



ŠOLSKI CENTER CELJE  
SREDNJA ŠOLA ZA STROJNITVO, MEHATRONIKO IN  
MEDIJE

RAZISKOVALNA NALOGA  
**PRIKRITA SPOROČILA**

Avtorji:

Dominik Aljoša Martinovič, M-4. e

Primož Gaber, M-4. e

Vid Velunšek, M-4. e

Mentorica:

Špela Kumer, prof.

Celje, april 2016

## **ZAHVALA**

Najprej se zahvaljujemo mentorici gospe Špeli Kumer, ki nam je ves čas stala ob strani, nas usmerjala ter s številnimi predlogi pripomogla h končnemu izdelku, nam nudila pomoč in podporo, ko se je kaj zataknilo.

Zahvaljujemo se naši razredničarki Suzani Slana, ki je poskrbela za jezikovno pravilnost raziskovalne naloge.

Hvala tudi vsem, ki ste sodelovali v anketi in nas podpirali z dobro voljo ter nam pomagali pri nastajanju naloge.

## **POVZETEK IN KLJUČNE BESEDE**

Za raziskavo smo izbrali prikrita sporočila. Vsebina se nam je zdela zelo zanimiva in odločili smo se, da jo bomo podrobneje raziskali. Gre za vpliv različnih medijev in vsebin na našo podzavest, kar s pridom izkoriščajo različni oglaševalci, ki nam, na primer v TV reklami prodajajo sir, z glasbo, ki se predvaja v ozadju, pa nam poskušajo v podzavest vsiliti reklamo za nov film, ki se bo vrtel v kinematografih. Moramo pa poudariti, da je to tema, o kateri imajo ljudje zelo deljena mnenja. Nekateri se s tem preprosto ne obremenjujejo, drugi iz tega ustvarjajo teorije zarote. Kje vmes je resnica, z gotovostjo ne moremo trditi. V nalogi smo zato navajali dejstva, ki so vredna pozornosti in spodbujajo k postavljanju vrste vprašanj.

V teoretičnem delu smo raziskali, kaj so prikrita sporočila, kakšen je njihov namen in podrobneje predstavili določene primere, ki so se pojavljali v medijih. Mislimo, da se ljudje premalo zavedajo obstoja in pomena prikritih sporočil. Naš namen je tudi ozaveščanje, spodbujanje k opazovanju in prepoznavanje teh sporočil.

V praktičnem delu naloge smo najprej izvedli anketo, s katero smo preverili, ali se anketirani zavedajo obstoja prikritih sporočil in kakšno mnenje imajo o namenskem vplivanju na našo podzavest. Na ta vprašanja smo vezali tudi hipoteze, ki smo jih ob koncu raziskovanja potrdili ali pa ovrgli. Ustvarili smo kratek film iz primerov v raziskovalni nalogi, da bi s tem dokazali našo raziskavo in nazorno prikazali primere prikritih sporočil, ki jih zasledimo na spletu.

# KAZALO

<b>1. UVOD .....</b>	<b>1</b>
<b>2. O RAZISKOVANJU.....</b>	<b>2</b>
<b>2.1. NAMEN NALOGE.....</b>	<b>2</b>
<b>2.2. HIPOTEZE .....</b>	<b>2</b>
<b>2.3. POTEK DELA .....</b>	<b>2</b>
<b>3. TEORETIČNI DEL .....</b>	<b>3</b>
<b>3.1. KAJ SO PODZAVESTNA SPOROČILA? .....</b>	<b>3</b>
<b>3.2. KAKO DELUJE UM?.....</b>	<b>3</b>
<b>3.2.1. Zavestni um .....</b>	<b>3</b>
<b>3.2.2. Podzavestni um.....</b>	<b>4</b>
<b>3.3. NAMEN PODZAVESTNIH SPOROČIL .....</b>	<b>5</b>
<b>3.4. SKRIVNE ORGANIZACIJE .....</b>	<b>6</b>
<b>3.4.1. Illuminati .....</b>	<b>6</b>
<b>3.4.2. Prostozidarji .....</b>	<b>7</b>
<b>3.5. VRSTE PRIKRITIH SPOROČIL V MEDIJIH.....</b>	<b>7</b>
<b>3.5.1. Primeri prikritih sporočil v filmih.....</b>	<b>7</b>
<b>3.5.2. Primeri prikritih sporočil v risankah.....</b>	<b>9</b>
<b>3.5.3. Primeri prikritih sporočil v glasbi.....</b>	<b>12</b>
<b>3.5.4. Primeri prikritih sporočil v logotipih in simbolih.....</b>	<b>15</b>
<b>4. PRAKTIČNI DEL.....</b>	<b>19</b>
<b>4.1. ANALIZA ANKETE .....</b>	<b>19</b>
<b>4.1.1. Razprava o rezultatih eksperimentalnega dela .....</b>	<b>28</b>
<b>5. ZAKLJUČEK .....</b>	<b>29</b>
<b>6. VIRI IN LITERATURA .....</b>	<b>30</b>
<b>7. PRILOGE .....</b>	<b>35</b>
<b>7.1. PRILOGA 1: ANKETA .....</b>	<b>35</b>
<b>7.2. PRILOGA 2: FILM .....</b>	<b>39</b>

## KAZALO SLIK

Slika 1: Primer skritega sporočila .....	3
Slika 2: Razdelitev predelov možganov na posamezne dele.....	4
Slika 3: Evolucija človeka do danes.....	5
Slika 4: Ambigram Illuminatov.....	6
Slika 5: Oznake na ameriškem dolarju.....	6
Slika 6: Logotip prostožidarjev .....	7
Slika 7: Oglas v kinu .....	7
Slika 8: Pano Batman proti Supermanu v filmu »Jaz, legenda« .....	8
Slika 9: F*uck u sporočilo v »Ubila bom Billa 1« .....	8
Slika 10: Pojav Nema v »Medvedja brata« .....	9
Slika 11: Pojav Nema v »Pošasti iz omare«.....	9
Slika 12: Isti avto v »Svet igrač, Pošasti iz omare, Svet igrač 2, Reševanje malega Nema, Avtomobili in Ratatouille«.....	10
Slika 13: Na ovitku Medvedka Puja je v listju podoba hudičevih rogov.....	10
Slika 14: Na sliki nosi miška obleko v obliki penisa .....	11
Slika 15: Na ovitku »Male Morske Deklice« je na vrhu gradu skrita podoba penisa.....	11
Slika 16: Na ovitku »Levjega kralja« je v podobi leva hkrati podoba ženske v spodnjicah....	11
Slika 17: V »Levjem kralju se v nočni sceni v prahu na nebu izpiše beseda SEX« .....	11
Slika 18: V risani seriji «Račje zgodbe» je v sceni pri zdravniku v ozadju napis Illuminati...	11
Slika 19: Uncle Sam.....	12
Slika 20: Refren pesmi .....	12
Slika 21: Monster energy drink logotip.....	16
Slika 22: FOX logotip .....	16
Slika 23: Adobe logotip.....	16
Slika 24: Logo Google Chrome .....	16
Slika 25: Logotip Walt Disney .....	16
Slika 26: UBISOFT logotip.....	17
Slika 27: nVIDIA logotip.....	17
Slika 28: Logitech logotip .....	17
Slika 29: CBS News logotip.....	17
Slika 30: Simbol za mir, ki je hkrati narobe obrnjen križ .....	18
Slika 31: Horusovo oko kot vsevidno oko .....	18
Slika 32: Triquetra (simbol za sveto trojico) in hkrati za št. 666 v piridalni kompoziciji ..	18
Slika 33: Simbol podjetja Handmark (ukvarjajo se z razvijanjem telefonov) ima v sredini spiralno, ki ponazarja 6 .....	18
Slika 34: Anagram Monas .....	18

## KAZALO GRAFOV

Graf 1: Spol .....	19
Graf 2: V katero starostno skupino spadate?.....	20
Graf 3: Kakšen je vaš status? .....	20
Graf 4: Pozorno si poglejte fotografije. Kaj vidite? .....	21
Graf 5: So se vam kdaj zdeli kakršnikoli oglasi sporni? .....	21
Graf 6: Zakaj se vam zdijo oglasi sporni?.....	22
Graf 7: Ali veste, kaj so prikrita sporočila? .....	22
Graf 8: Mislite, da lahko prikrita sporočila vplivajo na vas? .....	23
Graf 9: Na kakšen način? .....	23
Graf 10: Kdo postavlja/vstavlja ta sporočila v medije? .....	24
Graf 11: Drugo .....	24
Graf 12: Zakaj se prikrita sporočila uporabljajo?.....	25
Graf 13: Kje vidimo ta sporočila? .....	25
Graf 14: Ali veste, kdo so Illuminati? .....	26
Graf 15: Ste vedeli, da Illuminati uporabljajo trikotnike, hudičeve roge, tri šestice in oko za prikaz nadrejenosti in svojega vpliva? .....	26
Graf 16: Ali vam te slike, v povezavi s prejšnjim vprašanjem, kaj povedo? .....	27
Graf 17: Mislite, da lahko ta sporočila vplivajo na vas, če se jih zavedate? .....	27

## **1. UVOD**

Vsek dan nas obkrožajo sporočila, ki vplivajo na našo podzavest. Imenujejo se subliminalna<sup>1</sup> ali prikrita sporočila. Prisotna so v več medijih (glasba, filmi, risanke, videospoti, reklame, plakati ...). Na nas lahko vplivajo negativno in v določenem trenutku odreagiramo drugače, kakor če teh sporočil ne bi bilo. Prikrita sporočila nas spremljajo celo življenje in nas na nek način prisilijo v določene vrste »hipnozo«. Gre za obsežno temo, zato smo se odločili raziskati nekaj področij, za katere menimo, da smo jim povprečni ljudje najbolj izpostavljeni.

---

<sup>1</sup>Subliminalna sporočila so sporočila, ki jih zavestni um ne zazna, prepozna pa jih podzavestni um, še posebej, če so negativna.

## **2. O RAZISKOVANJU**

### **2.1. NAMEN NALOGE**

Namen raziskovalne naloge je bil raziskati prikrita sporočila in s tem ozavestiti javnost o njihovem pomenu in zbuditi pozornost zanje. Raziskovali smo predvsem pojav prikritih sporočil v določenih medijih, skrivnih organizacijah, na logotipih in v simbolih.

### **2.2. HIPOTEZE**

Pred raziskovanjem smo si postavili tri hipoteze, ki jih bomo z analizo ankete potrdili ali ovrgli. Osredotočili smo se na starostno skupino od 15 do 40 let, saj menimo, da je tej skupini najbližje tako imenovana »medijska« doba.

Hipoteza št. 1: Večina anketirancev ne ve za obstoj prikritih sporočil.

Hipoteza št. 2: Večina anketirancev ne ve za obstoj skrivnih društev.

Hipoteza št. 3: Večina anketirancev meni, da te stvari sploh ne obstajajo in v to ne verjamejo.

### **2.3. POTEK DELA**

Z mentorico smo najprej naredili načrt raziskovanja in si postavili hipoteze. Nadaljevali smo z iskanjem virov na spletu in izdelavo zapiskov, lotili smo se zapisu teoretičnega dela. Nato smo izvedli anketo, s katero smo želeli ugotoviti, kako se ljudje zavedajo tega, kaj prikrita sporočila so. Sledila je analiza rezultatov in prikaz rezultatov na grafih.

Za izdelek smo pripravili kratek film, ki prikazuje prikrita sporočila oziroma predstavlja naše delo. Ob koncu smo naredili še analizo in podali smernice za nadaljnje raziskovalno delo.

## 3. TEORETIČNI DEL

### 3.1. KAJ SO PODZAVESTNA SPOROČILA?

Gre za sporočila, v katerih je naša podzavest tarča, saj je vsakodnevno izpostavljena različnim prikritim načinom. Možno manipulirati s človeškimi nagoni in tako zbuditi lakoto, žejo, seksualni nagon, pohlep in tako dalje.

Spodnja slika vsebuje izjemno jasno prikrito sporočilo, ki postane povsem očitno, ko nas nanj nekdo opozori. Ali ga vidite? Približno 5 % ljudi prikrita sporočila takoj prepozna. Ali vidite prikrito sporočilo? Če ga ne, se osredotočite na belo podlago, ne na rastline.



Slika 1: Primer skritega sporočila

### 3.2. KAKO DELUJE UM?

Človeški um je sestavljen iz dveh delov: zavestnega uma (conscious mind) in podzavestnega uma (subconscious mind).

#### 3.2.1. Zavestni um

Zavestni um ali zavest je odgovorna je za racionalno razmišljanje, analiziranje, logično pojasnjevanje, odkrivanje resnice in zavestne odločitve. Če bi želeli sešteeti ena plus ena, bi morali uporabiti zavestni um. Zavestni um nadzira tudi vsa dejanja, ki jih naredimo namerno, medtem ko smo zavestni. Če se npr. odločimo, da bomo dvignili roko ali nogo, nam pri tem pomaga zavestni um. Zavestni um vključuje stvari, kot so občutja, zaznave, spomini, občutki in fantazije znotraj našega trenutnega zavedanja. Prav tako je del naše zavesti delovni spomin. To je spomin, ki ga uporabljam vsak dan in nam pomaga, da se spomnimo pomembnejših podatkov, ki jih potrebujemo pri naših vsakodnevnih opravilih (npr.: imena, pot do doma ...).

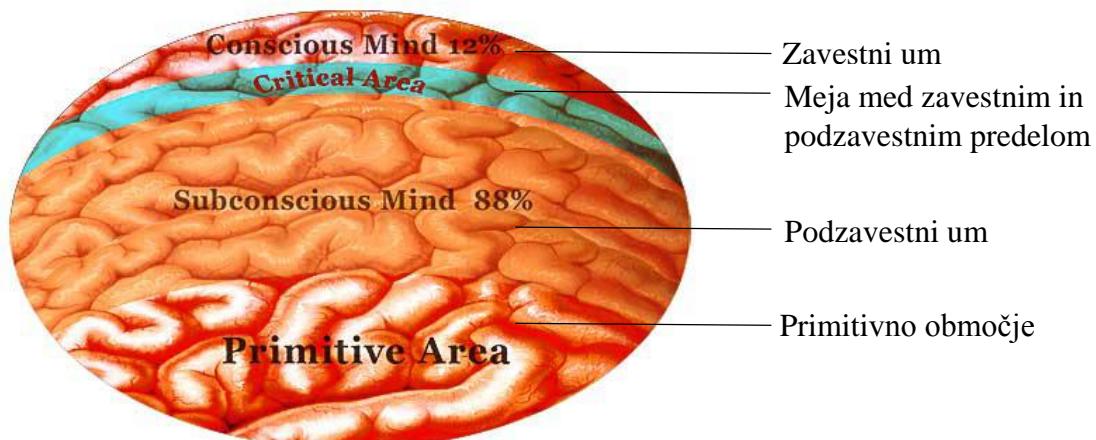
### 3.2.2. Podzavestni um

Podzavestni um ali podzavest je skupek vseh izkušenj, ki smo jih doživeli v sedanjem ali preteklih življenjih. So ponavlajoči se vzorci, ki so nastali v prvih letih človekovega življenja. Pomeni, da se ponavljamo tudi, ko se tega ne zavedamo. Podzavest beleži dogodke, programe, prepričanja, občutke in tako dalje. Reči pozabljamo samo na zavestnem nivoju uma, na podzavestnem pa nikoli.

Lahko jo primerjamo z zgoščenko. Na zgoščenko lahko shranimo različne zadeve, saj naša podzavest podobno shranjuje podatke.

Težava nastane takrat, ko zavestno nekaj želimo, podzavest pa ima »posnet drugačen program«. Takrat se zgodi, da ne dosežemo tistega, kar v resnici želimo, ker sta zavest in podzavest preveč različni.

Podzavest je vsaj stokrat močnejša od zavestnega dela. Ni pomembno, koliko truda vlagamo, da bi nekaj naredili zavestno; če je v podzavesti drugačen program, vzorec, prepričanje, kot v naši zavesti, nam ne bo uspelo.

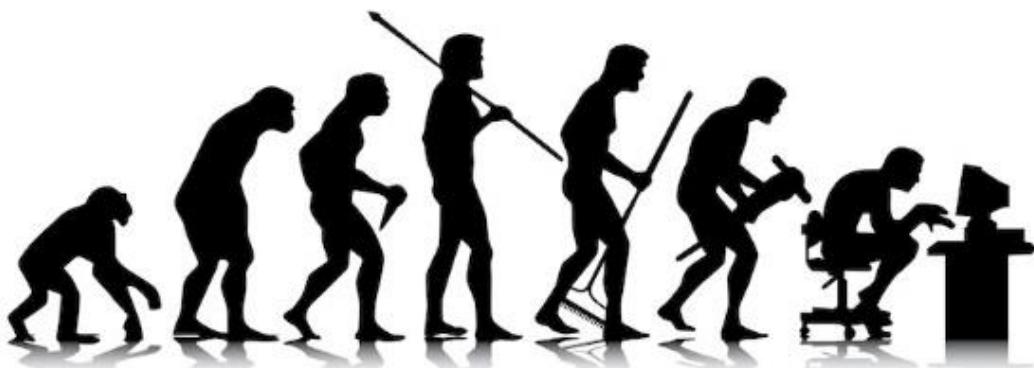


Slika 2: Razdelitev predelov možganov na posamezne dele

### 3. 3. NAMEN PODZAVESTNIH SPOROČIL

Namen podzavestnih sporočil je množična hipnoza oziroma nadzor ljudi. Velik del sveta usmerja pozornost v gledanje televizije, poslušanje radia, branje časopisov in spletnih portalov. Kaj pa ti mediji posredujejo? V obliki prikritih sporočil lahko v nas sejejo strah z namenom, da bi nas na ta način imeli v oblasti. Prikazujejo oglase, ki ponujajo lepoto, počitnice, avtomobile, kako prati perilo in kako mora dišati naše stanovanje. Mar ni to »pranje« naših možganov? Gledamo televizijo in postajamo vse agresivnejši in depresivnejši, saj ne moremo imeti vsega, kar ponujajo v oglasih in nadaljevankah.

Najbolj gledane televizijske oddaje ustvarjalci opremijo še z izjemno nizkimi frekvencami »ELF<sup>2</sup>«, ki na naše možgane delujejo prav hipnotično. Povzročajo glavobol, slabost, motnje spanja, utrujenost, razdražljivost, strah in zmanjšanje intelektualnih sposobnosti. TV (Telling lies Visually, slov. vizualno laganje) ni resnica, je propaganda z namenom, da bi razmišljali tako, kot oglaševalci, vlada in skrivne organizacije želijo. Že desetletja vplivajo na poslušalce določenih pesmi z visokofrekvenčnimi posnetki. Pri visokofrekvenčnem snemanju je sporočilo dodano na frekvencah, ki jih uho ne sliši, podzavest pa jih še vedno razume. Dodano sporočilo pa je lahko škodljivo.



Slika 3: Evolucija človeka do danes

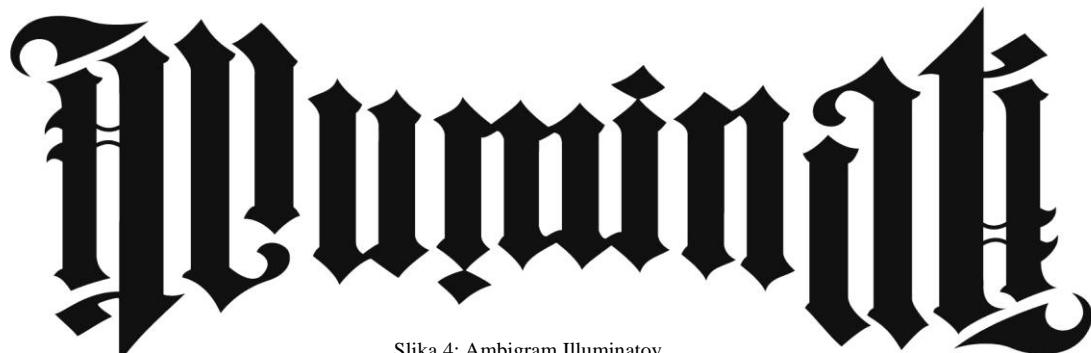
---

<sup>2</sup>ELF (extremely low frequency) je kratica za ekstremno nizko frekvenco

### 3.4. SKRIVNE ORGANIZACIJE

#### 3.4.1. Illuminati

Illuminati so tajna družba, ki naj bi neposredno obvladovala svet visoke politike, bančništva, industrije, zabave in seksa ter množičnih občil, poleg tega pa naj bi imela v lasti velik del strateških surovin in najbolj donosnih vej gospodarstva, kot so računalniška, farmacevtska in orožarska industrija. Prepoznavni so po ambigramu, besedi, ki se enako prebere z obeh strani.



Slika 4: Ambigram Illuminatov

Izraz Illuminati se nanaša na to, da se imajo pripadniki teh skupin za razsvetljene. Vzvišeni so nad povprečnostjo, kaj šele nad bedo večjega dela človeštva.



Slika 5: Oznake na ameriškem dolarju

1. Prostozidarsko vsevidno oko.
2. Piramida je v falični arhitekturi simbol penisa.
3. NOVUS ORDO SECLORUM - nov svetovni red
4. Beseda ASMON je anagram (premetena beseda) za napis MASON ali FREEMASON.
5. Rimske črke MDCCCLXXVI predstavljajo leto 1776, ko so bili Illuminati ustanovljeni, če odstranimo vsako prvo črko od treh (odstranimo M, C, X), ostanejo črke DCLXVI, ki sestavljajo število 666.
6. Rimsko letnico MDCCCLXXVI razdelimo na tri trikotnike in dobimo število 666, ki naj bi bilo hudičeve število.

### **3.4.2. Prostozidarji**

Prostozidárstvo je mednarodno »bratsko« društvo. Člani tega društva se združujejo v posameznih enotah - ložah in si delijo podobne ideale moralne in filozofske narave. Na srečanjih veliko razpravljajo o politiki, dogodkih, ki so se že zgodili in ki se še bodo. Člani lož, ki so večinoma organizirane tajno (z izjemami, kot so ZDA in Velika Britanija), svojega članstva v bratovščini ne razkrivajo. V osnovi se držijo subjektivnosti in misticizma, zato je težko v celoti podati njihovo stvarno podobo.



Slika 6: Logotip prostozidarjev

## **3.5. VRSTE PRIKRITIH SPOROČIL V MEDIJIH**

### **3.5.1. Primeri prikritih sporočil v filmih**

Prikrito sporočanje se je pričelo uporabljati skupaj z naraščanjem materialnih dobrin, v sredini 50. let prejšnjega stoletja. Takrat so ugotovili, da se v oglasih pojavljajo slike, ki nezavedno napeljujejo um. To vrsto sporočanja je odkrila oglaševalska industrija, ko so iskali nove načine oglaševanja. V kinematografih se je pred začetkom filma pojavil napis: »Hungry? Eat popcorn – Si lačen? Jej kokice!«. Takega sporočanja niso uporabljali samo pred ogledom filma, ampak se je pojavljalo tudi v posameznih delih filma.



Slika 7: Oglas v kinu

### Primer 1: Jaz, legenda

V filmu »Jaz, legenda« (2007) se glavna oseba Robert Neville (Will Smith) sprehaja mimo oglaševalskih panojev. Med njimi je prikazana napoved filma Batman proti Supermanu. Warner Bros je na njih skril sporočilo za napoved drugega filma.



Slika 8: Pano Batman proti Supermanu v filmu »Jaz, legenda«

### Primer 2: Ubila bom Billa 1

V eni od scen nevesta (Uma Thurman) stopi na steklena tla in na podplatu njenega čevlja je osebno sporočilo režiserja Tarantina: f\*ck u.



Slika 9: F\*uck u sporočilo v »Ubila bom Billa 1«

### **3.5.2. Primeri prikritih sporočil v risankah**

Vsi poznamo animirane risanke Walt Disney. Disney ustvarja nekakšno magično kraljestvo, saj mu animacija omogoča kreativno svobodo. Z zvokom in gibanjem likov poskuša zbuditi pozornost predvsem mlajšega občinstva. Njegov svet temelji na spretnosti animiranja: dobrim likom je dodelil velike oči, okrogla lica, okrogle, mehke, nežne in svetle linije ter mladostne poteze. Negativnim likom pa je dodelil običajno temačne ostre kote in linije. Tako nezavedno vpliva na občinstvo in dojemanje posameznih likov. Skozi animacijo je prirejal mitološka razmerja in prikazoval moškega kot vztrajnega, predanega delu, pravičnosti, večinoma skozi oči ženske, ki so prikazane kot gospodinje, skrbnice, ki se dokazujo z »udomačevanjem«. Če je ženska uspešna, je za moškega tudi sprejemljiva. Disneyjeve zgodbe vedno vsebujejo teme, kot so staranje, osebna odgovornost, iskanje sreče in pripadnost. Imajo veliko komunikacijsko moč in učijo otroke, kaj je dobro in kaj slabo.

V risankah pa se ne prikazuje samo dobro in slabo, ampak tudi spolni stereotipi. Cynthia Hart Spicher in Mary Hudak iz ameriškega združenja psihologov sta leta 1997 to preverili. Analizirali sta 118 animiranih likov iz risank Zajček Dolgoušček, Aladin, Ninja želve, Maska, Ekstravaganca in Človek pajek. Po mnenju avtoric stereotipno prikazovanje žensk vodi v stereotipno razumevanje spolnih vlog v resničnem življenju. Otroci so nagnjeni k posnemanju animiranih junakov in če se na podlagi risank učijo, je to lahko za družbo tudi nevarno.

Leta 1995 sta se lotili podobne raziskave Teresa Thompson in Eugenia Zerbino. Ugotovili sta, da so moški deležni večje pozornosti in se večkrat pojavljajo v glavnih vlogah kot ženske.

Primer 1:

V Disneyevih risankah se pojavljajo liki, ki nastopajo v več risankah. S tem otrokom zbuja željo po ogledu več njihovih risank. Tako se na primer Nemo iz risanke »Reševanje malega Nema« pojavi v risanki »Medvedja brata« in tudi v »Pošasti iz omare«.



Slika 10: Pojav Nema v »Medvedja brata«



Slika 11: Pojav Nema v »Pošasti iz omare«

Primer 2:

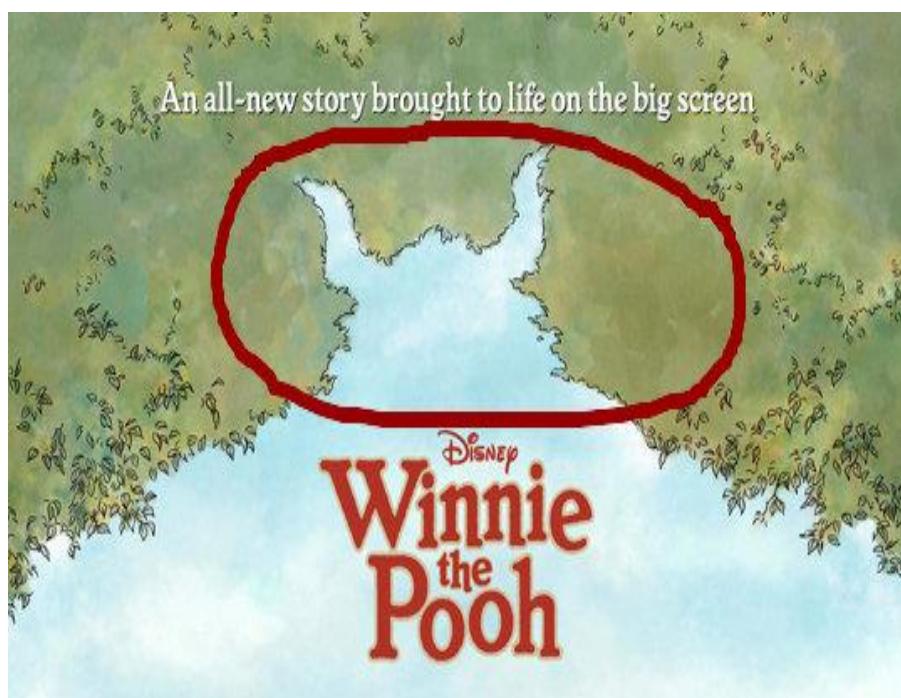
»Pizza Planet tovornjak« se je pojavil tudi v drugih risankah.



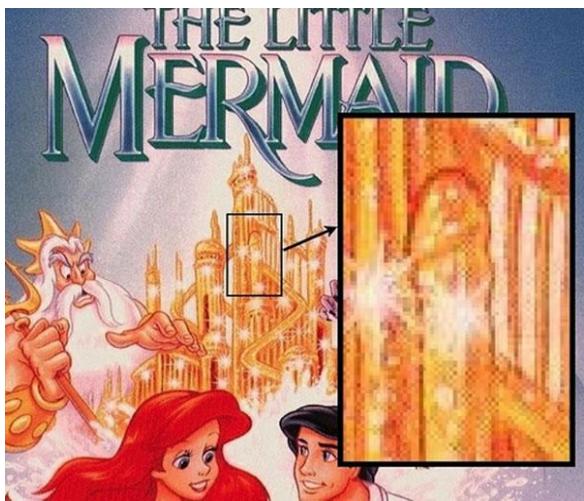
Slika 12: Isti avto v »Svet igrač, Pošasti iz omare, Svet igrač 2, Reševanje malega Nema, Avtomobili in Ratatouille«

Primer 3:

Na naslednjih fotografijah so vidni simboli, ki v risankah niso primerni.



Slika 13: Na ovitku Medvedka Puja je v listju podoba hudičevih rogov



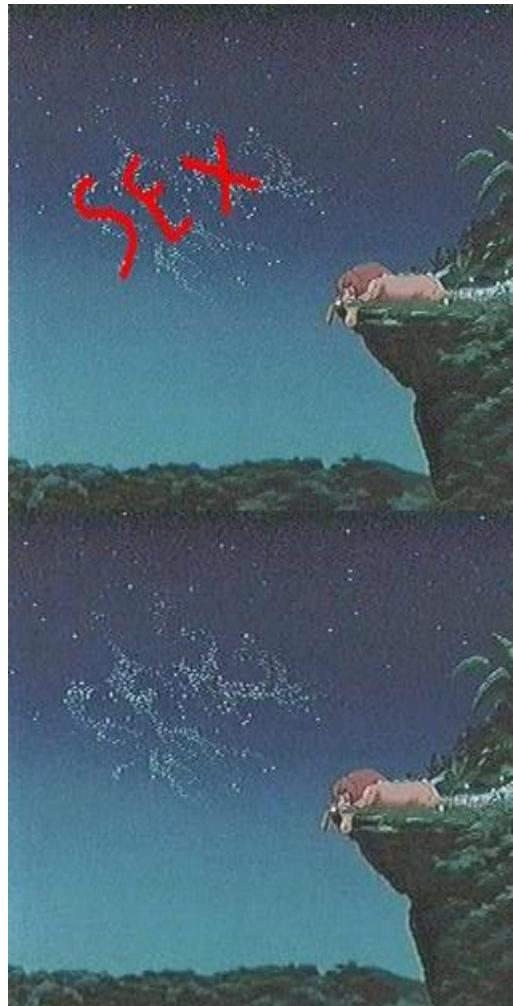
Slika 15: Na ovitku »Male Morske Deklice« je na vrhu gradu skrita podoba penisa



Slika 14: Na sliki nosi miška obleko v obliki penisa



Slika 16: Na ovitku »Levjega kralja« je v podobi leva hkrati podoba ženske v spodnjicah



Slika 17: V »Levjem kralju se v nočni sceni v prahu na nebu izpiše beseda SEX«



Slika 18: V risani seriji »Račje zgodbe« je v sceni pri zdravniku v ozadju napis Illuminat

#### Primer 4:

V risani seriji »Simpsonovi« v eni izmed epizod Bart in njegovi prijatelji pojejo v glasbeni skupini »The Party Posse«, ki se uporablja za pridobivanje novih članov v mornarico. Fantje se ne zavedajo, da so v pesmih prikrita sporočila, ker jih producent že vnaprej pripravlja, le junakinja Lisa opazi, kje je problem, ko zavrti njihovo pesem nazaj. V pesmi je refren: Yvan eht nioj, kar je vzvratno: Join the navy (pridruži se mornarici). Vstavljen je tudi sličica Uncle Sama (kratica U.S., leta 1982 plakat za pridobivanje članov v vojsko).



Slika 20: Refren pesmi



Slika 19: Uncle Sam

#### 3.5.3. Primeri prikritih sporočil v glasbi

Zelo dober primer manipulacije z ljudmi je glasba in glasbena industrija. Že desetletja na poslušalce vplivajo z »vzvratnim maskiranjem«, z visokofrekvenčnimi posnetki in magičnimi rituali. Pri visokofrekvenčnem snemanju je sporočilo dodano na takih frekvencah, da ga uho ne more več slišati, podzavest pa ga še vedno lahko razume. Pri »vzvratnem maskiranju« so sporočila posneta v nasprotni smeri, a jih podzavest lahko razbere. Če trak zavrtimo nazaj, sporočilo postane slišno.

Ni pomembno, ali so sporočila črnomagijska ali pa nas vodijo v nakupovanje, dejstvo je, da delujejo proti svobodni volji drugih ljudi.

### Primer: Katy Perry – Dark Horse (feat. Juicy J)

V tem primeru bomo podali le naše mnenje o pravem pomenu besedila. Videospot prikazuje pevko kot boginjo in kako ravna s svojimi podložniki, sužnji, hkrati se vizualno in simbolično navezuje na Illuminate.

I knew you were,  
You were gonna come to me,  
And here you are,  
But you better choose carefully,  
'Cause I, I'm capable of anything,  
Of anything and everything.

Vedela sem, da boš prišel k meni in  
zdaj si tu, vendar je bolje, da izbiras  
pazljivo, ker sem sposobna česarkoli,  
česarkoli in vsega

Besedi »me« in »I« predstavlja Illuminate. Vedo, da boš prišel k njim, če si hipnotiziran, mogoče obupan, če nujno potrebuješ denar in »prodaš dušo« v zameno za denar. Opozarjajo pa, da so zmožni vsega.

Make me your Aphrodite ,  
Make me your one and only,  
But don't make me your enemy,  
Your enemy, your enemy.

Naredi me za svojo Afrodito, naredi me  
za eno in edino, ampak ne naredi me za  
sovražnika

Želijo, da samo njih častimo kot Boga. Zopet nas opozarjajo, da jih ni pametno imeti za sovražnike.

### Refren:

So you wanna play with magic?  
Boy, you should know what you're falling for.  
Baby do you dare to do this?  
Cause I'm coming at you like a dark horse.  
Are you ready for, ready for.  
A perfect storm, perfect storm.  
Cause once you're mine, once you're mine.  
There's no going back.

Torej se želiš igrati z magijo? Fant, moral bi vedeti, v kaj se spuščaš. Ali si upaš? Ker prihajam nate kot črn konj. Ali si pripravljen na perfektno nevihto?

Ker ko si moj, ni poti nazaj

Opozarjajo, da če si želimo in upamo igrati njihovo igro, naj pazimo. Besedi »Dark Horse« sta prispevki, da delujejo na skrivni način ali pa imajo »poker obraz«. V pesmi je skrivnostna oseba boginja Izis. Zatem ponovno opozarjajo, če smo pripravljeni na grozo, nevihto, ker ko te enkrat dobijo v oblast in ujamejo, ni poti nazaj.

Po prvem refrenu:

Mark my words,  
This love will make you levitate,  
Like a bird,  
Like a bird without a cage,  
But down to earth,  
If you choose to walk away, don't walk away.

Zapomni si moje besede, ker takšna ljubezen te bo držala visoko. Kakor ptič brez kletke, vendar na zemlji, če se odločiš oditi, ne odidi

»Ljubezen« pomeni bogastvo, slava in da si »svoboden« z njimi. Z njimi letiš kot ptica - slava, če se pa odločiš, da greš stran, pa padeš na zemljo, z drugo besedo - umreš. Zato priporočajo, da ne odidemo.

It's in the palm of your hand now baby,  
It's a yes or no, no maybe,  
So just be sure before you give it all to me,  
All to me, give it all to me.

Zdaj je na tvoji dlani, da ali ne, ne mogoče. Bodi prepričan, preden mi vse daš

S prispevko sporočajo, da je tvoja usoda v tvoji dlani. Kot povabilo, da se jim pridružiš, kot ritual, da se moraš odločiti o svoji usodi, preden jim vse daš. Če te izberejo, imaš možnost odkloniti in te očrnijo v medijih. Če se jim pridružiš, jim daš vse.

Refren in del repa Juicy J-a nista pomembna za razlogo.

Zanimivi del vzvratnega maskiranja na Youtubu razkrije sporočila o Luciferju, hudiču, da ga moramo slaviti, najzanimivejši je refren.

Še enkrat refren:

So you wanna play with magic?  
Boy, you should know what you're falling for.  
Baby do you dare to do this?  
Cause I'm coming at you like a dark horse.  
Are you ready for, ready for.  
A perfect storm, perfect storm.  
Cause once you're mine, once you're mine.  
There's no going back.

Torej se želiš igrati z magijo? Fant, moral bi vedeti, v kaj se spuščaš. Ali si upaš? Ker prihajam nate kot črn konj. Ali si pripravljen na perfektno nevihto? Ker ko si moj, ni poti nazaj.

Vzvratno:

Everyone will sing.  
Prostraaaaaate to Lucifer, Lucifer, Lucifer,  
Oooooohhhh,  
All for ya, crawl for you,  
We are all... (ni razločno).  
Say the words clearly.

Vsi bodo peli. Jaaaaaaaaaaaaaa,  
pokleknite pred Luciferjem.  
Vse za tebe, plazili se bomo za tebe, mi  
vsi smo ... (ni razločno) Izreci  
besede jasno.

### 3.5.4. Primeri prikritih sporočil v logotipih in simbolih

O simbolih, logotipih in o njihovem pomenu za človekovo življenje je veliko napisanega. Simboli so arhetipi in del človekovega nezavednega, v vseh civilizacijah jim sledimo že od najstarejših časov, saj niso nastali samo v eni kulturi. Že otroci, ki se igrajo s pisalom, začnejo risati preproste simbole, kot so križ, kvadrat ali krog.

Nekateri simboli oziroma znaki so direktna preslikava narave oziroma sonca, lune ali drevesa, drugi pa so tehnično izpeljani in zgolj simbolizirajo naravo in prej omenjene attribute. Simboli niso samo predstave, ampak zunanji opisi stvari. Namen logotipa je predvsem lažja prepoznavnost posameznega podjetja, programa, proizvoda, še posebej v današnjem času, ko se imena pogosto ponavljajo.

Logotip ima komunikativno in reklamno vrednost, saj podjetja pogosto uporabijo domiselne logotipe z namenom, da bi njih ali njihov proizvod opazili, si ga zapomnili in ga obenem ločili od drugih podjetij, proizvodov ... Za ta namen pridejo v poštev predvsem slikovni (npr. logotip skupine Slon in Sadež) ali kombinirani logotipi (npr. podjetje Windows).

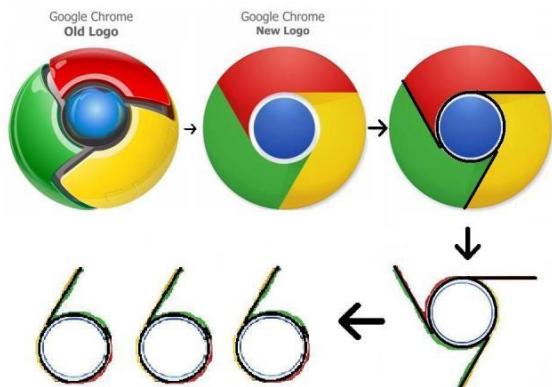
Tudi Illuminati in prostozidarji imajo svoje simbole in logotipe. Po navadi je skrito število 666, prikaz trikotnika, vsevidnega očesa, lahko je tudi skrita beseda. V nadaljevanju bomo pokazali različne primere.

### 3.5.4.1. Logotipi

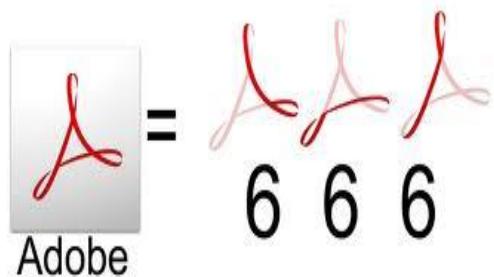
Primeri »hudičevega« števila 666:



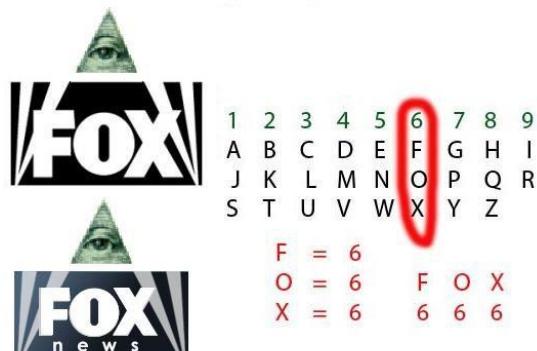
Slika 25: Logotip Walt Disney



Slika 24: Logo Google Chrome



Slika 23: Adobe logotip



Slika 22: FOX logotip

### Hebrew Alphabet Letters Number Values

 The logo for Monster Energy Drink features a black can with a lime-green "MONSTER" logo and a lime-green "ENERGY" logo. The can is positioned between two columns of Hebrew letter values.
 

אlef - 1	לamed - 30
beth - 2	mem - 40
גimel - 3	נun - 50
daleth - 4	samekh - 60
הeh - 5	ayin - 70
וav - 6	peh - 80
זain - 7	tzaddi - 90
חeth - 8	qoph - 100
טeth - 9	resh - 200
יod - 10	shin - 300
קaph - 20	tau - 400

**MONSTER ENERGY DRINK**  
 =  
**666**

Slika 21: Monster energy drink logotip

Primeri vsevidnega očesa:



Slika 29: CBS News logotip



Slika 28: Logitech logotip



Slika 27: nVIDIA logotip



Slika 26: UBISOFT logotip

### 3.5.4.2. Simboli

Simboli so v isti povezavi kot logotipi.

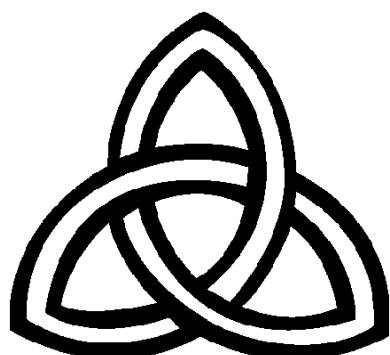
Primeri:



Slika 30: Simbol za mir, ki je hkrati naročen križ



Slika 31: Horusovo oko kot vsevidno oko



Slika 32: Triquetra (simbol za sveto trojico) in hkrati za št. 666 v piramidalni kompoziciji



Slika 33: Simbol podjetja Handmark (ukvarjajo se z razvijanjem telefonov) ima v sredini spiralo, ki ponazarja 6

Logotip podjetja McDonalds ima v besedi anagram Monas, kar pomeni Mason = prostoziidar.



Slika 34: Anagram Monas

## 4. PRAKTIČNI DEL

### 4.1. ANALIZA ANKETE

Naša raziskava in analiza rezultatov sta temeljili na anketnem vprašalniku, ki smo ga sestavili, da bi preverili naše hipoteze. Anketo smo izvedli v mesecu januarju 2016. Vzorec je zajel približno 160 anketirancev in je reprezentativen. V raziskavo smo vključili dijake različnih smeri izobrazbe in različnih starostnih skupin. Vsi vrnjeni anketni vprašalniki niso bili ustrezni za nadaljnjo obdelavo, a smo izbrali tiste, ki so bili. Pri zbiranju podatkov smo uporabili kvantitativno (anketni vprašalnik) raziskovalno metodo. Na vprašalniku je bilo 12 vprašanj. Za pridobitev ustreznih podatkov smo uporabili tri vprašanja odprtega tipa, na katera so anketirani lahko prosto odgovarjali, in tri vprašanja zaprtega tipa, pri katerih so se anketiranci odločali med ponujenimi odgovori.

Izvedena anketa je med anketiranci preverjala predvsem znanje o prikritih sporočilih. Pred izvedbo smo postavili naslednje hipoteze:

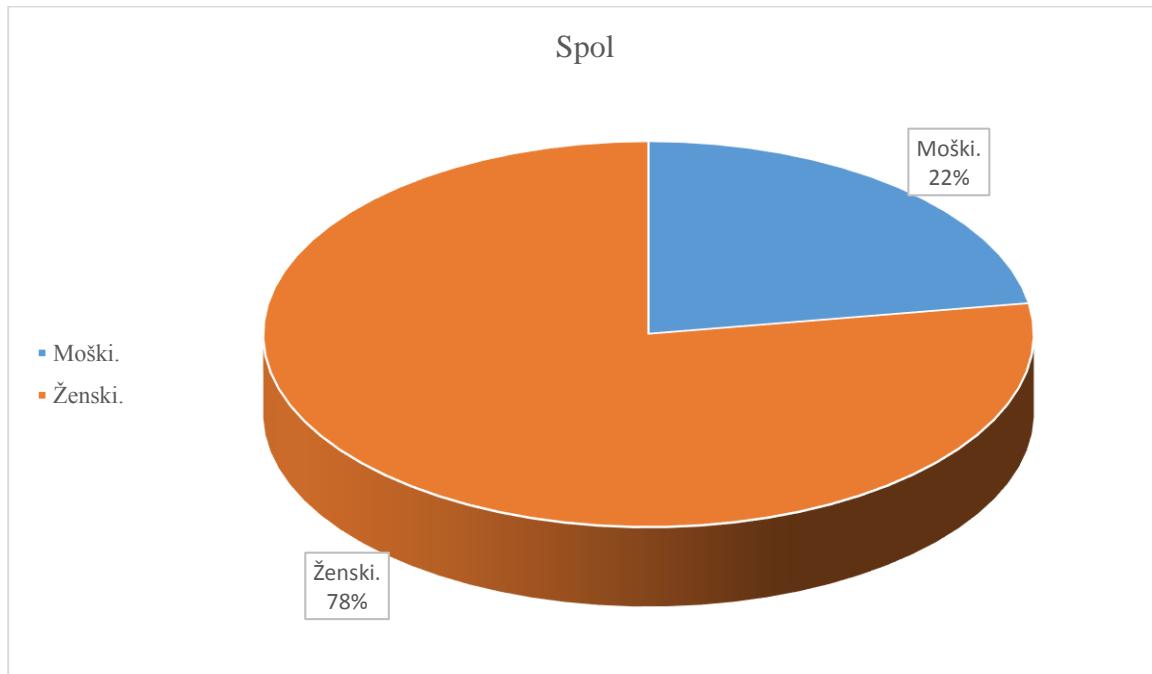
Hipoteza št. 1: Večina anketirancev ne ve za obstoj prikritih sporočil.

Hipoteza št. 2: Večina anketirancev ne ve za obstoj skrivnih društev.

Hipoteza št. 3: Večina anketirancev meni, da te stvari sploh ne obstajajo in v to ne verjamejo.

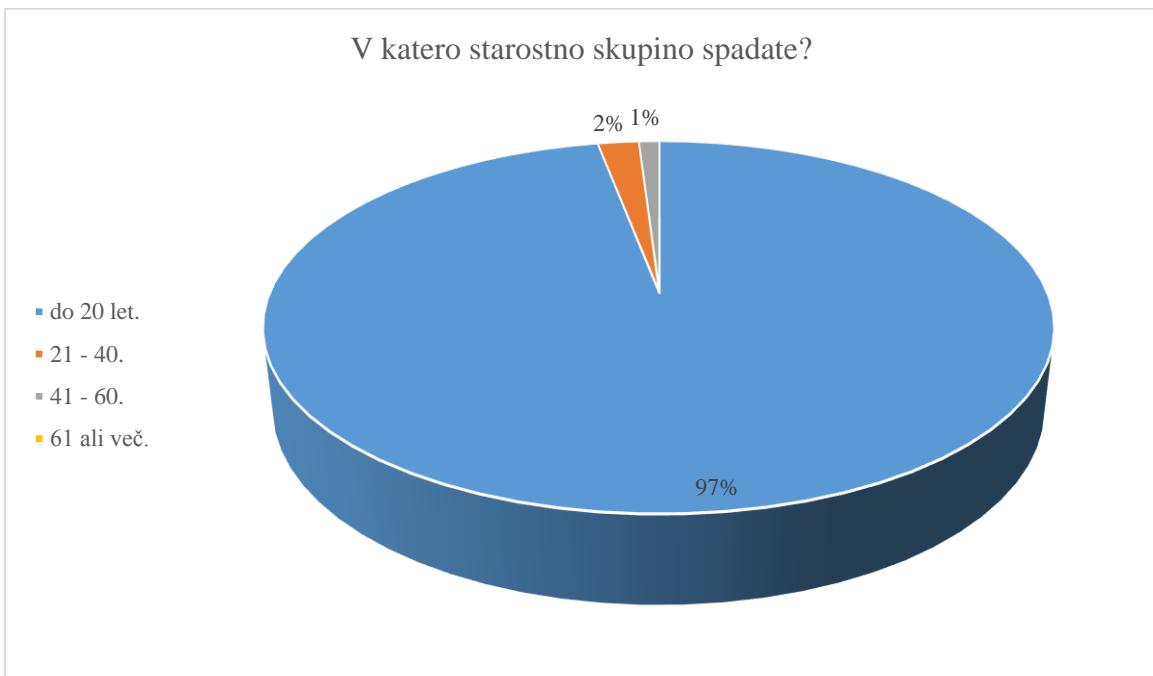
#### 1. Vprašanje

Anketiranih je bilo 78 % žensk in 22 % moških.



Graf 1: Spol

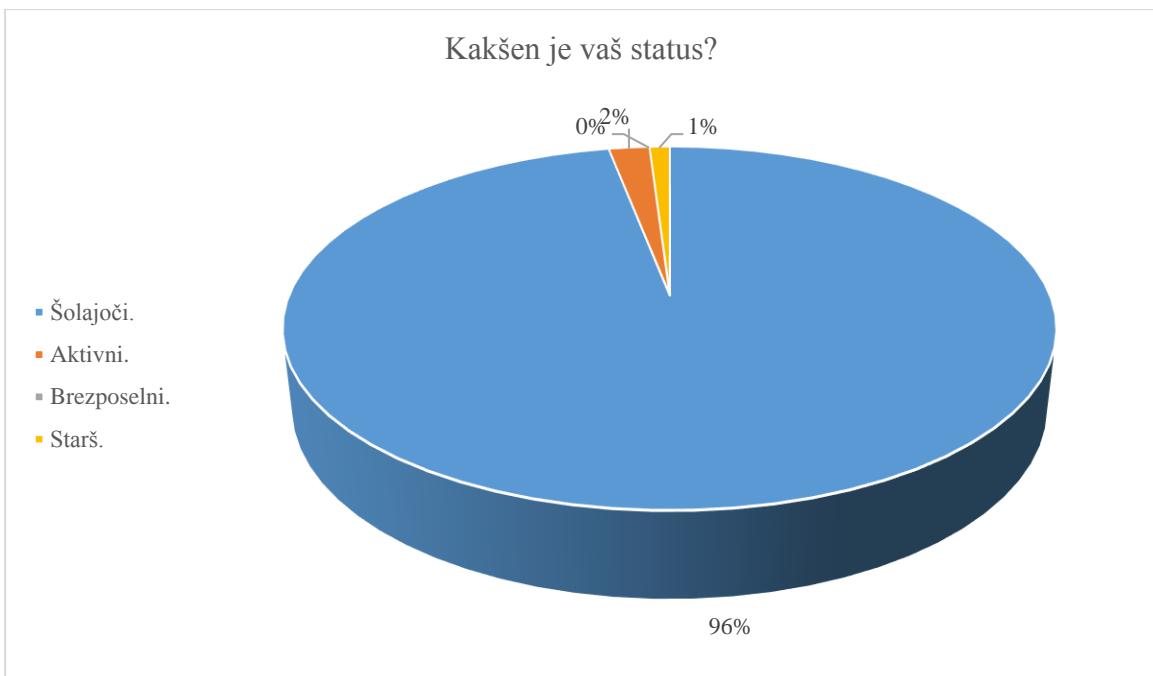
## 2. Vprašanje



Graf 2: V katero starostno skupino spadate?

Kar 97 % anketirancev je starih do 20 let. 2 % jih je bilo starih med 21 in 40 let, preostali del, torej 1 % pa jih je bilo starih med 41 in 60 let.

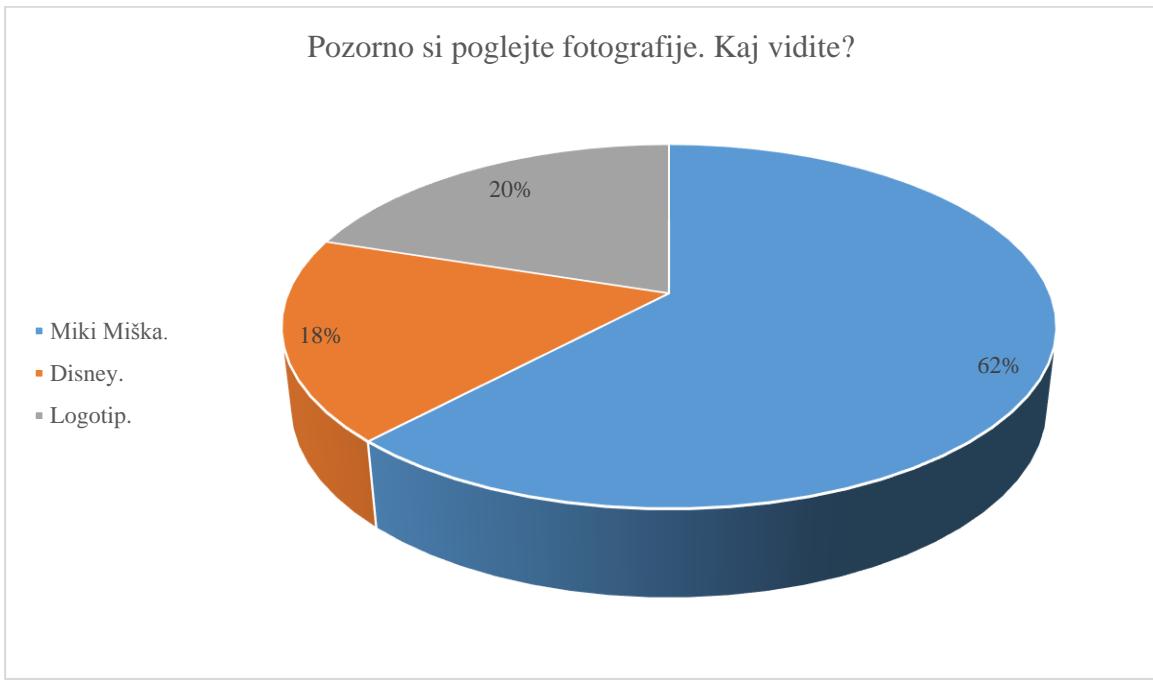
## 3. Vprašanje



Graf 3: Kakšen je vaš status?

V anketi so večinoma sodelovale šoloobvezne osebe. Poleg njih so anketo izpolnile osebe, ki so označile možnost aktivni ali starš.

#### 4. Vprašanje

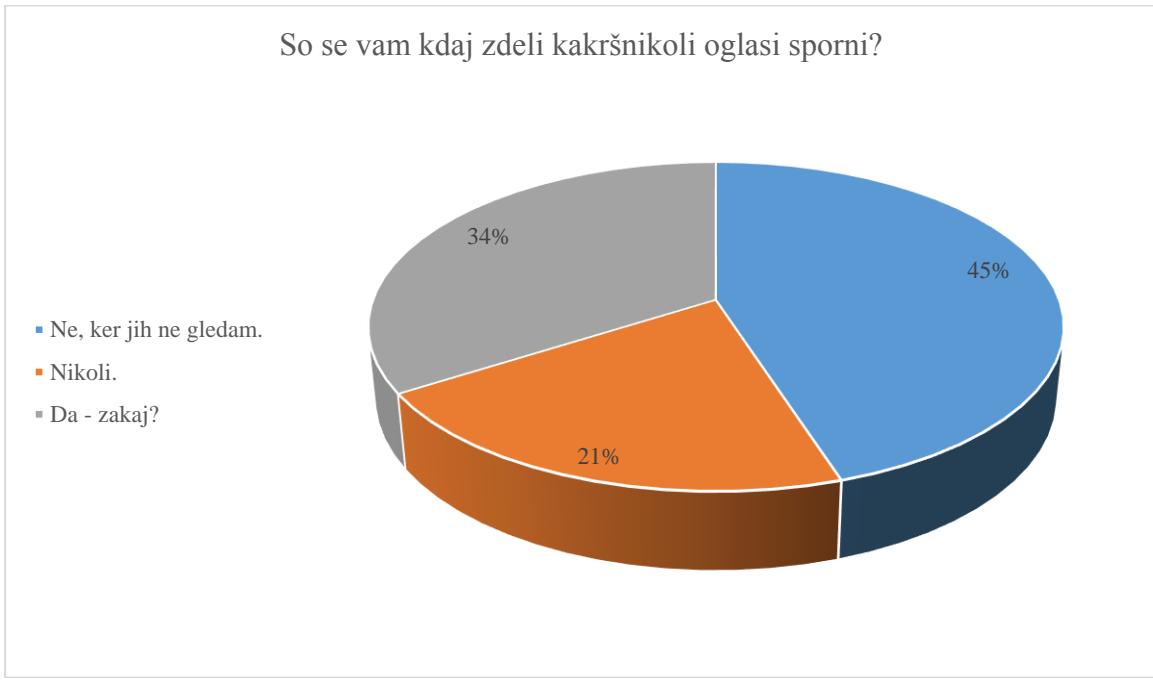


Graf 4: Pozorno si poglejte fotografije. Kaj vidite?

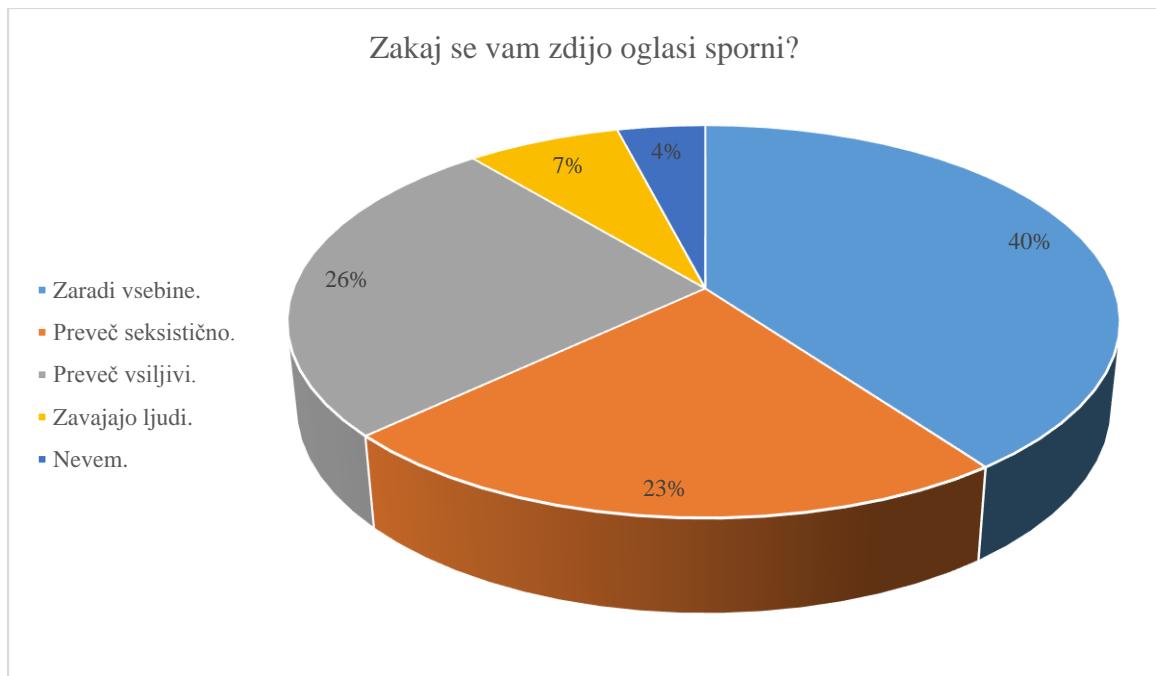
62 % anketirancev je odgovorilo Miki miška, 18 % je opazilo napis Disney, ostali pa so napisali kar logotip.

V podvprašanje »Vidite še kaj?« je izstopal samo en odgovor, ki se glasi »Trikotnik – Illuminati«.

#### 5. Vprašanje



Graf 5: So se vam kdaj zdeli kakršnikoli oglasi sporni?

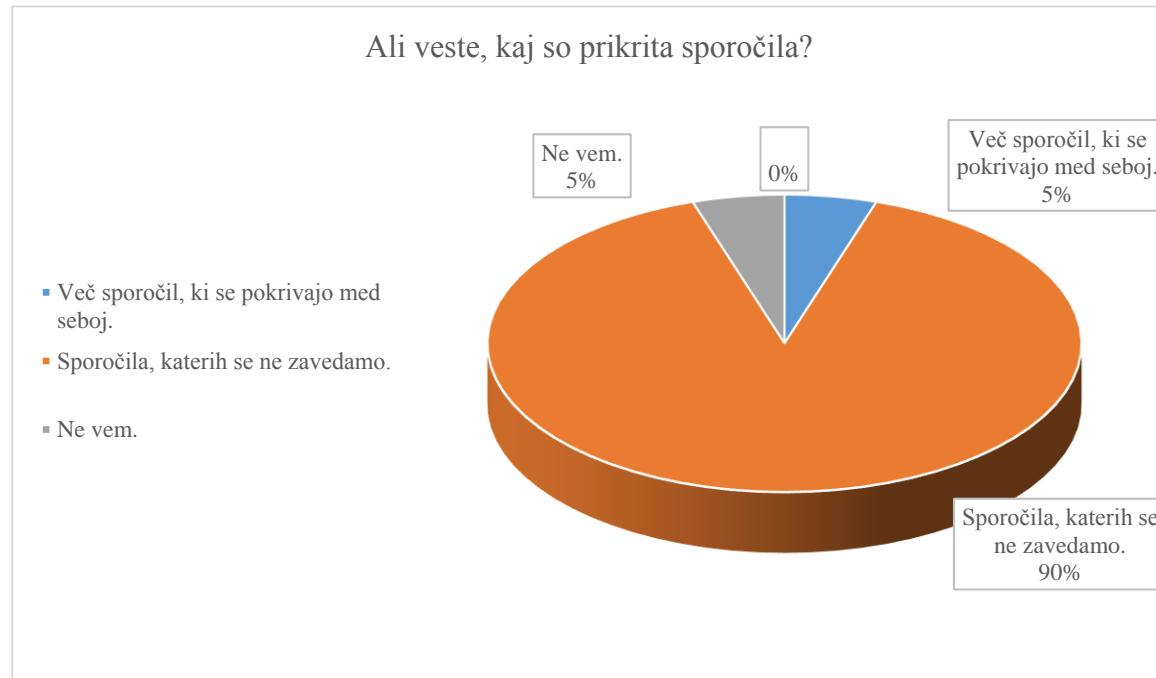


Graf 6: Zakaj se vam zdijo oglasi sporni?

45 % anketirancev ne gleda oglasov, tako da se jim tudi ne zdijo sporni. 21 jih gleda oglase, a se jim nikoli ne zdijo sporni. Preostalim anketirancem, torej 34 %, se oglasi zdijo sporni. Kar 40 % jih je odgovorilo, da zaradi vsebine.

## 6. Vprašanje

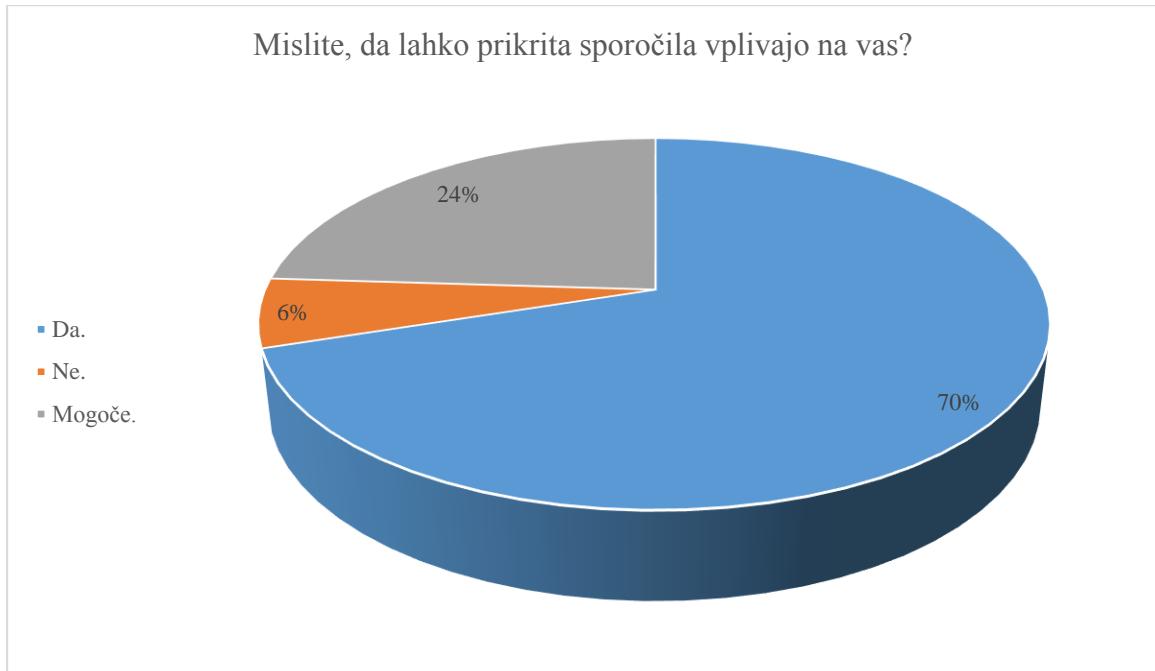
Na naslednje vprašanje je 90 % anketirancev odgovorilo pravilno, z enim izmed odgovorov: Sporočila, ki se jih ne zavedamo.



Graf 7: Ali veste, kaj so prikrita sporočila?

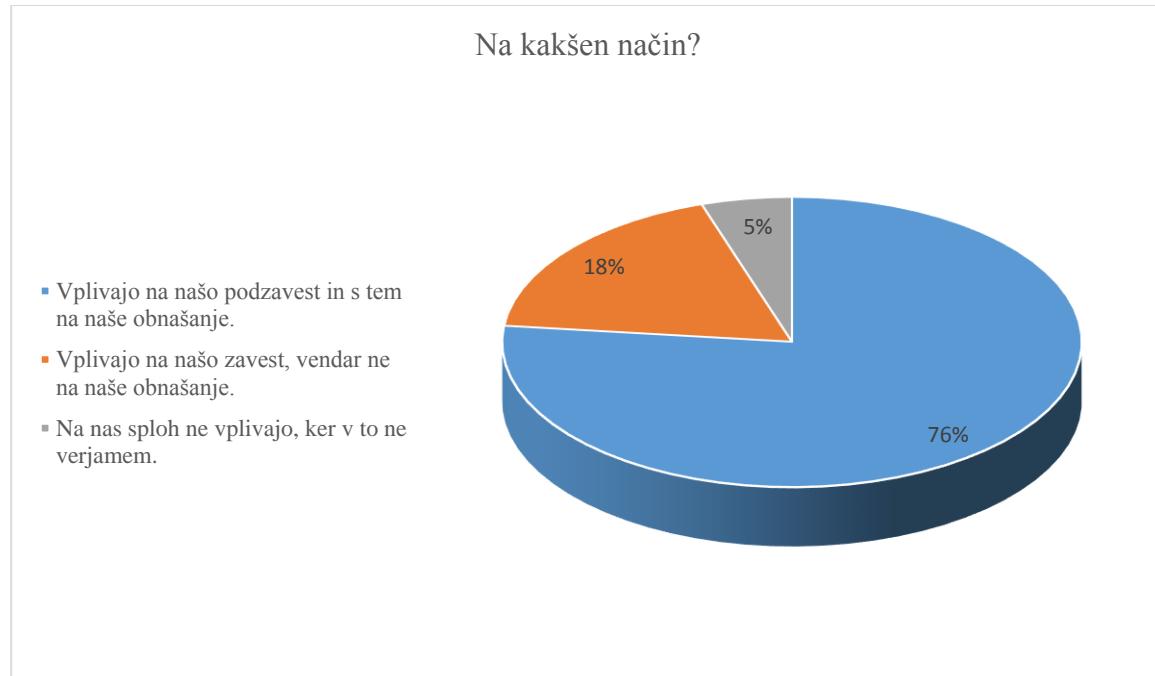
## 7. Vprašanje

70 % anketirancev se strinja, da prikrita sporočila lahko vplivajo na njih. Le majhen odstotek se jih ne strinja, ostali pa niso prepričani.



Graf 8: Mislite, da lahko prikrita sporočila vplivajo na vas?

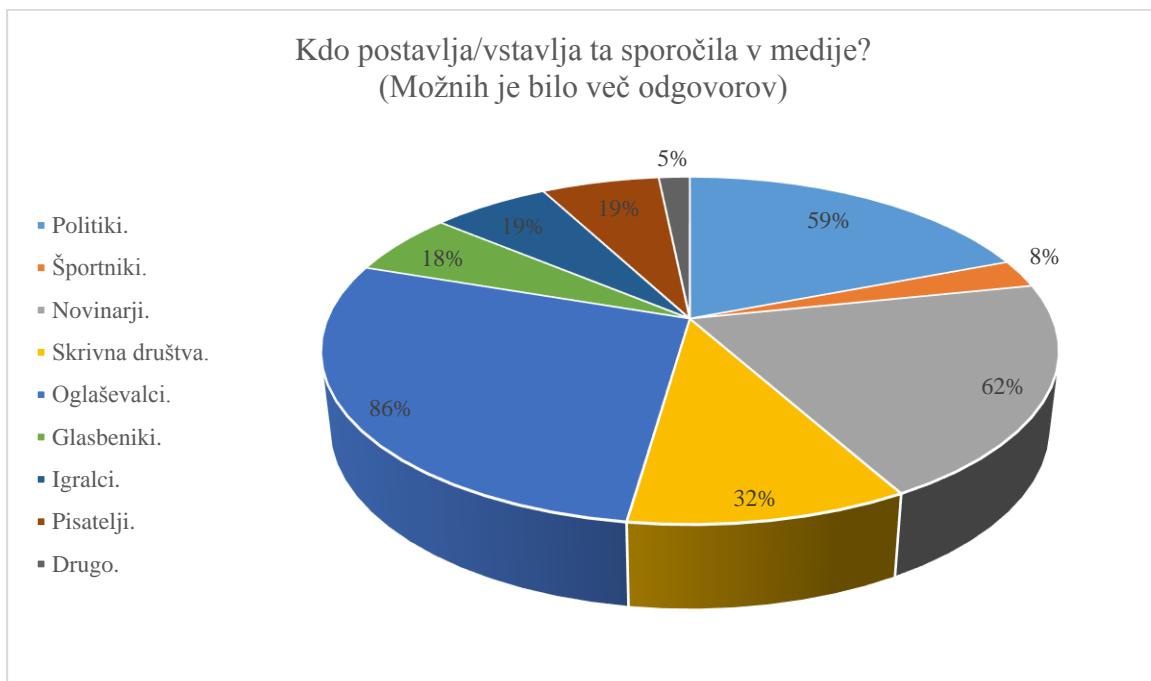
## 8. Vprašanje



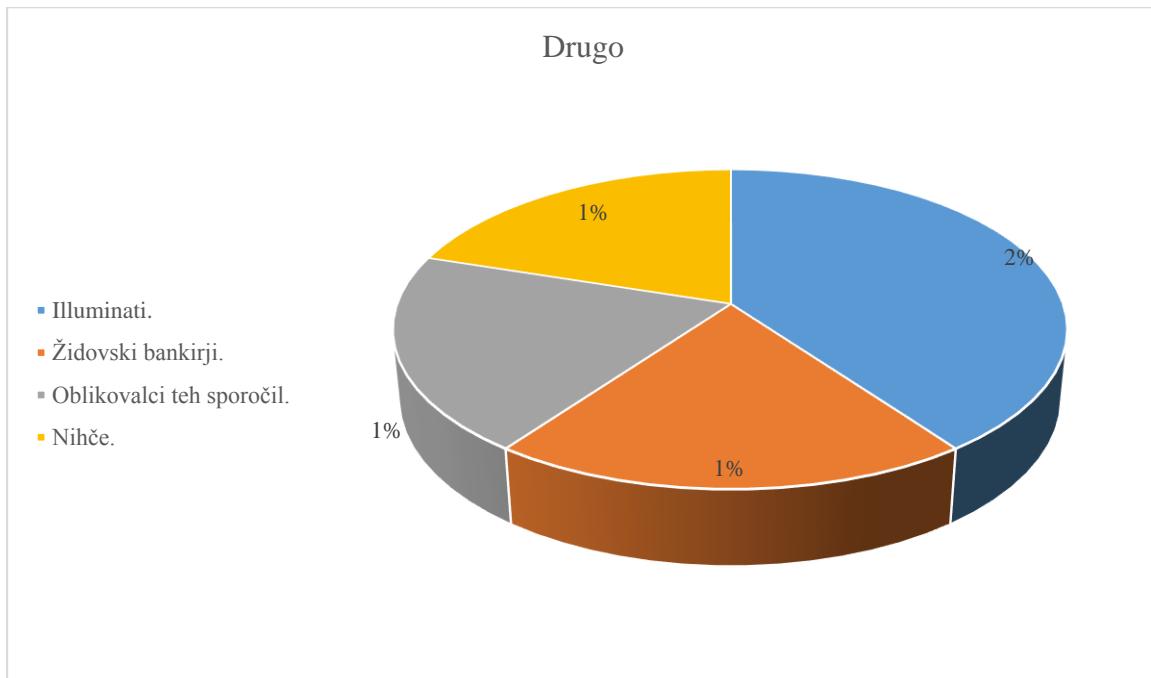
Graf 9: Na kakšen način?

76 % anketirancev meni, da sporočila vplivajo na našo podzavest in s tem na naše obnašanje. 18 % pravi, da na našo zavest, vendar ne na naše obnašanje. Ostali del, 5 %, pa meni, da na njih ne vpliva, ker v to ne verjamejo.

## 9. Vprašanje



Graf 10: Kdo postavlja/vstavlja ta sporočila v medije?



Graf 11: Drug

Pri tem vprašanju je bilo možnih več odgovorov, najpogosteje izbran odgovor je bil politiki, izbralo ga je kar 86 % anketirancev. Najmanjkrat pa je bil izbran odgovor pisatelji, izbralo ga je 8 %.

## 10. Vprašanje



Graf 12: Zakaj se prikrita sporočila uporabljajo?

Kar 92 % anketirancev se strinja, da se prikrita sporočila uporabljajo za manipulacijo z ljudmi, 7 % jih ne ve, ostali del pa meni, da za zabavo.

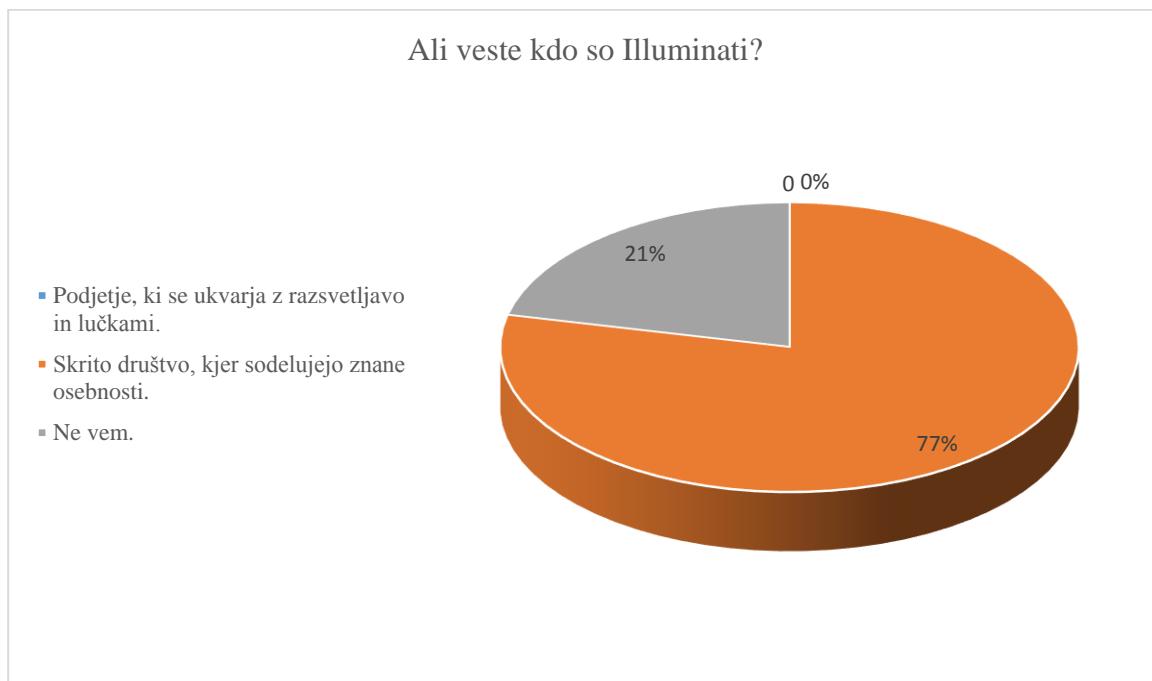
## 11. Vprašanje



Graf 13: Kje vidimo ta sporočila?

Kar 97 % anketirancev se strinja, da ta sporočila vidimo povsod, 1 % pa meni, da jih vidimo samo na televiziji, ostali del pa meni, da nikjer.

## 12. Vprašanje

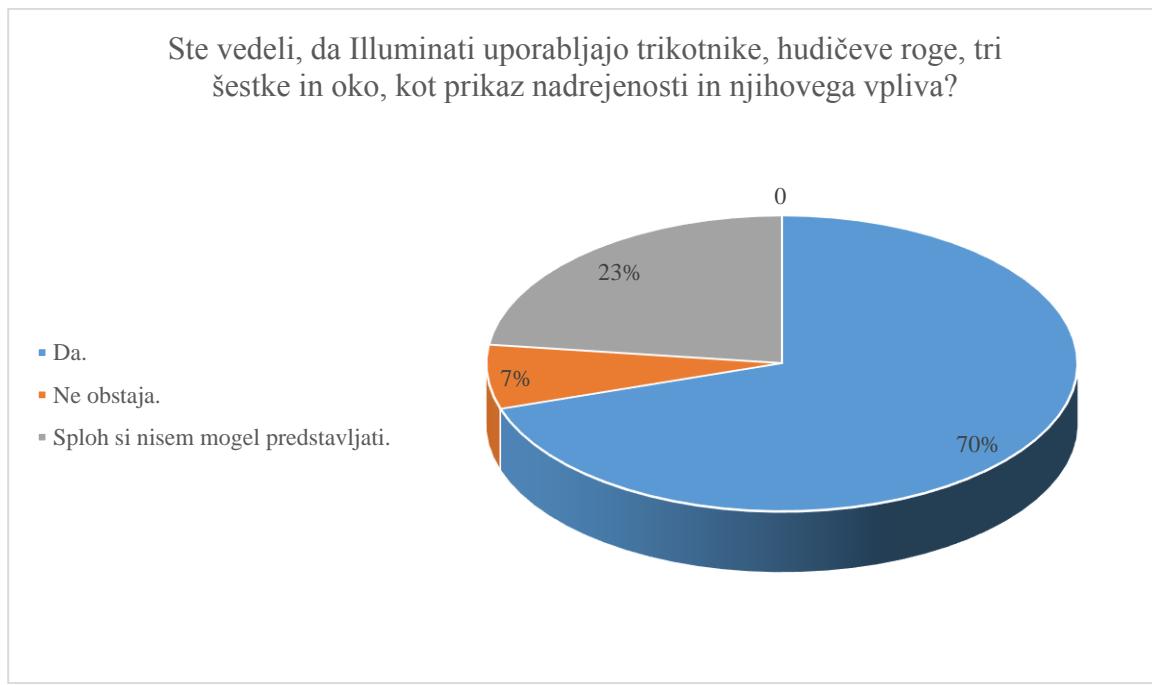


Graf 14: Ali veste, kdo so Illuminati?

Večina, 77 %, anketirancev ve, kdo so Illuminati, preostali del, 21 %, pa jih ne ve.

## 13. Vprašanje

Dve tretjini anketirancev pozna Illuminate in vedo, da uporabljajo trikotnike, hudičeve roge, tri šestice in oko. 23 % si jih sploh ne more predstavljati, ostalih 7 % pa meni, da to ne obstaja.

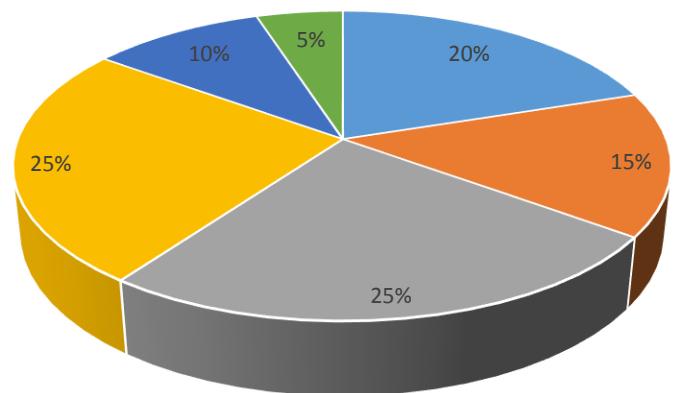


Graf 15: Ste vedeli, da Illuminati uporabljajo trikotnike, hudičeve roge, tri šestice in oko za prikaz nadrejenosti in svojega vpliva?

#### 14. Vprašanje

Ali vam te slike, v povezavi s prejšnjim vprašanjem, kaj povedo?

- Naključje.
- Ne. Oni so v tem društvo.
- Dokazi.
- Illuminati.
- Vsi uporabljajo te simbole
- Ne.

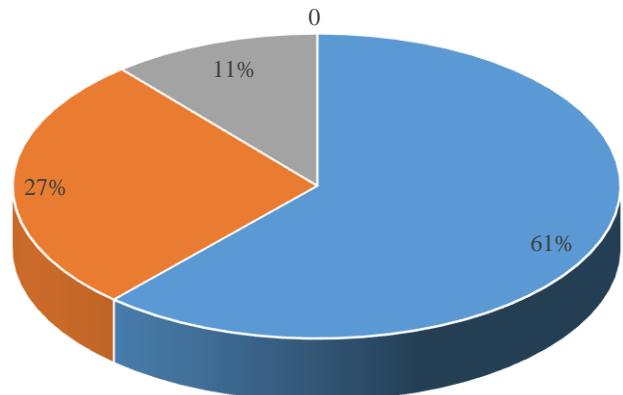


Graf 16: Ali vam te slike, v povezavi s prejšnjim vprašanjem, kaj povedo?

#### 15. Vprašanje

Mislite, da lahko ta sporočila vplivajo na vas, če se jih zavedate?

- Da, lahko pa vedno, ker smo jih videli.
- Ne, ker si bolj pozoren in zato ne morejo vplivati.
- Ne vem in ne obstaja.



Graf 17: Mislite, da lahko ta sporočila vplivajo na vas, če se jih zavedate?

Čeprav se sporočil zavedamo, 61 % anketirancev meni, da lahko še vedno vplivajo na njih. 27 % jih meni, da ne, ker so bolj pozorni, ostalih 11 % pa ne ve.

## 16. Vprašanje

V tej sliki je skrito sporočilo. Pozorno si jo oglejte. Razen rož, vidite kaj nenavadnega, skritega?

Vsak anketiranec je napisal svoj odgovor, zato je vsak vreden 1 %. Odgovarjali so: niti ne, sex.com, skrivni znaki (666, Illuminati), čebelo, čudne oblike, ne vem, 6.6., besedilo, beseda sex, uničevanje narave.

### 4.1.1. Razprava o rezultatih eksperimentalnega dela

Odgovori niso bili pričakovani, saj smo predvidevali, da večina anketirancev ni seznanjena s prikritimi sporočili in niso dovolj pozorni na take stvari. Iz odprtrega tipa odgovorov je tudi razvidno, da odgovorov nekaterih izmed anketirancev ne moremo upoštevati kot »resnih« ter jih posledično ne moremo upoštevati kot ugotovitve.

Hipoteza št. 1: Večina anketirancev ne ve za obstoj prikritih sporočil.

Prvo hipotezo smo ovrgli. Raziskava je pokazala, da večina anketirancev ve za obstoj prikritih sporočil. To smo potrdili s 6., 7., 8. in 10. vprašanjem, saj je na vprašanje »Ali veste, kaj so prikrita sporočila?« 90 % anketirancev odgovorilo pravilno. Z odgovori na ostala vprašanja so anketiranci samo potrdili, da se zavedajo, na kakšen način sporočila vplivajo na nas, in zakaj se uporabljajo ter kje ta sporočila lahko vidimo. S 14. vprašanjem lahko potrdimo, da veliko anketirancev prikritih sporočil ne opazi. Na dnu slike pod omenjenim vprašanjem se nahaja beseda sex, v odgovorih pa se ta beseda pojavi le nekajkrat.

Hipoteza št. 2: Večina anketirancev ne ve za obstoj skrivnih društev.

Drugo hipotezo smo ovrgli. Raziskava je pokazala, da večina anketirancev ve za obstoj skrivnih društev. To smo potrdili z 11. in 12. vprašanjem. Kar 77 % anketirancev ve, kdo so Illuminati in 70 % za njihovo uporabo trikotnikov, hudičevih rogov in treh šestic. Večina se jih tudi zaveda, da društva vplivajo na pojav prikritih sporočil v javnosti. To je potrjeno z odgovori na 8. vprašanje.

Hipoteza št. 3: Večina anketirancev meni, da te stvari sploh ne obstajajo in v to ne verjamejo.

Ovrgli smo tudi tretjo hipotezo. Raziskava je pokazala, da večina anketirancev ve za obstoj prikritih sporočil, skrivnih društev, zavedajo pa se tudi, kakšen vpliv imajo ta sporočila na posameznika. To smo potrdili s 14. vprašanjem, ki se glasi »Mislite, da lahko ta sporočila vplivajo na vas, če se jih zavestate?«. 61 % anketirancev verjame, da lahko vplivajo na njih, čeprav se jih zavedajo. Kar 27 % jih meni, da na njih ne morejo vplivati, preostali del, 11 % pa jih je označilo odgovor »Ne vem in ne obstaja«.

## **5. ZAKLJUČEK**

V raziskovalni nalogi smo iz več zornih kotov opazovali prikrita sporočila v različnih vrstah medijev, kot so film, glasba, logotipi, simboli itd. Z raziskovalno nalogo nam je uspelo raziskati in prikazati različne primere, od drugih pa je odvisno, koliko se bodo v to temo poglobili, se o njej poučili in se jih začeli zavedati.

Zaradi omejenega časa in velike količine podatkov smo vsebine krajšali in jih poenostavili, da so razumljivejše. Skrita sporočila najdemo tudi v drugih panogah izven naše stroke, veliko skritih sporočil je v knjižni industriji, arhitekturi, slikarstvu, predvsem v panogah umetnosti. Pojavljajo se določene teorije, ki še niso popolnoma raziskane in bi bile primerne za prihodnje raziskovanje, kot so teorije zarote in množična hipnoza ljudi. Prikazovanje prikritih sporočil sega v konec leta 1923, ko je bilo ustanovljeno podjetje Disney. Kako pa se bo vse skupaj odvijalo naprej pa je le stvar časa in tehnologije.

## **6. VIRI IN LITERATURA**

### **VIRI PISNEGA GRADIVA:**

[1] Andrew Dobson, pridobljeno 1.12.2015 iz:

<http://www.mindfithypnosis.com/what-are-subliminal-messages>

[2] Andraž Kamenik, pridobljeno 2.12.2015 iz:

<http://www.gospodarcasa.com/2013/05/01/illuminati/>

[3] Andraž Kamenik, pridobljeno 7.12.2015 iz:

<http://www.gospodarcasa.com/2013/04/28/prostozidarji/>

[4] Aljaž Mulej, pridobljeno 7.12.2015 iz:

[http://www.dijaski.net/gradivo/soc\\_ref\\_subliminalna\\_sporocila\\_01?r=1](http://www.dijaski.net/gradivo/soc_ref_subliminalna_sporocila_01?r=1)

[5] Before it is news, pridobljeno 5.2.2016 iz:

<http://beforeitsnews.com/politics/2015/11/how-do-the-illuminati-control-politics-music-the-media-and-hollywood-videos-2755906.html>

[3] Dajana Babič, pridobljeno 14.1.2016 iz

<http://www.publishwall.si/dajana.babic/post/101674/kako-deluje-zavest-podzavest>

[6] DRUŠTVO SLOVENSKI STAROSELCI, pridobljeno 28.12.2015 iz:

<http://www.staroverci.si/sl/zapisи-1/simboli/item/52-kolovrat.html>

[7] Lisa Be, pridobljeno 7.12.2015 iz:

<http://www.lifebuzz.com/hidden/>

[8] Mateja Bevk, pridobljeno 2.12.2015 iz

<http://dk.fdv.uni-lj.si/dela/Bevk-Mateja.PDF>

[9] Neva Kebe, pridobljeno 2.12.2015 iz:

<http://dk.fdv.uni-lj.si/dela/Kebe-Neva.PDF>

[10] neznan avtor, pridobljeno 2.12.2015 iz:

<https://sl.wikipedia.org/wiki/Illuminati>

[11] neznan avtor, pridobljeno 7.12.2015 iz:

[http://www.sangrila.si/wordpress/?page\\_id=903](http://www.sangrila.si/wordpress/?page_id=903)

[12] neznan avtor, pridobljeno 7.12.2015 iz:

<https://sl.wikipedia.org/wiki/Prostozidarstvo>

[13] neznan avtor, pridobljeno 2.12.2015 iz:

<http://www.ultimatetop10s.com/top-10-subliminal-messages-in-disney-animations/>

[14] neznan avtor, pridobljeno 13.1.2016 iz:

<http://www.azlyrics.com/lyrics/katyperry/darkhorse.html>

[15] neznan avtor, pridobljeno 13.1.2016 iz:

<https://www.youtube.com/watch?v=4uklmomE9b8>

[16] neznan avtor, pridobljeno 13.2016 iz:

<https://www.youtube.com/watch?v=MCnJEX1yZHU>

[17] neznan avtor, pridobljeno 28.12.1015 iz:

<https://sl.wikipedia.org/wiki/Logotip>

[18] Sar Maroof, pridobljeno 1.12.2015 iz:

<http://www.loasite.com/experience-a-hypnotic-and-suggestible-mind-state/>

[19] Stephanie Osmanski, pridobljeno 2.12.2015 iz:

<http://www.m-magazine.com/posts/20-mindblowing-messages-hidden-in-your-favorite-disney-movies-19026/photos/13-19011#photo-anchor>

## **VIRI SLIKOVNEGA GRADIVA:**

[1] neznan avtor, slika 1: Primer skritega sporočila

<http://subliminalmanipulation.blogspot.si/>

[2] neznan avtor, slika 2: Razdelitev predelov možganov na posamezne dele

<http://www.loasite.com/experience-a-hypnotic-and-suggestible-mind-state/>

[3] neznan avtor, slika 3: Evolucija človeka do danes

<http://extraordinary-animals.com/2013/09/01/what-really-is-evolution/>

[4] neznan avtor, slika 4: Ambigram Iluminatov

<http://projectavalon.net/forum4/showthread.php?74665-What-is-evil/page2>

[5] neznan avtor, slika 5: Oznake na ameriškem dolarju

[https://www.pinterest.com/adam\\_smith19/illuminati-in-society/](https://www.pinterest.com/adam_smith19/illuminati-in-society/)

[6] neznan avtor, slika 6: Logotip prostozidarjev

<https://parasitaqidah.wordpress.com/2012/05/26/saror-saror-arti-lambang-yang-tersingkap/>

[7] neznan avtor, slika 7: Oglas v kinu

[http://www.elginpk.com/worsley1213\\_2/savage\\_marketing/u.htm](http://www.elginpk.com/worsley1213_2/savage_marketing/u.htm)

[8] neznan avtor, slika 8: Pano Batman proti Supermanu v filmu »Jaz, legenda«

<http://www.therichest.com/expensive-lifestyle/entertainment/top-15-hidden-messages-in-popular-movies/?view=all>

[9] neznan avtor, slika 9: F\*uck u sporočilo v »Ubila bom Billa«

<http://www.thewtftimes.com/10-easter-eggs-hidden-famous-artworks/>

[10] neznan avtor, slika 10: Pojav Nema v »Medvedja brata«

<http://ifunny.co/tags/Nemo/1422415985>

[11] neznan avtor, slika 11: Pojav Nema v »Pošasti iz omare«

<http://pixar.wikia.com/wiki/File:Monsters-Inc-Nemo-web.jpg>

[12] neznan avtor, slika 12: Isti avto v »Svet igrač, Pošasti iz omare, Svet igrač 2, Reševanje malega Nema, Avtomobili in Ratatouille

<http://www.m-magazine.com/posts/20-mindblowing-messages-hidden-in-your-favorite-disney-movies-19026/photos/13-19011#photo-anchor>

[13] neznan avtor, slika 13: Na ovitku »Medvedka Puja« je v listju podoba hudičevih rogov

<http://believeitordoubt.blogspot.si/2011/04/disneys-subliminal-messaging.html>

[14] neznan avtor, slika 14: Na ovitku »Male Morske Deklice« je na vrhu gradu skrita podoba penisa

<http://hubpages.com/entertainment/What-You-Didnt-See-Hidden-Disney-Images-The-Little-Mermaid>

[15] neznan avtor, slika 15: Na sliki nosi miška obleko v podobi penisa

[https://www.google.si/search?hl=sl&site=imghp&tbm=isch&source=hp&biw=1440&bih=775&q=hidden+text+sex&oq=hidden+text+sex&gs\\_l=img.3...5900.10649.0.11044.15.10.0.5.5.0.243.1300.0j9j1.10.0....0...1ac.1.64.i mg..0.12.1300.6T3Gr5727l0#hl=sl&tbm=isch&q=bladid+newspaper+penis&imgrc=bV8IPtHxqeYcdM%3A](https://www.google.si/search?hl=sl&site=imghp&tbm=isch&source=hp&biw=1440&bih=775&q=hidden+text+sex&oq=hidden+text+sex&gs_l=img.3...5900.10649.0.11044.15.10.0.5.5.0.243.1300.0j9j1.10.0....0...1ac.1.64.i mg..0.12.1300.6T3Gr5727l0#hl=sl&tbm=isch&q=bladid+newspaper+penis&imgrc=bV8IPtHxqeYcdM%3A)

[16] neznan avtor, slika 16: Na ovitku »Levjega Kralja« je v podobi leva hkrati podoba ženske v spodnjicah

<http://thevisualcommunicationguy.com/2013/09/27/the-subliminal-multistable-message-of-disneys-lion-king-lion-or-naked-woman/>

[17] neznan avtor, slika 17: V risani seriji »Račje zgodbe« je scena pri zdravniku, z omembo Illuminatov v ozadju

<http://illuminatiwatcher.com/disneys-ducktales-secret-illuminati-subliminal-messaging/>

[18] neznan avtor, slika 18: V »Levjem Kralju« je nočna scena, kjer se v prahu na nebu izpiše beseda SEX

[https://www.google.si/search?q=lion+king+sex&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjJr-XB1arLAhWCYpoKHfG\\_AFgQ\\_AUIBygB&biw=1440&bih=775#tbm=isch&tbs=rimg%3ACcMn8ifQQe\\_1nIj i91hljweYDW6FqCxBDhZUFhTKKrcq6Q2pUnDvM-FCfxE-h4OJrxALw6OQxbqbi-x\\_1137B9DUh2- ioSCb3WGPB5gNbEYYCmOqWrCWvKhIJoWoLEEOFIQURyxDv86f2JcgqEgmFMoqtyrpDahG7x5y\\_12e6 u8ioSCVScO8z4UJ\\_1EEZlnW2bOpLeZKhIJT6Hg4mvEAvARhYr9J61X7XUqEgno5DFupuL7HxHt0grykkWr xioSCfXfsH0NSHb6EwfPGp7\\_1-4SD&q=lion%20king%20sex&imgrc=oWoLEEOFIQV9-M%3A](https://www.google.si/search?q=lion+king+sex&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjJr-XB1arLAhWCYpoKHfG_AFgQ_AUIBygB&biw=1440&bih=775#tbm=isch&tbs=rimg%3ACcMn8ifQQe_1nIj i91hljweYDW6FqCxBDhZUFhTKKrcq6Q2pUnDvM-FCfxE-h4OJrxALw6OQxbqbi-x_1137B9DUh2- ioSCb3WGPB5gNbEYYCmOqWrCWvKhIJoWoLEEOFIQURyxDv86f2JcgqEgmFMoqtyrpDahG7x5y_12e6 u8ioSCVScO8z4UJ_1EEZlnW2bOpLeZKhIJT6Hg4mvEAvARhYr9J61X7XUqEgno5DFupuL7HxHt0grykkWr xioSCfXfsH0NSHb6EwfPGp7_1-4SD&q=lion%20king%20sex&imgrc=oWoLEEOFIQV9-M%3A)

[19] neznan avtor, slika 19: Refren pesmi

<http://vigilantcitizen.com/musicbusiness/katy-perrys-part-of-me-using-music-videos-to-recruit-new-soldiers/>

[20] neznan avtor, slika 20: Uncle Sam

<http://vigilantcitizen.com/musicbusiness/katy-perrys-part-of-me-using-music-videos-to-recruit-new-soldiers/>

[21] neznan avtor, slika 21: Walt Disney logo

[https://www.google.si/search?hl=sl&site=imghp&tbm=isch&source=hp&biw=1440&bih=775&q=hidden+text+sex&oq=hidden+text+sex&gs\\_l=img.3...5900.10649.0.11044.15.10.0.5.5.0.243.1300.0j9j1.10.0....0...1ac.1.64.i mg..0.12.1300.6T3Gr5727l0#hl=sl&tbm=isch&q=disney+logo+666&imgrc=W88TVwzr0LyVzM%3A](https://www.google.si/search?hl=sl&site=imghp&tbm=isch&source=hp&biw=1440&bih=775&q=hidden+text+sex&oq=hidden+text+sex&gs_l=img.3...5900.10649.0.11044.15.10.0.5.5.0.243.1300.0j9j1.10.0....0...1ac.1.64.i mg..0.12.1300.6T3Gr5727l0#hl=sl&tbm=isch&q=disney+logo+666&imgrc=W88TVwzr0LyVzM%3A)

[22] neznan avtor, slika 22: Google Chrome logo

<http://terrific-top10.com/2013/10/08/top-10-satanic-symbols-hidden-in-logos/>

[23] neznan avtor, slika 23: Adobe logo

<http://illuminatisymbols.info/adobe-reader-666/>

[24] neznan avtor, slika 24: FOX logo

<http://www.abovetopsecret.com/forum/thread586219/pg1>

[25] neznan avtor, slika 25: Monster energy drink logo

<http://duncantrussell.com/forum/discussion/9117/monster-energy-drink-666/p1>

[26] neznan avtor, slika 26: CBS News logo

[https://www.google.si/search?q=cbs+illuminati&biw=1280&bih=923&source=lnms&tbm=isch&sa=X&sqi=2&ved=0ahUKEwjH9vzHsJ3KAhWD1RoKHQphDD4Q\\_AUIBigB#imgrc=u79djIwc4aeKiM%3A](https://www.google.si/search?q=cbs+illuminati&biw=1280&bih=923&source=lnms&tbm=isch&sa=X&sqi=2&ved=0ahUKEwjH9vzHsJ3KAhWD1RoKHQphDD4Q_AUIBigB#imgrc=u79djIwc4aeKiM%3A)

[27] neznan avtor, slika 27: Logitech logo

[https://www.google.si/search?q=cbs+illuminati&biw=1280&bih=923&source=lnms&tbo=isch&sa=X&sqi=2&ved=0ahUKEwjH9vzHsJ3KAhWD1RoKHQphDD4Q\\_AUIBigB#tbo=isch&q=logitech+logo&imgrc=b4-YR5OmBR9gcM%3A](https://www.google.si/search?q=cbs+illuminati&biw=1280&bih=923&source=lnms&tbo=isch&sa=X&sqi=2&ved=0ahUKEwjH9vzHsJ3KAhWD1RoKHQphDD4Q_AUIBigB#tbo=isch&q=logitech+logo&imgrc=b4-YR5OmBR9gcM%3A)

[28] neznan avtor, slika 28: nVIDIA logo

[https://www.google.si/search?q=cbs+illuminati&biw=1280&bih=923&source=lnms&tbo=isch&sa=X&sqi=2&ved=0ahUKEwjH9vzHsJ3KAhWD1RoKHQphDD4Q\\_AUIBigB#tbo=isch&q=nvidia+old+logo&imgrc=QsW7kZyp1NqwJM%3A](https://www.google.si/search?q=cbs+illuminati&biw=1280&bih=923&source=lnms&tbo=isch&sa=X&sqi=2&ved=0ahUKEwjH9vzHsJ3KAhWD1RoKHQphDD4Q_AUIBigB#tbo=isch&q=nvidia+old+logo&imgrc=QsW7kZyp1NqwJM%3A)

[29] neznan avtor, slika 29: UBISOFT logo

[https://www.google.si/search?q=cbs+illuminati&biw=1280&bih=923&source=lnms&tbo=isch&sa=X&sqi=2&ved=0ahUKEwjH9vzHsJ3KAhWD1RoKHQphDD4Q\\_AUIBigB#tbo=isch&q=ubisoft+logo&imgrc=efd0sgXYFMwdUM%3A](https://www.google.si/search?q=cbs+illuminati&biw=1280&bih=923&source=lnms&tbo=isch&sa=X&sqi=2&ved=0ahUKEwjH9vzHsJ3KAhWD1RoKHQphDD4Q_AUIBigB#tbo=isch&q=ubisoft+logo&imgrc=efd0sgXYFMwdUM%3A)

[30] neznan avtor, slika 30: Simbol miru, ki je hkrati narobe obrnjen križ

[https://www.google.si/search?hl=sl&site=imghp&tbo=isch&source=hp&biw=1440&bih=775&q=hidden+text+sex&oq=hidden+text+sex&gs\\_l=img.3...5900.10649.0.11044.15.10.0.5.0.243.1300.0j9j1.10.0....0...1ac.1.64.i mg..0.12.1300.6T3Gr5727l0#tbo=isch&q=hurosov+eye+illuminati&imgdii=PTo2bjf-98rKYM%3A%3BPTo2bjf-98rKYM%3A%3Bq953j3-ceaXbaM%3A&imgrc=PTo2bjf-98rKYM%3A](https://www.google.si/search?hl=sl&site=imghp&tbo=isch&source=hp&biw=1440&bih=775&q=hidden+text+sex&oq=hidden+text+sex&gs_l=img.3...5900.10649.0.11044.15.10.0.5.0.243.1300.0j9j1.10.0....0...1ac.1.64.i mg..0.12.1300.6T3Gr5727l0#tbo=isch&tbs=rimg%3ACYBEVawLM1c7IjgOF6ceYxxYtrnU1HE591ZPjMfE_1 1eqaA34UJwAVIEDXnMW5K5gSmz9GCXtA-gibrYmxCI7z6gtCoSCQ4Xpx5jLFi2EXAscE70VS1oKhIJudTUcTn3Vk8RVdmTWEJqYo4qEgmMx8T_1V6p oDRG9tpfz_1xMUSoSCfhQnABUgQNeESyKgRGW-vCqKhIJcbkrmBKbP0Ri91x8fj7XhwqEgkYJe0D6CJuthEjRKA2fwyQ9SoSCSbFxUjvPqC0EclesAf5MWOA &q=peace%20sign%20illuminati&hl=sl&imgrc=QFVb1n6chF_gQM%3A)

[31] neznan avtor, slika 31: Horusovo oko, kot vsevidno oko

[https://www.google.si/search?hl=sl&site=imghp&tbo=isch&source=hp&biw=1440&bih=775&q=hidden+text+sex&oq=hidden+text+sex&gs\\_l=img.3...5900.10649.0.11044.15.10.0.5.0.243.1300.0j9j1.10.0....0...1ac.1.64.i mg..0.12.1300.6T3Gr5727l0#hl=sl&tbo=isch&q=hurosov+eye+illuminati&imgdii=PTo2bjf-98rKYM%3A%3BPTo2bjf-98rKYM%3A%3Bq953j3-ceaXbaM%3A&imgrc=PTo2bjf-98rKYM%3A](https://www.google.si/search?hl=sl&site=imghp&tbo=isch&source=hp&biw=1440&bih=775&q=hidden+text+sex&oq=hidden+text+sex&gs_l=img.3...5900.10649.0.11044.15.10.0.5.0.243.1300.0j9j1.10.0....0...1ac.1.64.i mg..0.12.1300.6T3Gr5727l0#hl=sl&tbo=isch&q=hurosov+eye+illuminati&imgdii=PTo2bjf-98rKYM%3A%3BPTo2bjf-98rKYM%3A%3Bq953j3-ceaXbaM%3A&imgrc=PTo2bjf-98rKYM%3A)

[32] neznan avtor, slika 32: Triquetra (simbol za sveto trojico) in hkrati za št. 666 v piramidalni komp.

[https://www.google.si/search?hl=sl&site=imghp&tbo=isch&source=hp&biw=1440&bih=775&q=hidden+text+sex&oq=hidden+text+sex&gs\\_l=img.3...5900.10649.0.11044.15.10.0.5.0.243.1300.0j9j1.10.0....0...1ac.1.64.i mg..0.12.1300.6T3Gr5727l0#hl=sl&tbo=isch&q=triquetra&imgrc=Xx4ErlaDfDlwCM%3A](https://www.google.si/search?hl=sl&site=imghp&tbo=isch&source=hp&biw=1440&bih=775&q=hidden+text+sex&oq=hidden+text+sex&gs_l=img.3...5900.10649.0.11044.15.10.0.5.0.243.1300.0j9j1.10.0....0...1ac.1.64.i mg..0.12.1300.6T3Gr5727l0#hl=sl&tbo=isch&q=triquetra&imgrc=Xx4ErlaDfDlwCM%3A)

[33] neznan avtor, slika 33: Simbol podjetja Handmark (ukvarjajo se z razvijanjem telefonov) ima v sredini spiralno, ki ponazarja 666

<http://markbeast666.blogspot.si/2012/10/secret-hidden-corporate-logos-666.html>

[34] neznan avtor, slika 34: Anagram Monas

[https://www.google.si/search?hl=sl&site=imghp&tbo=isch&source=hp&biw=1440&bih=775&q=hidden+text+sex&oq=hidden+text+sex&gs\\_l=img.3...5900.10649.0.11044.15.10.0.5.0.243.1300.0j9j1.10.0....0...1ac.1.64.i mg..0.12.1300.6T3Gr5727l0#hl=sl&tbo=isch&q=mcdonalds+mason&imgrc=rNfeiWX9cPJmUM%3A](https://www.google.si/search?hl=sl&site=imghp&tbo=isch&source=hp&biw=1440&bih=775&q=hidden+text+sex&oq=hidden+text+sex&gs_l=img.3...5900.10649.0.11044.15.10.0.5.0.243.1300.0j9j1.10.0....0...1ac.1.64.i mg..0.12.1300.6T3Gr5727l0#hl=sl&tbo=isch&q=mcdonalds+mason&imgrc=rNfeiWX9cPJmUM%3A)

## 7. PRILOGE

### 7.1. PRILOGA 1: ANKETA

#### ANKETNI VPRAŠALNIK

Spol: M Ž

Starost: med 15 in 30

med 31 in 40

Poklic: Učenec

Odrasla samska oseba; zaposlen

Starš

1) Kaj vidite na fotografijah?



---

1.1. ) Vidite še kaj?

---

2) So se vam kdaj zdeli kakršnikoli oglasi sporni?

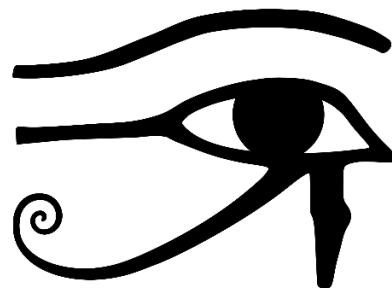
- a) Ne, ker jih ne gledam
- b) Nikoli
- c) Da – zakaj? \_\_\_\_\_

- 3) Ali veste, kaj so prikrita sporočila?
  - a) Več sporočil, ki se prekrivajo med seboj
  - b) Sporočila, katerih se ne zavedamo
  - c) Ne vem
- 4) Mislite, da lahko prikrita sporočila vplivajo na vas?
  - a) Da
  - b) Ne
  - c) Mogoče

4.1.) Na kakšen način?

- a) Vplivajo na našo podzavest in s tem na naše obnašanje
  - b) Vplivajo na našo zavest, vendar ne na naše obnašanje
  - c) Na nas sploh ne vplivajo, ker v to ne verjamem
- 5) Kdo postavlja/vstavlja ta sporočila v medije? (možnih je več odgovorov)
    - a) Politiki                  b) Oglaševalci
    - c) Športniki                d) Glasbeniki
    - e) Novinarji                f) Igralci
    - g) Skrivna društva      h) Pisatelji
    - i) drugo:

---
  - 6) Zakaj se prikrita sporočila uporabljajo?
    - a) Da bi manipulirali z ljudmi
    - b) Za zabavo
    - c) Ne vem
  - 7) Kje vidimo ta sporočila?
    - a) Povsod
    - b) Le po televiziji
    - c) Nikjer
  - 8) Ali veste kdo so Illuminati?
    - a) Podjetje, ki se ukvarja z razsvetljavo in lučkami
    - b) Skrivno društvo, kjer sodelujejo znane osebnosti
    - c) Ne vem
  - 9) Ste vedeli, da Illuminati uporabljajo trikotnike, hudičeve roge, tri šestke in oko, kot prikaz nadrejenosti in njihovega vpliva?
    - a) Da
    - b) Ne obstaja
    - c) Sploh si nisem mogel predstavljati



10) Ali vam te slike, v povezavi s prejšnjim vprašanjem, kaj povedo?

a)



b)



c)



---

---

---

11) Mislite da lahko ta sporočila vplivajo na vas, če se jih zavedate?

- a) Da, lahko še vedno, ker smo jih videli
- b) Ne, ker si bolj pozoren in zato ne more vplivati
- c) Ne vem in ne obstaja

12) V tej sliki je skrito sporočilo.  
Pozorno si jo oglejte.



12.1. ) Razen rož, vidite kaj nenavadnega, skritega?

---

13) Kaj ste se od te ankete naučili?

---

---

## 7.2. PRILOGA 2: FILM

Na to temo smo v programu Adobe Premiere sestavili kratek film s posnetki iz spleta in v njem prikazali primere prikritih sporočil, ki so predstavljeni v raziskovalni nalogi. V šolskem studiu smo se tudi posneli in komentirali posamezne primere.

