

Les deux yeux, les deux oreilles, les deux mains et les deux pieds sont les quatre points de contact de l'homme avec le monde extérieur. Ils sont les quatre points de contact de l'homme avec le monde extérieur. Ils sont les quatre points de contact de l'homme avec le monde extérieur.



Figure 1

Sur les deux yeux, les deux oreilles, les deux mains et les deux pieds sont les quatre points de contact de l'homme avec le monde extérieur. Ils sont les quatre points de contact de l'homme avec le monde extérieur.

La stimulation de la cohérence cardiaque

Cette stimulation est faite d'une technique simple. Fermez les yeux, détendez votre tête, votre cou et votre dos. Commencez à respirer et expirez par le nez. Essayez de respirer et d'expirer par le nez. Essayez de respirer et d'expirer par le nez.

Puis, votre attention se tourne vers votre cœur. Essayez de sentir votre cœur. Essayez de sentir votre cœur. Essayez de sentir votre cœur.

Après avoir fait cela, vous pouvez recommencer.



Chapitre 8

FIL MENTAL ET KALÉIDOSCOPE

Je venais de finir un discours inaugural un samedi soir à Orlando, en Floride. Le lendemain matin, en préparant mes bagages en prévision de mon vol retour l'après-midi, j'ai allumé la télévision pour savoir en quoi en était la situation politique aux États-Unis. C'était en 2016, nous étions en pleine élection présidentielle et, puisque j'étais en déplacement à l'étranger depuis trois semaines pour animer diverses conférences, j'étais curieux de savoir ce qui s'était passé durant mon absence. J'ai fait défiler les chaînes pour trouver une chaîne d'information, j'ai posé la télécommande et j'ai continué de préparer mes bagages, gardant une oreille sur les informations. Soudain, une publicité a retenu toute mon attention et, instantanément, j'ai compris pourquoi on parlait de « programmes télévisés ».

La publicité commence par une vue extérieure de nuit de la maison d'un couple. Pendant que la caméra zoome sur la maison, les mots « Zona - 14^e nuit » apparaissent à l'écran. Puis, une musique douce, mais inquiétante, se fait entendre, tandis qu'on l'on découvre à l'intérieur de la maison, un homme âgé gémissant de douleur à côté de son lit. Préoccupée, sa femme pénètre dans la chambre et lui

l'écran, en police de petite taille, d'une couleur similaire à celle de l'arrière-plan, apparaissent les mots « scène fictive ».

La femme s'avance, le regard désespéré, et soulève lentement la chemise de son mari, avant d'apercevoir d'énormes lésions rouges croûteuses recouvrant plus de la moitié du bas de son dos. Les images sont choquantes, grotesques et terribles ; elles font penser à une grande brûlure du troisième degré. Au cours de mes trente et une années de carrière, j'ai examiné des centaines de personnes atteintes de zona et je n'ai jamais rien vu d'aussi grave que les lésions mises en scène dans cette publicité. Immédiatement, j'ai compris que le but était de susciter une forte réaction émotionnelle chez le téléspectateur, car c'était ce que moi-même je ressentais.

Une fois que l'on voit les plaques dans le dos de l'homme, la publicité a atteint son but : elle a retenu votre attention. La mise en scène saisissante de ces éruptions suffit à modifier instantanément votre état d'esprit. Et c'est précisément au moment où la publicité modifie en profondeur votre état émotionnel que votre attention se tourne davantage vers cette source de perturbations dans votre environnement externe. Plus l'émotion provoquée (stimulus) est forte, plus vous êtes attentif (réaction). C'est en associant un stimulus à une réaction, c'est-à-dire en créant un conditionnement, que l'on suscite des souvenirs à long terme.

Le processus du conditionnement commence par associer un symbole ou une image à un changement d'état émotionnel, ce qui ouvre la porte du subconscient. Dans le cas de cette publicité concernant le zona, maintenant que la publicité a retenu toute votre attention (et qu'elle a commencé à vous programmer), vous ne pouvez plus empêcher d'avoir envie de savoir la suite. Puis résonne la voix d'un narrateur, qui dit sur un ton grave : « Si vous avez déjà eu la varicelle, le virus du zona est déjà en vous. Avec l'âge, le système immunitaire s'affaiblit et devient incapable de repousser le virus du zona. » Le fait d'utiliser des stratégies émotionnelles pose des questions d'ordre éthique, la publicité affirmant au téléspectateur que le système immunitaire s'affaiblit avec l'âge. On voit ensuite cet homme en train de se regarder dans le miroir de sa salle de bains. Il paraît inquiet, brisé, démoralisé.

Puis, une nouvelle scène montre sa femme en train de parler au téléphone dans la cuisine : « Je ne supporte pas de le voir dans cet état. »

Ensuite, on voit l'homme recroquevillé sur son lit, une main sur le front, se tordant de douleur. Le narrateur fait alors une suggestion directe, renforcée quand apparaît sur l'écran le même message : « Une personne sur 3 aura un zona dans sa vie. » Puis, le narrateur continue, pendant que la même phrase reste affichée : « Les rougeurs peuvent durer jusqu'à trente jours. »

Puis, on voit l'épouse confier directement à la caméra : « Si seulement je pouvais faire quelque chose pour l'aider. »

À nouveau, on voit l'homme qui souffre et sur l'écran apparaît la phrase suivante : « Une personne sur 5 atteinte d'un zona souffrira de douleurs névralgiques à long terme. » Cette phrase reste affichée sur l'écran le temps que le narrateur explique : « Certaines personnes atteintes d'un zona souffriront de douleurs névralgiques à long terme, pouvant durer entre quelques mois et quelques années. N'attendez pas qu'un de vos proches souffre d'un zona. Contactez votre médecin ou votre pharmacien pour en savoir plus sur les risques que vous encourez. »

Maintenant, examinons de plus près l'objectif de cette publicité. D'abord, elle modifie votre état émotionnel. Une fois qu'elle a toute votre attention, vous devenez immédiatement plus influençable et ouvert aux informations qui suivent. Étant plus enclin à accepter et à croire ces informations (sans les analyser), si vous vous sentez apeuré, victime, vulnérable, inquiet, choqué, faible, fatigué ou souffrant, vous êtes d'autant plus ouvert aux informations véhiculant ces émotions. Il est probable que vous vous demandiez si cela pourrait un jour vous arriver.

À plusieurs reprises, certains « faits » sont affichés à l'écran, afin que vous les lisiez. Cela renforce la programmation. De plus, pendant que le cerveau pensant est en train de lire, le contenu de la narration pénètre subrepticement dans le subconscient. Tel un dictaphone, ce dernier enregistre tout le texte et écrit un programme intérieur.

Ensuite, au moyen d'une suggestion directe, le narrateur suscite en vous la peur en vous suggérant personnellement que vous avez déjà le virus du zona en vous, et qu'à cause du processus naturel qu'est le vieillissement, votre système immunitaire n'est plus assez fort pour contrer le virus. Cela active votre cerveau émotionnel (siège du système nerveux autonome), qui est alors programmable. Une fois que les suggestions parviennent à votre système nerveux

charge de produire dans votre corps les changements chimiques correspondant à ces suggestions littérales. En d'autres termes, votre corps est programmé de manière subconsciente et automatique afin que votre système immunitaire s'affaiblisse. La morale de la publicité est que vous courez des risques et qu'il vaut mieux ne pas attendre d'être malade. L'impact de la publicité va même encore un peu plus loin : si vous avez déjà eu la varicelle et qu'après avoir regardé cette publicité, vous « pensez » que votre système immunitaire est faible à cause de votre âge, vous croirez avoir encore plus besoin de prévenir le zona et vous aurez encore plus envie d'acheter le médicament correspondant.

S'il se trouve que vous avez déjà un zona au moment où vous regardez la publicité, lorsque vous voyez que votre situation n'est pas aussi grave que celle de l'acteur, vous songez peut-être : « Il faut que je prenne le médicament maintenant pour que ma situation n'empire pas. Je ne veux pas finir comme lui. » Et si vous n'avez pas de zona à la fin de la publicité, vous vous demandez peut-être : « Est-ce que je fais partie des deux tiers de la population qui ne courent pas de risque, ou du tiers qui va contracter le virus ? » Si vous espérez ne pas faire partie du tiers, cela signifie que vous croyez qu'il y a une chance que vous soyez vulnérable à la maladie, ce qui vous amène à penser inconsciemment que vous l'avez déjà.

Savez-vous ce que j'ai trouvé le plus absurde dans cette publicité ? Il n'est fait nulle part mention du médicament, ce qui signifie qu'il n'y a pas d'obligation pour l'annonceur de révéler ses effets secondaires. La publicité ayant piqué ma curiosité, j'ai cessé de faire mes bagages et j'ai regardé sur Internet pour voir si la même société pharmaceutique avait fait une autre publicité. Je voulais savoir, selon eux, quel médicament diminuerait la gravité des lésions de l'acteur, qui étaient fabriquées de toutes pièces et exagérées. Après une recherche rapide, j'ai trouvé plusieurs publicités similaires sur le même thème et avec la même formulation, mais avec quelques variantes. Néanmoins, toutes avaient un point commun : leur but était d'attirer l'attention du téléspectateur.

Dans la publicité suivante que j'ai trouvée, une femme portant des lunettes de natation fait des longueurs dans une piscine. Tout est en noir et blanc. Il y a une différence avec la publicité précédente : la narratrice (qui parle sur un ton autoritaire) joue le rôle du virus du zona, s'exprimant dans les pensées de la femme :

« Impressionnant, Linda ! Le vieillissement ne te ralentit pas, mais il affaiblit ton système immunitaire et augmente le risque que tu encours de me contracter, moi, le virus du zona. Je me cache à l'intérieur de toi depuis que tu as eu la varicelle. À n'importe quel moment, je pourrais apparaître sous la forme de rougeurs douloureuses. » Soudain, la scène en noir et blanc laisse place à une scène en couleurs, dans laquelle un homme soulève sa chemise et laisse apparaître les pires rougeurs qui soient. Encore une fois, la lésion grotesque et boursoufflée ne peut que capter l'attention. Et aussi soudainement, on revient à la nageuse, en noir et blanc.

La publicité continue sur le même ton que la précédente : d'abord, on fait une affirmation frappante, puis on montre une image choquante qui modifie l'état émotionnel du téléspectateur et le rend ainsi plus influençable et, enfin, on fait appel à l'autosuggestion pour qu'il se demande s'il a déjà un zona. Cette publicité laisse également entendre que même quand on est en bonne santé, que l'on fait de l'exercice physique et que l'on prend soin de soi, on peut être victime du virus, ce qui suggère que nul n'est à l'abri. Là encore, les paroles sont renforcées par un message apparaissant à l'écran : « Une personne sur 3 me contracte au cours de sa vie. Linda, est-ce que ça tombera sur toi ? » Et si vous vous identifiez à cette femme, la voix vous parle directement.

Puis, le ton de la publicité change ; on entend alors un nouveau narrateur parlant avec confiance et légèreté, sans inquiétude ni préoccupation : « Et c'est ainsi que Linda m'a acheté, moi, le médicament X. » La scène reste en noir et blanc, à l'exception du maillot de bain de la femme, de son bonnet et du nom du médicament, qui apparaît sur l'écran dans une police grande et sophistiquée. Alors, le nom du médicament s'imprime dans votre cerveau à un autre niveau. Là encore, la publicité a créé une association entre d'une part votre santé et votre sécurité, et d'autre part le médicament qui vous protégera. Le slogan s'affiche alors à l'écran, lu par le même narrateur, qui affirme que le médicament contribue à « stimuler le système immunitaire et contrer le zona. Pour la protéger contre toi, le zona ».

À la fin de la publicité, le narrateur conclut ainsi : « Le médicament X est utilisé pour prévenir le zona chez les adultes âgés de 50 ans et plus. Ce médicament ne doit pas être utilisé pour traiter le zona et il n'aide pas tout le monde. » Et cerise sur le gâteau : « Ne prenez pas ce médicament si votre système immunitaire est affaibli. »

Au cours d'une ultime recherche, je suis tombé sur une publiée similaire, sur le même thème : on y voit un acteur traversant de grandes souffrances pendant dix-sept jours, la mise en scène choquante d'une lésion énorme et des messages s'affichant sur l'écran pour influencer la réflexion du téléspectateur, tout en renforçant le contenu. Comme les autres publicités, celle-ci informe explicitement le grand public que ce médicament n'est pas utilisé pour traiter le zona, mais à la fin, le bel homme sourit et déclare : « Je pense que je vais faire un essai. » Là-dessus, je me demande pourquoi il ferait un essai, sachant qu'il a déjà un zona depuis dix-sept jours et que ce médicament ne traite pas cette maladie. Tout cela porte vraiment à confusion.

Il y a longtemps, j'ai appris en me formant que, par définition, l'hypnose est une désorientation des processus inhibiteurs de la conscience, qui permet de contourner le mental analytique afin que l'individu devienne très influençable et réagisse fortement, dans son subconscient, à des suggestions et à des informations. Pendant que la conscience est occupée à essayer de comprendre ce qui se passe, le subconscient absorbe tout sans faire de distinction. Si l'on peut désorienter les gens en utilisant des informations (ou, dans le monde aujourd'hui, la *désinformation*), un choc ou la confusion, on ouvre la porte du subconscient et les gens peuvent alors être programmés.

Dans ce chapitre, nous allons apprendre à faire l'inverse et à reprogrammer positivement les conditionnements négatifs auxquels nous croyons depuis bien longtemps.

Trois niveaux d'activité mentale pour un cerveau : le mental analytique, la conscience et le subconscient

Vous savez maintenant que quand vous modifiez vos ondes cérébrales, qui passent de bêta à alpha, vous ralentissez votre néocortex (le cerveau analytique, pensant). Vous quittez alors la conscience et entrez dans le monde du subconscient. On pourrait alors dire que si vous êtes quelque peu conscient, sans avoir pour autant de pensées actives, votre conscience quitte le néocortex pensant et pénètre dans le mésencéphale, c'est-à-dire le subconscient, siège du système nerveux autonome et du cervelet.

Waouh !!! Ironie du sort, on vient de vous dire que le vieillissement provoque un affaiblissement du système immunitaire, qui vous fait courir un plus grand risque de contracter le zona. Le médicament est censé renforcer le système immunitaire, mais il ne fait pas l'employer si le système immunitaire est affaibli. C'est un véritable dilemme : si vous choisissez quand même de prendre ce médicament, vous croirez qu'il sera plus puissant que votre système immunitaire, potentiellement affaibli. La programmation est efficace.

Ce que sait le publicitaire, rusé voire malhonnête, est que ce message porte à confusion et perturbe la conscience. Mais en même temps, on programme votre subconscient afin qu'il croie que votre système immunitaire est faible, que vous avez probablement déjà le virus en vous et qu'il y a de fortes probabilités que vous ayez un jour un zona, même si vous êtes en bonne santé. De surcroît, on vous dit que, sans ce médicament, vous allez probablement souffrir, bien qu'il n'y ait aucune garantie que le zona disparaisse facilement, et que cela pourrait ne pas être efficace si votre système immunitaire est faible.

Finalement s'affiche la liste des effets secondaires (qui ne sont d'ailleurs pas secondaires, mais bel et bien directs) : « Éruptions cutanées similaires au zona, rougeurs, douleurs, démangeaisons, gonflements, bosses, chaleur, bleus ou gonflements à l'endroit où le médicament est injecté et maux de tête. Consultez votre médecin si vous prévoyez de côtoyer des nouveau-nés, des femmes enceintes ou des personnes dont le système immunitaire est affaibli, car ce vaccin contient une version affaiblie du virus de la varicelle et vous pourriez les infecter. »

Waouh ! J'ai commencé à me demander sur quelle planète je vivais. Ce genre de programmation amène à s'interroger : avons-nous vraiment un libre arbitre ou faisons-nous tous des choix en fonction de conditionnements nous faisant croire que la solution à notre problème est une bière, un shampooing, un après-shampooing, le dernier smartphone ou un médicament pouvant, ou non, vous soulager du virus du zona, que vous avez peut-être, ou peut-être pas. Très souvent, la publicité s'appuie sur le manque et la séparation, et vous rappelle de *vouloir* ce que vous n'avez pas, de *désirer* ce dont vous avez besoin pour trouver votre place dans la société ou de *combler* un sentiment de vide ou de solitude. Et bien sûr, en l'occurrence, si vous êtes malade ou le pensez, l'annonceur a la réponse à vos symptômes.

Si vous avez déjà vu une personne totalement captivée par une émission de télévision, au point de ne pas vous entendre quand vous essayez de lui parler, il est possible qu'elle soit en ondes alpha, état dans lequel elle est très influençable. L'influençabilité est la capacité à accepter et à croire des informations sans les analyser. Dans cet état, le téléspectateur est tellement obnubilé par ce qu'il regarde qu'il semble immobile, comme en transe. Rien d'autre n'existe pour lui que l'objet de son attention.

Si la personne n'analyse pas les informations auxquelles elle est exposée, elle a des chances de les accepter et de les croire, en l'absence de tout filtre analytique. À partir de là, il est logique que plus on est influençable, moins on se sert de son cerveau analytique. L'inverse est tout aussi vrai : plus on est analytique, moins on est influençable. Par conséquent, il y a moins de chances que votre cerveau se retrouve en ondes alpha ou entre en transe. Examinez la figure 8.1 pour mieux comprendre la relation entre l'influençabilité, l'esprit analytique, la transe et les ondes cérébrales.

LA RELATION ENTRE LA TRANSE, L'INFLUENÇABILITÉ, LES ONDES CÉRÉBRALES ET L'ESPRIT ANALYTIQUE

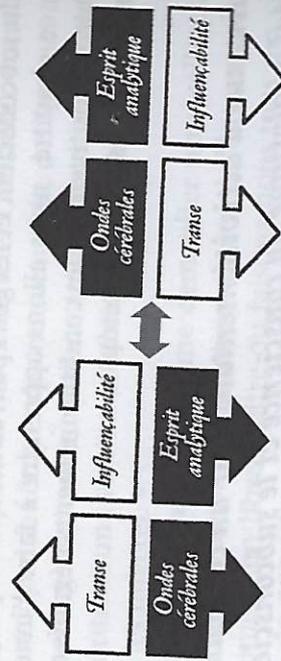


Figure 8.1

Quand vos ondes cérébrales ralentissent et que vous allez au-delà de l'esprit analytique, votre cerveau entre en transe et vous devenez plus influençable. L'inverse est tout aussi vrai : lorsque vos ondes cérébrales s'accroissent, vous devenez plus analytique, votre cerveau sort de sa transe et vous êtes moins influençable. L'influencabilité est la capacité à accepter et à croire des informations sans les analyser.

Ce que les créateurs des publicités que j'ai évoquées précédemment comprennent parfaitement est que la mathématique...

programmer une personne afin qu'elle agisse d'une manière désirée consiste à mettre son cerveau en ondes alpha afin que les informations présentées ne soient pas analysées. À force d'être rediffusée, la publicité (ou une publicité similaire) pénètre tôt ou tard dans le subconscient du téléspectateur. Plus on est exposé au stimulus (en l'occurrence, la publicité), plus la réaction programmée devient automatique. Au bout du compte, quand on a inconsciemment mémorisé le stimulus et que la réaction est automatique, la conscience n'a plus besoin de réfléchir aux informations données, ou de les analyser. Pendant ce temps, le subconscient cartographie les informations reçues, les enregistre et les stocke. Une fois cette cartographie établie dans votre cerveau, chaque fois que vous êtes exposé à la publicité, elle continue d'influencer les mêmes réseaux neuronaux et de renforcer le même programme, les mêmes pensées et les mêmes croyances. C'est ainsi que ces informations peuvent non seulement influencer votre santé, mais également vous donner la solution au problème créé par la publicité.

Parmi d'autres situations qui augmentent l'influencabilité, on compte les chocs, les traumatismes ou les réactions émotionnelles fortes. Par exemple, lorsque les gens sont abasourdis ou exposés à des situations chargées sur le plan émotionnel, il est courant que le cerveau entre dans un état modifié. Lorsque le cerveau est en suspens à la suite d'une surcharge sensorielle, par exemple provoquée par un accident de voiture, la personne devient influençable. Dans les cas graves, la personne s'identifie au choc, devient rigide et insensible, et sa capacité de réflexion est atteinte. Par conséquent, quand on se trouve exposé à la vision agressive d'éruptions cutanées importantes et que l'on se sent dégoûté par les images (auxquelles on associe la musique et la narration qui conviennent pour créer une ambiance troublante, menaçante), la porte du subconscient s'ouvre, ce qui rend la personne plus facilement programmable.

Souvenez-vous, le subconscient se trouve juste en dessous de la conscience. C'est le cerveau limbique qui abrite le subconscient et le système nerveux autonome, qui contrôle toutes les fonctions biologiques automatiques qui se succèdent d'un moment à l'autre. Une fois qu'une pensée est programmée, tel un serviteur obéissant aux ordres de son maître, le SNA met à exécution la demande mentale.

Si l'on vous répète que votre système immunitaire s'affaiblit avec

sera atteinte d'un zona, la charge émotionnelle de cette expérience permet à ce message de dépasser votre esprit pensant, analytique. En réaction à ces informations, votre SNA obéit aux ordres et commence à affaiblir vos défenses immunitaires.

Et pour que les annonceurs en aient pour leur argent, l'idéal est que la publicité soit régulièrement diffusée tard le soir, lorsque nous sommes le plus influençables. Pourquoi ? Parce qu'en réaction à l'obscurité le corps sécrète davantage de mélatonine, ce qui fait ralentir nos ondes cérébrales et nous prépare au sommeil et aux rêves. Dans la mesure où, le soir, nos ondes cérébrales passent de bêta à alpha, puis à thêta, puis à delta, nous sommes moins analytiques et la porte du subconscient s'entrouvre. Tandis que le matin, lorsque nous sommes réveillés par la lumière du jour et que notre cerveau produit de la sérotonine, c'est l'effet inverse : nous passons des ondes delta aux ondes thêta, puis à alpha (notre subconscient est alors toujours ouvert à la programmation), avant d'arriver à bêta.

Ainsi, si vous êtes un annonceur et que vous savez que la majorité du public ignore tout du fonctionnement de la programmation inconsciente, pourquoi se gêner pour mettre au point une série de publicités diffusées en fin de soirée, véhiculant le message désiré, renforcé par la bonne dose de peur afin de capter l'attention du téléspectateur et de programmer son système nerveux autonome qui exécutera les ordres donnés juste avant son sommeil ?

La règle d'or : évitez de regarder des émissions télévisées, des sites Internet ou de participer à toutes sortes de divertissements qui ne vous conviennent pas, non seulement avant le coucher, mais même à n'importe quel moment.

Un kaléidoscope pour entrer en transe

Depuis des années, je réfléchis à la manière dont nous sommes tous systématiquement programmés à avoir des croyances qui nous limitent, c'est-à-dire à croire que nous avons besoin de quelque chose d'extérieur pour transformer notre ressenti intérieur. Après tout, la clé de la publicité est le besoin incessant et addictif de consumer des produits extérieurs pour favoriser notre bien-être intérieur. Cette croyance, qui nous rappelle que nous sommes séparés du tout, est constamment implan-

émissions télévisées, les publicités, les informations, les jeux vidéo, les sites Internet et parfois même la musique. La stratégie est vraiment simple : si l'on parvient à accrocher les gens en leur faisant ressentir le manque, la peur, la colère, l'opposition, des préjugés, la douleur, la tristesse et l'angoisse, ils restent dépendants, pour faire disparaître ces sentiments, de quelqu'un ou de quelque chose d'extérieur. Si vous demeurez perpétuellement préoccupés et que vous alimentez sans cesse des émotions de survie, il vous est impossible de croire en vous-même.

Et s'il était possible d'inverser cette programmation, de sorte que vous ayez des croyances illimitées à propos de vous-même et de votre vie ? C'est exactement ce que nous faisons depuis plusieurs années lors de nos séminaires de niveau supérieur en utilisant deux outils simples, dont l'un est un jeu utilisé par les enfants depuis bien longtemps : le kaléidoscope. La seule différence est qu'en l'occurrence, nous l'utilisons combiné à une technologie avancée pour induire la transe.

Jusqu'ici, nous avons utilisé la méditation les yeux fermés pour entrer en transe et passer en ondes alpha, puis thêta. Mais si l'on peut créer ces mêmes ondes cérébrales les yeux ouverts tout en s'exposant intentionnellement à des informations allant dans le sens de nos rêves et de nos objectifs, on peut se reprogrammer et vivre des états de super-conscience au lieu des états d'inconscience que nous vivons au quotidien. Maintenant, pourquoi le kaléidoscope ?

Depuis maintenant de nombreuses années, les expériences mystiques sont ma grande passion. Chaque fois que je vis une de ces expériences profondes d'hyper-lucidité, cela crée en moi des changements durables qui renforcent ma compréhension de moi-même et mon lien avec le mystère de la vie. Une fois que l'on a une expérience mystique et que l'on a un premier aperçu de ce qui se passe dans l'invisible, il est impossible de reprendre le cours normal de sa vie. Et à chaque expérience mystique conséquente que l'on fait, on se rapproche de la source, de la complétude, de l'unité et de l'indivisible champ unifié. La bonne nouvelle est que les expériences mystiques ne sont pas réservées à des personnes telles que Thérèse d'Avila, François d'Assise ou un moine bouddhiste méditant depuis quarante ans. Tout le monde est capable de faire l'expérience du mysticisme.

Quand j'ai ce genre d'expérience, elle me paraît plus réelle que

notion de temps et d'espace. Souvent, juste avant d'être absorbé dans l'expérience, je vois dans ma tête (et parfois dans le monde extérieur) des structures géométriques circulaires composées de lumière et d'énergie. Elles ont tendance à ressembler à des mandalas, excepté qu'elles ne sont pas statiques ; il s'agit d'ondes de fréquences semblables à des fractales. Pour les décrire, je dirais qu'elles sont vivantes, changeantes, en mouvement et en évolution perpétuelle vers des formes plus complexes.

Ces structures font penser à celles que l'on voit dans un kaléidoscope, sauf qu'elles sont tridimensionnelles, et non simplement bidimensionnelles. Quand je pose mon attention sur ces formes géométriques divines, elles changent et je sais presque instantanément, mon cerveau transformant ces structures informationnelles en images très claires, que je suis sur le point de faire une expérience mystique profonde. C'est l'une des raisons pour laquelle le kaléidoscope multimédia a été créé pour notre communauté, dans l'espoir d'induire ce genre d'expérience. Mais nous n'avons pas réussi à trouver de séquence convenant. À l'époque, toutes les vidéos à géométrie fractale disponibles sur internet étaient produites par ordinateur, alors que nous voulions créer une représentation plus réaliste.

C'est ainsi que, sous l'inspiration de Roberta Brittingham, une amie très proche doublée d'une artiste talentueuse, nos recherches ont commencé. Roberta et moi-même, au cours de longues conversations qui se sont étendues sur plusieurs mois, avons entamé un processus créatif. Ce fut grâce à son génie que nous avons pu découvrir un outil qui avait contribué à changer tant de vies. Après beaucoup de recherches, Roberta a fini par trouver une famille fabriquant des kaléidoscopes depuis trois générations. Nous avons décidé d'acheter l'un de leurs meilleurs produits.

Puis nous avons loué une caméra RED, le premier fabricant de caméras numériques professionnelles à usage cinématographique, qui sont le plus souvent utilisées dans les films hollywoodiens. Nous avons alors séparé le kaléidoscope en deux parties : le tube à travers lequel on regarde et l'extrémité en rotation, dans laquelle se trouvent les cristaux. Nous avons ensuite aligné la lentille de la caméra sur l'extrémité et ajouté des lumières pour amplifier les couleurs se trouvant à l'intérieur. Nous avons zoomé sur cette même extrémité, puis y avons fixé un moteur. L'étape suivante a consisté à inclure une

fluide et régulier. Pendant plusieurs heures, nous avons tourné dans un studio de Seattle de belles images avec de belles couleurs, sur fond noir. La couleur noir représente l'absence de matière (l'espace dans lequel nous fusionnons avec la conscience pure). Il s'agit de l'espace noir infini, du vide abordé au chapitre 3.

Il nous a fallu plusieurs jours pour tourner toutes les séquences, et à cause de la gravité, les cristaux et l'huile tombaient et accéléraient à chaque rotation ; il a donc fallu qu'un technicien vérifie chaque vue, seconde après seconde, pour s'assurer que les transitions étaient fluides. Sinon, le risque était d'interrompre la transe des spectateurs. Il a fallu des mois pour peaufiner toutes ces images et aboutir à une vidéo d'une heure que nous utilisons lors de nos séminaires de niveau supérieur. Enfin, nous avons demandé à un talentueux compositeur, Frank Piscioti, de créer la bande-son d'accompagnement. Notre objectif était que nos participants soient continuellement captivés, hypnotisés, par les magnifiques symétries et les formes géométriques variables.

Le film de votre avenir

Lors de nos séminaires de niveau supérieur, chaque participant reçoit un logiciel agréable et simple d'utilisation appelé Mind Movies, qui lui permet de faire un film de sa vie future. Nous couplons la technique du film mental à la vidéo du kaléidoscope. En fonction de ce que les participants veulent créer dans leur vie, le film qu'ils conçoivent les expose à des images, suggestions et informations écrites spécifiques les aidant à créer l'avenir de leur choix. Certains cherchent à guérir d'une maladie, à renforcer leur système immunitaire, à attirer un nouvel emploi, à saisir de nouvelles opportunités, à parcourir le monde entier, à attirer l'abondance, à trouver une nouvelle compagne ou un nouveau compagnon, à faire des expériences mystiques, etc. Le but du film est de leur rappeler qu'ils peuvent réaliser leurs rêves, accomplir l'extra-ordinaire et accéder à la super-conscience. Le but de cette vidéo personnalisée est :

1. d'aider les participants à poser une intention claire au sujet de leur avenir ;

2. de programmer leur conscience, ainsi que leur inconscient, pour qu'ils attirent cet avenir ;
3. de modifier biologiquement leur cerveau et leur corps afin qu'ils reflètent cet avenir dans le présent ;
4. d'associer systématiquement ces images à de la musique afin de créer de nouveaux réseaux neuronaux dans leur cerveau et de reconditionner émotionnellement leur corps, et donc leur mental. C'est pour eux un moyen de se souvenir de leur avenir.

La technologie Mind Movies a été fondée par deux associés australiens, Natalie et Glen Ledwell. Ils sont non seulement les concepteurs de cette technologie, mais également les figures emblématiques de son impact. Tout a commencé en 2007, quand un ami leur a montré un film de sa vie qu'il avait créé. Plus tard, il est venu les voir dans l'idée de lancer une entreprise, qui allait plus tard accoucher du logiciel Mind Movies. Pour démarrer leur aventure, il leur a fallu créer un site Internet afin de distribuer le logiciel et donner aux gens du monde entier les instructions nécessaires pour qu'ils puissent créer leur propre film. Mais ils étaient déjà à la tête de quatre entreprises et ne connaissaient presque rien d'Internet ou de l'e-commerce. Glen savait à peine allumer un ordinateur et Natalie n'avait jamais entendu parler de YouTube. Toutefois, ils reconnaissaient que Mind Movies pouvait être un outil très efficace pour aider les gens à croire qu'ils étaient capables de créer leur avenir.

Avec cette idée en tête, ils ont décidé de mettre en ligne sur YouTube une vidéo au sujet de l'impact des films mentaux. À la fin de la vidéo, les internautes étaient encouragés à se rendre sur leur site Internet pour apprendre à créer par eux-mêmes leur film.

Début 2008, après avoir reçu d'innombrables e-mails de clients leur expliquant que ces films mentaux avaient transformé leur vie, Natalie et Glen ont décidé de passer au cap supérieur. Ils ont pris un vol pour les États-Unis, ont participé à un séminaire de webmarketing et ont commencé à organiser la commercialisation mondiale de leur logiciel. Mais quand ils sont arrivés aux États-Unis, leur compte en banque était presque vide et il ne leur restait presque rien pour payer les services nécessaires pour l'internationalisation de leur projet. Cela signifiait qu'il leur fallait apprendre, maîtriser et mettre en pratique tout ce qui était nécessaire pour faire le travail par eux-mêmes. Pendant des mois, ils ont travaillé douze heures par jour.

dans leur bureau, c'est-à-dire dans leur chambre. Cela les a forcés à repousser énormément leurs limites. Confrontés au quotidien à des difficultés techniques, entrepreneuriales et personnelles, ils avaient néanmoins leur botte secrète : le film mental qu'ils s'étaient fait personnellement.

Dans ce film, Natalie et Glenn mentionnaient le nombre de clients qu'ils voulaient attirer et de quel genre de clients il s'agirait. Ils se voyaient respectés dans le milieu des affaires et anticipaient ce qu'ils feraient lorsqu'ils seraient couronnés de succès, par exemple les restaurants dans lesquels ils iraient et les vacances qu'ils prendraient en famille. Enfin, ils voulaient réaliser 1 million de dollars de ventes (pour eux, il n'y avait pas de raison de se limiter, leurs amis dans le milieu du marketing commercialisaient des produits pour des millions de dollars, leurs logiciels coûtant 5 000 dollars). Ils regardaient leur film mental plusieurs fois par jour pour se déstresser et rester alignés et inspirés, alors même qu'au quotidien tout semblait aller de travers. Mais ils savaient que le point culminant de tous leurs efforts, de tous les risques qu'ils prenaient et de tous leurs rêves serait le jour du lancement mondial de leur logiciel. La date fatidique était bientôt en vue. C'est alors qu'est survenu l'impensable.

Prévu en septembre 2008, le lancement a coïncidé avec la crise financière mondiale. Les institutions financières du monde entier étaient confrontées à des pertes cataclysmiques, tandis que des familles et des particuliers avaient perdu leur épargne, leurs actifs et leurs moyens de subsistance au cours de la pire crise depuis la Grande Dépression. Quant à Glen et Natalie, ils étaient confrontés eux aussi à des difficultés financières. Pour lancer leur produit, ils avaient accumulé 120 000 dollars de dettes. En cas d'échec, ils perdraient tout : leur maison, leurs voitures et leurs investissements, sans parler des dettes sous lesquelles ils crouleraient.

Le matin du lancement, à leur insu, leur système de distribution par e-mail devait subir une maintenance. Par conséquent, aucun de leurs clients n'a eu de confirmation par e-mail de son achat. À l'heure du repas, ils avaient déjà reçu des milliers de plaintes, en plus des difficultés avec leur banque en ligne (la banque voulait geler leur compte en raison d'activités inhabituelles). Mais le soir venu, ils avaient vécu la journée la plus mémorable de leur vie.

Au cours de la première heure du premier jour, ils ont franchi

288 000 dollars. Au final, Glen et Natalie ont fini par réaliser pour 700 000 dollars de ventes à partir d'un logiciel en valant 97, sans montée en gamme. Mais l'histoire ne s'arrête pas là.

Bien sûr, ils étaient ravis de cette prouesse, mais ils étaient confrontés à un dernier défi de taille. À cause de la volatilité des marchés financiers et des incertitudes de cette époque, leur banque a bien fini par geler leur compte, ce qui les empêchait d'accéder à leur argent. Cela signifiait qu'ils ne pouvaient payer les commissions à leurs affiliés, ni les 120 000 dollars qu'ils devaient à leurs créanciers, ni partager les bénéfices avec les personnes qui les avaient aidés pour le lancement. Tout dépendait du déblocage de leurs fonds. Finalement, au bout de six mois, après être restés fidèles à leur vision et avoir en permanence regardé leur film mental, ils ont pu accéder à leur compte et se décharger du fardeau financier qui avait failli les mener à la ruine. Mais c'est là que les choses deviennent *vraiment* intéressantes.

Tandis que le monde était toujours sous le choc de la crise, la valeur du dollar américain face au dollar australien s'est envolée et c'est ainsi que, grâce au taux de change, lorsqu'ils ont viré tout leur argent sur leur compte australien, ils ont fini par gagner 250 000 dollars de plus. Grâce à cette somme, additionnée aux commissions qu'ils avaient reçues pour avoir fait la promotion de logiciels partenaires, Glen et Natalie ont réussi à atteindre leur but : gagner un million de dollars.

Ils estiment devoir en grande partie leur succès (pendant que le monde entier s'enlisait inversement dans la crise) à leur film mental, qu'ils regardaient tous les jours.

Cet exemple illustre magnifiquement bien le potentiel des films mentaux. Si les options pour le créer sont infinies, le processus demeure néanmoins relativement le même. Pour commencer, les participants choisissent une chanson, qu'ils ne se lasseront jamais d'écouter. Puis, ils choisissent des images et/ou des vidéos d'eux-mêmes ou d'un événement futur et les organisent en séquences, de sorte à raconter une histoire correspondant à leur avenir. Enfin, nous leur demandons de trouver des mots, des phrases et des affirmations spécifiques à superposer aux images. En utilisant la même technique que le monde de la publicité, qui programme les gens à être des victimes ou à ressentir le désir et le manque, les films mentaux

peuvent programmer positivement les participants et les aider à dépasser leurs limites et à créer la vie de leur choix.

Dans le séminaire de niveau supérieur, nos participants regardent la vidéo du kaléidoscope avant de regarder leur film mental, car cela les aide à se mettre en ondes alpha et thêta et à entrer en transe les yeux ouverts, ce qui leur permet d'accéder au subconscient. Ainsi, tout au long de cette méditation, ils sont plus influençables, plus ouverts à la reprogrammation *qu'ils ont choisie*. C'est important, car plus ils sont influençables quand ils regardent leur film mental, moins ils ont de chances d'être analytiques et d'avoir constamment à l'esprit des pensées du type : « Comment est-ce que ça va se passer ? » « C'est impossible ! » « Je n'ai pas les moyens. » « J'ai échoué la dernière fois, pourquoi réussirais-je maintenant ? »

Le kaléidoscope sert donc à induire la transe favorisant la reprogrammation définie par le film mental. Quand nos pensées disparaissent, la conscience n'analyse plus les informations qui lui arrivent. Aussi, ces dernières s'impriment directement dans le subconscient.

Au fil des années, bon nombre d'études ont permis de comprendre comment les hémisphères droit et gauche du néocortex interagissent. On sait aujourd'hui que l'hémisphère droit traite les pensées spatiales, non linéaires, abstraites et créatives, tandis que l'hémisphère gauche traite les informations logiques, rationnelles, linéaires, méthodiques et mathématiques. Cependant, des recherches récentes suggèrent également que l'hémisphère droit traite la nouveauté cognitive et l'hémisphère gauche les habitudes cognitives. Cela signifie que quand on apprend de nouvelles choses, l'hémisphère droit est plus actif et que, quand l'apprentissage devient routinier, son contenu est stocké dans l'hémisphère gauche.

Chez la majorité des gens, c'est l'hémisphère gauche qui est le plus actif, à cause des habitudes et programmes automatiques qu'ils ont mémorisés et qui sont gravés dans leur esprit. C'est pourquoi le langage est lui aussi entreposé dans l'hémisphère gauche : il est le produit d'habitudes. On peut considérer que l'hémisphère droit correspond à l'inconnu, tandis que l'hémisphère gauche correspond au connu. Dès lors, il est logique que l'hémisphère droit soit romantique, créatif et non linéaire, tandis que l'hémisphère gauche est méthodique, logique et structurée. Nous avons même pu observer en temps réel ce double traitement des données en examinant les

La succession de formes géométriques fractales du kaléidoscope étant inédite, l'objectif est de transcender les réseaux perceptuels et les centres associatifs du cerveau associés aux personnes, choses, objets, lieux et moments connus. Ces structures géométriques sont le reflet de formes fractales que l'on trouve partout dans la nature et activent donc les centres de la partie basse du cerveau. C'est pour cette raison que l'on ne peut, en regardant dans le kaléidoscope, voir sa tante Marie, le vélo que l'on possédait en sixième ou la maison de son enfance, parce que l'on n'active pas les centres associatifs liés aux souvenirs, se trouvant principalement dans l'hémisphère gauche du cerveau. En cessant de réfléchir et d'analyser, et en passant en ondes alpha ou thêta, on favorise une intensification de l'activité de l'hémisphère droit. Celui-ci reflétant l'inconnu, on a plus de chances de créer quelque chose de nouveau.

Les graphiques 9A(1) et 9A(2) dans le cahier couleurs montrent les examens cérébraux de deux participants se trouvant en ondes alpha et thêta cohérentes. Sur le graphique 9A(3), on voit la globalité du cerveau d'un autre participant en ondes thêta, au moment où il regarde le kaléidoscope. Sur le graphique 9A(4), on voit l'activité cérébrale d'un participant en train de regarder le kaléidoscope : l'hémisphère droit est plus actif, la personne étant en transe et s'ouvrant au nouveau.

Lorsque nous mettons le film du kaléidoscope lors de nos séminaires de niveau supérieur, nous éteignons la lumière de la salle pour stimuler la sécrétion de mélatonine et favoriser l'entrée en transe. Je demande aux participants de se détendre et de ralentir consciemment leur respiration. Ce faisant, leurs ondes cérébrales passent de bêta à alpha. Je leur demande ensuite de se détendre constamment dans leur corps et d'entrer encore plus en contact avec lui. Mon idée est de les amener dans un état intermédiaire, entre la veille et le sommeil, ce qui leur permet d'être très influençables et prépare d'autant plus leur cerveau à accepter la reprogrammation du film mental.

De même que les publicités diffusées en fin de soirée influencent les téléspectateurs, qui ne sont plus sur leurs gardes du fait de la production de mélatonine (pour les préparer à un sommeil réparateur), mon but est là aussi de stimuler la sécrétion de mélatonine chez les participants afin que leurs ondes cérébrales passent en alpha puis en thêta, et qu'ils puissent s'ouvrir totalement aux informations et

La bande-son de votre avenir

La musique a le pouvoir de faire remonter des souvenirs très spécifiques. C'est pourquoi l'acteur Dick Clark a dit : « La musique est la bande-son de votre vie. » Dès que vous entendez une magnifique chanson nostalgique, votre cerveau commence à se remémorer les images de certaines époques, de certains lieux, images qui vous relient à différentes personnes que vous avez croisées, à différents événements que vous avez vécus. Sur le plan neurologique, la chanson fait office de stimulus déclenchant l'activation d'un ensemble spécifique de réseaux neuronaux dans le cerveau. Par association, vous voyez dans votre tête des arrêts sur image de votre passé. On parle de « mémoire associative ».

Si vous vous plongez dans le souvenir évoqué par cette chanson, en vous mettant éventuellement à chanter et à danser, vous remarquerez peut-être que les émotions associées à vos souvenirs se mettent en mouvement dans tout votre corps. Que ce souvenir porte sur votre premier amour, vos vacances, votre dernière année d'études ou vos sensations avant d'entrer sur le terrain pour disputer le plus grand match de votre vie, il sera de toute façon fortement associé à des émotions. Et en ressentant suffisamment profondément ces sentiments, vous renouez avec l'énergie de votre passé ; plus la réaction émotionnelle est forte, plus le souvenir est intensément revécu. Ainsi, votre passé reprend vie et, instantanément, vous faites un voyage mental dans le temps. Comme par le passé, votre corps est stimulé et vous fait éprouver les mêmes émotions qu'avant, avec le même état d'esprit. À ce moment-là, vous êtes tout entier tournés vers votre passé.

Plus l'émotion associée à l'événement est intense, plus le souvenir lié à la mémoire à long terme sera fort. Mais que ce souvenir soit négatif ou positif, cela n'a pas d'impact sur la manière dont il est traité par votre mental. Par exemple, les souvenirs de traumatismes, de trahisons et d'événements choquants véhiculent des émotions négatives très fortes. Lorsqu'on éprouve à nouveau la douleur, la peur, la colère, la tristesse et l'intensité des émotions associées à ces souvenirs traumatiques, notre état chimique intérieur change. De fait, on est plus attentif à la source extérieure de nos émotions.

Et si vous pouviez créer un film de votre avenir, en l'associant

stimuler, de modifier votre état d'esprit et de vous relier à l'énergie de vos *souvenirs à venir* ? Si la musique est la bande-son de votre vie de même que certaines chansons vous transportent dans le passé, ne pourriez-vous pas donner également vie à votre futur ?

C'est là qu'interviennent les films mentaux. En associant délibérément des images très fortes et touchantes de votre avenir à des mots et des phrases en renforçant le contenu et à des émotions élevées et de la musique inspirante, vous créez des souvenirs à long terme qui, sur le plan biologique, extraient votre corps du passé et le plongent dans l'avenir. En d'autres termes, les images font naître des sentiments en lien avec les expériences que vous voulez vivre. Ces images peuvent porter sur la maison dans laquelle vous voulez vivre, les vacances que vous voulez vous offrir, une nouvelle carrière, votre liberté d'expression, une guérison relationnelle ou physique, les expériences interdimensionnelles, etc. Ce ne sont là que quelques-unes du nombre infini de possibilités s'offrant à vous dans votre avenir. En regardant votre film mental, plus vous ressentez les émotions de votre avenir, plus vous êtes attentif aux images qui sont à l'origine de ses sentiments. C'est ainsi que vous donnez vie à votre futur, en créant des souvenirs à venir. Et c'est votre chanson qui donnera une dimension magique à votre avenir, car ce sont les émotions qui sont associées à celle-ci qui transformeront votre énergie, qui sera celle que vous ressentirez quand cet avenir sera présent. C'est pourquoi il est important de choisir une musique inspirante et motivante.

Ensuite, le principe consiste à ajouter dans votre film mental des mots, des affirmations ou des certitudes profondes que vous avez et qui vous appellent qui vous êtes et ce que vous croyez au sujet de votre avenir. Vous pouvez même ajouter une chronologie si vous le souhaitez. Voici quelques exemples d'affirmations :

- Les portes de l'invisible s'ouvrent à moi et je fais régulièrement des expériences mystiques.
- Chaque jour, mon corps guérit.
- Ma parole a du poids.
- Chaque jour, je me sens profondément aimé.
- J'attire à moi la richesse.
- Tous mes besoins sont constamment assouvis.

- Chaque jour, mon corps rajeunit.
- Chaque jour, le divin est présent dans ma vie.
- Mon compagnon et moi sommes sur un pied d'égalité ; il m'apprend de nouvelles choses en me montrant l'exemple.
- Je suis en permanence guidé par des synchronicités.
- Chaque jour, je me sens plus complet.
- Chaque jour, mon système immunitaire se renforce.
- Je fais preuve de courage dans ma vie.
- Mon génie est illimité.
- J'ai toujours conscience de la force qui m'anime et qui m'entoure.
- Je crois en moi.
- J'accueille l'inconnu dans ma vie.
- Quand je fais appel à l'Esprit, il me répond.

Si vous repensez à la vidéo de votre chanson préférée ou à une scène de votre comédie musicale favorite, il y a des chances que vous connaissiez toutes les paroles de la chanson, ainsi que les images associées à chaque note, chaque rythme, chaque mélodie et chaque harmonie. Il est très probable que ces associations évoquent en vous une période et un lieu de votre vie, avec un certain nombre de personnes, des émotions et des expériences. C'est exactement ce que vous faites avec votre film mental, sauf qu'au lieu de vous remémorer votre passé, vous créez des souvenirs de votre futur. Si vous écoutez suffisamment de fois votre chanson tout en observant les images de votre avenir, ne serait-il pas possible qu'en entendant votre chanson dissociée de votre film mental, vous soyez automatiquement transporté vers ces images d'un nouvel avenir, de même que vous avez été transporté vers votre passé ? Avec la pratique, non seulement vous ressentez les émotions qui vous relient à vos souvenirs à venir, mais en plus, votre corps s'aligne biologiquement sur ce futur.

Vous savez déjà pourquoi les choses sont ainsi : si votre corps est votre inconscient et qu'il ne sait pas faire la différence entre une émotion créée par un événement extérieur et une émotion créée par une simple pensée, il commence alors à croire qu'il vit dans le présent cette réalité future. Dans la mesure où notre environnement

envoi de signaux à nos gènes et où les émotions sont le produit d'expériences extérieures, en accueillant les émotions liées à ces événements avant même qu'ils ne se produisent, nous pouvons transformer notre corps qui, biologiquement, s'aligne instantanément sur notre futur. Et puisque tous les gènes fabriquent des protéines et que ces dernières sont responsables de la structure et du fonctionnement de l'organisme, celui-ci se modifie : biologique ment, votre avenir est déjà là.

Faisons le point

Que se passerait-il si vous invitiez un groupe de personnes à prendre du recul pendant quatre ou cinq jours, en les éloignant de la stimulation constante de leur environnement externe qui leur rappelle la personnalité qu'elles croient être ? Si vous les sépariez suffisamment longtemps de leur entourage, des lieux qu'elles fréquentent et des activités qu'elles font tous les jours à la même heure, ces personnes se souviendraient de ce qu'elles sont vraiment : des êtres humains illimités. Et si vous passiez le premier jour, voire deux journées, à leur apprendre à créer une plus grande cohérence cardiaque et cérébrale, et si tous les jours elles cultivaient ces états, tôt ou tard, cela tombe sous le sens, elles sauraient mieux ouvrir leur cœur et mettre à profit leurs facultés cérébrales. Elles seraient même focalisées sur la vision d'un nouvel avenir, sans se laisser distraire, et en même temps elles pourraient ressentir plus facilement les émotions liées à cet avenir. Ayant créé une plus grande cohérence dans leur cœur et dans leur cerveau, elles auraient également un champ énergétique plus cohérent et leur signature électromagnétique serait plus claire.

En travaillant systématiquement à aller au-delà d'elles-mêmes, de leur corps, de leur environnement et du temps, en ralentissant leurs ondes cérébrales, en pénétrant dans le champ unifié et en transcendant leur environnement tridimensionnel, il leur serait de plus en plus facile d'activer leur cœur et de créer. Après s'être entraînées à transcender leur corps, leurs émotions, leurs habitudes, leur souffrance, leurs maladies, leur identité, leurs croyances limitées, leur esprit analytique et leurs programmes inconscients, elles seraient prêtes, quand on leur présenterait la technique du film mental, à intégrer un nombre plus

important d'informations au sujet de leur avenir. C'est ainsi que nous utilisons le film mental dans nos séminaires.

Un film mental est en quelque sorte la version moderne d'un tableau de vision (technique utilisée pour clarifier ses objectifs et rester focalisé dessus) : le film mental est dynamique, tandis que le tableau de vision est statique. Combinée au kaléidoscope, la technologie du film mental est un outil formidable contribuant à donner vie à votre avenir en en faisant régulièrement l'expérience. C'est aussi un merveilleux moyen de comprendre clairement ce que vous voulez faire de votre vie et de vous rappeler au quotidien ce que l'avenir a en réserve pour vous. Vous posez ainsi une intention.

Le film mental étant une technologie très polyvalente, il a beaucoup d'applications : on peut s'en servir pour attirer à soi l'amour, la richesse, la santé, un métier épanouissant et des biens matériels, mais on peut également l'utiliser avec les enfants et les adolescents pour les aider à avoir une vision de leur avenir et leur donner le sentiment d'avoir un certain contrôle de leur vie. De nos jours, tant de jeunes sont accablés par le rythme frénétique, les pressions et les exigences de la société moderne. Aux États-Unis, le suicide est une cause majeure de décès chez les adolescents. Les fondateurs du film mental ont donc décidé d'utiliser cette technologie dans les collèges et les lycées pour aider les jeunes à avoir une vision plus claire et plus spécifique de leur avenir.

Le film mental est également employé dans le milieu entrepreneurial afin de favoriser l'esprit d'équipe et la mise en place d'une vision à long terme. Des entrepreneurs se servent du logiciel pour créer des entreprises, des énoncés de mission, des stratégies et des business plans. Imaginez une équipe de collègues motivés lisant et intellectualisant leur énoncé de mission, mais le voyant également se réaliser dynamiquement avant même sa concrétisation dans le présent.

La médecine intégrative est une autre discipline dans laquelle les thérapeutes ont recours à cette technologie pour aider leurs patients à visualiser qu'ils sont en parfaite santé, à guérir plus rapidement et à rester quotidiennement concentrés sur un nouveau mode de vie. On l'utilise également pour traiter les dépendances, et dans des centres de remise en forme pour aider les patients à clarifier l'avenir qu'ils désirent mettre en place. La technique du film mental a également été utilisée pour aider des chômeurs à retrouver un nouvel emploi,

leur redonnant une vision de leur avenir, non seulement pour eux-mêmes mais aussi pour leurs familles.

Comme vous le voyez, cette technologie a un nombre infini d'applications. Elle permet aux gens de se construire une nouvelle réalité en se rappelant au quotidien les choix qu'ils doivent faire, les nouveaux comportements qu'ils doivent instaurer et les sentiments qu'ils veulent éprouver. Une fois que l'on programme ces émotions et attitudes dans le subconscient, on peut en finir avec les anciennes habitudes, les modes de vie routiniers et les réactions inconscientes. C'est entièrement à vous qu'il appartient de voir jusqu'où vous voulez aller quand vous créez votre avenir.

S'il est bon de regarder son film mental à n'importe quel moment, je suggère néanmoins de le regarder surtout au réveil et au coucher, car ce sont les moments où vous êtes le plus influençable. En le regardant dès que vous ouvrez les yeux, vous commencez votre journée sur une note positive, en étant centré sur ce que vous voulez atteindre dans la journée et créer dans votre avenir. Et lorsque vous le regardez juste avant d'aller vous coucher, votre subconscient peut se replonger dedans pendant votre sommeil, préparer votre corps et votre mental à votre avenir et trouver des solutions que votre système nerveux autonome peut mettre en place pendant votre sommeil. En réalité, vous pouvez le regarder à tout moment où vous avez besoin de motivation ou de faire un choix différent. La clé est de faire en sorte d'être parfaitement présent pendant le visionnage.

Depuis que nous utilisons la technique du film mental, j'ai entendu des témoignages de participants ayant pu s'acheter de nouvelles maisons et se séparer de leur ancien domicile, alors qu'il était en vente depuis des années. J'en ai vu qui ont pu prendre des vacances à l'improviste, j'ai également pu voir des couples se former comme par magie. J'ai entendu d'innombrables récits d'abondance, de liberté retrouvée, de changement de carrière, d'achat de nouvelle voiture, de guérisons de toutes sortes, de fardeaux allégés et bien sûr de profondes expériences mystiques ayant transformé pour toujours leurs bénéficiaires. Mais il ne s'agit ni de magie ni de sorcellerie. Il s'agit simplement d'apprendre à devenir le créateur conscient de sa vie, à s'aligner sur son destin.

Utiliser un film mental revient à allumer un radar permettant de repérer son avenir. En plongeant régulièrement votre cœur et votre mental dans votre avenir, toutes les pensées et les émotions que vous

dans le laps de temps nécessaire pour faire apparaître votre réalité future sont comme des changements de cap vous aidant à parvenir à la destination choisie. Plus vous donnez vie à votre futur par l'intermédiaire de vos intentions, de votre attention, de votre énergie et de votre amour, plus cette nouvelle réalité se déploie, parce que vous vous souvenez de votre avenir, comme vous vous souviendriez de votre passé. Votre travail consiste alors simplement à tomber consciemment amoureux de cette vision de l'avenir, à garder une énergie élevée et à ne pas laisser les circonstances (votre environnement), les comportements automatiques, les émotions négatives bien connues ou les habitudes inconscientes vous détourner de vos objectifs.

Ce qui rend cette technologie si efficace est que nous percevons la réalité en fonction de schémas que nous reconnaissons, c'est-à-dire de liens entre les réseaux neuronaux de notre cerveau et les objets, personnes et lieux extérieurs. Par exemple, quand vous voyez quelqu'un que vous reconnaissez, vos réseaux neuronaux font remonter instantanément à votre mémoire des souvenirs et expériences que vous avez eus avec cette personne. À l'opposé, si vous n'avez pas de souvenir de quelqu'un, il est probable que vous ne reconnaissez pas la personne. Si vous n'avez pas à l'esprit les images, pensées et émotions suscitées par le film mental avant que votre avenir se concrétise, c'est-à-dire si les réseaux neuronaux ne sont pas installés dans votre cerveau, comment pourriez-vous reconnaître votre nouveau compagnon, votre nouveau travail, votre nouvelle maison ou votre corps guéri (songez que vous ne pouvez ouvrir un document Word sur un ordinateur Mac si vous n'avez pas installé le logiciel Microsoft Word) ? Si vous ne ressentez pas les émotions associées à votre réalité future et que vous ne créez pas l'énergie correspondante, il est possible que vous ne reconnaissiez pas votre avenir ou que vous n'avez pas foi en lui, quand lui vous trouvera. En effet, votre énergie et votre état émotionnel n'étant pas en alignement avec cette expérience, au lieu de ressentir un sentiment de certitude, vous ressentirez probablement de la peur ou du doute.

Un grand nombre de participants à mes séminaires de niveau supérieur m'ont dit qu'ils en sont à leur troisième, quatrième et même cinquième film mental, les précédents s'étant intégralement réalisés. Je suis toujours émerveillé d'entendre le récit de leurs créations. C'est

ces créations, ils ont tous un point commun : ils ont habitué leur corps à suivre leur mental sur le chemin d'un avenir choisi. Cela tombe sous le sens : si vous avez pris le temps d'étudier, de mémoriser et de créer les connexions neuronales représentatives de votre avenir, cela signifie que votre attention s'est tournée dans cette direction. Et comme vous le savez maintenant, l'énergie suit l'attention.

Examinez le graphique 10 dans le cahier couleurs. Vous y verrez un exemple d'activité cérébrale d'un participant en train de regarder son film mental. Son cerveau est très énergisé, parce qu'il est absorbé dans son expérience.

Pour aller plus loin : créer une réalité en trois dimensions

Il y a une dernière façon dont nous servons de la technologie du film mental dans notre travail. Une fois que les participants ont créé les réseaux neurologiques correspondant à leur film, je leur demande d'en choisir une scène, de l'inscrire dans un espace-temps particulier et de la vivre en trois dimensions au cours de la méditation. Peut-être avez-vous remarqué que j'évite d'utiliser le mot « visualiser » dans mes enseignements. En effet, la visualisation évoque plutôt une image plate, bidimensionnelle. Par exemple, si vous visualisez une voiture, vous en créez une *image*. Mon idée est plutôt que vous utilisiez vos cinq sens afin de faire une expérience tridimensionnelle la plus proche possible de la réalité.

Beaucoup de personnes découvrant mon travail se demandent pourquoi je passe tant de temps à demander aux participants de prendre conscience de l'espace qu'occupe leur corps, de l'espace autour de leur corps et de l'espace que notre salle occupe dans l'espace. Outre les changements en matière de cohérence cérébrale provoqués par ces instructions, tout cela prépare les participants à l'utilisation consciente du film mental, conjointement au kaléidoscope.

Quand les participants commencent à créer leur réalité en trois dimensions, avant de voir mentalement quoi que ce soit, ils reçoivent pour instruction d'être une conscience dans la scène. Au départ, je veux que les participants se projettent dans leur scène uniquement en tant que conscience. Ce qui signifie qu'ils n'ont ni corps ni sens,

Ils ne sont alors qu'une conscience dans la vacuité spatiale, comme s'ils étaient incapables de voir, d'entendre, de sentir, de toucher ou de goûter.

Une fois que les participants ont compris qu'ils étaient une conscience, je leur demande de choisir une scène dans leur film mental. Par conséquent, leur cerveau commence naturellement à ajouter des informations sensorielles et à exprimer naturellement une scène en trois dimensions. L'instruction suivante consiste à ressentir ce qui se trouve à droite, à gauche, au-dessus et en dessous d'eux. Là encore, cela remplit la scène de structures, de formes et d'un espace tridimensionnels. Quand ils ont une conscience de plus en plus aiguë de ce qui se passe autour d'eux, leurs sens sont encore plus affûtés et la scène s'enrichit de nouvelles formes, structures, courbes, textures, odeurs, images et sensations. Enfin, quand cette scène prend vie dans leur esprit, dans cet espace-temps futur, ils commencent à s'incarner dans leur corps, non pas celui qui est assis en train de méditer, mais le corps physique de leur avenir. Je leur demande de ressentir leurs bras, leurs jambes, leur torse, leurs muscles et ainsi de suite, jusqu'à ce qu'ils soient capables de ressentir tout leur corps dans cette scène. Ils sont alors prêts à s'y déplacer et à expérimenter cette nouvelle réalité.

Ma théorie est que quand les participants activent simultanément suffisamment de réseaux neuronaux en lien avec les personnes et les choses qui se trouvent dans leur espace-temps spécifique, ils augmentent leur chance de faire une expérience riche, holographique, de type Imax. En effet, quand les participants sont présents dans une scène tridimensionnelle aboutie, leur cerveau s'active en grande partie, y compris les réseaux neuronaux en lien avec les sensations et la motricité dans leur corps, ainsi que la proprioception (conscience de la position du corps dans l'espace). C'est alors qu'ils peuvent faire une expérience sensorielle intense, les yeux fermés, qui leur permet de vivre leur futur dans l'instant présent.

Regardez maintenant le graphique 11 dans le cahier couleurs. Il s'agit de l'imagerie cérébrale d'une participante en méditation qui vit une scène de son film mental lui paraissant réelle. Il y a beaucoup d'énergie dans son cerveau, car elle donne à la scène toutes ses dimensions. Par la suite, elle a témoigné avoir vécu une expérience sensorielle virtuelle d'une grande intensité. Son expérience subjective a pu être objectivement quantifiée sur l'imagerie cérébrale.

Nombre de nos participants ont indiqué que leurs expériences méditatives étaient plus réelles que toute expérience extérieure passée. Leurs sens étaient affûtés, sans nécessiter de stimuli extérieurs, alors même qu'ils étaient simplement assis sur un siège, les yeux fermés. Beaucoup ont raconté avoir senti lors de leurs expériences lucides certaines odeurs de type eau de Cologne, parfums de fleurs telle que jasmin ou gardénia, ou l'odeur familière du cuir de la nouvelle voiture dans laquelle ils se trouvaient. J'ai également entendu des participants faire référence à des souvenirs spécifiques, par exemple avoir une barbe de trois jours, le vent qui soufflait dans leurs cheveux ou la sensation que leur corps était rempli d'une puissante énergie. Certains ont également témoigné avoir entendu des sons distincts, par exemple le clocher d'une église près de leur lieu de vacances ou l'aboiement de leur chien dans leur nouvelle maison. Certains participants ont également expliqué que les couleurs qu'ils avaient vues étaient incroyablement claires ou que le goût des aliments, par exemple la noix de coco, le chocolat et la cannelle, était amplifié. L'association des différents sens créait littéralement une expérience nouvelle.

Ce sont nos cinq sens qui donnent vie à notre réalité extérieure. En règle générale, quand nous faisons une nouvelle expérience, tout ce que nous voyons, entendons, sentons, goûtons et touchons est envoyé au cerveau par l'intermédiaire des cinq canaux sensoriels. Une fois les informations parvenues au cerveau, des amas de neurones commencent à s'organiser en réseaux. Alors, le cerveau limbique produit une substance chimique, c'est-à-dire une émotion. L'expérience enrichissant le cerveau et créant une émotion qui envoie des signaux à de nouveaux gènes dans le corps, tout cela, dans l'intensité sensorielle de l'expérience intérieure des participants, sans recours aux sens extérieurs, ils modifient leur cerveau, leur corps, qui se conforment biologiquement à cet avenir, qui est donc déjà en train de se produire. C'est exactement cela que permet ce genre d'expérience. J'adore entendre une personne qui vient de sortir de méditation me dire : « Mais vous ne comprenez pas ! J'y étais ! Je sais que ça va arriver, parce que c'est déjà là et que j'en ai déjà fait l'expérience ! » Effectivement, l'expérience s'est déjà produite.

Quand, dans ce champ de conscience, on vit pleinement une nouvelle réalité sans corps, l'énergie de la nouvelle expérience sent

venir et plus vous en faites l'expérience dans toute son intensité émotionnelle, avant même qu'il n'apparaisse dans votre vie, plus vous laissez une empreinte énergétique importante dans cette réalité future. Et votre corps va suivre votre énergie. En continuant de placer votre attention sur votre avenir, vous en tombez plus profondément amoureux ; et l'amour étant ce qui relie toutes choses, vous vous unissez à cet avenir, que vous attirerez à vous.

Méditation du kaléidoscope et du film mental

Avant nos séminaires de niveau supérieur, nous demandons à nos participants de préparer un film mental afin qu'ils puissent l'associer à la vidéo du kaléidoscope pendant le temps de méditation proposé en stage. Nous commençons par nous centrer dans le cœur, technique que vous avez apprise au chapitre 7, puis nous demeurons dans des émotions élevées pendant plusieurs minutes et nous laissons cette énergie rayonner au-delà de notre corps, dans l'espace. Puis, nous leur proposons la méditation qui suit.

Arrivez dans l'instant présent. Puis, ouvrez les yeux et fixez le kaléidoscope. Une fois en transe, regardez votre film mental. Passez dix-huit minutes à visionner le kaléidoscope, puis huit minutes devant votre film mental, avant de recommencer le même cycle. Quand vous avez suffisamment regardé votre film mental pour pouvoir prédire la scène suivante, cela signifie qu'il s'est inscrit neurologiquement dans votre cerveau. Au fil du temps, vous associez les différents moments de la chanson que vous avez choisie aux différentes images de votre film mental.

Enfin, regardez pendant sept minutes le kaléidoscope, tout en écoutant seulement la musique de votre film mental. Par association, votre cerveau se souvient automatiquement des différentes images de votre film mental. Cela vous amène à biologiquement vous souvenir de mieux en mieux de votre avenir, ce qui active automatiquement et répétitivement les réseaux neuronaux. Vous êtes en train de programmer votre cerveau afin qu'il imprime ce nouvel avenir, qui s'est déjà produit, tandis que vos émotions indiquent à de nouveaux gènes de modifier biologiquement votre corps en préparation à ce nouvel avenir.

Regardez le kaléidoscope conjointement au film mental tous les jours, pendant un mois ou, au moins, essayez de regarder votre film mental deux fois par jour, dès votre réveil et juste avant votre coucher. Vous aurez peut-être même envie de tenir un journal de bord pour garder trace de toutes vos aventures merveilleuses et inattendues et de toutes les synchronicités qui se sont produites. Avec le recul, ce seront autant de jalons sur une carte vous montrant le chemin pour donner vie à cet avenir. Envisagez de créer plusieurs films mentaux, par exemple un pour votre santé et votre bien-être et un pour l'amour, les relations en général et la prospérité.



Chapitre 9

LA MARCHÉ MÉDITATIVE

La plupart des traditions spirituelles ont recours à quatre postures méditatives, que nous pratiquons toutes lors de nos séminaires de niveau supérieur. Il y a la posture assise (vous devez commencer à la maîtriser), la posture debout, la marche, qui sont combinées dans la méditation que vous découvrirez dans ce chapitre, et enfin, la posture couchée. Si chacune a un objectif spécifique, en fonction du moment et du lieu où l'on se trouve, toutes se complètent et nous permettent de demeurer dans un état de sérénité, quelles que soient les circonstances extérieures.

Mais à quoi peut-il servir de relier méditation assise, méditation debout et marche méditative ? Pour commencer la matinée, l'idéal est de pratiquer la méditation au réveil ; si vous n'arrivez pas à rester dans cette énergie ou dans cette conscience tout au long de la journée, cela signifie probablement que vous retombez dans les programmes inconscients qui dirigent votre vie depuis des années.

Par exemple, mettons que vous veniez de finir votre méditation assise. En ouvrant les yeux, il est probable que vous vous sentiez plus vivant, plus réveillé, plus confiant, plus clair et que vous vous