TOR VERGATA
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI ROMA

Psicologia degli Ambienti Digitali

Sessione 2.2: Attenzione

Mattia Della Rocca, PhD

Attenzione

- In psicologia, l'**attenzione** è definita come il processo cognitivo che consente di **selezionare**, **focalizzare** ed **elaborare** alcune informazioni dell'ambiente (interno o esterno) a discapito di altre.

- L'attenzione è una funzione fondamentale, poiché le risorse cognitive umane **sono limitate** e non permettono di elaborare simultaneamente tutti gli stimoli disponibili.

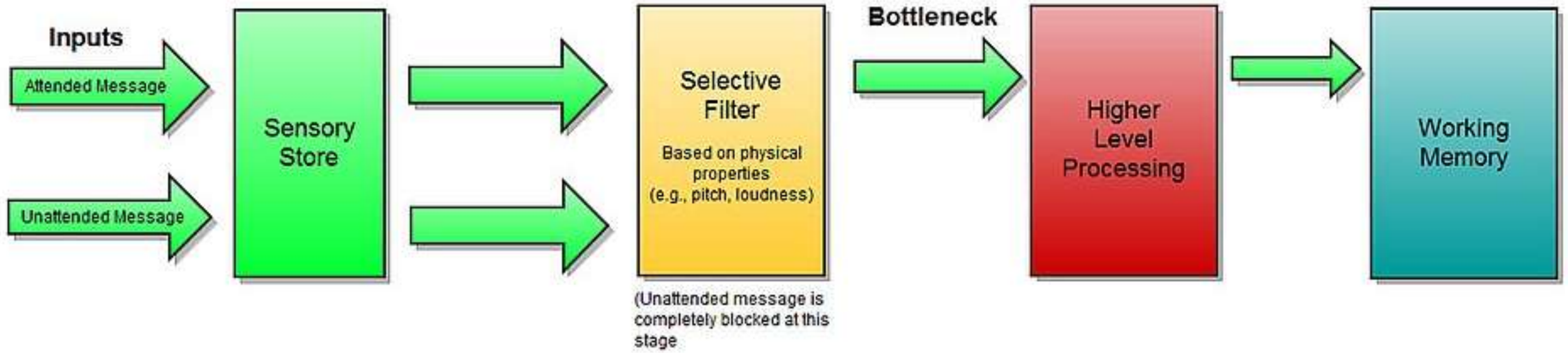
- L'attenzione può essere descritta in diversi modi, come la capacità di concentrarsi su uno stimolo o compito rilevante ignorando le distrazioni (**attenzione selettiva**), l'abilità di gestire più compiti contemporaneamente, seppur con costi in termini di performance (**attenzione divisa**), il mantenimento della concentrazione su un compito per un periodo prolungato (**attenzione sostenuta**), o la funzione di controllo che regola il passaggio tra compiti e risolve conflitti cognitivi (**attenzione esecutiva**).

Attenzione come filtro

Broadbent, 1958

- Il modello dell'**attenzione come filtro** descrive il modo in cui la mente seleziona le informazioni da elaborare, limitando l'accesso solo a una parte degli stimoli presenti nell'ambiente.

- L'idea di base è che l'attenzione funzioni come un "**collo di bottiglia**": poiché la capacità cognitiva è limitata, non possiamo processare tutto ciò che ci raggiunge contemporaneamente.



- Nel modello di Broadbent, alcuni stimoli vengono filtrati e ignorati, mentre altri passano attraverso il sistema attentivo e vengono analizzati in profondità.

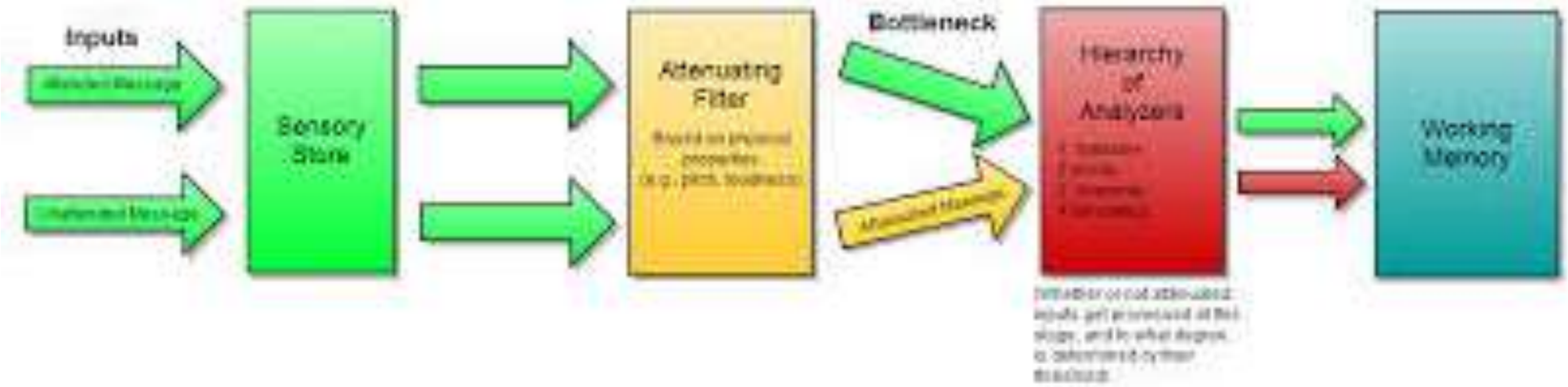
- Questo modello aiuta a spiegare fenomeni quotidiani, come la capacità di concentrarsi su una conversazione in mezzo al rumore (**effetto cocktail party**) o, al contrario, la difficoltà nel mantenere l'attenzione quando troppe informazioni competono tra loro.

Attenzione come attenuazione

Treisman, 1984

- Secondo il modello dell'**attenzione come attenuazione**, l'informazione presentata al canale da ignorare non è esclusa, ma semplicemente **attenuata** (o in altre parole, resa **meno rilevante**).

- Di conseguenza, secondo questo modello, non vi è uno scarto completo dell'informazione ritenuta superflua o secondaria, ma solo un suo indebolimento, e l'attenzione diventa così una sorta di "**regolatore di volume**".



- Il modello di Triesman, pur condividendo diversi aspetti di quello di Broadbent, ha il vantaggio di spiegare come mai all’**aumentare dell’informazione disponibile** diventi **più difficile** operare con successo task di attenzione selettiva.

Attenzione come spotlight

Posner et al., 1980

- Il modello dell'**attenzione come spotlight** paragona l'attenzione a un fascio di luce che illumina una porzione dello spazio percettivo e cognitivo del soggetto, rendendo gli stimoli presenti in quell'area più facili da percepire ed elaborare.

- Questo fascio di luce può essere spostato rapidamente da una zona all'altra, permettendo di anticipare o preparare la risposta a stimoli rilevanti.

- L'analogia dello spotlight mette in evidenza due aspetti centrali: la **selettività dell'attenzione**, che privilegia un'area a discapito di altre, e la sua **mobilità**, che consente di orientarsi verso nuove informazioni in base alle esigenze del momento.

Attenzione come condivisione di risorse nel tempo

Barrouillet et al., 2004

- Il **modello della condivisione di risorse attentive basata sul tempo** (Time-Based Resource Sharing Model, TBRS) propone che le risorse cognitive siano limitate e vengano distribuite nel tempo tra diversi compiti.

- Secondo questo modello, **attenzione** e **memoria di lavoro** condividono la stessa risorsa: quando ci concentriamo su un compito di elaborazione, sottraiamo tempo ed energie al mantenimento delle informazioni nella memoria di lavoro, e viceversa.

- Ciò significa che il fattore critico non è solo la **quantità di risorse disponibili**, ma anche **il modo in cui esse vengono allocate** e **ripartite nel flusso temporale delle attività**. Questo modello spiega perché la performance peggiori quando due compiti richiedono attenzione simultaneamente: non è possibile processare tutto nello stesso momento, ma occorre alternare rapidamente il focus, con inevitabili costi cognitivi.

Too Much Information e sovraccarico cognitivo

- Il fenomeno del “**Too Much Information**” (TMI) descrive la condizione in cui la quantità di stimoli e contenuti disponibili supera la nostra capacità di elaborarli in modo efficace.

- Negli ambienti digitale, l’accesso continuo a notizie, messaggi, notifiche e dati produce un **sovraccarico cognitivo**: il cervello è costretto a filtrare, selezionare e scartare senza tregua, con il rischio di affaticamento, riduzione della concentrazione e difficoltà nel prendere decisioni.

Caratteristiche del TMI

- Il TMI non riguarda solo la quantità, ma anche la **qualità** delle informazioni: spesso esse sono ridondanti, contraddittorie o irrilevanti, creando confusione e senso di disorientamento.
- Dal punto di vista psicologico, questo può generare **ansia**, **stress** e una **percezione di inefficacia personale**.
- In molti casi, il sovraccarico informativo porta a strategie compensative come il multitasking superficiale o, al contrario, l'evitamento totale, con conseguente perdita di contenuti potenzialmente utili.

Attenzione e distrazione: risorsa o norma?

Campo, 2020

- L’attenzione può essere considerata da **due prospettive complementari**.
- Da un lato esiste una visione **economica** dell’attenzione, che è vista come una **risorsa cognitiva limitata**: la mente umana dispone di una quantità finita di energie attentive che devono essere distribuite tra i vari compiti.
- Dall’altro lato, l’attenzione è sempre più intesa come una questione **normativa** e **sociale**. Una distrazione, più che essere una “perdita” dell’attenzione, può essere considerata come un’attenzione rivolta a qualcosa che il contesto sociale non ritiene, in un certo momento e luogo, come “degna” di attenzione.

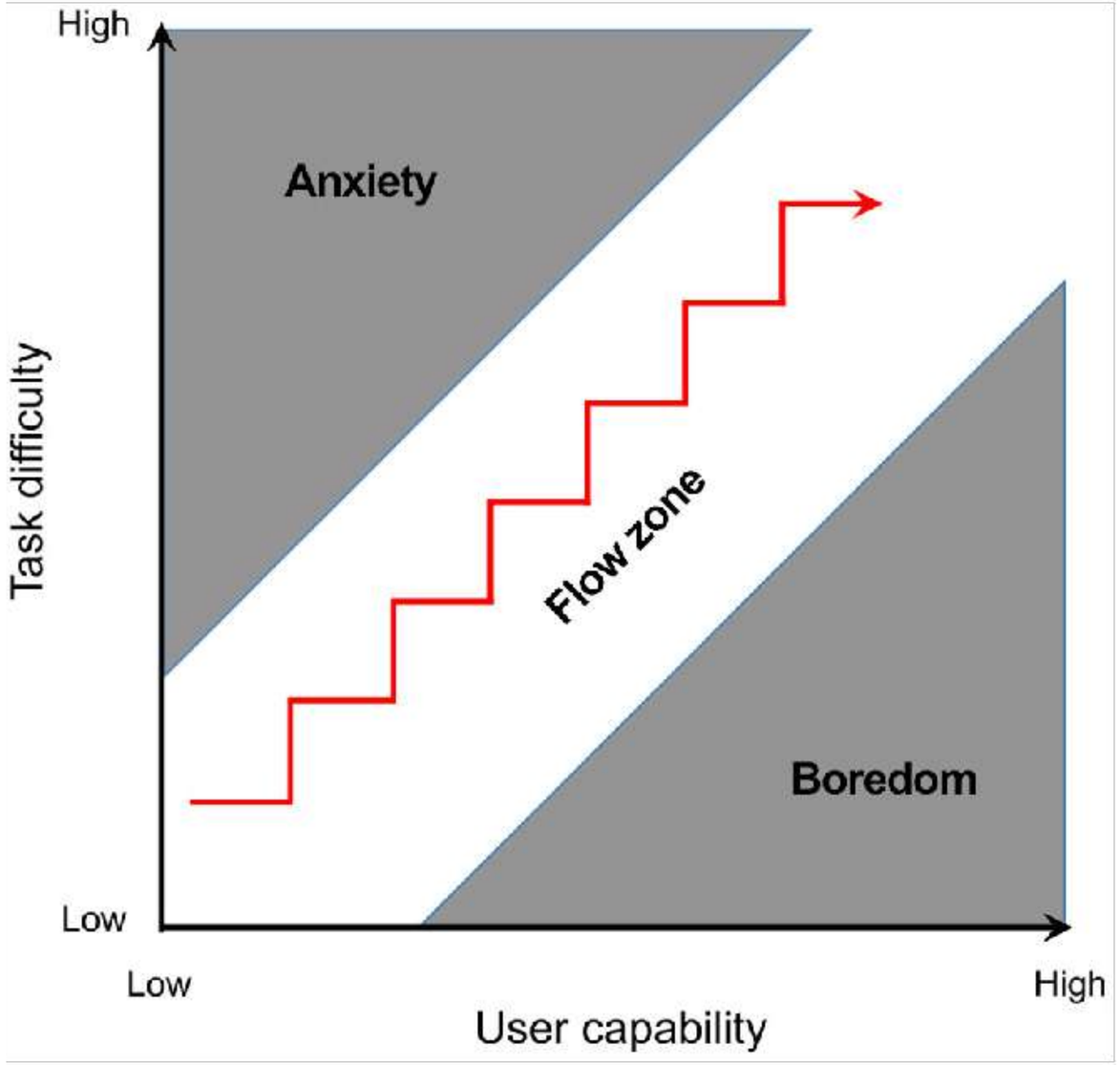
Attenzione e ambienti digitali

Lo stato di flusso

Csikszentmihalyi, 1990; 2014

- In psicologia, lo **stato di flusso** (*flow state*) è una condizione ottimale di esperienza in cui la persona è **completamente assorbita da un'attività**, con una **concentrazione intensa** e un **coinvolgimento totale**.

- È considerato uno degli stati più **gratificanti** e favorisce **motivazione intrinseca**, **creatività** e **benessere psicologico**.



- Attività in cui è evidente una **distrazione** intesa come distacco dal contesto delle richieste sociali, economiche e persino esistenziali, producono spesso l'esperienza del flow.

- Durante il flow vi è una fusione tra azioni e consapevolezza, un'assorbimento specifico in quell'attività, in cui non percepiamo nient'altro, non riconosciamo paure né desideri.

- Al tempo stesso, il flow è caratterizzato da un senso di controllo, una sensazione di sufficienza, una perdita di ansia. Infine, porta con sé un "senso alterato del tempo": non abbiamo tempo di notare il passare del tempo e non ci annoiamo (Csíkszentmihályi, 2014, p. 230).

Scrolling

- Il termine **scrolling** indica il comportamento ripetuto di scorrere contenuti digitali (feed, pagine web, social media) attraverso dispositivi digitalir.

- È un’azione guidata da meccanismi **attentivi** e **motivazionali**: da un lato soddisfa il bisogno di esplorazione e aggiornamento informativo, dall’altro può attivare circuiti di ricompensa intermittente simili a quelli del gioco d’azzardo.

- Lo scrolling può quindi essere interpretato sia come strategia cognitiva di ricerca e selezione di stimoli, sia come comportamento potenzialmente disfunzionale legato alla gratificazione immediata e alla riduzione dell’ansia.

Differenze tra flow e scrolling

Marek, 2023

- Nonostante un’apparente somiglianza, lo scrolling difficilmente genera un’esperienza di flusso, e il bisogno o l’impulso a scrollare **non sono necessariamente accompagnati da una sensazione di piacere** (Groot Kormelink e Meijer 2019: 279).

- Una differenza ancora più evidente è la **minore percezione di controllo**: lo scrolling va compreso molto più come un’**attività passiva**, una sorta di abbandono paradossale in cui si rinuncia al controllo.

- Piuttosto che essere autotelico, lo scrolling è un comportamento **atelico** (privo di scopo), nel senso che non persegue un obiettivo preciso né un progetto intenzionale, ma piuttosto rappresenta un’**assenza di direzione**.

- L’unico aspetto in cui si avvicina al flow è la **fusione tra azione e consapevolezza**: l’attenzione dedicata allo scrolling può somigliare a uno stato di preoccupata concentrazione, ma non è la stessa focalizzazione appagante e profonda che caratterizza il flow.

Scrolling infinito

- Lo **scrolling infinito** (endless scrolling) è un comportamento ripetitivo di ricerca e consumo di contenuti, mantenuto da un programma di **rinforzo variabile**: ogni atto di scorrimento funziona come una risposta che, in modo imprevedibile, può essere seguita da uno stimolo gratificante (un contenuto interessante, divertente o emotivamente rilevante).

- L’**imprevedibilità del rinforzo** favorisce l’alta frequenza e la persistenza del comportamento, rendendolo resistente all’estinzione e potenzialmente compulsivo.

Programmi di rinforzo

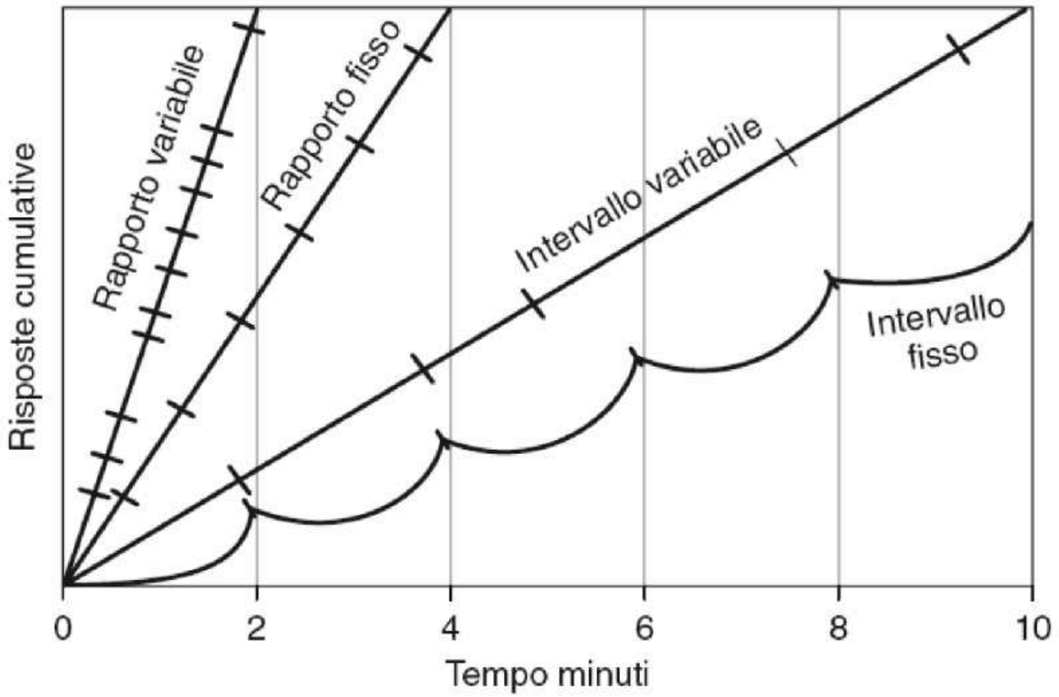
- In psicologia comportamentale, i programmi di rinforzo descrivono le regole con cui rinforzo viene somministrato in seguito a un comportamento. Esistono quattro programmi fondamentali:

- **Rinforzo a rapporto fisso** (FR): il rinforzo arriva dopo un numero prestabilito di risposte. Produce un ritmo costante, ma con pause dopo ogni rinforzo.

- **Rinforzo a rapporto variabile** (VR): il rinforzo è dato dopo un numero di risposte che varia attorno a una media. È il più resistente all'estinzione e genera comportamenti persistenti.

- **Rinforzo a intervallo fisso** (FI): la ricompensa è disponibile dopo un certo periodo di tempo sempre uguale. Spesso produce un aumento di risposte man mano che si avvicina il momento del rinforzo.

- **Rinforzo a intervallo variabile** (VI): il rinforzo arriva dopo intervalli di tempo variabili, imprevedibili. Genera un ritmo regolare e continuo di risposte.



Ambienti digitali ed endless scrolling

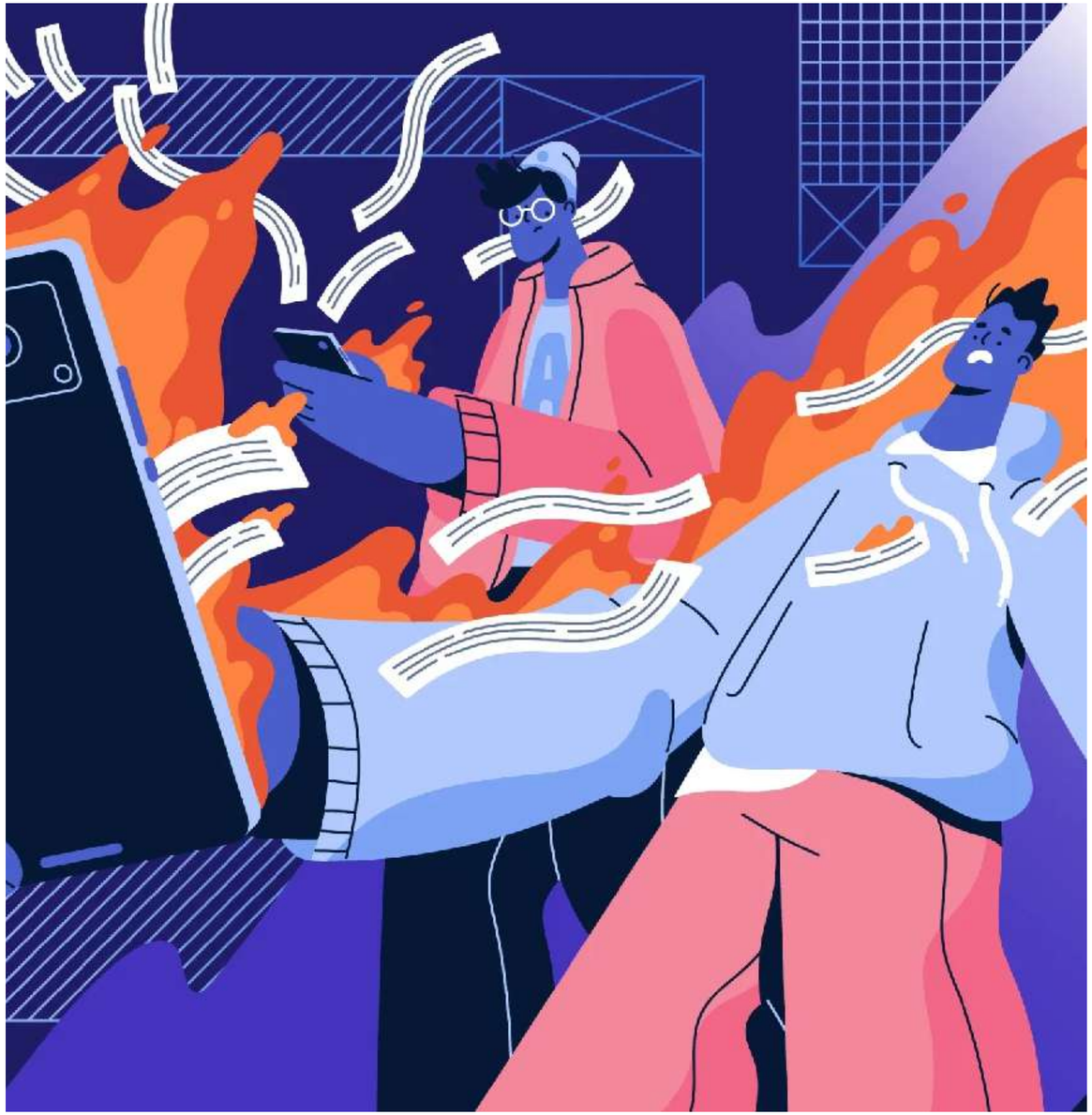
- Le piattaforme conoscono bene queste dinamiche e investono enormi risorse nello studio dei comportamenti degli utenti.

- Funzionalità come l’**autoplay** dei video, il **feed infinito** e le **raccomandazioni personalizzate** sono progettate per alimentare questo comportamento, trasformando lo scorrimento senza fine in un loop che cattura tempo, attenzione ed energie cognitive.

Doomscrolling

- L'esposizione costante a notizie negative sui social media e sui feed di notizie può assumere la forma del “**doomscrolling**”, comunemente definito come l'abitudine di scorrere i social media e i feed di notizie alla **ricerca ossessiva di informazioni deprimenti e negative** (Jennings, 2020; Watercutter, 2020).

- Sharma et al. (2022) hanno concettualizzato il doomscrolling come «una ricerca abituale e immersiva di informazioni negative tempestive sui feed di notizie dei social media» (p. 89).



Perché ci abbandoniamo al doomscrolling?

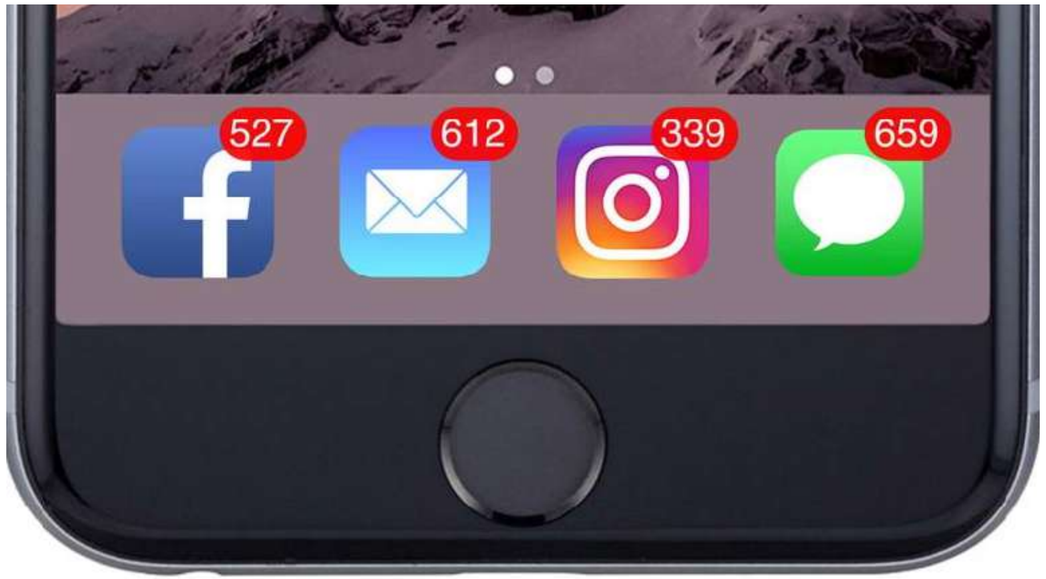
- In base ai principi che regolano l’evoluzione per selezione naturale, ogni comportamento ed emozione serve una certa funzione, e lo stesso vale per il doomscrolling.
- Il doomscrolling non è solo curiosità. È alimentato da un meccanismo cerebrale che ci orienta verso la **novità** e la **minaccia**. Per millenni, questa predisposizione ha garantito la sopravvivenza umana: riconoscere un pericolo, soprattutto se nuovo e imprevisto, significava poter reagire in tempo ed evitare danni.
- Il doomscrolling nasce dal bisogno di informarsi meglio su una situazione, per comprenderla e prepararsi ad affrontarla. Ma questo intento iniziale si trasforma rapidamente in un meccanismo ossessivo e improduttivo: invece di raccogliere dati utili, si finisce per passare da una notizia all’altra, sempre più allarmante, con la conseguenza di sentirsi via via più impotenti e negativi nei confronti del mondo, delle persone e delle proprie capacità di gestione.

Notifiche

- Le **notifiche** rappresentano un potente strumento di cattura dell’attenzione e sono progettate sfruttando meccanismi psicologici ben noti.

- Da un lato, fanno leva sul sistema di **orientamento attentivo**: ogni suono, vibrazione o icona lampeggiante agisce come uno stimolo saliente che interrompe le attività in corso e richiama lo sguardo verso il dispositivo.

- Dall’altro, attivano i **circuiti della gratificazione** e della **ricompensa variabile**: non sempre il contenuto della notifica è interessante o rilevante, ma l’incertezza stessa ne alimenta l’attrattiva.



- Dal punto di vista cognitivo, le notifiche introducono un fenomeno di **frammentazione dell’attenzione**, generando passaggi continui da un compito all’altro e aumentando il carico cognitivo.

- A livello **emotivo**, possono suscitare **ansia** o **urgenza**, soprattutto quando segnalano **messaggi sociali**, inducendo una sorta di “**FOMO**” (Fear Of Missing Out).

FOMO

- La **FOMO** (Fear of Missing Out) è definita come **paura di essere esclusi da esperienze, informazioni** o **interazioni sociali** che si percepiscono come **importanti** o **gratificanti**.

- È un fenomeno strettamente legato all'uso dei **social media**, dove il flusso costante di notifiche e aggiornamenti rende evidente ciò che gli altri stanno facendo, amplificando il timore di "restare indietro".

- Dal punto di vista psicologico, la FOMO può generare **ansia**, **distrazione** e **difficoltà a godere del momento presente**, spingendo a **controllare compulsivamente** i dispositivi digitali.

- Allo stesso tempo, alimenta un **circolo vizioso**: più si cerca di rimanere sempre connessi, più cresce la sensazione di non riuscire mai a essere davvero al passo.