Sette ed Eresie, svelare i tranelli (Seconda Parte)

IL PROSELITISMO Il linguaggio impiegato per reclutare nuovi adepti non è altri che quello della seduzione. Mobilitare l'attenzione di qualcuno, è prima di tutto piacergli, interessarlo. Il messaggio non ha forza che se non è inscritto nel campo delle preoccupazioni di colui che sta per riceverlo. Egli deve poter trovare nel discorso delle risposte alle domande che si pone od una prospettiva di evoluzione in un campo che gli sta a cuore. L'impresa consiste né più né meno nel proporre delle alternative a delle aspirazioni che non hanno trovato da sole il loro cammino. Le modalità della costruzione del messaggio sono primordiali per sostenere i concetti chiave. Abile gioco di equilibrio di forze che conferisce la sua credibilità al messaggio; esso deve sorprendere col suo contenuto senza pertanto spaventare, implicare il lettore senza opprimerlo ed infine scegliere i suoi bisogni in modo pertinente, senza esagerarli né minimizzarli. Reclutare, è insomma, esplorare quello che seduce e mascherare quello che fa paura. ...
... PERCHE' SI PUO' ESSERE VITTIMA DEL DISCORSO DELLE SETTE? Le aspirazioni, una richiesta dell'armonia Ogni persona ha questi bisogni di compimento personale, di stima di se, di riconoscenza e di approvazione dagli altri, che non sono necessariamente associati ad uno sconforto od un malessere profondo. Si può avere l'opinione che il nostro schema di vita corrisponda pienamente a quello che ci si aspetta ed augurare nondimeno di compiersi ancor più, ancora meglio. In altri termini, noi facciamo tutto per diventare quello che noi crediamo di poter essere. Nondimeno, taluni eventi possono rendere un desiderio di cambiamento più probante. La ricorrenza dei fatti del quotidiano per esempio più diventare stancante. Ci si sente soffocare in un universo che non risponde più alle nostre attese. Non si trova più posto, non ci si implica più, insomma, non ci si illumina più. E talvolta ancora, un evento brutale rompe un equilibrio che ci soddisfaceva. Poiché i nostri riferimenti sono rimessi in questione, la situazione attuale non fa più senso. Noi cerchiamo altrove il ristabilimento dell'armonia. I mali ci invitano ad uscire da noi stessi per conquistare nuovi spazi, culturali, spirituali o sociali e ci spingono a rimetterci in questione. E' ugualmente durante questo periodo di sfinimento e di conoscenza "ad ogni costo" che noi siamo più vulnerabili, perché poco critici. Si ha la tendenza a votarsi ciecamente ad una causa perché tutto quello che risponde al nostro bisogno è buono da prendere. Si può allora sorprendersi, accordando credito a quello che ci poteva sembrare assurdo in altri momenti. L'adolescenza nella linea di mira L'adolescente è un individuo in costruzione. Egli vuol dare o trovare un senso a quello che è ed a quello che fa. Si pone delle domande su di lui e sui legami che l'uniscono agli altri, sull'amore, l'amicizia, la morale o la religione. Quello che lo circonda costituendo una via di spiegazione è passibile di interessarlo. Questi temi che mobilitano i giovani sono disgraziatamente tanti pasti che servono da trampolino al reclutamento di adepti. Le domande e le risposte pretese della setta giungono a puntino durante questo periodo. Tutti gli ingredienti di una richiesta di senso sono riuniti in un discorso che si deve di essere mobilizzatore. "Dove posso trovare la felicità? Una felicità durevole! In cui posso trovare la pace? La pace che non ho mai trovata nel denaro né nelle cose! Dove posso trovare l'amore? Un amore vero che non mi deluderà mai e che non mi farà soffrire. Dove posso trovare le risposte a queste domande, ed un senso all'esistenza?". Se vi accade di meditare su tali soggetti, sappiate che non siete il solo ... (Trattato, La Famiglia). Questo periodo si caratterizza inoltre con il rimescolamento dei legami con le cose che ci circondano, talvolta la loro rimessa in causa. L'individuo costruisce una personalità a sua distinta immagine da quella dei suoi genitori ed accorda un interesse particolare ai suoi pari età. L'amicizia, poiché essa risulta dalla sua scelta, tiene un posto privilegiato nella sua vita. Egli ricerca la prossimità di persone che condividono la stessa visione delle cose, le stesse domande, od ancora, come è il caso nell'esempio che segue, perché si è "nella stessa galera". La nostra generazione ha dimostrato che essa aspira al RISPETTO DEI DIRITTI DELL'UOMO, alla GIUSTIZIA, alla LIBERTA', ed alla DEMOCRAZIA DIRETTA. Questo movimento, di ampiezza internazionale, dimostra che noi non vogliamo che quelli che governano lo riducano ad un aneddoto storico. Ma attenzione! Non siamo sempliciotti! Essi si preparano a far passare la pillola. Il recupero è già in marcia ... Il sistema ci rinchiude in una categoria "Giovane". Ma noi siamo prima di tutto degli esseri umani, e noi rivendichiamo il diritto alla ribellione ed alla solidarietà contro tutto quello che porta attentato alla libertà. Per rispondere in modo efficace ai prossimi tentativi di riforme bidone e per andare più lontano, non solamente organizziamoci ma costruiamo ... fuori dai sentieri battuti. Gli Studenti Liceali Del Partito Umanista Ben più di un partito ... (Trattati, Il Movimento). L'identificazione del soggetto al gruppo è posta in valore dall'uso di un vocabolo giovane: "far passare la pillola", "proposte bidoni" e dalla relazione manichea che oppone la gioventù "noi" a "quelli che governano". La si ritrova ugualmente nell'evocazione dello statuto e dei diritti sbiascicati dalla gioventù in contrasto con le nozioni di "rispetto dei diritti dell'uomo", di "giustizia" e di "libertà". La visione "bianco - nero" indotta da questo procedimento ha per funzione di amplificare il carattere insopportabile di quello che si è posto come "cattivo per me" e probante l'adesione al gruppo che rappresenta quello che è "buono". Il contenuto del messaggio La personalità e la sensibilità alle proposte sviluppate sono delle caratteristiche individuali. L'appartenenza familiare e sociale, l'esperienza, le credenze e le aspirazioni sono tante guide in questa richiesta personale. E poiché i desideri sono plurimi, in funzione degli scopi e dell'orientamento vietato, il discorso prende anch'esso delle colorazioni differenti. In mezzo alle strategie di reclutamento, si può stabilire un assioma tra quelle che poggiano su dei saperi o delle tecniche che permettono uno sviluppo a carattere individuale e quelle che fanno passare l'affetto prima dell'idea. Non si può certo parlare di ermetismo tra i due livelli, poiché essi sono per la maggior parte del tempo abilmente mischiati. Nondimeno, per permettere una identificazione più chiara dei due aspetti, essi saranno analizzati separatamente. Lo stabilimento di un legame tra una persona ed un utensile I preamboli: attrarre senza spaventare Proposte che non ci sono familiari possono anch'esse sedurci anziché farci fuggire. Quando si conoscono le pratiche reali e l'ideologia di talune sette, è piuttosto con distacco che risponderemmo ad una persona che le esporrebbero vantando i loro benefici. Per reclutare, le sette devono dunque alimentare i loro discorsi di proposte attraenti che non siano pertanto allarmanti. Nel Manuale del dirigente, guida in uso ai membri influenti della Nuova Acropoli, la propaganda è descritta in modo che la forma che essa riveste non riflette le pratiche reali della setta. La propaganda non deve spaventare né produrre un impatto eccessivo a rischio di essere considerata come sospetta e

rifiutata. Un richiamo apparentemente innocente nel seguire dei corsi e delle conferenze è più approfittabile dell'esposizione violenta di simboli misteriosi o di sentenze enigmatiche, chiare per noi, ma sovraccariche di minacce oscure per le persone esterne. (Il Manuale del dirigente, Nuova Acropoli). Di fatto, i temi sviluppati devono entrare nel margine di accettazione sociale. Essi portano in generale su dei quadri di riferimento, credenze od opinioni sedute nel sapere condiviso da una comunità. Menzogne o attrattive dunque, poco importa, un solo scopo: sedurre per conquistare nuovi adepti. Seguiamo fino in fondo la strategia della Nuova Acropoli e vediamo ora come le direttive precedenti sono applicate ad un documento di propaganda. Il testo seguente è l'estratto di un programma di corso proposto dalla setta: Saggezza d'Oriente e d'Occidente Le origini dell'uomo e dell'universo. Le leggi della saggezza. La chiave dei numeri. Simbolismo delle civilizzazioni Egitto, India, Grecia, Messico, Cina ... Architettura sacra. Simbolismo degli elementi Minerali, vegetali, animali, colori ... Saggezza della natura Le energie nell'uomo. Ecologia del pianeta. Antropologia e cosmogenesi Le origini dell'uomo e dell'universo. Psicologia pratica I 4 livelli di relazione con se stesso e con gli altri. I 4 piani della personalità. Filosofia morale La vita e la morte. Il bene ed il male. Il discernimento e la padronanza di sé. Storia della filosofia Dall'antichità ai giorni nostri (4 livelli). Religioni comparate Le religioni politeiste e monoteiste. Estetica metafisica L'approccio del bello dall'antichità ai giorni nostri. (Trattato, Nuova Acropoli, 1996). Questo trattato è lungi dal veicolare delle proposte aberranti o dubbiose. L'invito alla cultura è contemporaneamente attraente e didattico. I temi scelti spaziano una sfera talmente vasta che ognuno può trovare nella lista almeno una fonte d'interesse. La presentazione del programma è chiara, sia sul piano visivo che sul piano della formulazione. I titoli sono minimalisti, spesso precisati da una enumerazione che conferisce un valore di esaustività ai temi affrontati. Propositi seducenti e visibilmente inoffensivi, voi non ne saprete dunque di più sull'ideologia della setta a questo stadio del proselitismo, a meno che l'interesse non vi conduca, come Jacques Soustelle, in una di quelle conferenze culturali: "Il primo segnale d'allarme mi fu dato dalla Nuova Acropoli stessa quando, inorgogliendosi, i suoi dirigenti cominciarono ad avventurarsi fuori dal terreno solido dell'archeologia e della storia per impegnarsi deliberatamente nella via del ciarlatanesimo pseudo-esoterico. Mi ricordo della propaganda (...) per dei viaggi detti iniziatici in Messico: si promettevano ai partecipanti misteriosi rivelazioni ... ". (Jacques Soustelle, testimonianza, Nuova Acropoli). I messaggi che rispondono a questa problematica si sforzano di apparire allo stesso tempo obiettivi e neutri. Non è che quando si è concesso di accordare del tempo alla setta che l'individuo sarà sensibilizzato alle ideologie e pratiche della setta. Il pubblico mobilitato da questo tipo di trattato aspira all'autonomia ed aspetta dal messaggio che gli apra delle prospettive di arricchimento culturale, intellettuale o spirituale a condizione che il cammino sia individuale. "NOI UTILIZZIAMO SOLAMENTE IL 10% DELLE NOSTRE CAPACITA' MENTALI". "LA DIANETICA E' UN'ARMA" L. R. H. Questa dichiarazione sorprendente è stata fatta dal celebre matematico Albert Einstein; ma nessuno aveva mai dimostrato come questo poteva essere migliorato. Oggi, dopo 30 anni di ricerca nel campo del mentale umano, L. Ron Hubbard, ingegnere e fisico di fama mondiale conferma che Einstein aveva ragione. L. Ron Hubbard vi rivela nel suo libro LA DIANETICA, il segreto che vi permetterà di accedere al vostro 90% in sonno. Egli dimostra esattamente quello che vi trattiene dall'utilizzare pienamente il vostro potenziale. Qualsiasi cosa voi desideriate intraprendere nella vita, VI OCCORRE PRIMA DI TUTTO LIBERARE QUESTO FAVOLOSO POTENZIALE CHE DORME IN VOI !!! Scoprite in questo articolo come l'applicazione delle tecniche della DIANETICA può accrescere la vostra intelligenza, apportarvi una vita più felice e darvi i mezzi di renderla molto più prospera. In cosa consiste la dianetica e qual è il suo scopo? Alla fine della DIANETICA vi è un individuo definitivamente libero, felice, in buona salute avendo considerevolmente sviluppato la sua memoria e le sue capacità intellettuali. L. Ron Hubbard la chiama il "CHIARO". La DIANETICA ha per obiettivo di condurvi fino allo stato di "CHIARO". (Trattato, Scientologia, 1989). La credibilità delle proposte Il testo si apre con due citazioni, i cui autori sono rispettivamente A. Einstein e L. Ron Hubbard. Il guru figura nello stesso contesto linguistico con una citazione ed ai fianchi di Einstein nel testo. Questo trattamento parallelo che pone in relazione i due uomini permette - sul modo implicito - di accreditare il guru dello stesso prestigio di quello riconosciuto ad A. Einstein. Quando è fatto riferimento alla celebre citazione, è per qualificare il suo autore di "celebre" e richiamare a quelli che lo avrebbero dimenticato che egli era "matematico" e che l'asserzione è da ciò stesso scientifica e fondata. Tanto più solida che "nessuno ne aveva mai dimostrato come questa poteva essere migliorata", in altri termini, nessuno poteva misurarsi in seguito al pensiero d'Einstein. L. Ron Hubbard - anch'egli scienziato riconosciuto poiché è "ingegnere e fisico di fama mondiale" - si oppone a "nessuno" per dare legittimità ad Einstein: "Einstein aveva ragione", presupponendo in più uno scetticismo relativo alle affermazioni di quest'ultimo prima che lui stesso non convalidi la verità delle sue proposte e non rivela la strada che permette di accedervi. Il potenziale della dianetica Nell'enunciato: "l'applicazione delle tecniche della DIANETICA può accrescere ..., portarvi ... e darvi i mezzi ... ", la forma "può" ha il senso di capacità. Esso si applica ai tre infiniti "accrescere", "portare", "dare", il che permette di completare la nozione di capacità delle tecniche della dianetica" che permetterebbe di arricchire in molteplici modi il ricettore che ne è la sagoma beneficiaria. La natura del legame La dianetica s'interessa direttamente all'individuo, si propone di agire su di lui. Si ritrova qui una tecnica largamente esplorata dalle sette che consiste nel creare nel messaggio un legame privilegiato tra il soggetto e l'oggetto con comunque un tratto scientifico; il legame che tenta di stabilirsi si opera in generale tra due persone --il produttore "io" ed il ricettore "tu" - allorché qui appare sotto la forma di un legame tra un metodo di sviluppo personale (la dianetica) ed il ricettore, Questa attitudine traduce la prospettiva di uno sviluppo a carattere individuale, lo scambio con l'altro non è per nulla stabilito, è il culto dell'io che è sviluppato. LO STABILIRSI DI UN LEGAME CON L'AFFETTO Identificarsi al testo Trovare il proprio posto nel discorso, è in primo luogo poter trovare delle note precise relative a se stesso nel testo. Il discorso è formulato in modo tale che il produttore del messaggio fa direttamente riferimento al lettore utilizzando i pronomi personali "tu" o "voi". Voi che desiderate migliorare la conoscenza di voi stessi e valorizzare i punti di forza. Voi che cercate di meglio comunicare con gli altri. Voi che volete dare un senso alla vostra vita, e partecipare all'avventura del nostro tempo. (Trattato, Nuova Acropoli). Per sentirsi implicato nel messaggio, il lettore deve poter associarsi a quello che l'ha prodotto. Il discorso rapportato è un metodo frequentemente impiegato in questa ottica dalle sette. Con

l'intermediazione di questo meccanismo, i pensieri intimi del lettore sono direttamente mirati. VIVERE LIBERO Per fare cosa? ... È troppo difficile ... Perché sognare? ... Ne vale veramente la pena? ... È troppo rischioso ... Non sono pronto ... Non è per me ... Non ne sono capace ... A che di buono! ... Quante volte vi siete lasciati fermare da queste parole? E' talvolta difficile conservare il proprio entusiasmo per la vita! (Trattato, Scientologia). Gli interrogativi e le opinioni del potenziale adepto sono ritrascritti esattamente come avrebbe potuto formularli lui stesso, con delle parole semplici ed esplicite. Non vi è né effetto di stile, né adattamento del linguaggio parlato allo scritto, la forma impiegata all'orale è buttata tale e quale sulla carta. Il lettore ha l'opinione che il suo pensiero si confonda con quello di colui che ha scritto il testo. E' l'illusione di un'armonia totale dei due risentiti che è mirata; il lettore deve poter dirsi: "io comprendo il tuo discorso, quello che tu dici, io lo penso e lo vivo anche"" Egli deve identificarsi al pronome personale "io" utilizzato da un altro che non sia lui, e da questo biascichio legarsi alla persona alla quale egli fa effettivamente riferimento. L'enunciatore da l'impressione - evocando queste domande che cadono a puntino - di averle spesso sentite e di conoscerne gli ingranaggi. Egli possiede l'esperienza ed il sapere, e possiede la chiave che permette di accedere alla felicità. La comprensione e l'esplorazione della depressione dell'altro. Per andare fino in fondo ala spiegazione dell'esempio precedente, occorre notare il modo di comprensione selettivo che è impiegato. L'accento è posto unicamente sulla disperazione affettiva del soggetto. Le domande di questo tipo, che suggeriscono che non vi sia risposta individuale ai dubbi ed al malessere, favoriscono la depressione dell'individuo e l'opinione di impotenza che egli può risentire. Esse inibiscono da ciò stesso la richiesta di rimedi e le prese di decisioni necessarie per uscire da questa situazione di stallo. Questa messa in evidenza delle falle affettive non è gratuita, essa inquadra nel creare un bisogno. Accerchiato dall'incomprensione di uno stato emozionale che lo aliena e lo sorpassa, il soggetto si riposa più volentieri sulla efficacia delle soluzioni pretese miracolose dalla setta: L'incosciente ed il subcosciente, vale a dire il mentale reattivo, fanno dell'uomo uno schiavo. E' il mentale reattivo che è la causa dei vostri incubi, delle vostre paure irragionevoli, dell'insicurezza che risentite. IMPARATE A CONTROLLARE IL VOSTRO MENTALE REATTIVO. Comprate e leggete LA DIANETICA: LA SCIENZA MODERNA DELLA SALUTE MENTALE di L. Ron Hubbard. Questo libro racchiude delle scoperte più importanti dell'invenzione della ruota o la scoperta del fuoco. (Trattato, Scientologia, 1983). La strategia impiegata in questo trattato comporta tre tempi: Il testo si apre con un'affermazione che si vuole scientifica e senza appello quanto allo statuto dell'uomo, subissando il dominio del suo "mentale reattivo". Per comprendere meglio, la Scientologia definisce il mentale reattivo come "la parte della mente che funziona totalmente per eccitazione riflessa, che non è sotto il volontario controllo della persona e che esercita una forza ed un potere di comando sulla coscienza, i suoi scopi, i suoi pensieri, il suo corpo e le sue azioni" (Definizione raccolta in Che cos'è la Scientologia, New Age). La seconda frase pone in scena una relazione di causalità, che permette di spiegare l'origine dei mali: C A U S A C O N S E G U E N Z E Incubi Mente reattiva Paure irragionevoli Insicurezza La relazione di causalità è un principio esplicativo delle scienze. Poiché la spiegazione può creare l'illusione della padronanza, la setta non lascia nessuna domanda senza risposta. Il legame di causalità conferisce - come è il caso in questo esempio - uno statuto scientifico o logico alle affermazioni. L'ultima parte dell'enunciato ha funzione di apertura. Dei mezzi scientifici - nel testo "la Dianetica, scienza della salute mentale" - sono proposte come alternativa. Il paragone vuole in più che le scoperte chiavi della storia dell'umanità si pongano al di qua di quelle che la Dianetica rivela. Invito alla lettura dunque, le ultime righe dell'enunciato precisano che voi potete procurarvi l'opera "in ogni buona libreria" od "alla Chiesa di Scientologia". Una relazione privilegiata: Raël Altro modo di esplorare l'affetto: la messa in evidenza del carattere privilegiato dell'unione e dello scambio interpersonale. Esso è illustrato da un trattato della setta Raël. Gli indizi di persona "me", "io" e "tu" rappresentano il luogo privilegiato di espressione del rapporto di alterità che si istituisce tra i locutori. Come lo denota il linguista Emilio Benvéniste: "Lo "io" è sempre Trascendente in rapporto al "tu". Quando io esco dal "me" per stabilire una relazione viva con un essere, io incontro o pongo "necessariamente un "tu", che sei, fuori di me, la sola "persona" immaginabile. Queste qualità di interiorità e di trascendenza appartengono in proprio al "io" e s'invertono nel "tu"; la persona è l'elemento che serve a designare il locutore ed il suo interlocutore" (Benvéniste E., 1966, Problemi di linguistica generale, Gallimard, Parigi, p. 232). D'altronde, queste unità sono investite dai locutori in modo tale che la loro utilizzazione ha un valore simbolico, che servirà a dimostrare e manifestare il posto che si vieta il soggetto nella relazione diadica, il modo in cui egli inquadra il suo rapporto nel mondo così come quello che egli propone a colui che gli fa fronte. Mai più solo ... Attaccati a me! Io sono la persona che tu SPERI quando esci da casa tua alla ricerca di uno sguardo. Io sono la persona che gusterà con te un MOMENTO di silenzio. Io sono la persona a cui tu pensi quando immagini di CONDIVIDERE la tua serata. Io sono la persona che ASCOLTERA' i tuoi lamenti e si rallegrerà dei tuoi scoppi di risa. Io sono la persona con cui tu filosofeggerai, che amerà i TUOI sogni, le tue follie ed i piccoli NIENTE della tua vita. Ascolta, ho un segreto ho voglia di confidartelo ... Ho trovato un posto ... in cui mi si sente, in cui sono compreso, in cui sono amato senza condizione né artificio, in cui ognuno si effonde, vive il suo piacere, realizza i suoi desideri, in cui la libertà non è che una parola, in cui la bellezza non è normalizzata, in breve, un posto in cui si sta bene, in cui io sono bene, in cui tu sarai bene ... IO SONO LEGATO CON TE, basta un nulla affinché noi ci ritroviamo e da qualsiasi parte tu sia anche il mio raggio di sole ... LEGATI A ME Scrivimi per ricevere più informazioni su di me ed il luogo che frequento: Mai più solo. (Trattato, Raël). "Mai più solo ... Legati a me". Le prime due frasi pongono il tema. Le parole "solo" e "legare" - che si oppongono nel loro significato - sono disposte in modo da creare un movimento da uno stato di solitudine allo stato privilegiato che costituisce la relazione a due. La struttura globale del testo rende ugualmente conto di questo passaggio; le frasi "mai più solo" e "legati a me" aprono il testo, ma esse lo chiudono ugualmente, dando l'impressione di un trattamento completo del soggetto abbordato, alla maniera di una dimostrazione. In più, la loro apparizione rovesciata all'inizio ed alla fine del testo traduce una evoluzione, un cambiamento manifestato nel modo seguente; nell'introduzione: "per non essere mai più solo, legati a me" e nella conclusione: "se tu ti leghi a me, tu non sarai mai più solo". "Io sono la persona ... " La proposizione "io sono la persona ... " è ripetuta cinque volte nel testo al fine di insistere sullo statuto privilegiato del produttore nei riguardi del lettore. Il testo si organizza intorno alla relazione tra il produttore del messaggio

("me", "io") ed il lettore ("tu", "te"). La ripetizione di questa struttura ha valore di ancoraggio: anche se dopo la lettura il contenuto informativo del testo è dimenticato, la costruzione che pone in scena la relazione esclusiva tra i due protagonisti rimane nello spirito. Si può ugualmente considerare che questa ricorrenza rende la lettura del testo facile. In effetti non c'è più bisogno all'inizio delle frasi di leggere ogni parola, in modo che l'attenzione si porta naturalmente sulla parte "sconosciuta" della frase. Le subordinate sono portatrici dell'informazione nuova. I verbi che esse contengono rafforzano l'opinione di prossimità già constatato nella costruzione della frase: è in effetti il vocabolario dello scambio che le unisce: "SPERI", "gusterà", "pensi", "ASCOLTERA' ", "filosofeggerai". Due di loro sono composti in lettere maiuscole e focalizzano il significato sui concetti di speranza e di ascolto. "ho trovato un posto ... " "Posto" costituisce la parola chiave di questa frase lunga 33 parole. Le nove proposte introdotte dal pronome relativo "in cui" fanno riferimento ad esso, per precisarlo e valorizzarlo. Il significato si costruisce qui intorno alla nozione di luogo privilegiato, sede del benessere e dell'appagamento. IL RUOLO DEL RECLUTATORE I documenti carta senza emettitore - come i trattati distribuiti nelle buche postali o gli annunci passati nei giornali - hanno un valore interamente simbolico. Essi sono talvolta gettati senza essere stati letti, e se lo sono stati, nessuno era là per spiegare l'importanza del loro contenuto. Il reclutatore mobilita l'attenzione e si adatta ai bisogni. Egli pone delle domande per selezionare le attese, e riaggiusta costantemente i suoi propositi in funzione di quelli del suo interlocutore. La sua presenza completa il trattato. Il bersaglio si trova con un supporto cartaceo tra le mani, e di fronte ad una persona che è là per spiegarne il contenuto, effettuarne una sintesi od ancora mettere il dito su quello che occorre assolutamente trattenere. Resta in più - una volta esaurito il tempo del contatto - questo pezzo di carta, traccia dello scambio ed invito per chi lo augura a contattare i suoi iniziatori. Infine, il reclutatore è ugualmente un adepto sotto l'influsso della setta. Essa gli detta la linea conduttrice di un proselitismo efficace. Sono questi gli standard del comportamento dei reclutatori che saranno qui sviluppati più di quello che rileverebbe dalle caratteristiche individuali. La sincerità Il reclutatore è lui stesso un adepto in fase di indottrinamento. La tappa del reclutamento rappresenta per lui quanto un obbligo di risultato sul numero degli adepti da convertire più che un modo di convincere lui stesso delle virtù della setta. I suoi propositi e le idee che egli difende sono sinceri. Egli non ha l'opinione di manipolare nessuno: egli non fa che difendere una convinzione in costruzione che vuole far condividere. "Abbiamo parlato per molto tempo davanti ad una tazza di caffè. Egli mi ha insegnato i primi due capitoli dei Principi divini, in modo maldestro d'altronde ... Non è quello che mi ha detto che ha saputo decidermi nel venire per il fine settimana seguente alla fattoria, uno dei loro centri. Fu piuttosto a causa della sincerità che presentivo nell'atmosfera che regnava tra di essi, che suonava differente e così pacifico ... ". (Silvia, vecchia adepta della Moon. Propositi raccolti in Pietro le Cabellec, Dossier Moon, Salvador). Difatti, questa sincerità nel discorso del reclutatore è anche efficace per convincere delle proposte stesse. L'immagine L'aspetto fisico, l'attitudine ed i propositi del reclutatore condizionano in parte il successo o la sconfitta della comunicazione. I temi sviluppati, le parole scelte, l'intonazione che le accompagna, l'organizzazione del suo discorso, sono degli elementi influenti sul piano linguistico. Altri fattori entrano ugualmente in gioco nel credito che si accorda al reclutatore; i gesti, delle mimiche come il sorriso, la tenuta dell'abito, il trucco, la pettinatura sono tanti segni non linguistici che contribuiscono a costruire l'immagine. Il reclutatore deve sedurre. La prima impressione che egli deve dare di se stesso è primordiale per il seguito dello scambio; è essa che determina in parte l'attenzione e la credibilità che si accorderà alle sue proposte. L'attitudine straordinaria del reclutatore ordinario Sedurre, è anche valorizzare l'altro, riconoscergli delle qualità, adularlo. I complimenti - se sono percepiti come sinceri - sono efficaci per destabilizzare l'imprudente che li prende alla lettera. I reclutatori esplorano massicciamente il registro dell'affetto per sedurre: è il principio del "love-bombing", in italiano "bombardamento d'amore". Un ex adepto della setta di Moon racconta come gli adepti reclutano nuove teste: "Il principio del successo divenne il love-bombing, il bombardamento d'amore; gli eletti erano attratti nel Centro da una conversazione amichevole, dai complimenti, molti sorrisi, per persuaderli, in tutte le regole dell'arte, di venire ad un work-shop (officina)" (O. von Hammerstein, antico adepto di Moon, Ich war ein Munie, 1980). La seduzione, il che può essere nei casi estremi lo scrupolo di un'apparenza fisica che sola deve assicurare il reclutamento: un fisico piacevole, un'attitudine impegnante, ed uno sguardo studiato partecipano al procedimento. E siccome per certuni il fine giustifica i mezzi, Mosé David - guru della setta La Famiglia (precedentemente chiamati Bambini di Dio) - invita al flirty fishing (pesca col flirt), che non è altro che una prostituzione delle adepte:Ogni volta che voi andate in un albergo la sera tardi con un uomo, costui dovrebbe dare una buona mancia alla persona della ricezione quando voi entrate. Questa scoraggia abitualmente il ricezionista dall'insistere per verificare la vostra identità. Fare l'amore include il dormire con essi, succhiarli, pelarli, coccolarli o prenderli se voi non li baciate (La Schiava d'amore di Dio, lettera di MO, DS 537). Vincere la diffidenza La propaganda è un gioco di equilibrio delle forze e degli impegni. Occorre contemporaneamente gestire il legame tra i protagonisti che non si conoscono ed emettere delle proposte che devono mobilitare l'attenzione senza spaventare col loro contenuto. Il reclutatore deve, come lo nota la setta di Moon, creare un sentimento di fiducia. Voi dovete lavorare in modo tale che la gente abbia talmente fiducia in voi che essi vogliano darvi tutto, perché si sentono più in sicurezza in questo modo. E' esattamente quello che voi risentite con me, non è vero? (Moon, Il nostro dovere, la nostra missione, Belvedere, Moon, 1980). Un reclutatore simpatico ha tanto più occasioni di mobilitare la sua vittima di un altro che sarebbe freddo e rigido. Non bisogna dimenticare che i due partiti sono estranei l'uno all'altro, così bene che la distanza, talvolta anche la diffidenza, che la vittima può risentire nei riguardi dello sconosciuto che lo avvicina non è favorevole allo scambio. Adottare un attitudine piacevole e simpatica tende a ridurre l'ostilità e favorire, se non è lo scambio dei punti di vista, almeno un ascolto temporaneo. Si cercherà una persona audace e dinamica, ricca in immaginazione e naturalmente ambiziosa; la sua personalità deve essere aggressiva nel miglior senso del termine. Una certa simpatia ed un dono di "saper fare" completeranno le sue virtù. (Il Manuale del dirigente, Nuova Acropoli).EFFICACIA E LIMITI DELLA PROPAGANDA Il bisogno: in incitatore. E' il bisogno o l'augurio di colmare una mancanza, che sia di ordine affettivo, spirituale, materiale od intellettuale, che spingerà l'individuo ad interessarsi alle soluzioni pretese miracolose ed immediate che gli si propongono. Il potenziale di efficacia della propaganda sarà tanto più grande quanto più lo sono i bisogni della persona che vi si interessa sono numerosi ed

opprimenti. Il ruolo della cultura personale. L'efficacia del messaggio dipende essenzialmente dal modo con cui il soggetto lo percepisce e lo giudica. Per costruire questa valutazione l'individuo confronta le sue conoscenze e le sue credenze ai propositi sviluppati. Più la sua cultura personale è ricca e più il suo senso critico è acuto. Il livello di istruzione limiterebbe dunque l'effetto persuasivo della propaganda. Nondimeno, le vere pratiche delle sette sono spesso talmente ben dissimulate che solo i più sospettosi vi vedrebbero una scelta manipolatrice. In taluni trattati stessi, nessun indizio permette di associare le proposte emesse a quelli di una setta; le conferenze culturali della Nuova Acropoli illustrano questa tipologia. L'importanza della stima di sé. Gli psicologi Leventhal e Peroc hanno paragonato l'efficacia di due messaggi, di cui uno è ottimista e l'altro più fatalista. I loro risultati confortano l'idea che le persone che manifestano un'alta stima di se stessi sono più influenzati da un messaggio che induce all'ottimismo, e questo contrariamente a quelli che manifestano una debole stima di se stessi, più sensibili all'altro tipo di messaggio. D'altronde, le persone che hanno un'alta stima di se stessi sarebbero disposte a resistere maggiormente alla pressione di una proposta settaria delle altre, poiché esse cernono meglio i loro bisogni ed il modo di affrontarli.Laetitia Schlesser - Gamelin "IL LINGUAGGIO DELLE SETTE SVELARE I TRANELLI"