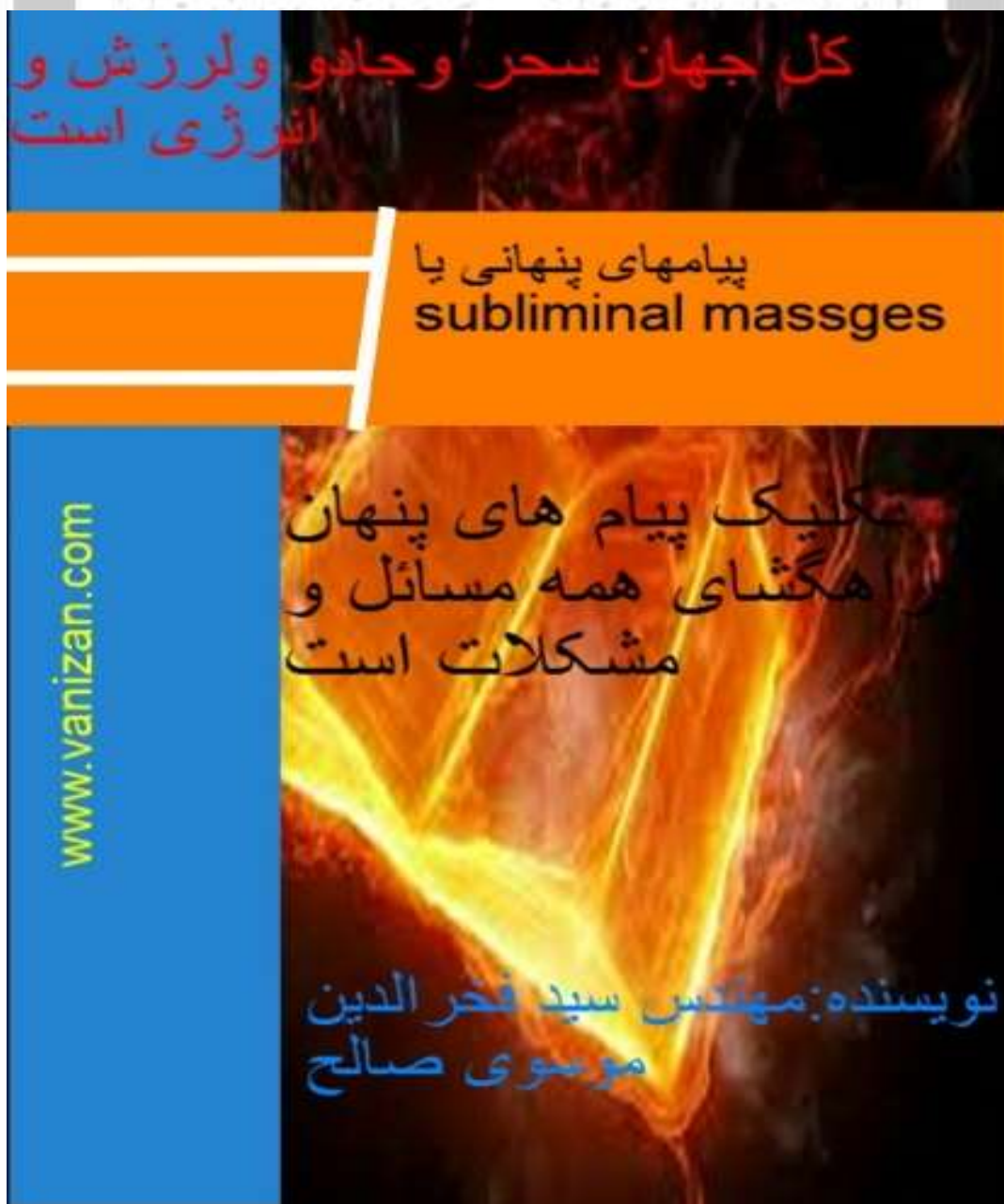


بسم الله الرحمن الرحيم

اثری متفاوت و ماندگار و خارق العاده از مهندس سید
فخرالدین موسوی صالح (پیمان)



پیامهای پنهانی یا سابلیمینال

کل جهان سحر و جادوو لرزش و انرژی است. حاکمان این را می دانند و از این به نفع خود استفاده می کنند. و مردم عادی این را نادرست و جعلی می دانند به این دلیل که انها برنامه ریزی شده اند و به این کار باور دارند.. (موسوی صالح)

وب سایت: www.vanizan.com

<http://vanizan.sellfile.ir>

اگر می خواهید مهارت های زندگی خود را افزایش دهید مانند خلاقیت - افزایش ثروت

تبدیل شدن به والدینی موفق و یا بهبود عزت نفس این کتاب چیزی است که شما به آن نیاز دارید.

و همچنین به کسانی که در حال تلاش برای رسیدن به اهداف , اعتماد بنفس و یا ایجاد موفقیت در هر زمینه ای از زندگی خود را دارند توصیه می کنم.

انچه د این کتاب می آموز:

۱- پیشگفتار

۲- پدیده شرطی سازی

۳- آشنایی با پیامهای پنهان

۴- انواع پیامهای پنهان

۵- نهن سازی چیست

۶- پیامهای پنهان در برخی تصاویر

۷- پیامهای پنهان در برخی انیمیشن های مشهور جهان

۸- مبنای طراحی پیامهای پنهان

- ۹- یادگیری زبان در خواب
- ۱۰- کاهش وزن و تناسب اندام زیبا با استفاده از پیامهای پنهان
- ۱۱- ثروت و فراوانی و رفاه کامل با استفاده از پیامهای پنهان
- ۱۲- طرز فکر میلیونر
- ۱۳- ترک سیگار و مواد مخدر با استفاده از پیامهای پنهان
- ۱۴- جذب عشق و شریک زندگی با استفاده از پیامهای پنهان
- ۱۵- موفقیت در کسب و کار و تجارت و جذب مشتری با استفاده از پیامهای پنهان
- ۱۶- رفع استرس و دلهره با استفاده از پیامهای پنهان
- ۱۷- امواج ذهنی چیست
- ۱۸- استفاده از پیامهای زیر آستانه ای در سینما
- ۱۹- انواع امواج ذهنی
- ۲۰- تاریخچه امواج ذهنی
- ۲۱- استفاده از امواج ذهنی در گروه متال
- ۲۲- امواج ذهنی در کمپین تبلیغاتی انتخابات ریاست جمهوری
- ۲۳- استفاده از امواج ذهنی در سینما
- ۲۴- مواد مخدر شنیداری چیست؟ (هشدار، آگاه باشید)
- ۲۵- بیوکنزی چیست؟
- ۲۶- بر اساس قانون جذب ما چه کسانی را جذب میکنیم؟
- ۲۷- چاکرا چیست؟
- ۲۸- رزونانس شومان چیست؟
- ۲۹- چشم سوم یا چشم بصیرت چیست؟
- ۳۰- انرژی های پیرامون بدن ما چیست و از کجا می آیند؟
- ۳۱- میدان مغناطیسی و امواج
- ۳۲- نماز و میدان مغناطیسی
- ۳۳- مرگ انرژی های منفی

۳۴- جذب انرژی های مثبت

۳۵- آسیبهای تفکرات منفی

۳۶- چگونه انرژی خود را بالا ببریم

۳۷- شکر گزاری و سخن پایانی

انسان که روزی افریده شده تا موجودی جادویی باشه حالا تبدیل به تیکه گوشت بی خاصیت شده که به سختی روز را به شب می رسونه .

شما هم داستانها و افسانههای قدیمی را شنیدید. داستان رستم , غول چراغ جادو و هرکول رو, شما هم روزی مبهوت این داستانها شدید و در رویاهاتون آرزو کردید.

آرزو کردید ای کاش غول چراغ جادو داشتید یا شایدم تو عالم بچگی فکر کردید که واقعا دارید.

بله دوستان من , این داستان همه ی ماهاست , همه ی ما در هر کجای کره خاکی که زندگی کنیم.

در اعماق وجودمان یه حس مشترک هست یه چیز بخصوص که فریاد می زند ما روزی موجوداتی

جادویی بودیم . روزی سلطان بودیم و روزی میتونستیم . این فریاد در بچگی قویتر بود.

اما هرچه بزرگتر شدیم ومثلا عاقل تر , سعی کردیم این صدا رو خفه کنیم یا نشینیده بگیریم

. اما امروز من اینجام , تا بگم میشه ! میشه به رویاهاتون برسید و مثل قارون ثروتمند بشید

به شما تکنیکی می آموزم که در زمانی کوتاه اثری فوق العاده داره وشماها رو به سرعت ثروتمند و قدرتمند میکنه , همون طوری که روزگاری اجداد ما بودند.

اما من پیش از آن چیزهایی به شما میگویم که حاصل "دیدن" است. دیدن بی واسطه پس اگر از بی پولی، قرض و بدبختی خسته شده اید. اگر دیگه نمی خواهید کس دیگری هدایت شما را به عهده بگیرد. تصمیم قاطع و محکم بگیرید همین حالا، به خود بگویید: تصمیم میگیرم هر چه را که موسوی صالح بمن می آموزد به کار بندم و مسئولیت کامل این کار را به عهده میگیرم. زیرا ثروتمند شدن حق من است و این چیزی است که واقعا می خواهم.

به راحتی می تونی کنترل زندگی رو به دست بگیری و اون رو هدایت کنی. و به نظر من این نهایت قدرت و بهترین هدیه ای که میشه به یک فرد داد. قدرت خلق زندگی... قدرت کنترل زندگی... می دونی این قدرت چی رو بهت میده؟ این قدرت این امکان رو بهت میده که در هر لحظه از زندگی انگشت اشاره ات رو به سمت خودت بگیری... میگی خودم کردم... فرمولش رو یاد گرفتم، انجامش دادم و این شد. به همین راحتی! درست عین دو ضربدر دو که میشه چهار... و اگر هم گهگاهی در زندگی با شرایط و اتفاق هایی رو به رو شدی که اوضاع مطابق میل تو نبود، نمیگی تقصر اینه، امان از مردم... خدا

نخواست... مامانم نداشت... پارتی نداشتم که نشد... شرایط بده... اوضاع خرابه... نه!!! تمام دنیا و شرایط بیرونی و آدم های دور و برت رو فراموش می کنی و انگشت اشاره ات رو می گیری به سمت خودت... مسئولیت می پذیری... میگی آره... الان اون ثروتی که می خوام رو ندارم؟ اون رشته ی دانشگاهی رو ندارم؟ شغل و زندگی ایده آلم رو ندارم؟ اون رابطه ی عاطفی، کسی که می تونه زندگی من رو با معنا تر کنه رو ندارم؟ اون شغل به خصوص، اون هدفی که می خوام رو ندارم؟ قبول... کاملا درسته... در حال حاضر اونها رو ندارم. اما فقط من، مسئول زندگی خودم هستم، پس حالا که من مسئول زندگی خودم هستم و این من هستم که زندگی خودم رو خلق می کنم چگونه می تونم این شرایط رو تغییر بدم و شرایط ایده آل و مورد نظرم رو خلق کنم؟

و به محض اینکه خودت رو در این موقعیت ذهنی قرار میدی... مسئولیت رو می پذیری و به جای اینکه بدی به شرایط و آدم ها، از خودت می پرسی چگونه می تونم تغییرش بدم؟ چگونه می تونم شرایط ایده آل و دلخواهم رو ایجاد کنم؟ چگونه این همه پول؟ چگونه اون محبوب؟ چگونه اون رابطه عاطفی؟ چگونه اون رشته دانشگاهی؟ چگونه اون شغل؟ و... به طرز شگفت انگیزی ایده هایی به ذهنت می رسه... پیشنهاد هایی بهت میشه... افرادی در مسیر زندگی قرار می گیرن و خیلی عجیب و غریب اتفاق هایی در زندگی می افته

از خدا چی خواستی ؟؟؟؟

وضع مالیت توپ توپ شه؟ از تنبلی رها شی؟

به عشقت برسی؟ خجالت رو بزاری کنار؟

شوخ طبع و دوست داشتنتی باشی؟ شغلی رو که دوست داری به دست بیاری؟

همیشه سالم و سلامت باشی؟ غم و غصه و افسردگی دست از سرت بردارن؟

جذاب و دلفریب باشی؟ عادت های آزار دهنده ات را تغییر بدی؟

زیبا و خوش چهره باشی؟ خوش تیپیت تو چشم همه باشه؟

معروف و مشهور شی؟ ایده هاتو عملی کنی؟

توی ورزش یا هنری که دوست داری به موفقیت حرفه ای برسی و برای خودت و کشورت افتخار آفرینی کنی؟

حالا که می خوای به تمام خواسته هات برسی لازمه که تورا با تکنیک هایی آشنا کنم که به همه خواسته ها و اهدافت برسی.

قبل از تعریف و بیان مفهوم "پیام های ناخود آگاه" ابتدا باید پدیده شرطی سازی را بیان کرد

ایوان پتروویچ پاولف فیزیولوژیست روسی از جمله کسانی است که روی این پدیده تحقیق کرده است که خلاصه ای از تحقیقات وی را در زیر توضیح خواهیم داد.

مفهوم شرطی سازی امروزه به عنوان یک مفهوم بنیادی به همه دانشجویان رشته روان شناسی آموخته میشود. اما جالب است بدانید که این پدیده برای نخستین بار توسط فردی تشخیص داده شد که اصلا روان شناس نبود! ایوان پاولف کسی بود که پدیده شرطی سازی را کشف کرد. او در خلال مطالعاتش در زمینه سیستم گوارشی سگ ها متوجه پدیده جالبی شد: هر گاه یکی از همکارانش وارد اتاق میشد بزاق دهان سگ ها شروع به ترشح میکرد!

پاولف و دستیارانش انواع چیزهای خوردنی و ناخوردنی را به سگ ها نشان میدادند و میزان ترشح بزاق آن ها را مورد مطالعه قرار میدادند. پاولف متوجه شد که ترشح بزاق یک فرآیند واکنشی است و به طور خودکار در پاسخ به یک محرک خاص اتفاق می افتد و تحت کنترل آگاهانه حیوان نیست. با وجود این پاولف متوجه شد که سگ ها گاهی اوقات حتی بدون وجود غذا یا بوی آن شروع به ترشح بزاق میکنند! او به سرعت دریافت که این واکنش به سبب یک فرآیند فیزیولوژیک و خودکار نیست!

پاولف بر اساس مشاهداتش دریافت که ترشح بزاق یک واکنش آموخته شده است. سگ ها به لباس سفید دستیاران پژوهشی پاولف واکنش نشان میدادند و این لباس تداعی گر زمان غذا خوردن در آن ها بود. بر خلاف ترشح بزاق در زمان غذا دادن که واکنش غیر شرطی است... ترشح بزاق هنگامی که سگ انتظار دریافت غذا دارد واکنش شرطی است.

کشف شرطی سازی توسط پاولف به عنوان یکی از مهمترین کشفیات در تاریخ روانشناسی باقی مانده است. فرآیند شرطی سازی امروزه به دلیل کاربردهای زیاد از جمله اصلاح رفتار و درمان بیماری های سلامت روان همچنان با اهمیت باقی مانده است.

یکی از مثال های جالب برای این پدیده... استفاده دامداران از شرطی سازی برای حفظ دامهایشان است. به این طریق که به گوشت گوسفند دارویی تزریق شد که باعث تهوع میشد. شغال ها پس از خوردن گوشت مسموم به جای حمله به گوسفند ها از آن ها دوری میکردند.

اما متأسفانه با وجود استفاده های درست و به جا از این پدیده روانشناسی سواستفاده هایی نیز از پدیده شرطی سازی صورت میگیرد که "پیام های ناخود آگاه" یکی از آن هاست.

مخفی کردن پیام یا مطلب خاصی در تصاویر کاری است که از سالیان دور توسط نقاش ها و یا طراحان لوگو ها انجام میشده است مانند تابلو های "شام آخر - مونالیزا و ..." لئوناردو داوینچی و تا حال ادامه داشته است مانند لوگو ها و تصاویر شرکت های امروزی.

این کار میتواند از طرفی کار جالب و خوبی باشد و از طرف دیگر کاری زشت و ناپسند و فقط برای سواستفاده از ضمیر ناخودآگاه انسان ها و در نتیجه شرطی کردن آنها.

از هر دو حالت مثال هایی همراه با تصاویر میزنیم تا با این بحث بیشتر آشنا شوید

پیام های ناخودآگاه یا پیام های پنهان (Subliminal massages) چیست و چگونه عمل می کنند؟

قدرت پیام های ناخودآگاه (subliminal message) در طول سالها به اثبات رسیده است و برای برنامه ریزی ذهن ناخودآگاه به دو روش دیداری و شنیداری استفاده می شود. در واقع، پیام های ناخودآگاه در عملکرد خود در ذهن ناخودآگاه آنقدر قدرت دارند که در سال ۱۹۷۴، دولت امریکا همه انواع تبلیغات رادیو و تلویزیون با روش پیامهای ناخودآگاه را ممنوع کرد.

پیام های ناخودآگاه با کار کردن در سطحی که توسط ذهن خودآگاه قابل تشخیص نیست، به ذهن ناخودآگاه می رسند. در نتیجه ذهن خودآگاه هیچوقت فرصتی برای تحلیل و یا رد کردن آن پیدا نمی کند و در واقع ذهن ناخودآگاه می تواند آن را پذیرفته و برحسب آن عمل کند.

پیامهای ناخودآگاه به دو روش استفاده می شود:
دیداری و شنیداری

پیامهای ناخودآگاه دیداری تاییداتی هستند که با سرعت بالایی پیش روی چشم فلاش زده می شوند که ذهن خودآگاه قادر به تشخیص آن نیست. در نتیجه این تاییدات مستقیماً وارد ذهن ناخودآگاه می شوند که بلافاصله هم آنرا درک کرده و نسبت به آن عمل می کند.

پیام های ناخودآگاه شنیداری هم به همان روش عمل می کنند با این تفاوت که در این روش، صدایی با فرکانسی که بالاتر یا پایین تر از آستانه نرمال شنوایی انسان است، اجرا می شود. در این روش هم مثل نوع دیداری، باینکه ذهن خودآگاه قادر به تشخیص آن نیست، ذهن ناخودآگاه آن را دریافت کرده و بلافاصله به آن واکنش نشان می دهد.

فایلی که تیم هدفیاری برای شما کاربران در سطح پیام های ناخودآگاه (subliminal

massages) آماده کرده است، بصورت صوتی میباشد. موزیک این فایل ذهن شما را در بهترین حالت تلقین پذیری قرار میدهد که در همین حال صدای زیر آستانه ای این فایل که کاملاً فارسی میباشد، قدرتمندترین تلقین ها را به ذهن ناخودآگاهتان ارسال میکند که موجب میشود ذهن شما به بهترین شکل برنامه ریزی شود.

برای استفاده از این فایل نیازی به توجه و هشیاری نیست. شما میتوانید در تمامی اوقات، در هنگام مطالعه، رانندگی، حین انجام کارهایتان به این فایل گوش کنید. برای تاثیرگذاری بیشتر، این فایل را حداقل روزی یک مرتبه، بمدت ۳۰ الی ۴۰ روز گوش نمایید. توجه داشته باشید که هرچه قدر بیشتر به این فایل گوش کنید قطعاً تاثیر بیشتری خواهد داشت.

پژوهشگران دانشگاه لندن اولین مدرک فیزیولوژیکی را یافتند که نشان می دهد تصاویر نامرئی subliminal توجه مغز را در سطح ناخودآگاه جذب می کنند.

مفاهیمی وسیع تر از این مطالعه که در در "Current Biology" منتشر شده، نشان می دهد تکنیکی هایی مانند تبلیغات subliminal، که در حال حاضر در انگلستان ممنوع اما در ایالات متحده همچنان قانونی می باشد، قطعاً بر ذهن اثر می گذارند.

در این مطالعه با استفاده از fMRI مشخص شد که هر تصویری که به شبکیه چشم شما می رسد حتی اگر به آن دقت نکنید روی فعالیت های مغز در قشر بینایی درلوب اکسیپیتال تاثیر می گذارد.

دکتر بهادر بهرامی، از موسسه علوم اعصاب شناختی UCL و دپارتمان روانشناسی UCL می گوید: "جالب است که مغز شما توانایی ثبت چیزهایی شما را دارد که شما از آن آگاه نیستید و هرگز هم نمیتوانید آگاه باشید.

subliminal message چگونه عمل می کند و چه تاثیری روی ما می گذارند؟

جنبه های ناخودآگاه همه ی رخدادهایی که برای ما اتفاق می افتند، ممکن است به نظر، نقش کوچکی در زندگی روزمره ی ما داشته باشند، اما در اصل آنها، ریشه های افکار خودآگاه ما هستند.

کارل یونگ

ذهن انسان به دو بخش تقسیم می شود، ذهن آگاه و ذهن ناخودآگاه. زمانی که ما هوشیار و آگاه هستیم، ذهن آگاه مشغول کار است. از سوی دیگر، بخش ناخودآگاه، همیشه فعال است و همه چیز را در بدن ما (از جمله شخصیت ما و سخنرانی های ما) تنظیم میکند، همچنین بدون توجه به این که ما چه کاری انجام می دهیم، این قسمت از ذهن ما، اطلاعات را دریافت می کند و آنها را پردازش می کند.

ذهن خود را همچون یک توده ی یخی شناور در اقیانوس در نظر بگیرید. بخش آگاه ذهن، در واقع به مانند نوک توده ی یخی است که می توانید آن را روی سطح دریا مشاهده کنید و می توان گفت، چیزی حدود ۵% از کل توده یخی را به خود اختصاص می دهد. این در حالیست که بخش باقی مانده که در زیر سطح دریا قرار دارد، بخش ناخودآگاه ذهن است. حال تصور کنید که این بخش از ذهن چقدر می تواند قدرتمند باشد

راه ساده ی دیگری که شما می توانید به کمک آن، ذهن ناخود آگاه را توصیف کنید، این است که آن را همانند یک ضبط صوت در نظر بگیرید، که دائماً در حال پخش نوارهایی است (که در واقع همان احساسات، افکار و الگوهای ما هستند) که در طول مسیر زندگیمان در ضبط قرار داده می شود. ذهن ناخودآگاه، اطلاعاتی را که حواس ما به آنها نیست را دریافت می کند و آنها را ذخیره می کند. اگر شما اطلاعات را به طریقه ی

صحیح و با حجم و شدت بالا دریافت کنید، این اطلاعات در ذهن شما سکنا می‌گزینند و جزئی از وجود شما می‌شوند. به همین خاطر است که بسیاری از “خردمندان” و بسیاری از طرفداران نظریه‌ی خودیاری (کمک به خود) و پیشرفت فردی، تمایل دارند که به قدرت ناخودآگاه دست یابند. چرا که اگر شما یک کاست دیگر در ضبط قرار دهید، نتیجه متفاوت خواهد بود. سلسله‌ی افکار تان تغییر می‌یابد، سبب می‌شود شما هم تغییر کنید و به صورتی اجتناب‌ناپذیر، نتایج نیز تغییر خواهند کرد. دکتر جوزف مورفی در کتاب خود با عنوان “قدرت ناخودآگاه”، می‌گوید: “افکارت را تغییر بده تا سرنوشتت دگرگون شود

subliminal message چگونه عمل می‌کند؟

subliminal message، پیامهایی (عبارات و تصاویر) هستند که در سطحی پایین‌تر از آگاهی هوشیارانه‌ی ما عمل می‌کنند و به نحوی به شنونده اطلاق می‌شوند که توسط ذهن ناخودآگاه فرد، درک و فهم می‌شوند. این پیام‌ها، ممکن است به صورت صوتی و یا حتی تصویری باشند.

برای مثال، ما می‌توانیم عبارتی مثل “من مطمئن هستم” را در یک ترانه‌ی موسیقی که ذهن خودآگاهمان نمیتواند، به طور واضح آن را بشنود، و یا در یک فیلم که به صورت ثانیه‌های مجزا پخش می‌شود قرار دهیم تا ذهن خود آگاه مان، از نظر منطقی، فرصت کافی برای پردازش نداشته باشد. در هر دو روش، عبارت مورد نظر، توسط ذهن ناخودآگاه کاملاً قابل درک و فهم است.

تکرار مداوم این عبارت یا هر عبارت دیگری، سبب سیم‌کشی مجدد (ساخت گذرگاه‌های عصبی جدید) الگوها می‌شود و به فرد کمک می‌کند، تا بتواند مثبت اندیش شود، وزن کم کند و یا اعتماد به نفس داشته باشد.

تکنولوژی مربوط به subliminal message، حدود چندین دهه عمر دارد. مطالعات فراوان، نشان داده‌اند که این پیام‌ها می‌توانند تأثیرات طولانی مدت و راضی‌کننده‌ای از خود بر جا بگذارند، به نحوی که از یک سو می‌توانند سبب ترک عادات ناخواسته شوند، و از سوی دیگر عملکرد فرد را ارتقا دهند. این تکنولوژی بسیار موفق‌آمیز است زیرا، توانایی تداخل در “سپر” ذهن ناخودآگاه، که همان آنالیز و پردازش انجام شده توسط ذهن منطقی و خودآگاه است را دارد.

مطالعات علمی و پیام‌های ناخودآگاه

مطالعات و تحقیقات فراوانی در جهت اثبات تأثیرات ناشی از تکنولوژی subliminal message به انجام رسیده است.

مارتین ولتکمپ (دانشجوی دکتری)، ثابت کرده است که با استفاده از محرکهای تصویری subliminal message، می توانید انسان ها را به انجام کاری که به آن تمایل دارند، تحریک کنید.

طبق گفته ی پروفیسور بنجامین بی. ولمن، نویسنده ی بیش از ۴۰ کتاب روانشناسی، افکار آگاهانه، می توانند توسط محرک های خارج از آگاهی هوشیارانه، تحت تاثیر قرار گیرند. او همچنین، با استناد به سیلورمن (۱۹۶۷)، اضافه می کند که مطالعه ی فروید در مورد هوشیاری، "نشان می دهد که یک ورودی subliminal message، سطح میزان فعال سازی غریض ناخودآگاه موجود را بالا می برد."

دکتر نورمن دیکسون، روانشناس دانشگاه لندن، تحقیق گسترده ای مبنی بر آموزه های subliminal message به انجام رسانده است. در این تحقیق که در مورد پردازش نیمه هوشیارانه بود، او با استناد به ۷۴۸ تحقیق و پژوهش انجام شده بروی تاثیرات ارتباط subliminal message، نشان داد که در ۸۰ درصد موارد، این تاثیرات، مثبت بوده اند

دکتر الون تایلر، مدیر مجله ی تحقیقات پیشرونده ی هوشیاری، و عضو انجمن روان درمانی آمریکا، به شدت معتقد است زمانیکه اطلاعات subliminal message، به طرز مطلوبی به نمایش گذاشته شوند، پردازش می شوند، حفظ می شوند و به مرحله ی عمل می رسند

تحقیقات دکتر اچ. بهادر بهرامی، دانشمند علوم اعصاب دانشگاه لندن، با استفاده از اسکنر های مغزی، نشان داده اند که مغز، در زمانهایی که زیاد مشغول نیست، پیام های subliminal را جذب می کند.

مطالعات زیادی، بروی امکان استفاده از پیام های subliminal برای خلق نتایج خاص، تمرکز کرده اند:

عملکرد آکادمیک

یک مقاله در مجله ی روانشناسی مشاوره ای (۷) به چاپ رسیده است که مربوط به تحقیق دکتر کنت پارکر، روانشناس کالج کوئینز نیویورک می باشد. دکتر پارکر، در این مطالعه، تاثیر پیام های subliminal بر پیشرفت عملکرد آکادمیک دانشجویان را مورد بررسی قرار داد. آنالیز آماری دقیق داده ها، نشان داد که با تاثیر این پیام ها، پیشرفت قابل توجهی در عملکرد آکادمیک دانشجویان دیده می شود.

انسان عاقل وقتی متوجه خطری باشد، بایستی بسیار محتاط عمل کند. در اینجا ما با هالیوود و والت دیزنی مواجهیم که تهدیدی جدی برای فرهنگ کودکان و نوجوانان و جوانان ماست. آیا بهتر نیست ما ایرانیان هم به جنبش جهانی بایکوت این دو کمپانی شیطنانی بپیوندیم.

آیا بهتر نیست در مورد هدف از زندگی خود دوباره فکر کنیم. آیا ما برای سرگرم شدن آفریده شدیم؟ آن هم سرگرمی که با چشم ظاهر و عقل خود می دانیم افرادی کثیف و پست و شیطنانی در پشت آنها به فعالیت مشغولند و بسیار دقیق و برنامه ریزی شده در جهت نابودی بشر گام بر می دارند؟

آنچه گفته شد شرحی کوتاه بود از ماهیت پلید کمپانی والت دیزنی که اصل داستان مفصل تر از اینهاست و خواننده عزیز با جستجویی کوچک به حقایق بیشتری در این زمینه دست خواهد یافت.

امید است خوانندگان عزیز این مطلب که والدین فردای این امت هستند، با تحریم و بایکوت کردن والت دیزنی و هالیوود، سعی در تضمین سلامت فکری و روحی فرزندان خویش نمایند و سعی کنند با جایگزین کردن محصولات والت دیزنی و هالیوود با ورزش، مطالعات دینی و ادبیات و مستندهای خلقت و آفرینش خداوند، هر چه بیشتر فرزندان خود را با خالق هستی آشنا کنند تا بیشتر نقشه های شوم آنان را با شکست مواجه کنند.

البته مهم است که ابتدا خود والدین دست از سر هالیوود و سینما بردارند و اوقات فراغت خویش را با مطالعه پر کنند. تنها در این صورت است که فرزندان نیز حاضر می شود دست از سینما و والت دیزنی برداشته و رو به مطالعه آورند

Subliminal message چیست؟

لغت subliminal به معنای اثر گذاشتن بر ذهن بدون متوجه شدن فرد است.

ذهن انسان شامل دو بخش خودآگاه و نا خودآگاه می باشد. بخش نا خودآگاه ذهن ما از لحاظ پردازش بسیار پر قدرت است؛ به طوری که قادر به درک بسیاری از موضوعاتی است که ما در حالت خود آگاه آن را درک نمی کنیم.

مثال بارز این مطلب خواب دیدن ماست که به گفته ی بسیاری از دانشمندان اشخاصی که در خواب می بینیم به طور قطع همان اشخاصی هستند که ما در دنیای واقعی آنها را مشاهده کرده ایم چه هر روز و چه فقط یک لحظه.

تمامی مشاهده های ضمیر ناخودآگاه ما در مکانی از ذهن ثبت می شود و به مرور بر رفتار و گفتار ما اثر خواهد گذاشت.

دانشمندان غربی با درک این نکته در پی سیاست های کثیف (ولی متاسفانه کارآمد) دولت های غربی برای اثر گذاشتن بر نیروهای جوان کشورهای دیگر در فیلم ها، عکس ها، پوسترها و حتی کارتون های کودکان از این نکته سود می جستند و به جای اینکه مستقیماً تصویر یا کلمه ای زشت (این کلمه یا تصویر هرچیزی اعم از فحش، صحنه های زننده، فرهنگ سازی غلط و ... می تواند باشد) را نشان دهند، آنرا لابه لای انبوهی از تصاویر دیگر پنهان می کنند و به کودکان و جوانان ما نشان داده و بر فکر آنها اثر می گذارند.

ضمیر نا خودآگاه انسان تمامی این پیام ها را دریافت کرده و در ذهن ثبت می کند، به مرور زمان و با مشاهده ی این تصاویر، ذهن انسان به سمت این کارها (چه فحش دادن، اذیت پدر و مادر و چه کارهای زشت و ...) تمایل پیدا کرده و انسان با ضمیر خودآگاه خود آن کار ناپسند را انجام خواهد داد.

بسیاری از ما رفتار بعضی کودکان ۴-۵ ساله یا حتی بزرگتر را با پدر و مادر خود مشاهده کرده ایم که در مقابل آنها می ایستند و گاهی حتی به آنها ناسزا نیز می گویند؛ که خیلی از ما هم می دانیم این کار آنها ناشی از دیدن فیلم هایی از این قبیل است. فیلم هایی که در آنها کودکان پدر و مادر خود را می زنند، از خانه فرار می کنند و...

Subliminal messageها نیز بدین منظور طراحی شده اند و بدی آنها نسبت به اینگونه فیلم ها که در بالا اشاره شد به این علت است که دیگر ضمیر خودآگاه متوجه این موضوع نمی شود که جلوی آنرا بگیریم، به این صورت اثر خود را خواهد گذاشت بی آنکه متوجه شویم.

Subliminal messageهای گرافیکی، اغلب در کارتون ها، پوستر فیلم ها، بازی ها و عکس های گرافیکی مشاهده می شوند؛ زیرا قابلیت کار گرافیکی بر روی آنها وجود دارد.

در کارتون هایی نظیر شیر شاه ، باب اسفنجی، سیندرلا، علاالدین و... در پوستر و عکس های فیلم هایی نظیر: هری پاتر، آواتار ، نبرد پولادین (real steal) (و...)

در بازی هایی مانند (gta (grand theft auto) ، sims ، و... و در بسیاری از عکس ها و فیلم ها و کارتون های دیگر این اثر را می توان مشاهده کرد.

برخی دیگر از اینگونه پیام ها، باعث تصور غلط درمورد افکار، نماد ها و نشانه های ماسونی و یهود ستایی و .. می شوند؛ مثلاً در اغلب کارتون ها خرگوش ها را حیواناتی

باهوش و زرننگ و جغد و بز را نماد دانایی معرفی کرده اند که هر سه از حیوانات مقدس فراماسون ها هستند.

یا برای مثال در کارتون های میکی موس و تام و جری که از کارتون های مورد علاقه ی تمام سنین هستند، نیز افکار ماسونی شرح داده شده است.

Subliminal messages

Message

که به فارسی همان پیام می باشد.

Subliminal

لغتاً این معنا را می دهد: غیر کافی برای ایجاد تحریک عصبی یا احساس، خارج از مرحله آگاهی، نیمه خودآگاه، نا مرئی. و ما در مجموع اینگونه معنا می کنیم: ”پیام های ناخودآگاه” یا ”پیام های پنهانی”.

از اینگونه پیام ها امروزه بسیار استفاده می شود و البته اهداف گوناگونی مد نظر تولید کنندگان است. برای مثال آموزش انگلیسی در خواب از همین امور است.

نمونه دیگر استفاده از این پیام های پنهان برای تبلیغات است، همون طور که می دونید یک فیلم در واقع تعدادی عکس است که با سرعت نمایش داده می شوند که این کار باعث می شود ما تصور کنیم تصاویر حرکت دارند. برای تبلیغات به شیوه ی پنهانی یکی از این عکس ها را حذف می کنند و به جای آن عکس کالای مورد نظر خود را قرار می دهند، در موقع پخش فیلم مغز شما متوجه عکس می شود ولی شما از آن غافل هستید زیرا ذهن و ضمیر ناخودآگاه شما قادر است یک سیم ثانیه را درک کند ولی این مقدار تحریک عصبی برای شما ندارد و وارد مرحله آگاهی شما نمی شود تا شما عکس العمل داشته باشید، بعد تماشای فیلم وقتی شما به مغازه برای خرید کالا وارد می شوید وقتی آن کالا را میبینید برای شما آشنا جلوه می کند و باعث می شود تا احتمال اینکه شما آن را بخرید زیاد شود.

اما استفاده از این پیام های پنهانی در اینگونه موارد شاید خطرناک نباشد اما متأسفانه استفاده از این روش محدود به این موارد نمی شود بلکه برای اهداف منفی از قبیل ترویج بی بندوباری و ترغیب به ابتذال نیز استفاده میشوند.

نمونه های استفاده از پیام های پنهانی برای اهداف منفی بسیار در جامعه و دنیا رواج دارد که فقط شامل فیلم های سینمایی نیست بلکه شامل موسیقی، اینترنت، نقاشی و... نیز می شود که مواردی را ذکر می کنیم.

مثلا در فیلم های سینمایی به جای قرار دادن تصویر یک کالا برای تبلیغ، تصویری مستهجن را قرار می دهند برای ترغیب افراد به سمت ابتذال.

در مورد موسیقی وضع شاید کمی پیچیده تر باشد، معمولا موسیقی را همه از اول به آخر گوش می دهند اما موسیقی را می توان بر عکس کرد و گوش داد، البته این کار نیاز به نرم افزار خاصی دارد و علاوه بر آن متخصص هم نیاز دارد، وقتی موسیقی های تند و نامناسب را که رواج زیادی هم دارند را عکس کنیم متوجه می شویم که خواننده افکار و عقاید خرافی و مبتذل را می خواند البته امکان دارد خود شاعر و خواننده و آهنگ ساز هم متوجه نشوند و این کارشان عمدی نباشد علت را شاید بتوان اینطور جواب داد که در اینگونه موسیقی ها نیت شیطانی و هوسرانی است و همین باعث می شود تا در عکس این موسیقی ها به طور آشکار عقاید شیطانی شنیده شود. اینجا یک سؤال مطرح می شود که چگونه عکس موسیقی بر ما اثر دارد در صورتی که عکس آن را گوش نداده ایم؟ در جواب باید گفت: مغز انسان عضوی است که اطلاعات انسان درباره آن بسیار کم است و قدرت واقعی آن را دقیق نمی دانیم اما بنا بر ادعایی بعضی محققین مغز انسان قادر به درک عکس موسیقی می باشد و به همین علت هم بر ما اثر گذار است.

در مورد نقاشی به عنوان مثال می گوئیم که در نقاشی ابتدا عضو تناسلی مرد یا زن را می کشند بعد به طرح دادن و مخفی کردن آن در نقاشی مشغول می شوند این نقاشی ها بیشتر برای کودکان استفاده میشوند و جامعه هدف، آنها هستند.

اما اینترنت، در مورد آن از یکی از محققین در این زمینه شنیده ام که وقتی شما به اینترنت متصل می شوید از اسپیکر های رایانه شما امواجی پخش می شود که ظاهرا شما آنها را نمیشنوید بلکه بر ضمیر ناخودآگاه شما اثر گذاشته و شما را ترغیب به ابتذال می کنند، یعنی شما را وسوسه می کنند که به سراغ عکس ها و فیلم های مستهجن بروید.

و موارد بسیار دیگری که ما از آنها مطلع نیستیم. اما در پایان لازم است نکاتی را بیان کنیم که:

اولا اینگونه پیام ها فقط نوعی وسوسه هستند مانند وسوسه های دیگر شیطان، و این ما هستیم که تصمیم می گیریم چه کاری انجام دهیم و اراده در دست ماست.

دوما با ایمان قوی می توان جلوی همه ی قدرت های شیطان ایستاد وظیفه ما این است تا با توکل بر خدا و عمل به دستورات مقدس شرع خود را از همه آفات حفظ کنیم. ما مجبور به گوش کردن آهنگ های حرام نیستیم، ما مجبور به دیدن فیلم هایی که فایده ای هم برای ما ندارند نیستیمو خلاصه چرا به راهی وارد شویم که از آن منع شده ایم؟ چرا خود را به خطر بیندازیم؟ از عقل آک بند خودمان کمی استفاده کنیم تا بفهمیم که خدا خیر ما را می خواهد که بعضی امور را حرام کرده و الا هیچ فایده ای برای خدا ندارد و خدا بی نیاز مطلق است.

دکتر «ژوزف مونتگر» می گوید: «آنچه می خورید باعث زخم معده نمی شود بلکه آنچه شما را می خورد مانند عصبانیت و هیجان عامل زخم معده است.

موضوع کمی عجیب به نظر می رسد ولی کاملاً برای ذهن شما روشن است، کد های مخفی که در بعضی از تصویر و یا فیلم ها و موسیقی وجود دارد، شما متوجه آنها نمی شود ولی این کد ها کاملاً بر روی ذهن شما و ضمیر ناخودآگاه شما تاثیر می گذارد و مغز شما به آنها جواب های دلخواه را می دهد.

انواع پیام های پنهان

به طور کلی، سه نوع از پیام های پنهان وجود دارد:

۱. پیام **Subvisual** - نشانه های بصری هستند که به سرعت (به طور کلی چند میلی ثانیه) که مردم آنها را درک نمی دیدم.

۲. پیام های **Subaudible** - حجم کم نشانه های صوتی است که به یک منبع بلندتر صوتی قرار داده، مانند موسیقی.

۳. نهانسازی در برگردان - پیام های صوتی است که به عقب ضبط شده، با هدف از بازی آن را به جلو برای پنهان پیام معکوس شود.

صرف نظر از نوع، پیام های پنهان اغلب نشانه جنسی باشد. دلیل؟ مردم ادعا می کنند که ارتباط یک محرک با جنس می توانید درخواست تجدید نظر از محتوای کلی را بالا ببرد. ادعای بسیار عجیب و غریب، من می دانم. اما شایستگی به آن وجود دارد؟ ادامه مطلب را بخوانید ...

زندگی واقعی نمونه از پیام های پنهان

مردم ادعا می کنند که پیام های پنهان شده اند تا در تبلیغات، فیلم، موسیقی و نشان داده شده است. این یک مفهوم جذاب، بدون هیچ تردیدی است. متأسفانه، بسیاری از نمونه های کاملاً تصادفی است. مردم به این معنی در هر چیزی اگر آنها به دنبال به اندازه کافی سخت خواهد شد.

نه به ذکر است، بسیاری از نمونه های محبوب حتی "پنهان" نه در همه. نشانه فقط محرک supraliminal مبدل در یک بصری هستند.

نهان سازی چیست ؟

تعریف کلی: نهان سازی در برگردان یا وارون نگاری (در زبان انگلیسی: Backmasking) شگردیست برای ضبط صدا که در آن نوا یا پیام گفتاری، با پخش وارونه درون آهنگی که قرار است بگونه عادی پخش شود، نهادینه می شود. نهان سازی در برگردان کاربرد بیست دانسته که بواسطه آن، پیغامی که از وارون آواها به مغز می رسد می تواند ناخواسته باشد.

تاریخچه :

نهان سازی در برگردان در امریکا از دهه ۱۹۸۰ به جستاری کشمکش برانگیز بدل گردیده است. زمانیکه مذهبیهون دیدگاهشان را درباره گروه های برجسته موسیقی چنین بازگو نمودند که این شیوه در جهت اندیشه های اهریمنی به کار گرفته شده است که تظاهرات صفحه سوزان و وضع قانون ضد-نهان سازی در برگردان توسط دول ایالتی و فدرال را نیز بدنبال داشت. اینکه نهان سازی در برگردان می تواند بصورت زیر آستانه ای بر شنوندگان تأثیر کند یا خیر، پرسشی است که هنوز مورد چالش هر دو طرف است. (در بعضی موارد مشاهده شده که ذهن در ضمیر ناخودآگاه بعضی از مطالب را تحلیل و برداشت کرده و استفاده میکند

شیطان در موسیقی (پیامهای پنهانی)

در غرب سال ۱۹۵۰ را سال تولد و نزول رسمی شیطان بوسیله موسیقی نامیده اند و در

همین سال بود که گروه «بیتل ها» و «الویس پریسلی» که از شعبات گروه «راک اندرول» هستند شروع به کار کردند و مروج این مکتب (شیطان پرستی) شدند.

این گروهها برطبق گفته ها و نوشته هایشان، نفس و زندگی خود را به شیطان سپرده اند و شیطان را چون خدای خود می پرستند و خدمت می کنند و در بیانیه های خود اعلام کرده اند که شیطان نیز به آنان قدرتی داده است تا بوسیله آن معجزاتی انجام دهند که باعث خودکشی اشخاصی می شود که برای شنیدن کنسرت آنها می آیند. این گروههای شیطانی قادرند که به وسیله کنسرتی که اجرا میکنند مردم را به صدمه زدن به خود و حتی خودکشی ترغیب کنند. مثلاً در مورد گروه «پینک فلوید»، میانگین خودکشی یا صدمه رساندن شدید به خود، بعد از هر اجرای این گروه ۱۵ تا ۲۰ نفر می باشد.

گروههای شیطان پرست را به طور کلی به عنوان گروه «راک اندرول» می شناسند که خود این گروه به گروههای کوچکتر تقسیم میشود. مثل: جمعه سیاه، سنگهای غلطان، پینک فلوید، و سب) «WASP» که نام خود را از حروف اول جمله **We Are Satan** «People ما امت شیطان هستیم» گرفته اند و بوسه «kiss» که به «لژیونر شیطان» ملقب است و این لقب به خاطر وحشی گری زیاد، از طرف گروههای شیطان پرست دیگر به آنها داده شده است.

علائمی که این گروهها برای نیرو گرفتن از آن استفاده می کنند عبارت است از: صلیب برعکس، ستاره (مانند ستاره هایی که شلوارهای «جین» و «لی» وارداتی است)، ستاره اسرائیل و ... که نمونه بارز این علائم را در کلیسای شیطان پرستان در نیویورک می توان دید که به صورت یک صلیب بزرگ و برعکس می باشد، اما در مورد مفاهیم و پیامهای این آهنگها، می توان گفت این آهنگها، بر پایه کفر به خدا و انبیای الهی و نفی عدالت و محبت خدا، دعوت به زنا و سکس، مواد مخدر، خودکشی و قتل می باشد.

این پیامها با صدای بسیار ضعیف و کوتاه در پس زمینه نوار ضبط می شود که گوش قادر به شنیدن مستقیم آنها نیست. اگر در حالت طبیعی شنیده شود، چیزی از پیام را نمی توان شنید و فقط متن ساده نوار شنیده خواهد شد و از قدرت شیطانی خفته در پشت نوار آگاه نمی شویم.

« ویلیام دورل» دکتر مغز، در طی تحقیقات چهارده ساله خود می نویسد: «در مغز انسان دستگاہی مانند کامپیوتر وجود دارد که اطلاعات غیر منطقی و مستقیم را از مغز دور می کند و انسان را وامیدارد تا این اطلاعات را فراموش کند ولی اگر هر گونه اطلاعاتی به بخش خاصی از مغز برسد، مغز آن را بدون چون و چرا پذیرفته و جزء قواعد روزمره خود قرار می دهد. با این روش می توان به سادگی اطلاعات خاصی را وارد سیستم

اطلاعاتی مغز کرد، بدون این که شخص در موقع شنیدن متوجه پیام درونی آن شود. این سیستم اطلاعاتی و گیرنده پیامها را در اصطلاح «subliminal program» می گویند (پیامهایی که گوش نمی شنود ولی مغز آنها را دریافت می کند)

وضع قوانین:

یکی از برآیندهای خشم به*بار آمده، اخراج پنج دی جی از رادیوها به*دلیل تشویق شنوندگان به جستجوی پیام*های پنهانی در برگردان آهنگ*ها بود. پی*آمد جدی*تر تصویب قانونی از سوی فرمانداری ایالتی آرکانزاس و کالیفرنیا بود. دادخواست سال ۱۹۸۳ کالیفرنیا بدینسان پیش کشیده شد تا از نهمان*سازی که «می*تواند رفتارمان را نادانسته و ناخواسته دگرگون ساخته و ما را به هواخواهان ضد مسیح بدل سازد» جلوگیری کند. دادخواست پذیرفته شده پخش هر نوع صفحه یا نواری را که نهمان*سازی در برگردانها را بازگو نکرده*اند، تجاوز به حریم شناخته که برای آن پخش کننده را می*توان تحت تعقیب قانونی قرار داد. قانون آرکانزاس که به*اتفاق آراء در ۱۹۸۳ پذیرفته شد، به آلبوم*هایی از بیتلز، پینک فلوید، الکترونیک لایت ارکسترا، کوئین و استیکس ارجاع میداد، و حکم کرد که نوارها و صفحه*ها برچسبی با متن: «هشدار: این اثر حاوی گفتار نهمان شده در برگردان خود می*باشد که ممکن است قابل ادراک توسط ناخودآگاه، به*هنگام پخش عادی باشد» داشته باشند. گرچه این حکم توسط فرماندار بیل کلینتون به سنای ایالتی پس فرستاده و لغو شد. لایحه شماره ۶۳۶۳، که در سال ۱۹۸۲ توسط نماینده کالیفرنیا باب دورنان تقدیم مجلس شد، حکم مشابهی را پیشنهاد می*کرد، که حکم به کمیسیون فرعی بازرگانی، ترابری و جهانگردی ارجاع می*شد و هرگز تصویب نشد. اقدامات حکومتی همچنین برای مجالس تگزاس و کانادا طلب شد.

یک مورد واقعی برای تأثیر سریع و غیر قابل انکار این گونه پیامها بر مغز:

در یکی از سینماهای نیویورک در طی پخش یک فیلم خاص، میزان خرید نوشابه «کوکا کولا» و «پاپ کورن» به چندین برابر حالت عادی می رسید. دلیل آن این بود که، صحنه قابل دیدن در یک لحظه برای چشم در روی نوار فیلم ۵ یا ۶ فریم است؛ طراح این کار بین هر ۱۶ فریم یک اسلاید کار گذاشته بود که روی آن نوشته بود نوشیدن کوکا کولا و خوردن پاپ کورن لذت بخش است، دیدن این اسلاید برای چشم غیر ممکن است و این قضیه زمانی لو رفت که فیلم روی یکی از همین اسلایدها پاره شد و این عبارت روی سینما دیده شد که البته کار به دادگاه کشیده شد. این نمونه نشانگر قدرت مغز انسان است که از هر کامپیوتر سریع تر و دقیق تر عمل می کند.

حال که با چگونگی دریافت پیامهای پنهانی پشت آهنگها آشنا شدید چند نمونه از پشت آهنگهای مشهور را می آوریم: «منظور از پشت آهنگ، همان نوار وقتی از انتها به ابتدا و با دور کند پخش شود می باشد، که مضمونی کاملاً شیطانی به گوش خواهد رسانید».

آهنگ «لایس لابونیتا» از «مدونا» که جاهایی از این آهنگ به زبان اسپانیولی خوانده می شود و کلمه «گومو برگن» تکرار می شود، پشت نوار این عبارت «به من شیطان گوش بده» می باشد.

در نوار کاست دیگری چنین خوانده می شود: «...بوی عطر تو چه دلپذیره...» و پشت آهنگ این عبارت «...شیطان خداوند ماست...» می باشد.

پیام های پنهان در تصاویر:

امروز به بررسی پیام های مخفی شده در تصاویر و نقش آنها در ذهن انسان می پردازیم. در زیر تصاویر زیادی که در همه پیام هایی مخفی شده قرار داده ام که در نگاه اول هرگز انسان متوجه آن نمی شود. و شاید بسیاری بگویند که ما که در این تصاویر چیزی نمی بینیم ولی واقعیت این است اگر ما متوجه نشویم ذهن نا خودآگاه ما متوجه می شویم.

تحقیقات دقیق علمی این موضوع را اثبات کرده است و از سال ۱۸۹۷ که نقش این پیام ها در انسان ها برای بشر کشف شد غرب و استکبار به انحاء مختلف از این خاصیت ذهن بشر در پیشبرد خاصته هایش بسیار استفاده کرده است از بازرگانی و استفاده این پیام های مخفی در لوگوی شرکت های خود تا امور مختلف و تاثیر گذاری بر اذهان جامعه بین الملل در راستای اهداف خویش.

نمونه بارز آن واقعه ۱۱ سپتامبر است که بارها و بارها از ده سال قبل از این واقعه می توان در تصاویر مختلف اشاره به وقوع ۱۱ سپتامبر را دید. که نمونه هایی از آن را در ادامه خواهیم دید.

اما من بارها وقتی این تصاویر را که پیام های مخفی ای در آنها نهاده شده به دوستانم نشان داده ام آنها هیچ پیامی و نکته ای در این تصاویر ندیده اند بعد که تصویر را به شکلی در آوردم که پیام مخفی شده در آن کمی آشکار تر شود و آن بیان را دیده اند گفته اند ما که متوجه نشدیم و پس وقتی متوجه نشدیم تاثیری هم روی ما ندارد. اصلاً این طور نیست کار کرد این پیام ها از طریق ذهن ناخودآگاه ذهن ماست ممکن است ما متوجه نشیم ولی ذهن ناخودآگاه ما آن را دریافت می کند. دقیقاً به چیزی مانند کودکان واقعا دقت کرده اید یا نه بچه که هنوز حافظه و ذهن او درست شکل نگرفته در یکی دوسالگی چطور یک زبان

را کاملاً بدون آموزش خاصی یاد می‌گیرد و درست یک بار که اطرافیان یک شیء را مثلاً ماشین صدا می‌کنند او از کجا می‌فهمد این اسم مال این شیء است و دیگر همیشه ماشین را ماشین صدا می‌کند و چطور این همه لغت را در ذهن خود که هنوز شکل نگرفته و در حال شکل‌گیری است جا می‌دهد. و حالا ما که عقلمان و ذهنمان کامل هم گشته خواهیم یک زبان تازه یاد بگیریم شاید سالها باید تمرین کنیم و لغت به یاد بسپاریم. چرا چون بچه در یکی دو سالگی چون ذهن خودآگاهش کامل نیست از ذهن ناخودآگاه این مسائل را دریافت می‌کند و ذهن ناخودآگاه انسان بسیار قوی‌تر از ذهن خودآگاه ماست. بسیاری از مسائل و وقایع اطرافمان را که ذهن خودآگاه ما دریافت نمی‌کند دقیقاً ذهن ناخودآگاه ما دریافت کرده و بر درون و روح انسان آن پیام‌ها و مسائلی که این ذهن دریافت داشته اثر می‌گذارد. امروز از این مسئله دشمن در بی‌دینی و ترویج بی‌اخلاقی بسیار استفاده می‌کند و نه فقط در تصاویر در موسیقی و غیره هم پیام‌های ناخودآگاه نهفته است که با برگردان بعضی موسیقی‌ها شما می‌توانید پیام‌های شیطانی و سکسی که در آن‌ها نهفته شده بشنوید که در حالت عادی اصلاً متوجه نمی‌شویم ولی ذهن ناخودآگاه ما متوجه می‌شود

. حتماً برای شما پیش آمده که بعضی اوقات بدون هیچ اتفاقی حس و حال معنویتان از دست رفته و حتی حس نماز خواندن هم ندارید و حتی حس گناه آلودگی کنید در صورتی که به کل آن روز نگاهی می‌کنید و اعمالتان را مرور می‌کنید تفاوتی با روزهای دیگرتان نمی‌بینید و گناهی هم نکرده‌اید که این حس به شما دست داده. می‌دانید علت آن چیست ذهن شما در برابر پیام‌ها گناه آلود و پیام‌ها تشویقی به گناه و سکس قرار داشته فیلمی دید هاید که پیام سکس در آن بوده نه اصلاً منظورم فیلم غیر اخلاقی نیست فیلم عادی ولی در صحنه‌ای مخفیانه چنین پیامی بوده.

به این گونه پیام‌رسانی و این گونه محرک‌ها محرک‌های زیرآستانه‌ای (در انگلیسی *Subliminal stimuli*) در تقابل با محرک‌های فرآستانه‌ای به هرگونه محرک حسی که پایین‌تر از آستانه‌ی مطلق فردی برای ادراک آگاهانه باشد اطلاق می‌گردد. مفهوم ادراک زیرآستانه‌ای از این‌رو شایان توجه است که می‌گوید اندیشه، احساسات و رفتار مردم متأثر از محرکی است که علیرغم عدم آگاهی از آن، ادراک می‌گردد. این پدیده ابتدا در سال ۱۸۹۷ مطرح شد، ولی در ۱۹۵۷ جستار «پیام‌های زیرآستانه‌ای»، هنگامی که آگهی‌سازان و چیره‌دستان وادی تبلیغات، ادعای کاربرد بالقوه آنرا در تحریک خریداران مطرح ساختند، به گفتمانی جنجالی بدل شد.

محرک‌های زیرآستانه‌ای را به دو شکل دیداری و شنیداری طبقه‌بندی می‌کنند.

دیداری:

محرك‌های دیداری تصاویری اند که زودتر از دریافت بیننده از جلو چشمش عبور می‌کنند یا اینکه به‌صورت نهانی در نگاره‌ای گنجانده شده‌اند. این‌گونه تصاویر در ناخودآگاه بیننده تأثیر می‌کنند.

شنیداری:

محرك‌های شنیداری پیام‌هایی اند که با بلندایی آرامتر از آستانه‌ی شنوایی فرد نجوا می‌شوند یا اینکه به‌صورت برگردان در فرایندی با نام «وارون‌نگاری» به گوش شنونده می‌رسند. ادعا می‌شود این پیام‌ها در ناخودآگاه بیننده تأثیر می‌کنند. مثلاً در سال ۱۹۸۸ قاتل زنجیره‌ای ریچارد رامیرز، در دادرسی‌اش چنین اظهار داشت که موسیقی گروه‌های سی/دی‌سی و به‌ویژه آهنگ «ولگرد شب» از آلبوم شاهراهی به‌سوی دوزخ‌الهام‌بخش او برای ارتکاب جنایت بوده‌است. دیوید جان اوتس، یکی از بنیان‌گذاران نظریه‌ی برگردان پیام مدعی شد آهنگ «شاهراهی به‌سوی دوزخ» در همان آلبوم، در بردارنده‌ی پیام‌های نهان‌سازی شده‌ی، «قانون منم»، «نام من ابلیس است» و «او از آن دوزخ است» در برگردان خود است که ممکن است در برانگیختن قاتل مؤثر بوده باشند.

و مثالی فوق العاده و واقعی از تاثیر گذاری این پیام ها :

در سال ۱۹۵۷ جیمز ویکاری یک فروشنده‌ی پژوهشگر است مدعی شد که در طول یک دوره‌ی شش هفته‌ای به ۴۵۶۹۹ مشتری در سینمایی واقع در فورت لی نیوجرسی در میان فیلم پیکنیک دو پیام تبلیغاتی نشان داده شده بود: «گرسنه‌اید؟ پاپ‌گرن بخورید» و «کوکاکولا بنوشید» که به گفته‌ی او در هر ۵ ثانیه یکبار به مدت سه‌هزارم ثانیه این پیام‌ها نمایش داده شده بودند.

زمان آن پیام‌ها چنان کوتاه بودند که آنها هرگز آگاهانه از سوی کسی دریافت نمی‌شدند، اما ویکاری ادعا کرد که در طول این دوره ۶ هفته‌ای باهمه؟ آنکه مشتریان از پیام‌ها ناآگاه بودند، فروش پاپ‌کرن، ۵۷٪ و فروش کوکاکولا، ۱۸٪ افزایش یافتند

حالا بعضی از این تصاویر و پیمان‌های آنها:

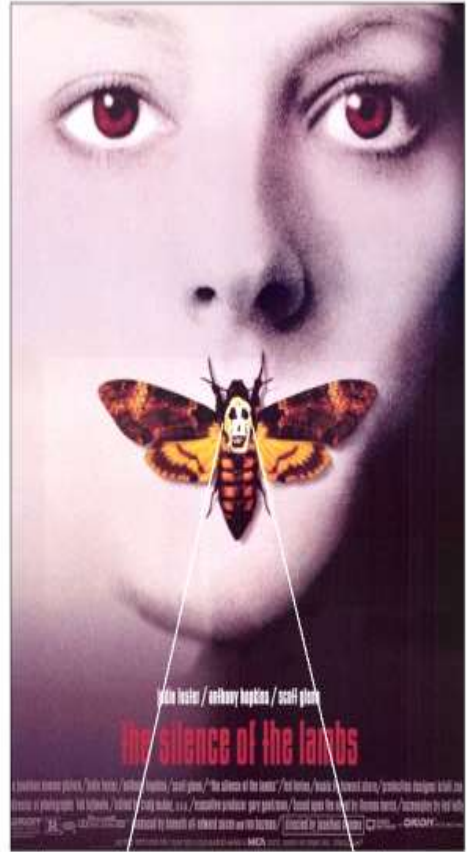




Death's Head Hawkmoth



Dali portrait



This graphic was stolen from ArtistMike.com



بنامی تو موز
بابت کردم
با موی بی
است کردم
ست دادم
مبارک بودم
تست با هم
ن بی نمائت
زست با هم
ست کردم
زکت دادم
فرکت نمودم
ت نمودم
ای تو ساز نمودم
با مرد است
با موی بیست

ایل من قدر گران هست و عبادت کرده
آب و چاهای این ایل و عبادت کرده
ایل من بهرین، سون و ده ایل من است
ایل من حق و تر نمودن نیست لیلی ایل
ایل من ایچ کن است بر بر برگه ایل
زنگی بی حرکت نمودن با ایچ است
تندگی بی هر روزین و شرف بی نیست
تو ایچ بر بر ریش و کلب می با
ایل و چاهای این ایل و عبادت کرده
آب و چاهای این ایل و عبادت کرده
ایل من بهرین، سون و ده ایل من است
ایل من حق و تر نمودن نیست لیلی ایل
ایل من ایچ کن است بر بر برگه ایل
زنگی بی حرکت نمودن با ایچ است
تندگی بی هر روزین و شرف بی نیست
تو ایچ بر بر ریش و کلب می با
ایل و چاهای این ایل و عبادت کرده
آب و چاهای این ایل و عبادت کرده

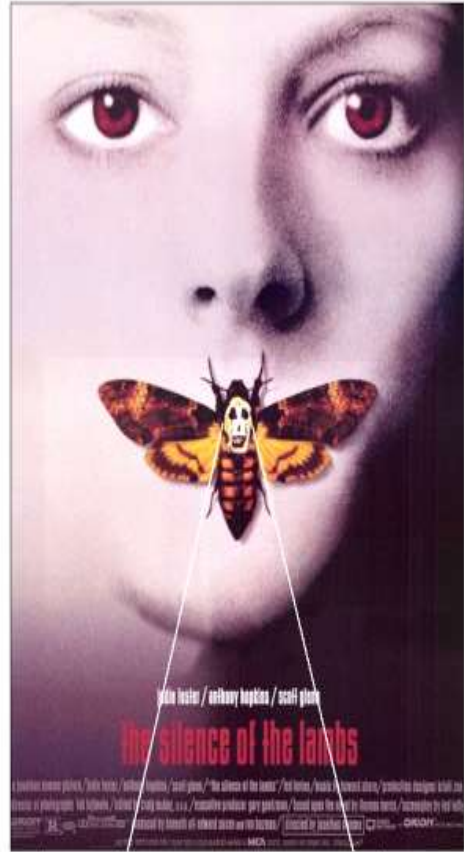
در تصویر بالا چیزی متوجه شدید در عکس جمجه کمی دقت کنید



Death's Head Hawkmoth



Dali portrait



This graphic was stolen from ArtistMike.com



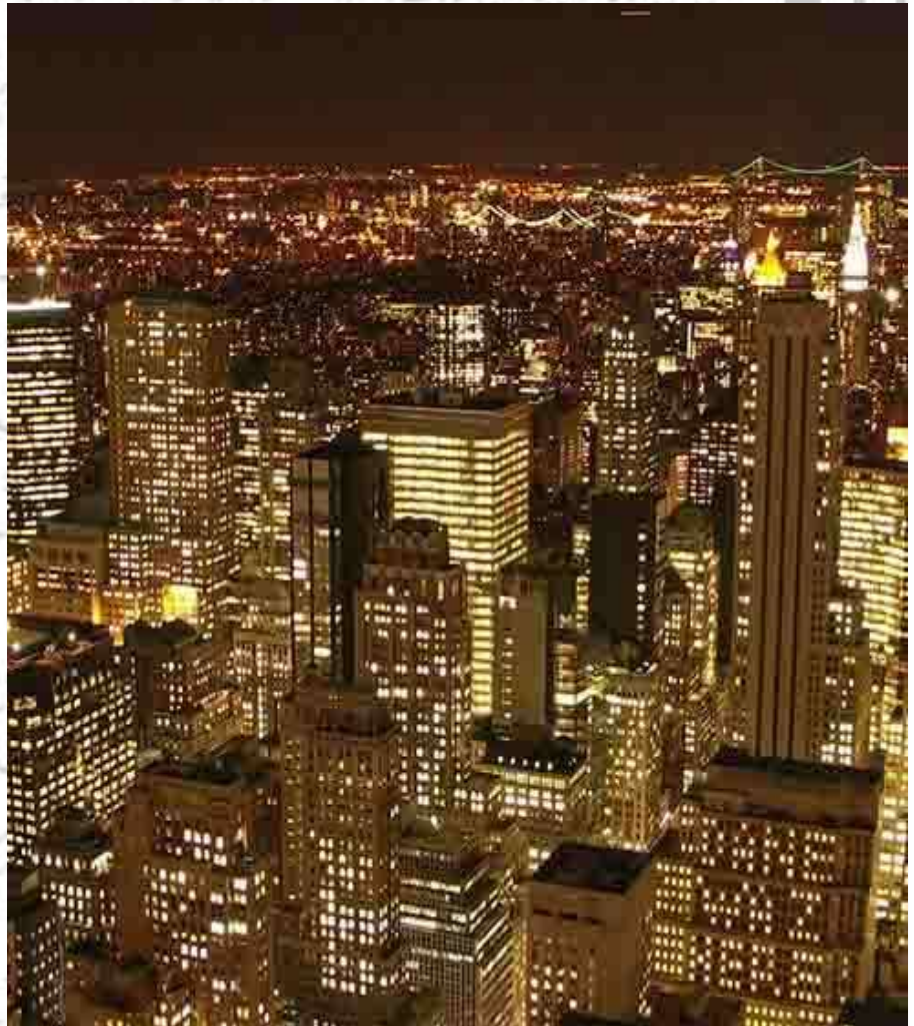
بناهی تو هنوز
زیارت کردم
با مومنی بود
است کردم
بست و اوام
مشارکت بود
نعت را هر
ن شی عبادت
زنت را هر
ست کردم
زنت و اوام
فرنگ نقد
ت بدو است
ای تو سالنگو
با مرد است
با مومنیست

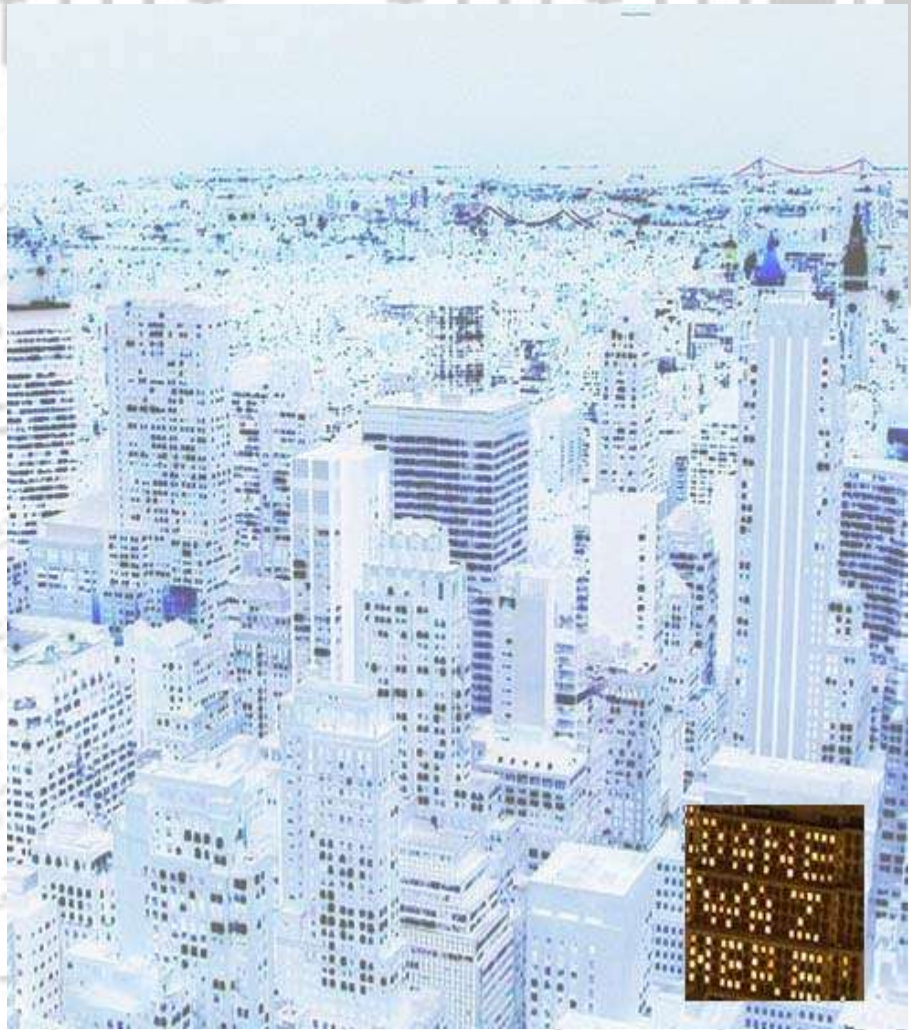
آب و چاه می این ایل و عبادت کرده
با حسین شهید و سرور الله را گشته
و از سرداب برانی بجز سال پس است
پای منقح خمر نیست خدا می و نه
چو آب و شکر در صد را برگردان
تقریب راه حاجت بر ما کوچ است
کوچ باغستان است عفت بی منی است
ایل رخانی سرشب شکر کمال است
بچه گمان بپوش

ایل من قدر گران نعت و عبادت کرده
ایل من بدترین، شوم و ذلیل پس است
ایل من حق تو فرعون نیست لیلی ایل
ایل من اوج کن شب بر را برگردان
زنگی بی حرکت شود تا رو بوج است
تندگی بی سر و گردن و شرف بی شخصیت
شوم نعت بر پیشه و شکر می ما

بله تصویر سه زن در جمجه دیده می شود

به ساختمان نگاه کنید چیزی متوجه می شوید.





بنیادی تو هنوز
برت کراند
امونی بود
است کراند
ست و او
ملازمت
ست با سر
نی نماند
ست با سر
ست کراند
ست و او
ست کراند
ست و او
ست و او

این است اول و در دو بار است که
گویی بدست این ایل بیادش و او است
ایل من بکار من موسوم و کجی نیست
ایل من قدر گران است و سعادت کرده
اینها در سر با خود فرود را گشته
ایل من است و در این سال پس است
ایل من حق تو در عنوان است لای ایل
ایل من این کن شب بر در برگه ایل
تو منی بی حرکت شو تا در بوی است
تندگی بی سر و تو این و شرف بی نیست
تو منی بفریخته و کجی می
ایل خانی سرب منگر کلا است
که گویان بپند

می بنید چه جمله ای نهفته شده در پنجره های آپارتمان

در عکس اسب زیر چه می بینید کمی دقت کنید



این اسب که در عکس می بینید، در واقع یک اسب نر است که در حال حاضر در یک مزرعه نگهداری می شود. این اسب دارای یک نعلبند سفید است که در طول عمرش به آن زده شده است. نعلبند سفید در واقع یک زخم است که در گذشته به اسب زده شده است و در نتیجه آن اسب نعلبند سفید شده است. این اسب در حال حاضر در یک مزرعه نگهداری می شود و به عنوان یک اسب کار استفاده می شود.

اسب و اجاری این اسب و اجاری است که در گذشته در مزارع و کشتزارها استفاده می شد. این اسب دارای یک نعلبند سفید است که در طول عمرش به آن زده شده است. نعلبند سفید در واقع یک زخم است که در گذشته به اسب زده شده است و در نتیجه آن اسب نعلبند سفید شده است. این اسب در حال حاضر در یک مزرعه نگهداری می شود و به عنوان یک اسب کار استفاده می شود.

اسب و اجاری این اسب و اجاری است که در گذشته در مزارع و کشتزارها استفاده می شد. این اسب دارای یک نعلبند سفید است که در طول عمرش به آن زده شده است. نعلبند سفید در واقع یک زخم است که در گذشته به اسب زده شده است و در نتیجه آن اسب نعلبند سفید شده است. این اسب در حال حاضر در یک مزرعه نگهداری می شود و به عنوان یک اسب کار استفاده می شود.

اسب و اجاری این اسب و اجاری است که در گذشته در مزارع و کشتزارها استفاده می شد. این اسب دارای یک نعلبند سفید است که در طول عمرش به آن زده شده است. نعلبند سفید در واقع یک زخم است که در گذشته به اسب زده شده است و در نتیجه آن اسب نعلبند سفید شده است. این اسب در حال حاضر در یک مزرعه نگهداری می شود و به عنوان یک اسب کار استفاده می شود.

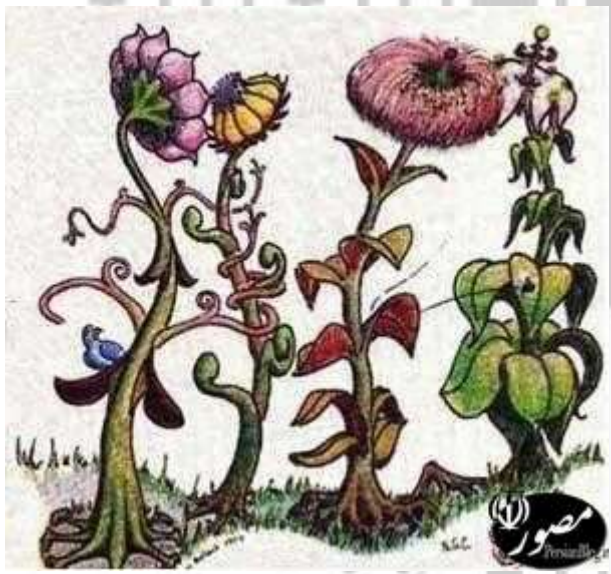


بله حالا متوجه شدید عکس یک زن در پیشانی اسب

در تصویر گل زیر که در خیلی از کتابهای داستان و نقاشی کودکان هم استفاده می شود فکر

می کنید چه پیامی پنهان است

داشت زاکوس و اسب و بلوطی تو هنوز
 سه تو شاه نشین روی و وزیرت کرد
 جان نام تو آه ایج فراغی بود
 و تو را به تو دور تو با است کرد
 نام تو شیر یا رفقه نیست و اول
 و کلان به شان تو مثل شاه
 داشت آلوده که خفته شکست را هم
 و برای تو می به تو از این بی غایت
 به آید برای و از و نداشت را به
 باره شده و به اندام است کرده
 به است کرده و هر بار به است و اول
 تبه به ریش بی ازت و فرسنگ نند
 تو به بر سر تو را ناله و تو خوابت به است
 ترک است تو رگت که اول تو ساز گوی
 است خاسته هر طایفه آتش مرد است
 تو از بی طایفه و لقب به نام تو نیست
 آب و چاهی این ایل و تبادت کرده
 با این سبزه و سرور الله را کشید
 و از سداب برای بهر سال پس است
 باغ مفتوح تو نیست خدا می دانند
 به اسب و شکست اول را به کرد این
 آفرین را او تاجت بر ما کوچ است
 کوچ باغ کلان است به است بی من است
 ایل رغانی سرب سحر کمال است
 که گمانی نیست

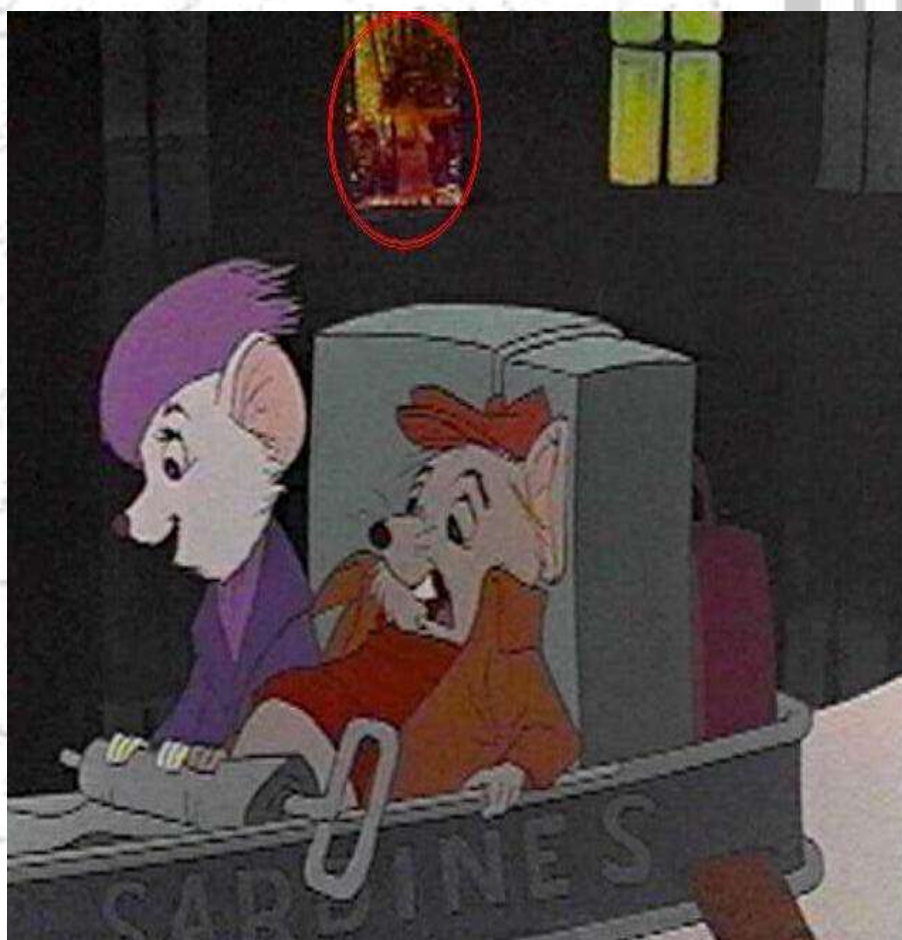


ایل من که به خود را غلظتین می خواند
 ایل من که به خزان و آن حدت را خور
 ایل من که به به طاعت قیامت کرده
 ایل من که به به استی برکت و اول
 ایل من که به به استی تو خیر یک ناله
 ایل من که به به استی تو آیت برده است
 ایل من که به به استی تو اول و تبادت که
 که در دست ایل ایل سواد است



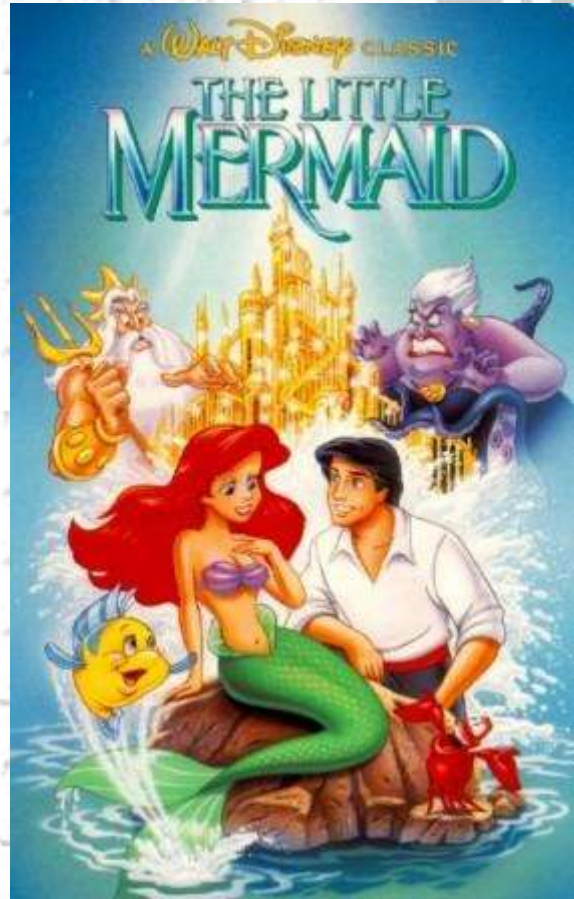
مردان به بر سرت از کمالی

تصویر زیر قسمتی از کارتون سیندرلاست در پنجره مکان مشخص شده دقت کنید



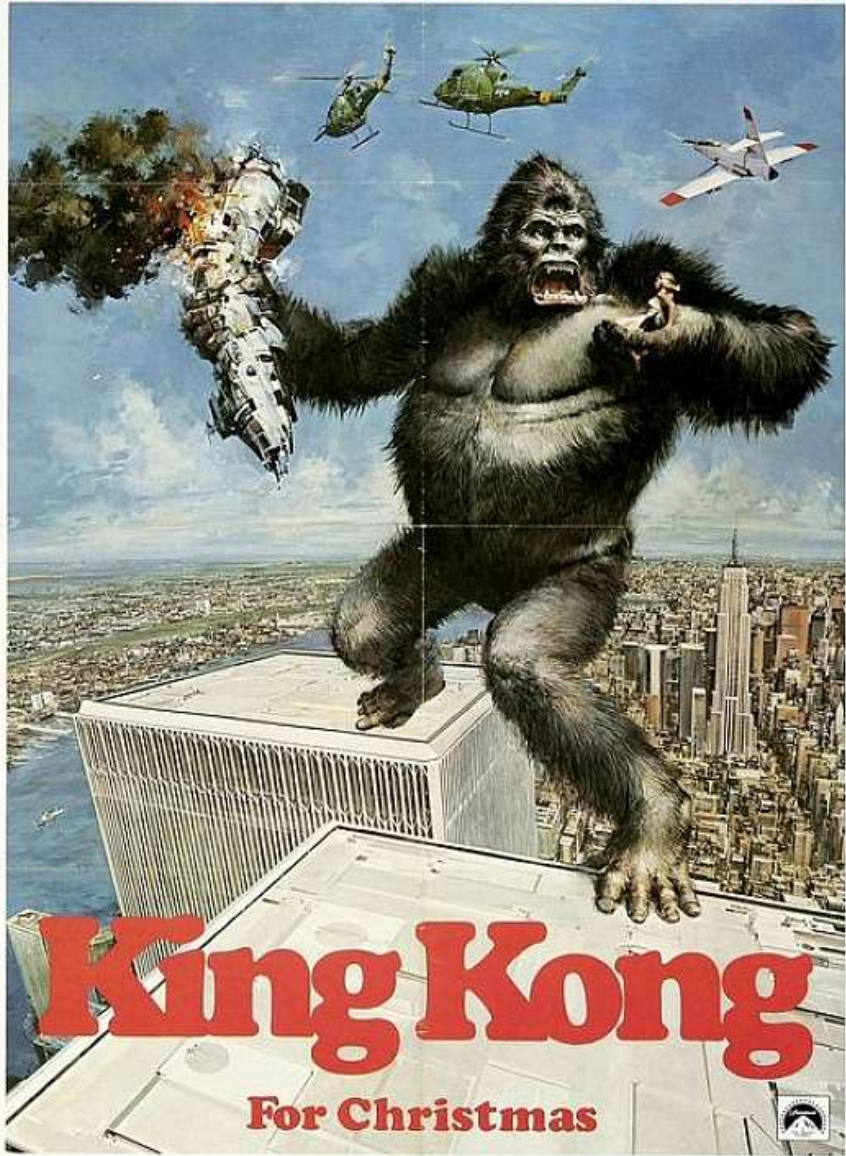
ایل من هجرین، شون و ایل من است
ایل من حق تو نمون نیست لیلی ایل
ایل من اون کن شب بر روبرو ایل
تنگی بی زلت شور تا رو بون است
تنگی بی سر و کوبین و شرف بی شمس
شور و غوغا برینش و کج می ما
ایل من هجرین، شون و ایل من است
ایل من حق تو نمون نیست لیلی ایل
ایل من اون کن شب بر روبرو ایل
تنگی بی زلت شور تا رو بون است
تنگی بی سر و کوبین و شرف بی شمس
شور و غوغا برینش و کج می ما

باز کارتونی دیگر این تصویر در کارتون پری دریایی نمایش داده شد



اما حالا کمک گرفتن از این ناخودآگاه ذهن برای عادی کردن اتفاقات در زیر کارتونهایی را می بینید که سالها قبل از حادثه یازده سپتامبر پخش شده اند ولی دارند آن حادثه را بازگو می کنند و به همین دلیل بود که این حادثه به این بزرگی چندان تعجب آمریکاییها را در بر نداشت چون از سالها پیش ذهن آنها آماده این موضوع بود

**The most exciting original
motion picture event of all time.**



76772

"KING KONG"

реклама сделана задолго до терактов

עילית
מגדים

אגשימים לכם חלום מתוק!

10 שנים עילית טיירה Tower Air

אוספים עטיוקות של "עילית מגדים" וטסים לאמריקה!
ועם אפיס נוסעים עטיוקים חתים לים במלגה של נוסעים

מטרים נוסעים בטלפון 12-12-332-550
כל אחד אכזה!

سید و بلوچی تو کوه
رو و وزیرت کرانه
باج فراموشی بود
تا تو زانت کرانه
رقعه نیست و او نه
تا بان تو مله زانو
از خنده شکست با سر
تا آن این شی غمناک
از غمناک با سر
تا آن غمناک کرانه
بر سر گشت و او نه
ازت و فرنگ نقد
تا تو خوابت بدوست

ایست کور و کت کره ای و سازنگو
پشت خاکستر هر طاق آتش مرده است
قد ای طاق و قحب ما که نمیست
آب و جاری این ایل و آبادت کرده
با این شجده سرور الله را گشته
و باغ سرداب برانی بگرد سال پس است
باج منق خمر نیست خدایمی و نه
بده و آب و شک با سر و بارگوان

ایست و گل و زرد و نارنگت کو
کریم بدست این ایل بر دوش و او است
ایست من کجا زن موخر و کجی نیست
ایست من قدر کران سنت و عبادت کرده
ایست و سر و کور و خرد و را گشته
ایست من بدین شون و ایل پس است
ایست من حق و فرعون نیست خدایمی و نه
ایست من این کن شب سرد بارگوان

در حالت عادی شما این عکس های را می بینید و بدون هیچ توجهی از آنها می گذرید اما غافل از این هستید که این عکس همراه با کد مخفی که در خود دارد ذهن شما را نیز کد

فرمانی فریخته و کج می
ایست خانی سرب شکر کلامت
که کوه ایست

گذاری می کند تا در موقع لازم جواب مناسب از سمت مغز شما دریافت کنند . اسامی مختلفی برای این نوع تصویر در نظر گرفته شده **Subliminal stimuli** یا **sublimina messaging**، پیام های مخفی یا پیام های ناخود آگاه و اسامی دیگر از این جمله اند . این پیام ها یا کد های از این رو حائز اهمیت هستند با اینکه دیده نمی شوند ولی پیام خود را به ذهن منتقل می کند و تاثیر دلخواه را بروی فرد مورد نظر می گذارند

. شاید بعضی از افراد به این موضوع باور نداشته باشند و آن را رد کنند ، ولی آیا اگر این موضوع صحت نداشت و این کد ها تاثیر خود را نداشتند ، از سال ۱۸۹۷ که این جریان پیدا شد به بعد توجیح پذیر می باشد که نظام سلطه تا آنقدر سر سخت بر این موضوع پا فشاری کند و به عناوین مختلف از آن استفاده کند . در ادامه مصادیق بارزی از **sublimina messaging** ها یا **پیام های مخفی** برای شما طرح خواهم کرد که به آن **Subliminal Advertising** ، پیام های مخفی تبلیغاتی گفته می شود .

استفاده این پیام ها و کد ها در تبلیغات یک طیف بسیار وسیع از محصولات را در بر می گیرد . کدها و پیغام های مخفی که در تبلیغات استفاده شوند **Subliminal Advertising**، **کد های مخفی تبلیغاتی** نام دارد . این مسئله زمانی مورد توجه بسیار زیاد قرار گرفت که نظام حاکم و سلطه گر بر جهان متوجه موضوعی شده و آن این بود که آموزه های خود را نمی تواند به صورت علنی به مردم تحمیل کند چون مورد اعتراض و مقابله مردم و ملت های مختلف قرار می گیرد . پس با توجه به تاثیر گذاری این محرک ها و کدها ، اقدام به گسترش طیف وسیعی از این تبلیغات در کشور های خصوصا اسلامی نمود .

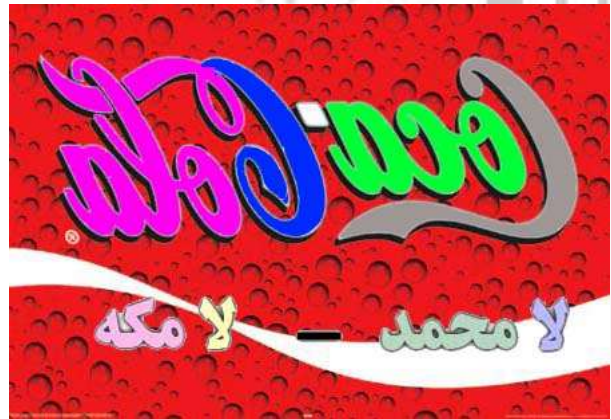
طرح یک سوال بسیار می تواند به روشن شدن این موضوع کمک کنید ؛ آیا شما به عنوان یک فرد مسلمان (جدا از اینکه از برادران سنی هستید و یا شیعه) در هر صورت خواهید پذیرفت که شرکتی هر چند مهم و پولدار که تولید یک کالا بسیار مهم و حیاتی را در دست دارد در تبلیغ محصول خود به ارزش های دینی شما بی احترامی کند ؟

جواب شما مسلما نه است . ولی همانطور که می دانید نظامی سلطه یا غرب و یا هر چه شما اسمش را می گذارید از خیلی پیش تر این کار را با همین کد ها و محرک های مخفی تبلیغاتی یا همان **Subliminal Advertising** را انجام داده به عکس های زیر دقت کنید:

آرم شرکت کوکا کولا



حالا عکس رو بچرخانید و از اول به آخر بخوانید ، اتفاقی که می افتد به شکل زیر خواهد بود:



این یکی از نمونه های قدیمی و بارز بود که خیلی از شما ها هم از این موضوع آگاه بودید ولی هیچ عکس العملی تا به حال نشان ندادید . می دانید چرا ؟ چون کد تاثیر خود را در ذهن شما گذاشته و شما قادر به انجام کاری نیستید . از این نمونه های زیاد موجود است که مفصل به هر کدام خواهیم پرداخت.

البته این نکته هم بسیار مهم است که اینطور برداشت نشود که فقط این کد های و این نوع تبلیغات برای مسلمانان و یا کشور های آسیایی و یا منطقه خاصی استفاده می شود . بلکه این استراتژی است که در قابل تمام مردم جهان اعم از اروپایی ، آسیایی و آمریکایی استفاده شده و جواب نیز داده . این کد های مفاهیم زیادی را دنبال می کنند . برای ما که دین مهم است ، دین و ارزش های دینی را هدف گرفته و در غرب پا را هم فراتر گذاشته ، صرف این موضوع که دین در اروپا و آمریکای امروزی معنایی ندارد و فقط بعنوان یک اسم در فرهنگ لغت از آن یاد می شود (اشاره کوتاهی به آن جمله نیچه که می گوید "خدا ۱۵۰ سال است که در غرب مرده است") و مسائل دیگری را به مردم خود کد می دهد .

از جمله این مسائل از بین بردن حیا و عفت عمومی است ، رواج مفاهیم سک - سی و پورنو و از بین بردن ارزش های دینی و خواندگی به تصویر کشیدن آلت تناسلی مرد به صورت مخفی و بسیار زیرکانه به صورتی که مخاطب مردد می شود نسبت به

تصویری که در حال مشاهده آن است . و در تمام نقاط شهر و رسانه های به صورت خیلی عادی برای مردم به نمایش گذاشته می شود . تمام این پیام ها باعث می شود که فرد مورد نظر نسبت به آن موضوع خاص شرطی یا حساس شده و به محض بروز نسبت به آن واکنش دلخواه طراحان را نشان دهد .

قبل از نمایش عکس هایی که در همین مورد جمع آوری شده ایت ذکر چند نکته بسیار ضروری می باشد:

اول اینکه بعضی از عکس ها دارای مفاهیم پنهانی سک - سی و پورن و می باشد . و صرف اینکه مطلب ، یک مطلب پژوهشی می باشد و قصد آگاه سازی دارم ناچار به نمایش آنها به صورت سر بسته می باشم . (با کمال پوزش)

دوم اینکه به نظر خود بنده بعضی از این عکس ها جای بحث دارد ، برای روشن شدن جریان باید گفت که بعضی از این عکس ها که به وضوح پیام پنهانی خود را بیان می کنند ولی بعضی دیگر هستند که به نظر من جای بحث دارند . و در اینجا مطرح می شود تا خود شما در این مورد قضاوت کنید.

سوم اینکه اگر شما هم در جایی به این گونه پیام های مخفی شده در عکس ها و فیلم ها برخوردید (صرف نظر از تبلیغاتی بودن یا نبودن آن) مطرح کنید تا در همین جا به دیگر دوستان تان نیز معرفی شود.

عکس اول :

آن طور که بنده متوجه شدم این یکی از جدید ترین این پیام ها مخفی می باشد که برای کودکان نیز طراحی شده . به عکس زیر نگاه کنید و ببیند چیز مشکوکی می بینید:



اگر هنوز متوجه نشدید به عکس زیر نگاه کنید:



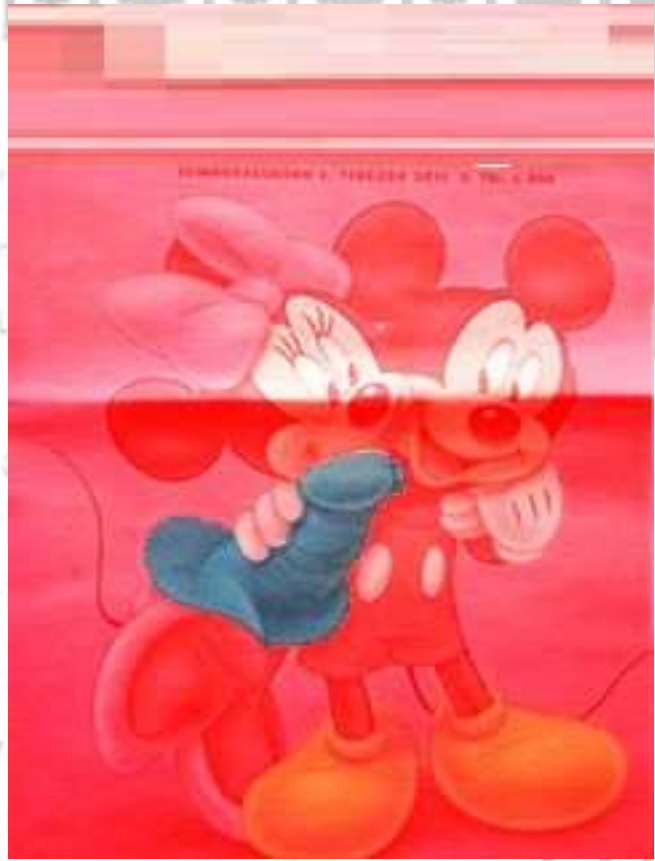
این مفهومی است که ضمیر ناخود آگاه کودک شما هنگام تماشای این انیمیشن در یافت خواهد گرفت . و عواقب بعدی آن چه خواهد بود .

عکس دوم:

عکس بعدی نیز یکی دیگر از شاهکار های دیزنی در این مورد است . ببینید در عکس زیر چه می بیند:



متوجه پیام زیرکانه آن شدید؟ نه، پس عکس زیر را ببینید:



این نکته برای من جالبه بود که چطور به طرز حتی هنرمندانه ای از این پیام ها استفاده کرده. باز هم متذکر می شوم ذهن کودک شما یا همان ضمیر ناخودآگاهش به راحتی این پیام ها را دریافت می کند. این برداشته شده است
طرح یکی از محصولات شرکت پیسی:



پیام های پنهان و نهفته در برخی انیمیشن های مشهور جهان:

تاکنون مهمترین انیمیشن های تولید شده در جهان در شرکت های بزرگ انیمیشن سازی هالیوود همچون والت دیزنی، پیکسار، دریم ورکز، ام جی ام و یا شرکت های ژاپنی تحت حمایت و هدایت سردمداران هالیوود نظیر نیپون، تاتسونوکو، سونی و... تولید شده است.



هالیوود از زمان تشکیل خود تاکنون به شدت تحت نفوذ تفکرات صهیونیستی بود و این سرمایه داران صهیونیسم جهانی بودند که افکار برنامه سازان آن را هدایت می کردند. صهیونیسم حاکم بر هالیوود که هر روز تلاش دارد تا دامنه سیطره خود را بر شرکت های دیگر فیلم و انیمیشن سازی با خرید سهام یا نفوذ بر افکار گسترش دهد هرچند اقتصاد و به دست آوردن درآمد را از مهمترین اولویت های خود معرفی می کند، با مروری بر آثار تولیدی آنها به ویژه در بخش انیمیشن، این باور به شدت تقویت می شود که در پس این

صنعت پول ساز، قطعا ایدئولوژی و تفکر خاصی نهفته که قرار است به کمک سرمایه و تکنیک در جهان گسترش یابد.

آنچه مسلم است این که از سالها پیش تاکنون، لابی صهیونیسم در هالیوود، سیطره خود را در عرصه تولیدات کودک به شدت گسترش داده است. علاقه کودکان ما به داشتن تصاویر متعدد از شخصیت‌های کارتونی و الت دیزنی تا عروسک‌ها و اسباب بازی‌های شخصیت‌های آنها، آنچنان شدید است که خرید آنها برای خانواده‌ها به یک عرف معمول و اجتماعی تبدیل شده است.

به عبارت دیگر، شرکت‌های انیمیشن سازی، تنها برای همان ساعتی که کودکان ما انیمیشن تولیدی آنها را می بینند، برنامه ریزی نمی کنند، بلکه تلاش می کنند تا فکر و ذهن کودک را حتی در رختخواب شبانه و بازی های کودکانه اش متوجه رفتار و موضوع مورد نظر خود نمایند. از این روی، می توان گفت نه تنها کودکان معصوم، بلکه والدین هم نمی توانند تصور کنند در پی این زیبایی ها و لطافت، ممکن است یک جهان بینی خاص و خارق العاده با اهداف بلند مدت نهفته باشد که می خواهد، چهره فرهنگ های خاص جهان را به چهره ای واحد و مطلوب سرمایه داران صهیونیسم بدل کند.

این نکته انکارناشدنی است که یهودیت صهیونیست به یاری سرمایه های هنگفت (و البته اندیشه و برنامه ریزی دراز مدت) توانسته است در عرصه فرهنگ، گوی سبقت را از دیگر رقبای جهانی برآید و از این ابزار قدرتمند در راستای رسیدن به اهداف جهانی خود استفاده نماید؛ اما این نباید باعث شود که متولیان فرهنگ جامعه و رسانه‌ها خود را بازنده بدانند و لاقلاً با تفسیر و تبیین این امور برای والدین و خانواده‌ها باعث ارتقای سطح آگاهی عمومی جامعه شوند.

در این نوشتار تلاش خواهیم کرد برای نمونه و تنها در حد چند سطر، اشاره ای داشته باشیم به محتوای پنهان برخی از آثار مهم انیمیشن جهان که همه ما و دست کم کودکان و همه ما با آنها آشنا هستیم و ساعت ها از زندگی معصومانه خود را با آنها گذرانده اند. بی گمان نقد و تحلیل هر یک از این آثار که از قضا به لحاظ تکنیکی بسیار قابل تأمل و گفت و گو هستند، فرصت بسیاری را می طلبد و می توان درباره هر یک از آنها ساعت ها به بحث نشست، لیکن هدف این نوشتار اشاره ای به اصل موضوع و تلنگری برای مخاطب (والدین آن آثار و چشم پوشی از نقاط قوت تکنیکی موجود در آنها تنها به تحلیل محتوای کوتاهی از این آثار با هدف نمایان کردن ایدئولوژی نهفته در آن بسنده کنیم و بر این باوریم وقتی این آثار را در کنار یکدیگر قرار می دهیم، هر یک همچون اجزای یک پازل بزرگ خواهند بود که در جوار هم فرهنگ صهیونیسم جهانی را تقویت کرده و ذهن کودک امروز را برای پذیرش تفکرات سلطه طلب صهیونیسم جهانی در آینده آماده می سازد:

- میکی موس:

نخستین شخصیت معروف شرکت والت دیزنی، یک موش کوچک و دوست داشتنی بود

به نام «میکی موس».

مجموعه میکی موس سال هاست که تولید می شود و هم اکنون نیز شخصیت محبوب نسل دیروز و امروز به شمار می رود.

جالب است بدانیم از دیرباز یهودیان را با نام «موش کثیف» می شناختند. والت دیسنی به کمک میکی موس توانست در چند دهه کاری کند که این واژه جای خود را به «موش دوست داشتنی» بدهد و دیگر کسی نمی توانست برای یهودیان تصور «موش کثیف» را داشته باشد.

میکی موس معصوم که همواره مورد تهاجم رقبای خود قرار می گرفت و تنها به کمک زیرکی بر دشمنان پیروز می شد، نمادی شد از معصومیت قوم یهود! که باید تلاش کند با تنها سرمایه خود، یعنی زیرکی، خود را از دست دشمنان جهانی رهایی دهد

۲- تام و جری:

شخصیت «جری» در مجموعه تام و جری در واقع ادامه شخصیت میکی موس است. جری موش زبل و بدجنسی است که با شیطنت و ناجوانمردی همواره بر گربه ابله و احمق پیروز می شود. این پرسش که چرا برخلاف دنیای واقعیت، همواره این موش است که بر گربه پیروز می شود، چیزی است که ناخودآگاه ذهن کودک و بزرگسال را به خود معطوف می دارد و از سوی دیگر، به تدریج این حس را در ذهن کودک نهادینه می کند که می توان با دغل و حقه بازی همیشه پیروز شد.

تام و جری علاوه بر اثرات خاصی که بر مخاطبان جهانی داشت، توانست حس اعتماد به نفس را در مخاطبان یهودی خود - که سالها از موش کثیف بودن در رنج بودند - نهادینه نماید. موش کثیف صفتی بود با بار معنایی ترسو بودن و منزوی که هیچ کدام از آنها در موش کوچک والت دیزنی دیده نمی شد

۳- لوک خوش شانس:

مجموعه لوک خوش شانس، داستان گانگستر سپیدپوستی است که هیچ خانه و کاشانه‌ای ندارد؛ اما همیشه فرشته نجات سرخ پوستان بومی است و وجودش باعث می شود که افراد و قبیله‌های گوناگون، هیچ گاه وارد جنگ و دعوا نشوند. او به همراه اسب بذله گو و سگ شوخ طبعش همیشه به دنبال تبهکاران است و در پایان هر بخش، تنها به سوی غروب خورشید می رود؛ اما چرا غروب خورشید؟!!

شاید اگر بدانیم غروب خورشید در کتاب مقدس، نماد سرزمین موعود یهودیان است، به خوبی پاسخ این پرسش را دریابیم. لوک خوش شانس سعی می کند تا به خوبی معرف یهودی خوش برخورد و مهربانی باشد که بدنبال سرزمین موعود و مادری خود است و در این راه به رسالت خود یعنی ایجاد امنیت برای دنیا عمل می کند

۴- هاچ زنبور عسل:



خیلی از ما در دوران کودکی خود، مجموعه جذاب «هاچ زنبور عسل» را دیده ایم و بی هیچ تأملی، حاضر هستیم دیدن آن را به کودکان دلبنده خود توصیه کنیم؛ اما خوب است بدانیم داستان هاچ زنبور عسل به کودکان یهودی می‌فهماند که باید همواره به دنبال مادر (نماد سرزمین موعود) خود باشند و دیگران همچون موجودات مخوف این انیمیشن، همواره در این راه، سد راه او هستند و البته در این راه می‌توان روی کمک برخی دوستان موبور حساب کرد.

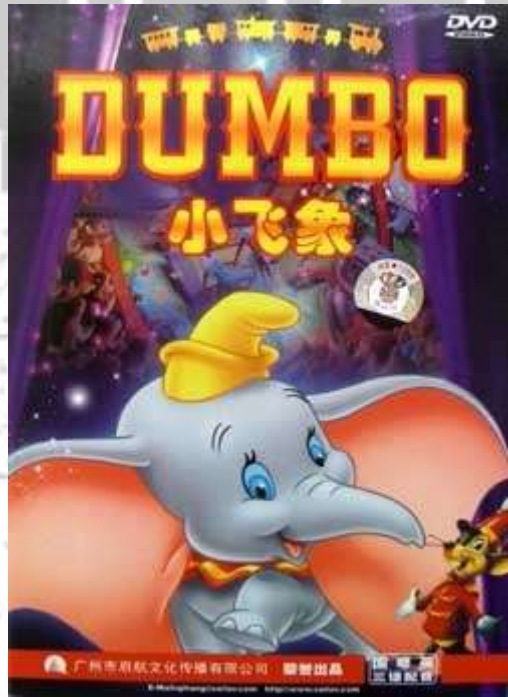
نکته: گشتن به دنبال مادر تم غالب مجموعه‌های انیمیشنی است که کشورهای آسیایی و در رأس آنها ژاپن به سفارش شرکت‌های صهیونیستی هالیوود تولید کرده‌اند، همچون «دختری به نام نل»؛ «حنا دختری در مزرعه»، «باخانمان»، «چوبین» و غیره. همان طور که گفتیم، مادر در فرهنگ یهودی، نماد سرزمین موعود یهودیان است. این انیمیشن‌ها هرچند با هدف بیشترین تأثیر بر کودکان یهودی جهان ساخته شده اما به دیگر کودکان جهان نیز این حس را القا می‌کند که تصاحب دیگر سرزمین‌ها با عنوان برگشتن به سرزمین مادری، حق مسلم قوم یهود است.

۵- شیر شاه:

شاید کمتر کسی فکرش را بکند، مجموعه سه قسمتی شیر شاه بر پایه پیام‌های سیاسی شکل گرفته باشد. در شیر شاه به خوبی جنگ دو ابر قدرت برتر - جنگل - و آشتی نسل‌های آینده آنها دیده می‌شود. این اثر نمادی از جنگ سرد آمریکا و شوروی در سال‌های طولانی پس از جنگ دوم جهانی است که سرانجام به آشتی نسلها و فروپاشی نظام کمونیسم پایان می‌یابد؛ اما یادمان نرود شیر در فرهنگ یهودی نماد سلطه جهانی صهیونیسم است.

در تورات می‌خوانیم: ... و بقیه قوم یعقوب در میان امت‌ها و قوم‌های دیگر مثل شیر در میان جانوران جنگل و مانند شیر درنده در میان گله‌های گوسفند خواهند بود که هنگام عبور پایمال می‌کنند و می‌درند و کسی نمی‌تواند مانع آنها شود

۶- دامبو فیل پرنده:



«دامبو» بچه فیل زشتی است که ابتدا مورد تمسخر و بی توجهی اطرافیان قرار می‌گیرد؛ اما سرانجام می‌تواند با تلاش خود را بالا بکشد (نمادی از قوم یهود که در جوامع مختلف چندان مورد توجه نبودند). مادر دامبو عرقچینی شبیه به کلاه یهودیان بر سر دارد و به این ترتیب از دیگر فیل‌ها متمایز می‌شود. گناه او تنها اینست که می‌خواهد از فرزندش حمایت کند؛ اما زندانی می‌شود. سرانجام، دامبو شایستگی خود را ثابت می‌کند و در عملیاتی پیروزمندانه، همه تحقیرها را پشت سر می‌گذارد و پرچم سیرک را که البته بی‌شبهت به پرچم اسرائیل هم نیست به اهتزاز درمی‌آورد. این انیمیشن اعتماد به نفس و خودباوری را به کودکان یهود هدیه می‌کند و به خوبی مظلومیت ساختگی یهود (صهیونیسم) را تداعی می‌کند

۷- جوجه اردک زشت:



شخصیت گوشه‌گیر و زشت جوجه اردک شبیه دامبو فیل پرنده است، به ویژه اینکه در پایان، همانند او به موفقیت می‌رسد و تبدیل به یک قوی بسیار زیبا می‌شود. حرکت این

قوی زیبا به سمت خورشید در غروب هم همان نمای معروف انیمیشن لوک خوش شانسی را به یاد می‌آورد. از این روی، کارتون معروف جوجه اردک زشت نیز که در اصل برای مخاطب یهودی تولید شده است، ذهن کودکان معصوم امروز را به سوی آرمانهای صهیونیسم سوق داده و آنها را برای پذیرش تفکرات یهود در فردا آماده می‌سازد. ۸- گالیور: در همان نگاه نخست به انیمیشن معروف «گالیور» با یک سفید پوست بلند بالا با مدل موها و لباس انگلیسی - آمریکایی مواجه می‌شویم که از طریق دریاها به سرزمین عجیب کوتوله‌ها (نماد مشرق زمین) پا نهاده و به آنها در مبارزه علیه دشمنانشان کمک می‌کند. به این ترتیب، این موضوع در ذهن کودک شکل می‌گیرد که این «انگلساکسون‌ها» هستند که باید منجی همیشگی آنها باشند. ۹- پرنس مصر: هالیوود در عرصه انیمیشن‌های مذهبی نیز به طور جدی ورود کرده است. این انیمیشن روایتگر زندگی حضرت موسی (ع) است. در این کارتون بسیار پر هزینه به خوبی روایت تحریف شده هالیوود از دین و تمایل آن را به سکولاریسم می‌بینیم. در «پرنس مصر» به طرز ماهرانه‌ای منزلت عصمت و شأن این نبی مکرم الهی تنزل می‌یابد. هالیوود مشابه این انیمیشن برنامه‌های کارتونی دیگری مربوط به زندگی حضرت نوح (ع) و حضرت یوسف (ع) نیز تولید کرده است.

۱- شرک:



هرچند «شرک (۱)» انیمیشنی بسیار حرفه‌ای جذاب و دوست داشتنی بود، کودکان در سری‌های دو و سه آن به طرز باور نکردنی با مقوله سکس و معاشقه‌های طولانی روبه‌رو شدند. این گونه تصاویر و صحنه‌ها به تدریج ذهن

کودک را درگیر موضوعاتی می‌کند که متناسب با سن او نبوده و وی را با بسیاری ناهنجاری های شخصیتی رو به رو می‌کند.
۱۱- سری جدید سندباد:

در سری جدید انیمیشن «سندباد (افسانه هفت دریا)»، دیگر اثری از آن فضای زیبای شرقی نیست. از علی بابا و علاالدین هم خبری نیست. به جای آن مخاطب با انبوهی از قول و دیو و خشونت و جملات رکیک روبرو می‌شود و سندباد مهربان، تبدیل به کسی شده که با هفتاد ضربه شمشیر خود، یک کشتی بزرگ را تصاحب کرده و دریا را از خون رنگین می‌کند

۱۲- ناین (نه):



این انیمیشن را باید برنامه استاندارد آموزش مبانی «کابالا» برای کودکان و حتی بزرگسالان نامید. در این انیمیشن به روشنی از فردی به نام «پاراسلوس» و کتاب معروف او نام برده می‌شود. (پاراسلوس یک جادوگر و پزشک معروف فرقه منحن کابالا یا همان عرفان صهیونیستی است). در این انیمیشن ضمن تبلیغ کاملاً آشکار فرقه انحرافی کابالا بیننده به طور دقیق با فلسفه و مبانی این تفکر آشنا می‌شود

۱۳- ای کیو سان:



آنچه در مجموعه جذاب انیمیشنی «ای کیو سان» به خوبی تبلیغ می‌شود، نقش تفکرات بودایی در پرورش ذهن انسان است. کودکان ایرانی ناخود آگاه با دیدن این مجموعه جذب تفکرات بودایی و نیز آداب و سنن و باورهای آنها می‌شوند که این تنها به دلیل شخصیت جذاب مهربان و دوست داشتنی قهرمان فوق العاده باهوش قصه یعنی ای کیو سان است؛ اما چرا بودایی؟! (در این باره در ادامه صحبت می‌کنیم)

۱۴- پاندای کونگ فو کار:

این هم از انیمیشن‌های زیبای تولید شده در سالهای اخیر است که بسیار مورد توجه کودکان قرار گرفته و در آن کودک ایرانی به خوبی با باورها و ویژگی‌های خاص فرهنگ و آیین بودا و مذهب ذن آشنا می‌شود. لازم به ذکر است، کونگ فو، بیش از آن که یک ورزش باشد، یک مذهب و ایدیولوژی است که بر پایه باورهای بودایی شکل گرفته است و در این انیمیشن به طور بسیار جذابی تبلیغ می‌شود.

نکته: در سال‌های اخیر، جهان غرب دریافته برای ادامه حیات نیاز به معنویت و نگاه فوق مادی به جهان دارد. از این روی، می‌بینیم در کشورهای غربی، توجه به آیین‌ها و تفکرات شرقی روز به روز افزایش می‌یابد؛ حتی گسترش روزافزون اسلامگرایی در جامعه غربی را می‌توان از این منظر بررسی نمود که حاصل از به بن بست رسیدن تفکرات مادی گرایانه غرب است.

هالیوود این مهم را به خوبی درک کرده و تحت هدایت سردمداران صهیونیسم خود، در تلاش است تا با گسترش فرقه‌های نوظهور آمیزه‌ای از عرفان‌های بودایی و یهودی را در قالب معنویتی خود ساخته به مخاطبان دهد. این نگرش باعث شده تا نقش بودیسم را در بیشتر آثار هالیوودی بسیار برجسته ببینیم

۱۵- فرار جوجه‌ای:



این انیمیشن یکی از آثار جذاب برای کودکان است. سرتاسر فضای داستان و مزرعه که با سیم خاردار گرفته شده یادآور اردوگاه‌های کار اجباری آلمان نازی و هلوکاست (یهودی سوزی) کذایی است که سال هاست صهیونیسم در راستای اثبات آن می‌کوشد. ناجی مرغ های قربانی (نمادی از یهودیان) خروس خلبانی است که آمریکایی بوده و سرانجام با نجات مرغ‌ها آنها را به سوی دشتی باصفا (یادآور سرزمین موعود یهودیان) راهنمایی می‌کند. این انیمیشن، یکی از بارزترین آثار کودکان در عرصه ترویج تفکرات صهیونیسم و ترویج هولوکاست است

۱۶ - ماتریکس:

انیمیشن سه بخشی ماتریکس، دارای مسائل و مباحث متعددی است. محور اصلی این انیمیشن همانند نسخه اصلی آن، یعنی سینمایی‌های ماتریکس ترویج عرفان بودایی است، آن هم بانگرش صهیونیستی آن اما در کنار این هدف به خوبی موضوع آخرالزمان را آماج قرار می‌دهد، به گونه ای که دقیقاً شیطان‌های روباتیک را در حالی نشان می‌دهد که از مکه و مدینه در حال حرکت هستند. در بخشی از این انیمیشن شکارا نقشه هلال جغرافیایی شیعه را روی نقشه‌ای در سازمان ملل می‌بینیم که خرمگس زشتی بر آن نشسته و سپس قهرمان داستان با ضربه‌ای مگس را کشته و نقشه را پاک می‌کند. این کار به خوبی نشان دهنده توهمین مستقیم تولیدکنندگان برنامه به فرهنگ شیعه است.

همچنین به تصویر کشیدن ربات‌های شیطانی در حالی که فرمانده آنها، شمشیر بر دست سوار بر اسب سپیدی است و در پایان کشته می‌شود، اهانت دیگری به باورهای دینی شیعه در خصوص آخرالزمان به شمار می‌رود

۱۷ - مجموعه باربی:



باربی مجموعه انیمیشن بسیار پر طرفداری است که همراه با عروسک و لوازم جانبی اش سالهاست به عنوان نماد ابتذال، برهنگی و مصرف گرایی جهان غرب در اذهان کودکان رخنه کرده و آنها را برای پذیرش نمادهای مبتذل فرهنگ غرب در بزرگسالی آماده می کند. این انیمیشن و عروسک های آن با ده ها طرح و مدل در حالی که لُبخندی ملیح بر لب دارد، به راحتی زمینه های الگوپذیری از پوشش، آرایش، رنگ مو، تناسب خاص اندام و به نوعی رفتار هوس انگیز را برای کودکان و نوجوانان فراهم می سازد.

کارشناسان بر این باورند، هجوم نمادهای باربی در جامعه، می تواند اثرات مخربی بر نوجوانان داشته باشد به گونه ای که در اروپا و آمریکا هم اکنون نهادها و موسسات ضد باربی تشکیل شده است. این کارشناسان معتقدند هم زیستی با باربی، باعث بلوغ زودرس و افزایش تمایلات هم جنس گرایی در دختران می شود.

آنچه آمد، مروری سریع بر شماری از انیمیشن های بسیار معروف بود که متأسفانه بارها از رسانه ملی نیز پخش شده اند و به راحتی، در دسترس کودکان ما نیز قرار می گیرند. در این بخش، نمی خواستیم تا این انیمیشن ها را نقد کنیم، چراکه اگر چنین بود، قطعاً برای هر یک باید به موضوعات بسیار بیشتری می پرداختیم؛ بنابراین، در اینجا به همین اندک و تنها در حد اشاره ای بسنده می کنیم.

آنچه مسلم است، علاوه بر موضوعات فوق خشونت و پرخاش هدیه اصلی بسیاری از انیمیشن های موجود در بازار است که مدام در معرض استفاده کودکانمان قرار می گیرد. جا دارد به دوبره بسیار بد و آکنده از جملات رکیک برخی از شرکت ها هم اشاره شود که گویی، هیچ نظارتی بر آنها نیست. همین طور شرکتهایی که در قالب بسته های شانسی این محصولات را بدون هیچ نظارتی در قالب هدیه و شانس به کودکان می دهند.

به نظر می رسد در عرصه تولیدات کودک عقبگرد کرده و سیر نزولی یافته ایم! هنوز بزرگترهای ما «علی کوچولو»، «زهره و زهرا»، «هادی و هدی»، «هشیار و بیدار»، «آفتاب و مهتاب»، «خونه مادر بزرگه» را از یاد نبرده اند. مگر همین «مدرسه موش ها» نبود که کشور ژاپن با افتخار آن را از ما خرید؟! مگر همین «کلاه قرمزی و پسر خاله» نبود که در جامعه آن همه موج ایجاد کرد؟! ما را چه شده که امروز آن همه نبوغ را فراموش کرده ایم و به جای توجه به هنرمندان با ذوق و توانایمان دنبال آثار مبتذل غربی می گردیم؟!!

آنچه کودک امروز ایرانی نیاز دارد، نه «فوتبالیست ها»ست و نه «سند باد» جعلی غربی ها. کودک ایرانی به فیلمها و انیمیشن های پر محتوایی نیاز دارد که بر پایه داستان های جذاب و غرور آفرین ملی و آموزه های اسلامی تولید شده باشد؛ «رستم و سهراب» و «آرش» چه اشکالی دارند که دست به دامن «سویرمن» و «پسر جهنمی» شده ایم؟!!

«بوعلی»، پسر دانای ایرانی چه ایرادی دارد که «ای کیو سان» باید نماد دانایی برای کودک ما باشد و در نهایت کجای فرهنگ اسلامی ما ناقص است که باید کودک ما را همسو با برنامه ریزی صهیونیسم جهانی به سوی بودیسم سوق دهیم

همانطور که دیدید به صورت گسترده در این بحث سرمایه گذاری شده و به هیچ قشر اجتماعی نیز محدود نگشته است. در جایی دیزنی برای کودکان پیام می گذاشت و در جایی هم سردمداران یک دولت دست به کار می شدند و نماد های کفر را به صورت کد گذاری شده در اقتصاد شان بسط می دهند. چند عکسی که دیدید مشتاق بود از خروار ها عکس که می شد ساعت ها در مورد هر کدام بحث کرد. اما چون بحث به اندازه کافی طولانی شده بود و به همین خاطر از مطرح کردن خیلی از مسئله خودداری شد.

اما برای اینکه متوجه بشوید این تصاویر چگونه بر روی شما تاثیر میگذارد و شما را شرطی میکند چند مثال میزنیم... یک نمونه از شرطی شدن که برای بیشتر افراد پیش آمده است ترشح بزاق دهان هنگام دیدن لواشک یا خوراکی های گوناگون است... شما با اینکه آن لواشک را نخورده اید اما بزاق دهان شما شروع به ترشح کردن میکند که این به دلیل این است که در ضمیر ناخودآگاه شما ثبت شده است که هنگام خوردن لواشک بزاق دهان شروع به ترشح کند! همان ضرب المثل که ” نخورده دهانش آب افتاد ” !!

6 نوع شرطی سازی وجود دارد که در کتاب روانشناسی هلگارد توضیحات کاملی درباره آنها داده شده. یکی از اصلی ترین فاکتورهای شرطی سازی دادن جایزه یا افتادن یک اتفاق خوب یا بد برای شخص هنگامیکه یک کار تکراری را انجام میدهد است که باعث میشود فردی که شرطی شده است زمانیکه در برابر آن کار قرار میگیرد واکنش خوب یا بد از خودش نشان دهد یا به بیانی دیگر از آن کار خوشش یا بدش بیاید!

مانند فردی که با خوردن یک غذای خاص حالت تهوع به او دست داده است... آن فرد تا مدت ها از آن غذا بدش می آید چون بدن یا ضمیر ناخودآگاه او فهمیده است که اگر این غذا را بخوری حالت تهوع خواهی گرفت!

امیدواریم با دقت بیشتری به اطرافتان نگاه کنید...

یادمان باشد فرزندان می بینند، فرزندان انجام می دهند.

یادتان باشد قبل از خرید فیلم ها و محصولات این شرکت پلید و شیطانی کمی درباره این شرکت مطالعه کنید سپس فیلم هایی برای فرزندان خود انتخاب کنید که لایق شخصیت فرزندان باشد... یا دنبال یک راهی برای جایگزین کردن به جای این انیمیشیهای بی خاصیت باشید

فایل های صوتی و تصویری که بیش از ۵۰ سال است در کشورهای اروپایی مورد استفاده قرار می گیرد و مردم از اثرات عمیق و سریع آنها برای افزایش قدرت ذهن و ایجاد تغییرات در زندگی خود استفاده می کنند و چه حیف که مردم ما به علت دوری از زوایای ادراکی و شناختی علم روانشناسی از این اتفاق مهم و کاربردی دور مانده اند

روانشناسان با علم به این مطلب که ذهن هر انسانی دارای سه طیف زیر است ، موسیقی های subliminal message را طراحی کرده اند

:

زیر آستانه درک و فهم انسان	آستانه درک و فهم انسان	فراتر از آستانه درک و فهم انسان
---	---	--

subliminal message ها دستورات روشنی را برای اهداف مختلف مثل افزایش تمرکز و اعتماد به نفس ، کاهش اشتها ، ترک عادات منفی ، بالا بردن سرعت یادگیری و ... به صورت مکرر یعنی چیزی برابر ۵۰ بار در دقیقه از طریق طیف زیر آستانه ای درک و فهم انسان برای مغز ارسال می کنند و از این طریق به نتایجی تا ۳۰۰ برابر موثرتر از دستور دادن مستقیم به ذهن دست می یابند:

پس نتیجه اول : دستورات مستقیم که در آستانه درک و فهم انسان قرار می گیرند ، نه تنها کارساز نیستند بلکه ذهن رو در چرخه باطل مقاومت می اندازند اما در تحریکات زیر آستانه ای به علت اینکه ذهن ناخودآگاه دستورات را دریافت می کنه و ذهن خودآگاه انسان از درک اونها ناتوانه پس لجابت و مقاومت ذهنی هم درکار نیست.

نتیجه دوم : تکرار ، تکرار و تکرار چنان اثر عمیقی بر روی آموزش ذهنی دارد که با هیچ روش آموزشی قابل قیاس نیست.

نتیجه سوم : باوری که بر اثر تکرار بر ذهن افراد می نشیند بسیار اثر گذار تر از توانایی هر فرد است و تا سالهای سال اثرگذاری خود را به قوت روز اول بر فرد خواهد داشت.

نتیجه چهارم : اصرار بر انجام کارها به نحو احسنت که همان دستور در آستانه ادراک و فهم انسان است این بار نیز اثرات سوء خود را گذاشته و ذهن را به مقابله و اتلاف انرژی رسانده است و بر عکس تشویق بدون چشمداشت و از طریق دستورات غیر مستقیم و خارج از آستانه درک و فهم انسان، خود پیامی را برای ذهن انسان در بر داشته که در درون لایه های زیرین ادراک وارد ذهن می شود و بدون اینکه ذهن را به مقابله بخواند بر اعماق وجود شمامی نشیند.

پیام تشویق های بدون دستور مستقیم و از طریق تحریکات زیر آستانه ای : تو فعالیت هایت را به بهترین شکل ممکن انجام می دهی ، بله تو موفق هستی

در اینجا ذهن بدون اینکه به مقابله برخیزد موفقیت را از هستی می خواهد و تمام تمرکزش را بر روی انجام موفق فعالیت های بعدی قرار می دهد در همین جا با نکته کلیدی آشنا شدیم : بله می توانیم به کمک پیامهای زیر آستانه ادراک و فهم انسان به تمام آن چیزهایی که می خواهیم برسیم

ادراک بدون آگاهی یک مبحث روانشناختی است که در روانشناسی شناختی مورد بررسی گرفته و در بسیاری از مدارس و دانشگاه های بین المللی مورد استفاده قرار می گیرد.

یعنی شما خواسته هایی رو که از خودتون دارید با تکرار فراوان ولی بدون دستور مستقیم از طریق طیف زیر آستانه ای درک و فهم انسان ، وارد ذهن می کنید و به این

ترتیب اثر گذاری تا ۳۰۰ برابر از آنچه دستور مستقیم بر ذهن دارد را عاید خود می کنید.

درلینک زیر چند نمونه از تاثیرگذارترین فایل صوتی **subliminal message** را در زمینه های مختلف جهت آشنایی بیشتر شما عزیزان قرار داده ایم

لطفا برای <http://vanizan.sellfile.ir> دریافت فایلها و آشنایی بیشتر با پیامهای پنهان کلیک کنید

شروع به استفاده از پتانسیل یادگیری کامل مغز شما

آخرین تحقیقات ثابت می کند یک لینک بین خواب و یادگیری وجود دارد

اگر شما همیشه می خواستم به کارشناسی کارشناسی ارشد زبان دیگر، خود را برای امتحان آماده تا در هر موضوعی، متعهد به خود رشد و یا فقط تصویب آن امتحانات - با تلاش کمتر!

سپس شما به جای حق آمده است. به طور چشمگیری میزان که در آن شما در یادگیری و درک را افزایش دهد.



جذب مقدار زیادی از اطلاعات جدید به سرعت با رفتن به طور مستقیم به ذهن ناخودآگاه خود را.

ما اعتقاد داریم که ذهن انسان ایجاد پیچیده ترین در جهان شناخته شده است. با پتانسیل عظیمی ناشناخته و دست نخورده.

با استفاده از فن آوری های صوتی ابتکاری جدید همراه با آخرین پیشرفت ها در روانشناسی انسان ما ایجاد محصولات که مرزهای آنچه شناخته شده است به چالش بکشد، چه ممکن است و آنچه را می توان با روح انسان برای رشد، توسعه و تغییر انجام می شود.

معرفی یک روش شگفت انگیز است که اجازه می دهد تا ذهن جذب اطلاعات در حالی که بدن در حالت استراحت.

علمی در آزمایشگاه ها و خانه ها در سراسر جهان تحقیق، گوش دادن به مواد یادگیری در طول ساعات خواب ثابت شده است که یک راه بسیار موثر برای مردم در تمام سنین به تحقق بخشیدن به پتانسیل یادگیری کامل خود را. این کمک به یادگیری باور نکردنی ترین برای سال است. طول می کشد استرس و تلاش از یادگیری هر گونه اطلاعات یا موضوع منطقه و کمک به مردم برای درک یک موضوع فرعی آگاهانه. متوسط انسان تنها با استفاده از ۵ درصد از ظرفیت طبیعی مغز، ۹۵٪ دیگر، به هدر می رود.

گروهی از محققان کار برای ایالات متحده آمریکا کتابخانه کنگره به این نتیجه رسیدند که "اتحاد جماهیر شوروی (در حال حاضر روسیه) خواب یادگیری برنامه تحقیقاتی بسیار خوبی سازمان یافته و پیچیده است. از ویژگی های برجسته ای از برنامه یادگیری خواب شوروی احتیاط و عمل گرایی که توسط رهبران آن است."

تحقیقات علمی ثابت کرده است که این سیستم واقعا کار می کند و اجازه می دهد تا یک فرد خواب در اطلاعات بیشتری را جذب می کند.

[برای دریافت کامل کتاب روی لینک زیر کلیک کنید.](#)

[کلیک کنید](#)