

Programiranje

[создание сайта визитки](#)
[компоненты Joomla 2.5](#)

Da bih uspjela napisati ovaj tekst u pravom smjeru i obuhvatiti svu «težinu» našeg postojanja, počevši od temelja određenih utjecaja kojima smo izloženi, krenut ću s tragovima. Onim tragovima, ostavljenim na čitanje i slušanje svima koji to žele! Pa, prvo, mali pogled unutra:

Otkrića – broj 4, april 1958. godine

Uzbuna u Americi - Podsvijest na udaru reklame



AT A COOL AND CHEERFUL PLACE
You'll find a wonderful girl in a real
American pose - at the soda fountain
When thirsty remember her. ~ ~

RE-FRESH YOURSELF / FIVE CENTS IS THE PRICE

I u našoj su se štampi u posljednje vrijeme pojavile informacije o «podsvijesnoj reklami», koja se počela pojavljivati u Americi. Kako smo već dobili nekoliko pisama od naših stalnih čitalaca, koji se zanimaju, o čemu se zapravo radi, odlučili smo, da na osnovu podataka koje smo prikupili, objasnimo svojim čitaocima neke stvari oko ove zanimljive teme.

Novost objavljena na jednoj konferenciji za štampu, koja je nedavno održana u New-Yorku, našla je još istoga dana mjesto na prvim stranicama svih američkih dnevnika. Već sutradan pisali su o njoj i mnogi inozemni listovi, a nekoliko dana poslije toga govorilo se o tome čak i u Kongresu.

Konferenciju za štampu sazvala je jedna privatna firma, za koju se dotad nije znalo čak ni da postoji, bar ne u javnosti, iako je bila upisana u njujorške poslovne registre. Njezini su predstavnici opisali novinarima jedan svoj eksperiment, u kojemu je, ništa ne sluteći, sudjelovalo u ulozi «laboratorijskih štakora» pedeset hiljada bezazlenih posjetilaca jednog kinematografa u New-Jerseyu. Predstavnici firme kazali su nekoliko riječi i o svojim planovima za budućnost. A kad je vijest o tome objavljena u američkoj štampi, nastala je prava uzbuna.

O čemu se zapravo radi?

Prije godinu dana u jednom kinematografu u New-Jerseyu projicirani su, zajedno s filmovima, reklamni tekstovi specijalnog tipa. To nisu bile reklame, koje se čitaju ili, još češće, ne čitaju i čak ne primjećuju za vrijeme dok se, prije početka filma, skidaju kaputi i otvaraju papirne vrećice s bonbonima. Da je onih 50.000 posjetilaca kinematografa što su u toku šest sedmica gledali filmove, bilo čak direktno upozoreno na te reklame, ni jedan od njih ne bi ih ni vidio, a kamoli pročitao. Čitanje je, naime, aktivnost svijesti, ali ona nije bila adresa tih reklama. Na njihovu udaru - a upravo je to bila novost i uzrok uzbuđenju - bijaše ono maglovito područje ljudske psihe, koje se zove podsvijest.

Tekst je nevidljivih reklama glasio: «Pijte Coca-Colu!» i «Jedite kukuruzne kokice!». Reklame su bile nevidljive (barem za svijest gledalaca) zbog toga, što su bile projicirane na ekran zajedno s filmom svakih pet sekunda, ali svaki put u trajanju od samo tri tisućinke sekunde. Na ekranu bi, dakle, ostajale premalo, da bi ih itko mogao pročitati, a osim toga, bila su njihova pismena bljeđa od slike filma.

Ni jednom gledaocu nije bila odana tajna, pa dakle ni jedan od njih nije znao za reklamne poruke. Unatoč tome, rezultat nije izostao: u šest sedmica u tom je kinematografu skočila prodaja kukuruznih kokica za šezdeset i «Coca-Cole» za dvadeset i pet posto. Subliminalna reklama - tako se, naime, zove taj novi tip reklame – uspješno je položila svoj prvi praktični ispit. Vijest o tome izazvala je senzaciju svagdje, samo ne u krugovima psihologa; za njih je taj oblik psihološkog stimuliranja stara stvar. «Zasluga» snalažljivih osnivača firme «Kompanija za subliminalnu projekciju» samo je u tome, što su prvi praktički upotrebili staro naučno otkriće.

Na čemu se temelji djelovanje «subliminalne reklame»? Zašto se ona tako zove? Na dva pitanja ponekad ne treba dati dva dogovora, a to vrijedi i u ovom slučaju: subliminalna se reklama zasniva na već nekoliko decenija staroj naučnoj spoznaji, da čovjeka možemo stimulirati ispod («sub») granice («limen») njegove svijesti, da ga, drugim riječima, možemo stimulirati djelovanjem na njegovu podsvijest, a to znači da on to i primjeti.

«Čovjek je izložen djelovanju subliminalne stimulacije otkako postoji kao homosapiens», kazao je novinarima ugledni američki psiholog Arthur Koponen, objašnjavajući naučnu podlogu subliminalne reklame. «Čovjek svijesno registrira tek neznatan dio zbivanja u svom fizičkom ambijentu. Mi smo

neprestano okruženi zvukovima, mirisima, optičkim pojavama i drugim zbivanjima, kojih postajemo svjesni tek ako na njih usredotočimo našu pažnju. Međutim, naša ih čula ipak neprestano registriraju, a memorija zadržava.»

Jedan do Freudovih učenika i sljedbenika dr. Otto Poetzl smislio je godine 1917. eksperiment, kojim će provjeriti točnost Freudove hipoteze o ulozi podsvijesti u našem psihičkom životu. Posluživši se običnim filmskim projektorom, Poetzl je projicirao na filmski ekran mrtve slike bizarnih krajolika, ali tako da se svaka zadržala na ekranu samo 1/100 sekunde. Projekciju je promatralo oko stotinu ispitanika. Nakon toga Poetzl je zatražio od njih da mu opišu, što su vidjeli. Prvi ga je rezultat potpuno zadovoljio; nitko nije vidio ništa, jer su slike premalo trajale. Tada je zatražio da ispitanici dođu k njemu za nekoliko dana i opišu svoje sne. Rezultat eksperimenta pokazao se kao potvrda. Freudove hipoteze: veliki postotak ispitanika sanjao je o upravo onakvim ambijentima kakvi su bili projicirani u toku eksperimenta.

Poetzl je o rezultatima svoga eksperimenta objavio raspravu u jednom naučnom časopisu, gdje je ona ostala zakopana sve do prije nekoliko godina. Tada su na nju naišli neki britanski psiholozi i odlučili izvesti nov eksperiment. Ispitanici sada nisu bili studenti, već gledaoci jednog programa britanske televizije, oko pet milijuna ljudi. Za vrijeme jedne baletne emisije projicirana je na TV – ekrane vijest od četiri riječi, i to tako, da je u pola sata njen tekst projiciran 30 puta, po 1/5 sekunde. Nakon emisije objašnjen je gledaocima eksperiment, ali im nije bio odan sadržaj vijesti, već se do njih zatražilo da sami «pogode».

Sutradan su organizatori emisije primili nekoliko hiljada odgovora, Između kojih nekoliko stotina točnih od riječi do riječi. Većina slušalaca, koji su poslali točne dogovore, tvrdila je, da za vrijeme same TV – emisije nije bila svjesna da je pročitala ikakvu poruku, ali kad su – potaknuti objašnjenjem eksperimenta – stali o tome razmišljati, otkrili su da im se stalno «mota po glavi» ime čuvenog lakoatletičara Gordona Pirieja. A onda im je odjednom «sinulo» da je poruka zapravo glasila: «Pirie oborio svjetski rekord!».

Vijest o ekperimentu u kinematografu u New-Jerseyu ponukala je jednu ekipu psihologa s univerziteta u New-Yorku, da oda novinarima rezultate jednog svog eksperimenta izvedenog nekoliko tjedana ranije. Oni su posjeli dvije stotine studenata i studentica u univerzitetsku dvoranu za filmske projekcije, a onda su na ekran projicirali jednu mrtvu sliku, što je prikazivala lice neke žene, nacrtano tako da bude posve bezizražajno. Eksperiment je trajao dva put po deset minuta. U prvoj fazi eksperimenta projicirana je na ekran u razmacima od po 10 sekunda, ali u pojedinačnim trajanjima od samo 5/1000 sekunde, riječ «radosna». Za vrijeme pauze svaki je ispitanik morao opisati izražaj lica žene na ekranu. U drugoj fazi eksperimenta projicirana je na isti način riječ «srdita». Poslije toga su ispitanici morali napisati, kakav sada ima izražaj ženino lice. Poslije prve faze eksperimenta velika je većina ispitanika odgovorila, da ženino lice ima radostan izražaj; poslije druge druge faze većina je odgovorila, da je

izražaj na njezinu licu «srdit». Da ponovimo: radilo se o posve istom licu, ali je, dakako, subliminalna stimulacija bila drugačija!

Sad su se kao što vidimo, subliminalnih metoda stimuliranja ljudske podsvijesti latili stručnjaci za reklamu. To, dakako, nije prvi slučaj da se američke reklamne kompanije služe freudovskim otkrićima i metodama. Posljednjih godina sve je veći postotak reklama, koje se obraćaju podsvijesti kupaca. Danas se, bar u Americi, ne može ni zamisliti veća oglasna kompanija koja ne bi na svom platnom spisku imala bar tucet psihoanalitičara. Oni su tako sjajno plaćeni, da naučni psihološki laboratoriji oskudijevaju u kadrovima. Međutim, sve su njihove dosadašnje metode, «bezazlene» u usporedbi s nevidljivom, «fantomskom» reklamom, koja je lišena svih obzira i svakoga smisla za mjeru. Jer – tako misli i američka široka javnost – taj tip reklame vrijeđa ljudsko dostojanstvo i pretvara svoje bezazlene žrtve u bića, kojih je podsvijest pod kontrolom onih što drže u svojim rukama to moćno oružje.

«Danas se subliminalnom stimulacijom služe reklamna poduzeća, ali će možda već sutra posegnuti za njom nesavijesni političari kao za nesavladljivim oružjem političke propagande!» - pišu neki američki novinari.

«Ljudima će tako biti oduzeta sloboda na području na kojem dosad još nije bilo u nju dirano. A kad znamo, kako djeluje podsvijest na svijest, nevidljivo i neprimejtno, moramo kazati, da subliminalna reklama pobuđuje u nama strah!».



Iz teksta saznajemo da je ovo očito u to doba "podignulo uzbunu», novinari su upozoravali, ali šta se dogodilo, svi znamo. Subliminalne se poruke «na veliko» koriste, počevši od crtanih filmova, do mjesta gdje su i započele svoj put – u reklamama.

Ono što ne znamo, je gdje se još sve nalaze! I tko ih sve koristi.

I ako bi čovjek sada očekivao da je od godine (1958.) kada je ovaj tekst napisan do danas išta učinjeno na razvoju slobode čovjeka – morat će se složiti da je učinjeno – ali samo i isključivo na tome da čovjek još više postane rob.

Zašto? Zato što je to dio Igre u kojoj živimo. Zato što ništa nije slučajno, zato što i u gornjem tekstu možete vidjeti da su u razmaku od nekoliko tjedana dvije odvojene skupine ljudi provodile isto istraživanje. Zato što nije ovdje bila riječ o jednoj «reklamnoj kompaniji». Kakve li slučajnosti. Ovdje je slučaj samo to da su tada još postojali novinari koji su pisali na način da zaista rade svoj posao.

Pa, čega to današnji čovjek osim novca – jer je to najkorišteniji primjer «robovanja» danas, a i u ovom primjeru iz teksta motiv za sublimarnu poruku je bila zarada - može biti rob?

Što je to što na njega djeluje izvana – ali prodirući toliko unutar njega da je to oružje svakako vrlo, vrlo moćno? Točnije – ta Igra u kojoj smo se našli – nije li kompletna takva da je putokaz s riječi Izlaz nevidljiv?

Tako izgleda, ali samo slučajnom promatraču, onom tko je ipak odlučio pažljivije razgledati gdje se to nalazi, otkrit će se mnoštvo puteva do Izlaza. Ali da bi uopće krenuo, trebao bi prepoznati ono što vidi.

Kako, kad ga osim mogućnosti da je implantiran i ima posla i s nekim nakačenjima, subliminalna stimulacija još «dotjera» učvrstivši programe – pa se nađe u jednom, mogli bismo reći – u većini slučajeva prilično jadnom položaju.

Odgovor je: teško.

Položaj u kojem se većina današnjih ljudi nalazi, takav je, da prvenstveno neće niti pretpostaviti da njih netko nečime, poput subliminalne stimulacije, kontrolira! Ili da je njihova svrha postojanja kroz odlazak u nedjeljni posjet Bogu isto kontrola, kao ni da je njihova potreba da imaju više do dva para cipela – isto kontrola. Kao ni da je nečija opsjednutost zdravim životom isto kontrola! Ili da je školovanje i obrazovni sistem - kontrola!

Pa mogućnost da možda ima i implantate – koji su, iako prvi u "redu programiranja" – najčešće posljednji na redu viđenja i micanja - zaista takvom čovjeku neće «pasti na pamet».

Eto, tako je današnjem prosječnom čovjeku!

On je zabrinut, prestrašen, pa manifestira ono što je danas gotovo svakodnevna tema – a zove se stres.

O tom stresu i kultu koji je iz njega izrastao (a često ne bi mogao nastati bez onih mogućnosti koje sam spomenula s implantiranjem) mogla bih napisati još deset stranica, ali ovdje ću to spomenuti samo u kontekstu toga da je on – stres - samo jedan u nizu oblika programa koji djeluje poput okidača. Okidača/pokretača da čovjek nešto učini za sebe!

Tu bi sad rekli kako je to izvrsno – izvrsna prilika da čovjek krene.

Pogledajmo što mu se nudi: jer činit će svašta – ali ono što je najgore u cijeloj ovoj priči je to da neće činiti ništa!

Ili još gore – činit će SVE – ali u stvarnosti – njegovoj, onoj sakrivenoj, nemanifestiranoj u svijesti – živjet će iluziju da nešto čini, koja će u podlozi imati «produkt okidača» – koji će se u pravom izričaju, onom neprepoznom, očitovati kao nemogućnost da uopće i krene išta raditi.

Što se nudi da mu bude lakše, a okidač (stres) je okinut? Krenimo redom:



Religije – ovo je posebna priča – postoje religije, a postoje i oni koji sebe zovu «religijama», ali ih religije zovu sektama, a onda i oni koji se predstavljaju istinitijima, a svoje postojanje djelomično temelje na prozivkama onih sa suprotstavljene strane - religijama. Tu ima i malo miješanja, jer neke djelove nekih religija koriste i oni, ali uglavnom u krajnjem utjecaju na čovjeka - riječ je o istome. Konzumacija na koncu završi jednako, uglavnom isključivo. Kad kažem isključivo, mislim da isključe čovjeka samog od sebe - jer u svom temelju sve one imaju premisu, kako je čovjek uglavnom kriv! Ako nije kriv sada, kriv je u nekom prošlom životu, a ako nije kriv – sve je to sam odabrao! Ta premissa «krivnje i karme», izvrsna je međutim za detektiranje što je to program! S tim da u sagledavanju ovakvih detekcijskih metoda, treba imati na umu: da su svi programi nastali na onome što u biti je naša – ljudska Bit! Da nije tako nikada ne bi zaživjeli, niti bi bili primjenjivi. Ali uvidjeti Bit je vrlo teško, jer da bi je vidjeli morate otvoriti mogućnost da to u što vjerujete možda i nije tako! A kako je riječ o vjerovanju – koje je temelj ovih programa – riječ je o slijepoj ulici! I jednom obliku ovisnosti!



Lijekovi – kao spas od depresije ili liječenja stresa! Lijek je obrnuta strana medalje bolesti i jedan od najsnažnijih programa. Program bolesti koji je temelj lijeka, kao rješenja - sasvim sigurno se

širi poput reklama za Coca – Colu, subliminalno. A dodatno je "pojačan" lažiranjem referentnih vrijednosti određenih parametara za dijagnoze nekih bolesti (primjerice brzo rastućeg povišenog kolesterola, pa čak i dijabetesa!). Reklamna agencija, koja se zove farmaceutska industrija, jedna je od najjačih agencija na svijetu! Za nju rade agenti, kao i velik broj liječnika koji to čine namjerno, ali i ne namjerno, jer spadaju u skupinu ljudi koji su u «stresu» pored toga što su obični prosječni ljudi! Dakle, ovo nuđenje olakšanja obično završi ovisnošću!



Sport – ovo ulazi u program zdravlja! Riječ je o najraširenijem programu koji je direktno vođen i kontroliran i od strane farmaceutske industrije. Zdravo je baviti se sportom, kao što je zdravo i kladiti se i piti pivo na utakmici, nakon i prije koje se možete i potući. Istovremeno, zdravo je biti pobjednik i promicati kulturu natjecanja – jer to ovoj Igru odgovara. To su pravila. I program, koji ne može biti neuspješan! Jer natjecanje – ima još jedan oblik – on se zove borba – a još jedan oblik borbe – zove se rat! I zato je to zdravo, za one koji ovu Igru vode! Da li je sport, kao sport koji ćete prakticirati zato jer se želite razgibati loš – ne! Ništa nije loše! Stvar je samo u pristupu i konzumaciji. Obzirom na vezujuće stvari uz sport – a to su neminovno alkohol, klađenje, uzimanje dopinga, te raznih drugih lijekova koje većina sportaša nužno treba – i ovo postaje ovisnost!



Zabava – u ovo ulazi sve, od seksa do muzike, filma, svega što «vole mladi». Ova područja su kompletno subliminalna. Što opet ne znači, da kad ovo osvijestite, ne možete slušati muziku, pogledati film ili spavati sa svojim partnerom. Sve navedeno podliježe terminu ovisnosti!



Alkohol i droge – vrlo raširen "način" koji ljudi koriste kao lijek za stres. Alkohol je u principu društveno prihvaćen, čak i reklamiran kao zdrav – ako pričamo o čaši vina za ručak, dok droge pored zabavne konzumacije, imaju i onu drugu stranu, koja se reklamira – šamanističku. Kao i za sve navedeno do sada – riječ je o pristupu i načinu konzumacije. Uglavnom, oboje služe za održavanje programa. Riječ je o dubljim programima, koji su teško «izvedivi» samo subliminarnim stimulacijama, pa spadaju u dio implantiranja i nakačenja. i izazivaju teške ovisnosti!



Hrana – činjenica je da postoji nešto, što je "atak" na hranu i naziva se GMO! Međutim, isto je tako činjenica da povrh programa straha od događanja tog segmenta manipulacije, kao i određene bolesti nastale u laboratorijima, tako postoje i namjerna kemijska zagađenja i onih namirnica koje sami uzgajamo (chemtrailsi). Dakle, riječ je o nečemu na što ne možemo utjecati, ma koliko to silno željeli učiniti. No, tu je dobro spomenuti mogućnost, da čovjek koji sve to zna, može na isti način na koji sebe održava «čistim» od programa – sebe čistiti i od ovakvih utjecaja. Kao alat za to može koristiti isto ono mjesto, na koje utječu tvorci subliminalnih poruka! Upravo stoga, novi programi koji su nastali, su programi zdrave hrane i vegetarijanstva – koji znaju biti gotovo jednako «opasni» kao i svi do sada navedeni – gotovo da spadaju pod religijske. I kao takvi, vrlo su suptilni u nastajanju, ali ipak - postaju oblik ovisnosti!



TV – kompletno je u službi obmanjivanja – ali i za to vrijedi isto kao i za više navedeno. Možete ga gledati – ako ni zbog čega drugoga da vidite u kojem se smjeru stvari odvijaju! Dapače, to je mudro, pa isključivost nije preporučljiva – točnije može biti dio programa. Ako je dio programa on se očituje u ovisnosti!



Internet - je svakako jedna od najgenijalnih stvari koju su nam dali na korištenje, kako bi nas porobili! Ništa od - do sada navedenog - nije nam dano da bi nam se pomoglo – to je valjda jasno – ali točno u tom grmu leži zec – onaj zec koji Vas može dovesti bliže Izlazu. No, što taj internet znači običnom čovjeku, onom jadnom koji traži zabavu? Od svega navedenog – on je najmoćnije oružje. Kao prvo, doslovno krade vrijeme i otupljuje čovjeka. Dodatno, onim jedinkama koje su u razvoju depresivnih stanja – može služiti i kao alat za izgrađivanje podosobnosti, ako isti virtualni svijet, zamijene ovim u kojem nije osvijestio programe. Riječ je o bijegu u dvostruku stvarnost, koju stvara i uskoro se nađe u situaciji da vodi dvostruki život. U toj situaciji – razvijena je ovisnost! Gotovo je identična stvar s forumima – gdje se ljudi mahom koriste lažnim identitetima (što ne mora biti problem sam po sebi) i često im se događa ista situacija, kao i s korištenjem facebooka! Ali, internetom se možemo služiti i na drugačiji način: možemo sakupljati i širiti informacije. Što znači – nismo ovisni i imamo ga pod kontrolom!

Za sve navedeno, što je ponuđeno običnom čovjeku u stresu – vrijedi ona – upoznaj svojeg «neprijatelja» i onda nemoj činiti što i on, nemoj činiti ništa – a čini sve.

U svemu opisanom, ključnu ulogu igra strah! I uloga žrtve. I za ove dvije stvari ne postoje ovi «vanjski» programi, oni samo održavaju ta dva koja su, samo dio grubog djelovanja i implantiranja od strane vanzemaljskih entiteta!

Sve "izvana" samo podržava ono što je postavljeno iznutra – glavno programiranje i kontroliranje, odvija se na mjestu koje čovjek ne može vidjeti, jer tamo to neće niti tražiti! U njemu samome.

Ali da bi pogledao u sebe – trebao bi moći vidjeti sve ove programe koje sam navela! I zato je to teško. A dovoljno je samo krenuti, s jednim....svaki nakon njega bit će lakše razotkriti! I nije li onda bojazan tog novinara koji je 1958. godine napisao:

«Ljudima će tako biti oduzeta sloboda na području na kojem dosad još nije bilo u nju dirano. A kad znamo, kako djeluje podsvijest na svijest, nevidljivo i neprimejtno, moramo kazati, da subliminalna reklama pobuđuje u nama strah!».

bila i više nego opravdana? Pogotovo što on tada nije niti razmišljao, da je u tu istu «podsvijest» već dirano! Jer da nije ljudi ovo ne bi dozvolili!

Istina o stanju čovječanstva je strašna! Strašnija nego što to može pomisliti, netko tko se moli i zahvaljuje Bogu da je jeo, strašnija od jačine emocije jer je Hrvatska osvojila zlatnu medalju, strašnija od sreće jer je izumljena vijagra, strašnija od GM izuma, strašnija od vjerovanja kako je dovoljno biti Ljubav i istu širiti.

I kako onda dalje? Od kuda krenuti?

Po svemu sudeći – od jedinog mogućeg mjesta – od tamo gdje je sve i krenulo – od samog sebe! Postoji samo jedan mali problem – da bi se odlučilo gledati u sebe – trebalo bi vidjeti da nešto s onime što vidimo oko sebe ne valja!

Pa je gotovo nužnost, prepoznati samo taj jedan program kojim smo zarobljeni – da bi mogli dalje raditi putujući u sebe i izvan sebe kako bi se upoznali!

Tad ćemo moguće - moći igrati ovu Igru – znajući gdje je Izlaz i moći ćemo ulaziti i izlaziti.

Znači li to, da ćemo saznati, sve ono što nam stalno nude kao već gotovo znanje, kroz sve što sam navela počevši od religije, preko zdravlja i zabave, da li ćemo znati tko smo i odakle smo došli?

Mislim da ne, ali nije li to – ta potreba za dobivanjem odgovora sada i ovdje na to pitanje, moguće samo jedan dio ove Igre? Onaj dio koji i sve ove programe i manipulacije i čini mogućima?