

The image features a green book with a gold-colored decorative ornament on its cover. The ornament is intricate, with a central teardrop-shaped green gemstone. To the right of the book, a lit candle in a dark holder is visible, casting a warm glow. The background is dark and out of focus.

Энергия Сфирот

**Магия привлечения: искусство заговора
«Зеленый глаз» от подготовки до результата**

Энергия Сфирот

**Магия привлечения: искусство
заговора «Зеленый глаз» от
подготовки до результата**

«Автор»

2026

Сфирот Э.

Магия привлечения: искусство заговора «Зеленый глаз» от подготовки до результата / Э. Сфирот — «Автор», 2026

Мануал представляет собой практическое руководство по древнему коммерческому заговору «Зеленый глаз» – мощному инструменту привлечения клиентов, партнёров и денежных потоков через магическую активацию визиток и прайс-листов. В мануале детально разобраны все этапы: от философского осмысления и выбора материалов (масло пачули, зелёная тушь, бумага) до астрологического тайминга, техник нанесения, голосового заговора, огненной активации и правил раздачи. Отдельное внимание уделено хранению, подзарядке, завершению цикла и важным предостережениям, обеспечивающим безопасность и этичность практики. Каждый шаг описан с максимальной детализацией, доступен для новичков и полезен опытным магам. Результат – ваши визитки становятся живыми талисманами, несущими доверие, интерес и долгосрочное сотрудничество.

© Сфирот Э., 2026

© Автор, 2026

Содержание

Часть 1. Введение и философская основа заговора «Зеленый глаз»	5
Часть 2. Материалы, инструменты и критерии их выбора	11
Часть 3. Подготовка рабочего пространства и ритуальное очищение	17
Конец ознакомительного фрагмента.	19

Энергия Сфирот

Магия привлечения: искусство заговора «Зеленый глаз» от подготовки до результата

Часть 1. Введение и философская основа заговора «Зеленый глаз»

Заговор «Зеленый глаз» представляет собой уникальный синтез древних торговых практик, природной магии и тонкой психологии восприятия, который на протяжении веков передавался изустно среди купцов, ремесленников и владельцев небольших лавок. Его истоки теряются в туманной глубине времён – одни исследователи связывают его происхождение с финикийскими мореплавателями, которые наносили на свои товарные ярлыки символические знаки зеленым пигментом, чтобы умиловить морских божеств и привлечь попутный ветер в делах. Другие же находят параллели в индийских трактатах по артхашастре, где упоминается использование пачулиевого масла для натирания торговых свитков, дабы те вызвали доверие у покупателей. Однако наиболее полное и систематизированное изложение этого ритуала встречается в европейских гримуарах XVII века, где он описывается как «способ сделать коммерческий документ живым». Современная эзотерическая школа, адаптируя древние знания под реалии цифровой эпохи, сохранила ядро практики – использование плотного материального носителя (визитки или прайс-листа), натурального масла с глубоким древесным ароматом и яркого зелёного пигмента, которые в совокупности создают мощный энергетический кокон, изменяющий подсознательное восприятие вашего предложения.

Философские корни заговора и его отличие от принудительной магии

В отличие от грубых приворотов, направленных на подавление воли, или агрессивных денежных заклинаний, которые пытаются «выбить» финансы из окружающего мира, заговор «Зеленый глаз» базируется на принципе резонансного притяжения. Он не вторгается в личное пространство клиента, а лишь настраивает вашу визитку на ту частоту, которая созвучна подсознательным ожиданиям человека, ищущего качественный сервис или надёжного партнёра. Этот подход перекликается с герметическим принципом «подобное притягивает подобное»: когда вы обрабатываете бумагу маслом пачули, вы насыщаете её ароматом, ассоциирующимся у большинства людей с устойчивостью, земной основательностью и долговременными отношениями. Зелёная тушь, в свою очередь, активирует визуальный канал – цвет изобилия и обновления, который на физиологическом уровне снижает чувство тревоги у потенциального заказчика и располагает его к более открытому диалогу. Таким образом, ритуал работает как усилитель ваших деловых качеств, а не как замена им. Мастер, практикующий этот заговор, обязан чётко осознавать, что магия здесь выступает лишь катализатором, а фундаментом остаются ваша компетентность, честность и искреннее желание решить проблему клиента. Любая попытка использовать «Зеленый глаз» для сокрытия брака в товаре или недобросовестного навязывания услуги неизбежно приведёт к обратному эффекту – энергия обернётся против вас, поскольку само намерение будет противоречить природе зелёного цвета, который олицетворяет гармонию и естественный рост.

Символика масла пачули – глубина земли и стойкость аромата

Эфирное масло пачули, добываемое из листьев тропического кустарника, принадлежащего к семейству яснотковых, известно в ароматерапии как одно из самых «заземляющих»

средств. Его запах – густой, слегка сладковатый, с явными древесными и пряными нотами – действует на лимбическую систему мозга напрямую, минуя рациональное мышление. Именно эта особенность делает пачули идеальным проводником для магии, обращённой к подсознанию. В древней Индии масло пачули использовали не только для ароматизации тканей, но и для смазывания торговых весов, веря, что оно предотвращает обман и привлекает честные сделки. В китайской традиции пачули связывали с элементом Земли и направлением Центра, что символизировало стабильность и накопление богатства. Когда вы наносите это масло на визитку, вы не просто придаёте ей запах – вы внедряете в неё архетип «вечного возвращения», устойчивого процветания, которое не зависит от капризов рынка. Масло обладает высокой летучестью в том смысле, что его аромат раскрывается постепенно, в течение нескольких часов, что идеально совпадает с ритмом деловой встречи: сначала клиент ощущает лёгкий намёк, затем запах набирает силу, а после расставания остаётся приятное послевкусие, напоминающее о вашей встрече. Однако важно помнить, что синтетические имитации пачули лишены энергетической матрицы, так как в процессе химического синтеза разрушаются сложные эфирные связи, отвечающие за тонкоматериальное взаимодействие. Поэтому настоящий мастер всегда выбирает масло, полученное методом паровой дистилляции из сертифицированного сырья, и проверяет его качество по наличию характерного тёплого, чуть землистого оттенка в послевкусии на коже.

Зелёная тушь как визуальный ключ и её связь с анахатой-чакрой

Если масло пачули отвечает за обонятельный и энергетический каналы, то зелёная тушь берёт на себя визуальную составляющую, которая в современном мире перегружена информацией. Глаз человека за долю секунды сканирует цветовые пятна, и зелёный цвет воспринимается как наиболее физиологически комфортный – он находится в центре спектра, не напрягает сетчатку и ассоциируется с природой, здоровьем и свежестью. Но эзотерический смысл туши гораздо глубже: в системе чакр зелёный соответствует анахате – сердечному центру, который отвечает за безусловное принятие, эмпатию и баланс между даванием и получением. Обводя логотип зелёной линией, вы активируете в своём деловом послании эту чакру, делая его не просто коммерческим предложением, а приглашением к гармоничному обмену. Когда клиент смотрит на такую визитку, его подсознание считывает сигнал «безопасно, открыто, достойно доверия». Более того, зелёный пигмент, особенно если он имеет естественный оттенок (малахитовый, травяной, нефритовый), отражает свет таким образом, что создаёт микроскопическую бликующую поверхность, которая непроизвольно приковывает взгляд. Это свойство успешно используется в маркетинге, но магия «Зелёного глаза» идёт дальше: она закладывает в этот визуальный образ программу долгосрочного сотрудничества, а не сиюминутной выгоды. Важно, чтобы тушь была водостойкой, ведь если она осыплется или потечёт, то энергетический контур разорвётся, и клиент может подсознательно почувствовать «незавершённость» вашего предложения. Поэтому выбор пигмента – ответственный шаг, который не стоит экономить.

Принцип отражения и магия взгляда – как визитка становится «глазом»

Центральная метафора заговора – глаз – имеет множество толкований в мировой культуре. От египетского Уаджета до христианского Всевидящего ока, от индуистского третьего глаза до исламского «глаза зависти» – везде этот символ связан с бдительностью, проницательностью и способностью видеть суть вещей. В контексте нашей практики визитка, на которой зелёная тушь обводит логотип, превращается в магический оптический прибор: она «смотрит» на того, кто её держит, и одновременно «отражает» ваше внутреннее состояние. Если вы в момент ритуала испытываете уверенность и радость от своего дела, то эти чувства запечатываются в линии туши, и каждый, кто позже возьмёт визитку, будет ощущать эту положительную энергию как необъяснимое расположение к вам. С другой стороны, если вы проводите заговор в спешке или с мыслями о неудаче, то ваше смятение тоже отразится – клиент почувствует неловкость и, скорее всего, отложит карточку в сторону. Именно поэтому старые

мастера учили перед ритуалом прорабатывать свои страхи с помощью дыхательных практик и краткой медитации, чтобы очистить «зеркало» своей души. Глаз, нарисованный вами, – это не просто украшение, это двусторонний мост: через него клиент видит вас, а вы через него видите клиента, и этот взаимный контакт создаёт доверие, которое превышает любых скидок и акций. Интересно, что в некоторых школах рекомендуют при обводке слегка наклонять визитку так, чтобы линия туши в верхней части была чуть толще, имитируя верхнее веко – это придаёт «глазу» живой, чуть прищуренный взгляд, который опытные дельцы называют «купеческим прищуром» – признаком хитрости и мудрости одновременно.

Энергетическая структура заговора: три уровня воздействия

Любое магическое действие, претендующее на долгосрочный эффект, должно строиться на трёх уровнях: физическом, энергетическом и информационном. В нашем ритуале физический уровень представлен самой визиткой, маслом и тушью – это материальные носители, которые мы видим и ощущаем. Энергетический уровень возникает в момент нанесения и произнесения заговора – когда ваши пальцы касаются бумаги, вы передаёте ей свою биополевую структуру, а масло и тушь служат проводниками для этой передачи. Информационный же уровень – это ваше намерение, чётко сформулированное в уме, а затем закреплённое словесной формулой. Когда все три уровня синхронизированы, возникает устойчивый резонанс, который не разрушается под воздействием внешней суеты. Масло пачули фиксирует энергетику на физическом носителе благодаря своей вязкой структуре, не давая ей рассеяться, а зелёная тушь, застывая, «консервирует» информационное сообщение в видимом образе. Таким образом, даже после того как визитка перешла из ваших рук в руки клиента и даже после того, как её отложили в ящик стола, заговор продолжает работать, потому что его составляющие взаимодействуют между собой автономно. Это отличает «Зеленый глаз» от многих других коммерческих заговоров, которые требуют постоянного подпитывания или ношения с собой. Один правильно выполненный ритуал способен влиять на течение событий в течение нескольких недель, а при благоприятных обстоятельствах – и до трёх месяцев.

Психологические механизмы восприятия, усиливаемые магией

Современная нейробиология подтверждает то, что эзотерики знали веками: запах и цвет являются мощнейшими триггерами эмоциональной памяти. Аромат пачули, как показали исследования, активизирует участки мозга, связанные с чувством стабильности и уюта, что критически важно в ситуациях неопределённости, когда клиент выбирает между несколькими поставщиками. Зелёный цвет, в свою очередь, понижает уровень кортизола – гормона стресса – и повышает выработку серотонина, что делает человека более склонным к принятию решений в пользу тех, кто вызывает у него положительные ассоциации. Заговор «Зеленый глаз» объединяет эти два стимула в одном предмете, создавая мощный якорь, который срабатывает каждый раз, когда клиент видит вашу визитку. Но магия здесь не просто пользуется природными реакциями – она сознательно направляет их в нужное русло, программируя бумагу так, чтобы ассоциация «пачули + зелёный = надёжность» возникала не случайно, а целенаправленно. При этом сам клиент не осознаёт манипуляции; он просто чувствует, что ваше предложение «как-то по-особенному приятно», и это чувство толкает его к сотрудничеству. Именно поэтому данная практика является этичной: она не обманывает, а подчёркивает уже существующие достоинства, делая их более заметными на фоне конкурентов. Однако мастер должен помнить, что чрезмерное увлечение лишь внешней стороной – нанесением масла и туши без внутренней работы над собой – лишает ритуал его глубины, превращая его в пустую формальность, которая не даст результатов.

Подготовительный этап как неотъемлемая часть философии

Прежде чем перейти к техническим действиям, которые будут подробно расписаны в следующих частях этого мануала, стоит осознать, что подготовка начинается задолго до того, как вы откроете флакон с маслом. Она включает в себя не только очистку стола и приобретение

качественных ингредиентов, но и внутреннюю настройку – своего рода исповедь перед самим собой. Задайте себе вопросы: зачем я занимаюсь этим делом? Какие блага я хочу принести клиентам? Что я готов отдать взамен на их доверие? Ответы должны быть честными, даже если они неидеальны. Например, вы можете признаться, что хотите заработать на образование ребёнка или улучшить условия труда своих сотрудников – это благородные мотивы, которые усилят энергетику заговора. Если же ваша единственная цель – обогатиться любой ценой, то лучше отказаться от практики, поскольку она будет работать против вас. В древних текстах говорится: «Купец, имеющий чистые помыслы, умножит капитал вдвое, а нечистый потеряет и имеемое». «Зеленый глаз» – это не инструмент алчности, а инструмент гармонизации, который помогает выстроить долгосрочные взаимовыгодные отношения. Поэтому в первой части мануала мы настаиваем на том, чтобы вы посвятили как минимум несколько дней размышлениям о своей миссии, возможно, даже записали свои намерения на бумаге и перечитали их вслух. Это создаст тот самый информационный слой, который потом будет вложен в визитку через слова заговора.

Исторические параллели и культурные адаптации

Интересно, что аналоги «Зелёного глаза» встречаются в различных культурах под разными названиями. В арабских странах существовал ритуал «Назар» – обведение логотипа на коммерческих документах сурьмой с добавлением ладана, причём сурьма была именно зелёной (измельчённый малахит). В славянской традиции купцы натирали свои ценники льняным маслом с добавлением измельчённой крапивы – это давало зелёный оттенок и резкий травяной запах, который считался отпугивающим злых духов и привлекающим добрых людей. В Японии существовала практика «ао-маку» – нанесение зелёных чернил на печать компании, причём мастер должен был перед этим три дня поститься и воздерживаться от пустословия. Все эти вариации объединяет одно: признание того, что коммерция – это не просто обмен товарами, а сложный энергетический танец, где незримые нити доверия завязываются через символы и запахи. Наш «Зеленый глаз» является эклектичным синтезом этих традиций, адаптированным к современному носителю – визитке или прайс-листу, которые в наши дни стали главными проводниками деловой информации. При этом мы сохраняем древний принцип: чем естественнее компоненты, тем сильнее их магическое действие. Именно поэтому мы настаиваем на использовании натуральных масел, а не парфюмерных композиций, и на пигментах без химических связующих, которые могут перебить тонкие вибрации.

Состояние мастера как главный условие успеха

Фактор личности практикующего в этом заговоре занимает центральное место. В отличие от многих ритуалов, где достаточно механического повторения, «Зеленый глаз» требует от вас полного присутствия в моменте. Вы не можете быть рассеянным, думая о неоплаченных счетах или семейных ссорах – все эти энергии будут перенесены на визитку, и клиент, сам того не ведая, почувствует эту дисгармонию. Потому что ваше состояние считывается через мельчайшие изменения в ритме дыхания, в напряжении кисти, в колебаниях голоса во время чтения заговора. Если вы устали – отдохните, если вы злы – успокойтесь, если вы печальны – вспомните о своих достижениях. Существует простое упражнение: перед ритуалом встаньте прямо, поднимите руки вверх и на выдохе опустите их, представляя, что вы сбрасываете с себя весь груз забот. Повторите это три раза. Затем положите ладонь на область солнечного сплетения и ощутите, как ваше сердце бьётся ровно – это сигнал, что вы вошли в рабочее состояние. Если сердцебиение учащённое, сделайте ещё несколько медленных вдохов. Только когда вы почувствуете тишину внутри, можно брать в руки визитку. Некоторые мастера также рекомендуют произнести про себя короткое обращение к своему высшему «я»: «Я действую во благо, я открыт потоку». Это слово поможет вам сохранить чистоту намерения на протяжении всего ритуала, что в итоге и определяет его эффективность.

Отношение к визитке как к живому существу

В философии «Зелёного глаза» нет места пренебрежительному отношению к носителю заговора. Визитка – это не просто кусок картона, а временноеместилище вашей деловой ауры. Поэтому обращаться с ней следует как с дорогим гостем: хранить в чистом конверте, не сгибать без необходимости, не заливать кофе и не замечать её среди мусора. Когда вы раздаёте такие визитки, вы передаёте частичку своей души, поэтому важно, чтобы они были безупречны внешне – не мятые, не засаленные. Даже если вы идеально провели ритуал, но визитка имеет потёртый вид, клиент подсознательно воспримет это как небрежность в работе, и весь магический эффект сойдёт на нет. На практике лучше подготовить ограниченное количество экземпляров – не более десяти в месяц, – но зато каждый будет отработан с максимальной тщательностью. Для массовой раздачи используйте обычные визитки, а заговорённые приберегайте для особенных встреч: с потенциальными партнёрами, крупными заказчиками или теми, кто уже проявил интерес. Такой избирательный подход повышает ценность каждой визитки в глазах и клиента, и вашего собственном. Вы сами начинаете верить в её силу, а вера – это 50% успеха любой магии. Помните, что даже самый мощный заговор не заменяет вашей улыбки и рукопожатия; он лишь дополняет их, делая ваше присутствие незабываемым.

Типичные ошибки на начальном этапе и как их избежать

Новички часто допускают промахи, которые можно было бы предотвратить, если бы они глубже вникли в суть первой части мануала. Одна из самых распространённых ошибок – попытка совместить «Зеленый глаз» с другими заговорами на деньги в один и тот же день. Энергии разных ритуалов могут конфликтовать, создавая хаос вместо усиления. Вторая ошибка – использование просроченного масла или туши, которая уже начала засыхать. Такие материалы несут в себе энергию увядания, что прямо противоположно нашим целям. Третья ошибка – проведение ритуала в присутствии посторонних людей или работа при включённом телевизоре, радио. Любой шум отвлекает ваше подсознание и нарушает целостность намерения. Четвёртая – недостаточное проветривание помещения перед началом: застойный воздух накапливает отрицательные частицы, которые могут осесть на визитке. И наконец, пятая – излишняя самоуверенность, когда мастер полагает, что достаточно просто нанести масло и тушь без внутренней сосредоточенности. Все эти ошибки приводят к тому, что заговор либо не срабатывает, либо даёт слабый, быстро проходящий эффект. Поэтому мы настоятельно советуем ещё раз вернуться к философскому обоснованию и задать себе вопрос: готов ли я подойти к этому делу с максимальной серьёзностью и уважением? Если ответ положительный – вы на верном пути, и следующие части мануала помогут вам отточить технику до совершенства.

Взаимосвязь с сезонными и природными ритмами

Хотя астрологические аспекты мы подробно рассмотрим в четвёртой части, важно упомянуть, что философия «Зелёного глаза» неразрывно связана с циклами природы. Весной, когда всё пробуждается, энергия зелёного цвета наиболее активна, и заговор в этот период даёт особенно быстрые результаты. Летом, в пору плодоношения, масло пачули, как земной элемент, помогает закрепить успех. Осенью – время сбора урожая, когда визитки, обработанные летом, начинают приносить дивиденды. Зимой же ритуал лучше проводить в период новолуния, чтобы заложить основу для будущего роста. Понимание этих естественных волн позволяет вам не перегружать себя магией круглый год, а действовать в гармонии с миром, получая максимальный эффект при минимальных затратах энергии. Кроме того, некоторые мастера советуют обращать внимание на погоду в день ритуала: ясный солнечный день усиливает визуальный компонент, а тихий пасмурный – обонятельный, так как влажность воздуха помогает аромату дольше задерживаться. Вы можете выбирать тот тип погоды, который больше соответствует вашей цели: для привлечения новых клиентов – солнечный день, для укрепления отношений с постоянными – влажный, спокойный. Такой тонкий подход превращает «Зеленый глаз» из простого заговора в целое искусство, где каждая деталь имеет значение.

Этика и кармические последствия применения заговора

Ни одна философская основа не была бы полной без обсуждения этических границ. Заговор «Зеленый глаз» относится к так называемой «белой» магии, поскольку он не нарушает свободную волю человека, а лишь создаёт благоприятные условия для вашего взаимодействия. Однако даже в этом случае существует неписанный закон: вы не должны использовать магию для того, чтобы отбить клиента у конкурента недобросовестными методами, например, намеренно распространяя ложную информацию о нём. Ваше намерение должно быть сконцентрировано на собственном развитии, а не на подавлении других. Если вы будете придерживаться этого принципа, то кармические последствия будут только положительными – удача будет сопутствовать вам не только в бизнесе, но и в личной жизни. В противном случае, согласно многим эзотерическим учениям, вы можете столкнуться с внезапными препятствиями, которые будут возвращать вас к исходной точке, пока вы не осознаете свою ошибку. Поэтому в первой части мануала мы призываем вас относиться к этому инструменту как к ответственному партнёрству с высшими силами, а не как к безотказному аттракциону. Если вы чувствуете внутреннее сопротивление перед ритуалом, лучше отложить его на день или два и поразмышлять, действительно ли ваши мотивы чисты. Часто бывает, что страх неудачи маскируется под желание успеха – и тогда магия лишь усиливает этот страх. Только когда вы достигнете внутреннего спокойствия и принятия любого исхода, заговор обретёт свою истинную мощь.

Заключительные мысли и переход к практическому освоению

Данная первая часть была посвящена исключительно фундаментальным аспектам, без которых любая техника остаётся пустой оболочкой. Мы разобрали происхождение, символику, психофизиологическое обоснование, этические рамки и внутреннюю подготовку мастера. Без усвоения этих принципов все последующие шаги – выбор материалов, расчёт времени, нанесение, активация – будут механистичны и неэффективны. Поэтому мы настоятельно рекомендуем вам не торопиться и не переходить ко второй части, пока вы не прочувствуете каждое слово, написанное здесь. Перечитайте этот текст несколько раз, сделайте для себя заметки, возможно, даже обсудите его с единомышленниками. Когда вы почувствуете, что «Зеленый глаз» стал для вас не просто заклинанием, а живой метафорой вашего дела, тогда вы будете готовы приступить к сбору материалов и очищению пространства, что станет темой второго раздела. Помните, что магия – это искусство, а не ремесло, и каждый мастер вносит в неё что-то своё, поэтому не бойтесь добавлять к описанным канонам свои личные ритуалы, если они не противоречат основной сути. Например, вы можете включить музыку, которая вдохновляет вас, или использовать определённый цвет одежды во время ритуала – всё, что усиливает ваше состояние присутствия. Главное, чтобы основа, заложенная в этой части, оставалась нерушимой: чистота намерения, уважение к материалам и вера в то, что ваше дело достойно процветания. Именно с этим настроем вы сможете достичь результатов, которые превзойдут ваши ожидания, и тогда «Зеленый глаз» станет вашим надёжным спутником в мире коммерции. В следующих частях мы шаг за шагом разберём каждый технический этап, но уже сейчас вы обладаете ключом к пониманию того, почему этот заговор работает, – потому что он работает через вас, а не вопреки вам. Желаю вам мудрости и терпения на этом увлекательном пути.

Часть 2. Материалы, инструменты и критерии их выбора

После того как вы прониклись философским смыслом «Зеленого глаза» и утвердились в чистоте своего намерения, наступает самый ответственный подготовительный этап – сбор и проверка всех физических составляющих ритуала. Ошибка на этом шаге фатальна: даже самое сильное заклинание не способно компенсировать некачественную бумагу, синтетическое масло или выцветающую тушь. Материалы являются не просто носителями, но полноправными участниками магического акта, каждый со своим характером и настроением. Поэтому к их выбору следует подходить с той же тщательностью, с какой ювелир отбирает камни для кольца, а повар – специи для своего шедевра. Мы разберём каждый элемент в отдельности, начиная от визитки и заканчивая зажигалкой, и дадим чёткие критерии, которые помогут вам отличить подходящий предмет от бесполезного или даже вредного суррогата. Помните, что экономия на материалах – это экономия на энергии, и она обязательно скажется на конечном результате, делая его блёклым и недолговечным.

Выбор визитки или прайс-листа как основы для заговора

Основа основ – это сам бумажный носитель, на который вы будете наносить масло и тушь. Визитка и прайс-лист имеют разные форматы, но принципы выбора для них едины. Прежде всего, бумага должна быть плотной, не менее 250–300 г/м², чтобы она не деформировалась от масла и не просвечивала насквозь. Тонкая офисная бумага для визиток абсолютно непригодна: она быстро промокнет, порвётся при нанесении и не удержит энергетический заряд. Отдайте предпочтение матовой, слегка шероховатой текстуре – именно она обеспечивает наилучшее сцепление с маслом и тушью, позволяя им проникать в волокна, а не скатываться на поверхности. Глянцевая или ламинированная бумага, напротив, создаёт барьер, масло будет собираться в капли, а тушь – отслаиваться при малейшем прикосновении, что сведёт на нет все ваши усилия. Если вы заказываете визитки в типографии, специально укажите «матовый мел» или «бумага с шероховатой фактурой». Цвет бумаги должен быть нейтральным – белым, кремовым или слегка сероватым, но не цветным, так как любой другой фон будет конкурировать с зелёным пигментом и искажать его воздействие. Оптимальный размер – стандартный 90×50 мм или евро 85×55 мм; слишком маленькие визитки теряются в руке, а слишком большие выглядят вычурно и вызывают подсознательное неудобство.

Обязательное условие – наличие логотипа или хотя бы графического символа, который будет служить «зрачком» для будущего глаза. Логотип должен быть чётким, контрастным, желательно выполненным чёрной или тёмно-синей краской, чтобы зелёная обводка выделялась на его фоне. Если логотип отсутствует, вы можете самостоятельно нарисовать небольшой круг, квадрат или любой другой замкнутый символ в центре визитки – это станет вашей временной эмблемой. Однако имейте в виду: чем более индивидуален и узнаваем ваш знак, тем сильнее он будет резонировать с энергией клиента. На прайс-листе логотип обычно находится в верхней части или в углу; убедитесь, что он достаточно крупный (не менее 2 см в диаметре), чтобы обводка была заметной. Также проверьте, чтобы на листе не было лишних графических элементов, которые будут отвлекать внимание от главного – линий, рамок, водяных знаков. Минималистичный дизайн – лучший друг магии, потому что он позволяет энергетике концентрироваться, а не рассеиваться.

Осмотрите каждый экземпляр перед ритуалом: на визитках не должно быть царапин, заломов, потёртостей или пятен от пальцев. Любой дефект считается «трещиной» в защитном поле, через которую может просочиться негатив. Если вы заметили даже маленькое повреждение, отложите эту визитку в сторону – она годится только для обычного использования, но не

для заговора. Также убедитесь, что краска типографского отпечатка полностью высохла – если вы распечатали визитки на струйном принтере, подождите минимум 24 часа, чтобы чернила закрепились и перестали пахнуть растворителями. Для прайс-листов, которые часто печатают на офисной бумаге, лучше использовать более плотный вариант – например, 160 г/м² матовой дизайнерской бумаги. Если прайс-лист многостраничный, обрабатывается только первая страница, но бумага всех страниц должна быть одного качества, чтобы весь документ воспринимался как единое целое. Некоторые мастера советуют перед ритуалом погладить визитки утюгом через чистую ткань – это снимает статическое электричество, которое может мешать нанесению масла. Однако делать это нужно осторожно, при минимальной температуре, чтобы не повредить бумагу.

Эфирное масло пачули – сердце запаховой составляющей

Масло пачули является вторым по значимости компонентом, и его выбор требует специальных знаний, поскольку на рынке представлено множество подделок и разбавленных вариантов. Настоящее эфирное масло пачули (*Pogostemon cablin*) должно быть получено методом паровой дистилляции из свежих или слегка подвяленных листьев. Его цвет варьируется от янтарно-жёлтого до тёмно-коричневого – чем темнее масло, тем оно обычно старше и тем более глубоким ароматом обладает. Однако слишком тёмный, почти чёрный цвет может указывать на длительное хранение или окисление, что снижает энергетическую активность. Идеальный оттенок – золотисто-коричневый, прозрачный, без мути или осадка. Консистенция у качественного масла густая, вязкая, оно медленно стекает по стенкам флакона, оставляя маслянистый след. Если масло жидкое, как вода, и быстро впитывается в бумагу без следа – перед вами, скорее всего, разбавленное базовое масло или синтетический ароматизатор.

Аромат – главный индикатор. Настоящее пачули имеет сложный, многогранный букет: сначала вы ощущаете камфорный, слегка мятный оттенок, который через несколько секунд переходит в тёплый древесный, земляной и даже сладковато-пряный шлейф. Запах должен быть стойким – даже маленькая капля сохраняется на коже или бумаге несколько часов, постепенно раскрываясь. Синтетические аналоги пахнут плоско, однотонно, часто с химической ноткой, и быстро выветриваются, оставляя лишь слабый отголосок. Чтобы проверить подлинность, капните масло на чистый лист бумаги и подождите 15 минут: натуральное масло оставит жирное полупрозрачное пятно и продолжит пахнуть, а синтетика испарится почти полностью, не оставив следа. Также обратите внимание на упаковку: настоящее масло всегда продаётся в тёмном стекле (янтарном или кобальтовом) с плотной крышечкой-капельницей, на этикетке указан латинский ботанический вид, страна происхождения (обычно Индонезия, Индия, Мадагаскар) и метод экстракции. Избегайте масел в прозрачных пластиковых бутылках – свет разрушает тонкие эфирные соединения, а пластик может выделять токсины, которые впитаются в визитку.

Для ритуала «Зеленый глаз» предпочтительно использовать масло, выдержанное не менее года – оно становится более «зрелым», его энергетика уплотняется. Некоторые мастера специально покупают масло и оставляют его в тёмном шкафу на полгода, чтобы оно напиталось покоем. Если у вас нет возможности приобрести дорогое чистое масло, допустимо использовать 10–20% раствор в базовом масле жожоба или миндаля, но тогда дозировку нужно увеличить в два-три раза, а само масло будет меньше впитываться в бумагу из-за жирной основы. Однако классический канон настаивает именно на чистом эфирном масле, поскольку оно несёт максимальную информационную матрицу растения. Хранить пачули следует при температуре 15–25 °С, вдали от солнечного света и источников тепла, плотно закрытым – доступ кислорода окисляет масло и ухудшает его качества. Срок годности у натурального масла – до 5 лет, но лучше использовать в течение двух лет после вскрытия, так как со временем аромат становится более смолистым и может перебить остальные ноты.

Зелёная тушь – визуальный код и его тонкости

Зелёная тушь – это не просто косметическое средство; она является носителем цвета, который будет «смотреть» на клиента. К выбору туши нужно подойти с особым пристрастием, так как оттенок, стойкость и состав влияют на долговечность магического рисунка. Лучше всего использовать художественную тушь на основе растительных пигментов, например, сок травы, шпината или малахита, но в современном мире такие варианты труднодоступны, поэтому мы остановимся на качественных промышленных аналогах. Идеальная тушь должна быть водостойкой после высыхания, чтобы не размазываться от влаги в кармане или от пальцев клиента. Однако она не должна содержать агрессивных химических растворителей (таких как ацетон или ксилол), которые могут прожечь бумагу или перебить аромат масла пачули. Отдайте предпочтение туши на водной основе с добавлением гуммиарабика или шеллака – они создают эластичную плёнку, которая не трескается и сохраняет насыщенность цвета.

Цвет – отдельная тема. Мы говорим о зелёном, но спектр зелёных оттенков огромен: от бледного салатного до тёмного изумрудного и даже оливкового. Для «Зеленого глаза» оптимальным является травянисто-зелёный, близкий к цвету молодой листвы или нефрита средней насыщенности. Слишком светлый, почти жёлто-зелёный, воспринимается как незрелый и слабый – он не будет фокусировать внимание. Слишком тёмный, почти чёрно-зелёный, может ассоциироваться с болотом или тиной, что создаст подсознательное чувство застоя. Изумрудный с лёгким синеватым подтоном тоже подходит, но он более холодный, тогда как тёплый травяной оттенок лучше гармонирует с земляным ароматом пачули. Лучший способ проверить – нанести тушь на белую бумагу и посмотреть на неё при дневном свете: цвет должен быть чистым, ярким, но не кричащим, с хорошо выраженной зелёной доминантой без примесей жёлтого или синего.

Консистенция туши должна быть достаточно густой, чтобы ложиться ровной линией, не растекаясь, но и не слишком тягучей, чтобы кисть двигалась плавно. Проверьте: макните кисть в тушь и проведите линию по стеклу – если она ложится без пропусков и сохнет в течение минуты, значит, качество хорошее. Если тушь скатывается в капли или, наоборот, оставляет зернистый след – это брак. Многие мастера используют профессиональную тушь для леттеринга или каллиграфии – она обладает идеальной текучестью и устойчивостью к выцветанию. Можно также взять акварельную тушь в тюбиках – она легко разводится водой до нужной консистенции, но помните, что водорастворимая тушь требует дополнительной фиксации (например, сбрызгивания лаком для волос, но это уже химическое вмешательство, нежелательное в магии). Если вы не нашли специальной туши, допустимо использовать гелевую ручку с зелёными чернилами на масляной основе, но её энергетика значительно слабее, и линия получается менее живой. В идеале потратитесь на тушь для татуировок – она стерильна, имеет яркий пигмент и абсолютно водостойка, но будьте осторожны, так как она часто содержит глицерин, который может сделать бумагу липкой.

Кисти и инструменты для нанесения – связь между мастером и материалом

Кисть – это продолжение вашей руки, и от её качества зависит точность и плавность линий. Выбирайте кисть с синтетическим ворсом: натуральный волос (колонок, белка) впитывает слишком много туши и может оставлять ворсинки на бумаге, а синтетика даёт упругий, контролируемый мазок. Оптимальная форма – круглая или коническая с тонким заострённым кончиком, номер 0 или 00 для визиток, и номер 1–2 для более крупных прайс-листов. Длина ворса должна быть примерно 1–1,5 см – этого достаточно для обводки, но не слишком длинно, чтобы кисть не дрожала. Перед первым использованием обязательно промойте кисть тёплой водой с мылом, чтобы удалить фабричный клей и пыль, затем высушите при комнатной температуре. Важно иметь одну кисть только для этого ритуала – не используйте её для других красок или косметики, иначе энергетика смешается.

Кроме кисти, вам понадобится палитра – небольшая керамическая или стеклянная пластинка, на которой вы будете растушёвывать тушь перед нанесением. Пластиковая палитра

нежелательна, так как она статична и может накапливать электрические заряды. Также приготовьте чистую хлопковую салфетку без рисунка и без запаха для промокания излишков масла и туши. Синтетические ткани (микрофибра) лучше не использовать – они могут оставлять микроволокна. Пинцет с широкими плоскими кончиками поможет вам удерживать визитку за край, чтобы не оставлять отпечатков пальцев, которые содержат пот и жир, мешающие впитыванию масла. Если пинцета нет, можно работать в чистых хлопковых перчатках – но это снижает тактильную чувствительность, поэтому лучше всё же использовать пинцет.

Свеча – обязательный атрибут на этапе активации. Лучше всего зелёная свеча, но допустима белая или натурального цвета (неокрашенный воск). Размер не имеет значения – главное, чтобы она горела ровно, не коптила и не имела посторонних ароматов (ваниль, корица и т.д.), так как они вмешиваются в запах пачули. Если зелёная свеча недоступна, возьмите белую и поставьте её на зелёную подставку или рядом с зелёным камнем, чтобы визуально компенсировать цвет. Подсвечник должен быть устойчивым, из негорючего материала (металл, керамика). Зажигалка или спички должны быть обычными, без ароматизированного топлива. Зажгите свечу до начала ритуала и дайте ей погореть пару минут, чтобы устоялось пламя.

Камень – не обязательный, но желательный аксессуар. Нефрит (зелёный) считается классическим усилителем для денежных и деловых ритуалов. Если нефрита нет, подойдёт любой зелёный камень – малахит, авантюрин, жадеит, а также зелёная яшма. Камень должен быть гладким, без сколов, размером примерно с грецкий орех, чтобы его удобно было держать в руке. Перед ритуалом его рекомендуется подержать под проточной водой в течение минуты, чтобы снять чужую энергию. Если камня нет, можно использовать монету с зелёной патиной или даже маленький зелёный стеклянный шарик – символически это будет работать, но слабее. Не пренебрегайте этим элементом, так как он служит «антенной», улавливающей и накапливающей энергию.

Дополнительные предметы для комфорта и чистоты

Для создания правильной атмосферы подготовьте чистый стол, застеленный белой или светло-зелёной тканью (желательно натуральной – лён, хлопок). Ткань должна быть выстирана без кондиционера, чтобы не было синтетических отдушек. Также понадобится небольшая чаша или блюдец для масла – в него вы будете капать масло, чтобы потом макать палец. Использовать непосредственно флакон для макания пальца не рекомендуется, потому что вы можете занести грязь во флакон. Чаша должна быть стеклянной или керамической, металл не подходит из-за окисления. Вспомните о бумажных салфетках – только белых, без рисунка, для удаления излишков. Приготовьте также чистый конверт или коробочку для хранения готовых визиток до их использования – она должна быть из картона или дерева, без пластиковых вкладышей.

Многие мастера включают в подготовку ароматическую палочку или благовоние ладана для дополнительного очищения помещения, но это уже на ваше усмотрение – главное, чтобы запах не перебивал пачули. Если вы решите использовать благовония, выберите нейтральные (сандал, кедр) или опять же зелёные ноты (сосна, эвкалипт). Однако помните, что основной аромат исходит от масла, поэтому не перегружайте пространство.

Теперь о хранении всех материалов. Масло и тушь должны стоять отдельно от других косметических или хозяйственных средств. Для туши можно выделить отдельный пеналец или жестяную коробку. Кисть после использования промывайте только водой, без мыла, чтобы не оставить химических остатков, и сушите вниз ворсом. Камень храните в шелковом мешочке или в отделении ящика. Визитки, предназначенные для заговора, лучше держать в закрытой коробке, отдельно от обычных, чтобы они не набирали случайную энергию. Все инструменты должны быть доступны одним движением, чтобы во время ритуала вы не отвлекались на поиски.

Проверка качества и выбраковка непригодных материалов

Перед началом ритуала необходимо провести тестирование каждого компонента, чтобы избежать сюрпризов. Проверьте бумагу: согните её уголок – если она ломается с хрустом, а не гнётся, значит, она слишком хрупкая для масла. Капните на уголок каплю воды – если вода впитывается очень быстро и расплывается пятном без чёткого контура, бумага слишком рыхлая, масло будет расплзаться. Если вода скатывается шариком – бумага обработана силиконом, непригодна. Идеальный результат – вода впитывается за 2–3 секунды, оставляя ровное тёмное пятно.

Проверьте масло: капните его на чистую бумагу и понюхайте через 5 минут – должен появиться тот самый землистый шлейф. Если вы чувствуете химический привкус или отсутствие эволюции запаха – бракуйте. Проверьте тушь: нанесите линию на такую же бумагу, дайте высохнуть и проведите по ней влажным пальцем – если тушь не поплыла и не окрасила палец, она подходит. Если же она размазывается, даже при высыхании она будет «плыть» от пота клиента, что разрушит заговор. Также проверьте, чтобы тушь не оставляла пылящего следа – проведите по ней сухой салфеткой – не должно оставаться зелёных частиц.

Свечу зажгите заранее и посмотрите, как горит: коптит, трещит, плавится неравномерно – это признак низкого качества, лучше заменить. Камень проверьте на наличие трещин – они ослабляют его аккумулирующую способность. Если вы обнаружили дефекты, не жалейте – замените компонент, иначе ритуал будет скомпрометирован.

Где и как приобретать материалы – советы по бюджету

Теперь о практической стороне. Масло пачули лучше всего заказывать в проверенных интернет-магазинах, специализирующихся на эфирных маслах, с сертификатами. Избегайте покупок на рынках или в супермаркетах, где часто продают синтетику. Цена на качественное масло начинается от 500–700 рублей за 10 мл – слишком низкая цена должна насторожить. Тушь можно купить в художественных салонах – там есть профессиональные линейки, например, «Замок» или «Гамма» (акварельная тушь), или импортные бренды, такие как Winsor & Newton. В крайнем случае используйте тушь для каллиграфии – она дороже, но даёт идеальную линию. Кисти продаются в тех же художественных магазинах – синтетика номер 0 стоит около 100–200 рублей.

Бумагу для визиток можно заказать в любой типографии – скажите, что вам нужна матовая, плотная, без глянца. Обычно это стоит недорого, около 500–1000 рублей за 100 штук в зависимости от дизайна. Если вы печатаете дома, используйте специальную дизайнерскую бумагу плотностью 280 г/м² для струйных принтеров. Зелёные свечи продаются в эзотерических магазинах или отделах для праздников – выбирайте без запаха. Камень можно купить в магазинах минералов или заказать через интернет – нефрит или авантюрин стоят доступно (200–500 рублей).

Для экономии некоторые мастера заменяют тушь зелёным тушёвым карандашом, но он даёт грубую линию и быстро стирается. Не советую идти на такие компромиссы. Если бюджет ограничен, лучше уменьшить количество визиток для заговора (например, сделать всего 5 штук), но использовать качественные материалы, чем расплыться на десяток посредственных. Помните, что вы инвестируете в свою удачу – и это окупится многократно.

Заключительные наставления по подготовке инструментария

Итак, вы собрали все необходимое: визитки, масло, тушь, кисть, палитру, салфетки, пинцет, свечу, камень, ткань для стола, чашу для масла. Разложите их перед собой и проверьте, все ли на месте. Мысленно пройдитесь по каждому предмету, почувствуйте его вес, текстуру – это поможет установить предварительную связь. Некоторые мастера советуют на ночь положить все материалы на стол под лунный свет (если Луна растущая), чтобы они зарядились ночной энергией. Это не обязательно, но допустимо.

Также заведите отдельную тетрадь или лист для записей – она понадобится для фиксации даты, фазы Луны, собственных ощущений и результатов. Эта практика поможет вам со

временем отточить ритуал и понять, какие материалы работают лучше именно для вас. Например, вы можете заметить, что масло одного производителя даёт более быстрый эффект, чем другого, или что определённый оттенок туши больше нравится вашим клиентам. Всё это ценные наблюдения.

Когда все готово, вы можете переходить к очищению пространства и самой манипуляции, но это уже тема третьей части. Сейчас же ваша задача – убедиться, что каждый предмет соответствует описанию, не имеет изъянов и вызывает у вас внутреннее одобрение. Если вы сомневаетесь в каком-либо компоненте – отложите ритуал и найдите замену. Лучше подождать несколько дней, чем делать наспех и потом разочароваться. Помните, что качество материалов – это внешнее выражение вашего внутреннего уважения к самому процессу. Когда вы вкладываете душу в каждую мелочь, Вселенная отвечает вам тем же. В следующей части мы перейдём к практической подготовке рабочего места и очистительным обрядам, но пока закрепите полученные знания, перечитав ещё раз разделы о выборе масла и туши – именно они чаще всего становятся камнем преткновения у начинающих. Терпение и внимание к деталям – ваши лучшие помощники на этом пути.

Часть 3. Подготовка рабочего пространства и ритуальное очищение

Когда все материалы собраны, проверены и разложены по коробочкам, наступает момент, который многие неопытные мастера склонны недооценивать, а зря. Пространство, в котором вы будете проводить заговор, подобно сцене для театрального представления – если она захламлена, пыльна или пропитана чужими энергетическими следами, то даже самый талантливый актёр не сможет донести свою игру до зрителя. Точно так же ваше рабочее место должно быть не просто чистым физически, но и освобождённым от информационного мусора, отголосков споров, неудачных переговоров, случайных эмоций, которые оседают на поверхностях и в воздухе. Ритуальное очищение – это не пустая формальность, а глубокая внутренняя и внешняя процедура, которая подготавливает почву для посева магического зерна. В этой части мы шаг за шагом разберём, как превратить обычный письменный стол в алтарь деловой удачи, как очистить своё тело и сознание до состояния прозрачного ручья, и как настроить инструменты так, чтобы они стали продолжением вашей воли. Каждый жест, каждое движение здесь имеют свой сакральный смысл, и мы раскроем их все, чтобы вы могли провести подготовку с максимальной осознанностью.

Выбор места и времени для ритуального действия

Первое, с чего начинается подготовка, – это выбор физической локации. В идеале это должно быть место, где вы обычно работаете с документами, потому что там уже накоплена деловая энергия, знакомая вашему подсознанию. Однако если ваш рабочий стол постоянно завален бумагами, чашками и канцелярским хламом, придётся либо основательно его расчистить, либо временно перенести ритуал в другое, более спокойное место, например, на отдельный столик в гостиной или даже на чистый подоконник. Главное условие – чтобы вас никто не отвлекал и не прерывал в течение всего процесса, который занимает от сорока минут до часа. Предупредите домочадцев или коллег, чтобы они не входили в комнату, выключите телефон или переведите его в беззвучный режим, уберите из поля зрения предметы, вызывающие тревогу – например, неоплаченные счета или просроченные контракты. Это не значит, что вы должны игнорировать свои обязанности, но в момент ритуала всё ваше внимание должно быть сосредоточено на настоящем, на том, что вы делаете здесь и сейчас.

Что касается времени суток, то лучшими считаются раннее утро (сразу после восхода солнца) или поздний вечер (после заката, но до полуночи). Утренние часы благоприятны тем, что мир ещё не проснулся окончательно, эфир чист и спокоен, ваши мысли ещё не забиты дневной суетой. Вечернее время хорошо для тех, кто чувствует прилив сил именно в ночные часы, но тогда важно, чтобы вы не были переутомлены рабочим днём. Многие мастера предпочитают четверг – день Юпитера, покровителя коммерции, но если четверг выпадает на неудобное время, можно выбрать воскресенье как день солнечной активности. Избегайте понедельника – он считается тяжёлым днём, связанным с Луной, которая часто меняет настроение. Вторник и суббота тоже нежелательны из-за агрессивных планетарных влияний. Однако если у вас нет возможности выбирать день, ориентируйтесь на своё внутреннее состояние: если вы чувствуете подъём и ясность, значит, день подходит, даже если он не совпадает с астрологическими рекомендациями. Главное – не проводить ритуал в дни лунных или солнечных затмений, а также в периоды, когда вы больны или расстроены.

Также обратите внимание на погоду. Ясный, солнечный день усиливает визуальный компонент – вам будет легче визуализировать зелёный свет, а масло пачули под воздействием солнечных лучей быстрее «активируется» на энергетическом уровне. Пасмурная, влажная погода, наоборот, лучше для обонятельного аспекта – запах масла становится более плотным и дол-

гим. Если идёт дождь, это символизирует очищение земли, что тоже неплохо, но старайтесь проводить ритуал в закрытом помещении, чтобы сырость не повредила бумагу. Ветер за окном может создавать лишний шум и отвлекать, поэтому плотно закройте окна, но перед этим обязательно проветрите комнату в течение 15–20 минут, чтобы сменить застоявшийся воздух. Свежий воздух выносит негативные частицы, но после проветривания окна лучше закрыть, чтобы уличные звуки и запахи не вторгались в ваше священное пространство.

Очищение физического стола и поверхности

Теперь перейдём непосредственно к столу. Снимите всё, что на нём лежит, оставив лишь те предметы, которые будут участвовать в ритуале. Протрите поверхность мягкой тряпочкой, смоченной в прохладной воде, в которую добавлена щепотка морской соли – соль издавна считается лучшим абсорбентом чуждых энергий. Движения должны быть круговыми, по часовой стрелке, начиная от центра и расширяясь к краям – так вы выметаете старую энергию из середины наружу. Если у вас нет морской соли, подойдёт обычная поваренная, но тогда процедуру стоит повторить дважды. После влажной уборки вытрите стол насухо чистой белой хлопковой тканью, которая используется только для этих целей и хранится отдельно. Затем можно окурить стол дымом сухой полыни, шалфея или можжевельника – это классический способ энергетической санации. Возьмите небольшой жаровню или металлическую чашу, насыпьте туда уголь, подожгите его и положите щепотку травы. Дым должен окутывать поверхность стола, проникая в каждую царапину. Если у вас нет трав, зажгите аромалампу с эфирным маслом ладана или кедра и дайте аромату распространиться по комнате в течение пяти минут, но учтите, что запах ладана не должен смешиваться с запахом пачули – поэтому лучше использовать ладан до ритуала, а не во время.

После окуривания постелите на стол чистую скатерть или отрез ткани – белый, светло-зелёный или натуральный льняной цвет. Ткань должна быть новой или тщательно выстиранной без использования кондиционера, чтобы на ней не осталось синтетических отдушек. Расстелите её аккуратно, разгладив все складки рукой. Эта ткань станет алтарной основой, на которую вы будете класть визитки и инструменты. Она изолирует ваши предметы от посторонних вибраций самого стола, особенно если стол старый или деревянный, впитавший множество чужих энергетических следов. Если у вас нет подходящей ткани, можно использовать большой лист чистой белой бумаги, но он должен быть плотным и без надписей.

Очищение воздуха в комнате и создание защитного круга

Комнату, где будет проходить ритуал, нужно не только проветрить, но и создать в ней атмосферу, которая будет оберегать вас от внешних помех. Для этого можно использовать так называемый «круг» – энергетический барьер, который мысленно очерчивается вокруг вашего рабочего места. Встаньте перед столом, вытяните правую руку вперёд с указательным пальцем, сделайте медленный вдох и начните обходить стол по часовой стрелке (если работаете на привлечение), представляя, как из вашего пальца исходит серебристо-зелёная нить, которая создаёт замкнутое кольцо вокруг стола. Завершите круг в исходной точке и скажите мысленно или шёпотом: «Здесь только свет, здесь только благо, здесь только моя сила». Затем можно дополнительно разложить по четырём углам стола небольшие кристаллы или просто камушки, которые будут служить маяками для этого круга – например, тот самый зелёный нефрит, который мы готовили, можно положить в центр, а по углам – прозрачный кварц или аметист, если они есть. Если камней нет, можно использовать четыре монетки, положенные ребром, – они создадут энергетический каркас.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.