

Iwetta Sobczyk

Instytut Kulturoznawstwa, Uniwersytet Wrocławski

Mateusz Torzecki, *Okładki płyt. Rzecz o wizualnym uniwersum albumów muzycznych*, Instytut Kultury Popularnej, Poznań 2015

Książka Mateusza Torzeckiego *Okładki płyt. Rzecz o wizualnym uniwersum albumów muzycznych* jest pierwszą w Polsce naukową publikacją poświęconą okładkom nośników muzycznych. Można by nawet rzec, że pionierską, ponieważ autor zaproponował własną metodologię badań szaty graficznej albumów. Mateusz Torzecki jest kulturoznawcą, a omawiana książka powstała na podstawie rozprawy doktorskiej. Jego zainteresowania badawcze dotyczą m.in. muzyki popularnej oraz zagadnień związanych z jej dystrybucją. Autor jest kolekcjonerem płyt winylowych, co miało niebagatelne znaczenie dla wyboru podjętego w książce problemu oraz analizowania źródeł.

Wyzwaniem dla badań graficznej strony albumów jest ogromna ilość materiału, który można poddać analizie. Dotychczas, gdy podejmowano próby zbadania frontów muzycznych, skupiano się głównie na przemianach historycznych estetyki okładek bądź na wybranym zagadnieniu, np. przedstawienia interpretacji *Mony Lizy* Leonarda da Vinci na okładkach płyt. Największym problemem studiów nad okładkami jest brak właściwych metod badawczych, ponieważ analizy powinno się przeprowadzać na różnych poziomach i z rozmaitych perspektyw. Jedna perspektywa badawcza nie potrafiłaby oddać wieloznaczności okładki, jej analiza byłaby niepełna. Nie wolno zapomnieć, że okładce zawsze towarzyszy muzyka, a co za tym idzie nie można analizować elementu graficznego bez uwzględnienia rodzaju nagrań zawartych na płycie. Zadanie, jakie postawił przed sobą autor, jest o tyle trudne, że przystępując do analizy okładek, można ją poprowadzić z różnych perspektyw i w różnych kierunkach. Przedmiotem badań może być okładka jako dzieło sztuki, jej jakości artystyczne oraz walory estetyczne, albo okładka jako tekst kultury popularnej; interesująca jest wtedy między innymi jej warstwa znaczeniowa, symbolika. Sam autor przyznaje, że jedy-

nym właściwym podejściem do okładki jest podejście interdyscyplinarne, co jest związane z samą specyfiką przedmiotu badania oraz brakiem wypracowanej metodologii badań¹.

Omawiana publikacja składa się ze wstępu i trzech rozdziałów, a każdy rozdział z trzech podrozdziałów i zakończenia. Dodatkowo publikacja zawiera kilkustronicową kolorową wkładkę z miniaturami okładek płyt, które autor omawia w pracy. Pierwszy rozdział pt. *Popkultura i okładka muzyczna w kontekście historycznym* dotyczy umiejscowienia zagadnienia okładek płyt w kontekście historycznym i przestrzeni badawczej kultury popularnej. Drugi rozdział, *Obwoluta płytowa jako autonomiczne dzieło sztuki*, traktuje o repetycji w muzyce, jak zapętlenie czy sample. Repetycja nie omija także obwoluty płytowych; jak twierdzi autor, dzięki serii powtórzeń (bardziej lub mniej dokładnych) można stworzyć kanon okładek płytowych. Trzeci rozdział, *Projekty graficzne płyt. Charakterystyka najważniejszych zjawisk*, opowiada o trendach i modelach znaczeniowych oraz pokazuje zależności między projektem okładki a gatunkiem muzycznym, jaki reprezentuje.

Torzecki przygląda się okładkom, biorąc pod uwagę to, że są one elementem marketingowym wytwórni płytowej, sposobem ekspresji artysty oraz ilustracją muzyki. Według autora kluczem do wypracowania metodologii opisu analizy okładki płytowej są dwie kategorie. Pierwsza z nich to wartości artystyczne, druga to modele znaczeniowe. Autor wybrał sześć badawczych słów kluczy: repetycja, konsekracja, ograniczenia, portret, alternatywa/ekstremum, transgresja. Torzecki wyodrębnia sześć funkcji obwoluty, jakie spełnia ona względem nośnika: ochronna, reklamowa, informacyjna, gatunkowa oraz funkcje pośrednie: artystyczna, ukrywająca. Funkcje te są istotne dla procesu analizy okładek. Każda z funkcji zawiera inne elementy, które trzeba poddać analizie. Obwoluty nigdy nie są pozbawione kontekstu powstania i zawsze dopełniają warstwę muzyczną. Powoduje to, że nie można ich analizować, korzystając tylko z metod teorii historii sztuki, socjologii sztuki czy ikonografii. Jednak autor sam przyznaje, że niektóre okładki można zbadać tylko za pomocą poszczególnych teorii i ich metodologii.

Okładka jest pierwszym elementem, z którym odbiorca się styka podczas wyboru płyty, czy to w sklepie, czy na pchlim targu. To, jakie wywrze na nim wrażenie, rzutuje na to, czy zdecyduje się na zakup. Z tego powodu, że okładka pełni funkcje swego rodzaju reklamy, istotne znaczenie ma jej projekt. W książce zagadnienie projektowania okładki zostaje podjęte w związku z historią przemian nośnika muzyki, jego miniaturyzacji, która stanowiła wyzwanie dla projektantów obwoluty. Autor postawił we wstępie tezę: „każdą okładkę należy interpretować oddzielnie dopóty, dopóki nie jest ona repety-

¹ M. Torzecki, *Okladki płyt...*, s. 9.

cją (powtórzeniem) okładki z przeszłości”². Zjawisko repetycji jest głównym tematem książki. Według autora dzięki serii powtórzeń (bardziej lub mniej dokładnych) można stworzyć kanon okładek płytowych. Powtórzenie zarówno ukryte, jak i jawne zmusza odbiorców do zadania sobie dwóch pytań: co ukrywa zdjęcie/ilustracja/rysunek i jaką historię opowiada przedstawiany obraz. Każdy front nośnika muzycznego ma warstwę symboliczną, a zadaniem odbiorcy jest odczytanie jej sensu. W ten sposób projekt graficzny jest dopełnieniem warstwy muzycznej.

Najważniejszym zagadnieniem dla Torzeckiego jest sposób, w jaki okładki ilustrują muzykę zawartą na nośniku. Wizualizacja muzyki jest trudnym zadaniem, które stoi przed projektantami, ale prawie zawsze to warstwa symboliczna tekstu jest „przekładana” na okładkę. Rzadko się zdarza, by zapis nutowy ilustrował muzykę zawartą na płycie. Przykładem znakomicie zaprojektowanej okładki, której opis dobrze oddaje strategię interpretacyjną Torzeckiego, jest płyta Bruce’a Springsteena *Born In The U.S.A.*:

Leibovitz przedstawia modela (samego artystę) tyłem do odbiorcy na tle białoczerwonych pasów flagi Stanów Zjednoczonych, nawiązując do tytułu płyty. Strój B. Springsteena jest również symboliczny: niebieskie dżinsy, biały T-shirt i czerwona bejsbolówka. Prosty przekaz daje nam olbrzymią liczbę odwołań do amerykańskiej kultury. Biel (czystość), czerwień (męstwo) i błękit (sprawiedliwość) stroju są symbolami flagi USA. Bejsbolówka, włożona w tylną kieszeń spodni, nawiązuje do sportu uznawanego przez większość Amerykanów za narodowy. Dżinsy – strój klasy robotniczej Stanów Zjednoczonych – zostały wymyślone i rozpropagowane w XIX wieku przez Leviego Straussa, późniejszego założyciela firmy Levis. T-shirt natomiast to symbol amerykańskiego stylu i „luzu”. Warto zwrócić uwagę na fakt, że wszystkie części garderoby są wykonane z bawełny, której przemysł w XIX w. stworzył potęgę USA. Geniusz A. Leibovitz polega na prostocie i minimalizmie formy. Autorka, reinterpreting pracę Warhola, przedstawia ją w nowej dekadzie, pokazując całą prawdę i historię kraju na obwolucie płyty, obrazując jej tytuł (*Born In The U.S.A.*) w sposób doskonały³.

Powyższy cytat pokazuje, w jaki sposób okładka ilustruje zarówno tytuł albumu, jak i przewodni utwór. Gdy okładka płyty wchodzi do kanonu, tak jak w tym przypadku, okazuje się, że szybciej informuje o intencjach twórcy niż muzyczna zawartość płyty. Podany przykład wskazuje również na to, jak ważne są kompetencje odbiorcy.

Bez znajomości symboli danej kultury (w tym wypadku amerykańskiej) trudno odczytać przekaz ilustracji. Podejmując problem wizualizacji muzyki poprzez okładki fonogramów warto wspomnieć symbolikę kolorów, do której odwołują się projektanci. Tak jest w przypadku albumu Joni Mitchell *Blue*

² Ibid., s. 10

³ Ibid., s. 108.

z 1971 roku, gdzie artystka sięga po drugie znaczenie słowa *blue*, które oznacza w języku angielskim smutek bądź przygnębienie. Na okładce longplaya twarz Joni Mitchell wyraża smutek, dla odbiorcy jest to sygnał pozwalający niedosłownie odczytać tytuł – potwierdzają to teksty piosenek, jak i prosta akustyczna-folkowa muzyka. Tło fonogramu jest również w kolorze niebieskim, a na nim widnieje J. Mitchell. Tytułowy utwór zamykał stronę A płyty, interpretację utworu dopełniała wizualizacja w postaci okładki. Wielokrotnie zdarza się, że artyści nadają swoim płytom tytuł *Blue* i zazwyczaj oznacza on przygnębienie i daje odbiorcom pierwsze wskazówki, o czym będzie album.

Projektanci okładek płyt wskazują także określony gatunek muzyczny, wykorzystując symbole związane z preferującymi go subkulturami czy wykonującymi utwory muzykami. Na przykład muzyka heavy/deathmetalowa ilustrowana jest wizerunkiem kozła, cyframi 666, krwią, pentagramem, a dla tekstu używany jest gotycki krój czcionki. Okładki fonogramów zawierające podane symbole są kontrowersyjne ze względu na to, że wszystkie kojarzą się ze znakami antychrześcijańskimi. Warto wspomnieć, że wydany w 1982 roku album *Black Metal* zespołu Venom jest protoplastą nazwy dla całego gatunku. Dwa lata później zaczęto używać zwrotu „black metal” jako określenia gatunku muzycznego.

Omawiana publikacja przedstawia szerokie spektrum możliwości interpretacji okładek muzycznych. Ogromną zaletą jest to, że w interesujący sposób podejmuje zagadnienie wizualności albumów muzycznych, czyli po prostu muzyki, oraz oferuje metodę badania okładek. Autor udowodnił, że korzystając z kilku metod badawczych pochodzących z różnych dziedzin naukowych, można ukazać wiele istotnych zjawisk, które dotychczas były marginalizowane w naukach humanistycznych. Wybrany materiał źródłowy pozwolił autorowi pokazać również funkcjonowanie rynku muzycznego. Jest to bardzo ważna pozycja zarówno dla kulturoznawców, jak i dla całego grona badaczy kultury popularnej. Książka ukazała się w doskonałym momencie: renesansu płyt winylowych. To zainteresowanie płytami winylowymi przejawia się dziś także w Internecie i Torzecki wspomina praktyki miłośników okładek, korzystających z nowych mediów, np. tworzenie przez internautów na Tumblr⁴ swoich wersji popularnych okładek. Szkoda, że autor nie zwrócił uwagi na zależność pomiędzy płcią a projektem okładki. W pracy pojawia się dosłownie kilka nazwisk kobiet, które miały jakikolwiek wpływ na ostateczny wygląd okładki. Ścisła siódemka projektantów okładek wybrana i opisana przez autora to sami mężczyźni. Celem książki oczywiście nie było wskazywanie różnic i zależności między płcią a projektem graficznym. Pojawia się jednak pytanie, czy w świecie fonograficznym nie ma artystek-projektantek godnych opisanie w książce, czy ich nieobecność wynika ze świadomego wyboru

⁴ Internetowa platforma mikroblogowa.

autora. Na koniec warto zwrócić uwagę na samą okładkę omawianej książki, która została zaprojektowana przez Rosława Szaybo⁵. Projekt przedstawia pół czarnego krążka z żółtym labellem, narysowanego w minimalistyczny sposób na szarym tle. Druga część to po prostu ciemnoszara, prawie czarna połówka z sześcioma próbkami farb malarskich na białym tle. Podobnie jak okładki płyt winylowych, również ta miała zapewne odzwierciedlać tematy poruszane w książce, jednak gdyby nie użyto symbolu płyty winylowej, który przykuwa uwagę, pozostałe jej elementy zupełnie nie oddałyby charakteru pracy.

⁵ Znany polski projektant okładek dla takich zespołów jak Judas Priest czy The Clash.

