

Poslovna magija



U poslovnoj magiji, potrebna je temeljna analiza kompanije. Svaka kompanija ima svoj raspored planeta, prema datumu rođenja, obično se uzima prvi službeni dokument, kojim je započeo život kompanije, no, to vrijedi za manje kompanije.

Kod analize kompanije, potrebno je analizirati sve vodeće ljude, koji donose odluke i sudjeluju u razvoju kompanije. Njihova energija se udružuje, u jedinstvenu energiju kompanije. No, ukoliko je kompanija veća, npr. d.d., astrološka karta teško može odraziti realno stanje u kompaniji. Potrebno je stići do pravog rasporeda planeta Kabbalističkim proračunima.

Kod manjih kompanija, gdje je vlasnik ujedno i direktor i glavni donosioc odluka, bitna je njegova osobna analiza energija, pošto astralne struje tj. duhovi putuju kroz njegovo srce i šire se kompanijom, zaposlenima, tržištem, poslovnim partnerima.

Kompanije u sebi, sumiraju mnoge astralne struje i prenosi veliku materijalnu moć na zemlju, tj. materijalni svijet Asiaha, i time privlače moćnija biča neba, iz višeg astralnog, mentalnog i duhovnog svijeta. Kao što čovjek ima svoju osobnu auru, raspored planeta, duhove zaštitnike(dobre i zle), isti zakon vrijedi i za kompanije.

Neke kompanije, u sebi utjelovljuju vrlo moćna kozmička biča. U SAD-u, postoje neke poslovne grupacije, koje su preuzele sisteme tajnih kultova, i uspjele su evocirati jake nadnaravne sile. Zahvaljujući tome, postižu natprosječne rezultate. To je dozvoljeno.

Masonska loža, tj. slobodni zidari, također prenose tajna znanja, vezana uz višu arhetipsku magiju. Za kompaniju ipak vrijede druga pravila evokacije, koja se vezuju uz arhitekturu zgrada, nebesku konstelaciju, i ne moraju biti vezane uz horoskop i 12 znakova zodijaka.

Ukoliko kompanija želi ozbiljno angažirati nekog "čarobnjaka" da radi za nju, potrebno je vrijeme uhodavanja od najmanje 2-3 g. U to vrijeme, da bi astralne sile saživjele u kompaniji, i povezale sa se "višim silama", potrebne su promjene, naročito u filozofiji razmišljanja vodećih ljudi, koja se mora prilagoditi "bičima" koja se inkarniraju, tj. evociraju, da bi astralni kanali tekli bez blokada.

To je ravno inicijaciji, i može biti vrlo bolno, naime, obično se neki vodeći poslovni ljudi ne skladaju sa formulom, i potrebno ih je smijeniti. Također, dio osobnosti vodećih ljudi mora se prilagoditi višoj volji, što često znači, da ti ljudi moraju raditi stvari koje nisu prije radili. Pravilo kaže, da je potrebno nekada napraviti korak protiv sebe, da bi se napravila tri koraka ispred. To su istinske blokade, i djeluju putem negativnog, ega.

Kompanija, koja želi istinski prakticirati tajna znanja, i zadobiti moć neba, mora imati moćan magijski hram, koji je sam za sebe pečat prema moćnim silama univerzuma.

Takav hram mora biti lociran na dobrom mjestu, mora biti velik, prostran i dobro opremljen, što znači da košta mnogo novaca. Sa druge strane, najvažnije od svega, kompanija mora imati svog glavnog čarobnjaka, koji je ključ uspjeha ili neuspjeha. Odnos kompanija i čarobnjak je složen odnos, ali je definiran u tajnim učenjima, prema vrlo strogim internim pravilima rada.

Primjer, ritualnom magijom, mogu se evocirati različita biča, inteligence, sa ciljem rješavanja strategije kompanije ili tekućih problema. Ukoliko se kompanija bavi proizvodnjom nekog proizvoda, i traži novi proizvod, naime, to je ključ uspjeha svake kompanije, u ritualu se mogu evocirati sile koje će astralno ispitati tržište, mogu u četvrtoj dimenziji astrala simulirati prodaju proizvoda, ispitati ukuse milione potrošača prema njihovim astralnim željama, te mogu vidjeti što proizvodu nedostaje. To može značiti veliku uštedu novca u marketinškom istraživanju tržišta, ali treba strogo naglasiti, da tradicionalne metode istraživanja tržišta ostaju i dalje u primjeni, pošto ti podaci postaju temelj rituala i komunikacije sa "savjetnicima neba"! Nadalje, ukoliko se u proizvod "diskretno dizajnira pravi sigil", tada će astralne sile "poduprijeti prodaju".

Drugi primjer, biča viših svjetova raspolažu originalnim idejama ispred vremena, i moguće je putem rituala, nakon što se sila evocira, preusmjeriti ih na ljude koji rade u razvoju, koji će dobiti "intuitivnu" ideju, naime, nije uvijek praktično da "svi znaju sve", i nisu svi prikladni za sudjelovanje u ritualima, to je suptilan utjecaj. Sa treće strane, mnoge kompanije žele demonskim silama uništiti konkurente. To je riskantno i opasno, pošto po zakonu karme, vrijede slična pravila kao za pojedinca, naime, ukoliko je protivnička kompanija jača, i uzvratni udarac na magijskom planu, to može značiti veliki pad za napadače. Ukoliko napad uspije, karmu preuzima sistem, no, tu ipak važe drukčija pravila, pošto velike kompanije djeluju po zakonima sistema, poput države.

Često mnoge kompanije angažiraju vidovnjake u svrhu medijum špijunaže, nivo um-um. To je dozvoljeno, ali je filtriranje informacija zahtjevan posao, i ukoliko se podaci krivo prenese, može pogubno djelovati na poslovne odluke.

Sa druge strane, kompanija koju se želi špijunirati, može imati svog čarobnjaka, koji prati vidovnjake i plasira im lažne informacije. Kombinacija ima beskonačno. U praksi, potrebna su četiri medija i čarobnjak koji ih vodi. U razmišljanjima svi idu korak dalje, naime, posao i tržište je okrutno, i žele tele-tele-hipnozom djelovati na suparnike, da ih podvrgnu svojoj volji itd. To su samo ilustrativni primjeri upotrebe poslovne magije.

Još u starim legendama, prenose se priče o moćnim egipatskim čarobnjacima, koji su mogli izazvati oluju na moru ili pustinji, i time preusmjeriti vojni poraz u pobjedu, čime su održali postojanje drevnog Egipta. To je područje državne magije, koja je kruna mudrosti. Naime, država je sama za sebe "moćan duh", pošto postoji i djeluje putem zakona, koji je forma na papiru, to znači nevidljivi svijet. Od prvih dana KGB, tj. "Čeka", Rusi su angažirali jednog grofa koji se je bavio mistikom, i od prvih dana se bave tkz. parapsihološkim istraživanjima, pošto je nepraktično kazati, ritualnom magijom.

Rusi su znani dobri mediji, tj. oni koji čitaju informacije iz tuđih glava, no, postoji legenda, da su komunisti došli do novaca, tako da su nekim ruskim bogatašima prodrli u glavu i točno pročitali šifre računa u Švicarskim bankama, naime, kod nekih banaka dovoljno je posjedovati samo 16 ili 20 znamenkasti broj, i novac se može podignuti, pošto je to jedina i osnovna identifikacija.

Magija je uvijek prava strast za obavještajne službe. Znan primjer je Hitlera, koji je prakticirao crnu magiju, navodno, bio je pripadnik tajne lože Tibetanskih čarobnjaka br. 99. No, Englezi su angažirali "vojsku" medija koji su pokušali destabilizirati Hitlera. To je znana legenda, koja krije u sebi ipak neke istine.