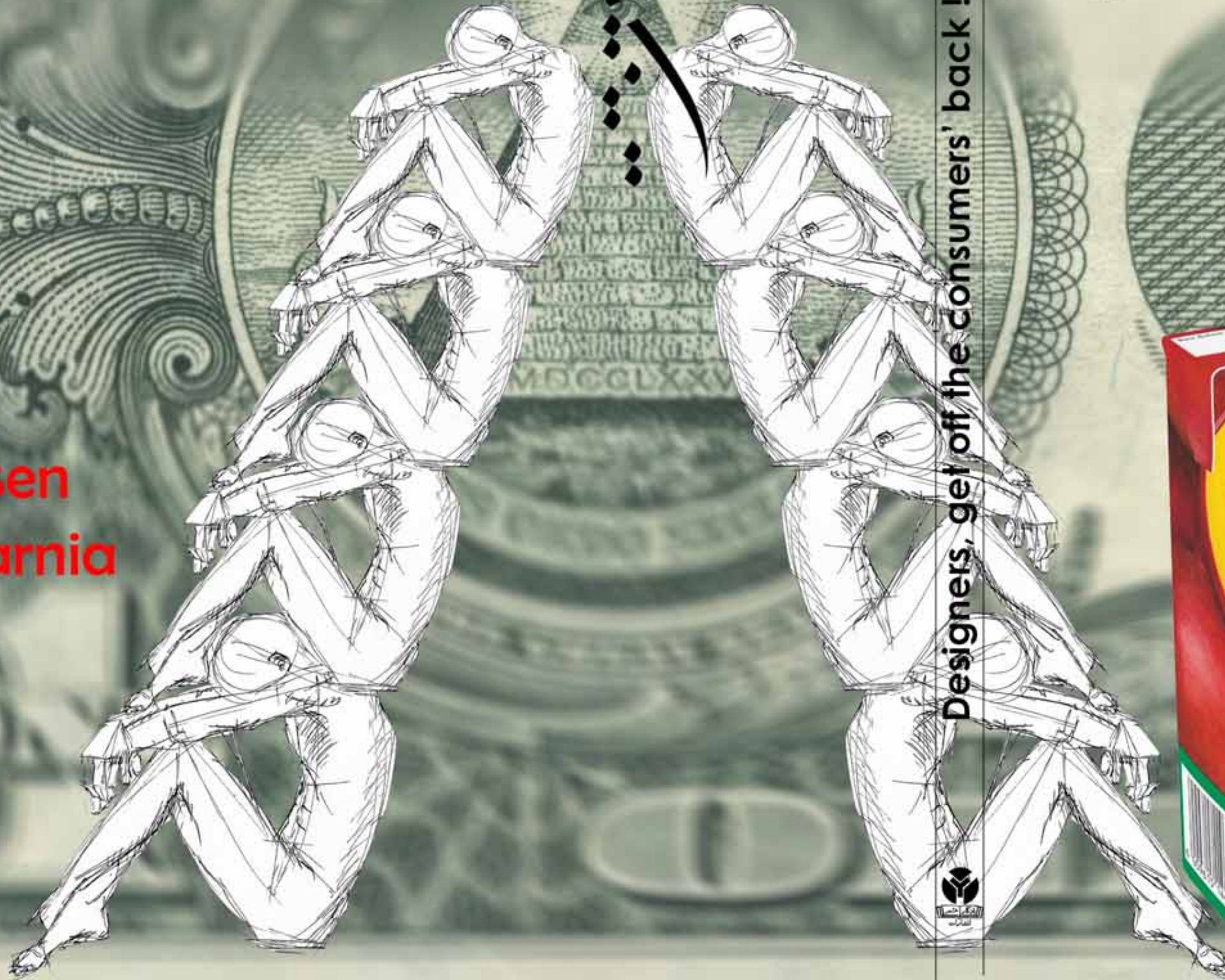


Designers,
get off the
consumers'
back!

طراحان از دوش
مصرف کننده
بایستند

Designers, get off the consumers' back!

Mohsen
Jaafarnia



Mohsen Jaafarnia

It saddens me when I see my friends
in the design field think 'magically'
rather than ethically about design.
They try to 'sell' people by persuasion
rather than have the design persuade.

Jaafarnia

I sit on a man's back choking him and making
him carry me, and yet assure myself and
others that I am sorry for him and wish to
lighten his load by all means possible...
except by getting off his back.

Leon Tolstoy



Yadegar Omr Publication
Taheeri Publication, Attar St.
Motahari Ave. Ghochan
Khorasan Razavi, Iran.

湖南大学

设计艺术学院
SCHOOL OF DESIGN
HUNAN UNIVERSITY



ISBN:978-600-91409-6-1



9 786009 140961

طراحان

از دوش مصرف کنندگان پایین بیایید

Designers, Get off the Consumers' Back!

Author

نویسنده

Mohsen Jaafarnia

محسن جعفرنیا

Translators

مترجمین

سحر برومند و مرتضی رحمانی

Sahar Boroomand & Morteza Rahmani



湖南大學
设计艺术学院
SCHOOL OF DESIGN
HUNAN UNIVERSITY

ایران ، قوچان ۱۳۹۸

Ghochan , Iran 2019

Jaafarnia, Mohsen (2019). Designers, get off the consumers' back.
Ghochan, Iran: Yadegar Omr Publication. ISBN: 978-600-91409-6-1

Title	: Designers, get off the consumers' back	: طراحی از دوش مصرف کنندگان پایین بیاپید.	نام کتاب
Author	: Mohsen Jaafarnia	: محسن جعفرنیا	تالیف
Publisher	: Yadegar Omr Publication	: انتشارات یادگار عمر	ناشر
Print	: First print 2019	: اول / ۱۳۹۸	نوبت چاپ
Circulation	: 333 Hard copy	: ۳۳۳ نسخه چاپی	تیراژ
Persian editor	: Alireza Azizi	: علیرضا عزیزی	ویراستار فارسی
Translators	: Morteza Rahmani Sahar Boroomand	: مرتضی رحمانی سحر برومند	مترجمین
Price	: See the next page	: به صفحه بعد مراجعه نماید	بها
ISBN	: 978-600-91409-6-1	: 978-600-91409-6-1	شابک
Industrial design	: موضوع : طراحی صنعتی	عنوان و پدیدآور : طراحی از دوش مصرف کنندگان پایین بیاپید / نویسنده محسن جعفرنیا ؛ مترجمین سحر برومند و مرتضی رحمانی.	سرشناسه : جعفرنیا، محسن، ۱۳۵۴ وضعیت فهرست نویسی: فیبا
Professional ethics	: موضوع : اخلاق حرفه ای	مشخصات نشر: قوچان: یادگار عمر، ۱۳۹۸	یادداشت : کتابنامه
	رده بندی دیویی: ۷۴۵/۲	مشخصات ظاهری: ۹۵ ص. : مصور؛ ۲۰×۱۴ س.م.	یادداشت : انگلیسی-فارسی.
	شماره کتابشناسی ملی: ۵۶۸۶۷۳۴		شابک: 978-600-91409-6-1
	رده بندی کنگره: TS۱۷۱	عنوان اصلی: Designers, get off the consumers' back	
	شناسه افزوده: رحمانی، مرتضی، ۱۳۶۹ -، مترجم	شناسه افزوده: برومند، سحر، ۱۳۶۲ -، مترجم	

Copyright ©Mohsen Jaafarnia, 2019

All rights reserved for author. کلیه حقوق برای نویسنده محفوظ است.



Yadegar Omr Publication
Taheri Publication, Attar St. , Motahari Ave.
Ghochan , khorasan Razavi, Iran.
(0098) 915 8865367
(0098) 51 4723 0987

۳۷		۲۱۸
	۱۱	
۶۶	یا اول یا الله یا طراح	۲۱۲

دوست گرامی،

تهیه این نسخه از e-book از طریق جستجوی نام کتاب در اینترنت امکان پذیر می باشد و جهت پرداخت بهاء کتاب مبلغی را تا سقف ۳۳۰/۰۰۰ ریال (بسته به میزان درآمد خود) انتخاب نموده و به یکی از موسسه های زیر پرداخت نمایید.

با تشکر از شما

<https://behnamcharity.org.ir/>

موسسه خیریه بهنام دهش پور

<http://mahak-charity.org/main/index.php/fa>

موسسه خیریه محک

<http://kahrizak.com/>

آسایشگاه خیریه کهریزک

Dear friend,

You can find a digital copy of this e-book in the Internet. You can download this book with a price that goes to a noble cause. So, you are kindly requested to pay any amount up to 33 Euro (EUR) as per your capacity. Payment to be done to any charity organizations based in your country, for instance: OLD AGE HOME, HEALTH CARE (CANCER), CHILD LABOUR, and so on. (Readers in every country must find the exchange rate of Euro (EUR) then do the payment with their own currency in their own country).

Thank you

Mohsen Jaafarnia

Mohsen Jaafarnia

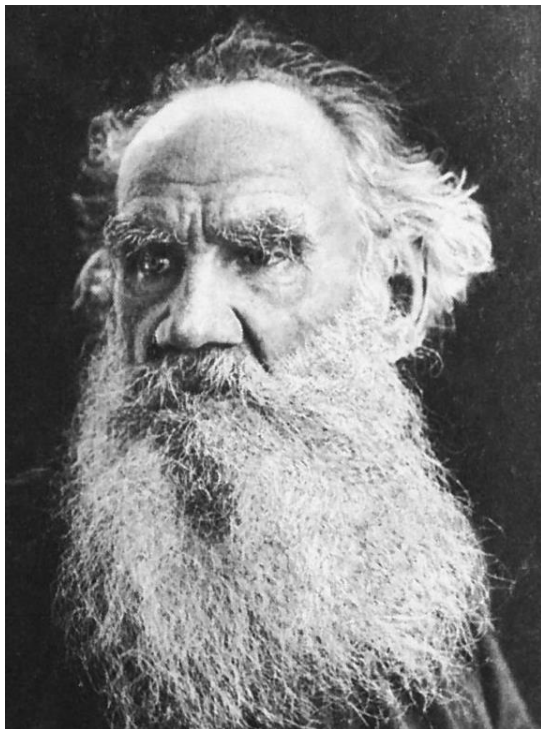
Contents	Page	فهرست
Black and White Witches	7	جادوگران سیاه و سفید
Design and Capitalism's Exploitation	36	طراحی و سوء استفاده کپیتهالیسم از آن
Eyes Wide Shut	44	چشمان کاملا بسته
England, France and Spain, the Generators of Capitalism in the United States	50	انگلیس، فرانسه و اسپانیا، پدر و مادر زاینده کپیتهالیسم آمریکا
Magic Lamp or Magic Pen	69	چراغ جادو یا مداد جادو
Simple Living	85	ساده زیستی
Money	88	پول
References	94	منابع



انسان تحصیل کرده با چشمان کاملا بسته در حال نابودی زمین است.
 Educated men are destroying the nature with eyes wide shut.

نویسنده ایرانی این کتاب محسن جعفرنیا دانشیار در رشته طراحی صنعتی در مدرسه طراحی دانشگاه هونان می باشد و به دانشجویان اخلاق در طراحی را درس می دهد. او بواسطه احترامی که به تولستوی قائل است این کتاب را به روح بزرگ او تقدیم می کند. این نویسنده بزرگ می گوید:

"من بر پشت مردی می نشینم، کمرش را خم می کنم و از او سواری می گیرم، باوجود این به خودم و دیگران اطمینان می دهم که برایش متاسفم و آرزو دارم بارش سبک شود. به هر طریقی که ممکن است، مگر پایین آمدن از دوش او."



The Iranian author of this book Mohsen Jaafarnia is an Associate Professor in the field of Industrial Design at School of Design, Hunan University. He teaches ethics in design to the students. His deep respect for Leon Tolstoy who was a great author finds reflection in this book. The author dedicates this book to Tolstoy's Great Spirit. He says:

"I sit on a man's back choking him and making him carry me, and yet assure myself and others that I am sorry for him and wish to lighten his load by all means possible...except by getting off his back."

Leon Tolstoy



جادوگران سیاه و سفید

در ایالات متحده به لحاظ کمی، تعداد بیشماری از طراحان مشغول بکار هستند که آنها را میتوان به دو دسته طراحان محصول و طراحان رسانه تقسیم نمود؛ که هر دو با یک هدف مشترک در راستای اهداف اقتصادی کپیتهلیزم مصرف کنندگان را کنترل می کنند. انواع شرکت ها با انواع محصولات تولیدی (محصولات خانگی، دارویی، ساختمانی، خودرویی، پوشاک، خوراکی و ...) نیاز دارند تا مصرف کنندگانی داشته باشند تا در برابر دریافت تولیداتشان راضی به دادن پولشان شوند. این می تواند مستقیماً با در نظر گرفتن ایده ای توهم بخش در طراحی محصول صورت گیرد (برای مثال می توان به افزودن کافئین به کوکاکولا در راستای ایجاد اعتیاد در مصرف کنندگان و ایجاد اطمینان از بازگشت این مصرف کنندگان برای خرید های بعدی اشاره کرد) یا به کمک طراحان رسانه انجام پذیرد.

رسانه ها (کاغذی، اینترنتی، صوتی و تصویری) نیز با همین هدف که مصرف کنندگان را در مسیری قرار دهند تا سیاست های کپیتهلیستی حکمرانان تامین شود. بررسی ها حاکی از این است که مردم آمریکا در مقایسه با سایر ملل بیشتر مصرف گرا بوده و اختیار کمتری در انتخاب آگاهانه محصولات دارند و مهمتر این که فاقد ظرفیت انتخاب آگاهانه می باشند، گویی جادوگران سیاه چشمان آنها را کاملاً بسته اند. مردم آمریکا در راستای اهداف کپیتهلیستی سرمایه داران توسط طراحان محصول (طراحان صنعتی) و رسانه ها (مدیا) تحمیق شده و می شوند و فاقد هر گونه تفکر مستقل فردی و قضاوت نقادانه شخصی در خصوص امور زندگی و اقتصادی، وقایع جهانی و شناخت نیازهای واقعی می باشند.

Black and White Witches

A considerable number of designers are active in the United States, who can be divided into two categories, namely product designers and media designers; both groups pursue the same capitalistic and economic goals, which involve taking the consumers under control. Every company with various products (home appliances, medicine, building materials, auto sector, garments, and food industry) needs to keep costumers happy with paying up big sums of money in exchange for the services and products they receive. This can be directly related to the idea of adding illusion to the design of some products (for example, Coca Cola added caffeine to its products to make sure that customers become addicted and run back to store shelves for more cola). It could also be done by media designers.

Media outlets (papers, websites, and other multimedia sources) also move along the same direction to push forward the unending goals of their capitalist bosses. Surveys show that there is a more intense consumerism going on among the American people in comparison with those in other nations. The Americans have much less choices in conscious selection of their products and services, as if some black witches have blindfolded them with black magics so that no one could see the reality. The American people have been tricked by product designers (industrial designers) and the media to follow capitalists' goals; they lack any intellectual independence or the power for critical judgment over their economic and personal affairs as well as other features that they need for discovering the reality.





اینها طراحانی هستند که آنها را "طراحان تعیین کننده خط مشی" می نامند. این طراحان رسانه برای سایر رسانه های کوچک نیز چهارچوبی را تعریف می کنند که مطابق آن عمل کنند. بیشتر آنها با شرکت و کارخانه های بسیار بزرگی ارتباط دارند یا در کل متعلق به شرکت هایی همچون جنرال الکتریک و وستینگ هاوس هستند. این رسانه ها شیوه فکر کردن مردم را تعیین می کنند و به آنها می گویند چگونه به مسائل بنگرند. در جامعه آمریکا امکان "فرد" بودن و مستقل بودن به حداقل ممکن کاهش یافته است و انسانها به کمک رسانه های در دست سیستم سرمایه سالار به صورت دسته های بزرگ و گله هایی در آمده اند که باورها و گرایش های مورد نظر صاحبان این رسانه ها به آنها القا می گردد. طراحان، گرافیستهای، رسانه ای ها، فیلم سازان، هنرمندان، مطبوعات، شبکه های مختلف اینترنتی و تلویزیونی در آمریکا ابزار دست صاحبان شرکتها و سرمایه داران هستند. در اسناد کنگره به نقل از اسکار کالوای چنین آمده که " در مارس ۱۹۱۵ صنایع وابسته به گروه ج. بی. مورگان و فولاد، کشتی سازی و سازندگان پودرها و شعبات آنها، دوازده بلند پایه در جهان مطبوعات را گرد آوردند و آنها را برای انتخاب با نفوذترین روزنامه ها در ایالت متحده و تعداد مورد نیاز جهت اعمال کنترل بر سیاست نشریات روزانه ایالات متحده به خدمت گرفتند. این دوازده نفر دست به کار شده و ابتدا ۱۷۹ روزنامه را انتخاب کردند، سپس با استفاده از روش حذفی، آنهایی را که برای کنترل سیاست کلی مطبوعات در سراسر کشور لازم بودند انتخاب کردند. آنها دریافتند که فقط کنترل ۲۵ روزنامه بر تیراژ کافی است. روی ۲۵ روزنامه توافق شد. افرادی برای خرید سیاست ملی و بین المللی این روزنامه ها اعزام شدند و توافق کردند تا سیاست این روزنامه ها در قبال پرداخت مقرری ماهانه خریداری شود. سپس برای هر روزنامه یک سردبیر گماشتند تا به طور مناسب بر آنها نظارت کرده و اطلاعات مربوط به سیاست های نظامی، اقتصادی که از دیدگاه منافع خریداران سیاست حائز اهمیت بود را ویرایش کنند. این سیاست شامل سرپوش گذاشتن بر هر چیزی که با امیال خریداران سیاست در تضاد بود نیز می شد."

Such designers are called "policy-making designers". They define frameworks for smaller media making them to follow the same path. Many of them have close links with major companies or even are owned by giant firms such as General Electric or Westinghouse Corporation. These media outline the way people think and tell them how to look at things. In the American society, the possibility of "individuality" and independence has been reduced to the minimum level possible, and the media which are in the hands of the capitalist system, have turned people into large groups and flocks, who have been largely induced by the beliefs and attitudes sought by the owners of those media. Designers, graphists, media outlets, film makers, artists, the press, and the Internet and television networks in the United States are the pawns of big corporations possessed by capitalists. The documents retrieved from the US Congress, quote Oscar Callaway as saying, "In March 1915, the J.P. Morgan interests, the steel, shipbuilding, and powder interest, and their subsidiary organizations, got together 12 men high up in the newspaper world and employed them to select the most influential newspapers in the United States and sufficient number of them to control generally the policy of the daily press. These 12 men worked the problem by selecting 170 newspapers, and then began, by an elimination process to retain only those necessary for the purpose of controlling. They found it was only necessary to purchase the control of 25 of the greatest papers. An agreement was reached; the policy of the papers was bought, to be paid for by the month; an editor was furnished for each paper to properly supervise and edit information regarding the questions of preparedness, militarism, financial policies, and other things of national and international nature considered vital to the interests of the purchasers."





در بسیاری موارد نیز گروه های مالی و محافل بانکداران و صاحبان صنایع بزرگ خود اقدام به تاسیس نشریات می کنند و با استفاده از سیاست های پیچیده و مکارانه اغراض سیاسی، اقتصادی و منافع خود را دنبال می نمایند. جان سوینتون سردبیر اسبق نیویورک تایمز در این مورد می گوید " اگر نشریات شهرهای کوچک را استثنا کنیم چیزی به نام مطبوعات مستقل در آمریکا وجود ندارد. " این وابستگی به محافل مالی در خصوص شبکه های تلویزیونی و اینترنتی نیز وجود دارد که به شکلی پیچیده زیرکانه به نفع زرسالاران آمریکایی اداره می گردند، و البته طراحان صنعتی که در کارخانه ها و شرکتها کار میکنند نیز به طور مستقیم مشغول طراحی محصولات می هستند که با ایجاد توهم خریداران را جذب نمایند. درباره قدرت طراحان رسانه، کوین آلفرد استرم محقق، نویسنده و فعال آمریکایی در زمینه مسائل سیاسی اجتماعی در مقاله خود با عنوان "قدرت و مالکیت رسانه" چنین می گوید "مدیریت اخبار و برنامه هایی که در تلویزیون و اینترنت به ما نشان می دهند چنان ظریف و ماهرانه است که هیچ کس را قدرت نیست که آنرا باور نکند. برای مثال جادوگرانی [طراحان] که سازنده برنامه های مدیا هستند می دانند که در یک گزارش خبری، تبلیغ تلویزیونی یا اینترنتی بر کدام بخش ها باید تاکید کنند، کدام بخش ها باید کم اهمیت جلوه کند و از همه مهمتر روش گزارش، انتخاب کلمات، تن صدا و حالت صورت گزارشگر یا بازیگر تیزر تبلیغاتی، انتخاب تصاویر تاثیرگذار، همگی بطور پنهانی ولی بصورت عمیق بر شیوه تفسیر ما از چیزی که می بینیم یا میشنویم تاثیر می گذارد. آنها با بکار گیری تکنیک های پیشرفته روانشناختی، فکر و عقیده ما را رهبری می کنند تا جایی که ما را با ارزش های فرهنگی و اقتصادی خودشان هماهنگ می کنند. " نفوذ سرمایه سالاری آمریکایی از طریق طراحان صنعتی و طراحان رسانه به شکلی کاملا سیستماتیک در جهت غفلت زایی، نیاز پروری کاذب، ایجاد توهم و تحمیق عمومی مردم به گونه ای اعمال می شود که رشد مستقل و منفرد شخصی به نوعی خطر کردن و حرکت برخلاف جریان آب تبدیل می شود که کسی را یاری چنین گزینشی نیست.

In many cases, financial groups, circles of bankers and major industrial owners embark on launching their own publications and try to pursue their political, economic selfish goals through sophisticated plots and plans. John Swinton (1829–1901), a Scottish-American journalist and the editor of New York Times once said, "There is no such a thing in America as an independent press, unless it is out in country towns." Such dependence on financial circles can also be related to the television and Internet networks, which are intricately arranged in favor of American zealots, and of course, industrial designers working in factories and companies are also directly involved in designing products that seek to attract buyers by creating illusions. Kevin Alfred Strom, an American researcher, author and national activist, in his article "Power and Media Ownership", writes that "the news and other programs shown to us in the television and the internet are so subtly managed that no one can believe what powers are behind it. For example, magicians [designers] who create media programs, know which parts should be highlighted in the news, and TV advertisement or the internet, which parts should be of less importance, and most importantly, they now what the reporting method, the choice of words, the tone and the face of the reporter and the face of theater advertiser should be like. They know the selection of impressive images, all covertly, but deeply affect our way of interpreting what we see or hear. By employing advanced psychological techniques, they lead our thinking and belief to the point where they coordinate us with their own cultural and economic values." The influence of the American capitalism through industrial and media designers is applied systematically to create negligence, false demands, to bring illusions to people in such a way that they will think individual growth is some kind of risk and swimming against the tide.





کوبین آلفرد استرم در جایی دیگر از مقاله خود می گوید "آمریکایی هایی که اوقات زیادی را تحت تاثیر القاهای رسانه ها هستند به سختی می توانند میان موقعیت ها [و نیازهای] غیر واقعی و واقعی فرق بگذارند. برای تمام آمریکایی ها جهان واقعی با واقعیت های غلطی که تلویزیون نمایش می دهد جایگزین شده است و به نیاز فوری آنها برای سازگار شدن با این واقعیت غلط باید پاسخ داده شود. بنابراین هنگامی که یک نویسنده [و طراح] برخی عقیده ها و رفتارها را از طرق شخصیت های تلویزیونی [، طراحی های تبلیغاتی و طراحی های محصول] تأیید و بقیه را رد می کند، برای پیروی از نگرشهای خود به میلیونها بیننده [برنامه تلویزیونی، تیزر تبلیغاتی، بسته بندی محصول و پیکره محصول] فشار شدید وارد می آورد."

ماکسیم گورکی، پس از سفر به آمریکا در اوایل قرن بیستم این کشور را "شهر شیطان زرد" نام نهاد. اکثر جاذبه های این کشور مبنایی شیطانی دارد. آمریکا سرزمین جذابی برای مصرف گرایان است؛ جاذبه هایی که بی محتوا و توخالی است، پر از زرق و برق و لعاب ولی بی بنیان، که البته خود این نشان جادویی شیطانی است. جهانی که جادوی سیاه می آفریند. محصول یک توهم و پندار غیرواقعی است. تمام جاذبه های آن وهم آلود است. حاصل پنداری است که در لحظه ای هست ولی بعد از مدتی خود مصرف کننده متوجه وهم بودن و پوچ بودنش می شود.

آمریکا سرزمین سیطره شرکتها و کارخانه های تولیدی محصولات، صنایع نظامی، بانک های بین المللی و شرکت های بزرگ فراملیتی است. در سال ۱۹۹۵ تنها ۲۹ شرکت آمریکایی، صاحب دو سوم سرمایه گذاری های آمریکا در جهان بودند. بر اساس نگاه آنها فاصله بین فقیر و غنی یک امر طبیعی است. در چهارچوب نظام آنها جستجوی عدالت و برابری امریست که با سود آوری و منطق سرمایه داری ناسازگار است و هر کسی که خلاف منطق سرمایه داری فکر کند مخالف "نظم جهانی" است.

Elsewhere in his article, Strom writes, "Americans, who are exposed by media inducements for a long time, can hardly differentiate between unrealistic and realistic situations. For all Americans, the real world has been replaced by the false truth that the television displays, and their urgent need to respond to this false reality must be answered. So, when a writer [and designer] denies certain beliefs and behaviors through television personages [advertising designs and product designs] and, they have to bring severe pressure to millions of viewers [TV shows, promotional video clips, product packaging, and product shape] to follow the intended attitude."

After a trip to the United States in the early 20th century, Maxim Gorky called the US "The City of the Yellow Devil". Many attractions in the US have an evil base. The US is an attractive land for consumerism; the empty and hollow attractions that are full of baseless glamour, which of course, is a magical sign of the devil. A world that creates black magic. The product is an illusion and an unbelievable thought. All its attractions are hallow. It leads to a thought that exists at a moment, but after a while, the consumer becomes aware of its reality and its absurdity (Jaafarnia, 2017).

The United States is the land of overwhelming companies and factories manufacturing products, military industries, international banks and transnational corporations. In 1995, two thirds of US' investments in throughout the world was owned by only 29 American companies. In their view, the distance between the poor and the rich is a normal thing. Within the framework of their system, the pursuit of justice and equality is incompatible with the profits and the logic of capitalism, and anyone who thinks contrary to the logic of capitalism is opposed to the "World Order".





در نظم جهانی که آمریکا در سر دارد کپی‌تالیزم فرمان می‌راند و انبوه عظیم مردمان استثمار می‌شوند و طراحان موظفند شرایط را در اذهان مردم مصرف‌گرا و کارگر به عنوان وضع مطلوب جلوه دهند، بدین وسیله تداوم سلطه سرمایه‌داران را ممکن می‌سازند. ما میدانیم در طراحی معناگرا، عملکرد معنایی نشانه‌ها، دامنه‌ای را برای طراحان فراهم می‌کند تا پیام روشنی را از طریق شکل محصول و یا برنامه تبلیغاتی ارائه دهند. اما با این روش دریافت‌کننده نمی‌تواند پیام را بخواند، فقط آن را احساس می‌کند و به طور ناخودآگاه آن را می‌پذیرد و سپس طراحی را دنبال می‌کند. به همین دلیل است که میتوان طراحی معناشناسی را دانش جادوی مدرن نامید. در دوران مدرن، در زمینه طراحی محصول، مردم این جادوگران را طراح خطاب می‌کنند. اصطلاح «جادو» برگرفته از نام عالمان پارسی باستان به نام Magosh است که آیینی سنتی به نام Mageia داشتند که بعدها Magika نام گرفت و در نهایت عملاً به معنی خارجی، غیرمومن یا مراسم نامشروع شناخته شد. بعدها این نوع مراسم به مراسم سرگرم‌کننده با اهداف تجاری تغییر یافت. با انقلاب صنعتی و تولید انبوه محصولات و بازاریابی در آن، استفاده از جادو باز دیگر تغییر یافته و از مراسم سرگرم‌کننده به استفاده در طراحی محصول برای کنترل تصمیم‌کننده تبدیل شد و سپس برای کنترل مردم به رسانه‌ها آمد. به این ترتیب طراحان (توهم‌آفرینان/جادوگران) از زمان باستان تا عصر حاضر بسیار فعال بوده‌اند تا مردم را به اطاعت هدایت کرده و آنان را به پیروان خود تبدیل سازند. از جایی که بشریت به قدرت بالاتر اعتقاد دارد، استفاده از سحر و جادو، طلسم‌ها، نفرین‌ها و افسون‌ها به طور گسترده‌ای در سراسر فرهنگ‌ها وجود خواهند داشت. تعدادی از متون بانفوذ جادو در طول قرن‌ها توسعه یافته‌اند، بسیاری از آن‌ها کتاب‌های انتخابی جوامع مخفی و پادشاهانی شده‌اند که به خوبی در زمانه کنونی جا باز کرده‌اند. همانطور که آن را در سیستم مخفی فراماسونری دولت آمریکا می‌بینیم که از سحر و جادو استفاده کرده و حتی برای مراسم سحر و جادوی خودشان از قربانی کردن نیز رویگردان نیستند.

In the global order in which America is in power, capitalism is commanded and the majority of people are exploited, and designers must place the conditions in the minds of the consumer and worker as a desirable situation. Thereby, allowing the capitalists to continue their domination. We know the semantic function of signs provides scope to the designers to communicate a clear message through the form of product or the TV program or advertisement. But in this way the receiver cannot read the message but just feels it and unconsciously accepts the message and then follows the design which is the reason that we can call “design semantics” as the knowledge of modern magic. In the modern era in the field of product design, people call these magicians, ‘Designers’. The term ‘Magic’ derives from the name of the Persian priests called ‘Magosh’ who derived rituals which came to be known as ‘Mageia’, and then ‘Magika’ which eventually came to mean any foreign, unorthodox, or illegitimate ritual practice. Later, these kind of rituals changed to the entertainment shows for business purpose. By industrial revelation and its mass production of products and its marketing, usage of magic again changed from entertainment show to use in product design to control the consumer decision and later it went to media to control people. In this way, designers (illusionists/magicians) have been very since the ancient times to the present to lead people into obedience or turning them into adherents. As humanity has beliefs in a higher power, the use of magic, spells, curses, and incantations will widely feature across the cultures. A number of influential texts of magic were developed over the centuries, many of which became the books of choice for secret societies and kingdoms that endured well into current time as we see it in the US governmental secret system of freemasonry which uses magic even if they do sacrifice for the ritual of their magic (Jaafarnia, 2017).





در اینجا ما ابتدا پنجره‌ای به روی جادو در دنیای سنتی باستان می‌کشاییم. باستان‌شناسان دائما اشیاء طراحی شده برای جادو را متعلق به دوران باستان کشف کرده‌اند، اشیایی که در گذشته در مراسم «جادوی اتصال» مورد استفاده قرار می‌گرفتند. «جادوی اتصال» باستانی تماما به صورت طلسم‌هایی بود که از طریق نشانه‌های نقاشی شده عمل می‌کردند. در دنیای باستان اجرا کنندگان جادو به طور عمده برای حکمرانان در ایران باستان، مصر، هند، چین، یونان و رم کار می‌کردند. کارشناسان جادو باور داشتند که «طلسم‌های اتصال» فرمول‌های شناخته شده‌ای داشته و برای دو طرف یعنی خدا و مردم مورد استفاده قرار می‌گرفته و سپس آن‌ها را برای عمل و نتیجه به همدیگر متصل می‌ساختند. آن‌ها از طلسم‌ها به نفع پادشاهان استفاده می‌کردند تا آن‌ها بتوانند از طلسم اتصال برای پیروزی‌های آینده در جنبه‌های مختلف زندگی استفاده کنند، مثلا تضمین یک ازدواج موفق با یک شریک جدید یا دیگر موفقیت‌ها چون شکار حیوانات، کسب تجارت، کنترل مردم، امور شخصی یا حتی انتقام. نکته جالب اینجاست که ما ریشه این نوع جادو را در نقاشی‌ها روی دیوار غارها می‌بینیم که برای اهداف جادویی برای دعوت از حیوانات برای شکار طراحی شده‌اند. در واقع تمام جادوگران در گذشته طراح بوده‌اند. پادشاهان اعلام قدرتمند طراحی شده توسط جادوگران (توهم آفرینان) را استفاده می‌کرده‌اند. مانند اشیاء یافت شده در سوریه، طلسم‌هایی که اغلب تا زمان مرگ پادشاه به دور پادشاه حمل می‌شده‌اند. آن‌ها طلسم‌هایی را طراحی کردند که مرتباً هنگام حفاری‌های باستان‌شناسی به لوازم مرسوم کشف شده در گورهای باستانی تبدیل شدند. آن‌ها سنگ طلسم‌های نمادینی را می‌پسندیدند که به گونه‌ای طراحی شده بودند که خودشان حامل طلسم و جادو باشند. در سال ۲۰۱۱، باستان‌شناسان سنگ طلسمی در قبرس کشف کردند که افسون پالیندرومیک روی آن حک شده بود. در سال ۲۰۰۸ نیز باستان‌شناسان سوئیدی یک طومار طلایی داخل یک کپسول طلسم نقره‌ای کشف کردند که تصور می‌شد متعلق به دوران روم باستان باشد. سنگ طلسم‌های طراحی شده توسط جادوگرانی که آن‌ها را با کتیبه‌ها و افسون‌های جادویی با نیت خاص خودشان پر می‌کردند، هر چند ظاهری تزئینی داشته‌اند اما به نظر می‌رسد محتویات آن‌ها برای معتقدان به آن‌ها به منزله مرگ و زندگی بوده‌اند.

Here first we provide a window into the magic of the ancient traditions. Archaeologists always discovered objects designed for magic in the ancient times which they used in 'binding magic' rituals in the past. In ancient times 'binding magic,' it was all about the spells through drawing signs. Practitioners of magic were working mainly for kings in ancient Persia, Egypt, India, China, Greek and Rome. As their magic experts used to believe, binding spells had known formulas and named involved parties, like God and people, and then connected them to actions or results. They used spells to 'bind' for the benefit of the kings who could use a binding spell to invoke an upcoming victory in every aspect or ensure their happy marriage to a new partner (related to love) or other outcomes such as hunting animals, business, controlling people, personal affairs and even revenge. The interesting point here is that we see the root of this kind of magic in the paintings on the wall of caves which were designed for magical purpose to invite animals for hunting. Actually all magicians were designers in the past. Kings used powerful signs designed by magicians, like the objects found in Syria, the spells were often carried around with king until he came to pass. They favored amulets with symbolism which were designed to carry spells, themselves. In 2011, archaeologists discovered an amulet in Cyprus that was engraved with a palindromic spell, and in 2008, Swiss archaeologists found a gold scroll in a silver amulet capsule thought to have belonged to the ancient Roman era. Amulets may have looked decorative, but their contents felt like life and death to believers, designed by magicians to fill these scrolls and talismans with their intentions (Jaafarnia, 2017).





یکی از سنت‌های جذاب‌تر و تلخ جادوی باستان «لوح‌های نفرین شده» بوده‌اند. این‌ها در مواردی که به مردم ستم روا می‌شد، بر روی سرب، موم یا سنگ نوشته می‌شدند. لوح‌های نفرین شده را می‌توان به عنوان شیوه‌های «تخریب» در دنیای باستان مشاهده نمود. به این معنی که اگر کسی به پادشاه بی احترامی می‌کرد یا به او صدمه می‌زد، جادوگر او می‌توانست آن‌ها را نفرین کند. جادوگران قدرتمند برای پادشاهان کار می‌کردند که می‌توانیم آن‌ها را به دو دسته تقسیم کنیم: (۱) جادوگرانی که دنباله روی جادوی سفید بودند و قدرتش را در راه خوب استفاده می‌کردند. (۲) جادوگرانی که جادوی سیاه و افسون‌های مخرب انجام می‌دادند. اگرچه دانش و قدرت به دست آمده یکی بود اما شیوه‌هایی که آن‌ها از قدرت‌هایشان استفاده می‌کردند میان این دو گروه متفاوت بود.

در دوران مدرن، جادوی دوران باستان به جادوی مدرن تغییر یافته، و این درحالی است که سحر و جادو را جادوگران از طریق هنر انجام می‌دهند، که این به جنبه‌های متعددی تقسیم می‌شود. جادوگران جادو را از طریق موسیقی، فیلم، رسانه، تلویزیون، طراحی محصول و رشته‌های هنری دیگر انجام می‌دهند و ما آن‌ها را موسیقی‌دان، فیلم‌ساز، طراح و اسامی دیگری خطاب می‌کنیم تا نام جادوگری را مخفی سازیم، با این حال فراموش نکنیم آن‌ها کسانی هستند که مردم را به صورت فیزیکی و روانی مورد کنترل قرار می‌دهند. برای مثال، در متون تاریخی به فیلسوف پارسی ابونصر محمد بن محمد فارابی اشاره شده است. (او در زمینه‌های فلسفه سیاسی، متافیزیک، اخلاق و منطق مطلب نوشته است. او همچنین یک دانشمند، کیهان‌شناس، ریاضیدان و موسیقیدان بوده که به خاطر تسلط خود بر متافیزیک شناخته شده می‌باشد). روایتی درباره سفر او به شام برای دیدار حاکم آمده است. که او توانسته تمامی مردم در یک گردهمایی اجتماعی را با موسیقی کنترل کرده، آن‌ها را به گریه انداخته و بعد سبب خنده آنها شود و در پایان آن‌ها را به خواب فرو برد. فارابی کتابی درباره موسیقی با عنوان «کتاب موسیقی» نوشته و در آن اصول فلسفی درباره موسیقی، قابلیت‌های کیهانی و تأثیرات آن را ارائه داده است.

One of the more charmingly bitter traditions of ancient magic were 'cursed tablets' spells written on lead, wax or stone that laid out the ways in which people had been wronged. Think of cursed tablets as the takedowns of the ancient world. If someone disrespected or harmed the king, his magician could curse them. The powerful magicians were working for kings; which we can divide into two categories.

- 1- Magicians who follow the white magic, they use their power for good purposes.
- 2- Magicians who follow black magic and malicious spells. Although the knowledge and achieved power is the same but the ways they use their power is divided between these two groups.

In modern era, ancient magic has been transformed to modern magic as conjuring and magic changed with modern magicians perform magic through art, and it has been divided into many aspects. Magicians perform magic through music, film, media, TV, product design and other artistic aspects but, we call them musicians, filmmakers, designers, and a number of other names to hide the name of the magician, but again they are believed to control people physically. For instance, it has been mentioned in the historical texts about the Persian philosopher Abu Nasr Muhammad ibn Muhammad Farabi (who wrote in the fields of philosophy of politics, metaphysics, ethics and logic. He was also a scientist, cosmologist, mathematician and musician who was known for his dominance over metaphysics; and the story is related to the time when he traveled to Sham. He could control all the people in the social gathering (party) to cry first then to laugh, and at the end to sleep. As Farabi wrote a book on music titled Kitab al-Musiqa (The Book of Music) he presented philosophical principles about music, its cosmic qualities, and its influences.





او همچنین یک رساله در معانی عقل نوشته که به موسیقی درمانی پرداخته و اثرات درمانی موسیقی بر روح را مورد بحث قرار داده است. من معتقدم که او طراح و جادوگر سفید بزرگ و خوشنامی نیز بوده، از آنجایی که بر موسیقی و علم الاعداد تسلط داشته و کتبی چون "فی وجوب صناعه الکیما"، "اغراض ما بعدالطبیعه ارسطو" و "رساله فی اثبات المفارقات" را به تحریر در آورده است. خوانندگی جادوگر سیاه، اندی در سال ۲۰۱۹ در مراسم دامادی پسر خاوری می‌تواند مثالی دیگر باشد که بر فکر و ذهن میهمانان اثر گذار بود تا رفتار میهمانان را برای ساخت یک فضای مناسب و دلخواه خاوری هدایت کند تا کسی به دزد بودن پدر داماد فکر نکند. حال اجازه دهید بیشتر درباره طراحان صحبت کنیم، جادوگرانی که (مردم آن‌ها را طراح خطاب می‌کنند) توهم را از طریق طرح‌هایشان ایجاد می‌کنند. طراحی‌های جادویی آن‌ها، هنر جادو را برای کمک به سرمایه‌داران در بدست آوردن پول بیشتر تغییر داده است. آن‌ها مصرف کنندگان را برای رفتن به مغازه‌ها کنترل می‌کنند و آن‌ها را تنها برای انتخاب محصول طراحی شده خود ناخواسته و ناخودآگاه هدایت می‌کنند. این طراحان، طراحان جادو هستند، آن‌ها توهم آفرینان می‌باشند. این روزها آن‌ها از هنر و همچنین فن آوری برای انجام توهم آفرینی و کنترل برده‌های مدرن (مصرف کنندگان) استفاده می‌کنند و به نظر می‌رسد آن‌ها را کاملاً هیپنوتیزم کرده‌اند. مصرف کنندگانی که یک قفل نامرئی بر ذهنشان دارند که با بهره‌گیری از آن، سرمایه‌داران و تولید کنندگان، آن‌ها را کنترل می‌کنند، درست مانند دوران باستان که شاهان برای کنترل مردم از جادوگران استفاده می‌کردند. امروزه طراحان، هنرهای خلاقانه خارق‌العاده‌ای همراه با درک روشنی از نشانه‌ها و دانش معناشناسی طراحی و پارامترهای دیگر دارند که در ایجاد هر کالای دارای توهم کمکتشان می‌نماید و مهمتر از همه اینکه درک و اشتیاق استفاده از طراحی احساسگر، این فرصت را برای این استادان ایجاد می‌کند که کالاهایی را طراحی کنند که می‌تواند ذهن مشتریان را کنترل کرده و طرح‌ها را به نمایش‌هایی جادویی تبدیل کند که از نظر بصری قانع کننده باشند.

He also wrote a treatise on the meanings of the intellect, which dealt with music therapy and discussed the therapeutic effects of music on the soul. Therefore I also believe he was a great designer and a great white magician as he had dominance on music and numerology, also he has written many books related to superpower invisible beings, Metaphysics and Alchemy. Singing of black magician Andy in Mahmoud Reza Khavari's son wedding ceremony in the year 2019 could be another example that was effective on guests thoughts in order to lead guests' behavior to build a suitable and desirable space for Khavari, to avoid thinking about the the groom's father corruption who was a banker and a great thief. Now let's talk more about designers. These magicians (which people call as designers) make illusion through designs. Their ground magic designs have changed the art of magic to help capitalist to earn more money. They control consumers to go to the shops and lead them just to select their designed product involuntarily and unconsciously. These designers are designers of magic, they are illusionist. These days they use art as well as technology to do illusions and control the modern slaves (consumers) whom they seem to mesmerize completely. These consumers have an invisible lock on their minds which controls them, benefiting the capitalist and the manufacturers. Like in the ancient time, kings used to control people through magicians, today designers have remarkable creative skills with a clear understanding of signs and knowledge of design semantics and the parameters involved in each product illusion, More importantly, their keen design sensibilities make them a master collaborator, allowing them to design products that can control the minds of clients and transform designs into magical stunts which are visually compelling (Jaafarnia, 2017).





ما می‌بینیم که بازارها پر از محصولاتی هستند که یک نفر آن‌ها را طراحی کرده است. در بازار مشاهده می‌کنیم که مصرف‌کنندگان پولشان را صرف محصولات بسیاری می‌کنند که حقیقتاً نیازی به خرید آن‌ها ندارند.



دیدگاه تجربی در مورد نحوه خرید مصرف‌کنندگان بیان می‌دارد که مصرف‌کنندگان در بعضی از مواقع بر اساس تصمیم‌گیری کاملاً عقلایی خرید نمی‌کنند، در مقابل آنها گاهی تنها بر اساس خیال پردازی و هیجانات و احساسات خلق شده توسط طراح، مبادرت به خرید کالا می‌کنند. در این مورد طراح با طرح خود احساسات عاطفی قوی را در بیننده خلق می‌نماید تا یک خرید بی برنامه را که بر هر گونه تفکر عقلایی چیره گردیده را بوجود آورد. حالت عاطفی مزبور مستقیماً منجر به بروز یک رفتار شده بی آن که شخص به طور جدی درباره خرید فکر کرده باشد و این زمانی اتفاق می‌افتد که افراد در معرض نشانه‌ها و علائم طراحی شده توسط جادوگر (طراح) قرار می‌گیرند و آنها را از طریق حواس و گیرنده‌هایشان دریافت می‌کنند، به آن توجه می‌کنند و در نهایت بر اساس داشته‌های تجربی در فکر و ذهن آن را تفسیر کرده تا معانی‌شان را که رفتارشان را کنترل می‌کند درک نمایند.

این از طریق سازمان ادراکی صورت می‌گیرد که فرایندی است که خریدار در جهان دیداری خود اشکال و علائمی را دریافت کرده و آنها را درک می‌نماید. خود این درک نیز بر اساس تفسیری است که طی آن بیننده تجربیات و خاطرات و انتظاراتش را مرور کرده تا به محرک معنا دهد. توجه داشته باشید که " ادراک ذهنی" خریدار از نشانه‌های نهفته بر طرح جادویی محصول است که او را در راستای خواست و فرمان طراح هدایت می‌کند، نه واقعیت و کیفیت محصول. در این راستا قرار دادن استفاده‌کنندگان در معرض علائم و نشانه‌ها است که معانی جادویی را به فرد انتقال داده، رفتار آنها را کنترل می‌کند.

We see that the markets are full of products which somebody designed. In the market we see consumers spend their money for many products which they really do not need to buy.

Experimental viewpoint are talking about the ways consumers buy things without being based on a perfectly logical decision; instead they purchase goods only based on the emotions, excitement, feelings and fantasy created by designer (Holbrook & Hirschman, 1982). In this case designers create a strong mindless reactive behavior in the viewers with his design to make an unplanned shopping which can dominant any rational thinking. Such emotional state directly leads consumers for the occurrence of a behavior in which consumers seriously think about buying. This happens when consumers are hypnotized by signs designed by magician (designer) and excites their senses, making them pay attention to the product and at the end based on these experiences he interprets and perceives meanings which control their behavior.

This happens through perceptual organization which is a process in which buyers in his visual world receive signs and perceive them. This perception is also based on his interpretation when the viewer reviews his past experiences, memories, expectations and desires to give meaning to motivated signs. One should pay attention that 'subjective perception' of buyer out of planted signs on magical design of product leads buyers to what the designers expect; and not based on objective reality and quality of product (Tom et al., 1987). This way of putting users in front of exposed signs and symbols of design transfers the magical meaning to the viewers' minds and controls their behavior (Jaafarnia & Mokashi Punekar, 2015).





حال طراحان از طریق بکارگیری نشانه‌ها می‌توانند مبادرت به انتقال و القاء اطلاعات مرتبط با محصول به مصرف‌کننده نمایند و البته این اطلاعات می‌تواند واقعی (جادوی سفید) یا غیر واقعی (جادوی سیاه) باشد تا خریدار را مجاب به خرید نماید. بنابراین طراح (جادوگر) برای کنترل هرچه بهتر مردم از لحاظ عاطفی و رفتاری باید فهمی از معانی مشترک نشانه‌های گوناگون داشته باشد. که به گفته جوهان وون اینکه شرکتها به کمک طراحان، مصرف‌کنندگان را شکار کنند ممکن است غیر اخلاقی باشد. در سال ۱۹۵۷ تماشاگران یک فیلم سینمایی در نیوجرسی آمریکا در معرض علائم و پیامهایی قرار گرفتند که بیان "کوکاکولا بنوشید" را به آنها القاء می‌کرده است. این علائم و نشانه‌ها به گونه‌ای بین فریم‌های فیلم قرار گرفته بودند که سریع نشان داده شدند و بینندگان به صورت آگاهانه آنها را متوجه نشدند که در معرض پیام قرار گرفته‌اند. موسسه‌ای که این پیام جادویی را طراحی کرده بود ادعا نمود که فروش کوکاکولا به طور چشمگیری افزایش یافته است. در موردی دیگر تحقیقات نشان داده طراحی فرم شنیداری موسیقیایی ساخته شده توسط موسیقیدان و آهنگ‌سازی (جادوگر) توانسته رفتار خریداران را در فروشگاه کنترل نماید. در این مطالعه، خریداران فروشگاه سه حالت بدون موسیقی، موسیقی با گام کند و موسیقی با گام تند را تجربه نمودند. خریداران بسته به گام موسیقی تند یا کند حرکت می‌کردند و زمانی که موسیقی ملایم‌تر نواخته شد خریداران بر مبنای مقیاس روزانه ۳۸ درصد بیشتر خرید کردند. وقتی که از مصرف‌کنندگان درباره آگاهی‌شان از رفتارشان و موسیقی سوال شد، هیچ تفاوت معناداری حاکی از این که موسیقی آنها را جادو کرده و رفتارشان را کنترل کرده مشاهده نکردند.

بخش عظیمی از سازمان ادراکی را روانشناسان گشتالت که در اوایل قرن بیستم فعال بودند ارائه کردند. این افراد قوانینی را مطرح کردند که نشان می‌دهد چگونه دریافت محرک‌های گسسته توسط مصرف‌کننده است که باعث می‌شود طراحان بتوانند او را کنترل نمایند.

Now these designers, using signs, venture, transfer and induct information of the products to buyers; and these information can be real (used by white magic) or fake (used by black magic) to convince a buyer to purchase. Therefore for better control of people in terms of the emotional and behavioral experiences, designers (magicians) must have a good understanding of different signs and their common meaning (Mowen & Minor, 2008). Related to this Johan Ven mentioned, that through this kind of deal, companies use designers to hunt down consumers which might be unethical. In 1957, film audience in New Jersey were exposed to signs and messages that implied them to 'drink Coca Cola' inducing the audience to buy this product. These signs were shown between film frames which none of viewers would consciously notice but have been exposed to the message displayed very fast. The Institute designed this magical messages claimed that the sale of Coca-Cola had considerably increased (Mowen & Minor, 2008). In another case, research showed the music designed by music composers (magician) had been able to control the behavior of shoppers in the store. In this study, three kinds of melodic scale were tested on buyers 1) without music, 2) music with slow step 3) music with fast step. The buyers were walking slow and fast depending on the step of the music. When the music scale was to be played based on slow step, the buyers were buying 38% more daily; When they questioned the consumers relating to their understanding about their behavior and the music; no significant and meaningful difference could not be seen implying that music could control their behavior through its magic (Milliman, 1982; Jaafarnia, 2017). A huge part of the perceptual organization was presented by Gestalt psychologists, who were active in the early twentieth century. They put forward laws that show how the disjointed stimulus is received by the consumer, allowing designers to control him.

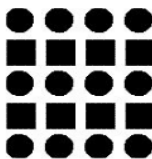




به این شکل که اشکال و فرم هایی که در معرض حسگرهای آنها قرار میگیرند درک شده و باعث کنترل آنها می شوند. یکی از قوانین ارائه شده آنها معروف به "سرنوشت مشترک" می باشد که بیان می کند عناصری که در یک جهت حرکت می نمایند فرض می شود به یکدیگر تعلق دارند. با دانستن برخی قوانین، شامل تشابه، مجاورت، خطای حسی و انسداد توسط طراحان، این که "چه چیزی با چه چیزی اتفاق می افتد" به آنها کمک می کند تا محرک های گسسته را در طراحی آگاهانه در راستای جادوکردن مصرف کننده کنار یکدیگر قرار دهند. برای مثال در طراحی بسته بندی آب میوه انبه وقتی طراح از تصویر یک انبه رسیده و شیرین (فرمز بودن میوه نشانه آن است) و آبدار (چاق بودن میوه نشانه آن است) استفاده می کند در اصل از قوانین مجاورت، انسداد و سرنوشت مشترک استفاده کرده است. یکی دیگر از حوزه های نظری گشتالت شامل تعیین نحوه تمایز بین شکل و زمینه در جهان دیداری توسط مصرف کننده می باشد. مثال " مرد یا زن" این اصل را نشان می دهد، در یک لحظه شکل بازگشت پذیر شبیه به صورت زنی می باشد. در لحظه ای دیگر تصویر شبیه به یک مردی می شود که در حال کشیدن چپق است می شود. در یک طرح تبلیغاتی مدیران میخواهند محصولاتی نسبت به پیش زمینه به شکلی نشان داده شوند که محصول (در قفسه فروش یا در چاپ تبلیغاتی) توجه بیشتری را نسبت به پیش زمینه به خود جلب نماید.



Example of Proximity



Example of Similarity



Example of Common Fate



Example of Familiarity



Closure



Example of Good Figure



Example of Good Continuation

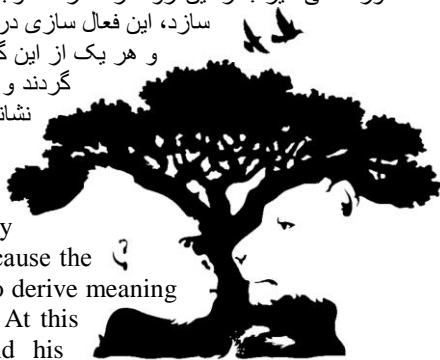
It happens in a way that the shapes and the forms exposed to their sensors are perceived and controlled. One of their proposed laws is known as the "common fate", which assumes the elements moving in one direction belong to one another. Knowing some rules, such as similarity, proximity, sensory error, illusion, and closure by designers, and knowing "what's happening with what" helps the designers to put different stimuli together in the deliberate manner to do their magic and attract the consumers. For example, in the design of mango juice package, when the designer uses the picture of ripe and sweet mango (the red color is a sign of the ripe fruit) and juicy (the hugeness of the fruit is a sign of being juicy), he basically applies the rules of proximity, obstruction and common fate. Another aspect of the Gestalt theory is to determine how the consumer distinguishes the shape background in the visual world. The example of "male or female" illustrates this principle, as at one moment, the reversible figure becomes similar to a woman. At another moment, the image looks like a man who is smoking pipe. Managers, in advertisements, want their products display in such a way to help the product attract more attention (in the store shelves or advertisements) than other features in the surrounding environment (Jaafarnia, 2017).





که همه این قوانین به طراحان کمک می کنند تا بدون این که مصرف کننده از جادو بودن نشانه ها آگاه شود بلافاصله با قرارگیری در برابر دید مصرف کننده، آنها را از کنترل خود خارج کرده و به کنترل طراح در آورد و در نتیجه تصمیم گیری آنها را تحت الشعاع قرار می دهد. چرا که در مرحله تفسیر "نشانه ها" مصرف کننده سعی میکند تا معانی لازم را از محرک به منظور تعیین نحوه واکنش خود استخراج کند. در این مرحله او از حافظه دراز مدت خود، دیده ها و تجربیاتش در مورد محرک موجود در "نشانه" (برای یافتن "منبع و مدلول") را در کنار انتظارش که "چگونه باید باشد" به خاطر می آورد تا بتواند آن را تفسیر کند. در نتیجه این آگاهی طراح از تمایلات و گرایشات مصرف کننده است که به طراح کمک میکند "نشانه" های مناسبی را در طرح بگنجاند تا مصرف کننده را در مسیر خواسته خود هدایت کند. برای مثال اگر مصرف کننده معتقد باشد که محصول باید از کیفیت بالایی برخوردار باشد این انتظار به طور نظام وار به جهت دار شدن طرح تبلیغاتی یا بسته بندی محصول، طراح را بر این میدارد تا از "منبع و مدلول" ی که این معنی را تداعی کند در کنار محصول (قانون مجاورت) استفاده کند که با نشان دادن متخصصینی که در امر تولید این محصول کارخانه مشغول کار و تحقیق هستند این اتفاق خواهد افتاد. حافظه معناشناختی به نحوه ذخیره سازی معانی کلامی (دالها) در کنار اطلاعات دریافتی از طریق حسگرها (منبع و مدلول) حافظه درازمدت اطلاق می شود. بر اساس یک نظریه، یادآوری اطلاعات از طریق شبکه معناشناختی به وسیله گسترش فعال سازی صورت می گیرد. از این رو اگر محرک موجود در طرح (نشانه) یک گره حافظه را در شبکه فعال می سازد، این فعال سازی در تمام شبکه گسترش می یابد و دیگر گره ها را فعال می سازد و هر یک از این گره های فعال شده بیان کننده خاطراتی هستند که یادآوری می کردند و باعث ارتباط برقرار شدن بین آن خاطره و محصولی که آن نشانه را داشته می گردد (قانون سرنوشت مشترک).

All of these rules help designers control the consumers without being even aware of the magic of the signs; as a result, they can easily undermine the user's determination. That is because the consumer, while interpreting the "signs," tries to derive meaning from the stimuli to determine how to respond. At this point, he recalls his long-term memory, and his experiences about the stimulus in the "sign" (to find "source and signifier") along with his expectations of "how should the product be", so that he can interpret the sign. As a result, the designers' awareness of the consumer's inclination helps them "place" signs in the design to lead the consumer in their intended direction. For example, if the quality is what matters to the consumer, the expectation systematically leads the designer to use the methods and tricks in the promotional plan to make the "source and signifier" designate such feature. This will occur alongside the product (proximity law), by showing the experts who are active in the production of the intended product at the factory (Jaafarnia, 2017). Semantic memory refers to the way verbal meanings (signifiers) are stored in memory along with the information received through sensors (source and the signified) of the long-term memory. According to a theory, the retrieval of information through the semantic network is conducted by the expansion of activation. Therefore, if the stimulus in the layout (signifier) activates a memory node in the network, this activation extends across the network and activates other nodes. Each of these activated nodes expresses the memories that are reminded and help to create a connection between that memory and the product carrying that sign (the law of common fate).





جالب است بدانیم که برای فهم انگیزش مصرف کننده، در راستای درک نیازها و تمایلات او که منجر به یک رفتار هدفمند می شود، شرکت‌های بزرگ همه ساله میلیاردها دلار صرف تحقیقات می نمایند تا بفهمند چگونه می توانند مصرف کنندگان را تحریک کنند تا تمامی محصولات مصرفی از اتومبیل گرفته تا پوشاک و خدمات درمانی را خریداری نمایند. در این راستا تحقیقات آنها نیز کمک میکند تا با طراحی داخلی هوشمندانه فروشگاه‌ها به خرید بیشتر کمک نماید. آرایش فروشگاه می تواند واکنش مصرف کنندگان و رفتار خرید را تحت تاثیر قرار دهد. این تحقیقات می گوید تا چگونه حرکت مصرف کنندگان را تسهیل کرده، به نمایش کالاها کمک میکند و به ایجاد حالت مکانی خاص کمک نماید. برای مثال جابجا کردن محل قرارگیری محصولات کمک میکند تا مصرف کننده محصول مورد نظرش را در جای همیشگی اش پیدا نکند و مجبور به گشتن به دنبال آن شود، که این امر کمک میکند تا مصرف کننده خریدهای بی هدف دیگری را انجام دهد. در مثال دیگر، قرارگیری راهروها وسط قفسه‌ها بر روند رفت و آمد موثر است. محل قرارگیری کالاها و بخش‌های مختلف بسته به رفت و آمد می توانند فروش را بطور چشمگیری تحت تاثیر قرار دهند. محل نصب صندلی‌ها نیز در فروش تاثیرگذار است. برای مثال طرح قرارگیری صندلی‌ها در پایانه‌های فرودگاهی به طوری طراحی می شوند تا از صحبت کردن مردم بطور راحت با یکدیگر جلوگیری گردد. صندلی‌ها به زمین پیچ شده اند و به گونه ای قرار گرفته اند که مردم نتوانند رودروی یکدیگر قرار گیرند و نتوانند از یک فاصله به راحتی با یکدیگر صحبت کنند. دلیل این آرایش ضد اجتماعی وسایل در فرودگاه‌ها برای این است تا مردم را به سمت بارها و رستورانها در فرودگاه که فضای خیلی راحتی دارد و مردم پول بیشتری در آنجا هزینه می کنند هدایت نماید. این طراحان سیاه رو (صورت) و سیاه رو (رونده در راه تاریک) محصولاتی را طراحی میکنند که یک توهم ایجاد میکند. تمام جاذبه‌هایی که این طراحان خلق میکنند وهم آلود است و بعد از مدتی استفاده کننده متوجه میشود که ظاهر محصول با باطن یکی نبوده است. شاعر و فیلسوف پارسی مولانا جلال الدین محمد بلخی رومی می گوید: "سر پنهانست اندر صد غلاف، ظاهرش با تست و باطن بر خلاف".

It is interesting to know that large corporations spend billions of dollars annually researching to understand the consumers' needs and desires and find a way to motivate them by goods in a wide gamut, including cars, clothing and healthcare products. In this regard, their research also helps for a clever interior design in the stores to make costumers buy their products. Shop design can bear significant impact on consumer reactions and their purchases. The researches show how to facilitate consumer moves, help display goods, and help create a specific location. For example, moving products in the shelves makes consumers not find the product they are looking for, so they have to search for their intended product, and consequently leads to purchases some other unnecessary items. In another example, placing corridors in the middle of the shelves is effective on the movement of consumers. The location of the various goods depending on the traffic in the store can significantly affect the sales. How the seats are positions in the store is also influential in sales. For example, the seats at the airport terminals are designed in a way to prevent people from speaking easily with each other. The seats are fixed to the ground so that people cannot face each other and cannot talk to each other easily. Such anti-social arrangement of equipment at airports is aimed at directing people to bars and restaurants at the airport and making them spend more money. These dark followers design products that create illusions. All of the attractions that they create are mystic and full of illusion; and after a while consumers notice the product appearance is not of the same quality (Jaafarnia, 2012). Speaking on this, the Persian philosopher Mewlana Jalal ad Din Muhammad Balkhi (Rumi) says, "It is a magical and hidden secret under hundred covers. From outside it looks good, but from inside the situation is quite contradictory."





وقتی در کنار طراحی صنعتی اخلاق وجود ندارد و اخلاقیات را فراموش کرده ایم، سعی داریم ظاهر محصول را بگونه ای طراحی کنیم که باطن آن را بپوشاند و کیفیت آن را بیشتر از باطن آن نشان دهد. این یعنی ظاهر ناهماهنگ با باطن است. که همه میگویند "ظاهر و باطن یکی نیست." طراح ظاهر محصول را طراحی میکند و بسته بندی جذاب برای آن طراحی میکند تا قیمت کالا را بالاتر ببرد، آن را ارزشمند تر نشان دهد (ارزشی که واقعی نیست) و استفاده کننده بی نیاز را جذب نماید. جوامع مصرف گرا سرزمین رفاه و آزادی و عدالت نیست. سرابی است که سرمایه داران و تولیدکنندگان ساخته اند و جوهر اصلی این سراب، در برانگیختن و تحریک دائمی قوای مصرف گرایان نفس آدمی در قالب های تنوع طلبانه و پرزرق و برق عمل می کند. این یک سرزمین پندارهای غلط و یک سراب وهم آلود است. ظاهر این سراب از دور پر از زرق و برق و جلوه گری و جاذبه است و وقتی به آن می رسیم، تمامی این جلوه گری ها مانند حباب در یک لحظه می ترکند و این ذات وهم آلود برخاسته از طبیعت شیطانی است زیرا شیطان در وهم بشر خانه می کند. تمام کسانی که در اس هرم کپیتالیزم هستند جادوگرند. تمامشان تمرینات جادوگری سیاه انجام میدهند و از طریق علائم و نشانه ها و ... خواسته هایشان را بر ما دیکته می کنند. وقتی نشانه ها و علائم جادوی کپیتالیزم را میبینیم بلافاصله ناخواسته جادو میشویم و از کنترل خارج و ناخواسته به راه باطل قدم می گذاریم. مهمترین ابزار آنها تلویزیون و اینترنت می باشد. برای مراقبت از خودتان که جادو نشوید خیلی سریع باید تلویزیون را خاموش کنید. این اصلاً کار سختی نیست. من و خانواده ام برای سالیان زیاد است که تلویزیون در خانه نداشته ایم. حتی در خانه ای که دانشگاه ما به داد تلویزیونی بود که ما آن را به انباری منتقل کردیم. در اینجا توهم طراحی بر روی مصرف کنندگان بسیار موفقیت آمیز است، چرا که آن ها معمولاً هنر، علم و روانشناسی را در هم آمیخته و یک طراحی منحصر به فرد ایجاد می کنند که شیوه های ادراک بصری، بویایی، لامسه، چشایی و شنیداری مصرف کنندگان را با خلق توهمات به چالش می کشند.

When no ethics is observed in the industrial design, and while we have forgotten morals, trying to design the appearance of the product in such a way to conceal its true self, this means the appearance is inconsistent with what is inside. In this situation, everyone says "the appearance and the inside are not the same". The designer designs the product and designs an attractive package to raise the price of the product and display it more valuable (a value that is not real), and attract the user who does not really need that goods. Consuming societies are not the land of prosperity, freedom and justice. The mirage they are living in is made by capitalists and manufacturers, and the main essence of this mirage is to continuously stimulate others to go on with their consumerism in diverse forms. This is a land of false beliefs and a messy mirage. The appearance of this mirage is full of glamour and glare and attraction, and when we arrive, all of them shatter in a moment just like bubbles; and this unclear nature emanates from a devilish nature, because the devil dwells in the humans' delusion. All those who are at the top of the Capitalism pyramid exercise black magic and dictate their intentions and desires to us through signs and symptoms. Seeing the signs of the magic of capitalism, we immediately become hunted unwittingly, and get out of control stepping unconsciously on the wrong path. Their most important tools are television and the Internet. You need to turn off the TV very quickly to take care of yourself. It is not hard at all. My family has not had any TV for many years. Even when we moved to the house the university had given us, we put the TV in the basement. Here the illusion of design is so successful on consumers. Since they usually blends art, science, and psychology into unique design that will challenge the way consumers think through visual, perceptual, aroma, touch, taste and audio illusions.





بررسی رفتار مصرف کننده نشان می‌دهد که درک مصرف کننده اغلب به شدت با کیفیت واقعی محصول متفاوت است. توهم طراحی، مصرف کنندگان را به خرید کالایی که او حقیقتاً نمی‌داند چیست دعوت می‌کند، حال آنکه آنچه حقیقتاً اتفاق می‌افتد رمزگشایی توهم طراحی است. در اینجا مصرف کنندگان نمی‌توانند کشف کنند که چگونه علم و روانشناسی در پس هر طراحی به ایفای نقش می‌پردازند. این توهمات مصرف کنندگان را در دنیایی دروغین غوطه ور می‌سازند که مصرف کننده در ذهن خود دارد. این نوع سحر و جادو و توهم از آغاز عصر سرمایه داری بوده است. در واقع آن‌ها زنجیرها را از پای مردم باز کرده و به ذهن‌ها آویخته اند. از نقطه نظر عصب شناسی، توهم به یک حوزه علمی تبدیل شده که تحقیقات و مطالعات زیادی درباره آن به ویژه در زمینه طراحی بصری انجام شده است. برای مثال ممکن است در میان ابرها صورت آدم ببینیم یا خودمان را متقاعد کنیم که یک شیخ دیده‌ایم.

توهم، علم و روانشناسی هر یک نقشی در فریب مصرف کنندگان ایفاء می‌کنند. نشان داده شده که هر سه این موارد به صورت جداگانه یا به صورت ترکیبی در طراحی محصول مورد استفاده قرار گرفته‌اند. این نشان دهنده یک توهم روان‌شناسانه است که دانشمندان علوم عصب شناسی در سالیان اخیر مجذوب آن شده‌اند و آن را پاریدولیا نامیده‌اند. پاریدولیا زمانی است که ذهن مصرف کننده او را به دیدن الگوهای برجسته فریب می‌دهد، درحالی که در واقع هیچ الگوی قابل توجهی وجود ندارد. این همان چیزی است که باعث می‌شود ما در میان ابرها صورت آدم ببینیم.

اقدامات روزمره ما به احساسات ما مرتبط هستند. ما زمانی که ذره‌ای احساس سرما می‌کنیم لباس گرم می‌پوشیم، حتی اگر هوای بیرون زیاد هم سرد نباشد. گاهی اوقات ما احساس سرما را بیشتر از آن چیزی که دمای واقعی هوا نشان می‌دهد متصور می‌شویم. چه عواملی باعث می‌شود که ما احساس سرما کنیم حتی زمانی که هوا واقعا سرد نیست؟ بدون شک برخی از علائم هوای سرد به ما منتقل شده‌اند.

Going through consumer behavior shows that whatever consumer perceives is often radically different from the reality of product quality. The designed illusion invites consumers to buy the product but he does not determine what is truly happening to decode the illusion of the design. Here, consumers cannot uncover how science and psychology are at work behind each design. These illusions will immerse consumers in a fake world that which has been created in their minds. This kind of Magic and illusion has been around since the capitalism start to open the chain from the legs and put it on the mind of people. From a neuro-scientific point of view, illusions have become a well-studied and researched area, especially in the field of visual design. We might see faces in the clouds, or convince ourselves that we've seen a ghost.

Illusion, science and psychology each play a role in deceiving consumers. Each of these three has been showcased either individually, or as a combination through product design. This represents a psychological illusion which neuroscientists have become fascinated during the past years called Pareidolia. Pareidolia happens when consumer mind tricks him into seeing significant patterns, when in fact, there are no significant patterns to be found. This is the reason we see faces in the clouds.

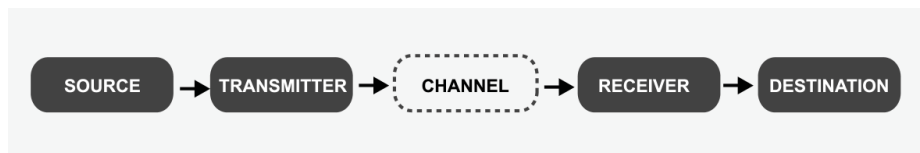
Our everyday actions are linked to emotions (Read, 1972). We put on warm clothes when we feel a chill even if it's not really cold outside. Sometimes, we imagine the feeling of cold more than the reality of the actual temperature. What are the factors that make us think we are cold when we are not? Undoubtedly some signs of cold are being transmitted (Visser, 2006).





محصولاتی چون یخچال و بسته‌های نوشیدنی سرد به طور خاصی برای انتقال احساس سرما طراحی شده‌اند. طراحان از معناشناسی برای تفسیر علائم و نمادها استفاده می‌کنند و معنی را به اعمال و اشیاء در شرایط و بافت خاصی اختصاص می‌دهند. این مطالعه معناشناسی طراحان را قادر می‌سازد ترکیب مناسبی از عناصر بصری برای برقراری ارتباط با یک قالب معنایی سازگار را برای یک محصول و تولید پاسخ‌های مناسب به آن پیدا کنند. کسانی که معناشناسی را درک می‌کنند قادرند محصولاتی را طراحی کنند که مناسب نیازمندی‌های فیزیولوژیکی مصرف‌کنندگان باشد، آن‌ها همچنین تصمیمات احساسی که روی رضایت مشتری تأثیرگذار هستند را نیز به حساب می‌آورند.

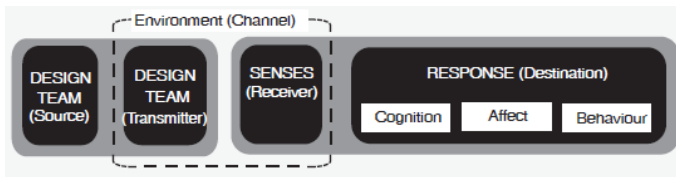
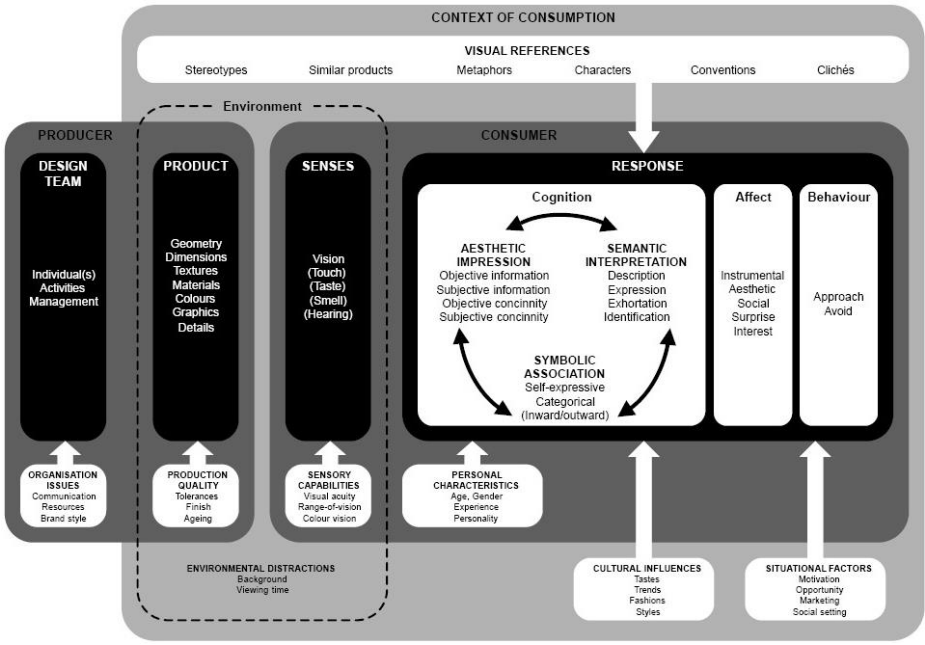
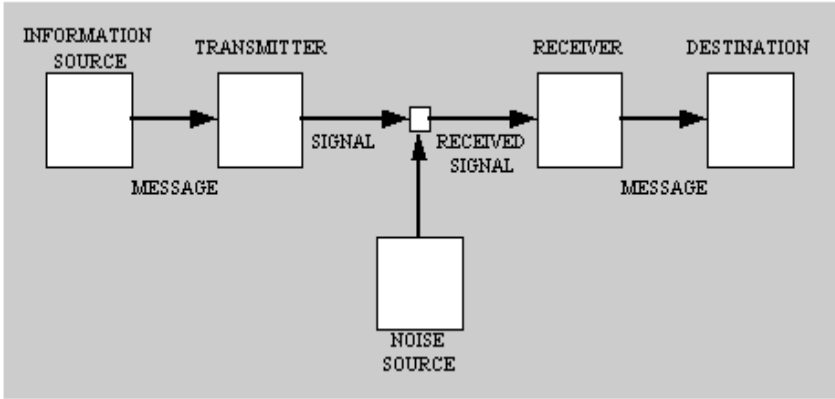
کرلی در زمینه مفهوم یکپارچه چارچوب خود برای مصرف‌کننده، این مسئله را در مقاله‌ای با عنوان «دیدن چیزها: پاسخ مصرف‌کننده به دامنه بصری در طراحی محصول» توضیح داده و بیان می‌کند که چگونه نقش منبع بصری خارجی و تعامل میان شناختی و پاسخ عاطفی، در یک فرآیند ارتباطی میان طراحی و مصرف‌کننده، بر روی جنبه‌های جادویی معنایی و نمادین پاسخ‌های شناختی برای طراحی تأثیر دارند، که این نیز در زمینه طراحی بر اساس مدل ارتباطی کلاسیک شانون توسعه یافته است. چنین کاری مستلزم وجود هر دو پارامترهای فیزیکی و روان‌شناسی است که به طراح (توهم آفرین/ جادوگر) در خلق علائم جادویی کمک کرده و علت غایی انگیزه و رفتار برگرفته از محرک‌های ایجاد شده زیستی و اجتماعی را دربر داشته و تعیین‌کننده خواسته‌های فکری ما، احساسات و تغییرات رفتاری ما می‌باشد.



Products like refrigerators and cold drink packages are specifically designed to convey the feeling of cold. Designers use semantics to interpret signs and symbols and assign meaning to actions and objects within particular circumstances and contexts (Mick, 1986). The study of semantics enables designers to find the right combination of visual elements to communicate a consistent semantic frame for a product and produce appropriate responses to it. Those who understand semantics are able to design products that fit consumers' physiological requirements and also take into account the emotional decisions that influence customer satisfaction (Boulding, 1956).

Which Crilly within the context of an integrated conceptual of his framework for consumer response has explained this issue in the paper 'Seeing Things: consumer response to the visual domain in product design,' that how the role of external visual source and the interaction between cognitive and effective response in a process of communication between the design and the consumer emphasizes on the magical semantic and symbolic aspects of cognitive response to design (Crilly et al., 2004), which has been developed in the context of design based on Shanon's classical communication model. It entails both physical parameters and psychological parameters that help designer (Illusionist/ magician) in the creation of the magical sign, and holds the ultimate cause of motivation and behavior derived from biologically endowed and socially acquired impulses that determine our desires thoughts, feelings and behaviors changes (Reeve, 2005; Jaafarnia & Mokashi Punekar, 2011)







بنا به گفته گریفین، فرایند تفسیر و رمزگشایی محتوای معنایی جادویی محصولات، شامل دو واکنش مختلف است: واکنش اول بر اساس تجارب گذشته و وابسته به زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی، و واکنش دوم احساسی بودن است. بنابراین معنای جادویی براساس نتایج گرفته شده از تجربیات قبلی تفسیر می‌شود. علاوه بر این، احساسات خلق شده با علائم جادویی به طور نزدیکی با روانشناسی انسانی در ارتباط هستند؛ و پاسخ‌های خودکاری می‌باشند که توسط افکار، عقاید، ارزش‌ها، نگرش‌های مصرف‌کنندگان در رابطه با علائم جادویی مورد نظر به جریان درآمده‌اند. گریفین تجربیات گذشته (افکار، عقاید، ارزش‌ها و نگرش‌ها) و احساسات را به دو دسته واکنش مختلف تقسیم می‌کند. این دو ارتباط نزدیکی با همدیگر داشته و هر یک نمی‌تواند بدون دیگری موثر واقع شود. مردم عمل یادگیری را از طریق تجربیات و فرهنگ شان انجام می‌دهند؛ و بسیاری از محرک‌ها برای یک فرد بالغ می‌تواند براساس اتفاقاتی باشد که در دوران کودکی برای او رخ داده‌اند، روند یادگیری او از اوان کودکی آغاز شده و یک فرایند دائمی است که خیلی زود آغاز شده است. عقاید، نگرش‌ها، باورها و ارزش‌ها نیز در طول زمان تغییر پیدا می‌کنند. پاسخ عاطفی و واکنش به توهم ایجاد شده توسط علائم جادویی محصول، برای افراد با پیشینه‌های مختلف متفاوت می‌باشد.

ویژگی‌های محصول نقش مهمی در انتقال معنا بازی می‌کنند. مخاطبان برای یک محصول خاص به طور چشمگیری، بسته به ویژگی‌های خاص و جزئیات طراحی آن تغییر می‌کنند. دلایل مختلفی می‌توانند سبب شوند که مصرف‌کننده با یک محصول ارتباط برقرار کرده یا نکنند. این دلایل می‌توانند نگاه، احساس و یا صدای یک محصول باشند. باورهای مصرف‌کننده و نگرش‌های او خلق‌کننده پایگاه عاطفی برای تصمیم‌گیری هستند. استفاده از اطلاعات که تنها برگرفته از یکی از حواس باشد، تصویر کامل را به مصرف‌کننده ارائه نمی‌دهد و این امر می‌تواند به طراحان برای خلق توهم برای مصرف‌کننده کمک کند.

According to Griffin (1999), this process of interpreting and decoding the products' magical semantic content involves two different reactions. The first one based on past experiences and dependent on social and cultural background, and the second reaction being emotional. Magical meaning is then interpreted based on associations drawn from prior experience. Furthermore, created emotions by magical sign are closely related to human psychology; and are automatic responses triggered by thoughts, beliefs, values and attitudes that consumers have associated with the magical sign of object. Griffin (1999) is separating past experiences (thoughts, beliefs, values, and attitudes) and emotions into two different categories of reactions. These are closely related and cannot function without each other. People learn through their experiences and their culture; which many of the motivational impulses of an adult can be traced to events that took place in childhood, and its learning process starts very early in childhood which is an ongoing process (Piaget, 1990; Reeve, 2005). People's thoughts, attitudes, beliefs, and values can change over time. The emotional response/reaction to illusion, triggered by a magical sign of product varies for people with different backgrounds (Demirbilek & Sener, 2003).

Product features play an important part in transmitting meaning. The audience for a particular product changes dramatically depending on specific features and design details. The consumer may or may not connect with a product for a variety of reasons. It may be the look, feel or sound of a product. Consumer beliefs and attitudes create an emotional base for decision-making (Mowen & Minor, 2008). Using the information from only one sense does not give the consumer the whole picture and it can help designers to create an illusion for consumers.


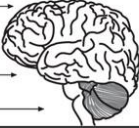
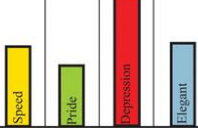

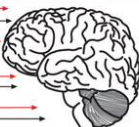
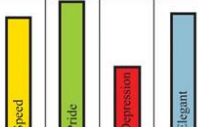




زمانی که یک مصرف کننده سعی می‌کند با چشمانش بشنود، استنشام کند، بچشد یا لمس کند، تنها می‌تواند این احساسات را متصور شود. از آنجا که هر حسی منحصر به فرد است، طراحان از این مسئله برای ایجاد توهم استفاده می‌کنند. چرا که درک تمام واقعیت تنها با استفاده از یک حس امکان پذیر نیست. مثلا نمی‌توان با دیدن یک کیک طعم آن را چشید. ما می‌توانیم تصور کنیم که کیک تا چه اندازه خوش طعم و خوش بو است، اما با زرسی بصری یعنی همان «نگاه کردن» به تنهایی نمی‌تواند برای تعیین طعم کیک، جایگزین حواس دیگر شود.



شکل. فولاد رنگ شده مارون (بالا و سمت راست)، روکش طلایی
Figure. Maroon Painted steel (top and right), Gold plated steel.

Product	Four Main Factors	Receivers	Analysis	Emotional expressions			
	Aesthetic						
	Physiologic						
	Technical						
	Economic						
		Sight	Hearing	Taste	Touch	Smell	
Product	Four Main Factors	Receivers	Analysis	Emotional expressions			
	Aesthetic						
	Physiologic						
	Technical	Gold					
	Economic						
		Sight	Hearing	Taste	Touch	Smell	

شکل. ظاهر بدنه با فولاد رنگ شده (بالا) و ظاهر بدنه با فولاد با روکش طلا (پایین)

Figure. Expressions of body with painted steel (top) expressions of body with gold plated steel (bottom) (Jaafarnia & Bass, 2011).

When consumers try to hear, smell, taste or touch with their eyes they can only imagine; since each sense is unique, designers uses this point to make illusion. As it is not possible to tell the reality just by (using one sense) looking at a piece of cake, how it will taste. We can imagine how good it will taste or smell, but visual inspection alone will not replace the other senses in determining if the cake is tasty.

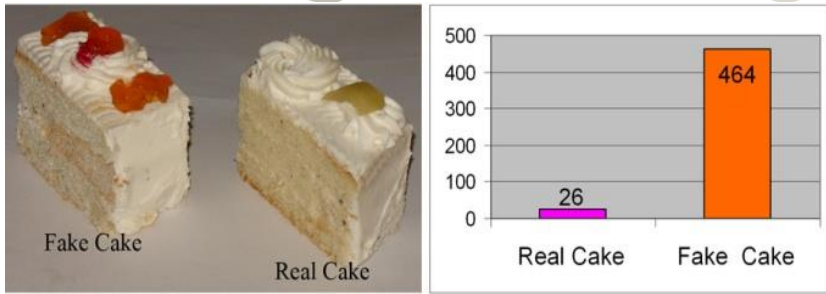




این مثال نشان می‌دهد، هر دو خودرو دارای طراحی و مدل یکسانی هستند، (کلاس C63) اما طراحان ظاهر هر دو خودرو را تغییر داده‌اند. در طراحی اولیه بدنه فولاد رنگ شده بود، اما در طراحی بعدی به روکش طلا تغییر کرده است. ما می‌توانیم تأثیرات طراحی جادویی را ببینیم. این تغییر تأثیر مثبتی بر روی درک از ماشین گذاشته است. روکش طلایی طرز نگاه به خودرو را تغییر داده است. رنگ درخشان و بازتاب بهتر فلز ارزشمند طلا در حقیقت یک احساس سرعت و غرور را ایجاد کرده که در این زمینه بهتر از فولاد رنگ شده بوده، همچنین احساس افسردگی را نیز کاهش داده است. ما در اینجا با دو برداشت متفاوت از احساس و ادراک برای توصیف تفاوت میان این دو روبرو هستیم. احساس چیزی است که چشم ما آن را می‌بیند، در مقابل ادراک آن چیزی است که مغز می‌بیند. احساس برای همه یکسان است، در حالی که ادراک در افراد مختلف متفاوت است؛ احساس بر اساس تجربیات گذشته تغییر نمی‌کند، در حالی که ادراک ممکن است تغییر کند و آنچه ما احساس می‌کنیم و آنچه درک می‌کنیم همیشه یکسان نیستند. اگر این موضوع را در تحقیقات ارزیابی کنیم، نتایج نشان می‌دهند؛ یک مصرف کننده نمی‌تواند تنها با استفاده از دیدن، یک محصول را کاملاً درک کند. در این تحقیقات دو کیک نشان داده می‌شوند. یکی از کیک‌ها مصنوعی بوده و از چوب، فوم و ژله سیلیکون قرمز ساخته شده است، در مقابل دیگری واقعی بوده و از خامه، ژله آناناس واقعی ساخته شده است. این دو کیک با استفاده از روش‌های تصادفی به ۴۹۰ نفر نشان داده شده و نظر آن‌ها درباره اینکه کدام یک خوشمزه‌تر و خوردنی‌تر است پرسیده شده است. ۴۶۴ نفر (۹۵٪ از افراد) کیک مصنوعی را به عنوان کیک خوشمزه‌تر انتخاب کردند. زمانی که علت این انتخاب از آنان پرسیده شد، در جواب اعلام کردند که ژله توت فرنگی ظاهر کیک را خوشمزه‌تر ساخته است. افراد مورد مطالعه به طور مثبتی به مقدار ژله و رنگ قرمز آن واکنش نشان دادند. زمانی که به آن‌ها اجازه داده شد هر دو کیک را لمس کنند، شگفت زده و شوکه شدند، زمانی که فهمیدند کیک مصنوعی بسیار سفت‌تر و سبک و وزن‌تر از کیک واقعی است. آن‌ها همچنین فهمیدند که ژله از لاستیک ساخته شده است و تمامی افراد رای شان را تغییر دادند.

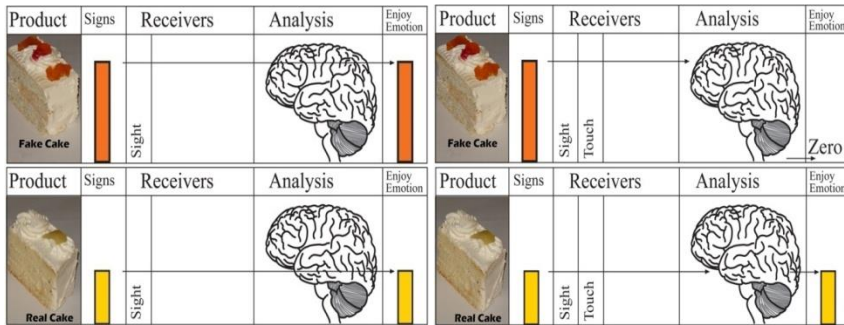
This example shows, both cars have the same design and model number (C63 Class) but the designers have changed the expressions for each car. The original material for the body was painted steel, but the redesigned was gold-plated. We can see the effect of magical design. This change had a positive effect on the perception of the car. The look of the car was enhanced by the gold material. The lustrous quality and greater reflectivity of the precious metal expressed the feeling of speed and pride better than the painted steel and reduced the feeling of depression. Here we are facing with two different ideas of sensation and perception, to describe the difference between these two; sensation is what our eyes see, perception is what our brain sees; sensation is the same for everyone, while perception is different for everyone; sensation does not change based on past experience, while perception can; and what we sense and what we perceive are not always the same. To see this issue in our research the result shows; based on sight alone, a consumer cannot fully know a product. We showed two cakes (a fake cake made out of wood, plastic foam and red silicon jelly and a real cake with cream and real pineapple jelly), to 490 subjects found using randomized methods. We asked them which cake is more delicious and edible. 464 people (95%) selected the fake cake as being more delicious. When asked why, most of them said the strawberry jelly made the cake look more delicious. Subjects reacted positively to the quantity of jelly and its red color. When they were allowed to touch the cakes, they were surprised and shocked to find that the fake cake was very hard and much lighter in weight than the real one. They also realized that the jelly was made of rubber. All subjects changed their vote (Jaafarnia & Bass, 2011).





شکل. نمودار کیک‌های واقعی و مصنوعی: کیک‌ها (چپ)، آمار انتخاب (سمت راست).

Figure. Diagram of the real and fake cake: Cakes (Left) statistic of selection (Right).



شکل. نظر افراد قبل و بعد از لمس: نمودار شماتیک برای کیک مصنوعی (بالا) و واقعی (پایین).

Figure. User's opinion before and after touch: schematic diagram for fake cake (top) for real cake (bottom) (Jaafarnia & Bass, 2011).

تأثیر انتظارات مصرف کننده بر ارزیابی های مربوط به محرک های موجود در طرح (پیکره، بسته بندی یا تبلیغ) در پژوهش های سایر محققین نیز دیده می شود. یک بررسی تحقیقاتی به واضح نشان داده که چگونه ادراک حاصله از مزه می تواند تحت تأثیر علائم دیداری که بر انتظارات از مزه تأثیرگذار است قرار گیرد. در این بررسی رنگ پودینگ وانیلی با افزودن نوعی رنگ خوراکی مصنوعی بی بو و بی مزه، به صورت قهوه ای تیره، قهوه ای متوسط و قهوه ای روشن درآمد، سپس پاسخ دهندگان، پودینگ های به دست آمده را در مقیاس های گوناگون درجه بندی کردند. در حدود ۶۲ درصد از پاسخ دهندگان مزه پودینگ تیره رنگ را به عنوان بهترین مزه شکلاتی و پودینگ روشن را بیشتر از تیره به حالت خامه ای یافتند. این نشان می دهد که ادراک ذهنی مصرف کننده قابلیت گول خوردن را دارد.

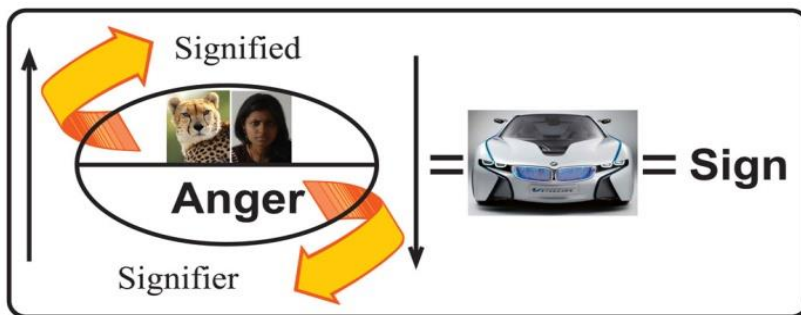
The impact of consumer expectations on the evaluation of incentives in the design (shape, packaging or promotion) is also reviewed in other researchers' studies. A research has clearly shown that how taste-based perception can be influenced by visual signs that affect taste expectations. In this study, the vanilla pudding color was added by adding an odorless, tasteless, dull, dark-brown, brown, light brownish color, then the respondents scored the puddings at different scales. They made about 62 percent of respondents found dark-pudding taste as the best tasting of chocolate and bright pudding over dark in creamy condition. This suggests that consumers' mental perception is prone to be fooled.





علائم توهم آمیز و نمادها، احساسات مصرف کننده را هدایت می‌کنند. با استفاده از دانش معناشناسی، طراحان علائم و نمادهای مصنوعی در محصولات قرار می‌دهند و بیان عاطفی محکمی را از طریق توهم طراحی خلق می‌کنند. فردیناند د ساسور یک مدل برای معناشناسی پیشنهاد می‌کند که در آن علائمی (طراحی) که بیننده از طریق چشم، گوش، بینی، زبان و پوست دریافت می‌کند، با او ارتباط برقرار می‌کند. و این علم معناشناسی علم مطالعه معانی است که بر رابطه میان دال‌ها (کلمات، عبارات، صداها) و علائم (نمادها، طرح، فرم) تمرکز می‌کند، که از منبع و مدلول (منبع) تولید شده‌اند و نشانگر آن چیزی است که دلالت بر آن دارند.

همانند دوران باستان، امروزه نیز طراحان (جادوگران) سحر و جادو را از طریق طراحی (علائم) انجام می‌دهند و سعی می‌کنند مصرف کنندگان را کنترل کنند. ما همچنین می‌توانیم این طراحان را به دو دسته تقسیم کنیم: ۱) طراحانی که از جادوی سفید پیروی کرده و از قدرت شان در راه خیر استفاده می‌کنند و ۲) طراحانی که از جادوی سیاه پیروی کرده و به سیستم سرمایه‌داری کمک می‌کنند تا پول مصرف کنندگان را به جیب بزنند. اگر چه دانش و قدرت به دست آمده مشابه است اما راه‌های استفاده از قدرت متفاوت است و این دو گروه این گونه از هم جدا می‌شوند. بنابراین، آنها مسئول دانش معناشناسی طراحی می‌باشند که در دانشکده‌های طراحی می‌آموزند و باید تنها از آن در راستای خوبی استفاده کنند زیرا از نظر اخلاقی مسئولیت چگونگی استفاده از این دانش برای محصولات مصرف کنندگان بر دوش طراحان می‌باشد.



The illusive signs and symbols guide consumer's emotions. Using the knowledge of semantics, designers insert artificial signs and symbols in products to create consistent emotional expression through the illusion of the design. Ferdinand de Saussure suggested a model for semantics which connects the sign (design) viewer receives through eyes, ears, nose, tongue and skin. We know that semantics is the study of meaning. It concentrates on the relationship between signifiers (words, phrases, sound), signs (symbol, design, form) which has been generated from the source and signified (source) and implies what they signify (Krippendorff, 2006).

Like ancient era, designers (magicians) use magic, nowadays too, through designing (sign) and try to control consumers. We can also divide these designers into two categories 1- designers who follow the white magic and use the power in a good way and 2- designers follow the black magic to enable manufacturers dupe consumers of their money. Although the knowledge and achieved power is similar but the ways in which they use their power is different as it is divided into two groups. Therefore, they are responsible for the knowledge of design semantics which they learn in schools and use it only for good purpose and ethically they are responsible for using this knowledge for their consumers (Jaafarnia, 2017).





برای مثال زمانی که مصرف کننده برای خرید یک آبیوه انبه به مغازه می‌رود، ممکن است با محصولات نامرغوب زیادی روبرو شود که مشابه اصل هستند. سپس او به مزایای محصول اندیشیده و در نتیجه یکی را انتخاب می‌کند؛ اما در اینجا سوالات بسیاری مطرح می‌شود:

مصرف کننده کدام محصول را انتخاب می‌کند؟ کدام یک علائم قانع کننده‌تری دارد؟ تصمیم‌گیری اغلب بر پایه باورهای شخصی و نگرش‌ها، تجربیات گذشته و خاطرات شخصی می‌باشد.

آیا ممکن است یک کالا را حقیقتاً و تنها با نگاه کردن به آن در فروشگاه بشناسیم؟ آیا مرجع بصری به اندازه کافی برای جایگزین کردن حواس دیگر کفایت می‌کند؟ پس از بردن یک کالا به خانه، آیا مصرف کنندگان همان احساس خوبی را که هنگام خرید در نمایشگاه داشته‌اند، باز هم تجربه می‌کنند یا اینکه این احساس از دست می‌رود؟ آیا مصرف کننده می‌تواند محتویات را قبل از پرداخت پول بچشد؟ خیر.

او براساس چه پارامتری کالا را انتخاب می‌کند؟ بر اساس پاریدولیا، یعنی اینکه ذهن مصرف کننده او را فریب داده و او آبیوه انبه را می‌بیند و ذهن او باعث می‌شود آن را خوشمزه تصور کند؛ در نتیجه انتخاب انجام می‌شود. اما سوالی که اینجا مطرح می‌شود این است:

آیا مصرف کننده می‌تواند انتخاب خود را کنترل کند؟ پاسخ ظاهراً منفی است.

سوال: آیا انتخاب بر اساس انتخاب ناخودآگاه او است؟ بله، قطعاً.

چه کسی ذهن مصرف کننده را کنترل می‌کند؟ طراح. او چطور این کار را انجام می‌دهد؟ با استفاده از دانش معناشناسی طراحی در طراحی جادویی.

برای مثال ما می‌توانیم به طراحان شرکت موتور سیکلت هارلی دیویدسون اشاره کنیم که از صدای مصنوعی برای ایجاد توهم در اختیار داشتن قدرت بیشتر در موتور استفاده کرده‌اند.

For example, when a consumer goes to a shop to buy mango juice, he may come across a number of low quality products; then, he thinks on the benefits of the product and subsequently selects one; but there are many questions here:

Which product will the consumer choose? The one which has more compelling signs.

Decision-making is often influenced by personal beliefs and attitudes, past experiences and personal memories.

Is it possible to really know a product simply by looking at it in a store? Is visual reference powerful enough to replace all the other senses? After taking a product home, do consumers experience the same good feeling they had the day they left the showroom?

Can consumer taste the content before purchasing? No

Based on what parameters he chooses? Based on the pareidolia when consumer mind tricks him into seeing and even for that matter tasting delicious mango, the consumer selects a product, but the question arises whether the consumer can control his choice? The answer apparently is negative.

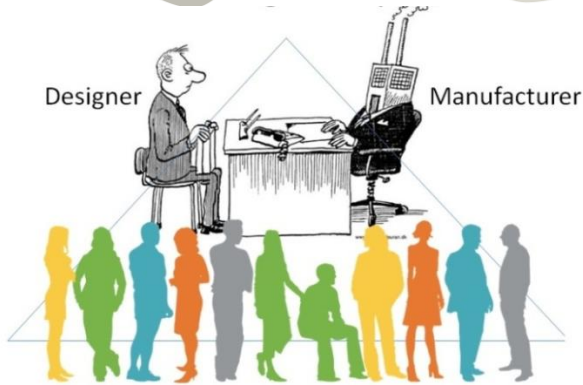
Whether the choice is based on his sub-conscious choice? Surely, Yes.

Who controls the mind of consumer? Designer.

How does he do so? By using the knowledge of design semantics in his magical design.

For instance, we can mention the designers of Harley Davidson Motorcycle Company which have instilled artificial sound to create an illusion of possessing more power in the engine (Jaafarnia, 2017).





شکل. چگونه طراحان (جادوگران) و تولیدکنندگان، مصرف کنندگان را (در هرم سرمایه داری) تحت کنترل در می آورند؟

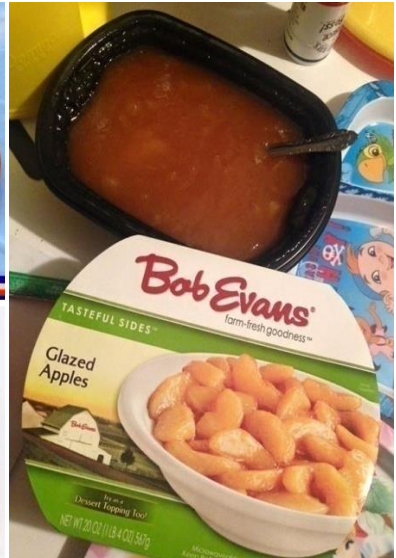
Figure. How designers (magicians) and manufacturers control consumers (under the pyramid of capitalism).



شکل. کدامیک علائم جادویی متقاعد کننده تری برای کنترل کردن مصرف کنندگان برای انتخاب یک محصول بدون چشیدن دارد. چگونه سیستم سرمایه داری مردم را با استفاده از طراحی کنترل می نماید.

Figure. How capitalism controls people through design and illusion. Which one has more compelling magical sign to control consumers to select the product without tasting it?





شکل. واقعیت آن چیزی نیست که طراحی ظاهر نشان می دهد.

Figure. Reality is not the same as appearance of the design.



شکل. استفاده کننده خودرو بعلت رویارویی با کیفیت بد محصول و خدمات اقدام به نابود کردن خودرو خود نموده تا اعتراض خود را به جهان نشان دهد.

Figure. Chinese Lamborghini owner destroyed his car in protest of bad service and not having good quality as appearance talks in Qingdao, because he felt his consumer rights had been violated.





این امر تنها به یک شرکت محدود نمی‌شود، اما بیشتر این موارد در آمریکا دیده می‌شوند، زیرا آمریکا جایی است که در آن سیستم سرمایه‌داری به گونه‌ای غیراخلاقی به اغوا کردن مردم از طریق تبلیغات در بیشتر رسانه‌های جمعی می‌پردازد. آن‌ها برای مصرف‌کنندگان توهماتی را ایجاد می‌کنند تا آن‌ها را مجبور سازند به بازارها رفته و محصولات غیرضروری را خریداری کنند و به این شیوه تقریباً تمامی جنبه‌های زندگی مصرف‌کنندگان را تحت کنترل قرار می‌دهند. امروز در جهان دولتها از رسانه استفاده می‌کنند تا مردم را آنگونه که می‌خواهند هدایت نمایند. ولی هیچ یک از آنها نتوانسته‌اند همانند دولت آمریکا و انگلیس فریب کارانه عمل کنند. آنها در خانه هر فرد وارد می‌شوند و تقریباً در تمام ساعات بیداری کار می‌کنند. قدرت طراحی رسانه ساختار ذهنی هر شهروند را چه پیر یا جوان و فقیر یا ثروتمند و ... را شکل می‌دهند. این طراحان سعی می‌کنند با رسانه به مردم بگویند چگونه فکر کنند و اینها فقط چیزهایی را می‌گویند که تأثیر گذار باشد، نه حقایق را. اینها توهم آفرینند. این طراحان رسانه در تهیه اخبار و برنامه‌ها که به مردم نشان می‌دهند، هم ظرافت و هم مهارت را اعمال می‌کنند و تمام امکانات دقیق تکنیک‌های پیشرفته و استفاده از دانش روانشناسی، فکر و عقیده ما را رهبری می‌کنند، تا جایی که ما را با فاکتورهای سیاسی و اقتصادی خودشان هماهنگ کنند. این گونه استفاده از رسانه توسط طراحان و صاحبان رسانه جنبه رسانه‌ای ندارد و فقط جنبه کنترلی و هدایت کردن مردم را دارد. تمام مردم تحت تأثیر آفاق‌های رسانه‌های آمریکا و انگلیس و ... هستند و نمی‌توانند میان موقعیت‌های غیر واقعی و واقعی فرق بگذارند. این موقعیت‌ها را سازمان‌های اطلاعاتی همچون سیا و اینتلجنت سرویس برای مقاصد اقتصادی و ملی خود رقم می‌زنند. آنها به طور مستقیم و گاهی غیر مستقیم طراحان را از نظر مالی به گونه‌ای تأمین می‌کنند که این طراحان در راه جادوی سیاه قدم بگذارند و از قدرت جادویی خود استفاده کنند و رسانه را برای اهداف شوم آنها هدایت نمایند. رز داویسون، روزنامه‌نگار اسکاتلندی در اینباره می‌نویسد: "ستارگان و نویسندگان هالیوود مشورت‌هایی با سازمان سیا دارند تا پیام‌های مورد نیاز سازمان سیا را در فیلم‌های خود بگنجانند و آنها را بدین صورت به مردم آمریکا القا نمایند."

This is not just confined to one company but we can state most cases in the US , where the systems of capitalism work unethically to tempt the people through advertisement in most mediums; they create illusions for them for going to markets to buy unnecessary products and this controls almost all aspects of their life. Today globally, governments use media to influence people the way they want to; but none of them manipulate consumers like those of the US and UK Governments. They enter into the homes of most people throughout the day inducting whatever they want into the minds of the people. The power of media design' form the mental structure of every citizen whether young or old, financially weak or wealthy. These designers with media manipulate people how to think and they just say things that are impressive and that will sell. Not dealing much with reality, they create illusions. These media designers use all skills and elegance together precisely to prepare news and programs that people see; they lead to thoughts and beliefs through the use of all facilities of advanced techniques, using knowledge of psychology to guide people in the same direction that is laid down by their economic and political factors. This use of media by media owners and designers is aimed to control the people (Jaafarnia, 2017). All people are under the influence of the American and British media propaganda and are not able to distinguish the difference between real and fake situations. These issues happen under the advice of CIA and Intelligent Service. They directly and sometimes indirectly support designers financially to lead these designers to fulfill their ominous national and economical goals. Rose Davidson, Scottish journalist says, "The stars and writers of Hollywood consult the CIA to make the CIA's deliver their messages through their movies to the American people."





ما می‌بینیم که رفتار مردم آمریکا تحت کنترل دولتشان قرار دارد که به راحتی از جادوی طراحی استفاده می‌کنند. آن‌ها این بلا را تنها سر مردم خودشان نیاورده‌اند بلکه در نقاط مختلف دنیا جنگ و درگیری به راه انداخته‌اند تا با این شیوه محصولات نظامی شان را به فروش برسانند. آن‌ها با استفاده از ترفندهای رسانه‌ای وانمود می‌کنند که کشورهای صلح طلبی چون کوبا، ایران و چین، کشورهای خطرناک هستند و به این طریق محصولات نظامی‌شان را به همسایگان آن‌ها به فروش می‌رسانند. به این ترتیب است که ما علائم جادویی هرم و چشم شیطان (روح پلید) را در بالای آن هرم که نشان دهنده سیستم‌های سرمایه داری و فراماسونری هستند می‌بینیم.

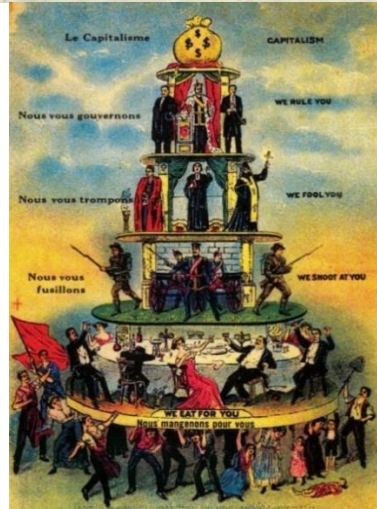


Figure. Capitalist Pyramid

شکل. هرم سرمایه داری

We see that the behavior of the American people is under the control of their government who simply uses the magic of design. Not confide to their people alone, they also make war in most places to sell their military products. They depict peaceful countries like Cuba, Iran and China as dangerous countries using tricks of media. They sell military products to some of their neighbors. That's why we see the magical sign of pyramid and an eye of devil (daemon) on its top which represents capitalism and freemasonry systems (Jaafarnia, 2017).





برخی جادوگران دنیای مدرن براین باورند که طراحی، یعنی توهم (با استفاده از نمایش/فرم کالا و بسته بندی آن/برنامه تلویزیونی) که چیزی به جز فریب هوشمندانه و ماهرانه نیست، عملی غیر اخلاقی می‌باشد. به این ترتیب بیشتر این طراحان از اصطلاح « جادوگر » به نفع « توهم آفرینان » و توصیفات مشابه دوری می‌جویند. این اختلاف نظرات ظاهراً آشتی ناپذیر سبب بروز درگیری‌هایی میان طراحان شده است. آزمایش یک نشان داد که مصرف کنندگان برای ایجاد یک رابطه مستقیم با کالا لازم است واقعا آن را بشناسند. رضایت مصرف کننده به تناسب تعداد حواس خارجی مورد استفاده در انتخاب اولیه (گیرنده‌ها) افزایش می‌یابد. هر چه بیشتر مصرف کنندگان با محصولات در تعامل باشند، آن را دیده، لمس کرده و بوی آن را استشمام کنند، تجربه احساسی واقعی‌تر و بهتری خلق خواهد شد، در غیر این صورت آن‌ها ممکن است فریب توهم را بخورند.

در این راستا شرکت‌ها با جمع آوری اطلاعات شخصی و اطلاعات خرید (از طریق فروشگاه‌ها) و اطلاعات اعتباری و بانکی (از طریق بانک‌ها) و سلامتی (از طریق بیمه‌های سلامت و عمر) تک تک افراد را برای آینده زندگی‌شان بررسی می‌نمایند. برای مثال وال مارت از خدمات برای گردآوری اطلاعات خرید تمامی مشتریان خود در یک پایگاه مرکزی استفاده می‌کند. این کار به این شرکت اجازه می‌دهد تا از رفتارهای خرید افرادی که از فروشگاه‌ها یا وب سایت آنها خرید می‌کنند سردرآورد. این شرکت همچنین با تعیین اینکه احتمال خرید چه کالاهایی در آینده از سوی مردم بیشتر است موجودی انبار خود را به طور هوشمندانه‌ای تنظیم می‌کند. در موردی دیگر، وال مارت فرستنده‌ای با فرکانس‌های رادیویی را در لباسهای زیر و شلوارهای جین نصب کرد. این تجهیزات به والمارت این امکان را می‌داد تا کالاهایی را که مشتریان در فروشگاه به سراغ آنها می‌رفتند را ردگیری کند و به این ترتیب مدیران این شرکت می‌توانستند مشخص کنند کسی که یک شلوار خاص در فلان قفسه را خریداری می‌کند چقدر برای این کار وقت می‌گذارد و همچنین روابط محصولات انتخاب شده را ردگیری نماید.

Some modern magicians believe that it is unethical to design an illusion (performance/product& its package /TV-program) that claims to be anything other than a clever and skillful deception. Most of these designers therefore eschew the term 'magician' in favor of 'illusionist' and similar descriptions. These apparently irreconcilable differences of opinion have led to some conflicts among designers. The cake experiment demonstrates that consumers need to have a direct connection to a product to really know it. Consumer satisfaction levels rose proportionally with the number of external senses (receivers) used in the initial selection. The more customers interact, see, touch and smell a product; better real emotional experience will be created. Otherwise they may deceive through an illusion.

In line with this goal, companies try to collect the individuals' personal information and their purchase records (through stores), their credit and banking information (through banks), and health information (through health and life insurance). For example, Walmart uses data mining to collect all customers' information at a central database. This allows the company to better analyze the purchasing behavior of people who buy from their stores or their website. The company also intelligently adjusts its stockpile by determining if it is likely to be bought by people in the future. In another case, Walmart set up a transmitter with radio frequencies in underwear and jeans. The equipment allowed Walmart to trace the goods the customers were trying at the store, so that the company's managers could determine that when one buys some trouser, how much time it takes for them to choose; it also made it possible for the managers to track the relation between the selected products and people's tastes and interests.





والمارت از این اطلاعات برای بهبود شیوه های نمایش گذاشتن کالاها و تاثیرگذاری بیشتر بر خریدار به منظور فروش بیشتر و کنترل انبارداری خود استفاده می کند. همچنین این شرکت این اطلاعات را به هزاران کسب و کار دیگر می فروشد که از پرونده های مشتریان برای هدف قراردادن آنها با آگهی های بازرگانی، طراحی محصولات تاثیرگذار و نیز انجام تحقیقات تبلیغاتی و جمعیتی سود می جویند.

در ادامه می بینیم که کنترل تجارت، اقتصاد و برده داری مصرف گرایی جهان از طریق کنترل اینترنت به یکی از راهبردهای اصلی آمریکا تبدیل گردیده است. از "حفاظت از زیر ساخت شبکه" در دوران کلینتون تا "سیاست های ضد تروریسم شبکه" در دوران بوش و همچنین "بازدارندگی شبکه" در دوران اوباما که راهبردهای امنیت اطلاعات ملی آمریکا بوده اند، از قالب یک راهبرد جلوگیری کننده به یک راهبرد بازدارنده تحول یافت که این تلاش ها از کنترل سخت افزاری اینترنت به سمت کنترل محتوای اینترنت حرکت کرده است. در سال ۱۹۹۳ کلینتون پیشنهاد کرد "زیر ساخت های اطلاعات ملی" ایجاد شود و شش گروه از دشمنان احتمالی را فهرست کرد که ممکن بود به زیرساختهای کلیدی آمریکا حمله کنند. در راس آن شش گروه رقیبان اقتصادی جای گرفته بودند که مقابله با آنها از جمله این راهبرد دفاعی بودند. بعد از حمله ۱۱ سپتامبر به برج های دوقلو که قلب اقتصاد آمریکا بود دولت بوش به طور رسمی امنیت اینترنت را به عالی ترین دغدغه راهبردی امنیتی ملی ارتقا داد. در سال ۲۰۰۹ بر اساس ارزیابی امنیت شبکه اوباما اعلام کرد، تهدید نسبت به اینترنت به یکی از جدیترین تهدیدهای اقتصادی و نظامی می باشد که آمریکا با آنها روبرو شده است.

Walmart uses this information to improve the way goods are displayed; further bear impact on the buyer, sell more and also control the storage. The company also sells this information to thousands of other businesses that benefit from consumer records for targeting them with commercials, designing influential products, and conducting promotional and demographic research.



In the following, we will see that the control of trade, economy and consumerism through the Internet has become one of the main strategies the US. From Clinton's "network infrastructure protection" to Bush's "anti-terrorism policies" as well as Obama's "cyber deterrence", which have been the main strategies of the US' National Information Security, they have turned from a preventive strategy into a deterrent strategy. Such efforts have shifted from controlling Internet hardware to controlling Internet content. In 1993, Clinton ordered that the "national information infrastructure" to be established, listing six groups of potential enemies who might undermine the US' key infrastructures. At the top of the list, there were six groups of economic rivals and countering them was considered as part of Clinton's proposed defense strategy. After the September 11th attack on twin towers, as the heart of the American economy, the Bush administration officially promoted Internet security as the ultimate national security concern. In 2009, based on the network security assessment, Obama announced that threats to the Internet had become one of the main economic and military threats faced by the United States.





طراحی و سوء استفاده کپی‌تالیزم از آن

از طریق یک مرور کلی می‌توان دید که چگونه تولید کنندگان برای انباشتن سود بیشتر، فرایند توسعه و تولید محصول را تغییر داده‌اند. در این راستا تاریخ طراحی محصولات را به بخش‌های زیرمی‌توان تقسیم نمود. **طراحی محصول قبل از انقلاب صنعتی:** حرفه طراحی محصول پیش از انقلاب صنعتی توسط هنرمندان و پیشه‌وران با استفاده از روش‌های دستی و نه ماشینی بر اساس نیازهای واقعی مردم و در مقیاس محدود (یعنی طراحی و ساخت هر بار فقط برای یک سری از نیازهای یک فرد بگونه‌ای که محصول کاملاً منطبق بر نیازهای روحی و کاربردی بود صورت می‌گرفت) ساخته می‌شدند.

طراحی محصول بعد از انقلاب صنعتی: در این دوره است که با ظهور ماشین و پدید آمدن روش‌های تولید ماشینی تولیدکنندگان را بر این واداشت تا تعداد تولید محصولات را بالا ببرند نه به این منظور که جوابگوی نیاز عموم مردم باشند که این خود یک دروغ بیش نیست (چون در یک جامعه نمیشود حتی دو نفر را یافت که نیازها، خواسته‌ها و آرزوهای یکسان داشته باشند، پس چطور با تولید هزاران محصول یکسان که یک شکل و فرم دارد و در برطرف کردن نیاز محدود است می‌توان نیاز تمام مردم جامعه را برطرف نمود) بلکه فقط و فقط به منظور سودجویی (برای مثال، اگر صد تولید کننده که در اطراف شما مشغول کار تولید هستند را انتخاب کنید و علت تاسیس کارخانه‌شان را جویا شوید، می‌بینید که هیچ کدام نمی‌گویند که این کار را برای رفع نیاز مصرف کننده انجام داده‌اند و بالعکس تمامی آنها فرمی را به نام طرح توجیهی تکمیل کرده‌اند، این فرمی است که تولید کننده را مطمئن میکند که با صرف هزینه در راه اندازی این کارخانه میتواند سود مناسبی را در آینده برداشت نماید). در اوایل بعد از انقلاب صنعتی بود که مصنوعات دست‌ساز آرام آرام جای خود را به مصنوعات بی روح تولید شده با ماشین می‌دادند که هیچ خبری از هنر هنرمند در آن‌ها یافت نمی‌شد. همه این محصولات بدون توجه به زیبایی پیکره و نیازهای روحی افراد و صرفاً در جهت برآورده کردن نیازهای عملکردی، طراحی و ساخته می‌شدند.

Design and Capitalism's Exploitation

A general overview will show that how manufacturers have changed the process of development and production of goods in line with their own interests. In this regard, the design of products can be divided into the following sections. **Product design before the Industrial Revolution:** Before the Industrial Revolution, artists and crafters carried out product design using manual and not machine-based methods based on real people's needs and on a limited scale (the design and production was done only for a series of individual needs in such a way that the product was made in full compliance with spiritual and personal needs).

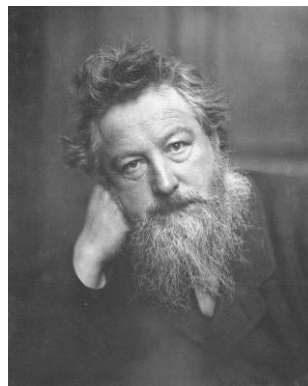
Product design after the Industrial Revolution: During this period, with the advent of the machine and the emergence of machinery methods, manufacturers were forced to increase their production rate, however not to meet the needs of the public, which is a lie (since it is not possible to find even two people who have the same needs, desires, so how can they meet the needs of all the people of society through the production of thousands of identical products of the same form to satisfy the needs of all?) but to earn more profit (e.g., if you survey one hundred random manufacturers around you, and ask them about the reason behind establishing their business, no one will say they have embarked on their profession to satisfy the needs of the consumers. In fact, they have all completed the documents in the beginning of their project assuring them that by spending the cost of launching this plant they can earn a good profit in the future).





دوره بازگشت (جنبش هنر و پیشه): در چنین وضعیتی که انقلاب صنعتی ایجاد کرده بود هنرمندان دست‌ساز با اعتراض به چنین نابسامانی خواستار طرد ماشین و محصولات آن و بازگشت به اوضاع پیشین شدند. جنبش هنر و پیشه که سردمدار آن ویلیام موریس بود، در همین راستا شکل گرفت. او هنرمندی بود پیگیر حقوق مردم، که پس از فهم و مشاهده فقدان خلاقیت و آزادی هنری در پروسه کار سرمایه‌داری، به شخصی بدل گشت تا بر علیه سیستم کپی‌نالیزم فعالیت نماید. موریس، دوست جان راسکین، فیلسوف و منتقد هنری بود. نظریه‌های آنان و همچنین نمونه عملی همکاری‌هایشان تبدیل به الگویی برای بسیاری از انجمن‌های حرفه‌ای هنری شد؛ از جمله می‌توان به انجمن نمایشگاهی هنر و پیشه‌وری اشاره نمود که در سال ۱۸۸۸ تأسیس شد.

موریس به شدت با تولید انبوه صنعتی مخالفت می‌کرد. وی تأثیرات صنعتی شدن، یعنی آلودگی محیط زیست، ناخشنودی از کار و کالاهای فاقد کیفیت و تولیدشده به صورت انبوه را نوعی لاقیدی سرمایه‌داری شیطانی و دشمن بشریت می‌دانست. در واقع وی را نخستین محافظ جدی محیط زیست می‌نامند. هر چند که او پیرو سوسیالیسم شد، اما فردی انقلابی نبود. از نظر وی، مشکلات اجتماعی و زیبایی‌شناسی، جدایی‌ناپذیر بودند. وی معتقد بود که پاسخ این مشکلات در اصلاح هنر بازرگانی نهفته است که باید به روحیه قرون وسطی برگردد؛ زیرا در آن هنگام، هنر و تولید هنوز با یکدیگر ارتباطی تنگاتنگ داشتند و هنرمندان کالایی را عرضه می‌نمودند که در عین زیبایی، مفید هم بودند. جنبش هنر و پیشه، به دلیل رد تاریخ‌گرایی، بازگشت به صنایع دستی و ارزشی که برای هنر در طراحی قائل بود، در جنبش‌های هنر نوین، ورک بوند آلمان و باوهوس تأثیر داشتند.



Return period (The Arts and Crafts movement): In the highly machinated situation which was sparked by the Industrial Revolution, artists started protesting the overwhelming role of machines and sought to return to the previous trends. The art and craft movement, led by William Morris, was formed in this direction. He was an artist following the rights of the people, who, after understanding the lack of creativity and artistic freedom in the process of capitalist work, became united to counter the capitalist system. Morris was a friend of John Ruskin, a philosopher and art critic. Their theories as well as the practical examples of their collaboration have become a model for many professional artistic associations, including the Arts and Crafts Exhibition Society, founded in 1888.

Morris was strongly opposed to mass production in the industry. He considered the effects of industrialization, including the pollution of the environment, dissatisfaction with work and the lack of quality goods and mass production, as a victim of the evil capitalism and an enemy of the mankind. Although he succeeded in socialism, he was not a revolutionary figure. In his view, social and aesthetic problems were inseparable. He believed that the answer to these problems lied in the reform of the art of commerce, which should return to the medieval spirit because at that time art and production were closely tangled to each other, presenting artists, how along beauty, were in also useful. The arts and crafts movement, due to its long historicism and pursuit of the past traditions as well as the high respect it held to the arts, bore a significant impact on several movements including the Art Nouveau, Germany's Werkbund and Bauhaus movements (Jaafarnia, 2013).





دوره بکارگیری از طراحی صنعتی: بعد ها سرمایه داران جویای سود متوجه شدند که با استفاده از طراحان صنعتی می توانند چهره مصنوعات را چنان دچار دگرگونی کنند تا با قراردادن یک پیکره زیبا و واحد (توجه به این نکته که نیاز افراد جامعه یکسان نیست و تولید انبوه یک محصول با یک فرم ثابت که برای یک گروه هدف که شامل تعداد زیادی از افراد جامعه می باشند و این فرم ثابت فقط می تواند نیاز یک نفر را در جامعه گروه هدف برطرف کند و نه بیشتر، خود دیکتاتوری توسط تولیدکنندگان محصول بوده) برای مصرف کنندگان ایجاد توهم و جاذبه ای نماید تا تمایل به پرداخت پول در آنها بیشتر شود و از همه مهمتر با سایر کارخانه ها نیز رقابت کنند. در این راستا با آغاز مدرنیته بود که تبلیغات رسانه ای کمک به نیازپروری نمود تا تقاضا برای مصرف افزایش یابد. این امر باعث رونق تولید و در نتیجه سرازیر شدن سود بیشتر به جیب تولید کنندگان شد.

دوره بکارگیری از مد در طراحی محصول: از جایی که یک محصول دارای طول عمر مشخص می تواند برای یک دوره عمر طولانی مورد استفاده واقع شود و این نیز استفاده کننده را بی نیاز از خرید مجدد از محصولات جدید تولید شده می کند، سرمایه داران سود جوی اقدام به مطرح کردن ایده مد کردند که در زمان های کوتاه با تغییر در اجزاء مد، استفاده کننده مصرف گرا محصولی را که همچنان سالم است و میتواند کار کند را از دور مصرف خارج کرده و اقدام به خرید مد جدید می کنند. از آنجا که دو عامل سادگی و تنوع ایجاد زیبایی می کند در مد جادوگران سیاه (طراحان خود فروخته) تا جای امکان از سادگی استفاده نمی کنند (سادگی عاملی است که زیبایی با طول عمر بالا در ذهن مصرف کننده ایجاد می کند) در عوض با قراردادن فرم های پیچیده و متنوع اقدام به طراحی اجزائی زیبا با طول عمر کم می نمایند تا مد را خلق نمایند تا مصرف کنندگان جادو شده را به طرف خرید محصولات مد هدایت نمایند. البته برخی دیگر از شرکت ها از راه استایل هنری دنباله رو مد نیستند، به شکلی دیگر از طریق مد تکنولوژی مصرف کنندگان خود را مجبور به خرید محصولات جدیدشان می نمایند.

Application of Industrial Design: Later on, opportunist capitalists realized that employing industrial designers, they can transform the artifacts to a great extent; they found out that by putting a unique and eye-catching figure (given the fact that the needs of the community are not the same and the mass production of a product with a fixed form for a target group that includes a large number of people can only meet the needs of one person in the target group and not all) they can create illusion and attraction for consumers so as to make them pay more money, and most importantly, this could help them compete with other factories. With the onset of Modernity, media advertisements helped the industrialists stir up the fake needs for consumers and increase the market demand. This led to a boom in production, and hence, more profit for the manufacturers (Jaafarnia, 2013).

Using Fashion in Product Design: Since a product of a certain lifespan can be used for a long period of time, and this also makes the user needless to re-buy the new products, the opportunist manufacturers came up with the idea of "fashion" so to make the consumers get rid of a product which is still okay and go for buying a new fashion. As simplicity and variety create beauty, the betraying designers stay away from simplicity in their black magic as much as possible (simplicity is a factor that reminds the consumers of long life along with beauty). Instead, they try to create attractive designs with short lifespan so as to lure the consumers with the new fashion (Jaafarnia, 2013). However, some companies do not follow fashion through art styles, but they force the costumers to buy their new products through technological fashion.





گاهی اوقات برخی شرکت ها مانند شرکت اپل که به هیچ عنوان بویی از اخلاق نبرده اند با وارد کردن ویرایش جدید نرم افزارها، نرم افزارهای قدیمی را از رده خارج کرده و غیرقابل نصب می نمایند تا ویرایش قدیمی نرم افزارها بر روی محصولات قدیمی استفاده نشود و اجبار می کند تا محصول خود را که سالم است دور انداخته و مدل جدید را خریداری نماید.

تغییر سطح سازگاری مصرف کننده با محرک های طراحی در محصول باعث تاثیرگذاری در رفتار مصرف کننده می شود. تولید کنندگان مد از این قاعده استفاده می کنند تا در فواصل زمانی کوتاه مصرف کننده را متقاعد کنند تا محصولات جدیدشان را بپوشند و این امر توضیح میدهد که چرا سیر حرکتی مدها مدام در حال تغییر است. تغییر طراحی حاشیه دامن های زنانه و طول دامن در طول سالها این اصل را به خوبی نشان می دهد. به طور مشابه عرض کروات و یقه های مردان نشان دهنده همین تمایل به تغییر مد است که تولیدکنندگان مد را یاری می کند. به همین صورت بسیاری از شرکتها هر چند وقت یک بار نمادهای خود را تغییر می دهند تا بتوانند ظاهر خود را تازه نگهدارند. برای مثال پراکتر و گمبل بیشتر از نوزده تغییر در نحوه بسته بندی صابون آیوری خود در بین سالهای ۱۸۹۸ و ۱۹۹۸ ایجاد کردند. هرچند استفاده از مد در محصولات مصرفی مانند صابون از نظر اخلاقی و محیط زیستی موردی ندارد ولی استفاده از این روش در طراحی محصولاتی که برای دراز مدت میتوانند کاربری داشته باشند غیر اخلاقی است.

دوره بکارگیری از توصیفکنندگان در تولید: در این دوره تولید کنندگان از طریق استفاده از مشارکت «توصیفکننده» و توان او، ارزش تولید را در طراحی محصول بالا برده است. در این باره تافلر در سال (۱۹۸۰) پیشنهاد کرده که این می تواند معمولاً به دو بخش تقسیم شود. (آ) بخش اول «ارزش مصرف» نام دارد و شامل تمامی کارهایی است که افراد بدون مزد آنها را برای خود، خانواده و جوامع خود انجام می دهند. (ب) بخش دوم «ارزش مبادله ای» نام دارد و شامل کار انجام شده برای ایجاد کالا و یا خدمات برای فروش و یا مبادله می شود.

Sometimes, companies such as Apple that there is no sign of morality in their activities, upgrade their software in a way that the older versions will completely become defunct to force the consumers to throw away their workable product and buy the new model.

Changing the level of consumer's compatibility with design stimuli in the product will have an impact on consumer behavior. Fashion manufacturers use this principle to convince consumers at short intervals to constantly buy their new products, which explains why the fashion trends are constantly changing. The change in the design of women's skirts and the length of skirts over the years illustrates this principle well. Similarly, the width of men's ties reflects the tendency to change the fashion that helps fashion makers. In the same way, many companies often change their symbols so that they can keep their appearance fresh. Procter & Gamble, for example, created more than 19 changes Ivory's soap packages between 1898 and 1998. Although there is nothing ethically and environmentally wrong with the use of fashion in consumption products such as soap, using such method in designing products that can be used for the long-term is absolutely unethical.

Period of Employing Prosumers in Production: During this period, manufacturers partnered with "Prosumers" using their ability to improve the product quality. In this regard, Toffler (1980) suggested that this can usually be divided into two parts. (A) The first part is "Consumption Value" that includes all the unpaid work individuals do for themselves, their families and their communities. (B) The second part is called "Exchange Value" that includes the work done for the creation of goods or services for sale or exchange (Jaafarnia, 2017).





اینجاست که تولید کننده مراحل از زنجیره ارزش را بر عهده مصرف کنندگان می گذارد و به طور موثری تولید را از مرحله "A" به مرحله "B" هدایت می کند. به عنوان مثال مصرف کنندگان امروزه می توانند خود با تلفن شماره گیری کرده و تماس را خودشان انجام دهند و نقش اپراتور تلفن را ایفاء کنند. در حالی که در گذشته یک فرد شغل «اپراتور تلفن» را به عهده داشت و برای کاربران شماره گیری انجام می داد. مثال دیگر اینکه بر خلاف سابق که متصدی پمپ بنزین کار بنزین زدن را برای مشتریان انجام می داد، اکنون مشتریان در پمپ بنزین خودشان به اتومبیل هایشان بنزین می زنند. با این تفاوت که امروزه مصرف کنندگان انجام این کارها را به عنوان بخشی از وظیفه خودشان چه هنگام تماس گرفتن با یک شماره و چه هنگام بنزین زدن در پمپ بنزین پذیرفته اند؛ زیرا انجام این کارها قطعا زندگی را متفاوت و دلپذیر ساخته است، چرا که وقتی مصرف کنندگان کنترل انجام این کارها را داشته و خودشان آن را انجام می دهند، انجام این امور برایشان لذت بخش است. این فعالیت ها تغییر عمیقی در نقش مصرف کنندگان در سیستم سرمایه داری ایجاد نمی کند و تا زمانی که یک بازیگر اقتصادی به صورت رایگان کاری بکند تا ارزش استفاده را ایجاد نماید و از آن لذت ببرد، فعالیت های گفته شده صرفا به عنوان مصرف تعریف می شوند و اینکه این بازیگر اقتصادی بدون مزد و مواجب چه مرحله از زنجیره ارزش را به عهده بگیرد وقتی سرمایه داران و تولیدکنندگان می بینند که مشتریان می توانند کفش های خود و یا لوازم آرایشی و بهداشتی خود را با استفاده از کامپیوترهای فروشگاه های خرده فروشی طراحی کنند و یا دوچرخه خودشان را بسازند، یا اینکه دستگاه های پخش موسیقی دیجیتال خود را برای استفاده های جایگزین تطابق دهند، اهمیت نخواهد داشت.

بدون شک این ها نمونه هایی است که در آن مصرف کنندگان مسئولیت مرحله از زنجیره ارزش را به عهده می گیرند و چنین کاری در یک دهه قبل امکان پذیر نبوده است. ما می دانیم که «برون سپاری» مراحل در زنجیره ارزش به مصرف کنندگان ممکن است به طور غیر مستقیم روی ارزش مبادله تاثیر بگذارد. برای نمونه مشارکت مصرف کنندگان در روند ایجاد ارزش می تواند هزینه تولید محصول را برای شرکت کاهش دهد و سود بیشتری را روانه جیب تولیدکنندگان آن نماید.

This is where the producer puts the responsibility of a part of the value chain on the consumers' shoulder and effectively guides the production process from the point A to point B. For example, consumers can now dial the number by themselves and somehow simultaneously play the role of operator, while in the past, a person called the "phone operator" provided dial-ups for the users. Another example: Unlike the past that operators filled car tanks at the gas stations, nowadays, the drivers do it themselves. The consumers have accepted this as part of their own responsibility; because doing such things has made life different and definitely more pleasant – when costumers do a part of the process by themselves, they feel some kind of joy and satisfaction. These activities do not make a profound change in the role the consumers play in the capitalist system, and as long as an economic player makes a free of charge effort to create value for use and joy, the said activities will be defined merely as consumption; moreover, as long as the capitalists and manufacturers see that customers can design their own shoes or cosmetics using computers in retail stores or build their own bikes, or adjust their digital music player for alternative uses, it will not matter to them (Jaafarnia, 2017).

These are examples of involving consumers in the value chain, while this was not possible a decade ago. We know that "outsourcing" some stages of the value chain to consumers may indirectly affect the value of the exchanges. For example, consumers' participation in the value chain can reduce the production cost for the company and bring more profit the pocket of its producers (Jaafarnia, 2017).





برای مثال قبل از راه اندازی سیستم دوچرخه های عمومی در سطح شهرهای چین توسط شرکت های خدماتی که مصرف کنندگان میتوانند برای حمل و نقل شهری با کمک تلفن همراه قفل آنها را باز و استفاده نمایند، شرکت های حمل و نقل اتوبوسی شهری هزینه بسیار زیادی را صرف سوخت و بکارگیری راننده اتوبوس می نمودند. حال این دوچرخه ها از نیروی ماهیچه رایگان مردم استفاده کرده و خود مردم نیز به صورت رایگان رانندگی می کنند. نکته جالب توجه این که در هر اتوبوس ۵۰ نفر می توانند حمل شوند ولی با پول یک اتوبوس شرکت ها می توانند چند صد دوچرخه در خیابان قرار دهند تا خدمات حمل و نقل را به مردم ارائه نمایند، با وجود این که هزینه سوارشدن به اتوبوس فقط نصف دوچرخه میباشد میتوان این نکته را درک کرد که زمانی که توصیفکننده ها به عنوان بخشی از روند مصرف، کار بیشتری انجام می دهند می توانند چه سودهای بزرگی را ارائه جیب سرمایه داران کنند. برای نمونه شرکت IKEA که مبادرت به فروش مبلمان سرهم نشده می کند و عمل مونتاژ را به عهده مصرف کنندگان می گذارد، می تواند بخشی از هزینه های عملیاتی خود را حفظ نمایند. درحالی که بسیاری از مصرف کنندگان به کار سرهم کردن و مونتاژ مبلمان به عنوان کارهای عادی و روزمره با پاداش کم می نگرند که به هیچ عنوان تاثیر قابل توجهی روی محصول نهایی ندارد. در اینجا IKEA بخش اندکی از سود را روی محصولاتش می گذارد تا قیمت کالا کمی پایین بیاید که آن را به انگیزه های تبدیل کند که مشارکت مشتریان در فرآیند ایجاد ارزش را تضمین نماید. امروزه شرکت ها، توصیفکننده گان را تشویق می کنند تا به طور دائم در تلاش های نوآورانه و پربار با هم همکاری داشته باشند. سرمایه داران با اتخاذ این رویکرد مشترک، یک تغییر اساسی در تفکر تجاری در بخش «هم آفرینی» در شرکت داده اند. شرکت ها به جای اینکه تنها مشتریان را مصرف کنندگان نهایی تلقی نمایند، توصیفکننده گان را فعالانه درگیر می سازند و روابط سودمند متقابلی از طریق توانمندسازی کاربران ایجاد می کنند تا همکاران رایگان خلاق در فرآیند تولید باشند. این ایده ها شرکت و مصرف کننده را در کانون توجه قرار داده و یک تعامل شخصی میان شرکت و مصرف کنندگان را نشان می دهد تا توصیفکننده گان بطور فعالانه ای در فرآیند تولید، مشارکت داشته باشند.

For instance, before launching the public bicycle system in China by service companies through which consumers can lock and unlock the bicycles by their smartphones, urban bus companies spent a great deal of money for the fuel paid hefty shouldered hefty amounts of money to pay the bus drivers. Now these bikes use muscle force for free. Interestingly enough, 50 people can be carried in each bus, but the cost for each bus can be spent to put hundreds of bikes on the streets. Although the cost of using a bus is only half the riding a bike, it can be understood that when prosumers do more work as part of the consumption process, big money will flow into the pockets of the investors. For example, IKEA, which sells ready-to-assemble furniture and puts the assembling responsibility on consumers' side, is saving a big sum of money by reducing operating costs. This is while many consumers consider furniture assembly as ordinary task that has no significant effect on the final cost of the product. Here, IKEA uses a small part of its profits to reduce to product price a bit using it as incentive that ensures the participation of customers in the process of creating value. Today, companies encourage prosumers to constantly collaborate in innovative and productive processes. By adopting this common approach, capitalists have made a major shift in business's "co-creation" sector. Instead of considering end customers as the mere end consumers, companies are actively engaging prosumers and creating mutually beneficial relationships through empowering users to become creative partners in the production process. These ideas focus on the company and the consumer, and show a personal interaction between the company and consumers so that the prosumers actively participate in the production process (Jaafarnia, 2017).





شواهد حاکی از این است که شرکت‌هایی که این واقعیت تجاری مشارکتی را استفاده کرده اند، به عملکرد سازمانی برتری از طریق افزایش دخالت و رضایت مصرف کننده دست یافته اند؛ مجموع کل این انرژی مصرف کننده خلاق بیشتر از آن چیزی است که شرکت بتواند به تنهایی به آن دست یابد. در این روش یک شرکت خود را، ماهرانه به سکویی برای تبادل تبدیل می کند تا مصرف کننده گان نیازمندی‌های خاص شان را بیان کنند، دانش منحصر به فردشان را به اشتراک بگذارند و مهارت‌های خاص خودشان را در رابطه با وظایف مصرفی در دست اجرا به کار بگیرند. در اینجا شرکت‌ها به مصرف کنندگان آزادی فردی پیشنهاد می‌کنند و خواسته‌های مصرف کنندگان را با استفاده از پتانسیل آن‌ها برای ایجاد طراحی‌های بدون ریسک پوشش داده، جایی که مصرف کنندگان سعی می‌کنند که طراحان رایگانی باشند.

تولید کنندگان می‌دانند که مصرف مستلزم کار است و مصرف کنندگان می‌توانند بیشتر از کارمندان با جیره و موجب احساس وابستگی و همکاری با شرکت‌ها داشته باشند. با این ایده مصرف کنندگان با میل و رغبت موافقت می‌کنند مراحل بیشتری را در زنجیره ارزش به عهده بگیرند که ارزش مبادله ایجاد می‌کند. آن‌ها به تولیدکنندگان کمک می‌کنند که در بازار موفق‌تر باشند. به عنوان مثال شرکت کفش Fluevog از مشتریان می‌خواهد که طراحی‌هایی را به طور آنلاین برای ارزیابی در اینترنت بگذارند.

ما اغلب می‌بینیم که مصرف کنندگان در روند تولید ارزش مبادله شرکت می‌کنند، که در آن به نظر می‌رسد هم تولیدکنندگان و هم مصرف کنندگان با این ایده احساس راحتی می‌کنند. در عوض ارزشی که مصرف کنندگان در نتیجه مشارکت در فرآیند توسعه محصول به دست می‌آورند، تنها لذت مشارکت در روند تولید باشد. همانطور تاپسکات و ویلیامز در سال ۲۰۰۶ می‌گویند:

«مردم هیجان زیادی از به هم ریختن یک کالا، ساختن چیزی منحصر به فرد، نشان دادن آن به دوستانشان و اینکه سایرین ایده‌های آن‌ها را بپذیرند کسب می‌کنند.»

Reviews show that the companies which have adopted such “co-creation” strategies, have achieved much higher performance through increased consumer engagement and satisfaction; the total energy that innovative consumers can exert in the value chain is much more than what a company would solely deliver. Through this method, a company intelligently transforms into a platform for exchanges to express consumers' specific needs, share their unique knowledge, and apply their own specific skills in the process. Here, companies offer consumers individual freedom and cover consumers' demands, using their potential in creating risk-free designs, where consumers try to be free-of-charge designers (Jaafarnia, 2017).

Manufacturers know that consumption requires work, and consumers can have more dependency and collaboration with companies than the actual employees. Regarding this idea, consumers willingly take further steps in the value chain that leads to creation of the value of the exchanges. They help producers be more successful in the market. For example, Fluevog, a prominent shoe company, has asked the customers to upload their own designs on the company's website for evaluation (Jaafarnia, 2017).

We often see consumers taking part in determining the sales values, in which both manufacturers and consumers appear to be comfortable. In return, consumers only gain the pleasure of engagement as a result of taking part in the value chain process. Tapscott & Williams (2006) said:

"People are excited to shatter a product, create something unique, show it to their friends and get others to accept their ideas."



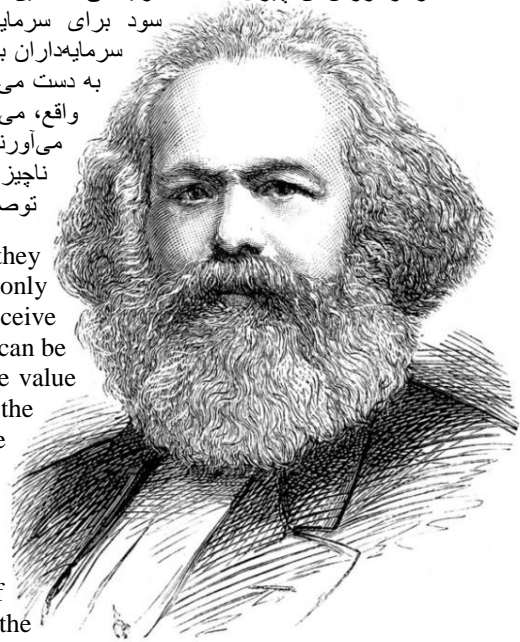


به نظر می‌رسد مصرف کنندگان از مصرف چیزهایی که خودشان ساخته‌اند لذت می‌برند و شرکت‌ها نیز تنها نقش تسهیل کننده در این روند را ایفاء کرده و در عوض سود سرشاری را دریافت می‌کنند. از سوی دیگر می‌توان فرض کرد که مصرف کنندگان از ارزشی که برای شرکت‌ها ایجاد کرده‌اند و درآمدی که در قبال آن دریافت نمی‌کنند، ناآگاه هستند. در همین راستا نیز بعضی منتقدان فرهنگی استدلال کرده‌اند که «توصیف کننده» شیوه‌ای است تا مصرف کنندگان کمتر از سرمایه‌داری انتقاد کنند، مصرف کنندگان را آرام سازد و با دادن این اجازه که آن‌ها به طور کامل در برخی از فعالیت‌های اقتصادی اصلی شرکت همکاری داشته باشند، آنان را در سیستم سرمایه‌داری شریک سازد. این منتقدان استدلال کرده‌اند که تمایز میان ارزش مبادله و ارزش مصرف خود یک محصول مدرنیته بوده و رهاسازی واقعی مصرف کننده تنها از طریق لغو این تمایز امکان پذیر می‌باشد.

ریتزر همچنین با ایده مارکس موافق است که می‌گوید: بهره‌برداری بیشتر به معنای پرداخت به کارگران، کمتر از ارزش آن چیزی است که تولید می‌کنند. این منبع اولیه «ارزش مازاد» است و به لحاظ متعارف تر، سود برای سرمایه‌داران است. با این حال در بسیاری از موارد سرمایه‌داران با وجودی که سود زیادی از رابطه با توصیف کنندگان به دست می‌آورند با این حال چیزی به آن‌ها پرداخت نمی‌کنند. در واقع، می‌توان استدلال کرد که آنها سود بسیار بیشتری به دست می‌آورند زیرا به جای اینکه آنها مانند گذشته به کارگران مبلغ ناچیزی پرداخت کنند، در عوض هیچ چیزی به توصیف کنندگان نمی‌دهند.

Consumers seem to enjoy using the things they have built by themselves, and companies only play a facilitating role in this process and receive huge profits in return. On the other hand, it can be assumed that consumers are unaware of the value they have created for companies and the revenue they generate for them. In the same line, some cultural critics have argued that the "prosumer" is a way to prevent consumers from criticizing capitalism, calm them and allow them to fully engage in some of the main business activities of the company; it actually engages them in the capitalist system. These critics have argued that the distinction between the exchange value and the value of consumption is a product of modernity, and the real redemption of the consumer can only become possible by the removing this distinction.

Ritzer also agrees with Marx's idea that says more exploitation means paying workers less than what they are producing. This is the primary source of "surplus value" and, in the most conventional sense, is the source of profit for the capitalists. However, in many cases, capitalists do not pay anything to them, although they gain a lot of profits from the partnership with the prosumers. Indeed, it can be argued that they earn much more profits because instead of paying so little to the workers just like in the past, they do not give anything to the prosumers (Jaafarnia, 2017).





چشمان کاملا بسته

افراد پشت پرده این دنیا چه کسانی هستند. سرمایه دارانی که در بالای هرم کپیالیستی قرار دارند و برده داری مدرن را هدایت می کنند. سیستم برده داری که به بهانه آزادی، قفل و زنجیر را از پاهای برداشته و بر ذهن آدمیان نهاده است و آنها را در هر جایی که باشند کنترل می کند. جامعه کپیالیستی غرب را می توان " جمهوری سرمایه داران " یا شرکت‌هایی مبتنی بر "سرمایه اندوزی" دانست که گویا تقوا برایشان به معنای موفقیت مالی در زندگی دنیوی است و سرمایه اندوزی موجب رستگاری می شود و هدف اصلی زندگی، سودجویی و انباشتن و یا مصرف کردن و غرق شدن در ارضای نیازهای مصرف گرایانه است. اینجاست که یک یک افراد جامعه را بر روی دوش همدیگر میبینیم که سعی دارند محصولی را با هر شکل صحیح یا ناصحیح (فریب) با نیاز پروری از راه مدیا به مصرف کننده ای ارائه نمایند، مصرف کنندگانی که بدنبال مدرنیته می دوند. گویی که مدرنیته اوج و قله اصلی زندگی انسان در بستر حیات اوست و هر تمدنی که بیشتر مدرن باشد پیشرفته تر و از این رو کامل تر است. پنداری که گویی تکنولوژی و علوم جدید رسالت دارند انسان را آزاد نمایند، شادی و خوشبختی بیاورند، شادی که هیچ وقت دست یافتنی نیست و با رشد تکنولوژی بیشتر انسان را در منجلاب فرو میبرد. آن زمان که ما از خوردن گندم (سیب) نهی شدیم، گفتند با خوردن آن دانش ممنوعه بر ما نمایان می گردد. از آن روز ما از بهشت رانده شدیم و فکر کردیم که با این دانش خودمان می توانیم بهشت مورد علاقه مان را بسازیم. ولی روز بروز این دانش ما را بیشتر از بهشت دور کرده و جهنمی میسازد که خودمان ساخته ایم. زمین ما بهشت بود و حالا ببینید که به چه روزی افتاده، پر از آلودگی و مشکلات. آن تیلور فلمینگ درباره وارونه شدن شعار معروف "جستجوی خوشبختی" (که از مواد اعلامیه استقلال آمریکا است) در مسیر حرص و آز سرمایه سالارانه می نویسد که:

Eyes Wide Shut

Who are the people manipulating this world? The rich people who are above the capitalist pyramid and are leading the modern slavery. The slavery, which, on the pretext of liberty, seems to unchain the mankind but in fact is putting heavier locks and chains on their minds so as to control them wherever they are. The West's capitalist society can be called the "Republic of Riches" or "The Companies Based on Capitalization". Virtue for such societies means financial success in a worldly life, in which getting more money leads to salvation, and the main purpose of life is to gain more profit and satisfy the insatiable consumerism. In this situation, we can see society filled with people trying to offer their products to consumers through media's moral and immoral approaches (deception) – consumers who are running toward modernity. It seems that modernity is the peak of human life, and more modernity means a better civilization. The notion suggesting that the technology and the new sciences are aimed at humans' salvation, joy and happiness – a joy that is never achieved – just takes the mankind down to what is worst. When we were commanded not to eat the forbidden fruit, they said eating the fruit will reveal the forbidden knowledge to us. Since that day, we were driven out of the paradise, mistakenly thinking that by that knowledge of ourselves we could build our own paradise. But it took us away from Paradise every day getting us closer to the hell we have built ourselves. The earth was our paradise and now look what has happened to it – full of filth, full of problems. Anne Taylor Fleming, in the mockery of the US's famous independence motto "The Pursuit of Happiness" explains how this motto has become reverses, saying that:





می نویسد که: " شوخی تقدیر را ببین، جستجوی خوشبختی همان چیزی است که ما را به طرف بدبختی می کشاند، رقابت و حشبانه در اندوختن ثروت و مسابقه دیوانه وار در استفاده از مواهب زندگی [محصولات تولیدی] لحظه ای آرامش و راحتی برای ما باقی نمی گذارد و فاصله فرد فرد ما را زیادتر می کند."

این شادی است که با مدیا و تلویزیون برایمان نیاز پروری می کنند بعد برای بدست آوردن آن محصول مجبور به کار مستمر میشویم تا پول مورد نیاز آن محصول را فراهم آوریم و با خرید محصول پولمان را به نفر بالاتر از خودمان که در هرم بر دوش ما نشسته بدھیم و برای اندک زمانی در داشتن این محصول شاد میگردیم. مشکل از اینجا بیرون می آید که هیچ وقت مصرف کننده به آن شادی که به صورت توهم برایش ساخته اند نمی رسد. موضوع را این گونه ببینید که برای خرید یک ماشین چند سال باید کار کرد تا پول آن فراهم شود. در صورتی که بعد از خرید آن محصول استفاده کننده زمان کمتری با آن محصول احساس شادی و خوشبختی میکند. از طرفی دیگر بلا فاصله قبل از بروز احساس سرخوردگی آنان که بر دوش ما نشسته اند فوری نیاز و محصولی دیگر را برایمان دیکته میکنند که با این دیگر شاد خواهی شد. پنداری که شادی و خوشبختی را در رفاه مادی و صرف و داشتن محصولات می داند و آدمی که در پی این خوشبختی لقا شده است هیچ گاه به خوشبختی حتی نزدیک هم نمیشود تا بجایی برسد که به آن دست یابد. در این راستا دانشگاه ها هم به نابودی بشریت کمک می کنند چون این محصولات حاصل تلاش دانش آموختگان دانشگاه ها می باشند. در این راه است که سیستم های فراماسونری پشتیبان سرمایه داران بوده تا از هر گونه بحرانی سرمایه داران را سالم بیرون برد. این سیستم فراماسونری تشکیلات مخفی است که در انگلستان و بعد در فرانسه و آلمان و آمریکا در قرن ۱۸ و پس از آن بوجود آمد. سازمان مخوف، پیچیده و با نفوذی که از طریق اعمال نفوذهای نهان و نامحسوس خواسته ها، اراده و منافع لایه های مختلف طبقات سرمایه دار را پیش میبرد بدون این که در لایه های پایین جامعه که در زیر هرم طبقاتی جای دارند و برده گان مصرف گرایی هستند از این تصمیمات بوی ببرند.

Saying that: "Look at the funny joke of the fate! The pursuit of happiness has become exactly what that takes us to the misery; the wild rivalry between the mankind to get richer and the crazy race to take advantage of the gifts of life [Productions of factories] are widening the gap between us every day."

They create needs for us through media and television, then we have to work hard for the money to get what they have advertised; to buy a product, we will give our money to the person sitting in the higher rank of the pyramid just to be happy for a short while. The problem is that consumers never achieve the joy the media have created before their eyes. This is while the consumer will feel disappointed after buying the advertised product. On the other hand, those who impose such fake needs, immediately embark on a new mission to create a new product and a new need. The idea of reaching joy and happiness through materialistic welfare that keeps people running for an unreal mirage will never get us even close happiness and felicity. Universities also help destroy the humanity, because all factories productions are results of educated men come out from universities. In this way the Freemasonry systems have always been among the main sponsors of the capitalists in this regard helping them pass different crises over times. The Freemasonry system is a secret organization that was established in England and then prevailed through France, Germany and America in the 18th century and afterwards. A dreaded, sophisticated and influential organization that, through the implicit and intangible influence of the desires, wills and interests of the various layers of the capitalist class, goes on without being detected by the lower layers of society, and those at the bottom of the pyramid who have become the slaves of consumerism.





این بدین گونه است که تمام اعضا در هر گردهمایی که یک مراسم است شرکت می کنند. در این مراسم که استاد یکی از مهمترین افراد است ریاست را بر عهده دارد، در مورد مسائل روز و هفته سخن می گویند که شامل افزایش همدلی، یاریجویی، آگاهی بخشی، بصیرت افزایی، توسعه و تعمیق دانش و بینش، پرورش نیروها ایجاد انگیزه فکری در انجام دادن وظایف فردی و اجتماعی اعضا، ایجاد انسجام و رفع اختلاف که در راستای اهداف فراماسونری می باشد هستند. آماري که از نفوذ گسترده شبکه مخفی ماسونی و لیست سیاست مداران (سیاست مداران اصلی آمریکا همه اعضای این شبکه بوده اند برای مثال جرج واشینگتن، توماس جفرسون، جان آدامز، بنجامین فرانکلین و ژان لافایت) وابسته به آن در آمریکا بعضا افشا شده، بسیار هول انگیز و تکان دهنده است. در اوایل قرن ۱۹ در زمان شکلگیری دولت ایالت متحده آمریکا، نفوذ فراماسونری در هیات حاکمه رو به افزایش گذاشت. در ۱۸۰۸ جیمز مادیسون از رهبران فراماسونری آمریکا و از نویسندگان قانون اساسی این کشور با نفوذ ماسونی ها به ریاست جمهوری برگزیده شد و سه رئیس جمهور بعدی آمریکا یعنی جیمز مونرو، جان کوینسی آدامز و آندریو جاکسون هر سه فراماسونر بودند. بعدها با مخالفت های جناح غیر ماسونی سرمایه داری آمریکا و افشاگرهای ویلیام مورگان علیه فراماسونرها اوضاع کمی مشوش شد اما پس از مرگ مرموز او ماجرا به نفع فراماسونرها خاتمه یافت. از سال ۱۸۴۱ و از زمان ریاست جمهوری هاریسون و پنج رئیس جمهور بعدی آمریکا همه فراماسونر بودند. جالب این که آبراهام لینکلن که نماینده سرمایه داران شمال آمریکا را در جنگ علیه برده داران جنوب بر عهده داشت نیز فراماسونر بود و معاون او آندریو جانسون که پس از قتل لینکلن به قدرت رسید و نیز رئیس جمهور بعدی ژنرال اولیس گرانت نیز ماسونی بودند. و در مواردی فراماسونرها دلیل اختلافات داخلی در انتخابات موفق نشدند و یا بنا به دلایلی ترجیح دادند برخی از رئیس جمهورهای غیر ماسونی بر آمریکا حکومت کنند.

All the members participate in every ritual. During the ceremony, which is chaired by the Master Mason, one of the most important people of the Freemasonry system, delivers speeches on the latest ongoing issues, including empathy, help, awareness, insight, development and deepening of knowledge, the fostering capabilities, creating intellectual motivation in fulfilling the individual and social duties, creating cohesion and resolving disagreements; all of these are done in line with the objectives of Freemasonry. The widespread penetration of the Masonic secret network and the number of politicians (main American politicians have all been the members of the network, for example, George Washington, Thomas Jefferson, John Adams, Benjamin Franklin and Jean Lafayette) who have been engaged in masonry is so shocking. In the early 19th century, when the US government was formed, Freemasonry secured its presence in the country's governing bodies. James Madison, one of the US Masonic leaders and a contributor to America's constitution was elected as the US president in 1808; his three successive presidents, namely James Monroe, John Quincy Adams, and Andrew Jackson, were all Freemasons. Later, with a bitter disagreement of America's non-Mason capitalists and through William Morgan's disclosures against Freemasonry, some kind of perturbation emerged, but with Morgan's mysterious death, the story continued in favor of Freemasons. Harrison (1941) and all his next five presidents were Freemasons. Interestingly, Abraham Lincoln, who represented the North American capitalism in a war against southern slave laborers, was also a Freemason, and his deputy Andrew Johnson, who came to power after Lincoln's murder, and also the next president, General Ulysses Grant, were Masons. Only in some cases where Freemasons did not succeed in the elections or just preferred to give presidency to others, a non-Mason could serve for the country.





دوباره شاهد آن هستیم که معاونان اصلی و مقامات مهم قضایی یا سنا و کنگره آمریکا اغلب ماسونری بودند. در قرن بیستم و بیست و یک هم شاهد این موضوع هستیم، رئیس جمهوریایی چون رونالد ریگان، بیل کلینتون، وارن هاردینگ، فرانکلین روزولت، ترومن، لیندن جانسون و جerald فورد. بر اساس برخی گزارشات در نیمه دوم قرن بیستم نزدیک به ۵۸ درصد وزرا و قریب به ۶۰ درصد قضات دیوان عالی آمریکا و نیز بین ۵۵ تا ۶۰ درصد سناتورهای ماسونری بودند. نفوذ حیرت انگیز تشکیلات مخوف فراماسونری به عنوان بازوی سازمانی سرمایه سالاری جهان غرب در هیات حاکمه و ارکان اجتماعی و اقتصادی و فرهنگی و سیاسی جهان غرب از نقش مهم باند‌های قدرت نهان و نامحسوس و توطئه گری غرب پرده برمیدارد که چگونه مردم ضعیف و مصرف گرای کشور خود و سایر مردم جهان را به بردگی گرفته اند. جان لاک فیلسوف انگلیسی که قبل از وقوع جنگهای استقلال آمریکا، قانون اساسی یکی از ایالت‌های آمریکا را نوشته است از تئوریسینهای مطرح کننده تعابیر مشترک فراماسونرها و لیبرال ها "یعنی تسامح و تساهل" بود. با این که او از "ازادی و برابری" بسیار سخن گفته ولی آشکارا منافع فراماسونری، استعمار ملل محروم و برده داری بوده است. موریس کرنستون منتقد معاصر فلسفی جان لاک را "پیشاهنگ واقعی امپریالیزم تجاری بریتانیا" می نامد. در واقع دیدگاه‌های سرمایه سالارانه و سودجویانه او بود که توسط پدران بنیانگذار جامعه آمریکا مورد تحسین قرار گرفت، تعبیری که لاک را پیام آور الهام بخش جمهوری آمریکا می نامند.

استلی کوبریک برای اثبات عجیب و غریب بودن این سازمان فیلم "چشمان کاملا بسته" را در سال ۱۹۹۹ ساخت. چشمان کاملا بسته بر اساس رمانی از آرتور شینتزلر (۱۹۲۶) به نام "داستان خیال" ساخته شد؛ هرچند، کوبریک حال و هوای این داستان را از وین اوایل قرن بیستم به نیویورک سیتی در اوایل دهه ۹۰ تبدیل کرد.

We can also see that the main chiefs and deputies in different decisive parts of the United State such as judicial authorities, the Senate and Congress, have often been Masons. Even in the 20th and 21st centuries the issue is obvious; Ronald Reagan, Bill Clinton, Warren Harding, Franklin Roosevelt, Truman, Lyndon Johnson and Gerald Ford were among such figures. According to some reports in the second half of the 20th century, nearly 58% of the ministers and nearly 60% of the member of the judges in the US Supreme Court, as well as 55%-60% of Senators were Mason. The astounding influence of the horrific organization of Freemasonry in the governing body and the social, economic, cultural, and political components of the Western world reveals the clandestine role the conspiratorial powers against the weak and consumerist countries of across the world. English philosopher John Locke, who wrote the constitution of US state before the outbreak of the American Independence War, was one of the major theorists proposing the common interpretations of freemasonry and liberalism, called "Letter on Toleration." Although he boasted on advocating "freedom and equality," he was clearly defending Freemasonry, the exploitation of the deprived nations, and slavery. The contemporary critic, Morris Cranston, calls John Locke a "true vanguard of the British imperialism." In fact, his capitalistic viewpoints were highly praised by the Founding Fathers of the American community, calling Locke the inspirational herald of America.

To show how this organization is weird, Stanley Kubrick has made a movie titled "Eyes Wide Shut". It is a 1999 film, produced based on Arthur Schnitzler's 1926 novella Traumnovelle (Dream Story), the story is transferred from early 20th-century Vienna to 1990s New York City.





داستان فیلم در مورد دکتر بیل هارفورد است که شبی موفق به نفوذ به یک میهمانی بزرگ بالماسکه در یک اجتماع نامعلوم می‌شود. بیل و آلیس زوج جوانی هستند که در نیویورک زندگی می‌کنند. آن‌ها در میهمانی یکی از بیماران متمول خود به نام ویکتور زیگلر شرکت می‌کنند و در آنجا بیل با یکی از اخراجی‌های دوران دانشگاه‌اش به نام نیک نایتینگل برخورد می‌کند که اکنون به یک پیانیست ماهر تبدیل شده است. بیل که بعداً دوباره با نیک در یک کلوب شبانه دیدار می‌کند، متوجه می‌شود که دوستش قرار است در مراسمی به صورت چشم بسته پیانو بنوازد و از صحبت‌هایش متوجه می‌شود که شرط ورود به این مراسم داشتن لباس مخصوص، ماسک، و رمز ورودی بود که نیک روی یک کاغذ نوشته بود. بیل بلافاصله به فروشگاه آقای میلیچ رفته و با پرداخت مبلغ هنگفتی یک لباس مخصوص مراسم بالماسکه کرایه می‌کند. سپس با تاکسی خود را به قصری که نیک در میان حرف‌هایش به آن اشاره کرده بود می‌رساند. وقتی که با رمز نیک وارد ساختمان می‌شود متوجه مراسمی عجیب می‌شود که در حال برگزاری است. شخصی وی را به داخل اتاق مراسم راهنمایی می‌کند و در حین عبور از سالن‌های قصر بیل با رهبر این مراسم که شنل قرمز بلندی به تن داشت مواجه می‌شود هرچند طولی نمی‌کشد که او را شناسایی می‌کنند. پیش از آنکه او را از مراسم اخراج کنند به او گفته می‌شود به هیچ وجه در رابطه با آنچه که آن شب مشاهده کرده بود با کسی سخن نگوید. بیل پس از بازگشت لباس‌های اجاره‌ای را به فروشگاه باز می‌گرداند، ولی به علت گم کردن ماسک، آن را نمی‌تواند تحویل دهد. روز بعد بیل به خانه ی زیگلر دعوت می‌شود و متوجه می‌شود که بیمار ثروتمندش یکی از اعضای حاضر در آن مراسم بوده است. زیگلر به طور غیرمستقیم به بیل می‌فهماند که آن اجتماع مخفی به راحتی با کسانی که برایش تهدیدی ایجاد کنند برخورد می‌کند. پس از بازگشت به خانه، بیل متوجه می‌شود که ماسکی که آن شب با خود به همراه داشت بر روی بالش و کنار همسرش که خواب بود قرار دارد. داستان این فیلم سوالی را ایجاد می‌کند که آیا «چشمان کاملاً بسته» در مورد ایلومیناتی است؟ پاسخ این سوال مثبت است. کوبریک این فیلم را با این هدف ساخت که همگان از وجود چنین اجتماع به شدت مخفی‌ای که حتی به خصوصی‌ترین لایه‌های زندگی افراد نیز رخنه می‌کند مطلع شوند.

The film follows Dr. Bill Harford, who embarks on a night-long adventure, during which he infiltrates a massive masked orgy of an unnamed secret society. In this movie Dr. Bill Harford and Alice are a young married couple living in New York. They attend a Christmas party hosted by a wealthy patient, Victor Ziegler, where Bill is reunited with Nick Nightingale, a medical school drop-out who now plays piano professionally. Meeting Nick later at the jazz club, Bill learns that Nick has an engagement where he must play piano blindfolded. Bill learns that to gain admittance, one needs a costume, a mask, and the password, which Nick had written down. Bill goes to a costume shop and offers the owner, Mr. Milich, a generous amount of money to rent a costume. Bill takes a taxi to the country mansion mentioned by Nick. He gives the password and discovers a ritual is taking place. A porter then takes him to the ritual room, where a disguised red-cloaked master of ceremonies confronts Bill. Bill is ushered from the mansion and warned not to tell anyone about what happened there. Later Bill goes to return the costume, but not the mask, which he has misplaced. Then Bill is summoned to Ziegler's house, where Ziegler discloses he was one of those involved with the ritual orgy. However, he implies the society is capable of acting on their threats. When Bill returns home, Bill finds the rented mask on his pillow next to his sleeping wife. This movie creates a question that, Was Eyes Wide Shut really about The Illuminati? Yes, The main reason that Stanly Kubrick made this movie is this that he wants to show the secret society that even it can go to the most private issue of everyone life and can control everyone in society.





داستان فیلم به ما نشان می‌دهد که حتی آنچه که شبیه خیال یا رویا است می‌تواند واقعیت داشته باشد. به همین خاطر چنین نامی را برای فیلم خود انتخاب کرده است تا بگوید چشمان همه بر روی حقیقت کاملاً بسته است. این فیلم به خوبی نشان می‌دهد که رفتار این اجتماع مخفی تا چه حد همچون برخی مراسم‌های دیگر خاص به خود است و هر روز به کپی‌الیزم و پیشبرد اهداف آن کمک می‌کند. علاوه بر این، جامعه مخفی می‌تواند تمامی اعضای نظام کپی‌الیستی را با نام‌های استخوان و جمجمه - یا همان ایلومیناتی و فراماسونری - گرد هم بیاورد. در این باره، ایلومیناتی می‌خواهد وقتی مردم عادی دچار «چشمان کاملاً بسته» هستند، جامعه مخفی چشمانش را کاملاً باز نگه دارد.

در یکی از سکانس‌های فیلم، چند پسر بچه فریاد می‌زنند: «برگرد به سانفرانسیسکو، برگرد به جایی که به آن تعلق داری!» این جمله به گروه استخوان و جمجمه‌ای‌ها اشاره دارد که در دانشگاه ییل و کلوب بوهمیان در شمال سانفرانسیسکو قرار دارد.

ایلومیناتی (به معنای «روشن‌گری شده») نامی است که به گروه‌های مختلفی اطلاق شده است. از دیدگاه تاریخی، واژه ایلومیناتی به Bavarian Illuminati اشاره دارد، یک جامعه مخفی روشن‌گری شده که در نخستین روز ماه می سال ۱۷۷۶ تأسیس شد. بعدها، واژه ایلومیناتی به سازمان‌های مختلفی نسبت داده شد که به شکلی مدعی ارتباط با ایلومیناتی باورایی یا اجتماعات مشابه آن بوده‌اند. این سازمان‌ها همیشه متهم به توطئه برای دستکاری و کنترل جهان از طریق طراحی حوادث و گماردن نیروهای نفوذی در دولت‌های مختلف برای کسب قدرت سیاسی و در نهایت رسیدن به «نظم نوین جهانی» بوده‌اند.



It wants to tell it is like illusion and dream. That's why he has selected this name on the movie which means eyes of everyone are absolutely closed. The movie wants to show how this secret society is a ritual which helps capitalism in everyday issues to overcome on issues. The secret

society also can gather all members of capitalism on the names of Skull and bone, Illuminati and freemasonry. In this issue Illuminati wants the secret society keep eyes open when other ordinary people have "eyes wide shut".

In the movie, Kubrick has a section which school boys tell "go back to San Francisco where you belong, man" it is pointing to this issue that the Skull and bones has located at the Yale University and bohemian club is located at the north of San Francisco.

The Illuminati (plural of Latin illuminatus, "enlightened") is a name given to several groups. Historically, the name usually refers to the Bavarian Illuminati, an Enlightenment-era secret society founded on 1 May 1776. In subsequent use, "Illuminati" has referred to various organizations which have claimed or have been claimed to be connected to the original Bavarian Illuminati or similar secret societies. These organizations have often been alleged to conspire to control world affairs, by masterminding events and planting agents in government and corporations, in order to gain political power and influence and to establish a New World Order.





انگلیس، فرانسه و اسپانیا، پدر و مادر زاینده کپیتالیسم آمریکا

بعد از هجوم اروپاییان به آمریکا، انگلیسی ها اولین شهرک خود را در ویرجینیا، آمریکا در سال ۱۶۰۷ راه اندازی کردند. آنها هم با رقبای اسپانیایی و فرانسوی خود جنگیدند و همزمان به قتل و کشتار بومیان سرخپوست مبادرت کردند، بطوری که برای سر جداشده هر سرخپوست بین چهل تا صد لیره می پرداختند. به علت کمبود نیروی کار آنها به منظور بازدهی بهتر زمینهای کشاورزی و بهره برداری از معادن اقدام به ریودن سیاهان آفریقا نمودند و با تبدیل آنها به برده، نیروی کار رایگان خود را فراهم نمودند. بدینسان پول دوستی و پول سالاری و انگیزه های بهره کشانه از بومیان و بردگان سیاهپوست گروه هایی از مهاجرین طماع و بی هویت اروپایی را گرد هم جمع نمود، آنان بنیانگذاران جامعه آمریکا بودند که بعد از مدتی این پول پرستی باعث کشتار همدیگر هم شد به گونه ای که توزیع چای در انبار مانده شرکت هند شرقی آتش سرمایه داران کلنی نشین را برافروخت و باعث جنگ داخلی گردید. این زمانی رخداد که در سال ۱۷۷۶ توسط یک فراماسونر به نام توماس جفرسون آمریکا اعلام استقلال نمود و در این زمان ارتش به رهبری یک فراماسونر دیگر به نام جرج واشینگتون که خود یک برده دار بود او را همراهی کرد تا علیه قوای انگلیسی مبارزه نمایند. تمامی این مبارزات را سرمایه داران آمریکا بر عهده داشتند که همگی وابسته به لژهای فراماسونری بودند. نکته جالب این است که جفرسون اعلامیه استقلال آمریکا را تنظیم نمود ولی با وجود ادعاهای فریبنده و توخالی درباره حقوق بشر در هیچ جا حقوق مصرف کننده در نظر گرفته نشد، از طرفی دیگر نیز حتی اشاره ای نیز به حقوق بردگان و افول بردگی و قطع آزارهای نژاد پرستانه هم دیده نمیشود.

England, France and Spain, the generators of capitalism in the United States

After the European colonization of the Americas, the British launched their first settlement in Virginia, United States, in 1607. They fought with their Spanish and French rivals while killing indigenous Indians, as they were rewarded 40 to 100 liras for beheading each Indian American. As they came short of manpower for agricultural works and exploiting mines, they embarked on bringing black Africans as slaves to the newly found continent to provide free labor. Thus, the insatiable greed and the unstoppable pursuit of wealth along with the strong incentives for exploiting the Native Americans and black slaves brought together greedy immigrants from Europe. They became the founding fathers of the American society; after a while, the tensions even raised among them to an extent they started killing each other. And finally, the distribution of the old tea by East India Company sparked the tensions among the colonizing capitalists, igniting the fire caused the civil war. The emergence of the Civil War was concurrent with proclamation of independence in 1776 by the Freemason Thomas Jefferson; after the proclamation, the army led by another Freemason, George Washington, backed him to fight against the English forces. All of these decisive American figures were capitalists, all dependent on Freemasonry. Interestingly, Jefferson set up the Declaration of Independence, but, despite his hideous hollow claims on respecting human rights, the consumer rights were not considered at all; the declaration also neither did mentioned the rights of slaves nor the decline of slavery and racism.





این اعلامیه از ابتدا آشکارا خصلت پول سالارانه داشته از آنجایی که میبینیم از شرایط رای دادن در انتخابات داشتن سرمایه بوده است. این نکته را نباید نادیده گرفت که تمام اتفاقات از شروع که با کشف آمریکا توسط کریستف کلمب صورت گرفت تا به امروز همه و همه ماهیت پول پرستانه داشته و در راستای گسترش دامنه سود جویی های مردم غرب بوده است.

در این زمان پیوریتانیزم غرب که از انشعاب مذهب پروتستانیزم مسیحی منشعب شده و بشدت منعکس کننده روح سوداگرانه و سرمایه داری مدرن است و آموزه های آن در خدمت منافع و خواسته های سرمایه داران و جهت تحکیم سیطره آنها قرار گرفته است در پایه های نظام جامعه آمریکا قرار داده شد. پیوریتانیزم ابتدا در سال ۱۵۵۹ میلادی در اعتراض علیه کلیسای انگلستان شکل گرفت و تحت تاثیر و ملهم از آرای جان کالون بود. در این آیین مورد علاقه غرب، سرمایه دارها آیات و نشانه های برکت خدا تلقی می شوند. پیوریتانیزم نوعی ریاضت سختگیرانه جهت انباشتن سرمایه است که ثروت اندوزی و کار ماشینی را با نحوی امساک افراتی در مصرف کردن می آمیزد و حاصل آن شکل گیری نگرشی است که سودجویی و استثمار و رفاه طلبی را عین تقوا می پندارد و البته بستر مناسبی جهت رشد تمنیات سرمایه پروری است. از این جهت بود که مهاجران اولیه به آمریکا به لحاظ مذهبی اکثرا پیوریتن بودند و نوعی درک سرمایه سالارانه از زندگی، عبادت، کار و استثمار را داشتند. همین تفکر کمک بسیار



بزرگی کرد تا بذر آرای لیبرال سرمایه سالارانه در زمین فرهنگ و جامعه آمریکا شکوفا گردد و سرمایه سالاری به نظام و مناسبت حاکم بر آمریکا تبدیل شود. پیوریتانیزم با انگیزه های سودجویانه مهاجران و با بینش لیبرال فراماسونری بنیانگذاران جمهوری آمریکا بسیار سازگار و هماهنگ بوده است.

The announcement had a clear opportunistic nature from the onset; we can see this nature since only the well-to-do people were allowed to vote in the elections. It should be noted that all the events, starting with the discovery of America by Christopher Columbus up to now have all been of monetarist nature and have all been in the direction of the Westerners' interests.

At this time, Western Puritanism, which emanates from Christian Protestant and reflects the speculative spirit of modern capitalism and its teachings, was put in action as the base of the American society system. Puritanism was first formed in 1559 in protest against the Church of England and was influenced by John Calvin's argument. In its view, the capitalists are seen as signs of God's blessing. Puritanism is some kind of austerity to pile up money, which combines wealth and mechanization with extreme inspirational form of consumption; Puritanism results in the formation of an attitude that considers profits, exploitation and welfare as piety, and, of course, is a suitable basis for the growth capitalistic desires. That is why the early immigrants to the United States were mostly Puritans and had a kind of capitalist understanding of life, worship, labor and exploitation. The same thought helped the seeds of the capitalist-liberal ideas flourish in the land of American culture and society, making capitalism become a system of American rule. Puritanism has always been consistent with the emancipatory motives of the immigrants as well as the Freemason-liberal vision of the founders of America.





در واقع این آیین یک بهانه به ظاهر مذهبی مناسب با روح سوداگرانه سرمایه داران و برده داران و خرده مالکان سفید پوست و نژاد پرست آمریکایی پدید می آورد و وجدان آنها را جهت بهره کشی و انباشت سرمایه، توجیه و آسوده می کند. در اینجا است که درک این نکته که بهره کشی از طبقه پایین هرم و به برده گرفتن مصرف کنندگان و گرفتن پول آنها را کمک خدا می دانند، وقتی که نیکسون می گوید "خدا با آمریکا است." خواست خداوند این است که آمریکا رهبری دنیا را به دست بگیرد" جالب است.

درک این حقیقت که برخی ادعاها و ظواهر دینی بیوریتانستی و امثال آن و فهم ماهیت سرمایه سالارانه آن تعالیم به خوبی مشخص می سازد که وقتی بر روی اسکناس یک دلاری آمریکا این نمادها نقش بسته (قبلا هم به فرارگیری چشم در بالای هرم اشاره شده) که در یک طرف عکس جرج واشینگتن فراماسونر و علایم رمزی فراماسونری چاپ شده و در طرف دیگر آن نوشته شده است "ما به خدا ایمان داریم" مقصود همان خدایی است که نیکسون به آن اشاره دارد، خدایی که به آنها کمک می دهد تا سرمایه داریشان را علیه مردم آمریکا که در طبقه پایین هرم سرمایه داری قرار دارند و فقط کار می کنند تا پولشان را برای خرید کالا های مصرفی به طبقات بالایی هرم بدهند گسترش دهند و همچنین امپریالیزم نژادپرستانه شان را علیه ملل دیگر بکار گیرند. البته این شیطان است که آنها آن را خدای خود می نامند. روح حاکم بر بینش اقتصادی جمهوری ایالات متحده را می توان از این عبارت جان جی، که اولین رئیس دیوان ایالات متحده آمریکا است برداشت کرد که می گفت "حکومت باید در دست کسانی باشد که سرمایه های کشور در دست آنها است." در جامعه آمریکا و نظام حاکم بر آن تاکید بر حاکمیت سرمایه داران و سرمایه داری دارد. در این رابطه جیمز مدیسون یکی از یاران توماس جفرسون فراماسونر و از رهبران انقلاب آمریکا و نویسنده اعلامیه استقلال که خود نیز دو دوره رئیس جمهور آمریکا بود بطور صریح اعلام می کرد که مجلس سنا باید نماینده سرمایه داران و زمین داران بزرگ و به گفته او "مدافع آنها [سرمایه داران] علیه اقدامات کسانی باشد که در زیر فشار فقر و بیچارگی در سر هوای برخورداری از خوشبختی را به نحو عادلانه تری می پروراند."

In fact, this ritual provides a seemingly religious pretext to the speculative spirit of capitalists, and white-collar American racists, and justifies their exploitations and insatiable thirst for money. It becomes interesting to understand that the use of the lower-class in the pyramid and the slaughter of consumers to grab their money is considered by God's help; as Nixon says, "God bless America. It is God's will that America have the strength and the character to lead the world."

Understanding the truth behind some of the Puritanism claims and perceiving the capitalistic nature of those teachings reveal that when the one dollar note has the emblem of the Freemason George Washington and numerous secret codes and has the expression "In God We Trust" on the other side, the word God actually means what Nixon refers to; a God that helps them push their capitalist, racist and imperialist goals against the middle class Americans. The God who helps the rich get richer and the poor get poorer through their consumerism. Of course, this is Satan that they call God. The main structure of the United States economy can be perceived from John Jay, one of the Founding Fathers of the United States, who said, "The government should be in the hands of those who have the capital of country." The American society and its ruling system emphasize the sovereignty of capitalism and capitalists. In this regard, James Madison, who was a friend of the Freemason Thomas Jefferson and hailed as the "Father of the Constitution", explicitly stated that the Senate should represent major capitalists and landlords, and they should have advocacy against the actions of those who, under the pressure of poverty, dream of a better life in a more justice environment."





اساساً سیستم تفکر جوامع مدرن ماهیتی سوداگرانه و سرمایه دارانه دارد و سیستم جوامع مدرن ایده آل خود را در پی ریزی یک نظام سرمایه سالار جستجو می کنند.

اقتصاد سرمایه داری آمریکا از این مورد مستثنا نیست، اقتصادی که توسط الکساندر هامیلتون وزیر خزانه داری دولت جرج واشینگتن پی ریزی شد. از گفته های اوست که " تنها کسانی که پول دارند و در خانواده آبرومندی متولد شده اند قادر خواهند بود که حکومت خوبی بوجود بیاورند و آن را اداره کنند." او همچنین معتقد بود که " قدرت دولت باید به قدرت صاحبان پول متکی باشد زیرا اینها روشن بین ترین و مطمئن ترین حامیان یک حکومت واقعی هستند." همانطور که گفتیم از اول ماجرا خشت بنای آمریکا را کج گذاشتند، این موضوع را در قانون اساسی آنها می توان دید که به هیچ عنوان حقوق مردم مصرف کننده پایین جامعه را در نظر نگرفتند هر چند که شعارهای دموکراسی و مردم سالاری سردادند اما ساختار نظام در این جامعه که میلیونها نفر برده فاقد هر گونه حقوق انسانی و میلیونها نفر کارگر فقیر در آن زندگی میکنند که هر روز مورد حمله رسانه ای قرار میگیرند تا با نیاز پروری و ایجاد توهم اقدام به خرید محصولات مصرفی که مورد نیاز واقعی آنها نیست کنند تا برای برگرداندن همان پول اندکی که با مشقت جمع کرده اند به جیب بالاتری ها در هرم سرمایه داری عجله کنند، که از اساس مبتنی بر حاکمیت سرمایه داران بوده و برخی دولت مردان آمریکایی نظیر واشینگتن، مدیسون و هامیلتون صراحتاً از این امر دفاع می کردند.

هنری تورو نویسنده فرانسوی تعبیر زیبایی را از جامعه سرمایه داری غرب نوشته "در زمان ما رویه یک انسان در قبال دولت آمریکا باید چگونه باشد؟ به نظر من در حال حاضر هیچ انسانی نمی تواند از حکومت آمریکا پشتیبانی کند مگر آن که شرافتش را از دست بدهد. حقیقت این است که من حتی یک دقیقه هم نمیتوانم خودم را وابسته به حکومتی بدانم که رهبری آن با برده داران است."

Basically, the thought system of modern societies is speculative as it searches for a capitalist approach.

The American capitalist economy is no exception to this, an economy created by George Washington's Secretary of Treasury Alexander Hamilton. He said that "only those who have money and who are born in a respectable family will be able to establish a good government and rule it." He also believed that "the power of the state should depend on the power of the rich because they are clearly the closest and most reliable supporters of a real government." The cornerstone of America was built in a wrong way at the start. This can be seen in their Constitution, which, despite all its democratic propagandas, does not take into account the rights of the low-income people. The governing system in this society, where millions of people live without their human rights being respected and are being attacked by the media every day to be lured into buying the stuff they do not need, is way different from what they try to show us. The system makes every effort to snatch the little money people earn with hard work to add to the wealth of the capitalists. This is what the capitalists based their ruling system on, and some American politicians like Washington, Madison and Hamilton defended it.

Henry Thoreau, a French writer, wrote a beautiful interpretation of Western capitalist society: "How should a man behave toward the US government? I think that no one can currently support the government of the United States unless he has lost his dignity. The truth is that I cannot rely on a government led by slavers even for a single moment."





سخنان او امروز هم مصداق دارد زیرا اگر چه ضرورت های صنعتی شدن جامعه آمریکا سیستم برده داری که زنجیر بر پا داشتند را نفی کرده اما سرمایه داران با ساخت نیاز کاذب و نیاز پروری و ایجاد حرص و آز و طمع، به کمک رسانه ها مصرف گرایی ایجاد کرده اند که هر آمریکایی را در عمل به برده تبدیل کرده است. نفوذ سرمایه داران و صاحبان ثروت های نجومی در آمریکا به حدی است که مطبوعات آمریکایی، جلسه هیات دولت را " جلسه مشاوره هیات مدیره صاحبان سهام" نام می گذارند.

در هیات حاکم سرمایه سالار آمریکا پس از استقلال دو جناح فدرالیست ها به رهبری واشینگتن (اجداد حزب جمهوری خواه) و جمهوری خواه دمکرات به رهبری جفرسون (اجداد حزب دمکرات) مقابل هم بودند که هر دو از عوامل فراماسونری و مدافع و معتقد به نظام کپی‌تالیسم و تنها شعارهای تبلیغاتی و برخی تاکتیک های سیاسی شان فرق می کرد. بعد از دو دوره کنترل آمریکا توسط حزب فدرالیست ها قدرت در اختیار توماس جفرسون قرار گرفت. در زمان او مساحت آمریکا باز هم افزایش یافت و لوئیزیانا نیز به این کشور ملحق شد. در این راستا سیاست های خارجی آمریکا برای کمک به سرمایه داران آمریکایی آنها را بر این داشت تا تلاشی برای حفظ منافع شان در آمریکای جنوبی داشته باشند که این امر موجب ایجاد دشمنی بیشتر با انگلستان و ایجاد جنگ در سال ۱۸۱۲ گردید. این جنگ زمینه گسترش و توسعه هر چه بیشتر سرمایه داری آمریکا را بیش از گذشته فراهم نمود. مونرو رئیس جمهور فراماسونر ایالات متحده در سال ۱۸۲۳ در پیامی به کنگره آمریکا ضمن ترسیم سیاست خارجی توسعه طلبانه ایالات متحده نسبت به آمریکای جنوبی، اروپاییان را از دخالت در این منطقه بر حذر داشت. در این دوران صنایع آمریکا بویژه صنایع نساجی و فلزکاری تقویت شدند و پایه های سرمایه داری صنعتی دهه های بعد شکل گرفت اما آن چه منجر به پیدایش امپریالیزم صنعتی ایالت متحده گردید سیاست های اقتصادی آبراهام لینکلن بود.

His remarks can still be applied to the current situation of the United States because, although the industrialization of the American society has made the system to let go of slavery, the capitalists, have in fact turned each American into a slave by making false demands and fostering greed in them. The influence of capitalists in the United States is such that the American press calls the government session as a "board of directors' session".

After America's independence, The US' ruling system was comprised of two wings; one was the federal party led by Washington (the Republicans' ancestor) and the Democrats led by Jefferson (Democratic Party's ancestor), both of which were Freemasons and advocates of capitalism, who only differed in their slogans and political approaches. United State for two consecutive terms, Thomas Jefferson served as the third president of America. During his tenure, the United States the Louisiana Purchase (1803) was included. It was a land deal between the United States and France, in which the US acquired a big land in the west of the Mississippi River. In this regard, the US foreign policy which was aimed at helping American capitalists made the Americans to put every effort to protect their interests in South America, which worsened the situation with the United Kingdom and finally led to the War of 1812. This war helped the expansion of capitalism in America more than ever before. James Monroe, another Freemason president of the United States, in 1823, outlined the US' expansive policies toward South America and warned the Europeans not to intervene in the United States affairs. In this period, the American industries, especially the textile and metal industries, observed considerable boom, and the foundations of industrial capitalism were formed. But what led to the emergence of industrial imperialism in the United States was Abraham Lincoln's economic policy.





صنعتی شدن آمریکا و پیشرفت صنایع معدن و نساجی به قیمت نابودی زندگی و آزادی کارگران و استثمار وحشیانه زنان و کودکان ممکن گردید. سیاست های گمرکی در حمایت از صنایع آمریکا موجب گران شدن کالاهای تولیدی می گردید و اقساط فرودست و کارگران آمریکایی به عنوان مصرف کننده به هر حال ناگزیر از پذیرش این وضعیت بودند. اقتصاد آمریکا مانند نظام های سرمایه داری دیگر کشورهای مدرن نظیر انگلستان و فرانسه با بی رحمی و به قیمت استثمار وحشیانه کارگران و زنان و کودکان و نابودی ده ها هزار نفر و خانه خرابی میلیونها نفر توسعه می یابد. کلود ژولین در این باره در کتاب "آمریکا در دو قرن" می نویسد "بهای این پیشرفت اقتصادی را کارگران خیلی گران می پردازند. آنها از طلوع خورشید تا ده شب مدام کار می کنند. دموکراسی یا غیر دموکراسی فرقی نمی کند. وضع آنها شبیه وضع برادران محروم اروپاییشان است. استخراج یک معدن یا راه اندازی یک کارخانه سبب بوجود آمدن شهری در کنار این معدن و کارخانه می شود و در این شهر قدرت در دست کسی است که مالک این معدن یا کارخانه است. او اختیاردار مطلق است و به هر شکلی که دلش بخواهد و منافعتش ایجاب کند تصمیم می گیرد. میزان دستمزد را به هر مبلغی که مایل باشد تعیین می کند. کارگران را مجبور می کند تا از مغازه هایی که او دایر کرده است اجناس مورد نیازشان را بخرند. تمام برگزیدگان شهر را خود با پول می خرد و انتخاب می کند. هر کسی که به نظرش ماجراجو آشوبگر و نافرمان بیاید از شهر و کارخانه اخراج می شود، زندانی می شود و اگر لازم باشد به وسیله قاتلان حرفه ای به قتل می رسد. همه جا امن و امان است و نظم بی چون و چرابی در همه جا حکم فرماست و در پناه آن کارخانه داران با خیال راحت به اندوختن ثروت مشغول می باشند." اینجاست که وودرو ویلسون رئیس جمهور اوایل قرن بیستم آمریکا گفته "اربابان و صاحب اختیاران واقعی حکومت ایالات متحده صاحبان صنایع و سرمایه داران بزرگ هستند."

America's industrialization and the progress of the mining and textile industries came at the expense of the destruction of the lives and freedom of workers and the brutal exploitation of women and children. Customs policies in support of the American industries led to higher commodity prices, while the lower-income groups and the US workers, as consumers, had to accept this situation anyway. The American economy, like any other capitalist system in other modern countries, such as Britain and France, brings about brutality at the expense of the exploitation of tens of thousands of workers, women and children, the destruction of millions of people. Claude Julien writes in the book "America's Empire" writes that "the workers pay the hefty costs of this economic development." They work around the clock and burn the midnight oil. Democracy or non-democracy does not matter. Their situation is similar to that of their deprived European brothers. Extracting a mine or setting up a plant will lead to emergence of a new city in the vicinity, while in that city, the power is in the hands of someone who owns the mine or factory. He is the sole authority who orders in whatever way he desires and seeks his own interests. He determines the amount of wages as much as he wants. He forces workers to buy their needs from his stores. He buys everyone and chooses who can live in the city. Anyone who he thinks is adventurous, disobedient and unrestrained will be cast away from the city and the factory; they could be imprisoned and, if necessary, murdered by professional killers. Everywhere is safe and the order is maintained in the city, while the capitalists are safely engaged in the accumulation of wealth in their factories. "That is where Woodrow Wilson, the president of the early twentieth century, said," The masters and the true rulers of the government of the United States are the capitalists and the owners of the industries. "





آمریکا سرزمین حاکمیت صاحبان سرمایه های عظیم است که در پرتو قانون اساسیشان به سبطه بیدادگرانه خود ادامه می دهند. آمریکای قرن نوزدهم به گونه ای مهد بهره کشی و ظلم و نژادپرستی و سلطه طبقاتی است و آمریکای قرن بیستم به گونه ای دیگر هر چه هست ظاهری جذاب و بی باطن و مشتئی تبلیغات بی پایه که توهمزا بوده تا با ایجاد نیازهای کاذب کارگران و مردم را جادو نماید تا برده وار اندک پول خود را نیز به صاحبان سرمایه بدهند.

در دهه های پایانی قرن نوزدهم در آمریکا نام سرمایه دارانی چون، گولد، اندربیلت، هریمن، کارنگی، هیل، کوک، راکفلر و مورگان بر سر زبانها افتاد. اینها سرمایه دارانی که صاحب انحصارات عظیم و غول پیکر صنعتی با ثروت های نجومی بودند. این سرمایه داران اقتصاد انحصاری کپیتالیستی آمریکا را اداره می کردند و نفوذ شدیدی بر دولتمردان و بویژه رئیس جمهورهای آمریکا داشتند. در واقع فرم و ساختار سرمایه سالاری آمریکا پس از جنگ های داخلی متحول گردید و سرمایه های کوچک در سرمایه های بزرگ مستحیل گردید و تمرکز و انحصار جانشین رقابت و تنوع سرمایه های کوچک گردید و این امر بیانگر ورود سرمایه داری آمریکا به عصر امپریالیزم بود. زیرا امپریالیزم به لحاظ اقتصادی و با حاکمیت سرمایه های انحصاری و عظیم و آمیزش سرمایه صنعتی و سرمایه عظیم بانک های بزرگ و غول پیکر تعریف می شود. طراح این سیستم اقتصادی پیچیده و بی رحم و متمرکز و انحصاری حزب جمهوری خواه بود. انحصارات بزرگ در حوزه های صنایع متحده نیز در مسیر صیانت از منافع این انحصارات غول آسا به اصلاح قانون اساسی آمریکا پرداخت. یکی از این صاحبان سرمایه های افسانه ای اندرو کارنگی بود. او با از بین بردن رقبا و فدا کردن دوستان کمپانی های بزرگ را خریداری کرد و با ادغام آنها "شرکت فولاد سازی کارنگی" را تاسیس نمود تا سلطان فولاد در اقتصاد جهان صنعت شود. راکفلر یکی دیگر از سرمایه داران بود که با سرمایه زیادی "شرکت استاندارد اوایل اوهایو" را بوجود آورد.

The United States is the land of capitalist sovereigns who continue their oppression in the light of their Constitution. The 19th-century America was the period when some kind of exploitation, oppression, racism and class domination was going on; America's 21st century, on the other hand, was a fascinating and seemingly innocent appearance and a handful of propaganda that has been made to create false demands for the working class and lure them spend the little money they have and give it to the capitalist.

The 19th century was involved with American capitalists, such as Gold, Vanderbilt, Harriman, Andrew Carnegie, James Hill, Cook, John D. Rockefeller and Morgan. They were the capitalists who owned huge monopolies in the industry. They managed the American economy and had a profound influence on the statesmen, in particular the American presidents. In fact, the form and structure of the American capitalism changed after the Civil War, and small enterprises were added to the bigger corporations, while monopoly replaced competition and diversity; this transformation indicated that the American capitalism was entering the era of imperialism. That is because imperialism is defined economically with the monopolistic capitals ruling the giant industries and banks. The rigorous, ruthless, centralized and monopolistic Republican Party first introduced this economic system. Big monopolies in the US' industries have also been working to protect the interests of the United States' bigger monopoly, which is the Constitution. Andrew Carnegie was one of the owners of these legendary capitals. He bought big companies by destroying his competitors and sacrificing his friends, and by merging those companies, he founded the Carnegie Steel Company to become the king of steel industry across the world. Rockefeller was another capitalist who spent a big sum to create the "Standard Oil".





شرکت او بزرگترین کمپانی تصفیه نفت به شمار می رفت. راکفلر معتقد بود که زندگی انسانی عرصه عینیت یافتن تنوری داروینیسیم اجتماعی است و گسترش صنایع بزرگ و پیدایش کارخانه های بزرگ نتیجه حاکمیت قانون بقای اصلح است. او صراحتاً از نابودی صاحبان ثروت های ناچیز و ورشکستگی سرمایه داران کوچک و متوسط و خانه خرابی ده ها هزار انسان و بهره کشی بی رحمانه از نیروی کار کارگران دفاع می کرد. این همان سیستم سوار شدن تک تک افراد در سلسله طبقات اقتصادی بر دوش هم است که قبلاً اشاره شد. در اینجا صاحبان سرمایه بزرگ بر دوش تولید کنندگان کوچک نشسته اند و به همین ترتیب این تولید کنندگان کوچک بر دوش مصرف کنندگان نشسته اند. راکفلر اعتقاد داشت که " یک گل سرخ زیبا وقتی می تواند دارای عطر و بوی دلپذیر و زیبایی و بی نظیری باشد که با از بین بردن غنچه های اطراف خود به رشد آن کمک شده باشد" او با این منطق بی رحمانه نابرابری های اجتماعی و بی عدالتی ها و به خاکسترنشستن هزاران خانواده را توجیه می کرد. به موازات این وضع پیوریتن ها و کسانای نظیر اسقف لارنس صراحتاً از صاحبان سرمایه دفاع می کردند و مدعی بودند که " دیانت و ثروت به هم آمیخته است" آن ها از " انجیل ثروت" سخن می گفتند و مفاهیم اخلاقی و دینی را در خدمت اغراض و منافع سودجویانه سرمایه سالاران استخدام می کردند.

در دهه های پایانی قرن نوزدهم بحران های متعدد کارگری در ایالات متحده پدید آمد. علت اصلی این بحران ها پایین بودن دستمزدها، ساعات کار طولانی، شرایط رقت بار زندگی و شرایط خطرناک کار و توقعات بی اندازه کارفرمایان بود. جالب این که شعار جمهوری ایالات متحده از اول تشکیل آن این بود که "حکومتی بهتر است که کمتر حکومت کند" که دولتمردان آمریکایی آنگاه که با استمداد طلبی خیل محرومان روبرو می شدند به این شعار استناد می کردند و معتقد بودند که مردم فقیر بدون انتظار حمایت یا دخالت حکومت، خودشان باید مسایل خودشان را حل و فصل نمایند.

Standard Oil was considered as one of the biggest oil refining companies of that time. Rockefeller believed that human life was the real object of Darwin's social theory, and the expansion of large industries and the emergence of large factories were the result of the truthfulness survival of the fittest. He explicitly advocated the bankruptcy of small and medium-sized enterprises, and destruction of the lives of tens of thousands of people, while focusing on the brutal exploitation of the poor workers. This is the same system in which people try to get each other's shoulder in different economic classes. Large capital owners here are sitting on the shoulders of small manufacturers, and so these small manufacturers are sitting on the consumers' shoulders. Rockefeller believed that "a beautiful rose can have a pleasant and unique fragrance only if other flowers around it have been uprooted so that it would grow easily." With this brutal logic, social inequalities justify the destruction of thousands of families. Along with this situation, Puritans and those who, like the Bishop Mark Lawrence, explicitly defended the owners of the capital, claim that "religion and wealth are interwoven," spoke of the "gospel of wealth," and used moral and religious concepts to serve the capitalists' opportunistic purposes.

In the late 19th century, numerous labor crises arose in the United States. Low wages, long hours of work, dreaded living conditions and dangerous working conditions, and employers' extreme expectations were the main reasons behind such crises. Interestingly, the slogan of the Republic of the United States from the very first day of formation was that "a better government is the one that rules less". When American statesmen encountered deprived people, cited this slogan and believed that the poor must resolve their own problems instead of waiting for the Government support or intervention.





اما زمانی که سرمایه داران و صاحبان ثروت های نجومی و افسانه ای با اعتراضات و اعتراضات به حق مردم و کارگران روبرو می شدند، حکومت آمریکا شعار "حکومت کمتر" را فراموش می کرد و به حمایت از سرمایه داران اعتراضات را به خاک و خون می کشید. جو بیرحمانه روایت کارگران با کارفرمایان و حمایت حکومت از کارفرمایان در نوشته های جک لندن گویای این ماجرا است. یا در مثالی دیگر میتوان به سیاست های ویلسون اشاره کرد. او که به کمک سرمایه داران بر روی کار آمد و رئیس جمهور آمریکا شد، همانند سایر روسای جمهور آمریکا مجبور بود که خواسته های سرمایه داران را مخفیانه اجرا نماید در یکی از موارد او به خواست سرمایه داران پاره ای اصلاحات اقتصادی مبنی بر افزایش مالیات بر درآمد را جهت جلوگیری از طغیان ها و شورش های کارگری وضع کرد. مطبوعات مدافع حاکمیت بطور مستمر از این حرکت ویلسون با عنوان اصلاحات بشردوستانه یاد می کردند. حال آنکه این سیاست های ویلسون دقیقاً در مسیر تحکیم پایه های نظام کپیالیستی آمریکا طراحی شده بود. این فقط جنگ تبلیغاتی بیش نبود که ویلسون از این راه موجب تعدیل ثروت می شد، زیرا در واقع سرمایه داران بزرگ راه فرار از مالیات را میدانستند و فقط این افراد متوسط بودند که مالیات می پرداختند تا با پول مالیات آنها چرخ های نظام سرمایه داری آمریکا به کار افتد و از شدت بحران کاسته شود. حمایت گسترده افرادی چون سناتور آلدریچ از این لایحه نشانه رضایت محافل مالی از این طرح بود. زیرا کمک میکرد تا با کاهش ثروت افرادی که در سطح پایینتر در هرم کپیالیستی کار می کنند نتوانند وارد طبقات بالاتر هرم و محافل بزرگ مالی شوند. با این ترفند مطلوب این محافل به منظور کاهش رقابت و انحصاری کردن تراکم ثروت در طبقات بالایی هرم کپیالیستی بود که به نفع خانواده های سرمایه داران حاکم و حلقه انحصاری آنها به اجرا در آمد و البته صاحبان سرمایه های بزرگ راه فرار از این مالیات را میدانستند. بحران بورس وال استریت در اوایل قرن ۲۰ مثالی دیگر از حمایت و دخالت حاکمیت از سرانی است که در بالای هرم کپیالیستی جا خوش کرده بودند، در این باره جیمز پرلاف در کتاب "سایه های قدرت" در سال ۱۹۲۹ می نویسد:

But when the capitalists and owners of enormous wealth faced strikes and protests, the US government forgot about the slogan "ruling less" and started to suppress the protesters to protect the capitalists. The ruthless atmosphere of the workers' concerns with employers and the government's support of employers are clearly depicted in Jack London's writings. Another example could be Wilson's policies. He, who came to power with the help of the capitalists, just like the other presidents of the United States, had to secretly run to the demands of the capitalists; in one case, he called for some economic reforms to raise income taxes to prevent the upheavals and labor uprisings. The press, defending Wilson's ideas, regularly referred to his move as a humanitarian reform, while these policies were designed precisely to consolidate the foundations of the American capitalist system. It was only a propaganda war through which Wilson could pile up numerous amounts of money, because capitalists knew the way for tax evasion, and only the average people who were paying their tax money were the wheels of the American capitalist system keeping it away from crises. Extensive support to this bill by prominent politicians such as Senator Nelson W. Aldrich of the showed satisfaction capitalist circles of the overall plan. Because it helped to reduce the wealth of those who worked at a lower level in the capitalist pyramid and could not enter the higher classes and the great financial powers. This trick was implemented in line with the plans to help the monopolizing families secure their position in the capitalist pyramid, while they already knew how to evade taxes. The Wall Street crisis in the early 20th century was another example of the support and interference of the powers who dominated the capitalist pyramid. James Perloff

(1988), in his book:





"سقوط قیمت‌های سهام سرمایه داران کوچک را نابود کرد اما محارم سطح بالای وال استریت [سرانی که در طبقات بالای هرم سرمایه داری هستند] بر جای ماندند... خروج پیشاپیش از بازار نه تنها این مردان را حفظ کرد بلکه آنها را قادر ساخت که به بازار برگردند و همه شرکتها را به قیمت بسیار پایین تر از قیمت واقعی خریداری کنند. سهامی که زمانی یک دلار ارزش داشت اکنون به پنج سنت معامله می شد. گفته می شود ثروت ژوزف پی کندی از ۴ میلیون دلار در سال ۱۹۲۹ به ۱۰۰ میلیون دلار در سال ۱۹۳۵ رسید و این رسوایی بزرگی بود که دروغ شعار "حکومت کمتر" را آشکار می ساخت. این مورد در سایر دوره های ریاست جمهوری آمریکا نیز دیده می شود از فرانکلین روزولت گرفته تا دونالد ترامپ که همگی فقط به فکر جیب سرمایه دارانی بودند که در طبقات بالای هرم جا خوش کرده اند. در سال ۱۹۲۸ جان راسکوب میلیونر معروف که معاون رئیس "شرکت دوپونت" و نیز معاون مدیر "شرکت جنرال موتورز" بود متوجه روزولت گردید و او را نامزد فرمانداری نیویورک کرد. این اولین گام جهت ترقی روزولت در سلسله مراتب نظام قدرت در ایالات متحده و کسب پست ریاست جمهوری بود. او چنان مهره بی اختیار در خدمت سیستم کپی‌تالیستی بود که دامادش کورنلیس دال در مورد فرانکلین در کتاب "روزولت، پدربزرگ استثمار شده من" چنین می نویسد "امتها بر این باور بودم که فرانکلین روزولت اندیشه ها و طرح های بسیاری برای خدمت به کشورش در سر می پروراند، اما واقعیت چنین نبود. بیشتر آرای او و مهمات سیاسیش هر چه بود به وسیله گروه ثروتمندان پیشاپیش و به دقت برایش ساخته می شد. او هوشیارانه و با اشتیاق فراوان همچون ماشه توپ بزرگی به انفجار مهمات از قبل آماده شده اش در میان هدف بی خبر و نا خودآگاه خود یعنی مردم آمریکا می پرداخت." او که سیمای پنهانش حکایتگر آن است که فراماسونری بوده که توسط محافل مالی و بانکداران بین المللی هدایت می شد و آنچه که به نام نیودیل یا برنامه جدید ارائه کرد در واقع همان طرح محافظی از سرمایه داران مالی آمریکا برای نجات نظام سرمایه داری این کشور از بحران گسترده ای بود که طمع و سودجویی و خودبینی سرمایه داران آن را پدید آورده بود و مردمی که در پایین هرم قرار داشتند تاوان آن را می دادند.

"The Shadows of Power" wrote, "The collapse of stock prices destroyed small businesses but the bigger ones in Wall Street [the leaders who were in the upper classes of the capitalist pyramid] survived... The early Exit from the market not only kept them alive, but it also enabled them to return to the market and buy all the companies at a much lower price than their real value." A stock, once worth a dollar, was then traded at five cents. Joseph P. Kennedy's wealth reportedly reached \$100 million in 1935 from \$4 million in 1929. This big scandal revealed the true image of the "ruling less" slogan. It's also seen in other US presidential constituencies, from Franklin Roosevelt to Donald Tramp, all of whom just poured money into the pockets of the capitalists who were in the upper classes of the pyramid. In 1928, John Roscoe, the famous millionaire who was the vice president of the DuPont, as well as the vice president of General Motors, became aware of discovered Roosevelt's capabilities and nominated him for the New York governorate position. This was the first step in the rise of Franklin Roosevelt in the hierarchy of power and presidency in the United States. He was a puppet in the service of the capitalist system, whose son-in-law on Curtis B. Dall, in his book "FDR, my exploited father-in-law" wrote "I had long believed that Franklin Roosevelt had many thoughts and plans to serve his country. But it was not the case. Whatever he had in mind and figuratively speaking, whatever ammunition he had in his political gun, was already made by the capitalists. He just pounded the pre-made explosion, like a trigger, without knowing what the real prey was: the American people." His covert character revealed that he was a Freemason led by financial circles and international bankers, and what he called the New Deal or the New Plan, is in fact the same scheme coming from the same American financial circles which was ...





در دوره ریاست جمهوری او بود که وزیر خزانه داری دولتش هنری مورگنتا یکباره قیمت طلا را از اونس ۲۰ دلار به ۳۵ دلار افزایش داد و سود هنگفتی نصیب حامیانش یعنی بانکداران نمود. از دیگر فجایع اقتصادی او این بود که به تعبیر جیمز پر لاف "در حالی که هزاران آمریکایی در گرسنگی به سر می بردند، شورای ریاست جمهوری برای تنظیم بازار محصولات کشاورزی، به کشاورزان کمک مالی می کرد تا محصولات خود را به منظور بالا بردن قیمت ها از بین ببرند." همه و همه در راستای کمک به سرمایه داری بود اما آنچه که بیش از همه در نجات سرمایه سالاری آمریکا از بحران مالی و بدست گیری قدرت جهانی افتاد وقوع جنگ جهانی دوم و دخالت آمریکا به بهانه حمله ژاپن به پرل هاربر بود که روزولت از قبل اطلاع داشت و تمام تجهیزات نظامی سنگین را از هاوایی خارج کرده بود تا حمله ژاپن موفقیت آمیز شود تا روزولت با مظلوم نمایی بهانه حمله را فراهم نماید. در واقع جنگ جهانی دوم با همه ویرانی ها و کشتارهای بی سابقه آن به شدت به نفع محافل مالی آمریکا تمام شد. اسناد موجود نشان می دهند که روی کارآمدن نازی ها در آلمان و پیدا کردن قدرت صنعتی هیتلر بدون کمک سرمایه داران آمریکایی ممکن نبود.



ایالات متحده آمریکا از اواخر قرن نوزدهم به لحاظ اقتصادی تحت سیطره تمام عیار انحصارات غول پیکر قرار گرفت و منطق سودجویی این انحصارات از یک سو و ضرورت های ناشی از بحران اقتصادی آن زمان از طرف دیگر دولتمردان آمریکا را وادار به در پیش گرفتن سیاست های آشکار تجاوزکارانه و توسعه طلبانه سیستم کپی‌تالیزمی خود نمود. بدینسان آمریکا در شرایطی قدم به قرن بیستم نهاد که به تدریج به یک قدرت استعمارگر فرافاره ای تبدیل می شد.

...aimed at saving the capitalist system from a massive crisis; while the crisis was created by the greed and profligacy of the big financiers, low-income people at the bottom of the pyramid were paying the price for it. During his presidency, Secretary of Treasury Henry Morgenthau Jr. suddenly raised the price of gold from \$20 per ounce to \$35, giving a huge profit to his supporters – the bankers. Another economic catastrophe he that he brought about, according to James Perloff, was that "the Presidential Council gave financial support to farmers to ruin their own agricultural products in a bid to regulate the market, while thousands of Americans were starving." All in all, it was in the direction of capitalist aid, but what most of all arose in rescuing American capitalism from the financial crisis and taking over global power was the outbreak of World War II and US involvement under the pretext of Japan's attack on Pearl Harbor, which Roosevelt was already aware of. He had taken out all of the heavy military equipment from Hawaii to make Japan's attack look successful so that he could attack the East Asian country under the pretext of retaliation. In fact, the World War II, with all its unprecedented devastation and massacres, ended in favor of American financial circles. Existing documents show that it was not possible for the Nazis to operate in Germany and Hitler's could not have reached such industrial strength without the help of American capitalists.

The United States was economically dominated by giant monopolies in late 19th century. The logic these monopolies, on the one hand, and the imperatives of the economic crisis of that time, on the other hand, forced the US administration to take clear aggressive and expansionist policies of its capitalist system. Thus, the United States of the early twenties, gradually became a colonialist with extraterrestrial power.





اقتصاد فقیرزده پایان قرن نوزدهم آمریکا و دستمزدهای اندک کارگران موجب پیدایش نوعی بن بست در سیر سوجویانه سرمایه داری آمریکا گردیده بود و کلان ثروتمندان را با کاهش سود مواجه ساخته بود. از این رو تلاش گسترده ای آغاز شد تا بازارهای جدیدی برای انبوه تولیدات آمریکایی در آمریکای جنوبی و مرکزی و فیلیپین و حتی چین و شرق دور به دست آید، دخالت در پاناما، دخالت در امور داخلی کوبا، تصرف فیلیپین، تصرف پورتوریکو و قدم گذاشتن در مرزهای چین به منظور به دست آوردن بازار گسترده آن کشور، آغاز رقابت با ژاپن، نخستین نشانه های این حضور استعماری-امپریالیستی آمریکا است. از این پس نظریه استعماری رودیارد کیپلینگ شاعر انگلیسی مدافع استعمار که در هند زندگی میکرد، سرلوحه سیاست خارجی انگلیس و آمریکا قرار گرفت، کیپلینگ مدعی بود که سفید پوستان وظیفه سنگینی در متمدن ساختن رنگین پوستان دارند و دولت آمریکا نیز تحت لوای شعارهای ازادیخواهانه و بشردوستانه و در واقع به منظور گسترش بازارهای جدید در نقاط دور عالم وظیفه استعمار ملل آفریقایی و آسیایی را بر عهده می گیرد.

چانسی دیپو سیاستمدار دیگر آمریکایی روح توسعه طلبی آمریکا را این گونه بیان می کند "آمریکا بیش از دو میلیون دلار محصولات تولیدی بیش از نیاز مصرفی تولید می کند، بازارهای عمده در کوبا، پورتوریکو، فیلیپین و هاوایی را به دست می آوریم و سیطره خود را تحقق می بخشیم." این نکته جالب است که آمریکا حتی به همپیمانان خود هم رحم نمی کرد زمانی که میبینیم ترومن به اجرای طرحی به نام "طرح مارشال" پرداخت که به دروغ جهت بازسازی اقتصادی اروپا تدوین شده بود اما در واقع در قالب این طرح آمریکا با ارائه کمک های اقتصادی به اروپا امکانی جهت خرید کالا و محصولات از ایالات متحده را فراهم می ساخت تا با فروش تولیداتش به مصرف کنندگان اروپایی به صنعت آمریکا که با مشکل مازاد تولید روبرو بودند کمک کند. این نکته در جریان فقیرتر کردن مصرف گرایان و ثروتمند تر کردن سرمایه داران و تولید کننده گان نیز مهم بود که در این جریان منابع طبیعی که یک ثروتی است برای همگان در جریانی قرار گرفته که از دست و استفاده فقیران خارج گردیده و بدست گروه اندکی از سرمایه داران افتاده تا آنها را غنی تر نماید.

The impoverished economy of the late 19th century, and the low wages of workers led to the emergence of a stalemate in the US capitalism's profligacy, and the macro-rich faced the loss of declining profits. Hence, they put extensive efforts to create new markets for mass production in the South and Central America, Philippines, and even China and the Far East. Interference in the internal affairs of Cuba, the seizure of the Philippines and Portorico and violating China's borders in order to gain a wider market were the start of a competition with Japan. Such moves were the first signs of the US' colonial-imperialist presence in the world. Since then, the colonialist theory by Rudyard Kipling, the British colonialist poet who lived in India, was at the forefront of British and American foreign policy. Kipling claimed that whites had a heavy duty in civilizing the colored people, and the US government under liberal and humanitarian slogans, and in fact, in order to expand the new markets around the world, had to colonialize the African and Asian nations. "The United States produces over \$2 million worth of manufactured products over the consumption needs," said Chansi Deepo, another American politician. "We will get major markets in Cuba, Puerto Rico, the Philippines and Hawaii." It's interesting that the United States did not even have mercy upon its allies as we see Truman launched a plan called the Marshall Plan, which was falsely designed to rebuild Europe's economy; but in fact, Washington was providing the grounds to sell its products to Europe to overcome the crises grappling its own industry. It was also important in making the consumers poorer and making the capitalists and producers richer; in this system, the natural resources are deemed as a treasure that has been taken out of the hands of the poor and seized by a small group of capitalists who are getting richer every day.





قوام نکرومه در کتاب خود بنام "استعمار جدید" می گوید: "در اعماق جنگلهای گرمسیری آفریقای مرکزی، یکی از غنی ترین ذخایر سنگ معدن منگنز جهان جای دارد. اما آیا این ذخایر برای نیاز آفریقا هم قابل استفاده است؟ مشکل، این ذخایر که مورد بهره برداری شرکت های فرانسوی است. سنگ پس از استخراج از معدن، نخست مسافت ۵۰ مایل به وسیله کابل ها حمل می شود، سپس با ماشین های حمل سنگ و لکوموتیوها به بندر پون نوا می رسد تا به مقصد کارخانه های فولاد سازی جهان [اینجا جهان یعنی آمریکا و فرانسه] بار کشتی ها شود." این به مثابه سوار بودن فرانسه بر دوش آفریقاییان و آمریکا نیز بر دوش فرانسویان است.

در مثالی دیگر میتوان به بخشنامه ای که شرکت شل: در سال ۱۹۶۵ میان سهامدارانش پخش کرده اشاره کرد: "غیر از هلند، انگلستان تنها کشور فاقد منابع بزرگ نفتی است که بخش عمده مبادلات خارجی خالص خود را با بهای نیازهای نفتی کاهش داده است و این بخاطر عملیات وسیع جهانی دو شرکت بین المللی تجارت نفت است که در این کشور قرار دارند: شل و بریتیش پترولیوم. انگلستان میان سالهای ۱۹۵۴ و ۱۹۵۶ تنها از طریق شل، واردات نفتی خالصی به ارزش حدود ۱۲۰۰ میلیون لیره به دست آورد." این تجارت است یا دزدی؟ پیش از آخرین مذاکرات بین المللی نفت، دولت انگلیس از یک گالن نفت خاورمیانه، که در انگلیس به قیمت ۳۵ پنس فروخته می شد، ۲۲.۵ پنس مالیات می گرفت تا خرج مردم انگلیس بکند، در حالی که کشور فروشنده تنها کمی بیشتر از یک پنی دریافت می کرد. غرب بویژه آمریکا نشان داده است که هرگاه خطری سرمایه گذاری هایش را تهدید کند، باکی ندارد که با استفاده از حیوانی ترین نیروی خشونت از آنها حمایت کند. برای مثل حکومت ایران در سال ۱۹۵۱ تصمیم گرفت که منابع نفتی خود را که در اختیار شرکت نفتی ایران و انگلیس بود ملی کند. فوراً شرکتهای نفتی جهان با توطئه و حمایت انگلیس و همچنین تمام نیروی حکومت آمریکا و بانک جهانی، متحداً از دادن کشتی های نفتکش به ایران خوداری کردند.

Kwame Nkrumah, in his book 'Neo-Colonialism' writes, "Deep in the tropical rainforests of Central Africa, there lies one of the world's richest deposits of manganese ore. But are these reserves used for Africa's own profit? The problem is that the reserves are benefited by the French companies. After extraction, the stone is first transferred for 50 miles by belt conveyors, then they take it to the port of Pune Nova by big trucks and railway. Afterwards, they are shipped to the world's biggest steel companies [here world means the US and France]." This is like the French are sitting on the Africans' shoulder while the Americans are sitting on the French's.

In another example, we can refer to the circular, which Shell shared with its shareholders in 1965: "Except the Netherlands, the United Kingdom is the only country lacking large oil resources, which has cut most of its net foreign trades which were conducted via the costs of its oil purchase, due to the vast global operations of its two international oil companies: Shell and British Petroleum. The United Kingdom's oil imports via Shell stood at around 1.2 million Lira from 1954 to 1956. Is it trade or theft? Prior to the last international oil talks, the British government received a 22.5-pence tax per each gallon of Middle East oil, which was sold at 35 pence. Such hefty taxes were used to pay for the British people, while the sellers only received a little more than a penny for each gallon. The West, especially the United States, has shown that if anything puts its investments at risk, it would not hesitate to support its benefits with the most animalistic manners. For example, in 1951, the Iranian government decided to nationalize its oil reserves, which were already at the disposal of the Anglo-Iranian Oil Company. Immediately, the world's giant oil companies in collaboration with Britain, as well as the entire power of the US government and the World Bank, unilaterally refused to give send oil tankers to Iran.





حکومت ایران که در آستانه ورشکستگی بود، در سال ۱۹۵۲ ناچار شد ذخایر نفتی را به کنسرسیومی از شرکت‌های غربی واگذار نماید. به همین شیوه، حکومت گواتمالا در سال ۱۹۵۳ در جریان اصلاحات ارضی خود، مقداری از زمینهای "شرکت متحد میوه" را که یک زمین دار آمریکایی بر آنها دست گذاشته بود را ملی اعلام کرد، دولت گواتمالا برای جبران خسارت شرکت مبلغ ۶۰۰۰۰۰ دلار پیشنهاد کرد. یعنی همان مبلغی که شرکت آمریکایی بر زمین به همراه بازده مالیاتی آن گذاشته بود. این شرکت مبلغ پیشنهادی را رد کرد و با پشتیبانی حکومت آمریکا تقاضای ۱۶ میلیون دلار کرد. چون این مبلغ پذیرفته نشد، حکومت آمریکا با دخالت نظامی زمینها را به "شرکت متحد میوه" بازگرداند. آمریکا برای حفظ این شرایط در سال ۱۹۶۷ نزدیک به دو میلیون دلار کمک های نظامی و ۵۰۰۰۰۰ دلار به پلیس مستبد و فاسد گواتمالا داد تا آمریکا را کمک نمایند.

در این راستا است که سناتور آمریکایی هنری کابوت لاج این نگاه توسعه طلبانه را اینگونه بیان می کند "حق این است که از ریوگراندا تا اقیانوس منجمد شمالی فقط یک پرچم به اهتزاز درآید. کانالی بین دو اقیانوس اطلس و آرام ایجاد شود. برای حفاظت این کانال آمریکا حاضر به قبول مسئولیت باشد و با حضور در اقیانوس آرام سلطه بر جزایر هاوایی را واقعیت بخشد."

نمونه دیگر این که در کشور بولیوی فقیرترین کشور آمریکای لاتین رخ داده است. در مبارزه با دزدی کپی‌تالیزم، کلیسای متدیست بولیوی، در ماه مارس ۱۹۷۰ در بیانیه ای خطاب به ملت چنین گفت: "گورکنان، گواهان مرگبار نسل‌هایی هستند که در عنفوان جوانی قربانی می شوند و پس از خاتمه دوران کوتاه باروری به گور سپرده می شوند. یتیم‌ها و بیوه‌زنانی که در بی‌پناهی کامل می‌سوزند و تباه می‌شوند. در حالیکه سنگ معدن به بهای جان آنان استخراج می‌شود تا اقلیتی کوچک را ثروتمند کند و صنعت و تجارت کشور های غنی را رونق بخشد."

The Iranian government, which was on the brink of bankruptcy, had to transfer oil reserves to a consortium of Western companies in 1952. In the same way, the Guatemalan government in 1953, during its land reform, announced the nationalization of a part of the United Fruit Company, which was under an American landowner's focus. The Guatemalan government offered \$600,000 to compensate the company's loss. That was exactly the same amount that the American investor had offered for the land and its income tax. The American company rejected the offer and asked for \$16 million. Since the big sum was not paid by the Guatemalans, The US government returned the land to the Unified Fruit Company through military intervention. In 1967, Washington provided nearly \$2 million in military aid and \$ 500,000 to the corrupt Guatemalan police to help America keep those conditions in place.

In this regard, American Senator Henry Cabot Lodge says, "From Rio Grande to the Arctic Ocean there should only be on flag. A canal should be built between the Atlantic Ocean and Pacific Ocean. The US should be present at the canal to protect it and extend its dominance over the Hawaiian Islands."

Another example is Bolivia, the poorest country in Latin America. In the fight against the capitalists' colonialism, the Evangelical Methodist Church of Bolivia, made a statement in March 1970, addressing the nation, "Gravediggers are the witnesses of the generations who are victimized in young ages and are buried after the they are of no use anymore; among them are the orphans and widows whose lives are destroyed, while the ore is extracted at the expense of their lives to make a minority richer and boost the economy of the more powerful states."





دخالت آمریکا در امور داخلی کوبا تحت لوای آزادیخواهی که باعث شد کوبا با موفقیت از سلطه نظامی و اقتصادی اروپا و آمریکا رها شود نمونه دیگر است. انقلاب کوبا زمانی رخداد که به گفته جان اف کندی: "آمریکا جوابگوی نیازهای شدید کوبا به پیشرفت اقتصادی نبود. ما نفوذ حکومتمان را در جهت بالا بردن منافع و افزودن سودهای شرکت‌های آمریکایی که بر اقتصاد جزیره کوبا حاکم بودند بکار بردیم. آمریکایی‌ها آشکارا باتیستا را می ستودند و از او به عنوان متفقی استوار و دوستی یکندل یاد می کردند و در همان زمان باتیستا هزاران نفر را می کشت تا سود سرمایه‌داران و کپیتالیزم را بیمه نماید. بنابراین سیاست‌های خودمان بود و نه سیاست‌های کاسترو که همسایه پیشین را روبروی ما قرار داد" (نیویورک تایمز ۱۰/۷/۱۹۶۰). اینان سخنانی بودند که کندی آنان را پیش از دوران ریاست جمهوری به زبان آورد. سال بعد پس از این که کوبا شرکت نفتی استاندارد اوپل را ملی اعلام کرد، دولت کندی کوبا را در تحریم اقتصادی و محاصره دریایی کامل قرار داد و در خلیج خوکها اقدام به حمله نظامی کرد تلاشی که خوشبختانه ناموفق بود.

غم انگیزترین نمونه استفاده از قدرت نظامی، قضایی خونین ویتنام است. طبق گزارش‌های رسمی بیشترین بمب شیمیایی را آمریکا در این جنگ بر سر مردم بی‌گناه ویتنام ریخت. در آن زمان روزنامه‌های آمریکایی، به هنگام درگیری آمریکا در این جنگ می نوشتند که "برنده هند و چین، یکی از غنی‌ترین مناطق جهان را تصاحب می کند. توجه فزاینده آمریکا بی جهت نیست. قلع، لاستیک [طبیعی]، برنج و مواد خام اصلی، این چیزها دلایل اصلی جنگ است. آمریکا می خواهد به هر قیمتی آن را به چنگ آورد" (۱۶/۴/۱۹۶۴). سالها بعد این کاملاً آشکار شد که آمریکا مبلغ هنگفتی از پول و جانهای انسانی را صرف حمایت از رژیم نظامی فاسدی می کند تا در برابر ارتش دهقانی ویتنام بایستد. این واقعیتی است منجرکننده که آمریکایی‌ها با آن شاد بودند. آلفرد ونت ورث نائب رئیس بانک مانهتن در سال ۱۹۶۵ درباره آسیای جنوب شرق چنین گفت :

The next example is the US' interference in Cuba's internal affairs, under the pretext of liberty, which was a success for American and European economic and military domination. According to John F. Kennedy, "The United States could not tolerate Cuba's economic growth. We used the influence of our government to raise the benefits and add to the profits of the American companies ruling the economy of the Cuban island. The Americans obviously admired Batista, and they regarded him as solid friend, and at the same time Batista killed thousands, to insure the profits of capitalists and capitalism. So, it was our policies and not Castro's policies that put our neighbor against us." (New York Times; 1960/07/10). This is what Kennedy said just before his presidency. The following year, after Cuba announced the nationalization of Standard Oil, the Kennedy government put Cuba into a full economic sanction and offshore boycott, and launched a military invasion on the Bay of Pigs, though it was an unfortunate effort.

The saddest example is the use of military power, the bloody butchering of the Vietnamese. According to official reports, the United States used the most chemical bombs in the war over the innocent Vietnamese people. At that time, American newspapers wrote that "the winner of India-China rivalry will win one of the richest regions of the world. The US' growing attention has a bigger purpose behind it: tin, rubber [natural], rice and main raw materials were the main reasons for that war. The United States wants to catch it at any cost (16/4/1964). Years later, it became clear that the United States spent a massive amount of money to support a corrupt military regime against the peasants' army of Vietnam. This was a disgusting fact that Americans were happy with.





"در گذشته سرمایه گذاران غرب نسبت به چشم انداز سیاسی منطقه تا اندازه ای بی اعتماد بودند. با این همه باید بگویم که عملیات اخیر ایالات متحده در ویتنام که ثابت کرده است آمریکا حمایت [تجاوز] موثر خود را از ملت های آزاد منطقه ادامه خواهد داد. سرمایه گذاران آسیایی و غربی را تا حد زیادی امیدوار کرده است" (نشریه سیاسی، ژوئیه ۱۹۵۶). نشریه "تجارت ملت" در شماره فبریه ۱۹۶۸ موقعیت را با تفصیل بیشتری شرح می دهد: "بهترین صاحبان در امور تجارت و حکومت ما همدستانند که فرصتهای تجاری عظیم ویتنام، تایلند، لاوس، اندونزی، مالزی و سنگاپور وجود دارد. انتظار می رود که با پیشرفت موقعیت نظامی در ویتنام جریان تجارت دو برابر و چند برابر شود ... بسیاری از سوداگران معروف آمریکایی در آسیای جنوب شرقی فعالیت دارند، حتی در ویتنام مثلا بانک آمریکا و بانک بزرگ مناهتن، لبنیاتی های عمده، کالتکس، اسو، شرکت تجارت آمریکا، برادران اندینگ و شرکا، شرکت مهندسی بروئل لن، شرکت پتروشیمی آمریکا و ... " رنج کودکان ویتنامی مبتلا به سموم بمب های شیمیایی گواه آشکاری برستم وحشیانه انسان بر انسان است. اما عذاب شدید سوتغذیه تنها از نظر کمی با آن متفاوت است. هر دو شاهدان تقسیم کاری در سطح جهانی هستند که به گفته پل باران در آن " یک نفر در گرسنگی تخصص پیدا کرده، در حالیکه دیگری بار گردآوری سود ها و پول ها را بر دوش می کشد." جامعه غرب پول سالار است، این سیستم اقتصادی به گونه ای طراحی شده است که شخصیت افراد در آن جامعه با پول سنجیده می شود. در این جامعه به همگان به اندازه رفع نیازشان پول داده نمی شود و ثروتی که حاصل تلاش گسترده عده کثیری است به حساب بانکی متورم عده معدودی واریز می گردد. این رفتار بد روسای جمهور آمریکا هیچ وقت متوقف نشد و در زمان ریگان با طراحی ایده "نظم نوین جهانی" در جهت حاکمیت جهانی سرمایه سالاری اجرا شد که بعدها توسط جرج بوش و باراک اوباما پیگیری شد. آن چه که آنها ذیل مفهوم نظم نوین جهانی جستجو می کردند چیزی جز سلطنت سرمایه داران و محافظ مالی آمریکایی بر جهان نبوده و نیست.

"In the past, western investors were somewhat distrustful of the political outlook of the region," said Alfred Wentworth, chairman of the Bank of Manhattan, about Southeast Asia in 1965. "However, I have to say that the recent US operations in Vietnam proved to continue its support [violation] for the free nations of the region. It was a great hope for the investors in Asia and the West." (Political magazine, July 1956). Nation's Business Magazine in February 1968 explains the situation in more detail: "The best experts in our business and government say that there are business opportunities in Vietnam, Thailand, Laos, Indonesia, Malaysia and Singapore. The expansion of military footprint in Vietnam is expected to multiply the business profits in the Southeast Asian country... Many famous American businesspersons in Southeast Asia, even in Vietnam. Among such businesses were the Bank of America and the Great Bank of Manhattan, major dairies, Caltex, American Trading Company, Anding Brothers and Partners, Brunel Engineering Co., and US Petrochemical Company." The sufferings of the Vietnamese children by chemical toxins are a clear indication of a man's brutality on another man. Both are witnessing the same mission at the global level that according to Paul Baron, "Someone has been specialized in tolerating hunger, while the other just gains money and more." The western community is money-savvy; the economic system weighs people's personality with money. In this society, no one is paid as much as their needs, and the wealth that is the result of extensive efforts is being deposited into a big bank account of a few. Such wrongdoing by the American presidents has never stopped; during Reagan's tenure, the "New World Order" was introduced in the direction of ruling the world under the capitalists' goals; it was later followed by George Bush and Barack Obama. What they were looking for under the concept of the New World Order was nothing but a monarchy of American capitalists on the rest of the world.





در این راستا بود که آمریکا به بهانه جنگ با عراق در کویت دست به تجاوز در خلیج فارس زد. در ارتباط با این موضوع ریچارد نیکسون رئیس جمهور سابق آمریکا در روزنامه نیویورک تایمز مورخ ۷ ژانویه ۱۹۹۱ علت تجاوز را این گونه بیان می کند که "ما بخاطر دمکراسی به کویت نرفتیم، برای سرکوب یک دیکتاتور هم به کویت نرفتیم، ما برای دفاع از تساوی بین المللی هم به کویت نرفتیم، ما به این دلیل به آنجا رفتیم که به هیچ کس اجازه ندهیم به منافع حیاتی ما لطمه بزند." در نمونه دیگر که در زمان ترامپ رخ داد این بود که در اوایل ماه ژانویه ۲۰۱۹ ناو هواپیمابر آمریکایی به خلیج فارس وارد شد، این بار نه بخاطر رودررویی با ایران بلکه به این خاطر بود که برخی باور داشتند که ممکن است بزودی اتفاقاتی در عربستان سعودی رخ دهد و منافع ایالات متحده در این کشور به خطر افتد. بی تجربه بودن و مدیری و رفتارهای بد بن سلمان، سایر شاهزادگان سعودی و مردم را خشمگین کرده بود. وقتی که اینجا از فضای پرتلتهاب داخلی عربستان صحبت می کنیم بحث فقط در مورد این نیست که ممکن است مردم بخواهند شورش کنند اما بحث بر این است که حتی هیات حاکمه از خاندان سعودی در این زمان شاهد چند دستگی و اختلاف های بسیار زیادی شده و بسیاری از امرا و شاهزاده های سعودی بر علیه ولیعهد و پادشاه بسیج شده اند. حال بیم آن می رود که مخالفان از این فرصت استفاده کنند و بر علیه شاهزاده محمد بن سلمان بخواهند قدمی بردارند و این حرکت آنها منجر به آشوب در عربستان سعودی گردد. تجربه نشان داده که آمریکایی ها دوست و رفیق ندارند و فقط منافعیان برایشان اهمیت دارد و همانگونه که شاه ایران و صدام حسین و مبارک را سر به زنگ ها ول کردند احتمال این که زیر پای شاهزاده محمد بن سلمان را نیز خالی کنند زیاد است. پس دلیل وجود این ناوها این نیست که از شاهزاده محمد بن سلمان حمایت کنند بلکه این است که آنها منافعی در عربستان سعودی را حمایت کنند و واهمه آن را دارند تا مبادا با بوجود آمدن آشوب در عربستان سعودی این منافع به خطر بیافتد. آنها واهمه آن را دارند که اتفاقاتی در عربستان پیش آید و عربستانی های ناراضی از دخالت آمریکا در کشورشان

In this regard, the United States raided the Persian Gulf under the pretext of fighting Iraq in Kuwait. Regarding this issue, former US President Richard Nixon wrote in the New York Times on January 7, 1991, that "we did not go to Kuwait for democracy, we did not go to Kuwait to suppress a dictator, we even did not go there to defend the international equality internationally; we went there to prevent anyone from harming our vital interests." Another example of such monopolistic measure could be found during Donald Trump's presidency, when in early January 2019, a US-based aircraft carrier arrived in the Persian Gulf, this time not for confrontation with Iran, but because some believed that things could happen soon in Saudi Arabia, and the US interests in the country could be compromised. Saudi Crown Mohammad Bin Salman's inexperience and weak management had offended other Saudi princes as well as the Arab country's people. When we talk about the Saudi Kingdom's indignant atmosphere here, the debate is not just about how people might want to revolt, but it is argued that even the governing body of the Saudi family has witnessed a lot of disagreements over this period, and many Saudi princes have been mobilized against the crown prince and the king. Now it is feared that the opposition will take advantage of this opportunity to move against Prince Mohammed Bin Salman and lead to a riot in Saudi Arabia. Experience has shown that Americans do not have friends and comrades, and only their interests matter to them; and as was the case with the Shah of Iran, Saddam Hussein and Mubarak, it is most likely that they will abandon Bin Salman too. So, the US aircraft carriers have not come in the Persian Gulf to back Prince Mohammed Bin Salman, but they are here to secure their own interests in Saudi Arabia, and they are afraid that these interests will be jeopardized by the turmoil in the Kingdom. They are afraid that things will happen in Saudi Arabia, and the Saudi people, dissatisfied with the US intervention in their country,





مثلاً به تاسیسات آرامکو حمله کنند و یا اینکه میلیاردها دلار تسلیحاتی را که آمریکایی ها به عربستان سعودی فروخته اند را به یغما ببرند. ایالات متحده پس از تنها دو قرن از پیدایش آن به کشوری زورگو و متجاوز و سمبل ارتجاع سرمایه سالارانه تبدیل شده است. زیرا آمریکا اعتقاد دارد که برتر از همه است و مدیریت سرمایه دارانه او بهترین مدل حاکمیت است و همه باید از آن تبعیت کنند، تئوری که منافع پایان ناپذیر بانکداران و گردانندگان سیستم کپیتالیستی و فراماسونری در آن قرار دارند که به کمتر از بلعیدن دنیا راضی نمی شوند. در تجارت برای کپیتالیزم هیچ چیز مهمتر از پول نیست. آنها برای پول دست به هر کاری می زنند. برای مثال فروش تجهیزات نظامی و خوراک و ۶۰ هزار خودرو تویوتا 'لندکروز' به گروه تروریستی داعش در عراق و سوریه توسط ارتش آمریکا و عربستان سعودی گواه این موضوع هستند که به هر قیمتی حتی با ریختن خون هزاران بیگناه حاضر به کسب در آمد می شوند. که البته خودشان از تمامی این موضوعات باخبراند (ترامپ در زمان انتخابات به این موضوع اشاره کرد که داعش دست پرورده آمریکا هست). چون آمریکا آب خوردن تمام مردم دنیا را از طریق اینترنت و سازمان NSA کنترل می کند حال چگونه امکان دارد باور کنیم که یک کارخانه ای مانند تویوتا هزاران خودرو را به یک گروه تروریستی بفروشد بدون این که کسی متوجه شود و البته یک جواب بیشتر ندارد و آن این است که به خواست دولت آمریکا این شرکت این فروش را انجام داده است. " تجارت " واژه مودبانه ای است که در برابر استثمار مداوم مصرف کنندگان به وسیله کپیتالیزم نهاده شده است. این روند به کمک تلویزیون و سایر مدیا برای مصرف کنندگان نیازپروری می کند و به طرز هوشمندانه ای انسانها را بردگانی کرده که زنجیر بر فکر، آزادانه فقط در راستای اهداف سیستم کپیتالیزمی قدم بر می دارند (بردگی میکنند)، پول در می آورند و محصولات آنها را می خرند. در عمل با روش های توهم زا برای مصرف کننده نیاز پروری می کنند تا با خرید کالاهایی که نیاز ندارند پولشان را به سرمایه داران بی رحم تقدیم نمایند تا نیاز پول پرستی آنان را برطرف کنند، در این امر رسانه ها وظیفه تحقق و استعمار آنها را بر عهده دارند و در واقع هیچ کدام این دو گروه نیازشان برآورده نمیشود. مصرف کننده که از اول نیازی نداشته که برطرف شود، فقط یک نیاز کاذب داشته که توسط سرمایه دار ایجاد شده و سرمایه دار هم نیاز پول پرستیش هیچ وقت برطرف نمیشود.

Do something like -- for example, attack Aramco facilities -- or to loot billions of dollars worth weapons sold by Americans to Saudi Arabia. After just two centuries of its emergence, the United States has turned into a bullying and aggressor country and has become the symbol of reactionary capitalism. This is because the US believes that it is superior to all, and that its capitalist management is the best model of sovereignty, and everyone should follow it – a theory that supports the endless interests of the bankers and operators of the capitalist and Freemasonry system, whose insatiable greed is not satisfied except by ingesting the whole world. In "trade", for capitalist nothing can be important more than money. They are doing everything for money. For example, selling military equipments, food and 60 thousand Toyota 'land-cruise' to ISIS in Iraq and Syria by the U.S. Army and Saudi Arabia are evidences that at any cost even with killing thousands of innocents. Of course, they are aware of all these issues (In duration of election, Trump pointed out that ISIS was supporting by the U.S.). As America is controlling all the people of the world through the Internet and the NSA organization, how could we believe that a factory like Toyota sells thousands of cars into a terrorist group? of course has one answer and that Toyota gave these cars with the U.S. government permission. "Trade" is the polite word for exploitation of consumers by capitalists. This process, using TV and other media, creates unnecessary needs for consumers and cleverly turns humans into slaves who just pursue the goals of the capitalist system, and blindly buy their products. In practice, they create needs for the consumers with illusory methods to lure them into buying goods they do not really need therefore they give their money to capitalists. In this case, the media must fulfill their duty and colonize them and while none of these two groups actually meet their needs.





در سیستم کپی‌الیزم، سرمایه‌گذاری و راه‌اندازی تولید یک محصول در سایر کشورها برای مصرف‌کننده داخلی آن کشور و یا خارجی (سایر کشورهای همسایه آن کشور) مقدمه پیشرفت آنها نیست، که خود شکل دیگری از استثمار فقیر به وسیله غنی است. ما این مشکل را به این شکل می‌بینیم که کشورهای سرمایه‌دار محصولات خود را به اسم "صنایع تولیدی بومی" به سایر کشورها می‌فرستند. صنایعی که جز یک مونتاژ ساده نیست و با کم کردن هزینه حمل و نقل و هزینه‌های کارگر ارزانتر خارجی کمک به برداشت سود بیشتر میکند. بارزترین ویژگی جوامع غربی، پول‌سالاری یا سرمایه‌سالاری است. این یک فاجعه‌ی بزرگ برای مقام و مرتبه انسانی است که ارزشهای اصلی یک جامعه حول محور پول‌دوستی و انباشته کردن یا مصرف حریم‌دانه و دیوانه‌وار محصولات بگردد. در این جوامع آشکارا دیده میشود که مردم یکدیگر را برای سود بیشتر چپاول می‌کنند. در این جامعه هر کس که اعتبار بانکی داشته باشد می‌تواند زندگی کند و سایرین از امکانات و جایگاه مناسب برخوردار نیستند. سرمایه‌داران با بهانه خدمات دادن به مردم بودجه‌ها را بالا می‌کشند. این موضوعات را جوئل شوماخر و آرنولد کوپلسون، نویسنده اب رو اسمیف در فیلم خود با نام "سقوط / فروپاشی" که جامعه بیمار آمریکا را به تصویر کشیده و نشان می‌دهد که مهندس توانمندی که سابقا دارای ایده بوده و طراحی موشک انجام می‌داده با اتمام پروژه‌اش به علت تمام شدن تاریخ مصرفش برای وزارت دفاع از کاربرکنار شده است و از طرف جامعه‌ای نا برابر که فاقد آزادی حقیقی است، جامعه‌ای که به دروغ خود را جامعه آزاد می‌داند و از طرف جامعه‌ای که در آنجا هر روز امرار معاش داشته است مورد چپاول قرار گرفته می‌شود، همانند مواردی چون: - فروش همبرگری که اصلا مانند تصویر تبلیغاتی روی گیشه فروش نیست - گران فروشی یک قوطی نوشابه و غیره. او می‌بیند که سران حکومتی از تمام مشکلات



باخبر هستند (تصویر - در این بخش از فیلم فردی که در جلوی پرچم آمریکا نشسته و میگوید که او از همه چیز باخبر است) که سیستم کپی‌الیستی چگونه پول‌ها را می‌بلعد، این باعث می‌شود از لحاظ روانی مشکلاتی برایش پیش آید و دست به کاری جنون آمیز زند. این فیلم در ایران با عنوان سقوط دوبله شده است.

A consumer who has never been in need of some things in the first place, has now reached a stage that nothing can satisfy his insatiable thirst. In capitalist systems, investments and implementation of new projects or production lines are not conducted with the aim of helping people or pushing a country towards growth and development, but it is an introduction to exploiting them and making them poorer. We see this as the capitalist countries send their products to consumer countries as "domestic products". Industries that are just assemblers and try to make more money by abusing lower transportation costs and cheaper foreign labor wages. The most obvious feature of the Western societies is the monetary policy or capitalism. This is a big disaster for the humans as well as the level at which the values of a society revolve around greed and the consumption. It is so clear in these societies that people abandon each other for more profit. In such an environment, anyone who has bigger bank accounts can live while others do not have the proper facilities and social position. Capitalists embezzle money from people with fake services and products. Such issues have well been addressed by Ebbe Roe Smith, Arnold Kopelson and Joel Schumacher in their book "Falling Down". The book depicts the American sick community in which a former engineer, who had been employed by the Department of Defense for the design and development of missiles, has now been dismissed from the project as he is not of any use any more. He has been cast away from a society filled with inequality, and lacks any real freedom, a society that has robbed his life and everything, a society full of lies -- just like: selling a hamburger which is not like the advertised one or charging too much for a simple cola. He sees government officials are aware of all the problems (image - in this part of the film, the person sitting in front of the American flag saying that he knows everything) know that how the capitalist system swallows the money.





چراغ جادو یا مداد جادو

کپیتالیسم از دیو پول استفاده میکند تا خوشبختی ما را بگیرد و ما را از حقیقت دور سازد و برده خود گرداند. پول دیوی است که اگر در کنترل ما نباشد برای ما مشکل ساز می شود. پول زیاد آرامش را از ما گرفته و ما را اسیر می سازد. در این راستا است که با نادیده گرفتن یک نکته مهم دیو پول وارد جسم و جان ما میشود و آن یک نکته دریک بیت شعر سعدی است که بر سردر سازمان ملل نوشته شده (که فقط به عنوان یک شعار بدون عمل استفاده می شود) که می گوید "بنی آدم اعضا یکدیگراند که در آفرینش زیک گوهردند" در آن زمان است که چیزی به نام "مال من و تو" در دستور کار و عمل فردی ما وارد می شود و یادمی رود که همه ما یکی هستیم و هرچه داریم از آن خداوند است. ما فکر میکنیم که داشته هایمان را خودمان کسب کرده ایم و همه مال خود ما است. در این حالت ما همانند ماکیان می شویم که در جلوش دانه ریخته میشود و او فکر میکند که خود آن غذا را پیدا کرده و خود را صاحب آن میداند. همچنین مانند همه حیوانات این عادت را پیش می گیریم که یافته خود را میبرند و جایی مانند زیر خاک نخیره می کنند. هیچوقت به دیگران فکر نمیکنیم، از آنها بزور میگیریم و مال خود میکنیم. لائوتزه فیلسوف چین باستان می گوید: لیوان وقتی که پر شود دیگر بیشتر پرش نکنید چون بیرون میریزد. حالا اگر در غیر این صورت ما بخواهیم بیشتر از حقمان و اندازه لیوان روزی کسب کنیم این درآمد سرریز شده به بیرون میریزد، آلوده شده و به پول کثیف تبدیل میشود که زندگی مان را نیز آلوده میکند. این را باور نداریم که روزی را طراح هستی بر ایمان تعریف می کند، اوست که اندازه لیوان روزی را کم و زیاد میکند که آن به رفتار و کردار ما وابسته است و بیشتر از آن را نمیشود از راه صحیح کسب کرد مگر از راه غیر اخلاقی.

Magic Lamp or Magic Pen

Capitalism uses the genie of money to take our happiness and keep us away from the truth so that it could turn us into slaves forever. The money is a genie, which, if not in control, will become problematic for us. Too much money will take our peace and subdue our lives. Therefore, ignoring one important point here lets the evil genie penetrate our lives and bodies, and this is a point mentioned in a poem by Saadi, which is inscribed on the entrance of the United Nations (which is used only as a slogan and is not enacted at all), It says that "The sons of Adam are limbs of each other, Having been created of one essence." At that time, something called "mine and yours" comes into our individual agenda and practice. And it reminds us that we are all one and all that we have, have been given to us by universe. We think we have got everything by our own effort and everything is ours. In this case, we become like a bird which is fed grains but thinks it has found the food by its own efforts. Like all animals, we also have the habit of storing what we find and hiding it somewhere that nobody can find it. We never think of others, we just take everything by force and make them our own. Ancient Chinese philosopher Laozi says: When your cup is full, stop pouring, because it overflows. Now if we try to get more than what is ours then it will overflow and pour out, then it becomes contaminated and becomes dirty money that infects our lives. We do not believe that it is universe who increases and decreases our income, which highly depends on our behavior and our actions, and more cannot be obtained from the right path except through an immoral way.





چرا فکر میکنیم راه ارتقا انباشت پول است و نه انباشت تقوا؟ چرا نباید جلوی ورود پول کثیف به زندگیمان را بگیریم؟ این در کنترل ما باید باشد تا پول پاک وارد زندگیمان شود. در اولین سفرم به هند برای خرید کتاب به همراه دکتر سید هادی ابراهیمی به کتابفروشی رفتیم. کتاب را در دست گرفتیم، پشت جلد قیمتش را ۱۰۵ روپیه ذکر کرده بود. سید هادی از فروشنده پرسید که قیمتش چند هست. همین موقع بود که من ۱۰۵ روپیه رو آماده کرده بودم تا فروشنده بدهم. فروشنده کتاب را از دست من گرفت و یک خط روی ۱۰۵ کشید. من که فکر کردم که فروشنده تصمیم دارد قیمت بیشتری را بنویسد (بلایی که در برخی کشورها رایج است)، کنارش نوشت ۹۰ روپیه، چشمانم چهارتا شده بود از دوستم پرسیدم. چی شد؟ چیکار کرد؟ چرا ۱۵ روپیه کم کرد؟ دکتر ابراهیمی گفت این همون کاسبی هست که در اسلام میگویند حبیب خداست. هر چند که دینش سبک هست ولی رفتارش مسلمان هست. این فروشنده سود حلال وار را حساب کرد و فقط آن را وارد زندگیش کرد. بله، هر گونه کسب درآمد و تجارتي که بر پایه سود و درآمدزایی شروع شود و خدمت گزاری به مردم در نظر گرفته نشود همراهی با کپیتهلیزم و دیو پول است. اگر از راه صحیح کسب شود به خوشحالی خرج خواهد شد و اگر از راه اشتباه درآمد دل نگرانت می کند، هر کس نداند خدا خوب می داند که آن پول از کجا و چگونه کسب شده است، پولی را که کسب می کنید به همان شکلی که در آید خرج میکنید. "گندم از گندم بروید جو ز جو، از مکافات عمل غافل مشو" و همچنین در کتاب آیینشاد (قرن هفتم قبل از میلاد) گفته شده: "هم اکنون، یک انسان مثل این با آن، با توجه به رفتار و کردار او؛ که انسان با اعمال خوب یک انسان خوب خواهد شد. انسان با اعمال بد، انسان بد؛ او با اعمال پاک، پاک خواهد شد، و با اعمال بد، بد خواهد شد؛ و در اینجا آنها میگویند که یک فرد متشکل از آرزوها است؛ آرزوها خواسته های او را می سازند و خواسته ها کردار او را شکل میدهند، هر آنچه او انجام میدهد تمام کردارش است که برداشت خواهد کرد." و این سکه بر سکه نهادن از روش ناصحیح انسان را جلو نمی اندازد. و به ازاء هر سکه که روی هم جمع میکند بیشتر عقب می افتد

Why do we think that we have to accumulate money to promote ourselves but forget about piety? Why should not we prevent stopping the dirty money from entering our lives? It should be in our control to bring clean money into our lives. In the first trip to India, I went to a bookstore along with Dr. Seyyed Hadi Ebrahimi to buy books. I picked a book, the price of which was 105 rupees. Seyyed Hadi asked the seller about the price. At that time, I had prepared 105 rupees to pay. The seller took the book and scratched the price on the cover. I thought he was going to charge for more money (what we can see in many countries), but he simply wrote 90 rupees. I was astonished. Then, I asked my friend about the reason. "What did he do right now? Why did he lower the price?" Dr. Ebrahimi told me he is the one who we call "God's friend" in Islam. Although his religion is Sikh, he behaves like a Muslim. This merchant only counts on Halal money and does not want dirty money in his life. Yes, any sort of business which is built on only profit instead of trying to serve people will be accompanied by capitalism and the money genie. If you get in the right way, you will be happy and if you take the wrong path, it will make you go astray. God knows well where and how that money was earned. You spend the money in the same way you earn it. Rumi says, "Don't you forget Karma, Things will happen to you good or bad, according to how you behave [As you sow, so shall you reap]." Also in Brihadaranyaka Upanishad book (7th Century BCE) "Now as a man is like this or like that, according as he acts and according as he behaves, so will he be; a man of good acts will become good, a man of bad acts, bad; he becomes pure by pure deeds, bad by bad deeds; And here they say that a person consists of desires, and as is his desire, so is his will; and as is his will, so is his deed; and whatever deed he does, that he will reap." And this accumulation of capital through wrong approaches does not help anybody grow; just the opposite, it degrades their humanity.





چون برای جمع کردن آن یک سکه، محیط زیست، پدر و مادر، جوانی، آرامش، اعتبار، روح و ... را از دست می دهد که هیچگاه باز برنمی گردند. البته اگر انسان اسپیر پول نشود و پول را بصورت صحیح حاصل نماید و خرج کند، این دیو اسپیر انسان میشود، همانند سلیمان که دیوها را بکار گرفت تا برایش کار کنند و معبدی را بسازند، ما هم باید اسپیر دیو پول نشویم و از او کار بکشیم و او را اسپیر خود سازیم. این که برای چه چیزی در شغلمان کار میکنیم باعث حلال شدن و با ارزش شدن کسب و کار می شود. تفاوت در یک نیت پاک و عمل انسان در پی آن نیت پاک است. اگر معلمی وظیفه خدمت به دانش آموزان را دارد. اگر پلیس وظیفه خدمت به خلق، اگر راننده اتوبوس وظیفه خدمت در جابجایی مردم را دارد. اگر کار را برای کسب درآمد بدانند روزیشان وسعت پیدا خواهد کرد و در بهترین حالت این فرد مداوم منتظر رسیدن به آخر ماه است تا به پولش برسد. در این گونه کارها افراد بسادگی از مسیر راست خارج میشوند تا درآمدهایشان را بیشتر نمایند و مردم برایشان فقط ابزار کسب درآمد می شوند. درآمدی که گاهی نادرست بوده و در خلاف خدمت رسانی می باشد. باید گفت . بسم الله الرحمن الرحيم، خدایا این کسب را برای خدمت به خلق تو راه می اندازم و روزی را میطلبم که تو برای من تقدیر کرده ای و در عمل هم نیاید خدمت گزاری را فراموش کرد. پس پول همه چیز نیست. برای مثال، بزرگترین کارخانه دار هند یک زرتشتی ایرانی می باشد که سالیان گذشته به هند مهاجرت کرده است. هدف اصلی ایشان از راه اندازی کارخانه کسب پول و ثروت نبوده است. ایجاد شغل برای مردم برایشان جذاب تر بوده، برای همین است که مردم هند خانواده تاتا را بسیار احترام میگذارند.

سوزاندن و دود کردن یکی از مهمترین روش ها برای احضار شیطین و موکلان است چه با سوزاندن نفت و روغن چراغ و چه با سوزاندن اسفند، عود، دونا، کندور و ... که در تمامی فرهنگ های ایران و هند و چین مرسوم می باشد.

Because to collect a coin, they lose their environment, parents, youth, calmness, credibility, and spirit that never return... . Of course, if we take this love of money, which is like a demon, under control, we can use it in a good way. Just like Solomon, who had the power to command daemons and genies and ordered them to build his temple, we need to not be captured by the demon of money and instead enslave it and make it fulfill our quests. Being aware of the reason behind the job we do can generously contribute to its positive impact on our lives and make it Halal (spiritually and religiously legal). Purity of intention makes a great difference in human actions. If the teacher has a duty to serve students, if the police is to serve people, if the bus driver has a duty to serve the people, and if they only consider the job as a way for making money, their daily portion will not expand. In this situation, the individuals only think about the end of the month to get their salary. This can easily mislead people from the right path to increase their gains; they even think of others as means to reach their personal goals. This sort of income is somehow unrighteous and contravenes serving people. So, we shall say: In the name of God, the Compassionate, the Merciful. O, God! I will do this business to serve your creatures, and I ask for a portion that you have honored me, and in practice I shall not forget the service. So, money is not everything. For example, the biggest Indian producer is an Iranian Zoroastrian who immigrated to India many years ago. He did not intend to set up factory just to make money. He dreamed of creating jobs for people, and that is why the people of India respect the Tata family so much.

Burning and smoke are among the most important ways to summon demons and angels; it could be burning light oil, or burning wild rue, incense, Boswellia, etc. It has been a common place activity in all cultures of Iran, India and China.





این احضار می تواند از سوزاندن اسفند، عود، دونا و کندور، یک موکل خوب را احضار نماید تا امور معنوی و اخلاقی حادث گردد و همچنین با سوزاندن بنزین و نفت در چراغ صنعت دیو شرور احضار می شود، تا برای کسب پول جنگ و خون ریزی حاصل شود، همانند همان چراغ جادو در داستان علاء الدین که با دست کشیدن روی آن، روغن چراغ میسوخ و به شکل دود بیرون می آمد و دیوی می شد تا خواستهایی همچون پیدا کردن طلا و پول و ثروت را عملی نماید. به یاد داشته باشید که چراغ جادو فقط در قصه ها نیست، حقیقتی است که دیوش از دود حاصل از سوختن مواد بر میخیزد. آمریکا همیشه در زمان جنگ با پر خاندن بیشتر چرخ صنعت و سوزاندن نفت و روغن و کمک دیو بیرون آمده از آن چراغ صنعت، درآمد بیشتری ایجاد کرده است. نفت می سوزد و دیوها از بخارات آن ساطع می شوند، دیوهایی که می آیند تا انسانها را به خاک و خون کشند. دیو ثروت و دارایی، دیوی خطرناک است که تمامی جنگهای بشر از روز اول برای این دیو بوده است.

روز به روز دیوهای بیشتری را با دستمالی کردن چراغ صنعت و سوزاندن و دود کردن روغن و نفت مورد استفاده در این چراغ احضار می کنیم. این دیوها برای جان بشریت اند و در آینده خفقانی عظیم را بوجود خواهند آورد. این را به آشکارا میبینیم که تمام رشته های دانشگاهی با رشد «عقل جزوی» در راستای رشد اهداف اقتصادی شیطان قدم برمیدارند و لحظه به لحظه ما را از عشق (خدا) دور میکنند. در نقطه مقابل دانشگاه، بیدانشگاه است. در بیدانشگاه فرد در راستای «عقل کلی» حرکت می کند و هر چه فرد علم و دانش کمتری داشته باشد بهتر میتواند در راه خدا قدم بردارد.

در اینجاست که مولانا لب میگشاید:

بند بشکن ره عیان اندر عیانست ای پسر عقل بند ره روان و عاشقانست ای پسر

This summoning can be done by burning wild rue, incense, and Boswellia to use an angel for good purposes, and on the other hand, it can be done through burning gasoline and oil to summon the evil demon of industry to devour everything and ignite the flames of war and bloodshed, like the magic lamp, in the story of Alaa al-Din, which, by knocking on it, littered the oil and smelled out, and the genie would be able to fulfill the demands of finding gold, money and wealth. Remember that the magic lamp is not just in the stories, it is a fact that its demon rises from burning of materials. The United States has always made more money during wars by oiling the wheels of the industry, and with the help of demon that came out of the industry's Magic lamps. The oil burns down, and the demons will appear among its vapors; the demons who come to shed the humans' blood. The demon of wealth and property, is a dangerous one which can be considered as the main cause of all human wars so far.

Every day, we summon more demons by manipulating the industry and use every advantage we can. These demons are the calamities afflicted upon humanity, which will create an enormous suppression in the future. We can openly see that all academic disciplines go along with the "elemental wisdom" in the direction of the growth of the devil's economic goals and from the moment to the moment we are moving away from the real love (God). Contrary to what the universities induce to us, is the individual's moves in line with the common sense; the less he follows such elemental wisdom, the better he can walk in the path of God.

Here, Rumi says:

«On son! Wisdom clarifies the smooth path of love... Break the limits of your mind so you can see what best suits you!»





در این راستا برای بررسی عقل از دیدگاه مولانا به این سوال برمیخوریم که «جهت نیل به رستگاری به کدام عقل باید روی بیاوریم؟» در پاسخ به این پرسش، می بایستی به بررسی معنای عقل از منظر مولانا پرداخت. بیان مولانا در باب «عقل» ظاهراً دوگانه و متناقض میباشد، جایی عقل را سست و چوبین پای می گوید و جایی دیگر نیز عقل را به نحوی می ستاید که گویی عقل، حقیقت نهان هستی جهان است.

عقل ابدالان چو پَر جبرئیل می برد تا ظلّ سدره میل، میل (۶/۴۱۳۹)
هم مزاج خر شدست این عقل پست فکرش اینکه چون علف آرم به دست (۲/۱۸۵۷)

رضا جوانروح در مقاله خود به این موضوع اشاره کاملی کرده که به طور کلی مولانا از دو نوع عقل سخن می گوید: «عقل جزوی» - «عقل کلی». اگر در مطالعه اندیشه مولانا و در مثنوی معنوی، این دو گونه عقل را از یکدیگر تمایز ندهیم، موجب سردرگمی و کژفهمی خواهیم شد.

عقل جزوی یا عقل مادی گرا مذموم است، این همان عقلی است که سست و چوبین پا است و علم تقلیدی را نتیجه می دهد. این گونه از عقل، که جهت معاش انسانی است، از بدو تولد به انسان ودیعه داده می شود. مشخصات این نوع عقل این گونه است که: سست است، کوته نگر و مادی گراست، دارای وهم و گمان و شک است، ناتوان در مهار شهوات و نفسانیات است، غلط بین و سطحی نگر است، موجب کبرست و منکر عشق، با تعلیم و تجربه افزایش می یابد، عدم امکان راهیابی به حقیقت و کمال، ترسان از اجل است.

پای استدلالیان چوبین بود پای چوبین سخت بی تمکین بود (۱/۲۱۳۲)
عقل جزوی عقل استخراج نیست جز پذیرای فن و محتاج نیست (۴/۱۲۹۴)

In order to examine Rumi's view on "reason" this question pops up that "which wisdom could lead us to salvation?" to find the answer, we need to study different aspects of reason from Rumi's point of view. Rumi's sayings on "reason" seem to be ambivalent and contradictory; sometimes he describes it as a feeble foot that cannot be stood on, and sometimes he praises it to an extreme extent as if reason is the hidden reality of the world.

The wise person's reason is like Gabriel's wings, it flies from one place to another in a blink of an eye (4139/6)

This wretched reason has become like a donkey, it is all preoccupied with finding its grass (1857/2)

Reza Javanrouh has referred to this issue in his article saying that Rumi divides reason into two kinds: "partial reason" and "general reason". If we do not distinct these two in Rumi's poems, we will definitely miss interpret his words.

Partial reason or materialistic reason is despicable; it is feeble foot that con not be stood on and spreads the imitating science. Such reason, which is used in line with humans' materialistic goals, is granted to us from birth. It is feeble, narrow-minded and materialistic. It is also featured with delusion, hesitation and is weak against cravings and lust. It leads to arrogance and denies real love. Such reason hinders mankind from reaching the truth and salvation.

Reason's foot is made of wood, a wooden foot can't be relied on. (1/2132)

Partial reason is not good for determination, it can only learn from outside and is always needy. (4/1294)





- فكرش اينكه چون علف آرم بدست (۲/۱۸۵۷)
 هم مزاج خر شد ست اين عقل پست
 عقل جزوی کرکس آمد ای مُقل
 پر او با جيفه خواری مُتصل (۶/۴۱۳۸)
 عقل جزوی گاه چيره، گاه نگون
 عقل کلی آمن از رَبِّب المُنون (۳/۱۱۴۵)
 عقل جزوی آفتش وَ هم است و ظنْ
 زانکه در ظلمات شد او را وَ طُنْ (۳/۱۵۵۸)
 عقلشان در نقل دنيا پيچ پيچ
 فکرشان در ترك شهوت هيچ هيچ (۰/۰۰)
 عقل سر تيزست ليکن پای سست
 زانکه دل ويران شده ست و تن درست (۶/۱۲۰)
 وَ هم قلب، نقد زر عقل هاست (۴/۲۳۰۰)
 وَ هم خوانش آنک شهوت را گداست
 در وجودت رهزن راه خداست (۴/۱۲۴۵)
 عقل تو دستور و مغلوب هواست
 عقل کل مغزست و عقل ما چو پوست (۱/۳۷۴۳)
 ان خطا ديدن ز ضعف عقل اوست
 عقل باشد در اصابت ها فقط (۳/۳۵۷۰)
 وَ هم آفتد در خطا و در غلط
 گر چه بنمايد که صاحب سر بود (۱/۱۹۸۲)
 عقلی جزوی عشق را مُنکر بود
 در شکسته عقل را آنجا قدم (۳/۴۷۲۳)
 پس چه باشد عشق، درپای عدم
 که درآموزی چو در مکتب صبى (۴/۱۹۵۹)
 عقل دو عقلست اول مکسبى
 از معانی وز علوم خوب و بکر (۰/۰۰)
 عقل تو افزون شود بر ديگران
 ليک تو باشی ز حفظ آن گران (۴/۱۹۶۱)
 عقل، آنجا کمترست از خاک راه (۴/۵۶۸)
 ای بُبرده عقل، هديه تا اِلَه
 گر يکی گامی نهم، سوزد مرا (۱/۱۰۶۶)
 عقل چون جبرئيل گويد: احمدا
 سنگ، کی ترسد ز باران چون کُلُوخ (۵/۴۲۲۷)
 عقل، لرزان از اجل، وان عشق شوخ

This wretched reason has become like a donkey, it is all preoccupied with finding its grass. (1857/2) Partial reason is like a vulture, it feeds from the rations of others (6/4138) Partial reason can't be trusted as it is sometimes overwhelming and sometimes too weak; the general reason can always be relied on. (3/1145)

Partial reason is affected by delusion and doubt, as if it is dwelling in a dark world. (3/1558) Their reason is obsessed with exalting the world, but when it comes to abstaining from lust, nothing! (00/0)

One whose heart has been captured but has a healthy body, has a sharp mind but feeble feet. (6/120) Call it delusion not reason, if it seeks lust; delusion undermines any wisdom. (4/2300) Your reason is captured by cravings and lusts... there is a bandit in you, blocking the path of God. (4/1245) Wrong seeing is caused by weakness of reason.... General reason is like the nut and our reason [partial reason] is like the shell (1/3743) Delusion leads to astray and error... only reason takes us to the right goal (3/3570) Partial reason denies love... even though it pretends to be sharp and correct (1/1982) What is love? A sea on inexistence.... The wrecked reason wandering in it (3/4723) Reason is of two kinds if you are an acquirer.... And you will acquire them if you seek to (4/1959) From books, teachers, contemplation and effort... there will raise good knowledge and reason(00/0)

The higher the power of your reason gets.... The more difficult preserving it will become (4/1961) O you that have been granted reason by God... be aware that your reason is nothing in comparison with that of God (4/568)

As Gabriel said, God's reason is so much powerful that it is like the sun, if you get too close you will not tolerate its power (1/1066) Partial reason is scared of death and real love; how could a general reason which is firm like stone be afraid of such things (5/4227)





در مقابل عقل جزوی عقل کلی قرار دارد. منظور عقلی است که ممدوح است و مخصوص انسانهایی است که راه صحیح را یافته اند. این عقل ایمانی، که جهت گشایش راه حقیقت جوئی انسان و آشنائی او با جهان معناست، دارای خصوصیات متفاوت از خصوصیات عقل جزوی است. و به این شرح است: بال پرواز است، جوهر و مقصود شریعت است، ضد شهوت است، درست و بجا (عادلانه) قضاوت می کند، کل عالم تجلی و صورت آن است، غذای جان است، آخربیین است، هم تراز دل و جان آدمی است، از شک و تردید گذشته است، گمنامه ای بس فراخ دارد، چراغ راه شب و راهنمای نیکی و تمییز حق و باطل است.

چون ندارد عقل، عقل رهبری (۶/۴۰۷۵)	عقل باشد مرد را بال و پری
ذرة ای عقلت به از صوم و نماز	بس نکو گفت آن رسول خوش جو از
این دو در تکمیل آن شد مَقْرَض (۵/۴۵۵)	زانک عقلت جوهرست این دو عَرْض
آنک شهوت می تند عقلش مخوان (۴/۲۳۰۲)	عقل، ضد شهوت است ای پهلوان
نفسِ ظلمانی بر او چون غالب است (۳/۲۵۵۷)	عقل، نورانی و نیکو طالب است
پاسبان و حاکم شهر دل است (۴/۱۹۸۶)	عقلِ ایمانی چو شحنه عادل است
عقل، چون شاهست و صورتها رُسُل (۲/۹۷۷۸)	این جهان، یک فکرت است از عقلِ کُل
کوست بابای هر آنک اهل قُل است (۴/۳۲۵۹)	کُل عالم، صورت عقل کُل است
نور عقلت ای پسر، جان را غدی	مایده عقل است، نی نان و شیوی
از جز آن، جان نیابد پرورش (۴/۱۹۵۳)	نیست غیر نور، آدم را خورش

On the other side, there is the general reason. It is a highly praised feature and is owned by people who have found the right path. Such reason comes from faith, which shows the path of truth and salvation and reveals the true meaning of life to the mankind. It can be described as a wing to ascend, an essence for creation, a force against lust, and a power to judge; the universe can be defined as the physical form of general reason, it is food to the soul, it opens our eyes to reality, and is equal to our heart and soul. The general reason frees us from doubt and becomes a force guiding us through the dark to the light.

Reason is like a wing to man... reason could guide him through (6/4075)

Our peace-seeking and righteous Prophet was right, for he said, a bit of true reason is better than a whole lot of prayer and submission

Because reason is the essence of your soul and when it comes along with other features you will be complete (5/455)

Reason is against lust... one that is captured by cravings does not have any reason (4/2302)

Reason is the light and the force to seek salvation... so, how could the darkness of lust overwhelm it

A reason that comes with faith is a judge... it is the governor and protector of the heart (4/1986)

This world is a small piece of a greater mind; reason is like the king and others like it messengers (2/978)

The whole universe is the embodiment of the general reason (4/3259)

The real food is your reason not bread and water.... The light of the reason feeds your soul

There is no food but light for the man... nothing but light could nourish the human soul (4/1953)





عقل را اندیشه یوم دین بُود
 بهر آن گل می کشد او رنج خار (۴/۱۲۵۹)
 در حجاب از نور عرشی می زبیند (۵/۶۱۹)
 چشمه آن در میان جان بود
 نه شود گنده نه دیرینه نه زرد (۴/۱۹۶۴)
 تا چه با پهناست این دریای عقل (۱/۱۰۹)
 عقل عقل، آفاق دارد پُر ز ماه
 نور ماهش بر دل و جان باز غست (۳/۲۵۳۲)

کاین هوا پر حرص و حالی بین بُود
 عقل را دو دیده در پایان کار
 عقل و دل ها، بی گمانی عرشی اند
 عقل دیگر، بخشش یزدان بود
 چون ز سینه، آب دانش جوش کرد
 تا چه عالمهاست در سودای عقل
 عقل، دفترها کند یکسر سیاه
 از سیاهی وز سپیدی فارغ است

در آموزشهای مدرسه یادم می آید که همیشه به اشتباه معلم مان سوالی را مطرح می کرد که "علم بهتر است یا ثروت؟" منظورش این بود که دانش آموزان بگویند علم و بدانند که پول انسان را تباہ میکند و کدام یک خوشبختی می آورد. البته حال می دانم که هیچکدام. برای این که بدانیم چرا پول خوشبختی نمی آورد؟ این روایت را می خوانیم. شاه گفت که بروید و خوشبخت ترین فرد را بیابید. خیاط را آوردند. پادشاه به او گفت چرا تو خوشبختی. گفت روزی یک سکه درآمد دارم و آن را با لذت خرج خانه و زندگیم میکنم. شاه حسادت کرد و به وزیرش گفت چرا او خود را خوشبخت تر از همه احساس میکند. من با شاه بودم این اندازه خوشبخت نیستم. او را بد بخت عالم نمایید. وزیر شبانگهان به پشت درب خانه خیاط رفت و از کمر کیسه صد سکه ای را باز کرد، یک سکه از آن کم نمود و این کیسه را پشت درب خانه گذاشت و درب را زد و رفت. بعد از مدتی شاه کسی را بدنبال خیاط فرستاد. او آمد و وقتی جویای احوال خیاط شدند متوجه شدند که او چون دائماً بفکر جمع کردن و مراقبت از پول بوده به بدبخت ترین فرد در سرزمین پادشاهی تبدیل شده است.

Cravings capture us in the materialistic world... while reason keeps us alert about the Last Day

Reason bears the burden that the eyes lay on it... they see, it feels (4/1259)

The reason and heart belong to the heavens... they live within the light of God (5/619)

The general reason is the gift of God... it has put inside the soul of the man

When knowledge that springs within the soul... will never get spoiled or dirty (4/1964)

Many worlds have sought the greatness of the reason... so vast is the sea of the reason

Reason can be used in every matter... the real reason is so light like the moon

Reason is distinct from division of the white and black... its light on the soul and the life of humans is so clear (3/2532)

I can remember my school times when our teacher always asked us "which one is better, money or knowledge?" by asking this question, he meant to tell us that knowledge is better as it leads us to salvation while money could lead the mankind to astray. However, now I can understand that neither is so great. To understand that why money does not bring happiness we can read the following story. The king told his companions to go and bring the happiest person in the living within his kingdom. They brought the tailor. The king asked him, "Why are you happy?" The tailor said, "I earn a coin per day and I spend it with pleasure in my house and in my life." The king, who had become so jealous, asked his minister about the tailor's serenity while saying in sorrow, "I'm not happy enough with my kingdom... Make him unhappy." The minister, then went to the tailor's house, and dropped a bag filled with one ninety nine coins at his door, knocking on the door and left. Times passed, and one day the king sent a man to bring the tailor. He came, and when they were sewed around him, they realized that he had become the most unfortunate person in the kingdom because he was constantly thinking of collecting and taking care of money.





بله، پول خوشبختی نمی آورد ولی با برده کردن انسان می توان بدبختی را برای انسان فراهم آورد که تا آخر عمر بدنبال آن بود و آنچه را که می خواهد نیابد. اینجاست که ضرب المثل روسی می گوید "خوشبختی با پول رابطه ای ندارد". علت این که علم هم مانند پول است را با این شنیده ام از مردم هند در زمان زندگی در آنجا توضیح می دهم، که میگفتند: روزی دو نفر برای یادگیری راه حقیقت نزد عارفی رفتند، خود را معرفی کردند، یکی تحصیلات داشت و دیگری نداشت، بعد از عارف سوال کردند که چه مدت زمان نیاز هست تا در این راه موفق شوند. عارف به فردی که تحصیلات نداشت گفت که تو سه سال زمان باید صرف کنی تا راه را بیابی. در حالی که فردوم با خودش فکر میکرد که هم اکنون عارف به او میگوید که در زمان بسیار کوتاهی او میتواند این کار را انجام دهد، عارف به او روی کرد و گفت تو نیز هفت سال زمان لازم داری تا این کار را انجام دهی. فرد تحصیل کرده که چشمانش از تعجب باز شده بود گفت، چرا؟ من تحصیلات دارم. عارف به او جواب داد که: دقیقا به همین خاطر است که طولانی تر می شود. چون تو چهار سال باید صرف کنی تا آموخته های خود را فراموش کنی بعد سه سال طول میکشد تا راه رو حقیقت شوی. چرا علم همانند پول است و خوشبختی نمی آورد؟ کدام رشته دانشگاهی هست که به اقتصاد منتهی نشود؟ برای رفتن به دانشگاه مهم ترین عامل انتخاب رشته چیست؟ درآمد داشتن رشته، یعنی انتخاب رشته کنکور می کنیم بر اساس درآمد رشته نه نیاز جامعه و خدمت رسانی. حال یک سوال مهم بوجود می آید. آیا تدریس علم قدمی در راه نابودی بشر است؟ بله، نوابغ علمی به کپیتهالیسم کمک میکنند تا جهان را با سرعت بیشتر به انقراض بکشانند. زمانی که برای خالی کردن جیب ها، مردم (مصرف کنندگان) را به دنبال اهداف اقتصادی خودشان میکشانند. آیا ما را از خدا دور میکند؟ تا کنون که چنین بوده است. برای مثال طراحی خودرو، شاید برای شما این خنده دار باشد. ولی وقتی به امثال این محصولات که خروجی دانش و دانشگاه است و رفتار استفاده کننده های آن نگاه میکنیم میبینیم که خنده دار نیست و یک واقعیت است.

Yes, money does not bring happiness, but it can bring misery to man since it gets him to pursue more until the end of his life while he will never find what he wants. This is where the Russian proverb says: "Happiness has nothing to do with money." I will explain why I believe knowledge is just like money by telling you a story I heard when I lived in India. According to a local story, one day, two people went to a mystic to learn the way of the truth. They introduced themselves, one was educated and the other was illiterate. Then, they asked the wise man how long it would take to succeed. The mystic told the illiterate person "you should spend three years to find the way". While the other person thought that mystic would tell him a shorter time span, the mystic turned to him and said that "you will have seven years to do this". The educated man, who was taken by surprise, said, "Why? I have my education." The mystic replied to him, "That is precisely why it lasts longer. Because you have to spend four years to forget your lessons then it takes three years to get to the truth." Why knowledge is like money and it does not bring happiness? Which academic field do you know that does not lead to economic goals? What is the most important factor in choosing an academic major? Sure, it is the income of that field. I mean we choose a field based on the money we could generate from it not the service we would give to the society. An important question arises here: Is teaching and giving knowledge to others a step toward the destruction of humanity? Yes, academic geniuses help capitalism to end the world at a faster pace. Trying to empty people's pockets, they lead customers in a direction that satisfies their own economic goals. Does it take us away from God? So far, this has been the case. For example, car designing is may be funny for you. But when we look at the likes of these products, which are the output of knowledge and academic study, and looking at the behavior of its users, it is not funny; it is a fact.





انسان به حساب خودش با هوش و اشرف مخلوقات، درس میخواند و به دانشگاه می رود. بعد به کارخانه رفته با آموخته های دانشگاهش خودرو و ... میسازد. استفاده کننده ها، آن خودرو و... را استفاده می کنند. این محصولات آلودگی برای همه میسازند. برای عابر پیاده که خودرو ندارد و بعد به حشر و قیامت می رویم. حال یک کودک ۷ ساله با دانش کمش یا یک تحصیل کرده دانشگاهی سوال و جواب میشود؟ این کودک هیچ صدمه ای به زمین نمیزند ولی فارق التحصیلان دانشگاه ها نابود کننده هستند. این دانش ماست که هزاران بلا سرمان می آورد. اینجاست که دالایاما میگوید "این زمین نیاز به آتمهای تحصیل کرده دانشگاهی ندارد بلکه ناامیدانه نیازمند مصلحین، شفاگران، قصه گوین و عاشقان از هر مرام و مسلکی است." چرا فکر میکنید که خرید خودرو و ایجاد آسایش برای خود با نشستن درون خودرویی که هوای درونش همیشه بهتر از بیرون است و این در حالیکه که دود حاصل از سوخت برای ابرانی که پیاده میروند بیرون رفته، کسانی که استفاده کننده فقط دود خودرو هستند. آیا این اخلاق است؟ چرا این نگاه عادی شده به گونه ای که شمای خواننده هم اکنون در حال خندیدن به من نویسنده هستید؟ چه کسی این نگاه را عادی کرده؟ کپیتهلیزم. این محصول حاصل نتیجه کجاست؟ دانشگاه. خرید آن را چه کسی پیشنهاد کرده؟ تلویزیون و رسانه ها. این خرید را چه جایی تضمین می کند؟ بانک، که کارخانه زنجیر سازی کپیتهلیزم است. زنجیر چیست؟ اعتبارات بانکی. کارت اعتباری زنجیری است بر گردن. جالب اینجاست که دانشگاه محل کارم برای تمامی کارکنان کارت اعتباری تهیه کرد. کارتی که این امکان را فراهم میکرد هر ماه تا مبلغ ۵۰۰۰۰ یوان با جیب خالی خرید کنیم همه خوشحال شدند و من گریستم.

تحقیقات در مورد سوختن روغن و نفت در چراغ صنعت (صنعت تولید یا صنعت حمل و نقل) نشان می دهد دود حاصل سوختن نفت و پلاستیک تأثیراتی را بر سلامت جسمی داشته است،



Human beings think they are superior to all other creatures. They go to university, then they go to a factory with their university degree and design and build cars. Users use that car and, the vehicles spew poison to the air and make everyone suffer. It does not matter whether you are a driver or a pedestrian, with no car. So, will we really be questioned at the Last Day in the same way? Is a 7-year-old child questioned just like an educated person is queried? This child has not hurt anything while those university graduates have. It is our knowledge that afflicts thousands of calamities upon us. This is where Dalai Lama says, "This land does not need educated people, but it desperately needs reformers, healers, storytellers and lovers of every kind." Why do you think buying a car and sitting in a vehicle which is only comfortable for you is the best thing to do, while automobile creates smoke that hurts pedestrians who walk on the street? While you are in comfort, they only get smoke. Is this morality? Why has this guilt become so normal that some of you are now laughing at me? What has made this guilt normal? Capitalism. Where has this result come from? University. Who has suggested us to buy that product (car)? TV and media. What entity guarantees this purchase? Bank, which is center to preserve the capitalization chain. What is the chain? Bank credits. Credit card is yoke on customers' necks. Interestingly, my university provided credit cards for all employees. Using the card, we could buy up to 50,000 yuan per month with an empty pocket; while everybody was delighted, I cried to this misery.

Studies show that the considerable amount of oil and gas burnt by vehicles and through the transportation has had an irreversible impact on people's physical health;





برای مثال این دود می تواند با استنشام آن توسط کودک یا مادر باردار، در زمان بزرگسالی کودک باعث تغییر رفتار جنسی شود، همجنسگرایی حاکی از این است. بله بهره هوشی انسان عامل تمام این بدبختی ها است که چرخ صنعت با چرخیدنش برای ما آورده و این انقراض اوست. اگر انسان از بهره هوشی کمی پایینتر یا کمی بالاتر از این که دارد برخوردار می بود مشکلات کنونی پیش نمی آمد. هوش ما بیشتر از حیوانات است ولی نه آن اندازه زیادتز که انقراض خودمان بدست خودمان را درک کنیم. به همین دلیل دائم اشتباهاتمان را تکرار می کنیم.

برآیند کار دانشگاه ها بعد از انقلاب صنعتی تا به امروز این بوده که فارق التحصیل آن سرعت انقراض را صد چندان کرده اند. پول، بانک، دانشگاه، صنعت و تلویزیون عوامل انقراض و کمک کننده بیشتر به کپیتهالیسم می باشند. آنها بستر را برای سکه سازی مستکبران روز به روز بیشتر آماده می کنند و ما در حال دویدن در سرایشی انقراض هستیم که هر لحظه به سرعت ما می افزاید. تا زمان انقلاب صنعتی، دویدنمان قابل کنترل بود ولی بعد از آن به سرعت ما رفته رفته افزوده گردید و دیگر دویدنمان دست خودمان نیست. انسان بخشی از طبیعت است نه سوار بر آن. سوار بر طبیعت بودن در آخر به انقراض ختم می شود. ساده زیستی انسان را کنار طبیعت قرار میدهد نه سوار بر آن. این یک توهم بیشتر نیست که ما از سایر حیوانات برتریم. یا اینکه بیشتر میفهمیم. در نزد خدا تمام موجودات یکسان و برابراند. ما اینجا نیامده ایم تا همه چیز را نابود کنیم. ما صاحب همه طبیعت نیستیم. این بسیار جالب است که اینجا را به نابودی می کشانیم و همزمان بجای حفظ زمین با هزینه های زیاد بدنبال پیدا کردن حیات در سایر سیارات هستیم، که جایی برای رفتن داشته باشیم ولی خبر بد این است که نزدیک ترین سیاره ای که امکان ادامه حیات را داشته باشد چندین هزار سال نوری با ما فاصله دارد.

For example, breathing polluted air by a child or a pregnant mother will have dreadful consequences on the child during adulthood; it can also affect the person's sexual orientation, and homosexuality is a clear example of it (Carahealth, 2008). Yes, human intelligence is the cause of all these miseries. The monstrous industries are leading humans to extinction. If the humans had a bit lower or slightly higher IQ, none of the current problems would occur. Our intelligence is more than animals, but not so much that we understand we are bringing our own extinction. This is why we constantly repeat our mistakes.

Universities in post Industrial Revolution period have had nothing but dispatching graduates to the society to speed up the process of extinction. Money, bank, university, industry and TV are the agents to help capitalism more and get us closer to extinction. They prepare the ground for coinage of mercenaries more and more every day, while we are running on a slump of extinction. Until the Industrial Revolution, our fast move toward extinction was somehow under control, but afterwards, we gradually paced, as we run now but the control is not ours. Man is a part of nature, not a rider on it. Riding on nature will eventually end in extinction. Having a simple life means living along with nature, not exploiting it. It is nothing but an illusion that we are superior to animals, or we understand more. All creatures are one and the same for God. We are not here to destroy everything. We do not own all nature. It is very odd that we destroy our planet, and at the same time, instead of saving it, we are looking for life on other planets with great costs. We are looking for some place safe to go, but the bad news is that the closest planet that we can survive is thousands of light years away.





عدم رشد یکسان تکنولوژی و فرهنگ، عبارتی بالا بودن سرعت رشد تکنولوژی باعث ایجاد چنین مشکلاتی شده، زمانی که انسان رشد را یک بعدی فقط در راستای تکنولوژی پیش برده و هرگز به ابعاد دیگر رشد مانند اخلاقیات فکری نکرده است؛ زمانی که فقط به زیر ساختار صنعتی و اقتصادی فکر میکنیم و نه زیر ساختار فرهنگی. ساختار صنعتی و اقتصادی یعنی چه؟ این یعنی زیر ساختاری برای انقراض. یعنی امکاناتی که نیازهای انقراض را فراهم نماید. چرا برق تولید می شود. برای استفاده در محصولات تولیدی کارخانجات، که وقتی این محصولات را خریدید بتوانید آنها را استفاده نمایید. خواسته های زیاد ما عامل انقراض است. چرا کاغذ باید سفید باشد. (چون بهتر فروش میرود. پس سفید آن سودآورتر است) آیا کاغذ کاهی که رنگ طبیعی آن کرم رنگ است را نمی شود استفاده کرد؟ آیا روی کاغذ کاهی نمیشود نوشت؟ در سال های کودکی بیاد می آورم که اکثر کاغذها کاهی بودند. آیا میدانید برای سفید کردن کاغذ چه مقدار کلر وارد طبیعت می شود. آیا میدانید کلر تجزیه نمی شود و بصورت سم برای سالهای طولانی در طبیعت باقی می ماند؟ سوالی دیگر، چرا باید آسانسور دکمه "بسته شدن سریع درب" را داشته باشد. اگر با چند ثانیه زمان بسته شود چه می شود. میدانید با جانماندن افراد از آسانسور (که باعث استفاده مجدد از آن می شود) چه مقدار انرژی حفظ میشود. آیا با خود به جنبه های اسراف فکر کرده اید؟ چرا ماشین لباسشویی که حجم زیادی لباس را می تواند بشوید با یک یا دو تکه لباس قابل استفاده کردن است و مقدار زیادی آب و انرژی را نایب می کند؟ چرا دوش و وان حمام تولید می شود؟ چون فروش دارد. آیا میدانید چه مقدار آب توسط دوش و وان حمام از بین می رود؟ مگر استحمام به شیوه مردم هند که با یک سطل که در آن آب با درجه حرارت مناسب آماده شده نمی شود استحمام کرد؟ در جامعه مدرن، کیفیتالیزم تاکنون نتوانسته سبز عمل نماید و چون همیشه او حکم فرما است در نتیجه آینده نیز سبز نخواهد بود. تمام محصولات تولیدی که در راستای توسعه اقتصادی تولید می شوند زمین را به انقراض می کشانند و تمام این محصولات حاصل کار دانشگاه ها هستند.

Unequal growth of technology and culture, and the high speed of development have created such problems because human beings have only advanced one-dimensional growth in technology and have never considered promoting other aspects such as ethics. This happens when we only think of industrial and economic infrastructure and not of the cultural needs. What is the industrial and economic structure? It is a sub-structure for extinction; in other words, it is the grounds that provide extinction needs. Why electricity is produced? To be used on factory in making products. A lot of our demands are the direct causes of extinction. Why should the paper be white (because it sells better, so white is more profitable)? Is it not possible to use the natural color of the paper? Can't we just write on a paper which is not pure white? I can recall that in my childhood most of the papers were not pure white. Do you know how much chlorine enter the nature to make papers white? Are you aware that chlorine does not decompose and remains in nature for many years? Another question is that why elevators have to have a 'Door Close' button? What would happen if the door closes after few second? Do you know how much energy could be saved if fewer people are left behind closed doors? Have you ever thought about the consequences of dissipation? Why can a large washing machine start with only one or two pieces of clothing while we know it would squander so much water and energy? Why do showers and bathtubs are produced? Because they sell! Do you know how much water is wasted by shower and bathtub? What is wrong with Indian's bathing habits, when they bathe with a bucket? In modern society, capitalism has so far failed to act green, and since it always decides, the future will not be green either. All of the goods produced in the course of economic development endanger the land and all these products are the result of the teachings of the universities.





در این راستا تلویزیون که ابزار کپی‌تالیزم است همانند دانشگاه نیز به دیو پول کمک می‌کند تا به نابودی زمین سرعت بیشتری بدهند. بواقع تلویزیون از شراب هم حرام تر باید باشد. دیو مسکورات عقل آدمی را برای چند ساعت به زنجیر میکشند ولی تلویزیون قفلی ابدی بر فکر و ذهن مصرف کننده می‌زند و آنها را برای ابد به زنجیر میکشد. مسمومیت یک غذا با چند روز استراحت از بدن خارج می‌شود ولی مسمومیت فکری دریافت شده از یک برنامه تلویزیونی ممکن است برای همیشه فرد را برنجانند. تبلیغات دائما با توهمات این را تداعی می‌کنند که با داشتن پول و خرید این محصول خوشبخت می‌شوید.

"تبلیغات تلویزیون حرام است."

از نظر من این بهترین سخن امام خمینی بود. نفس و ذات تبلیغ حرام است. چون سعی در کشاندن خریدار به طرف محصولی را دارد که نیاز آن لحظه استفاده کننده نیست. چون برای استفاده کننده ها نیاز سازی میکنند، یعنی فرد بی نیازی را با القاء وادار به پذیرش نیازی می‌کند و همچنین محصول را بیش از حد واقعی خوب نشان داده و معایب آن را می‌پوشاند. همیشه آن چیزی که در تبلیغ نشان میدهند رنگ و بوی متفاوتی از آن چیزی که بدست ما می‌دهند دارد. این یعنی کلاهبرداری. تبلیغ می‌تواند در تلویزیون یا اینترنت و یا هر جای دیگری باشد. می‌تواند بر روی بسته بندی محصول باشد. وقتی شما یک محصول را از بین چند محصول انتخاب می‌کنید شما را جذب میکند. پرداخت را انجام میدهند و بسته را باز می‌کنید. بعد متوجه میشوید که محتوی همانند تبلیغ روی بسته نیست. این چه معنی دارد. جز کسب درآمد آلوده؟ پول حتی اگر عادلانه و منصفانه با روشهای اخلاقی بدست آمده باشد، فقط در راستای مادیات زندگی و نیازهای اولیه و آغازین بشر مطرح است و توانایی پاسخگویی به همه نیازها و شئون وجودی انسان نیست. بلکه صرفا تامین کننده نیازهای پایین ترین مرتبه حیات بشر محسوب می‌شود به تعبیر کارل مارکس بیانگر نحوی از خودبیگانگی انسان با حاصل تولیدات و خلاقیت های خودش است.

In this regard, television, which is a tool of capitalism, like the university, also helps the demon speed up the destruction of the earth. In fact, TV should be banned and considered as a taboo thing. Wine could lock down a man's mind for a few hours, but the TV puts an eternal lock on their mind and blindfolds them. Food poisoning will be cured after a few days of rest, but the poisoning received from a television program may endanger the person forever. Advertisements are constantly trying to induce illusions that you will be happy if you buy their product.

"Television advertising is forbidden."

In my opinion, this was the best talk of Imam Khomeini. The soul and the essence of advertisement are forbidden. It is because advertisements try to pull the buyers towards a product that they don't really need. They create the need for consumers; that means they force them to buy something by the induction of admission, through highlighting the advantages of the product and hiding its disadvantages. What they show in the ads always has a different color and smell from what we get. This means scam. The ad can be on TV, the Internet or anywhere. It can even be on the product's packaging. When you choose a product among several others, it means that it has attracted you. Pay the price and open the package. You will notice that the content is not the same as the ad on the package. What does it mean? Does it contribute to anything other than dirty money? Even if it has been obtained fairly by moral means, it is only in the context of the materialistic life and basic needs of humankind, and is not capable of responding to all human needs. It merely serves the lowest needs of the human life. According to Carl Marx, this issue expresses some kind of alienation between humans and creativity.



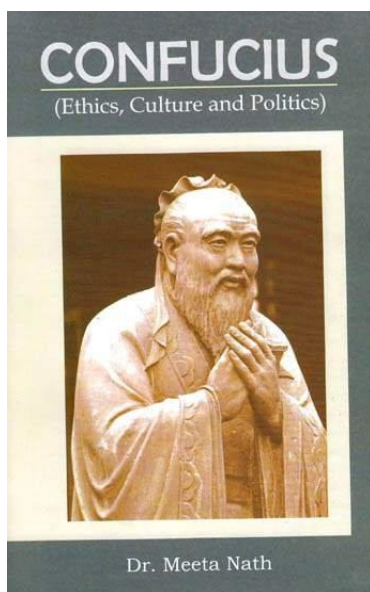


بت پرستان به خطا بجای خدا بت می پرستیدند. سکه که خود بتی است خطرناک. چنان خداپرستان را گمراه می کند که خودشان هم متوجه نمیشوند. سکه بتیست در بتکده شیطان و الحق هزاران بار بدتر از بت سنگی. آتش سکه پرستی امپریالیزم جهان خوارخیلی بزرگ شده است. آتش وقتی که خیلی بزرگ شود دیگر با آب خاموش نمیشود. اینجاست که آتشی بزرگتر می تواند آن آتش را خاموش بکند. مانند آتش چاه نفت. در این روش در نزدیکی آتش چاه نفت انفجاری تولید می کنند تا آتش انفجار تمام اکسیژن اطراف آتش چاه نفت را استفاده کند در نتیجه آتش چاه نفت به علت نداشتن اکسیژن خاموش میشود. این موضوع بی ربط با آتش کپیتالیزم آمریکا و غرب نیست. چون آتش شان بزودی با آتش تولید شده توسط چین خاموش خواهد شد. تفاوت فاحشی بین چین و آمریکا وجود دارد که این تفاوت سرنوشت آینده و دنیای بدون آمریکا را روشن نشان میدهد. این تفاوت در لایه لایه بودن فرهنگ چین نهفته شده است که نشان میدهد رفتارهای امپریالیستی ندارد و تاریخش نشان داده که هیچگاه سرزمینی را اشغال نکرده و رفتار استعمار گرایانه نداشته و ندارد. فرهنگ چین سه لایه بوده بر خلاف آمریکا که یک لایه دارد.

فرهنگ سه لایه چین: این کشور که تاریخ چند هزار ساله را در پشتوانه خود دارد، فرهنگی سه لایه را ایجاد کرده که در درون این فرهنگ هسته ای بزرگ از فرهنگ بودیزم و تائوایزم را با پشتوانه گفتار بودا، لائوتزه و کنفوسیوس تشکیل داده است. این هسته که با دو لایه فرهنگ کمونیست و کپیتالیزم پوشانده شده که البته اندازه این دو لایه در برابر اندازه هسته درونی ناچیز می باشد.

The coin is some sort of idol; a dangerous one. It strongly makes them go astray to an extent which is even beyond their imagination. The coin is an idol in the Satan's house; an idol way worse than the stone idols. The money worshipping imperialists' greed is like a flame having soared to dangerous levels. The fire may not be put out with water when it gets too big. This is where a bigger flame can be used to shut off that fire. Just like when an oil well catches fire, they create an explosive flame near the well to use up all the oxygen in the vicinity so that the well's fire would go out. This can be easily related to the flames of the American and Western capitalism because their fire will soon be put out by the bigger fire produced by China. There is a considerable difference between China and the United States, which illustrates the difference between the future and the world without the US. This difference lies within every layer of the Chinese culture, which does not have any sign of imperialism; China's history has shown that it has never occupied any land and has never shown any colonial behavior. Chinese culture has three layers, unlike that of the US which only has one layer.

China's three-layer culture: China is a country with thousands of years of history. A three-layer culture has been built up in China throughout all these years with a strong core that is formed by Buddhism and Taoism backed by the sayings of Buddha, Laozi and Confucius. This core is covered with two layers of communist and capitalist culture, but the size of these two layers is insignificant compared to the size of the inner core.





اولین لایه بعد از هسته لایه کمونیست است از جایی که این سیستم به تساوی بین اقشار اعتقاد جدی دارد این تفکرات با گفته های هسته درونی تناقضی ندارد و دقیقا بر خلاف کپی‌تالیسم می باشد. لایه آخر لایه کپی‌تالیستی است که چون پشتوانه دو لایه قبل را دارد تجارتی را پیش میگیرد که اخلاق مدار باشد و برای کسب ثروت، حاضر به انجام هر کار غیر اخلاقی نیست. به عبارتی دیگر در مرام تجارت خود اخلاق گرایانه عمل کرده و اخلاق را بالاتر از هر چیز دیگر می داند.

فرهنگ یک لایه آمریکا: بنیانگذاران جامعه آمریکا را افرادی تشکیل می دهند که با حس سودجویی و پول پرستی به این سرزمین مهاجرت کردند و بومیان این سرزمین را نابود کردند. کشوری بر اساس تفکرات فراماسونری و کپی‌تالیزم تشکیل دادند که به دنبال استعمار ملل محروم و برده داری بود. این کشور در دو بیست سال گذشته عمر خود در سراسر دنیا جنگ ایجاد کرده که منافع اقتصادی صنایع اش را تامین می کرده است. حتی دین نتوانسته لایه ای جداگانه در فرهنگ این مردم ایجاد کند. مذهب اصلی مردم آمریکا را پیوریتانیزم تشکیل می دهد. همانطور که قبلا هم گفتیم این مذهب از انشعاب مذهب پروتستانیزم مسیحی منشعب شده و بشدت منعکس کننده روح سوداگرانه و سرمایه داری مدرن است و آموزه های آن در خدمت منافع و خواسته های سرمایه داران و جهت تحکیم سیطره آنها قرار گرفته و در پایه های نظام جامعه آمریکا قرار داده شده است. ماکس وبر جامعه شناس قرن بیستم معتقد است که در اندیشه پیوریتانیزم استعمار تا آن جا مشروعیت می یابد که گویی آدمها به نوعی ماشین تحصیل ثروت اند. این موارد باعث میشود که آمریکا کلا یک لایه سودجویانه و منفعت طلبانه داشته باشد. و از انجایی که تجربه نشان میدهد آمریکا با جنگ بیشتر جان می گیرد و قوی می شود در نتیجه تنها استفاده از ابزار اقتصاد است که میتواند آمریکا را به زانو در آورد. بعد از این است که رفتار چین در تولید و تجارت قابل بررسی خواهد بود تا ببینیم که بعد از آن چه خواهد کرد.

After the core, first comes the communist layer. Since this layer is strongly committed to the equality of different levels of people, it has no conflict with the inner core, which is precisely the opposite of capitalism. The last layer is the capitalist layer, which, because of the backwardness of the two previous layers, provides a business that is ethical or is not willing to do any immoral work to gain wealth. In other words, it acts morally in the business and sees morality higher than anything else.

The US' single-layer Culture: The founders of the American society are people who migrated to the land with the aim of gaining more profit and money, and destroyed the indigenous people's lives. A country based on the ideas of Freemasonry and Capitalism, which sought the colonization of deprived nations and slavery. In the past two hundred years, the US has waged wars across the globe, which have provided economic benefits to American industries. Even religion has not been able to create a separate layer in the culture of these people. The main religion of the American people is Puritanism. As I have already said, this sect is a branch of Protestant Christianity, which strongly reflects the speculative spirit of the modern capitalism, and its teachings serve the interests and aspirations of the capitalists who try to consolidate their domination, and in the foundations of the system of society where America has been placed. Max Weber, a sociologist of the twentieth century, believes that in the idea of colonial Puritanism, the idea becomes legitimate as if people were a sort of machine to generate wealth. Such factors have made a greedy and opportunistic layer in the American culture. The experiences gained through history show that the US gets stronger through engaging in more and more wars, while economy is the only means to subdue its greed for dominance. So, we can look into the close future what will happen after the trade war between the US and China.





به امید این که اخلاق آموزانده شده توسط بودا، لائوتزه، کونفوسیوس و متفکرین و سیالیزم سرلوحه سیاست، اقتصاد، تولید و تجارت چین قرار گرفته باشد تا به بقاء زمین و بشریت کمک کند. تا چین را به یک لیدر جهانی با اخلاق بشناساند.

We hope that the ethics and principles of Buddha, Laozi, Confucius and other socialist masterminds would be followed in China's political, economic and trade activities; to expose China as a great world leader.



شکل. تصویری نقاشی شده از لائوتزه، فیلسوف چین باستان.

Figure. Laozi, an ancient Chinese philosopher.





ساده زیستی

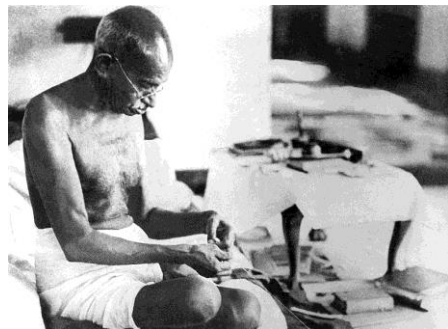
ساده زیستی یا زندگی ساده عبارت است از کاربرد روش‌های داوطلبانه گوناگون برای ساده سازی سبک زندگی. یکی از موضوعاتی که در زندگی فردی و اجتماعی و مادی و معنوی انسان تأثیر بسزایی دارد، ساده زیستی و قناعت است. ولی متأسفانه توجه یکسانی را به دو مقوله تکنولوژی و ساده زیستی نداشته ایم و آن اندازه که به تکنولوژی توجه شده کمتر به ساده زیستی توجه شده است، در حالی که از نظر فرهنگ، یکی از ارزش های متعالی به حساب می آید. ساده زیستی ممکن است توسط افرادی شناسانده شود که با آن چیزی که دارند راضی اند و بدنبال ثروت اندوزی نیستند. ساده زیستی از افرادی که در فقر اجباری زندگی می کنند، متمایز است، زیرا انتخاب یک شیوه زندگی داوطلبانه است. ساده زیستی، پاسخ انسان های دانا به زندگی ناپایدار دنیاست که در پرتو آن، آرامش درون و برون حاصل می شود. بنابراین، ساده زیستی با نوع شناخت انسان و نگرش او به زندگی دنیا مرتبط است. زندگی ساده نیز می تواند واکنش به مصرف گرایی آشکار باشد.

رشد فزاینده ی عوامل قدرت و ثروت و ترویج مصرف گرایی در عصر حاضر، خطر روی آوردن به زندگی تجملاتی و فرو رفتن در مرداب دنیا را افزایش داده است. فراموش نکنیم که این مصرف گرایی در عصر حاضر دنباله روی مدرنیته می باشد و این خریزه ای است که بعدا باید به پای لرزش نشست. وضعیت فوق و آثار زیان بار زندگی تجملاتی می طلبد که ویژگی های ساده زیستی و آثار مثبت آن را بررسی کنیم تا از خطرات دل بستگی به تجمل گرایی در امان بمانیم.

Simple living

Simple living encompasses a number of different voluntary practices to simplify one's lifestyle. Simply living and contentment are among the main factors that influence a person's social, material, and spiritual life. Unfortunately, we have not had the same attention to the two categories of technology and simplicity that is we have grasped to technology but have let go of simplicity. This is while simple living is considered one of the transcendental values of a culture. Simple living is not the same as the way poor people live because it is a voluntary life style. Simple living is the wise men's answer to the mortal life. This lifestyle brings about inner and outer tranquility. Therefore, simple living is directly associated with the type of recognition of and view toward the worldly life. Simple life can be deemed as a clear reaction to consumerism.

The nonstop growth of power and wealth factors and the expansion of consumerism in



the current century have posed deadly threats to the human lives. We should not forget that this consumerism comes in the wake of modernity, and this is something that we should await the consequences of. The mentioned situation and the harmful effects of greedy lifestyle make it necessary to study the positive impacts of simple living so that we could be safe from possible dangers of lavish lifestyle.

شکل. مهاتما گاندی در حال نخ ریسی، سال ۱۹۴۲ میلادی. گاندی به زندگی ساده و خودکفا اعتقاد داشت.

Figure. Mahatma Gandhi spinning yarn in 1942. He believed in a life of simplicity and self-sufficiency.





در فرهنگ های غنی که بیشتر به شرق می رسند، سنت های مذهبی و معنوی ساده زیستی را تشویق می کنند. مثالهای اولیه شامل سنتهای ساراما از عصر آهن در هند، بودیسم، تائویسم و اسلام است. افراد مشهور مختلف ادعا می کنند که الهام روحانی آنها را به یک شیوه ساده زیستی تبدیل کرده است، مانند امام علی(ع)، گوتاما بودا، لائوتزه، مقدس نوریمی، فرانسیس آسیسی، آمون هنانتس، لئو تولستوی، رایبندرانات تاگور، البرت شویتزر و مهاتما گاندی و به شدت در فرهنگ زرتشت، یهود، مسیحی، اسلام و یونان باستان گرامیداشت شده و تاکید بر روحانیت و اخلاق می کنند. دیوژنس سینوپ، یکی از شخصیت های اصلی فلسفه ی یونان باستان، ادعا کرد که یک زندگی ساده برای دست یابی به فضیلت لازم است و گفته می شد در یک کوزه ی شراب زندگی می کرد.

ساده زیستی افرادی چون گاندی، عطار، مولانا، بودا و لائوتزه دلیل بر عدم فهم آنها نیست. که از بسیاری چیزها که دیگران استفاده میکردند بهره نمی جستند. چون همه انسانها لذت بردن را متوجه می شوند. این نشان از سطح بالای درک آنها بوده است.

Some rich cultures which mostly are related to the East as well as a number of religious and spiritual traditions encourage simple living. Early examples include the Sramana traditions of Iron Age India, Buddhism, Taoism and Islam. Various notable individuals have claimed that spiritual inspiration led them to a simple living lifestyle. Simple living has traditions that stretch back to the orient, resonating with leaders. such as Imam Ali, Gautama Buddha, Laozi, Benedict of Nursia, Francis of Assisi, Ammon Hennacy, Leo Tolstoy, Rabindranath Tagore, Albert Schweitzer, and Mahatma Gandhi. It was heavily stressed in Zoroastrian, Islam, Greco-Roman culture and Judeo-Christian ethics. Diogenes of Sinope, a major figure in the ancient Greek philosophy, claimed that a simple life is necessary for virtue, and was said to have lived in a wine jar.

Simple living by many prominent figures like Gandhi, Attar of Nishapur, Rumi, Buddha and Laozi does not mean that they did not understand the real life; just the opposite, they had not bound themselves in materialist things and did not use many things that others were using. This signifies their high level of understanding.



شکل. دیوژنس در یک خمره سفالی شراب زندگی می کند.

Figure. Diogenes living in a clay wine jar.





افراد معمولی که نمی توانند مانند گاندی و ... باشند حداقل می توانند سرعت تخریب زمین را کمتر کنند. مانند استفاده نکردن از خودرو به طور تک سرنشین و یا استفاده کردن از یخچال با اندازه مناسب و استفاده نکردن از یخچال سایید بای سایید در یک خانواده دو نفره و یا استفاده کردن صحیح از محصولات تا عمر آنان زیاد شود، استفاده کردن از محصول تا زمانی که آنها کار میکنند و پیروی نکردن از صنعت مد. در هند فرهنگ به این گونه است که یک وسیله را اگر بخرند دیگر دور نمی اندازند تا زمانی که آن وسیله کار میکند. یادم نمی رود وقتی که در سال ۲۰۱۰ پلیس نگهبان بانک هند را به برادرم که از ایران آمده بود نشان دادم، که با تفتنگ قدیمی "ام یک" که ما در موزه ها آن را نگاه میداریم در کنار بانک ایستاده بود. این محصولات دیو هایی هستند که با درست انتخاب کردن و درست مصرف کردنشان همانند حضرت سلیمان میتوانیم آنها را بکار گیریم. شیخ مصلح‌الدین مشرف بن عبدالله مشهور به سعدی شیرازی در مورد ساده زیستی می گوید: بازرگانی را شنیدم که صد و پنجاه شتر بار داشت و چهل بنده خدمتکار شبی در جزیره کیش مرا به حجره خویش در آورد همه شب نیارمید از سخنهای پریشان گفتن که فلان انبازم به ترکستان و فلان بضاعت به هندوستان است و این قباله فلان زمین است و فلان چیز را فلان ضمیم، گاه گفتی خاطر اسکندری دارم که هوایی خوشست باز گفتی نه که دریای مغرب مشوشست سعديا سفری دیگرم در پیشست اگر آن کرده شود بقیعت عمر خویش به گوشه بنشینم. گفتم آن کدام سفرتست؟ گفت گوگرد پارسی خواهم بردن به چین که شنیدم قیمتی عظیم دارد و از آنجا کاسه چینی بروم آرم و دبیای رومی به هند و فولاد هندی به حلب و آبگینه حلبی به یمن و برد یمانی به پارس و زان پس ترک تجارت کنم و بدکانی بنشینم. انصاف ازین ماخولیا چندان فرو گفت که بیش طاقت گفتنش نماند، گفت ای سعدی تو هم سخنی بگویی از آنها که دیده‌ای و شنیده‌ای. گفتم: آن شنیدستی که در اقصای غور* بار سالاری بیفتاد از ستور- گفت چشم تنگ دنیا دوست را * باقناعت پر کند یا خاک گور

Normal people who cannot be like Gandhi can at least do their best to reduce the speed of destroying the earth. This can be practiced in simple tasks such not using single-passenger vehicles or using proper-sized refrigerators instead of a side-by-side refrigerator for two-member family as well as using the right way to use product for a long lifetime, and using the product for as long as possible. When Indian people buy a product, they will never throw it away till it will become completely useless. I can recall that, back in 2010, when my brother came to visit me in India, I showed him that a bank security guard had an old M1 gun in his hands. Such things are exactly the demons that, if captured correctly, can be used in a right way, just like the way Solomon utilized them. Regarding the importance of simple living, Saadi of Shiraz says: "I met a trader who possessed 150 camel loads of merchandise with forty slaves and servants. One evening in the oasis of Kish he took me into his apartment and taking all night no rest kept up an incoherent gabble, saying: 'I have such and such a warehouse in Turkestan, such and such goods in Hindostan; this is the title-deed of such and such an estate and in this affair such and such a man is security.' He said: 'I intend to go to Alexandria because it has a good climate', and correcting himself continued: 'No, because the African sea is boisterous. O Sa'di, I have one journey more to undertake and after performing it I shall during the rest of my life sit in a corner and enjoy contentment.' I asked: 'What journey is that?' He replied: 'I shall carry Persian brimstone to China because I heard that it fetched a high price. I shall also carry Chinese bowl to Rum and Rumi brocade to India and Indian steel to Aleppo, convey glass-ware of Aleppo to Yemen, striped cloth of Yemen to Pares. After that I shall abandon trading and shall sit down in a shop.' He had talked so much of this nonsense that no more strength remained in him so he said: 'O Sa'di, do thou also tell me something of what thou hast seen and heard.' I recited: "Thou mayest have heard that in the plain of Ghur * Once a leader fell down from his beast of burden, Saying: "The narrow eye of a wealthy man will be filled either by content or by the earth of the tomb. ""





Money

پول

اشعار محسن جعفرنیا، سبک چهل تیکه

Poetries of Mohsen Jaafarniain Collage ArtStyle

بخشیم و اعتقاد به خدا داشته باشیم که وعده داده که چندین برابر آن را باز می گرداند. این بانکی الهی است و این پول بخشوده شده در زمان نیاز به ما باز گردانده خواهد شد.

We need to forgive and believe in God as he has promised to return the favor several times more. This is a divine bank, and the granted money will be returned to us when required. Idolaters worship idols instead of God.

این که وارد میشوی به قبر تومی ماند * سرنوشت دیر و زود عمر تو می داند

I believe this one that you enter looks like your grave; I believe it is the fate of your life

به فنا بنده رهی می دانم * ره به آرام گهی می دانم

I believe at the end every one goes to grave

داغهای دل خود را هر یک * سکه پادشهی می دانم

I believe everyone's desire is having money

سایه آن سکه یکه سوار * من فزون از سپهی می دانم

I believe the power of money is more than that of a military

چو خوش گفت فردوسی و رومی * سعدی بهایی و سایر شعرای نامی

Famous poets Ferdowsi, Rumi, Saadi, Bahai and other say so good

آنان که بودند از بند پول آزاد * که رحمت حق بر تربت شان باد

Those great people were free from the chain of money that God gave them blessing

عمرسوزی از بهر سکه غفلت است * سکه بر سکه نهادن غفلت است

Spending life to collect money is a mistake, piling up coins is so wrong

عاشق سکه شدن عین خطا بود خطا * سکه بر سکه نهادن همه بر باد فنا

Being in love with money is a mistake as you miss all money at the end

آنی را که باد آورد باد می برد به فنا * آنی از دست خواهی داد، کل عمر به خطا

Whatever comes by wind again goes by wind. suddenly you loose all money you collected in your life.

حرص و طمع و زیاده خواهی * مثل عطش به جسم و جانی

Greed and desiring more and more is like fire on our body and mind

ظلم و ستمی، جفایی و خون * اندر همه جا به دور گردون

Injustice and oppression everywhere come with the money

ای بنده مشو اسیر پولت * پولت شده مایه غرورت

Hay man do not be slave of money, do not be proud of your money

دین و شرف و خدا پرستی * با پول بد از زمین برستی

Because of money faith and honor and worshiping God have gone from our life

الحق که شدی بت زمانه * بتخانه شده خانه به خانه

Really everyone is worshiping money and every house has become temple of money

جان کندن ما بهر تو باشد * کوتاهی عمر، اجر تو باشد

All our efforts are because of money, ashorter life will be your gift

هر لحظه شمارش و خیالی * هر دم کلک و حقه بازی

Every moment counting money and thinking about tricks to collect more money





سرمایه واقعی خدا است * رزاق حقیقی پروردگار است

Real funds is God, that gives us everything

دارا نشو مغرور به پولت * بی پول مشو غمین از ندارت

O Rich man! Don't be proud of your money,

O poor man! Don't be sad for not having money

این فقر و غنا موقتی است * پایان شب سیاه سفید است

Being rich and poor is temporary, the night will end and the sunshine will come

چاه دنیا میکند این پول پست * مردم اندر چاه افکن است این پول پست

This bad money makes a trappushes people into that trap

در وجودش چشم عالم مات و سوسو * بدنباش روند اینسو آن سو

To find money every eyes are looking and going to find it everywhere

شیطان تر ز هر چه شیطان * یار و رفیق دزدان

It is the master of devils, and friends of impure people

عامل انقراض تو در هر دو جهان * فتنه آور این جهان و آتش آن جهان

People lose here and the Paradise because of money

پول است پول * پول است پول

Because of money, Because of money

با تو آدم ها چه زود گم می شوند * پول جویان دزد ماهر می شوند

With money people forget friends and the past, money lovers become thief

کسی نیک بیند به هر دو سرای * که نیکی رساند به خلق خدای

Man can find happiness in both phases of his life only if he really helps people.

ترجمان هر چه ما را در دلست * دستگیری هر که پایش در گلست

The heart believes in just one thing, take the hand of whoever needs your help.

خیام نیشابوری گفت است * صد لقمه خوری که می غلام است

Famous poet Khayam has told, drinking wine is hundred times more acceptable than you cheat the others money

تو غره بدان مشو که می بالا نرنی * صد بار می غلام است آنگه که پول بالا بکشی

Do not tell you do not drink, as you cheat people for money which is hundred times worst than wine

گر بلندی می رسی بر چرخ بلند * سکه بر نقش نیکنامی میند

If you find material achievements do not become proud

نردبان این جهان پول و زراند * عاقبت این پول و زر دیگر خورند

Promotions of this world is based on money, finally the collected money will be used by others, not by you.

پول تو راهی ندارد آن جهان * دیگران خور می شود آن پول جان

Banks can not transfer your money to the paradise, then it remains here in this world to be spent by others

نردبان این جهان پول زریست * عاقبت این نردبان بشکستنیست

In this world money is like a ladder which will break finally

هر که بر این نردبان بالاتر نشست * در دسر هایش همی افزوده گشت

Whoever goes upper on this ladder will face more problems

ذکر الله ت به پول آلوده گشت * او که فکر و ذکرش بر پولش بگشت

"In God we trust" polluted with money through those people whom were thinking about money





ذکر الله ش همی از یاد رفت * فکر و ذکرش گشت این پول لمشت

"In God we trust" has been forgotten through those who always have concentrated on collecting money

بنده پولی و نه پروردگار * پول را برتر شماری بر هزار

You are working for money, not for happiness of others, you like money more than everything

خضر کشتی را برای آن شکست * تا تواند کشتی از فجار رست

Prophet Khidr broke the ship because the broken one can escape from problems

چون شکسته می رهد اشکسته شو * امن در فقر است اندر فقر رو

Safely passing the world could happen through traveling by poor condition

نه رشته به گوهر کش نه سکه به درهم زن * سلطانی اگر خواهی درویش مجرد شو

Do not be after making money, if you want to achieve a good promotion go for becoming a self-sufficient simple living person

گر هر دمی سکه را پیوسته طمع داری * سکه مردمان گیری اشک آنان ریزی

If you always go after money and get money from others, you will make them cry

چون خاتم کارت را بر دست اجل دادند * نه پول به کار آید، نه زر به تو ماند

Then before you go to paradise they will calculate your deeds when the money can not work and change theresult

به نیکی گرای که اوست مونس تو اندرگور * در آن شبی که کنی از دکان و پول عبور

Go to a good way as at the end you must leave everything here in this world

شاهان همه رفتند * پولها بجا مانداند

Kings all left this world, but their money has remained here

شاه و گدا یکسان * هنگام کوچ کردن شان

King and beggar left this world with the same condition

بجای سکه و پول ار خدا را جستی * بجای باران غم پول، شادی بجستی

Instead of money if you could follow God, instead of sadness you could find happiness

این غافله عمر عجب می گذرد * در پی پول و کلک می گذرد

Ah, how this life is going ahead in the way of just collecting money

پول و TV هر دو بند بر گردنت * عمری سوی کج می کشاننت

TV and money are chain locked on your neck and drag you

پول و TV هر دو دجالند * هر دو زنجیر بر فکرت زنند

TV and money are both Dajjal, they lock chain on your mind

هر دو شیطانند با یک چشم سر * مردمان را در خوردند با گوش کر

Both are devils with one eye, they eat people's mind without thinking about them





تو به آن دنیا با دل می روی * نی به دست پر، جیب پر، نی
You go to paradise with good deeds not with money
حرص و آز و مال پرستی * سوی ما آرد پلشتی

Greed brings you impurity

پول و زر عامل هر فسق و فجور * هر دو آرند مشکلات جور جور
Money is the important factor of impurity which brings many problems
این که خواهی پاک نیست پول پلشت است * این که بینی انگر است پول لمشت است

This money which you see is not clean as it makes many impurities
ای دوست غم پول فردا چه خوری * پول و همه عاقبت در گذرد

Hay, why you are sad for not having money, while the situation is temporary
امروز غم پول بلند آوازه شد است * سرمستی پول برون ز اندازه شد است

Today money has become an important issue which is more than requirement
تا کی غم آن خوری که داری یا نه * این عمر به جیب پر گذاری یا نه

You can not be sad forever that you do not have money and you can not pass the life
with a lot of money

رو کن به خدا که معلومت نیست * کین دم که فرو بری برای یا نه

Follow God's orders as it is not clear when your life gets over

بنگر ز جهان با پول چه خیر برستی هیچ * وز حاصل عمر چیست در قلبت هیچ

Go through the past and what you did in your life? and what is the result of your life?

با این همه پول بی فایده فرسوده شدی * با پول جهان سرنگون سوده شدی

With having a lot of useless money you just lose your life, with out enjoying your life
you are at the end of life

ای دوست بیا تا غم پول فردا نخوریم * وین یک دم عمر را غنیمت شمیریم

Dear friend, let's do not suffer for future's money

فردا که از این دیر کهن در گذریم * با ورشکستگان سر به سریم

The time when we leave this world even if we have a lot of money again we are like
bankrupts people

باز آمدنی نیست بدین جهان چو رفتی رفتی * عمر گرانه پاید چو رفت رفتی

There is no return to this world, and when your valuable life goes it will never return

از جمله رفتگان این راه دراز * باز آمده ای بهر پول جمع کرده کو که بهره برد باز

So many people have died and left this world, which one could come back to use the
collected money again?

هان بر سر این جهان از روی نیاز * پولی جمع نکنید که نمی آید باز

Then in this world do not collect too much money, more than your requirement that
you do not come back

پول را رها کن ای دوست * پی گیر ره راست و خدا دوست

Leave collecting money and follow the right way

تو غمین گردی اندر پی گنج * گنج و پول و ثروت گردد مایع رنج

In the way of finding money you become sad, as all your money make a lot of
suffering

پول خوشبختی نیارد ای پسر * رنج آرد اضطراب سر به سر

Money cannot bring happiness for you it can just bring suffering

تو دانی به چه مانی * هنگام جمع کردن

Do you know you look so desperate while collecting money





فکر بیش از حد به money * کرده دل را همچو جانی

Too much thinking about money makes you like a madman

فکر میکنی مانی به این جهانی * برای جمع کردن money

Do you think you can stay in this world forever to collect more and more money?

فکر money ذکر money * کرده ات همچون روانی

Too much talking and thinking about the money has made you like madman

تو مشو غره که مانی * تو مشو شاد به money

Do not think you stay here, do not be happy with money

فلک گلین دل مردمان میشکنی * برای money

You break the piggybank of people's heart for money

تو دانی امام علی و پیامبر مانی * که گفتند بزی بدون money

Do you know Imam Ali and Prophet Mani have commended us to live without

seeking materialistic goals and money?

تو چون مار خفته بر سکه * تو بر حق چشم بر بسته

You look like a snake that tours on money and does not care about people

دو مار روییده از جیبیت * خورند پول دنیا و رحمت آخرت

Two snakes have grown up from your pocket, eating money of this world and destroy your credit for entering the paradise





حق و ناحق پول ها بر هم نهی * راه و بی راه بر سر مردم زنی

You put good and bad money on each other and every moment deceive people

حق و ناحق کردنت آتش شود چون * راه و بی راه حق را ناحق کنی

Your manner that do not respect people rights makes bad deed as you always disturb people

تو ره خداپرستی پی گیر * تا به در هستی برسی

You must follow God to achieve the real value

در ره پول پرستی هرگز * تو به آنچه خواهی برسی

In the way of following money never you find happiness

عبد پول رها کن پول * درباب آن صراط پل

O money lover! leave the money and think about the next world and the paradise

بنده پول شدن آسان است آسان * بنده الله شدن سخت است ای جان

Going to the bad way to make bad money is easy; and finding good money is difficult in the right way

تو نیکی میکنی و در دجله انداز * که ایزد در بیابانت دهد باز

You create good deed and leave it, but God never forgets it and give you back again when you need it

این جهان کوه است و کسب ما ندا * سوی ما آید جفاها را سزا

This world is like a mountain and our business is voice. The sound of our voice will echo and come back to us

چیست آن خس در گلو ماند آن سالها * چیست آن خس حب جاه و مالها

What is the biggest problem in life?

سر پنهانست پول اندر صد غلاف * ظاهرش با توسل و باطن بر خلاف

Money is a hidden secret under hundreds of covers. From outside it looks good, but from inside the situation is quite contradictory.

پول و پله تو در کف دست * مانی که حلال یا حرام است؟

You have the money but you do not know it is a good money or bad money

با اینکه به فتوای خودت اشکال ندارد * اما که به حق، مرغ جهان خبر بدارد

Although you say it is good money, but the God knows better how you could find this money

سکه مزن به مسگری * سکه مچین یکی یکی

Do not make money, do not collect money

سکه شاه ضرر در * مرغ جهان خبر در

Money makes problem for you as God knows everything you do to make money

خان به کجا؟ به بانک * چی میچینه؟ سکه

Where is the businessman? He is in the bank. what does he collect in the bank? Coins

برای چیو برا که * برا بچه های خانه

For what and for whom? For members of his family

بگوم گرد و بگوم گرد و بگوم گرد * بگوم چرخنی زی و سر از قبر در بکرد

Money lover searched a lot for money and at the end went to his grave





References

منابع

- نیمه پنهان آمریکا ، شهریار زرشناس (۱۳۹۱) موسسه انتشارات کتاب سبز ISBN: 978-600-6627-84-7
- از دوش آنها پائین ببینید، پل کاوادیو ، ترجمه ع . امینی (۱۳۵۷) انتشارات کتیبه، شماره نشر ۱۴۱-۲۰/۴/۱۳۵۷
- رسانه سلطه، سلطه رسانه (تبلیغات رسانه ها در خدمت سیاست آمریکا) ، فریده پیشوایی و مریم رضایی (۱۳۹۲) موسسه انتشارات کتاب نشر ISBN: 978-600-6941-26-4
- رضا جوانروح، نوشته شده در ۱۲ مهر ۱۳۸۹ <http://javanrouh.blogfa.com/>
- اشعار تمام شعرای نامی در این کتاب استفاده شده. روحشان شاد.
- Berger, C.; Moslein, K.; Piller, F. & Reichwald, R.(2005).Co-Designing Modes of Cooperation at the Customer Interface:Learning from Exploratory Research. European Management Review 2:71–87.
 - Boje, D. M. (2006). What Happened on the Way to Postmodern? Part Ii. Administrative Theory & Praxis 28: 479–95.
 - Boulding, K. (1956).*The Image*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
 - Caraheadth, (2008). Health conditions a to z, The danger of burning plastic, See <http://www.carahealth.com/health-conditions-a-to-z/reproductive-system/breast-cancer/228-the-danger-of-burning-plastic.html>. (accessed January 5, 2017).
 - Crilly, N.; Moultrie, J. & Clarkson, J.P. (2004). Seeing Things: consumer response to the visual domain in product design. *Design Studies* 25(6): 547-577.
 - Darmody, A. (2009). Value Co-Creation and New Marketing. Talent First Network, Accessed 7 April 2016, <http://timreview.ca/article/302>
 - Demirbilek, O. & Park, M. (2001). A survey of criteria for the assessment of good product design. In proceedings of the *Fourth European Academy of Design Conference*, Portugal, 370-377. Aveiro: The University of Aveiro.
 - Demirbilek, O. & Sener, B. (2003). Product design, semantics and emotional response. *Ergonomics* 46(14): 1346-1360.
 - Griffin, S. (1999). *What Develops in Emotional Development?*. New York: Plenum Press.
 - GRIFFIN, T. (1999). Semantic communication through products, <http://www.acs.ucalgary.ca/~tgriffin/index2.htm>.
 - Holbrook, M. & Hirschman, E. C. (1982). The experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, feelings and Fun, *Journal of Consumer Research* 9: 132-140.
 - Horkheimer, M. & Adorno, T. W. (1944/1997). *Dialectic of Enlightenment*. New York: Continuum.
 - Humphreys, A. & Grayson K. (2008) The Intersecting Roles of Consumer and Producer: A Critical Perspective on Co-Production, Co-Creation and Prosumption, *Sociology Compass* 2(3): 963–80.
 - Jaafarnia, M. (2012). Let's save humans' life with good design. Publisher: Papyrus, Guwahati. India ISBN: 978-93-81287-17-0
 - Jaafarnia, M. (2013). Evolution of Automobile Design, A brief Introduction Publisher: Papyrus, Guwahati. India. ISBN: 978-93-81287-18-7
 - Jaafarnia, M. (2017). Everyone is Designer. Publisher: MJ , Ghochan, Iran. ISBN: 978-600-04-7870-4
 - Jaafarnia, M. and Bass, A.(2011) . Design Semantics: The effect of sound on product expression. IMPProVe 2011, International conference on Innovative Methods in Product Design, June 15th – 17th, 2011, Venice, Italy ISBN: 978-88-7784-328-9
 - Jaafarnia , M. and Tie Ji (2014) . Playful or dangerous?; A cross-cultural study of discrepancy in Designers' and kids' perception of toy appearances. *International Design Journal*, Volume 4 issue 2, 2014 (245- 252) ISSN: 2090-9632





- Jaafarnia, M. and Mokashi Puneekar R. (2015) . Automobile Design: Identification of effective visual elements of form. International Design Journal, Volume 5, Issue 3, pp 1065-1073 ISSN: 2090-9632
- Jaafarnia, M. and Mokashi Puneekar, R. (2011) . Automobile design: A co-relation technique to assessment of human emotion, visual expression and product form. The 5th International conference on Designing Pleasurable Products and Interfaces, DPPI 11, 22 – 25 June 2011 Politecnico di Milano , Italy. ISBN : 978-88-6493-0091
 - Jaafarnia, M. and Yammiyavar P. G. (2010) . Toy Designs: Whose Choice Matters – Children's or Parents'. IDC, IIT Bombay, 3rd to 5th of February 2010 , International conference on 'Designing for children' with focus on 'play + learn', Indian Institute of Technology Bombay, India ISBN : 978-81-906815-0-6
 - Mick, D. (1986). Consumer Research and Semiotics. Exploring the Morphology of Signs, Symbols and Significance. *Journal of Consumer Research* 13 (September)
 - Milliman, R. E. (1982). Using background Music to affect the behavior of supermarket shoppers. *Journal of Marketing* . 46: 86-91.
 - Mowen, J.C. & Minor, M.S. (2008). Consumer Behavior: A Framework. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
 - Piaget, J. (1990). *The Child's Conception of the World*. New York: Littlefield Adams.
 - Read, H. (1972). *The Meaning of Art* . London: Faber & Faber Limited.
 - Reeve, J. (2005). Understanding Motivation and Emotion. New Jersey: John Wiley & Sons publication.
 - Simple living, https://en.wikipedia.org/wiki/Simple_living
 - Tapscott, D. & Williams, A.D. (2006). Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything. New York: Portfolio.
 - Toffler, A. (1980). The Third Wave. New York: William Morrow.
 - Visser, W. (2006). *The cognitive artifacts of designing*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

Books written by the author کتابهای نوشته شده توسط نویسنده

All books are available online. همه کتاب ها به طور آنلاین در دسترس می باشند

- 1- Mohsen Jaafarnia (2005). Thought Engineering. Publisher: Sima ye Danesh, Tehran. Iran. ISBN: 964-5693-90-x
- 2- Mohsen Jaafarnia (2007). Form and Space in Industrial Design. Publisher: Sima ye Danesh, Tehran. Iran. ISBN: 964-8972-28-1
- 3- Mohsen Jaafarnia (2012). Let's save humans' life with good design. Publisher: Papyrus, Guwahati. India ISBN: 978-93-81287-17-0
- 4- Mohsen Jaafarnia (2013). Evolution of Automobile Design, A brief Introduction. Publisher: Papyrus, Guwahati. India. ISBN: 978-93-81287-18-7
- 5- Mohsen Jaafarnia (2013). Design & Observation. Publisher in English: Papyrus, Guwahati, India .ISBN: 978-93-81287-23-1
- 6- Mohsen Jaafarnia (2013). Design & Observation. Publisher in Persian: Azar, Tehran, Iran. ISBN: 978-600-6862-01-9
- 7- Mohsen Jaafarnia (2015). Toy & Craft. Publisher: Azar, Tehran , Iran. ISBN: 978-600-6862-06-4
- 8- Mohsen Jaafarnia & Sahar Boroomand (2016). Ya Zamen Aho. Publisher: MJ , Ghochan, Iran. ISBN: 978-600-04-5341-1
- 9- Mohsen Jaafarnia (2017). Everyone is Designer. Publisher: MJ , Ghochan, Iran. ISBN: 978-600-04-7870-4
- 10- Jaafarnia, Mohsen (2019). Designers, get off the consumers' back. Ghochan, Iran: Yadegar Omr Publication. ISBN: 978-600-91409-6-1
- 11- Jaafarnia, Mohsen (2019). Evolution of Automobile Design, A Brief Introduction. Ghochan, Iran: Yadegar Omr Publication.

