

all' amico, all' avversario, al
rompiscatole, al dialettico, al
domnaiolo, al dimenticone, al
simpatico insopportabile Mario
Calderoni, prima ed ultima
copia, da non prestarsi, da
non perdersi, da non cambiarsi
effe

Dedica

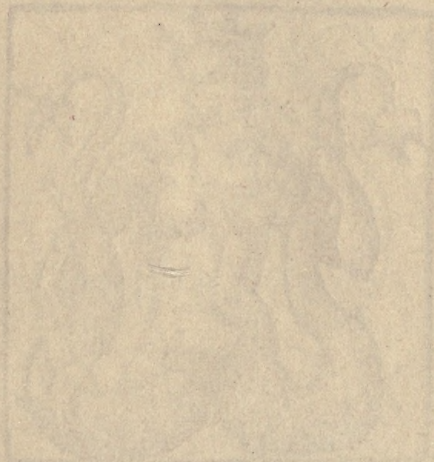
e delicatamente depone in seno

Giuseppe Prezzolini

Perugia 5. XI. 1906

[p. 8. questa pagina può essere
staccata senza danno per il
volume]

L'ARTE DI PERSUADERE



BIBLIOTECA DEL LEONARDO

VOLUME SETTIMO



FIRENZE 1907

GIUSEPPE PREZZOLINI

L'ARTE DI PERSUADERE



FRANCESCO LUMACHI EDITORE



L1
P 3448 ar

580827

26.3.54

SCRITTI DI GIUSEPPE PREZZOLINI

in vendita presso tutti i librai:

- LA CULTURA ITALIANA. (in collaborazione con *G. Papini*). Firenze 1906. Lumachi. L. 3,00
- NOVALIS (*Poetae Philosophi et Philosophi Minores, vol. I*). Traduzione con introduzione. Milano 1906. Libreria Editrice Lombarda L. 2,50
- IL CENTIVIO. Milano 1906. Libreria Editrice Lombarda L. 1,00
- L'ARTE DI PERSUADERE. Firenze 1907. Lumachi L. 2,00

in vendita presso l'Amm. del LEONARDO:

- VITA INTIMA. Firenze 1903 L. 1,00
- IL LINGUAGGIO COME CAUSA DI ERRORE. Firenze 1904. L. 1,00
- SEBASTIEN FRANCK, L'ENFANT TERRIBLE DE LA REFORME (paraîtra en 1907) L. 1,00



SCRITTI DI GIUSEPPE PREZZOLINI

in preparazione:

- IL SARTO SPIRITUALE. Mode e figurini per le anime della stagione corrente. (presso F. Lumachi, Firenze).
 - I MISTICI TEDESCHI. (saggi su M. Eckehart, S. Franck, Paracelso, Comenius, Novalis, ecc).
 - GUIDA DI CORTONA. (presso F. Lumachi Firenze).
 - HUME. *Saggi*. Traduzione (presso Laterza. Bari).
 - SWIFT. *Libelli*. Traduzione preceduta da un saggio.
 - LE MIRABILI VITE SEGRETE DEGLI ECCELLENTI ARTEFICI. (Saggi su Rubens, Rembrandt, Botticelli, Bach, Scarlatti ecc.).
 - STORIA DELLO SVILUPPO SPIRITUALE DI ITALIA.
-

AVVERTENZA.

Si troveranno in questo libretto molte cose che il titolo non ha promesso, e molte ne mancheranno di quelle che sembrerà aver promesso. Così l'Arte di Persuadere potrà passare per un impasto di lacune e di divagazioni dal tema. Ed è bene che avverta che questa appunto è stata la mia intenzione scrivendola. Io volevo fare un libro al quale dovesse collaborare il lettore, e stamparlo intercalando ad ogni pagina mia una pagina bianca per le aggiunte e per le esemplificazioni personali. Sarebbe stato una specie di libro-questionario, per suscitare problemi più che per risolverli. Il titolo perciò non risponde che a una piccola parte del volume, a quella che mi è occasione per dire cose che mi importano forse più dell'arte di persuadere.

L'ARTE DI PERSUADERE

MI prendo il permesso di cominciar questo libro *pratico* con lo stile pratico d'un ciarlatano o di un venditore di specifici; nè temo di far rassomigliare quest' introduzione ad un avviso di quarta pagina. L' *arte di persuadere* si rivolge a numerose classi di persone e quasi tutti ne usano più o meno coscientemente nella vita pratica e nella pratica della vita teorica. Più di tutti ne trae profitto il *maestro* il quale, più che sapiente scienziato insegnante, sarebbe da chiamarsi con proprietà maggiore: *persuasore*. L'essenza del maestro non consiste infatti tanto nel *sapere*, quanto nella capacità di *comunicare ad altri il suo sapere*. Le scuole moderne che credono di formare dei buoni pedagoghi scegliendo le persone più capaci di immagazzinare del sapere sono fondate sopra un falso concetto del maestro. Il pedagogo incapace di *trasmettere*, di *distribuire*, di *irraggiare* somiglia a un magazzino splendidamente fornito di grano che nei tempi di carestia non si potesse più aprire, o ad una ricca miniera per la quale mancassero assolutamente le vie di comunicazione e resa irraggiungibile da foreste e da pa-

A chi serve.

Il maestro
come persuasore

ludi non potesse servire altro che al diletto di qualche curioso *touriste*. L'importante dunque per il maestro è la sua facilità di dispersione più che di concentrazione. Il maestro deve assomigliare piuttosto ad un annaffiatoio che ad una vasca per conservare le acque. A parità di sapere fra due insegnanti quello che è più capace di comunicare è quello che vale di più; se un insegnante sapesse il doppio di un altro, ma non potesse comunicarne che un quarto, varrebbe meno, come insegnante, di uno che sapesse la metà ma potesse comunicarla tutta o almeno tre quarti.

Dov'è il valore
del maestro.

Questa osservazione che riconduce il sapere dei maestri al loro potere di comunicarlo e li valuta non per quanto *sanno*, ma per quanto riescono *a far sapere*, si è già resa comune fra gli studenti che distinguono i loro professori in quelli che *si fanno capire* e in quelli che *non si fanno capire*, non mica in quelli *che sanno* e in quelli *che non sanno*. Anzi queste due ultime frasi, se le pronunciano, prendono in bocca loro (pragmatici incoscienti) il senso di farsi capire e di non farsi capire; quasi che si rifiutassero a riconoscere come sapere, un sapere che è *in potenza* nella mente del maestro, ma non è *in atto* nella mente degli scolari, che resta nel cervello senza mandare messaggeri dal suo ozioso Olimpo, che può esser dilettevole per il maestro ma non utile per gli scolari, che c'è ma non opera. La frase degli studenti corrisponde alla affermazione che il sapere che non opera non è sapere.

Lingue creative
e lingue
comunicative.

Un'osservazione molto simile si è pure resa assai comune; ed è quella che stabilisce una differenza fra le lingue più adatte a creare e quelle più adatte a comunicare; quella che ritiene la lingua

francese più adatta per le opere di *volgarizzazione* e la tedesca più adatta per le opere di creazione, come se la prima fosse rispetto alla seconda quel che è la moneta spicciola di fronte al biglietto di banca.

Con queste due osservazioni si potrà guidare colui che cerca o un buon maestro o uno strumento di volgarizzazione; in base ad esse non andrà a cercare la testa meglio fornita, ma cercherà la testa *più bucata*, quella cioè che lascerà sfuggire più cose; nè si metterà a scrivere tedesco volendo una pronta popolarità delle sue idee.

Ma poco o tanto tutti siamo o cerchiamo d'essere maestri, anzi si può dire che nel mondo non vi è altra abbondanza che di insegnanti; consigli, lezioni, guide sono le cose più facili ad ottenersi; nè v'è persona, per quanto misera di intelligenza o povera di volontà, che non si studi d'essere tutrice di qualchedun'altra. Tutti quanti poi usiamo dell'arte di persuadere in ogni categoria o casta sociale: il *negoziante* per vender le merci, il *diplomatico* per trattare gli affari politici, il *capitano* per esortare i soldati, il *politicante* per procacciarsi i voti, il *medico* per convincere l'ammalato, il *prete* per eccitare i devoti, l'*avvocato* per commuovere i giudici, l'*innamorato* per sedurre la bella, il *ragazzo* per far cedere i genitori, i *genitori* per educare il figlio, tutti quelli insomma che vogliono esercitare una loro azione sugli uomini, ma non sanno o non vogliono o non possono usare i mezzi coercitivi. Mezzi coercitivi. I quali però non vanno esclusi dall'arte di persuadere, anzi vi si possono fare rientrare formando un bel capitolo in cui si tratti della forza e del rogo, della Congregazione dell'Indice e della Inquisizione, come mezzi dal cui uso o dal cui abuso può dipen-

dere il proliferare o il morire d'un sentimento o di una teoria.

Le osservazioni precedenti potrebbero far credere che l'arte di persuadere sia ristretta al solo campo comunicativo e collettivo, a quello della trasmissione del pensiero e della seduzione della volontà altrui; ma invece essa comprende un altro campo molto e forse anche più importante del primo, ma certo più trascurato e dimenticato, cioè il campo della propria persona. Accanto all'arte di persuadere gli altri, esiste un'arte di *persuadere se stesso*. Si può vedere come saggio di studio della prima un articolo di Giovanni Vailati: « l'Arte di interrogare » — come saggio di studio della seconda un articolo di Giovanni Papini « Agire senza sentire e sentire senza agire » (*Rivista di psicologia applicata* ecc. Bologna 1905 n. 1-2; n. 3). Quest'ultima poco conosciuta nei suoi principi astratti, poco studiata teoricamente nei suoi metodi, è stata però assai impiegata per raggiungere la felicità umana, la quiete dell'animo, o le tempeste delle passioni, cioè i fini più svariati. Il suo fine immediato è la trasformazione dell'uomo, della quale un esempio semplice e molto comune si può indicare in quelle trasformazioni più o meno leggere che esercitano per mezzo del nostro interno le raccomandazioni morali e religiose, le leggi civili, i timori delle puzioni ecc. ecc. Si può considerare il nostro *io* come un'altra persona a noi estranea, sulla quale possiamo agire con molti mezzi, fra i quali quello della persuasione razionale o sentimentale. E non si fanno infatti dialoghi, discussioni, esortazioni *con noi stessi*, quasi che agissimo sopra di noi come agiamo sopra gli altri? Malgrado gli oggetti diversi cui tale azione persuasiva è applicata, sia il nostro *io* o

La persuasione
di se stesso.

l'io altrui o l'io di una collettività — tale azione persuasiva si giova degli stessi mezzi.

Questi mezzi possono essere radunati e descritti sotto il nome d'*arte di persuadere*, sinonimo delle antiche: *dialettica, sofistica, eristica, retorica*, che non furono altro che la conoscenza della *logica pratica*, della *logica applicata*, del *pensiero in azione*. Tale arte si occupa dei fatti del pensiero, di ciò che l'attornia, lo determina, lo influenza, lo colorisce, solo in quanto ciò può essere utile a determinarne la potenza o l'impotenza rispetto agli uomini, fra i quali va compreso lo stesso *io* di chi studia tali fatti. Con questi caratteri essa appare come una *fornitrice di strumenti*, una *fabbrica di armi*, una *zecca di monete* per operare sull'assentimento, per vincerlo, per comprarlo. Essa non impone fini, non si occupa di valori, non tratta di doveri. E' insomma una guida onesta che vi dice qual'è la strada più breve e quale la più lunga, dove si trovano fossi e barriere, quali sono gli alberghi di primo ordine e quali i malfamati; ma non si impone, nè vi consiglia piuttosto quelli che questi.

I migliori, più pratici, più normali esempi dell'arte di persuadere si trovano nelle bugie. Per quanto ciò possa esser contrario a quelle somme autorità che sono i libri di morale, pure è un fatto che l'uomo normale sociale, è il bugiardo. Sono infinite le professioni in cui la bugia è socialmente utile e considerata come una non gravosa necessità del mestiere. La diplomazia deve dare molto più valore all'interesse del Governo che rappresenta che agli scrupoli della propria coscienza, e il diplomatico passa — molte volte a torto, ma allora è ridicolo — come l'uomo abile per eccellenza in sotterfugi, in sot-

Cosa è l'arte di persuadere.

Il bugiardo tipo dell'uomo sociale.

tintesi, in frasi che dicono e non dicono, in espressioni ambigue, in parole cortesi e minacciose nello stesso tempo.

Nessun medico potrà proporsi di dire sempre la verità a un malato; non sarebbe medico se gli annunziasse: fra tre giorni creperete; oppure: la cosa è grave; o anche: l'operazione è dolorosa e malsicura. Così accade al padre, al maestro, al prete, all'educatore in generale, che devono spesso dipingere il mondo quale non è, con gli onesti ricompensati e i malvagi puniti, a somiglianza dei romanzi per bene. Tutte le *convenzioni sociali* alle quali tengono tanto anche quelli che le disprezzano a parole, tutti gli onori esterni sono bugie; ed è ormai questo da Rousseau in poi un luogo comune che ebbero, del resto, anche gli antichi. Cominciando dall' *egregio, illustrissimo, gentilissimo* della soprascritta alle lettere, che si concede anche a un farabutto in prigione o al peggior villano del mondo, finendo con quegli epiteti raddolcitivi che mutano in *indelicatesse* le truffe, in *fazzie* gli atti teppistici, in *incongruenze* le porcherie — in tutta la macchina sociale, per diminuire l'attrito, occorrono queste bugie, come una specie di olio che smorza lo stridio degli ingranaggi.

L' uomo eminentemente sociale è quello che non dice mai la verità cruda e nuda alla gente, che facendo, diminuendo e falsando si rende caro a tutti e sta in pace con tutti. Molière ha affermato il valore sociale della bugia dipingendoci il Misanthropo come un terribile veritiero, che diceva zoppi i versi zoppi dei poeti e stupide le parole stupide delle femmine, anche se amico del poeta o innamorato della femmina. E perciò più che un odiatore, il suo Misanthropo è un odiato dagli uomini.

Lo studio e lo sviluppo di un uso così sparso e così necessario quale la *bugia* forma come l'introduzione all'arte di persuadere, quasi una specie di *grandi manovre della persuasione*. Nella bugia la parte artificiosa del persuasore si nota meglio che nella verità; i segreti si rivelano più facilmente, come i muscoli di un atleta si vedono meglio quando impegna una lotta che quando cammina placidamente. Nè si pensi a una intenzione antimorale; per combattere un nemico bisogna pure conoscerne i metodi; e per un moralista non c'è nulla di meglio del conoscere le leggi della bugia per trovare *le leggi della contro-bugia*, per permettergli di innalzare trincea contro trincea e fare cadere il nemico nel trabocchetto da lui stesso scavato.

Praticamente tutti conoscono la *bugia*, ma dimenticano di stilizzarla e di migliorarla con la teoria; sono come agrimensori che ignorando la geometria, facessero con precetti rozzi per pratica quello che potrebbero abbreviare e rendere più elegante mediante la teoria. C'è ad esempio un punto fondamentale della teoria delle bugie che è ignorato da molti; e cioè: per formare una bugia che abbia le massime probabilità d'essere accettata, bisogna osservare le stesse regole che segue lo scienziato formando le teorie scientifiche; bugia e teoria scientifica rispondono agli stessi bisogni intellettuali.

Somiglianza
della bugia
e della teoria
scientifica.

Chi conosce i lavori di quella tendenza prammatista che ha svolto rispetto alle scienze soprattutto l'importanza che ha in esse il concetto dell'*economia* (Mach, Avenarius, Petzoldt) non ignora che requisiti di una teoria scientifica sono i seguenti:

a) *economia*, ossia semplicità e facilità di comprensione e di organizzazione essendo ogni teoria uno strumento;

b) *coerenza logica*, cioè, mancanza di contraddizioni intime;

c) *accordo con i fatti*, cioè, che a parità di a) e di b) si prescelga la teoria che si accordi col massimo numero di fatti da spiegare e dia una certa sicurezza di potere difficilmente essere smentita da fatti futuri.

Ora, se nel costruire una bugia si tien conto di questi tre requisiti della teoria scientifica si è certi di costruire la *migliore bugia possibile* rispetto a un dato fatto o complesso di fatti.

La bugia deve essere *semplice*, perchè la sua complicazione non ecciti diffidenza e non susciti difficoltà di adattamento a fatti ignorati o futuri, possa subito impadronirsi dell'animo dell' ascoltatore come l' unica spiegazione possibile, e gli faccia sentire come ogni altra spiegazione costerebbe uno sforzo mentale superiore. Bisogna sempre contare sulla pigrizia umana e obbedire alla legge del minimo sforzo.

Deve essere *coerente internamente*, per non urtare le inclinazioni logiche degli animi.

Deve essere *d'accordo con i fatti* o col maggior numero di fatti, per non urtare le inclinazioni sperimentali degli animi.

Una bugia che si trovi in queste condizioni è la migliore di tutte le bugie possibili. Talora, anzi spesso, si presenta in condizioni *più vitali*, più credibili e più credute della stessa verità; perchè una bugia ben fatta è più ordinata, più plausibile, più chiara e risponde meglio all' *aspettativa* di chi deve crederla, della stessa verità. Una persona che ha già in mente « come devono essere andate le cose », crederà per orgoglio più alla bugia che le dà ragione che alla verità che le dà torto; e preferirà

essere ingannata, al vedere offeso il suo amor proprio.

Un carattere della bugia che la rende più facile ad essere inghiottita è quello della *pienezza e quantità di particolari*. Perchè una bugia dia la completa illusione della realtà non basta che sia coerente, economica e d'accordo coi fatti, ma occorre che sia anche molto particolareggiata. Descrivendo una passeggiata che non si è fatta, bisogna enumerarvi tutti gli incidenti che sogliono accadere durante le passeggiate, la descrizione dei luoghi, dei tipi, del tempo, e via dicendo. Il poeta vero è perciò il migliore bugiardo; e l'esempio dei viaggi di Chateaubriand dove, con scandalo dei professori di letteratura, si trovano descritte cose che egli non ha mai vedute, mostra di quanta importanza sia il particolare della bugia. Il quale va naturalmente scelto con cura perchè sia tanto distante dall'oggetto principale della bugia da non suscitare difficoltà intime ed incoerenze; deve essere insomma un ornamento necessario all'illusione che non imbrogli però il meccanismo e lo scheletro della bugia.

Importante è pure aggiungere che questi particolari della bugia devono essere tali da non suscitare difficoltà una volta che sorgano fatti nuovi; diano, cioè, l'illusione della realtà, ma lascino il posto alla realtà possibile.

La somiglianza fra la bugia e le teorie scientifiche può essere trovata anche nell'uso passeggero che si fa di loro. Appena una bugia è servita al suo scopo (di far credere ad altri ciò che si sa o si giudica erroneo), essa vien gettata via, deposta come inutile, e se ne viene trovata una migliore, quest'altra è adottata invece della prima. Le dife-

I Particolari
della bugia.

se dei criminali variano da un tempo ad un altro per potere introdurre dei *miglioramenti* nelle loro bugie, come uno scienziato migliora col tempo e con l'esperienza e con le obiezioni le sue ipotesi.

Gli scienziati infine fanno come i bugiardi con le loro invenzioni ; gettano via le teorie che non servono più, e ne adottano altre appena si accorgono che sono migliori, cioè, più rispondenti ai requisiti sopra citati. Ricordare a uno scienziato una vecchia teoria è come ricordare a un bugiardo una sua vecchia menzogna : lo si fa arrossire.

Anche in certi fini la bugia può essere paragonata alla teoria scientifica, come in quello di tener collegato insieme un certo numero di fatti fra veri, supposti, ed *attesi*, che si vogliono imporre alla credenza altrui. La menzogna infatti non è soltanto di cose passate, ma anche *di cose future*, che si sa o si crede non avverranno, ma del cui sicuro avverarsi si vuol persuadere altri a credere perchè agisca in un certo modo. Perciò le bugie come le teorie scientifiche sono valutate, per chi le adopera, *soltanto in quanto riescono*. Nessuno è più crudele dello scienziato o del bugiardo nel rinnegare i figli zoppicanti della loro inventiva, e per gettarli nel Taigete della dimenticanza.

Però anche la patologia loro è uguale, e come vi sono bugiardi attaccati alle loro bugie per amore paterno per quanto sian falliti, così vi sono scienziati attaccati alle loro teorie per amore di autore, per quanto esse non operino. E così ci sono gli artisti della bugia e dell'ipotesi, che dicono menzogne e fabbricano teorie per amore dell'arte, senz'altro fine, trasformando la cosa utile in un ornamento ; appunto come nello stile gotico gli *archi rampanti* da scaricatori di spinte divenne-

La bugia
e la
previsione.

ro col tempo semplici eleganti motivi di decorazione. I positivisti sono stati in un certo modo fornitori di casi patologici della teoria, teorizzando sopra ogni cosa, traendo da quattro fatti una legge, e fabbricando su statistiche incomplete maestrevolmente corrette e abilmente interpretate le ipotesi a loro più comode.

Non v'è dunque grande differenza (se non di quantità e di importanza collettiva), dal ragazzo che nasconde una scampagnata con una lezione straordinaria e attribuisce al gatto i furtarelli commessi nella credenza casalinga, allo scienziato che inventa atomi, eoni, eteri ed altri personaggi della sua *mitologia scientifica* per i bisogni di coesione della scienza. Le finalità, le qualità ideali, gli effetti, le esagerazioni sono simili. *Lo scienziato è un bugiardo utile collettivamente; il bugiardo è uno scienziato utile egoisticamente.*

La bugia non è dunque che il portone d'ingresso della scienza, e uno studio sulla bugia non è che una propedeutica all' arte di persuadere. Ma anche all' arte di inventare; il poeta è un bugiardo che diletta, lo scienziato un bugiardo che fa cose utili; poeta e scienziato sono creatori come il bugiardo e la bugia non è che uno dei primi stadi di quelle creazioni che eccitano l' ammirazione umana col nome di poemi o di scoperte. La invenzione scientifica industriale e poetica trova fra i suoi prossimi antenati la bugia del fanciullo. Chi sa mai quanti inventori sono abortiti per causa di un ritegno morale che li aveva fatti punire quando incominciavano la loro carriera di bugiardi! Bisognerebbe su questo punto restituire la legittima importanza della bugia nella educazione, e fare dei manuali per lo sviluppo della bugia contenenti regole,

temi da svolgere, esempi pratici, esempi storici, per addestrare il fanciullo a sviluppare le sue preziose facoltà inventive. E' quello che si fa un poco con le « composizioni italiane »

Quanto a noi ci potremo giovare della bugia trovandovi applicate le principali regole dell'arte del persuadere e posti in evidenza i suoi principi: da quello della importanza del sentimento a quello della importanza della suggestione. Così uno psicologo descrive gli svariati artifici del bugiardo: « Fanciulli, donne piangono quando si dubita delle loro parole; gli uomini invece fanno gli indignati e la collera viene talora a rinforzare argomenti troppo deboli da sè soli; nel racconto la mimica espressiva, l'aria di candore, l'indifferenza ben simulata, l'assenza di esitazione, la premura e il calore, oppure al contrario, l'attitudine di una meditazione coscienziosa e di una ricerca faticosa per non tralasciar nulla della verità, o per non aggiunger nulla alla realtà, tuttociò serve al bugiardo esperto, al falsario abile. » E quanto alla suggestione lo stesso scrittore afferma che « ogni bugiardo è un suggestionatore ». La bugia con noi stessi è un fatto comune della psicologia interna come l'autosuggestione; però la menzogna resta sempre fondamentalmente un fatto sociale, per il quale occorrono almeno due persone; tanto che quando noi l'impieghiamo con noi stessi veniamo a trattarci come un'altra persona. Perciò la menzogna ha un'origine da trovarsi evidentemente nei rapporti sociali. L'arte di persuadere che è pure, anche se adoprata da noi stessi, un rapporto sociale, troverà dei preziosi insegnamenti nelle bugie abitudinarie sociali. Nè in ciò s'ha da trovare nulla di immorale, giacchè nel mondo di fronte ai bugiardi si è spesso nella ne-

cessità di essere o *ingannati* o *ingannatori*; e non v'è moralista che in pratica si rinneghi di fronte ai propri interessi per l'amore dei propri principi. Nel mondo si è continuamente nella necessità di conoscere il gioco dell'avversario per poterlo vincere giovandosi delle sue armi. Moralmente l'importante è ciò che si mette dentro la nostra persuasione, non i mezzi con cui si opera la persuasione. Non importa che una siringa possa essere adoperata domani per inoculare un veleno, quando oggi può servire per introdurre nel sangue qualche siero salutare.

IL persuadere può essere un' *arte* o semplicemente una *tecnica*. L'arte del persuadere, *in quanto arte*, non ha altro fine se non quello della persuasione; come la pittura non ha altro fine che quello di dipingere e cessa d'essere arte o pittura quando vuole moralizzare o insegnare: giacchè una rappresentazione d'un povero che chiede l'elemosina, fatta per eccitare in noi il senso della pietà, — oppure un cartellone scolastico dov'è figurato il fegato guasto dall'alcool, non sono arte. Così non è vera arte quella del persuadere allorchè si propone dei fini estranei, come quello di fare il bene o il male collettivo o individuale ecc. E' arte solo in pochi che la prendono a coltivare per sè, senza altro fine, curandosi solo dei mezzi non del contenuto; e compiacendosi oggi d'un sottile sofisma ateo, domani di un retto sillogismo cristiano. Perciò la perfezione dell'arte persuasiva è tutta nella coscienza individuale, ed è raggiunta quando si siano applicate tutte le regole, abbiano poi o no portato il loro effetto, mentre la perfezione nella tecnica sta tutta nell'esito che ha, nei suoi effetti e nelle sue ope-

Arte e Tecnica
del Persuadere.

razioni; perchè quest'ultima è cosa pratica, l'altra tutta ideale ed interna. Soltanto dunque in quest'ultimo senso è da accettarsi il giudizio del filosofo greco sul retore ἐὰν τῶν ἐνδεχομένων μηδὲν παραλείπη, ἱκανῶς αὐτὸν ἔχειν τὴν ἐπιστήμην φήσομεν, appunto per il paragone che fa precedere fra il retore e il medico. Giacchè il medico come artista anche se fallisce si consola facilmente pur di avere applicato tutti i rimedi possibili, ma il medico come il tecnico non può trovare valore nella sua arte che quando questa lo porta alla vittoria.

L'arte e la tecnica del persuadere possono essere applicate a due sorta di persone: a noi stessi, e agli uomini che sono in rapporto con noi. In ambedue i casi i principi su cui si fondano sono gli stessi:

Principi dell'arte
del persuadere.

I) *l'uomo, da molto tempo, è egualmente suscettibile e per le stesse vie del passato, di persuasione.* Senza questa assunzione che forma un caso particolare di quell'altra assunzione più generale dello scienziato che afferma la *costanza e permanenza della natura*, non ci si potrebbe giovare delle passate esperienze. È un principio, o un assioma che non si può discutere; che si deve accettare guardando soltanto dopo se gli effetti della nostra accettazione sono utili o no. Esso esprime l'aspettativa di vedere nel futuro operare gli stessi metodi di persuasione che hanno operato nel passato.

II) *il grado di permeabilità delle vie per cui l'uomo è suscettibile di persuasione varia secondo il tempo, la casta, l'età, l'educazione, in breve, secondo l'idiosincrasia dell'individuo; in altri termini, la persuasione è un fatto individuale.* Questo principio è fondamentale, e pure è dei più difficili di applicazione, perchè ci sembra impossibile che ciò che

persuade noi non debba egualmente persuadere gli altri; poi perchè non è cosa semplice e richiede un tatto speciale l'indovinare per quali vie sia più facilmente permeabile alla persuasione un individuo. V'è fra gli esseri umani una tale reciproca semi-cecità aumentata dalla insufficienza e dalla deficienza dei mezzi di comunicazione, che ognuno di noi vive in un suo mondo particolare e quando crede di influenzare gli altri mondi sbaglia sempre o di metodo o di fine: o di campanello o di porta.

III) *contrariamente alla credenza più sparsa la ragione ha un'importanza assai secondaria nell'operare la persuasione.* Un'opinione comune è quella che gli uomini si persuadono facilmente e che per muoverli bastano le vie della *ragione* e dell'*interesse*; molti credono che basti mostrare i fatti chiari e ragionar spedito perchè gli uomini si convincano. E' una veduta troppo *ottimista* e assai *semplificista*. Non è punto vero che l'uomo si muova per la sua utilità, come un corpo per la sua pesantezza. Il mondo sarebbe troppo ben regolato se le cose andassero così. La teoria utilitarista (la quale del resto non escluderebbe l'arte di persuadere, che potrebbe insegnare i modi di far *parere* utili le cose che non lo sono, o di mostrar disutili le cose che ad alcuni paiono utili ecc.) è una teoria adatta ad un uomo-macchina, che potrà ben essere un ideale augurabile o discutibile, ma non è che un ideale e quindi fuori di ogni realtà. L'uomo per ora è un gorilla sentimentale che non ha ancora perso tutta la bestialità, ma la tiene nascosta sotto le convenzioni e le regole sociali, legata dalla paura della fame della prigione e dell'inferno. Ora la bestialità le convenzioni e la paura sono cose che contraddicono alla ragione e all'interesse. Ciò che

Importanza
secondaria
della
ragione.

rinuove l'uomo è l'abitudine e il sentimento più che il raziocinio. Questo non è che la parte esterna e il vestito degli altri. L'assentimento è un fatto razionale nella sua forma esteriore, di espressione di arrivo di compimento; ma nella sua formazione in quanto è attivo, è pure sentimentale. Raggiunta la convinzione la si esprime razionalmente, si definisce e si dogmatizza; si trovano anche dei motivi, delle ragioni e delle scuse. Ma tutte queste operazioni si possono paragonare a quella del fotografo quando compie il *fissaggio* della lastra, che, dopo essere stata *impressionata* dalla luce e *rivelata* da un acido, viene con il *fissaggio* resa insensibile a qualsiasi altra luce futura. La parte razionale serve, diremo così, per *fortificare*, non già per *conquistare*, serve ad assodare, non a dissodare il terreno; è il palo che si mette accanto alla giovine pianta, non il germe che la deve generare. Fra credenza e volontà corre più d'un rapporto e la *filosofia dell'azione* ne ha notati e sviluppati. Si è giunti perfino a riprendere la tesi del Descartes che il non credere è effetto di cattiva volontà e perciò peccato. In certe opere moderne di psicologia (Bergson, James, ecc.) si trovano analisi finissime dell'atto volitivo e teorie molto ingegnose sul *voler credere* che confermano il terzo principio. Da molto tempo è noto che i semplici ragionatori non hanno potere sull'animo umano, e che una frase sentimentale od ironica che ecciti o punga val più di dieci sillogismi ben costruiti secondo le regole logiche. La ragione lascia treddi; è una confermatrice, non una eccitatrice. Il suo ufficio è quello di una serva ubbidiente ai sentimenti e ai voleri umani, pronta a prostituirsi a Tizio o a Cajo, a dichiarare legittimo il bianco o il nero, a combattere

per il capitano di ventura che meglio la pagherà. La ragione non può darci dei fini e dei valori, dei pesi e delle misure; essa ci dà solo le vie più economiche, le formule meno imbarazzanti, le scappatoie più sottili, per giungere a quei fini e servirci di quei valori. Per persuadere, bisogna mirare a cogliere il cuore o la fantasia dell' uomo, non la sua razionalità. Le idee debbono trasformarsi in rappresentazioni e in sentimenti, o per lo meno debbono vestire di rappresentazioni e di sentimenti la loro nudità e il loro schematismo concettuale per potere agire sugli uomini. Le astrazioni non hanno alcun effetto; e sono rarissime quelle persone così penetrate e imbevute di razionalità da muoversi per puri teoremi. Razionalità e intelligenza hanno caratteri comuni in tutti gli uomini, e possono variare in quantità e in mezzi, ma non in qualità, invece i sentimenti, i voleri, la fantasia danno a ciascun individuo un carattere particolare, una fisionomia unica irripetibile; un sillogismo del greco Aristotele e del giapponese Motora con tanti secoli di distanza differiscono poco, anzi nulla, in quanto sono sillogismi; ma le loro immagini tolte a due vite tanto distanti, i loro sentimenti, le loro volontà sono ciò che li costituiscono per dir così in regni separati.

IV) onde sorge il quarto principio che è *la necessità di adattarsi agli ascoltatori che si vogliono persuadere*. L' artista della persuasione deve essere un indovino di uomini, un mago psicologico che conosce i segreti sentieri, i punti deboli, i talloni achillei della loro convincibilità; dovrà esser dotato di una seconda vista dell' interno umano, e praticare la lettura del pensiero meglio di un prestidigitatore da teatro. Dovrà informarsi della loro natura,

vestire la loro anima, indagarne i gusti, conoscerne le malleabilità, sentire le loro durezza, avere un tatto per le loro piaghe segrete dove i nervi sono più allo scoperto. *Poeta nascitur*, ma anche *nascitur suasor*, si nasce poeti come si nasce artisti della persuasione. Bisogna esser capaci di capire e anche di *fare* molte personalità; giacchè nessuno si lascia meglio convincere che dai simili, o da chi crede simile. La storia della strega che eccitava al suicidio, mostrando un fantoccio vestito come la vittima la quale prima la imitava e poi finiva per farsi imitare da lei e per gettarsi e farle gettare al collo un nodo scorsoio, può servire di simbolo a questo modo di penetrazione e di impadronimento dell'anima altrui. Il persuasore deve stare coi santi in chiesa e coi ghiottoni in taverna, e far la voce del lupo fra i lupi, zoppicar con gli zoppi e urlare con gli indemoniati; però cercando d'essere sempre più santo, più ghiottone, più lupo, più zoppo e più indemoniato dei compagni.

Gli esami.

Questo principio è applicato già ora, ma non è cosciente e stilizzato nella mente di chi l'adopra e non può quindi ricevere quei miglioramenti e acquistare quella larghezza di operazione che potrebbe ottenere. Così oggi gli studenti hanno perfettamente inteso questo principio, giacchè essi non si preparano più astrattamente per *l'esame*, ma per *un esame*, anzi meglio e più concretamente per *un esaminatore*. Ciò che importa loro non è il programma ma il *professore*, non la *materia* ma il *passaggio*. Essi conoscono le sue inclinazioni, i suoi pregiudizi, i suoi odi, le sue simpatie; c'è un professore dantista e loro citano a proposito e sproposito Dante; ce n'è uno socialista e giù « umanità, avvenire, diritti degli umili » e così di seguito. Questo

sistema è suscettibile di tante e tante altre applicazioni, come quella, ad esempio, del *giudice*. In realtà non esiste, come crede la legge, *il giudice*, ma *un giudice*, cioè il giudice A o il giudice B, ciascuno con usi, costumi, fantasie, educazione differenti. Perciò l'avvocato che perorasse per *il giudice* e non per *quel giudice* potrebbe vincere la causa, ma certo a caso, perchè non sempre *il giudice* e *quel giudice* coincidono. Ecco che l'avvocato se abile dovrà, in base di quel principio, preoccuparsi se quel giudice è ammogliato o scapolo, se beve vino o se è anti-alcolista, se simpatizza con Lombroso o se ammira Carrara, perchè allora saprà dirigere la difesa del suo cliente sopra quel terreno che più sarà simpatico alle abitudini del giudice. Se riuscirà ad avvicinare il delinquente al giudice, a fare che questo debba considerare l'altro come qual cosa di se stesso, l'avvocato avrà fatto molto per vincere; se invece gli accadrà di allontanare l'immagine dell'accusato da quella del giudice sarà certo di perdere.

Il Giudice.

Uno dei migliori esempi di questo adattamento e insieme uno dei migliori tipi dell'arte di persuadere in azione, è l'*Apologetica Cristiana*. Si trattava infatti di difendere e di dimostrare a popoli svariatissimi di tempi differentissimi contro avversari di ogni genere, su per giù le stesse verità fondamentali. Dogmi permanenti e fedeli cangianti: ecco il problema della Chiesa cattolica. L'ingegno umano non è stato imbarazzato nel trovare per tutti la via della difesa dell'offesa e della persuasione. Da Minucio Felice al cardinale Newman l'apologetica non ha taciuto un istante e si è continuamente rinnovata. Minucio Felice, ad esempio, che si propone la conversione dei pa-

L'Apologetica
cristiana.

gani nobili, letterati, esteti, che erano i più restii al nuovo movimento in apparenza rustico e plebeo, adotta il tipo del dialogo ciceroniano, con le citazioni letterarie e le belle argomentazioni retoriche. Tertulliano che si rivolge al popolo, è rude, non castigato, adopera il latino africano. In San Cipriano, che ha per pubblico dei convertiti e non delle persone da convertire, l'Apologetica si serve di citazioni di libri sacri che su quelli avevano autorità, mentre non ne avevano sui pagani.

L'Apologetica in ogni suo momento rispecchia i bisogni delle persone cui si rivolge; scienza essenzialmente pratica non fa questione di forma pur di ottenere la sostanza. Ai tempi nostri il Newman intuì, certo anche per esperienza personale, come il dogma reciso e invariabile fosse poco adatto alla moderna mutabilità e flessibilità d'animo; e scrisse quel *Development* che è un'applicazione della evoluzione alla teologia, prima dell'opera di Darwin; libro che ha avuto più tardi effetti immensi, ha trasformato interamente il modo di considerare i dogmi, ed ha così reso più facile l'avvicinamento alla Chiesa cattolica delle menti spaventate dalla sua leggendaria fissità e immutabilità. Così il Catholicismo per combattere Lutero o Maometto ha trovato in Sant'Ignazio di Loyola o nel Beato Raimondo Lullo degli apologeti differenti ed egualmente efficaci, piegandosi, curvandosi, assottigliandosi per meglio penetrare chi voleva convincere. L'esempio più straordinario è quello di Lullo, una delle vocazioni principali del quale fu la conversione dei Maomettani, per la quale corse pericoli e soffersse persecuzioni. Pure di lui furono celebri alcuni libri, fra i quali *Il libro del Gentile e dei tre Saggi*, dove sono esposte le dottrine maomettane con tanta pre-

cisione che gli stessi maomettani l'accolsero come uno dei loro libri. L'Apologetica rappresenta così un magnifico *gabinetto di esperienze persuasive*, uno splendido *crogiolo di miscele logiche*, un bel *campo sperimentale per la coltura della persuasione*.

Possiamo trarne l'insegnamento che la linea retta del razionalismo è il più sicuro cammino per fallire, perchè, come dice uno scrittore francese elegante, « urta topograficamente negli accidenti della personalità ». L'opera dei Gesuiti nella Cina resterà famosa per il loro abile adattamento del cristianesimo alle menti degli indigeni; per vincere le popolazioni buddiste avevano fatto un Cristo molto rassomigliante a Buddha. Così si dice, forse a torto nel senso erudito, ma giustamente in quello psicologico, che la Chiesa cristiana primitiva solennizzasse gli stessi giorni dei pagani le sue nuove feste. Un aneddoto, certamente inventato, ma appunto per ciò più vero degli aneddoti veri, ci racconta come uno dei primi papi non riuscendo a convertire i Genovesi, avesse promesso un vescovado a chi riuscisse nella impresa, dopo aver indarno provato i migliori propagandisti e i più eruditi dottori. I Genovesi avevan fama d'esser più interessati e più avari degli Ebrei, e un povero monaco, assai astuto, si offrì all'impresa fidando in questa loro qualità. Andato a Genova bastò una sua predica per condurre alla fede il popolo tenace. La predica aveva avuto per tema il detto evangelico: « Io vi darò il trecento per cento ». Il monaco era riuscito perchè aveva parlato il linguaggio dei Genovesi.

V) Ma per far ciò, *non bisogna badare ai mezzi pur di raggiungere il fine*. « Il fine giustifica i mezzi »; questa antica massima resa celebre dalla

Desiderio di
perfezione è
desiderio di
inazione.

adozione pratica e teorica che ne han fatto i Gesuiti, va applicata intieramente all'arte del persuadere. Qualunque mezzo è buono purchè riesca. La tecnica della persuasione è tutta nell'esito. Il suo successo giustifica i suoi principi, i suoi metodi e i suoi modelli. Si è dichiarata immorale questa tesi, perchè si preferiva l'inazione alla vera volontà del bene. Quando il bene è una passione non si sta più a pensare se per raggiungerlo occorre fare un poco di male. Molte volte l'amore della purità assoluta e la scrupolosità nei mezzi non è che debolezza e tepidezza d'animo. Si è ben lieti di trovare qualche lato brutto nella via per non volere andare fino al fondo di essa. Nell'intento di fare il bene non bisogna essere troppo schizzinosi e guardar tanto per il sottile. E' un peccato il non volere che il bene riesca anche se per ottenerlo bisogna fare un poco di male. Le occasioni pel bene puro sono così poche che non volere che quelle fa sospettare molto di non volerne punte. Il desiderio della perfezione è una maschera del desiderio di inazione. Cosa direste d'un generale puritano che non desse battaglia in giorno festivo, pur sapendo in quel giorno di poter vincere?

La persuasione
per forza.

Uno degli scrupoli più gravi riguardo ai mezzi della persuasione è quello contro l'impiego della forza; e dico dei più gravi perchè lo scrupolo è rivolto non soltanto alla legittimità morale del mezzo, ma anche alla sua reale capacità d'operare. Pure un capitolo sull'impiego della forza potrebbe sfatare questo pregiudizio moderno. Si è venuto formando il luogo comune che le repressioni, le violenze, le minacce, la lotta valgano meno delle parole quiete e dei ragionamenti sensati ad ottenere la persuasione. Si citano anzi molti esempi di repressioni

fallite. Ma ciò è vero soltanto nel caso in cui le repressioni, le violenze, la lotta non sono complete o vengono troppo tardi. L' esito della lotta contro gli Ugonotti in Francia, quello della lotta contro i Mori in Spagna dovrebbe convincere che le idee si possono uccidere non solo con sillogismi, ma anche con spade e con forza in persona dei loro sostenitori. La rivoluzione francese è riuscita perchè la repressione fu debole e tarda; se questa fosse venuta prima e fosse stata eseguita con maggior rigore avrebbe soffocato la rivoluzione.

GLI effetti dell' arte di persuadere sono assai svariati. Tutti cercano con essa di ottenere la felicità; ma questo nome, assai elastico, comprende oggetti diversissimi ed assume per ogni individuo un colorito e un contenuto speciale; per uno la felicità è l'ozio, per un altro è il lavoro, per un terzo l'indifferenza e così via. L' arte di persuadere si presta egualmente a tutte le richieste personali, ma non tutti sono egualmente capaci di servirsene, e i suoi clienti possono dividersi naturalmente in due schiere: quelli che riescono e quelli che falliscono. Un avversario troppo forte e miglior persuasore, una debolezza di suggestione, una incapacità di auto-modificazione, una ignoranza della tecnica, sono le cause più comuni della sconfitta. Le più gravi sconfitte sono quelle che riceviamo nel non potere persuadere noi stessi; la nostra felicità è un' equazione fra i nostri desideri e le nostre potenze, e se noi potessimo a volontà agire su i primi non potendo agire sulle seconde, e diminuirli o accordarli meglio con esse, non sarebbe punto difficile raggiungere la così detta felicità. L' uomo ha

Cosa si cerca
con l' arte
di persuadere.

Metodi dell' Au-
to - persuasione.

intuito ciò, ed ha adoperato finora molti mezzi per operare sull'animo stesso del persuasore. Ve ne è uno direttissimo e molto semplice che consiste nella dimostrazione continua che *noi siamo felici*, o per lo meno che siamo *meno infelici di quello che potremmo essere*, e *meno infelici di Caio, Tizio, Sempronio nostri vicini*. È un metodo molto adoprato e molto popolare per la sua semplicità, lontana dalle ingegnose e intellettuali complicazioni di metodi dello stesso genere. Consiste nella ricerca e nell'esaltazione voluta di tutte le nostre contentezze e nello sforzo del nascondere diminuire dimenticare i nostri dolori. Certe frasi sono le caratteristiche di questa ricerca, come « Dopo tutto... » « In fin dei conti... » « Meglio così che... » « Poteva andar peggio... » ecc. Molti detti popolari ne portano l'impronta, sia con l'ammonire che le disgrazie avvengono a tutti (« Oggi a me, domani a te » — « Mal comune, mezzo gaudio ») sia col notare che il bene è mescolato al male, oppure gli sussegue (« Non tutto il male vien per nuocere ») e in altri modi che a uno studioso dei proverbi non costerà molta fatica notare. Il curioso è che questi detti correnti e proverbi sembrano essere tanti sfogatoi del dolore, dell'ira, del dispetto umano; sembrano frasi-cerotto e proverbi-taffetà; basta pronunziarli perchè acquistino e cancellino il dolore; è molto se lasciano qualche cicatrice. A chi va male una cosa, basta il dire: « Eh! non tutte le ciambelle riescono col buco! » — oppure — « Andrà bene quest'altra volta » per sentirsi consolato e pieno di speranza. L'intelligenza si presta con sorprendente acutezza presso persone di men che mediocre cultura a questi *servigi di medicina della vita*, scoprendo i mali riposti dei vicini, le miserie

I proverbi.

dimenticate del passato, i beni sperati nel futuro, spezzando i fatti per farne sortire un atomo di godimento nascosto fra i dolori, o al contrario sintetizzando piccoli dolori in una massa di piaceri per farli scomparire al paragone. Le frasi come: « Non val la pena » « Non è pagar caro » « Cosa è in confronto » sono sintomi di questi ultimi aiuti forniti dall'intelligenza alla nostra salute e al nostro equilibrio ottimista. Come fornitrice di bende e di para-occhi, come pesatrice compiacente, nulla sorpassa l'intelligenza. I suoi *servigi vitali* sono poco studiati, e meriterebbero d'esserlo. Si scoprono presso tutti, ma soprattutto presso la gente incolta dove l'intelligenza non ha preso lo sviluppo diletantista dell'intelligenza per sè; quindi presso i contadini, i montanari, gli illetterati, le donne del popolo, ecc. Ma tali servigi non formano che lo stato rudimentale di quella *medicina superiore* che hanno creata varie sette e molte religioni per acquistare i dolori umani. Eccellono fra tutti gli stoici gli epicurei i buddisti e i cristiani. Il passo dei *Ricordi* in cui Marco Aurelio si consiglia di spezzare in atomi le cose, per che non gli appaiano più nè dolorose nè malvagie, corrisponde perfettamente ai medesimi bisogni vi tali che ci davano le infinite meditazioni cristiane sulla vanità del mondo (*de contemptu mundi*, ecc.) che servivano a sopportare con tranquillità i disagi e le sventure della vita. Togliere valore alle cose che non si possono possedere, disprezzare le qualità che ci sono negate, porre fra i peccati le azioni che possono disturbare la quiete dell'animo, è il fondo di ogni ascetismo, ed ogni ascetismo va considerato come una ricerca di vita felice nella tranquillità, che non osa correre l'alea dei possessi esterni e dei godimenti materiali sapendoli spesso

Servigi medici-
nali della
intelligenza.

fallaci, sempre effimeri. I saggi che hanno dato le formule e i migliori metodi per la *cura ascetica*, il Buddho con la sua semplice regola, Epitteto col suo *Manuale*, S. Ignazio con i suoi *Esercizi*, hanno concepito l'intelligenza come una corroboratrice della vita. I loro libri, finora studiati dal solo punto di vista della storia delle religioni, o del misticismo, potrebbero fornire ricchi materiali a chi vi cercasse la *metodica della auto-persuasione*, e il pensiero precursore delle moderne cure mentali. Gli antichi non si affidavano soltanto alle loro terme e ai loro esercizi; non avendo le doccie d'acqua fredda e le iniezioni di ferro, si facevano pillole di rassegnazione e cerotti di insensibilità.

La religione
della
Cura Mentale

Il più moderno esempio di questo ufficio medico dell'arte di persuadere è quello di una delle ultime religioni che, come una ramificazione del Cristianesimo, ha sviluppato il lato curativo della dottrina di Cristo, si è ispirata più al Cristo fuggatore di demoni e autore di miracoli che al Cristo delle parole e della rassegnazione, al Cristo *mago* insomma, più che al Cristo *cristiano*. È stata detta *Cura mentale*, o *Scienza cristiana* o *Nuovo pensiero*. La superiorità di questa moderna setta sulle antiche stoiche, spinozistiche, cristiane consiste nel non fondarsi più sulla ragione analitica, ma sulla suggestione diretta e sull'auto-suggestione. « I suoi precetti ordinano di considerare la paura, il timore, l'ansia, il pessimismo, il cattivo umore, i presentimenti neri, la sfiducia in sè e nelle cose, come stati d'animo volgari, miserabili, schifosi; ordinano di mantenersi in uno stato di benevola aspettativa verso le cose, e ad una temperatura costante di chiaro e sereno ottimismo; di ripetersi continuamente che si è contenti felici quieti, che tutte le cose vanno e an-

dranno bene; di non ricorrere a medicine o a dottori di sorta, ma solo di avere fiducia in se stessi, e nell'aiuto particolare delle forze spirituali. I pionieri di questa fede hanno acquistata una credenza intuitiva nel potere salutare onnipossente delle attitudini dell'equilibrio mentale come tale, nella potenza conquistatrice del coraggio, della speranza, della fiducia — e correlativamente un disprezzo profondo per il dubbio per la paura per la confusione come per tutte le condizioni di precauzione morale... I principi della cura psichica cominciano a impregnare talmente l'aria che se ne coglie lo spirito, per così dire, di seconda mano. Si sente parlare del « Vangelo del Rilassamento » (*Gospel of Relaxation*), del « Movimento del non te n'incaricare » (*Don't Worry Movement*), di persone che mentre stanno vestendosi al mattino vanno ripetendo: « Giovinezza, salute, vigore! » come il motto che deve servire loro quella giornata. Le querimonie sulla stagione sono giunte ad essere in molte famiglie proibite; e sempre più la gente va riconoscendo esser cattiva educazione il parlare di sensazioni sgradevoli, o il tener conto delle indisposizioni e degli inconvenienti ordinari della vita ». Ora ciò potrà parere ridicolo e vano; il buon senso si opporrà con il suo detto che *non basta volere le cose per averle, o che l'erba voglio non cresce neppure nel giardino del Papa*; ma i fatti restano e gli effetti poco ordinari di questa metodica dell'ottimismo verbale sono guarigioni inaspettate e come miracolose, caratteri umani rinforzati, giocondità individuale e pace familiare riacquistate, quiete mentale restituita, insomma una vera e propria invasione di benessere.

Ciò era veramente da prevedersi. Come la poesia così i miracoli non possono morire. L'uomo non sarà mai così stupido da non trovare occasioni di meraviglioso nel mondo. Bastava conoscere gli studi sull'autosuggestione e sul miracolo per prevedere la cura mentale. La cura mentale non è che il volontario succedaneo del miracolo medioevale che ha vestito forme più moderne. Il medioevo, che non aveva i nostri arsenali chirurgici, i nostri vivai di dottori, i nostri magazzini farmaceutici, aveva in compenso un'ammirevole dose di fede e di credenze che produceva continuamente miracoli. Spenta nei nostri tempi per molte persone la possibilità di una credenza ad esseri superiori, cessava pure la possibilità del miracolo; ma non ne cessava il bisogno. La Cura mentale ne è stata la restaurazione. Il miracolo era ottenuto per mezzo delle forze interne; era una guarigione corporea o una tranquillità psichica guadagnata con le forze intime; ma queste avevano bisogno per operare di riflettersi in una immagine esterna all'uomo, dalla quale rinfrangersi su lui ed operare in lui. S. Giacomo di Compostella o la Vergine di Lourdes non erano che una tappa di questo duplice viaggio della nostra anima, non erano che gli intermediari per cui essa agiva su se stessa. Ora invece queste forze corrono direttamente al loro fine, senza cambia-valute e senza intermediari e agiscono direttamente nel credente. La credenza in un potere operatore del miracolo si è trasformata nella credenza al miracolo stesso. La Cura mentale rappresenta un'economia sul sistema del miracolo medioevale. L'uomo si è accorto che una potenza attribuita a persone esterne era propria, e l'ha rievocata a sé. E' un atto assai

più importante di qualunque dichiarazione dei « Diritti dell'uomo ».

La Cura mentale segna inoltre l'inizio legittimato dell'uso dei metodi esterni nella persuasione. Finora o si scherzava o si faceva della retorica contro l'impiego dei mezzi materiali. La cura mentale ne usa già quando ordina la ripetizione di certe frasi, l'uso di certe attitudini. Già presso gli indiani e fra i francescani troviamo in pratica la stessa cosa, sia l'immobilità completa del corpo per obbligare l'anima alla quiete, sia la fisionomia ilare per abitudine affine di ottenere la pace interna. La regola di San Francesco non è composta solo di carità di povertà e di obbedienza, ma anche di gaiezza. Questo fa ricordare che i conventi sono uno dei migliori modi principali per obbligare l'animo alla quiete, impedendogli il contatto con le cose esterne, e il sorgere dei desideri. Tuttavia non sempre riescono all'effetto causa le perturbazioni immaginative, che fanno risorgere e ingrandiscono nella mente le cose che i sensi non possono più avere. L'esser rinchiusi è anzi un incentivo a colorire le cose esterne di un'apparenza ancora più bella della realtà. I migliori poeti non sono sempre i viaggiatori; e gli anacoreti della Tebaide potrebbero dare dei punti a don Giovanni in fatto di visioni sensuali. Lo stesso è da dirsi di molte istituzioni che offrono dei legami e delle murature per chi non vuole più avere il contatto di certe determinate sensazioni; come l'esercito. Il difetto loro consiste soprattutto nel non essere fatte per *quello* scopo; sicchè ci sarebbe benissimo il luogo per un tipo di convento e di corporazione che offrisse ai ricercatori di quiete un asilo sicuro. Esso sarebbe comodo per molte persone, sia per gli

L'uso di mezzi
esterni nell'auto-
persuasione.

Un convento
di laici

Utilità
dei conventi.

alcolisti, per i mangiatori d'oppio, per i bevitori di haschich, che vogliono abbandonare la loro abitudine, e non possono se non con l'aiuto materiale di altre persone; sarebbe comodo per chi intendesse vincere una passione amorosa, acquetare un'ambizione fallita, cancellare una disgrazia; sarebbe comodo per chi si sentisse incapace delle lotte economiche e morali. Nel passato il convento era un grande utilizzatore di vite fallite, di forze stritolate, di energie disfatte, di frammenti d'uomini, e di parvenze d'anime. Faceva nella vita spirituale quello che fanno ora nella vita industriale certe macchine che utilizzano i residui, le polveri, il fumo, la spazzatura, e così via. Accolte nella comunione, sottoposte alla regola, assoggettate a iniezioni di confidenza nella divinità, queste scorie e questi detriti di anime trovavano un cemento che le serrava assieme strette come se fossero granito. A quelle oggi non resta che il suicidio. Una società per l'utilizzazione dei vinti nella vita potrebbe fare parecchi buoni affari, e la *Salvation Army* ne sa qualcosa.

La trasformazione
dell'io.

Nella Cura mentale scopriamo però qualche cosa di ancora più importante, cioè uno dei tentativi meglio riesciti nei tempi presenti per la *trasformazione dell'io*.

La trasformazione dell'uomo è il fine di molte delle nostre attività; il maestro di ginnastica come il prete, il propagandista politico come il filosofo non cercano altro che di trasformare gli uomini; ma le trasformazioni sono d'ordinario parziali e non generali, di membra e non del corpo, d'un carattere e non di tutta l'anima. Le attività religiose e morali sono quelle che pretendono una più larga e profonda trasformazione. Ma sui mezzi per operarla vi sono ancora molte incertezze e vigono

molti pregiudizi. Come si può rendere un uomo da triste giocondo, da malato sano, da abulico volontario, così lo si può far diventare credente o miscredente, buono o cattivo e così via. L'azione della volontà sull'io, sia sul modo di pensare che sul modo di agire, è un vecchio e necessario postulato d'ogni pedagogia e d'ogni propagandismo. Ma ora vi sono molti fatti e molte teorie collegate con l'*anti-intellettualismo* (che è uno dei principi dell'arte di persuadere) che vengono a dare nuova forza alla possibilità di rendere più ampia profonda e feconda questa azione volontaria. Un tale ampliamento può giovare dell'opera del James e dei contingentisti sulla vecchia questione dei *motivi* e del *libero arbitrio*. Secondo questi autori l'animo umano non si decide per forza di motivi razionali, per considerazioni o previsioni di beni o di mali futuri, per calcoli d'interesse, ma va a scovare questi motivi queste previsioni e questi calcoli dopo che già si è deciso; l'animo è già nell'azione quando sta inventando i motivi dell'azione; mentre l'animo discute, la decisione è già presa. Egli presenta il preventivo quando ha già fatta la spesa e un preventivo tale da giustificare la spesa stessa. E' un giudice che ha già pronta la sentenza prima della perorazione delle due parti e dell'audizione dei testimoni; i testi di legge che cita, i fatti su cui si appoggia, le precedenti decisioni di cui s'avvalora sono un lusso dell'intelligenza, una spesa fatta in omaggio alla razionalità, ma che non segnano che una sudditanza puramente onoraria e una riverenza puramente formale come il fumo di un olocausto pagano. Le necessità dell'azione e le ristrettezze della ragione pura sono tante, che l'animo rassomiglia molto a un sacerdo-

I motivi e il libero arbitrio.

te, obbligato a mangiare soltanto le carni dei sacrifici, che dovesse regolar l'appetito secondo l'ora delle cerimonie; è molto probabile che finirebbe per modellare il calendario e la liturgia secondo i bisogni del suo stomaco, piuttosto che asservire questi ai primi. « L'intervento brusco della volontà è come un colpo di stato di cui la nostra intelligenza avrebbe il presentimento, e che essa legittima prima con una deliberazione regolare.... Interrogandoci scrupolosamente vedremo che ci accade di pesare motivi, di deliberare quando la nostra risoluzione è già presa. » Le nostre motivazioni sono dei romanzi psicologici che fabbrichiamo via via che agiamo; come in sogno la nostra fantasia fabbrica cause ultrapotenti di piccole sensazioni corporee, e fa immaginare un enorme mulino per il tic tac d'un piccolo orologio. Fra le rivelazioni dell'ipnotismo molto interessante per il nostro caso è quella sulla *suggestione post-cosciente*. Per essa un individuo ipnotizzato compie durante lo stato di veglia atti impostigli durante lo stato di ipnosi, e per giustificare questi atti, di cui ignora l'origine, inventa motivi di suo interesse o affetto particolare. Un caso di simile servizio dell'intelligenza al volere, per giustificare e fare apparire questo razionale, è quello di una fanciulla posseduta da tre personalità diverse che si sono rivelate in tre stadi del sonno ipnotico, di cui la terza era una specie di demone maligno, che obbligava le altre due a fare le cose dannose per la fanciulla; mentre queste dopo cercavano di giustificare razionalmente gli atti assurdi e contrastanti con il loro carattere, commessi dalla terza personalità. Se Schopenhauer avesse conosciuto questi fatti avrebbe potuto corroborare la sua idea del dominio della volontà universale e della

indifferenza di questa per gli interessi dell' individuo. Perfino il sentire è sottoposto al volere; il James con la sua teoria sulle emozioni ha sviluppato l'idea, una volta paradossale, che gli atti esterni producano l'emozione interna, e non già questa sia la causa di quelli; che si senta paura perchè si fugge e dolore perchè si lacrima, non già si fugga perchè si ha paura e si lacrimi perchè si ha dolore. La quale teoria fa ricordare che gli stoici per non provare dolori consigliavano appunto lo sforzo volontario per mantenere i muscoli della faccia e del corpo nella posizione abituale o in posizione di piacere, e perciò di sorridere ogni volta che avessero avuto una eccitazione al pianto o alla disperazione. Così Pascal al libertino convinto della utilità del credere, ma non credente, consigliava tutti gli atti esterni della credenza, inginocchiarsi, andare a predicare, prender l'acqua santa, *s' abêtir*. Un moderno movimento cattolico che pure vuole un approfondimento interno della fede cristiana, non respinge affatto le pratiche esterne, anzi ne apprezza il valore e perciò si allontana dal protestantismo col quale ha in comune il valore dato alla religione intima. Si trova in San Francesco di Sales il precetto che per vincere l'antipatia per una persona dobbiamo sforzarci più che possiamo a tutti gli atti esterni che indicano affetto e simpatia. Così le idee o i sentimenti che non possiamo volere vivere direttamente, e non sono sotto il nostro immediato potere, vi sono condotti da l'osservazione che si possono padroneggiare mediante l'esecuzione continuata di atti esterni, capaci di produrre certe abitudini sentimentali o ideali. Con una frase, che ora può parere ardita ma che forse nuove scoperte e nuove trovate psicologiche giustificheranno di più, si può

Agire agisce
sul credere

Scelta arbitraria
delle credenze

dire che le credenze sono in nostro potere e possiamo sceglierle a nostra volontà.

Non si creda che questo sia per giovare alla religione e debba aumentare la percentuale dei credenti, giacchè per darsi una credenza occorre prima avere delle ragioni per preferirla ad altre credenze o alla miscredenza. Ciò non ci dice affatto che il credere sia meglio del non credere, ma ci offre soltanto una via più economica e più sicura delle passate per giungere a quella credenza che potremo scegliere. Le strade indicate però rischiano di non condurre a nulla se non si agisce con tutta la nostra persona, impegnando tutto il proprio io, anima e corpo, agendo come se la credenza desiderata fosse già ottenuta e creduta, compromettendosi socialmente, facendo acquisto di azioni di quella data credenza: affinchè ce ne stia a cuore l'avvenire e, se non la si lega sempre più a noi, riuscendo a farci tutt'uno con essa. Ci si può esporre a formarci delle credenze come ci si può esporre a prendere una polmonite; si possono trovare metodi per opporsi alla diffusione di certi sentimenti (vedi p. e. quel che si fatto con una certa istruzione popolare contro certi pregiudizi popolari delle streghe, degli spiriti, dei rimedi volgari ecc.) come ci sono metodi per soffocare le malattie contagiose. Certe lotte repressive del governo, i sequestri dei giornali e dei libri, le proibizioni di comizi, gli scioglimenti di società, fanno parte di questa metodica. Riguardo a noi stessi siamo tanto certi di curvare il nostro animo a delle verità, anche se lontane da quelle che alberghiamo in un dato momento, quanto siamo sicuri di ammalarci di petto se prendiamo freddo essendo accaldati e non facciamo dopo la reazione. Si potrebbero dunque scrivere — e ci

sono sotto altro nome. -- dei *Manuali di igiene intellettuale*, come ci sono Manuali di igiene della bocca o della pelle o delle città; si potrebbero fondare — e ci sono sotto altro nome — delle *Cliniche delle credenze* o degli *Istituti ortopedici per il raddrizzamento delle fedi*.

La fede, la credenza, il carattere sono l'elemento più individuale dell'uomo. Si possono avere le *stesse* cognizioni, ma non si ha mai la *stessa* fede. Cambiare fede o cambiare carattere è cosa più fondamentale del cambiare sistema di numerazione o di pesi e misure; è più grave che mutare di istruzione e diventar matematico dopo essere stato leghista. Più che cangiamenti, quelli che riguardano la nostra parte morale sono vere e proprie *creazioni*. Nei mistici si troveranno le descrizioni della loro *nuova*, o *seconda* vita; uno di essi distingueva gli uomini nei « nati una volta soltanto » e nei « nati due volte ». I neofiti, i convertiti, gli innamorati da poco, nella loro luna di miele con la fede e con il carattere che si sono rifatti, conoscono le trasformazioni totali operate dalla persuasione quando non ha agito sull'intelligenza, ma sulla volontà. Si tratta in questi casi di *creazione di una sola personalità*, che viene ad occupare il posto di una passata; il contrasto fra le due, quella che sorge e quella che cede, i ritorni e le insurrezioni di quella domata sono stati studiati nel fenomeno della *conversione*. Ordinariamente si prendeva questa parola per significare il numero più largo dei suoi esempi che è quello della conversione dalla indifferenza, dal dubbio, dalla negazione ad un qualche credo religioso: cioè, il lato positivo. Ma ora si comprendono in essa anche i casi contrari, cioè quelli negativi, che dalla religione vanno al dubbio o alla

La creazione
delle
personalità

Le conversioni

indifferenza. Una terza sorta di conversioni, ancora poco studiata, ma che deve presentare gli stessi caratteri delle altre due, ed è forse la più moderna, è quella che non si riferisce a un contenuto religioso, ma a un contenuto vitale e cerca di approfondire l'esistenza comune superficiale avvicinandosi più alla realtà, passando dalla teoria all'azione, lasciando la lettera per lo spirito, cercando di trasformare la poesia in vita, la preghiera in carità, i progetti in effettuazioni, preferendo i commerci alla letteratura, i viaggi ai libri, i quadri alle descrizioni, le città alle guide, la natura alla storia naturale, studiandosi insomma di *vivere* e non di *conoscere*.

Creazione di
varie
personalità.

Ma un artefice della persuasione che operi su se stesso secondo i metodi già accennati potrà giungere, se trova abbastanza materia nel suo io, a moltiplicarlo e ingigantirlo; a fare di sè stesso una folla, e del proprio corpo la casa di una popolazione. Invece di uccidere l'anima passata, come cercano di fare tutti i convertiti, la lascerà vivere accanto alla nuova o accanto alle nuove, facendo che ciascuna abbia le sue occupazioni e preoccupazioni, la sua ragione di esistere e di coesistere con le altre, i suoi modi originali di sviluppo. Egli diventerà un *manager* di anime, un politico dello spirito per evitare contrasti di interesse fra le varie persone che lo costituiscono; la sua coscienza sarà sempre doppia: una dell'azione, l'altra di osservazione dell'azione. E' questo il punto massimo dell'arte di persuadere, il *fine dei fini*, nel quale può trovarsi concorde un'ultima concezione della psicologia che vorrebbe che questa scienza conoscesse l'anima cercando di trasformarla. Ad esso concorrono tutti i metodi dell'arte persuasiva, sia quelli del persuadere sè che

del persuadere gli altri. Per moltiplicare l'io occorre una specie di azione e reazione dell'io su altre persone, nella quale ha gran parte la bugia. La bugia è il principale moltiplicatore dell'io. Per mezzo suo noi ci costruiamo dei nuovi io, alla cui vita a poco alla volta finiamo per credere, come tutti i bugiardi finiscono per credere alle loro bugie. La bugia così ora amplifica ora illeggiadrisce ora moltiplica il nostro io, proprio come un sistema di specchi. Ma mentre gli altri non credono alle immagini dello specchio, invece credono alle nostre bugie, e noi di fronte agli altri siamo costretti a mantenere tutta la nostra azione e tutte le nostre parole in correlazione alle nostre bugie. Avendo dato alla luce un personaggio, siamo obbligati a mantenerlo in vita col carattere che gli abbiamo imposto fin dalla nascita. Molte vocazioni nascono dal bisogno di far credere vera ad altri qualche nostra qualità; molte nostre azioni non sono che la ripercussione d'una nostra invenzione, una specie di copia delle nostre bugie. Le persone che noi facciamo vivere rassomigliano a quegli sforzi che si fanno per una scommessa, con la quale ci obblighiamo di fronte agli altri ad azioni non ordinarie per il nostro presunto carattere o per la nostra preveduta capacità. La scommessa è come il debito per il negoziante, che gli fa crescere il desiderio di guadagnare per pagare il creditore; quelli che scommettono con noi sono i nostri creditori. Un io che si è dato per asceta, non può, di fronte alle persone per cui si è creato, andare a teatro o a bordello; ma cercherà di portare o di far credere che porta il cilicio. Ecco che la sua bugia gli darà degli atteggiamenti e delle forze di cui non si sarebbe mai creduto capace. Si può dire che la bugia

Bugia come
moltiplicatrice
dell'io.

sia un eccitante e un corroborante vitale con le sue compromissioni. Se si conoscesse la storia intima di molti eroi troveremmo forse nel fondo dei loro atti una bugia come generatrice. Le personalità create per un momento si perpetuano, le figlie della parola sono le azioni; più compromessi siamo, più interessi abbiamo e tanto più siamo forti e decisi nella nostra nuova persona. Creata un'abitudine è anche creata una persona, giacchè una persona non consiste in quello che ha di variabile di inaspettato, ma in quello che ha di fisso e di prevedibile. Un carattere non è per noi che l'aspettazione di certe azioni da parte di un individuo. La bugia è per la vita quel che è la rima per la poesia, una procacciatrice di persone come l'altra è una procacciatrice di immagini; la ricerca di una rima genera talora nel poeta una nuova immagine, come la creazione d'una bugia dà luce nella nostra vita a una nuova persona. La bugia è anche qui poesia ossia *creazione*. Un dominio più vasto, ma più materiale può essere aggiunto all'*arte di persuadere* con la *creazione del mondo* o di vari mondi arbitrari allato a quella delle anime.

Cosa è la persona.

La creazione del mondo.

Se con la fede e con l'azione possiamo giungere fino a mutare noi stessi e a moltiplicarci, non ci deve esser troppo difficile trasformare e moltiplicare le cose. In questo campo il vero precursore è Novalis il quale con il suo *idealismo magico* non intendeva altro che un idealismo attivo ed efficace, capace di rendere il nostro corpo uno strumento perfetto al servizio della nostra anima, col quale operare direttamente sulle cose senza bisogno di intermediari, e senza intervallo di tempo; il *magico* doveva essere il punto più alto cui poteva giungere il filosofo, capace di modificare il mondo senza ri-

chiedere l'aiuto delle membra proprie o di altri uomini, ma con il solo pensiero. Per ciò bisognava da prima trasformare il corpo, che è lo strumento, avere il senso dei mondi nascosti, la preveggenza del futuro, la chiaroveggenza del passato. Trasformare lo strumento, è, per ogni idealista, anche trasformare il mondo. Gli occhiali azzurri fanno azzurre le cose, l'itterizzia le fa gialle; gli specchi concavi fanno bassotti i levrieri, e i convessi fanno tante giraffe d'ogni cavallo. Gli uomini che si sono accorti di ciò, hanno anche notato che avevano in loro potere alcuni strumenti di visione del mondo e se ne sono serviti; come pure ne hanno inventati altri. Questi strumenti o sono stati idee, come le *idee filosofiche* della unità del mondo e della sua pluralità, di Dio, dei santi, delle ninfe, dei diavoli, dei geni, delle streghe ecc. o come le *idee scientifico-mitologiche* degli *atomi*, *forza*, *energia*, *materia*, *eoni*, *eteri* e così via; oppure dei mezzi materiali, quali il *vino*, il *caffè*, il *the*, gli *alcoolici*, l'*oppio*, la *morfina*, l'*haschich*, la *coca*, il *mezcal* ecc. ecc., bevande che trasformavano il mondo agendo sui nervi e quindi sulla immaginazione dell'uomo; oppure dei mezzi morali suggestivi, come l'educazione religiosa e mistica, conducenti all'*estasi*, all'*indiamiento*, alle « *notta oscura* » di cui parlano santi e mistici, all'*ebbrezza intellettuale*, al *piacere del pericolo*, al *rischio metafisico*, al *gusto del gioco*, che conosciamo traverso i grandi studiosi, gli uomini pugnaci, i metafisici sfrenati, i giocatori e gli ironisti ecc. ecc. Tutte queste varie maniere di agire sull'io hanno per effetto una trasformazione del mondo. Chi viene a credere in Dio, concepisce l'universo in modo differente da quando vi credeva, anzi lo vede in modo differente, giacchè gli si presentano

Strumenti per
la trasforma-
zione del mondo

La ricetta
della Santità.

come miracoli le cose che per un altro sono *fortuite coincidenze*. Se poi cambia, e crede nella scienza, trasforma ancora il mondo e lo giudica tutto a traverso gli schemi scientifici della utilità pratica, dicendo magari che il suo buon umore dipende dal fatto di avere 155° di tensione arteriosa, o dall'aver fatto la doccia la mattina. Chi beve un eccitante fantastico vive in un mondo di sogni, e può emulare Shakespeare nelle sue creazioni. Un'intera letteratura è figlia più dell'oppio che dei poeti, ed è peccato che ancora non si sia bene cercato il segreto di questa *ricetta per esser poeti* più valida di tutte le retoriche del mondo vecchie e nuove. Come dalla vita dei santi si potrebbe ricavare *la ricetta della santità*, così da uno studio storico e medico degli eccitanti nervosi si potrebbe trovare *la ricetta dell'immaginazione, dell'ingegno, del genio* e così via. Dalle mele marcie di Schiller all'haschich di Baudelaire fino al caffè di Balzac si potrebbero scoprire nelle autobiografie e nelle biografie dei grandi uomini i segreti belletti e le misteriose cantaridi dei loro cervelli.

IL primo, più ampio, più ovvio, più usato, più antico, più sparso, e una volta anche l'unico creduto mezzo di persuasione e perciò l'unico coltivato dall'arte di persuadere passata: la retorica, è: *la parola*.

L'artista della persuasione deve essere un principe del verbo; non solo nel senso parnassiano e d'annunziano di possederne in quantità, di conoscerne bene i significati, di sentirne il valore estetico, — ma anche e soprattutto di conoscerne il valore logico e psicologico, i suoi *difetti* e i suoi pregi, i pericoli e le bontà, i trabocchetti e i baluardi. Deve conoscerne storia, amicizia, parentele, fortuna, coloriti, leggende, modo di disporle armonicamente, di pronunziarle ambigualmente, di scriverle con simmetria. Deve saperci giocare e farci guerra. La parola non è tutto nel mondo, ma è molto. Le parole non solo ci fanno dominare gli altri, ma anche noi stessi. Servono ad inverniciare di virtù i nostri difetti, a stuccare le coscienze incrinatae, a vestire di bei muscoli le persone troppo ossute. Sono come gli abiti: false ed utili. Sono cortigiani ed adula-

La parola.

tori che innalzano le nostre gesta, cantano la nostra persona, ingrandiscono i nostri pensamenti, ci promettono l'eternità presso gli uomini. Sono un foro di avvocati ben retribuiti, un areopago di giudici ben intenzionati, una schiera di militi devoti. Ci pungiamo con uno spillo? eccoci fatti eroi. Diciamo un *bon mot*? ci mettono a pari di Voltaire. Se regaliamo un soldo a un affamato, quando abbiamo le budella piene, ecco che ci ricordano grandevolmente d'aver imitato San Francesco. Disposte per ogni servizio, pronte ad ogni viaggio, mercenarie per ogni guerra, saltellanti, fugaci, imprecise, sono schiave eccellenti, e capaci maestri di casa. Economizzano le nostre facoltà, perchè spesso ci servono a pagare gli altri, senza contar che noi stessi ci contentiamo di parole. Sono instancabili, inconsumabili, numerosissime. Fan da paciere e ci evitano le liti. Versano l'olio degli eufemismi negli ingranaggi sociali, perchè stridano meno. Ci procacciano femmine ed onori. Ci risparmiano spesso di pensare e ci fan passare per pensatori. Prossenetri, medici, mercanti, economi — cosa mirabile — non ci derubano mai. Non vogliono stipendio e si danno a chi meglio le adopra, per qualunque causa, come se fossero di là dal bene e dal male. Non ci gravano la memoria coi loro benefici, non ci presentano il conto delle loro forniture. Se sparliamo di loro ci servono egualmente, non ci rimproverano di ingratitude e non ci rinfacciano nemmeno la nostra contraddizione d'aver detto male delle parole con le parole stesse. Ci aiutano a trasformare la vita; la ingrandiscono, direi quasi, la gonfiano. Le cose per mezzo loro, attraverso loro, divengono più grandi; il loro contatto le nobilita. Se avete una polemichetta, chiamatela « battaglia »; una discus-

sione fra amici, la farete diventare una « nobile giostra spirituale »; e andando in *sleeping-car* non vi costerà nulla dirvi « pellegrino ». La parola si presta ad abbellire tutto, come se avesse l'impiego d'ornatrice del mondo. Sa accarezzarci e blandirci; è un cortigiano perfetto, che sa anche l'arte di ritirarsi quando occorre il silenzio. Noi ne abbiamo bisogno, come i bambini dei loro eserciti di cartone; per essa ci siamo fatti una corte di signori bene ornati e bene vestiti, di adulatori fini e di compagni cortesi; una corte svelta alata e leggera come uno sciame di farfalle. Non potendo avere una regalità sul serio, ce ne siamo fatti una di fiato.

Per persuadere gli altri ci sono metodi più profondi più operanti più sicuri più duraturi negli effetti, ma nessuno è così ampio e capace di coglier lontano, così adatto a vari fini, così capace di agire su molti uomini presi uno ad uno e tutti insieme, come la parola. Tutta la vecchia arte di persuadere era fondata infatti su di essa.

Fra i primi studiosi dell'arte di persuadere stanno i *sofisti greci*, che fecero un certo esame delle parole, e approfittarono delle loro ambiguità per fare giuochi, scherzi, sotterfugi, che li han resi famosi. La loro scuola ha avuto la disgrazia di lasciare il proprio nome soltanto a pochi giuochi logici, ad aneddoti di ciarlataneria linguistica, che con la loro apparente leggerezza hanno screditato quel che c'era d'importante nel loro tentativo di *arte del dominio umano*. Ciò che essi cercavano era la ricetta per padroneggiare gli uomini; furono i Baconi della scienza psicologica, i quali conobbero che per comandare alle anime bisognava penetrare nei loro moti, come lo scienziato doveva obbedire alla natura per

I Sofisti.

farla obbedire. Ma tutti i filosofi posteriori, fino ai tempi nostri, furono loro contrari, li giudicarono durante accessi di moralità superficiale, e non seppero nemmeno approfittare della loro opera per dubitare della parola come mezzo di comunicazione e come aiuto del pensiero. Una delle più singolari concordanze della storia dei filosofi è quella di una eguale fiducia e di un grande ottimismo riguardo alla parola; non v'è filosofo che non creda che definendo bene le parole e stando bene attenti al loro uso non si debbano eliminare tutte le contraddizioni e le dispute fra filosofi. Soltanto in tempi vicini a noi si è domandato se la parola non nasconda, per colui che discute e ricerca, continui tranelli, più o meno cagione di inutili dissensi filosofici, sempre eguali e sempre insolubili; e se nella posizione stessa dei problemi, la parola fosse stata causa di questa necessaria insolubilità. V'è in ciò il segno di un vero nuovo orientamento filosofico. Una filosofia che voglia allontanarsi dalla parola si stacca assolutamente da tutte le altre che ne han fatto uso con tanta fiducia e tanta confidenza. Essa cambia il carattere della filosofia, che, lasciando la parola, deve necessariamente rivolgersi all'azione, e abbandonando il generale deve rivolgersi al particolare. Per ora i nuovi filosofi hanno fatto delle analisi molto importanti della parola in relazione con la filosofia e con la psicologia, e delle loro osservazioni ci si può giovare per l'arte di persuadere, ripulendo la parola dai pregiudizi e dalle leggende che la cariano. Il più grave pregiudizio è quello di credere che la parola possa fare conoscere ad altri ciò che essi ignorano.

Filosofia
senza parola.

La parola non è che *indicazione* e *suggerimento*, e non può che insegnare ciò che trova già formato nell'animo dell'ascoltatore o svegliare e svelare ciò che è addormentato o coperto da un velo leggero. La parola non può far conoscere ai ciechi i colori, ai sordi i tuoni, agli eunuchi l'amore, alle vergini la maternità; essa non può che indicare le espressioni esterne di questi fatti psichici, e suggerire le cose che si possono avvicinare a quelli. L'altro pregiudizio è che la parola abbia soltanto un contenuto concettuale; essa invece si riferisce soprattutto al *fantasma*, al *sentimento*, al *valore* che destano in noi le cose. Non dà dei concetti puri, ma delle immagini vive. Se si parla dell'ubriachezza non si sveglia soltanto l'idea, ma anche e soprattutto la visione di un certo ubriaco. Ora questa visione differisce nelle varie menti; in quella di chi parla non è eguale a quella di chi ascolta. La parola non agisce come comunicazione e trasfusione di una intelligenza in un'altra, ma come eccitatrice d'una volontà sopra un'altra. Di qui risulta ancora più necessario il principio dell'*accomodarsi agli ascoltatori* giacchè di tutte le parole che direte essi comprenderanno solo quelle che sapranno svegliare qualche cosa che già possedevano o si stava formando in loro. Ogni parola non ha un valore universale, fisso, immutabile — come si presuppone e si vuole ottenere con i dizionari — ma, simile a un vestito elastico, ha il valore che le verrà dato in diversi momenti da diverse persone secondo le loro diverse esperienze. Una stessa parola detta di fronte a individui diversi può avere *nello stesso tempo* significati affatto diversi. Non è questa la base delle *illusioni* e dei *sottintesi*? Il *linguaggio allegorico* è fondato sulla capacità della parola ad

essere un *baule a doppio fondo* capace di frodare l'attenzione di certi ascoltatori, per portare la merce proibita a certi altri. Si parla a cento, ma solo dieci debbono veramente intendere quel che si dice. Un proverbio popolare esprime questo giochetto: « parlare al prete perchè il chierico intenda ». Di qui anche molte lingue speciali a segreto, con le forme della lingua comune ma con un senso diverso; e i cifrari, e le parole d'ordine, e le frasi convenzionali dei cospiratori, dove « mattoni » significava « carabine » e « calce » significava « polvere » ecc. ecc. Novalis ha su questo argomento un pensiero felice, dicendo che il vero segreto è quello che anche palesato resta segreto per coloro che non sono iniziati, perchè non è compreso che da chi può capirlo, sicchè costui con questa sua potenza si eleva naturalmente fino al diritto d'esserne a parte. Così due matematici se possono comunicare fra loro con le formule della *logica matematica*, non han bisogno di esseri misteriosi, giacchè quei loro segni non possono esser capiti che da quelli del mestiere e che perciò ne hanno diritto. Il *linguaggio tecnico* è la migliore *tessera di riconoscimento* fra gli uomini della stessa casta e della stessa scuola tanto più che mentre una tessera si può tenere nascosta, il linguaggio tecnico scappa fuori inaspettatamente, essendo diventato abitudine; le immagini e le formule che un uomo adopra spesso per il suo mestiere gli vengono alla mente involontariamente e lo tradiscono; nè egli può fare a meno di applicarle alle altre cose del mondo e di vedere il mondo attraverso le sue abitudini e alla sua professione. Una terminologia è la maschera di un uomo, e l'artista della persuasione dovrà possedere molte terminologie per potersi mascherare a suo comodo

e parlare il linguaggio della persona che vorrà vestire; esse saranno per lui tanti strumenti particolari per agire su questo o su quegli uomini, come un pianista toccando un tasto sa di toccare una data corda e non un'altra. Quando infatti in un discorso qualcuno parla in modo da spiacere, si dice che ha toccato « un tasto falso ».

Le imperfezioni della parola, quando vuol essere espressione logica, specchio di ragionamento, traduzione stereotipa dell'animo, si trasmutano in tanti pregi quando se ne fa un *veicolo di volontà*; l'artista della persuasione avendo studiato i suoi difetti scientifici, quali l'impovertimento della realtà, la cristallizzazione psicologica, la eternità tradizionale, la mancanza di sfumature, — può sfruttarli per i suoi bisogni. Per chi conosce i lacci e le fosse d'una foresta è facile far cadere il nemico, facile per sè l'evitarli. Quel che per gli altri è una difficoltà sarà per lui una fortezza; giacchè se la parola da sola sarà imperfetta per dare la persuasione, egli saprà perfezionarla e completarla con altri mezzi e talora correggerla con la stessa parola eludendo le mancanze con delle superfluità, i difetti in più con i difetti in meno.

Uno dei primi e più noti difetti della parola, Il doppio senso. che tutti i ragazzi scoprono ben presto per deliziarsene durante la lettura dei classici noiosi, è il *doppio senso*. E' la base dei *calembours*, di molte *ironie*, di molti *giochi logici*, tutti e tre mezzi efficaci, come vedremo, della persuasione. Vi furono eccellenti i sofisti, che per mezzo dei doppi sensi facevano sbalordire i semplici obbligandoli ad ammettere logicamente delle conseguenze assurde. In generale si parte da una parola che l'avversario definisce in un modo, e poi a poco a poco si introduce nel

ragionamento un altro dei sensi che la parola potrebbe avere, e così si fa ingoiare dall'avversario una conclusione che altrimenti non avrebbe accettato; oppure si convince di assurdità la definizione che egli ha dato della parola. Ciò non è difficile se si pensa che incoscientemente questo accade quasi sempre quando si discute di cose generali e soprattutto con parole che hanno un senso concreto assai differente per ogni persona, come « virtù » « bene » « male » « onore » « ideale » « realtà » « bellezza » « arte ». Ciò accade soprattutto col dizionario filosofico delle idee generali, in cui le parole hanno molti significati, e sono state fatte servire a tanti usi, ed hanno preso tanti coloriti e tante abitudini, e sono legate indissolubilmente a certi amori e a certi rancori, a certe persone e a certi libri, e sono state tagliate dai filosofi come veste a pensieri diversi e multipli, sì che per accertarsi che due persone intendono per « idealismo » la stessa cosa, occorre che prima di discutere si mettano a distinguere e suddividere per tanto tempo quanto almeno ne occorre per far venire a noia ogni voglia di discussione. I dizionari moderni di filosofia sono perciò costretti a ricorrere a molte divisioni e classificazioni per dare di ciascuna parola i vari sensi in cui è stata adoprata. Ma anche su questo processo di classificazione si posson sollevare molti dubbi, giacchè esso è fatto principalmente con altre parole che avrebbero bisogno d'essere state prima a loro volta chiarificate; a meno che non si accetti per buona l'acqua che è passata attraverso un filtro della cui pulizia abbiamo ragione di dubitare. E' probabile dunque che con tutti gli sforzi verso l'ideale della chiarezza (e si potrebbe anche discutere se sia un ideale *desiderabile*, ammesso che sia *realizzabile*) le *fallacie lo-*

giche continueranno a imperare nel campo filosofico, e i logici tenteranno invano con le loro oneste fatiche di turare queste eterne falle del vascello razionalista. — Le *ambiguità* del linguaggio possono servire al persuasore a due scopi: a separare in due avversari, due persone che sono dello stesso parere, e a far credere a due avversari che essi sono dello stesso pensiero; tutto dipende dal fine cui si adoprano.

Analoghe alle ambiguità per i loro servizi sono le etimologie che, vere o inventate, fatte ad orecchio o con il metodo scientifico dei filologi, sono pure armi importantissime per la convinzione. Nulla di meglio per far credere che una parola significa una data cosa, dell' affermare che la sua *origine, derivazione, etimologia* ecc. è in un' altra parola od immagine che si avvicina od ha riferimento a quella cosa. Se si pensa che la maggior parte delle parole, e specialmente le astratte generali filosofiche, non conservano neppure le più lontane vestigia delle loro origini, si capisce di quale utilità l' etimologia possa essere se sapientemente adoperata. Molte etimologie sono tali che il significato originario della parola è contrario a quello presente, come *sofista* che significava « saggio » e non « ingannatore verbale ». Perciò le etimologie permettono molte « riabilitazioni di parole » e molte « revisioni di processi » giacchè con la scusa che in origine una parola significava un' altra cosa, si riesce a convincere che essa debba anche ora significare la stessa cosa. Ciò può servire per certi nomi di scuole letterarie e di partiti politici che han preso per insegna per l' appunto i nomi di disprezzo dato loro dagli avversari, come i *gueux* di Olanda, i *decadenti* francesi, i *sansculottes* rivoluzionari, ecc. appellativi che ridotti alle loro origini sono null' altro che nomignoli e in-

Le Etimologie.

vettive, ma che per essere riesciti vittoriosi passarono ad essere nomi di lode.

Un caso curioso di imbroglio etimologico voluto, è quello dell' Hegel, che mette in serio imbarazzo i suoi lettori perchè molti dei termini che egli adopra, li usa nel senso loro originario secondo l' etimologia vera o creduta vera da Hegel.

Le particelle.

Anche le *particelle* permettono di conferire alle parole altre ambiguità, oltre quelle di cui sono già dotate, oltre le ambiguità di *posizione*, di *accento*, di *punteggiatura*. *L' ibis redibis non morieris in bello* della Sibilla; il proverbio « per un punto Martin perse la cappa » ricordano due ambiguità di punteggiatura. Per quelle di *accento*, più numerose nelle lingue straniere, basterà scorrere una raccolta di *calembours* francesi, o di *wits* inglesi e ricordare il bellissimo scherzo del libertino che morendo in abito da maschera ebbe ancora la forza di spirito di dire: *Beati qui in Domino moriuntur* » che si poteva accentare anche « *Beati qui in dominò moriuntur* ». Le ambiguità di *posizione* permettono sfumature e ironie, come quella spesso usata del « grande uomo » o « uomo grande. » Le *particelle* fornirebbero pure un lungo catalogo di esempi e di divisioni e suddivisioni; ricordo solo il *di* che può conferire alle parole che precede molti sensi, come proprietà, contenuto, qualità, paternità ecc. Un *bicchiere di vetro* è eguale a *fatto di vetro*, un *bicchiere di acqua* è eguale a *contenente acqua*.

Parlando, e spesso anche scrivendo, quando sappiamo che lo scritto può esser letto ad alta voce, bisogna ricordare che la parola è principalmente suono, e quindi la sua *risonanza* va considerata come un prezioso elemento per l' arte di persuadere.

L' uomo è anche un animale estetico e si convince forse più con il carezzare i suoi orecchi che con l'accontentare la sua ragione. Molti oratori furibondi e molti poeti magniloquenti hanno infinitamente più potere sulla mente umana di molti libri raziocinativi. Bisogna tener conto anche dell'argomento e saper usare a tempo le parole rimbombanti, in altro tempo quelle sfinite, pallide, languide, in altro ancora le brevi, recise, taglienti. Ciò fa parte di quello strumento persuasivo che è il *sofisma estetico*, la cui forma più rudimentale è la seguente: *ciò è bello, dunque è anche vero*.

I sofismi
estetici
e morali.

Esso è il compagno, il parallelo, il gemello del *sofisma morale*, che nella più semplice forma si esprime: *ciò è cattivo, dunque non deve essere vero*. I temperamenti estetici e i temperamenti morali risentono fortemente l'urto della rappresentazione di un universo brutto o malvagio, e lo negano anche logicamente.

Le coordinazioni estetiche e morali tengono il luogo per essi di quelle logiche. Un tipo sublime di questa specie, è Chateaubriand. Nella sua apologia del Cristianesimo (*Le Génie du Christianisme*) egli è stato lo scopritore del bello cristiano; e si è valso sopra tutto del lato estetico della religione cattolica per farne la *più vera*. Nel suo libro invece di dimostrazioni si trovano descrizioni stilistiche, e la liturgia è chiamata a giustificare la dogmatica; i suoi ragionamenti sono presso a poco di questo genere: *le allodole che volan pel cielo sono belle... il grano maturo nei campi è d' un colore meraviglioso ecc. ecc... dunque Dio esiste*. Ridotto a questi minimi termini sembra che il sofisma estetico debba avere poca efficacia, ma la sua forza sta tutta nel rivestimento;

quel che è certo è che *Le Génie du Christianisme* ha fatto più adetti alla reazione cattolica che non i trattati del De Bonald e i libelli del De Maistre. Però, considerando anche il lato cattivo, il sofisma estetico ha il difetto di lasciare impronte poco profonde, e di lasciarsi troppo voltare a favore del primo venuto. Le razze meridionali più nervose e retoriche sono soggette soprattutto ai creatori di sofismi estetici, ma anche ne cambiano spesso. Così appena il Socialismo, che pareva nemico dell' arte è stato abbastanza forte, ha subito trovato dei difensori dal lato estetico, e dei creatori di sofismi estetici socialisti in uomini come O. Wilde e W. Morris.

Le *rime* e le *assonanze* non entrano veramente tanto nel campo del sofisma estetico, quanto nel campo della pratica persuasiva. Esse rendono più facile il ricordo delle proposizioni, le imprimono meglio nell' animo, ed aiutando l' apprendimento a memoria giovano alle frasi nella lotta con le altre rivali. Fra due proposizioni, una espressa in forma comune, l' altra in forma proverbiale con assonanza o rima, a parità d' altre condizioni, la seconda ha da vincere sulla prima. Anche per un senso di economia e per un bisogno da scansafatiche l' uomo preferisce una massima rimata ad una in prosa. La poesia rende più facile col suo ritmo anche la *ripetizione*, una delle figure retoriche più efficaci soprattutto sugli uomini comuni. Le idee vincono più sul grosso pubblico (e perdono più col pubblico fine) a torza d' essere ripetute, che a forza d' essere dimostrate. I pensatori più fortunati son quelli che riescono a dire poche cose, ma sempre quelle, dovunque parlino o scrivano. Un grande persuasore, il Buddho, si è valso della ripetizione delle

La ripetizione.

parole, delle frasi e delle immagini. Egli agiva con una specie di suggestione, mostrando lo stesso sfilare cadenzato di immagini alla mente di chi lo ascoltava. La ripetizione agisce infatti come suggestione su noi stessi. Il ripetere macchinalmente una formula, e il fissare indefinitamente un oggetto lucente, sono ambedue processi di auto- ipnotismo molto usati nell' India. Nelle preghiere dei santi, nelle litanie cattoliche, in molti precetti di moralisti, si vede adoprato lo stesso strumento ipnotico. E' uno strumento molto comodo, che tutti possono facilmente adoprare. La *Healing Science* pure ne fa uso con i frequenti ritornelli di previsioni ottimiste che consiglia ai malati.

Sono assai efficaci, per rendere chiaro e visibile un ragionamento, come per abbellirlo, *i paragoni*; i quali pure han del processo ipnotico, ma per bagliore improvviso, non per lunga e continua fissazione. Ci sono immagini che ci seducono d'un tratto, e appena viste ci fanno accettare l' opinione di cui sono le messaggere. Una bella parabola trova spesso le vie dell' assentimento meglio d' un buon sillogismo. Saranno fronzoli, ma quanti matrimoni non falliscono per la mancanza d' un fronzolo? Molti spiriti poi amano i paragoni perchè han bisogno di dare un po' di vita alle idee, e un po' di plasticità alle teorie; essi voglion *vedere* le idee; la parola astratta non li contenta e preferiscon la frase immaginativa. Qualcuno, che forse non era troppo immaginativo, disse che: paragone non è spiegazione. Ma per lo meno è chiarificazione. Il persuasore dovrà spesso fare uso delle parole e delle frasi che servono da portiere ai paragoni: « come », « così », « sarebbe, è come, è così », « accade come », « somiglia a », « pare quasi », « lo paragonerei » « si

l paragoni.

direbbe », ecc. ecc. I paragoni disinteressati dovranno non avere altro fine che il chiarificare; ma molte volte gioverà per la discussione usare paragoni che nobilitino o che gettino il discredito sopra una cosa, la volgano a oggetto di riso o la affrattellino a idee grandiose. Bisogna dunque aver tatto, e con la scusa di *chiarificare*, eccitare la mente dell' ascoltatore a considerare certe idee come simili ad altre pregevoli o spregevoli. Se vorrete combattere un luogo comune, direte che i luoghi comuni son come le prostitute che si prestano a tutti; ma se lo vorrete lodare, direte invece che i luoghi comuni sono come i palazzi pubblici che appartengono a tutti e da dove si domina tutti. Sapendo poi con chi si discute, gioverà conoscere i suoi paragoni usuali, giacchè ogni uomo ne ha che predilige tratti dal suo mestiere, dalle sue occupazioni o preoccupazioni, come pure scelti in rispondenza al suo carattere. La povertà dei paragoni socratici è ben conosciuta, giacchè nei dialoghi platonici chi fa le spese son sempre i soliti tipi: maestro di ginnastica, nocchiero, musico e così via. Ogni uomo ha i suoi paragoni preferiti, e anche ogni tempo ha i suoi paragoni canonici. Leibniz ha l' *orologio*, Comte i *confini*, Newman il *fiume*, James la *corrente*, Hobbes i *denari*, e così via.

Le metafore. Nel linguaggio filosofico del resto hanno acquistato cittadinanza le *metafore* introdotesi in gran quantità e con tendenza ad aumentare. I logici se ne sono intimoriti scorgendovi un pericolo per la purezza della verità. Essi le studiano come pericoli logici di confusione, ma si possono studiare come mezzi persuasivi di seduzione. Sono vesti splendide per nascondere corpi poveri, oppure cinture astringenti per corpi troppo grossi. Bisogna saperle

usare con cautela, e scegliere le più adatte al carattere e alle esperienze di chi si vuol convincere. Le più belle metafore degli Arabi e della Bibbia (p. e. *Cantico dei Cantici*) sono un poco fredde per noi e invano parlano di esperienze che non abbiamo. Inoltre le metafore possono essere adoperate in un modo che pochi supporrebbero, analogo a quello delle teorie scientifiche, per raggiungere l'economia del pensiero, e con ciò agevolare la persuasione. Per un caso non curioso l'attività scientifica e la poetica s'accordano anche in questo nel servire economicamente lo spirito.

Passando dai mezzi indiretti a quelli diretti della persuasione troviamo nel linguaggio una serie di frasi già modellate, pronte per l'uso ed anche molto largamente impiegate che han per fine la convinzione. Sono *frasi affermative* che si impongono all'ascoltatore da sole, sia carezzando quello che vi è in lui di pecorile, inclinato a pensare con i più, e timoroso di scostarsi dalla maggioranza; sia lusingando il suo amor proprio già naturalmente inclinato a credersi qualcosa di più degli altri, e a dar ragione a chi pare sostenere questa opinione. Ma sono anche *frasi di imposizione* che ipnotizzano e soggiogano una volontà ad un'altra. Da queste frasi si vede bene come il fenomeno della convinzione sia un fenomeno telepatico dove si trasmette un ordine d'una volontà ad altre. Quando troviamo degli scettici con i loro eterni dubbi e timori sulla verità di ciò che odono affermare, siamo sicuri di avere trovato soltanto dei timori di imposizioni che si vogliono salvare dall'obbedire ad altre volontà; gli scettici sono dei malati di vertigine che evitano i precipizi. Le frasi che si riferiscono alla dominazione d'un volere sopra un altro, sono: « è ov-

Frasi
per convincere.

vio »...., « è chiaro », « è evidente... », « è inutile dimostrare che... », « è impossibile che non sia... », « non può non essere... » « come potrebbe essere...? », « è naturale... », « senza dubbio alcuno... », « assolutamente è così... » etc. etc. Le frasi che si giovan del generale orrore che gli uomini hanno a pensare da soli sono di questo genere: « tutti ammettono... », « è universalmente riconosciuto... », « non c'è chi non sappia... », « è cosa di tutti i giorni... », « chi mai ignora... », « si sa da tutti... », « tutti usano... », « l' universale consenso degli uomini ammette... », « bisognerebbe non essere uomini per... », « soltanto una persona stramba accetterebbe... » ecc. ecc. le quali frasi suonano come un' avvertenza al pubblico di non farsi mettere al bando da quella maggioranza che onora e rispetta e di cui vuol far parte. Nella stessa serie di frasi rientrano quelle che fanno appello al giudizio d' una casta, d' una setta, di un partito, d' un circolo ecc. ; come : « nella buona società si usa, si pensa, si dice... », « cosa mai diranno i compagni... », « non sono queste le idee del nostro partito... », ecc. Le frasi che si fondano sopra una adulazione delle qualità morali o intellettuali dell' individuo, sono pure assai numerose, e quali esempi servano le seguenti: « se si osserva con attenzione... », « se si studia la questione con spassionatezza, con imparzialità, con metodo, con cuore aperto, senza preconcetti, senza pregiudizi, con giustizia... » ecc., le quali appunto promettono all' ascoltatore che si dichiari convinto, la lode di spassionato, imparziale, giusto, senza preconcetti e così via ; sono dunque frasi *adulative - premiative*. Quelle puramente adulative sono più semplici, come : « lei è troppo intelligente, troppo giusto, troppo fine, ecc. per non capire che... »

Ad esse fanno da parallele le *frasi minative*, che inducono a credere una cosa facendo balenare per aria il timore che non credendola si passi per sciocchi per malvagi e così via; ad esempio: « anche una persona di media intelligenza... », « non occorre esser Galileo per capire... », « lei non è così sciocco da ammettere... », « bisogna essere credenzoni come un contadino... », « perfino un asino non ci cascherebbe... », « neanche fra briganti si agisce così... » ecc. ecc. Nella stessa categoria di queste frasi entrano certi aggettivi che hanno ormai un senso tanto vago quanto, però, pieno di misterioso rispetto, e di cui si giovano spesso gli scienziati popolari nelle loro liriche in prosa a favor della scienza, e gli oratori popolari per i loro bisogni polemici; tali sono: sacro, eterno, giusto, naturale, vero, scientifico, umano, buono, bello, patriottico, tradizionale, schiettamente democratico, nobile, ecc. ecc. che usati come molti li usano sembrano pieni di profondi e delicati pensamenti, mentre non significano nulla. L'essere stati adoprati per tutti gli usi, e l'essersi messi al servizio di tutte le cause, li ha vuotati di qualsiasi contenuto pratico e reale, e ne ha fatti dei semplici segni di riconoscimento. Sono, per dir così, i galloni e le decorazioni delle idee; un'idea per essere accettata dai più, bisogna che sia santa, vera, giusta ecc., appunto come un personaggio per esser ricevuto in certe case deve avere l'abito nero e la cravatta bianca, oppure quei tali e tali titoli di nobiltà, o quelle tante e tante migliaia di franchi alle Banche. Siccome costa assai poco dare quelle decorazioni alle parole, così in generale se ne vede una gran profusione; ma malgrado la loro abbondanza sembra che non perdano le grazie del pubblico, che

Gli aggettivi
onorari

sempre fa loro tanto di cappello. Si potrebbero perciò chiamare gli *aggettivi onorari*.

Fraasi allettative

Possono seguire ancora nella stessa categoria le frasi che si possono studiare bene, nella maggiore ricchezza di repertorio e nel loro migliore impiego, presso i commercianti, i ciarlatani, i commessi-viaggiatori, i rappresentanti, ed affini: le *frasi allettative*. Esse si rivolgono o alla merce da vendere, elogiandone la semplicità, facilità, comodità, bontà, durata, buon mercato, eleganza, moda, ecc. — oppure al compratore vantandone l'intelligenza, il tatto, il gusto, l'abilità quando sceglie la merce. Tutto il commercio può essere considerato come un campo eccellente di osservazioni per un corso di *sofistica allettativa* dove si praticano espedienti psicologici quale quello di non spaventare il cliente con una cifra, offrendone una di assai poco minore, ma di minore effetto oculare, come 2,95 invece di 3,00 e 0,49 invece di 0,50; nei quali casi la perdita d'un soldo o di un centesimo è ampiamente remunerata dalla maggiore quantità di clienti che la piccola appariscente diminuzione procaccia. I doni, le lotterie, gli sconti, i ribassi, i regali dopo pagamento di fattura o per le feste, sono tanti modi di allettamento, pagati dagli stessi clienti. Le memorie di un commesso viaggiatore che sapesse osservare se stesso e il pubblico ci insegnerebbero molto in questo campo. Una delle migliori scuole di *sofistica* è il ciarlatano dei piccoli paesi, il venditore delle aste e dei ribassi, con le sue abili consecutive diminuzioni di prezzo per sorprendere l'aspettativa (« nè dieci, nè nove, nè otto... ma solo cinque lire! »), con le sue immagini pratiche (« non pagate nemmeno il dazio » — « costa più il trasporto ») e con l'immane annunzio del *fallimento*, *ribasso*, *liquidazione*, anche quando

Sofistica
commerciale

il negozio va bene. Anche la quarta pagina dei giornali, soprattutto dei grandi paesi commerciali (p. e. in Italia il *Corriere della Sera*, in Germania la *Frankfurter Zeitung*, specialmente nel foglio dedicato agli affari: *Handelsblatt*), presenta delle notevoli applicazioni dei principi dell' arte di persuadere; la concorrenza non solo ha prodotto in questi paesi un miglioramento nei prodotti, ma ha imposto anche un miglioramento nei modi di seduzione del pubblico; si è visto che non tanto dalla merce, quanto dal commesso - viaggiatore dipendeva lo smercio di un articolo; la « bella presenza » sempre richiesta nelle « offerte di impiego », ne è un sintomo. Gli americani poi hanno raggiunto il *maximum* di ingegnosità nella *réclame* che stupisce noi europei che tanto spesso poi ne sopportiamo le conseguenze e ne facciamo le spese. Presto si capirà anche da noi che le case che organizzano la *réclame* sono organismi assai più forti nel mondo di molti ministeri e di molte prefetture e che in un direttore di giornale c'è spesso una potenza maggiore che in molte altre tradizionali cariche. Il governo del mondo è più in un articolo di giornale, o nella lanciata di un nuovo modo di *réclame*, che in un discorso di ministro o in una allocuzione di sovrano.

La Réclame.

Proseguendo nella serie delle frasi per convincere, troveremo le *frasi per nascondere*, che spesso sono frasi migliorative od *eufemismi*. L'importanza degli eufemismi è poco nota, e meriterebbe uno studio maggiore di quello che non sia permesso in queste pagine. Un eufemismo soddisfa due bisogni umani egualmente imperiosi: quello di dire le cose spiacevoli, e l'altro, di dirle in modo che non offendano, o che per lo meno non se ne possa sol-

Gli eufemismi.

levare un incidente formale, e che lascino sempre una via d'uscita, un modo di ritirata, una scappatoia alle questioni e agli urti troppo netti. Per ciò si fa grande uso di abbellimenti, di miglioramenti, di addolcimenti nel linguaggio; si adoprano termini smorzati, colori più deboli, parole di doppio senso che suggeriscono e non dicono; si cerca l'epiteto moderato che sussurri e bisbigli gentilmente l'accusa o l'offesa; si ingegnano frasi introduttive o finali che facciano da miele alla bevanda amara. Così un furto diventa « un'indelicatezza »; un sodomita si onora d'essere « scolaro d'Oscar Wilde »; un imbecille qualsiasi fa figura quale « valentuomo »; un vigliacco passa per « uomo di gentile e mite animo »; un prepotente per uno « che sente di sè fieramente ». Nel *Pablo di Segovia* del Quevedo troverete un'ammirevole serie di eufemismi per significare la morte sulla forca; e sullo stesso concetto ancora più numerosi ed ingegnosi in uno dei capolavori dell'argutezza secentesca in Italia, cioè nel *Canocchiale Aristotelico* di Emanuele Tesauro. Così potrete consultare anche il *Cortigiano* libro importantissimo, uno dei pochi libri italiani che sia divenuto internazionale. Gli uomini maturi, i giovani arrivati, i giornali saggi, usano chiamare persone pericolose, impetuose, pazze, e magari villane, tutte quelle che non usano gli eufemismi. La « buona società » ha il culto e la specialità degli eufemismi; l'amante d'una signora è il suo « amico » o la sua « relazione »; avere un figliuolo si dice « avere una conseguenza » e così via. L'arte della conversazione, della società, del salotto, non è che l'arte dell'eufemismo, l'arte di non dire le cose letteralmente, ma sotto velature facili a penetrare con la malignità, l'arte delle allusioni, dei sottintesi,

dei polisensi; una persona « per bene » non dirà mai una cosa, ma « la farà capire ». Non v'è cosa che urti tanto l'uomo timido (e in generale l'uomo sociale è un vigliacco) come il termine nudo e crudo. Egli ha bisogno di ingoiare le sue pillole sotto cialda, e i suoi lassativi mescolati ad aromi. Teme le sensazioni troppo forti, le frasi che son come doccie, le parole che fan l'effetto di pugnali, tutto ciò che non ammette ritirate, complicazioni, compromessi. Bisogna tradurgli le verità nel suo linguaggio abituale di mezze verità e di semi affermazioni perchè possa digerirla. A questo patto, e con molte cautele, lo si potrà fare andare più lontano di quel che non crede. Come i vigliacchi egli va condotto fra i precipizi con gli occhi bendati, e ai duelli con la credenza che le palle sono di cioccolata; allora forse farà la figura d'un gentiluomo pieno di coraggio.

Passando dai mezzi forniti dal linguaggio ai concetti persuasivi, troviamo primo di tutti uno dei grandi alleati del persuasore: *il tempo futuro*. Esso si presta gentilmente, vuoto com'è, ad essere riempito di tutte le nostre speranze e di tutte le nostre previsioni. Non dice di no a nessuno; è il *refugium peccatorum* dei poeti senza gloria, degli inventori falliti, dei politici senza successo, degli amanti dissillusi. Tutti rimandano le loro vendette e i loro odi al futuro, come a un giustiziere generale. Col « chi vivrà, vedrà », « Dio non paga il sabato », « ride bene chi ride l'ultimo » il popolo si consola e spera nel suo protettore: il futuro. I maligni e i pessimisti dicono che anche il Paradiso e l'Inferno abbiano la stessa origine e lo stesso valore di calmanti illusori contro i malanni e le ingiustizie terrestri. Il persuasore dovrà servirsene; egli dovrà dirigere le menti

Il futuro.

da convincere agli effetti *futuri* di ciò che propone; là la sua fertile e servizievole immaginazione non troverà multe nè cancelli per dipingere in piena libertà la bontà, l'utilità, l'efficacia, la durevolezza, la sicurezza ecc. delle sue proposte. Nessuno potrà contraddirlo coi fatti; l'esperienza, questo noioso impaccio, non metterà bastoni fra le ruote del suo carro. Le sue profezie non potranno essere tacciate di false, soprattutto se saprà mettere il tempo in mezzo che occorre perchè siano dimenticate quando han già prodotto l'effetto voluto. Senza contare che nel frattempo gli avvenimenti posson fornire un numero infinito di presenti sufficienti perchè esse non si verifichino.

Gli Oracoli
e le Profezie.

Inoltre c'è la scappatoia di formulare le profezie in modo ambiguo tale da permettere un'altra interpretazione se non si avverano; come l'oracolo di Delfo che prometteva la vittoria agli Ateniesi se si fossero difesi in *mura di legno*; il che poteva esser preso letteralmente come obbligo di costruire mura di legno, o poteva esser preso allegoricamente per significare il rifugio sulle navi. Di questi esempi gli oracoli antichi sono assai ricchi e basterà consultarne la raccolta. Una delle raccomandazioni da farsi in questo genere di sofistica, cioè la *profetica*, è di conservarsi sempre abbastanza vaghi per potere in quella vaghezza fare rientrare tutti i possibili avvenimenti futuri. Le *grazie* e le preghiere per ottenerle sono un eccellente esempio dei servizi che può rendere il futuro; giacchè se la preghiera, il sacrificio, il voto ecc. non ottengono gli effetti richiesti, vi è sempre modo di dire che tale preghiera, voto, sacrificio non era sufficiente, completo, puro, adatto ecc. ecc. Così tutte le promesse condizionate permettono largamente di cavillare e di sofisticare sull'adempimento delle condizioni. Molte

compagnie di assicurazione calcolano appunto sulla difficoltà di stabilire il genere di morte, le possibili infrazioni e mancanze o ritardi di pagamenti etc. per diminuire il numero delle quote da versare in adempimento alle loro promesse. In tutte le cose forse promettere a pronta scadenza è bene, meno che nella sofistica profetica. I *romanzi sociali* non sono perciò un semplice sfogo poetico di immaginazioni costruttive, ma vere e proprie operazioni persuasive, e per quanto i loro autori non abbiano mostrato nessun ritegno o pudore in fatto di previsioni, e non si sian peritati a determinare perfino il *menu* e le ricette della futura cucina del XX° secolo, non hanno punto perso la loro voga e la loro importanza. L'uomo non vive solo di pane, ma anche di sogni, soprattutto di sogni; senza le Fate Morgane che gli forniscono il compiacente orizzonte del futuro, non si muoverebbe forse con eguale velocità. Nè c'è da temere mai che si stanchi. Si è ricchi produttori di speranze per quante mai volte ci abbiano illuso; promettere e promettere agli altri, promettere e promettere a se stessi è un metodo infallibile per agire. Difficilmente viene l'ora del disgusto e della diffidenza, e un profondo italiano ha notato, per quanto straordinario razionalmente, questo fatto: « Ancora che uno abbia nome di simulatore o di ingannatore, si vede che pure qualche volta gl'inganni suoi trovano fede. » Il « *se con il futuro* » sarà perciò una delle frasi abituali di colui che persuade; egli dovrà porre la convinzione che vuole inoculare quale biglietto d'ingresso necessario e sufficiente a certe felicità e giovamenti futuri. Ci si convince facilmente quando si vedono i vantaggi della convinzione. Magari si comincia col dire che ci si convince, poi con l'andare del tempo, il be-

Romanzi Sociali.

nessere o l'interesse che si ottiene con la convinzione formale opera su noi, si mescola ad essa, e produce una convinzione reale. Molti convertiti politici per interesse finiscono per diventare sinceri. La maschera, come nella favola dell' *Ipocrita Santificato* del Boulestin, modella il loro volto.

Il passato.

Ma questo è un punto cui applicare il principio dell'adattamento alle persone da convincere. V'è una sorta d'anime che si persuade meglio con il *passato*; sono anime con gli occhi dietro la testa; hanno orrore d'andare in avanti, come quelli con gli occhi davanti hanno orrore d'andare all'indietro. Sono i *moderati*, i *reazionari*, i *misoneisti*, i *laudatores temporis acti*, quelli che il Wells ha chiamato a formare il *tipo legale* dell'umanità, cui oppone il *tipo legislativo*. « Mentre dal primo punto di vista la nostra vita consiste semplicemente nel raccogliere le conseguenze del passato, dal secondo consiste nel preparare l'avvenire. Si potrebbe chiamare il primo tipo di spirito, il *tipo legale* o sottomesso, poichè l'educazione, le funzioni, le occupazioni del legista lo dispongono a questa tendenza; esso, fra tutti, deve riferirsi alla legge accettata, al diritto riconosciuto, al precedente fissato, e deve per forza ignorare e condannare la cosa che cerca di stabilirsi. Si potrebbe, per contrasto, chiamare il secondo tipo di spirito, il *tipo legislativo*, creatore, organizzatore o sovrano perchè perpetuamente attacca e modifica l'ordine stabilito, allontanandosi sempre dal rispetto accordato a ciò che ci viene dal passato. Egli vede il mondo come un immenso cantiere e il presente non è per lui nulla di più che materiale per l'avvenire, per le cose che debbono essere. Egli vive in un mondo attivo di pensiero, mentre l'altro esiste in un mondo passivo..... Dice

lo spirito legale: — Certe cose sono avvenute, e per causa di esse noi siamo qui; dice lo spirito creatore: — Noi siamo qui perchè certe cose debbono essere. » Con il primo tipo varrà assai il dire in vostro favore che le idee che presentate sono nuove, giovani, ultima moda, *dernier cri, just out, soeben erschienen*, idee avveniriste, — con il secondo tipo è consigliabile invece dimostrare che le vostre idee sono vecchie, vecchissime, comuni, che corron per le strade e che risalgono alla più remota antichità e sono ripetute in tutti i libri classici. Qui vi gioverà assai il *principio di autorità*; è vecchio come il mondo, ma è sempre egualmente possente, anche su quelli che lo fischiano, perchè appunto spesso lo fischiano.... per principio di autorità: cioè, perchè A, B, C, Z, che stimano ammirano seguono, hanno detto che lo fischiano e che è bene fischiarlo. Sebbene ora poco alla moda (in teoria e a parole — ma in pratica come sempre assai usato), il principio d' autorità non è così nocivo come si è voluto sostenere. Si può cominciare con l'osservare che *l'ipse dixit* ha delle ragioni molto opportune di economia mentale, sia col risparmiare a molta gente che non può per debolezza o per altre occupazioni darsi alla poca proficua professione di pensatore; sia perchè permette una gerarchia mentale, facendo in modo che un ordine più volgare di pensieri non disturbi uno superiore; sia col rendere inutile una troppo dispendiosa e lunga ripetizione delle esperienze. Non è soltanto la teologia che usa il principio di autorità, ma è anche la scienza e la vita comune. Gli storici delle scienze non ignorano il misoneismo scientifico; le teorie nuove incontrano sempre opposizioni per causa delle autorità che combattono. Le teorie si

Il principio
di autorità.

identificano con l' uomo e si impersonano in una persona, e per vincere non han tanto bisogno di trovar prove, quanto di vedere la morte di avver-sari altolocati nella gerarchia scientifica. La celebrità per una scoperta fa presumere favorevolmente quando se ne annunzia un'altra da parte dello stesso scopritore. Il valore di una teoria passa per parentela ad un'altra generata dalla stessa mente. Nè importa se il campo è diverso, se una teoria è di biologia e l'altra di metafisica; avere scoperto certe onde elettriche e il modo d' applicarle può far sedere al Senato; avere ideato una teoria biologica fortunata può essere un titolo a parlare di sociologia. Le folle sono dell' opinione di Carlyle: che il genio sia genio dovunque si applichi. È un ragionamento comune anche presso gli scienziati quello di citare come corroborante un' idea, il fatto che in favore di essa sia la firma d' un illustre scienziato. Anche le idee scientifiche hanno bisogno di avalli e ci si fida naturalmente ai direttori di case che hanno bene speculato. Il principio di autorità in scienza non è che un' applicazione del principio del credito in commercio. Non si può stare in commercio senza avere buone « referenze »; così il persuasore nella concorrenza con gli altri del mestiere dovrà avere sempre una buona raccolta di *autorità* sulla *questione* che vuole trattare, anche se estranee ad essa, purchè siano celebri, o accompagnate da titoli ufficiali o da quegli aggettivi onorari di cui ho parlato poco prima. In politica, ad esempio, tutte le autorità sono buone, e così in morale e in commercio. Citare poeti, soldati, banchieri, scienziati, sacerdoti, fondatori di imperi o di religiosi è la stessa cosa per chi vuol persuadere. Se un oste potesse dire che il suo vino piace a

Gabriele d'Annunzio e a Fregoli la sua fortuna sarebbe fatta, per quanto la professione del primo o quella del secondo abbia poco a che fare con quella del buongustaio. Ma sul pubblico il nome celebre, anche se celebre per delitti, fa sempre effetto. Una modista di Parigi che avesse potuto citare M.^{me} Humbert fra le sue clienti, avrebbe avuto un successo. Così è in morale: il distico d' un poeta vale la massima d' un pensatore; così in politica, dove il detto d' un soldato di ventura ha effetto quanto la finezza d' un diplomatico. Sarà però naturalmente opportuno d' avere sempre una grossa fornitura di autorità a propria disposizione, ma ben distribuite *pro* e *contro* in ogni questione, perchè se taluno cita un poeta si possa gettargliene addosso una diecina, e per uno scienziato si abbiano in serbo venti filosofi e così via. Quando se ne sia a corto si può adoprare anche il mezzo di *screditare le autorità dell' avversario*; il tale è invecchiato, il tal altro è uno sciocco, il terzo è troppo giovane, questo è incompetente, quest' altro è interessato, un ultimo è citato inesattamente; così si eliminano questi noiosi fautori dell' avversario che dal passato vengono a introdursi nella nostra questione. La convinzione essendo, come più tardi vedremo, un affare di suggestione, l' argomento delle autorità è assai importante.

Esso è aiutato anche dalla generale tendenza umana a fare come i più; per i più *M. Tout le monde* è la maggior autorità che esista in tutte le scienze. Molte persone si rifiuteranno a fare o a pensare una cosa finchè voi non riuscirete a dimostrare che è fatta e pensata da tutti; allora proveran vergogna di non averlo fatto e pensato prima, e diventeranno dei neofiti troppo entusiasti. Perciò i *luoghi comuni*,

I luoghi comuni. che son da evitarsi come causa d'etisia da parte di chi cerca l'originalità, diventano invece un eccellente siero della persuasione. Essi sono « autorità » rafforzate dal « consenso universale » e spesso accompagnate da « aggettivi onorari ». I luoghi comuni sono molto giovevoli in quanto si possono anche facilmente adattare a qualunque scopo e riempire di qualunque materia, e per di più sono abbastanza abbondanti per servire a tutti i fini dei mercenari.

Nella vita comune del resto il *principio di autorità* è usato giustamente tutte le volte che si tratta di cose tecniche, di mestieri, di arti, di conoscenze, dove le esperienze speciali di un dato individuo, i suoi istinti ereditari, le sue abitudini continuate, gli hanno dato un certo tatto e senso cui bisogna fidarsi senza ragionare. Come facciano i contadini a conoscere il tempo, i marinai a preveder le burrasche, gli artritici a presentire la pioggia, i piccioni viaggiatori a ritrovare il colombaio, certi individui a indovinare le sorgenti sotterrane, le guide alpine a scoprire le strade, ecc. ecc. sono tutte cose che sfuggono al puro ragionamento, e rafforzano il principio di autorità. Su quei campi non v'è educazione nè scuole che facciano, e bisogna fidarsi nell'*intuizione* dell'individuo. Molti altri poteri umani sono della stessa specie, come l'arte del capitano, quella del giuocatore di scacchi, dell'indovino del pensiero, del suggestionatore di gabinetto e di piazza, del chirurgo, del medico, ecc. ecc. sebbene gli strumenti di cui si servono nascondano la loro origine intuitiva. Una delle idee principali di Socrate, una delle sue preoccupazioni — giacchè si tratta d'un uomo a idee fisse — era quella della preminenza dei tecnici ; ogni artista speciale doveva

essere maestro nella sua materia, il medico nella medicina, il ginnasta nella ginnastica e così via. Ma quest'idea giustissima andrebbe modificata nel senso che ogni specializzato può fornire i *migliori mezzi* in ciascuna arte, ma non può darne i *fini* e l'*applicazione*; un medico può studiare ed essere il vero competente sulla quantità di cocaina da iniettare a un malato per poterlo operare, ma non è il vero competente quando si tratti di sapere se l'operazione deve farsi o non deve farsi. Questo è campo di un'arte superiore. — La *specializzazione* non fa che riescire al principio di autorità; i *doni di natura*, ne sono pure una base e una giustificazione; la *suggestione* ne ha bisogno e l'adopra. Ma nel suo uso bisogna essere cauti, giacchè *non tutte le « autorità » sono adatte a tutti gli ascoltatori*. Per la ragione che la convinzione è sempre un *fatto personale* bisogna porsi sempre al *punto di vista* dell'avversario o dell'ascoltatore. Bisogna fare come i primi apologisti del cristianesimo che ai pagani citavano i loro poeti e moralisti che andavano d'accordo con le dottrine di Gesù. « Monstrabimus vobis idoneos testes Christi illos ipsos quos adorabis » dice Tertulliano. Tutte le religioni del resto, per poco abili che ne fossero i propagandisti, debbono aver fatto lo stesso. Anche i Babi moderni adottano il Vangelo per i Cristiani, il Corano per i Maomettani, la Bibbia per gli Ebrei e via dicendo. Ed è una singolare e ben nota confessione di San Paolo, laddove dice: «...mi sono fatto servo a tutti, per guadagnarne il maggior numero. E sono stato a' Giudei come Giudeo, per guadagnare i Giudei: a coloro che sono sotto la legge, come se io fossi sotto la legge, ecc. ecc. » (I. ep. ai Cor. IX, 19-21). È stato

sempre un buon artificio quello di usare le armi stesse dell' avversario per vincerlo.

L' omerismo.

In fatto di « autorità » il più curioso esempio è quello delle *autorità poetiche*, non già dell' autorità che nella vecchia retorica avevano certi trattatisti come Orazio ed Aristotile, nè certi poeti che erano presi a modello come Omero o Virgilio, ma della venerazione di cui han goduto certi poeti, stata sfruttata dagli artisti della persuasione per commuovere le persone. L' *omerismo* dei greci è qualcosa di ridicolo ; Omero nel quale sono pure scarse le parti gnomiche era veneratissimo fra i Greci come gnomico e veniva fatto servire alla politica e alla morale dai demagoghi e dai sofisti. Essi intessevano i discorsi con paragoni dall' Iliade ed esempi dall' Odissea, perchè una parte della venerazione popolare di quei versi si riversasse sui loro argomenti e sulle loro persone. Quei versi fra la loro prosa rendevan più familiare il discorso, e facevan partecipare i ragionamenti della loro santità. Bisognava a quei tempi sapere Omero a memoria, ma più ancora saperlo tirar fuori a proposito, e piegarlo a tutti i bisogni. Ogni paese ha avuto il suo *omerismo* ; Dante per gli Italiani, Shakespeare per gli Inglesi e Schiller per i tedeschi, sono quel che era Omero pei Greci. Tutti tendono a farseli propri, ad averli alleati ed antenati ; tutti li voglion citare. In Italia cosa non è stato Dante ? perfino patriotta e perfin socialista. Uno dei metodi di usare il principio di autorità è quello della *ricievocazione* di personaggi morti. « Cosa direbbe Cristo ? » — « cosa farebbe Dante ? » — « quale sarebbe la indignazione di Mazzini ? » — « ah ! se tornasse Garibaldi e vedesse... » — ; tale metodo è veramente comodo, perchè naturalmente il personaggio che non può negare o protestare,

vi serve con tutta fedeltà. Un altro metodo pure impiegato, ma più pedagogico, è il *paragone*: « Non così avrebbe uno dei martiri.... » — « Il confronto con l' esempio di Savonarola è schiacciante..... » — « Usavano i guerrieri antichi come Epaminonda.... » etc. etc.

Nella persuasione le *teorie generali*, perdendo il loro solito ufficio di strumento di conoscenza, servono molte volte a captare l' assenso dell' ascoltatore per permettere al persuasore l' accesso libero a qualche punto particolare. Esse servono a prendere *il più*, nel quale l' ascoltatore non riesce a scorgere compreso il *meno*, e poi con sua meraviglia e dispetto, a trarlo fuori. Esse impongono il *caso generale* che appunto per la sua generalità sembra innocuo e ne deducono poi il *caso particolare* che interessa. Per esempio scelgo quello della battaglia in favore della teoria « l' arte per l' arte »; essa non è stata, in generale, che una scusa onorevole, un pretesto teorico, una veste decente per scrivere contro la morale e in favore della pornografia; le celebri prefazioni di *Mademoiselle de Maupin* e delle *Postuma* (quest' ultima non poco eco dell' altra) sono seguite appunto da pagine pornografiche. Non osandosi sostenere troppo apertamente la tesi che certi poeti veramente sentivano, che l' arte è immorale, si è detto che l' arte è amorale e questo ha dato il permesso di non farla mai morale. Così le teorie generali sono pericolose imboscate in cui bisogna guardarsi dal cadere; c' è da pensarci sopra due volte prima di dichiararsi convinti d' un principio, e partigiani d' un idea generale. Quanti accettano a parole nella vita una infinità di idee generali ed ignorano quanto li annoierebbe il darsi la pena di applicarle rigorosamente e l' esaminarle senza scrupoli fino alle

conseguenze ultime. Una delle necessità della vita è d' esseri poco profondi in logica e molto superficiali riguardo alle nostre così dette « credenze » e ai nostri così nominati « principi ». Nessuno sa di portare in sè germi infiniti di terribili malattie di scrupolo e di bile e di dolore ; una delle potenti armi del persuasore può esser questa. Essa può servire sia a fare abbandonare una teoria mostrandone le conseguenze, sia a farla accettare con lo stesso metodo di previsione. L' uomo difficilmente resiste alla puntura di questo pungolo essendo egli molto desideroso di mostrarsi coerente. Non tutti hanno il coraggio e il cinismo della contraddizione.

Gli esempi.

Gli *esempi* servono alla persuasione nel modo inverso delle teorie generali ; soltanto il lavoro sarà più lungo. Bisogna fare accettare come gradito, imitabile, bello ecc. un esempio, per trarne una teoria dalla quale possa poi scaturire la questione particolare di cui si tratta. L'abilità del pensatore consiste nel sapere scegliere un esempio lontano dalla discussione, che non possa suscitare sospetti, e trarne una teoria che pure possibilmente non ecciti diffidenza e permetta una facile estrazione o applicazione al caso che è in discussione. La metodica delle teorie e degli esempi è una metodica che in strategia si direbbe d' « avvolgimento di fianco » ; è un « girar la posizione ». Era questo il metodo del sofista Socrate (come lo chiama un contemporaneo) quando cominciava a fare quelle sue questioncelle insulse su cose da nulla, ben lontane in apparenza dall'oggetto della discussione ; dalle quali poi, per via di « perciò » e di « dunque », di interrogazioni ingenuie ed abilmente mascherate, riesciva a trarre l' avversario sul terreno dove voleva, avendogli fatto accettare come buona quell' arma inferiore o

debole che gli aveva lui stesso fornito per vincerlo. Così ci appare nei dialoghi di Platone; ma è da supporre che le cose non dovessero andar sempre così bene come il discepolo le narra, e che se qualche altro sofista ci avesse lasciata la relazione di Gorgia o di Protagora, l'esito sarebbe stato favorevole a questi due maestri. In ogni modo è da tenere conto che il metodo socratico è il metodo della furbizia e della scaltrezza, della finta ingenuità e della ignoranza mascherata, in contrasto con quello dell'audacia ciarlatanesca di un Polo o di un Prodicò. Non sempre i ciarlatani vincono e spesso un contadinotto rozzo, ma con la sua furbizia mascherata da dichiarazioni di ignoranza, riesce a metterli in mezzo, e a giuntarli meglio dei truffatori di mestiere.

Si tratta qui anche della *attitudine* da assumere discutendo o provando, se quella arrogante violenta, impositoria, o quella umile e bonaria. La prima è più suggestiva, l'altra è più insinuante. Convien conoscere i momenti e le persone per scegliere una delle due. Ad esse corrisponde pure un altro bivio, quello sul *contradire* apertamente o l'*accettare* fintamente. Il primo alle volte riesce meglio, impone la propria personalità; altre volte serve perchè eccita l'avversario e lo fa sragionare e sostenere la sua tesi più radicalmente di quel che non gli convenga, esagerandone così i difetti.

Ma con le persone timide è bene talora avanzare le obiezioni *in persona terza*, o *impersonalmente*, o sotto il nome di qualcheduno conosciuto per essere un patrocinatore già compromesso; così: « ma il tale potrebbe obiettare... » — « ma si potrebbe osservare... » — « e chi sa che lo Spencer non avesse a rispondere,, » — « per quanto non sia di questa

L'attitudine

opinione, pure si troverebbe chi sosterrebbe... » — etc. etc. Questo modo di fare insinua più abilmente il dubbio, toglie ogni odio di persona, non spaventa troppo il nemico, non obbliga a compromissione e lascia sempre libera la ritirata : — « Ah ! ma io non sono di questo parere... » — « Neanche io penso come il Newman che... » etc.

L' ironia.

Con frasi simili si può introdurre anche l' *ironia*, uno dei più acuti e sicuri mezzi di convinzione. Non tanto per convincere direttamente l' oggetto dell' ironia (che anzi può esasperare e assodare di più l' avversario) quanto gli spettatori ed ascoltatori. Nella storia ironista e persuasore han fatto spesso una sola cosa, da Luciano a Swift. Chi ha dalla parte sua il riso, è il vincitore ; il ridicolo uccide più di mille ragionamenti. La prima cosa che bisogna accaparrarsi è il partito delle persone di spirito ; in fin dei conti è più lo spirito che non la ragione che governa il mondo. Le teorie del Delitzsch eran più forti di quelle del Lassalle, ma l' ebreo era più fine del tedesco e la vinse. L' uomo è un essere così vilmente sociale che ciò che teme soprattutto è lo scherno del gregge, perciò il persuasore dovrà fare in modo di prendere il lato che si presta meglio a deridere l' avversario. La vecchia retorica insegnava le frasi di indignazione, ma non sapeva che un umorista fa più d' un profeta ? che importa se lo spirito è poco duraturo, e dei *sali* dell' antichità ve ne sono così pochi che ci accontentino, e che delle burle medioevali così poche ci piacciono, cosa importa ? vincere con un *calembour* o vincere con un *sorite* è la stessa cosa, purchè si vinca ; e vincere nel primo modo ha qualcosa di leggero e leggiadro più simpatico e meno grave dell' altro. Nè bisogna poi gridar troppo contro la *superficialità* dell' iro-

nia, che anche come processo conoscitivo non è cattivo, ed è come la prova cruciale di certe teorie, giacchè col farne la esagerazione ne fa risultare meglio i difetti, e indica ai combattenti più seri, ma meno arguti e acuti, i lati deboli da colpire. Ma non più in là si estende l'ironia; suo dominio persuasivo è nella critica, nella distruzione, nell'assalto. Quando però si tratti di costruire e di rinnovare, allora la fede, il calore personale, l'azione, l'entusiasmo, le grandi frasi che ne tengono il posto, sono assai migliori coefficienti di persuasione.

Qui è il posto adatto per una interessante questione: è migliore persuasore di un'idea quello che la sostiene per interesse o quello che la sostiene per arte? A prima vista pare che sia quest'ultimo, e lo è certamente per quanto riguarda la parte meccanica della persuasione. Infatti chi non ha fede cieca sarà abbastanza abile da nascondere quei difetti che le sue idee possono avere, e da portare i suoi sforzi e la attenzione degli ascoltatori soprattutto sulle parti migliori. Se v'è qualcosa che possa urtare i gusti e le abitudini di chi vuol convincere, non insisterà, sorvolerà, accennerà appena; mentre quando capirà che qualche lato piace, subito lo svilupperà con ardore. Preoccupato più di fare accettare le sue idee che innamorato delle idee stesse, avendo in mente piuttosto gli effetti pratici che la verità loro, volendo sfruttarle più che propagarle, il pensatore non convinto, l'apostolo falso, l'oratore di mestiere sarà più abile, più scaltro, più sicuro della meccanica della convinzione, adopererà gli argomenti a tempo, non appoggerà troppo sui lati antipatici e saprà, di quando in quando, correggere le teorie troppo radicali e i fatti un poco contrari, facendo dei compromessi con le coscienze e degli accomo-

Persuasori
convinti e per-
suasori ipocriti.

damenti con la realtà. Coloro invece che han fede ed entusiasmo cieco, gli apostoli nati, non comprendono, disprezzano e quando lo scorgono insultano l'altro tipo di persuasore; essi vogliono fare camminare le loro idee tutte intere e complete, quali sono, senza sottintesi e senza sotterfugi, dando eguale importanza a tutti i loro lati e a tutte le loro applicazioni, malgrado che in pratica il sistema si mostri sfavorevole; essi preferiscono non fare nulla al fare a mezzo, e rifiutano di smorzare le loro espressioni e di togliere qualche frase secondaria ai loro programmi, anche quando da questo possa dipendere la vittoria reale delle loro idee; Mazzini è stato uno dei tipi di questo genere; i nostri politicanti d'ogni specie sono i tipi del primo.

Tutto o nulla

Molti episodi storici impersonano queste distinzioni, che ricordano la frase di Enrico IV: « *Parigi val bene una messa* » — e l'« *Aut sint ut sunt, aut non sint* » dei Gesuiti, i quali ultimi, caso strano, sono invece conosciuti e leggendari per gli accomodamenti e per i sotterfugi inventati a fine d'ottenere l'arrosto delle cose, lasciandone il fumo. Intanto è da notare che l'attitudine Dantesca — per opporla a quella Machiavellica degli accomodamenti — ha pure il suo giovamento; ed è che gli apostoli radicali riescono meglio a trasmettere la fede; faranno meno discepoli, ma saranno più saldi degli altri; diffonderanno un minor numero di idee, ma quelle saran meglio radicate. Non solo: discepoli e idee generate avranno un midollo più solido e più vivace; i primi non si lasceranno facilmente abbattere dalle contrarietà, nè disperdere dalle persecuzioni, nè corrompere dagli avversari; le altre godranno d'una felice separazione da tutte le congeneri, non sarà possibile il mescolarle e il con-

fonderle ; agli uni e alle altre sarà passata in eredità qualcosa della individualità del maestro. E perchè? perchè con tutta la loro inabilità dialettica la suggestione degli apostoli convinti è maggiore di quella degli ipocriti. Essi non operano tanto con la parola, quanto con la persona. Le loro idee vanno sotto la protezione delle loro azioni, della loro fama, dei loro aneddoti, delle loro leggende ; convincono più col farsi vedere che col farsi sentire ; uno sguardo loro può più d'una frase. Quel non so che che si sprigiona dal loro essere intimo, che li fa come trasudare la fede, è ciò che vince e commuove più di tutte le abilità dell'artista e del tecnico persuasivo. Spesse volte, anzi, si può dire quasi sempre, le qualità intellettuali sono maggiori negli apostoli di mestiere, ipocriti o dilettanti ; i propagandisti più efficaci delle religioni, cioè quelli dotati del dono della persuasività, sono più che dozzinali ragionatori, e più che mediocri eruditi. Come questa separazione dell'intelligenza dal potere di azione sugli uomini confermi il fondamento dell'arte persuasiva, è facile vedere.

Tornando all'ironia si può notare come una sua sottospecie persuasiva *la caricatura*, la quale non è spesso che un mezzo efficace di persuasione, tanto che taluno ha voluto trovare l'essenza della caricatura in un atto morale, cioè in un'azione persuasiva. Essa serve a combattere una teoria col mostrarne l'esagerazione, o col metterne in ridicolo i sostenitori. La caricatura ha dunque anche un ufficio conoscitivo ; cosa sono molte caricature, se non seri *esempi* di teorie? o sue *esagerazioni*? è perciò di grande utilità conoscitiva, mostrando certi caratteri in modo più chiaro che con la semplice esposizione astratta. Inoltre è uno spediente per fare

La caricatura

agire quel *metodo del futuro* di cui abbiamo discusso, giacchè suggerisce a chi la vede dei ragionamenti basati sul futuro: « Sarebbe come se... » — « Se esistesse... » — « Accadrà che... ». Un eccellente esempio di ciò sono state le caricature della teoria evoluzionista quand'era di moda. Ma più di tutto la caricatura è stata adoprata per coinvolgere nelle teorie gli individui che le sostengono. Difficilmente l'uomo comune (che ha un senso terrestre più forte di tutti gli *abstracteurs de quintessances*) può scompagnare l'idea dal suo apostolo. Poco o tanto egli ne sembra il padre, e la teoria dell'eredità è più comunemente ammessa per le idee che per gli uomini. Le idee oneste d'un malfattore puzzano di tranello; e l'idea della separazione fra l'uomo pratico e l'uomo teorico ripugna ai più. Perciò fa più male al socialismo un compagno ladro che cento volumi di polemica seria; e quando siete ridotti all'estremità riuscirete a sopraffare un avversario dicendo che ha ucciso suo padre: nessuno gli crederà più. La morale è per il popolo la bilancia, con la quale pesa le idee che non può valutare.

Argomenti ad
hominem

Gli argomenti debbon esser sempre personali. L'importante non è tanto di dire: « ciò è contraddittorio » — ma: « tu ti contraddici ». Di qui due grandi abilità nel discutere: quella di trarre sempre dalle idee generali l'applicazione odiosa per l'avversario, e dai casi particolari l'idea generale favorevole per sè.

Altre regole da osservare sono le seguenti. Bisogna *chiedere più per prendere meno*; tener conto che v'è sempre una perdita, come c'è fra le calorie del carbone e i cavalli-forza forniti da una macchina; rammentarsi di fare come i negozianti che

aspettano un cliente solito a mercanteggiare; calcolare che gli uomini sono pigri lenti incapaci d' afferrare subito le idee, non troppo disposti a credere e a perdere. Perciò giova *l' esagerazione*; giova dire *sempre* invece di *spesso*, *mai* invece di *qualche volta*, *mille volte* per una diecina, ma con l' avvertenza di sapersi fortificare contro una più o meno probabile smentita osservando che sono questi *modi di dire*, che *non vanno presi alla lettera*, e che *mille volte per molte volte*, *l' altro giorno per tempo fa*, *il più brutto paese del mondo per un paese molto brutto*, sono modi avverbiali e iperbolici di dire, su cui tutti sono soliti fare la tara senza taccagneria e pedanteria. L' uso di queste frasi o quote imprecise, molto vaghe e dilatabili a volontà e stiracchiabili secondo i più vari bisogni, rende grandi servizi, permettendo, se il futuro contraddice, o un' indagine più acuta precisa meglio, di sfuggire alla contraddizione.

L' esagerazione

Bisogna sapere usare delle *assunzioni tacite* (come le chiama Gian Falco) cioè di quelle ammissioni di fatti, giudizi, eguaglianze, valori e così via, su cui si fonda tutto un ragionamento, senza che mai facciano la loro apparizione. Perciò appunto, perchè non facendosi vedere non prestano il loro fianco alle critiche, sono utilissime. Esse scaricano la loro conclusione come batterie nascoste prima che il nemico si accorga che ci sono. Come esempio posson valere questi: « *Un autore tedesco e quindi pesante...* » — « *Un inglese e quindi uomo pratico...* » -- In queste frasi sono sottintesi i giudizi che: « ogni tedesco è un uomo pesante » — « in generale tutti gli inglesi sono pratici ». In tutte le conversazioni, ma spessissimo anche nei libri e quasi sempre nella vita noi partiamo da *assunzioni tacite*,

Assunzioni
tacite

che richiamano poi pregiudizi, associazioni personali, luoghi comuni ecc. e che hanno tutte quante il carattere di quelle frasi sopra descritte.

Uso del
sospetto

Bisogna sapere usare di certi mezzi più nascosti per convincere alcuni che sono paurosi; e uno dei migliori è il *sospetto*. Insinuare il dubbio con dei *ma*, dei *se*, dei *forse*, dei *potrebbe darsi*, dei *chi lo sa*, è molto più diplomatico del prendere le cose di fronte per le corna. Ma un uso meno noto del sospetto è quello per *generare l'azione* in una persona; ma questo con le forme precisamente di chi sconsiglia, di chi fa vedere difficoltà, di chi non crede e di chi sfida; dire a un birbante che *non sarebbe capace* di rubare in una certa casa nota per la sua sicurezza notturna, dire a un facchino che *non riuscirebbe* a prendere a pugni un certo uomo forte, non sono che degli abili inviti a commettere quelle azioni cui quelle persone non avrebbero mai pensato. Il *sospetto ingiusto* è spesso in mano delle persone morali, amanti delle paternali e desiderose di dare consigli, una delle più pericolose generatrici di mali che si conosca; e non a torto certo alcuni preti che mostravano al confessionale una troppo profonda familiarità con i casuisti, sono stati accusati di esser cagione appunto di peccati che avrebbero voluto fare evitare. Molto spesso il catalogo dei vizi non è che una lezione di vizi ignoti, e i meglio intenzionati raccontini morali degli eccitamenti a delinquere.

Excusatio
non
petita

Al sospetto generatore, corrisponde uno dei più notori difetti da evitare quando ci si difende contro qualche accusa, e cioè il prevenire l'accusatore rispondendo a un'accusa, non ancora pronunciata, e che viene quindi resa più valida dal nostro confessato timore.

Bisogna parlare sempre in modo da legare l'idea di cui si vuole convincere alcuno col maggior numero di associazioni mentali per renderla famigliare, e col maggior numero di associazioni mentali gradevoli per renderla simpatica. L'arte letteraria, i racconti, le parabole, ecc. giovano molto a ciò. Sono noti gli effetti di certa letteratura a tesi, come della *Capanna dello zio Tom* in favore dell'abolizione della schiavitù in America, o dei *Masnadieri* che spinsero parecchi giovani del loro tempo alla vita dei boschi e al diletantismo del ladroneccio; la *Manon Lescaut* ha fatto più per il sentimentalismo femminista e per l'idea del riscatto delle meretrici con l'amore, che tutti i trattati e gli opuscoli del mondo; così *Robinson Crusuè*, per quanto ora caduto in mano dei ragazzi, è stato un libro di edificazione assai potente. Si spinge meglio a un'azione con l'immagine viva di quella, che con la sua descrizione astratta; l'arte è un succedaneo dell'esempio, e chi non può predicare con l'opera farà bene a predicare con l'immagine. La letteratura è pure un'arma potente per la sua apparenza ingenua e scherzosa e talora chiassosa; un romanzo non spaventa come una predica, anche se contiene le stesse cose. Si può paragonare la letteratura molto spesso ai giochi, che, negli animali e anche nel fanciullo, servono, a detta degli psicologi, come avviamento ed educazione di molte realtà assai importanti nella vita, quali per gli animali da caccia è il procacciarsi del cibo o spaventare i nemici, per gli uomini la guerra, l'amore, le usanze sociali, il culto religioso. Un cucciolo che corre dietro a un fazzoletto si prepara a prendere le lepri, e due ragazzi che con uno stecco legato alla cintura galoppavano gravemente sopra una scopa, si preparano ad uc-

Uso della
letteratura.

cidere dei nemici. Così i romanzi sono spesso le *grandi manovre* della vita, le *riviste generali* delle nostre forze, e le *prove* delle nostre azioni. Il romanzo è un grande suggeritore; se dite a uno che il delitto è l'unico modo per giungere alla potenza e alla ricchezza, non farete nulla, perchè l'idea così cruda non sarà digeribile dalla sua educazione troppo tenera; ma se lo suggerirete per mezzo di novelle la vittoria sarà più facile. Anche la *poesia* dunque può essere considerata come un mezzo di persuasione, e così tutte le *arti*; queste poi anche in un altro modo, e senso. Le statue, le architetture, le pitture tendono a suggestionare l'individuo facendoli credere che ciò che ammira come bello, egli debba anche praticamente riverire ed obbedire. Esse fanno passare dal godimento estetico al sentimento morale di dipendenza verso i concetti, le persone, le cose che rivestono la forma estetico. Così un governo è grande perchè costruisce un bel palazzo; ci si inginocchia davanti al Cristo perchè la cerimonia è sontuosa; si perdona un delitto a Elisabetta perchè ha protetto le arti; e così via. C'è una mistura dell'uso dell'*autorità*, e di quello del *sofisma, estetico*. Fra i modi più comodi per far passare certe idee o certi suggerimenti d'azione sotto veste artistica, il *teatro* è il più adatto, come l'arte meno pura, più ricca d'elementi e d'infiltrazioni sociali, comoda per i suoi effetti di luce e per la sua ricchezza di realtà che permette un minore dispendio di fantasia allo spettatore.

Uso dell'arte

Bisogna, alle volte, sapere *chiedere meno* invece di *chiedere più*, purchè il meno chiesto sia tale da potere far compromettere ed obbligare in seguito al più. Occorre far muovere un primo passo, e non chiedere null'altro, quando il primo passo ba-

Chiedere meno

sti per far perdere l'equilibrio e per trascinare agli altri. E' il metodo della *compromissione*.

Come vedremo dopo, la persuasione consiste in sostanza in una suggestione. Fra i metodi di persuasione suggestionativi c'è quello di prepararsi un ambiente favorevole mediante una *diffusione di celebrità*. Si può spargere davanti a sé la fama di saper tutto e di tutto, d'aver studiato tutto lo scibile e conosciuto tutti gli uomini illustri, d'aver ricevuto gli omaggi delle folle di altri paesi, i diplomi di molte università, le lodi degli eruditi, le simpatie degli scienziati e così via. E' l'organizzazione della *réclame* scientifica. Non la sdegnano ora, tanto è potente, neppure le riviste più serie, e i libri più accademici. Tutti cercano e vogliono l'appoggio benevolente e il battesimo delle autorità più varie, da quella di un pubblico da conferenze a quella di una recensione pagata, da quella di una giunta di scienziati a quella d'un amico giornalista. L'importante è di avere delle autorità da gettare addosso al pubblico, accecarlo e carpirne il consenso. I sofisti greci venivan così nelle città nuove preceduti da grande fama e da grandi promesse; dicevano che la loro arte era la massima e la più potente, capace di fare e di disfare in tutti i luoghi dove fosse in gioco la persuasione delle maggioranze, nei tribunali, nei comizi, nelle assemblee, nei senati e così via. I ciarlatani delle piazze pubbliche non fanno in modo diverso, e le *réclames* di quarta pagina annunziano la « vendita colossale » il « grande successo » e si forniscono di « certificati » e di « attestati ». Un ambiente inoculato della fama del vostro sapere e pervaso dalla notizia di vostri altri successi, siate poi un medico o un politico, un pittore o un musicista, sarà già preparato a fare co-

La diffusione
di celebrità.

me gli altri, ed avrà già le vie della persuasione pronte ad accogliere i vostri argomenti.

Per completare l'illusione sarà utile in molti casi che abbiate se non la realtà almeno l'apparenza della cultura. La *fabbrica della coltura* potrebbe fornire i materiali per scrivere un apposito *Manuale della Ciarlataneria Scientifica e Letteraria* per non piccola parte del quale potrebbero offrire documenti interessantissimi i giornalisti, se descrivessero la loro vita e i loro mezzi per fabbricare e improvvisare il sapere, e dargli la patina della serietà e lo splendore della novità. Obbligati ad essere politici ed agronomi, storici e filosofi, biologi ed ingegneri; costretti a servirsi di tutta la scienza dei manuali, delle notizie delle enciclopedie, dei documenti di terza mano, delle nozioni dei compendi; schiavi del fatto quotidiano e della moda settimanale; limitati da certe necessità di spazio e da certe ingerenze d'azionisti o di protettori; dovendo dilagare su certi punti e ripeterne certi altri; stretti dal tempo, senza potere ponderare, senza poter ruminare, senza potere limare; pagati per avere del genio ad ore fisse, coltura per ogni occasione, aggettivi e verbi entro un numero determinato di righe; abituati a dovere tagliare gli articoli, o a doverli prolungare più del necessario; con tutti questi impedimenti, e appunto per questi impedimenti, la loro opera rappresenta il massimo sforzo della sofistica, la più sublime resistenza a ciò che può corrodere, far marcire e frantumare l'organizzazione più solida di sapere e l'ingegno più acuto. Chi si diletta a raccogliere gli strafalcioni, a enumerare le sciocchezze, a fare paralleli di contraddizioni nell'opera d'un giornalista, dovrebbe sapere che, date le condizioni in cui ordi-

I Giornalisti.

nariamente egli deve scrivere, sarebbe più intelligente il raccogliere e il meravigliarsi delle date esatte, dei fatti veri, delle massime non cretine, delle trovate ingegnose che si possono trovare nei suoi articoli.

Ad un *Manuale della ciarlataneria intellettuale* si potrebbero perfino permettere dei principi giustificativi, come questo, quasi evidente di per sè, e base fondamentale per ogni discussione, recensione ed articolo: *Val più quel che dice una persona d'ingegno sopra un sol libro che non ha letto, di quel che dice un cretino sopra dieci libri che ha letto coscienziosamente.* Parlare dei libri dopo averli letti è perlomeno da ingenui quando non è da sciocchi. E' davvero coscienza fuor di posto, scrupolo male speso, fatica da puritano tradizionale. Si potrebbe perfino dire e sostenere che il leggere il libro è un *impedimento* anzichè un aiuto a parlarne bene. Le più belle idee possono essere infatti messe in fuga da una cattiva lettura, e le più splendide immaginazioni trovarsi troppo ristrette dopo aver veduti i cancelli della loro dimora. Un libro che da lontano e per sentito dire suscita molti affetti e molti pensieri, da vicino appare meschino e sciocco. La realtà, anche in fatto di libri, è meno bella del sogno. Le recensioni dei libri non letti son quindi più facilmente le recensioni del libro ideale; non conoscendo il libro-vero, si parla del libro-sogno, del libro-desiderio, del libro-bisogno, e ognuno sa quali delicati pittori siano i sogni e i desideri e i bisogni. La lettura di un libro è inoltre dannosa quando uccide tutti quei pregiudizi, preconcezioni, idee generali, ipotesi, che si erano formate sul suo conto. Sono queste cose necessarissime per formare l'ossatura del discorso, la cui pol-

Non leggete
i libri
di cui parlate

Le recensioni

pa vien poi fornita dai fatti del libro, ma che appunto per questo sono i meno importanti, giacchè i fatti possono cambiare, mentre l'ossatura resta, e le stesse cose importanti che si possono dire d'un libro si possono anche dire di un altro. Confrontate le recensioni di un uomo di ingegno artistico come era il France (*La Vie Littéraire*) e vedrete come si possano leggere anche dopo che il libro è passato; esse resteranno quando nessuno parlerà più di Feuillet e di Zola. Ciò che il France dice del libro è nulla a petto di quello che dice col *pre-testo* del libro. Perciò il titolo che ha un libro di questo genere di A. Gide (*Prétextes*) è il più esatto e il più laudativo ed orgoglioso. Ma questo metodo individuale che consiste nel riprendere il soggetto del libro o le cose che vi stanno attorno, o l'autore che l'ha scritto o le memorie personali, facendo molte digressioni e molte punte fuori del preciso e limitato soggetto, ha l'inconveniente di non essere adatto che a chi abbia realmente qualche cosa da dire, sensazioni da narrare, idee da esporre. Come farebbe con questo metodo quella massa di persone che cerca nel libro qualcosa che riempra il suo vuoto? e come soffrirebbe questo sistema poco economico che costringe a leggere oltre la recensione anche il libro e invece di togliere una fatica la raddoppia? Perchè la recensione nella sua purità scientifica rappresenta uno sforzo economico della mente, e il trasformarla in opera originale è distruggere la sua fondamentale utilità. Sarebbe come se un estratto di carne costasse più caro e fosse meno digeribile della carne! Inoltre una recensione originale affatica. Per i più il parlare di libri o di persone o di cose, deve esser fatto senza dire nulla di nuovo, e con la minima spesa di fatica e

di tempo, usando quei *clichés* che ogni lettore di rivista « per bene » conosce : quali « la lacuna colmata » ecc. Allora, nel maggior numero dei casi, entra in gioco l'arte di far credere d'aver letto i libri, dove la conoscenza di un indice, d'una copertina, di qualche pagina, — o quella di qualche faterello della vita d'un uomo, sapientemente ampliata, condita, diversificata in vari toni fa credere ad un'ampia conoscenza. L'importante è d'aver un ingegno mobile svelto e soprattutto in possesso di idee generali ; per mezzo di esse — soprattutto per mezzo delle questioni di metodo — si può sostenere qualunque discussione anche su fatti particolari. C'è l'arte di saper trarre il discorso sul proprio terreno, che si conosce bene, e dove si fa buona figura ; ci si serve a ciò di pregiudiziali, questioni di metodo, paragoni, relazioni e così via. Il valore dialettico delle idee generali si mostra appunto qui, nella loro capacità d'abbracciare fatti lontanissimi e d'ordine diversissimo.

Ma per ciò è necessario *organizzare la propria coltura*, sapere economizzare sulle conoscenze, averle ben scelte, capaci di servire in molti campi, e soprattutto d'aver le *conoscenze-chiavi*, quelle che aprono molti campi e permettono l'entrata in paesi stranieri facilmente. Due o tre fatti ben sicuri, un paio di conoscenze molto minute, la facilità del linguaggio tecnico, posson dar l'aria d'essere un uomo del mestiere. Per passare come commerciante basterà leggere ogni tanto la quarta pagina d'un giornale, scorrere un manualetto di corrispondenza e tener d'occhio la borsa ; ficcando molti termini come « piazza » « ribasso » « forniture » « percentuale » « l'articolo » nel discorso, non è punto difficile farsi prendere per un commesso-viaggiatore.

Organizzare
la coltura

Cosa è
l' erudizione

Così si dica per fare l'automobilista; si veda l'esempio del buon Morasso, di cui si racconta che non sia montato nemmeno in motocicletta e che stando a Venezia (!) scriveva furibondi articoli con una tale ricchezza di termini d'automobilismo che neppure uno *chauffeur* sul serio ci si sarebbe raccapettato. Come per i mestieri così per le scienze e per le arti. Avendo 10, si può far la figura di 100 pure di saper scegliere, organizzare, aver metodo, economia, ordine. Soprattutto in fatto d'*erudizione*, la quale non consiste in un sapere diretto, quanto in uno indiretto, non già nel *sapere fatti e notizie* ecc., ma *dove si posson trovare*. L'erudizione diventa così più facile a possedersi; non occorre aver fatto tutti i viaggi, ma basta avere un Baedeker sicuro per farli con facilità tutte le volte che occorra. I cataloghi delle macchine da scrivere vi possono mettere in condizione di poterne sapere quanto e più d'un vecchio *typewriting*. L'erudizione è tutta questione di indici, repertori, notiziari ecc. ecc. Occorre aver sottomano facilmente i mezzi di ritrovo e di scoperta, come dizionari di lingue, dizionari biografici, biografie, manuali speciali, enciclopedie generali e particolari, libri di riassunti, storie ben fatte, bibliografie. Ma soprattutto quei pazienti, utili e bastonati animali che sono gli *specialisti*. Costoro hanno un segreto disprezzo per chi non è della loro *vetrina*; vanno quindi avvicinati con finto rispetto e con simulata ammirazione per la loro materia, con l'aria di qualche innamorato neofita che voglia essere iniziato: allora questi animali che sono dotati di molto amor proprio e di una venerazione infinita per la loro *vetrina*, non si fanno molto pregare, purchè interrogati con fiuto e titillati nel loro orgoglio professionale, a cedervi

Uso degli
specialisti

quei loro tesori di fatti, di citazioni, di esperienze e così via, che resterebbero nella loro testa e nei loro libri materiale inutile se non venisse qualcuno a organizzarli e a servirsene.

A questa specie di *estrazione* adulatrice o di *furto* cortigianesco agli specialisti, si può aggiungere l'operazione simile, ma ottenuta con la violenza della *contraddizione* che si chiama *caccia alle idee*. Gli scrittori liberali hanno lodato la libera ed anche fiera discussione, ma da un punto di vista erroneo. Pareva a loro, e a molti pare anche ora, e lo si sente ripetere d'ogni lato, che da essa debba scaturire la verità e la convinzione. La storia però mostra che le cose vanno assai diversamente da quel che pensa questo ottimismo razionalista. I contraddittori restano ciascuno al loro parere, e se mai riescono a convertire qualcuno non è per le ragioni che quelli hanno con tanta sapienza esposto e con tanto animo messe a contrasto, quanto per ragioni personali e per suggestioni difficili a spiegarsi chiaramente. La contraddizione invece di farci cambiare opinione, serve a confermarci in essa; invece di sceverar la pula dal grano e fare escire trionfante il vero, essa spinge il nostro amor proprio a resistere alle imposizioni razionali di un'altra persona, giacchè il dichiararci convinto sembrerebbe un atto di umiltà e di soggezione, più che un omaggio al meccanismo razionale. La contraddizione però ci è egualmente utile, ma per altro proposito che non quello per cui erroneamente la vantano gli scrittori liberali; ci è utile come esercizio logico, quale *ginnastica intellettuale* che ci giova a mantenere l'intelligenza in uno stato di salute pronta per le lotte; e inoltre per *impadronirci delle idee* e farcene scoprire di nuove. Per mezzo della contraddizione l'avversario è costretto a scoprire tutte

Caccia alle
idee

Utilità della
contraddizione

le sue batterie, a trovare tutti gli argomenti in favore della sua tesi, ad adoprare tutti gli strattagemmi per la vittoria. Noi allora li conosciamo e ce ne possiamo servire per un'altra volta, quando ci piaccia o ci tocchi sostenere la tesi contraria. D'altra parte, costretti dalla contraddizione siamo obbligati, per mantenerci in campo, a sfruttare più che possiamo tutte le possibilità di difesa e di offesa della nostra tesi, e a trovare raccogliere ordinare tutte le ragioni in nostro favore, ed anche, ad inventarne di nuove. La necessità come sempre è maestra di novità; ed anche nel mondo delle idee la guerra è genitrice di tutte le cose, come insegnava Eraclito. Di qui si comprende come l'utilità della contraddizione aumenti in ragione della stranezza della tesi; e come i *paradossi* eccitino ed esercitino meglio la mente dei luoghi comuni, per quanto talora anche questi siano così denudati di argomenti che il difenderli diventa impresa da non piccoli spiriti e da più che abili ragionatori.

SI può dire ora che sappiamo *cosa è la persuasione*, dopo che abbiamo sfogliato tutti gli artifizii, indagati tutti i metodi, enumerati molti esempi e risolti molti problemi? No. Tutto questo libro non vi farà nulla se non siete già persuasori. Dopo aver date tante regole e suggerito tanti espedienti, sono costretto a ricordare quante volte questi metodi erano in contrasto e questi espedienti si contraddicevano.

I sistemi più opposti: la violenza e la grazia, la precisione e la vaghezza, l'artificio e la schiettezza, il calore e la freddezza, l'affermazione e la prova, servono egualmente a persuadere, secondo i tempi, i luoghi, le persone, gli argomenti, i contraddittori. Il persuadere resta sempre *questione di tatto e di senso speciale*: è il dono *d'una certa razza di persone*. Si nasce persuasori, *comme on naît rôtisseurs*, secondo l'*Almanach des Gourmands*. Si è persuasori nello stesso modo che i marinai prevedono le tempeste, i colombi ritrovano la direzione, i cani si conoscono all'odore, certi uomini scoprono le

Il dono di
persuadere
è personale

vene d'acqua sotterranee ; si è persuasori come si è pedagoghi, politici, *méneurs*, *mediums*, ipnotizzatori, santi. La persuasione procede da un *sensu particolare* che nè libri, nè letture possono far nascere ; l'istruzione può soltanto farlo sviluppare.

Se c'è qualcosa che si allontana dall'intelligenza, è la persuasione. Come si spiegherebbe con l'intelligenza l'efficacia della parola negli oratori popolari? Se vi è genere spregevole, basso, effimero, infame, volgare, fatto di grosse parole senza senso, di luoghi comuni vuotati d'ogni realtà, di astuziette ignobili, di cavilli andati a male, di ripetizioni inutili, di promesse fallaci, di grossolanità a doppio senso, è questo il genere oratorio popolare. Nessun oratore ha lasciato impronta nel terreno delle idee, e i più odiosi rappresentanti del genere hanno piuttosto lasciate tristi tracce nell'animo e nella cultura di un popolo, come Cicerone e Petrarca. I *méneurs*, i tribuni, gli ornatori e gli amplificatori di parole, gli accademici delle ricorrenze, dei centenari, dei banchetti, degli elogi funebri, incapaci di maneggiare altro che ombre di ombre di idee, sono budella gonfie di fiato. Eppure fra loro, quanti ne troviamo cari alla moltitudine, potenti per l'eloquenza, dominatori al governo. I Don Giovanni di società non sono mai rinomati per produzione di idee. I capi-popolo, i galoppini elettorali, i ciarlatani delle fiere, i propagandisti in contraddittorio, non hanno mai una frase originale o un'idea nuova. In tutte le raccolte di discorsi che gli uomini politici e i deputati si danno la pena di fare stampare a spese dello Stato, non si trovano che vacuità, inutilità, frasi grosse e gonfie ; mai un'idea che potrebbe avere ottenuto l'onore dell'archivio se non fosse stata pronunciata da loro ; lo storico del pen-

Persuasione e
Intelligenza

siero non ha bisogno di consultarli ; lo storico delle lettere non trova ragione d' occuparsene ; lo storico delle arti non ricerca la loro influenza. Tutti quei discorsi sono sole parole, tessuto di luoghi comuni, col fregio di qualche scherzo da donnette, e la frangia di un 'po' di rettorica spicciola ; sono scritti anonimi, cha contengono il modo, la sostanza e lo stile di ragionare e di immaginare proprio degli uomini mediocri del loro tempo. Invece i grandi pensatori per diventar popolari, anche fra le persone di coltura, sono stati quasi sempre costretti a passare traverso il macinino dei volgarizzatori, e traverso i polverizzatori letterari.

Come mai questi mediocri intellettuali riescono a dominare fra gli altri loro mediocri compagni? Per cosa se ne distinguono, poichè non è per l' intelligenza? Perchè un *politician*, deve riescire meglio a sedurre la folla d' un Edgar Poe o d' un William James o d' un Edison? Perche Heine sarà stato respinto per i galloni rossi di un qualche cavalleggero? Perchè i persuasori, bisogna dirlo, sono dotati di qualcosa di speciale *come i santi*. Anche questi possono essere ignoranti, corti di intelletto, incapaci d' eloquenza ; anzi cercare perfino la perfetta asinità come si cerca un ideale ; e pure con la fede che ispirano essi possono muovere la natura e gli uomini con maggior potenza che non le persone d' ingegno o di sapere o di ricchezza. La persuasione non è un risultato meccanico, ma un fatto psichico, misterioso come il miracolo. Ora il miracolo si fonda sulla fede : su quella di chi opera, come su quella di chi lo riceve. Ma come si ottiene questa fede? e come la si inspira? qual' è *la ricetta della santità?* e qual' è il *manual per fare miracoli?* Ecco ciò che ancora non si sa. Ma è già molto in-

Creare la fede.

dicare dove si troverà la soluzione del problema. Non sarà dunque col migliorare il vocabolario, nè col fabbricare un nuovo linguaggio, nè col riempire le teste di nozioni esatte e di teorie scientifiche, nè col provvedere un metodo d'espressione matematica più economico e più sicuro, nè con lo studiare la logica. Sarà invece scoprendo *il modo di generare in noi e negli altri la fede a volontà*. Finora si è creduto che ciò fosse un dono divino — oppure il semplice effetto della parola e del gesto; ma se la prima spiegazione non ha servito ad altro che a far trascurare il problema pratico e a non tentarne la soluzione e a non proporsi come cosa possibile quella potenza, l'altra è stata troppo meccanica e non ha prodotto che studi sulle forme esterne e sul meccanismo di un solo aspetto, e forse del meno importante, della generazione della fede. Questa curiosa azione personale, dove apparentemente gesto e parola è tutto, è in realtà tanto superiore e diversa dagli effetti comuni della parola e del gesto, che per spiegarla bisogna supporre un senso e una potenza ancora ignota dell'uomo, la quale non è in relazione con le forze fisiche ed intellettuali, e può abitare nella mente d'un semplice e nel corpo di un malato. Tutte le azioni di questo genere, quelle dei santi, dei tribuni, dei *mediums* ecc. sembrano donate a caso a persone che intellettualmente non ne paiono degne; e ciò talvolta ci urta, come ci urta lo stacco che c'è tra le forze fisiche e le intellettuali, per il quale spesso un buon atleta è un idiota e uno scienziato un tifico

Unità delle
forze persuasive

Tutte queste forze, per ora occulte, presentano la caratteristica di trasformare direttamente il pensiero in realtà. La *preghiera* del santo per cui avviene il *miracolo*, la *suggestione* del *méneur* per

cui la folla si dà al saccheggio, la *trance* del *medium* per cui si presentano fenomeni spiritici, lo stato di *esaltazione* speciale che si prova in certi fenomeni di *telepatia*, non sono che vari aspetti di queste forze umane ancora insufficientemente esaminate, ma che se si cercheranno di educare, migliorare, e ampliare, e di ridurre soprattutto sotto il controllo del nostro volere, avranno certamente un importantissimo avvenire nel futuro dell'umanità, migliorandone le capacità di soddisfazione e rendendo più economica l'azione. Come già molti scrittori di utopie hanno immaginato, e come già molte scuole mediche hanno iniziato, l'educazione dell'uomo e i metodi di comunicazione subiranno una grande rivoluzione, con l'abolizione della parola quale intermediario. Si educherà e si istruiranno le persone ipnoticamente, si daranno loro certe e certe particolari inclinazioni e vocazioni, che ora assai di rado, fra busse rimproveri noie e abitudini si riesce, e non molto stabilmente, ad appiccicare ai ragazzi. Non tanto le aereonavi, quanto le apparizioni volontarie a distanza diminuiranno lo spazio fra gli uomini. E il mondo stesso si curverà forse ai nostri voleri, più di quello che il mito positivista delle « infrangibili leggi » non paia consentire.

Quando di fronte alle allucinazioni, ai fatti di telepatia, ai fenomeni ipnotici, alle scoperte di doppia e tripla personalità, alle apparizioni sensibili così dette spiritiche, non ci porremo più con l'attitudine puramente osservatrice e registratrice d'un notaio, ma con l'attitudine attiva e utilizzatrice d'uomini che vogliono conquistare il mondo; quando cercheremo il modo di *provocare a volontà* quello che ora *aspettiamo dal caso*; quando i saggi e i

tentativi della *scienza cristiana*, della *menticultura*, dei moderni vangeli della calma e della felicità raggiunta con la terapia dell'interno, saranno più diffusi, più studiati, più sfruttati; quando insomma ci accorgeremo di avere un'anima che non è soltanto uno specchio ma piuttosto una lanterna magica auto-padroneggiante le proprie visioni; allora avremo ripreso per noi e realizzato in noi il sogno che abbiamo fatto di una divinità a noi esterna: saremo Dio. Tutti gli attributi della divinità, che la filosofia, la psicologia, l'arte, la scienza, avevano a poco a poco ricondotti sotto il dominio ed entro la sfera d'azione dell'uomo, saranno allora attributi dell'uomo, o meglio, di certi uomini. La *creazione arbitraria dell'io*, la *creazione e la trasformazione arbitraria del mondo*, saranno le future qualità per cui si distinguerà l'uomo o certi uomini; *l'animale razionale* cederà il posto all'*animale creativo*.

L' Uomo - Dio

La parola di Cristo sarà veramente realizzata nel modo meno cristiano; « il regno dei cieli è in voi » significherà che l'uomo può farsi Dio, scoprendo la propria capacità a diventarlo. Per questa trasformazione, che non deve essere soltanto trasformazione di vocabolario come è avvenuto per l'Uomo-Dio di Fichte, di Feuerbach, di Stirner, *l'arte di persuadere* da una parte, *l'arte di fare miracoli* dall'altra, saranno una eccellente propedeutica. Se la nostra presente ignoranza e insufficiente familiarità con le forze persuasive rendono assai problematico il valore di una *tecnica del persuadere* quale è quella che ho delineato in questo volume, non vi è dubbio però che essa possa già fin d'ora portare i suoi giovamenti in chi è possessore di quelle forze, migliorando stilizzando rendendo più economico e più cosciente l'uso di esse. Ciò che

ancora non si può dare è questo fondo ignoto che forma i santi, i suggestionatori, gli apostoli, i *mediums*. Essi *sentono* di essere in ciò superiori a loro stessi in quanto uomini, perchè non riescono a spiegare il loro potere se non attribuendolo a qualche cosa di superiore, a qualche forza estranea che li muove e li spinge, li fa parlare ed agire, e conferisce loro quei poteri non umani che hanno. Vedrete infatti che i grandi persuasori si mostrano umilissimi di persona, si dicono sempre al servizio di qualche idea, di qualche divinità, di qualche iniziazione. Certi dicono di parlare per il giusto e per il vero, altri per l'umanità, questi ispirati da Dio, questi altri per suggerimento d'un demone; ed anche i *mediums* moderni, sia quando compongono poesie, e parlano lingue che non conoscono, e compiono altre azioni improvvise e non abituali, dicono di compierle in momenti speciali e per l'intervento di una persona a loro estranea. Il Dio che rapiva lo scrittore dell'Apocalisse, o rivelava a Veronica Giuliani la disposizione del Paradiso, il dovere per cui agiva Giuseppe Mazzini e l'ispirazione cui obbediscono molti poeti, il delirio della Pizia e delle Sibille vaticinanti, il demone di Socrate e i sogni di Davide Lazzaretti, non sono che le varie firme di un'anonima forza che metteva queste persone fuori e sopra lo stato comune degli uomini. La *spersonalizzazione*, insomma, è una delle caratteristiche più visibili del possedere queste forze. Allucinati, visionari, ispirati, rapiti, tutti hanno fatto il *digiuno dell'io*, tutti hanno abbassato una certa parte del loro animo per ottenere l'innalzamento di una certa altra. Può essere bene che vi sia in parte un artificio, un poco di stile e di abilità, ma sarebbe veramente sciocco non trovare nella concordanza delle testi-

Impersonalità
dei persuasori

Le vecchie
spiegazioni
dannose

monianze che artificio e soltanto artificio. Bisogna che noi sappiamo cancellare tutti questi nomi di inconsciente, di spiriti, di Dio, di demonio, di possessione e di ispirazione, per sostituire ad essi una spiegazione capace di darci insieme la possibilità di agire a nostro arbitrio su le forze e con le forze che mascherano. Tutte queste spiegazioni hanno infatti finora tre gravi difetti (e chi sa che altri non se ne scoprano), il primo che separano inutilmente delle forze molto probabilmente identiche, il secondo che non permettono di agire su di esse e con esse, il terzo che rendono possibili delle gerarchie sociali che non rispondono al possesso di quelle forze e sono interessate a soffocarle. Per spiegarmi con un esempio, la divisione morale e religiosa fra le ispirazioni divine e diaboliche, fra i sogni del Cielo e quelli dell' Inferno, separa inutilmente due ordini di fatti che per poterli sfruttare andranno riuniti; non permette di agire su di essi perchè li ripone in potere di centri d' azione a noi estranei; giustifica la gerarchia ecclesiastica la quale, invece di essere composta di illuminati e di innalzare i santi, non cerca altro che di guardarsi dagli ispirati e vuole le più ampie garanzie della santità, — che insomma invece di eccitare e fabbricare il miracolo, quasi quasi lo vede di mal occhio, e preferisce assai più la giustificazione sociale o razionale dei suoi poteri.

Conclusione

Ma per ora la soluzione che deve cacciare questi fantasmi non è ancora venuta. Finchè quella non sia trovata, l' *arte di persuadere* resterà più che altro uno studio delle forme esterne e del meccanismo persuasivo, capace di giovare agli iniziati, con lo svegliare la loro attenzione e col migliorare i loro strumenti e la loro tattica, ma incapace di crearne.

È UTILE CONSULTARE:

- ARISTOTILE. ΤΕΧΝΗ ΠΡΟΤΟΡΙΚΗ.
» » ΠΕΡΙ ΣΟΦΙΣΤΙΚΩΝ ΕΛΕΝΚΩΝ.
ORTENSIO LANDO. *Paradossi*, 1545.
B. PASCAL. *Art de Persuader* (1655?).
EMANUELE TESAURO. *Il Canocchiale Aristotelico*,
1654.
DE SARRASA. *Ars semper gaudendi*, 1664.
LEIBNIZ. *Nouveaux Essais*, parte III.
J. SWIFT. *Proposal for printing a very curious discourse entitled: The Art of Political Lying*, 1712.
DIDEROT. *Paradoxe sur le Comédien*.
A. SCHOPENHAUER. *Eristik*, 1831.
W. JAMES. *The principles of psychology*.
» » *The Varieties of Religious Experience*.
» » *The Will to Believe*.
I. A. DRESSER. *The True History of Mental Science*.
O. WILDE. *Intentions*.
M. TWAIN. *The decaying of the Art of Lying*.
MAX BEERBOHM. *The Happy Hypocrite*.
V. PARETO. *Les systèmes socialistes*.
M. SCHWOB. *Moeurs des Diurnales*.
DUPRAT. *Le Mensonge*.
REMY DE GOURMONT. *Le Chemin de Velours*.

INDICE DEI NOMI

Almanach des Gourmands 97.

America 87.

Apocalissi 103.

Apologetica cristiana 33 sgg.

Arabi 61.

Aristotile 21, 76.

Atenesi 68.

Avenarius 9.

Babi 75.

Bacone 49.

Baedeker 92.

Balzac 46.

Baudelaire 46,

Bergson H. 20.

Bibbia 61, 75.

Boulestin 70.

Buddha 25, 32, 58.

Canocchiale Aristotelico 66.

Cantico dei Cantici 61.

Capanna dello zio Tom 87.

Carlyle 72.

Carrara 23.

Cattolicismo 24.

Chateaubriand 11, 57.

Chiesa cattolica 23, 24, 25.

Cicerone 98.

Cina 25.

Comte A. 60.

Congregazione dell' Indice 5.
Corano 75.
Corriere della Sera 65.
Cortigiano 66.
Cristianesimo 32, 57.
Cristiani 75.
Cristo 25, 32, 75, 76, 88, 102.

D' Annunzio 73.
Dante 22, 76.
Darwin 24.
De Bonald 58.
Decadenti 55.
Delfo 68.
Delitzsch 80.
De Maistre 58.
Descartes 20.
Development of Chistian Dogma 24.
Dio 45, 57, 66, 102, 103, 104.
Diritti dell' Uomo 35.
Don Giovanni 35, 98.

Ebrei 25, 75.
Edison 99.
Elisabetta 88.
Enrico IV 82.
Epaminonda 77.
Epitteto 32,
Eraclito 96.
Esercizi spirituali di S. Ignazio 32.

Feuerbach 102.
Feuillet 92.
Fichte 102.
France A. 92.

Francia 27.
Frankfurter Zeitung 65.
Fregoli 73.

Galileo 63.
Garibaldi 76.
Genie du Christianisme 57, 58.
Genova 25,
Genovesi 25.
Germania 65.
Gesuiti 25, 26, 82.
Gian Falco 85.
Gide A. 92.
Giudei 75.
Giuliani Veronica 103.
Gorgia 79.
Greci 76.
Gueux 55.

Healing Science 59.
Hegel 56.
Heine 99.
Hobbes 60.
Humbert 73.

Iliade 76.
India 59.
Inferno 67.
Inglese 76.
Inquisizione 5.
Ipocrita Santificato 70.
Italia 65, 76.
Italiani 76.

James W. 20, 37, 39, 60, 99.

Lassalle 80.
Lazzaretti 103.
Leibniz 60.
Libro del Gentile e dei tre Saggi 24.
Lombroso 23.
Lourdes 34.
Luciano 80.
Lullo R. 24.
Lutero 24.

Mach 9.
Mademoiselle de Maupin 77.
Manon Lescaut 87.
Manuale d' Epitteto 32.
Maometto 24.
Maomettani 24, 75.
Marco Aurelio 31.
Masnadiery 87.
Mazzini 76, 82, 103.
Minucio Felice 23.
Misanthropo 8.
Molière 8.
Morasso 94.
Mori 27.
Morris W. 58.

Newman 23, 24, 60, 80.
Novalis 44, 52.

Odissea 76.
Olanda 55.
Olimpo 4.
Omero 76.
Orazio 76.

P*ablo de Segovia* 66.

Papa 33.

Papini G. 6.

Paradiso 67, 103.

Parigi 73, 82.

Pascal 39.

Petrarca 98.

Petzoldt 9.

Pizia 103.

Platone 79.

Poe E. 99.

Polo 79.

Postuma 77.

Prétexes 92.

Prodicò 79.

Protagora 79.

Quevedo 66.

R*icordi di Marco Aurelio* 31.

Rivista di Psicologia 6.

Rivoluzione Francese 27.

Robinson Crosoué 87.

Rousseau 8.

Salvation Army 36.

Sansculottes 55.

San Cipriano 24.

— Francesco d' Assisi 35, 48.

— Francesco di Sales 39.

— Giacomo di Compostella 34.

— Ignazio di Loyola 24, 32.

— Paolo 75.

Savonarola 77.

Schiller 46, 76.

Schopenhauer 38.
Senato 72.
Shakespeare 46, 76.
Sibilla 56, 103.
Socialismo 58.
Socrate 74, 78, 103.
Sofisti 49.
Spagna 27.
Spencer 79.
Stirner 102.
Swift 80.

Taigete 12.
Tebaide 35.
Tedeschi 76.
Tertulliano 24, 75.
Tesauro 66.

Ugonotti 27.
Uomo-Dio 102.

Vailati G. 6.
Vangelo 75.
Venezia 94.
Vie Littéraire 92.
Voltaire 48.
Virgilio 76.

Zola 92.

Wells 70.
Wilde O. 58, 66.

INDICE DEGLI ARGOMENTI

A chi serve l' A. di P.	3
Il maestro non vale che come persuasore . . .	3
Lingue creative e lingue comunicative . . .	4
I mezzi coercitivi di persuasione	5
La persuasione di se stesso	6
Carattere strumentale dell' A. di P.	7
Il bugiardo tipo dell' uomo sociale.	7
Valore della bugia per l' A. di P.	9
Somiglianza della bugia e della teoria scientifica	9
Importanza dei particolari nella bugia . . .	11
Il futuro nella bugia.	12
Lo scienziato è un bugiardo e viceversa . . .	13
Manuale per l' educazione dei bugiardi . . .	14
Amoralità di questa teoria	15

* * *

Arte e Tecnica del persuadere	17
Principi dell' A. di P.	18
Importanza secondaria della ragione	21
Bisogna riferirsi agli ascoltatori.	21
Gli esami.	22
Il Giudice	23
L' Apologetica Cristiana	23
Il fine giustifica i mezzi	25
Desiderio di perfezione è desiderio di inazione	26
La persuasione con la forza	26

* * *

Effetti dell' A. di P.	29
Metodi per l' autopersuasione.	30

I proverbi	30
Servigi medicinali dell'intelligenza, gli stoici, gli asceti, i cristiani	31
La Cura Mentale	32
È un succedaneo moderno del miracolo me- dioevale.	34
I mezzi esterni nell'autopersuasione	35
Un convento di laici.	35
Utilità dei conventi	36
La trasformazione dell'io	36
Il libero arbitrio e i motivi	38
Agire fa credere	39
Scelta arbitraria delle credenze	39
Creazione di personalità.	41
Le conversioni moderne	41
La bugia moltiplica le personalità	43
Cosa è la persona:	44
La creazione del mondo	44
E i suoi strumenti	45
La ricetta della Santità.	46

*
* * *

I mezzi di persuasione: la parola	47
I sofisti greci	49
Filosofia senza parola	50
Cosa è la parola	51
Il segreto.	52
Il doppio senso.	53
Le ambiguità	55
Le etimologie	55
Le particelle.	56
Sofismi estetici e morali	57
Rime, assonanze, ripetizione	58
I paragoni	59

La metafore	60
Fraasi per convincere: di imposizione	61
Fraasi di adulazione e premiazione	62
Fraasi di minaccia	63
Gli aggettivi onorari	63
Fraasi allettative	64
La sofistica commerciale	64
La <i>Réclame</i>	65
Gli eufemismi	65
La buona società	66
Il futuro	67
Oracoli, profezie, grazie	68
Romanzi sociali	69
Promettere e non mantenere	69
Il passato e i misoneisti	70
Difesa del principio d' autorità	71
Come si screditano le autorità	73
I luoghi comuni	74
Il principio d' autorità fondato sulla specializ- zazione	75
L' omerismo greco e il dantismo italiano	76
Uso dei personaggi morti	76
Le teorie generali e i casi particolari	77
Gli esempi	78
L'attitudine	79
Efficacia dell' ironia	80
Persuasori convinti ed ipocriti	81
I convinti han meno discepoli ma più saldi	82
La caricatura	83
Argomenti ad hominem	84
Bisogna esagerare	85
Uso delle assunzioni tacite	85
Uso del sospetto	86
L' excusatio non petita	86
Uso della letteratura	87

Uso dell' arte	88
Chieder meno pur di compromettere	88
Come diffondere le celebrità	89
Manuale della Ciarlataneria Intellettuale	90
Il giornalista, suo elogio	90
Non leggete i libri di cui parlate	91
Varie sorta di recensioni	92
Organizzazione della coltura	93
In cosa consiste l'erudizione	94
Usate gli specialisti!	94
La caccia alle idee	95
Per la quale è utile sempre contraddire	95

* * *

Il dono di persuadere è personale	97
Non ha che vedere con l'intelligenza	98
Come si crea la fede?	100
Le forze persuasive hanno un fondo comune	100
L' Uomo-Dio	102
I persuasori impersonali	103
Danni delle vecchie spiegazioni	104
Conclusione	104

* * *

È utile consultare	105
Indice dei nomi	110

Finito di stampare il 30 Settembre 1906
coi tipi di Guerriero Guerra
tipografo in Perugia







580827
Prezolini, Giuseppe
L'arte di persuadere.

LI
P9448ar

**University of Toronto
Library**

**DO NOT
REMOVE
THE
CARD
FROM
THIS
POCKET**

Acme Library Card Pocket
LOWE-MARTIN CO. LIMITED

