Fotografija kao medij vizualne komunikacije u oblikovanju omota gramofonskih ploča 1960-ih i 1970-ih godina

Bečeić, Hana

Master's thesis / Diplomski rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:268237

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Filozofski fakultet
Sveučilišta u Zagrebu

Repository / Repozitorij:

ODRAZ - open repository of the University of Zagreb
Faculty of Humanities and Social Sciences

zir.nsk.hr

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU

FILOZOFSKI FAKULTET

Odsjek za povijest umjetnosti

Diplomski rad

FOTOGRAFIJA KAO MEDIJ VIZUALNE KOMUNIKACIJE U OBLIKOVANJU OMOTA GRAMOFONSKIH PLOČA 1960-ih I 1970-ih GODINA

Hana Bečeić

Mentor: dr. sc. Jasna Galjer, red. prof.

ZAGREB, 2021.

Temeljna dokumentacijska kartica

Sveučilište u Zagrebu
Filozofski fakultet
Odsjek za povijest umjetnosti
Diplomski studij

Diplomski rad

FOTOGRAFIJA KAO MEDIJ VIZUALNE KOMUNIKACIJE U OBLIKOVANJU OMOTA GRAMOFONSKIH PLOČA 1960-ih I 1970-ih GODINA

Photography as a medium of visual communication in the design of album covers in the 1960s and 1970s

Hana Bečeić

SAŽETAK

Tema ovog diplomskog rada je teorijska i praktična analiza omota gramofonskih ploča iz razdoblja 1960-ih i 1970-ih kroz prizmu fotografije, s ciljem prikaza određenih tendencija i stilskog kontinuiteta u kontekstu vizualnog oblikovanja. Područje rada je prostor Jugoslavije, a usporedno su analizirani i primjeri iz svijeta kako bi se shvatili međusobni utjecaji i dobili obrisi konteksta. Temeljnu odrednicu rada predstavlja kontinuirano pojavljivanje fotografije kao medija vizualne komunikacije na omotima gramofonskih ploča određenog razdoblja. Naglašavanjem komunikacijskog aspekta vizualne prezentacije i retorike fotografija, rad se odmiče od dosadašnjih istraživanja zasnovanih isključivo na likovno-formalnoj analizi omota gramofonskih ploča i stavljanja istih u kontekst povijesti umjetnosti, točnije u kontekst grafičkog oblikovanja. Težište je stavljeno na prikaz uloge omota gramofonskih ploča u vizualnoj komunikaciji i profiliranju popularne kulture 1960-ih i 1970-ih, a fotografija je predstavljena ovisno o ulogama u kojima se pojavljivala kao medij na koji se ta vizualna komunikacija oslanjala. U sferi popularne kulture i promocije kulture slušanja gramofonskih ploča, u radu se ističe značaj omladinskog tiska i diskografske kuće Jugoton koji su omogućili kontinuirani prijenos ideja i razvoj vizualnog identiteta jugoslavenske glazbe. Analizirani primjeri naslovnica omota prikazuju prisutnost različitih žanrova fotografije i uzajamnu ovisnost glazbe i njezine vizualne prezentacije, ali i naglašavaju utjecaj konteksta na vizualno oblikovanje i oblikovanje poruke koja se tom komunikacijom želi prenijeti. Osim toga, u radu se ističe važnost vizualnog oblikovanja omota gramofonskih ploča u kontekstu profiliranja samostalnih dizajnera koji su utjecali na razvoj grafičkog dizajna – primjerice, uloga Dragana S. Stefanovića i njegova dizajna u kontekstu razvoja jugoslavenskog grafičkog dizajna.

Ključne riječi: dizajn, fotografija, glazba, gramofonske ploče, omladinski tisak, omoti albuma, popularna kultura, vizualno oblikovanje

Rad je pohranjen u: knjižnici Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu.

Rad sadrži: 51 stranicu, 31 slikovnih priloga. Izvornik je na hrvatskom jeziku.

Ključne riječi: dizajn, fotografija, glazba, gramofonske ploče, omladinski tisak, omoti albuma, popularna kultura, vizualno oblikovanje

Mentor: dr. sc. Jasna Galjer, redovita profesorica, Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu

Ocjenjivači: Frano Dulibić, dr. sc., Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu; Patricia Počanić, asistent, Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu

Datum prijave rada: 20. siječanj 2021.

Datum predaje rada: 01. rujan 2021.

Datum obrane rada: 27. rujan 2021.

Ocjena: 5

IZJAVA O AUTENTIČNOSTI RADA

Ja, Hana Bečeić, diplomantica na Istraživačkom smjeru – modul Moderna i suvremena umjetnost diplomskoga studija povijesti umjetnosti na Odsjeku za povijest umjetnosti Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, izjavljujem da je diplomski rad naslovljen „Fotografija kao medij vizualne komunikacije u oblikovanju omota gramofonskih ploča 1960-ih i 1970-ih godina“ rezultat mog istraživanja i potpuno samostalno napisan. Također, izjavljujem da nijedan dio diplomskoga rada nije izravno preuzet iz nenavedene literature ili napisan na nedozvoljen način, te da se tekst u cijelosti temelji na literaturi kako je navedeno u bilješkama, uz poštivanje etičkih standarda u citiranju i korištenju izvora.

U Zagrebu, 28. rujna, 2021. Vlastoručni potpis



Zahvale:

Posebno zahvaljujem mentorici dr. sc. Jasni Galjer na podršci, strpljenju i pomoći prilikom izrade diplomskog rada.

Ostale zahvale idu ljudima koji su mi kroz cijeli život pružali podršku i ljubav – mojoj obitelji i prijateljima.

SADRŽAJ

1. Uvod 1

2. Gramofonske ploče kao dio popularne kulture 1960-ih i 1970-ih 4

2.1. Omladinski tisak – odnos ideologije i glazbe 5

2.2. Diskografska kuća Jugoton 9

3. Fotografija u kontekstu popularne glazbe 1960-ih i 1970-ih 11

4. Vizualno oblikovanje omota gramofonskih ploča 1960-ih 14

4.1. Portretna fotografija 15

4.2. Glazbeni festivali i dokumentarna fotografija 18

4.3. *Hipi* pokret i počeci manipulirane fotografije 20

4.4. Fotomontaža i grafički dizajn 22

5. Vizualno oblikovanje omota gramofonskih ploča 1970-ih 24

5.1. Portretna fotografija 26

5.2. Fotomontaža – vizualno oblikovanje kao koncept 27

5.3. Nadrealizam i fotografija 31

5.4. Provokativna fotografija 33

5.5. Punk i društveno angažirana fotografija 35

5.6. Najava 1980-ih – crtež i grafičko oblikovanje omota 37

6. Zaključak 42

7. Popis literature 44

8. Popis slikovnih priloga 49

1. Uvod

Zahvaljujući specifičnom vizualnom oblikovanju, omoti gramofonskih ploča dosegli su u prošlom stoljeću status cijenjenih umjetničkih formi. Izumom gramofona počele su se koristiti 12-inčne gramofonske ploče, što je 1940-ih dovelo do izrade prvih grafički oblikovanih omota. Od tada je dizajn omota bitan dio identiteta glazbenog albuma, gotovo ravnopravan sa zvukom. I danas, u vremenu ubrzanog razvoja digitalne tehnologije, omoti albuma i dalje predstavljaju kako samog glazbenika tako i njegovu glazbu. Svaki dizajner mora odgovoriti na dva ključna pitanja: kako što bolje predstaviti slušatelju glazbu s albuma i kako je promovirati na tržištu. Drugim riječima, kako vizualno predočiti auditivni sadržaj albuma.

U ovom radu problematika vizualnog oblikovanja omota gramofonskih ploča 60-ih i 70-ih godina 20. stoljeća bit će promatrana kroz prizmu fotografije. Fotografija je u tom kontekstu poslužila kao sredstvo vizualne komunikacije glazbenika, dizajnera i fotografa s ciljanom publikom. Težište će biti stavljeno na uloge fotografije kao medija na koji se ta vizualna komunikacija oslanja. Važno je razumjeti da su omoti gramofonskih ploča bili dio šireg konteksta razvoja grafičkog oblikovanja u određenom razdoblju i u određenoj sredini. Dionica omota gramofonskih ploča bila je dio popularne kulture, a ta popularna kultura, pak, dio šireg povijesno-društvenog okvira. Upravo zbog navedene širine i opširnosti zadane problematike, područje istraživanja je suženo, a naglasak je u radu stavljen na produkciju u lokalnoj sredini, koja je opet dio jednog šireg okvira popularne kulture, kulture mladih, kontrakulture, supkulture itd.

Dosad objavljena istraživanja i analize omota gramofonskih ploča bave se isključivo funkcijom omota kroz povijest razvoja gramofonskih ploča, različitim stilovima i dizajnerskim praksama. Vrlo je malo istraživanja koja naglasak stavljaju na semiotički aspekt vizualne prezentacije i retorike fotografija. Stoga će ovaj rad biti fokusiran upravo na taj segment interpretacije omota gramofonskih ploča. Rad se sastoji od dvaju dijelova – teorijskog i praktičnog. Prvi, teorijski dio, obuhvatit će razvoj popularne kulture 1960-ih i 1970-ih godina, s naglaskom na važnosti omladinskog tiska i diskografske kuće Jugoton u promociji nove kulture i širenju ideja, a bit će govora i o definiranju fotografije kao medija vizualnog oblikovanja i njezinoj ulozi u povijesti razvoja dizajna omota gramofonskih ploča. Slijedi praktični dio rada u kojemu će se pomoću odabranih primjera omota gramofonskih ploča nastojati istražiti odnos između društvenog konteksta, glazbe i njezine komplementarne vizualizacije. U tim primjerima fotografija je korištena kao medij za prenošenje poruka i širenje utjecaja, a razvijena svjesnost o potencijalu

fotografskog medija, kao i razvoj različitih žanrova fotografije, omogućili su diferencijaciju odabranih primjera. Tako će primjeri biti raspoređeni ovisno o žanru fotografija na omotima. Također, nastojat će se istražiti sličnosti i razlike u oblikovanju omota ploča na našim prostorima, u odnosu na Zapad, kako bi se naglasili uzajamni utjecaji i sveprisutno širenje ideja. Praktični dio rada bit će tako zasnovan na usporednoj analizi domaćih i stranih primjera koji pružaju obrise konteksta, s ciljem da se istraži kako sve pojava medija fotografije na omotima gramofonskih ploča formativno utječe na vizualnu komunikaciju određenog vremena.

Za bolje razumijevanje pojava u dizajnu koje se javljaju 60-ih i 70-ih godina 20. stoljeća, bitno je uvodno se osvrnuti na opće karakteristike omota gramofonskih ploča kroz povijest, kao i uspostaviti teorijsku podlogu promišljanja o njihovu dizajnu kroz prizmu fotografije. Vinilna gramofonska ploča predstavlja trajni medij za očuvanje sadržaja koji se na njoj nalazi, odnosno glazbe. Povjesničarka medija Lisa Gitelman u tom smislu ističe da „nema smisla promišljati o sadržaju, a ne obraćati pažnju na medij koji istovremeno prenosi taj sadržaj i prikazuje ili pomaže postaviti granice onoga od čega se taj sadržaj uopće može sastojati".[1] Stoga je za popularizaciju ovog medija prijenosa zvuka, osim samog sadržaja, bitna bila i njegova vizualna prezentacija, konkretnije njegovo pakiranje ili omot. Izumom gramofona slušanje gramofonskih ploča masovno se raširilo u svakodnevnoj kulturi, a dizajn omota time je postao dijelom identiteta glazbenika. U početku je uloga dizajnera bila svedena na minimum, a vizualno oblikovanje omota razvijalo se paralelno s razvojem potrošačkog društva i ekonomije, kao i pod sveprisutnim utjecajem Zapada. Uloga dizajnera bila je što bolje predstaviti identitet izdavačke kuće, tako da je na prvim grafički oblikovanim omotima prevladavao natpis s imenom izdavačke kuće. Daljnjim razvojem medija i otkrivanjem njegova potencijala, dizajneri su pri izradi omota širili svoje mogućnosti. U početku popularizacije gramofonskih ploča 1950-ih i većim dijelom 1960-ih, jednostavno se fotografiralo glazbenika sa svrhom promidžbe, da bi se kasnije 1970-ih iz fotografije razvile apstraktne, simboličke kompozicije, kojima je svrha prije svega što vjernije vizualno dočarati glazbu. Upravo je to glavna razlika u pristupu mediju fotografije na omotima gramofonskih ploča 1960-ih i 1970-ih godina, koja će biti u fokusu ovog rada. Te dvije dionice stoga će u nastavku biti predstavljene kao dvije zasebne cjeline u razvoju omota gramofonskih ploča, promatrane kroz prizmu fotografije i potkrijepljene primjerima.

Osim na opće karakteristike razvoja fotografskih omota gramofonskih ploča, bitno je osvrnuti se i na povijesni kontekst dizajna u lokalnoj sredini. U Jugoslaviji je razvoj vizualnog

[1] Gitelman, 2006., str. 6-7.

oblikovanja pratio razvoj popularne kulture – koja je doživjela svoj vrhunac 1960-ih godina, ali je definirala mnoge segmente svakodnevnog života i puno prije. Već nakon Drugog svjetskog rata u Jugoslaviji se javila svijest o važnosti međunarodne promocije. Zemlja je tada otvorila vrata tehnološkom napretku i istraživanju novih tehnologija te počela graditi novo društvo za novog čovjeka.[2] Takva kulturna klima omogućila je otvaranje polja komuniciranja, a velika pažnja pridavala se razvoju kulture i umjetnosti. Kulturi i umjetnosti dodjeljivalo se simboličko, političko i edukativno značenje. To je bilo vrijeme komercijalnog oglašavanja, a medij plakata poprimio je ključnu ulogu u kontekstu komunikacije u javnom prostoru. U početku su *mainstream* mediji promovirali partiju i politiku zemlje – da bi tijekom pedesetih i šezdesetih, zahvaljujući razvoju područja umjetnosti, vizualni jezik postao slobodniji i apstraktniji. Umjetnost je ušla u sferu društva, s ciljem aktivnog mijenjanja svijeta. Visoki kriteriji u oblikovanju vizualnih komunikacija manifestirali su se na različitim poljima: od oblikovanja vizualnih identiteta, plakata i ostalih popratnih materijala do naslovnica časopisa i dizajna gramofonskih ploča. Ipak, bitno je naglasiti da razvoj dizajna nije bio jednoličan – primjerice u kontekstu vizualnog oblikovanja 50-ih i 60-ih godina 20. stoljeća istovremeno se razvijaju dvije struje. Taj razvoj najbolje pratimo kroz dizajne Zvonimira Faista i Milana Vulpea. Djela Zvonimira Faista predstavljaju nastavak međuratne tradicije – koristeći se hibridnim jezikom crteža i fotografije, njegovi plakati su više komercijalni, prate svakodnevicu i odašilju određenu partijsku poruku. S druge strane, Milan Vulpe predvodnik je nove modernističke struje – čije utjecaje možda najbolje vidimo na plakatu za Muzički bijenale 1965. godine. Plakat karakteriziraju apstraktne forme i jednostavnost u duhu visokoestetizirane kulture, čime dizajn prelazi na više konceptualnu razinu. Zahvaljujući plakatima za Muzički bijenale Zagreb, kao i onima za Nove tendencije, u lokalnoj se sredini počinje razvijati svijest o važnosti grafičkog oblikovanja u kreiranju vizualnog identiteta pojedinih manifestacija – što pak pridonosi sve većoj internacionalizaciji scene i upoznavanju javnosti s aktualnim strujanjima.[3] Tako nastali principi vizualnog komuniciranja nastavit će se razvijati kroz šezdesete godine[4] i uvelike će utjecati na daljnji razvoj dizajna u lokalnoj sredini. Gramofonske ploče, pa tako i njihovi omoti, nastajali su na toj tradiciji i u tom kontekstu – u kontekstu vizualnog oblikovanja i popularne kulture u Jugoslaviji.

[2] Usp. https://www.muzej-jugoslavije.org/wp-content/uploads/2017/06/2015-Dizajn-za-novi-svet-WEB.pdf 13
[3] Usp. Magaš Bilandžić, 2018.a, 116.
[4] Posebice u djelima Mihajla Arsovskog i Borisa Bućana.

2. Gramofonske ploče kao dio popularne kulture 1960-ih i 1970-ih

Razvoj popularne kulture prati razvoj industrijskog društva, a kontinuirani rast i popularizacija bilježe se u drugoj polovici dvadesetog stoljeća. Od toga razdoblja možemo pratiti eru masovne zabave, televizije, ženskih časopisa, turizma, sporta, medijskog spektakla, odnosno, općenito tržište popularne kulture kakvo danas poznajemo, a čiji su korijeni u Sjedinjenim Američkim Državama.[5] Na globalnoj razini, šezdesete godine obilježili su masovni antiratni prosvjedi, studentske demonstracije, kao i javno propitivanje društva i društvenih odnosa. Na glazbenoj sceni pojavili su se novi, „svježi" izvođači, a iz kolektivne želje i humanističkog impulsa razvio se supkulturalni pokret, odnosno rock kultura.[6] Ta se nova kultura munjevito proširila svijetom i vidno utjecala na sve sfere svakodnevnog života – od glazbe, mode i dizajna do stila života, socijalne osjetljivosti, političke borbe… Zahvaljujući odjecima subverzivne kulture na područje Jugoslavije, omogućen je razvoj novih obrazaca ponašanja, stavova i vrijednosti, posebice među mlađom populacijom. Interes mladih za suvremena kretanja uvjetovao je otvoreniji pristup i novu društvenu politiku u bivšoj državi.

Još tijekom 50-ih godina dolazi do prodora ideja i utjecaja sa Zapada na područje Jugoslavije. Vizualne komunikacije nastaju u kontekstu kojeg s jedne strane obilježavaju politički razlozi, a s druge sve veća svijest o tada suvremenim estetičkim i tehničkim sredstvima komuniciranja kod mlađe generacije umjetnika.[7] Nova politika podrazumijevala je demokratičnost i otvorenost - dolazi do povećanja društvenog standarda i postupne liberalizacije društva. Iz tih je razloga Jugoslavija bila mnogo otvorenija zapadnjačkim utjecajima od ostalih komunističkih zemalja.[8] Međutim, životni standard pa tako i pristup sredstvima za prenošenje informacija (primjerice, TV prijemnika) i dalje su bili ograničeni. Paralelno s razvojem takvog, više potrošačkog društva, događao se i preokret kada govorimo o medijima za prijenos glazbe, odnosno o gramofonskim pločama. Masovni mediji dali su mogućnost umjetnicima da brže i lakše djeluju na publiku, a LP (eng. *long play*) postao je vodeći diskografski format za pohranu glazbe.

Takav razvoj tehnologije i masovna proizvodnja gramofonskih ploča 1960-ih godina omogućili su veću prisutnost pojedinih proizvoda na tržištu, a samim tim je i utjecaj prevladavajuće rock glazbe, ali i pripadajućih omota, bio ogroman. Vizualno oblikovanje nosača zvuka postaje bitna stavka u promociji glazbe na tržištu, popularna glazba dobiva političku i društvenu ulogu, a

[5] Pokrajac, 2018., 5.
[6] Usp. Antolović, 2016., 5.
[7] Vukić, 1996., 98.
[8] Hajek, 2017., 6.

omoti gramofonskih ploča vraćaju se u sferu populane kulture. U kontekstu vizualne komunikacije treba spomenuti i plakate za koncerte – koji su predstavljali svojevrsnu analogiju oblikovanju omota albuma. Oblikovanje plakata pratilo je moderne dizajnerske trendove te je imalo značajnu komunikacijsku ulogu u promociji glazbe i glazbenika. Takvoj nagloj modernizaciji društva na području Jugoslavije u mnogome pridonose zapadna popularna kultura i potrošačka dobra, čiji se utjecaji šire i utječu na sferu svakodnevnog života.

S naglim porastom ekonomije, od 1950-ih pa nadalje, razvijala se i industrija zabave, dosegnuvši 1970-ih godina svoj vrhunac. Nakon burnih 1960-ih godina i buntovništva mladih kao glavnih nositelja društvenih promjena, prevladala je želja za opuštanjem i odmorom, a proizvodi potrošačke kulture nudili su moguća rješenja. Sedamdesete godine obilježili su iskoraci u industriji zabave i daljnja popularizacija masovnih medija. Svijet jukeboxa, caffe barova, jazz i rock-klubova postaje rezervat za formiranje mladenačkog kulturnog izražavanja u okvirima slobodnog vremena.[9] Stoga, područje popularne kulture moguće je definirati kao globalnu pojavu određenu svakodnevnim kontekstom, a u nju se ubrajaju različiti oblici zabave – primjerice, televizija, film, glazba, moda i drugi oblici masovnih medija. Svi se oni međusobno isprepliću i tako utječu na svakodnevni život, ali i na širenje globalnih trendova. Upravo posredstvom tih medija popularna kultura prenošena je široj javnosti.

Od 1950-ih nadalje, popularna kultura velikim se dijelom širila putem radija, a najčešći sadržaj bila je glazba - kao bitan segment društva. U Jugoslaviji je radio zbog svoje pristupačnosti bio među najraširenijim medijima, s obzirom na to da si veliki dio građana nije mogao priuštiti TV prijamnike. Slušanje radijskih emisija i glazbe bilo je svakodnevna pojava. Glazba je najviše privlačila mlade željne promjena i otvorene prema novim utjecajima, tako da su oni u 1960-ima i 70-ima bili glavna radijska publika. Osim radija, veliku ulogu u širenju utjecaja glazbe, pa tako i reklamiranja medija za njezino prenošenje - gramofonskih ploča - odigrao je omladinski tisak, o čemu će biti riječi u nastavku.

2.1. Omladinski tisak – odnos ideologije i glazbe

Početkom 1960-ih godina jaz između nove generacije mladih i starije generacije komunista postajao je sve izraženiji, a situacija je eskalirala 1967. godine kada su u tjednom i mjesečnom tisku zaredali razni članci upravo na tu temu. Mladi su težili većoj slobodi i aktivnijem sudjelovanju u vlasti, dok su stariji njihovu novu kulturu nazivali pukim buntovništvom. U središtu sukoba nalaze se ideološke razlike pristupa generacija komunista prema novoj

[9] Juvančić, 1997., 18.

omladinskoj, gdje temelj spoticanja postaje upravo mladenačka kultura.[10] Sve to bit će aktualizirano izbijanjem studentskih prosvjeda 1968. godine.

Ipak, u kontekstu otvaranja prema Zapadu i prihvaćanja novih supkutura, postojale su iznimke, a veliku ulogu imala je diskografska kuća Jugoton. Tako se u jednom broju časopisa *Polet* navodi da su iznimke takvom tretiranju novonastale društveno-kulturne situacije nakon Drugog svjetskog rata bili noviteti - tada tek osnovanog Jugotona - na čijim se listama moglo, uz domaće, pronaći i ponešto stranih bendova, dok se prve recenzije stranih albuma u tisku javljaju tek krajem 1967. godine.[11] Unatoč iznimkama, veća promjena se, dakle, dogodila tek 1967. godine, kada u omladinskom tisku dolazi do transformacije u temama – sve se više piše o mladima i popularnoj kulturi tog vremena. Također, kako je nezadovoljstvo mladih raslo tako je rasla brojnost tema mladenačke kulture u časopisima – koji su postali glavni promotori nove generacije.



Slika 1 - Časopis *Polet*, The Beatles na Jugotonovoj listi noviteta, svibanj, 1967. g.



Slika 2 - Časopis *Mladost*; prilog *Vremeplov*, Rock glazba, listopad, 1968. g.

Postupnom liberalizacijom jugoslavenskog medijskog sustava uloga novinara proširena je na aspekt promicanja javne rasprave koristeći se različitim izvorima informacija.[12] Neki od časopisa koji su tako promovirali novu kulturu mladih u šezdesetim godinama bili su već spomenuti časopis *Polet* (slika 1) i časopis *Mladost* - s glazbenim prilogom *Vremeplov* (slika 2). Njihov pristup bio je otvoreniji i provokativniji, a uživali su i veliku popularnost među mladom publikom. Sve to često je iziskivalo velike napore u odmicanju od političke kontrole – inovacije u izričaju bile su moguće zahvaljujući suzdržanosti u političkim temama. Primjerice, *Polet* je u povijesti hrvatskih tiskovina ostao zapamćen po potpuno novom pristupu novinskom

[10] Usp. Hrženjak, 2017., 3.
[11] Isto. 5.
[12] Zubak, 2018., str. 29.

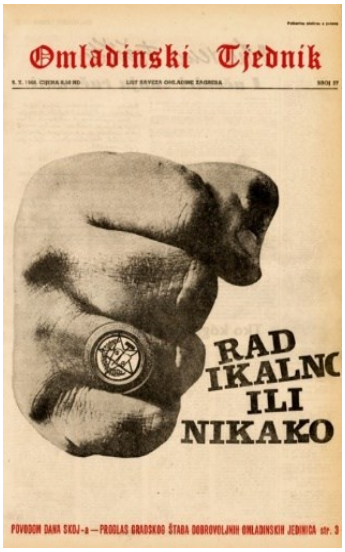
prijelomu i dizajnu, načinu korištenja fotografija i po inovativnom pristupu prodaji lista.[13] U kontekstu ovog rada *Polet* je bitan jer je zaslužan za kontinuiranu promociju zapadnjačke glazbene kulture i supkulture. Upravo čitajući časopise mnogi glazbenici na našim prostorima dobivali su informacije o kretanjima na globalnoj glazbenoj sceni i inspiraciju za kreativno djelovanje, a osim toga, mogli su vidjeti fotografije omota gramofonskih ploča ili koncerata bendova. Tako su 1960-ih godina glazbenici često obrađivali skladbe američkih i britanskih glazbenika (primjerice The Beatlesa ili The Rolling Stonesa), inspirirani raznim člancima ili glazbenim kritikama. Stoga pitanje nastanka i razvitka lokalne glazbene scene povezujemo s borbom za establišment, gdje ovo razdoblje možemo još uvijek nazvati razdobljem imitacije utjecaja sa Zapada.[14] Tako stvoren kolektivni identitet šezdesetih godina, kao i njegovo jednoznačno definiranje, ipak je i dalje složeno. Naime, kako definirati tako konstruiran kolektivni identitet u zemlji koja prihvaća socijalističku ideologiju istovremeno primajući proizvode popularne kulture koji dolaze sa Zapada ili nastaju pod snažnim zapadnim utjecajem?[15]

Nakon studentskih prosvjeda 1968. godine, činilo se da dolazi novo, slobodnije vrijeme. Ipak, ta promjena događala se postupno. Iako je došlo do transformacija tema, i dalje je u formalnom smislu postojala veza politike i tiska, a bilo kakvi istupi kontra vladajuće politike predstavljali su opasnost za opstanak naoko dobivene slobode. Primjerice, jedan takav istup - simpatiziranje pobune mladih - rezultirao je privremenim ukidanjem časopisa *Polet* 1969. godine. Međutim, s obzirom na odnos vlasti prema novonastaloj rock kulturi, promjena se ipak događala. Vladajućima je postalo jasno da ne mogu kontrolirati brzo širenje ideja i kulturne promjene na globalnoj razini pa su promijenili svoj tretman rock glazbe. Više nije stavljana na margine društva niti je poprimala negativne predznake, nego je poslužila kao sredstvo kontrole nad novom generacijom omladine. U prilog tomu govori i činjenica da su se krajem 1960-ih u tisku pojavili prvi izvještaji sa stranih koncerata miljenika domaće publike kao što su The Rolling Stones ili The Who.[16]

O omladinskom tisku kasnih šezdesetih i ranih sedamdesetih možemo govoriti kao o prostoru autonomije i eksperimenta, s velikim iskoracima na području grafičkog dizajna. Dolazi do novog, neuobičajenog, pa i revolucionarnog u žanrovskom, sadržajnom i oblikovnom smislu.[17]

[13] Krušelj, 2015., 3.
[14] Usp. Janjetović, 2011., 142.
[15] Usp. Pokrajac, 2018., 21.
[16] Usp. Hrženjak, 2017., 13.
[17] Usp. Golub, *Marko Zubak: kako je omladinski tisak postao alternativa*,

Na takav razvoj utjecali su velikim dijelom i strani časopisi slične tematike (poput britanskog *underground* časopisa *Oz*). Pojavljuju se novi časopisi poput *Omladinskog tjednika* ili *Pop expressa*, čije naslovnice (slike 3 i 4) odišu duhom vremena i na jugoslavensku scenu donose dizajnerske novitete. Na spomenutim naslovnicama možda se najbolje vidi koliko je fotografija - i u tom segmentu popularne kulture – bila jedan od glavnih medija za prenošenje poruka. Kada se govori o časopisu *Pop Express*, bitno je napomenuti da je to bio prvi časopis na području Jugoslavije koji se bavio samo i isključivo glazbom. Izlazio je samo godinu dana (od 1969. do 1970.), ali je njegova važnost za promicanje rock kulture mladih neizmjerna. Donosio je top liste stranih i domaćih izvođača, kao i glazbene kritike pojedinih albuma i žanrova. To je jako bitno za profiliranje jugoslavenske glazbene scene 1970-ih i, kako navodi Zubak, time pokazuje da u tom vremenu rock i kultura uživaju sasvim jedinstven status u komunističkom svijetu, unutar kojeg prevladava načelno odstupanje od masovne kulture Zapada.[18] Tako se, primjerice, u časopisu mogu naći članci i reportaže s Woodstocka i Opatijskog festivala, koje su u to doba poslužile kao svojevrsno upozorenje na to koliko se kaska za zapadnim uzorima.



Slika 2 - Naslovnica *Omladinskog tjednika*, 1968.g.



Slika 1 - Naslovnica *Pop Expressa*, 1969.g. – dizajn: Mihajlo Arsovski

Autor dizajna naslovnica prvih devet brojeva časopisa *Pop Express* bio je Mihajlo Arsovski[19], jedan od najpoznatijih i najinovativnijih hrvatskih grafičkih dizajnera 1960-ih i 1970-ih godina. Naslovnice predstavljaju otklon od tadašnjih trendova u dizajnu novina i časopisa zasnovanih

http://stari.dizajn.hr/index.php?id=1156-marko-zubak-kako-je-omladinski-tisak-postao-alternativa (pregledano 29. lipnja 2021.)

[18] Zubak, 2012., 25.

[19] Kasnije je posao dizajnera preuzeo Zoran Pavlović.

na bauhausovskoj tradiciji nove tipografije.[20] Pri izradi dizajna naslovnica Arsovski kombinira elemente geometrijske apstrakcije i novi duh popularne kulture – poigrava se korištenjem kolaža s ciljem dekonstrukcije odnosa slika i riječi koje onda grupira, zgušnjava, zbraja ili odvaja istodobno ostvarajući vizualno atraktivan i izražajan učinak.[21] Tako su nastale naslovnice po uzoru na *flower power* estetiku, naglašenih boja i s mnoštvom detalja (vidi sliku 4). Osim oblikovanja naslovnica časopisa radi i grafička rješenja za plakate, knjige, biblioteke, ali i scenografije, kostimografije i uređenja interijera i grafike.[22] U kontekstu ovog rada Arsovski je bitan i kao autor naslovnice albuma Arsena Dedića *Čovjek kao ja* (vidi sliku 17), o kojoj će biti više riječi u nastavku.

Kako se 1970-ih pobuna mladih postupno gasila, tako je i omladinski tisak gubio na važnosti. Ipak, cjelokupnu važnost omladinskog tiska - pogotovo na prijelazu stoljeća – teško je izmjeriti. Omogućeno je prožimanje različitih sfera popularnog, što je bitno utjecalo na vizualnu kulturu toga vremena te je stvoren komunikacijski kanal za širenje i razmjenu ideja.

2.2. Diskografska kuća Jugoton

Jugoton je prva i najveća diskografska kuća na području Jugoslavije i uz omladinski tisak predstavlja bitan segment razvoja popularne kulture 60-ih i 70-ih godina. Proizvodi Jugotona predstavljaju svojevrsnu manifestaciju popularne kulture, uvjetovanu industrijalizacijom i modernizacijom tijekom razdoblja proizvodne aktivnosti od 1947. do 1991. godine. Jedan od razloga uspješnosti Jugotona bilo je povijesno naslijeđe prethodnika: Edison Bell Penkale (Zagreb, 1926. – 1937.) i Elektrotona (Ljubljana, Zagreb, 1937. – 1945. – 1947).[23] To su bile male kompanije, kojr su postavile temelje diskografske politike na našim prostorima i vrlo su bitne za razvoj dizajna omota.

[20] Galjer, 2010., 34.
[21] Isto. 130.
[22] Isto. 5.
[23] *Priča o Jugotonu, carstvu istočno od raja,* https://kljucaonica.com/2015/12/22/prica-o-jugotonu-carstvu-istocno-od-raja/ (pregledano 29. lipnja 2021.)



Slika 3 - Prodavaonica Jugotona u Beogradu,
1972. g.

Tijekom druge polovice 20. stoljeća Jugoton je obilježio popularnu kulturu i svakodnevni život u Jugoslaviji: izdavao je ploče domaćih i inozemnih izvođača, pratio trendove na svjetskoj sceni i glazbenom tržištu (od jazza, swinga i rock'n'rolla do zabavne glazbe) te kroz brojne serije ploča popularizirao najnovije hitove (Uspjesi sezone, Filmski uspjesi, Festival itd.), ali i klasičnu i narodnu glazbu (u ciklusima posvećenima pojedinim regijama).[24] Fotografija je na tim serijama albuma poslužila kao medij za vizualnu dokumentaciju mjesta i popularizaciju autohtone glazbe. Takav prijenos ideja i pristupačnost bili su ključni proizvodni impulsi tvornice Jugoton, a prodavaonice gramofonskih ploča bile su otvorene u gotovo svim velikim jugoslavenskim gradovima. Ostakljeni posebno dizajnirani izlozi pridonijeli su prezentaciji dizajna te omogućili približavanje glazbeno-vizualne kulture ljudima (slika 5). U to vrijeme prodavaonice gramofonskih ploča imale su ulogu koju su danas preuzeli radio, televizija i internet – bile su svojevrsne knjižnice različitih vizualnih sadržaja. Tako dizajnirani vizualni sadržaji bili su izvori za komunikaciju s publikom i prenošenje poruka. Danas možemo reći da su glavni oblici komunikacije glazbenika s publikom postali videospotovi, kao kratka filmska forma. Međutim, u razdoblju 1960-ih i 1970-ih osnovni oblik komunikacije bile su upravo gramofonske ploče, odnosno, konkretnije, njihovi omoti.

Proizvodi tvornice Jugoton omogućavaju praćenje razvoja dizajna omota gramofonskih ploča i stoga oni predstavljaju jedan od najrelevantnijih izvora kada govorimo o vizualnom oblikovanju omota albuma na području Jugoslavije. Kroz izdavačku aktivnost pratimo razvoj od kraja 1950-ih, kada se počinju izdavati popratne gramofonske ploče za nove glazbene festivale, preko portretnih fotografija glazbenika i početaka manipulativne fotografije 1960-ih godina, pa sve do eksperimentalne fotografije i crtačkog oblikovanja na omotima albuma 1970-

[24] Magaš Bilandžić, 2018.b, 395.

ih i 1980-ih. Također, Jugoton je jugoslavenskim glazbenicima, dizajnerima, umjetnicima i fotografima omogućio svjetsku prepoznatljivost, a pojedini omoti albuma postali su dijelom popularne kulture. Do kraja 1970-ih u Jugoslaviji su se pojavile i druge, manje diskografske kuće. Djelovalo je ukupno devet diskografskih kuća s deset etiketa i pet tvornica ploča - Jugoton i Suzy u Zagrebu, PGP RTB i Jugodisk u Beogradu, ZKP RTV Ljubljana, mariborski Helidon, sarajevski Diskoton i Sarajevodisk te Diskos.[25] Svi oni bili su konkurenti na rastućem tržištu gramofonskih ploča, a prisutnost većeg broja diskografskih kuća bila je rezultat pojave eksperimentalnije glazbe i različitih glazbenih oblika. Stoga ne čudi, da je vrijeme 1970-ih i kasnijih 1980-ih bilo najplodonosnije u kontekstu jugoslavenske glazbe i izrade omota gramofonskih ploča, a diskografske kuće predstavljale su važan segment u popularizaciji toga medija.

3. Fotografija u kontekstu popularne glazbe 1960-ih i 1970-ih

Veza između fotografije i glazbe zapravo predstavlja vezu između kreativnih aspekata tih dvaju medija. Oba aspekta uključuju komunikaciju pojmova koji u početku postoje samo u umu – u ovom slučaju u umu fotografa ili glazbenika. Glazba se često naziva najapstraktnijom vrstom umjetnosti, a sposobnost fotografije da oblikuje značenje jednog takvog apstraktnog pojma izvor je njihova međusobnog odnosa. Boja, tonalitet, tekstura, oblik, kvaliteta svjetlosti, napetost - samo su neke od apstraktnih strana fotografije koje pomažu oblikovati značenja, emocije i sadržaj fotografije. Tako se posredstvom fotografije prenose i trajno bilježe poruke koje glazba unutar sebe sadrži. Primjerice, portreti glazbenika utječu na našu percepciju njih kao osoba, a kroz promatranje načina komunikacije možemo iščitati aspekte njihove interakcije, tehničkih vještina ili pak kulturoloških utjecaja. Bez obzira na to radi li se o omotu albuma, najzanimljivijim dijelovima festivala ili recenziji koncerta, fotografija je, bez sumnje, oduvijek izuzetno moćna u glazbenoj industriji.

Pojava potrošačkog društva uvjetovala je veću upotrebu fotografije u svakodnevnom kontekstu. Naime, pravilnim izborom fotografije moguće je izraziti kulturološke stavove i prenijeti određenu poruku, što će se pokazati iznimno važnim za rastuću proizvodnu ekonomiju. Aplikacijom fotografije na predmete za svakodnevnu upotrebu, kao što su gramofonske ploče, ti predmeti dobivaju proširena značenja. Razvoj različitih fotografskih tehnika nakon Drugog svjetskog rata, kao i mogućnost reproduciranja i umnožavanja fotografije, rezultirali su širenjem medija fotografije na industrijski proizvedenim predmetima – kao što su razne

[25] Kršić, 2008., 97.

ambalaže, uporabni predmeti, časopisi, plakati i dr. Tako je došlo i do povezivanja medija fotografije s omotima gramofonskih ploča - kao rezultat specifičnog procesa dizajna. Gramofonska ploča i njen omot kao predmet dizajna specifični su s aspekta dizajnerskog diskursa jer predstavljaju objekt koji nikada nije imao naglašen funkcionalni aspekt već iskustveni i komunikacijski.[26] Konstruiranje poruke, njezina distribucija i dopiranje do krajnjih korisnika ciljevi su takve vrste dizajna. Brzim razvojem tehnologije fotografija postaje rastuće sredstvo komunikacije, a samim time i dostupna većem broju korisnika. Omoti gramofonskih ploča poslužili su kao trajan medij za njihovo širenje, a mogućnost interakcije između fotografije i gledatelja stvara određenu psihološku komponentu koja i jest najkompleksniji dio fotografije.[27] Dakle, uspješnost fotografije mjeri se razinom komunikacijske sposobnosti i potrebnom razinom emocionalnog efekta. Koliko su uspješne bile fotografije na omotima gramofonskih ploča, možda se najbolje vidi promatrajući globalnu popularnosti pojedinih omota. U prilog tome ide i kultni status pojedinih omota i fotografija na omotima, koji se među publikom i kolekcionarima zadržao sve do danas. Sve to pokazuje sposobnosti jednog industrijski proizvedenog predmeta – gramofonske ploče - da posredstvom fotografije i dizajnom omota poprimi status kulturološkog i kolekcionarskog predmeta.

Zanimljivo je da se danas ponovo javlja interes za posjedovanjem gramofonskih ploča, pogotovo među mlađom publikom. Nakon postupnog odumiranja interesa za gramofonske ploče devedesetih godina i potpunog odumiranja razvojem digitalnih medija, sve više ljudi prepoznaje kvalitetu i estetsku vrijednost takvih nosača zvuka. Osim analogne prirode zvuka, ljude kod ovog medija privlače veličina omota i vizualni sadržaj. Upravo je veličina omota omogućila pojavu interesa za vizualno oblikovanje i specifično tretiranje omota od 1950-ih pa nadalje. Omoti su najčešće bili veličine 32 x 32 cm[28] ili manji[29], a samim time iznimno pogodni za komuniciranje, prenošenje poruka i eksperimentiranje u različitim medijima.

Društveni kontekst u kojem su fotografije nastale odražava više segmenata. Kod definiranja tog konteksta pomaže proučavanje načina i proces odabira, proizvodnje i manipulacije fotografijom, kao i njezino stavljanje u kontekst glazbe i supkulturnih zbivanja. Također, vizualni prikazi na omotima gramofonskih ploča predstavljaju odraz vizualne komunikacije društva u kulturološkom i vremenskom kontekstu i kao takve, one daju mogućnost za brojne

[26] Nikolić, 2020., 10.
[27] Korolj, 2014., 3.
[28] Karakteristično za 12 inčne ploče LP (eng. *Long Play*) formata.
[29] EP format (eng. *Extended Play*) i singlice bili su manji od LP formata, a imali su promjer oko 17 centimetara.

analize kultura, društava i komunikacije unutar istih.[30] Uloga dizajna ovdje je da služi kao sredstvo kontekstualizacije, koje na određeni način reflektira i utječe na promjene u društvu. Time dizajn omota gramofonskih ploča pozicionira autora unutar konteksta u kojem djeluje i prenosi određenu poruku ciljanoj publici, ali i širem krugu ljudi čiji se interes tako privlači. Za pravilnu interpretaciju poruke koju fotografija prenosi iznimno su važne njena forma i prezentacija. One su ovisne o karakteristikama medija na koji je fotografija aplicirana - o dimenzijama i izboru procesa izrade. U kontekstu omota gramofonskih ploča, osim kategorije fotografije kao glavnog vizualnog sadržaja, bitna je i kategorija teksta. Natpisi na fotografijama imaju sposobnost da promijene poruku samog fotografskog prikaza, stavljajući ga u drugi kontekst.[31] Tu hipotezu možda najbolje vidimo promatrajući razvoj uloge teksta na omotima gramofonskih ploča do 1980-ih godina. U počecima razvoja tekstovi su bili ti koji su upućivali na proizvođača ploče i koji su služili kao svojevrsna etiketa. Kasnije, 1950-ih i 1960-ih, pažnja se više usmjerava na vizualni sadržaj, a tekst je najčešće promovirao autora glazbe kao javnu ličnost. Zatim, krajem 1960-ih i tijekom 1970-ih, omoti albuma prelaze iz sfere komercijalnog u sferu nekomercijalnog, dobivajući status autentičnog umjetničkog predmeta, a tekstovi na omotima najčešće imaju funkciju prenošenja određene poruke – političke, društvene itd.

Iako je fotografija vizualni medij koji se najčešće pojavljuje na omotima gramofonskih ploča – ona nije jedini medij. Osim oblikovanja zasnovanog na fotografskoj slici, bio je aktualan i niz drugih oblikovnih pristupa – poput konceptualnog ili slikarskog. Radilo se o paralelizmu aktualnih tendencija, koje su predstavljale područje specifičnog vizualnog jezika. Iako se tendencije razlikuju u izrazu, one se međusobno isprepliću, uspostavljaju interakciju s drugim područjima kulturne produkcije i zajedno čine šire polje vizualnih komunikacija. Međutim, izdvajajući samo jedan segment oblikovanja i fokusirajući se isključivo na fotografsko oblikovanje, dobiva se uvid u kompleksnost izraza, oblikovne tendencije, komunikacijske aspekte i utjecaje koje je fotografija imala u društveno-povijesnom kontekstu vremena.

Koliko je korištenje fotografije na omotima gramofonskih ploča populariziralo taj medij, pokazuje i činjenica da - sve do danas - nijedan nosač zvuka (primjerice, kazete ili CD-i) nije imao toliki emocionalni utjecaj na korisnika kao što je to imala gramofonska ploča. Stoga fotografija na omotu gramofonske ploče predstavlja medij kroz koji gramofonska ploča postaje

[30] Usp. Nikolić, 2020., 2.
[31] Isto. 9.

dio komunikacijske mreže – iz koje se može iščitati kontekst, odnosno niz sociooloških, kulturoloških, političkih i emotivnih aspekata vremena u kojem je određeni omot nastao.

4. Vizualno oblikovanje omota gramofonskih ploča 1960-ih

Prije 60-ih godina 20. stoljeća cilj omota albuma bio je istaknuti diskografsku kuću prepoznatljivim dizajnom, a nakon toga došlo je do razvoja glazbenog albuma kao samostalnog umjetničkog djela i umjetnici su, potaknuti time, počeli pridavati veću pažnju dizajnu omota.

U razdoblju 50-ih i ranih 60-ih popularni su omoti albuma većinom izvođeni fotografski, a posao grafičkog dizajnera sastojao se uglavnom od izbora tipografije. Tipični su portreti izvođača i grupne fotografije glazbenih sastava, a osim estetske, vrijednost takvog dizajna je i u promociji brenda i javnih osoba.[32] Bendovi su počeli naručivati naslovnice od umjetnika – najčešće prijatelja iz umjetničkih škola. Tako su mladi dizajneri koje je glazba zanimala počeli snimati fotografije za omote gramofonskih ploča. Omoti albuma time dobivaju dozu originalnosti, razvija se umjetnost prezentacije, a praksa jednostavnog oblikovanja prelazi na kompleksniju razinu. Industrija glazbe i prodaja nosača glazbe, odnosno gramofonskih ploča, u 60-im godinama imala je globalni utjecaj pa je tako i rastao broj dizajnera koji su željeli izraziti svoju kreativnost.[33] Modernizam je ustupio mjesto novoj kulturi mladih – razvoju rock'n rolla i psihodelije – a ta novonastala kultura postala je glavno tržište za proizvođače gramofonskih ploča. Primjerice, niz renomiranih svjetskih umjetnika, uključujući Andyja Warhola, Rogera Deana i Burta Goldblatta, započeo je nevjerojatne karijere dizajnirajući omote albuma.[34] Omoti albuma poslužili su im kao savršeni medij za slobodno izražavanje, dopiranje do većeg broja ljudi i proširivanje umjetničke prakse na druge medije masovne proizvodnje.

Osim poznatih umjetnika i grafičkih dizajnera, u ovom periodu na scenu stupaju i fotografi koji postaju ključne komponente procesa. Početkom 60-ih godina fotografija je prerasla u glavni medij vizualne komunikacije, a kasnije se javljaju i naslovnice koje potpuno izbacuju bilo kakav tekst. Fotografija tada postaje sveprisutan medij, a imena bendova ili glazbenika više nisu vidljiva na omotima. Fotografija u tom razdoblju ima sposobnost oblikovanja slike glazbenika, tj. njegova imidža, pretvarajući ga u svojevrsnu zvijezdu. U 60-ima su portreti glazbenika uglavnom realistični, a sredinom desetljeća povećan je naglasak na, primjerice, ekspresije lica

[32] Usp. Tomorad, 2019., 5.
[33] Chilton, *Cover Story: A History Of Album Artwork*, https://www.udiscovermusic.com/in-depth-features/history-album-artwork/ (pregledano 29. lipnja 2021.)
[34] Isto.

i popratne emocije. Takva praksa bit će učestala i u 70-ima na mnogim omotima gramofonskih ploča, uz razliku u tretmanu fotografije, koja postaje eksperimentalnija.

Kada govorimo o fotografiji na omotima albuma 1960-ih, osim portretne fotografije glazbenika, mogu se prepoznati različiti žanrovi. Odabir žanra fotografije uvelike ovisi o namjeni omota i o prirodi poruke koja se želi prenijeti. Tako zahvaljujući brojnim glazbenim festivalima koji se osnivaju u Jugoslaviji, ali i u svijetu, dolazi do pojave dokumentarne fotografije na omotima gramofonskih ploča. U lokalnoj sredini je to bila uglavnom urbana fotografija s ciljem promocije grada ili mjesta, dok je u svijetu vladala zaluđenost novom kontrakulturom mladih. Dolazi i do bilježenja trenutaka s festivala koji će kasnije ući u povijest (npr. Woodstock). Razvojem hipi pokreta i otkrićem psihodelije, omoti albuma postaju apstraktniji, a fotografija na njima sve više je manipulirana. Manipulacija fotografije na omotima gramofonskih ploča još će se više razviti u 1970-ima, kada na nekim omotima biva manipulirana gotovo do neprepoznatljivosti. Mogućnost fotomontaže pruža dizajnerima slobodu da kombiniraju različite tehnike obrade površine. Tako se javljaju i omoti koji nastaju kombinacijom fotografskog i grafičkog oblikovanja, a koji će omogućiti dodatnu dozu izražajnosti i rezultirati profiliranjem osobnosti dizajnera u svijetu. Kako bi se potkrijepilo navedeno, u idućim poglavljima bit će analizirani odabrani primjeri omota gramofonskih ploča. Odabrani primjeri su podijeljeni ovisno o žanrovskoj odrednici naslovne fotografije, a njihovo proučavanje temelji se na usporednoj analizi primjera iz Jugoslavije i svijeta – kako bi se dobili obrisi konteksta, istaknuli pojedini dizajneri i naglasili uzajamni utjecaji.

4.1. Portretna fotografija

Portretna fotografija predstavlja žanr fotografije koji u prvi plan postavlja osobu ili više osoba. Općenito, takva vrsta fotografije može imati više namjena – ovisno o razlogu nastanka. Tako razlikujemo, primjerice, umjetničku fotografiju od fotografija za novine, knjige ili obiteljske albume. U kontekstu omota gramofonskih ploča 1960-ih godina, portretna fotografija - osim umjetničke namjene, ima i onu prodajnu. Glazbenik je fotografiran u svrhu promoviranja njegove osobe, stvaranja prepoznatljivog imidža, ali i u svrhu promoviranja samog proizvoda – gramofonske ploče. Kod te vrste fotografija cilj fotografa je uhvatiti osobnost modela, a u procesu prenošenja poruke pomaže mu i pozadina. Taj aspekt bit će vidljiviji na omotima albuma 1970-ih godina, kada umjetnička fotografija doživljava svoj vrhunac, a korištenjem različitih efekata portreti dobivaju dodatnu emocionalnu vrijednost.

Posredstvom portretne fotografije 1960-ih godina afirmiraju se prvi rock albumi. Marketing rock glazbe bio je povezan s filmskom industrijom i hollywoodskim glamurom, stoga utjecaj na oblikovanje imaju filmski plakati – lica rock zvijezda bila su u prvom planu, a cilj je bilo isticanje veličine zvijezde.[35] Razvio se opći tip omota – s likom glazbenika postavljenim centralno u kadru. Pozadina je najčešće bila jednobojna ili su glazbenici postavljeni unutar određenog ambijenta. Glavni nedostatak toga bilo je nevješto uklapanje teksta, jer tekst nije bio shvaćen kao jedan od oblikovnih elemenata, no to nije sprječavalo razvoj popularnosti omota.[36]



Slika 6 - Album *Please Please Me*, The Beatles, 1963. g., fotograf: Angus McBean



Slika 7 - Album *Dolazi Dan*, 4M* i Bijele Strijele, 1964. g. Jugoton

Album *Please Please Me* (slika 6) britanske grupe The Beatles objavljen je 1963. godine, a svojim dizajnom i uporabom portretne fotografije benda postao je svojevrsni prototip rock albuma 1960-ih. Ova ikonička fotografija snimljena je u Londonu, u prostorima poznate londonske diskografske kuće EMI, a snimio ju je fotograf Agnus McBean.[37] Objavljivanje tog albuma omogućilo je popularizaciju benda, a u prilog tome govori i činjenica da se album dugo zadržao na vrhovima britanskih ljestvica – do 1964. godine kada prvu poziciju zauzima još jedan njihov album, naslovljen *With The Beatles*. Kako je popularnost Beatlesa rasla, tako se utjecaj njihove glazbe širio svijetom.

Mnogi glazbenici s početka 1960-ih ugledali su se na američke glazbenike iz 1950-ih – poput Elvisa Presleyja. Tako su nastali i Beatlesi, ali i mnogo drugih njima sličnih bendova. To se

[35] Pavlic, 2014., 12.
[36] Isto.
[37] *Please Please Me Album*, https://www.thebeatles.com/ (pregledano 29. lipnja 2021.)

možda najbolje vidi ako usporedimo spomenuti dizajn omota albuma *Please Please Me* s primjerom dizajna omota s područja Jugoslavije. Grupe 4M i Bijele strijele primjeri su vokalno-instrumentalnih sastava koji su formirani pod utjecajem glazbe inozemnih bendova. Važno je napomenuti i da je u širenju tih utjecaja veliku ulogu imao Jugoton, koji od početka 1960-ih godina objavljuje albume stranih izvođača – pa tako i Beatlesa. Koliko su se te sličnosti preklapale, možda se najbolje vidi ako pogledamo dizajn omota albuma *Dolazi dan* iz 1964. godine (slika 7). Na omotu albuma je portretna fotografija članova benda koji stoje na stepenicama, ulazeći u avion. Takva pozadina ide u prilog cilju portretne fotografije – da predstavi glazbenike kao svojevrsne zvijezde. Također, tu se može primijetiti spomenuto nevješto korištenje tipografije na ranim rock albumima i pomalo nasumično pozicioniranje teksta u kontekst fotografije. Uspoređujući ta dva albuma u glazbenom smislu, dobiva se uvid u razvoj ranog žanra rocka - s i dalje prisutnim utjecajem jazza i twista 50-ih godina. S druge strane, u smislu dizajna omota gramofonskih ploča moguće je uočiti međusobne utjecaje i širenje ideja, a portretna fotografija na omotima pomaže u definiranju oblikovnog stila u razdoblju ranih 1960-ih.



Slika 8 - Singlica *Cliff Sings No.3*, Cliff Richard And The Norrie Paramor Strings, 1960. g.



Slika 9 - Singlica *Više Se Nećeš Vratiti / Reci Zbogom*, Mišo Kovač, 1969. g. Jugoton

U kontekstu dizajna i širenja utjecaja - osim na brojna LP izdanja, važno je osvrnuti se i na singlice. Singlice su bile izdanja gramofonskih ploča koja su sadržavala jednu ili više pjesama.[38] Često je njihova uloga bila promocijske prirode, a znale su služiti i kao najava nadolazećih albuma. U kontekstu ovoga rada singlice su bitne jer dizajn njihovih omota govori o korištenju portretne fotografije i na drugim glazbenim formatima. Primjer jedne takve vinilne singlice je izdanje *Cliff Sings No.3* u izvedbi Cliffa Richarda (slika 8) - koji je stekao nevjerojatnu

[38] Obično je do pet pjesama činilo singlicu.

popularnost među jugoslavenskom publikom. Mnoge radiopostaje puštale su glazbu putem singlica pa su u kontekstu širenja ideja singlice odigrale jako veliku ulogu. Jugoton se također, još od svojih početaka, bavi izdavanjem singlica. Jedna od njih je i singlica Miše Kovača s pjesmama *Više Se Nećeš Vratiti i Reci Zbogom* (slika 9), također iznimno popularna među domaćom publikom.

4.2. Glazbeni festivali i dokumentarna fotografija

Kada se govori o prikazivanju određenog razdoblja i konteksta, nema boljeg načina prezentacije kulture od dokumentarne fotografije. Dokumentarna fotografija predstavlja žanr fotografije kojem je cilj prikazati ljude, mjesto, objekt ili događaj. U kontekstu vizualnog oblikovanja gramofonskih ploča, dokumentarnu fotografiju najčešće nalazimo povezanu s glazbenim festivalima koji se održavaju u Jugoslaviji i u svijetu. Uzor za osnivanje mnogobrojnih festivala na tlu Europe bio je Festival talijanske kancone Sanremo - jedan od najpoznatijih festivala koji se počinje održavati u Italiji od sredine 20. stoljeća. Po uzoru na njega u Zagrebu je 1953. osnovan Zagrebački festival, a potom su uslijedili mnogi drugi - od kojih su možda najpoznatiji Opatijski i Splitski.[39] Osnivanje festivala zabavne glazbe omogućilo je našoj popularnoj glazbi 50-ih i 60-ih godina – u to vrijeme su to bili šlageri kao jedinstvena glazbena forma – međunarodno priznanje i stvaranje reprezentativne slike Jugoslavije.



Slika 10 - Album *Zagreb 62 (ploča 1)*, Zagrebački festival, 1962. g., Jugoton



Slika 11 - Album *Opatija 61*, Opatijski festival, 1961. g., PGP RTB



Slika 12 - Album *5 Godina Melodija Jadrana - Split 1960-1964,* Splitski festival, 1964. g., Jugoton

[39] *Hrvatski najstariji glazbeni festivali*, http://arsen.hr/ (pregledano 29. lipnja 2021.)

Diskografska kuća Jugoton bila je uglavnom zadužena za oblikovanje popratnih glazbenih omota koji su se izdavali svake godine u sklopu festivala. Tako 1962. godine povodom održavanja Zagrebačkog festivala objavljuju tri LP-ja s pjesmama koje su bile predstavljene na festivalu. Primjer vizualnog oblikovanja jedne od popratnih ploča Zagrebačkog festivala prikazan je na slici 10. Na omotu je prikazana vizura glavnog zagrebačkog trga, okupanog suncem i punog života. Svrha dokumentiranja jednog takvog prizora bila je predstavljanje i promocija Zagreba u svijetu – grad je prikazan kao europska metropola. Sličan pristup vizualnom oblikovanju i korištenje dokumentarne fotografije u svrhu promidžbe gradova, možemo vidjeti i na omotima LP-ja izdanih u sklopu Opatijskog (slika 11) i Splitskog festivala (slika 12). Fotografija na omotima ima svrhu dokumentiranja prepoznatljivih vizura gradova i lokalnih običaja, a gradovi izgledaju poput mediteranskih metropola i modernih ljetovališta – idealni za odmor i uživanje u suncu.



Slika 13 - Album *Woodstock: Music from the Original Soundtrack and More*, 1970. g., Cotillion

Nova rock kultura mladih i politička zbivanja u svijetu donijeli su sa sobom i nove zahtjeve publike. Spomenuti festivali zabavne glazbe u lokalnoj sredini često su u omladinskom tisku bili predstavljani kao dosadni i glazbeno zaostali za svjetskim tendencijama – što će kasnije dovesti do popularizacije drugih žanrova glazbe. U svijetu se razvija kontrakultura kao kritika popularne kulture, političkih zbivanja i kao svojevrsna najava 1970-ih godina. Nakupljeno nezadovoljstvo rezultiralo je održavanjem festivala mira. Tako se 1969. godine u Americi održava festival Woodstock sa sloganom „Peace and love“, a na kojem nastupaju mnoge zvijezde toga vremena – primjerice, Jimi Hendrix, Janis Joplin, Bob Dylan. Godinu dana kasnije izlazi i trostruki LP set prvotno objavljen zajedno s filmom i naslovljen *Woodstock:*

Music from the Original Soundtrack and More ili kraće *Woodstock I* (slika 13).[40] Na naslovnici albuma je mladi par umotan u deku, a oko njih se vide ostali posjetitelji festivala, kao i atmosfera novorazvijene hipi kulture 60-ih. Fotografija je i na primjeru ovog festivala poslužila kao svojevrsni dokument vremena i kao inspiracija dizajneru pri vizualnom oblikovanju popratnog LP izdanja.

4.3. *Hipi* pokret i počeci manipulirane fotografije

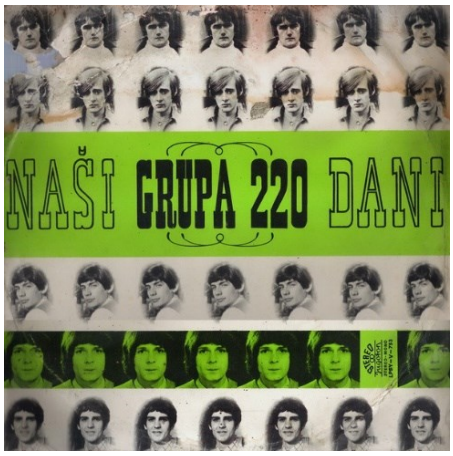
Hipi pokret javlja se sredinom 60-ih godina u San Franciscu i ubrzo se širi svijetom. Predstavljao je potragu za mirom i ljubavlju, u kontrastu prema militarizmu, ponajprije američkom vojnom angažmanu u Vijetnamu koji je svakodnevno bio globalna tema. Užasi rata koji su Amerikanci vodili na drugom kontinentu, u kontekstu borbe protiv komunizma i hladnoratovskih previranja, ostavili su trag na ljudima (pogotovo na mladima) te se javlja potreba za širenjem mira i stvaranjem drugačijeg društva, kroz snažan otpor američkoj službenoj politici i stilu života. Muzika, dakle, nije samo pružala bijeg od surove realnosti toga vremena, nego je bila pokretač promjena i rasadnik revolucionarnih ideja. Osim toga, u potrazi za unutarnjim mirom mladi eksperimentiraju s drogama te dolazi do popularizacije psihodeličnih droga koje potiču halucinogena stanja. Nastaje nova generacija mladih tzv. hipiji, a osnivaju se i festivali hipi kulture diljem Amerike (npr. spomenuti Woodstock). Kako se društvena klima mijenjala, tako se mijenjala i glazba – a samim time i vizualno oblikovanje omota gramofonskih ploča. Na omotima albuma iz tog vremena tako nalazimo odraz utjecaja psihodelija i povećanu apstrakciju. Veći naglasak stavljen je na boje, a fotografija postaje podložna raznim manipulacijama, sve s ciljem prijenosa određene poruke publici. To više nije jednostavni fotoportret glazbenika na kakav smo navikli početkom 60-ih godina – sada je to manipulirana fotografija, često s elementima fotomontaže. Takve tehnike manipulacije

fotografije bile su popularizirane još u 1950-im godinama pojavom pop arta, a sada se takvo vizualno oblikovanje ponovno aktualizira na omotima gramofonskih ploča sredine 1960-ih godina.

[40] Usp. Gundersen, *Meet the Couple on the Iconic Woodstock Album Cover*, https://www.aarp.org/politics-society/history/info-2019/woodstock-album-cover-couple.html (pregledano 29. lipnja 2021.)



Slika 14 - Album *Are You Experienced*, Jimi Hendrix, 1967. g., Reprise Records



Slika 15 - Album *Naši dani*, Grupa 220, 1968. g., Jugoton

Jedan od najboljih primjera kompleksnosti i korištenja vizualnih efekata - gdje omot postaje istovrijedan glazbenom sadržaju albuma, tvoreći audiovizualno iskustvo, jest album *Are You Experienced* Jimija Hendrixa iz 1967. godine (slika 14). Album je prvotno izašao u Velikoj Britaniji s jednostavnom portretnom fotografijom benda, a onda je za američko tržište nastao ovaj – više psihodelični dizajn. Dizajner i autor fotografije na naslovnici albuma je Karl Ferris – poznati britanski fotograf i inovator u polju psihodelične fotografije. Osim dizajna za Jimija Hendrixa, poznat je i po suradnjama s britanskim glazbenicima toga vremena – primjerice, s Ericom Claptonom ili grupom Cream.[41] Pri obradi fotografije koristio je leću ribljeg oka (eng. *fish-eye lens*), kružni print i infracrveni negativ za naglašavanje boja – dajući naslovnici albuma psihodelični efekt. Dodatni psihodelični efekt postignut je i specifičnim oblikovanjem teksta koji okružuje fotografiju - ljubičasta slova na svijetložutoj pozadini - koji će postati jedan od simbola kako Hendrixa tako i njegove muzike. Tu vidimo razliku u tretmanu teksta i tipografije od, primjerice, razdoblja kraja 50-ih i početka 60-ih, gdje je tekst bio nevješto uklapan, često potpuno neovisno o fotografiji. Ovdje tekst definira fotografiju i oblikovan je u skladu s estetikom psihodelije toga doba.

Na području Jugoslavije utjecaje hipi pokreta najbolje vidimo na primjeru Grupe 220, koja je 1968. izdala album *Naši dani* koji se smatra prvim rock albumom na našim područjima (slika 15). Janjetović navodi da tim činom formalno završava i borba za establišment rock glazbe, koja postupno postaje integralni dio jugoslavenstva kao takvog, u godinama što dolaze, u

[41] *Cover Story - Jimi Hendrix Experience's "Are You Experienced?", with photography by Karl Ferris*, https://rockpopgallery.typepad.com/rockpop_gallery_news/2008/02/cover-story---j.html (pregledano 29. lipnja 2021.)

kontekstu jednog naroda i jedne države.[42] Taj album ujedinio je šlagere i rock glazbu, naše zabavne festivale i svjetske rock festivale te time smanjio glazbeni jaz između omladine i starije generacije. Bilo je to ujedno i prvi put da je Jugoton odlučio izdati cijeli LP s autorskim pjesmama nekog domaćeg rock izvođača.[43] Za vizualno oblikovanje omota albuma zaslužan je Drago Mlinarec – autor većine tekstova i pjevač Grupe 220. Na omotu se nalaze portretne fotografije članova benda, umnožene i raspoređene tako da je teško prepoznati original – analogno Warholovoj tehnici „umnožavanja". Također, vidljivi su utjecaji pop arta kroz preispitivanje statusa fotografske kopije i originala. Korištenjem tehnika manipulacije i fotomontaže stvorena je serija istovjetnih fotografija različitih boja i nijansi. Također, tipografija i tekst na omotu posebno su dizajnirani - kao i na spomenutom albumu Jimija Hendrixa – po uzoru na stil psihodelije koji je bio popularan sredinom i krajem 60-ih. To je razdoblje u kojem se u Jugoslaviji – kao i u svijetu - kreće s otvorenijim pristupom različitoj glazbi, dolazi do razvoja različitih žanrova i podžanrova, a vizualno oblikovanje omota gramofonskih ploča postaje sve kompleksnije i raznovrsnije.

4.4. Fotomontaža i grafički dizajn

Krajem 60-ih godina omoti gramofonskih ploča i dalje su bili jedina vizualna (re)prezentacija glazbenika na tržištu i stoga i te kako zaslužni za njihovu popularizaciju kod publike. Postalo je jasno koliko je vizualno oblikovanje bitno pa se upravo tome pridavalo sve više pažnje. Omoti su poprimali sve kompleksnije forme, a fotografija na njima postajala je sve složenija.

U svijetu je vladao mladalački bunt, a taj bunt pratila je i glazba koja je postajala sve agresivnija i revolucionarnija. Pojavljuju se i bendovi koji se smatraju pretečom punka – žanra koji će svoje vrhunce doživjeti sredinom 1970-ih. Jedan od tih bendova je MC5, koji je 1969. godine izdao album *Kick Out The Jams* (slika 16). Fotografija se prostirala prednjom i stražnjom stranom albuma, čime je omot tretiran kao cjelina - što nije bilo uobičajeno u ranijim razdobljima. Za fotografiju na omotu zaslužan je Joel Brodsky – američki fotograf koji je dizajnirao omote za grupe poput The Doors ili The Kiss, a koji je sve snimio uz pomoć jednog fotoaparata.[44] Vizualno oblikovanje omota postignuto je korištenjem fotomontaže, a fotografije su snimljene tijekom jednog od *live* koncerata. Na omotu albuma prisutni su različiti slojevi pa tako, osim

[42] Janjetović, 2011., 155.
[43] Usp. Interview: Drago Mlinarec – legendarni rocker na obali Sutle, https://www.nacional.hr/interview-drago-mlinarec-legendarni-rocker-na-obali-sutle/ (pregledano 29. lipnja 2021.)
[44] Usp. *Kick out the jams LP cover artist: Joel Brodsky*, https://www.detroitrocknrollmagazine.com/2014/01/kick-out-jams-lp-cover-artist-joel.html (pregledano 29. lipnja 2021.)

članova benda, možemo razaznati i publiku koju su činili većinom mladi. Zanimljivo je također kako su im zamućena lica, čime je onemogućena njihova identifikacija, a takav efekt postignut je korištenjem kista. Tekst je tipografski oblikovan po uzoru na psihodeliju i popularan *Hippie* font slova. Iako se bendu dizajn isprva nije svidio, taj omot ušao je u američku povijest i obilježio generaciju mladih željnih promjene, pružajući glazbeno-vizualnu podlogu za bunt koji je obilježio to razdoblje.



Slika 16 - Album *Kick Out The Jams*, MC5, 1969.g., Elektra (prednja i stražnja strana omota)



Slika 17 - Album *Čovjek kao ja*, Arsen Dedić, 1969.g., Jugoton - dizajn: Mihajlo Arsovski / fotografija: Zvonimir Golob

U Jugoslaviji, nakon spomenutog albuma *Naši dani* Grupe 220 (vidi sliku 15), vizualno oblikovanje omota gramofonskih ploča postaje sve prepoznatljivije. Kao i na stranim primjerima, omoti albuma postaju sve kompleksniji, a fotomontaža i grafičko oblikovanje postaju glavna oblikovna sredstva. Jedan od prvih primjera prepoznatljivosti dizajna nalazimo na debitantskom LP-ju Arsena Dedića *Čovjek kao ja* (slika 17). Naslovnicu albuma dizajnirao je 1969. godine Mihajlo Arsovski s fotografijama Zvonimira Goluba.[45] To je jedan od najzapaženijih dizajna Mihajla Arsovskog - jednog od najvećih hrvatskih dizajnera, čiji su radovi definirali put hrvatskog dizajna od kraja 60-ih pa nadalje - a u prilog globalnoj prepoznatljivosti lokalnog dizajna ide i činjenica da se album nalazi u stalnom postavu MoMA-e u New Yorku. Za razliku od dizajnera koji su na sve veći protok informacija reagirali istim metodama, grafičko oblikovanje Arsovskog nedjeljivo je od osobnog stava, kritičke distance i otpora prema konvencijama.[46] Arsovski je na omotu kombinirao Dedićeve fotografije iz različitih razdoblja njegova života, ali je uklopio i lica umjetnika koji su tada utjecali na njega poput talijanskog kantautora Gina Paolija.[47] Slično kao i na spomenutom omotu albuma grupe

[45] *Sanja Bahrah-Krištofić: Jugoton – Pop-kultura istočno od raja*, https://radiogornjigrad.wordpress.com/2016/01/05/sanja-bahrah-kristofic-jugoton-pop-kultura-istocno-od-raja/ (pregledano 29. lipnja 2021.)
[46] Galjer, 2010., 9.
[47] *Velika počast / Omot prvog Arsenovog albuma u zbirci slavnog njujorškog muzeja MoMA*,

MC5 (vidi sliku 16), fotografije su postavljene tako da tvore cjelinu – koja je dekonstruirana s puno detalja i oblikovno složenih kompozicija. Kod ovakvog oblikovanja značajnija je vizualna atraktivnost omota - na kojem vidimo utjecaje konstruktivizma i dadaizma - a sam omot u svoj svojoj kompleksnosti također prenosi određenu priču i poruku.[48] Stoga taj album predstavlja jedan dokument vremena – samostalan koncept i pravo umjetničko djelo – a takva praksa u tretiranju vizualnog oblikovanja omota potpuno će se razviti 70-ih godina, o čemu će biti riječi u nastavku.

5. Vizualno oblikovanje omota gramofonskih ploča 1970-ih

Umjetnost albuma kao koncept bila je novost krajem 1960-ih, no kako je zapravo došlo do razvoja umjetnosti oblikovanja albuma? Budući da su se mnoge glazbene ploče mogle povoljno kupiti u prodavaonicama, pristup umjetnika omotu ploča mogao bi se protumačiti kao pokušaj odolijevanja ograničenjima koja svijet umjetnosti nameće.[49] Umjetnost albuma pratila je glazbu i društvenu situaciju – glazba je postajala eksperimentalnija i kontroverznija, a dizajneri su svoje naslovnice prilagođavali tom duhu.

Početkom 1970-ih diskografska industrija bila je u usponu i uslijedilo je najplodonosnije razdoblje u kontekstu vizualnog oblikovanja omota gramofonskih ploča. Također, to razdoblje karakterizira sve više *live* koncerata i razvoj velikih svjetskih turneja kakve danas poznajemo. Zahvaljujući svojevrsnoj eksploziji marketinške industrije, pojavili su se mega popularni bendovi – poput Pink Floyda ili Led Zeppelina – koji su zahvaljujući velikoj naklonosti publike uživali svjetsku slavu. Sve to omogućilo je glazbenicima da slobodnije pristupe stvaranju glazbe i budu otvoreniji za eksperimente. Kako su albumi postajali sve kontroverzniji i intrigantniji, tako je i vizualno oblikovanje tih istih albuma postajalo složenije, a kršenje ustaljenih normi privlačilo je dizajnere omota. Stoga u ovom razdoblju vizualno oblikovanje karakteriziraju eksperimenti s formatom - puno dvostrukih korica, naljepnice, izrezi, trostruki nabori i dr.[50] Razvio se koncept „dramatičnih“ omota albuma, a fotografske kompozicije postajale su sve avangardnije i izložene dekonstrukciji. Time je nestala jednostavna fotografska portretistika i otvorio se put „slikama u pokretu“, odnosno apstrakciji.

https://net.hr/danas/kultura/velika-pocast-omot-prvog-arsenovog-albuma-u-zbirci-slavnog-njujorskog-muzeja-moma-8fdc94c6-b1cb-11eb-82ff-0242ac14004d (pregledano 29. lipnja 2021.)

[48] U slučaju Arsenova albuma, ta priča nam govori o usponu jednog glazbenika – od najranijeg djetinjstva pa sve do adolescencije i profiliranja na glazbenoj sceni.

[49] Spampinato, 2017., 114.

[50] Lopez Medel, 2014., 4.

Sredinom 1970-ih dolazi do razvoja *punka* – novog pokreta i žanra u glazbi koji je proizišao iz želje za promjenom i dekonstrukcijom ustaljenih društvenih normi. Vizualno oblikovanje pratilo je bunt glazbe pa se tako na omotima punk albuma često nalaze slike ili tipografija otrgnuta iz novina – kao suprotnost konvencijama dizajna i s ciljem odašiljanja određene političke poruke. Iz punk estetike došlo je do razvoja estetike novog vala (eng. *new wave*). Punk je otvorio put za eksperimente i više umjetnički pristup omotima albuma, dok je grafika vizualnog oblikovanja punk albuma bila provokativna, od izrezanih papira i kolaža, novovalni omoti albuma bili su inovativniji, stilizirani i sofisticiraniji, često s elementima futurizma.[51]

Takav razvoj mnogih paralelnih pokreta i glazbenih žanrova doveo je do toga da krajem sedamdesetih i kroz osamdesete godine glazbena produkcija i dizajn omota ploča – kako navodi Galjer – gube središte, a nepostojanje vodećih tendencija u grafičkom oblikovanju manifestira se u paralelnoj zastupljenosti sve brojnijih vizualnih iskaza.[52] Dizajn više nema samo isključivo formalni smisao, nego predstavlja višeznačnu cjelinu s mogućnošću različitih interpretacija. Promjena u vizualnom oblikovanju omota prisutna je kod većine glazbenih pravaca, a predstavlja određeni bunt protiv uobičajenih marketinških strategija. Također, format albuma postao je sredstvo te pobune. Tako, primjerice, punk kultura svoj bunt prikazuje izdavanjem singlica i njihovom ponovnom popularizacijom. U popularnoj glazbenoj industriji sedamdesetih bio je cijenjen LP format s više pjesama, u svrhu promocije izdavačke kuće, pa je odabir kraćih singlica u kontekstu punka imao za cilj slanje poruke i svojevrsnu kritiku društva.

Bitno je naglasiti i da se u ovom razdoblju sve više pažnje posvećivalo dizajnerima i ostalima koji sudjeluju u procesu vizualnog oblikovanja omota. Tako dolazi do formiranja dizajnerskih kolektiva, od kojih je najpoznatija britanska skupina Hipgnosis, specifična po tome što je i prije razvoja danas dostupnih tehnoloških mogućnosti (poput Photoshopa) eksperimentirala s medijima i pokrenula revoluciju u dizajnu omota albuma. I na području Jugoslavije dolazi do formiranja prepoznatljivih dizajnera u kontekstu vizualnog oblikovanja omota gramofonskih ploča – pa se tako, primjerice, izdvajaju Dragan S. Stefanović ili Mirko Ilić, s popularnim dizajnerskim rješenjima koja prate svjetske trendove, ali ih svojom autentičnošću i nadilaze. Fotografija na omotima se mijenja, žanrovi se preklapaju, a manipulativne tehnike na određenim omotima dovele su medij fotografije do stadija neprepoznatljivosti.

[51] Usp. McKnight-Trontz, 2005., 8.
[52] Galjer, 2014., 38.

5.1. Portretna fotografija

Kako se mijenja društvo tako se mijenja i pristup fotografiji. U slučaju portretne fotografije, njezin je cilj 1960-ih bio prikazati glazbenika i njegov imidž te tako stvoriti određenu sliku o njemu kod publike. Za razliku od 1960-ih godina, u 1970-ima portretna fotografija se razvija u pravu umjetničku formu. Cilj fotografa bio je uhvatiti osobnost izvođača, odnosno prikazati emocije i karakter. U tome mu je pomagalo korištenje različitih efekata, kao i stvaranje kontrasta između svijetla i sjene - čime bi portreti dobili dodatnu emocionalnu vrijednost. Naglasak je na dramatičnosti i ekspresijama lica – nema više jednostavnih portreta, sada su to portreti kojima je cilj uhvatiti trenutak. O popularnosti nekih od portreta najbolje govori činjenica da su do dan danas neki od omota zadržali kultni status u svijetu dizajna.



Slika 18 - Album *Horses*, Patti Smith, 1975.g., Arista



Slika 19 - Album *Dnevnik jedne ljubavi*, Josipa Lisac, 1973.g., Jugoton

Debitantski album *Horses* američke glazbenice Patti Smith (slika 18) predstavlja jedan od takvih omota, a primjer je korištenja portretne fotografije u vizualnom oblikovanju omota gramofonskih ploča. Album je objavljen 1975. godine, u doba kada je punk vladao američkom scenom, stoga ne čudi njegov, za ono vrijeme, kontroverzan dizajn. Osim velike popularnosti glazbe na albumu i društveno angažirane mješavina govora i pjevanja, veliku popularnost stekao je i sam dizajn omota. Crno-bijela fotografija na omotu prikazuje Patti Smith u stojećem položaju, naslonjenu na zid. Ljepota te fotografije leži u istinskom trenutku, ljubavi i pogledu koji su uhvaćeni objektivom, a u prilog tome ide i činjenica da je autor fotografije Robert Mapplethorpe, poznati američki fotograf i ljubavnik Patti Smith.[53] Velika pažnja pri izradi fotografije bila je usmjerena prema što boljem prenošenju emocija i postizanju efektnog odnosa

[53] Usp. Whatley, *The Cover Uncovered: The purity of Patti Smith's pioneering punk album „Horses“*, https://faroutmagazine.co.uk/patti-smith-horses-cover-robert-mapplethorpe/ (pregledano 29. lipnja 2021.)

između svjetla i sjene. Tako je postignuta željena punk estetika, koja je dodatno naglašena odjećom - crnim odijelom i bijelom košuljom. Portret žene u muškom odijelu bio je kontroverzan za tadašnje vrijeme, što je albumu dalo dodatnu vrijednost u kontekstu preispitivanja društvenih, pa tako i rodno-spolnih odnosa i identiteta. Tipografija na omotu je jednostavna, a sav naglasak stavljen je na fotografiju.

U Jugoslaviji, slično tretiranje portretne fotografije nalazimo na omotu debitantskog albuma Josipe Lisac *Dnevnik jedne ljubavi* iz 1973. godine (slika 19). Dizajn omota u monokromnom tisku, kao i fotografija glazbenice, djelo su fotografa Joze Ćetkovića. Također, taj album često se naziva jednim od prvih rock albuma hrvatske i ex-YU glazbene scene[54] - uz spomenuti album *Naši dani* Grupe 220 (vidi sliku 15). Crno-bijela fotografija na omotu prikazuje svu ekspresivnost lica i vizualno nadopunjuje dramatični ljubavni sadržaj albuma. Tipografija omota je reducirana samo na ime i prezime autorice, a za razliku od 1960-ih i često nevještog uklapanja teksta, ovdje je tekst vješto uklopljen unutar fotografije i stiliziran - kako bi naglasio cjelinu i upotpunio dojam. Ovim albumom Josipa Lisac, s mnogim tadašnjim popularnim glazbenicima – primjerice, svoj doprinos izradi albuma dali su Karlo Metikoš i Zdenka Kovačiček - spojila je popularne šlagere 1960-ih s popularnim američkim rock zvukom te tako uvela moderna strujanja na jugoslavensku glazbenu scenu.

5.2. Fotomontaža – vizualno oblikovanje kao koncept

Nakon šezdesetih i dominacije fotografija glazbenika na omotima gramofonskih ploča, u sedamdesetima se ta tendencija mijenja. Sve je više omota na kojima se likovi glazbenika zamjenjuju drugim vizualnim elementima koji služe kao kodirana poruka. Iako su ti koncepti svi različiti po formalnim odlikama, moguće ih je povezati pod jedinstvenu kategoriju koja označava tendenciju da se kroz vizualne prikaze mistificira autor, da se kreiraju mitovi ili pokreću narativi.[55] Takvo odsustvo fotografije glazbenika pri vizualnom oblikovanju omota predstavlja još jednu vrstu bunta protiv rastuće industrije zabave i društvene propagande. Nastaju konceptualni albumi koji poprimaju oblik prave umjetničke cjeline – nude publici svojevrsni audiovizualni doživljaj. Pri izradi omota koriste se fotografske tehnike manipulacije i fotomontaže, s ciljem što neposrednijeg prijenosa koncepta, poruke i značenja

[54] Usp. Dragaš, *40 godina „Dnevnika jedne ljubavi" Josipe Lisac: Najfascinantniji debi u povijesti hrvatske glazbe,* https://www.jutarnji.hr/kultura/glazba/40-godina-%E2%80%98dnevnika-jedne-ljubavi%E2%80%99-josipe-lisac-najfascinantniji-debi-u-povijesti-hrvatske-glazbe-1065380 (pregledano 29. lipnja 2021.)
[55] Usp. Nikolić, 2020., 63.

Novi pristup vizualnom oblikovanju omota gramofonskih ploča najbolje se vidi u radu ranije spomenute britanske skupine Hipgnosis. To je jedna od najutjecajnijih dizajnerskih grupa u kontekstu oblikovanja omota albuma, s obzirom na to da je dizajnirala više od 200 omota albuma za popularne glazbenike (npr. za Pink Floyd i Led Zeppelin) i tako utjecala i na mnoge dizajnere s područja Jugoslavije. Skupina Hipgnosis razvila je koncept „dramatičnih" omota albuma. Njihov pristup dizajnu krenuo bi od fotografije i primijenjenih tehnika – u tamnoj komori – a proces izrade omota albuma započinjao bi razgovorom s glazbenicima i razmjenom ideja. Cilj njihovih oblikovnih postupaka bio je što bolje komplementirati glazbu i uklopiti dizajn uz naslov albuma. Specifičnost u radu grupe Hipgnosis bila je i u tome što je svaka ideja za omot bila „oživljena" u obliku fotografije na otvorenom. Međutim, iako fotografija leži u srži gotovo svakog dizajna grupe Hipgnosis, ona je često manipulirana do neprepoznatljivosti ili sami motivi na njoj daju osjećaj nesigurnosti. Tipografija je na omotima minimalna, a ponekad uopće nije prisutna. Ako je tipografija ipak prisutna, onda ima svrhu preispitivanja dizajna i odašiljanja jasne poruke. Koliko je ta poruka znala biti snažna, najbolje pokazuje album *XTC* grupe Go 2 iz 1978. godine – na kojem se nalazi svojevrsni esej u svrhu problematiziranja funkcije omota albuma u kontekstu potrošačkog društva. Dio teksta s omota glasi:

"Ovo je OMOT PLOČE. Ovo pisanje je DIZAJN na omotu ploče. DIZAJN pomaže da se ploča PRODAJE. Nadamo se da ćemo privući tvoju pažnju na nju i ohrabriti te da je uzmeš.... Mi ti bar govorimo direktno, umesto da te zavodimo pomoću lepih ili proganjajućih prikaza koji ti to nikada ne bi rekli. Mi ti kažemo da bi trebalo da kupiš ovu ploču jer je ona u suštini PROIZVOD a PROIZVODI treba da se konzumiraju a ti si konzument a ovo je dobar PROIZVOD..." – s tim da su istaknute riječi vizualni element koji ima funkciju naglašavanja poruke teksta.[56] Tako je publika mogla i samo letimično uhvatiti glavnu poruku omota, zahvaljujući upravo vizualno naglašenim riječima. Iako pri vizualnom oblikovanju tog albuma nije korištena fotografija kao medij komunikacije, ova problematika provlačit će se kroz vizualno oblikovanje tijekom 1970-ih i bitno ju je spomenuti u kontekstu ovog rada. Sve navedeno ide u prilog činjenici da su omoti gramofonskih ploča, u razdoblju sedamdesetih, imali sposobnost svojim konceptom utjecati na svakodnevicu – ali i predstavljati svojevrsni odraz te iste svakodnevice i društva u cjelini.

[56] Usp. Isto. 44.



Slika 20 - Album *Ummagumma*, Pink Floyd, 1969. g., Harvest – dizajn: grupa Hipgnosis



Slika 21 - Album *Mrtvo More*, Korni grupa, 1975. g., PGP RTB, – dizajn: Dragan S. Stefanović

U kontekstu vizualnog oblikovanja omota albuma, najpoznatija suradnja bila je ona grupe Hipgnosis s glazbenicima iz grupe Pink Floyd. Svojim psihodeličnim rock zvukom, filozofskim tekstovima, inovativno koncipiranim omotima i efektnim *live* nastupima grupa Pink Floyd pokrenula je svojevrsnu revoluciju u glazbi. Svi albumi Pink Floyda sadrže prepoznatljiva umjetnička djela. Većina naslovnica ne sadrži fotografske prikaze članova benda, a mnogi ne sadrže naziv benda ili bilo koji tekst.[57] Suradnja članova grupe Hipgnosis s grupom Pink Floyd proizišla je iz prijateljstva i omogućila nastanak omota albuma koji će ući u povijest. Stoga, primjer korištenja fotografije kao koncepta kod vizualnog oblikovanja omota gramofonskih ploča, možda najbolje vidimo na albumu *Umugamma* iz 1969. godine (slika 20) – koji je ujedno i posljednji album grupe Pink Floyd na kojem su bili prikazani članovi grupe i treći omot benda na kojem su radili članovi grupe Hipgnosis. Taj album stoga najavljuje 1970-e i tendenciju stavljanja naglaska na konceptualno značenje, umjesto koncentracije na predstavljanje glazbenika. Iako su članovi benda prikazani, oni nisu protagonisti, tj. pažnja nije usmjerena na njih. Ideja je bila postići svojevrsni optički efekt – prikazana je fotografija prostorije u kojoj je obješena slika koja prikazuje sobu u kojoj opet slika koja prikazuje sobu u kojoj je slika itd. Prizor je time fascinantan i nadrealan: fotografija unutar fotografije unutar fotografije. Ono što ovaj omot razlikuje od sličnih dizajna jest činjenica da dok svaka fotografija zadržava isti oblik, njezini se subjekti premještaju s jedne na drugu stranu fotografije. Ovaj omot primjer je fotografske izvrsnosti, igranja sa svjetlosnim efektima i perceptivnim varkama. Također, ako se pobliže pogleda posljednja, šesta sliku na zidu, na zidu se nalazi dizajn omota albuma *A*

[57] Vidi u: *Hipgnosis - Storm Thorgerson, Aubrey Powell and beyond*. http://www.hipgnosiscovers.com/ (pregledano 29. lipnja 2021.)

Saucerful Of Secrets – prvog albuma Pink Floyda na kojem je sudjelovala grupa Hipgnosis. Utjecaj grupe Hipgnosis ubrzo se proširio i izvan Velike Britanije, a inspiraciju u njihovim omotima pronašao je i Dragan S. Stefanović – jedan od prvih priznatih jugoslavenskih dizajnera u razdoblju 1970-ih godina.

Na području Jugoslavije 1970-e godine bile su vrijeme stvaranja prvih velikih rock bendova, ali i vrijeme djelovanja prepoznatljivih lokalnih dizajnera. Pojava omota Dragana S. Stefanovića, sarajevskog fotografa i svjetski priznatog dizajnera, definirala je i dovela novitete u jugoslavenski kontekst vizualnog oblikovanja omota gramofonskih ploča. On je po uzoru na svjetske trendove dizajnirao brojne omote albuma, među kojima se ističu suradnje s Bijelim dugmetom, Korni grupom, grupom Time i Indeksima. U svom radu prilagođavao je pristup i izričaj ovisno o tome s kojom bi i kakvom grupom surađivao, ali uvijek nastojeći uobličiti duh i karakter muzike koju su svirali.[58] Njegov dizajn predstavljao je koncept (poput onog skupine Hipgnosis) u kojem se umjetnost preklapala s glazbom, tvoreći cjelovito audiovizualno iskustvo. Omot je za njega imao funkciju nagovještaja glazbe s albuma. Uglavnom se koristio modernom tehnologijom, napose fotografijom i fotomontažom, međutim koncepcija i kompozicija često su imale i slikarsku kvalitetu.[59] Njegovi omoti bili su presudni za jugoslavenski dizajn i pokazatelji činjenice da atraktivnost omota ne ovisi toliko o promociji lika zvijezde na omotu – što je prije bila uobičajena praksa - nego da i drugi vidovi umjetnosti mogu pridonijeti vizualnoj koncepciji albuma. Primjer visokokvalitetnog dizajna na kojem možemo uočiti spomenute karakteristike vizualnog oblikovanja Dragana S. Stefanovića je album Korni grupe *Mrtvo More* iz 1975. godine (slika 21). Tim pomalo morbidnim omotom Stefanović je nastojao unijeti dašak novog na jugoslavensku scenu i u tome je uspio. Naoko čudna, mračna i mistična kompozicija šokirala je tadašnju publiku. Pri izradi omota albuma Stefanović se vodio glazbom i filozofijom samog benda – koji su za to vrijeme i za naše prostore bili suviše eksperimentalni, s konstantnim probijanjem granica popularnog - po uzoru na svjetski rock i psihodeliju. Nakon dva objavljena studijska albuma, album *Mrtvo more* bio je oproštajnog karaktera i najava raspada Korni grupe. S obzirom na to i vizualno oblikovanje omota albuma bilo je usklađeno s okolnostima njegova objavljivanja. Kako navodi Stefanović u jednom od svojih intervjua: „Zato smo uzeli jedan sanduk, jednu učmalu sredinu, jedno 'mrtvo more' i smjestili u nju jedan čamac koji pluta i udara u okove toga svijeta. Kako se radilo o memorijalnom albumu, o svojevrsnoj sahrani, upotrijebio sam kao okvir svega jedan mrtvački

[58] *Dragan S. Stefanović*, https://mrezadizajna.com/autor/dragan-s-stefanovic (pregledano 29. lipnja 2021.)
[59] Isto.

sanduk."[60] Fotografija na omotu pomno je smišljana – nastala je na otvorenom, a razni detalji prisutni na omotu posloženi su tako da tvore cjelinu.

Kao i dizajn grupe Hipgnosis (vidi sliku 20), dizajn Stjepana S. Stefanovića predstavljao je svojevrsni višeznačni koncept, s elementima fotomontaže i manipulacije fotografijom. Cilj je da se u toj cjelini potencijalni slušatelj nakratko izgubi, pronalazeći različite segmente i samostalno tvoreći različita značenja. To je bila novost koju su donijele sedamdesete u kontekstu tretiranja fotografije na omotima gramofonskih ploča, a u godinama koje slijede taj će se koncept produbljivati te poprimati još različitije oblike i značenja.

5.3. Nadrealizam i fotografija

Nadrealistička fotografija još je jedan od žanrova koji se od 1970-ih počinju pojavljivati na omotima gramofonskih ploča. Ljudi su, poučeni psihodeličnim iskustvima, počeli tražiti inspiraciju u svijetu mašte – izvan granica realnog. Inače vjerodostojni prikazi sada poprimaju oblik fantastičnih snova i nadrealističkih kompozicija. Fotografi se pri vizualnom oblikovanju omota koriste kombiniranjem različitih, često nespojivih elemenata, kako bi stvorili iznenađujuće kompozicije iz svijeta mašte. Izvor takve prakse nalazimo u nadrealističkom pokretu s početka 20. stoljeća i u djelima slikara poput Renéa Magrittea ili Salvadora Dalija. Budući da su 1970-e bile obilježene borbom protiv ustaljenih normi i restrikcija društva, korištenje nadrealističkog oblikovanja pri izradi omota gramofonskih ploča javilo se kao očekivana nuspojava. Nadrealizam je pružio svojevrsni bijeg od realnosti, ali i pomogao u prijenosu društveno-angažirane poruke – naglašene potrebe za oslobođenjem društva od ograničavajućih i represivnih utega svakodnevice.

Primjere nadrealizma u kontekstu vizualnog oblikovanja omota nalazimo ponovo u dizajnima britanske skupine Hipgnosis.[61] Primjeri njihovog oblikovanja za albume grupe Pink Floyd pratili su glazbenu podlogu, a nadrealizam se vizualno savršeno uklapao uz psihodelični i magični zvuk benda. Kako medij fotografije omogućava poigravanje sa stvarnošću, najbolje možemo vidjeti na omotu albuma *Wish You Were Here* iz 1975. godine (slika 22). Tipičan prizor poslovnog rukovanja dvojice poslovnih ljudi magritteovski je pomaknut u sferu nadrealnog činjenicom da je jedan od muškaraca u plamenu.[62] Pri izradi ovog omota albuma grupa Hipgnosis nastojala je što bolje prikazati prazninu i osjećaj nepoznatog i beskonačnog,

[60] *Dragan S. Stefanović: Kako su nastali najpoznatiji omoti ploča Bijelog dugmeta, Čolića, Korni grupe...*, http://www.yugopapir.com/2014/12/dragan-s-stefanovic-slikar-i-dizajner.html (pregledano 29. lipnja 2021.)
[61] Već spomenute u kontekstu ovog rada.
[62] Valentić, 2018., 61.

koje je sveprisutno u glazbi s albuma. Rukovanje tu predstavlja praznu gestu, bez smisla ili svrhe. S druge strane, plamen predstavlja vizualizaciju tendencije ljudi da ostanu emocionalno povučeni (ili odsutni) zbog straha da će se "opeći". Tu nije korištena fotomontaža ni bilo koji dugi fotografski trik, već je riječ o autentičnoj snimci na kojoj je kaskader uistinu gorio.[63] To svakako pokazuje koliko se 1970-ih pažnje pridavalo izradi omota albuma, od unajmljivanja glumaca do nabave opreme – omoti albuma predstavljali su vizualno složenu kompoziciju i pokazivali da je vrijednost albuma nešto više od same glazbe.



Slika 22 - Album *Wish You Were Here*, Pink Floyd, 1975.g., Harvest – dizajn: grupa Hipgnosis



Slika 23 - Album *Ne Cvikaj Generacijo*, Atomsko sklonište, 1978.g., RTV Ljubljana – dizajn: Ivan Obrovac

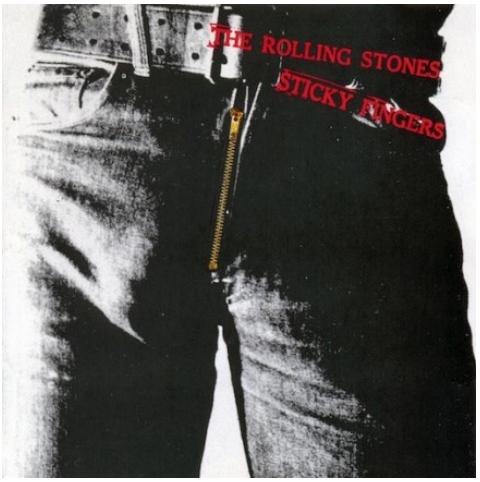
Primjere poigravanja sa stvarnošću nalazimo i na prostorima Jugoslavije. Debitantski album Atomskog skloništa *Ne cvikaj generacijo* iz 1978. godine (slika 23) svojim dizajnom omota svakako spada u kategoriju nadrealnog. Glazba na albumu bavila se političkom, socijalnom i anti-ratnom tematikom, a nadrealističko oblikovanje omota bilo je sredstvo za komunikaciju i prijenos tih poruka. Za dizajn omota zaslužan je Ivan Obrovac – poznati umjetnik i grafički dizajner iz Pule. Na omotu je fotografija lica djeteta okruženog nadrealističkim motivima – kao da polako nestaje u vrtlogu različitih svjetlosnih kontrasta i boja. Takav prikaz lica simbolizira zemaljsku kuglu, dok vrtlog oko njega predstavlja svojevrsnu opasnost koja vreba sa svih strana.[64] To su te političke i društvene okolnosti o kojima glazba na albumu progovara. Također, okvir tog prikaza čini 46 zastava država iz raznih dijelova svijeta, a jedina koja vijori je zastava tadašnje SFRJ.[65] Naglasak na lokalnoj sredini ne čudi, a ovakvo pomalo prikriveno ukazivanje na društvene probleme tipično je za razdoblje 1970-ih. Fotografija je poslužila kao ishodišna

[63] Baraban, 2015., 9.
[64] Usp. *Na današnji dan: Atomsko sklonište – 'Ne cvikaj generacijo' (1978.),* https://trecisvijet.com/na-danasnji-dan-atomsko-skloniste-ne-cvikaj-generacijo-1978/ (pregledano 29. lipnja 2021.)
[65] Isto.

točka takvog načina komunikacije, predstavljajući vizualno sredstvo podložno eksperimentiranju – što će se pokazati itekako bitnim kod novih revolucionarnih pokreta poput punka i novog vala.

5.4. Provokativna fotografija

Svojevrsna najava tih revolucionarnih kulturnih pokreta bila je i provokativna fotografija. Općenito, provokativna fotografija može se pojavljivati u raznim oblicima, ovisno o vremenu i okolnostima nastanka. Pod „provokativnim“ u kontekstu fotografije 1970-ih podrazumijevamo fotografski stil s naglašenim intimnim, senzualnim ili erotičnim elementima – a koji je predstavljao inovaciju u vizualnom oblikovanju te imao provokativan učinak na publiku i društvo u cjelini. Takav inovativan pristup vizualnom oblikovanju u kontekstu glazbe potpuno je izbacio portretne fotografije lica i zamijenio ih s naoko nespojivim fotografijama dijelova tijela. Takve fotografije često su bile subjektivne prirode i njihovo predstavljanje u javnoj sferi najčešće bi uzrokovalo čuđenje i smatralo se kontroverznim. Upravo takvu reakciju publike očekivali su i autori provokativnih fotografija na omotima gramofonskih ploča, a kako je ta komunikacija tekla te kako je bila prihvaćena od publike, najbolje možemo vidjeti analiziramo li primjere nekih od omota.



Slika 24 - Album *Sticky fingers*, The Rolling Stones, 1971. g., Rolling Stones Records - dizajn: Andy Warhol



Slika 25 - Album *Kad Bi' Bio Bijelo Dugme*, Bijelo dugme, 1974. g., Jugoton – dizajn: Dragan S. Stefanović

Jedan od najpoznatijih albuma američke grupe Rolling Stones *Sticky Fingers* (slika 24) objavljen je 1971. godine, a svojim prepoznatljivim zvukom i specifičnim vizualnim oblikovanjem omota ubrzo je ušao u povijest. Za dizajn naslovnice albuma zaslužan je Andy Warhol – predstavnik američkog pop-arta poznat po svojim kontroverznim radovima koji se opiru društvenom konzervatizmu. Na omotu albuma tako se nalazi jednostavna fotografija međunožja muškarca obučenog u traperice. Osim jednostavne fotografije, željela se postići

određena interaktivnost poruke, a veliki LP format gramofonske ploče to je i omogućio. Tako se na originalnom omotu, osim spomenute fotografije, nalazi i pravi patent zatvarač, koji se mogao otvoriti i tako otkriti unutarnju fotografiju donjeg rublja zlatne boje na kojem je bilo ispisano ime Andyja Warhola.[66]

To je rijedak primjer omota albuma na kojem nalazimo i ime umjetnika, a inovacija je također postignuta korištenjem fotografije u kombinaciji s plastičnim trodimenzionalnim elementima (zip zatvarač). Zip zatvarač nije se pokazao praktičnim jer je izazivao oštećenja na pločama pri izlaganju i prijevozu, tako da je u kasnijim izdanjima bio otvoren do pola kako bi se poklopio s centralnim dijelom ploče ili zamijenjen tiskanom verzijom.[67]

Osim fotografije međunožja, burne reakcije publike izazvalo je i pitanje identiteta fotografirane osobe. U medijima i tisku toga vremena nalazimo razna nagađanja i pokušaje identificiranja, što je dodatno pridonijelo popularizaciji albuma. Tako se još na početku 1970-ih korištenje provokativne fotografije u svrhu vizualnog oblikovanja omota pokazalo itekako dobrom marketinškom strategijom, a takav pristup proširio se i izvan granica Amerike.

Provokativna fotografija na jugoslavenskim omotima albuma 1970-ih bila je novost. Zahvaljujući umjetničkom radu Dragana S. Stefanovića – koji je dizajnirao i ranije spomenuti omot albuma *Mrtvo more* (slika 22) Korni grupe – nove tendencije u sferi dizajna proširile su se i na području Jugoslavije. U tom kontekstu od iznimnog je značaja njegov dizajn za debitantski album Bijelog dugmeta *Kad bi bio bijelo dugme* iz 1974. godine (slika 25). Na naslovnoj stranici omota je fotografija golog ženskog poprsja djelomično skrivenog iza traper-košulje s bijelim dugmetom.[68] Bila je to za ono vrijeme izrazito erotizirajuća fotografija, ali upravo se takva estetika savršeno uklapala u tada prisutnu estetiku rocka. Bila je to jedna od prvih pojava golog ženskog tijela u sferi popularne kulture u lokalnoj sredini, na nečemu tako komercijalnom kao što je omot gramofonske ploče – pa stoga ne iznenađuje negativna reakcija publike u početku. Iako je takav dizajn donio mnoge negativne kritike na račun vulgarnosti, ovaj omot pokrenuo je mnoge rasprave o slobodi izražavanja, a prostor jednog omota gramofonske ploče postao je ujedno i prostor diskusije o kulturi i problematiziranja njezine uloge u društvu.

[66] Usp. Nikolić, 2020., 292.
[67] Isto.
[68] Čelig, *Bijelo dugme – Kad bi bio bijelo dugme (1974.)*, https://novosti.hr/bijelo-dugme-kad-bi-bio-bijelo-dugme-1974/ (pregledano 29. lipnja 2021.)

5.5. Punk i društveno angažirana fotografija

Pojava punka sredinom 1970-ih godina dovela je do raznih eksperimenata i novog oblikovnog tretiranja omota gramofonskih ploča. Bila je to mješavina mladenačkog bunta, političkog neslaganja i želje za društvenim angažmanom. Pokret je počivao na vrijednostima potpunog odbacivanja društvenih dogmi i pravila, vođen impulsom bijesa - s ciljem aktivnijeg i glasnijeg sudjelovanja pojedinaca u kreiranju društva. Uz pankerske poderane antimodne izjave, koje su izazivale šok kod ljudi, ovaj impuls bijesa bio je očigledniji na omotima punk albuma.[69] Omoti albuma nudili su platformu za vizualno izražavanje pa se često pažnja, osim prednjim koricama albuma, pridavala i stražnjoj strani, ali i unutrašnjosti. Tamo su se često, osim fotografija, nalazili i tekstualni zapisi koji su služili kao svojevrsni eseji za širenje kulture i estetike punka. Iako su i prije pojave punka postojale tendencije kreiranja društveno angažiranih omota abuma, pojava (sub)kulture punka omogućila je definiranje novog glazbenog stila i filozofije koja iz njega proizlazi.



Slika 26 - Album *Exile on Main St.*, The Rolling Stones, 1971. g., Rolling Stones Records



Slika 27 - Album *Zabranjeno Plakatirati*, Buldožer, 1977. g., Helidon

Još početkom sedamdesetih, točnije 1971. godine, postojale su naznake punk kulture. To najbolje vidimo na primjeru engleske grupe The Rolling Stones i njihova albuma *Exile on Main St.* (slika 26). Nakon što su šokirali publiku albumom *Sticky Fingers* (vidi sliku 24) ranije iste godine, Stonesi su ovim dizajnom albuma uspjeli ponovno zbuniti publiku. Dizajn omota je za

[69] Usp. Vallen, *A visual survey of early Punk Rock Album Covers*, https://www.art-for-a-change.com/Punk/punka.htm (pregledano 29. lipnja 2021.)

ono vrijeme djelovao kompliciranо i grubo, predstavljao je anti-establišment i samim time svojevrsnu najavu punk kulture prije pojave punka. Zanimljiv je i podatak da je jednu od verzija omota napravio Man Ray – pionir fotografskog medija – međutim, izrada završne verzije pripala je američkom dizajneru Johnu Van Hamersveldu i fotografu Normanu Seeffu.[70] Naime, na naslovnici albuma je mnoštvo crno-bijelih fotografija iz knjige *The Americans* objavljene u 1950-ima, za koje je zaslužan švicarski dokumentarni fotograf Robert Frank, a koje su Stonesi iskoristili pri izradi albuma. Odabir fotografija iz ove knjige ne iznenađuje – jer bila je to knjiga o životu u Americi, s naglaskom na progonstvu ljudi na marginama društva, pa je stoga bila i više nego prikladna dopuna problematici kojom se album bavio. Uz to, na omotu su i fotografije članova benda – duboko skrivene među ostalim fotografijama, tvoreći tako beskonačne mogućnosti interpretacija i značenja. Glazba je za njih bila oružje za borbu protiv svijeta, a omot albuma poslužio je kao vizualna najava [71]

Krajnje odstupanje od društvenih normi i popularne rock kulture na području Jugoslavije vidimo na primjeru grupe Buldožer. Grupa Buldožer postavila je temelje kontrakulture koja će se nastaviti razvijati godinama nakon njihova raspada, a specifični su po tome što su u svoje nastupe uživo uključivali glumačke, performativne i književne elemente kao integralni dio cjelokupnog izraza.[72] Autentičnost njihova umjetničkog i glazbenog izražavanja odražava se i u dizajnu omota albuma. Njihov album *Zabranjeno plakatirati* iz 1977. godine (slika 27) svojim vizualnim oblikovanjem progovara o problemima u društvu. Taj album, zbog društveno-angažiranih tekstova s elementima satire, nije prošao baš najbolje kod publike toga vremena. Na omotu albuma je fotografija dječaka koji ispisuje riječi na plakatima oblijepljenima na ulici. Omot albuma podložan je različitim interpretacijama, a sudeći po audio materijalu na albumu, opisuje tjeskobe frustriranog i buntovnog pojedinca. To je svojevrsni prikaz njegove pobune koja se u tom trenutku i u tom društvu u kojem živi čini – uzaludna. Gledajući iz ove perspektive, taj album (kao i ostali albumi grupe Buldožer) opominje na opasnosti za tadašnji društveno-politički poredak, poziva na aktivno djelovanje te ukazuje na svakodnevne okolnosti i probleme.[73]

[70] *Exile on Main Street*, https://iorr.org (pregledano 29. lipnja 2021.)
[71] Koliko je ovaj album bio značajan u kontekstu razvoja punka i njegove estetike možda najbolje vidimo po izjavi Johna Lydona (pjevača Sex Pistolsa) iz 1984.g. – „Omot albuma *Exile on Main St.* postavio je sliku punka 1975. - taj smo grafički osjećaj koristili za grafičku komunikaciju naše poruke".
[72] *Zabranjeno plakatiranje: Priča o Buldožeru*, http://seecult.net/vest/zabranjeno-plakatiranje-prica-o-buldozeru (pregledano 29. lipnja 2021.)
[73] Usp. Ćirić, 2017., 18.

Navedeni primjeri predstavljaju tek mali segment korištenja fotografije u svrhu komuniciranja društveno-angažirane poruke na omotima albuma u razdoblju 1970-ih. Takva praksa nastavit će se i tijekom 1980-ih godina, iako na drugačiji način i s promjenom stila komunikacije. To se poglavito odnosi na područje Jugoslavije – gdje se pojave punka i novog vala usko vežu uz nezadovoljstvo ljudi i njihovu želju za promjenom ustaljenih društvenih tendencija.

5.6. Najava 1980-ih – crtež i grafičko oblikovanje omota

Krajem 1970-ih i početkom 1980-ih dolazi do hibridizacije vizualnog komuniciranja koje postaje sve više postmoderno i novovalno, a medij fotografije polako silazi sa scene – nakon duge dominacije i žanrovskog kontinuiteta. Dolazi do radikalizacije *punka* s jedne strane i razvoja tzv. *post-punka*, dok se s druge strane razvija novovalni pokret (eng. *new wave*) koji je bio umjereniji i jednostavniji u svom izričaju. Iako je termin novi val označavao globalni pokret, u nekim zemljama došlo je do snažnog regionalnog razvoja novovalnih scena – primjerice, u SAD-u, Velikoj Britaniji i Njemačkoj, ali i u Jugoslaviji. Takva kulturno-glazbena klima dovela je do formiranja mnogih novih bendova na području bivše Jugoslavije – primjerice, Pankrti, Idoli, Električni orgazam i još mnogi drugi – koji su bili potaknuti recepcijom britanskog i američkog punka i tzv. novovalne glazbe.[74] Takva novonastala heterogenost supkulturnih izražajnih oblika imala je alternativnu poziciju u društvu te je predstavljala svojevrsnu nuspojavu nezadovoljstva koje je raslo tijekom cijelog desetljeća.

Osim kulture punka i rocka, na pojavu novovalne glazbe utjecao je i razvoj tzv. *synthpopa* – žanra s naglašenom uporabom sintesajzera i futurističkih vizualnih efekata. Pionirima toga žanra smatra se njemačka grupa Kraftwerk, čiji je zvuk predstavljao svojevrsni kontrast prema punk tradiciji. Ipak, bilo je tu i mnogo sličnosti jer oni su, kao i predstavnici punka, svojom glazbom upozoravali na probleme modernog društva - s naglaskom na preispitivanju uloge radnika u razvijajućem kapitalističkom sistemu, kao i opasnosti koje se nameću razvojem digitalne tehnologije.[75] Kraftwerk je razvio svoju ikonografiju na motivima ruskog konstruktivizma i ispitivanja odnosa prema novim tehnologijama, kako u muzičkom tako i u vizualnom smislu.[76] Primjer toga vidimo kod vizualnog oblikovanja omota albuma *The Man-Machine* iz 1978. godine (slika 28). To je rijedak primjer omota na kojemu još nalazimo fotografiju benda, međutim, ona ima funkciju prenošenja kodirane poruke i stvaranja značenja.

[74] Usp. Prica, 1990., 23.
[75] Tu najbolje vidimo koliko je još 1970-ih, kao posljedica pojave računala i robota, bila preispitivana uloga moderne tehnologije i digitalnog reproduciranja muzike – što je danas dovedeno do krajnjih granica pojavom *autotunea* i *trap* muzike.
[76] Nikolić, 2020., 109-110.

Također, sukladno *cyberpunk* tematici albuma i vizualnim referencama na kibernetiku[77], fotografija i tipografija svoje reference pronalaze u ruskim avangardnim umjetničkim pravcima, točnije u radovima El Lissitzkog.[78] Na omotu su prikazani članovi grupe, bezizražajnih lica koja podsjećaju na robote humanog lika, potpuno isto obučeni, u crvene košulje s crnim kravatama.[79] Kao i kod vizualnog oblikovanja punk omota, i ovdje je prisutno poigravanje s medijem u svrhu konstruiranja različitih značenja i kritike popularne kulture. Iako fotografija leži u srži ovog omota albuma, naglasak je na geometriji i grafičkom oblikovanju.[80] Takav više crtački pristup dizajniranju omota albuma možemo vidjeti i u Jugoslaviji ako pogledamo radove Mirka Ilića ili Joška Marušića – koji nastaju pod utjecajem postmodernističkog diskursa višestruko kodiranih vizualnih jezika.



Slika 28 - Album *The Man-Machine*, Kraftwerk, 1978. g., Capitol Records - uzor: El Lissitzky



Slika 29 - Album *Dolgcajt*, Pankrti, 1980. g., RTV Ljubljana - prednja i stražnja strana omota

Kontekst razvoja novovalnih tendencija u Jugoslaviji povezan je s težnjom mlade generacije k slobodnijem i otvorenijem društvu, kroz preispitivanje granica izražajnosti i ideološke neovisnosti. Zapravo, ono za što se borilo na prosvjedima 1968. godine, postalo je početkom 1980-ih moguće. Ideologija je prepustila mjesto novim supkulturama – omladinski tisak je postajao sve neovisniji od ideologije, organizirali su se brojni koncerti novovalnih bendova diljem Jugoslavije, a studentski centri bili su mjesta širenja nove kulture mladih. Primjerice, Studentski kulturni centar ili SKC u Beogradu, koji je vlast zapravo osnovala nakon studentskih

[77] Primjerice, tom temom se bavi i film *Blade runner* iz 1982. godine.
[78] Reference na rusku avangardu bile su česte u vizualnoj sferi glazbene umjetnosti krajem 70-ih i početkom 80-ih godina. Tako je, primjerice, slovenska grupa Laibach uzor pronašla u Maljevićevom suprematizmu. Koliko je ta umjetnost utjecala na njihovo stvaralaštvo govori i činjenica da su za logo grupe odabrali crni križ na bijeloj pozadini – motiv koji su preuzeli iz Maljevićevog slikarstva.
[79] Isto. 135.
[80] Ovdje se konkretno radi o primjeni litografske tehnike.

demonstracija 1968. godine u pokušaju da proširi vidike socijalističke omladine, bio je domaćin mnogim velikim koncertima novog vala ranih 1980-ih.[81]

U sferi vizualnog oblikovanja na prostoru Jugoslavije krajem 1970-ih postojale su dvije struje – obje sjedinjene u novovalnom pokretu. Jedna struja bila je povezana s post-punk pokretom - čiji su najznačajniji predstavnici slovenski bendovi Buldožer i Pankrti - dok je druga struja bila bliža pop kulturi i novovalnoj jednostavnosti. Fotografija se kao medij vizualnog oblikovanja zadržala u oblikovanju omota punk albuma, dok su se, s druge strane, s dolaskom osamdesetih razvijali crtež i grafičko oblikovanje.[82]

Primjer korištenja fotografije kao medija vizualne komunikacije na omotu vidimo na prvom albumu grupe Pankrti iz 1980. godine – *Dolgcajt* (slika 29). To je bio album koji je upozoravao na dosadu i monotonost svakodnevnog života, kao i potrebu za slobodnijim izražavanjem i kritičkim pogledom na društvo. Sama naslovnica albuma – koja prikazuje ljudsku svakodnevicu - vizualno nadopunjuje poruku glazbe, dok se na stražnjoj strani omota nalazi fotografija članova grupe. Takvo vizualno oblikovanje predstavlja cjelinu – s jedne strane upozorava na dosadu prisutnu u svakodnevnom životu, a s druge strane prikazuje glavne protagoniste unutar te svakodnevice koji se glazbom bore protiv sveprisutne monotonije. Ovim albumom razbijena je glazbena, kulturna i društvena dosada u tadašnjoj Jugoslaviji[83] te je time otvoren put novim dizajnerskim strujanjima i plodonosnom glazbenom zvuku koje će donijeti osamdesete godine.

[81] Bousfield, *40 years after the New Wave: the story of the music that changed Yugoslavia,* https://www.calvertjournal.com/features/show/12495/yugoslav-new-wave-1980s-music-40-years-on (pregledano 29. lipnja 2021.)

[82] Osnivane su i skupine poput Novog kvadrata – koja je okupljala crtače stripova, a koji su oblikovanje omota približavali konceptu „meta-slike", uvodeći rješenja bliska jeziku stripa i ilustracije (Usp. Jeraj, Vid, *Istočno od raja - u počast jednoj epohi: Velike stvari nam je Jugoton ostavio u nasljeđe*, https://lupiga.com/vijesti/istocno-od-raja-velike-stvari-nam-je-jugoton-ostavio-u-nasljedje (pregledano 29. lipnja 2021.)

[83] Usp. Stajčić, *Pankrti 'Dolgcajt' – album koji je prije 40 godina promijenio sve* https://ravnododna.com/pankrti-dolgcajt-album-koji-je-prije-40-godina-promijenio-sve/ (pregledano 29. lipnja 2021.)



Slika 30 - Album *Doživjeti stotu*, Bijelo dugme, 1980. g., Jugoton - prednja i stražnja strana (varijanta 1), dizajn: Mirko Ilić / fotografija: Željko Stojanović



Slika 31 - Album *Doživjeti stotu*, Bijelo dugme, 1980. g., Jugoton - triptih naslovnica omota (sve tri varijante omota)

Za kraj, u kontekstu vizualnog oblikovanja s kraja 1970-ih i početka 1980-ih, treba spomenuti i Mirka Ilića - jednog od najpoznatijih i najplodonosnijih jugoslavenskih dizajnera čija se mnoga djela danas nalaze u fundusu njujorškog Muzeja moderne umjetnosti (MoMA). Osim omota gramofonskih ploča, bavio se i vizualnim oblikovanjem naslovnica časopisa i plakata. Njegovom pojavom na jugoslavenskoj sceni persona dizajnera postaje općeprihvaćena u društvu, a omot albuma postaje uokvirena cjelina. Iako je vizualnom oblikovanju omota većinom pristupao crtački i kao ilustrator, na nekim ranijim primjerima i dalje nalazimo uporabu fotografije kao medija vizualne komunikacije. Primjer takvog korištenja fotografije nalazimo na omotu albuma Bijelog dugmeta *Doživjeti stotu* iz 1980. godine (slika 30), koji je nastao zahvaljujući suradnji Mirka Ilića i fotografa Željka Stojanovića. Prednja strana sadrži fotografiju određenog dijela tijela s monokromatskom fotografijom dijela nagog tijela starice, a na stražnjem dijelu nalazi se dijapozitiv u boji za plastičnu kirurgiju istog područja tijela.[84] Tako ovaj dizajn komunicira posredstvom fotografije, problematizirajući plastične operacije - a samim time i poimanje estetskih kategorija lijepog (ženskog tijela) u okviru popularnog unutar onodobnog društva. Također, ova naslovnica predstavlja jedinstveni dizajnerski projekt, s obzirom na to da postoje tri varijante dizajna prednjeg i stražnjeg dijela naslovnice albuma, sve tri objavljene su u isto vrijeme, a kupac je dobio priliku samostalno odabrati jednu od njih. Kada se sve tri varijante naslovnice poredaju jedna ispod druge, one čine triptih fotografija (slika 31). Takvim korištenjem fotografije na omotu albuma mijenja se i njegovo shvaćanje. Došlo je do

[84] *Bijelo Dugme – Doživjeti Stotu*, https://www.discogs.com/Bijelo-Dugme-Do%C5%BEivjeti-Stotu/master/44790 (pregledano 29. lipnja 2020.)

modernističke promjene paradigme u kojoj tekst kritičkog čitanja postaje cjelina albuma, dizajn postaje važan element značenja, a dizajner važna karika u produkciji gramofonskih ploča kao umjetničkog iskaza.[85] Tako je jugoslavenski dizajn posve uhvatio korak sa svjetskim strujanjima i konceptualnim shvaćanjem albuma, koje je započelo još sredinom šezdesetih s Warholovim angažmanom. Time je otvoren put za ono što će uslijediti u 1980-im godinama - najplodonosnije razdoblje jugoslavenske glazbe i popratne vizualne prezentacije.

[85] Kršić, 2008., 97.

6. Zaključak

Patti Smith je u jednom od svojih intervjua rekla: „Ako želite vidjeti gdje je svijet bio, samo pogledajte neki stari omot albuma"[86] – i bila je u pravu. Promatrajući vizualno oblikovanje omota albuma određenog razdoblja, dobivaju se obrisi konteksta i uočavaju stilske razlike i posebnosti dizajna, a isticanjem medija fotografije kao komunikacijskog sredstva omogućena je njihova diferencijacija.

U radu je predstavljen razvoj vizualnog oblikovanja omota gramofonskih ploča šezdesetih i sedamdesetih godina prošloga stoljeća, s naglaskom na kompleksne uloge fotografije kao medija komunikacije u oblikovanju albuma. Usporednom analizom odabranih primjera i stavljanjem istih u kontekst kulture vremena, uočavaju se različite oblikovne tendencije i profiliraju se određene supkulturalne pojave. Vizualno oblikovanje omota predstavljeno je kao relevantna cjelina u području vizualne kulture 1960-ih i 1970-ih, bitna za razumijevanje društveno-kulturnih pojava toga vremena, u kojem je produkcija gramofonskih ploča bila važan segment u profiliranju kulture svakodnevice.

Popularizacija takvog načina prijenosa zvuka rezultirala je time da se veća pažnja počela pridavati dizajnu, odnosno vizualnom oblikovanju omota gramofonskih ploča. U tom kontekstu fotografija je poslužila kao savršen medij za prijenos poruke, a razvoj različitih fotografskih tehnika omogućio je eksperimentiranje s medijem i razvoj složenih višeznačnih kompozicija. Analizom primjera takvih kompozicija možemo uočiti primjenu različitih žanrova fotografije na omotima albuma, a odabir žanra fotografije uvelike ovisi o glazbenom sadržaju i komunikacijskoj odrednici omota. Gledano iz likovno-socijalne perspektive, uočavamo razlike između jednostavnijeg pristupa fotografskom mediju 1960-ih i složenijeg, konceptualnijeg pristupa istom 1970-ih. Fotografija je u oba slučaja poslužila kao medij komunikacije dizajnera s potencijalnim kupcima, ali se pristup njezinu oblikovanju razlikovao. Te razlike posljedica su društvenih okolnosti i određene su društvenim potrebama i željama.

U vremenu 1960-ih i 1970-ih došlo je i do profiliranja samostalnih dizajnera u sferi vizualnog oblikovanja omota. Na području Jugoslavije tako se svojim inovativnim pristupima ističu Mihajlo Arsovski, Dragan S. Stefanović i Mirko Ilić – zaslužni za svjetsku prepoznatljivost jugoslavenskog dizajna. Koliko društvo utječe na vizualno oblikovanje, možda najbolje vidimo usporedimo li to s današnjim kontekstom. Ako, primjerice, zamislimo da Dragan S. Stefanović djeluje danas, bi li bio toliko produktivan? Vjerujem da ne bi. Tržište je danas zasićeno. Ne

[86] Jonas i Sorger, 1999., 70.

posvećuje se više toliko pažnje opremi albuma i omotima, što je, prije svega, odraz društvenih okolnosti. To ne znači da su vremena danas nužno lošija, samo se promijenilo društvo, razvila se tehnologija, a pažnja je usmjerena razvoju kreativnosti unutar digitalne sfere i iskorištavanju tehnoloških mogućnosti koje nam 21. stoljeće pruža. S razvojem tehnologije brojni alati za grafičko oblikovanje postali su dostupni gotovo svima, što svejedno ne mijenja činjenicu da su kroz suradnju glazbenika, grafičkih dizajnera i fotografa nastala neka od najboljih i najuspješnijih djela s područja glazbene umjetnosti. Ti dizajneri bili su među prvima koji su shvatili važnost vizualnog aspekta, odnosno onog po čemu će publika pamtiti i prepoznavati određena ostvarenja glazbene industrije. Iako bi se moglo reći da je era fotografije i eksperimentiranja s medijima na omotima ploča završila, pojedini albumi i njihovi omoti ostaju u svijesti čovječanstva kao cjelovita umjetnička djela i vrijedan izvor znanja o vremenu u kojem su nastali.

7. Popis literature

Knjige:

1. Galjer, Jasna. *Arsovski*, Horetzky, Zagreb, 2010.
2. Gitelman, Lisa, *Always Already New: Media, History, and the Data of Culture*, Cambridge: The MIT Press, 2006.
3. Hajek, Petar, *Povijest našićke rock scene*, Našice: Zavičajni muzej Našice, 2017.
4. Janjetović, Zoran, *Od interancionale do komercijale, Popularna kultura u Jugoslaviji 1945-1991*, Beograd: Institut za novu istoriju Srbije, 2011.
5. Juvančić, Hrvoje, *Rock, MTV i američki kulturni imperijalizam*, Zagreb: Meandar: AGM, 1997.
6. McKnight-Trontz, Jennifer, *This Ain't No Disco. New Wave Album Covers*, London: Thames and Hudson, 2005.
7. Spampinato, Francesco, *Art Record Covers*, Cologne: Taschen GmbH, 2021.
8. Vukić, Feđa, *Stoljeće hrvatskog dizajna*, Zagreb: Meandar, 1996.
9. Zubak, Marko, *The Yugoslav Youth Press (1968-1980): Student movements, youth subcultures and alternative communist media*, Zagreb: Srednja Europa, 2018.

Poglavlja u knjigama

1. Ćirić. Josip, » Što to radiš, buldožeru jedan? « u: Defragmentacije, (ur.) Josip Ćirić, Zadar: Mala filozofija, 2017., str. 17-33.
2. Kršić, Dejan, » Mirko Ilić – Dizajn omota ploča 1979-86. «, u: *Mirko Ilić – strip | ilustracija| dizajn | multimedija 1975-2007*, (ur.) Dejan Kršić, Zagreb: AGM & Profil, 2008., str. 96-115.
3. Magaš Bilandžić, Lovorka, »Pavao Vamplin i njegov doprinos grafičkom dizajnu u Hrvatskoj nakon Drugoga svjetskog rata«, u: *Imago, imaginatio, imaginabile Zbornik u čast Zvonka Makovića*, (ur.) Dragan Damjanović, Lovorka Magaš Bilandžić, Zagreb: Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 2018.b, str. 383-402.
4. Valentić, Tonči, » Uvod u sociologiju mode «, u: *Teorija i kultura mode. Discipline, pristupi, interpretacije*, (ur.) Žarko Paić, Krešimir Purgar, Zagreb: Tekstilno-tehnološki fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 2018., str. 57-73.

Završni, diplomski i doktorski radovi:

1. Antolović, Martina, *Američki i britanski utjecaj na hrvatsku popularnu glazbu od 1960. do 1969*., završni rad, Rijeka: Filozofski fakultet Sveučilišta u Rijeci, 2016.
2. Baraban, Lucija, *Grafičko oblikovanje omota glazbenih CD-a,* završni rad, Osijek: Filozofski fakultet Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, 2015.
3. Hrženjak, Branimir, *Omladinski pokret i rock glazba u Jugoslaviji 1967. - 1970.,* diplomski rad, Zagreb: Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu, 2017.
4. Korolj, Petra, *Portretna fotografija kao sredstvo vizualne komunikacije*, diplomski rad, Zagreb: Grafički fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 2014.
5. Nikolić, Katarina S., *Vizuelno kodiranje muzike u fotografijama na omotima gramofonskih ploča u produkciji iz '70ih i '80ih godina u SAD i Velkoj Britaniji*, doktorski rad, Beograd: Filozofski fakultet Univerziteta u Beogradu, 2020.
6. Pavlic Mateja, *Vizualni identitet suvremene hrvatske glazbene rock i pop produkcije (1990.-2010.)*, diplomski rad, Zagreb: Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 2014.
7. Pokrajac, Katarina, *Popularna kultura u Hrvatskoj 1970-ih i 1980-ih*, diplomski rad, Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2018.
8. Tomorad, Filip, *Vizualni identiteti u glazbenoj umjetnosti*, diplomski rad, Zagreb: Grafički fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 2019.

Radovi u časopisima:

1. Jones, Steve i Sorger, Martin, » Steve Jones and Martin Sorger: Covering music: A brief history and analysis of album cover design «, u: *Journal of popular music studies*, Vol.11-12, No. 1, 1999., str. 68-102.
2. Prica, Ines. » "Novi val" kao anticipacija krize «, u: *Etnološka tribina*, Vol. 20, No. 13, 1990., str. 23-31.
3. Zubak, Marko, » Pop-Express (1969.–1970.): rock-kultura u političkom omladinskom tisku «, u: *Časopis za suvremenu povijest*, Vol. 44, No. 1, 2012., str. 23-35.

Članak:

1. Lopez Medel, Ismael, *Death and resurrection of the album cover*, 2014.

Poglavlje u katalogu izložbe

1. Galjer, Jasna, »Jugoton - masovni medij popularne kulture«, u: *Jugoton - istočno od raja / 1947. - 1991.*, katalog izložbe (Zagreb, Tehnički muzej, 20.10.2014.-30.11.2014.), (ur.) Markita Franulić, Sanja Bachrach-Krištofić i Mario Krištofić, Zagreb: Tehnički muzej, 2014., str. 26-39.
2. Magaš Bilandžić, Lovorka, »Od „visoke“ i popularne kulture do kreiranja novih želja i potreba«, u: *Šezdesete u Hrvatskoj – Mit i stvarnost*, katalog izložbe (Zagreb, Muzej za umjetnost i obrt, 26.04.2018.-30.09.2018.), (ur.) Vesna Ledić, Adriana Prlić i Miroslava Vučić, Zagreb: MUO, 2018.a, str. 104-127.

Internetski izvori:

1. Bahrah-Krištofić, Sanja, *Jugoton – Pop-kultura istočno od raja*, https://radiogornjigrad.wordpress.com/2016/01/05/sanja-bahrah-kristofic-jugoton-pop-kultura-istocno-od-raja/ (pregledano 29. lipnja 2021.)
2. *Bijelo Dugme – Doživjeti Stotu*, https://www.discogs.com/Bijelo-Dugme-Do%C5%BEivjeti-Stotu/master/44790 (pregledano 29. lipnja 2020.)
3. Bousfield, Jonathan, *40 years after the New Wave: the story of the music that changed Yugoslavia*,https://www.calvertjournal.com/features/show/12495/yugoslav-new-wave-1980s-music-40-years-on (pregledano 29. lipnja 2021.)
4. Chilton, Martin, *Cover Story: A History Of Album Artwork*, https://www.udiscovermusic.com/in-depth-features/history-album-artwork/ (pregledano 29. lipnja 2021.)
5. *Cover Story - Jimi Hendrix Experience's "Are You Experienced?", with photography by Karl Ferris*, https://rockpopgallery.typepad.com/rockpop_gallery_news/2008/02/cover-story---j.html (pregledano 29. lipnja 2021.)
6. Čelig, Goran, *Bijelo dugme – Kad bi bio bijelo dugme (1974.)*, https://novosti.hr/bijelo-dugme-kad-bi-bio-bijelo-dugme-1974/ (pregledano 29. lipnja 2021.)
7. *Dragan S. Stefanović*, https://mrezadizajna.com/autor/dragan-s-stefanovic (pregledano 29. lipnja 2021.)
8. Dragaš, Aleksandar, *40 godina „Dnevnika jedne ljubavi“ Josipe Lisac: Najfascinantniji debi u povijesti hrvatske glazbe,*

https://www.jutarnji.hr/kultura/glazba/40-godina-%E2%80%98dnevnika-jedne-ljubavi%E2%80%99-josipe-lisac-najfascinantniji-debi-u-povijesti-hrvatske-glazbe-1065380 (pregledano 29. lipnja 2021.)

9. *Exile on Main Street*, https://iorr.org (pregledano 29. lipnja 2021.)
10. Golub, Marko, *Marko Zubak: kako je omladinski tisak postao alternativa*, http://stari.dizajn.hr/index.php?id=1156-marko-zubak-kako-je-omladinski-tisak-postao-alternativa (pregledano 29. lipnja 2021.)
11. *Hipgnosis - Storm Thorgerson, Aubrey Powell and beyond*. http://www.hipgnosiscovers.com/ (pregledano 29. lipnja 2021.)
12. Hrvatski najstariji glazbeni festivali, http://arsen.hr/ (pregledano 29. lipnja 2021.)
13. *INTERVIEW: Drago Mlinarec – legendarni rocker na obali Sutle*, https://www.nacional.hr/interview-drago-mlinarec-legendarni-rocker-na-obali-sutle/ (pregledano 29. lipnja 2021.)
14. Jeraj, Vid, *Istočno od raja - u počast jednoj epohi: Velike stvari nam je Jugoton ostavio u nasljeđe*, https://lupiga.com/vijesti/istocno-od-raja-velike-stvari-nam-je-jugoton-ostavio-u-nasljedje (pregledano 29. lipnja 2021.)
15. *Kick out the jams LP cover artist: Joel Brodsky*, https://www.detroitrocknrollmagazine.com/2014/01/kick-out-jams-lp-cover-artist-joel.html (pregledano 29. lipnja 2021.)
16. *Please Please Me Album*, https://www.thebeatles.com/ (pregledano 29. lipnja 2021.)
17. *Priča o Jugotonu, carstvu istočno od raja*, https://kljucaonica.com/2015/12/22/prica-o-jugotonu-carstvu-istocno-od-raja/ (pregledano 29. lipnja 2021.)
18. Stajčić, Zoran, *Pankrti 'Dolgcajt' – album koji je prije 40 godina promijenio sve* https://ravnododna.com/pankrti-dolgcajt-album-koji-je-prije-40-godina-promijenio-sve/ (pregledano 29. lipnja 2021.)
19. Vallen, Mark, *A visual survey of early Punk Rock Album Covers*, https://www.art-for-a-change.com/Punk/punka.htm (pregledano 29. lipnja 2021.)
20. *Velika počast / Omot prvog Arsenovog albuma u zbirci slavnog njujorškog muzeja MoMA*, https://net.hr/danas/kultura/velika-pocast-omot-prvog-arsenovog-albuma-u-zbirci-slavnog-njujorskog-muzeja-moma-8fdc94c6-b1cb-11eb-82ff-0242ac14004d (pregledano 29. lipnja 2021.)

21. Whatley, Jack, *The Cover Uncovered: The purity of Patti Smith's pioneering punk album „Horses“*, https://faroutmagazine.co.uk/patti-smith-horses-cover-robert-mapplethorpe/ (pregledano 29. lipnja 2021.)

22. *Zabranjeno plakatiranje: Priča o Buldožeru*, http://seecult.net/vest/zabranjeno-plakatiranje-prica-o-buldozeru (pregledano 29. lipnja 2021.)

8. Popis slikovnih priloga

Slika 1: Časopis *Polet*, The Beatles na Jugotonovoj listi noviteta, svibanj, 1967.g. (izvor: Hrženjak, Branimir, *Omladinski pokret i rock glazba u Jugoslaviji 1967. - 1970.,* diplomski rad, Zagreb: Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu, 2017. str. 5)

Slika 2: Časopis *Mladost*; prilog *Vremeplov*, Rock glazba, listopad, 1968.g. (izvor: Hrženjak, Branimir, *Omladinski pokret i rock glazba u Jugoslaviji 1967. - 1970.,* diplomski rad, Zagreb: Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu, 2017. str. 9)

Slika 3: Naslovnica *Omladinskog tjednika*, 1968.g. (izvor: http://stari.dizajn.hr/index.php?id=1156-marko-zubak-kako-je-omladinski-tisak postao-alternativa)

Slika 4: Naslovnica *Pop Expressa*, 1969.g. – dizajn: Mihajlo Arsovski (izvor: http://stari.dizajn.hr/index.php?id=1156-marko-zubak-kako-je-omladinski-tisak-postao-alternativa)

Slika 5: Prodavaonica Jugotona u Beogradu, 1972.g. ((izvor: *Priča o Jugotonu, carstvu istočno od raja*, https://kljucaonica.com/2015/12/22/prica-o-jugotonu-carstvu-istocno-od-raja/ (pregledano 29. lipnja 2021.)

Slika 6: Album *Please Please Me*, The Beatles, 1963.g., fotograf: Angus McBean (izvor: https://www.hiponline.com/10571/the-beatles-please-please-me-review.html)

Slika 7: Album *Dolazi Dan*, 4M* i Bijele Strijele, 1964.g. Jugoton (izvor: https://www.discogs.com/4M-i-Bijele-Strijele-Dolazi-Dan/release/1455732)

Slika 8: Singlica *Cliff Sings No.3*, Cliff Richard And The Norrie Paramor Strings, 1960.g. (izvor: https://www.discogs.com/Cliff-Richard-And-The-Norrie-Paramor-Strings-Cliff-Sings-No3/master/1105779)

Slika 9: Singlica *Više Se Nećeš Vratiti / Reci Zbogom,* Mišo Kovač, 1969.g. Jugoton (izvor: https://www.discogs.com/Mi%C5%A1o-Kova%C4%8D-Vi%C5%A1e-Se-Ne%C4%87e%C5%A1-Vratiti-Reci-Zbogom/master/709846)

Slika 10: Album *Zagreb 62 (ploča 1)*, 1962., Zagrebački festival, Jugoton (izvor: https://www.discogs.com/Various-Zagreb-62-Plo%C4%8Da-1/release/2093278)

Slika 11: Album *Opatija 61*, Opatijski festival, 1961.g., PGP RTB (izvor: https://www.discogs.com/Various-Opatija-61/release/1488888)

Slika 12: Album *5 Godina Melodija Jadrana - Split 1960-1964*, Splitski festival, 1964.g., Jugoton (izvor:https://www.discogs.com/Various-5-Godina-Melodija-Jadrana-Split-1960-1964/master/1422169)

Slika 13: Album *Woodstock: Music from the Original Soundtrack and More*, 1970.g., Cotillion (izvor: https://www.discogs.com/Various-Woodstock-Music-From-The-Original-Soundtrack-And-More/release/728955)

Slika 14: Album *Are You Experienced*, Jimi Hendrix, 1967.g., Reprise Records (izvor: https://www.discogs.com/The-Jimi-Hendrix-Experience-Are-You-Experienced/release/1435384)

Slika 15: Album *Naši dani*, Grupa 220, 1968.g., Jugoton (izvor: https://www.discogs.com/Grupa-220-Na%C5%A1i-Dani/release/1108670)

Slika 16: Album *Kick Out The Jams*, MC5, 1969.g., Elektra (izvor: https://www.discogs.com/MC5-Kick-Out-The-Jams/master/64011)

Slika 17: Album *Čovjek kao ja*, Arsen Dedić, 1969.g., Jugoton - dizajn: Mihajlo Arsovski / fotografija: Zvonimir Golub (izvor: https://www.discogs.com/Arsen-Dedi%C4%87-%C4%8Covjek-Kao-Ja/release/1078578)

Slika 18: Album *Horses*, Patti Smith, 1975.g., Arista (izvor: https://www.discogs.com/Patti-Smith-Horses/master/40109)

Slika 19: Album *Dnevnik jedne ljubavi*, Josipa Lisac, 1973.g., Jugoton (izvor: https://www.discogs.com/Josipa-Lisac-Dnevnik-Jedne-Ljubavi/release/3348906)

Slika 20: Album *Ummagumma,* Pink Floyd, 1969.g., Harvest – dizajn: grupa Hipgnosis (izvor: https://www.discogs.com/Pink-Floyd-Ummagumma/release/5902919)

Slika 21: Album *Mrtvo More*, Korni grupa, 1975.g., PGP RTB, – dizajn: Dragan S. Stefanović (izvor: https://www.discogs.com/Korni-Grupa-Mrtvo-More/release/1228678)

Slika 22: Album *Wish You Were Here*, Pink Floyd, 1975.g., Harvest – dizajn: grupa Hipgnosis (izvor: https://www.discogs.com/Pink-Floyd-Wish-You-Were-Here/master/11703)

Slika 23: Album *Ne Cvikaj Generacijo*, Atomsko sklonište, 1978.g., RTV Ljubljana – dizajn: Ivan Obrovac (izvor: https://www.discogs.com/Atomsko-Skloni%C5%A1te-Ne-Cvikaj Generacijo/master/320710)

Slika 24: Album *Sticky fingers*, The Rolling Stones, 1971.g., Rolling Stones Records - dizajn: Andy Warhol (izvor: https://www.discogs.com/The-Rolling-Stones-Sticky-Fingers/master/23828)

Slika 25: Album *Kad Bi' Bio Bijelo Dugme*, Bijelo dugme, 1974.g., Jugoton – dizajn: Dragan S. Stefanović (izvor: https://www.discogs.com/Bijelo-Dugme-Kad-Bi-Bio-Bijelo-Dugme/master/115440)

Slika 26: Album *Exile on Main St*., The Rolling Stones, 1971.g., Rolling Stones Records (izvor: https://www.discogs.com/The-Rolling-Stones-Exile-On-Main-Street/release/17137744)

Slika 27: Album *Zabranjeno Plakatirati,* Buldožer, 1977.g., Helidon (izvor: https://www.discogs.com/Buldo%C5%BEer-Zabranjeno-Plakatirati/release/1282369)

Slika 28: Album *The Man-Machine*, Kraftwerk, 1978.g., Capitol Records - uzor: El Lissitzky (izvor: https://www.discogs.com/Kraftwerk-The-Man-Machine/release/15706)

Slika 29: Album *Dolgcajt*, Pankrti, 1980.g., RTV Ljubljana (izvor: https://www.discogs.com/Pankrti-Dolgcajt/release/1023159)

Slika 30: Album *Doživjeti stotu*, Bijelo dugme, 1980.g., Jugoton - prednja i stražnja strana-verzja 1 (izvor: https://www.discogs.com/Bijelo-Dugme-Do%C5%BEivjeti-Stotu/master/44790)

Slika 31: Album *Doživjeti stotu*, Bijelo dugme, 1980.g., Jugoton - triptih naslovnica omota (izvor: https://www.discogs.com/Bijelo-Dugme-Do%C5%BEivjeti-Stotu/master/44790)

SUMMARY

The topic of this thesis is a theoretical and practical analysis of the gramophone records covers from the 1960s and 1970s through the prism of photography, with the aim of showing certain tendencies and stylistic continuity in the context of visual design. The area of work is the area of the former Yugoslavia, and examples from the world are analyzed in parallel - in order to understand the mutual influences and get the outlines of the context. The basic determinant of the work is the continuous appearance of photography as a medium of visual communication on the covers of gramophone records of a certain period. By emphasizing the communicative aspect of visual presentation and rhetoric of photographs, the work moves away from previous researches based exclusively on art-formal analysis of gramophone record covers and placing them in the context of art history, more precisely in the context of graphic design. The focus is on the role of record covers in visual communication and the profiling of popular culture in the 1960s and 1970s, and photography is presented depending on the roles in which it emerged as the medium on which that visual communication relied. In the field of popular culture and promotion of the culture of listening to gramophone records, the paper emphasizes the importance of the youth press and the record company Jugoton, which enabled the continuous transfer of ideas and the development of the visual identity of Yugoslav music. The analyzed examples of album covers show the presence of different genres of photography, the dependence of music and its visual presentation, but also emphasize the influence of context on the visual design and shaping the message that this communication seeks to convey. In addition, the paper emphasizes the importance of visual design of gramophone record covers in the context of profiling independent designers who influenced the development of graphic design - for example the role of Dragan S. Stefanović and his design in the context of Yugoslav graphic design.

Keywords: album covers, design, gramophone records, music, photography, visual design, popular culture, youth press