

Edmund Burke i ikonologija pandemije u medijskim slikama i suvremenoj umjetnosti



Edmund Burke and the Pandemic Iconology in Media Images and Contemporary Art



PRETHODNO PRIOPĆENJE
Primljen: 31. ožujka 2022.
Prihvaćen: 5. srpnja 2022.
DOI: 10.31664/zu.2022.110.05

PRELIMINARY PAPER
Received: March 31, 2022
Accepted: July 5, 2022
DOI: 10.31664/zu.2022.110.05

APSTRAKT

Rad istražuje ulogu medijskih, umjetničkih i verbalnih slika pandemije bolesti COVID-19 u stvaranju osjećaja straha i užasa koji djeluju paralizirajuće na pojedinca, povezujući ih s pojmom *uzvišenog* Edmunda Burkea. Uvažavajući interpretaciju Williama J. T. Mitchella o Burkeovu razlikovanju umjetničkog i političkog uzvišenog, analizira se revolucionarni potencijal djelovanja slika odnosno njegov izostanak. Medijske slike sadrže jasan ikonografski obrazac koji uključuje temeljne Burkeove karakteristike uzvišenog: mračne su i opskurne te utjelovljuju najsnažniji od svih strahova — strah od smrti. Analiza umjetničkih slika pokazuje dominaciju lišavanja kao još jednog važnog aspekta uzvišenog, a stvara osjećaj usamljenosti i tišine. Metaforički jezik diskursa koji prati pandemiju pojačava paralizirajući učinak medijskih i umjetničkih slika, stvarajući mentalne slike virusa kao subjekta koji napada, širi se, prijeti... Slike su sveprisutne i izložene konzumiranju, pojedinci ne okreću glavu od prikazanih užasa, već doživljavaju empatiju koju Burke smatra ključnom za integraciju u društvo. Istodobno, društvo se lišava političkog potencijala kroz fragmentaciju u niz izoliranih jedinki koje komuniciraju posredstvom tehnologije.

KLJUČNE RIJEČI

Edmund Burke, uzvišeno, pandemija bolesti COVID-19, medijske slike, umjetničke slike, ikonografija pandemije, ikonologija pandemije

SUMMARY

This paper investigates the role of media, artistic and verbal images of the COVID-19 pandemic in creating feelings of fear and terror that have a paralysing effect on individuals, by connecting them with Edmund Burke's concept of the sublime. Acknowledging William J. T. Mitchell's interpretation of Burke's distinction between the artistic and the political sublime, the paper analyses the revolutionary potential of images, or rather its absence. Media images contain a clear iconographic pattern that incorporates Burke's fundamental characteristics of the sublime: they are dark and obscure, and embody the most powerful of all fears — the fear of death. Photographs in the mass media conceptualize the effect of the virus on the individual, the society and space. The motifs relate to the visualization of the COVID-19 molecule, which has become a symbol of the global pandemic, to photos of individuals affected by the disease (from patients to medical staff, as well as healthy individuals standing in lines for the vaccine), images that show the effect of the virus on the system and indicate the powerlessness of institutions in the fight against the disease (under-capacity of hospital staff and equipment), and to photographs of spaces that have been changed by the effects of the pandemic (empty city squares and streets, terraces of hospitality establishments). The iconography of media images, in all four described categories, includes the production of fear, while media messages such as "stay at home" imply passivity as the most desirable form of socially responsible activity, which leads to the fragmentation of society into a series of isolated individuals whose communication with the world takes place through a screen. Verbal and visual images function synergistically, amplifying the paralysing effect.

→

Ivana Podnar

The analysis of artistic images was conducted on the example of an online project of the Museum of Contemporary Art in Zagreb, *FB for your thoughts / FB misao na dan*. The motifs in the images are compared to Burke's notions of privation, infinity, uniformity, and silence as important aspects of the sublime. Artistic images primarily communicate a closing off (theme of bunkers, confinement in one's own apartment, view through the window of a TV screen) and acceptance of a situation in which the fragmentation of society into isolated individuals leads to sensory deprivation — loss of contact with others. The emptiness of space, similar to the isolation of man, contains meaning in what it does not show (the virus), which is a prerequisite for creating such images.

Besides these media and artistic images, the paper also includes an analysis of the metaphorical language of verbal images, which in turn create mental images of the virus as a subject that attacks, spreads, threatens... The visualization of statistical data is an ubiquitous media image that supports the metaphorical image of the coronavirus disease as a subject with a life of its own — it grows, dominates, kills, destroys, sleeps... The synergistic effects of the verbal, media and artistic images affect the individuals and the society, activating the strongest possible sensations within the scope of human experience, which Burke calls the sublime. In the context of the COVID-19 pandemic, the paper considers the global and all-pervading effect of sublime images, which have produced a paralysing effect that is truly unprecedented in modern history. The aim of this research was to emphasise the relevance of Burke's theory in the contemporary communication situation during the COVID-19 pandemic

KEYWORDS

Edmund Burke, the sublime, COVID-19 pandemic, media images, artistic images, pandemic iconography, pandemic iconology

UVOD

Pandemija bolesti COVID-19 u protekle je dvije godine sagledavana ne samo iz perspektive medicinskih nego i društvenih i humanističkih znanosti kako bi se kritičkim znanstvenim uvidom ponudilo razumijevanje nove globalne stvarnosti.¹ U području humanističkih znanosti važan je filozofski doprinos ostvaren kroz prizmu biopolitike² i bioetike.³ Dakle, u kontekstu brojnih istraživanja toga globalnog fenomena u području psihologije, sociologije, medijskih studija, filozofije i lingvistike,⁴ u ovom se radu temi pristupa iz područja vizualne kulture. Namjera je ovog istraživanja pristupiti analizi slika, i to ne samo umjetničkih slika iz perspektive teorije i povijesti umjetnosti nego i iz perspektive medijskih slika, koje s ostalim vrstama slika djeluju sinergijski u kompleksnoj vizualnoj stvarnosti. Medijske slike u kontekstu ovog rada shvaćene su prema tumačenju Stuarta Halla. Stuart Hall smatra medijske slike osnovom za konstrukciju cjelovite slike svijeta koja je sastavljena od fragmenata na temelju kojih rekonstruiramo i shvaćamo proživljena iskustva drugih.⁵ Medijske slike konstruiraju, dakle, društveno znanje, nude mogućnost stjecanja kontrole nad vlastitom stvarnošću, ali kroz kontinuirano pregovaranje o njihovu smislu i značenju. Prema Hallu, osnovna uloga masovnih medija upravo je konstrukcija selektivnoga društvenog znanja, koja podrazumijeva stvaranje društvenog imaginarija koji pojedincima služi ne samo kao izvor informacija nego i značenja događaja koji su medijski posredovani. U stanju trajne kontingencije i nadmetanja za istinu o značenju medijskih slika, ipak se prepoznaje jedna konstanta: strah, generiran s različitih ideoloških pozicija. Istraživanjem povijesnih mislilaca koji su se bavili temom straha i boli, učinilo se korisnim ispitati upravo kategorijski aparat engleskog filozofa Edmunda Burkea, koji je vrlo rano u svojim filozofskim razmatranjima povezo ove dvije senzacije s pojmom uzvišenog te ga analitički primijenio u analizi slika. Pritom se Burke bavio ne samo načinima vizualne proizvodnje uzvišenog nego i hijerarhijom odnosa slike i teksta. Za Burkea se uzvišeno izražava riječima, jer poezija stvara slike koje su nejasne. Upravo nejasnoća poetskih slika u čitatelja stvara osjećaj boli i frustracije zbog napora koji je potreban da bi se konačno dohvatio smisao, a time i dosegnulo ono što Burke naziva uzvišeno. S druge strane, slike (Burke podrazumijeva umjetničke slike) su povezane s ljepotom jer njihova jasnoća ne uzrokuje ni bol ni frustraciju. Burke ne osporava zavodljivu snagu ljepote koju prepoznaje u slikama, unatoč moralnoj prednosti koju daje verbalnom. William J. T. Mitchell u svojoj knjizi *Ikonologija: Slika, tekst, ideologija*⁶ navodi Burkea kao jednog od četvorice autora (uz Gottholda Ephraima Lessinga, Nelsona Gompmana i Ernsta Gombricha) čija su razmatranja važna za disciplinu vizualne kulture, odnosno tzv. nove ikonologije, a koja polazi od pretpostavke da je stvarnost kulturna i ideološka konstrukcija. Dakle, Mitchell osporava tvrdnju o samorazumljivosti, transparentnosti i prirodnosti slika te analizira složene mehanizme njihova kodiranja koji su povezani s društvenim praksama prikazivanja i promatranja te s politikom i etikom gledanja. Medijske slike kao *ikonotekstovi* podrazumijevaju simultano djelovanje slike i teksta, pri čemu ova dva modusa

¹ Primjerice, časopis *Critical Inquiry* od početka pandemije objavljuje kritičke tekstove iz područja humanistike.

² Castrillón, F., Marchevsky, T. (ur.) *Coronavirus, Psychoanalysis, and Philosophy Conversations on Pandemics, Politics and Society*, 2021.

³ Jurić, *Pandemija kao simptom*.

⁴ Institut za etnologiju i folkloristiku objavio je zbornik *COVID-19 u humanističkoj perspektivi* u kojem se analizi pandemije pristupa iz navedenih područja.

⁵ Hall, *Essential Essays* Vol. 1, 327.

⁶ Engleski izvornik *Iconology: Image, text, ideology* (1986).



Sl. / Fig.1 Bez naziva, 2022. Ljubaznošću / Courtesy of: Boris Kovačev / Jutarnji list ↑

ne moraju nužno biti u skladnoj koegzistenciji. Prvi dio ovog istraživanja bavi se vizualnim slikama u medijima primjenjujući Burkeov pojam uzvišenog; u suvremenim okolnostima te medijske slike proizvode osjećaj paraliziranosti i taj je njihov učinak usporediv s učinkom slikarskih djela u prošlosti.

SLIKE KOJE PARALIZIRAJU

Slike u medijima koje se odnose na reprezentaciju pandemije koronavirusa, na globalnoj i nacionalnoj razini, obuhvaćaju slike virusa te posljedice njegova djelovanja na pojedince, sustav i prostor. Prva razmatrana kategorija medijskih slika odnosi se na ilustraciju strukture virusa koju su 2020. izradili Alissa Eckert i Dan Higgins iz CDC-a (Centers for Disease Control and Prevention),⁷ koja je vrlo brzo postala prepoznatljiv znak pandemije bolesti COVID-19, ne samo kao znanstvena slika nego kao simbol uzroka koji je promijenio sliku svijeta. Druga se kategorija slika odnosi na pojedince pogođene virusom: bolesnici u bolničkim sobama okruženi aparatima ili oni koji čekaju u redovima za liječničku skrb odnosno zdravi pojedinci koji u dugim redovima čekaju cijepljenje. Najsnažnije slike donose prikaze lijesova u nizovima, u neposrednom bolničkom okruženju, koji se doimaju kao živa slika smrti, jasno implicirajući prisutnost onoga što je iskustveno nepojmljivo. U treću kategoriju uključene su slike koje pokazuju učinak virusa na sustav, prvenstveno potkapacitiranost bolnica, manjak prostora, bolničkog osoblja i opreme, ukazujući na nemoć institucija u borbi s bolešću (Sl.1). Nakon uvođenja cjepiva, mijenja se ikonografija medijskih slika — slike koje su predstavljale pad sustava zamjenjuju se slikama afirmativnog odgovora pa se intenziviraju prizori laboratorijske opreme, cjepiva i pojedinaca u postupku cijepljenja (Sl.1). No utjecaj virusa reprezentira se i opustošenošću javnih prostora — slike praznih trgova, ulica, terasa kafića i restorana doimaju se gotovo nestvarno, često praćene prizorima praznog neba uslijed neaktivnosti zračnog prometa. Ikonografija navedenih slika ne pokazuje znatna odstupanja u analizi lokalnih i globalnih medija, što čini ikonografiju rezistentnom na specifičnosti pojedinih kulturnih područja. Globalni se karakter stoga ne odnosi samo na pandemiju nego i na način njezine medijske reprezentacije, koja sugerira univerzalno prepoznatljiv obrazac, lišen lokalnih inačica koje bi odražavale stav pojedine kulture. Kontekst izvanrednog stanja na razini medijske reprezentacije isključio je mogućnost kulturno specifične u korist univerzalne ikonografije.⁸

Učinak medijskih slika može se tumačiti kao epidemijska psihologija jer ljudska psihologija ima epidemijsku narav u smislu zaraznog širenja određenog obrasca ponašanja s pojedinca na pojedinca, odnosno na čitavo društvo.⁹ S obzirom na univerzalnost ikonografije medijskih slika te njihovo neograničeno i gotovo trenutačno širenje, poruke koje se prenose mogu se tumačiti kao svojevrсна paralelna epidemija s učinkom na psihološko, duhovno i mentalno stanje pojedinca. Poruke koje prenose medijske slike utječu na formiranje mišljenja i donošenje odluka, oblikuju ponašanje pojedinaca

koji, unatoč mogućnosti odbacivanja reprezentiranih slika ili pregovaranja s njima, dominantno pokazuju prihvaćanje poruka prikazanih slika. Ikonografija medijskih slika, u sve četiri opisane kategorije, uključuje proizvodnju straha, a medijske poruke poput „Ostani doma” impliciraju pasivnost kao najpoželjniji oblik društveno odgovorne aktivnosti, uslijed čega se društvo fragmentira u niz izoliranih individua koje sa svjetom komuniciraju preko ekrana. Verbalne i vizualne slike djeluju sinergijski, pojačavajući paralizirajući učinak.

Mogu li uistinu slike paralizirati promatrača? Što bi danas, sa znanjima i iskustvima društva 21. stoljeća, moglo dovesti do globalnog konsenzusa oko odustajanja od tekovina modernoga demokratskog društva, kao što su sloboda kretanja, rada i okupljanja? Potragu za odgovorima o posebnoj vrsti slika koje paraliziraju gledatelja proveo je engleski filozof 18. stoljeća Edmund Burke, posvetivši filozofsko istraživanje posebnoj kategoriji slika koje naziva uzvišenima.

Edmund Burke u svojoj knjizi *A Philosophical Enquiry into the Origin of our Ideas of the Sublime and Beautiful* potpuno odvaja pojmove lijepog i uzvišenog, sagledavajući uzvišeno ne kao vrhunac ljepote, već posve odvojenu kategoriju ljudskog iskustva povezanu s boli.¹⁰ Uzvišeno proizlazi iz našeg doživljaja straha i užasa, kao najsnažnijega ljudskog iskustva koje djeluje paralizirajuće na promatrača, izazivajući osjećaj strahopoštovanja prema onome što je veće, snažnije, mračnije (primjerice, čovjek sa strahopoštovanjem uživa promatrajući oluju sa sigurne udaljenosti i zatravljen onime što vidi, ne može se pomaknuti). Teror koji stvaraju bol i opasnost doživljavaju se uzvišenim sve dok se ne približe previše, to jest uzvišeno se doživljava ako nas teror doista ne ugrozi.¹¹ Burke opisuje vrste podražaja, prepoznate u prirodnim fenomenima, ali i arhitekturi i umjetnosti, koji kod promatrača stvaraju dojam uzvišenog, objašnjavajući sklonost čovjeka izlaganju snažnim i potresnim doživljajima. Veći stupanj strasti proizlazi iz životnih situacija, a ne njihove umjetničke interpretacije (publika radije promatra stvarnu scenu smaknuća nego kazališnu izvedbu smaknuća).¹² Suvremeni se čovjek u recepciji slika užasa ne razlikuje od svojih povijesnih prethodnika. Imerzijska snaga takvih slika stvorila je anestezirajući učinak na promatrača: slike terora (posebno onog egzotičnog ili dalekog) zahvaljujući medijima konzumiraju se rutinski i brzo, gotovo ne razlikujući filmski od stvarnog doživljaja.¹³ Međutim, približavanjem užasa u susjedstvo, a potom i vlastito dvorište pojačava se doživljaj uzvišenog i osnažuje paralizirajući učinak: osupnuti užasima koje promatraju na ekranima, promatrači se prepuštaju paralizirajućem učinku.

Izvore uzvišenog Burke pronalazi u opskurnosti izazvanoj nejasnim slikama uslijed kojih naše nagađanje o onome što vidimo potiče maštu na zamišljanje. Uspoređujući primjere koje nam Burke nudi kao ilustraciju — polumračne unutrašnjosti hramova koje skrivaju kip boga, tendencija neprikazivanja despotskih vladara u javnosti kako bi njihova opskurnost bila snažnija¹⁴ — s aktualnim kontekstom pandemije, uočava se razlika u vrsti slika koje izazivaju nejasnoću.

7 Sonnevend, „A virus as an icon: the 2020 pandemic in images”.

8 *Isto*; Pintor Iranzo, „Iconographies of the Pandemic”.

9 Strong, „Epidemic Psychology: A Model”, 251.

10 Burke, *A philosophical enquiry into the origin of our ideas of the sublime and beautiful*, 43.

11 *Isto*, 14.

12 *Isto*, 27.

13

Sontag, *Regarding the Pain of Others*, 80.

14

Burke, *A philosophical enquiry into the origin of our ideas of the sublime and beautiful*, 44.

Burkeove vizualne slike ostaju djelomično skrivene i time mistične, dok aktualne medijske slike pandemije ništa ne skrivaju, ali stvaraju nejasnoću u mentalnoj predodžbi. Naime, medijske slike pandemije posjeduju jasan ikonografski obrazac, no ono što ostaje opskurno jest djelovanje virusa: hoće li pojedinac razviti blage simptome koje neće niti primijetiti ili će posljedice biti fatalne. Iako ovoj drugoj kategoriji pripada 1,4% globalno zaraženih,¹⁵ taj postotak potiče doživljaj onoga što Burke naziva hororom. Medijske slike bolesnika prikopčanih na aparate postaju zaslon za projekciju vlastitoga lika u sličnim ili gorim okolnostima, a projekcije hranjene strahom potiču na hiperprodukciju metafora koje odišu osjećajem nesigurnosti i užasa.

UZVIŠENOST IZOLACIJE – INTERPRETACIJA PANDEMIJE IZ PERSPEKTIVE UMJETNIKA

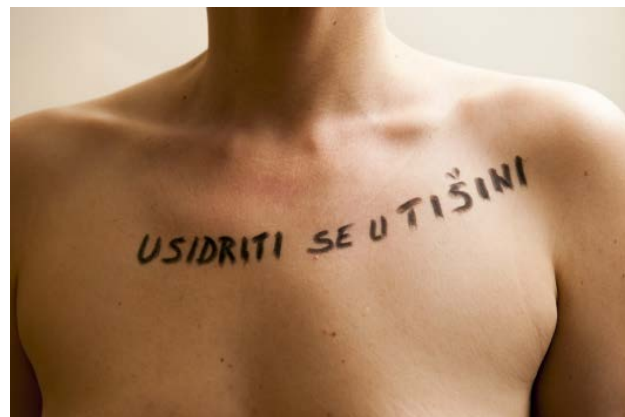
Medijske slike selektivne su i fragmentirane, no pružaju određeno društveno znanje. Prema Hallu, uloga je medija također klasificirati te rangirati različita društvena znanja kojima se utječe na promjene stavova pojedinaca, odnosno određuje koji će stavovi i ponašanja biti preferirani i oblikovati društvenu normu.¹⁶ Međutim, u ukupnosti naše vizualne stvarnosti medijske slike tek su jedan član unutar široke obitelji slika kojima se bavi vizualna kultura. U pokušaju šireg obuhvaćanja ikonografije slika na temu pandemije u lokalnom kontekstu, drugi se dio istraživanja odnosi na analizu djela suvremenih umjetnika koji su u prvim mjesecima izolacije, na poziv Muzeja suvremene umjetnosti, preko društvene mreže Facebook, objavljivali svoje interpretacije i vizije svijeta u kojem su se zatekli. Kompleksnost Burkeova pojma uzvišenog sagledava se u komparaciji medijskih i umjetničkih slika, ukazujući na dvostruku razinu učinka — individualnu i društvenu.

Burke uzvišeno konkretizira kroz sljedeće pojmove: lišavanje, ogromnost, repetitivnost, beskonačnost, uniformiranost, složenost, veličina, tišina. Njihov učinak tumači kroz izazivanje boli koja djeluje na pojedinca ili na društvo. Pojedinac doživljava uzvišeno kroz izlaganje slikama straha i boli, pri čemu se aktivira individualni nagon za samoodržanjem. Ovaj aspekt Burkeova tumačenja analiziran je na primjeru medijskih slika pandemije. U nastavku rada razmatraju se dodatne osobine uzvišenog koje Burke prepoznaje i na razini društva, jer uzvišene slike, osim straha i terora, proizvode i empatiju te potiču na imitaciju i iniciraju ambiciju. Smatrajući imitaciju ključnim načinom integracije pojedinca u zajednicu, Burke navodi imitiranje u kontekstu umjetničke mimeze, ali i u kontekstu učenja kopiranjem tuđeg ponašanja, koje kroz djelovanje ambicije nastoji poboljšati, odnosno unaprijediti ponašanje svojeg uzora. Također, važan aspekt doživljaja uzvišenog iz perspektive društva jest samoća.¹⁷ Apsolutna samoća, izolacija od drugih, kontradiktorna je svrsi našeg postojanja i suprotna užitku koji doživljavamo kroz društvenu interakciju te stoga izaziva bol koja uzrokuje uzvišeno (ako nije apsolutna). Bol je preduvjet uzvišenog.



Sl. / Fig. 2 Bez naziva, 2021. Ljubaznošću / Courtesy of: Božo Radić / Jutarnji list

↑



Sl. / Fig. 3 Josipa Bubaš, *Misli za mjesec, svibanj 2020*, „FB for your thoughts / FB misao na dan“, FOTO / PHOTO: Tomislav Čuveljak. Ljubaznošću umjetnice / Courtesy of the artist

↑



Sl. / Fig. 4 Maša Barišić, *Dokolica*, 11.4.2020., „FB for your thoughts / FB misao na dan“. Ljubaznošću umjetnice / Courtesy of the artist

↑

15 COVID-19 Dashboard by the Center for Systems Science and Engineering (CSSE) at Johns Hopkins University (JHU).

16 Hall, *Essential Essays* Vol. 1, 328.

17 Burke, *A philosophical enquiry into the origin of our ideas of the sublime and beautiful*, 21.

18 *Isto*, 51.

19 *FB for your thought / FB misao na dan*.

20 Mitchell, *Ikologija: slika, tekst, ideologija*, 130.

lica (Sl. 8), fragmentirane su od ostatka tijela, a u samo jednom slučaju označavaju subverzivni čin rukovanja (Ištvan Huzjan). Iako je fotografija rukovanja (Sl. 7) nastala u sklopu performansa povodom otvorenja Huzjanove izložbe 2018., kad se umjetnik rukovao s posjetiteljima, sudjelovanjem u projektu *FB misao na dan* mijenja svoje izvorno značenje te postaje kritički odgovor na aktualnu situaciju u kojem rukovanje postaje društveno neprihvatljivo i opasno. U tom se kontekstu upravo ovaj rad može promatrati ne kao imitacija, koju Burke smatra ključnom za integraciju pojedinca u društvo (kopiranjem ponašanja drugih) nego kao ono što Burke naziva ambicija, tj. poboljšanje u odnosu na druge.

Umjetnički projekti sličnog karaktera, primjerice *Hold Still — A Portrait of Our Nation 2020*, u organizaciji Nacionalne galerije portreta (National Portrait Gallery) u Londonu,²¹ pokazuje učinak virusa na ljude u njihovu intimnom prostoru. *Online* izložba uključuje portrete građana Velike Britanije tijekom *lockdowna* s fokusom na osobnim doživljajima pojedinaca, koji su ujedno izrazili kolektivno stanje duha. Utjecaj virusa na ljude kroz prikaze javnih prostora tema je *online* projekta *The Great Empty*, u organizaciji novina *The New York Times*.²² U uvodnom tekstu Michael Kimmelman, kritičar arhitekture iz novina *New York Times* navodi: „*Times* je nedavno poslao desetke fotografa kako bi snimili slike nekoć užurbanih javnih trgova, plaža, sajmišta, restorana, kina, turističkih meka i željezničkih kolodvora. [...] Njihova sadašnja praznina, javnozdravstvena nužnost, može izazvati distopiju, a ne napredak, ali, obećavajuće, također sugerira da, slušajući stručnjake i držeći se odvojeno, još nismo izgubili sposobnost okupljanja za opće dobro. [...] Ove su slike uklete i progone, poput kadrova iz filmova o kugi i apokalipsi, ali na neki način daju nadu.”²³ Praznina prostora, slično kao i izolacija čovjeka, sadržava značenje u onome što ne prikazuje (virus), a što je preduvjet stvaranja ovakvih slika. Neprikazivo je izvor frustracije jer hrani našu maštu, koja stvara nove, beskonačne slike u našem umu.

RAT, BORBA, POBJEDA – VERBALNE SLIKE PANDEMIJE U MEDIJIMA

Osim medijskih i umjetničkih slika, neizostavni dio analize predstavljaju i verbalne slike, koje proizvode mentalne slike. Takve slike Burke naziva slikama iz mašte te upozorava kako mogu izazvati ludilo ako su dugo opterećene nekom idejom koja isključuje sve ostale dijelove uma.²⁴ Mitchell uspoređuje dva Burkeova djela: *A Philosophical Enquiry into the Origin of Our Ideas of the Sublime and Beautiful* iz 1757. te kasniju knjigu *Appeal from the New to the Old Whigs* iz 1791. u kojoj Burke izravno ističe opasnost hiperprodukcije slika iz mašte koje mogu potaknuti fanatizam.²⁵ Naime, Burke tumači kako nekontrolirano gomilanje metafora, koje se hrane maštom, dovodi do provale strasti koja bi mogla dovesti u pitanje postojeći poredak te proizvesti ludilo. Slike shvaćene u kontekstu vizualne kulture podrazumijevaju grafičke, optičke, opažajne, mentalne i verbalne slike, s fokusom na granična područja između različitih vrsta slika,²⁶ iznimno su važan



Sl. / Fig. 5 Patricia Purgar, *Pogled kroz prozor (TV ekrana)*, 10. 5. 2020., „FB for your thoughts / FB misao na dan”. Ljubaznošću umjetnice / Courtesy of the artist

↑



Sl. / Fig. 7 Ištvan Huzjan za „FB for your thoughts / FB misao na dan”, 2020. Ljubaznošću umjetnika / Courtesy of the artist

↑

dio suvremenog krajolika koji utječe na naše poimanje stvarnosti te način kako sami sebe pozicioniramo u tu stvarnost. Mitchell verbalnu sliku definira kao „skup govora, prikaza i pisanja kakav ne opisuje samo ono što radi, već i predviđa i oblikuje što može i što će učiniti”.²⁷ Turbulentne okolnosti globalne pandemije stubokom su promijenile ono što se nedavno činilo čvrstim i neupitnim — okvire demokratskog društva. Ograničenje u slobodi kretanja, grubo zadiranje u prostor privatnosti, državna kontrola nad osobnim pitanjima, obveza skrivanja lica, dogodili su se kao u filmskom scenariju. Možda je upravo naša prilagodba fiktivnim narativima do određene mjere osigurala pristanak na uvjetnu ulogu glumca. Spektakularne kataklizme već desetljećima zadovoljavaju maštu gledatelja pred ekranima, a sve naprednija tehnologija nastoji što je više moguće djelovati imerzijski kako bi što više uvukla pasivnog promatrača u virtualnu stvarnost.

Tri vrste slika — medijske, umjetničke i verbalne — za potrebu ove analize promatraju se odvojeno iako je u realnim okolnostima njihovo djelovanje sinergijsko. Imajući na umu da i u suvremenom tehnokratskom društvu slike imaju gotovo animistički karakter,²⁸ tj. da djeluju na pojedinca mimo racionalnog te utječu ne samo na njegovo trenutačno raspoloženje nego i na formiranje mišljenja te usmjeravanje djelovanja, važno je sagledati kako oblikuju stvarnost u trenutku izvanrednog stanja. Metaforički jezik²⁹ prepoznatljiv tijekom pandemije upotrebljava se kao argument za suspenziju dosadašnjih društvenih normi te uvođenje novoga normalnog koje nastoji politički mobilizirati mase u borbi protiv neprijatelja.³⁰

Susan Sontag analizira opasnosti metaforičkog čitanja bolesti, uslijed kojih bolest za koju ne postoji lijek izaziva ne samo strah nego i društvenu stigmatizaciju te postaje izvor fantazija i narativa koji se ilustriraju kroz umjetnost i književnost.³¹ U slučajevima tuberkuloze i karcinoma koje Sontag analizira metaforički jezik upotrebljava se za prikrivanje bolesti od društva, a ponekad i samih bolesnika, smatrajući je previše sramotnom. Radikalno drukčiji društveni simptom otkriva pandemija bolesti COVID-19, kad bolest postaje temeljni javni diskurs, bez imalo prava na privatnost, uslijed kojeg ovlášteni organi i osobe, ali i potpuni stranci osjećaju ne samo slobodu nego i pravo pitati svakoga je li prebolio bolest, s kakvim simptomima, je li se cijepio, kojim cjepivom, koliko puta i sl. U društvu koje pravo na privatnost štiti zakonima, upozoravajući nas na zaštitu podataka kao preduvjet sveukupne sigurnosti, zaokret prema pandemijskom voajerizmu i ekshibicionizmu predstavlja novinu. Istodobno, nakon uvođenja cjepiva protiv bolesti dolazi do stigmatizacije, uslijed koje se necijepljeni pojedinci etiketiraju kao društveno neodgovorni, zagovornici teorija zavjere, antivakseri i slično. U tom se slučaju stigmatizacija ne odnosi na bolesnike, već na zdrave pojedince. Slike koje se povezuju s virusom SARS-CoV-2 uključuju smrt u bolničkoj izolaciji, kojoj prethode tjedni na respiratoru i sablasno okruženje medicinskog osoblja u zaštitnim skafanderima, nakon koje slijedi pogreb samo s najbližom rodbinom. Iako je statistički na globalnoj razini tek za 1,4% bolesnika ta bolest fatalna, strava opisanih slika postao je snažan politički agens.



Sl. / Fig. 6 Paulina Jazvić, *touch*, 14. 4. 2020., „FB for your thoughts / FB misao na dan”.

Ljubaznošću umjetnice / Courtesy of the artist

↑

21

„Hold Still—A Portrait of Our Nation 2020”.

22

„Capturing a World of Emptiness”.

23

Isto [prev. aut.].

24

Burke, „A philosophical enquiry into the origin of our ideas of the sublime and beautiful”, 15.

25

Mitchell, *Ikonoologija: slika, tekst, ideologija*, 136.

26

Isto, 19.

27

Isto, 34.

28

Mitchell, *What do Pictures Want*, 30.

29

Analizu metaforičkog govora tijekom pandemije bolesti COVID-19 analizirale su Kristina Štrkalj Despot i Ana Ostroški Anić, „A War On War Metaphor: Metaphorical Framings In Croatian Discourse On Covid-19”, a primjeri navedeni u nastavku.

30

Orelj, „Opasno na dodir! Virus kao metafora”, 528.

31

Sontag, *Illness as Metaphor*, 6.



Sl. / Fig. 8 Denis Butorac, *Sve isto kao i jučer*, 15. 4. 2020., „FB for your thoughts / FB misao na dan”.
Ljubaznošću umjetnika / Courtesy of the artist ↑

Burke navodi da slike neuobičajenih i spektakularnih nesreća ili bijede stvaraju užitak pomiješan s nelagodom koji čovjek osjeća gledajući ih, no unatoč tomu ne okreće od njih glavu, već doživljava emotivno oslobođenje kroz tuđu patnju. Rasprostranjenost, ogromnost, sveobuhvatnost, beskonačnost i kontinuirani rast odgovaraju uzvišenome. Osim metaforičkog jezika koji upotrebljava pojmove kao što su širenje, rast ili val,³² vizualizacija statističkih podataka sveprisutna je medijska slika koja podupire metaforičku sliku bolesti COVID-19 kao subjekta koji ima vlastiti život — raste, širi se, vlada, ubija, razara, spava, budi se, ponovno napada.³³ Sinergijskim djelovanjem verbalnih, medijskih i umjetničkih slika djeluje se na pojedinca i na društvo, aktivirajući naj snažnije moguće doživljaje koji su u opsegu ljudskog iskustva, a koje Burke naziva uzvišenim. Međutim, dok uzvišeno ostaje izvan polja političkog, Burke ne uočava opasnost. U kontekstu pandemije bolesti COVID-19 promatra se globalno i sveprožimajuće djelovanje uzvišenih slika koje su uistinu proizvele nezapamćeni paralizirajući učinak u suvremenoj povijesti. Slika pandemije, zahvaljujući digitalnoj komunikaciji, poprimila je karakter epidemije, koja se može usporediti s epidemijom psihologijom. Philip Strong razlikuje tri tipa epidemijske psihologije: epidemiju straha, epidemiju objašnjenja i moraliziranja te epidemiju djelovanja ili predloženog djelovanja. Epidemijska psihologija podrazumijeva da psihologija poprima karakter epidemije u smislu zaraznog širenja individualne i kolektivne panike, praćene brojnim i međusobno kontradiktornim interpretacijama o razlozima pojave bolesti, kao i strategijama kontrole epidemije i epidemije straha.³⁴ Izvor straha (virus) ne može se jasno locirati niti izbjeći, pri čemu postaje sličan dotadašnjem globalnom izvoru straha — terorizmu.³⁵

ZAKLJUČAK

Mogu li se medijske, umjetničke i verbalne slike povezati s pojmom uzvišenog filozofa Edmunda Burkea? Koliko nam Burkeovi pojmovi i danas, 265 godina kasnije, mogu pomoći u sagledavanju naše stvarnosti? Burke ulazi u analizu uzvišenog ne kao najvišeg stupnja ljepote, već iskustva koje je dijametralno suprotno ljepoti, a prepoznaje ga i na polju estetike i na polju politike, pri čemu je njegov stav jasan: političko uzvišeno podrazumijeva nekontrolirane strasti koje dovode do revolucije (Burkeova kritika Francuske revolucije). No Burke ne objašnjava samo karakteristike uzvišenog, već i njegovo djelovanje na pojedinca i društvo. Burke nastoji protumačiti zašto se izlažemo užasima, teroru i boli. Slijedeći Burkeovu ideju, analiza medijskih, umjetničkih i verbalnih slika pokazuje kako se kroz pojedinu vrstu ostvaruje uzvišeno te na kojim razinama djeluje (individualnim ili društvenim), s naglaskom na paralizirajući učinak koji uistinu jest globalni odgovor na aktualnu pandemiju.

Unatoč povremenim organiziranim iskazima neslaganja s politikom upravljanja pandemijom, indikativan je opći pristanak na vladine mjere u borbi s bolešću COVID-19 te stoga vrijedan istraživanja što je do njega moglo dovesti. Suvremeno

društvo oblikuje sustave vrijednosti koji se baziraju na individualizmu, potenciji ljudskoga uma i razboru koji se uzdignuo iz dogmatskog štovanja ikona i magijskih učinaka opskurnih slika. Pa ipak, svijet je zamrznut pred ekranima koji reprezentiraju slike užasa. Jezik medijskih slika često je opskuran zahvaljujući medicinskom, farmaceutskom, psihološkom diskursu, hraneći maštu hiperprodukcijom mentalnih slika. Sinergijskim učinkom s metaforičkim jezikom, koji također dolazi preko medija, pojačava se djelovanje paralizirajućeg straha. Međutim, pitanja istinitosti, pogrešnog i točnog, objektivnog, barem u svijetu umjetnosti, sama su po sebi pogrešna: slika je uvijek selektivna, subjektivna i svjedoči o bogatstvu viđenja.

Svrha istraživanja bila je ispitati na koje je načine lokalna sredina u širokom smislu vizualne kulture odgovorila na globalno stanje pandemije, koje su sve vrste slike nastale, koje su nove ikonografske obrasce uvele te postoji li mogućnost njihova razumijevanja unutar jednog filozofskog čitanja. S obzirom na brojne analize pandemije bolesti COVID-19 iz različitih društvenih i humanističkih znanosti, u radu se pokušalo dati novo razumijevanje fenomena kroz disciplinu vizualne kulture koja vizualnosti pristupa komparacijom slika u masovnim medijima i suvremenoj umjetnosti, ne dovodeći u pitanje razliku njihove prirode, već naglašavajući njihov komunikacijski kapital. Unatoč hiperinflaciji tumačenja o nastanku virusa i politikama upravljanja pandemijom, zajednički element heterogenih viđenja jest oslonac na slike te osjećaj straha koje izazivaju. Operacionalizacijom Burkeova tumačenja uzvišenog nastojalo se istražiti koje vrste sadržaja proizvode paralizirajući užas te ispitati izostanak novih strategija u suočavanju s globalnom krizom.

.

³² Štrkalj Despot, Ostroški Anić, „A War On War Metaphor: Metaphorical Framings In Croatian Discourse On Covid-19”, 186.

³³ *Isto*, 189.

³⁴ Strong, „Epidemic Psychology: A Model”, 251.

³⁵ Agamben, *Where are we now? The Epidemic as Politics*, 15.

POPIS LITERATURE / BIBLIOGRAPHY

Agamben, Giorgio. *Where Are We Now? The Epidemic as Politics*. Prijevod: Valeria Dani. London: Urtext Ltd, 2020.

Belting, Hans. *Face and Mask: A Double History*. Prijevod: Thomas S. Hansen, Abby J. Hansen. Princeton: Princeton University Press, 2017. [2014.].

Burke, Edmund. *A philosophical enquiry into the origin of our ideas of the sublime and beautiful*. <https://quod.lib.umich.edu/e/ecco/004807802.0001.000?rgn=main;view=fulltext> (pristupljeno 23. veljače 2022.).

Gombrich, Ernst Hans. *Umetnost i iluzija: Psihologija slikovnog predstavljanja*. Prijevod: Jelena Stakić. Beograd: Nolit, 1984. [1969.].

Jurić, Hrvoje. *Pandemija kao simptom*. Zagreb: DAF, 2021.

Mitchell, W. J. T. *Cloning Terror: The War on Images, 9/11 to the present*. Chicago: The University of Chicago Press, 2011.

Mitchell, W. J. T. *Ikologija: Slika, tekst, ideologija*. Prijevod: Sabine Marić. Zagreb: Antibarbarus, 2009. [1986.].

Mitchell, W. J. T. *What Do Pictures Want?*. Chicago: The University of Chicago Press, 2005.

Orelj, Ksenija. „Opasno na dodir! Virus kao metafora”, 527–543. u: *COVID-19 u humanističkoj perspektivi*, ur. Katarinčić, Ivana, Marković, Jelena, Prica, Ines, Vukušić, Ana-Marija. Zagreb: Institut za etnologiju i folkloristiku, 2022.

Pintor Iranzo, Ivan. „Iconographies of the Pandemic”. <https://lab.cccb.org/en/iconographies-of-the-pandemic/> (pristupljeno 17. ožujka 2022.).

Sonnevend, Julia. „A virus as an icon: the 2020 pandemic in images”. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7537773/> (pristupljeno 17. ožujka 2022.).

Sontag, Susan. *Illness as Metaphor*. New York: Farrar, Strauss and Giroux, 1978.

Sontag, Susan. *Regarding the Pain of Others*. New York: Farrar, Strauss and Giroux, 2003.

Strong, Philip. „Epidemic; A model”. *Sociology of Health & Illness*, br.12 (2008.): 249–259.

Štrkalj Despot, Ostroški Anić, „A War On War Metaphor: Metaphorical Framings In Croatian Discourse On Covid-19”. *Rasprave. Časopis Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje* 47, br. 1 (2021.): 173–208.

POPIS IZVORA / SOURCES

FB for your thoughts / FB misao na dan. https://www.facebook.com/MSUZagreb/photos?tab=album&album_id=10163462192115523 (pristupljeno 23. veljače 2022.).

The Great Empty. <https://www.nytimes.com/2020/03/27/reader-center/insider-virus-photos.html> (pristupljeno 17. ožujka 2022.).

Hold Still – A Portrait of Our Nation in 2020. <https://www.npg.org.uk/hold-still/hold-still-gallery/> (pristupljeno 17. ožujka 2022.).

The Johns Hopkins Coronavirus Resource Center. <https://coronavirus.jhu.edu/map.html> (pristupljeno 23. veljače 2022.).