

Konterfekty Muzyki.

Przegląd wybranych okładek albumów muzycznych Elvisa Presleya oraz innych wykonawców z amerykańskiej sceny lat 60.

Prezentowana kolekcja składa się z albumów Elvisa Presleya, które znajdują się w Zbiorach Specjalnych naszej Biblioteki. Przeważająca część płyt pochodzi z prywatnego zbioru kolekcjonerskiego i jest sygnowana exlibrisem „Płytoteka Henryka Kuryłło”. Figurują tu albumy samodzielne, kompilacje sporządzone przez wytwórnie oraz ścieżki dźwiękowe do filmów. Przedstawione płyty łączy nie tylko zawartość muzyczna, tworzą one również spójną stylistykę wizualną. Widoczny na pierwszy rzut oka, charakterystyczny image muzyka prezentowany na awersie okładki jest powtarzany na kolejnych albumach. Niczym „stempel” działa jak znak rozpoznawczy samego artysty pozującego w portretowym ujęciu.

Elvis Presley osiągnął szczyt popularności na przełomie lat 50. i 60. jako amerykański muzyk popowy i utrzymał pozycję jednej z ikon popkultury XX wieku. „Czarny głos białego wokalisty” okazał się przepustką do muzycznego świata w silnie podzielonej rasowo Ameryce, integrując brzmienia muzyki „czarnej” i „białej” – bluesa, obu nurtów gospel, country, aż po rozkwit w rockandrollowym brzmieniu. Nagranie „That’s Alright Mama” zrealizowane w 1954 roku w Memphis tchnęło świeżością i zostało przyjęte entuzjastycznie, choć decyzja o emisji w radiu „czarnego brzmienia” w połowie lat 50-tych na Południu Stanów Zjednoczonych obarczona była dużym ryzykiem. Twórczość Presleya przyniosła przełamanie pewnych reguł przyjętych w muzycznej popkulturze. Po sukcesie wokalnego debiutu wybuchło zainteresowanie postacią samego artysty.

Image Presleya zrodził się prawdopodobnie na Beale Street w Memphis, w okolicach rodzinnego domu, jeszcze przed rozkwitem jego muzycznej kariery. Tutaj, w kultowym sklepie „Lansky Brothers” chętnie ubierali się czarnoskórzy artyści i obywatele „półświatka” z klubów Memphis – awangardowe stroje w jaskrawych kolorach krzykliwie wyróżniały się pośród schludnych garniturów w szarej flaneli, popularnych wśród „porządnych”, krótko przystrzyżonych Amerykanów”. Szesnastoletni Elvis, nieśmiały i doświadczający ostracyzmu ze strony rówieśników, nie wydawał się intencjonalnie prowokować - uciekał raczej w świat marzeń inspirowany stylizacjami bohaterów ulubionych filmów i komiksów, przyjmował maskę budując swoją „sceniczną”, przejaskrawioną postać. Wizerunek uzupełniała fryzura – „strzyżenie na Tony Curtisa” z ulubionego filmu „Miasto za rzeką”, pieczołowicie wystudiowane w damskim salonie fryzjerskim (prześmiewczo nazywana „kaczym kuprem”) oraz ekstrawagancko długie baki.

„Szata czyni człowieka. Wizerunek Presleya powstał przed pojawieniem się jego talentu i przetrwał jego śmierć. Jest fantomem muzyki pop i nieprędko zejdzie nam z oczu.”

(Albert Goldman „*Elvis*” tłum. za: M. Szablowska „*ELVIS: Amerykański Sen.*” Wyd. Ring)

Główna kolekcja okładek związana z Królem Rock&Roll’a została rozszerzona o płyty innych wykonawców muzycznych z jego epoki. Całość ekspozycji ze względu na spójną stylistykę, buduje retrospektywny kolaż, przywołujący ducha lat 50 i 60 Stanów Zjednoczonych, „*Popkulturowy spektakl rozgrywający się w powojennej Ameryce*” (cyt. M. Szablowska „*Elvis: Amerykański Sen*”, Wyd. RING, Warszawa).

Mniej więcej w tym okresie - przełomu lat 50. i 60. - zrodziło się zjawisko firmowania albumów muzycznych wizerunkiem artysty w ujęciu portretowym. Schemat ten stał się charakterystyczny dla przemysłu muzycznego i wydawnictw płytowych. Okładka albumu muzycznego zyskała funkcję reklamy samego artysty, a styl projektowania skupił się wokół jego oblicza. Wcześniej oprawę graficzną okładek płytowych stanowiły głównie kompozycje graficzne nawiązujące do treści muzycznych, tematyki albumu, bądź samej wytwórni wydającej longplay. W latach 60. portretowe ujęcia na okładkach płyt zyskiwały na popularności, do czego w dużym stopniu przyczynił się wykorzystując rozwój fotografii i poligrafii Bob Cato, projektant i wiceprezes od usług kreatywnych wytwórni Columbia. Celem takiego działania było zareklamowanie samego artysty i promowanie jego wizerunku. Można się zatem zastanowić w czym tkwi sukces zabiegu polegającego na komercyjnym zastosowaniu portretu w przemyśle fonograficznym - „*twarzą na sprzedaż*”, podawanej odbiorcy wraz z singlem.

Ekspozowane oblicze przyjmuje funkcję rozpoznawalnego „*emblematu*”, natomiast ze strony samej wytwórni, której logotyp widnieje wraz z wizerunkiem na obwolucie – jest to czytelny komunikat: „*to nasz człowiek*”. Stworzony zostaje produkt marketingowy. To często zafałszowany obraz, okładowy wizerunek jest kreacją pewnego mitu postaci umieszczonej w określonym kontekście, istotnym dla danego momentu w artystycznym rozwoju. Czynnikiem decydującym o wyborze określonej „*wersji*” artysty jest odbiorca. Sukcesem projektu jest więc odnalezienie „*czułych strun*” publiczności i to zarówno w sferze podawanej muzycznej zawartości, jak i promującej płytę oprawy wizualnej. Ekspresja twarzy ze wzrokiem skierowanym bezpośrednio w stronę obiektywu fotografa stwarza iluzję nawiązania kontaktu wzrokowego, wciąga odbiorcę w pewien rodzaj osobistej relacji. Być może ma za zadanie zbudować pomiędzy odbiorcą a artystą bliższą więź, oddziałując na poziomie podświadomym. Cóż mogłoby podzielać na rzesze zauroczonych fanek skuteczniej niż hipnotyzujące czy prowokacyjne wręcz spojrzenie ich idola?

Efekt multiplikacji wynikający z zestawienia prezentowanych okładek potęguje wrażenie powracającej w tej samej, zastygłej mimice „*maski*”. Przywodzi na myśl pop-artowe sitodruki Andy’ego Warhola, w których z resztą i motyw samego Presleya się pojawia. Wizerunek przybiera postać dekoracyjnego motywu, postać muzyka sprowadzona zostaje do charakterystycznego symbolu - elementu amerykańskiej popkultury.