BENE COMUNE

A caccia di nuove sensazioni

Archivio, Famiglia e giovani

 Tonino Cantelmi | 18 Marzo 2008

“A caccia di nuove sensazioni”: così scrive il GIP nell’ordinanza relativa all’omicidio di Meredith a proposito dei due fidanzati, Amanda e Raffaele, implicati nel delitto della ragazza inglese.

“Ci si trova”, scrive ancora il GIP, “in presenza di una iniziale volontà dei ragazzi di provare una qualche nuova sensazione”. Questo fenomeno, che sembra caratterizzate i giovani di oggi, è chiamato **“sensation seeking”**, cioè ricerca di emozioni forti e di sensazioni straordinarie. Un po’ come quando l’Italia scoprì che alcuni balordi, annoiati e stanchi, per provare una qualche sensazione cominciarono a lanciare sassi dai cavalcavia delle autostrade uccidendo con casuale ferocia. Interrogati spiegarono: ci annoiavamo. I sensation seekers, cioè i cercatori di sensazioni forti e spesso violente, sono un piccolo esercito di giovani annoiati e spesso nient’affatto emarginati: un fenomeno dei nostri tempi, che è alla base della ricerca dello “sballo” e delle tante sfide alla morte (come il surf automobilistico), che percorrono le notti delle nostre città anonime e ambigue. Alcuni sostengono che questo fenomeno sia l’inevitabile conseguenza della “veloce efficienza” che ognuno di noi deve ogni giorno mettere in atto per sopravvivere in una società competitiva come la nostra. Infatti non basta essere efficienti, occorre essere veloci: è il tema dell’accelerazione del nostro tempo, che non consente pause e ci obbliga ad una sorta di anestesia delle emozioni. Cosicché poi per ritrovare noi stessi siamo costretti a cercare emozioni ancora più forti. Alcuni dati sembrano confermare questo. Uno per tutti: l’incredibile incremento dell’uso di cocaina e di sostanze euforizzanti. E tuttavia la ricerca di emozioni forti pervade un po’ tutta la nostra società, compreso il mondo mediatico, con il bisogno esasperato di suscitare sensazioni attraverso la manipolazione delle informazioni e delle immagini. Meredith, per esempio, è stata doppiamente una vittima: vittima di se stessa e dei suoi amici, alla ricerca di emozioni forti, e vittima della vorace fame di sensazioni che il circo mediatico ha dato in pasto ad una annoiata pubblica opinione. La ricerca di emozioni forti si intreccia però con una esasperata accentuazione del narcisismo: questa sembra essere la società del trionfo del narcisismo, dove assistiamo ad una elefantiasi dell’Io. Tutto ruota intorno alla necessità di soddisfare i propri bisogni e di superare ogni limite. Ricerca di emozioni e narcisismo trovano una risposta

straordinaria nella tecnologia digitalica e nella sua promessa di felicità. Il fascino mutageno della Rete e della realtà virtuale cattura sempre più persone: in questo momento 7-8 milioni di persone sono collegate in Second Life, dove si illudono di vivere una nuova e felice vita, sia pure virtuale. Il dato però inquietante è che l'uomo del terzo millennio appare sempre più solo con le sue angosce. Cosa fare dunque? Gli esperti sembrano tutti concordare con un dato: la perdita di riferimenti valoriali appare connessa all'incremento della ricerca di emozioni e del narcisismo ed alla conseguente crisi della qualità della relazione interpersonale. Siamo perciò tutti chiamati ad una riflessione: il tecno-uomo del terzo millennio, chiamato ad una efficienza sbalorditiva, narcisisticamente ripiegato su di sé, privo di limiti, alla ricerca esasperante di emozioni che lo facciano sentire vivo, libero da ogni riferimento a dimensioni valoriali, sarà un uomo felice?