

# Vizibilni elementi predstava Kovida 19: estetizacija crnog sunca korone

**Violeta Tomanović<sup>1</sup>**

Univerzitet Megatrend, Fakultet za kulturu i medije

**Tatjana Cvetkovski**

Univerzitet Megatrend, Fakultet za poslovne studije

DOI: 10.5937/cm17-35355

**Sažetak:** Tema rada je istraživanje ikonologije virusa Kovid 19 od početka pandemije krajem 2019. do kraja 2021. Zadatak rada je da utvrdi način stvaranja vidljive slike nevidljivog „neprijatelja” i osmišljanja stabilnih kolektivnih predstava. U radu se razmatra odnos crno-belih slika i slika u boji, kao i odnos naučnih slika u odnosu na stilizovane, estetizovane i netačne predstave virusa korona. Hipoteza ovog rada je da se putem vizuelnih simbola i predstava virusa korona prenosi i oblikuje estetizovana posredovana stvarnost. Metodom analize osnovnih likovnih elemenata unutar jedne vizuelne predstave kao i uvođenjem analize, tzv. distorzije, moguće je odrediti dublji uticaj poruka ispod praga svesti. Iako su brojni autori dali svoje mišljenje o jednoobraznosti ikone virusa i otud njene prilagodljivosti u različitim kontekstima, autori ovog članka tvrde da je osnovna predstava virusa koja kruži medijskim prostorom arhetipski simbol sunca, konkretnije crnog sunca koji se pojavljuje tokom vekova u likovnom izrazu. U radu je sprovedena i analiza frekventnosti sadržaja primerom fotografije koja se pojavljuje 109 puta na zvaničnoj stranici Vlade Srbije na temu Kovid 19, na engleskom jeziku, od 6. marta do 9. decembra 2021. i nosi različite naslove, te shodno tome, šalje i različite poruke. Zaključak rada je da slika-ikona, simbol korona virusa, predstavlja estetizovanu formu realne opasnosti i stoga je bitno ublažava, dok se sa druge strane poigrava sa arhetipom sunca, odnosno, crnog sunca kroz njegovu dualnu prirodu.

**Ključne reči:** virus korona, kovid 19, ikona, arhetip, nauka, mediji, simbol, sunce

---

<sup>1</sup> Kontakt sa autorkama: vcvet82@gmail.com

## 1. Uvodna razmatranja

Pandemija izazvana SARS-COV-2 virusom korona koji je prvi put zabeležen krajem 2019. godine, do kraja 2021. godine, odnela je više od pet miliona ljudskih života<sup>2</sup>. Prisustvo nove bolesti poznate po nazivu Kovid 19 (po godini nastanka) ili široko prihvaćeno korona, unelo je milenijumsku prekretnicu u ljudskom društvu na globalnom nivou. Međutim, iako su se kroz istoriju javljale pandemije, nijedna nije bila tako temeljna i dosledna na svim kontinentima.

Istraživanje medijskog predstavljanja prethodnih epidemija ukazuje na to da se osnovni skup vizuelizacija, odnosno stilovi predstavljanja i ikonografije, stalno primenjuju sa suptilnim adaptacijama za jedinstvene bolesti i njihove predstave. Na taj način se stvara jedinstveni brikolaž (Alexander & Smith, 2020) kao proizvod spajanja poznatih struktura značenja u smislu narativa, binarnih kodova, žanrova i ikonografije sa smislenom praksom odnosno kolektivnim ritualima, predstavama i izvođenjima.

U uslovima pandemije, u kojoj je čovek prenosilac, uvek se nameće ideja o grupnom kontaktu i posledično međuljudskoj razmeni u smislu dobara i usluga. S obzirom na to da je virus nevidljiv golim okom, bilo je neophodno naučiti javnost da zamisli nezamislivo a sa druge strane stvorene su nove igre između postojećih, transistorijskih vizuelnih tropa, određenih mesta proizvodnje značenja i novih tehničkih mogućnosti (Ostherr, 2020). U cilju konstruisanja činjenica iz neizvesnosti nevidljive pretnje, ideološko i naučno-medicinsko ubeđivanje<sup>3</sup> su se povezali i ne samo da su bili refleksije stvarnosti već su oblikovali novu stvarnost (Alexander & Smith, 2020). U kratkom vremenskom roku, bilo je neophodno oblikovati kulturološke zamisli vizuelnih kontura, golim okom, nevidljive bolesti (Ostherr, 2020). I dok su simboli, odnosno mikroskopske slike koronavirusa široko kružile kao ikona bolesti Kovid 19, nekako se podrazumevalo da izvor bolesti bude vidljiv golim okom. Međutim, u odnosu na prethodne korona pandemije, gde je izvor bila životinja, sada se bolest više nije mogla zaustaviti praćenjem „životinjskih vektora jer su sada ljudi postali domaćini” (Ostherr, 2020: 708).<sup>4</sup>

<sup>2</sup> *Covid-19 coronavirus pandemic: Coronavirus cases: deaths: 5,261,642*. Retrieved 4.12.2021. from URL:<https://www.worldometers.info/coronavirus/>

<sup>3</sup> Pandemija je povećala isporuku naučnih informacija široj javnosti, stvarajući pritisak na medijske kanale da osiguraju da se date informacije ispravno tumače (Andreu-Sanchez & Martin-Pascual, 2021).

<sup>4</sup> Oster (Ostherr, 2020) navodi da spajanje virusa sa ljudskim domaćinom (strani, Vuhan virus) dovodi do toga da naizgled objektivne mikroskopske slike virusa postaju rasni patogeni u slikama pandemije globalnog zdravlja.

Izolacija i otuđenje koje je donela pandemija bitno su povećali izloženost medijima, a sa druge strane, ponavljano izlaganje informacijama dovelo je i do pojačanog odgovora na stres. Različiti oblici distanciranja kao i smanjenje kontakata doveli su do promene svakodnevnih navika i uobičajenog ponašanja. Novo doba, koje karakteriše strah od zaraze i stanje opšte anksioznosti, je svaka-ko došlo ali ritualizovane predstave totema i simbola oko kojih su se okupljale vođe država nudeći poput šamana iskustva čišćenja, jedinstvene modele iscelje-nja, metafore o ratu i žrtvovanju<sup>5</sup> imale su za cilj da povećaju svest građana o bolesti ali i da potvrde i ojačaju njihov kredibilitet.

Iako još uvek ne postoji vremenska distanca da bi se mogle sagledati posledice pandemije, već sada se može govoriti o vizuelnoj naučnoj komunikaciji u društvu postistine (Massey, Iyengar, 2019) ili o postraumatskom stresu u „ratu“<sup>6</sup> koji još uvek traje.

## 2. Teorija slike i vizuelna kultura

Poslednjih decenija, paradigma slike razvijala se na preseku između psihoanalitičkog i medijskog diskursa, međutim nova paradigma, upućuje na to da slika, široko shvaćena, sve više preuzima ulogu nezavisnu od specifičnih medija.<sup>7</sup> Upravo u težnji da definiše vizuelnu kulturu kao oblast sa širim značenjem u odnosu na tradicionalno shvaćenu sliku, kroz istoriju umetnosti, Mičel (Mitchell, 1994) uvodi studije istraživanja društvenih konstrukcija vizuelnog iskustva, predstavljajući ih kao povratak slike, koje obuhvataju niz različitih polja i disciplina, prvenstveno istoriju umetnosti ali i književnost, medije i studije kulture. On navodi da, u suštini, vizuelna kultura počinje u „carstvu neumetničkih, neestetskih i neposredovanih ili 'neposrednih' vizuelnih slika i iskustava“ (Mitchell, 2002: 99), odnosno u domenu vizibilnog. Međutim, pojam vizibilnosti, „uobraziljom viđeno“ (Boganović, 2010: 44) u smislu tumačenja jezika slike, njenog „čitanja“, koji se danas sve više koristi, potiče još iz 18. veka, kada ga uporedo sa pojmom ikonologije teksta, upotrebljavaju Joshua Reynolds i Ernst Gombrich (Mitchell, 2005). Ideja o tome da se slika može podjednako

<sup>5</sup> Detaljnije o promeni narativa u Velikoj Britaniji, Kini, Tajvanu i iskustvu kolektivne traume epidemijom Sarsa vidi u: Alexander & Smith, 2020.

<sup>6</sup> O pojedinim primerima ratnog vokabulara u masovnoj regrutaciji za bitku u proleće 2020. godine protiv korone, vidi u: Schwobel-Patel, 2020.

<sup>7</sup> Mnogi autori poistovećuju medijsku kulturu sa vizuelnom kulturom kao komplementarne koncepte. Detaljnije vidi u: Decker, 2012.

čitati kao i tekst, podstakla je brojne autore da se pozabave dubljim tumačenjem i značenjem slike, njenom suštinom i kontekstualizacijom. Saznanje o vizibilnom poimanju davno osvešćenih sadržaja, viđenom van opažajnog, odnosom stvarnog i mogućeg, sugestivnog, vizibilnog naspram vizuelnog, gde se razvija življenje pojedinačne i kolektivne svesti u opaženom (Bogdanović, 2002) omogućilo je da se putem slika šalju brojne manipulativne poruke.

Govoreći o *reci slika koje teku* kao ustaljeni način širenja informacija u medijima, Bal (Bal, 2003: 13) se osvrće na problem vizuelne suštine sa namernom da izdvoji specifičan tip slika sa dubljim značenjem i porukom, nasuprot njihovoj sveprisutnosti i šarolikosti. „Čin viđenja tako postaje naboj između spoljašnjih slika ili objekata i njihovih misaonih procesa” (Hooper-Greenhill, 2000: 4)<sup>8</sup>. U vezi sa postlingvističkim, postsemiotičkim povratkom i ponovnim otkrivanjem slike, Mičel (Mitchell, 1994: 16) navodi da se ona može tumačiti kao „kompleks međuigre vizuelnosti, tehničkih pomagala, institucija, diskursa, tela i figuralnosti”. Ipak, Mičel (1994) govori o specifičnoj uznemirenosti od slika, koja postoji od njihovog nastanka, o borbi za sliku i protiv nje, naročito danas, kada je povratak slike doprineo dominaciji vizuelnih medija i spektakla nad verbalnim aktivnostima. Njegovo (Mitchell, 2005) tumačenje slike kao specifične vrste vrtloga sa kolebljivom, dvostrukom prirodom širenja i uvlačenja ukazuje na predvidljivost reakcija sa jedne strane a sa druge strane na delimičnu kontrolu koja može izmaći u najnepoželjnijem trenutku. Takođe, Bal (2003) navodi da ono što je vidljivo nije samo po sebi očigledno, već se javlja iz skupa društvenih i kulturnih potreba koje stvaraju uslove za sagledavanje određenog fenomena ili artefakta. Da bi se nešto smatralo vizuelnim mora se uklopiti u smislenu strukturu informacija i znanja, odnosno „slike i nove slikovne tehnologije ne proizvode vizuelnu kulturu, oni su njeni artefakti” (Bal, 2003: 8).

O poretku *ludila slike* i požudi za slikama (Bodrijar, 1994: 23) može se govoriti i kroz vezu između identiteta slike i objekta jer pojedinac projektuje svoje mentalne vizije na viđeno, odnosno unutar svog „mentalnog leksikona” (Kostić, 2006: 272) ostvaruje aktivno oslikovljavanje, kreirajući mentalne predstave viđenog, živeći u tom „bisocijativnom svetu imaginacije i svetu stvarnosti koji se uzajamno prepliću” (Ilić, 1971: 116).

Povodom savremenog slikoborstva, odnosno straha od slika i njihovog uticaja, koje nastoji da kroz napad na slike i analizu, njihove ne retko destruktivne

<sup>8</sup> Detaljnije vidi u: Cvetkovska, Ocokoljić i Cvetkovski, 2012.

uloge, razbije njihovu moć, Mičel (2006) u intervjuu za časopis *Image & Narrative*<sup>9</sup>, govori o tome da bi se novi vid ikonoborstva zapravo trebao tumačiti kao kulturni fenomen po sebi koji zahteva kritički osvrt i istraživanje. On posebnu pažnju posvećuje metaslici (slika o slici) odnosno njenim spoljašnjim i unutrašnjim strukturama, prvom i drugom redu predstavljanja, govoreći o specifičnoj vrsti slika koje zahtevaju produženu pažnju, razmišljanje i delovanje.<sup>10</sup> Mičel, model metaslika, pored tradicionalnih vizuelnih umetnosti prenosi i razvija i na savremene medije, odnosno mešavinu različitih medija koji stvaraju predstave. Na taj način, projektovane, medijske slike imitiraju proces mentalnih predstava u ljudskoj svesti, a njihovo preklapanje dovodi do zamagljivanja granice između stvarnog i iluzije.

Slike u celini kao asamblaž virtuelnih, materijalnih i simboličkih elemenata, kao slike i predstave, kao tradicionalno shvaćene umetničke slike, pokretne i, unutrašnje, mentalne slike, svakako predstavljaju vitalne znakove koji igraju ključnu ulogu u društvenom životu i generišu šire vrednosti dok su „mediji staništa ili ekosistemi u kojima one oživljavaju” (Mitchell, 2005: 198).

### 3. Metodološki okvir

Vizuelne predstave korona virusa, u toku prethodne dve godine, bitno su obeležile medijski prostor na globalnom nivou. Izuzimajući direktne predstave smrti i bolesti, ne retko su se pojavljivale upravo estetizovane vizuelne forme, više vizibilne po svom karakteru, koje su na izvestan način prezentovale „nevidljivog” neprijatelja. S obzirom na to da je u radu naglasak na vizuelnoj predstavi virusa korona nalik ideogramu ili simbolu, primenjene su Arnhajmove (1994) metode tumačenja, odnosno analiza osnovnih likovnih elemenata (boja, perspektiva, kompozicija) tradicionalne slike kao i samog procesa viđenja određenih pojedinačnih elemenata ali i njihove celokupne forme objedinjene u jednu sliku ili predstavu, koji on naziva „opažajna stabilnost oblika” (Arnhajm, 1994: 66). Pojedinač primarnosti informacije u skladu sa predmetom interesovanja putem mehanizma „aktivne selektivnosti” (Arnhajm, 1994: 75) pritom zanemarujući naizgled sporedne elemente i sadržaje. Proces viđenja, zapravo proces stvaranja

<sup>9</sup> Gronstad A. & Vagnes, O. (2006) What do picture want? Interview with W.J.T. Mitchell, *Images Journal for Visual Studies*, Center for Visual Studies, Retrieved 10 May 2021 from <http://www.visual-studies.com/interviews/mitchell.html>

<sup>10</sup> Detaljnije vidi u: Цветковска, Оцокољић, Цветковски, 2011.

geštalta (Arnhajm, 1994) omogućava formiranje opšte strukture vidnog polja u svesti pojedinca a na taj način i određeni obrazac ponašanja. Međutim, kada su stabilni obrasci ispunjeni dvostrukom porukom, metaforama i analogijama, moguće je putem tzv. vizuelnog izobličenja, jedne vrste sublimalnih poruka, omogućiti primanje jednog sadržaja na svesnom i potpuno drugog na nesvesnom nivou (Arnhajm, 1994). Bal (Bal, 2003: 21) navodi da je proučavanje metafora koje se koriste u naturalizovanom obliku nezamenjivi deo studija vizuelne kulture. Upravo metafore i vizuelni analozi predstavljaju način na koji čovek od najstarijih vremena spoznaje život i uspostavlja vezu između spoljašnjeg i unutrašnjeg sveta, realnosti i imaginacije. S obzirom na to da vizuelne predstave putem medijski posredovane stvarnosti čine sastavni deo života pojedinca, likovne analogne predstave upravo služe „kao posrednici između čulnih iskustava i netelesnih sila koje leže u osnovi predmeta i zbivanja tih iskustava” (Arnhajm, 1985: 124).

Pored, analize slike virusa korona putem tradicionalnih metoda tumačenja i kognitivnog poimanja poruka putem procesa viđenja, u daljem tekstu je dat osvrt na simbolizam sunca koji je u osnovi korona ideograma.

U radu je putem navedenih metoda tumačenja slike, analizirana fotografija virusa korona (slika 3) i njen simbolizam, dok je sa druge strane, istraživano njeno prisustvo na Internet stranici Vlade Srbije, gde se u periodu od kraja novembra 2019 do 9. decembra 2021. pojavila 109 puta, kao i vrsta poruke. Analizirano je njeno procentualno prisustvo u odnosu na ukupan broj vesti o virusu korona kao i naslovljanje tekstova u kojima se ona pojavljuje kao ilustrativni dodatak.

#### **4. Virus korona: slika i/ili sličnost**

U medijima se tokom 2020. i 2021. odomaćila predstava stilizovane trodimenzionalne slike mikroskopskog snimka virusa kao izazivača bolesti (slika 1).<sup>11</sup> Uobičajen, osnovni izgled podrazumeva loptu sa izraženim završecima nazvanim S protein, koji se kače za ljudsku ćeliju. Grafički izgled ukazuje na to da oni podsećaju na vrstu krune ili oreola, te je stoga upotrebljen naziv korona,

---

<sup>11</sup> Verovatno najpoznatija predstava virusa je slika koju su osmislili medicinski ilustratori Alissa Eckert i Dan Higgins za *Center for Disease Control*, koja se pojavila 21. januara 2020. Detaljnije, vidi u: Gaiter, 2020. Međutim, pored korišćenih boja autori su upotrebili tzv. kamenu strukturu kako bi skrenuli pažnju na težinu situacije i privukli pažnju (Sonnevend, 2020). Mnoštvo kasnije nastalih slika inspirisano je upravo ovim prikazom.

koji je iako uopšten za sve viruse korona, postao u slučaju zaraze Kovid 19, opšte prihvaćen. Ova slika vrlo brzo je postala ikona koju ljudi odmah prepoznaju ali i simbol strašnog, veoma zaraznog virusa.

Naizgled jednostavni prikaz korona virusa, šematizovan na nivo logotipa ili ideograma<sup>12</sup> predstavlja svakako jedinstveni vizuelni izazov. U osnovi dehumanizovan i antropomorfan on ne ukazuje direktno na patnju bolesnog tela, već naizgled ostaje na nivou naučno neutralnog, nepristrasnog i objektivnog (Ostherr, 2020: 708). Jedna od posledica nevidljivog glavnog izvođača, odnosno strašnog neprijatelja, dovela je do toga da se pojavljuje niz indirektnih slika koje se bore da zastupaju događaj (Connevend, 2020), odnosno ublaženo prezentuju posledice zaraze kako bi predupredile buduće neželjeno ponašanje stanovništva.

Oslanjanje na Aristotelovu (1971) teoriju dvostruke prirode stvarnosti čija je osnovna jedinica stvar ili supstanca gde ona može biti sa jedne strane jedinstvo a sa druge mnoštvo govori u prilog tvrdnji o repliciranju medijski posredovane stvarnosti i poruke koja se prostire na globalnom nivou. Ista slika se umnožava bezbroj puta sa jasnim sadržajem i značenjem.<sup>13</sup> Međutim, ono što proizilazi iz konteksta umetanja određene slike koja nosi duboku poruku vodi do izvesne distorzije, izobličenja koja spadaju u domen vizibilnog<sup>14</sup>, odnosno neuhvatljivog i apstraktnog. Vizibilno po svojoj prirodi uvek predstavlja deo opštih mentalnih predstava, odnosno uvek prethodi slici. Na taj način, aktualizaciji značenja slike prethode ekstenzivne nesvesne asocijacije kojima se može manipulirati stvaranjem planiranih veza, odnosno povezivanja sa prethodnim znanjem, iskustvom i okolnostima. Na koji način će određena poruka stići do krajnjeg korisnika i kako će biti protumačena svakako je od krucijalne važnosti kada je reč o smrtonosnom virusu koji je u jednom trenutku zaustavio svet.

Međutim, iako su se vremenom razvile brojne predstave Kovid 19, od zastrašujućih, čak ponekad i šaljivih, Gajter (Gaiter, 2020) naglašava da je umetanje simbola korone, bez obzira na kontekst uvek poziv na akciju. Virus uvek uništava ili je uništen. U skladu sa tvrdnjom da antropomorfizam nije zasnovan

<sup>12</sup> Ne upuštajući se dublje u semiotičku tradiciju i njenu metodološku osnovu, ideogram se može tumačiti kao simbol komunikacijskog lanca. Iako on ne predstavlja pojedinačni simbol „uzimajući ga kao saobraćajni znak, grafički motiv tada dobija smisao u setu vizuelnih indikatora za dalji saobraćaj, odnosno komunikaciju” (Garsia-Manso, 2021: 46).

<sup>13</sup> Slika virusa korona, koja je postala široko rasprostranjena takođe ukazuje na jedinstvo jedne prirode, jednu tvar, koja se, naseljavajući domaćine, odnosno ljudsku populaciju, razmnožava i prerasta u mnoštvo.

<sup>14</sup> Detaljnije o pojmu vizibilnog u odnosu na vizuelno, vidi u: Богдановић, 2002.

na specifičnim sistemima verovanja već na interakciji (Airenti, 2018), pod određenim okolnostima, poput pandemije, moguće je antropomorfizirati entitet, odnosno virus, kao preteći uzročnik bolesti, iako on nema mentalni život. Na taj način, medijski posredovane informacije, popularno nazvane *second-hand informations*<sup>15</sup> dodatno izazivaju pometnju u globalnom auditorijumu jer „u percepciji iščezava granica između onog što je dato i onog što je dodato” (Hartman, 1979: 54). Sa druge strane, naučne ilustracije virusa su svakako nerazumljive laičkom oku, bez obzira na to koliko su ga realno medicinski ilustratori predstavili. Upravo ta neuhvatljivost, nesagledivost ima ključnu ulogu jer omogućava upotrebu slike u širokom kontekstu, njenu vizibilnost. Virus je postao jedinstveni izvođač, nevidljiv oku, ali široko zastupljen u spektakularnim vizuelnim prikazima<sup>16</sup> (Connevend, 2020). Upravo njegova nevidljivost omogućila je da se i nauka poigra sa vizuelnim prikazima. Tako se u medijima, naročito na početku pandemije, koristila retuširana, trodimenzionalna ilustracija u boji radije nego njegova stvarna slika (slika 1). Takođe, tokom prethodne dve godine mnoge slike koje su se koristile kao podrška informacijama o virusu korona zapravo su predstavljale druge viruse te se može reći da su lažne slike ili imaginarne ilustracije (slika 2) prevladavale u svim izvorima, osim u enciklopedijama ili naučnim člancima (Andreu-Sancez, & Martin-Pascual, 2020; 2021).<sup>17</sup>

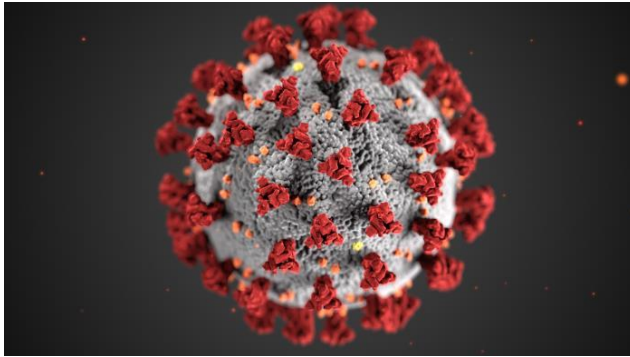
U prilog tvrdnji da patimo od epidemije odsutnog značenja ili sveznačenja može se dodati stanovište da je slika o virusu korona suviše raznovrsna jer običnom narodu ima vrlo malo značenja da ponudi (Connevend, 2020). Međutim, autori ovog rada smatraju da vizuelna predstava virusa korona nije sama po sebi toliko raznovrsna u tumačenju, već nagoveštavaju mogućnost da ona predstavlja snažan putokaz, arhetip ucrtan duboko u podsvest pojedinca i društva u celini, s obzirom na svoj osnovni simbolizam sunca, odnosno njegovu dualnu prirodu: život i smrt. Na taj način, estetizovana predstava korona virusa, neka vrsta *soliforma*, prezentovana putem medija, ima za cilj da estetizuje i ublaži strašne posledice bolesti koju on nosi ali i da umanjiti strah od nevidljivog i nepoznatog.

<sup>15</sup> Detaljnije vidi u: Cvetkovska, Ocočoljić i Cvetkovski, 2010; 2012.

<sup>16</sup> Istaživanja odnosa između epidemije i njenih predstava, može se posmatrati i kroz brojne lirske fotografije i njihove vizuelne strategije. Detaljnije vidi u: Guerrero, 2021.

<sup>17</sup> Primetno je da je veliki broj fotografija korona virusa, koje prate vesti o pandemiji, preuzeto sa sajtova koji se bave komercijalnom prodajom fotografija, poznatim kao stok (*stock*) fotografije: *Alamy*, *Istock*, *Stockphoto*, *Shutterstock*, *Pixabay* i drugi. Radi se o fotografijama koje moraju zadovoljiti visok stepen kvaliteta na tehničkom nivou ali je interpretacija teme potpuno slobodna i zavisi od stila i mašte pojedinca.





*Slika 1. Prva trodimenzionalna ilustracija virusa korona u boji*<sup>18</sup>



*Slika 2. Virus korona u „cvetanju”, molekularni pejzaž*<sup>19</sup>

#### 4.1. Crno sunce korone: vizuelno i vizibilno

Umnožavanje slike po sebi, putem vizuelnih medija, njeno izmeštanje iz stvarnosti u virtuelni svet, omogućilo je da slika postane sveprisutna. Međutim, problem vizuelne suštine postaje sve veći jer vizuelna različitost pre svega ukazuje na siromaštvo slika i/ili izražava želju za označavanjem staze vizuelnosti nasuprot drugim medijima ili semiotičkim sistemima (Ball, 2003: 13). Vizuelnost i prostornost, odnosno predstave koje su najsnažnije unutar čoveka, materijalizuju se na izvestan način u opipljivoj stvarnosti koja ga okružuje (Mitchell, 2002: 168).

<sup>18</sup> Retrieved 10. September, 2021 from URL: <https://phil.cdc.gov/details.aspx?pid=23312>

<sup>19</sup> *Molecular Landscapes by David S. Goodsell, Coronavirus, 2020.* Retrieved 10 July 2021. From URL: <https://pdb101.rcsb.org/sci-art/goodsell-gallery/coronavirus>

Sagledavajući upotrebu slika u naučnoj komunikaciji, pojedini naučnici koriste sve češće kovanicu *viskurs* kao analogiju Fukoovom diskursu kako bi naglasili razrađenu mrežu vizuelnih međuveza između slika i njihove primene (Hentschell, 2014: 262). Sonevend (Sonnevend, 2020) tvrdi da je prikaz virusa isuviše estetizovan, privlačan, pitom i da „umesto da virus postane zver koje se mnogo plaše, prezentacija koronavirusa izaziva divljenje” (slika 2). Međutim, uvođenje estetike u bizarnom (Mol, 1971), slike izokrenute i košmarne stvarnosti, još u 12. veku sveti Bernard naziva „predivna izopačenost” (Moxey, 1994: 120).<sup>20</sup> Sa druge strane, efekat refleksije u ogledalu (Mitchell, 2005) omogućava da se proces obrne i da se košmarna stvarnost estetizuje. Kada stvarnosti nema, već postoji samo označitelj površine (Gibson, 1971) relativnost se pretvara u svoju suprotnost i ustupa mesto razornoj moći uma. Na taj način metonimijski vizuelni isečak određene informacije, nameće se percepciji primaoca kao data stvarnost<sup>21</sup>. S obzirom na to da je virus nevidljiv golim okom, nepoznati, sveprisutni neprijatelj, i činjenicom da je oduvek postojala potreba da čovek videњem spoznaje istinu, mračni, tajanstveni virus je estetizovan i sveden na nivo ideograma kako bi se ublažile posledice koje on svojim prisustvom u ljudskoj populaciji izaziva.

Međutim, s obzirom na to da je estetizacija virusa potvrđena i kroz naučna istraživanja<sup>22</sup> u kontekstu prvog vizuelnog trodimenzionalnog prikaza i da je slika doživljena čak i kao lepa ali nedovoljno realistična i naučna ili didaktička, crno bele slike su potpuno suprotno doživljavane jer je lepota slika o virusu korona bila u negativnoj korelaciji sa percepcijom naučnog realizma i didaktičke vrednosti (Andreu-Sancez & Martin-Pascual, 2021). Treba napomenuti i to da se prva crno bela mikroskopska i naučno tačna slika korona virusa, zapravo pojavila iz Kineskog centra za zarazne bolesti (*Chinese Center for Disease Control and Prevention*)<sup>23</sup>, u januaru 2020, međutim ona očigledno nije bila dovoljno

<sup>20</sup> Цветковска, Оцокољић, Цветковски, 2010.

<sup>21</sup> O metaforama i metonimijama prisutnim tokom pandemije virusa korona u medijima i u delima likovnih umetnika, vidi u: Soyguder Baturlar, 2021.

<sup>22</sup> Istraživanje sprovedeno tokom 2020. godine je obuhvatilo 91,908 odgovora sa 15,315 asocijacija za svaku kategoriju: lepota, naučni kvalitet, realizam, stepen zaraze, nivo straha i didaktička priroda, odnosno varijable za koje se smatralo da su od interesa u kontekstu pandemije. Takođe, izabrano je šest nezavisnih karakteristika slika: fotografija, ilustracija, crno bela slika, boja, 2d i 3d (Andreu-Sancez & Martin-Pascual, 2021).

<sup>23</sup> Vasquez, T. *First pictures of coronavirus under microscope released*. Published 24 January 2020. Retrieved September 10 2020 from URL:<http://www.kxan.com/news/international/first-pictures-of-coronavirus-under-microscope-released/>

interesantna i prilagodljiva širem auditorijumu. Takođe, zanimljivo je da se crno bele slike virusa korona doživljavaju kao najrealnije, naučne, i najdidaktičkije, što je veoma teško objasniti s obzirom na to da većina ljudi realnost doživljava u boji (Andreu-Sancez, & Martin-Pascual, 2021).

Jung (Jung, 1984a: 55) zastupa tvrdnju da se simboli javljaju u svim vrstama psihičkih izražavanja i navodi da se često čini da i neživi predmeti saraduju sa nesvesnim u stvaranju simboličkih primera. Međutim, iako se simboli stvaraju u nesvesnom, on navodi da kasnije mogu svesno biti razrađeni, kontekstualizovani i da se njima može manipulirati. Garsija-Manso u tumačenju simbolizma slika virusa korona primenjuje pojam *soliform* koji ukazuje na formu nalik suncu sa radijalnim zračenjem (Garsia-Manso, 2020). U kontekstu ove forme prikazivanja može se tumačiti, već upečatljiva i prepoznatljiva slika-ikona korona virusa. Krug ili lopta, sa specifičnim radijalnim zracima, je arhetip sunca. S obzirom na to da predstave dobijene putem čula preslikavaju deo osobina objekta na koji se odnose, vizuelne analogne predstave predstavljaju najjači stepen čovekove komunikacije sa okruženjem. Međutim, dualnost prirode ogleđa se u alhemijском tumačenju njegove toplote. Ona može biti blagodatna i životodavna a sa druge strane može predstavljati razaranja. U svom najuzvišenijem aspektu pojavljuje se kao Crno sunce (*Sol Niger*), odnosno duhovno zlato. Međutim, tumačenjem kroz dva aspekta nigreda, dve faze jednog stanja duha, zatamnjenja koje prethodi prosvetljenju, ta druga tama je tokom vekova sledila formulu crnila: „*Obscurum per obscuris (u tami najveće tame)*” (Battistini, 2007: 68). Crno sunce, crnjenje, pročišćenje, *nigredo*, trovanje, mučenje, ubijanje, komadanje, truljenje i smrt su oblici interakcije koji opisuju patnju ali predstavljaju istovremeno i pomračenje svesti i svesno gledište (Stanton, 2008: 22). Dualnost nigreda (Jung, 1984b), odnosno dve tame, najavljuje početak opusa kada prva tama nagoveštava izolaciju, odvajanje od sveta, karantin u kom se pojedinac otuđuje od sveta kako bi spoznao sebe, dok druga tama predstavlja viši aspekt unutrašnjeg stanja koji najavljuje prosvetljenje duše kom prethodi melanholija i neka vrsta ludila. Antički Grci su proces ovog brzog preokreta – promene nazivali *peripeteia*, što u psihološkom procesu simbolizuje nagli preokret iz depresije u prosvetljenje (Sullivan, 2000: 26).<sup>24</sup> Momentu drugog pomračenja svakako prethodi fenomen poznat kao rumena zora, *rubedo*, rumečenje, odnosno cvetanje (slika 2). Na neki način, medijske slike korona virusa,

<sup>24</sup> Detaljnije vidi u: Цветковска, Оцокољић, Цветковски, 2011.

koje su trenutno, za razliku od prve tzv. plave faze, sada pretežno u fazi *rubeda*, odnosno crvenih tonova, možda najavljuju upravo pročišćenje i nagoveštaj početka kraja pandemije. Novi soj virusa koji se pojavio sredinom novembra 2021. pod nazivom Omikron, svakako će dovesti do uvođenja nekih novih manje ili više restriktivnih mera ili će označiti nagoveštaj početka kraja pandemije korona virusa.

Sa druge strane interesantno je i tumačenje ideograma korone u kontekstu antičke Meduze-Gorgone gde je prisutno njeno snažno apotropejsko svojstvo. Radijalno zračenje i geometrija krune njena uloga zastrašivanja i zaštite istovremeno i sklonost ka šematizmu kao amblem na ratnim štitovima doprinosi uspostavljanju paralele sa digitalnim ikonama u relaciji grafičkog predstavljanja korona virusa, naročito u kontekstu njegovih, ranih crno belih, autentičnih predstava i groteskne Gorgone (Garsia-Manso, 2020).<sup>25</sup> Autorka, takođe navodi da je virulencija u 2020. godini omogućila uspostavljanje globalnih vizuelnih ikona, prepoznatljivih celokupnoj ljudskoj zajednici, upravo stoga što su one izotipne po prirodi, odnosno ne zahtevaju alfabetsku grafiku (Garsia-Manso, 2020: 54). Međutim, nije u potpunosti jasno kako slike virusa korona utiču na emocije pojedinca i njihovu percepciju virusa i da li takve slike menjaju društveno ponašanje u vezi sa pandemijom Kovid 19 (Andreu-Sancez & Martin-Pascual, 2021). Takođe, postavlja se pitanje, kako različiti atributi slika virusa korona utiču na percepciju virusa kod ljudi?

U nejasnoj i nepredvidljivoj atmosferi straha, uvek je najsigurnije primenjivati vizuelne predstave sa jasnom porukom.

#### 4.2. Virus korona: analiza fotografije

U kontekstu utvrđivanja uticaja likovnih elemenata u građenju tradicionalne slike, primenjenih na fotografiju, i atributima koje ona nosi, naveden je primer fotografije sa zvanične stranice Vlade Srbije <https://www.srbija.gov.rs/vest/en>, vesti na engleskom jeziku (slika 3).

---

<sup>25</sup> Detaljnije o tumačenju veze između ideograma virusa korona i antičke predstave Gorgone-Meduze, vidi u: Garsia-Manso, 2020.



*Slika 3. Vizuelna predstava korona virusa<sup>26</sup>*

Na fotografiji, koja se od početka pandemije virusa korona krajem 2019 do 9. decembra 2021 godine pojavljuje čak 109 puta<sup>27</sup> zastupljene su tri osobe, gde se može pretpostaviti da je centralna, koja drži stilizovani plakat *Corona virus*, muška osoba. Ako se primeni Arnhajmova (1994) tvrdnja da zapadno društvo, čita slike s leva na desno, moguće je uočiti zanimljiv redosled događaja i osmišljene priče. Sa leve strane fotografije najpre se pojavljuje ženska osoba, najverovatnije doktorka ili medicinska sestra, obučena u beli mantil čije se lice ne vidi jer je okrenuta leđima. Može se primetiti njena smeđa kosa pokupljena u rep. Stiče se utisak da obavlja veoma važan posao u laboratoriji, i da je zauzeta. Nasuprot njoj, u desnoj polovini slike nalazi se druga ženska uniformisana osoba (kapa, vizir, maska, beli mantil, rukavice) koja u ruci drži laboratorijske uzorke ili vakcine, odnosno attribute svoje delatnosti. Njeno lice istaknuto je u krupnom planu ali joj pogled nije usmeren ka posmatraču, već neodređeno gleda na dole ili gleda u uzorke koje drži. Iako se stiče utisak da je postojala težnja da se prikažu tri osobe koje se nalaze u istom prostoru, u kom dominiraju hladni, plavi tonovi, centralna osoba na fotografiji deluje kao da je naknadno umetnuta u nekom od programa za obradu fotografija, dok su ženske figure neizoštrene i van fokusa. Na taj način je sprovedena vizuelna distorzija (Mitchell, 1986; 2005) odnosno izobličenje, metodom prijema dvostrukog sadržaja gde određena jasna vizuelna informacija stavlja težište poruke u prvi plan, dok zamagljeni,

<sup>26</sup> URL: <https://www.srbija.gov.rs/vest/en>, posećeno: 5. I 2022.

<sup>27</sup> U daljem tekstu data je analiza sadržaja sa detaljnim tumačenjem fotografije i brojem ponavljanja u odnosu na navedeni period.

prateći elementi kontrolišu prijem i tumačenje glavne, sublimalne poruke koja prodire u podsvest pojedinca.

U skladu sa Arnhajmovom (1994) teorijom o centričnosti, može se uočiti da se muška figura nalazi u sredini slike i da je njena uloga najvažnija kao i poruka kojom se ona direktno obraća posmatraču. Ona je jezgro, tema slike dok su prateći elementi u službi opisa i dodatnog pojašnjenja događaja. S obzirom na to da je čovek, po svojoj prirodi centrično biće koje okruženje doživljava kao prostor nastanjen sekundarnim stvarima i događajima (Arnhajm, 1994), analizirana fotografija (slika 3) dodatno naglašava ulogu pojedinca koji uređuje prostor oko sebe, odnosno kao okosnica događaja unosi red u njega. Međutim, stiče se utisak da je centar fotografije zapravo logotip prikazanog virusa (svojom veličinom i naročito, crvenom bojom) a da je čak i prisutna muška figura prateći element. To je muškarac srednjih godina, sa medicinskom belom kapom na glavi, belom maskom i naočarima. Nosi medicinsku plavu odeću i rukavice, dok u rukama drži plakat sa upozorenjem. Pozadina plakata je bele boje a na sredini je veliki dvostruki plavo-beli prsten, „obredni ili čarobni krug” (Jung, 1984b: 103) u čijem centru se nalazi crtež virusa u obliku crvene lopte sa, već prepoznatljivim pipcima. U plavom prstenu je belim slovima ispisan tekst *Corona virus*. Vizuelna predstava virusa veoma nalikuje logotipu a jarko crvena boja lopte sa šiljcima, krvava fleka, kao da bukti i najviše privlači pažnju. Sa druge strane, muškarac, najverovatnije lekar, drži plakat poput transparenta na javnom protestu, ili poput viteza sa oklopom, koronom-gorgonom (Garsia-Manso, 2020) kreće u „borbu” protiv virusa. Mimo grafike, zaštitnički karakter (štit) koji dizajn predstavlja, takođe ukazuje na razmišljanje o ljudskim odnosima pred pretnjom od nečeg nevidljivog (Garsia-Manso, 2020). Ipak, njegov pogled, kao ni pogledi druge dve osobe, nije usmeren ka javnosti, posmatraču, već on blago povijene glave, gleda na dole. Iz daljine posmatrano, crvena lopta nalikuje krvavoj mrlji. Celokupnom fotografijom dominiraju tamno plavi, bleđi tonovi koji na neki način čine pozadinu scene dok je glavni izvođač upravo virus korona koji dominira svojom crvenom bojom. Ako se posmatra, scena sa leve na desnu stranu može se zaključiti da postoji određeni scenario u ponašanju prikazanih osoba. Prva je okrenuta leđima, druga osoba je prikazana u polu profilu i gleda na levo u odnosu na posmatrača, dok je treća osoba, u desnoj polovini slike, okrenuta ka auditorijumu ali je njen pogled takođe blago spušten i diskretan. Analogija u vezi sa posturalnom ekspresijom ukazuje na pokret, de-

lovanje. Sa jedne strane, moglo bi se zaključiti da osobe na fotografiji rade važan posao u vezi sa korona virusom, a sa druge strane moglo bi se pomisliti i da su prešli iz faze invazije u fazu odbrane od virusa.

Razmatranjem likovnih elemenata može se uočiti da je na fotografiji primenjena tzv. centrična postavka jer se u samom središtu scene nalazi glavni glumac, odnosno virus sa upečatljivom bojom i porukom dok je prostor oko njega ispunjen sekundarnim stvarima i događajima. Posmatranjem ljudskih figura primećuje se da se one uvećavaju s leva na desno što ukazuje na psihološki momenat uvećavanja opasnosti. One se mogu svrstati u domen ekscentrične perspektivne pozadine (Arnhajm, 1994) koja stvara izvesna izobličenja i daje podtekst osnovnoj poruci. To je mirna, ledena, plava osnova koja najavljuje plimu novih ali svakako postojanih događaja u kontekstu zaraze. Medicinsko osoblje je prisutno, obavlja svoj važan posao ali njihovi indirektni pogledi kao da ukazuju da se oni ne obraćaju javnosti, da ne učestvuju u direktnoj emotivnoj patnji i strahu već su sastavni činilac epidemije. Arnhajmovska (1994) aktivna selektivnost omogućava razvijanje metode primanja dvostrukog sadržaja koji putem mehanizama kontrolisane poruke obezbeđuju predviđeni prijem kod primalaca kao i ponašanje. Analizirana slika, sa druge strane, svakako doprinosi verifikaciji ili vizuelizaciji opasnosti a istovremeno daje informaciju o širenju znanja, odnosno sredstvu za usporavanje zaraze.

### 4.3. Virus korona: frekventnost fotografije i naslovljavanje

U prethodnom delu rada analizirana je fotografija (slika 3) u skladu sa načelima tradicionalnog tumačenja slike i simbolizma, sa naglaskom na Arnhajmove metode (Arnhajm, 1994; 1995). Međutim, odabir navedene fotografije izvršen je između ostalog, i zbog njene prisutnosti u Internet vestima koje je prezentovala upravo državna vlast<sup>28</sup>. Opisana slika pored svoje specifične simbolike, dodatno je interesantna zbog višestruke primene kao prateći ilustrativni dodatak različitih vesti na temu korona virusa. Na taj način, moguće je utvrditi

<sup>28</sup> Na stranici Vlade Srbije, navodi se da je izvor fotografije Tanjug, međutim moglo bi se zaključiti da je u pitanju jedna tipična komercijalna stok fotografija. Govori se o fotografijama, koje svako može da kupi i/ili postavi u bilo kom kontekstu. Navedena fotografija (slika 3) može se besplatno preuzeti sa pixabay.com internet stranice. Zanimljiva je upravo činjenica da je plakat koji muškarac drži u rukama ostavljen prazan. Beli pano nudi mogućnost da se u njega umetne bilo koja slika, tekst ili poruka i na taj način postaje otvoren za brojna različita tumačenja. Takođe, može se zaključiti da je prazan panel ostavljen sa idejom da se na njemu mogu postaviti poruke na različitim jezicima čime je izbegnuta lokalna specifičnost, odnosno data je mogućnost da se on lokalizuje po potrebi. Vidi fotografiju u: <https://pixabay.com/illustrations/coronavirus-corona-sars-cov-2-virus-4947692/>

kontekst slike u odnosu na naslovljavanje ali i ulogu njene učestalosti u smislu anestetiziranja javnosti.

Na zvaničnoj internet stranici Vlade Srbije, pod opcijom *Kovid 19*, rubrika: *Vesti* (na engleskom jeziku) ukupan broj vesti od početka pandemije, 6.03.2020.<sup>29</sup> do 9.12.2021. iznosio je 1201. Tokom 2020. godine, ukupan broj vesti obuhvaćenih temom Kovid 19 iznosio je 732. Tokom navedenog perioda fotografija (slika 3) se pojavljuje 13 puta (1,78%). Prvi put se dakle, pojavljuje 6. marta kao potvrda prvog slučaja zaraze u Srbiji, zatim aprilu (1), julu (1), septembru (2), oktobru (5) i decembru (4). Analizom naslovljavanja utvrđeno je da se svi naslovi odnose na porast broja zaraženih i da se svode na brojčano stanje zaraženih i povremeno, umrlih. Izdvaja se jedino vest objavljena 25.12.2020: *2,534 health workers infected with coronavirus*<sup>30</sup> u kojoj se navodi broj zaraženog medicinskog osoblja.

Može se zaključiti da je fotografija (slika 3) sa jakim ideogramom, logotipom virusa korona u 2020. godini uglavnom bila naslovima vezana za kratke informacije o brojčanom stanju zaraženih i nagoveštavala njihov porast u skladu sa trenutnim stanjem u Srbiji.

Tokom 2021. ukupan broj vesti, obuhvaćenih temom Kovid 19, iznosio je 469. Tokom navedenog perioda fotografija (slika 3) se pojavljuje 96 puta (20,47%). Od ukupno 96 objava, 45 (46,88%) se odnosi na vesti o smanjenju virusa korona dok se 51 (53,13%) vest odnosi na porast broja zaraženih. U skladu sa tim može se zaključiti da je u odnosu na 2020 (1,78%) porast broja ponovljenih fotografija znatno veći u 2021 (20,47%).

Prva vest sa navedenom fotografijom se pojavljuje već prvog januara 2021. i prati blagu gradaciju u porastu broja zaraženih (4 vesti) da bi se već 19.02.2021. vezala za naslov u kom se spominje 2,632 novozaražena slučaja korona virusom<sup>31</sup>. To je ujedno i jedina vest vezana za navedenu fotografiju u februaru. U martu se fotografija pojavljuje 4 puta i takođe prati brojčani porast zaraženih i hospitalizovanih, dok se u aprilu pojavljuje čak 10 puta gde se polovina prvih vesti vezuje za porast novozaraženih a druga polovina za opadanje broja obo-

<sup>29</sup> Belgrade, 3 March 2020, *First case of coronavirus in Serbia confirmed*. Retrieved 10 December 2021. From URL: <https://www.srbija.gov.rs/vest/en/150981/first-case-of-coronavirus-in-serbia-confirmed.php>

<sup>30</sup> Belgrade, 25 December, 2020. *2,534 health workers infected with coronavirus*. Retrieved 10. November 2021 from URL: <https://www.srbija.gov.rs/vest/en/165591/2534-health-workers-infected-with-coronavirus.php>

<sup>31</sup> Belgrade, 19 February, 2021. *Serbia reports 2,632 new coronavirus cases*. Retrieved 10 April 2021 from: <https://www.srbija.gov.rs/vest/en/168033/serbia-reports-2632-new-coronavirus-cases.php>



lelih. U maju se fotografija pojavljuje čak 20 puta ali se svi naslovi vezani za nju odnose na informacije o opadanju broja zaraženih. U junu se fotografija pojavljuje 15 puta i to svakodnevno od 1-15. juna gde su naslovi vezani za sliku promenljivi i odnose se pretežno na informacije o smanjivanju broja zaraženih. U julu se fotografija pojavljuje 16 puta sa blagim naglaskom na postepenom porastu broja zaraženih. Avgust (4 vesti) je takođe obeležen informacijama o porastu broja obolelih. U septembru se pojavljuje deset naslova vezanih za fotografiju koji ukazuju na porast broja zaraženih. Oni se uglavnom pojavljuju u prvoj polovini meseca, odnosno do 18. septembra. U oktobru se pojavljuje 6 vesti među kojima je primetan značajan broj porasta obolelih (6,721) u odnosu na prethodni period kao i broj umrlih (63)<sup>32</sup>. U novembru se pojavljuje 5 vesti i u naslovima se ukazuje na smanjenje korona pozitivnih građana. Poslednja obrađena vest vezana je za naslov i fotografiju, 8.12.2021. u kojoj se navodi da se povećava broj pacijenata na veštačkoj ventilaciji.<sup>33</sup>

Sagledavajući naslove vezane za istu fotografiju koja se pojavljuje tokom 2020 (13 puta, 1,78%) i 2021 (96 puta, 20,47%) ukupno 109 puta (9,8%) u odnosu na ukupan broj vesti (1201), može se uočiti porast njene prisutnosti a samim tim i sve veći naglasak na apstraktnu, stilizovanu, linearnu formu virusa iza koje su ljudi, medicinsko osoblje, tek pozadina, deo žanra koji upotpunjuje sliku. Iako je tema vesti iz 2020. godine pretežno vezana za obaveštenja o porastu broja zaraženih, tokom 2021. godine se može uočiti da je odnos vesti vezanih za broj novoobolelih u porastu (53,13%) i vesti vezanih za broj novozaraženih u opadanju (46,88%) približno isti. U tom kontekstu, potvrđuje se tvrdnja da je apstraktnost virusa kao nesagledive forme prisustva neprijatelja potpuno neutralna. Ovakav vizuelni prikaz, moguće je vezati za različite aspekte zaraze virusa korona te stoga i za različite vesti i poruke.

Učestalost prisutnosti navedene fotografije (slika 3) u pojedinim periodima može se dovesti u vezu sa vrstom plasirane poruke o korona virusu. U toku 2020 godine ona se u odnosu na ukupan broj vesti o virusu korona pojavljuje 1,78% dok se u 2021 godini zastupljena sa 20,47%. Stiče se utisak da je u toku 2020. godine uloga fotografije bila zanemarljiva i da je naglasak bio više na ideji o odbrani i borbi protiv virusa, dok se njena uloga tokom naredne godine bit-

<sup>32</sup> Belgrade, 28 October, 2021. 63 people die as result of virus. Retrieved 10 November 2021 from: <https://www.srbija.gov.rs/vest/en/180400/63-people-di-as-result-of-virus.php>

<sup>33</sup> Belgrade, 8 December, 2021. Increased number of patients on ventilators. Retrieved 10 December 2021 from: URL: <https://www.srbija.gov.rs/vest/en/182215/increased-number-of-patients-on-ventilators.php>

no promenila jer su mediji sve više naginjali ka estetizaciji virusa i neutralnim, manje zastrašujućim porukama.

S obzirom na to da ponavljano izlaganje informacijama o temi koja po sebi izaziva strah i neizvesnost dovodi i do pojačanog odgovora na stres, uloga navedene fotografije bi se mogla tumačiti kao deo mašinerije u estetizaciji realne opasnosti.

## 5. Zaključak

U kontekstu povratka slike koji je započeo u drugoj polovini 20. veka, može se suštinski govoriti o strahu od slika koji postoji uporedo sa nastankom prvih slika, arhetipova, ideograma. Iako se čini da je savremeno, pretežno vizuelno doba, razvilo nove forme simulacije i iluzije, uznemirenost od slika podjednako postoji, kao što ni ikonoborstvo<sup>34</sup> nije proizvod savremenog društva (Mitchell, 1994). Međutim, kada je slika (slika 1, 2, 3) istovremeno i arhetip i prenosilac kolebljive poruke, ona prodire kroz svaki prag odbrambenog mehanizma svesti i percepcije i prodire u polje nesvesnog.

U vremenu fizičke distance, karantina<sup>35</sup>, otuđenja i straha, slike medijski posredovane stvarnosti svakako zauzimaju glavnu ulogu. Estetizovana predstava virusa korona koja se prva pojavila kao globalni pokazatelj nevidljivog neprijatelja, svakako ukazuje na Bodrijarovu sliku slike, simulakrum, ubicu stvarnog, ubicu sopstvenog modela (Bodrijar, 1999: 9). Sa druge strane, u pandemiji korona virusa, subverzivna moć ikone-slike korona virusa, koji je u osnovi dehumanizovan i antropomorfan, možda je upravo u strategiji za borbu protiv straha od nepoznatog.

Analiziranjem, sa jedne strane naučne a sa druge nenaučne predstave korona virusa, može se zaključiti da vizuelni narativi, kao i sama bolest, zaraza, nose zajedničko iskustvo običnih građana na globalnom nivou. Iako je u osnovi, poruka slike oduvek bila da prikaže nevidljivi, duhovni svet, sa druge strane njena didaktička uloga kroz istoriju je bila da uputi, informiše i obrazuje. Na taj način, na primeru vizuelne predstave korona virusa, stvorena je pojednostavljena slika-ikona koja je postala svima prepoznatljiva dok je sa druge strane

<sup>34</sup> O savremenom ikonoborstvu u medijima, detaljnije vidi u: Цветковска, Оцокољић, Цветковски, 2010a.

<sup>35</sup> „Ako me voliš, idi od mene. Što si mi dalje to si mi bliže: Ako voliš svoju majku, idi od nje. Ako voliš svoju ženu, ne dodiruj je. Voliš svoga deku? Ne prilazi mu. U ovim danima ljubav znači biti daleko od onih koje voliš. Virus korona se vrlo brzo širi”. Tekst iz video prezentacije. Posećeno 2 decembar 2020. URL:<http://covid19.rs>.

njena uloga trebala da bude simbol nečeg strašnog i zaraznog (Gaiter, 2020). Međutim, ne retko, slika virusa korona i informacije o njemu, o tom strašnom predstojećem talasu bolesti i smrti, stizale su u pojedine države pre pojave same zaraze, alarmirajući čovečanstvo ali istovremeno ga i anestetizirajući estetiziranim vizuelnim predstavama.

Međutim, analizirajući vizuelne predstave u toku pandemije virusa korona Sonevend (Sonnevend, 2020) se pita da li je moguće da ručno rađene i digitalno proizvedene slike imaju drugačiji, mnogo snažniji efekat na čovečanstvo i da mimo fotografije, postoji duboka potreba za simbolima, za linearnim, svedenim vizuelnim predstavama. Jer, „zaista, mogli smo videti glavnog glumca, virus, samo u umetičkim, stilizovanim predstavama” (Sonnevend, 2020: 451).

Iz naučne perspektive, vizuelne predstave su suštinski deo naučnog mišljenja, naročito ukoliko je potrebno pristupiti predmetu proučavanja koji je nevidljiv golim okom. Međutim, utvrđujući, putem spektrometrije, odnose boja i toplote slika virusa korona <sup>36</sup>, Sančez i Paskal (Andreu-Sancez, & Martin-Pascual, 2021) su pokušali da ukažu na značaj prisutnosti neuronauke u medijima i oglašavanju. Oni su utvrdili da su atributi i elementi koji utiču na specifičnu percepciju lepote korona ilustracija, bili najviše uočeni na trodimenzionalnim ilustracijama što znači da su mediji prezentovali lepe slike kako bi pričali o ozbiljnoj (i ružnoj) temi (Andreu-Sancez, & Martin-Pascual, 2021). Prva trodimenzionalna slika virusa korona (slika 1) u mišljenju naučnika, umesto da izaziva strah, strepnju i opasnost, izgleda „kao predivno aranžiran buket cveća” (Sonnevend, 2020: 453).

S obzirom na to da sama predstava virusa korona pre ukazuje na ideogram, logotip, bilo je neophodno stvoriti ikonične predstave kako bi se uhvatilo duboko značenje krize kroz određenu scenu ili trenutak (Sonnevend, 2020). Ukoliko se osvrnemo na apotropejsku ulogu simbola korona virusa, u liku meduze-gorgone (Garsia-Manso, 2020) ona ukazuje sa jedne strane na zaštitu i odbranu ali istovremeno i na mogućnost transformacije u živo biće ili prelazak iz nevidljive forme u živog domaćina, odnosno čoveka. Predstavljeni i opredmećeni centar tako predstavlja dinamizovanu formu ili zonu ali i „mnogoznačnu simboličko-latentnu potenciju najave dolaska nečega u centar ili odlaska iz njega” (Bogdanović, 2010: 100).

<sup>36</sup> Prema istraživanju koje su sproveli, utvrdili su da najveći broj ima plavu nijansu dok je vrlo malo njih bilo u regionu zelene. Takođe, otkrili su da je, što se tiče temperature boje, manje od trećine bilo u opsegu vrućih temperatura dok su ostale bile na niskim temperaturama (Andreu-Sancez & Martin-Pascual, 2021).

Dakle, pitanje koje se postavlja je da li mediji trebaju da koriste lepe ili stvarne slike kada nude informacije o tako ozbiljnoj i neprijatnoj temi kao što je pandemija? (Andreu-Sancez, & Martin-Pascual, 2021) i da li postoji odgovornost u metonimijskoj upotrebi simbola gde je on istovremeno i napadač i branitelj, i čuvar i tamničar, jer šta će se desiti „kada nauka, naizgled razbije ogledalo svoje objektivnosti” (Bodrijar, 1994: 13).

## Literatura

- Aenti, G. (2018). The development of anthropomorphism in interaction: inter-subjectivity, imagination, and theory of mind. *Frontiers in Psychology* 9:2136, Published 5 November 2018. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.02136> Retrieved 10 July 2021 from <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2018.02136/full>
- Alexander, C. J. & Smith P. (2020). Covid-19 and symbolic action: global pandemic as code, narrative, and cultural performance. *American Journal of Cultural Sociology* 8, 263–269. Retrieved 9 October 2020 from <https://link.springer.com/article/10.1057/s41290-020-00123-w>
- Andreu-Sancez, C, & Martin-Pascual, M.A. (2021). The attributes of the images representing the SARS-COV-2 coronavirus affect people’s perception of the virus. *PlosOne* 16(8) Published August 25, 2021. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0253738> Retrieved 10 July 2021 from <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0253738>
- Andreu-Sancez, C. & Martin-Pascual, M.A. (2020). Fake images of the Sars-CoV-2 coronavirus in the communication of information at the beginning of the first Covid-19 pandemic. *El profesional de la informacion* 29(3), e290309. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.09> Retrieved 15 July 2021 from <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2020.may.09>
- Andreu-Sánchez C, & Martín Pascual M.Á. (2015). Selling the brain: representation of Neuroscience in Advertising. In: Grabowski M. (ed.). *Neuroscience and Media: New Understandings and Representations*. New York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315749235> Retrieved 20 July 2021 from: <http://www.routledge.com/books/details/9781138811508/>

- Aristotel (1971). *Metafizika*. Beograd: Kultura.
- Arnhajm, R. (1995). *Vizuelno mišljenje*. Beograd: Univerzitet umetnosti u Beogradu.
- Arnhajm, R. (1994). *Moć centra: studija o kompoziciji u vizuelnoj umetnosti*, Beograd: Univerzitet umetnosti u Beogradu.
- Battistini, M. (2007). *Astrology, magic and alchemy in art*. Los Angeles: The J. Paul Getty Museum.
- Ball, M. (2003). Visual essentialism and the object of visual culture. *Journal of Visual Culture* 2(1): 5–32.
- Bodrijar, Ž. (1991). *Simulakrumi i simulacija*. Novi Sad: Svetovi.
- Bodrijar, Ž. (1994). *Drugo od istoga – habilitacija*. Beograd: Lapis.
- Bogdanović, K. (2010). *Lice i lik u vizuelnoj kulturi*. Beograd: Zavod za udžbenike.
- Bogdanović, K. (2002). *Vizibilnost latentnog dinamizma u statičkim formama*. Čačak: Centar za vizuelnu kulturu i vizuelna istraživanja „Krug”.
- Borstin, D. (2003). *Svet otkrića*. Beograd: Geopoetika.
- Cvetkovska, Ocokoljić V. i Cvetkovski, T. (2012). Mediji – alhemija prividnog preobražaja. *Teme* 36(2): 1901-1912.
- Cvetkovska, Ocokoljić V. i Cvetkovski, T. (2012). *Second-hand* percepcija u odrazu medijski posredovane stvarnosti – slika i sličnost. *CM – časopis za upravljanje komuniciranjem* 7(22): 95-105.
- Cvetkovska, Ocokoljić V. i Cvetkovski, T. (2011). Metaslike kao oblik kreiranja kulturnih vrednosti. *Kultura* 133, 224-240.
- Cvetkovska, Ocokoljić V. i Cvetkovski, T. (2010). U potrazi za duhom stvari – upotreba mitoloških i alhemijskih elemenata u savremenoj ekonomskoj propagandi. *Teme* 34(2): 639-656.
- Cvetkovska, Ocokoljić V. i Cvetkovski, T. (2010a). Ikoničnost medija – ikonoborstvo savremenog društva. *Kultura polisa* 13/14, 293-306.
- Decker, C. (2012). American studies as media and visual culture: Observation on a Revitalized Research Tradition. *American Studies*, 57(1): 115-128.
- Garsia-Manso, A. (2020). Iconographies en prensa digital sobre la pandemia de COVID-19: un retrato cultural del coronavirus en Espana en abril de 2020. *Vivat Academia. Revista de Communication*, 154, 45–61. <http://doi.org/10.15178/va.2012.154.e1234>

- Retrieved 3 March 2021 from <http://www.vivatacademia.net/index.php/vivat/article/view/1234>
- Gaiter, C. (2020). Visualising the Virus. *The Conversation*. Published April 9, 2020. Retrieved May 20, 2021 from <https://theconversation.com/visualizing-the-virus-135415>
- Gibson, J. (1971). The information available in pictures. *Leonardo* 4, 27–35.
- Gronstad A. & Vagnes, O. (2006) What do picture want? Interview with W.J.T. Mitchell, *Images Journal for Visual Studéis, Center for Visual Studies*, Retrieved 10 May 2021 from <http://www.visual-studies.com/interviews/mitchell.html>
- Guerrero, J.B.G. (2021). Corona de Flores; some visual issues of coronavirus. *Visual Studies*. Published 27 September 2021. <https://doi.org/10.1080/1472586X.2021.1975500> Retrieved 5. November 2021 from <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1472586X.2021.1975500>
- Hartman, N. (1979). *Estetika*. Beograd: Beogradski izdavačko-grafički zavod.
- Hentschell, K. (2014). *Visual cultures in science and technology*. Oxford: Oxford University Press.
- Hooper-Greenhill, E. (2000). *Museum and the interpretation of visual culture*. London: Routledge.
- Hooper-Greenhill, E. (1989). The Museum in the disciplinary society. In Pearce, S. (ed), *Museum studies in material culture*. London: Leicester University Press, 61-72.
- Ilić, M. (1971). *Teorija i filozofija stvaralaštva*. Niš: Gradina. Lat
- Jung, K. (1984a). *Čovek i njegovi simboli*. Zagreb: Mladost.
- Jung, K. (1984b). *Psihologija i alkemija*. Zagreb: Naprijed.
- Kostić, A. (2006). *Kognitivna psihologija*. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
- Massey, D.S. & Iyengar, S. (2019). Scientific communication in a post-truth society. In Scheufele, D. A. (ed). *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America – PNAS*, 116(16) 7656-7661. <https://doi.org/10.1073/pnas.1805868115>
- Retrieved 20 October 2021 from <https://www.semanticscholar.org/paper/Scientific-communication-in-a-post-truth-society-Iyengar-Massey/a28400d8bcdf4cdf7c15e23183fc855d3a05bb46>

- Mitchell, W. J. T. (2021). Present Tense 2020: An Iconology of the Epoch. *Critical Inquiry*, 47(2): 370–406. <http://dx.doi.org/10.1086/712120>. Retrieved 20 November 2021 from <https://www.journals.uchicago.edu/doi/abs/10.1086/712120?journalCode=ci>
- Mitchell, W. J. T. (2005). *What do picture want's? The lives and loves of images*. Chicago: University of Chicago Press.
- Mitchell, W. J. T. (2002). Showing seeing: A critique of visual culture. *Journal of Visual Culture*, 1(2): 165–181.
- Mitchell, W. J. T. (1994). *Picture theory: Essays on verbal and visual representation*. Chicago: University of Chicago Press.
- Moxey, K. (1994). Hieronimus Bosch and the 'World Upside Down': The case of The Garden of Earthly Delights. In Bryson N., M., Ann Holly and Moxey, K. (eds), *Visual Culture: Images and representations* (104–141). Hanover: Wesleyan University Press.
- Octavi, L. (2021). *Media beautifies the image of coronavirus*, Published 13 September 2021 by Autonomous University of Barcelona. Retrieved 20 October 2021 from <https://phys.org/news/2021-09-media-beautifies-image-coronavirus.html>
- Osterr, K. (2020). How Do We See COVID-19? *Visual Iconographies of Racial Contagion*. *American Literature*, 92(4), 707–722. <http://doi.org/10.1215/00029831-8780923> Retrieved 5 March 2021 from <https://read.dukeupress.edu/american-literature/article/92/4/707/166863/How-Do-We-See-COVID-19-Visual-Iconographies-of>
- Scarprina, F. (2012). Detection and recognition of fearful facial expressions during the Coronavirus disease (Covid 19). Pandemic in an Italian sample: an online experiment. *Frontiers in Psychology* 11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.02252> Retrieved 15 May 2021 from <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2020.02252/full>
- Schwobel-Patel, C. *Ne treba nam „rat” protiv virusa već solidarnost*, Published April 2020, Al Jazeera. Retrieved 10 April 2021 na: <https://balkans.aljazeera.net/opinions/2020/4/7/ne-treba-nam-rat-protiv-virusa-vec-solidarnost>
- Sonnevend, J. (2020). A virus as an icon: the 2020 pandemic in images. *American Journal of Cultural Sociology*, 1-11, Published online 6 October 2020,

- doi: 10.1057/s41290-020-00118-7 [Epub ahead of print]. Retrieved 10 August 2021 from <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7537773/>
- Soyguder Baturlar, S. (2021). "Visual metaphor" and "metonymy" as reflection of creative thought in art: an analysis on graphic designer Yossi Lemel's poster designs on the Coronavirus (Covid-19) from Charles Forceville's perspective. *Connectist: Istanbul University Journal of Communications Sciences* 60. <https://doi: 10.26650/CONNECTIST2021-0099>. Published online July 2021. Retrieved 10 November 2021 from <https://cdn.istanbul.edu.tr/file/JTA6CLJ8T5/0B46801CF6994830BCF4233FC8A1B305>
- Stanton, M. (2008). *The black sun: the alchemy and art of darkness*. Texas: A&M University Press.
- Sullivan, E. (2000). *Saturn in transit. Boundaries of mind, body and soul*. York Beach: Samuel Weiser Inc.
- Vanuleo, C., Marinaci T., Gennaro A. & A. Palmieri (2020): The meaning of living in the time of Covid-19. A large sample narrative Inquiry. *Frontiers in Psychology* 11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.577077> Retrieved 10 May 2021 from <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2020.577077/full>
- Vasquez, T. *First pictures of coronavirus under microscope released*. January 24 2020. URL:<http://www.kxan.com/news/international/first-pictures-of-coronavirus-under-microscope-released/>



**Violeta Tomanović**  
Megatrend University, Faculty of Culture and Media, Serbia  
**Tatjana Cvetkovski**  
Megatrend University, Faculty of Business Studies, Serbia

## VISIBLE ELEMENTS OF COVID 19 REPRESENTATIONS: AESTHETICIZATION OF THE CORONAVIRUS' BLACK SUN

**Summary:** *The paper deals with the Covid 19 iconology research, from the beginning of the pandemic at the end of 2019 to the end of 2021. The task of the paper is to determine the way of creating a visible image of the invisible "enemy" and designing stable collective representations. The paper discusses the relationship between black and white images and color images, as well as the relationship between scientific images and stylized, aestheticized and inaccurate coronavirus representations, which enabled the virus, invisible to the eye, to become conceivable globally. The hypothesis of this paper is that mediated reality is transmitted and shaped through visual symbols and coronavirus representations. Although many authors have given their opinion on the uniformity of the coronavirus icon and hence its adaptability in different contexts, the authors of this paper claim that the basic representations of the virus media circulation is the archetypal symbol of the Sun, specifically the Black Sun. The paper also deals with analysis of the frequency of content through the example of the photography that appears 109 times on the official Government of Serbia internet web page on the Kovid 19 topic, in English, from March 6 2020 to 9 December 2021, and thus, bears different titles and, accordingly, sends different messages. The conclusion of the paper is that the image-icon, the symbol of coronavirus, mainly represents an aestheticized form of real danger and therefore significantly mitigates it, while on the other hand it plays with the archetype of the Sun or Black Sun through its dual nature, i.e. death and transformation.*

**Keywords:** *Coronavirus, Covid 19, icon, archetype, science, media, symbol, Sun.*