



PRIMO PIANO

Psico-digital: la sindrome narcisistica

Facebook, Instagram, Youtube e ora anche TikTok: quando la voglia di apparire sui social passa dall'esibizionismo alla psicopatologia

24 GENNAIO 2020 · DI ANGELO MUSSO · TEMPO DI LETTURA: 6 MINUTI

Negli anni 60 del secolo scorso venivano recapitate, nelle buche delle lettere, riviste come Postal Market o il catalogo Vestro, pubblicazioni made in Italy pioniere della vendita per corrispondenza di prodotti per la casa, per l'ufficio e per la vita quotidiana.

Annualmente venivano arruolate persone qualunque, normalmente inserite nella vita familiare, che diventavano per un anno modelli e testimoni (precursori dei moderni "influencer") per indossare capi di abbigliamento o

VAI
IN ALTO

provare oggetti, con lo scopo di  acquisti che avvenivano via Poste italiane!

Oggi, Internet sostituisce buona parte delle realtà commerciali a tre dimensioni, attraverso le vetrine autogestite sui siti web ma anche sui social: Facebook, Instagram e Youtube, dove pullula una tribù competitiva di giovani emergenti, gli Influencers.

C'è di tutto e di più in questa tribù: da quelli affermati e titolati, come Fedez e la Ferragni, fino ai tantissimi improvvisati, emergenti, esibizionisti in buona fede, oppure veri e propri candidati alla sindrome narcisista. I loro sono tentativi di cercare forme di affermazione della propria immagine, del proprio esibizionismo comportamentale, sognando ovviamente di diventare Influencer ben retribuiti!

Da molti anni la psicologia cognitivo-comportamentale ha evidenziato come, nella nostra mente, il potere dell'Imago vinca sempre nettamente sull'inflazionato potere del Logos! Infatti, le aree della memoria visiva (neocorteccia carcarina) si dimostrano molte più potenti a influenzare i pensieri e i comportamenti delle persone rispetto alle varie forme di comunicazione basate su procedure neurolinguistiche unicamente verbali.

Di questo si capisce che, potenziare i comportamenti per immagine, come fa l'Influencers attraverso i social network, 

≡ diventa un potente Orwelliano potere istrionico,
narcisistico ed economico, in grado di suggestionare chi lo
esercita e di condizionare in modo virale chi ne recepisce i
messaggi!

Paradigmatica delle modalità comunicative degli Influencer è [Emma Chamberlain](#), “Youtuber” tra le più famose della Generazione Z, nata post 2000. Il suo modo di presentarsi rasenta la banalità e la sciattezza, sempre però modulata astutamente da sguardi e pose che lanciano chiari messaggi allusivi! Non ha avuto bisogno di fare scuole di dizione, neanche di recitazione e, tanto meno, corsi di formazione in psicologia della comunicazione... Eppure è vincente!

Ovvio, quindi che sempre più giovanissimi (quasi mai con il consenso dei genitori) si lancino nel tentativo di giocare l’esibizione comportamentale più bizzarra, stravagante oppure – purtroppo – in alcuni casi, addirittura più pericolosa o immorale, pur di guadagnare qualche like o follower in più!

Cosa accade, però, nella mente di un giovane Influencer? Il ragazzo o la ragazza che continuamente studia, progetta e verifica i livelli di audience e followers, inizia ad autocompiacersi delle risposte che il cervello rilascia durante le performance di esibizione comportamentale, sotto forma di endorfine e dopamina. Sensazioni destinate a crescere in modo esponenziale con l’aumentare dei like e dei followers. Si apre così la via a una situazione emotiva per cui si sta bene solo se si è visti e seguiti!

Poi, per il principio di mantenimento e aumento del desiderio di piacere provato, la mente si focalizza, ossessionandosi in modo compulsivo a produrre foto e storie da postare all’infinto! Il giovane, a questo punto, è diventato un “narcisista patologico” che si sveglia anche di notte per controllare se ha ricevuto un follower in più!

Infatti, se invece di investire qu  normali capacità affettivo-relazionali emergenti all'esterno, ~~verso gli altri~~, l'adolescente le canalizza a specchio su se stesso, riflettendosi nei social alla esclusiva ricerca di consenso, si apre così la via del narcisismo disturbato, dunque psicopatologico!

È proprio la fascia di età adolescenziale quella a maggiore rischio, l'età dove il carattere si apre grazie all'impulso ormonale e si forma la personalità. Non a caso è questa la fascia in cui agisce il social oggi di maggior successo: TikTok.

Attenzione, perché, poi, il principio di piacere agli altri – quando si è contaminati dalla sindrome narcisistica patologica – si distorce e il traguardo ambito dal narciso non rimane più “piacere a tutti”!

Il narciso patologico, infatti, è felice, in preda alle encefaline droganti, quando riesce nell'esibizione a “dividere gli altri”, quando ombreggia o schernisce, inventa fake news, semina zizzania o, meglio, affossa i suoi competitors con la propria immagine “scomportamentata” che riesce a ottenere un follower in più!

Per questi narcisi *overgame* non è mai importante ciò che avviene intorno, nel mondo, nella società; ciò che conta è essere presenti nella rete come l'essere supremo: il più figo! Infine, il narciso ormai in orbita, immagina, nella sua accresciuta follia, che tutto il mondo, virtuale e reale, giri come vuole Lui e, possibilmente, sempre attorno a Lui!

I dati parlano chiaro: con 1,4 milioni gli utenti sono altresì 80 milioni le storie postate su Instagram! Ma il dato che inquieta maggiormente è la quantità di giovani che non si limitano più a “esibirsi” ma ormai vivono *full time* dentro i

social network... fino al punto d'uscire.



aiuto psichiatrico per poterne

== Il dottor Angelo Musso è psicologo e psicoterapeuta a Torino. Incaricato di Psicodiagnostica e Psicoterapia presso la S.S. di Psicologia e Psicopatologia dello Sviluppo dell'ASLCN1.



Facebook Messenger Twitter

- EMMA CHAMBERLAIN
- FACEBOOK
- FOLLOWERS
- INSTAGRAM
- L'INFLUENCER
- NARCISISMO
- NARCISO PATOLOGICO
- PSICOPATOLOGIA
- TIKTOK
- YOUTUBE
- YOUTUBER

POTREBBERO INTERESSARTI...



Il mal di fegato di Travaglio

4 APRILE 2020



Ansia da reclusione: ma quanto dura?

4 APRILE 2020



Il silenzio dei media sui polacchi in Italia

4 APRILE 2020

VAI
IN ALTO



SHOW COMMENTS



EDITORIALI

Calabria: anche Cenerentola va al voto

“Snobbata” dalla maggior parte dei media, questa Regione viene citata solo per le inchieste giudiziarie e il malaffare. Le cose potranno cambiare da lunedì?

24 GENNAIO 2020 · DI RAFFAELE ARABIA · TEMPO DI LETTURA: 6 MINUTI

VAI
IN ALTO