INVIATO DA
Irmgard

ON
09/09/2015

★ ★ ★ ★ ★
Keine Stimmen

I desideri di un mondo perduto



Alla ricerca di opportunità per l'opera evangelistica rivolta ai bambini e ai giovani. Un'analisi critica, con l'obiettivo di individuare approcci positivi per l'evangelizzazione!

Gesù e la donna al pozzo di Giacobbe

Partendo dalla sete fisica di acqua, tra Gesù e la donna si sviluppa una conversazione sulla sete di vita, sui desideri che giacciono nel profondo del suo cuore. La conversazione si svolge, per così dire, su due livelli diversi:

Gesù promette alla donna l'acqua viva. A quei tempi, con questo termine si indicava l'acqua di sorgente, l'acqua fresca e corrente, in contrapposizione all'acqua stagnante che veniva attinta dalle cisterne. «Sarebbe bello», pensa la donna, «se esistesse un'acqua tale da placare la sete in modo che non tornasse mai più. Sarebbe bello non dover tornare ogni giorno fin lì per attingere acqua».

La donna riconosce la propria sete

La donna riconosce i propri desideri: la donna samaritana passa dal concentrarsi sulla propria sete fisica a considerare la propria sete spirituale attraverso l'incontro con Gesù, dalla richiesta «Dammi da bere!» alla richiesta «Porta qui tuo marito!». Gesù non si ferma in superficie, ma affronta i desideri profondi di questa donna. Non conosciamo i desideri di questa donna. Forse era un desiderio di vicinanza, o di indipendenza, o di riconoscimento e accettazione, o di indipendenza e dignità.

Gesù comprese e prese sul serio quella donna con i suoi bisogni e i suoi desideri. Conosceva i suoi desideri e le sue aspirazioni più profonde. Non è sbagliato da parte nostra osservare da vicino ciò che turba le persone oggi, quali siano i loro desideri più profondi, per andare loro incontro proprio là dove si trovano. Gesù vide il profondo bisogno delle persone e ne fu commosso, al punto da versare persino delle lacrime. Gli esseri umani sono fondamentalmente fatti per le relazioni. Siamo stati creati per adorare Dio e stare in comunione con Lui. L'uomo ha un desiderio di adorazione e di comunione con Dio! Dio ha posto questo desiderio in noi al momento della creazione dell'uomo.

Il problema: il «mondo perduto»

L'uomo smarrito non crede in questo Dio. Pertanto, non può nemmeno adorare Dio. Questo crea in lui un profondo vuoto di significato, che cerca disperatamente di colmare.

Poiché non crede in Dio, ha bisogno di altre cose da adorare. E anche la società moderna ha già pronta una soluzione: l'autorealizzazione.

Poiché ai loro occhi Dio non esiste più, l'ego umano assume quella funzione. «Se non posso più credere in nulla di esterno, crederò semplicemente in me stesso.» «La salvezza è dentro di me. Devo solo trovarla.» «Fai ciò che vuoi, purché sia giusto per te.» «Sii consapevole dei tuoi obiettivi e fai di tutto per raggiungerli!» Questi e altri simili sono i motti d'ordine della società odierna. In questo processo, tutto ciò che ostacola questo obiettivo viene messo da parte.

- **Mobilità**
  Come individuo, voglio essere libero in ogni momento di decidere quando e dove spostarmi senza l'aiuto di nessuno. Essere mobili significa essere indipendenti. «La mia auto e io» è il motto. L'uomo moderno è una persona sola che vive la propria esistenza in una scatola di latta chiusa a chiave. Il cittadino medio trascorre sessanta ore all'anno da solo, bloccato in coda davanti a un semaforo rosso.
- **Niente figli**
  Non voglio figli perché potrebbero compromettere la mia carriera e i miei obiettivi personali. La famiglia non è più una comunità di lavoro o di servizio, ma una comunità emotiva. Al primo scossone emotivo, la nave del matrimonio si inclina e la separazione è inevitabile. Laddove la felicità personale ha la precedenza sulla felicità della famiglia nel suo insieme, il conflitto è quasi inevitabile.
- **Vero per me**
  Le verità universali non esistono più. Ciò che è vero è ciò che in questo momento è giusto per me e mi fa andare avanti.
- **«Voglio tutto...»**
  Il fallimento e la pazienza sono fuori discussione. Voglio tutto e lo voglio esattamente quando e come lo voglio.

La nostra società si è ormai da tempo adattata all'enfasi estrema posta sugli interessi dell'individuo rispetto a quelli della comunità. Gli individui hanno tutti i diritti e possono plasmare la propria vita, mentre la società ha solo una funzione di servizio. La società dei servizi è in pieno boom.

Pluralismo

Tuttavia, se ognuno è il proprio dio e determina la propria verità, non esiste più un'unica verità. Abbiamo allora molte verità diverse che coesistono in modo indipendente l'una accanto all'altra. La convinzione fondamentale secondo cui diversi punti di vista e manifestazioni della vita debbano essere accettati come ugualmente veri si chiama pluralismo.

Il pluralismo della vita si chiama pluralismo

I desideri individuali dei clienti determinano il marketing. Il collettivo è fuori gioco, viva l'individuo. Da Levi's posso scegliere tra 8448 diverse combinazioni di modelli, tagli e taglie di jeans e il mio computer è personalizzato secondo i miei gusti. Dove un tempo sugli scaffali c'era un solo dentifricio, ora c'è uno scaffale traboccante di decine di prodotti di marca: ognuno dovrebbe avere il proprio dentifricio. Il grande magazzino è diventato un tempio della modernità. Ci siamo ormai abituati da tempo alla varietà dell'offerta dei grandi magazzini.

Il rovescio della medaglia di questa varietà di offerta è la costrizione a scegliere. Scegliere non è più solo un comportamento imposto, ma è diventato ormai da tempo un modo di pensare e di vivere. Oggi prendiamo più decisioni in una settimana di quante ne prendessero i nostri antenati nell'arco di tutta la loro vita. Già dopo essermi alzata devo decidere quali vestiti indossare (un tempo c'erano solo gli abiti da giorno e la gonna della domenica). Dopodiché sorge la domanda: quale «miscela di muesli»

mangerò a colazione e cosa berrò insieme? Quale frutto porterò con me per la merenda?

L’agonia della scelta

Quando vado a fare la spesa, devo dedicare sempre più tempo a esaminare i prodotti per fare la scelta giusta. Tutto questo richiede tempo. Di conseguenza, la merce assume un’importanza maggiore rispetto al passato. Entra al centro delle nostre vite.

Ma il problema non è necessariamente la varietà di prodotti offerti nei nostri grandi magazzini, bensì la varietà di visioni del mondo proposte e il disorientamento che ne deriva. E se scegliessi la cosa sbagliata? Scegliendo costantemente, perdiamo sicurezza – potrei scegliere la cosa sbagliata! Quindi cerchiamo sicurezza.

I ricercatori di tendenze parlano di «cocooning», del ritiro dell’io nel bozzolo, in un isolamento auto-creato. Le proprie quattro mura sono considerate una fortezza di individualità. E se devo uscire, ho il mio Discman. Così sono solo con me stesso e il mio mondo ovunque, isolato dalle cuffie. Lo sfondo di questa esistenza da bozzolo è la crescente paura dell’imprevisto e del mondo multiculturale, nonché la sensazione di essere costantemente sopraffatti. Vogliamo di nuovo sicurezza in questo mondo.

Il boom della sicurezza è ovunque:

- I servizi di sorveglianza privati sono in forte espansione
- Le auto hanno airbag, ABS, protezione dagli urti laterali...
- I computer hanno firewall e programmi antivirus
- Le guerre si combattono in nome della sicurezza
- La sorveglianza personale tramite telecamere
- Preservativi durante i rapporti sessuali
- Quasi nessuna porta d’ingresso viene lasciata aperta durante la notte

Stiamo cercando un punto d’appoggio in questo mondo individualista e pluralista. Una delle malattie di moda degli ultimi decenni, conseguenza dell’individualizzazione, è la perdita dell’«ego», i cosiddetti «casi borderline». Le persone affette da questa malattia mentale hanno perso la propria personalità e vivono solo nei panni di determinati ruoli. Queste persone non sanno più chi sono realmente. La persona è inquieta perché è alla costante ricerca della propria identità. Si torna a cercare senso e sicurezza. L’uomo cerca calore, vicinanza, sicurezza, amore, pace, un rifugio. Riaccende le candele, si rannicchia sotto il piumone.

Molti hanno compreso che i desideri di autorealizzazione, in definitiva, non possono essere soddisfatti. Si sono resi conto che la pienezza del proprio essere va cercata al di fuori di sé. Ma poiché non vogliono ancora credere in un Dio, la risposta deve essere l’amore nella relazione con gli altri.

Alla ricerca di sicurezza.

Cerchiamo calore e sicurezza. Vogliamo tornare a sognare, rannicchiarci nel soffice mondo delle fantasie. Nelle loro ballate romantiche, le boy band cantano del desiderio di autenticità, amore, sicurezza e di un’esperienza profonda dell’essere. La maggior parte degli adolescenti è sensibile e lo fa con sincerità. Provano un profondo desiderio di calore e di amici. Sono alla ricerca di relazioni autentiche.

L’individualismo nel gruppo

Tuttavia, anche qui ha prevalso l'individualismo. Non esistono più norme universali su come dovrebbe essere una relazione di questo tipo. La società riconosce stili di vita non matrimoniali, prematrimoniali, coniugali o post-matrimoniali. E anche qui vale il principio: «Devo ottenere il massimo in cambio di ciò che spendo! È buono ciò che mi soddisfa!». Le relazioni profonde vengono confuse con il sesso superficiale. La tendenza è chiaramente verso il sesso senza amore, il sesso senza conseguenze e senza responsabilità. La prostituzione è socialmente integrata.

Tuttavia, le persone desiderano qualcosa di più di una gratificazione a breve termine. La fedeltà e l'onestà sono tornate ad essere prioritarie per la maggior parte dei giovani. Di recente si è persino parlato di una nuova castità tra i giovani. Le persone sono tornate ad aspettare l'uomo – o la donna – della vita. Anche il matrimonio sta tornando in auge, insieme alla famiglia. Il 65% dei giovani considera il matrimonio lo stile di vita ideale. Le persone anelano alla felicità e alla sicurezza e sono stanche di vivere senza relazioni. Allo stesso tempo, ci si rende conto di essere sempre delusi dalle persone e che, in fin dei conti, i propri desideri non vengono mai soddisfatti.

Così cerchiamo di colmare il vuoto di significato nelle nostre vite con altre cose.

Materialismo

La fede nel potere del denaro e dei beni materiali definisce la nostra cultura occidentale. Ci definiamo in base a ciò che possediamo. La pubblicità vuole farci credere che possiamo provare libertà e felicità solo con determinati prodotti. Siamo diventati intenditori. Abbiamo dimenticato come fare a meno. Non riusciamo più a limitarci. Non vogliamo più farlo. Perché dovremmo? Se non hai abbastanza soldi, puoi prendere qualcosa in leasing o vivere a credito!

Dobbiamo comprarci la felicità paradisiaca sulla terra

Dobbiamo comprare insieme la felicità paradisiaca sulla terra, perché non crediamo più in un paradiso in cielo. Lo stesso vale per la nostra dipendenza dalle esperienze. L'uomo moderno è sottoposto a un'enorme pressione temporale per non perdersi nulla. Dopotutto, potrebbe essere proprio l'esperienza che ci siamo lasciati sfuggire a portarci la vera appagamento.

Così corriamo da un parco avventura all'altro. Dal bungee jumping al canyoning – sempre alla ricerca di soddisfare le nostre brame. Abbiamo sempre più tempo libero, ma sempre meno tempo per vivere. I nostri desideri sono cresciuti a dismisura. Vogliamo tutto, e lo vogliamo subito. Siamo a corto di tempo perché non abbiamo più l'eternità. Tutto deve essere realizzato in questa unica breve vita, perché non c'è più un aldilà. Il senso della vita non risiede più nell'adesione a tradizioni o credenze, ma nell'esperienza personale della realtà. La vita diventa «esperienza». Solo ciò che vedo, sento e vivo è vero. La nostra società è diventata una società dell'esperienza.

Oggi, molti di coloro che cercano il piacere nelle esperienze si rendono conto che il rischio di delusione accompagna ogni esperienza. Le esperienze danno solo una soddisfazione selettiva.

Continuiamo a cercare un senso, una comunità stabile e norme morali. La religione soddisfa questi bisogni ed è quindi in ascesa. La sua forma, tuttavia, è insolitamente nuova. Ancora una volta, molti si stanno inventando la propria religione come se fossero in un supermercato. Poiché non vogliamo ancora credere in Dio, cerchiamo altrove l'esperienza della salvezza. Da ogni parte ci vengono promessi nuovi e vecchi «riempitivi» di significato. Le sette e i fondamentalisti radicali offrono fortezze solide con risposte facili e sono di nuovo molto richiesti. Il culto del corpo, l'esoterismo, il canto gregoriano, le streghe, le pratiche corporee (aerobica, training autogeno, Tai Chi, Yoga…), le religioni orientali (la filosofia delle religioni orientali si avvicina al postmodernismo; anche nell'induismo e nel buddismo si negano le verità oggettive), stanno diventando sempre più popolari. Anche la religione cristiana torna ad essere utile per l'individuo, ma non deve avanzare pretese universali per tutti. È l'uomo a determinare chi sia Dio.

Ma questo ci lascia ancora una volta senza standard e valori universalmente validi. In sostanza, abbiamo semplicemente inventato un'espressione religiosa dell'individualismo. L'uomo prima o poi si rende conto che ciò non placa la sua sete interiore.

Torniamo a Gesù...

Quali profondi desideri nutriva la donna al pozzo di Giacobbe? Il numero di uomini che aveva avuto la dice lunga – eppure non lo sappiamo con certezza. Dobbiamo ascoltare attentamente ciò che muove le persone, quali sono i loro desideri e le loro aspirazioni più profonde. Questi desideri sono opportunità: ci offrono punti di contatto.

Gesù non si è fermato ai desideri

Egli si offre alla donna assetata. A lei, il cui desiderio di vita non può essere soddisfatto: «Ma chiunque berrà dell'acqua che io gli darò, non avrà mai più sete; anzi, l'acqua che io gli darò diventerà in lui una fonte d'acqua che sgorga per la vita eterna».

Le offre una nuova prospettiva e così lei impara a tendere la mano verso l'acqua viva, grazie alla quale non dovrà più soffrire la sete. Coloro che vengono a Lui imparano così che la loro sete può essere placata, che non hanno più bisogno di un surrogato di scarso valore. L'incontro con Gesù ci porta da ciò che pensiamo di aver bisogno a ciò di cui abbiamo veramente bisogno.

Questo è l'obiettivo finale di qualsiasi programma Ameisli, Jungschar o per adolescenti.

Questo è il nostro scopo: tutti i bambini e i giovani in Svizzera dovrebbero avere l'opportunità di ascoltare il Vangelo in modo tale da poter prendere una decisione per Gesù e crescere nel discepolato.

Possiamo e dobbiamo andare incontro alle persone là dove si trovano (vedi anche Atti 17, dove Paolo utilizzò un altare pagano ad Atene come occasione per predicare il Vangelo), sia che abbiano un senso di colpa, siano esausti, ingannati o delusi. A quel punto possiamo indirizzare i loro desideri nella giusta direzione, come con la donna al pozzo di Giacobbe, e proclamare loro la buona novella che qualcuno soddisferà i loro desideri se si pentono e si rivolgono al Signore Gesù.

Convertire

Come fece Gesù?

Si rivolse alla donna. Superò tutte le barriere sociali e culturali (a un ebreo non era permesso rivolgersi a una donna in pubblico – e certamente non a una donna samaritana).

- Prese sul serio la donna e i suoi desideri. La ascoltò attentamente e cercò di comprenderla.
- Ha guidato la donna dai suoi desideri superficiali a quelli più profondi. Le ha fatto prendere coscienza dei suoi peccati e ha affrontato il punto dolente della sua vita.
- Si offre se stesso. Le mostra la vera via verso l'acqua viva: se stesso!
- I nostri bambini e i nostri giovani hanno sete di quest'acqua: che privilegio immenso abbiamo nel poterla offrire loro in Gesù! Che ne facciamo di questa opportunità?

Suggerimenti di lettura

Stephan Holthaus: *Trends 2000. Lo spirito del tempo e i cristiani*

Stephan Holthaus: *Operazione Futuro. Essere cristiani nel nuovo millennio*

Josh McDowell et al.: *Faith without Values.* (Un'analisi della gioventù cristiana)

Youth 2002. 14° studio Shell sulla gioventù.

La Bibbia (analisi sociale aggiornata, con risposte incluse)

2_I desideri di un mondo perduto_YW

Crediti della fonte:

Autore: Adrian Jaggi

Contenuto, copertina, copyright:

www.besj.ch

Weitere Informationen

Categorie
Direzione e pedagogia

Tag
Evangelizzazione
Attività per bambini e ragazzi
Analisi
Metodologia
Opportunità

Numero di partecipanti
Nessun dato disponibile.

Bibbia
Argomento:

Durata
Nessun dato disponibile.

Materiale
Un bel po' di lavoro

Scarica il file
Download del file disponibile

KI Generierter Inhalt
Contenuto
Categorie
Tag
Numero di partecipanti
Bibbia
Durata
Materiale

© YoungstarsWiki | https://youngstarswiki.org/it/wiki/art/i-desideri-di-un-mondo-perduto