

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
GRAFIČKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

Leon Burazin



Sveučilište u Zagrebu
Grafčki fakultet

Smjer: Dizajn grafičkih proizvoda

ZAVRŠNI RAD

Odnos glazbenog sadržaja i dizajna naslovnice albuma

Mentor:
Prof.dr.sc. Maja Brozović

Zagreb, 2019.

Student:
Leon Burazin

Sažetak

Završni rad opisuje razvoj naslovnica glazbenih albuma kroz povijest; ukazuje na njihove rane početke, prikazuje kako su evoluirali zajedno s glazbenim žanrovima koji su se smatrali popularnim u to vrijeme te predstavlja njihovu evoluciju u danas poznati format. Kroz godine će se analizirati i prikazivati različiti glazbeni albumi koji pripadaju raznolikim žanrovima te istaknuti njihova (ne)povezanost sa sadržajem glazbenog djela.

Kod praktičnog djela će se prikazati naslovnice različitih pop glazbenika, naslovnice njihovih albuma te redizajni koje je autor izradio u smislu glazbene teme. Nastojati će se objasniti zašto je originalna naslovnica neuspješna ili nezanimljiva te će, nakon što se ponudi originalno rješenje, autor usporediti dva rada, ciljajući na postizanje veće sinteze između naslovnice albuma i njegovog glazbenog sadržaja.

Nastojati će se opisati misaoni proces tijekom izrade redizajna te istaknuti koji su najbitniji elementi kod redizajnirane naslovnice i zašto su iskorišteni u kontekstu odabranog glazbenog djela.

Ključne riječi: Naslovnica albuma, glazbeni stil, redizajn, pop glazba, ženski izvođači

Abstract

This study describes the development of album covers throughout history, points out their early start, showcasing the growth of the covers alongside musical genres which were considered popular at time as well as showing their evolution into the format we know today. Different album covers from different genres of music will be analyzed, while their connection with the musical and lyrical content will be closely examined.

The practical part of the study will display different albums and album covers from various pop artists, which will then be compared with the author's redesigns that were aimed to achieve a closer connection to the album's contents. The author will intend to explain why the original cover was unsuccessful or unoriginal; after offering an original solution, a comparison will be made between the two designs, with the redesign attempting to achieve a greater connection to the album's content.

The goal is to describe the thought process that lead to the redesign as well as point out which of the elements hold the most relevance in the reimagined cover and their role in the overall redesign.

Key words: Album cover, music style, redesign, pop music, female artists.

Sadržaj

1. Uvod	1
2. Teorijski dio	2
2.1. Riskantni počeci	2
2.2. Popularizacija	4
2.3. Uloga fotografije	7
2.4. Dolazak rocka	11
2.5. Turbulentne šezdesete	15
2.6. Prkos u sedamdesetima	27
2.7. Ekscentrične osamdesete	32
2.8. Razvoj do novog stoljeća	35
2.9. Glazba u modernom svijetu	47
3. Praktični dio	60
3.1. Predgovor	60
3.2. Odabrana djela pop glazbe	60
4. Zaključak	90
5. Ilustracije	91
5.1. Teorijski dio	91
5.2. Praktični dio	93
6. Popis literature	93
6.1. Teorijski dio	93
6.2. Praktični dio	95

1. Uvod

Naslovnica glazbenih djela, iako nama danas odveć poznate, imaju popriličnu povijest u kontekstu razvijajuće umjetnosti i glazbe u devetnaestom stoljeću. Svojim ranim, ali i riskantnim počecima, naslovnice glazbenih albuma se polako razvijaju kroz odgovarajuće žanrove desetljeća, pretvarajući se iz običnih, konvencionalnih i neuglednih omota u istinska umjetnička djela koja promatrače privlače svojim impozantnim dizajnom.

Razvoj će se prikazati kroz same početke 20. stoljeća, u poslijeratnom, ali i predratnom razdoblju, u kojima su umjetnici koji su stvarali tadašnje naslovnice nosili veliki značaj za njihov razvoj. Kako godine prolaze, naslovnice počinju više sličiti današnjima, mijenjajući svoj format, ali i izgled u nešto posve suvremeno. U tridesetima i četrdesetim godinama će se istaknuti odnos fotografije i naslovnice, njihov golemi značaj za evoluciju naslovnica koji kulminira s dolaskom rock glazbe u ranim pedesetima.

Ističući daljnji razvitak naslovnica albuma kroz žanrove, opisati će se i utjecaj šezdesetih i sedamdesetih, sa svojim psihodeličnim motivima i prkosnim utjecajima, koji se glatko razvijaju u ekscentričnost osamdesetih, koje pomiču naslovnice albuma u umjetničkom, ali i veoma izražajnom smjeru.

Posljednje godine dvadesetog stoljeća donose nove utjecaje za naslovnice, koji će se nastaviti razvijati i do novog stoljeća; dolazi do novih pravila ljepote i ciljanja na veću marketabilnost naslovnica, pomalo gubeći stvoreni umjetnički aspekt u proteklim desetljećima.

Za posljednju godinu opisivanja povijesti se uzima 2010. godine, nakon čega se prelazi na praktični dio u kojem se uspoređuju originalne naslovnice s redizajniranim radovima, koji nastoje postići veću sintezu između glazbenog sadržaja i izgleda naslovnice.

2. Teorijski dio

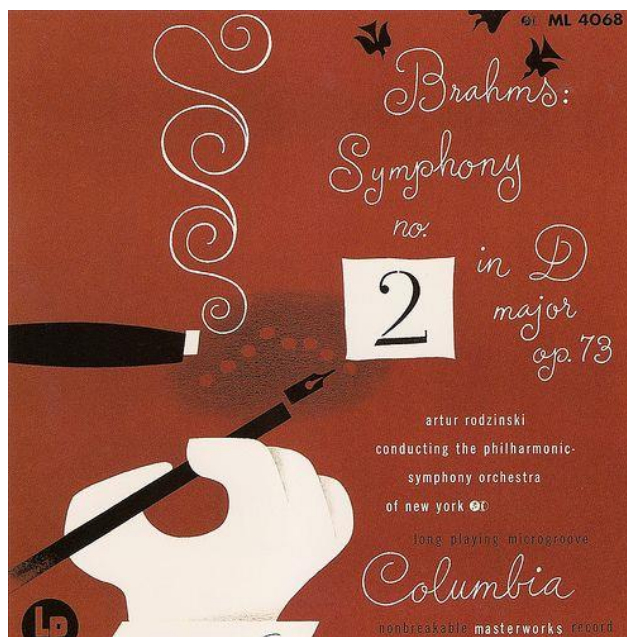
2.1. Riskantni počeci

Kako bi mogli prikazati povijest i općenito početke naslovnica albuma, treba se pozvati na prošlost, na ono što su se naslovnice albuma nekoć odnosile, a to su bile gramofonske ploče i njihove impozantne naslovnice koje su pratile beskonačne zvukove glazbe dvadesetog stoljeća.

Počevši s riječju „album“, definicija se vraća u predratno razdoblje kada su se albumi doslovno odnosili na obično, često nezanimljivo, kartonsko pakiranje u kojemu su se nalazile gramofonske ploče, tada često korištene 12-*inch* tj. 12 cola ploče. U promjeru od dvadesetak centimetara, taj medij je bio zaštićen sa zaboravljivim omotom na kojem su se prikazivali samo nazivi srodnih ploča, bez ikakvih naročitih grafičkih rješenja koja bi privukla pažnju.

Razvojem kroz godine glazbe i različite žanrove, također je došlo i do promjene u reklamiranju i prikazivanju ploča te njihovih pakiranja; pojavljuje se *Alex Steinweiss*, koji će nepovratno promijeniti industriju dizajna, ali i glazbe. Rođen 1919. godine u Brooklynu, *Steinweiss* je bio inspiriran, ili točnije, razočaran dotadašnjim marketingom navedenih ploča. Opisuje ih kao naslovnice koje su bile samo „smeđe, zelene ili narančaste“ te postavlja pitanje tko bi to točno kupio.[1] Nadajući se da će moći napraviti neku promjenu u tom sivilu naslovnica, *Steinweiss* se zapošljava u *Columbia Recordsu*. Radeći tamo, došao je na ideju da preporuči nekakav redizajn, način da se razbije kalup dotadašnjeg izgleda, što je ubrzo preporučio *Patu Dolanu*, voditelju oglašavanja.

Međutim, *Steinweissu* nije sve prošlo tako lako – na sugestiju je dobio korporativni odgovor – tako nešto košta, a zbog tadašnjih načina otiskivanja, to je bilo ekstremno skupo, pogotovo za nekakav eksperiment. Uz muku, radi svoje prve dizajne, od čega je među poznatijima njegov dizajn za *Brahmsovu* simfoniju, koju je ukrasio sa smeđim i crvenkastim tonovima, stiliziranim elementima te odgovarajućim fontom.



Slika 1 - Brahmsova simfonija, jedna od prvih naslovnica albuma.

Upravo je ta naslovnica donijela golem uspjeh u prodaji, povećanje od čak 800 posto, što je bio dovoljan dokaz njegovim kolegama da je dizajn naslovnica itekako uspješan, ali i isplativ. Ubrzo nakon, dolazi do pomaka u poimanju tadašnjeg dizajna – sve više i više izdavačkih kuća počinju stvarati originalne dizajne za svoje naslovnice, tako popularizirajući granu umjetnosti.

Za *Steinweissa* su naslovnice bile umjetnost, način za usmjeriti glazbeni sadržaj u još jednom smjeru idejnog stvaralaštva, kako bi se maksimalno izvukla njegova poruka, ali i simbolizam. Za svoje dizajne je nalazio inspiraciju u svome djetinjstvu i odrastanju uz glazbu, u znanju o klasičnoj glazbi te naposljetku i znanju o tome što publika želi.[1] Kupci ne bi bili stimulirani sa slikom *Mozarta* na naslovnici, ali bi sa simbolizmom o određenoj simfoniji ili glazbenom djelu.

Nastavljajući, povezivao je glazbu s bojama, instrumente s njihovim elementima, kako bi stvorio dojam i sliku o albumu. Za njega je to predstavljalo logički korak u izgledu i prezentaciji ploče, umjesto samo načina za promoviranje albuma. Kako su se žanrovi i albumi više razvijali, tako je i sam *Steinweiss* morao delegirati poslove; primjerice, za jazz albume je izdavačka kuća zaposlila *Jima Floru* kako bi pomogao u stvaranju različitih naslovnica za žanrove o kojima *Steinweiss* nije nužno znao previše.

Njegove druge radove pak krasi snažne, prisutne boje s izrazitim kontrastima, čiste linije te pripadajuća tipografija. Osim ilustracija, *Steinweiss* je rabio i fotografije pri svojim djelima, primjerice u naslovnici „Smash Song Hits by Rodgers and Hart“, njegovo prvo djelo u kojem je fotografirao (i time ovjekovječio) slavni *Imperial Theatre* u *New Yorku*.^[2]

2.2. Popularizacija

Osim *Alexovog* zlatnog dodira na umjetnost naslovnica tridesetih i četrdesetih godina dvadesetog stoljeća, doprinos također leži i u promjeni korištenog formata za razne ploče. Karton, koji se do tada koristio za pakiranje, nije bio odveć praktičan za format takozvanih *LP* (*long play*, eng.) ploča. Za njih je tako pakiranje bilo nezahvalno, dapače, čak i štetno, zbog čega dolazi do razvitka novijeg modela koji se mogao savijati. Upravo je takav model otvorio vrata još većim mogućnostima za dizajn naslovnica, što se upravo i dogodilo.

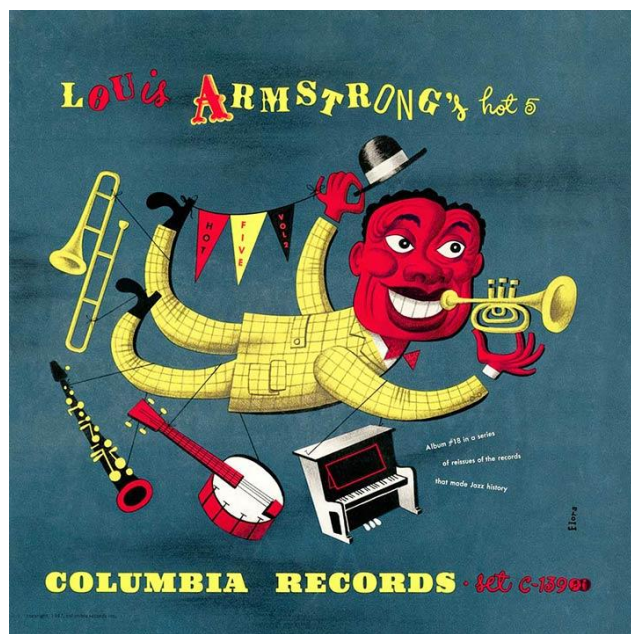
Capitol Records, jedna od najvećih izdavačkih kuća tog vremena, 1945. godine objavljuje album „The King Cole Trio“, autora *Nat King Cole*. Sa svojim intenzivnim magenta nijansama, sukobljene s primamljivom žutom, album je stvorio nepokolebljivi domino efekt, koji je svima dokazao da dizajn živi i da ima funkciju i u glazbi. Sam album je proveo većinu godine na prvom mjestu glazbene ljestvice, što je lansiralo kulturološki utjecaj sintagme dizajna i glazbe.^[3]



Slika 2 – Naslovnica „The King Cole Trio“.

Kao jedan od rijetkih medija koji doživljavaju milijuni ljudi diljem svijeta, naslovnice albuma su imale rijetki privilegij da budu izvor inspiracije ljudima koji možda nikada ne bi ni znali da takvo nešto postoji; neki od najslavnijih umjetnika su svoje početke našli upravo u takvome mediju, velikani poput *Andyja Warhola* su slikarske i umjetničke korake javno iskusili u raznolikosti i sveobuhvatnosti naslovnica albuma, što je definitivno imalo utjecaj na njihova kasnija djela.

U sredini četrdesetih godina dvadesetog stoljeća, jazz glazba počinje zahvaćati sve veću i veću populaciju svojim saksofonskim melodijama – *Jim Flora*, kolega *Alexa Steinweissa*, je objeručke prihvatio novi žanr glazbe, i pustio da ga on inspirira u izradi naslovnica. Pri svojim radovima se nije libio kreirati naslovnice izrazito popularnih glazbenika tog vremena, zbog čega su njegov opus tada krasili glazbeni genijalci poput *Louisa Armstronga* i *Shortyja Rogersa*, za koje je radio intrigantne karikature povezane s naglašenim kontrastima i žarkim bojama.



Slika 3 - Naslovnica albuma Louisa Armstronga, objavljena od strane Columbia Records.

Naravno, osim *Steinweissa* i *Flore*, mnogi drugi dizajneri su osmislili nove ideje i standarde koje su rabili na svojim naslovnicama. Jedan od njih je bio *Rudolph de Harak*, koji je kroz svoje dvadesete godine radio i stvarao brojna dizajnerska djela. Ne fokusirajući se samo na naslovnice albuma, već i naslovnice knjiga, *Harak* je u svoje dizajne ubacivao švicarska načela umjetnosti, preko kojih je postigao brojna minimalistička djela koja su se sastojala od mreža i asimetrične ravnoteže.[4]

Za seriju postera *Westminster Records*, *Harak* je pobudio samu srž minimalizma, nekakvu sintagmu između jednostavnih, ali i primjetnih, geometrijskih oblika i istaknutih tonova koje su se dinamično povezivale. Klasične kompozicije autora poput *Mozarta* su uživale u naizgled neobičnim dizajnerskim rješenjima, te je upravo u toj čudnovatosti *Harak* pronašao vlastiti identitet.



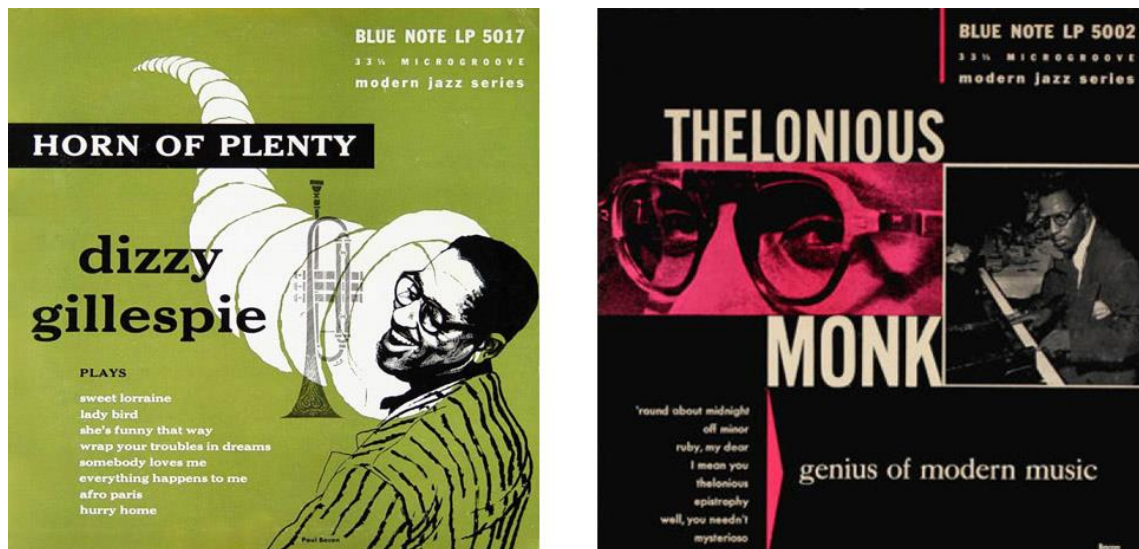
Slika 4 - Naslovnice "Introducing: Fou Ts'ong," i "Shostakovitch, Piano Concerto No. 1".

2.3. Uloga fotografije

Kod dizajniranja naslovnica tog vremena, korišteni elementi nisu bili samo dvodimenzionalni oblici ili trodimenzionalna tijela, već je i fotografija igrala bitnu ulogu kod konceptualizacije naslovnica. Kao zahvalniji, ali i očitiji medij, fotografija je umjetnicima i dizajnerima dala mogućnost da odvedu svoje dizajne korak dalje – da spoje samu naslovnicu s nečim realnim, nečim s čime bi se promatrači mogli poistovjetiti ili s čime bi mogli povezati sadržaj albuma i vizual same naslovnice.

U tome je i naposljetku ležala ideja korištenja fotografije (što se zadržalo i do danas) – pružiti mogućnost stvaranja spone između realnog i konceptualnog, glazbenog, što se najčešće realiziralo u korištenju lica umjetnika na samoj naslovnici, popraćen s nazivom albuma na određenoj pozadini.

Ulaskom u pedesete godine dvadesetog stoljeća, novije tehnike otiskivanja su se otkrivale i rabile, što je dovelo do veće sinteze između grafičkih dizajnera i fotografa, koji su napokon mogli koristiti svoje fotografije u mjesto dotadašnjih grafičkih rješenja na naslovnicama. Postepeno su fotografi čak i preuzeli ulogu dizajnera, što zbog jednostavnosti, što zbog modernizacije dotadašnjih metoda.

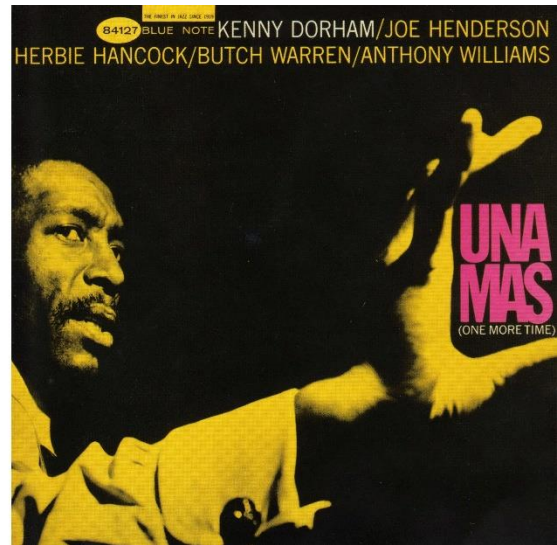
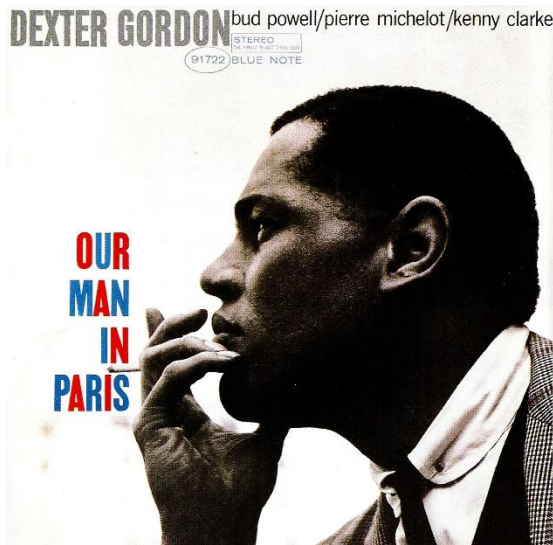


Slika 5 - Naslovnice "Horn of Plenty" i "Genius of Modern Music: Volume 1".

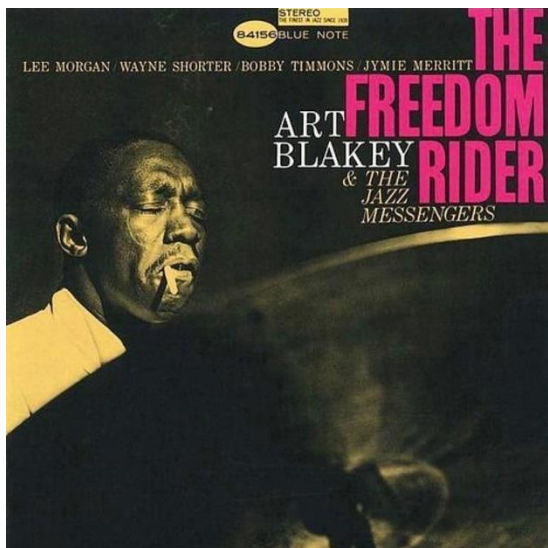
Radovi poput „Horn of Plenty“ su sadržavali jednostavne kombinacije jednodimenzionalnih likova s fotografijom autora, koja je u većini slučajeva bila uređena da se doima kao da je na nekakvom prijelazu iz fotografije u ilustraciju, kao što je to primjer kod navedenog albuma. *Paul Bacon*, autor obje naslovnice (slika 5) je funkcionirao upravo na tome principu – fotografija najčešće nije zauzimala fokus, već je to bila tipografija (poput „Genius of Modern Music: Volume 1“, gdje promatrač odmah zamjećuje crvenu fotografiju smještenu u pravokutnik, zajedno s tipografijom iznad i ispod nje) ili geometrijski oblici koji su bili ukomponirani uz fotografiju na određeni način, kako bi se maksimalno privukla pozornost, ali i dizajnerski obogatilo cjelokupno djelo. Sam *Bacon* je kasnije napravio i naslovnicu poznatog djela „Catch-22“ (hrv. pr. „Kvaka 22“), u kojem je izražena njegova satirična priroda.

Drugi su dizajneri i fotografi pak koristili čitavu fotografiju (naravno, izrezanu na format) kako bi izazvali emociju koju su oni smatrali prikladnom za sadržaj albuma. Djela fotografa *Francisa Wolffa* su obogaćivala naslovnice sa sjetnim fotografijama jazz umjetnika, s najčešće postavljenim filterom preko naslovnice u zagasitim tonovima ili hladnim bojama, kako bi se raspoloženje albuma odvelo korak dalje. Promatrajući njegove naslovnice, teško je ne osjetiti emociju

prikazanog glazbenika, a kada se još takav sentiment kombinira s glazbom kojoj je naslovnica pripadala, dobije se potpuno umjetničko djelo.



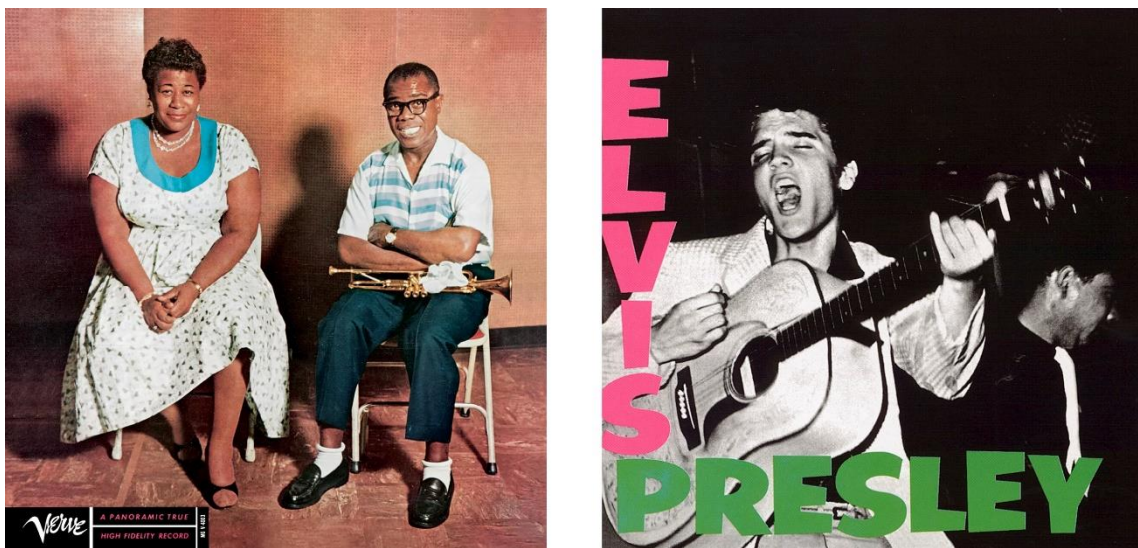
Slika 6 - Naslovnice "Our Man in Paris" i "Una Mas".



Slika 7 - Naslovnice "The Freedom Rider" i "Blue Train".

Bitno je naglasiti da su tadašnja djela, točnije naslovnice albuma, bile uglavnom, pa skoro i isključivo vezane za jazz žanr glazbe, s posebnim fokusom na njegove glazbene instrumente koje su autori često držali, ponekad i koristili, na naslovnicama. Upravo zbog toga je teško ne povezati jazz s popularizacijom korištenja fotografija na naslovnicama (ali i rastom samih naslovnica), jer je u pedesetima i šezdesetima došlo do rasta tog žanra, što je pružilo posebnu priliku da se takav dizajnerski zamah izvede.

Pošto se uloga fotografija toliko uvećala tijekom tih desetljeća, slavni fotografi, poput *Phila Sterna* i *William Robertsona*, rade neke od najpoznatijih naslovnica, čuvene i do danas. Te naslovnice nisu imali pretjerane grafičke elemente niti tipografiju koja bi svjesno odvlačila pozornost, već je cijeli fokus bio upravo na – glazbenicima. Tako su se dobile naslovnice poput debitantskog albuma *Elvisa Presleyja* i zajedničkog napora *Elle Fitzgerald* i *Louisa Armstronga*, koji nisu niti malo bili zapostavljeni na naslovnicama. Dapače, sami glazbenici su već bili toliko poznati da nikakva daljnja asocijacija na njihov opus nije bila potrebna, praksa koju su desetljećima kasnije iskoristili ostali, iznimno popularni, glazbenici.



Slika 8 - Naslovnice "Ella and Louis" i "Elvis Presley".

Kao što je zamjetno na već spomenutoj naslovnici albuma „Ella nad Louis“, koja je funkcionirala kao zajednički album dvoje popularnih glazbenika tog razdoblja, dizajn ne krasi previše elemenata – on se sastoji od jednostavne fotografije u kojem dva glazbenika sjede jedan do drugoga, skromno odjeveni, u prostoriji koju dekoriraju njihove sjene. Fotograf *Phil Stern* je tada bio fotograf za *Vogue* časopis te osim tog, već impozantnog životopisa, fotografirao je i razne filmske zvijezde, poput *Marilyn Monroe* i *Marlona Branda*, zbog čega je njegov rad na ovakvoj naslovnici još više fascinantn.

Dok se naslovnice „Ella and Louis“ uglavnom drži dalje od skoro pa ikakve tipografije, naslovnica *Elvisovog* prvog albuma pak ima njegovo ime u naglašenom fontu, obojenom ružičastom i njenom komplementarnom bojom,

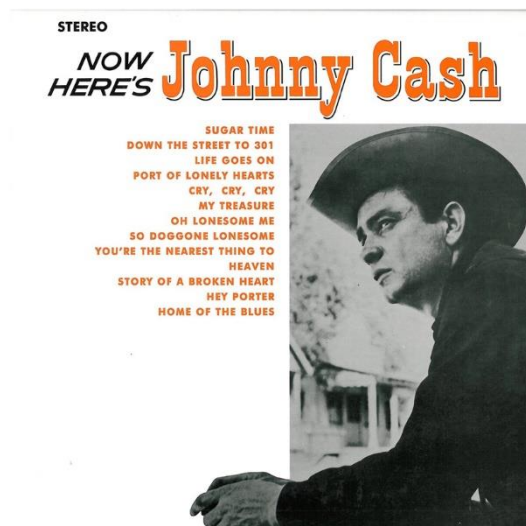
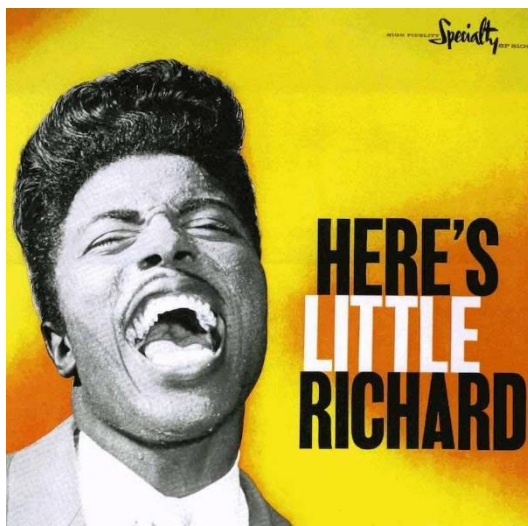
zelenom. Samu fotografiju je uslikao *William V. "Red" Robertson*, iako se dugo smatralo da je pravi autor *Popsie Randolph*, poznati američki fotograf. Na naslovnici *Elvis* radi ono što je najbolje znao – pjeva, uz pratnju svoje gitare, i takav motiv je zapravo bio idealan za prizor kod debitantskog albuma, jer odmah stvara određenu sliku o umjetniku i tome što pridonosi glazbenoj konkurenciji tog vremena.

2.4. Dolazak rocka

Rock glazba kao žanr se pojavila otprilike četrdesetih godina dvadesetog stoljeća, ali nije doživjela nužno popularnost u kojoj je jazz žanr uživao desetljećima. Međutim, to se sve promijenilo donekle glazbenom revolucijom pedesetih; rock glazba je do tada bila prvenstveno vezana uz filmove i njihove *soundtrackove* (hrv. pr. zvučna traka; po definiciji „tonski zapis glazbene pratnje filma, scenskog djela, televizijske serije“)[5], što ju naravno nije postavilo u jednak položaj, kao što je to bio slučaj kod jazz.

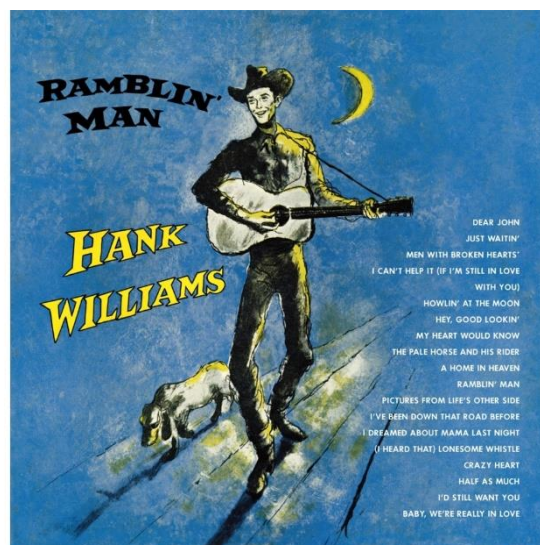
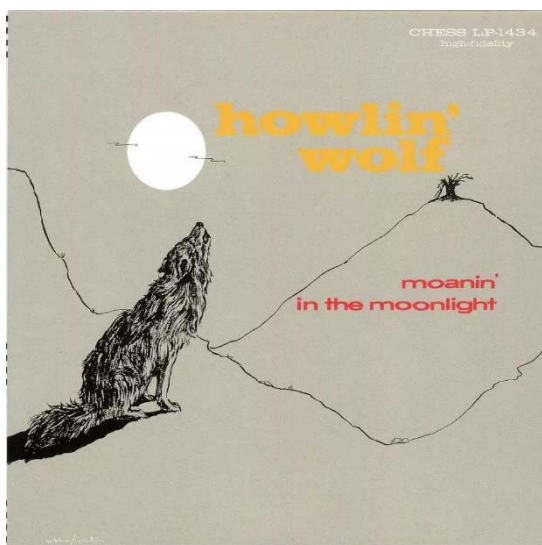
Polako, ali sigurno, uz pomoć glazbenih velikana poput *Elvisa Presleyja* i *Chucka Berryja*, je rock glazba našla potporu tadašnje publike, što je bilo još i više učvršćeno s dizajnom naslovnica raznih rock albuma. Rock glazba je tada nudila nešto drugačije, manje suptilno, s glazbenim instrumentima koje je bilo teško izbjeći; naslovnice su također odrazile takve sentimente, prvenstveno u kombinaciji fotografija i glazbenih instrumenata. Korišteni oblici su bili oštri, uz obaveznu prisutnost gitare, dok su boje bile prisutne sa svojim zasićenim toplim tonovima kombinirane uz verzalna slova koja su itekako bila primjetna.

Dakako, neke naslovnice su vršile i poprilično interesantne kombinacije crno-bijelih fotografija uz žarke pozadine, poput debitantskog albuma *Little Richarda* i desetog albuma *Johnnyja Casha*, pod nazivom „Now Here's Johnny Cash“. Oba albuma koriste crno-bijele fotografije (kod *Richarda* je riječ o izrezanoj fotografiji, dok *Cash* ima veći udio pozadine) s interesantnim bojama; za *Richarda* je pozadina iznimno dinamična, sa živim bojama koje plešu iza fotografije glazbenika. S druge strane, *Cash* sadrži podčinjenu kompoziciju – tekst kombinira verzalna i kurentna slova koja imaju narančastu ispunu, što odgovara nekakvoj inverziji *Richardove* naslovnice.



Slika 9 - Naslovnice "Here's Little Richard" i "Now Here's Johnny Cash".

Naravno, nije samo fotografija harala žanrom, već je tu bilo riječ o intrigantnim ilustracijama koje su najčešće bile tematski vezane uz naslov. Albumi poput „Moanin' in the Moonlight“ glazbenika *Howlin' Wolf* te „Ramblin' Man“ autora *Hanka Williamsa* su se, primjerice, više bazirali na blues dijelu žanra, što se itekako odrazilo na njihove naslovnice, u smislu da su uobičajeni žarki tonovi zamijenjeni s hladnim plavima i blagim sivilom, s jednostavnom tipografijom smještenom na suptilne podloge.



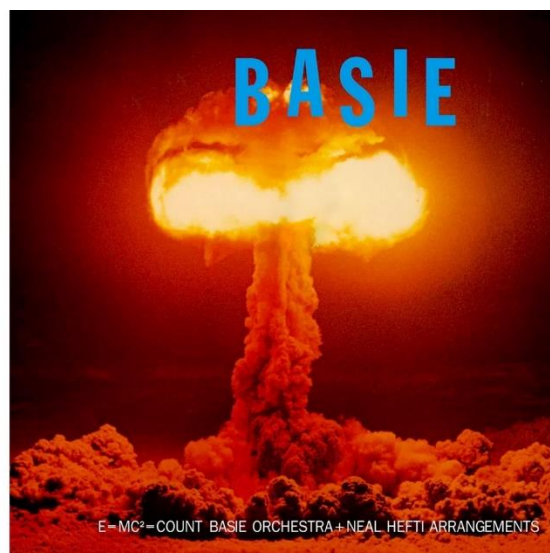
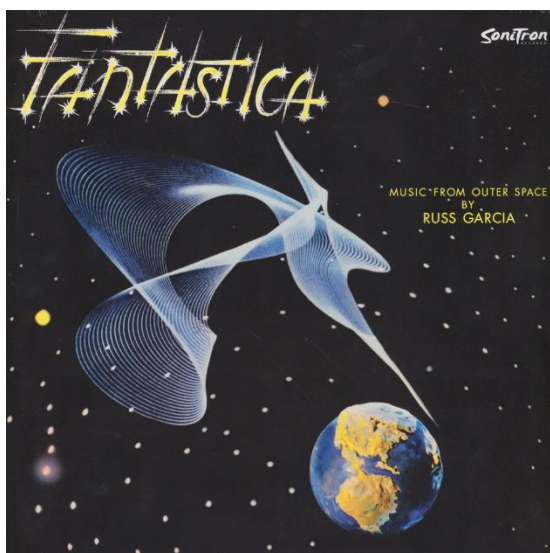
Slika 10 - Naslovnice "Moanin' in the Moonlight" i "Ramblin' Man".



Slika 11 - Naslovnice "Tonight: Rock and Roll Dance Party" i "Rock'n Roll'n Robbins: Marty Robbins Sings".

Veseliji albumi, često kompilacije raznih umjetnika, s druge strane drže radosn(ij)e tonove u kojima se može zamijetiti moda tog vremena te raznovrsne boje koje često dominiraju kompozicijom. Zanimljivo je naglasiti da iako *rock and roll* nije naročito žanr glazbe s kojim bi se takvo šarenilo i radost povezala (još manje je i povezanost s plesom), mnoge naslovnice upravo sadrže tih par motiva, što govori o nekakvoj disocijaciji između glazbenog sadržaja, ali i žanra, te same naslovnice.

Osim tematske povezanosti s ilustracijama i žarkih tonova, naslovnice pedesetih godina dvadesetog stoljeća su bile i prilagođene društveno-političkoj klimi tog desetljeća; na korak prema bitnim postignućima čovjeka, neke naslovnice su se odlučile na tematski pristup u kojem prikazuju ili nekakvo pretkazanje budućnosti, ili događaj koji se već dogodio koji je imao golem utjecaj na tadašnje društvo, poput razarajuća dva svjetska rata samo nekoliko desetljeća prije.



Slika 12 - Naslovnice "Fantastica" i "The Atomic Mr. Basie".

Takav primjer se može naći u radovima „Fantastica“, autora *Russela Garcie* te „The Atomic Mr. Basie“, glazbenika *Counta Basiea*. Oba rada, naizgled drastično drugačiji jedan od drugoga, pružaju uvid u prošlost čovječanstva, ali i budućnost.

Fantastica u svome dizajnu nosi eleganciju i jednostavnost – čistoću forme koja s pomoću dva elementa donosi čitav doživljaj. Planet Zemlja izgubljen u kozmičkoj beskonačnosti svemira stoji potpuno malen naspram mističnog i – fantastičnog – kompleksnog objekta koji se kovitla u crnom bespuću. Preko te naslovnice je ideja jasna; album dovodi ono što i naslov obećava, a to je znanstvenu fantastiku koja se isprepleće s nama poznatim elementima svemira.

Iako po žanru album pripada *space-age* eksperimentalnosti polovice dvadesetog stoljeća, dizajn naslovnice je svejedno impozantan kada se uzme u obzir da je naslovnica izašla više od deset godina od čovjekovog prvog koraka na mjesecu. To je zapravo dokaz da su grafička rješenja naslovnica često usko povezana uz suvremenu tematiku; društveni i politički događaji su neizostavni faktor kada je riječ o pronalasku rješenja te kao takav, dizajn *Fantastice* je izrazito suvremen i impozantan, čak i šest desetljeća kasnije.

S druge strane, *The Atomic Mr. Basie*, još poznatiji i po naslovima *Basie*, $E=MC^2$ i *The Complete Atomic Basie*, nudi drugačiju priču. Umjesto odlaska u budućnost i postizanja vizije, dizajn naslovnice ovog albuma prikazuje surovu stvarnost koja je promijenila lice dvadesetog stoljeća. Prikazom takozvanog *mushroom clouda*

(hrv. pr. oblak u obliku gljive) koji se proteže nakon pada atomske bombe, naslovnica nastoji prvo zgroziti te zatim zaintrigirati gledatelja, ne bi li stali i razmislili o tome što su točno vidjeli. Naslovnica je neizostavno kontroverzna i pamtljiva, što je dokaz da je povezanost između dizajna i naslova (pa naposljetku i sadržaja) uspješna. To je naslovnice kojoj je cilj prikazati surovost i očaj u najboljem obliku, a to je prikazom koji poziva na bolnu prošlost.

2.5. *Turbulentne šezdesete*

Šezdesete godine pak obilježava spoj mode i umjetnosti – glazba se sve više i više mijenja, evoluirala i odvaja u specifične žanrove, što se također i odražava na naslovnice. Dotadašnji zagasiti tonovi i suptilna količina ornamenata se zamjenjuju upravo sa suprotnim – imati jednostavnu naslovnicu je naprosto bilo nezamislivo, što dovodi do većeg broja unajmljivanja umjetnika svih zanimanja za dizajn u kojem bi oni najbolje mogli prikazati sadržaj albuma, ali naravno i privući publiku.

Glazbenici su radili s iznimno popularnim umjetnicima poput *Petera Blakea* i sveprisutnog *Andyja Warhola*. Za cilj su imali provokaciju, ali i prizor užitka – boje divljaju po naslovnicama halucinogeničnih i psihodeličnih motiva i paleta, s kompleksnim interakcijama između tonova, kontrasta, ali i zanimljivih fotografija s kojima se nastoji postići nezaboravni prizor.

Prvi primjer navedenog možemo primijetiti u albumu „Axis: Bold as Love“, drugog albuma benda „The Jimi Hendrix Experience“, s najpoznatijim članom, čuvenim *Jimmyjem Hendrixom*.



Slika 13 - Naslovnice "Odessey and Oracle" i "Bold as Love".

Što je odmah zamjetno u obje naslovnice jest korištenje krivulja i zaobljenih elemenata, koje se isprepleću s kompliciranim i žarkim bojama (više očito u „Bold as Love“). Bend „The Zombies“ se u svojoj naslovnici odlučio za nekoliko drugačijih motiva i tematika; počevši od vrha, uočljiva je biljna pozadina s kružnicom i istančanom spiralom. Spuštajući se prema dolje, tri figure su prisutne – prva figura nema lice, ali pošto je isključivo bijele boje (s nijansama prljavo ružičaste), može se zaključiti da je riječ o nekakvoj božanskoj figuri, koja dodiruje ženu i muškarca koji su smješteni u svojevrsnu razlomljenu dijagonalnu kompoziciju jedan naspram drugog. Zanimljivo je naglasiti da je muškarac taj koji je nag, dok je žena potpuno odjevena do vrata.

„Bold as Love“ naslovnica je zapravo slika koju je naslikao Roger Law, prema fotografiji Karla Ferrisa. Tu je riječ o korištenju motiva indijskog boga *Vishnu*, koji zauzima prostor iza benda u različitim položajima. *Jimi Hendrix* je imao problem s naslovnicom, jer je smatrao da ne prikazuje točno njegovo američko-indijsko nasljeđe te je čak istaknuo da naslovnica „nema nikakve veze s bendom“. [6] Nadalje, hinduisti su smatrali dizajn problematičnim i uvredljivim njihovoj kulturi, zbog čega je naslovnica zabranjena u Maleziji, od lipnja 2014. godine.

Uzevši u obzir razdoblje i glazbene žanrove, teško je ne spomenuti *Beatlese*, koji su harali većim dijelom šezdesetih, počevši od njihovog debitantskog albuma, pa do posljednjeg albuma objavljenog 1970. godine. Zbog svoje goleme popularnosti, *Beatlesi* su objavljivali albume i za svoju državu, ali i za kontinent

preko oceana, što je dovelo do dvojake popularnosti i raznovrsnosti, ne samo u glazbi, ali i dizajnu.



Slika 14 - Naslovnice debitantskih albuma Beatlesa u Ujedinjenom Kraljevstvu lijevo, s albumom "Please Please Me", te album "Introducing... The Beatles", namijenjen za američku publiku, prikazan desno.

S debitantskim albumom, objavljenim 1963. godine u Ujedinjenom Kraljevstvu, Beatlesi su dostigli golemu popularnost već u prvoj godini. Naslovnica se sadržajno sastoji od fotografije koja prikazuje iz žablje perspektive četiri člana benda, koji se nalaze na stubištu sjedišta EMIja u *Manchester Squareu*. Angus McBean, fotograf čuvene naslovnice, je napravio nekolicinu različitih kutova i poza, što je dovelo do njihove kasnije implementacije u retrospektivnim albumima i jednom EPU („Extended Play“, hrv. pr. produžena ploča), objavljenom 1963. godine. Naslovnica za američku publiku pak prikazuje samo jednostavnu fotografiju benda, bez pretjerane originalnosti ili zanimljivosti.

Sljedećih nekoliko godina, njihove naslovnice kombiniraju različite elemente – uglavnom je tu riječ o korištenju fotografija, ponekad i ilustracija (kao što je to slučaj kod „Revolvera“), povezanih s tipografijom koja je ili suptilna, ili čini dio kompozicije u velikom omjeru, kao što je slučaj kod „Rubber Soul“ albuma.

Prikazujući njihove albume, i utjecaj koji su imali na dizajne naslovnica albuma, skoro pa nemoguće je ne navesti njihov, često nazvan, magnum opus – „Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band“. Predstavljen kao rani konceptualni album, u kojem se bend bavi s fiktivnim „Sgt. Pepper“ bendom, ostavio je trajni utjecaj na

rock glazbu, ali se smatra i začetnikom takozvane „albumske ere“, koja će trajati sve do glazbe 21. stoljeća, unatoč tome što je objavljen skoro pola stoljeća prije.



Slika 15 - Naslovnica "Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band".

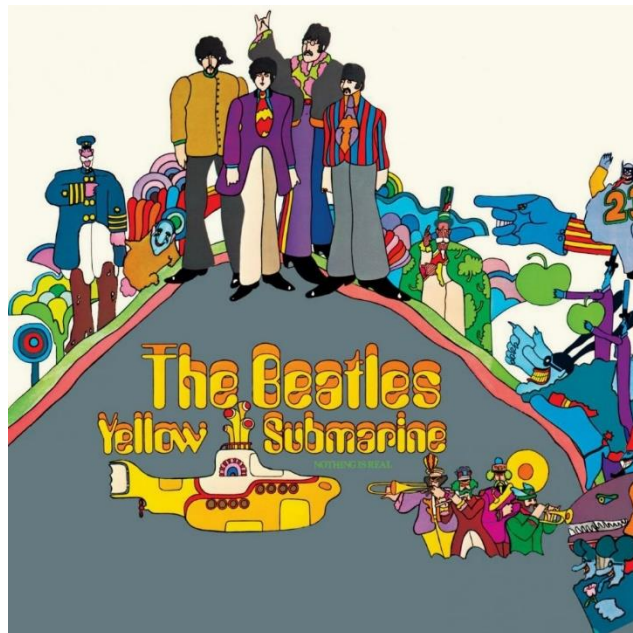
Za dizajn ove monumentalne naslovnice su bili odgovorni *Peter Blake* i *Jann Haworth*, dva pop umjetnika[7], koji su ostvarili umjetničko djelo kroz naslovnicu. Za koncept je *Blake* ponudio ideju prizora benda u parku, kako nastupaju pred publikom koja se sastoji od kartona, te prikazuje razne (slavne) osobe.[8] Nadalje, kao art direktor naslovnice je bio odgovoran *Robert Fraser*, dok je fotografiju uslikao *Michael Cooper*.[7]

Prednji dio naslovnice albuma se sastoji od šarenog kolaža koji uključuje sve članove benda u raznobojnim kostimima, dok iza, pokraj, pa i ispred njih stoje razne figure od kartona, predstavljajući slavne osobe diljem svijeta. Na fotografiji se čisto i očito odvajaju četiri člana benda, s tamnim, izraženim brkovima na njihovim licima (koji su trebali biti prizor tadašnjeg hipi pokreta) te odjećom koja kombinira vojni i kraljevski stil, zajedno s žarkim bojama koji pružaju popriličan kontrast na fotografiji.

Konačna naslovnica se sastojala od čak 57 fotografija i devet voštanih figura, koji prikazuju razne ličnosti – glumce, sportaše, znanstvenike te čak i spiritualne gure – na nagovor *Harrisona*. Naslovnica je nastojala prikazati moć tadašnjeg

svijeta, ukomponirati slavne osobe kao publiku za *Beatlese*, čime se stvara dojam da praktički vladaju svijetom; imajući preko pedeset slavni obožavatelja, njihova uloga u glazbi se mijenja. Više nije riječ o malome britanskome bendu početkom šezdesetih, već o svjetskoj sili u području glazbe, kojoj skoro da nitko nije bio ravan.

„Yellow Submarine“, objavljen 1969. godine, pri samome vrhuncu hiپی ere, pak koristi psihodelične elemente i uvijene figure, što ide ruku u ruku s glazbenim sadržajem – *Beatlesi* zamjenjuju nježni rock-pop odnos koji je bio prisutan kod „The White Album“, s orkestralnim i halucinogeničnim kombinacijama koji nose sadržaj glazbenog albuma.



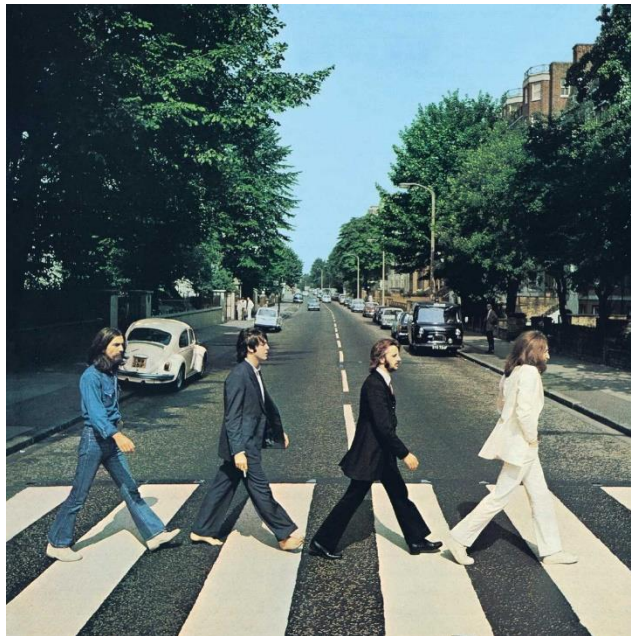
Slika 16 - Naslovnica "Yellow Submarine".

Naslovnica je u potpunosti rađena od ilustracija *Heinza Edelmana*, čuvenog njemačkog ilustratora i dizajnera, koji je bend prikazao u jednostavnim linijama, s toplim tonovima izmiješanim povremenim dodacima sive i crne. Uz i oko benda se nalaze ostale ilustracije koje prikazuju razne apstraktne, ali i figurativne motive voća, čudesnih bića te ljudi u službenim odijelima.

Za tipografiju više nije korišten jednostavan font; on je zamijenjen trodimenzionalnim fontom koji kombinira žute i narančaste tonove, postavljen ispod ilustracije benda i iznad žute podmornice – simbola samog albuma.

Pozadine uglavnom nisu dominante; iznad „podzemne razine“ je tu riječ o blagoj žutoj, dok prostor oko podmornice, podzemni dio, čini tamno siva nijansa koja se kontrastira s figurama u žarkim bojama.

Samo devet mjeseci kasnije, bend objavljuje novo djelo, pod nazivom *Abbey Road*. Kao njihov jedanaesti album, bend više nije bio toliko skladan kao nekoć članovi benda su se polako počeli odvajati od njihove, nekoć krute, strukture. Predstavljen kao rock album, *Abbey Road* poprima i vrijednosti popa i bluesa, što bendu ne donosi jednoglasno pozitivne kritike – album je bio kritiziran zbog svog neautentičnog zvuka i umjetnih efekata u pjesmama, ali ni to nije spriječilo dominaciju albuma na tadašnjim ljestvicama.



Slika 17 - Naslovnica "Abbey Road".

Iako je prethodni album koristio ilustracije u svojoj naslovnici, *Abbey Road* kontrira tome – bend se odlučuje za jednostavnu fotografiju četiri člana kako prelaze preko zebre ispred „Abbey Road Studios“ studija za snimanje. *John Kosh*, tadašnji kreativni direktor *Applea* je bio odgovoran za naslovnicu albuma, a za rezultat je dobivena prva naslovnica *Beatles* albuma koja ne koristi ni ime benda ni ime albuma u svome dizajnu. EMI, izdavačka kuća *Beatlesa*, nije bila optimistična *Koshovom* idejom; smatrali su da se takva naslovnica neće prodati (iako su *Beatlesi* bili odveć popularni u to vrijeme), na što je *Kosh* (kasnije)

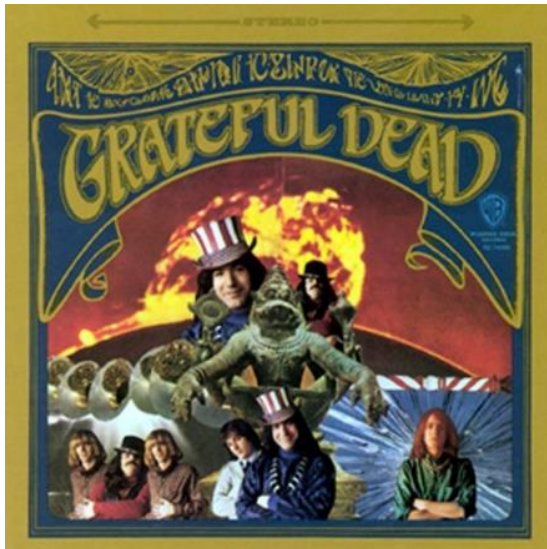
odgovorio da „nije bilo potrebe staviti ime benda na naslovnicu – oni su bili najpoznatiji bend na svijetu!“[9]

Bazirana na crtežu *Paula McCartneyja*, fotografija je uslikana 8. kolovoza, 1969. godine, nekoliko koraka dalje od studija za snimanje na *Abbey Roadu*. Fotograf *Iain Macmillan* je imao svega desetak minuta da fotografira bend, dok je policajac nastojao zadržati promet iza kamere. *Macmillan* je slikao samo šest fotografija, koje je kasnije *McCartney*, autor originalne ideje, pomno proučio kako bi odabrao najbolju.[10]

Sadržajno, naslovnica predstavlja četiri člana benda, svaki sa svojim specifičnim izgledom i prezentacijom. Oni hodaju s lijeva na desno, s *Lennonom* na čelu grupe, zatim *Starrom*, *McCartneyjem* te *Harrisonom* koji se nalazi na kraju grupe. Pozadina je uglavnom lišena suvišnih elemenata, osim parkiranih auta s lijeve i desne strane ulice koji dočaravaju doživljaj da je riječ o običnoj gradskoj ulici. Iako je pomalo teško zamijetiti, jedna osoba ipak stoji s desne strane ulice, pokraj parkiranog crnog vozila te gleda nasuprot, ali inače ne oduzima previše od kompozicije naslovnice.

Naravno, u šezdesetim godinama 20. stoljeća, nisu samo *Beatlesi* bili odgovorni za pomake u grafičkom dizajnu naslovnica i njihovu popularizaciju, već je tu riječ bilo i o ostalim popularnim (ali i manje popularnim) glazbenicima koji su kroz svoje kolaboracije s tadašnjim umjetnicima donijeli nove doživljaje naslovnica, tvoreći od njih pravu umjetnost na koju se danas gleda kao ostavština.

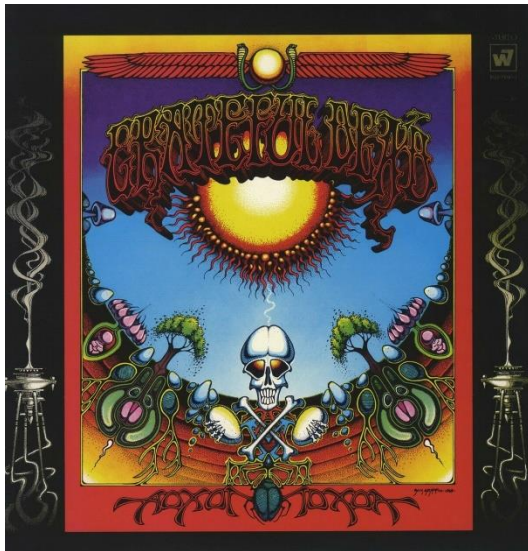
Ideja takve prirode se možda najviše može zamijetiti u četiri albuma benda *The Grateful Dead*; svojim istoimenim debitantskim, psihodeličnim i blues rock albumom su za naslovnicu odlučili upotrijebiti ilustraciju parodijske prirode, u kojima su glave članova benda postavljene na različite fotografije izvan konteksta.



Slika 18 - Naslovnice "The Grateful Dead" i "Anthem of the Sun".

Ta naslovnica je imala pomalo stjenovitu prošlost; originalno je uz navedene ilustracije naslovnica sadržala i dodatni tekst, preuzet iz staroegipatske Knjige mrtvih. Navedeni stih je također sadržavao izvor imena benda, ali popularizacijom njihova albuma je došlo do zabune u vezi imena benda, zbog čega je bend tražio *Stanleyja Mousea* da navedeni font s tim stihom pretvori u manje čitljivu verziju, koja je na kraju sadržana u konačnoj verziji naslovnice.[11]

Anthem of the Sun, njihov drugi album, objavljen godinu dana nakon, zadržava uglavnom isti glazbeni stil, samo s većom naglašenošću na psihodelični i halucinogenični aspekt tadašnjeg života koji se polako pretočio i u glazbu i sve njene žanrove. To se ponajprije primijetilo u naslovnici – kičaste ilustracije i izobličen tekst su zamijenile hinduističke ilustracije na intenzivnoj plavoj pozadini s crvenim slovima, remek djelo prijatelja benda *Billa Walkera*. [12] Iako je ovdje opet riječ o iskrivljenim slovima, ona nisu potpuno nečitka, ali i bolje su vizualno ukomponirana u cjelokupni dizajn, za razliku od naslovnice njihovog prvog albuma.

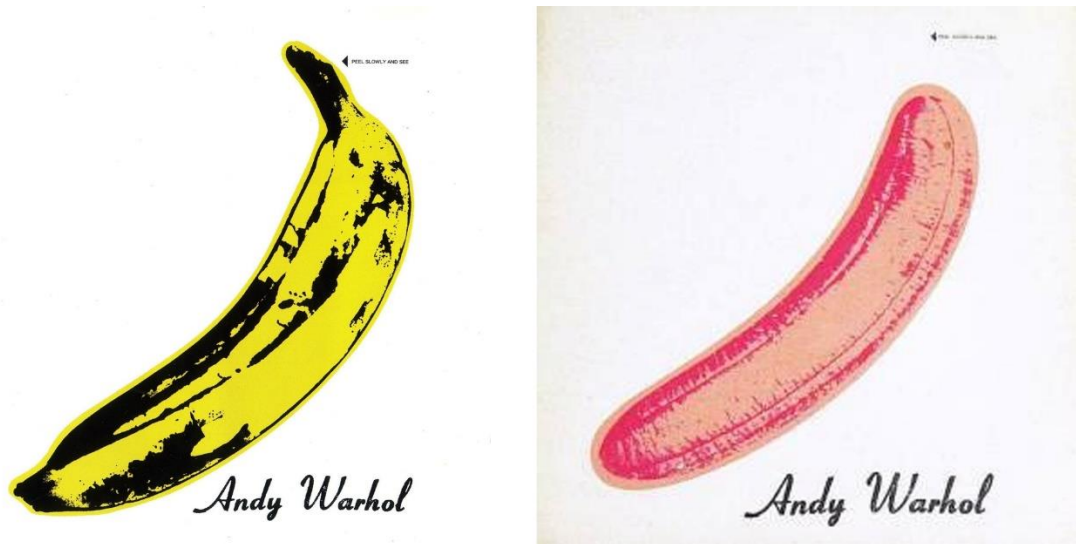


Slika 19 - Prednja i stražnja strana albuma "Aoxomoxoa".

U posljednja dva albuma bend dostiže vrhunac svog acid-psihodeličnog rock žanra, tvoreći dva albuma, često opisana kao vrhunac eksperimentalnosti njihova zvuka – *Aoxomoxoa* i *Live/Dead*. Bend se više nije libio prikazati svoju čudnovatost što se tiče zvuka, pa su takvu ideju i prenijeli na naslovnice. Od dva navedena, njihov raniji, *Aoxomoxoa*, je puno zanimljiviji, i u smislu dizajna, ali i u smislu kreativnog izražaja.

Stražnja strana albuma nudi potpuno drugačiji pogled na album; ekstremni rock motivi i izražajne boje su zamijenjene blagim nijansama sive, u kombinaciji s crno-bijelom fotografijom koja prikazuje grupu ljudi ispred stabla, zajedno s konjem. Takva svojevrsna paradoksalna kombinacija prednje i stražnje strane albuma je bila izuzetno suvremena za to vrijeme, pogotovo za nekakav rock album, zbog čega je *Rolling Stones* časopis naveo naslovnicu *Aoxomoxoe* kao osmu najbolju naslovnicu albuma svih vremena.[13]

Šezdesete su, u smislu glazbe i dizajna, stekle veću povezanost koja se iskazala kao prkos tadašnjoj normi, što se manifestiralo u naslovnicama tog vremena, uglavnom stvorene od strane većih imena u umjetnosti. Primjeri se mogu pronaći u radovima *Andyja Warhola*, autoru naslovnice debitantskog (istoimenog) albuma „The Velvet Underground & Nico“.



Slika 20 - Naslovnica "The Velvet Underground & Nico", prikazana lijevo i rana verzija prikazana desno.

Naslovnica je svojim dizajnom nosila klasični *Warholov* potpis (i u doslovnom smislu), prikazujući jednostavan crtež banane s izrazito kontrastnim crnim mrljama, postavljen na bijelu pozadinu. Na vrhu naslovnice je minimalističkim, bezserifnim fontom napisano „Peel slowly and see“ (hrv. pr. „polako oguli i vidi“); taj, pomalo prkosni, citat bi natjerao promatrača da doslovno „oguli“ dio dizajna, otkrivajući crvenkastu bananu iznutra, čime je *Warhol* postigao izuzetan interaktivni grafički dizajn. Ideja je bila itekako suvremena, ali za tadašnje tiskarske tehnike, i previše, zbog čega se ideja naljepnice ubrzo prestala koristiti.

Od albuma ovog desetljeća valja navesti još neke, manje utjecajne, ali vizualno osebujne i posebne. Tako naslovnica „Are You Experienced“, debitantskog albuma rock benda „The Jimi Hendrix Experience“, u svojoj američkoj varijanti naslovnice prikazuje tri člana benda, postavljeni u kružni okvir ispred stabla trešnje. Korištene boje u pozadini i fontu su neporecivo povezani s šezdesetima i hipijevskim pokretom, što je odvedeno još korak dalje sa zaobljenim, iskrivljenim linijama glavnog fonta.

Naslovnica je nastala zbog *Hendrixovog* nezadovoljstva s dizajnom naslovnice namijenjene za englesku publiku, zbog čega je kontaktirao *Karla Ferrisa*, fotografa koji je bio poznat po svome radu na dizajnu naslovnice albuma *Evolution*, benda *Hollies*.^[14] Od njega je tražio „nešto psihodelično“, što bi na pravilan način predstavilo album, za razliku od poprilično ublažene i smirene

verzije za englesku publiku. Kako bi to izveo, *Ferris* je od benda tražio mogućnost slušanja njihove glazbe, prije same objave. Bend mu je uslišio tu želju te je *Ferris*, nakon slušanja, njihov zvuk opisao kao „toliko daleko od Zemlje, da zvuči kao da je došlo s nekog drugog svijeta“.[14] Iz te izjave mu se stvorila ideja za naslovnicu – bend bi prikazao kao „grupu koja putuje kroz svemir, kako bi doveli neovozemaljsku glazbu na Zemlju“. Za koncept je odabrao fotografije uslikane u parku u Londonu, koje je fotografirao pomoću *fish eye* leće (hrv. pr. „riblje oko“), koja je bila itekako popularno u to vrijeme.



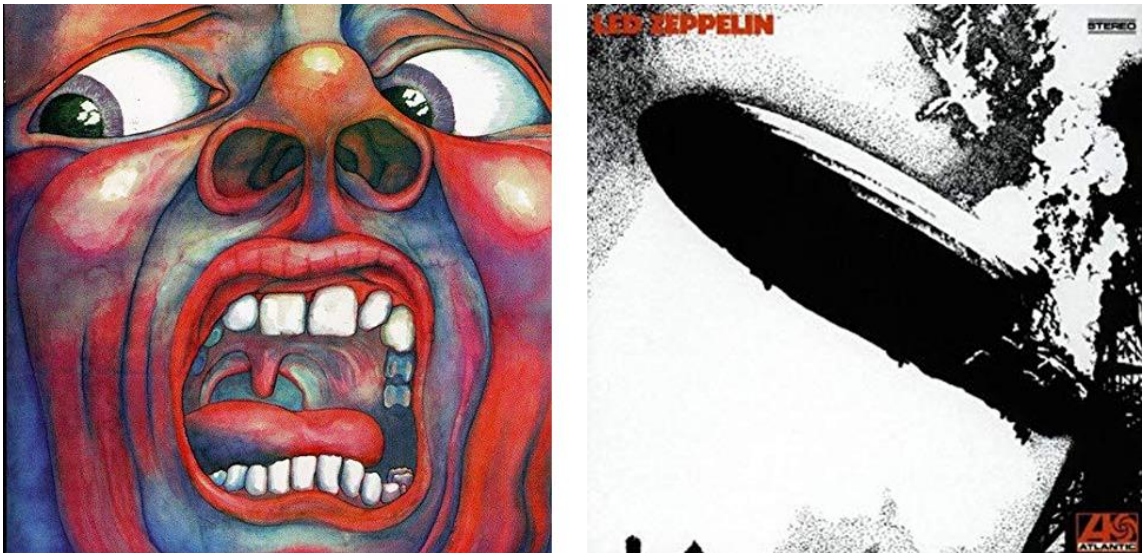
Slika 21 - Naslovnice "Are You Experienced" i "Forever Changes".

Uz „Are You Experienced“, sličnu paletu koristi album „Forever Changes“, američkog benda Love, koji su se uglavnom bavili psihodeličnom rock glazbom. Njihova naslovnica, za razliku od *Hendrixove*, ne koristi prave fotografije, već ilustracije, ali zadržava istu laganu kompoziciju, koristeći nježne crveno-plave-zelene boje, postavljene na običnu bijelu pozadinu.

Kod ilustracije je riječ o glavama članova benda, postavljenih u svojevrsnu vertikalnu perspektivu, što se također i očituje u korištenim tonovima. Neka lica su okrenuta frontalno, dok druga, uglavnom sa strane, su postavljena u *en face* položaj. Za tipografiju album kreće u malo kreativnijem smjeru – umjesto naslaganog teksta iznad ili ispod, tekst je postavljen dijagonalno – naziv benda se nalazi u kutu gore lijevo, s odgovarajućim fontom koji ne oduzima previše od cjelokupnog prizora, dok naziv albuma zauzima prostor dolje desno, ali na način

da je ukomponiran u sam format; on preuzima ulogu vanjskih linija, time razbijajući kvadratni format i pomalo oslobađajući prizor od monotonije i statičnosti.

Naravno, šezdesete nisu samo bile prikazane kroz pastelne i šarene cvjetolike motive; ponekad je tu bilo riječ o kompleksnim emocijama dobivenim kroz ilustracije ili fotografije, kao što je slučaj kod albuma „In the Court of the Crimson King“, debitantskog albuma benda *King Crimson*, koji za prvu naslovnicu stvara itekakav dojam. Ilustraciju za album je kreirao *Barry Godber*, koji je inače po zanimanju bio kompjuterski programer; sliku je producent pokazao bendu, koji su se s njom oduševili toliko da su je odlučili iskoristiti za samu naslovnicu.



Slika 22 - Naslovnice "In the Court of the Crimson King" i "Led Zeppelin".

Gitarist benda, *Robert Fripp*, je za sliku rekao da sa sobom nosi izvanrednu tugu, što se može savršeno vidjeti prekrivanjem usta osobe, ostavljajući samo oči. Iz ovog primjera je zanimljivo uočiti da iako slika nije naslikana isključivo za bend, niti je imala ikakve asocijacije s njim prije njezine uporabe, za članove benda (a kasnije i promatrače) je ona postala simbol samog njihovog stvaralaštva.

Navesti ikonske albume šezdesetih je skoro pa nemoguće, bez da se navodi *Led Zeppelin*, debitantski album istoimenog benda. Za razliku od ostalih primjera, gore prikazane dvije naslovnice dijele sličnu dinamiku – na naslovnicama je riječ o negativnim emocijama, događajima, zbivanjima koja uzrokuju tugu ili sjetu, mogu se povezati s tragedijom kroz prizore, što je itekako moćan alat kada je

riječ o dizajniranju grafičkog proizvoda, pogotovo kada se taj isti može povezati uz određeni stimulus zvuka.

Naslovnica, naravno, prikazuje katastrofu *Hindenburg* nesreće, izazvane 1937. godine. Crno-bijelu fotografiju je odabrao osnivač grupe, *Jimmy Page*, zbog njene česte asocijacije s imenom benda. Iako uvelike riskantna, naslovnica je ostala pamtljiva i do danas, čineći je nezaboravnim dijelom umjetnosti; fotografija je kasnije povezana s metaforama same katastrofe – izgled cepelina je služio kao savršeno preneseno značenje sadržaja albuma – katastrofa, eksplozije i seks, koji se može povezati s oblikom samog cepelina.

Šezdesete su, naposljetku, ostavile golemi utjecaj na budućnost dizajna; današnje naslovnice prate ideju pastelnih boja, šarenih motiva i razigranih fontova, od čega ništa ne bi postojalo da nije bilo hipijevskog pokreta, utjecaja *Beatlesa* i ostalih slavni grupa i solo glazbenika, od čega se manifestiralo impozantno nasljedstvo koje su šezdesete imale za buduće generacije.

2.6. *Prkos u sedamdesetima*

U sedamdesetim godinama dolazi do manjka inspiracije; godine započinju završetkom turbulentnih 60ih koje su imale jasno definiran stil na umu, dok sedamdesete pomalo besciljno tumaraju, pogotovo prvih par godina. Međutim, negdje u sredini se one bude – iza sebe ostavljaju bijes, ljutnju, punk-rock stav koji se ponajprije može uočiti kroz agresivne naslovnice bendova, ali i poneke naslovnice pomalo prkosnih, inovativnih dizajna. Sedamdesete lutaju, ali kada se nađu, tvore nezaboravan vizualni identitet.

Govoreći o dizajnu naslovnica albuma sedamdesetih, najznačajniji primjer jest, naravno, album „The Dark Side Of the Moon“, benda *Pink Floyd*. Naslovnicu su dizajnirali *George Hardie* jedan od poznanika benda te *Hipgnosis*, tadašnja veoma poznata engleska grupa dizajnera. Oni su bendu ponudili sedam različitih dizajna, ali je izbor jednoglasno pao na prikazanu naslovnicu; članova benda su smatrali da ideja staklene prizme kroz koju prolazi svjetlo, raspršujući se u svjetlo idealno predstavlja ideju njihovog albuma, ali i tadašnjeg progresivnog rock zvuka.

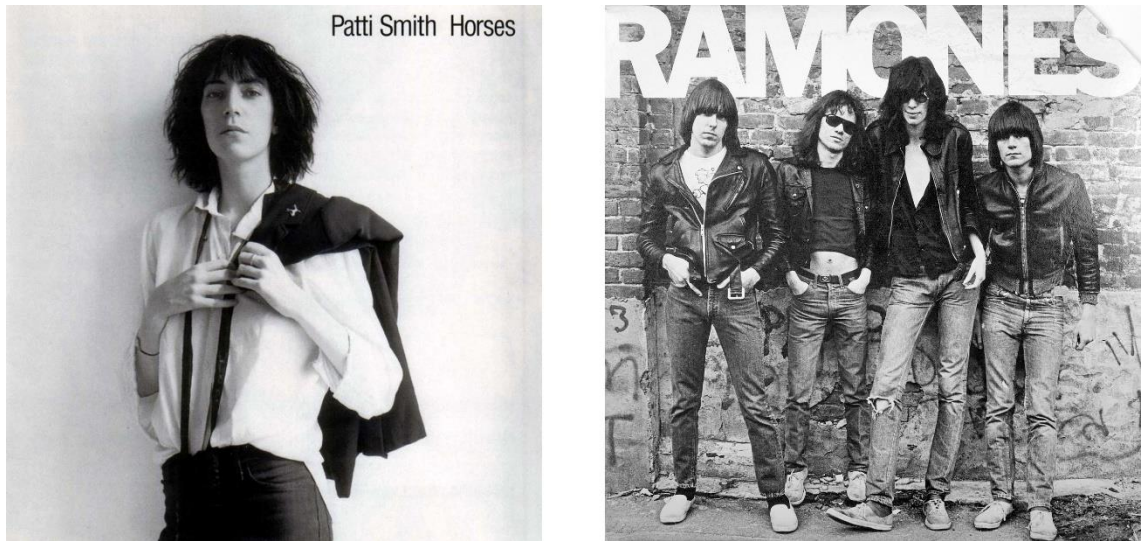


Slika 23 - Naslovnica "The Dark Side of the Moon".

Dizajn je izrađen s idejom da predstavlja tri elementa vezana za bend – njihovo osvjetljenje pozornice, stihove pjesama iz albuma, te zahtjev *Wrighta*, jednog od članova benda, za „jednostavnom i hrabrom“ naslovnicom i dizajnom.[15] Spektar svjetla koji prolazi kroz prizmu je bila ideja *Watersa*, basista benda, s idejom da se postojeći elementi i vizualni identitet provode dalje kroz dizajn albuma, odnosno njegove stražnje strane. Naposljetku se dodani dizajn još poviše povezao s naslovnicom, zbog vizualne reprezentacije otkucaja srca koji se mogu čuti u albumu. Za rezultat su dobiveni iznimno inovativni i pamtljivi dizajni prednje i stražnje strane albuma, koji su ostali nezaboravni i do danas.

Sedamdesete su, kao i desetljeća prije, koristila fotografije, ponajprije umjetničke i profesionalne, za dizajn naslovnica – međutim, tu nije bilo riječi o jednostavnim fotografijama bez ikakvog značaja, već su se koristile određene poze, pogledi usmjereni u kameru ili nošena odjeća, koji bi signalizirali nekakvu poruku promatraču, ideju kakav će album biti po sadržaju, tonu, ili čak i stihovima pjesama. Razni se primjeri mogu izvući iz takve ideologije – *Mapplethorpeova* fotografija pjevačice *Patti Smith*, za njen debitantski album *Horses* je jedna od naslovnica koja odiše jednostavnošću, ali ne u pretjeranost; njeno lice, zakriveno polu-sjenom, stvara intrigu. Dok poza ne odaje previše, jakna zabačena preko

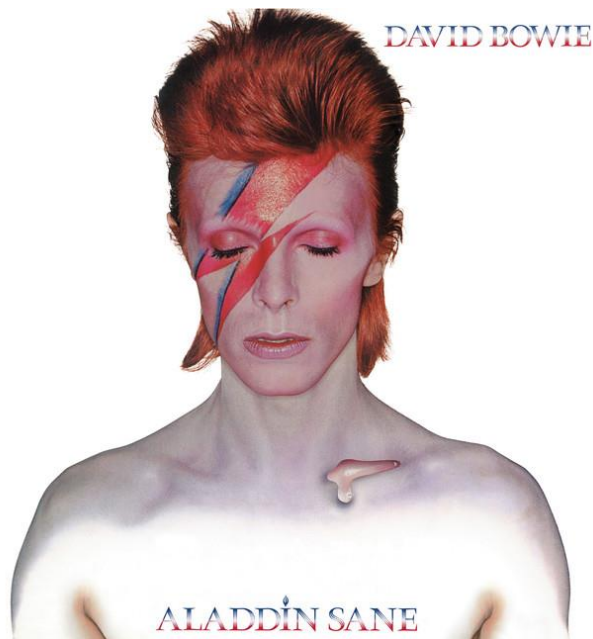
lijevog ramena ipak daje dinamiku, postavlja stav koji se provlači kroz ovu punk-rock ploču.



Slika 24 - Naslovnice "Horses" i "Ramones".

Sličan primjer se može pronaći i u debitantskom albumu punk rock benda *Ramones*; često zvani prvom pravom punk rock grupom, svojom prvom ikad naslovnicom, fotografijom *Roberta Bayleyja*, su ostavili itekakav utisak – njihova odjeća, s otkrivenim pupkom i uskim *jeans* hlačama na prvi pogled odmah stvara dojam na promatrača, postavlja raspoloženje i stav albuma, što je itekako pohvalan aspekt neke naslovnice.

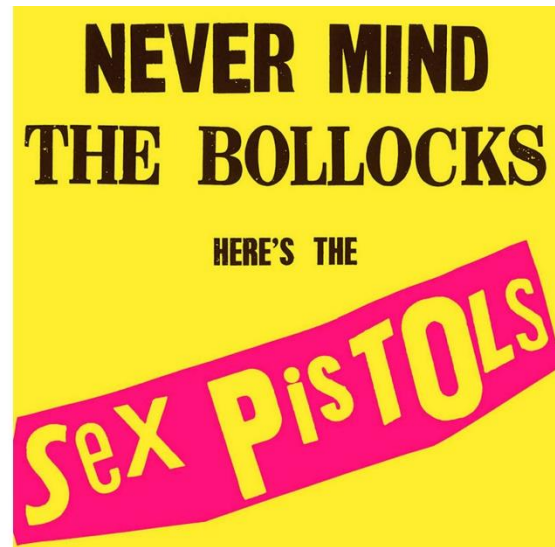
Naravno, sedamdesete godine su značajne i po radovima *David* *Bowieja*, koji je uspostavio sagu *Ziggyja Stardusta*, kroz svoje *glam* rock konceptualne albume, u kojima je predstavio figuru *Stardusta*, fiktivne androgine biseksualne rock zvijezde koji je služio kao glasnik za izvanzemaljske rase. Kroz svoj konceptualni album „The Rise and Fall of Ziggy Stardust and the Spiders from Mars“ je nastavio dalje na „Aladdin Sane“, album koji je služio kao igra riječi je također doveo i najpoznatiju sliku i prizor njenog autora – naslovnica u kojoj *David Bowie* stoji golog pasa ispred bijele pozadine s crveno plavom munjom preko desnog oka je danas jedna od najprepoznatljivijih naslovnica.



Slika 25 - Naslovnica "Aladdin Sane".

Kao što je prije rečeno, sedamdesete su dosta funkcionirale na prkosu, svojevrsnom „srednjem prstu“ tadašnjim normama, što se također manifestiralo i u naslovnicama. *The Rolling Stones*, poznati rock bend šezdesetih je za svoj deveti studijski album „Sticky Fingers“, iskoristio rad *Andyja Warhola*, čija je ideja bila prikazati par muških traperica, s postavljenim zatvaračem na naslovnici koji bi, kada bi se povukao, otkrio donje rublje. Iako je ideja bila itekako inovativna (po ideji se može povezati s naslovnicom „The Velvet Underground & Nico“), komponiranje zatvarača se predstavilo kao veći problem, zbog fizičkih oštećenja koje bi on izazvao, zbog čega su se takve verzije dizajna albuma ubrzo prestale prodavati.

Korištena fotografija je bila seksualne prirode, nešto što je do tada bilo rjeđe korišteno na naslovnicama, pogotovo za muški spol te je funkcioniralo savršeno uz naziv samog albuma, koji se može shvatiti kao seksualna metafora. Pošto je *Warhol* fotografirao više muškaraca za naslovnicu, korišteni model, odnosno čiji par traperica je fotografiran, nikada nije otkriveno.



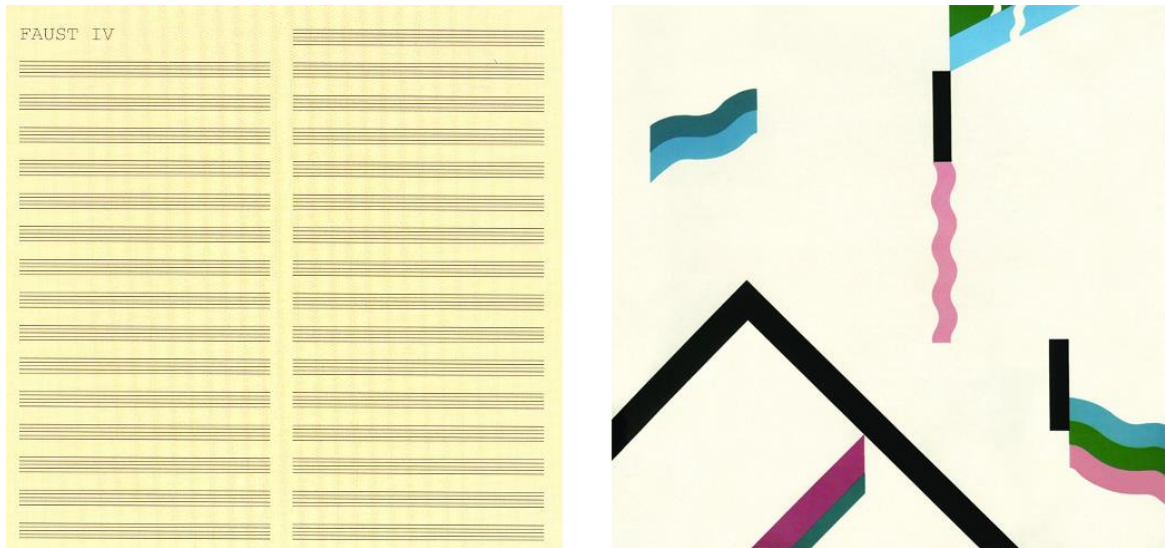
Slika 26 - Naslovnice "Sticky Fingers" i "Never Mind the Bollocks, Here's the Sex Pistols".

U duhu provokativnosti *Rolling Stonesa*, *Sex Pistols* su 1977. godine „uzvratili“ s itekako kontroverznom naslovnicom za to vrijeme, koristeći riječ „bollocks“ (hrv.pr. „muda“) na naslovnici – riječi koja se u to vrijeme smatrala itekako lošom. Sam bend je tada bio na „lošem“ glasu; bili su izbačeni iz dvije izdavačke kuće, prostačili su na javnoj televiziji te su čak u nekim područjima Engleske bili zabranjeni. To je sve kulminiralo prikazanom naslovnicom, koja je služila kao ultimativna uvreda – naslov je povezan s nazivom benda, seksualnom metaforom koja je predstavljena u žuto ružičastoj, punk-rock naslovnici koja je otišla korak dalje od prkosa samog naslova.

Album je bio toliko provokativan da je tadašnja policija obilazila trgovine koje su prodavale albume, upozoravajući ih da krše zakon iz 19. stoljeća, što je, naravno, bilo apsurdno. Vlasnici trgovina koji su odbili zabraniti ili prekriti riječ „bollocks“ su čak morali ići na sud, kako bi obranili svoje odluke. S druge strane, bend je nastavio promociju albuma, noseći provokativnost više kao značku hrabrosti – reklame su se svodile na njezino prohibiciju, tvrdeći „album će možda potrajati, ali naslovnica neće“.

Naravno, naslovnice albuma sedamdesetih se nisu samo predstavljale kroz prkosne pokrete i anarhističke motive, već je tu bilo i riječi o korištenju jednostavnih oblika, stilizaciji, svođenju na najjednostavnije likovne elemente, poput albuma *154*, benda *Wire* te *Faust IV*, njemačke grupe *Fausta*. Oba albuma

krase vrlo jednostavne forme, dovedene do maksimalnog minimalizma, opisane tankim i debelim linijama, zatvorenim oblicima i šarenim krivuljama.

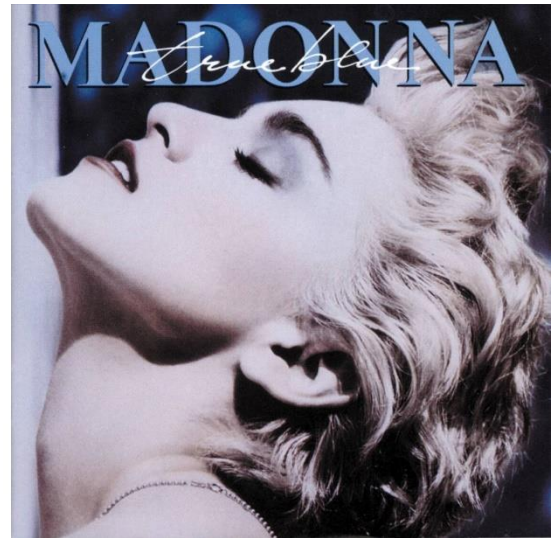
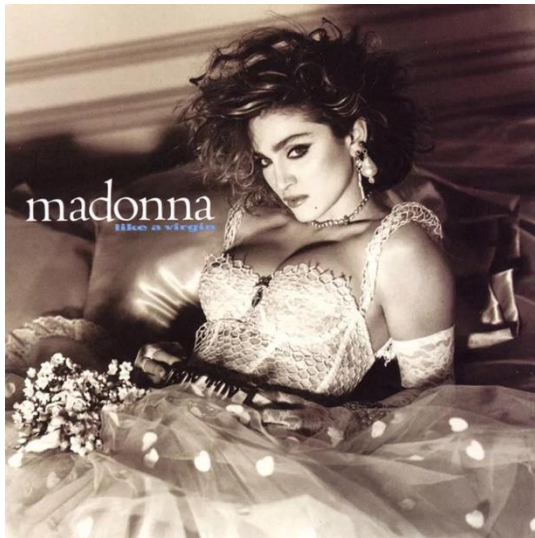


Slika 27 - Naslovnice "154" i "Faust IV".

2.7. Ekscentrične osamdesete

Često nazvano jedno od najboljih perioda glazbe u povijesti, osamdesete su, sa svojim direktnim odnosom šarenih naslovnica i sadržaja albuma dočaravali izuzetne vizualne dojmove na promatrače, često služeći kao savršena manifestacija električne pop glazbe desetljeća. Osamdesete su period eksperimentalnosti zvuka, dotadašnje gitare zamijenjene s električnim i sintesajzerskim instrumentima, koji su bili savršeni alat za postizanje tog novog, futurističkog zvuka.

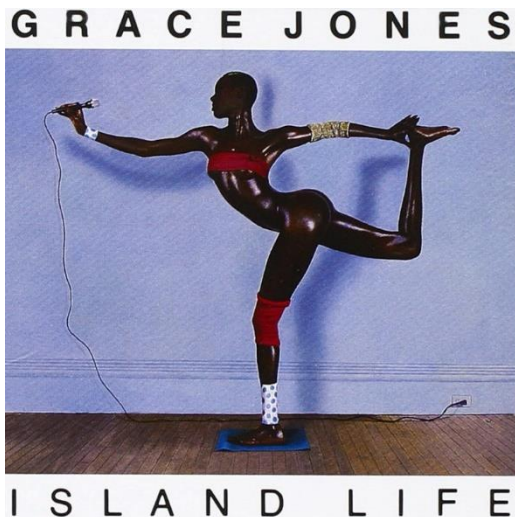
Osim kričavih i drastičnih boja, fotografije strastvene tematike i prizora ženstvenih tijela se počinju više koristiti nego u prošlim desetljećima, vjerojatno izazvano porastom ženskih pop pjevačica u to vrijeme. Primjeri se mogu pronaći u *Madonninoj* diskografiji, od albuma *Like a Virgin* u kojem je seksualnu provokativnost naslova odlučila zamijeniti s ironičnom bijelom haljinom, aludirajući na nevinost, postavljajući svojevrsnu jukstapoziciju njene dotadašnje (pa i današnje) kontroverzne figure koja se na naslovnici povezuje s bjelinom, čistoćom i naravno – nevinošću.



Slika 28 - Naslovnice "Like a Virgin" i "True Blue".

Njen treći album, objavljen svega dvije godine kasnije, čini obrnuto – provokativnost naslova se zamjenjuje sa sintagmom „pravog plavetnila“, albumom koji se bavio s njenim brakom, vizijama ljubavi, snovima, ali i mračnijim temama, poput razočarenja i tinejdžerske trudnoće. Također kao kontrast prijašnjem albumu, *True Blue* se više bazira na klasičnim instrumentima, što je *Madonni* bio način za dokazati starijim kritičarima da njena glazba sadrži kvalitetu, kao i ostali albumi tog desetljeća. *Madonnu* je fotografirao *Herb Ritts*, postavljenu kroz nekoliko sivih i plavih filtera, što se može povezati sa samim naslovom; naslovnica je bila svojevrsni *throwback* (hrv.pr „atavizam“) na portrete *Marilyn Monroe*, općeprisutnog autora *Andyja Warhola*.

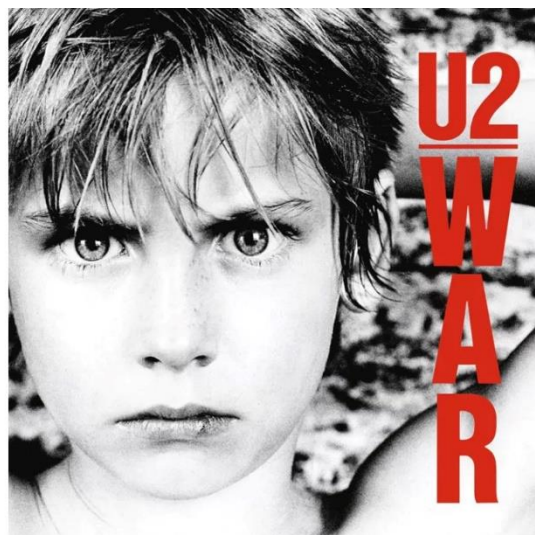
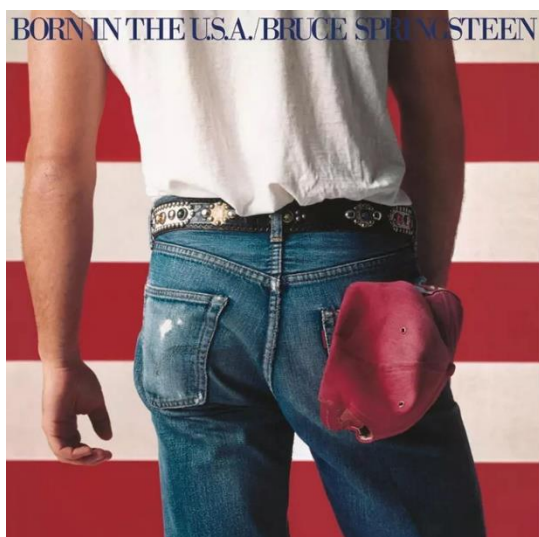
Nije samo *Madonna* harala pop i *dance* žanrovima desetljeća, već su tu bile i iznimno bitne dvije afroameričke figure glazbe – *Michael Jackson* i *Grace Jones*. Oba glazbenika za naslovnice biraju fotografije samih sebe, ali s naglašenim elementima; dok *Michael Jackson* u *Thrilleru*, pod objektivom *Dicka Zimmermana*, uglavnom zadržava normalni stav ležeće osobe s pogledom na kameru, *Grace Jones* radi prkos, iskrivljujući svoje tijelo u nemoguće položaje na naslovnici „*Island Life*“, koje je njezin tadašnji partner, *Jean-Paul Goude*, iskoristio za dizajn. Iako se možda tako ne čini, fotografija je zapravo montaža više radova pomoću tehnike slične kolažu koja je omogućila *Goudeu* da uhvati prizor *Grace Jones* u dijagonalnoj kompoziciji.



Slika 29 - Naslovnice "Island Life" i "Thriller".

Naravno, osamdesete nisu bile potpuno idilične; kao period *Ronalda Reagana*, došlo je do porasta u nezaposlenju i nemiru tadašnjeg stanovništva, što se također i odrazilo na naslovnice vremena. Zanimljivo je naglasiti da su naslovnice albuma rijetko kad potpuno nepovezane za političku, ali i društvenu situaciju perioda u kojem se nalaze. One služe kao savršen odraz društva i raznih neprilika, ali se mogu i manifestirati kao kritika na isto, primjedba o načinu ponašanja ili vladanja, kao što je napravio *Bruce Springsteen* na svojoj naslovnici „Born in the USA“.

Pomalo ironičnog imena, album zapravo nije služio kao pohvala za američko društvo, a sigurno ne pohvala njezinom tadašnjem predsjedniku. Opisano kao srcedrapajući rock album, *Born in the USA* je preko naslovnice sugerirao odmak od domoljublja, doslovno „okretanje leđa“ od svega što je osamdesete činilo lošima pod predsjedništvom *Reagana*. *U2* se također pozabavio političkim vodama, iako onim manje poznatim, i manje izdefiniranim, naslovnica *Wara* (hrv.pr. „Rat“) je emocionalna – prikaz djeteta s terorom u očima, puknute usnice i širokih zjenica je prizor na koji je teško ostati ravnodušan.



Slika 30 - Naslovnice "War" i "Born in the USA".

Album se prvenstveno bavio fizičkim aspektom rata te emocionalnom štetom koja nastaje nakon što se prašina slegla.[16] To je izuzetno surov pogled na stvarnost mnogih ljudi, pogotovo u tadašnjem, ali i sljedećem, desetljeću. Jednostavni, krvavo crveni font, je postavljen okomito od djeteta, ali iako je postavljen na crno-bijelu fotografiju, ne oduzima previše od motiva, u čemu naposljetku i leži cijela ideja naslovnice.

2.8. Razvoj do novog stoljeća

Devedesete predstavljaju zadnji krik dvadesetog stoljeća, sadržan u kičastim predmetima, razvoju tehnologije i video igara te upitnoj odjeći. No, devedesete se u dizajnu naslovnica albuma drugačije manifestiraju – postavljeni u CD formate, naslovnice su morale biti kreativne, što je dodatno potaknuto od strane razvoja tehnologije poput *Photoshopa*, koji je omogućio dizajnerima da dostignu nove visine kada je riječ o stvaranju pamtljive naslovnice.

Načevši desetljeće, albumi su naglo krenuli u smjeru moderne umjetnosti, poput albuma „Violator“, benda *Depeche Mode*. Naslovnica je prikazivala cvijet, s istaknutim bijelim sjenama po lišću, postavljen na jednostavnu crnu pozadinu. Naslovnica se sama po sebi doima veoma minimalističko, uz naziv albuma rukopisnog fonta u donjem desnom kutu koji ne oduzima niti malo od većeg crvenog motiva. Dizajn je odisao mrakom i strukturiranošću, koja se lako mogla povezati sa unutarnjim sadržajem.



Slika 31 - Naslovnice "Violator" i Ritual de lo habitual".

Američki rock band „Jane's Addiction“ pak uzima drugačije motive za *Ritual de lo habitual* – preko ilustracije autora i glazbenika *Perryja Farrella*, bend ostvaruje itekakav dojam. Sakralni i kršćanski motivi krasi zlatno smeđu naslovnicu, s tri glavne figure koje prikazuju muško i žensko golo tijelo, naslovnica odašilje posebnu atmosferu, svojevrsnu očaranost, ali i mir. Zbog golih figura je naslovnica bila kritizirana, čak zabranjena u nekim trgovinama, te je kasnije zamijenjena s jednostavnom naslovnicom gotičkog fonta na kojem stoji ime benda.

1991. godina sa sobom donosi veće inovacije, ali i rizike; popularizacijom rock bendova u prošleme desetljeću, od bendova poput *Nirvane* i *Red Hot Chili Peppers* se očekivalo dosta, i u smislu glazbe, ali i u smislu dizajna naslovnica. „Nevermind“, drugi studijski album benda *Nirvana* postiže upravo traženo – s naslovnicom koja prikazuje golo dijete u bazenu, očiju usmjereno na novčanicu ispred njega, *Nevermind* je postigao pravo umjetničko djelo. *Kurt Cobain*, vokalist benda, je došao na ideju gledajući televizijski program koji se bavio rađanjem u vodi. Tu posve neobičnu ideju je *Cobain* predstavio *Robertu Fisheru*, art direktoru, te je bend dogovorio fotografiranje djeteta jednog poznanika.

Za rezultat je dobivena pomalo kontroverzna naslovnica, koja prikazuje golo dijete u bazenu. Predviđajući primjedbe, bendu je rečeno da cenzuriraju spolovilo na naslovnici, na što je *Cobain* odgovorio da će jedino prihvatiti takav dogovor

ako umjesto cenzuriranog dijela postave naljepnicu na kojoj piše „ako ste uvrijeđeni s ovim, mora da ste skriveni pedofil.“[17] Naravno, naposljetku su odgovorni odustali od primjedbe, i gola verzija je ostala i do danas.

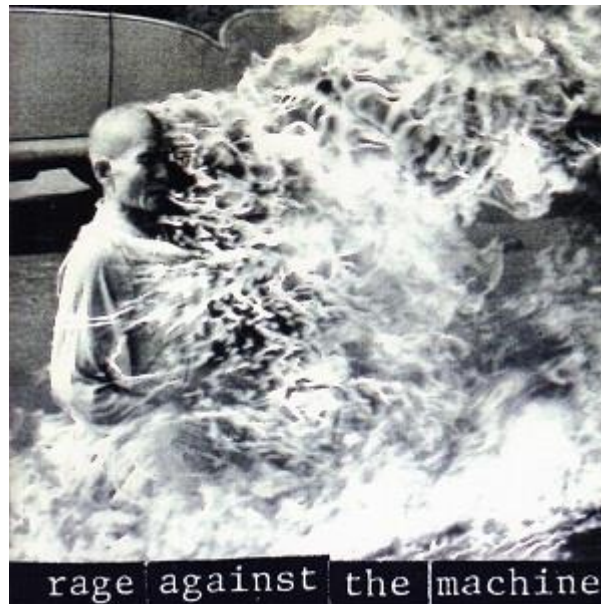


Slika 32 - Naslovnice "Nevermind" i "Blood Sugar Sex Magik".

Ilustracije su i u devedesetima još bile prisutne i cijenjene, kao što je primjetno kod naslovnice „Blood Sugar Sex Magik“, benda *Red Hot Chili Peppers*, koji na efikasan način kombinira fotografiju ruže, postavljenu u samu sredinu kompozicije, okruženu tetovažama, ili ilustracijama bodljikave žice i zmijskih jezika koji izlaze iz usta četiri člana benda. Naziv benda i albuma oboje sadrže ukupno četiri riječi, koje su pametno raspoređene i spojene na sve četiri strane naslovnice; naziv benda sadrži njihovu karakterističnu crvenu, dok je naziv albuma postavljen u bijelo.

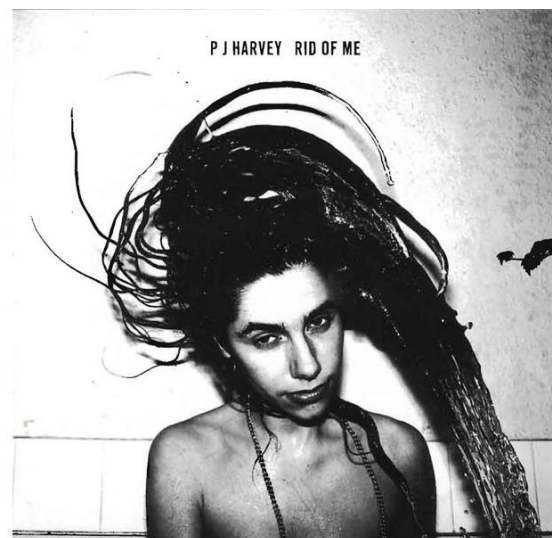
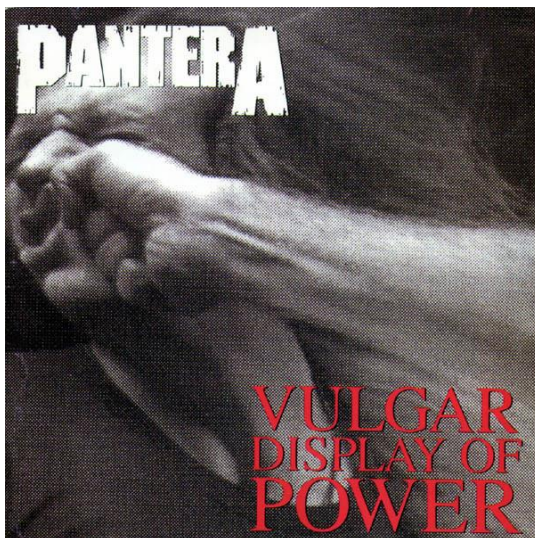
Sljedeća godina sa sobom donosi prkosne motive, nabijene političkim utjecajima i postupcima, s ciljem da se poruka koja se kroz sadržaj albuma maksimalno prenese putem dinamične i pamtljive naslovnice. Tako debitantski studijski album benda *Rage Against the Machine*, putem istoimenog djela prenosi političku poruku; sirov i snažan, dizajn naslovnice prikazuje crno-bijelu fotografiju *Thích Quảng Đức*, vijetnamskog budističkog redovnika koji se kao znak protesta zapalio usred napučenog trga u Ho Ši Minu 1963. godine. Sama fotografija je osvojila *Pulitzerovu* nagradu, a bend je istu za naslovnicu iskoristio, kako bi

stvorio sintezu između pjesama na albumu, koje su sve bile političke prirode, i naslovnice, što je naposljetku i uspješno bilo izvedeno.



Slika 33 - Naslovnica "Rage Against the Machine".

Ne samo političke prirode, naslovnice su 1992. godine postizale i zanimljive prizore, poput prizora šake koja udara lice druge osobe, što je slučaj kod naslovnice albuma *Vulgar Display of Power*, američkog benda *Pantera*, koji su preko naslovnice prikazali dinamički prizor nasilja, što ide ruku u ruku s naslovom, preuzetog iz jednog horor filma. Naslovnicu krasi i crvena slova u donjem uglu, tvoreći zanimljiv kontrast, vrlo sličan naslovnici „War“ benda U2, desetljeće ranije.



Slika 34 - Naslovnice "Vulgar Display of Power" i "Rid of Me".

Sličnu dinamiku, ali manje nasilne prirode, prikazuje engleska kantautorica *PJ Harvey*, na naslovnici svog drugog albuma „Rid of Me“. Nasilje je zamijenjeno sjetnošću, ali prizor isto sa sobom nosi određenu količinu tuge i bijede, što je pojačano s jednostavnom scenom u kojoj je fotografija, odnosno motiv, postavljen.

Bitna umjetnička djela se pojavljuju 1993. godine, glazbeni albumi koji su promijenili načine razmišljanja o glazbi, ali i umjetnicima koji su povezani s njima. Jedan od takvih albuma je bio *Janet*, slobodno stiliziran kao *janet.*, peti album pjevačice *Janet Jackson*. Godinama su njezini albumi bili kritizirani zbog sjene u kojoj se nalazila, što ju je natjeralo da preuzme potpunu kreativnu kontrolu njenog petog albuma; svaku pjesmu je sama napisala te je preuzela ulogu producenta, uz još dva poznanika, tvoreći album od čak 28 pjesama modernim pop i R&B čudom.



Slika 35 - Slavna naslovnica "Rolling Stonesa", koju je kasnije iskoristila za naslovnicu albuma.

Sadržajno, takva moćna odluka je povezana s temama seksualne slobode i pogledima žena na vlastitu seksualnost, koje je ukomponirala s žanrovima poput *hip hopa* i *house*. Odluka da se album zove samo njezinim imenom, bez prezimena, je također rođena iz mišljenja kritičara, zbog čega je i za naslovnicu htjela ostaviti isti dojam – ideju da je samostalna, uvjerena i najbitnije – da ju nije strah toga što ona jest, a to je žena.

Dizajn naslovnice proizlazi iz fotografije slikane za *Rolling Stone* časopis, s naglaskom na njeno golo tijelo, čije grudi pridržava njen tadašnji muž. Za opću naslovnicu ipak nije iskorištena ta fotografija, već odrezana verzija njenog lica s iste fotografije, s kurzivnim tamno smeđim fontom postavljenim na njenom čelu. Iako je naslovnica za *Rolling Stone* bila previše provokativna za maloprodaju, ista fotografija je kasnije iskorištena za takozvane *limited edition* verzije albuma (hrv.pr. „ograničene količine“), na kojima se mogla vidjeti čitava fotografija.

Janet s ovim istoimenim albumom zapravo stvara ostavštinu – bila ona svjesna toga tada ili ne – na buduće pop zvijezde sljedećeg, ali i današnjeg desetljeća; njezina samosigurnost, provokativan stav i intrigantni glazbeni videi su bili povezani s porastom većeg stupnja ženske seksualne samostalnosti u to vrijeme, za što je također i odgovorna naslovnica. Ideja da je naslovnica sposobna za takav golemi utjecaj je idealni dokaz da se naslovnice primjećuju – njihov utjecaj nije bezazlen niti nepamtljiv, dapače, one često služe kao katalizator, potičući običnog promatrača da prouči bliže album, upije njegov sadržaj, i naposljetku iz njega izvuče određenu ideju.

Osim *Janet*, *Björk* je također preuzela utjecajnost devedesetih, iako malo kasnije; sa svojim iznimno suvremenim *electropop* i trip hop žanrom, *Björk* je već debitantskim albumom „pokazala zube“, čime je započela svoju dugu karijeru koja traje i do danas. *Debut*, njen album pripadnog naziva, na naslovnici prikazuje samu pjevačicu u vunenom, pomalo starijem, džemperu, s rukama u molitvenom položaju i smirenog izraza lica, uperenom direktno u kameru. Pozadina nema nikakav utjecaj; štoviše jednostavna krem boja još više daje izražaja njenom povrijeđenom licu, sa suznim očima i neurednom kosom.



Slika 36 - Naslovnica "Debut".

Post, njen drugi studijski album predstavlja pomak od debitantskog, što se tiče naslovnice; pridržavajući se njenog eksperimentalnog art pop zvuka započetog u *Debutu*, *Björk* kombinira različite žanrove, tvoreći određenu kakofoniju zvukova koje je bila nezamislivo jedinstvena 1994. godine. Napisavši tekst sama, inspirirana njezinim putovanjima u London, i urbanom kulturom grada, *Björk* proživljeno nastoji prikazati kroz album, ali i naslovnicu koja skoro da iskače iz korica.

Ona je dinamična, odiše bojama i geometrijom; *Björk* je postavljena u odjeću koja sličí kuvertama, što se može povezati s idejom albuma – sintezi urbane kulture, putovanja i glazbe. Njezin pogled s debitantskog na drugi album je promijenjen, krasi ga uozbiljenost, dodana joj je boja u licu, a kosa je živahna i razigrana, naginjući se prema desno.

Fotografiju iskorištenu za naslovnicu je uslikao njezin bivši dečko, francuski režiser *Stéphane Sednaoui*[18] na londonskoj ulici, u kojima se njezina poza i kosa igraju s japanskim znakovima postavljenih direktno iza nje u raznim bojama. Više verzija naslovnice je izrađeno, ali se *Björk* naposljetku odlučila za ovu, znajući da je to najbolji izbor koji će jasno prikazati njezin novi (i suvremeni) pop zvuk.



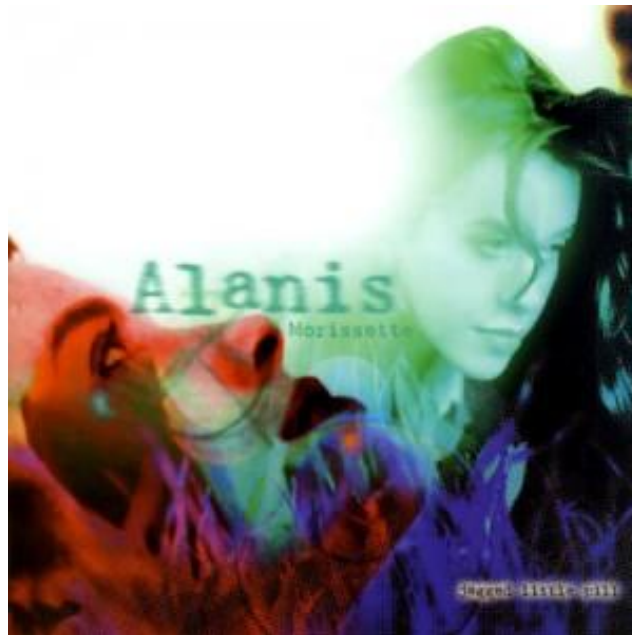
Slika 37 - Naslovnica "Post".

Zadnjih pet godina posljednjeg desetljeća, glazba kreće prema malo mračnijem *grunge* pop žanru, s albumom *Jagged Little Pill*, kanadske kantautorice *Alanis Morissette*, koja navedenim (internacionalnim debitantskim) albumom stvara savršenu sintezu alternativnog rocka i post *grunge* žanra; pjesme u albumu dotiču razne, poprilično tmurne i tajanstvene tematike, opisujući teme agresije i neuspješnih ljubavnih veza. To je sve bilo poprilično hrabro za opisati u nekakvom debitantskom albumu, zbog čega njezin prvijenac uskoro dostiže vrhove ljestvica u čak trinaest zemalja[19], zauvijek promijenivši zvuk devedesetih.

Jagged Little Pill u svojoj naslovnici ne prikazuje nikakvu naročitu novinu, ali ono što radi apsolutno funkcionira u kontekstu albuma. Naslovnica prikazuje pjevačicu, u polu-profilu, okrenutom prema desno; njena kosa je pomiješana s zelenim tonovima, napola se izgubivši u svjetlosti, a napola u tami. Za razliku od većine albuma od tada, pa i danas, ime pjevačice je veće i istaknutije nego što je naslov albuma, koji je smješten dolje desno, jedva primjetno postavljen na tamnu podlogu.

U donjem lijevom kutu je opet prikazano lice pjevačice, ali apstraktnije; ona je raspoređena poluprozirno na naslovnici, lice joj opisuju razne zelene i crvene krivulje koje stvaraju sintezu s ostalim elementima na naslovnici. Dizajn stvara

različite dojmove – na licu pjevačice se vidi određena nota sjete, njen pogled gleda u daljinu, tvoreći svojevrsno raspoloženje koje je teško odvojiti od sadržaja albuma, dok crvenkasti i zeleni tonovi ipak nude nekakvu nadu, ideju da će možda biti bolje kada dođe svjetlost, koja je predstavljena na samome vrhu naslovnice, kao objekt kojeg donje lice pjevačice promatra, a desno lice odbija suočiti.



Slika 38 - Naslovnica "Jagged Little Pill".

S druge strane, svega šest mjeseci nakon izlazi *Daydream*, album glazbenice *Mariah Carey*, koji, naspram *Jagged Little Pill*, nudi nešto potpuno drugačije, ali svejedno impresivno i kritički pohvaljeno. Za razliku od njenih dotadašnjih albuma, *Daydream* predstavlja promjenu u njezinome zvuku – s naglaskom na R&B i hip hop, *Mariah* postiže svojevrsnu evoluciju svoga zvuka, ali i dotadašnjeg dojma u glazbenome svijetu. Za album tvrdi da je „početak njezine glazbene i glasovne transformacije“, koji eventualno kulminira s „*Butterfly*“ albumom, objavljenog dvije godine nakon.

1997. godine su objavljena dva albuma, svaki s značajnim utjecajem na zvuk glazbenika i ere u kojoj se nalaze, ali i naslovnicama koje su pružile izrazit pogled na konceptualnost i značaj albuma. Prvi među njima jest „*Homogenic*“, treći studijski album islandske pjevačice *Björk*. Pjevačica je preko njega uvela novi početak u svoju pjevačku karijeru; fokusirajući se na oštre elektroničke ritmove i

gudačke instrumente, *Homogenic* je pokazao njezin apsolutni potencijal i golemi utjecaj koji je ona imala na glazbu nakon. Započevši kolaboraciju s *Markom Bellom*, njezinim budućim čestim partnerom za kojeg se smatralo da je bio veliki utjecaj na njezin zvuk, *Björk* najavljuje svoju prisutnost u tadašnjoj eri rastuće elektroničke glazbe.

Za naslovnicu odabire sličnu ideju, iznimno futuristički prikaz pjevačice, dizajniran od strane *Alexandra McQueen*a, poznatog engleskog modnog dizajnera, od kojeg je *Björk* tražila čisti futurizam. Opisujući naslovnici, pjevačica izjavljuje da je izgledala kao „netko tko je postavljen u nemoguću situaciju, toliko nemoguću da je postala ratnik. Ratnik koji se mora boriti, ali ne s oružjima, već s ljubavlju“.[20] Položenom na takvoj neobičnoj i izvanzemaljskoj ideji, naslovnica odiše svojim futurizmom; pjevačici je kosa postavljena u velike punđe, obučena je u klasični japanski *kimono*, a na njenome vratu stoje redovi prstenja, koji podsjećaju na afričke. Oko nje se nalazi cvijeće, obojeno u svijetlo plave nijanse, podsjećajući dosta na led i/ili vodu. Cjelokupni dojam naslovnice je neporeciv – on prikazuje *Björk* kao ratnicu budućnosti, što se i odnosi na njezin zvuk; ona jest prijelaz iz dotadašnjeg glazbenog žanra u nešto više, futuristički obojano i definirano.



Slika 39 - Naslovnica "*Homogenic*".

Drugi album koji je označio pop žanr 1997. godine jest *The Velvet Rope*, šesti album *Janet Jackson*, i prvi u čak četiri godine. Između dva albuma, *Janet* je doživjela emocionalni sloma, zbog kojeg je započela borbu s depresijom i anoreksijom. Na takvim nesigurnim temeljima je započela gradnju svojeg novog albuma, u kojem se htjela nositi s tim teretima, stvoriti konceptualni album koji će joj pomoći da zacijeli svoje rane. Naslov albuma je svojevrsna metafora, direktno preveden znači „Baršunasto Uže“, koji ima dvojako značenje – odnosi se na emocionalnu udaljenost i ograničenost, ali i na potrebu osobe da se osjeća posebno. Neporeciv je odnos imena i s temama u albumu, koji se odnose na bitne i teške teme, poput borbe s depresijom, samopoštovanjem te obiteljskim nasiljem. Kroz pjesme provlači tekstove vezane za seksualne orijentacije, odnose između istih spolova, pa čak i BDSM, što je uvelike bilo kontroverzno za to desetljeće, ali je to i također bio razlog zašto se za *Janet Jackson* smatralo da je javni seks simbol i erotični vokalist devedesetih godina.



Slika 40 - Naslovnica "*The Velvet Rope*".

Na naslovnici albuma je prikazana *Janet Jackson*, pogleda uperenog prema dolje, s divljom, burnom kosom koja zauzima veći dio kadra. Njezina kosa je isprepletana s pozadinom, koja je skoro iste boje, a sama pjevačica je obučena u jednostavnu crnu majicu. Naslovnica promatraču ne govori puno, što je zapravo i cilj – svojom jednostavnošću, izrazom lica, a i njegovom skrivenošću, pjevačica

promatraču daje poruku da je riječ o nečemu osjetljivom, o tematici koja je njoj odveć bliska. Ona se nje nužno ne srami, ali pogled prema dolje ipak signficira nekakvu tajnovitost i teške trenutke. Manjak teksta samo još više dočarava ideju albuma koji se prvenstveno bavi iznimno zrelim temama. Sam album je bio golemi uspjeh za *Janet*, s tim da su ga kritičari nazvali njezinim najzrelijim album do sada te da može služiti kao predložak za buduće glazbenike koji žele svoje album odvesti u mračnijem, osobnijem smjeru s tonalitetom i tekstualnim sadržajem koji bi odgovarali takvom nečemu.

Posljednju godinu dvadesetog stoljeća je gotovo nemoguće opisati bez iznenadnog uspjeha američke glazbenice *Britney Spears*. Svojim vrtoglavim uspjehom u siječnju 1999. godine, njezin debitantski album „...Baby One More Time“ mijenja žanr pop glazbe zauvijek. Kolaborirajući s producentima poput *Maxa Martina* i *Denniza Popa*, *Spears* je s njima stvorila pop album koji je, iako ne od kritičara, postigao golemi uspjeh kod publike i lansirao *Britney Spears* u područje zvijezda.

Sa svojim jednostavnim i šaljivim, skoro djetinjastim karakterom, *Spears* je započela žanr takozvanog „teen pop“ žanra, koji će se uvelike razvijati u nadolazećem stoljeću. Sadržajno, njezin album se može opisati kao kombinacija „bubblegum pop“ (hrv.pr. „žvakaća guma pop“ – vrsta žanra pop glazbe koji je veoma jednostavan za slušati, odnosno „prožvakati“) i *dancehall* žanra. Nastojeći stvoriti album koji će natjerati njezinu generaciju da zapleše, *Spears* objavljuje svoj prvi singl, istog naziva kao i album. Kako se pjesma ubrzo pokazala kao hit, njezin tim nastavlja promoviranje albuma raznim javnim koncertima, ali i singlovima, poput „Sometimes“ i „(You Drive Me) Crazy“.

Kritički gledano, album nije prošao odveć dobro, s tim da je većina kritika bila usmjerena na zvuk cjelokupnog albuma; on je bio odveć djetinjast, što je zapravo naposljetku bila i prednost albuma, jer je mogao ciljati na publiku njezinih godina, koja bi se tek tada upoznala s pop glazbom.



Slika 41 - Naslovnica "*...Baby One More Time*".

Na sličnim temeljima je i dizajnirana naslovnica albuma. Koristeći jednostavnu, nevinu fotografiju *Britney Spears*, sa slatkim, kurzivnim i bezserifnim fontom, naslovnica albuma je teško shvatiti i čim drugim osim tinejdžerskim pop albumom. Njezin pogled je, pak, usredotočen na promatrača, njene ruke postavljene u molitveni položaj na čistoj, bijeloj pozadini, koja se može povezati s njezinim „good girl“ dojmom kojeg će nositi u naredni albumima. Iako je njeno ime na naslovnici dizajnirano skoro kao osobni font, on u kasnijim albumima nije iskorišten.

Nakon objave albuma, *Britney* je postala internacionalnom zvijezdom skoro odmah, započevši takozvani „post-millennial teen pop“ žanr, kako *Rolling Stones* opisuje.[21] Uspjeh je ubrzo popraćen drugim studijskim albumom, objavljenog 2000. godine, koji je ostvario drastično pozitivnije komentare kritičara.

2.9. Glazba u modernom svijetu

Novo, dvadeset i prvo stoljeće, će sa sobom dovesti drastične promjene u zvuku, ali i praćenje starijih trendova iz devedesetih. Dok se raniji dijelovi stoljeća uglavnom baziraju na *teen pop* žanru i *electro-pop* zvuku, posljednje godine prvog desetljeća će naposljetku završiti na korištenju *autotunea*, ali i određenih eksperimentalnih noti koji će se nastaviti razvijati dalje kroz drugo desetljeće 21. stoljeća.

Što se tiče razvoja pop glazbe, s kojom će se autor uglavnom baviti, *Britney Spears* nastavlja svoj golemi uspjeh debitantskog albuma, objavivši, prikladno nazvan, „Oops!... I Did It Again“, u svibnju 2000. godine. Album se drži korijenja osnovanih u njezinom prvom albumu; ona ga ne zamjenjuje, već gradi na postojeće temelje svoj pop karakter. Ipak, neke pjesme i istražuju područja izvan *Britneyinog* klasičnog zvuka, dotičući se čak i *funk* i R&B žanrova.

Sama *Britney* je za album izjavila da se može smatrati kao nastavak njenog debitantskog, ali sa zrelijim zvukom izmiješanih žanrova. Njezin glas je na albumu promijenjen, pomalo dublji i odrasliji, ali ipak karakteristično njen; sadržaj pjesmi je raznolik, ali se dotiče teme odrastanja i samostalnosti, poput na pjesmi „Stronger“, koja ima stih direktno povezan s pjesmom iz njenog debitantskog albuma „...Baby One More Time“.

My loneliness is killing me (and I

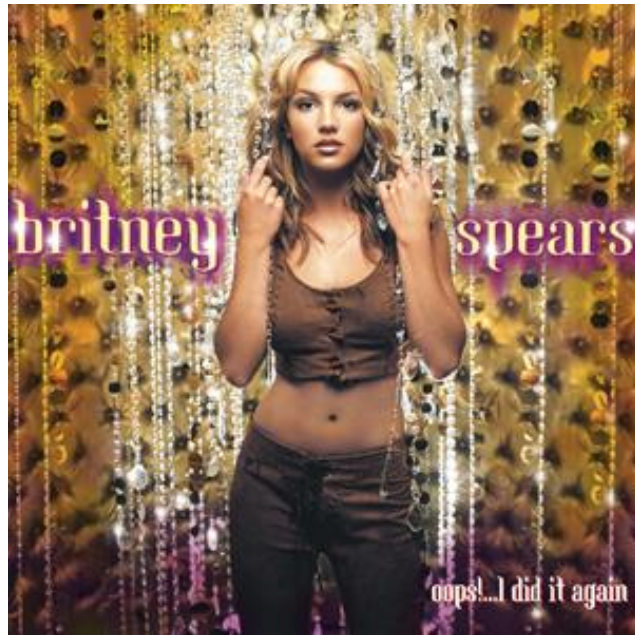
*I must confess I still believe (still
believe)*

Stronger than yesterday

Now it's nothing but my way

My loneliness ain't killing me no more

Originalni stih iz debitantskog albuma, postavljen lijevo je u direktnom kontrastu sa desnim stihom, izvučenom iz pjesme „Stronger“, u kojem *Britney Spears* govori o svojoj samostalnosti i kako napokon više ne osjeća samoću koja ju „ubija“. Ovakav sadržaj izričito govori o osjećaju pjevačice; ona govori o svojim osjećajima bez filtera ili sramote, napokon dokazavši da je odrasla osoba, što se itekako manifestiralo i u naslovnici, ali i u sadržaju albuma.



Slika 42 - Naslovnica "Oops!... I Did It Again".

Album, poprilično prkosnog naziva, u dizajnu za naslovnicu prikazuje pjevačicu u sobi zlatnih zidova, s kristalima iza nje. Ona je odjevena u klasični stil 2000ih, a njen pogled je, kao i u debitantskom albumu, usmjeren na promatrača. S lijeve i desne strane je postavljeno njeno ime u šarolikom fontu, a u donjem desnom rubu jest naziv albuma. Princip korištenja veće pismovne veličine za naziv pjevačice, a manji za naziv albuma, je veoma sličan onome korištenom u albumu „Jagged Little Pill“, pjevačice *Alanis Morissette*, iz čak 1995. godine.

Vidljiv je „napredak“ naspram naslovnice njezinog debitantskog albuma – prizor pjevačice sa sobom donosi veću dozu zrelosti i ozbiljnosti nego što je to bio slučaj kod prijašnje naslovnice. Ona nije već nužno žena, ali jest odrasla djevojka, i to je ono što naslovnica prikazuje.

Osim *Britney Spears*, 2000. godine se pojavljuju i *P!nk*, čiji se debitantski album „Can't Take Me Home“, suočava s R&B i *dance-pop* žanrom putem svojih energetičkih pjesama. Dok je s jedne strane *Britney Spears* (i u manjoj mjeri *Christina Aguilera*) predstavlja čistu, *bubblegum pop* stranu glazbe u prvom desetljeću, *P!nk* je išla u drastično drugačijem smjeru, barem na prvih nekoliko albuma.



Slika 43 - Naslovnica "Can't Take Me Home".

Kraseći se s prkosnim stavom, mlada glazbenica ružičaste kose, zbog kojeg je i dobila naziv, predstavlja punk u novom stoljeću, što je i primjetno na naslovnici albuma. U kombinaciji s linijama i licem koji je napola odrezano iz formata, naslovnica albuma je poprilično zanimljiva. Glazbenica na naslovnici ima naočale, čija se refleksija spaja s njezinom kožom, dok kričavo ružičasta kosa tvori kontrast na samome vrhu naslovnice. Korišteni font djeluje nestabilno – što samo dodaje cjelokupnom dojmu glazbenice „bez dlake na jeziku“. Iako kritički nije bio pretjerano uspješan, *P!nk* će svoju karijeru nastaviti u nadolazećim godinama, udobno se smještajući među pop velikanima.

2001. godine izlazi debitantski album benda „The Strokes“, nazvan „Is This It“. Sa svojim *indie* rock zvukom sirovog izvora, bend je hvaljen, pojavivši se na vrhovima ljestvicama najboljih albuma iz 2000ih. Za debitantski album je američki bend odlučio prikazati jednostavan zvuk, lišen bilo kakvih filtera ili efekata u studiju; građen na njihovom EPu objavljenog iste godine, tematika albuma se nastavlja držati problema i života mladosti u urbanom okruženju.



Slika 44 - Naslovnica "Is This It" i alternativna naslovnica za američku publiku.

Naslovnica njihovog debitantskog albuma je naišla na popriličnu kritiku – nazivajući ju seksualno eksplicitnom, kritičari su tražili zamjenu dizajna za američku publiku, što je došlo u obliku neobično mistične naslovnice, koju krase kombinacije narančaste i tirkizno plave. Originalna naslovnica, pak, prikazuje ruku u crnoj rukavici, položenoj na stražnjici nepoznate osobe, s jednostavnim, bezserifnim fontom u gornjem lijevom uglu, koji prikazuje ime benda i naslov albuma u drugačijim bojama.

Zanimljivo je da je originalna naslovnica smatrana previše seksualno eksplicitnom, iako ne mora nužno biti riječ o stražnjici, već se može prizor interpretirati i kao rame. Unatoč kritici, album je dostigao golem uspjeh, gurnuvši bend u slavne vode.

S druge strane žanra, *Britney Spears* objavljuje svoj čak treći album u predzadnjem mjesecu 2001. godine. Jednostavnog naziva „Britney“, ona nastavlja njeno prihvaćanje odraslog zvuka i sadržaja, fokusirajući se na sintezu teksta zrele prirode i integraciji pop i R&B utjecaja u pjesmama. Sadržajno, pjevačica priča o seksualnosti, odrastanju, ljubavi, ali i strasti, s pjesmama poput „I'm a Slave 4 U“ i Boys“. Druge pjesme, poput „I'm Not a Girl, Not Yet a Woman“ govore o *Britneyinom* predstavljanju svoga karaktera i persone; ona više nije djevojka, ali nije još žena.



Slika 45 - Naslovnica "Britney".

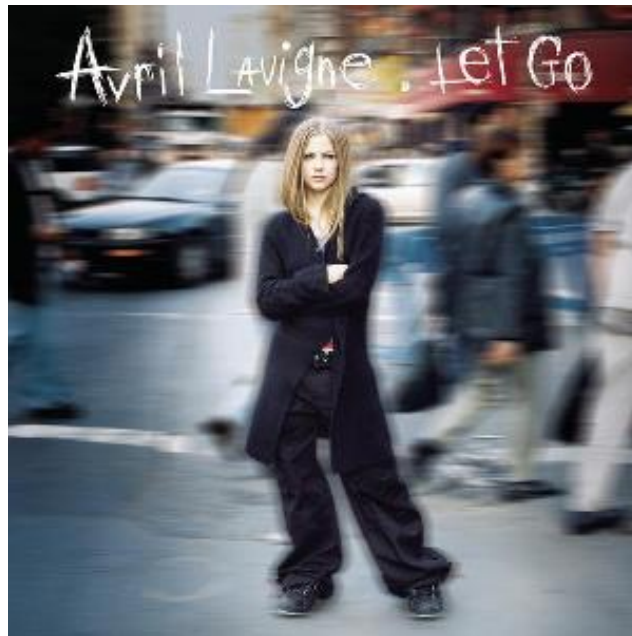
Dizajn naslovnice albuma je opet jednostavan, s fotografijom *Britney Spears*, golih ramena i majicom koja pada, postavljenoj na apstraktno plavoj pozadini, s ružičastim tragom iza nje. Možda zbog redundantnosti, ime glazbenice se ne nalazi na naslovnici, već samo ime albuma u žutom, zaobljenom i pomalo kurzivnom fontu.

Ova naslovnica otprilike započinje klasični stil dizajna naslovnica za *Britney Spears*; njeni budući radovi će se uglavnom držati ustaljene kombinacije fotografije i teksta, i ponekad filtera, što ne čini veoma uzbudljivu kombinaciju. Unatoč tome, njezin uspjeh se održavao i kroz (ne)evoluciju naslovnica, što je samo dokaz njenoj slavi.

Sljedeća, 2002. godina, označava debi kanadske pjevačice *Avril Lavigne*; s čak samo 18 godina, mlada *Avril* predstavlja „Let Go“ album, koji se najviše mogao opisati kao kreativna mješavina punk, *grunge*, pop, ali i alternativnog rock žanra. Nazvan najvećim debitantskim albumom te godine, *Lavigne* se ubrzo našla u slavnim vodama, a njezin album je promijenio pop punk glazbenu scenu, zauvijek, kako tvrdi A. side internetska stranica.[22]

Za razliku od većine debitantskih albuma, na *Let Go*, pjevačica se prepušta svojim zvukovima, nosi se s temama odrastanja, beskućnosti, ali i gubitka sebe,

i voljenih. To su sve poprilično teške teme za jednu osamnaestogodišnjakinju, pogotovo kada se stavi naspram debitantskih albuma pop pjevačica poput *Britney Spears*, ali upravo u tome je ležao njezin šarm – ona se nije libila nositi s takvom tematikom, i predstaviti ju javnosti.



Slika 46 - Naslovnica "Let Go".

Naslovnica predstavlja potpuni dojam albuma; pjevačica je obučena u crno, prekriženih ruku i pomalo kosoga stava. Pozadina i ljudi oko i iza nje su zamagljeni, postavljeni u pokret, što pridodaje dinamici fotografije. Iznad njezine glave se nalazi njeno ime i naslov albuma, uređen fontom koji je veoma sličan ogrebotinama na metalu. Pri pogledu na naslovnicu je teško ne osjetiti emocije anksioznosti, ljutnje, tinejdžerskog prkosa i naravno – tuge – teme koje su općeprisutne u albumu. S „Let Go“ pjevačica nudi potpuni pogled u njezin život i emocionalno stanje u to vrijeme, ideja koja se još više izražava s tematskom, udarnom naslovnicom.

S druge strane *Lavigne*, pa i *Spears*, njene dugotrajne kolegice ali i suparnice, u listopadu 2002. godine, *Christina Aguilera* objavljuje svoj četvrti album – „Stripped“. Kao što se iz samog naziva može dokučiti, album kombinira pop i R&B žanrove, noseći se s temama poput seksipila, samopoštovanja, feminizma, pa i seksa. Iako nije bio previše kritički pohvaljen, album je predstavio novi zvuk za *Aguileru*, za koju se do tada smatralo da je previše slična *Britney Spears*.



Slika 47 - Naslovnica "Stripped".

Crno-bijela fotografija iskorištena na naslovnici prikazuje tijelo pjevačice, bez gornjeg dijela, s tim da su njezine grudi pokrivene kosom. S lijeve i desne strane se nalazi njezino ime, dok je naziv albuma postavljen rukopisnim, kurzivnim fontom u donjem lijevom uglu. Zanimljivo je kako je ovdje riječ o suptilno prikazanom seksipilu; ona nije odveć gola, ali jest dovoljno da se smatra „neprikladnim“ – kombinacija bijele pozadine i crno-bijele fotografije je iznimno efikasna, tvoreći još jači kontrast, ali i svojevrsnu simboliku.

U ožujku sljedeće godine se pojavljuje debitantski album, danas iznimno popularne pjevačice, *Beyoncé*. U „Dangerously in Love“, njenom prvom solo albumu nakon dugotrajne karijere s bendom „Destiny's Child“, pjevačica spaja R&B i *soul* žanrove, zaslužujući pozitivne kritike. Iako tematski nije odveć bila originalna, opisujući teme poput njene ljubavi s reperom *Jay-Zom*, album ipak donosi određenu novinu, što se može zamijetiti u bešavnom kombiniranju žanrova koji su joj veoma lako pošli od ruke.



Slika 48 - Naslovnica "Dangerously in Love".

Naslovnica, ipak, ne donosi nikakve naročite novine. Ona prikazuje pjevačicu s desnom rukom zabačenom iza sebe, pogleda uperenog u kameru; njezina odjeća je oskudna, slična naslovnici „Stripped“, a poza se može opisati kao zanosna. Kod ove naslovnice je čak veći fokus postavljen na fotografiju pjevačice, nego na naslov albuma i njeno ime, što je zanimljivo s obzirom da je riječ o debitantskom albumu.

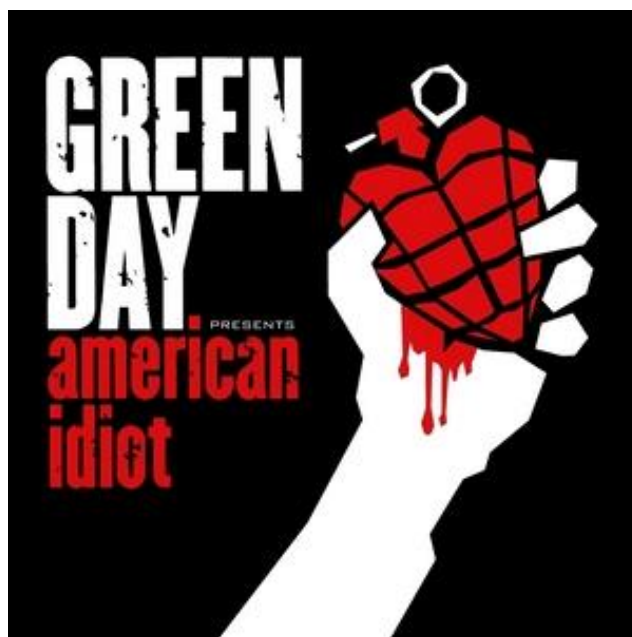
S druge strane, *Madonna* objavljuje „American Life“, u proljeće 2003. godine, konceptualni album koji se nosio s temama – kako bi sam naslov sugerirao – američkog života, materijalizmom i idejom „američkog sna“. Zanimljivo, pjevačica u albumu odbija teme postavljene u njezinim albumima iz 80ih, poput pjesme „Material Girl“; ona kroz *folktronica* žanr prikazuje surovost američke tadašnjosti, krenuvši u riskantnom, ali i originalnijem smjeru s glazbom i estetikom.



Slika 49 - Naslovnica "American Life".

Na naslovnici *Madonna* povlači inspiraciju od argentinskog vođe pobune, *Che Guevare*, efikasno kombinirajući crno i crveno. Nezadovoljna neuspjehom prošlog albuma, ona ponovo pronalazi samu sebe, ali ovaj put kao borac, ratnik. Fotografijom *Craiga McDeana*, ona daje izjavu, bez dlake na jeziku; crno-bijela fotografija je okićena blagim crvenim elementima, poput oštrice na njezinom lijevom oku i krvavo crvenog fonta ispod njezinog lica. Agresiju s albuma je pjevačica i prebacila u stvarni život; obojivši kosu u crno, njezin stav se promijenio s blaže, pop glazbe na žešći, pankerski prizvuk.

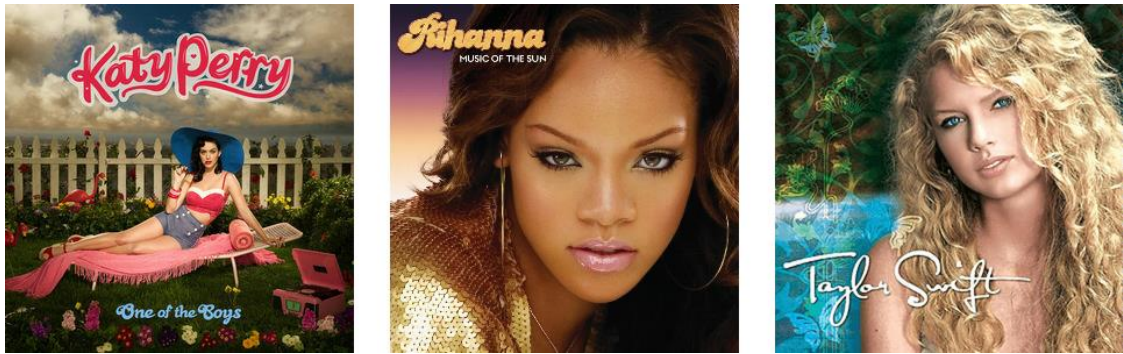
Što se tiče punk-rocka, sljedeće godine album „*American Idiot*“, američkog rock benda „*Green Day*“ dostiže veliki uspjeh. Opisan kao njihov *magnum opus*, bend na albumu zaziva klasični punk zvuk iz 90ih, ali i novitete koje ih svrstavaju na top ljestvice 2004. godine. Osmišljen kao konceptualan album, *Green Day* započinje sagu takozvanog „Isusa predgrađa“, adolescentnog anti-heroja, kojeg bend kroz pjesme i cjelokupni album razvija. Album svojim konceptom i zvukom predstavlja prekretnicu u karijeri benda; smanjeni uspjeh prošlih albuma ih je gurnuo u relativni zaborav, a rješenje za to je došlo u obliku „*American Idiota*“.



Slika 50 - Naslovnica "American Idiot"

Dizajn naslovnice uvelike zadržava njihov prkosan stav prema Americi i njezinoj politici; prikaz bijele ruke koja drži bombu u obliku krvavog, crvenog srca je jedan od bitnijih i pamtljivih prizora iz prvog desetljeća 21. stoljeća, često se replicirajući na grafičkim proizvodima. Za naslovnicu je bend tražio prizor koji će biti konzistentan s temama albuma, zadržavajući snažan prkos američkoj vladi.[23] To se manifestiralo kroz prikazanu naslovnicu, a inspiracija je uglavnom došla od postera vezane za kinesku komunističku propagandu, koja je vizualno odgovarala traženom cilju benda.

Što se tiče područja pop glazbe, sljedećih nekoliko godina se razvijaju velika imena pop žanra, koja se nalaze i na ljestvicama danas. 2004. godine je riječ o debitantskom albumu pjevačice *Gwen Stefani*, dok sljedeća godina već nosi uspjeh *Rihanne*. Prolazeći kroz godine, pojavljuju se imena poput *Lady Gage*, *Katy Perry*, *Taylor Swift* i *Keshe*, velikana pop glazbe današnjice. Stilovi naslovnica tih albuma su uvelike slični – tu je najčešće riječ o sanjivim, ženstvenim i nježnim motivima. Prizori najčešće prikazuju lica pjevačica postavljenim ili do ramena, ili u potpunom pogledu, kao što je slučaj kod *Katy Perry*, ali svejedno zadržavajući dozu seksipila.



Slika 51 - Naslovnice "One of the Boys", "Music of the Sun" i "Taylor Swift".

Korišteni fontovi za naslovnice nisu uvelike originalni niti stilistički povezani sa sadržajem naslova, osim možda iznimke kod albuma *Katy Perry*, koji više teži *bubblegum pop* žanru, što može opravdati korišteni font. *Rihanna* i *Taylor Swift* za svoje debitantske albume ne idu u pretjerano originalnom smjeru, postavljajući samo svoja lica na neinteresantnoj pozadini.

S druge strane, pop glazba do 2010ih se počinje razvijati i u mračnijem smjeru. Predvođeni albumom „Blackout“, pjevačice *Britney Spears*, pop glazba počinje kombinirati teže *electro-pop* ritmove s klasičnim pop prizvucima; također počinje i veće korištenje *autotunea*, dodatka pri snimanju glasova koji izmjenjuje zvuk pjevača ili pjevačice do robotske razine.



Slika 52 - Naslovnice "Blackout", "The Fame" i "Animal".

Naslovnice takvih albuma više teže originalnosti i spajanju neobični(ji)h motiva, poput linija, korištenja pretjeranih filtera ili fotografija interesantnih kutova. Počevši s „Blackout“, *Britneyim* „povratnim“ albumom nakon mentalnih poteškoća proteklih godina, album začuđuje tadašnju publiku i kritičare – njen dugogodišnji imidž „dobre djevojke“ se drastično mijenja, zamjenjuje; na njegovo mjesto dolazi mračniji zvuk i odrasliji stav, postavljen s namjerom da se prikažu poteškoće koje

Iz temelja postavljenih pjevačice, 2008. godine se pojavljuje *Lady Gaga*, sa svojim debitantskim albumom „The Fame“. Pridržavajući se korištenja *autotunea*, s povremenim utjecajem glazbe iz 80ih, *Gaga* biva lansirana u slavu, koja će kulminirati njezinim stvaralaštvom u narednim godinama. Za naslovnice ona koristi fotografiju sebe, s karakterističnim kristalnim naočalama; dizajn naslovnice, za razliku od nježnijeg pop žanra prikazanom ranije, ne sadrži žarke ili razigrane tonove, već je tu riječ o mračnijoj pozadini, fotografiji, i stavu, što se povezuje s temom albuma, ali i nezaboravnim *Gagininim* zvukom.

Dvije godine kasnije se na scenu pojavljuje *Kesha* (tada brendirana kao *Ke\$ha*). Ona se nikada ne dotiče, zapravo, takozvanog „good girl imagea“; štoviše, ona u glazbu donosi nasrtljivost i prkos, ali u smislu dobre zabave i partijanja. Njezin imidž je veoma sličan muškim reperima i glazbenicima toga vremena, ali kada je postavljen u paket žene, odnosno djevojke, dobiveni prizor je mnogo drugačiji, ali ne nužno i manje zanimljiviji. Naslovnica „Animala“, njezinog debitantskog albuma vraća pankerske dojmove iz proteklih desetljeća, uz kombinaciju novih elemenata, poput svjetlucavog fonta korištenog za naziv albuma i pjevačice, koji se postavlja u direktan kontrast s mračnom pozadinom.

Iako se glazba, pogotovo pop glazba, nastavlja razvijati i do današnje, 2019. godine, autor smatra da je 2010. godina idealno vrijeme u kojem glazba mijenja stil u smislu naslovnice, razvijajući se u drugačijem smjeru. Kako bi se takvi primjeri opširnije opisali, autor će u narednom, praktičnom dijelu završnog rada navoditi takve primjere, uz originalna rješenja, opisujući i uspoređivajući odabrane naslovnice albuma.

3. Praktični dio

3.1. Predgovor

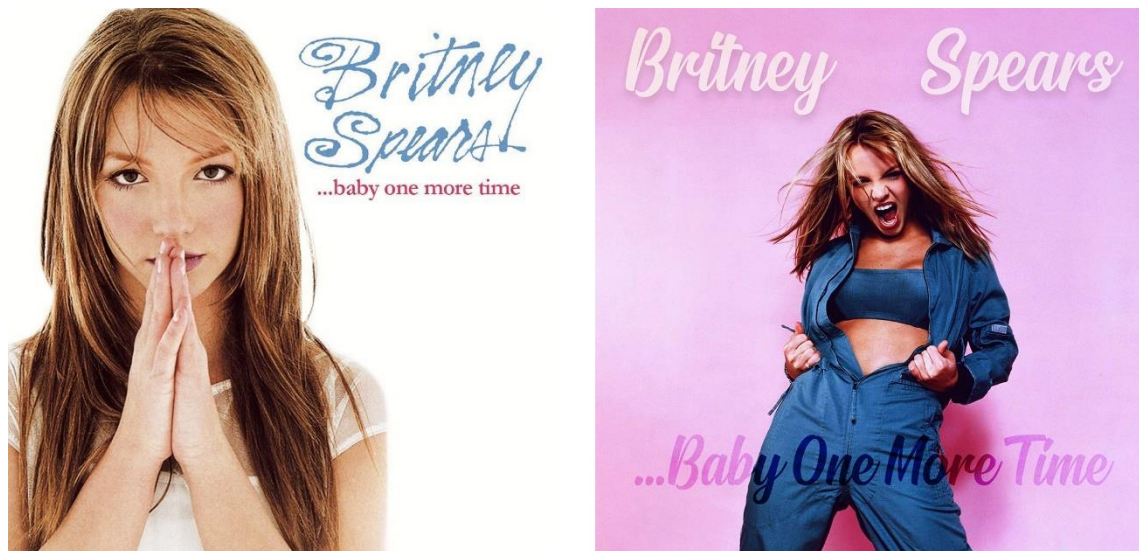
Autor će u svojim narednim vlastitim redizajnima raznih naslovnica albuma iz dva desetljeća 21. stoljeća nastojati ponuditi veću sintezu glazbenog sadržaja, s dizajnom naslovnica, kako bi se maksimalno postigao doživljaj promatranog albuma. Cilj će biti uglavnom na pop glazbu, ponekad eksperimentalnog, a ponekad klasičnog zvuka, pretežno ženskih glazbenica.

Promatrati će se album, analizirati i prikazivati njegov tekstualni sadržaj i žanr kojem pripadaju, kao i raspoloženje, kako bi se što vjerodostojnije predočilo značenje određenog glazbenog djela.

3.2. Odabrana djela pop glazbe

Britney Spears, neporecivo jedna od najvećih zvijezda glazbene povijesti, često titulirana „princezom pop glazbe“, u svojim naslovnicama ne nudi nužno ikakvu zanimljivost, inovaciju, niti povezanost s glazbenim sadržajem. Dok su njena ranija djela bila više usklađena s temama u albumu, koja su uglavnom bila djetinjasta ljubav, njena kasnija djela se potpuno liše ikakve povezanosti, najčešće koristeći samo običnu fotografiju pjevačice kako bi se ostvario određeni dojam ili reklamirao album njezinom ličnošću.

Autor će prvo prikazati svoje rješenje za njezin debitantski album, „...Baby One More Time“, koji je objavljen 1999. godine. Pošto je riječ o poprilično starijem albumu, teže je pogoditi pravi ugođaj stila krajem 90ih, i početkom 2000ih.



Slika 53 - Usporedba originala i redizajna naslovnice albuma "*...Baby One More Time*".

Originalni dizajn se drži klasičnog prikaza naslovnica albuma krajem 90ih, zadržavajući bijelu pozadinu bez ikakvih tonova, s jednostavnim rukopisnim fontom na vrhu, i nazivom album u bezserifnom fontu ispod. Naslovnica nema nekakve drastične dizajnerske poteze; dapače, suhoparna je, prikazujući pjevačicu kao jednodimenzionalni karakter bez naročitih dodataka.

U redizajnu je autor nastojao ciljati na dinamičniji prikaz – jednostavna fotografija pjevačice je zamijenjena s djelom poznatog američkog fotografa *Marca Baptista*, koji je pjevačicu fotografirao kao dio njene promocije za debitantski album. Autor je, preuzevši tu fotografiju, dodao rukopisni font „Signatra“, ali za razliku od originala, koristi ga i za ime pjevačice, ali i za naziv albuma, stvorivši veću ujednačenost između vizualnog identiteta naslovnice. Redizajn odbacuje potpuno nevin prikaz pjevačice, za malo dramatičniji, možda seksipilniji prikaz, ali pritom dobivši naslovnicu koja odgovara *bubblegum pop* sadržaju albuma, bez prevelikih gubitaka u području estetike. Pošto je riječ o debitantskom albumu, odnosno usponu zvijezde, bilo je veoma bitno koristiti fotografiju pjevačice kako bi se uspostavila poveznice između njezine javne ličnosti i albuma.

Ime pjevačice je razdvojeno na dva dijela i postavljeno s njezine lijeve i desne strane, ostavljajući višak prostora između za optičku ravnotežu. Gornji tekst je postavljen na 70% opaciteta, dok donji tekst, koji nosi naziv albuma, koristi „overlay“ opciju u „layer“ opcijama programa *Photoshop*, tvoreći prozirnu

strukturu zajedno s pozadinom. To naslovnici daje dodatan efekt, jer se tekst izravno veže uz pozadinu, propuštajući njegovu boju i teksturu. Tekst je postavljen preko njezinih hlača, kako bi se mogao lakše pročitati. Cjelokupna naslovnica je rađena s idejom da se pjevačica prikaže kao prpošna, energetička glazbenica, koja će sa sadržajem albuma „probuditi“ slušatelja, što je poprilične nedostajalo kod originalne naslovnice.



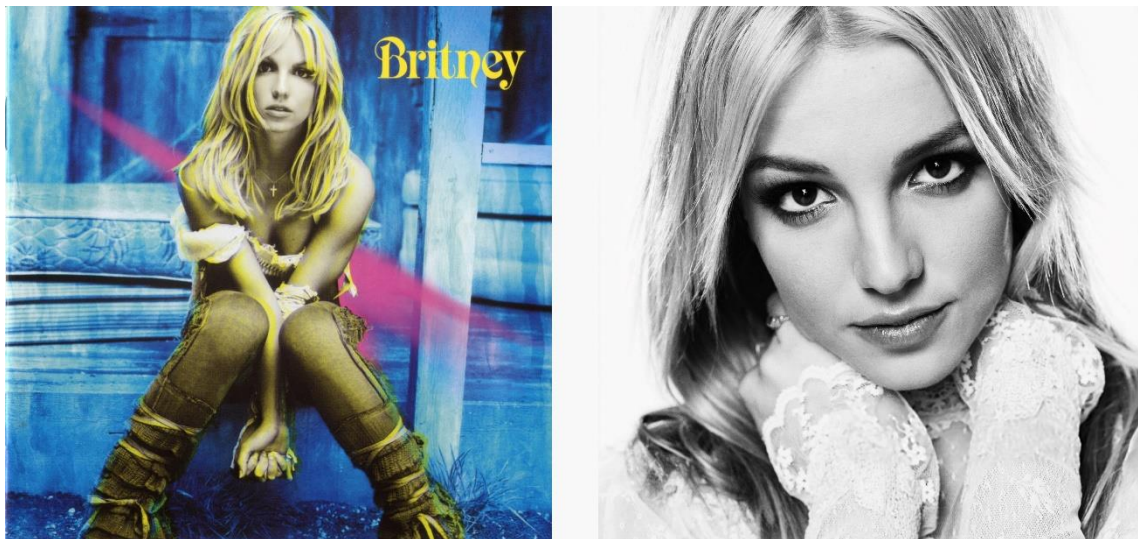
Slika 54 - Usporedba originala i redizajna naslovnice albuma "Oops!... I Did It Again".

U njenom sljedećem albumu, objavljenom 2000. godine, pjevačica odbacuje većim dijelom svoj „good girl image“ s naslovnice, koja zamjenjuje s fotografijom u kojoj se ona, oskudnije odjevena, nalazi u zlatnoj sobi. Korištena fotografija nema prevelike veze sa sadržajem albuma, niti zaziva određenu emociju; titularna pjesma albuma „Oops!... I Did It Again“ ima poprilično specifičan glazbeni video, u kojem pjevačica, nakon što je sletjela na Mars, upoznaje astronauta. Video je šaren, dinamičan, smiješan, pa i moderan, što je autor nastojao zazvati na svome redizajnu.

Kod reimaginacije naslovnice je iskorištena fotografija *Marka Seligera*, u kojoj se pjevačica nalazi u šarenoj sobi, okružena s neobičnim oblicima. Iako je fotografija slične poze iskorištena za naslovnicu singla, autor većim dijelom reže sliku na standardni format naslovnice, ostavljajući prizor pjevačice u brojnijem postotku od pozadine. Uzevši inspiraciju od pozicioniranja naziva albuma, autor postavlja

tekst, „Steelfish“ fonta, u donji desni ugao, koristeći „exclusion“ opciju u „layerima“, kako bi stvorio kontrast sa šarolikom pozadinom.

Na fotografiji pjevačica zauzima dinamičniji stav nego što je to u originalnu, naginjući se prema svome lijevome. Njezina odjeća je jednobojna, ali pršti cyan tonovima, lako zasjenivši odjeću korištenu u originalnoj naslovnici, koja se uglavnom držala dosadnijih smeđih tonova. Album sadržajno nudi prekretnicu u nježnijem zvuku *Britney Spears*, što za rezultat ima i pjesme inspirirane većim brojem tema, koristeći razne glazbene instrumente i zvukove. To je prvenstveno služila kao inspiracija autoru pri redizajnu, s ciljem da se uhvati djelić te raznobojnosti i razigranosti koja zaokuplja album u većem dijelu.



Slika 55 - Usporedba originala i redizajna naslovnice albuma "Britney".

U svom sljedećem, trećem albumu, *Britney* pokazuje ranjivost – veću nego ikad prije. Jedan od najosobnijih albuma do danas, „Britney“ se nosi s teškim temama poput odrastanja i seksualnosti, dok s pjesmama poput „Overprotective“ govori o odnosu s obitelji i voljenima, koji je ograničavaju u životu:

*What am I to do with my life?
(You will find it out don't worry)
How am I supposed to know what's right?
(You just got to do it your way)
I can't help the way I feel
But my life has been so overprotected*

Album prikazuje *Britneyino* mentalno stanje i njezinu ranjivost (koja će kasnije biti potpuno otkrivena na albumu „Blackout“), a pjesme poput „Overprotective“, čiji je refren naveden, otkrivaju da sama pjevačica zapravo nije sigurna gdje treba ići, što napraviti sa svojim životom, zbog ograničenja koje je do tada doživljavala.

Originalna naslovnica ne odaje previše emocija sličnim navedenim, zbog čega nije potpuno efikasna kao sinteza između glazbenog sadržaja i dizajna; njezin položaj tijela, iako više usplahiren nego dinamičan, nije dovoljan da prenese potpuni značaj. Zbog tih razloga autor radi redizajn s ciljem da promatrač vidi pjevačicu, primijeti njezino emocionalno stanje, zatim poslušaj album, evocirajući primijećeni doživljaj. Za fotografiju redizajna je korišten rad *Marka Liddella*, koji je pjevačicu fotografirao 2001. godine, obučen u bijeloj čipki. Više fotografija je napravljeno, s tim da ih je većina u crno-bijelom; pjevačica također na većem broju fotografija drži ozbiljan, pomalo rastužen pogled, što se savršeno kombinira s temama u albumu. Lice zauzima veći dio kadra,

Pošto je već riječ o snažnoj fotografiji koja nosi dosta informacija i uvida u motive albuma, autor je izostavio ikakav tekst na naslovnici, smatrajući da bi tako nešto samo zablokiralo osnovnu ideju, a to jest sinteza jednostavnosti i emocionalnosti, što *Liddellove* fotografije u većem omjeru već rade.



Slika 56 - Usporedba originala i redizajna naslovnice albuma "In the Zone".

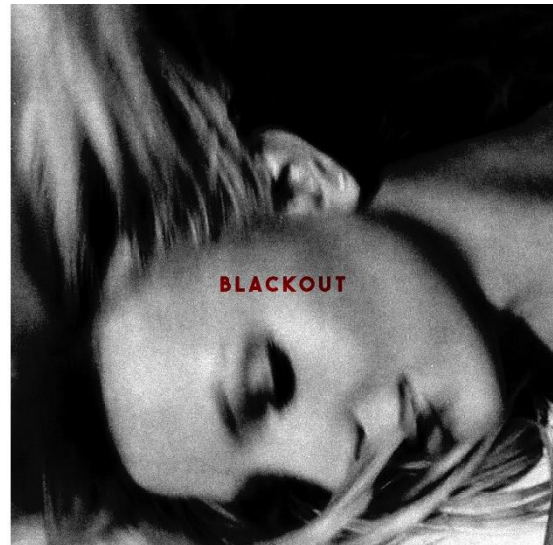
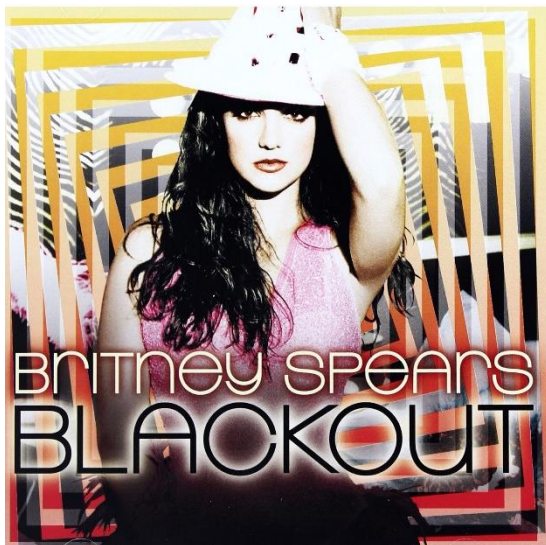
Sljedeći album, i posljednji album prije njezine promjene zvuka i imidža jest „In The Zone“. Nastavljajući odrasliju tematiku uspostavljenu u prošlim albumima,

izvođačica se nosi s zabavnom, ali i seksualnom tematikom, poput na pjesama „Touch of My Hand“, koja govori o samozadovoljavanju. Temelje takvih tema originalna naslovnica ne prati baš; tu je riječ o jednostavnoj fotografiji lica pjevačice, s postavljenim plavim filterom preko cijelog dizajna. U uglovima se nalaze naslovi i ime pjevačice, u neobično crvenoj nijansi.

„In the Zone“, jedan od *Britneyinih* najpopularnijih albuma, a i kritički najpozitivnijih[24], album nastavlja snažan korak pjevačice prema odraslijim zvukovima. Hitovi poput „Toxic“ i „Everytime“ postavljaju pjevačicu u samu srž njezinih nesigurnosti prema ljubavi i odnosima s voljenima, što bi se na neki način moglo protumačiti kroz plavilo originalne naslovnice, ali ne u dovoljnoj mjeri.

Autor radi redizajn s idejom da je kod albuma riječ o sanjivim zvukovima i seksipilnim ritmovima, koji prožimaju album kroz skoro svaku pjesmu. Zbog toga se umjesto klasične fotografije uzima neobičan format djela fotografa *Jamesa Whitea*, koji je pjevačicu fotografirao bez njezine karakteristične kose ili osebujne figure; umjesto toga u fokusu su njezine usne i prst u njima, dok pogled mami promatrača. Pošto je riječ o intimnom i seksualnom albumu, autor se odlučio za tu fotografiju, postavljajući sličan plavi filter kao što je to bilo kod originala, kako bi zadržao određenu notu vizualnog identiteta.

Naslov albuma se, slično i pjesmama, topi u pozadini, nestaje pri dnu, a sam po sebi je postavljen na prazni prostor desno od pjevačice. Pojačavanje prozirnosti pri dnu je bila namjerna ideja autora koja signficira gubitak pjevačice u emocijama, u „plavetnilu“ u koje ona u albumu nestaje.

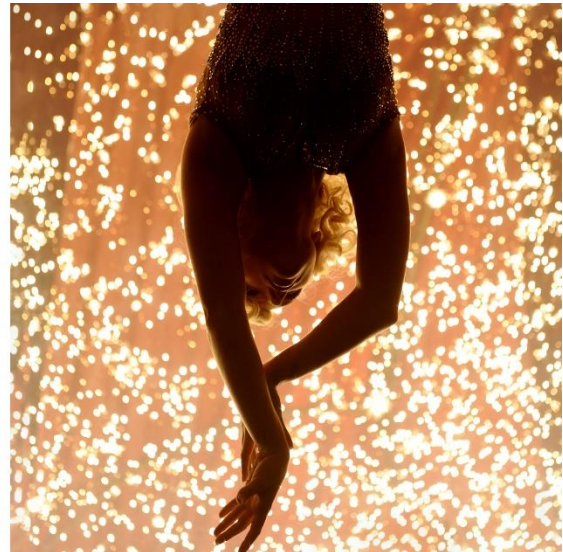
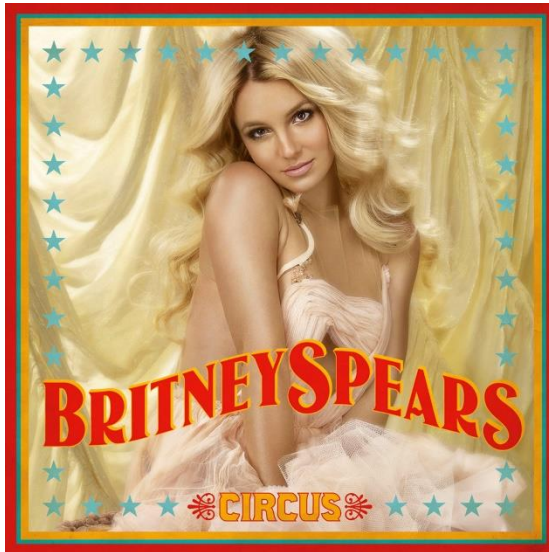


Slika 57 - Usporedba originala i redizajna naslovnice albuma "Blackout".

2007. godine *Britney Spears* objavljuje album „Blackout“, album koji je, nakon trogodišnje pauze u kojem je rodila blizance, imala živčani slom i doživjela rastavu, označio njezinu potpunu promjenu u zvuku. Njezini dotadašnji slađahni, *bubblegum* tonovi su zamijenjeni mračnijim i tajanstvenim prizvucima koji se provlače kroz pjesme albuma. „Gimme More“, njezin prvi glazbeni video nakon drugog vremena prikazuje *Britney* kao striptiz plesačicu koja zabavlja promatrače, od čega jednu glumi sama *Britney Spears*; pjesma započinje ikoničkim citatom „It's Britney, bitch“, kojim najavljuje svoju prisutnost. Njezin glas je magnetičan, ponavljajući frazu „gimme more“ (hrv.pr „daj mi još/više“) kroz pjesmu, mameći slušatelja.

Originalna naslovnica, s druge strane, ne sadrži nikakve motive vezane za sadržaj djela, osim karakteristične crne kose koju je pjevačica imala tijekom tog perioda. Kod te naslovnice je riječ o disko elementima, ponavljajućim, ritmičnim kvadratima koji zauzimaju prostor iza pjevačice. Korišteni fontovi su obični, jednostavni, i ne povezuju se previše uz ostatak elemenata. Što se tiče redizajna, autor cilja na prikaz tame, mračnog vizualnog identiteta u kojem se pjevačica gubi, predaje. Autor koristi sliku nepoznatog fotografa u kojem *Britney* zamahuje glavom, udaljavajući se od fokusa fotografije. Slika je pretvorena u crno-bijelu varijantu, i zaokrenuta za 90 stupnjeva prema lijevo, kako bi se dobio vizual koji se može povezati s gubljenjem svijesti – što je povezano sa samim naslovom, čiji direktni prijevod na hrvatski znači „zamračenje“ ili „gubitak pamćenja“.

Jednostavni, serifni font zauzima središte naslovnice, obojan u krvavo crveno, s postavljenim „pin light“ „layer“ efektom, koji zadržava teksturu kože. On ne oduzima previše od fotografije, ali svejedno stvara svojevrsan i potrebni kontrast, koji naglašava naziv albuma – tu je riječ o zamračenju, a naziv albuma se gubi upravo u takvim elementima. Konačni redizajn je dinamičan, predaje pozornost ideji zamračenja na naslovnici, koristeći fotografiju *Britney Spears* kao glavni motiv, kombiniran s optički teškim fontom.



Slika 58 - Usporedba originala i redizajna naslovnice albuma "Circus".

S željom da se vrati nježnijem i „lakšem“ zvuku, *Britney Spears* objavljuje „Circus“, svoj šesti studijski album, nakon golemog uspjeha „Blackout“. U njemu se pjevačica bavi temama ljubavi, lišeći se teških i emocionalnih tematika proteklog albuma. Naslovnica, za promjenu, više odgovara tematskom sadržaju; na njoj je prikazana pjevačica u tankoj haljini, okružena zlatnim zavjesama. Oko nje su dodane zvjezdice koje podsjećaju na cirkus, kao i font koji je razigraniji i šarolikiji nego što je to bilo kod njezinih prošlih djela. Naslovnica pršti bojom, podsjeća na cirkus, i uspješno postiže sintezu između sadržaja i naslovnice.

Autor je zbog uspješnosti originalnog djela krenuo u malo drugačijem smjeru – zamijenivši direktnost originale naslovnice, autor za redizajn preuzima fotografiju iz „Circus“ glazbenog videa, u kojem *Spears* glumi kolovođu cjelokupnog cirkuskog angažmana. Ona vodi svoje izvođače kroz šatore i prostorije, naposljetku završivši na samoj pozornici, nakon čega se sa stropa spuštaju

svjetla koja ju obuhvate. Taj vizualno moćan i zadivljujuć prizor se autoru činio savršen za naslovnice koja služi kao svojevrsan „comeback“ u vode pop glazbe.

Fotografija je okrenuta naopako vertikalno, kako bi se stvorio doživljaj da je riječ o cirkuskim pothvatima, poput ljudi koji se vješaju na stupove i konope. Figura pjevačice je skoro u potpunosti u mraku, tvoreći idealan kontrast s žarko žutom pozadinom iza nje. Autor za naslovnice ne koristi nikakav tekst, uglavnom zbog činjenice da je Spears, kao uspješna pjevačica već bila dovoljno medijski praćena; zbog toga jest sama njezina fotografija dovoljna da promatrač zna da je riječ o njoj.



Slika 59 - Usporedba originala i redizajna naslovnice albuma "Femme Fatale".

Nakon ponovljene trogodišnje pauze, gdje se pjevačica posvetila više obitelji nego glazbi, 2011. godine objavljuje „Femme Fatale“, izazovni album sastavljen od *dance-pop* pjesama i seksualnih metafora. *Femme Fatale*, kao što mu i ime sugerira, se sadržajno nosi s temama strasti, odnosa s muškarcima, ali i samostalnosti. Na ljestvicama *Britney* donosi nove hitove, ali i kritički; album biva pohvaljen svojim *dance* elementima, ali i stavom koji pjevačica donosi u albumu.

Originalna naslovnice, za razliku od inovativnijeg *Circusa* ne donosi nikakve naročite novine; riječ je o jednostavnoj fotografiji pjevačice, zanosnog pogleda koji je usmjeren na promatrača. Ispod nje je smješten naziv albuma i pjevačice u razigranom fontu. Zbog veće slobode kod tematike, autor cilja na strast – glavnu temu albuma, što dovodi do naslovnice koja je pretežno krvavo crvena. Pjevačicu

autor udaljava od kadra, koristeći fotografiju s *photoshoota Marija Testina*, u kojem je fotograf pjevačicu uslikao u različitim pozama s raznobojnim filterima. Kako bi što više dočarao dojam strasti, ali i seksualne agresije, autor fotografiju pjevačice provlači kroz filtere, aplicirajući više gradijenata crne i crvene boje.

Autor tekstu ne pridaje previše važnosti, ali ga svejedno uključuje; smješteni na samim rubovima lijeve i desne margine, glomazni, serifni font „MADE Coachella“ krasi dizajn, s tek toliko prozirnosti da je vidljiv, ali da ne oduzima od cjelokupnog izgleda. Ovdje je riječ o veoma agresivnoj, privlačnoj naslovnici koja hvata pozornost; pogled pjevačice je uperen ravno u promatrača, a crvena boja signficira opasnost, ali i atrakciju.



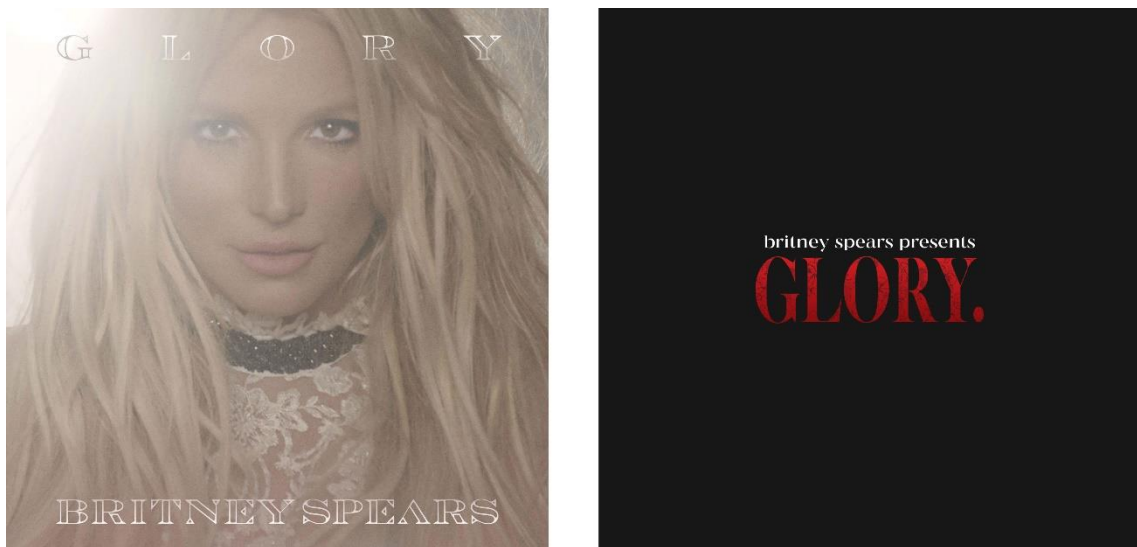
Slika 60 - Usporedba originala i redizajna naslovnice albuma "Britney Jean".

Za *Britney Jean*, samoopisani „najosobniji“ do tada, *Britney* kombinira pop i EDM („electronic dance music“) zvukove kako bi se vratila u nekoć slavnu kombinaciju. Njezin album, međutim, biva kritiziran zbog krivog reklamiranja; album naposljetku nije nudio veći uvid u život pjevačice kao što su to, primjerice, učinili „Britney“ i „Blackout“ prije desetak godina. Za konačni projekt je „Britney Jean“ bio uglavnom neuspješan, zbog čega će *Britney* uzeti još trogodišnju pauzu, prije nego što će preći na svoj konačni album (do sada) „Glory“.

Što se tiče naslovnice albuma *Britney Jean*, original koristi fotografiju s *photoshoota Michelangela di Battiste*, koji pjevačicu fotografira u zanimljivim kutovima, čineći ju ponekad ranjivom, ponekad strastvenom. Originalna

naslovnica postavlja jednu od tih fotografija uz ilustraciju srca i svjetlećeg fonta, ali ne za preveliki doživljaj; dodatak dva elemenata ispod fotografije pjevačice oduzima od cjelokupnog dojma, gubeći određenu notu „privatnosti“ koja se tako efikasno postigla s radom fotografa.

Za redizajn autor ne odlazi puno od originala; uzevši jednu od neiskorištenih fotografija, redizajn nastoji zazvati vizualni identitet redizajn albuma „Britney“, prikazan ranije, kako bi se uspostavio odnos između dva, samoopisana „osobna“ albuma. Pošto obje naslovnice koriste fotografiju *Britney Spears*, bez teksta, nije teško povezati identitete oba albuma. Izvan odnosa s tim albumom, naslovnica ne može naročito stajati zasebno, pri čemu „pomaže“ manjak teksta, ali kada bi se kombinirao s redizajniranom naslovnicom „Britney“, autor smatra da bi naslovnica bila iznimno uspješna u nastojanju prikazivanja karaktera pjevačice.

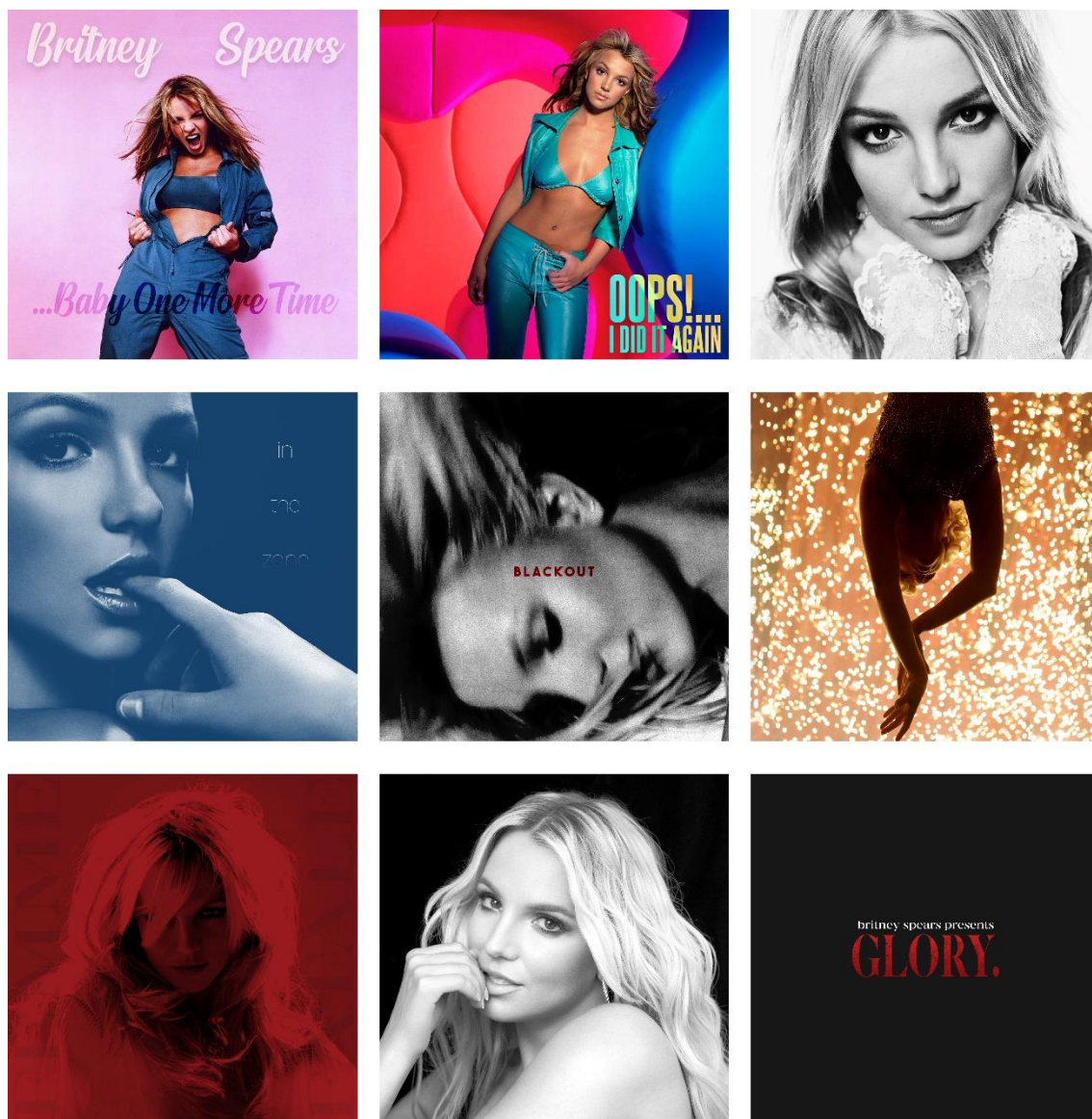


Slika 61 - Usporedba originala i redizajna naslovnice albuma "Glory".

Spears, naposljetku objavljuje i svoj konačni album do danas, pod nazivom „Glory“. Polako radeći na njemu kroz period od tri godine, *Spears* konačni album naziva jedan od najdražih u njezinom katalogu, a uspjeh i potencijal su prepoznali i kritičari – album stoji na samome vrhu njezinog repertoara, zajedno uz „Oops!... I Did It Again“.[25] Pjevačica je promociju započela singlom „Make Me...“, koji je uživao u povećem uspjehu, ali nažalost uspjeh i potencijal albuma nisu niti malo preneseni na dizajn naslovnice.

Prizor s originalne naslovnice albuma je preuzet iz spota, već navedenog „Make Me...“, u kojem *Spears*, obučena u čipkastu haljinu, zavodi kameru. Fotografija nije pretjerano originalna niti ima zanimljivu kompoziciju, a korišteni font se gubi u svjetlosti i bojama naslovnice. Pjesme krasi koketni stihovi i razigrane melodije, zavodeći slušatelja svakim sljedećim retkom, no takvi motivi nisu prisutni u originalnom dizajnu naslovnice.

Pošto je riječ o konačnom albumu izvođačice *Britney Spears*, autor je djelo zamislio kao vizualni album, u kojem *Britney* doslovno „predstavlja“ album koji je usko povezan s višedijelnim glazbenim sadržajem u obliku glazbenih videa. Takva ideja se odrazila na naslovnici, u kojoj je autor spojio dva jednostavna motiva – bijeli i crveni tekst, koji je ispunjen čipkastom teksturom, i crnu pozadinu, tvoreći direktan kontrast. *Spears* je jedna od izvođačica koja u svojoj povijesti nije nikada koristila naslovnici bez svoje ličnosti, zbog čega je autor nastojao barem za konačni album postići upravo to. Riječ je o serifnoj kombinaciji koja spaja barokne motive sa strastvenim crvenim nijansama koje podsjećaju na strast, ali i zovu na avanturu.



Slika 62 - Svi redizajni naslovnica albuma pjevačice Britney Spears.

U gore prikazanoj kompilaciji autor je naveo sve redizajne vezane za albume *Britney Spears*. Kroz čak devet albuma, autor je započeo putovanje mlade glazbenice kroz rani, ali i nagli uspjeh, s debitantskim albumom koji se uglavnom držao *bubblegum pop* zvuka, što se prikazalo i na ružičastoj i razigranoj naslovnici. Krenuvši na drugi album, autor prikazuje razvoj i rast pjevačice; ona je ozbiljnija, zrelija i odgovornija, ali njen zvuk ne pati zbog toga – on se drži klasičnih pop elemenata koje je autor prikazao kroz izražene nijanse i font koji funkcionira na sličan način. Kod trećeg albuma *Britney* se suočava sa svojim emocijama i isto dijeli sa slušateljima. Njezina ranjivost je na otvorenom, što je

autor prikazao kroz jednostavnu, ali moćnu fotografiju u kojoj pjevačica drži kontakt s promatračem, kao da pokušava podijeliti svoje tajne.

Nakon prva tri albuma slijede teži trenuci u životu pjevačice, počevši s „In the Zone“; s naslovnicom izrazitog plavog tona, autor zadržava nijansu, ali koristi drugačiju, interesantniju fotografiju. Font se stapa s pozadinom, nestaje u bezdanu, dok pjevačica razigrano zavodi promatrača. Pjevačica je kod svog četvrtog albuma već sazrela, zbog čega autor koristi najizazovniju fotografiju. Njezin mentalni razvoj kulminira albumom „Blackout“, s izvanrednim *dark pop* žanrom i introspektivnim tekstualnim sadržajem, *Britney* se suočava s javnošću. Za razliku od obične, nepovezane originalne naslovnice, autor koristi dinamičniju fotografiju pjevačice u pokretu, a crveni tekst s jednostavnim bezserifnim fontom postavlja u samo središte dizajna, kako bi postigao maksimalni učinak. Konačni dizajn ima određenu notu tuge i nelagode u sebi, što se može povezati s korištenom kombinacijom elemenata. Sljedeći album u nizu redizajniranih, „Circus“, nudi svjetliju stranu pjevačice, kao što je i sadržajno predstavljen. Iako je originalni dizajn sam po sebi dovoljno jak i povezan s glazbenim sadržajem, u svome redizajnu autor postavlja figuru pjevačice naopačke, povezujući prizor s glazbenim videom prvog singla s albuma. Konačni rezultat je zanimljiv, dinamičan, tvoreći idealan kontrast s prethodnim albumom, ali i s pozadinom.

Prvi od konačna tri albuma, *Femme Fatale*, je agresivan i strastven u svome redizajnu; autor koristi tamne crvene i crne tonove i težak, serifni font kako bi prikazao pjevačicu u dominantnom položaju okruženu crvenilom. Dobiveni prizor je drastičan, pogotovo naspram prethodnog albuma, ali je i zbog toga pojačan po značenju. „Britney Jean“, posljednji album pjevačice se drži ustaljene ideje kombinacije fotografije i teksta, ali unatoč tome ju uspješno prikazuje. Autor zbog toga koristi alternativnu fotografiju, bez teksta, kako bi svoju redizajniranu naslovnicu povezao s prijašnjom naslovnicom „Britney“, u kojoj je također korištena samo crno-bijela fotografija bez ikakvog teksta. Nastoji se postići sinteza vizualnih identiteta dvaju albuma koja su odvojena desetljećem, ne bi li se uspostavio maksimalni vizualni dojam i konzistentnost. Za posljednji album izvođačice autor bira ideju vizualnog albuma; iako on nije u stvarnosti predstavljen tako, već samo s jednostavnom naslovnicom preuzetom iz jednog

kadra glazbenog videa, redizajn naslovnice „Glory“ je iznimno jednostavan po svojoj kompoziciji, ali dovoljno efikasan. Autor koristi crvene, bijele i crne kontraste za maksimalni učinak, zbog čega se cjelokupni dizajn doima veoma teatralno, strastveno i izazovno. Riječ je o *Spearsinom* kritički pohvaljenom albumu, zbog čega autor smatra da bi se upravo epitet poput „teatralan“ trebali povezati s njim.

U konačnici je autor kroz devet djela prikazao razvoj mlade pjevačice, njezino emocionalno putovanje, poteškoće, ali i povratak iz „pepela“; započevši sa šarenilom, propadajući u tamu, prije nego što se izvukla iz nje, *Spears* je pjevačica, ali i ratnica koja je kroz život doživjela razne izazove, ali ih je uspjela prebroditi. Autor motiviran tom borbom redizajnira naslovnice, dočaravajući potrebnu emociju svake naslovnice, kako bi se cjelokupni repertoar pjevačice doimao profesionalno, ali i tematski povezano.

Charlotte Emma Aitchison, engleska pjevačica poznatija pod imenom „Charli XCX“, započinje svoju karijeru rane 2008. godine, postavljajući svoju glazbu na tadašnju popularnu stranicu *Myspace*. Njezin talent ubrzo otkriva promotor, te ona započinje svoju glazbenu karijeru. Prvi album, „True Romance“, objavljuje 2013. godine; kao debitantsko djelo, ono govori o poteškoćama u ljubavi, prijateljstvu i odrastanju. Pjevačica na albumu potpuno otkriva svoje emocije i probleme, što za konačni rezultat postiže srcedrapajuće djelo ispunjeno sanjivim vokalima i melodičnosti. Ona vapi za svojom ljubavlju, tvoreći poprilično tragične stihove, kao na pjesmi „Set Me Free (Feel My Pain“):

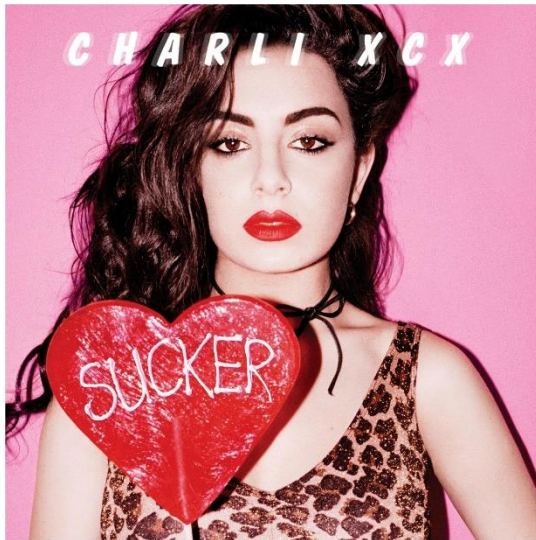
*I have been dancing with shadows
I have been calling your name
I feel the skin dripping from my bones
Your touch, it makes me insane*



Slika 63 - Usporedba originala i redizajna naslovnice albuma "True Romance".

Charli je dijete 90ih – ona odrasta na pop temeljima poput *Madonne*, *Spice Girls* i *Britney Spears*, dok joj filmski fenomeni *Carrie* i *The Craft* utječu na stilski izražaj. Doživljeno razdoblje mlada pop zvijezda provlači kroz album, ali i naslovnici, koja prikazuje pjevačicu u klečećem položaju, pogleda uperenog u kameru, dok prostor oko nje zjapi bijelom bojom i bezserifnim, glomaznim fontom. Riječ je o naslovnici koja dosta dobro hvata značenje albuma, fokusirajući se na prikazivanje *glitch* efekata koji promatrača podsjećaju na star(ij)e televizije iz 90ih, ali i razvoj tehnologije početkom 2000ih.

Što se tiče redizajna, autor uzima mračnije teme albuma te ih spaja s godinama u kojima je *Charli* odrastala. Koristeći iznimno snažnu fotografiju s *Fader photoshoota*, u kojem se pjevačica prikazuje ispred projektor poznate scene iz filma *Carrie*, autor cilja na nekoliko tema: mrak, tajanstvenost, osamljenost, i tragedija. Autor fotografiju reže i smanjuje, postavljajući ju u središte formata, dok pozadinu okolo stavlja u crnu boju; time do izražaja dolaze krvavi tonovi originalne fotografije, iznad i ispod kojih autor postavlja klasični gotički serifni font u kurentnom obliku. Pošto je riječ o albumu koji se nosi s takvim negativnim temama, autor je smatrao da originalna naslovnica ne odaje takav dojam, zbog čega je za redizajn izabrana mračnija fotografija i cjelokupni ugođaj.



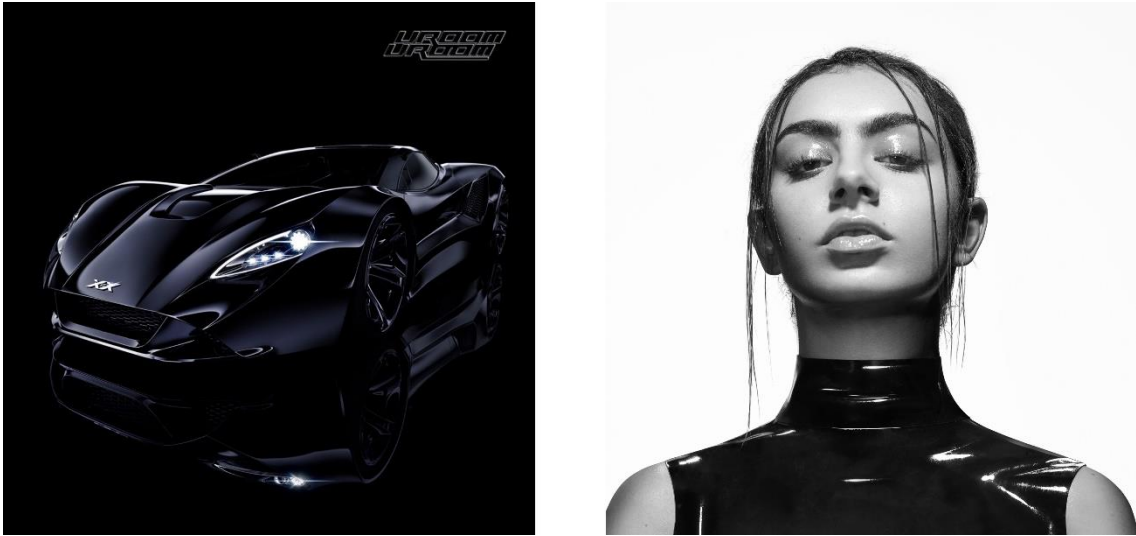
Slika 64 - Usporedba originala i redizajna naslovnice albuma "Sucker".

Svojim drugim albumom se *Charli* udaljava od tinejdžerskih *grunge* i *witchouse* zvukova, prebacujući se na slađi, *bubblegum pop* zvuk. „Sucker“ izlazi 2014. godine, i ne dostiže točno kritički uspjeh koji je „True Romance“ započeo, ali uživa u komercijalnom uspjehu. Napustivši veći dio svojih mračnih korijena, *Charli* u *Suckeru* miješa različite žanrove i utjecaje – prvenstveno 80e i 90e te *punk rock* i *power pop*, koji na većem broju pjesama kataklizmički dostižu vrhunce.

Originalna naslovnica se bazira na *bubblegum* aspektu albuma, ali i značenju njegovog naslova; pjevačica na fotografiji drži veliku lizalicu (na britanskom engleskom poznatija kao „sucker“), dok pozadina iza nje iskače svojom snažnom ružičastom. Naziv albuma je izostavljen iz tekstualnog oblika, jer je on prisutan u tekstu lizalice, kojeg pjevačica drži u ruci. Dizajn originala daje čistu i jasnu poruku – riječ je o albumu čiste pop i *punk* naravi, što je evidentno kroz položaj *Charlieinog* tijela, ali i goleme lizalice koje prkosno drži u fokusu.

Znajući da originalna naslovnica već sa sobom nosi dosta jasnu poruku, autor se odlučio držati originala, ali noseći promjene u aspektu korištene fotografije, osvjetljenja i boje. Za redizajn je odabrana drugačija fotografija, s drugog *photoshoota*, ali jednako efikasna; na njoj pjevačica drži lizalicu, ovaj put drastično manje veličine, koju je postavila preko usana, za razliku od originala gdje je ona zabačena dolje u kadar. Pošto je lizalica fizički pomaknuta, postiže se veći dojam naslova albuma. Tekst je potpuno centriran, a autor izostavlja ime

glazbenice kako bi još više doprinio cjelokupnom dojmu. Pozadina je zagasitija od originala, ali to ne dovodi do gubitka *bubblegum* aspekta.



Slika 65 - Usporedba originala i redizajna naslovnice albuma "Vroom Vroom".

Vroom Vroom označava drastičnu promjenu u umjetničkom stvaralaštvu *Charli XCX*. Ona započinje suradnju s *PC Music*, engleskom izdavačkom kućom čiji su doticaji u glazbi opisani kao neobični, ali i inovativni. Njihov zvuk se temelji na pretjeranoj ideji kako bi pop glazba trebala izgledati, često kombinirajući ženske vokale s izrazitim korištenjem *autotunea* i vokalnih efekata. Oni se bave pop glazbom u teoretskom smislu, ali i kritičnom, čemu se *Charli* pridružuje sredinom 2015. godine.

EP „Vroom Vroom“ izlazi u veljači 2016. godine, a *Charli* dotadašnji imidž, koji je izgradila preko „Sucker“ albuma, mijenja za jači, odvažniji i inovativniji zvuk, u kojem se njezin glas gubi, topi, ali i evoluirala. No, nije samo promjena zvuka došla sa suradnjom s *PC Music*, već je došlo i do promjene u njezinom stilu odijevanja, ali i izgleda. Zamijenivši pomalo tinejdžerski izgled koji je do tada krasio njene naslovnice, *Charli* oblači odjeću od lateksa, poput u glazbenom videu za istoimenu pjesmu „Vroom Vroom“.

Takvi su motivi i prisutni na originalnoj naslovnici; pjevačica prvi put u svome repertoaru ne koristi vlastito lice, već renderirani model modernog automobila s „XX“ oznakama na haubi; on se nalazi u tajanstvenoj crnoj prostoriji, dok tekst u gornjem desnom uglu jednostavno tvrdi da je riječ o „Vroom Vroom“ produkciji.

Naslovnica je interesantna, ali ne nudi previše povezanosti s promjenom imidža pjevačice, niti je poveznica s njezinim stvaralaštvom. Dapače, naslovnica bi više pripadala na nekakvom *rap* albumu, nego na eksperimentalnom pop albumu.

Zbog navedenih razloga, autor u redizajnu koristi fotografiju pjevačice s *photoshoota* za promociju albuma, u kojem fotografi *Bradley* i *Pablo* fotografiraju *Charli* u različitim pozama, obučena u lateks ili odjeću koja podsjeća na S&M. Za rezultat su dobivene iznenadno impozantni prizori u kojima pjevačica ozbiljna lica polagano koketira s kamerom. Autor fotografiju postavlja na kvadratni format, gubeći dio njezinog lateksa, ali svejedno zadržavajući impresivan prizor. Fotografija u cijelom svom crno-bijelom prizoru zadržava i zaokuplja pozornost; njezin pogled je jasan i direktan, a njezin stav jači nego ikada prije. *Charli* postaje pjevačica drugačijeg žanra popa – eksperimentalnog i žestokog zvuka.

Sličnog zvuka originalnim albumima *Charli XCX* jest engleska izvođačica *Marina Diamandis*, poznatija pod nazivom *Marina and the Diamonds* (a od 2019. godine i kao „Marina“). Počevši tri godine prije *Charli*, *Marina* objavljuje svoj debitantski album „The Family Jewels“, koji se bavi temama obiteljskih odnosa, nesigurnosti, ljubavi, ali i budućnosti. Riječ je o veoma *indie* pop djelu, u kojem pjesme koriste različite instrumente i melodije, ponekad i nekonvencionalne kombinacije, kako bi se ostvarila *Marinina* vizija.

Pjevačica se poprilično direktno nosi sa svojim emocijama, nastojeći potaknuti slušatelja da se poistovjeti – pronade u njezinom stvaralaštvu. Tako pjesme poput „I Am Not a Robot“ – ubrzane pop melodije – govore slušatelju da je u redu osjećati se nepozvano ili hladno, samo je bitno da se ne osjećaju niti misle da su „robot“:

I'm vulnerable, I'm vulnerable

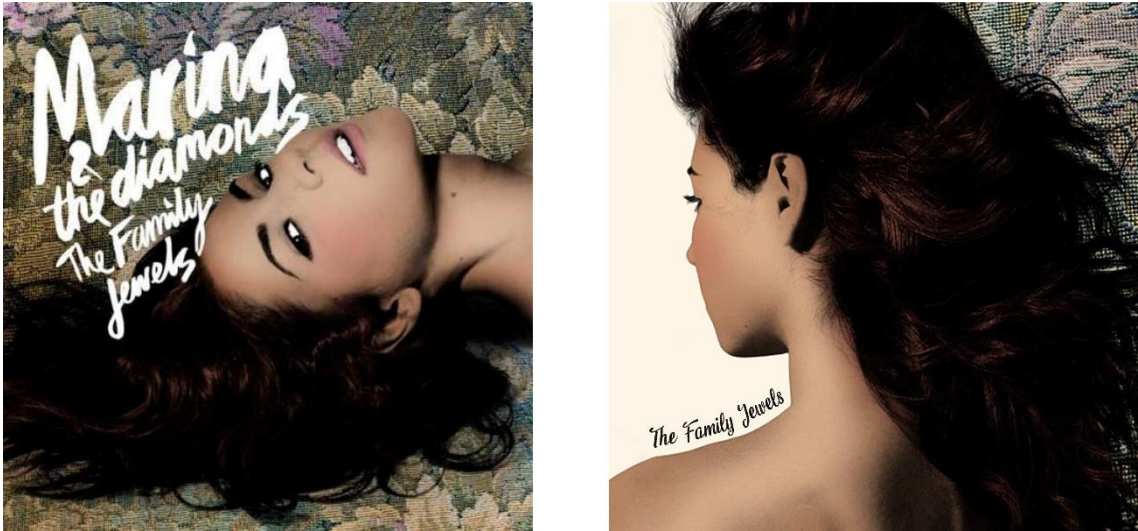
I am not a robot

You're loveable, so loveable

But you're just troubled

U konačnici je riječ o skoro autobiografskom glazbenom djelu koje je, i kod kritike, ali i publike, postiglo poveliki uspjeh zbog stava pjevačice u kojem slavi sebe,

svoj karakter i emocije, ne potiskujući ih. Za jedan debitantski album je tu riječ o impresivnom radu veoma mlade pjevačice.



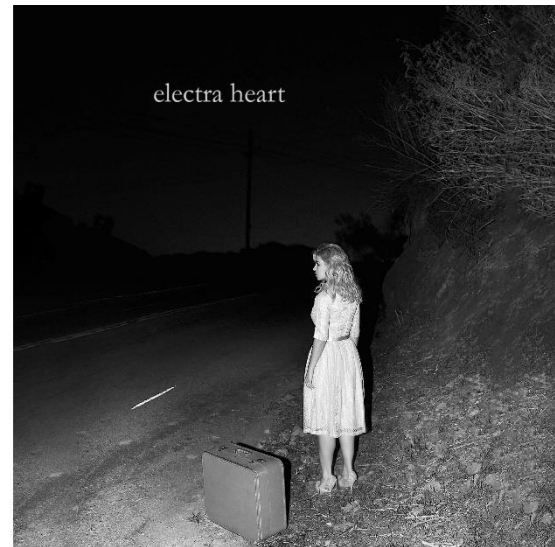
Slika 66 - Usporedba originala i redizajna naslovnice albuma "The Family Jewels".

Originalnu naslovniciu krase fotografija Rankina, poznatog britanskog fotografa, koju je pjevačicu uslikao na nekakvom neobičnom uzorku, sličnom tepihu. Pjevačica je u ležećem položaju, njena kosa bujno zahvaća pozadinu, a font s njezinim imenom i nazivom albuma dominira lijevim prostorom formata. Naslovnica postiže traženo – prikazuje pjevačicu u nekakvom razigranom okruženju, što se povezuje sa sadržajem albuma, i cjelokupni dojam jest ispravan i konzistentan.

Pošto je riječ o uspješnoj naslovnici, autor je u svome redizajnu nastojao ponuditi drugačiji pogled na dizajn; on prikazuje pjevačicu okrenutih leđa (fotografija je preuzeta s istog *photoshoota*), a samo djelić fotografije, točnije desni, prikazuje uzorak koji je bio toliko dominantan kod originalne naslovnice. Na redizajnu pjevačica okreće promatraču leđa, što stvara intrigu, tim više što njezino ime ne stoji na naslovnici, već samo naziv albuma koji je pomalo zakrivljen i rotiran oko njezinog ramena. Konačni redizajn pruža drugačiju emociju od originala, ali jednu koja je svejedno valjana u kontekstu albuma.

Uzevši čak dvogodišnju pauzu između prvog i drugog albuma, pjevačica 2012. godine objavljuje „Electra Heart“. Zamišljen kao konceptualni album istoimenog lika, ona predstavlja različite arhetipove američke kulture – poput kućanice,

ljepotice, idealnog tinejdžera, ali i osobe koja uništava brakove. Album također označava njezinu promjenu u zvuku; prebacujući se s polaganih *new wave* utjecaja 2000ih, *Marina* kreće u smjeru jačih, melodičnijih pop i *electro* pop zvukova, surađujući s popularnim producentima tadašnje pop ljestvice. Iako je kritički uspješniji od njezinog prijašnjeg rada, *Marina* za *Electra Heart* kasnije izjavljuje da ju smatra jednim od neuspjesima svoje karijere, ali i simbolima neautentičnosti.



Slika 67 - Usporedba originala i redizajna naslovnice albuma "Electra Heart".

Kod naslovnice je prikazana figura takozvane „Electre Heart“, s karakterističnim fontom koji je korišten kao dio vizualnog identiteta cjelokupnog albuma. Original pršti bojama kože pjevačice, dok font cijeli dojam drži na *bubblegum pop* razini, s razigranim oblikom. Pjevačica gleda direktno u kameru, a srce na njezinom lijevom obrazu, također česti motiv „Electra Heart“ ere, je potpuno u fokusu. Njezina kosa nije spuštena, što bi se moglo smatrati klasičnim simbolom ženstvenosti, već je u uvijačima, kao da se sprema za izlazak. Originalna fotografija ipak sadrži određenu dozu nezadovoljstva, tuge; to je još više razvijeno kroz lik „Electre Heart“, koja na kraju cijelog albuma počinje samoubojstvo, čime je *Marina* u doslovnom smislu „otpisala“ svoj alter-ego.

Pošto se album nerijetko zalazi u mračnije teme, poput samoubojstva i ovisnosti, kao što je riječ kod pjesme „Teen Idle“, autor u redizajnu cilja na takvu mračniju tematiku, što postiže korištenjem fotografije u kojem se pjevačica nalazi na

praznoj cesti uz brdo, spremna za putovanje u nepoznato, s kovčegom pokraj njezinih nogu. Ona nije okrenuta prema kameri, već više nudi perspektivu s boka, ali svejedno je prisutna na naslovnici. Njezin pogled seže u daljinu, tražeći nešto poznato k čemu može krenuti, ali sve što se vidi u daljini jest tama.

Autor bira ovakvu fotografiju zbog svoje direktne povezanosti s tugom koja je općeprisutna na albumu. Dok je originalna naslovnica (puno) sretnija što se tiče prizora, redizajn obuhvaća i integrira depresiju i „homewrecker“ aspekt albuma, s potpuno jednostavnim „Garamond“ fontom na vrhu koji nosi ime albuma. Ideja je bila postići efekt, u kombinaciji s fotografijom, koji bi skoro dao dojam nekakve priče, tragedije, u kojoj naslovnica predstavlja sam uvod. Što se tiče elemenata položaj pjevačice, odnosno njezina okrenutost, se može povezati i s naslovnicom njezinog debitantskog albuma – dok je na njemu pjevačica bila sramežljiva, kod „Electre Heart“ je ona prisutna i samouvjerena, ali ne nužno i sretna.

„Froot“, treći album pjevačice objavljen 2015. godine, označava još jednu prekretnicu u zvuku i karakteru glazbenice. Potaknuta neuspjehom, ali i nezadovoljstvom prethodnog albuma, ona preuzima potpunu kreativnu kontrolu te sama piše svaku pjesmu na albumu, a za producente bira ograničen broj osoba. Rezultat je kritički pohvaljen album koji, ne nužno u području globalnog uspjeha, *Marini* donosi vrhove karijere. Album je tematski povezan uz voće, što se manifestira kroz vizualni identitet, ali i naslov albuma.



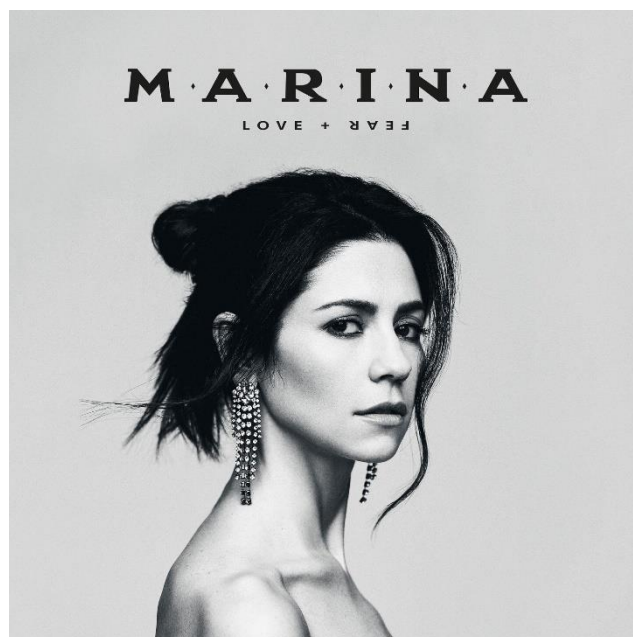
Slika 68 - Usporedba originala i redizajna naslovnice albuma "Froot".

Za razliku od njezina dva prijašnja djela, *Froot* pjevačicu na naslovnici prikazuje u rijeci boja. Na fotografiji kosa pjevačice je osvjetljena s različitim šarenim izvorima svjetla, tvoreći svojevrsni gradijentni efekt boja, što se potpuno slaže s korištenim fontom na dnu, dok font imena pjevačice zauzima gornji dio formata. Originalan dizajn je poprilično snažan i konzistentan, izvrsno upotrebljava boje, za što je uvelike odgovoran fotograf koji je pjevačicu idealno postavio u kadar, s raznobojnim svjetlima.

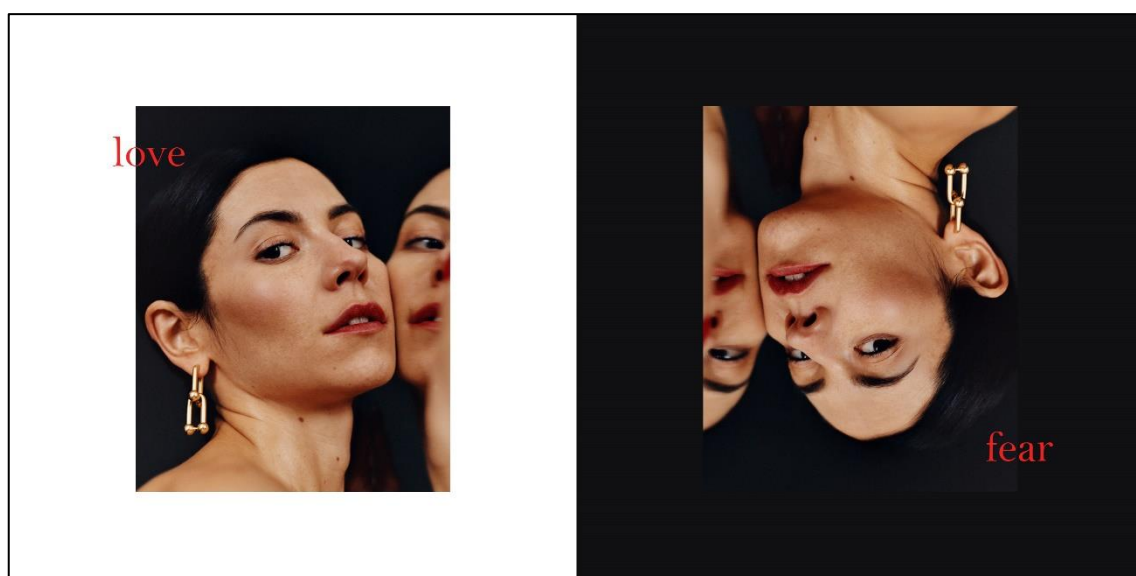
Pošto je kod originala riječ o uspješnom dizajnu, koji se lako može povezati s šarenim i metaforičnim sadržajem albuma, autor za redizajn ne odlazi previše od originala. On koristi alternativnu fotografiju s *Froot photoshoota*, u kojem pjevačica nije više gola, već ima bijelu košulju koja nudi kontrast pozadini. Autor smatra da bi originalni dizajn bolje djelovao bez tog, podosta glomaznog fonta na vrhu, zbog čega redizajn izbacuje potpuno naziv pjevačice, čime cjelokupna naslovnica i korištene boje više dolaze do izražaja.

Njen posljednji album, „Love + Fear“, je objavljen krajem travnja 2019. godine. Nakon najduže pauze u svojoj karijeri, pjevačica slušateljima otkriva svoje stavove o životu, mentalnom stanju u toj četverogodišnjoj pauzi, ali i kod svog četvrtog albuma mijenja naziv – ona više nije *Marina and the Diamonds*, već samo *Marina*.

S promjenom imena dolazi i promjena u tonu; lagani pop i *dance* pop ritmovi su još uvijek prisutni, ali su blaži, zagasitiji, a njezin glas leži na sanjivim melodijama. Cjelokupni album je zamišljen dvodijelno – ljubav i strah – ideju koju je *Marina* preuzela od psihologice *Elisabeth Kübler-Ross*, koja tvrdi da su ljudi sposobni razaznati samo dvije emocije: ljubav i strah – sve pozitivne emocije dolaze od ljubavi, poput sreće i užitka, dok strah donosi grižnju savjest, anksioznost i mržnju. Ona tvrdi da nije moguće osjećati te dvije emocije u isto vrijeme; kada je osoba zaljubljena, nije u strahu, a kada je u strahu, ne osjeća ljubav.[26]



Slika 69 - Originalna naslovnica albuma "Love + Fear".



Slika 70 - Redizajn naslovnice albuma "Love + Fear". Crna vanjska linija je dodana kako bi se lijevi dizajn istaknuo od podloge.

U originalnu je pjevačica postavljena na sivu pozadinu, u kombinaciji s crnim tekstom iznad njezine glave koji nosi ime pjevačice i naslov albuma. Osim teksta, cjelokupni dizajn je lišen elemenata, dok samo fotografija nosi značenje dizajna. Riječ je o jednostavnom dizajnu, ali nedovoljno moćnom, koji preko jedine fotografije ne postiže potrebnu emociju koja je prisutna u albumu. Položaj pjevačice i njezin pogled ne nude promatraču nikakav naročit uvid u značenje albuma, niti njezino lice ima određenu notu emocije koja bi se mogla protumačiti.

Iako je riječ o dvojnem albumu, dizajn ne prikazuje podjelu, već se ista fotografija koristi za oba dijela albuma, što je razočaravajuće.

Zbog tih razloga autor rabi drugačiju fotografiju, koja prikazuje daleko više emocija nego originalna; lice pjevačice je priljubljeno uz reflektirajuću površinu, a njen pogled je usmjeren prema kameri, s ranjivim izrazom. Autor pravilno usmjerenu rotaciju fotografije koristi za „Love“ dio albuma, postavljenoj na bijeloj pozadini, uz jednostavni, serifni font u gornjem lijevom uglu fotografije, koji, obojan u crveno, prikazuje riječ „love“. U „Fear“ autor istu fotografiju okreće naopačke, a pozadinu zamjenjuje crnom, a riječ „fear“ se pomiče na dno, za razliku od prve naslovnice. Time se postiže kohezija između dva (re)dizajna, a obe naslovnice daju puno veći dojam nego što je to bio slučaj kod originala.

Marinino stvaralaštvo kroz njezinu devetogodišnju karijeru je impresivno, i prikazuje njezin rast, a i pad u nekim područjima. Ipak, unatoč svemu, ona svejedno ostaje na položaju introspektivne glazbenice čiji tekstualni sadržaji nude zanimljiv pogled u razmišljanje pjevačice.

Pjevačica koja rukuje sličnim žanrom kao i *Marina* jest *Elizabeth Woolridge Grant*, kantautorica američkog podrijetla koja je u javnosti poznatija pod imenom *Lana Del Rey*. Započevši svoju karijeru pod imenom „Lizzy Grant“, pjevačica objavljuje rane demoe i EPove, ali bez većeg kritičkog i komercijalnog uspjeha. No, nakon što jedan od glazbenih videa kojeg je sama režirala dostigne popularnost, ona biva upisana u *Polydor Records* izdavačku kuću, nakon čega njezina karijera službeno počinje.

Držeći se klasičnih baroknih i alternativnih pop zvukova, kombiniranih s njezinim zadihanim i melodičnim vokalom, *Lana* osvaja publiku. Ona službeno mijenja svoje umjetničko ime u „Lana Del Rey“ i objavljuje svoj prvi album pod tim imenom, naziva „Born to Die“. Kao što je za očekivati od albuma poprilično dramatičnog imena, ona kroz jedinstvenu produkciju i teatralne melodije oslobađa teme ovisnosti, odrastanja, samoće, ljubavi, seksa i samoubojstva. Držeći se vlastite povijesti, ona ju ukomponira u srž albuma, poput kod pjesme „Off to the Races“, u kojem govori o iznimnoj strasti koje ima prema starijem muškarcu:

*Because I'm crazy, baby
I need you to come here and save me
I'm your little scarlet starlet
Singing in the garden
Kiss me on my open mouth
Ready for you*

Lana tim temama postiže nešto potpuno jedinstveno, ali i strano za pop glazbu tog vremena. Dok su ostali pop albumi 2012. godine uglavnom ciljali na *bubblegum* aspekt, prekriven ružičastom bojom i šećerom, ona se bavi drugom tematikom, dosta mračnijom i depresivnijem, ali ne na isti način kao što je to Marina kod svog debitantskog albuma napravila, ne, tu je riječ o iznimnoj ranjivosti pjevačice koja svoju vlastitu dušu otkriva kroz stihove.

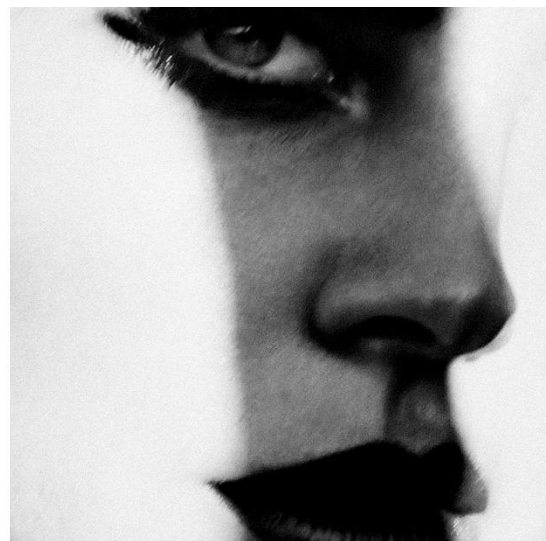


Slika 71 - Usporedba originala i redizajna naslovnice albuma "Born to Die".

Naslovnica originala, iako estetski iznimno ugodna i pamtljiva, ne sadržava pretjeranu tematiku koja se nalazi u albumu. Ona prikazuje pjevačicu ispred ograde i pomalo skrivenog plavog auta; njezin stav je miran, ujednačen i ispravan, a pogled uperen direktno naprijed. Iza nje veliki prostor zauzima font koji sadrži njeno ime, a ispod ime albuma, obojenog u nebesko plave tonove. Ova naslovnica započinje trend naslovnica *Laninih* albuma, u kojima se ona uvijek nalazi ispred neke vrste vozila, trend koji se zadržao i do njezinog najnovijeg albuma.

Za redizajn je autor odlučio iskoristiti drugačiji, pomalo sablastan prizor pjevačice; ona je na fotografiji obučena u dugačku smeđu haljinu, a tkanina oko njezinih ramena i ruku lebdi oko nje, tvoreći krila koja sežu do margina naslovnice. Iznad nje je autor postavio naslov albuma, stiliziran da priliči originalu, ali uz veću zagasitost, kako bi se prvotni dojam uvijek zadržao na fotografiji pjevačice. Zasićenost originalne fotografije je također smanjena, što doprinosi cjelokupnom sjetnom i, pomalo tragičnom dojmu. Autor je prvenstveno ciljao na kombinaciju tuge koja pjevačica izriče u albumu, zbog čega pjevačica na fotografiji skoro pa djeluje kao pali anđeo, ili osoba koja je bila na sprovodu, što je nezaboravan dojam albuma.

Nakon pomalo grbavih par godina, *Lana Del Rey* objavljuje i svoj treći album, pod imenom „Ultraviolence“. Kao album skriven nasilnom metaforom, *Lana* pomoću pjesama vođenih gitarama predstavlja slušatelju teme nasilja, pomiješanih s motivima ljubavi koje *Lana* osjeća prema starijim muškarcima. Riječ o poprilično kontroverznom glazbenom djelu, ali i jednom od pozitivnije ocijenjenih u stvaralaštvu pjevačice.



Slika 72 Usporedba originala i redizajna naslovnice albuma "Ultraviolence"

Pošto su sivilo i tmurnost jedni od prisutnih motiva na albumu, originalna naslovnica zadržava takav ton, prikazujući pjevačicu ispred auta, s velikim verzalnim slovima na dnu koji nose naziv albuma. Za razliku od prvog djela, ovdje se izostavlja ime pjevačice, kako bi cjelokupni dojam naslovnice bio veći.

Naslovnica odgovara tematskom sadržaju albuma, a *Lanino* lice idealno prikazuje njezinu tugu i sjetu koje su dominantne u albumu.

Za redizajn autor koristi fotografiju koja prikazuje samo jedno oko, nos i usne ženske osobe, s velikom, vertikalnom sjenom preko sredine lica. Riječ je o veoma izražajnoj i emotivnoj fotografiji koja savršeno paše uz tematski sadržaj albuma. Osoba na fotografiji nosi emociju u svojim očima, a blaga sjena između usne i nosa može sugerirati i posljedicu nasilju, što, iako iznimno tragično, odgovara temama uspostavljenim na albumu. Autor naslovnicu liši teksta kako bi se maksimizirao dojam i postigla veća emotivnost kroz samu fotografiju.

Samo godinu dana nakon prijašnjeg albuma, pjevačica objavljuje „Honeymoon“, njezin četvrti studijski album. Za razliku od prijašnja dva, on uključuje podosta sretniju tematiku (ali svejedno s manjim naglaskom na tragične motive) te postavlja pjevačicu u, njoj dobro poznate, barok i *dream* pop zvukove. Kritički pohvaljen, *Honeymoon* idealno balansira strast i nasilje, romantiku i ljubomoru, pa čak i mitologiju. *Lana* se potpuno prepušta sanjivim melodijama, a sam album, kao što i naziv sugerira, se doima kao *soundtrack* za nekakvo putovanje u daleke krajeve.

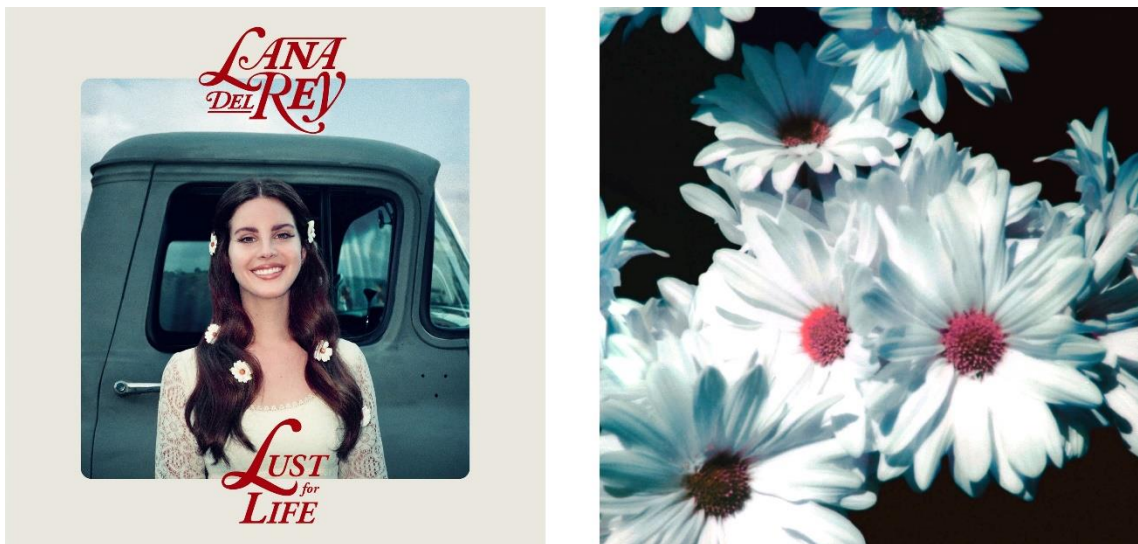


Slika 73 - Usporedba originala i redizajna naslovnice albuma "Honeymoon"

Drastičan kontrast naslovnici prijašnjeg albuma, originalna naslovnica „Honeymoon“ sadrži jake kontraste i ljetnu temu. Fotografija se sastoji od pjevačice, opet na vozilu, s glomaznim tekstom iznad nje koji nosi ime pjevačice

i naslov albuma. Riječ je o veoma lepršavom i svježem dizajnu, i poprilično sretnoj fotografiji u repertoaru glazbenice. Ona zamjenjuje prijašnje dvije naslovnice, koje su sadržavale pesimistične poglede i crno-bijelu sjetu s nečim ljetnim, opuštenim, kao što je i sam album po svome nazivu.

Kako bi zadržao taj originalni dojam, autor kroz svoj redizajn prikazuje glazbenicu u lepršavoj haljini na obali koja je izvan kadra, dok plavetnilo oceana i neba iza nje olakšavaju cjelokupni dojam. Autor nastoji ne okaljati polaganost originala, zbog čega osim fotografije, redizajn ne sadrži previše elemenata. Jednostavni kurzivni font je smješten prvi vrhu naslovnice, maksimalno smanjen kako ne bi previše odvuкао od dojma, što ostavlja fokus na fotografiji i smirenom beskonačnom plavetnilu. Uzevši dvije godine pauze, *Lana* 2017. godine objavljuje „Lust for Life“. Označen kao promjena zvuka, koji se sada naginje više prema konvencionalnoj kombinaciji pop i *hip hop* zvukova, *Lana* na albumu donosi i promijenjeni stav. Riječ je o strasti prema životu, kao što bi naslov sugerirao, *Laninoj* potrebi za ljubavlju i strašću. Nakon svih godina u svojoj karijeri, pjevačica napokon dostiže sreću, njezin „sad girl image“ biva zamijenjen nečim pozitivnijim, odraslijim, ali i uistinu sretnijim.



Slika 74 - Usporedba originala i redizajna naslovnice albuma "Lust for Life"

Na originalu *Lana* napokon pokazuje svoj blistavi osmijeh; sve godine do tada su označene kombinacijom tugaljivog izraza lica i vozila u pozadini, zbog čega naslovnica njenog četvrtog albuma uistinu stvara poseban dojam. Fotografija je

postavljena u bež kvadratni okvir, a crvenkasti font krase gornji i donji dio naslovnice. Pjevačica ima cvijeće u kosi, što se može povezati s hipijevskim utjecajem, pojačano pjesmom „Coachella – Woodstock in My Mind“ u kojoj pjevačica opisuje ljubav prema *Woodstocku*, ali i kao metaforu prema ratu.

Autor u redizajnu fotografiju pjevačice zamjenjuje s veoma spokojnim prizorom cvijeća na crnoj podlozi. Tratinčice s crvenim tučcima zauzimaju veći dio kadra koji ne sadrži nikakav drugi element; cvijeće je oduvijek bilo simbol rasta, nade i ljepote, teme koje su općeprisutne u albumu, zbog čega je autor vidio njihov prizor kao idealnu metaforu za motive albuma. Riječ je o ponovnom rastu i uzdizanju prema suncu – pozitivni.

Lana Del Rey je označila 2010e godine sa svojim tugaljivim sadržajima i intrigantnim kombinacijama starih *Hollywoodskih* zvukova; njezino stvaralaštvo je impresivno i jedinstveno, kao i njezino suočavanje s najtežim temama u životu.

4. Zaključak

Naslovnice albuma danas predstavljaju neizostavni dio svakog glazbenog djela; one promiču prodaju, daju veći značaj nekom glazbenom albumu, ali i nose njegov sadržaj. No, svaka naslovnica nije nužno uspješna u svome naumu, zbog čega često dolazi do neuspješno obavljene sinteze između sadržaja i dizajna nekakve naslovnice. Svaka naslovnica bi na glazbeni sadržaj trebala gledati kao neizostavni faktor, čime bi se ultimativno postigla puno veća povezanost između gotovog rada i glazbenog albuma.

Za svoje redizajne je autor uzeo naslovnice pretežno pop i *alternative* žanra, koje inače sadrže dosta ustaljen i pojednostavljen dizajn. Za razliku od naslovnice drugačijih žanrova ili albuma bendova, naslovnice albuma solo ženskih pjevačica pop žanra se uglavnom drže fotografije, kombinirane uz kurzivni font. Pošto je riječ o poprilično jednoličnom vizualnom identitetu, autor je ciljao na bolju sintezu između sadržaja i dizajna naslovnice.

Kada se dizajnira naslovnica za solo izvođača, bitno je da se predstavi sama nutrina albuma – ideja koju oni prenose kroz sadržaj glazbenog djela, ali i također da se prikaže naslovnica koja će biti povezana i sa samom ličnosti glazbenika. Bitno je da se kod debitantskih albuma ostvari zanimljivost i intriga, koja bi promatrače privukla albumu, ali i ostvarila ideju o tome kakav je određeni izvođač u odnosu na album kojeg predstavljaju, dok se kod kasnijih albuma može ciljati na veću apstrakciju i umjetnost.

Naposljetku, najbitnije je da su naslovnice zanimljive i da ne stvaraju pogrešni dojam kod promatrača – cilj bi trebalo biti prikazivanje značenje albuma koje bi svakome glazbeniku trebalo biti najbitniji aspekt glazbenog djela. No, kao što je u radu istaknuto, tako nešto se često isključuje iz konačnog dizajna, što za rezultat ima poprilično neinspirirajući rad koji se ne može nužno povezati s albumom kojeg predstavlja.

5. Ilustracije

5.1. Teorijski dio

1. Slika - Brahmsova simfonija, jedna od prvih naslovnica albuma.
2. Slika - Naslovnica „The King Cole Trio“.
3. Slika - Naslovnica albuma Louisa Armstronga, objavljena od strane Columbia Records.
4. Slika - Naslovnice "Introducing: Fou Ts'ong," i "Shostakovitch, Piano Concerto No. 1".
5. Slika - Naslovnice "Horn of Plenty" i "Genius of Modern Music: Volume 1".
6. Slika - Naslovnice "Our Man in Paris" i "Una Mas".
7. Slika - Naslovnice "The Freedom Rider" i "Blue Train".
8. Slika - Naslovnice "Ella and Louis" i "Elvis Presley".
9. Slika - Naslovnice "Here's Little Richard" i "Now Here's Johnny Cash".
10. Slika - Naslovnice "Moanin' in the Moonlight" i "Ramblin' Man".
11. Slika - Naslovnice "Tonight: Rock and Roll Dance Party" i "Rock'n Roll'n Robbins: Marty Robbins Sings".
12. Slika - Naslovnice "Fantastica" i The Atomic Mr. Basie".
13. Slika - Naslovnice "Odessey and Oracle" i "Bold as Love".
14. Slika - Naslovnice debitantskih albuma Beatlesa u Ujedinjenom Kraljevstvu lijevo, s albumom "Please Please Me", te album "Introducing... The Beatles", namijenjen za američku publiku, prikazan desno.
15. Slika - Naslovnica "Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band".
16. Slika - Naslovnica "Yellow Submarine".
17. Slika - Naslovnica "Abbey Road".
18. Slika - Naslovnice "The Grateful Dead" i "Anthem of the Sun".
19. Slika - Prednja i stražnja strana albuma "Aoxomoxoa".
20. Slika - Naslovnica "The Velvet Underground & Nico", prikazana lijevo i rana verzija prikazana desno.
21. Slika - Naslovnice "Are You Experienced" i "Forever Changes".
22. Slika - Naslovnice "In the Court of the Crimson King" i "Led Zeppelin".
23. Slika - Naslovnica „The Dark Side of the Moon“.
24. Slika - Naslovnice "Horses" i "Ramones".

25. Slika - Naslovnica "Aladdin Sane".
26. Slika - Naslovnice "Sticky Fingers" i "Never Mind the Bollocks, Here's the Sex Pistols".
27. Slika - Naslovnice "154" i "Faust IV".
28. Slika - Naslovnice "Like a Virgin" i "True Blue".
29. Slika - Naslovnice "Island Life" i "Thriller".
30. Slika – Naslovnice „War“ i „Born in the USA“.
31. Slika - Naslovnice "Violator" i "Ritual de lo habitual".
32. Slika - Naslovnice "Nevermind" i "Blood Sugar Sex Magik".
33. Slika - Naslovnica "Rage Against the Machine".
34. Slika - Naslovnice "Vulgar Display of Power" i "Rid of Me".
35. Slika - Slavna naslovnica "Rolling Stonesa", koju je kasnije iskoristila za naslovnicu albuma.
36. Slika - Naslovnica "Debut".
37. Slika - Naslovnica "Post".
38. Slika - Naslovnica "Jagged Little Pill".
39. Slika - Naslovnica "Homogenic".
40. Slika - Naslovnica „The Velvet Rope“.
41. Slika - Naslovnica "...Baby One More Time".
42. Slika - Naslovnica "Oops!... I Did It Again".
43. Slika - Naslovnica "Can't Take Me Home".
44. Slika - Naslovnica "Is This It" i alternativna naslovnica za američku publiku.
45. Slika - Naslovnica "Britney".
46. Slika - Naslovnica "Let Go".
47. Slika - Naslovnica "Stripped".
48. Slika - Naslovnica "Dangerously in Love".
49. Slika - Naslovnica "American Life".
50. Slika - Naslovnica "American Idiot".
51. Slika - Naslovnice "One of the Boys", "Music of the Sun" i "Taylor Swift".
52. Slika - Naslovnice "Blackout", "The Fame" i "Animal".

5.2. *Praktični dio*

53. Slika - Usporedba originala i redizajna naslovnice albuma "...Baby One More Time".
54. Slika - Usporedba originala i redizajna naslovnice albuma "Oops!... I Did It Again".
55. Slika - Usporedba originala i redizajna naslovnice albuma "Britney".
56. Slika - Usporedba originala i redizajna naslovnice albuma "In the Zone".
57. Slika - Usporedba originala i redizajna naslovnice albuma "Blackout".
58. Slika - Usporedba originala i redizajna naslovnice albuma "Circus".
59. Slika - Usporedba originala i redizajna naslovnice albuma "Femme Fatale".
60. Slika - Usporedba originala i redizajna naslovnice albuma "Britney Jean".
61. Slika - Usporedba originala i redizajna naslovnice albuma "Glory".
62. Slika - Svi redizajni naslovnica albuma pjevačice Britney Spears.
63. Slika - Usporedba originala i redizajna naslovnice albuma "True Romance".
64. Slika - Usporedba originala i redizajna naslovnice albuma "Sucker".
65. Slika - Usporedba originala i redizajna naslovnice albuma "Vroom Vroom".
66. Slika - Usporedba originala i redizajna naslovnice albuma "The Family Jewels".
67. Slika - Usporedba originala i redizajna naslovnice albuma "Electra Heart".
68. Slika - Usporedba originala i redizajna naslovnice albuma "Froot".
69. Slika - Originalna naslovnica albuma "Love + Fear".
70. Slika - Redizajn naslovnice albuma "Love + Fear". Crna vanjska linija je dodana kako bi se lijevi dizajn istaknuo od podloge.
71. Slika - Usporedba originala i redizajna naslovnice albuma "Born to Die".
72. Slika - Usporedba originala i redizajna naslovnice albuma "Ultraviolence".
73. Slika - Usporedba originala i redizajna naslovnice albuma "Honeymoon".
74. Slika - Usporedba originala i redizajna naslovnice albuma "Lust for Life".

6. **Popis literature**

6.1. *Teorijski dio*

1. <http://www.eyemagazine.com/feature/article/reputations-alex-steinweiss> — Eye magazine, 11/05/2019

2. <https://illustrationchronicles.com/Alex-Steinweiss-and-the-World-s-First-Record-Cover> — Illustration Chronicles, 11/05/2019
3. <https://www.udiscovermusic.com/in-depth-features/history-album-artwork/> — uDiscoverMusic, 11/05/2019
4. <http://guity-novin.blogspot.com/2013/11/chapter-72-history-of-record-covers.html> — Guity Novin's „A History of Graphic Design“, 12/05/2019
5. <http://hjp.znanje.hr/index.php?show=search>, Pretražena riječ „soundtrack“, 13/05/2019
6. Unterberger, Richie (2009). The Rough Guide to Jimi Hendrix, Rough Guides. Str. 146–147.
7. Inglis, Ian (2008). "Cover story: magic, myth, and music". In Julien, Olivier (ed.). Sgt. Pepper and the Beatles: It Was Forty Years Ago Today. Ashgate. Str. 92-95
8. Humphries, Patrick (2002). "Picture Perfect". Mojo Special Limited Edition: 1000 Days That Shook the World. London: Emap. Str. 97.
9. <http://news.bbc.co.uk/2/hi/8188475.stm> — BBC, 27/05/2019
10. Lewisohn, Mark (1992). The Complete Beatles Chronicle. Hamlyn. Str. 328–329.
11. http://www.deaddisc.com/disc/Grateful_Dead_1st.htm — Dead Disc, 15/06/2019
12. <https://psychedelicsight.com/anthem-of-sun-dead/> — Psychedelic Sight, 15/06/2019
13. https://rateyourmusic.com/list/fedderedder/rolling_stones_100_greatest_album_covers/ — Rateyourmusic, 16/06/2019
14. Egan, Sean (2013). Jimi Hendrix and the making of Are You Experienced, Str. 175-176
15. Classic Albums: The Making of The Dark Side of the Moon (DVD), Eagle Rock Entertainment, 26. kolovoza 2003.
16. https://web.archive.org/web/20110717104003/http://u2_interviews.tripod.com/id19.html — NME, 17/06/2019
17. Azerrad, Michael (1993). Come as You are: The Story of Nirvana, Str. 180-81

18. McLean, Craig (1995). "Kissing to be clever".
19. Barclay, Michael; Jack, Ian A.D.; Schneider, Jason (2011). Have Not Been the Same The Canrock Renaissance 1985-1995. Str. 18.
20. <https://www.chicagotribune.com/news/ct-xpm-1998-05-15-9805150404-story.html> — Chicago Tribune, 20/6/2019
21. <https://www.rollingstone.com/music/artists/britney-spears/biography> — Rolling Stone, 20/6/2019
22. <https://ontheaside.com/music/cancon-poppunk/> — 21/6/2019
23. Lanham, Tom (2004). "A Night at the Opera". Str. 114–122.

6.2. *Praktični dio*

24. <https://www.npr.org/2009/11/16/120400577/the-50-most-important-recordings-s-z?t=1561227643156> — nprmusic, 22/6/2019
25. <https://www.metacritic.com/person/britney-spears> — Metacritic, 23/6/2019
26. <https://www.theschooloflife.com/london/classroom/life-lessons-with-marina/> — Theschooloflife, 24/6/2019