

veramente pericoloso né inquietante. Questo è piuttosto notevole: in qualunque determinato campo o attività, una persona è portata a diventare piuttosto sovrumana.

Ed è questo che vi viene richiesto in Scientology. Non sto parlando del fatto di migliorare o di diventare Clear od OT, o qualcos'altro; sto semplicemente parlando del punto di vista di un approccio molto pratico, che comincia alle radici.

Beh, è una fortuna essere professionisti proprio in questo campo, perché la vita consiste di livingness, e la livingness ha molto a che vedere con la mente. In effetti, se non ci fosse una mente non ci sarebbe neanche qualcosa in cui vivere, o nessuna vita da vivere.

Così operare nel campo della mente comporta dei rischi, ma naturalmente presenta anche numerosissimi lati molto positivi.

Al giorno d'oggi gli psichiatri e gli psicologi nel mondo, e via dicendo si danno un gran daffare nel campo della ricerca motivazionale, di quella che chiamano ricerca motivazionale; un argomento molto interessante! Raccomando ad ogni Scientologist, in particolare a coloro che si occupano di attività promozionali, o qualcosa del genere, nelle organizzazioni, di leggere un libro intitolato "*I persuasori occulti*". È un libro molto interessante. Sebbene cerchi di farsi beffe dell'idea di persuasori occulti o cose del genere, fornisce tra le righe una dissertazione molto esauriente delle tecniche usate attualmente dalle moderne agenzie pubblicitarie e da altre persone che si occupano di far breccia sul pubblico. Di questi tempi assumono psichiatri e via dicendo perché facciano ricerca motivazionale e scoprono un mucchio di sciocchezze. Beh, la maggior parte dei loro fatti è una sciocchezza, perché essi non sanno la ragione per cui le persone sono così. Non conoscono i motivi del loro comportamento e cose del genere.

Ma se uno Scientologist leggesse quel libro – soprattutto se fosse un diplomato del Saint Hill, e soprattutto qualcuno che si trovasse in qualche punto vicino a Classe 6 – se lo leggesse darebbe una nuova interpretazione all'intero argomento. Hanno posato le fondamenta, hanno un ottimo pezzo musicale, ma non hanno le parole per accompagnare questa musica. Hanno avuto un'ottima idea, l'idea che forse, in un modo o nell'altro, possono influenzare le persone e avere un effetto su di loro; ma non sanno che parole usare con questa melodia. Stanno ancora procedendo a tentoni nella loro analisi freudiana e cercano di stimolare l'interesse per il sapone mettendo in moto un complesso della libido all'età di tre anni. Cercano di restimolare qualcosa in un modo o nell'altro per vendere il loro sapone. E non sanno quali sono i bottoni. Mettiamola in questo modo: stanno suonando un piano senza tasti; riescono comunque a fare baccano. Non so come ci riescano ma, in un modo o nell'altro, stanno facendo del baccano con esso.

In effetti, questa è una delle attività meglio pagate del mondo al giorno d'oggi, il campo della pubblicità e del merchandising. Al giorno d'oggi è una delle attività meglio

pagate al mondo. Per scoprire quali sono i motivi del comportamento umano, stanno riversando enormi fiumi di denaro nelle tasche degli psichiatri e via dicendo. Naturalmente, la loro non è una ricerca fondamentale, veramente fondamentale. Stanno ancora gironzolando intorno ad argomenti da asilo infantile, vedete? Ma eccoli qui questi tizi, a cercare di far breccia sul pubblico, a cercare di vendere dei prodotti, e così via e per avere delle risposte si sono rivolti a psichiatri e psicologi. Beh, hanno fatto un passo falso e, come qualsiasi spina in una squadra di nuove reclute, probabilmente verranno presi a calci per questo. Ogni tanto perdono dei soldi in queste attività; commettono errori.

Ma se si conosce davvero la mente, si comincia a fare due più due e ci si meraviglia del fatto che qualcuno possa mai avere la minima difficoltà nella disseminazione.

Ovviamente questo tipo d'impiego è un impiego degradato di questi dati. Usare la propria conoscenza nel campo della mente solo per vendere qualche maialino in scatola o qualcosa così è una degradazione di tale conoscenza. Sarebbe stupido, vedete? Sarebbe come usare una Mercedes per schiacciare le noci. Perciò non vi consiglio di intraprendere questo tipo di attività.

Sto semplicemente mettendo in rilievo alcune attività secondarie nel mondo odierno che stanno assorbendo una gran quantità di denaro dagli industriali e che ricevono un forte impulso da tutte le riviste. Accendete la TV, vedete ricerca motivazionale. Aprite una rivista, vedete ricerca motivazionale. Sfogliate un quotidiano, leggete i suoi annunci, e vedete ricerca motivazionale. Osservate una campagna elettorale e vi rendete conto che i candidati si presentano come tali in base alla ricerca motivazionale. In effetti Eisenhower, quando fu eletto presidente, vinse la campagna elettorale negli Stati Uniti grazie al lavoro di un'agenzia pubblicitaria nel campo della ricerca motivazionale; avevano scoperto che il paese soffriva la mancanza di un'immagine paterna. Così lo montarono come un'immagine paterna e, naturalmente, fu eletto. Effettivamente era una immagine paterna piuttosto buona, ammesso che i padri non facciano altro che leggere racconti western. Comunque sia, prepararono questo tipo in quel modo.

Così va il mondo. Beh, se si vuole sapere come vivere tranquillamente in mezzo a una gran confusione, tutto quello che si deve conoscere in realtà sono le risposte, le risposte fondamentali. Se si conoscono le risposte fondamentali, nel 90% dei casi non si è preoccupati per queste cose e nel restante 10% si può fare qualcosa riguardo ad esse. Mi seguite?

La conoscenza è qualcosa che si consegue tramite lo studio.

Ma i tentativi di una persona di scoprire che cosa sta succedendo, di scoprire in che cosa consiste il mondo, vengono costellati di trappole dall'intero soggetto delle parole. Parole, un campo costellato di trappole. Significanza. Che