umiltà, 2016, pp. 27 e sgg.).

Come si vedrà, il nostro obiettivo è mostrare che l'economia dell'attenzione negli ambienti digitali non si caratterizza solo attraverso una certa ripartizione delle risorse cognitive tra stimoli differenti – ad esempio, per un certo modo di dividere la propria attenzione tra l'ambiente circostante e lo schermo del proprio telefonino. Questo modello esplicativo limita l'analisi al tema del multitasking. Piuttosto, intendiamo mostrare che l'attenzione negli ambienti digitalizzati opera secondo modalità specifiche, che richiederanno in particolare l'abbandono del modello di Kahneman e la dissociazione di attenzione e sforzo⁴.

1.2. *Immersione, embodiment, telepresenza*

Come abbiamo anticipato, esiste la tendenza a considerare l'immersività come una caratteristica peculiare delle tecnologie digitali⁵. Tuttavia non è così: come nel caso dell'attenzione, l'immersività è una costante storica, che si manifesta in forme dif-

⁴ È il caso di notare che la psicologia di William James (1981) considera esplicitamente la nozione di “effortless attention” nella distinzione delle varie tipologie di attenzione (pp. 393-394).

⁵ Alcuni studi, infatti, usano la nozione di “immersività” quasi unicamente per descrivere determinate tecnologie di realtà virtuale (Riva, 2011, p. 250).

ferenti a seconda dei contesti tecnologici. Prima di procedere in questa direzione, ci occorre una definizione chiara del concetto, e può essere utile analizzare il suo uso in letteratura. Quest'uso, è stato rilevato, è infatti piuttosto confuso e richiama fenomeni talvolta molto diversi, che possono generare fraintendimenti (Calleja, 2011, pp. 17-34).

La nozione di "immersione" rimanda genericamente alla capacità di alcuni media di "assorbire" il fruitore con un'esperienza totalizzante. Al di là di questa indicazione vaga, il motivo per cui il concetto di immersività è difficile da definire risiede nel fatto che esso viene associato, di volta in volta, a uno spettro molto ampio di processi. Pur non potendo analizzare nel dettaglio i diversi usi di questo concetto, è importante in sede introduttiva presentare sinteticamente tre assi fondamentali lungo i quali si muovono alcune delle analisi più significative presenti in letteratura.

In primo luogo, l'immersività è associata con l'idea di "illusione estetica" (Wolf, Benhart & Mahler, 2013, pp. 2-56). Un medium immersivo è un medium capace di ingannare il fruitore attraverso un'esperienza multisensoriale che "camuffa" l'ambiente circostante dandogli l'impressione di essere altrove (Oliver Grauf a riferimento, ad esempio, alla presenza nelle antiche ville romane di stanze dedicate alla simulazione di altri mondi tramite affreschi e arredamento, 2003, p. 25; Calleja, 2011, p. 18). Questa nozione di immersività si fonda su un certo primato della vista: un medium immersivo è un medium capace di "circondare il soggetto di immagini" e di dargli l'illusione (mimetica) che il proprio ambiente circostante sia altro da ciò che è.

In un secondo senso, la nozione di immersività è associata all'idea di trasparenza (Ryan, 2001, p. 98). L'immersività è un "effetto di immediatezza" che produce la sparizione del medium, e che dunque dona al fruitore la sensazione di avere una "percezione diretta" e non mediata della realtà. Questo senso dell'immersione è evocato nella celebre storiella raccontata da David Foster Wallace, nella quale due giovani pesci dopo aver incontrato un pesce anziano che li saluta dicendo loro "Salve ragaz-

zi, com'è l'acqua?" si guardano l'un l'altro straniti e si chiedono "che cosa è l'acqua?" (Wallace, 2009, p. 143). È chiaro che questa seconda accezione del termine è una sorta di specificazione della prima, dal momento che quella che è stata chiamata "logica della immediatezza trasparente" (Bolter-Grusin, 2003, pp. 44-56) è essa stessa una illusione, che sorge proprio dal fatto che il medium sembra sparire.

Infine, il concetto di immersività è stato definito da un punto di vista media-teoretico, facendo riferimento in particolare alla struttura sensoriale che lo caratterizza. In questo senso, l'immersività consiste letteralmente nella "sommersione" dell'apparato sensoriale del soggetto (Lombard-Ditton, 1997). Se la si analizza da questo punto di vista, l'immersione non risulta primariamente un'esperienza visiva, ma tattile: siamo immersi nell'aria perché la tocchiamo costantemente, perché tra noi e l'aria non c'è alcuna distanza. Apparentemente, questo modello rimanda alla nozione di immediatezza: l'esperienza dell'immersione è, in fondo, l'esperienza del pesce che non vede l'acqua. Tuttavia, è stato notato da diversi studiosi che l'immersione può essere anche un'esperienza riflessiva (Hansen, 2006, pp. 67-71). Chi è immerso in un medium può non vederlo, ma al tempo stesso può tematizzarlo ed esplorarlo (Dalmasso, 2015, pp. 116-117).

In questa accezione, di conseguenza, l'esperienza immersiva non ha nulla di ingannevole, bensì costituisce la forma con cui si abita corporalmente il mondo. A differenza delle esperienze di carattere visivo, che sono sempre rivolte a un oggetto tematizzato (hanno cioè una natura intenzionale) – le esperienze di carattere aptico coinvolgono la totalità del corpo, immergendolo in un'atmosfera sensoriale senza che sia necessariamente messo a tema un oggetto specifico, e anzi lasciando al soggetto la libertà di rivolgere la propria attenzione a ciò che desidera. Nell'esperienza immersiva, il medium non è la *figura* oggetto dell'attenzione, ma lo *sfondo* all'interno del quale l'attenzione sceglie il proprio oggetto.

Esaminate queste diverse accezioni di immersività occorre però aggiungere che le confusioni a cui può condurre l'uso del termine si associano ad alcune ambiguità che derivano dal rapporto

che esso viene ad avere con altre nozioni, impiegate spesso come sinonimi. Vale la pena di ricordarne brevemente due. La prima è quella di *embodiment* (*incorporazione*). Si tratta anche in questo caso di un termine usato in modi molto diversi (Kilterni & Groten, 2012, p. 373), ma che, correlato all'immersività, rimanda a una peculiare esperienza che permette di percepire un oggetto come se fosse parte del proprio corpo biologico (Kilterni & Groten, 2012, p. 375). La seconda è quella di presenza (o più propriamente di telepresenza) (Minsky, 1980). È quest'ultima una nozione molto studiata negli ultimi decenni, che viene usata per riferirsi alla capacità di alcuni strumenti tecnologici di estendere la capacità d'azione del soggetto nello spazio, o di produrre la sensazione di essere virtualmente presenti in luoghi – reali o immaginari – che non coincidono con la sua effettiva posizione fisica⁶.

Come è evidente, in entrambi questi modelli è presente una dinamica del “come-se”, e dunque una ricostruzione che rimanda direttamente al paradigma dell'illusione estetica. Per questa ragione, occorre specificare che il modello di immersività a cui faremo riferimento si discosta da questo paradigma e rimanda a una specifica forma di esperienza mediale, priva di qualsiasi polarizzazione assiologica tra verità e illusione, nonché di qualsiasi riferimento alla distinzione tra “reale” e “virtuale”. In questo saggio useremo infatti il termine “immersività” nella sua terza accezione, che ci sembra anche la più rigorosa e la più feconda dal punto di vista teorico. Non considereremo dunque l'esperienza immersiva come un'esperienza “illusoria” o “immediata”, bensì come un'esperienza dominata da un paradigma che mette al centro il senso del tatto, in controtendenza rispetto all'abituale preminenza della dimensione visiva.

⁶ Per una ricostruzione del dibattito recente sulla telepresenza rimando a Floridi (2020, pp. 53-77).

2. L'energeia antica e il modello attentivo dell'immersività

Abbiamo già detto che l'immersività non è un tratto esclusivo delle tecnologie digitali. Alcuni studiosi (Rutger, de Jong & de Jonge, 2017; Ryan, 2001) hanno mostrato in modo convincente che questa nozione era nota ai teorici della letteratura sin dall'antichità. Per contestualizzare la nostra proposta in questa seconda sezione ci soffermeremo quindi sul carattere immersivo delle tecnologie pre-digitali. Ci interessa infatti mostrare che la matrice specifica dell'immersività di tali tecnologie – quantomeno nelle arti dell'oralità classica e di alcune forme di scrittura letteraria – consiste in una particolare saldatura tra immersività e attenzione. Cogliere tale saldatura consente infatti un confronto più consapevole con le modalità di fruizione delle tecnologie contemporanee.

2.1. Le forme dell'immersività nella teorizzazione antica

Diversi teorici della realtà virtuale segnalano che l'immersività ha una preistoria, le cui radici vanno ritrovate nel mondo antico, ad esempio negli effetti pittorici degli affreschi pompeiani (Grau, 2003), senza contare l'antecedente più prossimo costituito dal cinema. La nozione, in effetti, è stata ampiamente teorizzata negli studi letterari, ad esempio nel classico di Marie-Laurie Ryan *Narrative as Virtual Reality* (2001) e applicata alla letteratura classica, alla poesia antica, al cinema o al teatro, offrendo un lessico unificato delle esperienze medialità legate all'uso di diverse tecnologie.

Al tempo stesso, alcuni studiosi della cultura antica hanno notato che già i Greci – e i Romani – avevano teorizzato alcune caratteristiche della retorica, della poesia o del teatro che possono essere direttamente collegate alla nozione moderna di “immersività” (Rutger, de Jong & de Jonge, 2017). Il concetto più studiato è senz'altro quello di *energeia*, tradizionalmente tradotto con “evidenza”, e che però rimanda alla specifica proprietà del discorso di “far apparire davanti agli occhi dello spettatore” la scena descritta

dalle parole del retore, o dal poeta (Rutger, de Jong & de Jonge, 2017, p. 35; cfr. anche Plett, 2012, pp. 7-10)⁷.

Se McLuhan (1964/1967) ha descritto la scrittura come “un occhio per l’orecchio” (p. 101), l’*enargeia* potrebbe indicare una potenza inversa del discorso, la capacità di fornire “un orecchio per l’occhio”. In questo senso la definizione più chiara ci arriva da Quintiliano, che nella sua *Institutio oratoria* presenta l’*enargeia* come quella facoltà attraverso cui il discorso «non sembra tanto dire, quanto mostrare una cosa» (Quintiliano, 2003, p. 737).

Allan Rutger, Irene de Jong e Casper de Jonge (2017) hanno notato che le nozioni di immersività e di *enargeia* rimandano a due movimenti simili, ma opposti. Nell’immersione, è il soggetto a essere come “trasportato” in una dimensione diversa; laddove nel caso del discorso *enarges*, è questa dimensione che viene prodotta davanti agli occhi dello spettatore. In entrambi i casi, tuttavia, l’esperienza può essere espressa attraverso il collasso della distanza tra la scena descritta e l’ambiente percettivo dello spettatore (Rutger, de Jong & de Jonge, 2017, p. 36).

Il pensiero classico, d’altronde, sembra ricondurre la nozione di *enargeia* a ciò che abbiamo definito “illusione estetica”. Già Gorgia, nel celebre *Encomio di Elena*, magnifica la potenza della parola e del discorso, mostrando che essa opera come un incantesimo sull’anima, grazie a cui quest’ultima riesce a provare “esperienze proprie” sulla base di parole estranee (*idion ti pathema dia ton logon epathen he psyche*; Untersteiner, 1949, II, p. 100). Questo potere irrazionale della parola – su cui si basa la condanna platonica della poesia – può essere usato al servizio della verità come al servizio dell’inganno. Tale impressione è confermata dal carattere essenzialmente mimetico dell’*enargeia*, che si serve di elementi vi-

⁷ Questa definizione compare anche nella *Retorica* di Aristotele (1410 b 6). Il termine ritorna nel *Corpus* paolino (Heath, 2009) e sarà ampiamente investigato tecnicamente dal pensiero ellenistico (Ierodiakonou, 2011). Il termine *enargeia* è usato con particolare costanza per fare riferimento a tre ambiti specifici: la storiografia antica (Walker, 1993); la poesia omerica (Rutger, de Jong & de Jonge, 2017) e la retorica classica (O’Connell, 2017).

suali (descrizioni) e auditivi (onomatopee) (Rutger, de Jong & de Jonge, 2017) per sollecitare l’immaginazione del soggetto.

Tuttavia, due elementi contraddicono questa impressione. Innanzitutto la nozione di *enargeia* non rimanda affatto all’idea di inganno. L’obiettivo del poeta o del retore non è quello di creare un *trompe l’oeil*, e dunque di sviare il giudizio dell’ascoltatore. In altri termini, l’ascoltatore *sa* sempre che sta vivendo un’esperienza di carattere estetico. In secondo luogo, se analizziamo la connessione del termine *enargeia* con altre nozioni elaborate dalla critica classica, ovvero quella di *ekstasis* e di *enagonios* (Rutger, de Jong & de Jonge, 2017, p. 37), risulta evidente che queste ultime non hanno alcun riferimento mimetico, ma indicano piuttosto il “coinvolgimento” dello spettatore. Nel caso dell’*ekstasis* questo coinvolgimento avviene attraverso un’esperienza descrivibile come un “uscir fuori di sé”; nell’*enagonios*, invece, esso emerge attraverso un diretto riferimento alla sfera emotiva (sfera che ha un ruolo prioritario tanto in Gorgia quanto in Quintiliano)⁸. In questi casi, ad esempio, l’uso della componente sonora della parola non ha un obiettivo mimetico – come nelle onomatopee – ma mira a risvegliare nell’ascoltatore determinate passioni.

La nozione classica di immersività va dunque ricostruita, tenendo conto dell’unità di questi tre concetti. L’esperienza dello spettatore è caratterizzata dall’abbattimento della distanza tra percipiente e percepito, e dal coinvolgimento del corpo nella sua interezza. Nonostante le precisazioni appena fatte, questa tipologia di immersività pone ancora al centro la dimensione visiva – aspetto che risulta peraltro dalla radice del termine *enargeia*⁹ – e, in seconda battuta, uditiva. Questo aspetto può essere una conseguenza dell’impostazione fortemente eidetica della cultura greca in quanto tale (Segal, 1997), ma deriva anche dalla preponderanza

⁸ Sulla componente emotiva dell’immersività digitale si veda Bollmer (2020).

⁹ La radice *-*arg* ha il significato di “splendere”, come nel greco *argòs* (brillante) e nel latino *argentum*.

nel contesto classico di tecnologie basate sull'ascoltare (attentamente) e sul guardare (leggere)¹⁰.

2.2. *L'immersività come effetto dell'attenzione*

Se veniamo al ruolo dell'attenzione rispetto alle proprietà immersive proprie delle esperienze medialità antiche si può comprendere con facilità perché le analisi tendano a considerare l'immersione come un effetto dell'attenzione, o addirittura come un'esperienza che coincide con un certo grado di quest'ultima. Secondo Ryan, ad esempio (2001, p. 98), è possibile distinguere tra diversi gradi dell'immersione, i quali corrispondono esplicitamente a diversi stadi dell'attenzione. Al primo stadio, l'attenzione è concentrata sul testo, ma rimane "aperta" a stimoli esterni, dividendo il soggetto tra la lettura del testo e la percezione conscia dell'ambiente circostante. In un secondo stadio il soggetto concentra la propria attenzione interamente sul testo, sulla scena o sull'oratore, ma è ancora capace di distinguere tra medium e contenuto – ad esempio, di riflettere sulla prestazione attoriale di chi parla mentre si gode la finzione narrativa. In ultimo c'è lo stadio della "trance", quello in cui il medium si fa completamente invisibile, e il soggetto entra in una sorta di relazione non-riflessiva con l'oggetto.

È piuttosto interessante che questi tre gradi di immersività entrino in risonanza con le tre modalità dell'attenzione che abbiamo elencato nell'introduzione: una lettura attenta, ma "distrainibile", corrisponde a una modalità spaziale di attenzione che vede ancora l'oggetto come una figura proiettata su uno sfondo, pur sempre presente; il secondo grado corrisponde all'attenzione selettiva, che "sceglie" di volta in volta una caratteristica dell'oggetto su cui concentrarsi (ad esempio la voce dell'attore, o il significato delle

¹⁰ È il caso di ricordare che le analisi antiche sul tema sono condotte o nello spazio della retorica (ovvero della parola parlata) o nell'ambito del testo scritto, ad esempio nel caso della critica omerica da parte degli studiosi alessandrini.

parole); il terzo grado, infine, è l'effetto dell'allocazione di tutte le risorse attentive disponibili in vista di una sola attività immaginativa (Legrenzi & Umiltà, 2016, p. 24)¹¹. Si può quindi far corrispondere a tutti gli effetti la tipologia proposta da Ryan ai gradi di attenzione perché il livello di immersività raggiunto si misura sulla base della quantità di risorse cognitive allocate alla ricezione e all'elaborazione del messaggio.

Chiamiamo questa equivalenza più o meno implicita tra immersività e quantità di risorse cognitive allocate, “modello attentivo dell'immersione”. In esso, chiaramente, “attenzione” significa essenzialmente “sforzo”, secondo il paradigma della proposta classica di Kahneman. Il modello attentivo dell'immersione è alla base della completa incompatibilità tra attività immersive e multi-tasking. Dal momento che una completa immersione è possibile solo se tutte le risorse cognitive sono concentrate nella lettura, nella visione o nell'ascolto, qualsiasi ripartizione di queste risorse tra attività differenti determina giocoforza una rottura dell'esperienza immersiva.

Segnalando questo aspetto non intendiamo affermare che il modello attentivo dell'immersione sarebbe “falso”, ma che esso è storico, ovvero legato a una particolare configurazione tecnologica – a un determinato tipo di media. L'analisi, pertanto, dovrà spingersi in avanti e prendere in considerazione il modo in cui i meccanismi dell'immersione si attivano in contesti mediali differenti.

3. La disgiunzione moderna di attenzione e immersione

Nel paragrafo precedente abbiamo considerato esclusivamente ciò che Legrenzi e Umiltà (2016) indicano come modello “top-down” dell'attenzione (p. 18). Ovviamente, già nelle teorizzazioni

¹¹ Chiaramente, non è possibile distinguere in modo così netto le tre modalità dell'attenzione. Questa analisi intende semplicemente sottolineare il diverso equilibrio tra di esse che si registra nei diversi gradi di immersione.

antiche è presente la consapevolezza che l'attenzione del fruitore è attivata più o meno direttamente da diversi tipi di stimoli: la parola "cattura", ed esistono tecniche per manipolare l'attenzione dello spettatore, ad esempio l'uso dei registri e del volume della voce, o delle mani. È innegabile, insomma, che in tutti i contesti mediali esistano forme di stimolazione dell'attenzione di carattere "bottom-up". Tuttavia, come gli stessi Legrenzi e Umiltà (2016) sottolineano, nel caso di esperienze come quelle della lettura o dell'ascolto, esiste da parte del soggetto una decisione preliminare attraverso la quale l'attenzione è concentrata sul discorso, sulla pagina o sulla scena (p. 122). In altri termini, nel caso dei contesti mediali antichi l'attenzione è condizione di possibilità per l'ottenimento degli effetti immersivi.

Come vedremo, le cose cambiano nel caso di contesti mediali successivi. Diversi studi hanno mostrato che la nozione di *enargeia* ha una storia ricca, che si dipana dall'antichità fino all'età moderna e che riguarda contesti mediali molto diversi, dalle arti visive alla letteratura, passando per il teatro (Plett, 2012). Tuttavia, ci concentreremo in particolare sul Novecento, al fine di evidenziare un paradigma alternativo rispetto al modello attentivo appena riscontrato.

3.1. Walter Benjamin e la teoria dello spettatore distratto

Walter Benjamin è tra coloro che più si sono interrogati sul carattere storico e tecnologicamente mediato dell'attenzione (Duttlinger, 2009). Nel suo celebre saggio, *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, il filosofo tedesco contrappone due modalità di fruizione differenti, basate rispettivamente su attenzione e distrazione. La prima modalità è contemplativa, elitaria, basata sul raccoglimento e impostata eideticamente; la seconda modalità è più disinvolta, popolare, basata sull'abitudine e impostata su parametri aptici¹². Le due esperienze sono una l'inverso

¹² Occorre specificare che si sta facendo un uso paradigmatico e non letterale dei termini "eidetico" e "aptico". L'impostazione eidetica (o visuale) è se-

dell'altra: «colui che si raccoglie davanti all'opera sprofonda in essa; [...] la massa distratta, al contrario, fa sprofondare l'opera d'arte dentro di sé» (Benjamin, 2012, p. 75).

Secondo Benjamin solo la prima modalità di fruizione, propria dell'arte "elevata", sarebbe propriamente di carattere immersivo. La seconda, che entra in gioco in modo paradigmatico nei confronti dell'architettura, ma che è propria anche del cinema, non ha nulla di immersivo perché è occasionale e non richiede una particolare concentrazione. La ragione – questa la nostra tesi – è che in Benjamin la nozione di immersione (*Versunkenheit*) rimane ancora legata al modello attentivo. Non a caso egli contrappone esplicitamente l'attenzione richiesta dalla prima modalità all'abitudine che caratterizza invece la seconda e considera le due forme di fruizione artistica incompatibili tra loro. Così facendo finisce quindi di identificare attenzione e sforzo, al punto da utilizzare sostanzialmente come sinonimi "attenzione" (*Aufmerksamkeit*) e "concentrazione" (*Konzentration*) (Duttlinger, 2007, p. 34). D'altro canto l'uso stesso della nozione di abitudine conferma questo quadro: ne è un esempio il fatto che egli associ la modalità di fruizione del cinema a un processo ripetitivo e automatizzato, ovvero a uno di quei processi che non richiedono l'impiego di risorse cognitive (Legrenzi & Umiltà, 2016, pp. 54-55).

Il disinnescamento dell'identificazione tra attenzione e concentrazione, e tra attenzione e immersione, permette di chiarire alcuni aspetti dell'analisi benjaminiana dei nuovi media novecenteschi. Nel paragrafo successivo tenteremo di arricchire le intuizioni del pensatore tedesco con alcuni studi relativi al ruolo dell'attenzione nella fruizione mediale.

gnata da alcune caratteristiche specifiche: frontalità, distanza dall'oggetto, contemplazione concentrata. Ad esempio, affermare il "primato del tatto" non significa nel contesto delle tecnologie digitali che lo spettatore smette di guardare lo schermo, ma che la modalità della sua fruizione non è più strutturata sulla base degli elementi appena elencati.

3.2. *Distrazione o attenzione senza sforzo?*

Una possibile integrazione alla distinzione benjaminiana tra fruizione eidetica e fruizione tattile è la differenza, introdotta da Marshall McLuhan (1964/1967), tra media caldi e media freddi (pp. 41 e sgg.). Secondo McLuhan i differenti media possono essere differenziati in base alla quantità di partecipazione richiesta al fruitore. Maggiore è la definizione, minore è il contributo cognitivo richiesto al fruitore, e dunque minore è la sua partecipazione: i media “caldi” sono quelli che, avendo maggiore definizione, permettono in sostanza una fruizione distratta.

Il teorico dei media canadese ricostruisce la storia della tecnologia come un progressivo “riscaldamento” dei media, con immediati effetti sulla struttura sociale (p. 43). Senza ricostruire i diversi aspetti della sua analisi è sufficiente ricordare che McLuhan distingue implicitamente tra due tipi di “coinvolgimento” (*involvement*): da un lato il coinvolgimento “freddo”, che richiede l’uso di risorse cognitive, dall’altro il coinvolgimento “caldo”, determinato, ad esempio, dalle tecnologie elettriche, che non richiede concentrazione cognitiva.

Ora, la distinzione tra media caldi e freddi è effettivamente applicabile alla distinzione di Benjamin tra fruizione ottica e fruizione tattile: come nel caso dell’architettura, i media caldi unificano la comunità sulla base di processi semplici, quasi-automatici, basati sull’abitudine più che sull’attenzione e sull’abilità. Il cinema, per McLuhan, è un medium caldo proprio per questo: traducendo le intuizioni di Benjamin, si potrebbe dire che esso è un medium “popolare” che non richiede l’attivazione di ampie risorse cognitive da parte dello spettatore, dal momento che il processo immaginativo è “delegato” alla macchina.

A questo punto, però, è possibile domandarsi: in che senso la fruizione del medium cinematografico è “distratta”? Benjamin non fa riferimento all’idea che al cinema si possa, per così dire, “non fare caso allo schermo”. Ci sembra, piuttosto, che Benjamin si riferisca precisamente a una forma di attenzione senza sforzo,

ovvero una modalità immersiva di coinvolgimento nell'esperienza mediale che richiede un impiego minimo di risorse cognitive.

A questo proposito, il modello kahnemaniano è stato più volte criticato, ed è stata proposta dalle ricerche in campo psicologico l'idea di un'attenzione priva di sforzi (Bruya & Tang, 2018). Una volta che il nesso identificativo tra attenzione e sforzo viene spezzato, è possibile effettuare una distinzione tra diverse tipologie d'esperienza immersiva, legate a loro volta a diverse economie dell'attenzione. La distinzione di Benjamin tra fruizione ottica e fruizione tattile è a questo proposito uno strumento utile, una volta che viene smontata l'equazione immersione=attenzione=sforzo.

4. La riconfigurazione dell'attenzione negli ambienti digitali

Sulla base di questa analisi è possibile suggerire, brevemente, alcune direzioni lungo le quali impostare il dibattito relativo all'economia dell'attenzione negli ambienti digitali. Questo dibattito, quantomeno nella sua dimensione pubblica, sembra sospeso tra due posizioni in certa misura incompatibili: da un lato si accusano i media digitali di distruggere la nostra attenzione, dall'altro si imputa loro di catturarla integralmente. Alcuni hanno provato a unificare queste due posizioni affermando che i media digitali – Internet, ad esempio – catturano la nostra attenzione solo per disperderla (Carr, 2011, p. 146).

Vorremmo quindi concludere questo saggio mostrando in che modo l'analisi appena compiuta possa aiutare a risolvere alcune aporie relative al modo in cui discutiamo sull'incidenza sociale e spirituale dei media digitali.

4.1. Immersione e riflessione

L'uso del termine “immersivo” in modo eminente per riferirsi alle tecnologie di realtà virtuale è giustificato per via della peculiare modalità di coinvolgimento e di immersione che è messa in at-

to da queste tecnologie. Nella realtà virtuale, infatti, i processi di isolamento e produzione sensoriale non richiedono sforzi cognitivi come avveniva nel caso della lettura o dell'ascolto. La realtà virtuale arriva alla fine di una lunga linea di evoluzioni tecnologiche in cui la prestazione immaginativa è progressivamente tecnicizzata, ovvero delegata a processi macchinici.

Il sospetto nei confronti delle nuove modalità di fruizione mediale rischia di essere basato su un pregiudizio, secondo il quale forme di attenzione e di immersività prive di sforzo avrebbero intrinsecamente un minore valore. In altri termini, nella polarizzazione del dibattito relativo ai media digitali rischia di agire surrettiziamente l'idea che sforzarsi di più sia sempre meglio (Bruya-Tang, 2018). È per questa ragione che il dibattito è diviso tra coloro che vedono nelle tecnologie digitali dei pericoli per lo sviluppo delle risorse cognitive (Carr, 2011; Jackson, 2008), e coloro che individuano nei più recenti sviluppi tecnologici nuove possibilità di esplorazione dell'esperienza e di incremento cognitivo (de Kerckhove, 2016; Hansen, 2006).

L'alto potenziale immersivo delle tecnologie digitali – dai videogiochi alla realtà virtuale, dalle interfacce grafiche alle nuove forme di produzione cinematografica e seriale – è un problema solo se si continua a interpretare l'immersività alla luce delle prime due caratteristiche elencate in questo saggio, ovvero come una forma di illusione estetica o come una forma di perdita di riflessione mediale. Tuttavia, come si è visto, l'evoluzione tecnologica mette a disposizione del soggetto molteplici possibilità di fruizione, e dunque diversi modelli di esperienza immersiva¹³.

¹³ Allo stesso tempo, la storicizzazione dell'esperienza mediale legata alle diverse tecnologie dovrebbe darci degli esempi pregressi: criticare i media digitali per via della dispersione dell'attenzione sarebbe come criticare la scrittura rispetto alla veicolazione orale, dal momento che – come nota McLuhan – la stessa scrittura è un medium caldo rispetto al medium freddo della trasmissione a voce (McLuhan, 1964/1967, p. 42).

4.2. *Multitasking e complessità*

Lo stesso problema riguarda la questione del *multitasking*. Abbiamo già rilevato che è insufficiente limitarsi a rilevare che l'uomo è da sempre chiamato a confrontarsi con l'esigenza di fare più cose contemporaneamente. Esiste effettivamente un carattere specifico dei nuovi ambienti digitali, che hanno la tendenza a immergere l'utente in un contesto ricco di superstimoli (Legrenzi & Umiltà, 2016), e di modellare la sua attenzione su modalità di esperienza che, applicando meccanismi costanti di richiamo dell'attenzione, tendono a indebolirne la resistenza (Jackson, 2008, p. 22).

Occorre qui distinguere due elementi. Innanzitutto, occorre stabilire quanto degli effetti “dispersivi” denunciati dai critici della società digitale derivi dall'effettiva struttura delle tecnologie che configurano il nostro ambiente, e quanto invece sia il risultato di un modello di business (Lanier, 2018). In questo caso, il riferimento all'espressione “economia dell'attenzione” va inteso letteralmente.

Secondariamente, la presenza di più stimoli e l'esigenza di differenziare maggiormente le proprie attività sono il risultato naturale di una società molto più complessa rispetto a quelle del passato. Il rapporto immersivo che abbiamo con i media digitali non può essere limitato alla nostra effettiva presenza davanti agli schermi, così come – nell'esempio di Benjamin – il nostro rapporto con l'architettura non può essere limitato ai momenti in cui entriamo in un edificio. L'immersività digitale ha carattere multidimensionale, e si fonda sulla capacità acquisita – tramite l'abitudine – di passare velocemente da una dimensione all'altra.

Per queste ragioni, una pedagogia dell'attenzione dovrebbe tenere conto, innanzitutto, del carattere plastico dell'attenzione come facoltà cognitiva, e delle esigenze differenziate che vengono poste dalla vita in una società complessa come la nostra. Inoltre, essa dovrebbe poter considerare il nostro rapporto coi media digitali come un'opportunità per nuove forme di training attentivo,

forme che sono già presenti, e che tuttavia sono ancora relegate al mondo dell'intrattenimento¹⁴.

5. *Conclusioni*

L'analisi che abbiamo proposto permette, attraverso la disgiunzione di immersione e sforzo cognitivo, di ricostruire alcune differenze nelle esperienze medialità legate a contesti tecnologici diversi. Potremmo sintetizzare i risultati acquisiti in tre punti.

Innanzitutto, l'attenzione non è una struttura fissa. Il suo funzionamento va sempre analizzato tenendo conto dell'ambiente tecnologico in cui i soggetti si muovono, e delle sfide sociali che vengono loro poste. La consapevolezza di queste differenze dovrebbe impedirci di valutare un ambiente tecnologico sulla base dei criteri che appartengono a un contesto precedente.

In secondo luogo, esistono diverse modalità di coinvolgimento e di utilizzo dell'attenzione. Più i nostri ambienti tecnologici diventano complessi, più si fa urgente il bisogno di investigare i sottili equilibri tra diverse modalità di fruizione e di esperienza del mondo e delle cose.

Infine, il successo della nozione di "immersione" si colloca all'interno di una riconfigurazione tecnologica della società che ci pone difficoltà e obiettivi molto specifici. In questo nuovo contesto non occorre valutare le tecnologie a nostra disposizione sulla base del sistema educativo che abbiamo ereditato, ma occorre piuttosto mettere a punto pratiche educative adeguate a ottimizzare l'esperienza dei soggetti radicati nei nuovi ambienti digitalizzati.

¹⁴ Il riferimento qui è ai videogame, che si stanno evolvendo sempre più nella forma di veri e propri sport e che, contrariamente a quanto sostiene chi difende l'equazione tra cultura digitale e dispersione dell'attenzione, richiedono forme di concentrazione estrema. Al riguardo ci limitiamo a segnalare l'interessante studio di Harry J. Brown (2008).

Bibliografia

- Aagaard J. (2019). Multitasking as distraction. A conceptual analysis of media multitasking search. *Theory & Psychology*, 29(1), 87-99.
- Benjamin W. (2012). *Aura e choc. Saggi sulla teoria dei media* (edizione a cura di A. Pinotti e A. Somaini). Torino: Einaudi.
- Biocca F., & Delaney B. (1995). Immersive virtual reality technology. In F. Biocca & M.R. Levy (eds.), *LEA's communication series. Communication in the age of virtual reality* (pp. 57-124). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Inc.
- Bollmer G. (2020). From Immersion to Empathy. The Legacy of Einfühlung in Virtual Reality and Digital Art. In H. Aldouy (ed.), *Shifting Interfaces. An Anthology of Presence, Empathy and Agency in 21st Century Media Arts* (pp. 17-30). Leuven: Leuven University Press.
- Bolter J.D., & Grusin R. (2003). *Remediation. Competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*. Milano: Guerini & Associati.
- Brown H.J. (2008). *Videogames and Education*. New York-London: M.E. Sharpe.
- Bruya B., & Tang Y. (2018). Is Attention Really Effort? Revisiting Daniel Kahneman's Influential 1973 Book Attention and Effort. *Frontiers in Psychology*, 9. Disponibile in: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.01133> [02 maggio 2020].
- Calleja G. (2011). *In-Game. From Illusion to Immersion*. Boston: MIT Press.
- Carr N. (2011). *Internet ci rende stupidi? Come la rete sta cambiando il nostro cervello*. Milano: Raffaello Cortina.
- Dalmasso A.C. (2015). Le médium visible. Interface opaque et immersion non-mimétique. *Chiasmi international*, 16, 105-124.
- de Kerckhove D. (2016). *La rete ci renderà stupidi?*. Roma: Castelvecchi.
- Duttlinger C. (2007). Between Contemplation and Distraction. Configurations of Attention in Walter Benjamin. *German Studies Review*, 1, 33-54.
- Duttlinger C. (2009). Benjamin's Literary History of Attention. Between Reception and Production. *Paragraph*, 32(3), 273-291.
- Floridi L. (2020). *Pensare l'infosfera. La filosofia come design concettuale*. Milano: Raffaello Cortina.
- Grau O. (2003). *Virtual Art. From Illusion to Immersion*. Boston: MIT Press.

- Hansen M. (2006). *Bodies in code. Interfaces with digital media*. London-New York: Routledge.
- Havelock E.A. (2019). *Cultura orale e civiltà della scrittura. Da Omero a Platone*. Roma-Bari: Laterza.
- Heath J.M.F. (2009). Absent Presences of Paul and Christ: *Enargeia* in 1 Thessalonians 1-3. *Journal for the Study of the New Testament*, 32(1), 3-38.
- Hillis K. (1999). *Digital Sensations: Space, Identity and Embodiment in Virtual Reality*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Ierodiakonou K. (2011). *The notion of enargeia in Hellenistic Philosophy*. In B. Morison & K. Ierodiakonou (eds.), *Episteme, etc. Studies in honour of Jonathan Barnes* (pp. 60-73). Oxford: Oxford University press.
- Jackson M. (2008). *Distracted. The Erosion of Attention and the Coming Dark Age*. New York: Prometheus Books.
- Kahneman D. (1973). *Attention and effort*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kilteni K., & Groten R. (2012). The Sense of Embodiment in Virtual Reality. *Presence*, 21(4) 373-387.
- Lanier J. (2018). *Dieci ragioni per cancellare subito i tuoi account social*. Milano: Il Saggiatore.
- Legrenzi P., & Umiltà C. (2016). *Una cosa alla volta. Le regole dell'attenzione*. Bologna: Il Mulino.
- Lombard M., & Ditton Th. (1997). At the heart of it all. The Concept of Presence. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 3, 2. Disponibile in: <https://academic.oup.com/jcmc/article/3/2/JCMC321/4080403> [02 maggio 2020].
- McLuhan M. (1967). *Gli strumenti del comunicare*. Milano: Il Saggiatore (Original work published 1964).
- McLuhan M. (2011). *La Galassia Gutenberg*. Milano: Armando. (Original work published 1962).
- Minsky M. (1980). Telepresence. *OMNI Magazine*, June 1980. Disponibile in: <https://web.media.mit.edu/~minsky/papers/Telepresence.html> [02 maggio 2020].
- Mole Ch., Smithies D., & Wu W. (2011) (a cura di). *Attention. Philopical and Psychological Essays*. Oxford: Oxford University Press.
- O'Connell P.A. (2017). *Enargeia*, Persuasion and the Vividness Effect in Athenian Forensic Oratory. *Advances in the History of Rhetoric*, 20(3), 225-251.

- Orben A. (2020). Teenagers, screens and social media: a narrative review of reviews and key studies. *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*, 55, 407-414.
- Ostrowicki M. (2009). Immersive nature of art. *Dialogue and Universalism*, 19/1-2, 129-141.
- Plett H.F. (2012) (a cura di). *Enargeia in Classical Antiquity and the Early Modern Age. The Aesthetics of Evidence*. Leiden-Boston: Brill.
- Quintiliano M.F. (2003). *L'istituzione oratoria* (edizione a cura di R. Faranda e P. Pecchiura). Torino: UTET.
- Rutger J.A., de Jong I.J.F., & de Jonge C.C. (2017). From *Enargeia* to Immersion. The Ancient Roots of a Modern Concept. *Style*, 51(1), 34-51.
- Ryan M.-L. (2001). *Narrative as Virtual Reality. Immersion and Interactivity in Literature and Electronic Media*. Baltimore: The John Hopkins University Press.
- Segal Ch. (1997). *L'uditore e lo spettatore*. In J.P. Vernant (a cura di), *L'uomo greco*. Roma-Bari: Laterza.
- Simon H. (1971). Designing Organizations for an Information-Rich World. In M. Greenberger (ed.). *Computers, communications, and the public interest* (pp. 37-72). Baltimore: The John Hopkins Press.
- Styles E.A. (2006). *The Psychology of Attention*. New York: Psychology Press.
- Taussig M. (1991). Tactility and Distraction. *Cultural Anthropology*, VI(2), 147-153.
- Untersteiner M. (1949). *Sofisti. Testimonianze e frammenti*. Firenze: La Nuova Italia.
- Walker A.D. (1993). *Enargeia* and the Spectator in Greek Historiography. *Transaction of the American Philological Association*, 123, 353-377.
- Wolf W., Benhart W., & Mahler A. (2013) (eds.). *Immersion and distance. Aesthetic illusion in Literature and Other Media*. Amsterdam – New York: Rodopi.