

Grafický dizajn v populárnej hudbe od r. 1950 po súčasnosť.

BcA. Lucia Benetinová Andrejková

Diplomová práca
2012

 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací
Kabinet teoretických studií
akademický rok: 2011/2012

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **BcA. Lucia BENETINOVÁ ANDREJKOVÁ**
Osobní číslo: **K10270**
Studijní program: **N 8206 Výtvarná umění**
Studijní obor: **Multimedia a design – Grafický design**

Téma práce: **1. Teoretická část:**
Grafický design v populární hudbě od r. 1950 po současnost.

2. Praktická část:
Kompletní vizuální styl alternativní rockové skupiny.

Zásady pro vypracování:

- 1. Teoretická část práce minimálně cca 40 – 55 stran + obrazová dokumentace. Rozsah a struktura teoretické části dle předepsané univerzitní předlohy, (viz Směrnice rektora UTB kód SR/15/2010). Odevzdat v elektronické podobě na 1ks CD nosiči, dále odevzdat 2 kusy vytištěné elektronické podoby práce a 1 výtisk graficky zpracované práce, který má volnější autorskou podobu.**
- 2. Praktická část práce bude spracovaná dle specifických požadavek vztahujícímu se ke konkrétního zadání práce.**

Na samostatném nosiči CD-ROM odevzdejte v minimálním počtu 10 ks obrazovou dokumentaci praktické části závěrečné práce pro využití v publikacích FMK. Formát pro bitmapové podklady: JPEG, barevný prostor RGB, rozlišení 300 dpi, 250 mm delší strana. Formáty pro vektory: AI, EPS, PDF. Loga a texty v křivkách. V samostatném textovém souboru uveďte jméno a příjmení, login do Portálu UTB, obor (ateliér), typ práce, přesný název práce v češtině i v angličtině, rok obhajoby, osobní mail, osobní web, telefon. Přiložte svou osobní fotografii v tiskovém rozlišení.

Rozsah diplomové práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování diplomové práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

Veškeré dostupné knižní zdroje na území ČR (SR) i EU, webové stránky, odborné časopisy a další literatura doporučená po konzultaci s vedoucím práce.

Vedoucí diplomové práce:

doc. PhDr. Zdeno Kolesár, Ph.D.

Kabinet teoretických studií

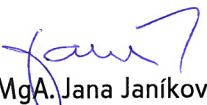
Datum zadání diplomové práce:

15. listopadu 2011

Termín odevzdání diplomové práce:

18. května 2012

Ve Zlíně dne 6. března 2012


doc. MgA. Jana Janíková, ArtD.
děkanka




Mgr. Lukáš Gregor
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské/diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby ¹⁾;
- beru na vědomí, že bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3 ²⁾;
- podle § 60 ³⁾ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 ³⁾ odst. 2 a 3 mohu užit své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Ve Zlíně 16. 3. 2012


.....
Jméno, příjmení, podpis

LUCIA BENETÍNOVÁ ANDREJKOVÁ

1) zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

(1) Vysoká škola nevdělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlížení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

2) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacího zařízení (školní dílo).

3) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užit či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělků jim dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlídnou k výši výdělků dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Táto práca sa zaoberá grafickým dizajnom v populárnej hudbe. Predovšetkým obalovým dizajnom a jeho vývojom od zrodu reprodukovanej hudby. Analyzuje minulé aj súčasné trendy v dizajne hudobného priemyslu od prvých LP platní po digitalizáciu hudby a jej transformáciu vplyvom technologických inovácií a internetu. Práca sa snaží porovnávať hudbu a vizuálne umenie a odhaľovať prepojenie týchto umeleckých foriem na báze inšpirácií, postupov, ale aj významných umeleckých osobností, výtvarníkov a hudobníkov. Na záver vyvodzuje východiská pre praktickú časť diplomovej práce, ktorou je kompletný vizuálny štýl alternatívnej rockovej skupiny Korben Dallas.

Kľúčové slová: populárna hudba, vizuálne umenie, grafický dizajn, obalový dizajn, história obalov, album, LP platňa, CD, obal, marketing, logo, skupina, značka.

ABSTRACT

This work deals with graphic design in popular music. In particular, it examines cover and packaging design and development of the birth of recorded music. The work analyzes past and current trends in the design of the music industry, from the first LPs to digitization of music and its transformation due to technological innovation and the Internet. The paper tries to compare music and visual arts, and discover links between these art forms based on inspiration, practice, but also important artistic personalities, artists and musicians. The conclusion draws basis for the practical part of the work, which is a complete visual style of alternative rock band Korben Dallas.

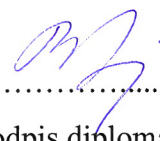
Keywords: popular music, visual art, graphic design, cover design, history of cover design, album, LP, record, CD, cover, marketing, logo, band, brand.

Prehlasujem, že som na celej diplomovej práci pracovala samostatne a použitú literatúru som citovala.

Prehlasujem, že odovzdaná verzia diplomovej práce a elektronická verzia nahraná do IS/STAGU sú totožné.

Ďakujem manželovi a celej rodine za morálnu podporu.

V Bratislave dňa 7. 5. 2012



.....
podpis diplomanta

OBSAH

ÚVOD.....	9
I. TEORETICKÁ ČASŤ	11
1 SPOJENIE HUDBY, VÝTVARNÉHO UMENIA A GRAFICKÉHO DIZAJNU	12
1.1 VYUŽITIE GRAFICKÉHO DIZAJNU V POPULÁRNEJ HUDBE	15
1.2 OBALOVÝ DIZAJN V POPULÁRNEJ HUDBE A JEHO FUNKCIA	16
1.3 HUDOBNÉ MÉDIÁ	18
1.3.1 LP platňa	18
1.3.2 Kazety	19
1.3.3 CD	22
1.3.4 Iné digitálne formáty	22
2 HISTÓRIA GRAFICKÉHO DIZAJNU V POPULÁRNEJ HUDBE.....	23
2.1 ZAČIATKY REPRODUKOVANEJ HUDBY (1900-1950)	23
2.1.1 Silnejúci význam obalového dizajnu	26
2.1.2 Významné osobnosti tohto obdobia.....	31
Alexander Steinweiss.....	31
2.2 NÁSTUP ROCKOVEJ HUDBY (1950-1970)	33
2.2.1 60 roky – rock a psychedélie.....	34
2.2.2 Významné osobnosti tohto obdobia.....	48
Hipgnosis	48
Roger Dean	51
2.3 HUDBA UNDERGROUNDU, PUNK, NOVÁ VLNA 1975-1990	52
2.3.1 Významné osobnosti tohto obdobia.....	59

Neville Brody.....	59
Andy Warhol.....	60
2.4 HIP HOP.....	62
2.4.1 Hip hop a graffiti - koniec 70 rokov po súčasnosť.....	62
2.4.2 Hip hop ako hudba	63
2.4.3 Hip hop ako tanec.....	63
2.4.4 Hip hop ako vizuálny štýl	64
2.4.5 Rozšírenie graffiti kultúry	65
2.5 CYBERPUNK.....	68
2.6 DIGITALIZÁCIA HUDBY A GRAFICKÉHO DIZAJNU.....	71
2.6.1 Nástup CD.....	72
2.6.2 Významné osobnosti tohto obdobia.....	74
Stefan Sagmeister	74
Vaughan Oliver.....	76
2.7 HUDBA ONLINE.....	77
II. PROJEKTOVÁ ČASŤ.....	81
3 VÝCHODISKÁ PRE PRAKTICKÚ ČASŤ DIPLOMOVEJ PRÁCE.....	82
3.1 VIZUÁLNY ŠTÝL	82
3.1.1 Značka	82
3.1.2 Obal albumu	83
3.1.3 Ukážky logotypov známych skupín.....	84
ZÁVER	93
ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY	95

ZOZNAM OBRÁZKOV	99
------------------------------	-----------

ÚVOD

Hudba ako kultúrny - umelecký fenomén kráča ruka v ruke s ľudskou existenciou odjakživa. Jej vplyv a význam v živote človeka je obrovský. V každom kúte sveta je hudbe prikladaná iná funkcia, avšak všade sa pokladá za nevyhnutnú súčasť života.

Henry Wadsworth Longfellow stručne a výstižne vystihol podstatu a hudby, keď povedal: „*Hudba je univerzálna reč ľudstva*“.(2) Hudba nepochybne nepozná hranice a to isté by sa dalo povedať o vizuálnych umeniach a grafickom dizajne. Hudba aj vizuálne umenie nás sprevádzajú na každom kroku, preto je spojenie týchto umeleckých foriem také výnimočné.

Vo svojej diplomovej práci sa pokúsim zamerať na grafický dizajn spojený s hudbou a predovšetkým na význam obalového grafického dizajnu pre hudbu a hudobný priemysel. Prostredníctvom podrobnej analýzy histórie populárnej hudby a najzaujímavejších prelomových hudobných nosičov sa pokúsim nájsť spojitost' medzi hudbou a dizajnom a načrtnúť, aký je v hudobnom priemysle grafický dizajn dôležitý a akú úlohu spĺňa. A pretože sa grafický dizajn v populárnej hudbe viaže prevažne na grafiku albumov a je v ňom najviac citel'ný a viditeľný, budem práve dizajnu albumov v tejto práci venovať najväčšiu pozornosť.

Začnem analýzou hudobných nosičov a históriou hudobných obalov. Podrobné poznanie historického vývoja dizajnu v hudbe z pohľadu obalov nám totiž umožní určiť aj pravdepodobné scenáre vývoja do budúcnosti.

Zameriam sa prevažne na obdobie 60. a 70. rokov 20. storočia, kedy podľa môjho názoru vznikali tie najkrajšie a najprielomovejšie diela v oblasti grafického dizajnu LP platní. Žánrovo sa budem orientovať na rokenrol, psychedelickú hudbu a žánre undergroundu, pretože aj moja praktická časť práce bude orientovaná týmto smerom.

Okrem historickej analýzy sa pokúsim nastoliť aj základnú otázku do budúcnosti. Aké budú dôsledky nového smerovania hudobného priemyslu pre grafický dizajn? Ako ho ovplyvnia nové médiá a formáty hudby? Zostane grafický dizajn súčasťou hudobného vyjadrenia aj v dobe sťahovania hudby z internetu? Aké budú vizuálne elementy hudby v 21. storočí?

Literatúra, ktorá by podávala komplexnejší pohľad na grafický dizajn obalov platní, nie je dostupná. Zdá sa, že teória grafického dizajnu je v rámci obrovského hudobného a zábavného priemyslu odsúvaná na „druhú koľaj“. Preto budem vychádzať zo zdrojov, ktoré predstavujú práce významných grafikov a fotografov v tomto období.

Kľúčové knihy pre moju prácu budú, samozrejme, biografie jednotlivých skupín a publikácie mapujúce prepojenie grafického dizajnu a hudby. K podstatným zdrojom, ktoré využívam, patria aj internetové stránky, ktoré poskytujú širokú databázu informácií o populárnej hudbe, aj keď prevažne len o hudbe samotnej, a nie o grafickom dizajne v nej. Najviac informácií čerpám z jednej z mála publikácií, ktorá sa zaoberá grafickým dizajnom albumov v hudbe (Steve Jones & Martin Sorger: *Covering Music: A Brief History and Analysis of Album Cover Design*, 1999). Zaujímavé informácie mi osobne poskytl aj Martin Šútovec, grafický dizajnér, karikaturista a ilustrátor, a Marián Jaslovský, hudobník a publicista.

I. TEORETICKÁ ČASŤ

1 SPOJENIE HUDBY, VÝTVARNÉHO UMENIA A GRAFICKÉHO DIZAJNU

Hudba a výtvarné umenie zdieľajú približne rovnaký slovník a aj všeobecná definícia hudby a vizuálneho umenia je na prvý pohľad prekvapivo podobná. Hudba sa definuje ako druh umenia, ktorý sa usiluje o estetickú komunikáciu pomocou tónov a zvukov.(3) Ďalší zaujímavý pohľad je, že hudba je reč, čiže spôsob vyjadrovania a dorozumievania. Tieto definície sa dajú v plnom rozsahu použiť aj pre vizuálne umenie, stačí vymeniť nástroje, prostriedky a cieľ je rovnaký. Zaujať diváka a vyvolať v ňom emócie, či už pasívne, alebo aktívne. Dizajn používa formu, farbu a písmo a hudba melódiu, harmóniu a rytmus. Existuje ale veľmi úzky súvis medzi týmito nástrojmi, medzi hudobným a farebným tónom, zvukom, harmóniou alebo kompozíciou vo výtvarnom a hudobnom zmysle.

Vizuálne umenie a hudba sa vedia nielen dopĺňať, ale majú silu vyjadriť to isté posolstvo, respektíve sa vyjadriť navzájom (napr.: reklama v televízii obraz – zvuk, hudobné videoklipy, dokumentárne seriály). Spojenie grafického dizajnu s hudbou môže znamenať prepojenie zmyslov, synergiu obrazov a zvukov, ktoré sa navzájom podporujú a umocňujú informáciu. Tak ako obrazom dokážeme vyjadriť hudbu, tak si pri počúvaní hudby dokážeme vybaviť rôzne obrazy. Ak počúvame hudobnú skladbu, imaginárne si vybavujeme vo vlastnej mysli určité obrazy aj dejové línie, ktoré každému človeku zosobňujú určitý príbeh a prostredníctvom plynutia a počúvania hudobnej formy je imaginárnymi obrazmi vizualizovaný.(4) Niekedy sa tieto prvky vzájomne prelínajú a dopĺňajú.

Rozloženie a usporiadanie určitých častí v maliarskych dielach sa zvyčajne označuje za kompozíciu. Komponovanie v hudbe, maliarstve či dizajne má rovnaký charakter: rozloženie, usporiadanie, hľadanie a skladanie prvkov celku. Takáto kompozícia sa uplatňovala hlavne v minulých, starších obdobiach. Vo výtvarnom umení sa často prepája výtvarná kompozícia aj s geometrickými tvarmi.(8)



Obr.1. Obraz Rytmus

Obr.2. Obraz Kruhové formy

Obr.3. Reliéf Rytmus

Hudba tak mala výrazný podiel na vzniku nefiguratívneho (abstraktného) umenia v prvej polovici 20. storočia. Napríklad výtvarný smer orfizmus vznikol zo snahy spájať farebný svet fauvistov s hudobnou metaforou a výtvarnou abstrakciou. Orfizmus sa prelína s kubizmom, expresionizmom a vo svojej dynamickosti aj s futurizmom. Najviac sa uplatnil v dielach Roberta Delaunaya (Obr. 1,2,3), jeho ženy Sone Delaunayovej – Terkovej (Obr. 4) a Františka Kupku (Obr. 5,6). Dôležitú úlohu tu hrá práve hudobná inšpirácia, čo sa prejavilo aj v tvorbe expresionistu Kandinského (Obr. 7,8).(13) Všetky farby mali na plátne svoju úlohu a boli kladené do geometrických foriem ako noty do osnovy. Umelec presadzoval prioritu farby a používanie farebných tónov pripomínalo používanie tónov v hudbe.



Obr.4. Obraz Rytmus



Obr.5. Obraz Dvojfarebná fuga



Obr.6. Obraz Prisme

Vplyv hudobných a vizuálnych komunikačných nástrojov (najmä zvukov, kompozície, tvarov a farieb) na človeka je zásadný pre pochopenie ich vzťahu.

Takýto jav, ktorý spočíva v tom, že akýkoľvek podnet pôsobiaci na zodpovedajúci zmyslový orgán vyvoláva mimo vôle subjektu nielen pocit, ale aj predstavu, je napríklad

synestézia (zo starogréckeho *synaisthesis* – spoločný, súčasný pocit). Je to súčasný výskyt dvoch alebo viacerých zmyslových vnemov, pričom iba jeden z nich je reálny, ostatné si generuje mozog. Najrozšírenejším prejavom synestézie je tzv. „farebný sluch“, pri ktorom zvuk vyvoláva popri sluchovom pociť aj farebný pocit. Farebný sluch mali napríklad skladatelia N. A. Rimskij-Korsakov, A. N. Skriabin alebo Olivier Messiaen.

„Spojenia sú nemenné, trvalé,“ hovorí hudobný psychológ a zároveň aj doktor prírodných vied Marek Žabka. „Pri takzvanom farebnom počutí vytvára tón alebo akord farebné asociácie, takže povedzme stupnica C dur bude mať pre synestetika celý život jednu a tú istú farbu, povedzme tyrkysovú.“ Niekedy zasa farba rozozvučí v hlave zvuk, napríklad už spomenutý maliar Vasilij Kandinskij pri červenej počul trúbku či pri svetlomodrej flautu a pri ďalších farbách zasa iné nástroje, takže svoje abstraktné obrazy počul hrať.(6)



Obr.7. Obraz Žltá, červená a modrá, 1925



Obr.8. Obraz Kompozícia 8, 1928

„Farba je prostriedkom k vytváraniu priameho vplyvu na dušu. Farby sú ako klávesnice, oči ako kládiká a duša je klavírom s mnohými strunami. Umelec je rukou, ktorá hrá, dotýka sa tej či onej klávesy, aby rozochvela dušu.“

(Vasilij Kandinskij)

Vasilij Kandinskij mal vrodené eidetické vlohy a synestetické nadanie – farby sa mu menili na hudbu a naopak. Po návšteve Wagnerovej opery Lohengrin, fascinovaný emocionálnou silou hudby, napísal: „Videl som v duchu všetky svoje farby, mal som ich pred očami. Vystávali predou divoké, takmer bláznivé línie.“ Farebný odtieň spájal s charakterom zvuku a silu farieb so silou zvuku. (7)

Hudba vo výtvarnom umení tak vystupuje ako imaginárny a motivačný komponent pre samotných umelcov a pre expresívne vyjadrovanie vlastných foriem a názorov. (7)

Mňa zaujíma predovšetkým spôsob kompozície farieb, svetiel, škvŕn, bodov, línií, plôch, tvarov a tieňov, lebo tieto výrazové, výtvarné prostriedky sú systémom komunikácie. Keď som na začiatku práce spomenula farbu a harmóniu, smerovala som k tomu, že tieto, predovšetkým vizuálno-zmyslové prostriedky, pôsobia na emocionálny systém človeka.

V hudbe je kompozícia tiež rozložením a usporiadaním hudobných častí. Výtvarným motívom z hudobného hľadiska rozumieme taký konkrétny motív, ktorý je typickým prejav v hudbe (hudobný nástroj, nota ako vizuálny symbol pre hudobné spojenie nôt v prejave a podobne). (8)

1.1 VYUŽITIE GRAFICKÉHO DIZAJNU V POPULÁRNEJ HUDBE

Ako som už v úvode spomenula, napriek obrovskej popularite hudobných médií veľmi málo literatúry sa venuje tejto téme. Vedeckých štúdií o móde, hudbe, filme a videu je dostatok, málokto sa však venuje grafickému dizajnu v hudbe. Dôvodom je pravdepodobne vnímanie obalu a celkovo grafiky v hudbe ako druhoradej, neautentickej záležitosti, ako istého doplnku. Samotní umelci a interpreti však vizuálnu stránku svojej hudby nepodceňovali. V roku 1982 legendárny spevák Sex Pistols Johnny Rotten vyhlásil: „*Keby ľudia kupovali platne kvôli hudbe, hudba by bola dávno mŕtva*“. Zvýraznil tým silu a význam vizuálov v populárnej hudbe. Kultová americká speváčka Patti Smith v roku 1978 povedala: „*Bože, ak chceš poznať históriu tejto generácie, pozri sa na obaly platní*.“ (Record album art, 1978). (9)

Populárna hudba využíva v marketingu všetky formy masmediálnej komunikácie vrátane grafického dizajnu. Rôzne hudobné žánre sa spájajú s istou vizuálnou identitou. Toto spojenie je v niektorých prípadoch také silné, že niektoré obrazy vyvolávajú v človeku konkrétnu hudbu. Dá sa povedať, že popové žánre sa netýkajú len hudby. Rozlišujú sa často aj vizuálne. Toto platí najmä pre tvrdé rockové a metalové skupiny, ale aj pre hip-hop a mainstream pop. Tam, kde sa hudba dá niekedy ťažko rozoznať, sa umelci

vyčleňujú svojim unikátnym osobným imidžom alebo vizuálnou a grafickou identitou na svojich produktoch. Tento imidž sa potom prenáša na fanúšikov, ktorí sa často veľmi silno identifikujú s týmito obrazmi a ich orientácia v oblasti imidžu je často väčšia ako v hudbe.

Reklamné predmety, odznaky, tričká, plagáty, upútavky, to všetko sú marketingové nástroje hudby, ale najvýraznejším nástrojom v histórii vizuálnej identity v populárnej hudbe je obal albumu. Grafika, ktorá sa objaví na obale albumu, sa často transformuje aj na všetky spomenuté formáty. Pri tvorbe návrhu albumu dochádza k najužšej spolupráci medzi hudobníkmi a dizajnérmi, a tu pramení sila umeleckej synergie medzi hudbou a grafikou. Preto sa budem v tejto práci venovať najmä výnimočnému grafickému dizajnu na hudobných albumoch.

1.2 OBALOVÝ DIZAJN V POPULÁRNEJ HUDBE A JEHO FUNKCIA

Obal albumu je dodnes najprirodzenejším grafickým vyjadrením hudby, pričom jeho základnou úlohou zostáva ochrana nosiča a funkcia marketingového nástroja. Kým nosiče nevložíme do prehrávača, sú všetky hudobné nosiče rovnaké. Grafický dizajn je v podstate to jediné, čo v prvom momente výberu dokáže odlíšiť jednu platňu od druhej.

Ako v každom odvetví grafického dizajnu, aj v populárnej hudbe existujú zabehnuté pravidlá a formulky pre navrhovanie obalov. Večným problémom, s ktorým sa grafici musia boriť, je to, že hudobníci chcú mať svoju fotku na obale. Podľa Carol Buboltsovej, umeleckej riaditeľky vo vydavateľstve Atlantic and Elektra Records, 70% až 80% kapiel chce mať svoje tváre na prednej strane albumu. Marketingové oddelenia vydavateľstiev tiež tlačia na portréty na obaloch. Vaughan Oliver zo štúdia 23 Envelope hovorí: „*Veľké vydavateľstvá sa snažia predávať muzikantov ako verejné osobnosti a celebrity. Väčšinou to končí tak, že rôznorodí umelci sú zabalení v tom istom obale – vysmiatú tváre a nablýskané logo.*“ (9)

Medzi ďalšie základné pravidlá návrhov hudobných albumov patrí, že názov kapely by mal byť v hornej tretine prednej strany obalu. Existuje však mnoho príkladov, kedy toto pravidlo nebolo dodržané. Jedným takýmto príkladom je album *Wish You Were Here* skupiny Pink Floyd (Obr. 9), navrhnutý grafickým štúdiom Hipgnosis (podkapitola 2.2.2 str. 48). Na celom albume nebol uvedený názov albumu ani skupiny. Išlo o čistú umeleckú

výpoveď grafika a hudobníkov. Aby vôbec album mohol ísť do predajní, dostal ešte druhý obal z čierneho papiera s nálepkou so všetkými potrebnými informáciami (Obr. 10).



Obr. 9. Album *Wish You Were Here*



Obr. 10. Album *Wish You Were Here*

Veľké mená hudobného priemyslu nie vždy znamenajú záruku kvalitného grafického dizajnu. Umelecké oddelenia veľkých vydavateľstiev s množstvom zamestnancov s manažérskou štruktúrou majú často svoj korporátny štýl, ktorý nenesie rukopis jedného dizajnéra a všetky návrhy z tejto spoločnej dielne musia podliehať tomuto štandardu. Veľa nahrávacích spoločností sa snaží ponúkať produkty v takých obaloch, ktoré sú primárne komerčné a predajné. Jednoducho povedané, obal musí priniesť kupujúcemu určité uspokojenie, a preto často víťazia atraktívne, neofenzívne a nekontroverzné návrhy nad návrhmi „vybočujúcimi z radu“. Najkreatívnejšie obaly albumov veľkých firiem vznikli tak, že samotní hudobníci si presadili účasť konkrétnych dizajnérov alebo umelcov.(9)

Grafický dizajn albumov má aj svoje národné a regionálne špecifiká. Veľké rozdiely v úrovni návrhov sa dajú pozorovať aj medzi dvomi krajinami, ktoré hudobnému priemyslu dominovali posledných 60 rokov. V USA, kde je vydávaných najviac albumov a sú považované za mekku populárnej hudby, je prekvapivo nízka úroveň grafického dizajnu. Súvisí to s celkovou vizuálnou kultúrou v oblasti obalového dizajnu v Amerike, ktorý má čisto komerčný charakter a nie je tak spätý s umením ako v Európe. Americký priemysel s obrovským objemom výroby má väčšiu tendenciu upadať do overených stereotypov a obchodných marketingových poučiek. Dá sa povedať, že najzaujímavejšie experimentálne obaly pochádzajú z Veľkej Británie, a to najmä z obdobia 60. a 70. rokov, kedy fungovalo silné prepojenie rockových skupín s umelcami a umeleckými vysokými školami v Londýne. Silnou stránkou britských grafikov je vynikajúca práca s typografiou. Najmä návrhy takých osobností, ako Barney Bubbles, Neville Brody alebo Malcolm Garrett, pomohli založiť tradíciu britskej inovatívnej typografie. Britské, nemecké,

japonské a francúzske vydania oveľa častejšie obsahujú grafiku, ktorá vyjadruje atmosféru a myšlienky hudby vo vnútri a menej sa sústreďuje na vyobrazenie samotných hudobníkov. (9)

Jednou z dôležitých funkcií albumov okrem marketingu smerom k zákazníkom je pútanie pozornosti dvoch významných skupín v rámci štruktúry hudobného biznisu, a to sú recenzenti a hudobní dramaturgovia v rádiách. Práve od nich závisí do značnej miery úspech nahrávky a prvý dojem, ktorý na nich zanechá obal, môže mať zásadný vplyv na to, či sa vôbec nahrávka dostane do éteru.(9) Zanechať dobrý dojem na ľuďoch, ktorí majú zásadný vplyv v hudobnom priemysle, patrí k základným elementom nielen hudby, ale aj obalu.

1.3 HUDOBNÉ MÉDIÁ

V histórii hudobných nosičov a ich grafického stvárnenia sa dá sledovať jeden jasný vnútorný rozpor. Technická inovácia v kombinácii s požiadavkami zákazníkov tlačí na zmenšovanie hudobných nosičov, čo predstavovalo menšiu plochu pre grafiku. Od veľkých LP platní sa nosiče zmenšili až na veľkosť mini diskov, ktoré boli veľké takmer ako zápalková škatuľka.

1.3.1 LP platňa

Obal dlhohrajúcej platne (long-playing album) je historickým základom, na ktorom je postavený dizajn v populárnej hudbe. Práve na LP platniach sa po prvýkrát objavila grafika. Všetky ďalšie formy nosičov od kaziet po CD, ktoré vychádzali a snažili sa napodobniť ich dizajn. V čase, keď boli albumy vydávané na viacerých typoch nosičov, sa vždy navrhovala ako prvá obálka LP platne a ostatné formáty sa z nej odvodzovali. Je zaujímavé, že LP platňa nie je historicky najpredávanejším ani najekonomickejším formátom v hudobnom priemysle. Len magnetofónových kaziet sa v roku 1986 predalo takmer trojnásobne viac ako LP platní. Hudobný priemysel si napriek tomu udržuje vzťah k LP platni, ktorá dala názov základnému produktu v hudobnom biznise – albumu. Práve veľkému formátu LP 30,48 x 30,48cm vdčíme za rozvoj grafického umenia na obaloch, ktoré sa prenieslo aj na kazety a CD nosiče. Model vizuálnej prezentácie na LP platniach pretrváva aj v čase CD, napriek technologickým inováciám a digitalizácii hudby. Niektoré

hudobné štýly a najmä hip hop sú stále závislé od vinylových platní. Dá sa povedať, že éra vinylu ešte neskončila.(9)

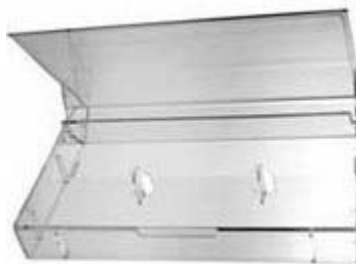
1.3.2 Kazety

S nástupom magnetofónových pásov na konci 70. rokov sa výrazne zmenšila plocha pre umelecké vyjadrenie. A skončila sa tak zlatá éra LP obalov. Možnosť vytvoriť kvalitné výtvarné dielo sa doslova „scvrkla“. Na začiatku 70. rokov sa objavili osemstopé kazety, ktoré však sa v priebehu 80. rokov z trhu vytrácali, až kým úplne nevymizli. Nahradili ich kazety, ktoré sa stali najrozšírenejším hudobným formátom. V roku 1987 tvorili kazety 55% všetkých predaných nahrávok, ale od začiatku 90-tych rokov strácali podiel na trhu, roku 1997 to bolo 18,2%, v roku 1998 14,8%.(9) Táto zmena bola spôsobená nástupom CD nosičov a iných digitálnych zvukových formátov. Obrovský rozmach kaziet v 80. rokoch bol sčasti zapríčinený popularitou kazetových prehrávačov, ktoré boli menšie a mali jednoduchšiu obsluhu ako gramofóny. (Jones & Sorger, 1999) Do konca 90. rokov kazety takmer úplne vymizli, najmä kvôli nízkej kvalite zvuku a opotrebovanosti. To, čo bolo na kazetách také populárne – malá veľkosť, bolo zároveň aj dôvodom malej grafickej úrovne a malého obsahu kazetových bookletov.

Kazetový priestor je drasticky limitovaný oproti 30 cm obalu LP platne. Jednoduché karty (tzv. J-cards) vložené do plastového krytu kazetovej škatuľky boli jediným priestorom pre grafiku a informácie. Mali dve hlavné časti – bočné čelo s rozmermi 1,3 cm a čelo s rozmermi 6,4cm x 10,2cm. Čelná strana karty mohla byť skladacia. Obsahovala všetky informácie o skupine, názvy skladieb, niekedy, ale skôr výnimočne aj texty. Veľkosť harmoniky bola značne obmedzená tým, aby sa škatuľka kazety dala pohodlne zavrieť. Vzhľadom na takýto obmedzený pohľad sa mnoho vydavateľstiev ani nevenovalo grafickému riešeniu obalov, dovnútra často umiestňovali len najnutnejšie informácie, často len v čiernej tlači.(9)



Obr.11. Audio kazeta



br.12. Plastový obal audio kazety

V obchodoch boli kazety zoradené tak, že viditeľné boli len ich boky. Predné panely boli viditeľné len výnimočne. Grafika na kartách pripomínala grafiku LP obalov. Pri kazetových vydaniach pôvodných LP platní sa často použila zmenšenina grafiky z pôvodnej veľkosti LP. Na bočnej strane bolo vždy uvedené meno skupiny a albumu v čo najvýraznejšom a zaujímavom fonte. Vzhľadom na malý formát a čitateľnosť sa z výberu albumu v obchode stal dosť neprijemný a vyčerpávajúci proces. Objavili sa aj isté pokusy vylepšiť kazetový obal a zväčšiť priestor pre grafiku. Kazety sa začali vkladať do väčších krabíc 30 x 10 cm, tie sa však neosvedčili a ich výroba bola zrušená. Ďalšie pokusy vylepšiť kazetový obal začali s uvedením kazetových singlov a maxi singlov v polovici 80. rokov. Single zaznamenali veľký úspech najmä vďaka veľkej popularite „walkmanov“. V roku 1987 výskum potvrdil, že viac ako polovica kupujúcich dala prednosť kazete pred LP singlom. (9)

Zatiaľ čo veľké vydavateľstvá pristupovali ku kazetám ako k lacnej alternatíve vinylových LP, veľa nezávislých vydavateľstiev produkovalo čisto kazetové náklady. Bolo to najmä kvôli neporovnateľne nižším produkčným nákladom a možnosti kopírovania kaziet. Aj keď sa zvuk kaziet častým prehrávaním horšil, zaznamenané nahrávky boli kvalitné a zmestilo sa na ne až 90 minút hudby. Mnohé nezávislé vydavateľstvá sa držali klasického plastového obalu, niektoré však experimentovali s prepracovanými formami prezentácie. Medzi najkrajšie príklady grafického dizajnu na kazetách patria nahrávky z dielne vydavateľstva britského TOUCH. Touch vydávali aj vinylové nahrávky, postupne však prevládli kazety. Väčšina z nich nemala klasický plastový kryt s vkladacou kartou, ale rôzne iné formy obalov. Najextravagantnejším príkladom bol album Magnetic North (Obr. 13). Audiokazeta bola zabalená v lepenkovej krabici s rozmerom 22,86 x 27,94 cm, ktorá zároveň obsahovala 108-stranový časopis vytlačený na piatich rôznych druhoch papiera.

Časopis obsahoval informácie o všetkých interpretoch na nahrávke a výber umeleckých diel a literatúry. Ďalším zaujímavým albumom vydavateľstva Touch bol Travel, ktorý pozostával z kazety uloženej vo vaku z PVC so štyrmi skladacími plagátmi resp. mapami s komentármi a príbehmi rôznych cestovateľov. Tieto vydania boli skôr konceptuálnymi umeleckými dielami ako hudobnými albumami. Niesli v sebe odkaz na prepracované LP obaly z konca 60. a začiatku 70. rokov, kedy fanúšik pri počúvaní albumu mohol vstúpiť prostredníctvom grafiky do nového vizuálneho a hudobného sveta.



Obr.13. Obal audiokazety Magnetic North



Obr.14. Keramický obal Popular Soviet Songs

Jeden z najzaujímavejších a najprepracovanejších obalov medzi kazetami bol Popular Soviet Songs and Youth Music z vydavateľstva Zoviet France (Obr. 14). Proces tvorby a zámer popisuje autor Ben Ponton: „Dve kazety so štyrmi hodinami hudby v keramickom obale. Tvorba obalu mala najmenej 15 oddelených stupňov výroby. Trvalo nám 5 mesiacov, kým sme sa vôbec mohli pustiť do produkcie. Nevedeli sme nič o keramike, museli sme sa zaškoliť pracovať s hlinou, s glazúrou a vypalovať. Medzi ozdobami na krabici sú aj pierka, ktoré sme pozbierali na pláži vedľa jadrového reaktoru v Sella Field. Tento reaktor je známy tým, že zateká a robí z írskoho pobrežia najradioaktívnejšie more na svete. Keďže je takmer isté, že pierka, ktoré sme tam pozbierali, sú rádioaktívne, stali sme sa prvou mimovládnu agentúrou, ktorá úspešne exportovala jadrový odpad.“(14,9)

Tieto pokusy Touch a Zoviet France, ako aj niektorých iných vydavateľstiev, boli dôkazom, že obal nie je možné vnímať len ako miesto pre peknú tvár speváka alebo speváčky. Presadzovali líniu, že obal by mal byť prepojený s hudbou na podstatnejšej, mimozmyslovej úrovni.

1.3.3 CD

CD, compact disc, bolo predstavené v lete v roku 1983. Začala sa tak éra digitalizácie hudby, ktorá trvá dodnes. Nástup CD nezmenil len spôsob konzumácie hudby, ale podobne ako predchádzajúce technologické inovácie priniesol nové formy obalov. Najrozšírenejším CD obalom takzvaný Jewel box. Ide o priesvitný plastový obal o rozmeroch 14 x 12,5cm. Väčšina CD obsahuje booklet, ktorý sa zasúva do vrchnáka krabičky. Okrem plastových foriem sa vyvinuli aj rôzne papierové formáty CD obalov. Najrozšírenejším z nich je tzv. digipack. Digitalizácií hudby a CD nosičom sa podrobnejšie venujem v kapitole 2.6 Digitalizácia hudby a grafického dizajnu str. 60.(9)

1.3.4 Iné digitálne formáty

Krátko si predstavíme aj iné formáty digitálnych médií, ktoré sa objavili po nástupe CD – DAT, Mini-disc a DVD.

DAT (digital audio tape) bol v poradí druhým formátom digitálneho nahrávania, na trhu sa objavil krátko po nástupe CD. Zákaznícky potenciál DAT bol veľký, pretože spájal kvalitu digitálneho záznamu s možnosťou domáceho nahrávania, ako pri kazetách. Táto výhoda však prirodzene nevyhovovala nahrávacím spoločnostiam, ktoré všemožne proti DAT bojovali.

Mini disky (MD) sa objavili na trhu na prelome 80. a 90. rokov. Paralelne s nástupom CD-R (compact disc-recordable) boli prvé masovo rozšírené digitálne médiá s možnosťou domáceho nahrávania.(9) Mini disky nikdy nedosiahli popularitu CD. Jedným z dôvodov bola ich veľkosť. Sú ešte menšie ako magnetofónové kazety, čiže na nich bolo ešte menej miesta na grafiku.

DVD (digital versatile disc niekedy je uvádzané aj digital video disc) bolo uvedené s cieľom ponúknuť väčšiu dátovú kapacitu, viac hodín hudby, respektíve videa. Fyzicky je DVD totožné s CD, a preto od neho logicky preberá obalový dizajn. Prinieslo však jednu výraznejšiu novinku. Je ňou obal nového formátu, takzvaný Snapper, ktorý sa stal najpopulárnejším obalom pre DVD. Jeho rozmer vychádza z výšky VHS videokaziet, ktoré mali DVD primárne nahradiť. Hĺbka škatuľky je rovnaká ako pri CD Jewel boxe. Vyrába

sa v rôznych materiáloch najčastejšie z čierneho plastu s papierovým letákom zasunutým pod vrstvu fólie. Z hľadiska grafiky je to vd'achný formát, ktorý sa dá kreatívne využiť. Dodnes sa DVD používa primárne ako video formát, DVD audio zatiaľ zaostáva. Veľmi populárne sú záznamy koncertov na DVD s rôznymi bonusmi, textami a rozhovormi. Jedným z dôvodov, prečo sa uchytil nový, väčší formát obalu pre DVD, bol ten, že sa chcel vymedziť voči identickému CD. Po svojom nástupe na trh v roku 1995 chceli vydavateľstvá jasne vizuálne odlíšiť DVD na pultoch predajní. (9)

2 HISTÓRIA GRAFICKÉHO DIZAJNU V POPULÁRNEJ HUDBE

2.1 ZAČIATKY REPRODUKOVANEJ HUDBY (1900-1950)

Prvé zmienky o hudbe siahajú hlboko do minulosti. Ľudia tvorili a vnímali hudbu, či už pri rôznych okultných obradoch, alebo pre spríjemnenie voľnej chvíle. Avšak skutočne dôležitú úlohu v životoch ľudí začala hrať hudba vtedy, keď sa ju podarilo prvýkrát zaznamenať a uchovať.

Z funkčného hľadiska sa história hudobných nosičov spája s platňami, či už 78, 45-otáčkovými, LP, alebo CD platňami. Najmä obaly LP platní s priemerom 30,48cm sú dodnes nositeľmi silných kultúrnych a historických odkazov. Platne však neboli prvým médiom na zaznamenávanie hudby.

Prvý známy vynález nahrávacieho zariadenia zvuku je fonautograf, patentovaný 25. marca 1857. Vynašiel ho Francúz Edouard-Leon Scott. Dokázal zachytiť zvuk na viditeľné médium, ale zvuk nahratý týmto zariadením nebolo možné prehrať. V marci roku 2008 sa vedcom podarilo najstaršiu nahrávku ľudského hlasu z roku 1860 vyhotovenú týmto zariadením pomocou počítačovej technológie zdigitalizovať a po takmer 150 rokoch prehrať. Bola to nahrávka, na ktorej bol zaznamenaný ženský hlas spievajúci francúzsku ľudovú pieseň „Au Clair de la Lune“. Tento záznam trval 10 sekúnd. Význam fonautografu bol pochopený až s vynálezom fonografu (Obr. 15), ktorý ukázal, že priebeh signálu zapísaný fonautografom na valec bola nahrávka, ktorú bolo možné opätovne prehrať. (9)

Thomas Edison založil v roku 1896 Natinal Phonograph Company, ktorá okrem iného ponúkala výber Edisonovej obľúbenej vážnej hudby na voskových valcoch (Obr. 16).

Tento predchodca hudobných albumov slúžil Edisonovi najmä na propagovanie jeho vynálezu fonografu. V roku 1901 firma Victor Talking Machine Company začala vyrábať fonografy s plochými diskami alebo platňami. Za jeden rok po uvedení platní sa tak výrazne znížil predaj Edisonových voskových valcov. Firma Columbia Phonograph Company (pôvodne nábytkárska firma, ktorá predávala aj fonografy do domácností a neskôr sa stala najvýznamnejšou spoločnosťou hudobného priemyslu) vycítila potenciál platní a predstavila prvý gramofón. Edison, ktorý si zakladal v prvom rade na kvalite zvuku, odmietol prechod na gramofónové platne a jeho firma predávala voskové valce až do roku 1929. (9)



Obr.15. Fonograf



Obr.16. Obal pre zvukové voskové valce

Voskové valce boli balené do tvrdých pravouhlých alebo cylindrických lepenkových krabíc a plstených obalov (Obr. 16). Tieto obaly neobsahovali takmer žiaden dizajn farbu ani grafiku, len jednoduché slogany o kvalite produktu, názve spoločnosti. Každá nahrávka bola identifikovaná malou nálepkou na krabici a pretlačou na boku valca.

Obaly platní boli menej robustné. Ochrana nosiča nepatrila medzi priority, prvé platne boli dokonca predávané bez obalov. Obaly v podobe návlekov, respektíve rukávov, sa stali štandardom až po roku 1910 v dvoch základných typoch. Prvým typom bol jednoduchý obal z baliaceho papiera s vytlačeným logom vydavateľa. (9)



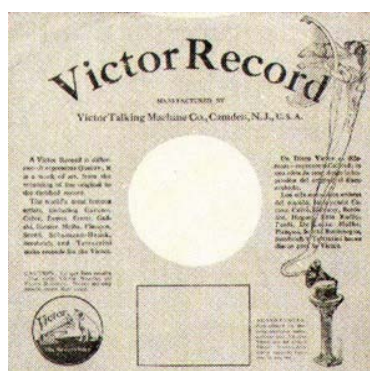
Obr. 17. Návlek Columbia



Obr. 18. Návlek 1910/1920



Obr. 19. Návlek 1910/1920



Obr. 20,21,22. Najstaršie publikované obaly od Victor Records 1911

Druhým, bežnejším typom bol nepotlačený obal s kruhovou dierou, ktorá odhaľovala stredovú etiketu na samotnej platni. Etikety časom naberali na štylovosti a pútavosti. Začali sa tlačiť v dvoch, neskôr troch farbách, často s použitím striebornej alebo zlatej, čo napriek jednoduchosti dodávalo na dojme prestíže a elegancie (Obr. 23). Neskôr sa pre samotné obaly začali používať rôzne typy farebných voskov a lakov (Obr. 24). Aj keď grafika ostávala len na etikete.

V tomto čase sa nahrávky nepredávali v špecializovaných obchodoch, ale v obchodoch s rozličným tovarom pre celú domácnosť. Obaly sa museli biť o pozornosť zákazníka, aby si ich vôbec všimol. Napriek snahe o skrášlenie návlekov im prischlo ľudové pomenovanie „Tombstones – náhrobky“. (9)



Obr. 23. Stredová etiketa Obr. 24. Použitie farebných voskov Obr. 25. Obal Aladdin 1930

Obchody začali samé vyrábať obaly platní, ktoré spĺňali aj ochrannú funkciu (Thorgeron & Dean, 1977. s. 8). Boli z hrubšieho papiera alebo lepenky a mali natlačený názov obchodu. Prvými naozajstnými obalmi, individuálne navrhovanými pre jednotlivé nahrávky, boli nahrávky opery alebo dlhších symfónií na klasických 78-otáčkových platniach. Vzhľadom na dĺžku jednej platne musela byť jedna opera zaznamenávaná na troch až piatich diskoch. Každá platňa mala zvlášť návlek a spolu boli vložené do pevných krabíc. Týmto baleniam sa po prvýkrát začalo hovoriť albumy, pretože pripomínali albumy fotografií. Prvé nahrávky obsahovali len typografiu a názov na prednej a širšej bočnej strane. Neskôr obsahovali fotografie umelcov a koncertných scén. Kombinácia návleku a albumu – krabice pretrvala až do 50. rokov. (10)

2.1.1 Silnejúci význam obalového dizajnu

Prvým obdobím rozmachu obalového umenia bola 2. polovica 30. rokov, kedy sa USA spamätávali zo svetovej krízy. Ťažké roky so sebou priniesli agresívnejší marketing. Prvé nahrávky vydavateľstva Decca z konca 30. rokov pripomínali abstraktné tapety (Obr. 25,26). Vydavateľstvo RCA VICTOR používalo prepracované dekoratívne maľby s miestami vynechanými na titul skladateľa a iné informácie. Do konca 30. rokov sa pridali farby, kresby a obrázky umelcov. Všetky tieto obrázky boli tlačené na oddelené nálepky, ktoré sa lepili na návleky. Išlo o nálepky, ktoré mali pôvod na obaloch kníh. A neskôr sa objavili na prvých 10-palcových LP platniach na konci roku 1940 (Obr. 27,28). (9)



Obr.26. Obal Decca 1930

Obr.27. Obal Decca 1940

Obr.28. Obal Decca 1941

V 40. rokoch vydavateľstva Columbia a CBS prepracovali a zintenzívnili svoje marketingové stratégie. Pat Dolan, šéf promotér CBS, popísal ich stratégiu v roku 1940 takto: „Albumy musia byť čo najviac odvážne a elegantné. Musia vyčnievať vo výkladoch, kričať a vynucovať si pozornosť. Zároveň sa v nich musí odzrkadľovať duch hudby vo vnútri. Farby musia byť agresívne a silné.“ (Schmitz, 1986. s. 88) (11) V tomto období sa stal z navrhovania hudobných albumov smer, ktorý priťahoval celú škálu dizajnérov a umelcov. Na americkom hudobnom trhu dominovali tri rozlíšiteľné štýly. Prvým boli albumy vydavateľstva RCA v štýle maľby s použitím tradičných výjavov. RCA sa snažilo prezentovať konzervatívny imidž orientovaný na kvalitu. Vydavateľstvo pracovalo s viacerými, v tom čase dominantnými umeleckými smermi, od surrealizmu cez kubizmus až po romantizmus. Dizajnér RCA Frank Decker sa vo svojich mnohých návrhoch pokúšal historicky prepojiť hudbu s grafickým návrhom. (9)



Obr.29,30. Obaly RCA – Victor

Druhým smerom boli návrhy obalov Alexa Steiweissa (podkapitola 2.1.2 str. 31) v štýle plagátov pre firmu CBS Columbia (Obr. 31-33). Jeho práca spájala princípy viacerých

európskych dizajnerských smerov, medzi inými Bauhaus. Tieto obaly sa stali modelmi pre ostatné vydavateľstvá, napríklad RCA prijalo jeho štýl pre svoje populárne a jazzové nahrávky, keď ich malebné obaly začali vychádzať z módy.



Obr. 31,32,33. Obaly Columbia (Steinweiss)

Kohler, ako aj mnoho iných odborníkov teoretikov, tvrdí, že Steinweiss (Vid'. Kapitola osobnosti) je otcom moderného hudobného albumu. (Pozri kapitolu osobnosti) Bol to Steinweiss, ktorý prišiel s nápadom jedinečného grafického dizajnu pre každú nahrávku. Tieto nové obaly zaznamenali okamžitý úspech a Columbia si rýchlo uvedomila, že nové zisky mnohokrát prevýšia zvýšené náklady na výrobu. Popularita Steinweissoových návrhov v krátkom čase spôsobila že jednoduché obaly úplne vypadli z ponuky a každé nové vydanie malo jedinečný obal. (Eric Kohler Vintage Record Graphics 1940-1960) (12)

Tretím štýlom obalového dizajnu, používaným najmä v menších nezávislých vydavateľstvách, bol čistý grafický prístup. Tento smer zosobňoval dizajnér David Stone Martin, ktorý pracoval pre vydavateľstvo MOSES ASCH. Obohatil svoj štýl o sociálny rozmer, pretože sa venoval najmä černošskej a bluesovej hudbe. Vzhľadom na to, že portréty afroamerických umelcov neboli v tej dobe považované za predajné, na obaloch sa objavovali skôr abstraktné obrázky a geometrické tvary (Obr. 34,35).



Obr. 34,35. Obaly Race Records (David Stone Martin / Verve)

Technické obmedzenia bránili v použití fotografie na obaloch až do neskorých 40. rokov. V tomto období pomaly dochádzalo k radikálnej zmene v hudobnom priemysle. Najmä s nástupom populárnej hudby a popularitou interpretov, ktorí dovtedy neboli výrazne slávnejší ako skladatelia či hudobníci. Dizajnéri museli svoje návrhy predkladať odborným komisiám a neskôr samotným umelcom na schválenie. Dizajnéri strácali kontrolu, abstraktné a umelecky hodnotné návrhy ustúpili. Jednou z hlavných zmien, ktorá sprevádzala nástup populárnej hudby, bola zmena organizácie obchodných prevádzok z pultovej na samoobslužnú. Predavač už nemá priamy vplyv na predaj, obaly museli hovoriť samy za seba a stať sa tichými predajcami. Do roku 1945 už mali takmer všetky nahrávky dizajnovaný obal. (9)



Obr.36. Štandardizovaný obal Brunswick

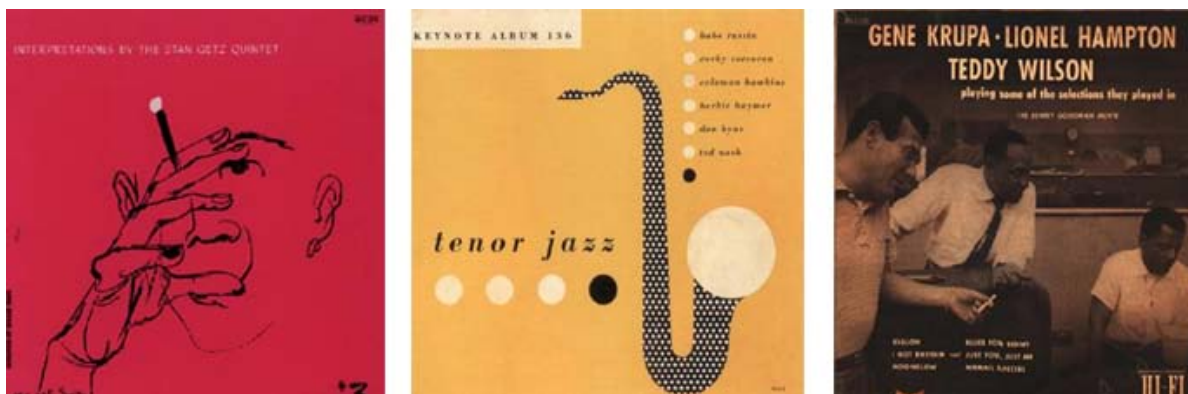
Poslednou kvapkou v transformácii hudobného priemyslu bol jún 1948, kedy Columbia predstavila svoju dlhohrajúcu LP platňu. Do roka sa z LP stalo dominantné médium v hudobnom priemysle. LP platňa o rozmere 30,48cm si pýtala iný typ obalu. Spoločnosti upustili od deravých obalov a začali používať pevné návleky, ktoré poskytovali mnoho

priestoru pre grafiku. 45 otáčková platňa prežila nástup LP najmä vďaka vydavateľstvu RCA. Nasledujúcich 10 rokov sa 45 otáčkové platne alebo EP (extended-playdiscs) používali najmä pre populárnu hudbu a single, LP obsahovali skôr vážnu hudbu alebo jazz. (9)



Obr. 37,38,39. Obaly RCA 1940

Dokiaľ rock neovládol populárnu hudbu 60. rokov, grafiku platní inšpiroval najmä jazz. Progresívna povaha jazzu, ktorá dominovala v 50. rokoch, reflektovala hnutie avantgardy vo fotografii, ilustráciách aj typografii. Vznikalo mnoho vedomých pokusov spojiť vizuálne umenie a hudbu. Jazzové obaly si vždy zachovali istú integritu a oddanosť hudbe. Sčasti to bolo umožnené tým, že jazz vydávali malé vydavateľstvá, ktoré viedli osobnosti so silným hudobným cítením. Keď si fanúšik jazzu, či už intelektuál, bohém, alebo novic, kúpil album, stal sa zároveň súčasťou štýlu a kultúry jazzu (Thorgerson & Dean, 1977 s. 11). Podľa Storma Thorgersona z britskej umeleckej skupiny Hipgnosis (podkapitola 2.2.2 str. 48) sa jazzové albumy vo všeobecnosti vyhýbali stereotypom. Najvýraznejším dôkazom je použitie písma. Vynikajú najmä vo veľkých formátoch písma, ktoré majú v nadpisoch veľmi precíznu sadzbu, prepracovanosť a štýl sadzby.(10) Portréty jazzových hudobníkov sú úprimnejšie a prirodzenejšie, menej umelé a komerčné ako portréty rockových hviezd. Obaly albumov klasickej hudby si v tomto období nevytvorili zvláštny štýl, ako tomu bolo v jaze, aj napriek tomu tu nájdeme príklady skvelého dizajnu ilustrácií alebo fotografie.



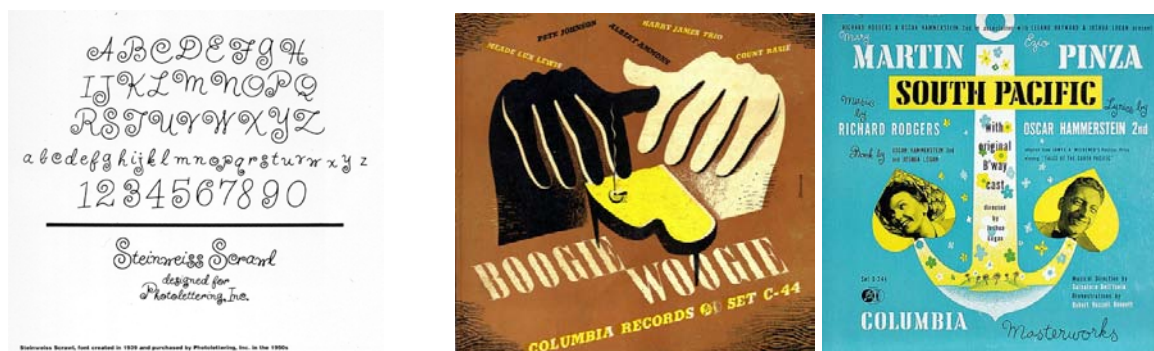
Obr. 40,41,42. Obaly jazzových albumov

2.1.2 Významné osobnosti tohto obdobia

Alexander Steinweiss

Alexander Steinweiss sa narodil v Brooklyne v New Yorku 24. marca 1917. Je považovaný za jedného z najväčších revolucionárov v hudobnom priemysle, za vynálezcu obalového dizajnu hudobných nosičov. Počas druhej svetovej vojny Steinweiss pracoval ako dizajnér plagátov, kým sa nestal reklamným manažérom vo vydavateľstve Columbia Records. Prezident vydavateľstva mu v tomto čase predstavil pripravovanú novinku v hudobnom priemysle – dlho hrajúcu platňu. Jej uvedenie na trh sprevádzal jeden technický problém. Na ochranu vinylovej platne sa používal ťažký skladaný papier, ktorý ale poškodzoval platne, keď boli naskladané na kope. Steinweiss bol oslovený, aby vyvinul nový obal pre tento formát a zabezpečil výrobcu, ktorý bol ochotný investovať 250-tisíc dolárov do vybavenia. Steinweiss dodnes vlastní patent na obal, ktorý sa stal štandardným. (23)

V tridsiatych rokoch boli nahrávky predávané v obyčajných obaloch alebo reklamných taškách. Aj albumové sety boli predávané bez špeciálnych obalov. Napriek tomu pre špeciálne vydania bola niekedy použitá farebná grafika, ktorá bola zvlášť vytlačená a nalepená na obálku, prípadne vložená do vnútra. Steinweiss navrhoval hudobné obaly od roku 1939 do roku 1973, kedy sa začal venovať výlučne maľbe. Podľa vlastných slov navrhol približne 2500 obalov. Steinweissova kariéra môže byť rozdelená zhruba do piatich období. Od roku 1939 do 1945 navrhol všetky obaly vydavateľstva Columbia Records (Obr. 31,32,33). Columbia po prechode na farebné pútavé obaly albumov zvýšila zisky o 800 %.



Obr. 43. Steinweissov font Scrawl Obr. 44. Obal platne Columbia Obr. 45. Obal South Pacific

V tomto období vyvinul grafický jazyk obalového dizajnu. Od roku 1945 do roku 1950 pracoval aj pre iné vydavateľstvá, toto obdobie je niekedy nazývané aj prvým zlatým obdobím obalového dizajnu. V tomto období vznikol aj Steinweissov autorský font „steinweissove mazanice“ (Steinweiss scrawl) (Obr. 43), ktorý sa prvýkrát objavil v roku 1947. Od roku 1950 navrhoval obaly platní pre vydavateľstvo Remington a začal aj viac ako 20-ročnú spoluprácu s vydavateľstvami Decca a London Records. V tomto období v jeho tvorbe dominovala ručná maľba aj ručné, voľné prvky typografie. V tomto období tiež hlbšie spolupracoval s Margaret Bourke-White na nezabudnuteľnej platni pre Columbiu (Obr. 44). Od polovice 50. rokov začal Steinweiss do svojich návrhov pridávať prvky fotografie. Tieto jeho fotografické obaly sú možno najvýraznejšie a najvýnimočnejšie z celej jeho tvorby. Zaviedol zvláštne krikľavé farby, netradičné nasvetlenie a množstvo optických vizuálnych hier a geometrických hravých kompozícií. V tom čase začal popri ostatných vydavateľstvách spolupracovať s firmou EVEREST, pre ktorú navrhol korporátnu identitu. Tým sa začalo jeho štvrté obdobie, ktoré charakterizovala fotografia, ale neprestal používať celú škálu techník a nástrojov, ktorú dovedy zaviedol. Jeho posledným obdobím sú roky 1960 – 1973, kedy navrhoval najmä pre Decca a London Records. V tomto období sa venoval najmä kolážam a výsekovým vzorom. Počas svojej kariéry sa Steinweiss venoval aj iným odvetviám grafického dizajnu. Navrhoval obaly pre potravinársky priemysel plagáty, logá, obaly kníh a veľa jeho návrhov bolo pre televízny priemysel. Po odchode do dôchodku ostal aktívnym, navrhol niekoľko CD obalov najmä pre vážnu hudbu.

Steinweissov obal nahrávky South Pacific - originálneho vystúpenia na Broadwai (Obr. 45) je najdlhšie používaným dizajnom platne na svete z roku 1949. Použil sa na LP

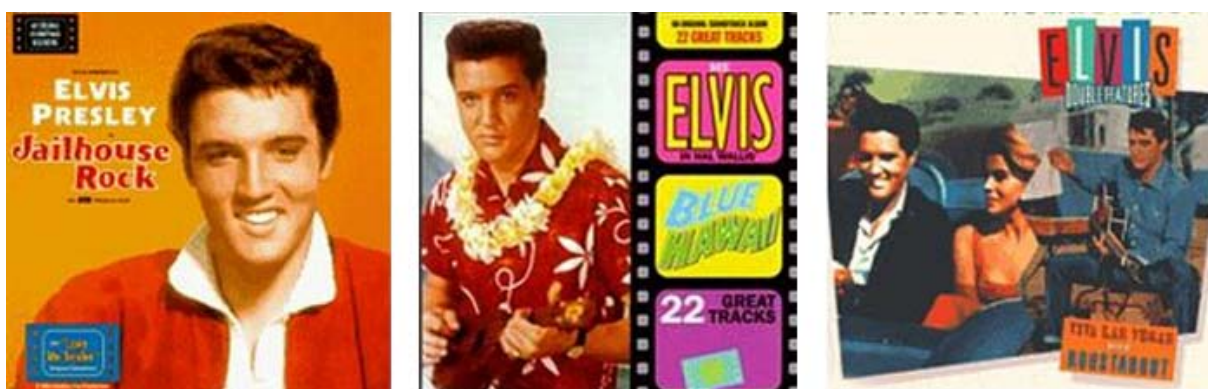
platniach, na rôznych druhoch magnetofónových pásov aj na CD vydaní. Jediným grafickým návrhom v Amerike, ktorý bol použitý takú dlhú dobu, je originálny obal Cocacoly.

V roku 1942 Steinweiss zamestnal Jima Flora, čím odštartoval 40-ročnú kariéru jedného z významných grafických dizajnérov.

V roku 2003 Medzinárodná asociácia nahrávacích spoločností založila cenu ALEX AWARD za prínos v hudobnom obalovom dizajne na počesť Alexa Steiweissa. V roku 2009 vydalo vydavateľstvo Taschen rozsiahlu monografiu Alex Steinweiss: Vynálezca moderného hudobného albumu. (Alex Steinweiss the Inventor of Modern Album Cover) (22)

2.2 NÁSTUP ROCKOVEJ HUDBY (1950-1970)

Prvé rokenrolové obaly neboli veľmi odlišné od tých jazzových , ale to, ako sa objavili a ako boli prezentované, bolo niečo úplne nové. Väčšina rockovej hudby v 50. rokoch bola predaná na 45-otáčkových platniach a išlo o kompilácie hitových singlov rôznych interpretov na jednej platni. Marketing rockovej hudby bol v začiatkoch silno previazaný s filmovým priemyslom a firmami, takže na mnohých platniach sa objavovali filmové scény alebo priamo filmové plagáty. Najlepším príkladom tohto štýlu sú platne Elvisa Presleyho.



Obr. 46,47,48. Filmom ovplyvnené albumy Elvis Presley

Zdá sa, že na konci 50. rokov zvíťazil konzervativizmus, ktorý homogenizoval aj grafický dizajn na albumoch. Dôležitou inováciou bolo popularizovanie farebnej fotografie vo formáte technicolor, ktorá sa veľmi rýchlo stala štandardom.

2.2.1 60. roky – rock a psychedélie

V 60. rokoch prebrala televízia úlohu sprostredkovateľa nových hudobných idolov. Programy ako *American Band Stand* sa stali populárnymi v celých Spojených štátoch. Bolo to obdobie konfrontácie medzi rigidným konzervatívnym spoločenským nastavením a obrovskou popularitou rocku, ktorý prinášal šokujúcu sexualitu a rebelstvo.

S popularizáciou rocku rástlo aj sebavedomie hudobníkov, ktorí sa snažili čoraz viac a silnejšie kontrolovať grafický dizajn. Rockové skupiny si už nevystačili s niekoľkými hitmi, aby mohli vydať album. 45-otáčková platňa bola na ústupe a od polovice 60. rokov naplno dominovala LP platňa. V roku 1960 45-otáčkové platne tvorili 20% trhu a tento podiel sa každým rokom znižoval. Single do roku 1975 už predstavovali len 8%. (Recording Industry Association of America (RIAA) (17)

„Ako dominantný prúd vo výtvarnom umení sa presadil pop-art. Žiadne iné povojnové umelecké hnutie nestieralo do takej miery hranice medzi voľnými a úžitkovými výtvarnými disciplínami. Pop-art odvodil svoju poetiku od jazyka masovej komunikácie, hoci miera kritického odstupu a ironie bola neraz značná. Výdobytky voľného umenia sa spätne premietali do dizajnu, dialóg generoval novú energiu. V oboch sférach sa pohybovali mnohí obojživelníci. Najslávnejší americký pop-artist Andy Warhol začínal ako komerčný ilustrátor a aj v rokoch najväčšej slávy tvoril plagáty a obaly platní. Podobne James Rosenquist, niekdajší dizajnér billboardov. Reprezentant britskej vetvy pop-artu Peter Blake bol zasa autorom obalu slávneho albumu *Sergeant Pepper's Lonely Hearts Club Band* od skupiny Beatles,“ (Kolesár, Z., 2006, s. 189) (13) Tento album si popíšeme nižšie.

K prepojeniu fenoménu grafického dizajnu s hudbou v 60. rokoch dochádzalo hlavne na umeleckých školách, ktorých členmi boli mnohé významné osobnosti nižšie zmienených hudobných formácií. Johnovi Lennonovi, Nickovi Masonovi a Sydovi Barretovi nestačila

samostatná výtvarná činnost, chceli silnejší spôsob podania umeleckého zážitku obecenstvu a jeho bezprostredné reakcie pri hraní na koncertných pódiiach.(9)

Hviezdy britského rocku ako Beatles, The Rolling Stones a Pink Floyd začali vt'ahovať do navrhovania albumov svojich priateľov z umeleckého prostredia. Umenie vtedy žilo hudbou a výnimkou neboli ani mladí dizajnéri, grafici a maliari. V tomto čase vznikli diela, ktoré sú dodnes neoddeliteľné spojené s históriou rokenrolu. V Londýne sa rocková hudba miešala so svetom módy a umenia. Britské umelecké školy boli pre toto spojenie ideálnou platformou (Frith & Horne, 1987).(15)

Gramofirmy začali naplňovať oných lákavých takmer dvetisíc centimetrov štvorcových plochy informáciami a obrázkami. Časom prišli na to, že formát sa dá ešte zdvojnásobiť otváracím obalom alebo ešte ďalej zväčšiť rôznymi vložkami.

Plocha bola, aj situácia bola teda pripravená na to, aby sa cover LP stal, podobne ako plagát, samostatným umeleckým artefaktom (Marian Jaslovský 1998). (16)

Prvky pop-artu, op-artu, ale aj secesie sa po polovici 60. rokov spojili v prúde tzv. psychedelického umenia, azda najpríznačnejšieho výtvarného prejavu tejto dekády. Psychedelické vizuálne umenie bolo časťou psychedelickej rockovej hudby. „60. roky boli v USA obdobím materiálnej prosperity a konzumu so zdanlivo bezhraničnými možnosťami, no i obdobím nástupu mladej generácie, ktorá odmietala hmotný blahobyť ako jediný cieľ. Úsilie vytvoriť alternatívny životný štýl sa stalo podhubím pre inovácie výtvarnej tvorby, v ktorej celkom zmizla hranica medzi voľným a úžitkovým umením. Charakteristickým prejavom psychedelického umenia boli produkty grafického dizajnu – plagáty, tie však zároveň v izbách mladých prevzali úlohu tradičných závesných obrazov. Podobne obaly gramofónových platní, ktoré sa stali plochou pre svojbytné výtvarné výpovede.“ (Kolesár, Z., 2006, s. 189) (13)

„Ani drogy, ktoré pomáhali objavovať „nové svety“, neboli v kontexte výtvarnej tvorby novinkou. V 60. rokoch sa stali priam nevyhnutnou súčasťou života komunit vyčleňujúcich sa z rámca konvenčných civilizačných foriem. V USA nebolo do polovice 60. rokov užívanie drog kriminalizované. LSD sa stalo základným zdrojom psychedelických inšpirácií.“ (Kolesár, Z., 2006, s. 189) (13)

Jeho znakom boli rozšírené improvizácie založené na bluese, surrealistické texty s často hlasnými predstaveniami sprevádzanými bohatými svetelnými show. Zámienkou bolo podporiť stav vyvolaný drogou.

Koncertné plagáty, obaly platní, svetelné show, nástenné maľby, komiksy, undergroundové noviny a ďalšie odrážali nielen kaleidoskopické víriace vzory LSD halucinácií, ale aj revolučné, politické, sociálne a duchovné názory inšpirované poznatkami získanými z týchto psychedelických stavov vedomia.“ (24)

Vzhľadom na to, že pre mladú generáciu tohto obdobia to bola práve hudba, ktorá spoluvytvárala životný pocit a dokonca aj názor, bolo nutné venovať sa predovšetkým snahe o vizualizáciu hudby a pocitu z nej na plagátoch a obaloch platní.

„Prvé psychedelické plagáty sa zrodili v roku 1966 na západnom pobreží USA v San Franciscu. Psychedelické výtvarné prejavy mali paralelu v hudbe Grateful Dead, Jefferson Airplane, Janis Joplin a ďalších. Za „vynálezcu“ psychedelického plagátu možno považovať Wesa Wilsona (Obr. 49,50), ktorému ako priamy inšpiračný zdroj poslúžila výstava nemeckej a rakúskej secesie a expresionizmu na Kalifornskej univerzite. Čierne-biele a komplementárne farebné kontrasty evokujú súvislosti s op-artom a zároveň vytvárajú dojem vizuálnych vnemov po požití halucinogénov.“ (Kolesár, Z., 2006, s. 190) (13)



Obr. 49. Koncertný plagát



Obr. 50. Koncertný plagát

„Wilsonove plagáty propagovali najmä akcie v koncertno-tanečných sálach Fillmore Auditorium a Avalon Ballroom. Pracovali pre ne aj ďalší. Významné inovácie priniesla najmä tvorba Victora Moscosa (Obr. 51,52). Vibrujúca farebnosť jeho plagátov je ešte

pôsobivejšia než Wilsonova, navyše Moscoso vytvoril rad plagátov, na ktorých sa pri blikotaní a rôznom osvetlení mení obraz.“ (Kolesár, Z., 2006, s. 190). (13)



Obr. 51. Koncertný plagát.



Obr. 52. Koncertný plagát



Obr. 53. Koncertný plagát

Zmienku si zaslúžia i Rick Griffin (Obr. 53) a Stanley Mouse, ktorí popri štylizovanom secesnom písme v plagátoch používali staršie akcidenčné písma 19. storočia, pripomínajúce éru divokého západu. Griffin je autorom dodnes používaného loga kultového hudobného časopisu Rolling Stone (Obr. 54). (13)



Obr.54. Logo časopisu Rolling Stone.

„S relatívne presne definovaným psychedelickým prúdom koexistovali ďalšie príbuzné polohy grafického dizajnu, vyznačujúce sa zároveň autentickými výtvarnými hodnotami. Zväčša boli späté s populárnou hudbou, takže neprekvapí, že akosi bibliou alternatívnej vizuálnej poetiky záveru 60. rokov sa stala kniha ilustrácii k textom skupiny Beatles – Beatles Songbook. Beatlesovska kniha vytvorila akúsi symbolickú bodku za erupciou kreativity 60. rokov, ktorá predstavovala opozíciu chladnej a racionálnej moderne a stala sa východiskom jej globálnej kritiky.“ (Kolesár, Z., 2006, s. 190) (13)

Prvým psychedelickým obalom albumu bol album The Beatles Rubber Soul (Obr. 56), vydaný v roku 1966 s halucinogénnou fotografiou kapely a pokrivenou typografiou v štýle Art Nouveau. Dizajn albumu Rubber Soul pre Beatles vytvoril Robert Freeman v spolupráci s Charlesom Frontom, ktorý sa podieľal na typografickom riešení obalu platne.



Obr. 56. Obal Beatles, *Rubber Soul*

Fotograf pracoval pre Beatles už predtým, a to konkrétne na albumoch „With the Beatles“, „Beatles for Sale“ a „Help“, okrem toho sa preslávil i svojimi fotografiami jazzových muzikantov. Freeman použil fotku Beatles, ktorá sa pri premietaní na stenu v dome Johna Lennona „roztiahla“, to členov kapely mimoriadne zaujalo. Beatles si priali vytvorenie obalu platne presne v tomto duchu.

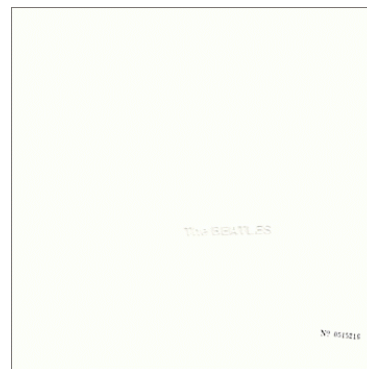
Album zachytáva legendárnu štvoricu na fotografii v zamyslených pohľadoch do neznáma, jediný, kto hľadá priamo dopredu, je John Lennon. Z farebného spektra dominujú hnedá a zelená. Jasne oranžová farba je použitá na mierne rozťahnutom názve „Rubber Soul“. Beatles ako jedna z mála kapiel vtedajšej doby nepoužila na obale svoj názov. Celkový dojem z Freemanovej fotografie, ale hlavne typografické riešenie slov „Rubber Soul“, evokuje nastupujúce psychedelické obdobie, do ktorého prispeli Beatles nielen svojimi hudobnými počinnami, ale aj grafickým riešením obalov platní.(9)

V rovnakom čase fungovala v kalifornskom San Franciscu vitálna koncertná hudobná scéna, ktorá zrodila silnú komunitu fanúšikov a hudobníkov. Miestne skupiny oslovovali svojich priateľov, aby navrhovali plagáty koncertov. Títo umelci väčšinou začínali navrhovaním plagátov pre tanečné zábavy v kluboch. Je na nich jasná snaha o spojenie vizuálna a hudby. Tak ako hudobníci skúmali hranice v hudbe a vyhľadávali inšpirácie po celom svete, grafickí dizajnéri experimentovali s umeleckými smermi a technikami. Toto experimentovanie nebolo v grafike úpenlivé. Najmä návrhy pre klub Fillmore vychádzali z Art Nouveau a Secesie (Obr. 49-53), boli plné organických, pokrútených motívov, amorfných tvarov s portrétmi a figúrami.

Album The Beatles z roku 1967 *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band* nastavil latku experimentálneho psychedelického umeleckého prístupu k návrhu, podľa ktorej boli posudzované takmer všetky nasledujúce návrhy. (9)



Obr.57. Obal *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band*



Obr.58. Biely dvojalbum

Autormi obalu platne sú členovia The Beatles, fotograf Michael Cooper, v spolupráci s výtvarníkmi Peterom Blakom, Janom Haworthom a obchodníkom s umením Robertom Fraserom. Každý zo zúčastnených na tomto projekte prispel k vytvoreniu fotomontáže so svojimi obľúbenými osobnosťami. Beatles sa na obale nachádzajú dvakrát – oblečení v "hippie-vojenských" uniformách i v podobe voskových figurín z múzea Madame Tussaud (resp. trikrát – asi aj vo veselom, čerstvo navrášnenom hrobe). Pestrofarebná „popartovo“ ladená fotomontáž pozostávajúca z kvetov, ktoré obklopujú šesťdesiat významných predstaviteľov umeleckého, vedeckého či politického sveta, ktoré obdivovali. Na fotomontáži sú spodobnení napríklad George Bernard Shaw, Oscar Wilde, Marlon Brando, Marlene Dietrich, Albert Einstein či Karl Marx. Uprostred sú situovaní legendárni „chrobáci“ oblečení v šatách evokujúcich cirkus, od dizajnéra Manuela Cuevasa. Karnevalovo-surrealistickú atmosféru dotvára bábika s nápisom Vítame Rolling Stones, soška Budhu, dychovkový veľký bubon a podobné rekvizity. Úplnou novinkou sú texty piesní vytlačené na zadnej strane. Na prílohe nájdeme "vystrihovačku" – pohľadnicu seržanta Peppera, jeho fúzy, epolety a emblémy Klubu osamelých srdc.(9)

Okolo albumu vzniklo množstvo polemických reakcií hlavne v súvislosti s rozpadom kapely. Evokovala to hlavne už spomenutá bábka v červeno-bielom pruhovanom svetri s nápisom „Welcome The Rolling Stones“ umiestnená v pravej dolnej časti obalu platne či tak trochu cintorín pripomínajúce kvety, rovnako situované v spodnej časti (Schmiedel,

Gottfried. *Beatles* 1988, s. 58.).(18) Kvalitu grafického pojatia platne „Sgt. Pepper’s Lonely Hearts Club Band“ potvrdila cena Grammy. Autorom sa skutočne podarilo vytvoriť originálny a pútavý dizajn platne, ktorý patrí k tomu najlepšiemu, čo bolo v oblasti grafického dizajnu platní v období 60. rokov vytvorené. Toto hýrenie farbami a nápadmi Beatles o rok neskôr znehovali „Bielym dvojalbomom“ (Obr. 58), na obale ktorého nie je vôbec nič – iba plasticky vytlačený názov skupiny. Návrhy platní pre Beatles z daného obdobia sú inšpirované popartom.(9)

Účasť renomovaných umelcov dodala tomuto odvetviu grafického dizajnu kredibilitu a vážnosť. Odvtedy do dnešných čias nie je účasť umelcov v hudobnom priemysle ničím výnimočná. Návrhy albumov robili také osobnosti vizuálneho umenia, ako Larry Rivers, Jim Dine, Richard Hamilton, Robert Rauschenberg, a Andy Warhol (podkapitola 2.3.1 str. 60).

Tak isto ako to Beatles dokazovali na každom svojom novom albume. Po vzore Beatles začali mnohé rockové skupiny preberať kontrolu nad grafickým dizajnom svojich platní.



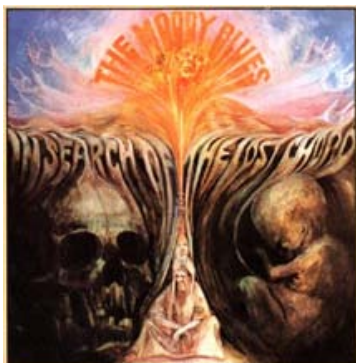
Obr.59. Obal albumu (Richard Hamilton)



Obr.60,61. Obal albumu (Andy Warhol)

Psychedelické obaly boli nesmierne vizuálne zložité, plné nevyspytateľných kompozícií a chaotických pekelných motívov. Mnohokrát veľmi úzko súviseli s hudbou, ktorú skrývali a boli aktívnou súčasťou toho, čo mnohí na prelome 60. a 70. rokov nazývali hudobným dobrodružstvom. Obal a nahrávka fungovali spolu ako kompletný audiovizuálny zážitok. Išlo o to nechať sa vtiahnuť aj do hudby, aj do obalu s pomocou, ale aj bez pomoci drog, najmä LSD. Čitateľnosť sa niekedy úplne strácala v záplave bizarných obrázkov pokrútených tvarov, foriem a pestrých komplementárnych farieb, ktoré vytvárali pulzujúce rytmické efekty (Thorgerson & Dean, 1977, s. 13).(10) Fotografia sa striedala

s ilustráciami a kolážami v experimentovaní s novými formami využitím a kombináciami. Informatívna grafika bola nahradená enigmatickými abstraktnými obrazmi.



Obr.62. *The Moody Blues*



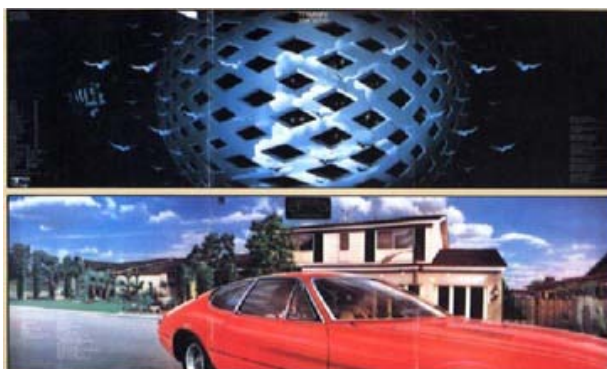
Obr.63. *Aynsley Dunbar*



Obr.64. *Donovan*

Rozmach psychedélie bol sprevádzaný vznikom úplne nového vizuálneho slovníka v prezentácii populárnej rockovej hudby. Vznikali nové techniky alebo sa úplne transformovali tie pôvodné. Neočakávané kombinácie na prvý pohľad protichodných prvkov mali pôvod v psychedelickom umení a v 70. rokoch sa stali v rockovej hudbe štandardom.(9)

Začiatky psychedelického grafického dizajnu boli divoké, plné vizuálnych excesov. Neskôr sa začal presadzovať jasnejší, viac zrozumiteľný prístup. Typografia sa stabilizovala, organické formy sa nahrádzali geometrickými. Pôvodná inšpirácia v Art Nouveau sa oslabovala a prechádzala do Art Deco (Thorgerson & Dean, 1977, s. 14).(10) Nahrávacie spoločnosti a samotní umelci kládli čoraz väčší dôraz na dobre prepracované obaly. Albumy obsahovali výseky, embosovania, zložité skladačky, knihy, plagáty, nálepky, vykladačky a iné novinky. Našli sa aj príklady obalov v tvaroch, ktoré pripomínali predmety súvisiace s rockom: reproduktor, zosilňovače, lístky na koncerty, prehrávače atď. Prepracované boli aj klasické obaly a návleky, napríklad album *Tommy* skupiny The Who (Obr. 65).



Obr.65. The Who, Tommy



Obr.66. Alice Cooper, School's Out

Medzi najprepracovanejšie obaly tej doby patria album od Alice Cooper *School's Out*, s rozkladacou školskou lavicou alebo Led Zeppelin *III*. Docent výtvarných umení Richard Drew navrhol na zeppeľínsku Three (1970) koláž s vyseknutými kruhmi. Vnútri obalu je otáčavé koliesko s obrázkami rôznych objektov a členov skupiny, ktoré umožňuje nastaviť množstvo kombinácií.



Obr.67. Led Zeppelin, III

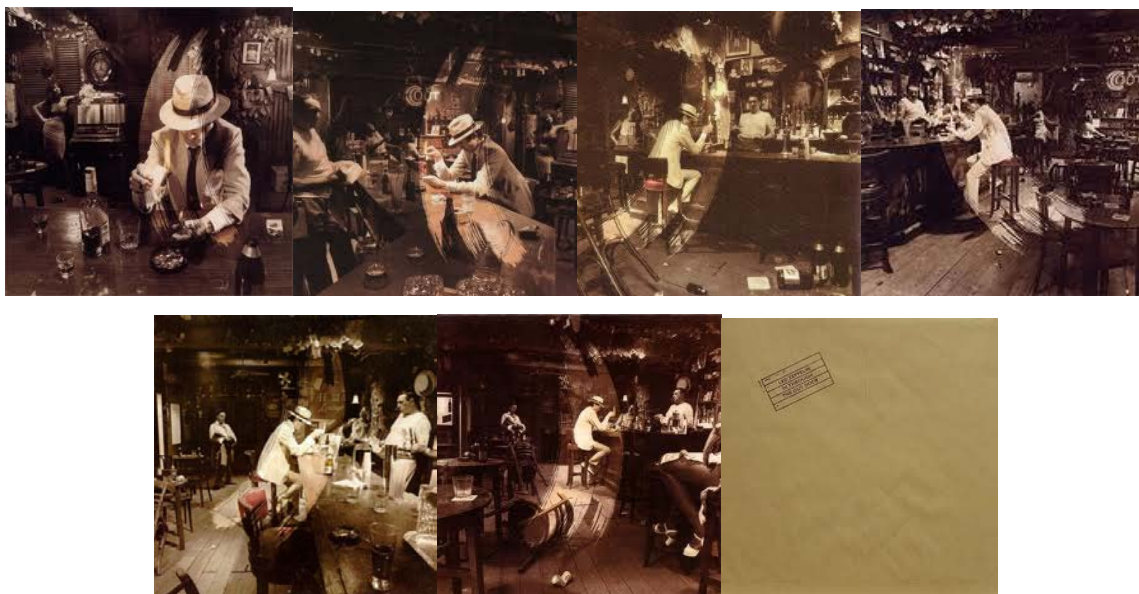


Obr.68. Led Zeppelin, Physical Graffiti

Ešte ďalej je tento princíp dovedený na dvojalbume *Physical Graffiti* (1975) – vyrezané sú tentoraz okná newyorského obytného domu, do ktorých môžeme vložiť názov platne, obrázky členov skupiny, alebo iné fotografie.

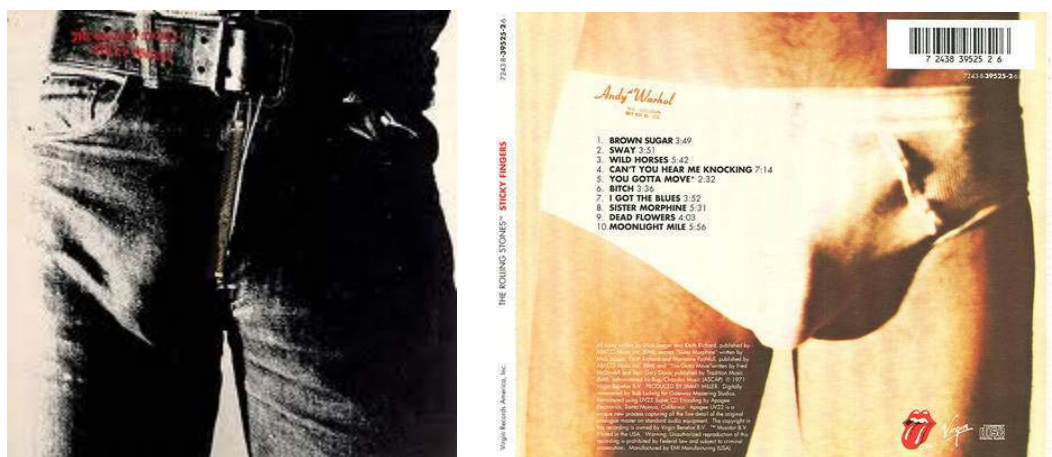
Nesmierne zaujímavý obal má aj album *In Through The Out Door* (1979) (Obr. 69). Aubrey Powell z britskej dizajnerskej firmy Hipgnosis (podkapitola 2.2.2 str. 48) dal v štúdiu postaviť repliku baru v neworleánskom štýle. Pripravil šesť alternatívnych návrhov. Platňa sa predávala v návleku z hnedého baliaceho papiera, aby zákazník nevedel, ktorú

verziu si práve kúpil. Raritou je vnútorný obal, kde sa dá grafika vyfarbiť štetcom namočeným v čistej vode.



Obr. 69. Led Zeppelin, *In Through The Out Door*

Zaujímavý bol aj Warholov zipsový dizajn pre abum *Sticky Fingers* od Roling Stones. Je na ňom fotografia riflí so skutočným zipsom. Pod ním nájdeme pánske spodky a navštívenku výtvarníka.

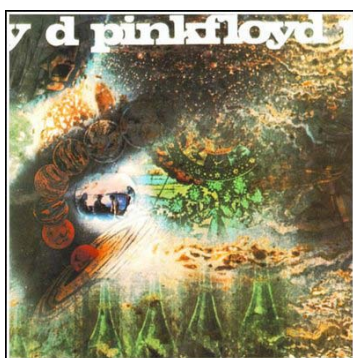


Obr. 70,71. Roling Stones, *Sticky Fingers*

Ďalším výrazným príkladom vplyvu psychedélie na dizajn v hudbe je kapela Pink Floyd. „EMI dělala skupina, s níž právě podepsali smlouvu, starosti, které zaměstnávali jejich tiskové oddělení celý rok. Získali kapelu s „psychedelickou nálepkou“, a přestože jsme popírali (byť poněkud vyhýbavě), že bychom měli cokoli společného s drogami, a

prohlašovali, že ta hezká světla jsou jen zábava pro celou rodinu, nebylo pochyb, že hnutí, které nás dostalo nahoru, není možné opomenout.“ (Mason, N. Pink Floyd 2007 s. 57.).

(19) Viacerí členovia kapely disponovali výtvarným talentom, čo sa, samozrejme, podpísalo i na pódiovej prezentácii a obaloch platní. Dvornými dizajnérmi obalov platní kapely boli členovia umeleckého združenia Hipgnosis, ktoré fungovalo v rokoch 1968-1983. K jeho hlavným predstaviteľom patrili Storm Thorgerson, Aubrey Powell a Peter Christopherson. Ich prácou je napríklad známy album *Saucerful of Secrets* (1968), pri ktorom sa nechali inšpirovať a použili niekoľko prvkov zo série sci-fi komiksov od vydavateľstva Marvel s názvom „Strange tales“, ktorých tvorcov Stana Leeho a Stevea Ditka ovplyvnil surrealizmus.(9)



Obr.72. Pink Floyd, *Saucerful of Secrets* Obr.73. Pink Floyd, *The Piper at the Gates of Dawn*

Všeobecne téma vesmíru a nadpozemskosti bola v období 60. rokov veľmi obľúbená. Vizuálna stránka albumu evokuje akúsi „snovú krajinu“, pričom na ľavej strane sú vyobrazení pri vode členovia kapely. Z hľadiska farebnosti dominujú zemité tóny, hnedé, zelenej a oranžovej farby. V strednej časti platne je situovaný kruh, evokujúci zvieratník, pod ktorým je umiestnená postava Doktora Strangea, z vyššie zmienenej série komiksov. Strange evokuje s rukami od tela mierne bojovný postoj. V spodnej časti platne sa nachádzajú kužeľovité nádoby, ktoré pripomínajú sklené banky, za nimi sú umiestnené čoraz rozotrenejšie obrisy portálov. Obal platne je zaujímavý hlavne použitím písma, vo vrchnej časti sa nachádza biely spojený nápis „pinkfloyd“, názov „Saucerful of Secrets“ je vynechaný. Celkový vizuálny dojem z platne je ťažko opísateľný. Cítiť tu silný vplyv surrealizmu a mystiky, čo sa navzájom podporuje a korešponduje s hudbou.(9)

Prvý štúdiový album Pink Floyd, *The Piper at the Gates of Dawn* (1967) (Obr. 73), je inšpirovaný Barretovou obľúbenou knihou rozprávok od Kennetha Grahamea „The Wind

in the Willows“, konkrétne jej siedmou kapitolou, pojednávajúcou o „pištcovi pri bráne svitania“. Prvý dizajn obalu platne „*The Piper at the Gates of Down*“ však nenavrhol pre Pink Floyd umelecká skupina Hipgnosis, ale fotograf Vic Singh v spolupráci so Sydom Barretom. „Fotografia na obal albumu bola získaná jediným záberom za využitia prizmatickej šošovky, ktorá obraz dokáže rozdeliť a znásobiť.“(25)

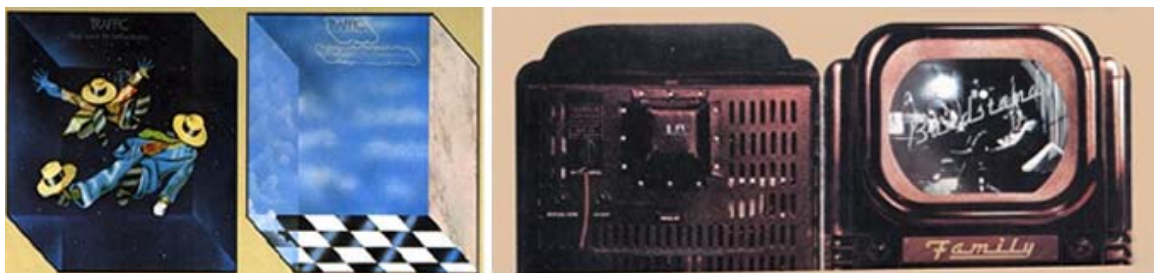
Prizmatickú šošovku dostal fotograf od Georgea Harrisona a použil ju pri fotení prvýkrát. Cieľom Vica Singha bolo zachytenie psychedelicko-sureálnej nálady, ktorá harmonizuje s celkovým duchom albumu. Členovia kapely sú vyobrazení na bielom pozadí s použitím efektov stroboskopického svetla, v „retro“ kostýmoch evokujúcich orientálne vzory. Z farieb dominujú oranžová, biela a hnedá. V spodnej časti obrazu sa nachádza biely, mierne „psychedelický“ zvlnený nápis Pink Floyd. Singhovi sa podarilo vytvoriť skutočne efektný a príznačný obal platne, ktorý i po niekoľkých desaťročiach zostáva zaujímavým grafickým počínom. (26)

Ďalším skutočným vykročením, respektíve "vyvstaním" do tretieho rozmeru bol pravdepodobne obal LP *Stand Up* skupiny Jethro Tull (1969). Keď otvoríme dvojité obal, postavičky členov skupiny sa vztýčia ako v skladacom betleheme.



Obr. 74,75. Jethro Tull, *Stand Up*

Zaujímavé sú aj ďalšie obaly, ktoré ilustrujú, akú dôležitú úlohu prikladali skupiny a producenti grafickému dizajnu.(9)



Obr. 76,77. Špeciálne obaly 3D efekt

V tomto čase sa stal grafický dizajn obalov jedným z najdôležitejších prvkov marketingovej stratégie. V prípade albumu *Sticky fingers* zvýšila zipsová obálka náklady na tlač a skladanie až na 25 centov na kus, čo je o 10 centov viac ako priemer. Takýto nárast ceny bol privysoký aj pre „super skupinu“ ako Rolling Stones a vydavateľstvo protestovalo. Členovia skupiny však stáli za týmto návrhom a boli pripravení zaplatiť rozdiel zo svojich tantiém (Grabois, 1987). (20)

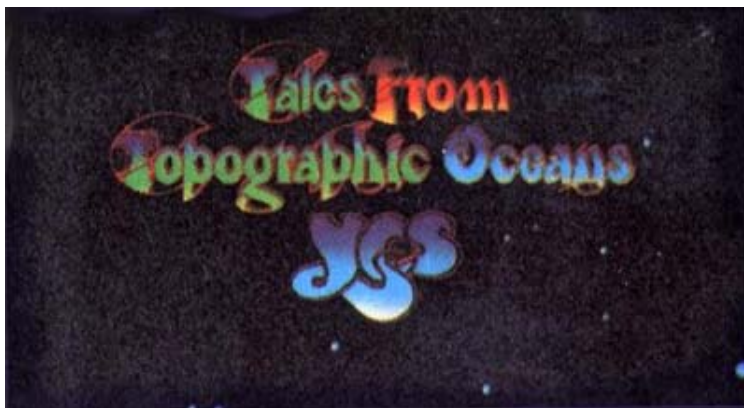
Rok 1973 zaznamenal vrchol v tvorbe experimentálnych obalov platní. Mierny pokles ziskov nahrávacích spoločností a opatrnosť po ropnej kríze spôsobili, že vydavateľstvá začali byť opatrnejšie. Tak ako poznamenal Thorgerson v roku 1999, „špeciálne obaly sú komplikovanou témou pre vydavateľstvá. Musia zladať náklady s výnosmi a najmä efekt s vynaloženým úsilím.“(21) Od 70. rokov až dodnes experimentálnych obalov ubúda, s výnimkou albumových setov a špeciálnych vydaní. Rôzne takéto kolekcie majú vyššiu cenu a obsahujú viac hudby. Vtedy je obhájitelná vyššia cena produkcie obalov.



Obr. 78,79. Špeciálne box obaly

So stúpajúcimi cenami ropy rástla aj cena lisovania platní. Napriek populárnej predstave, že navýšenie ceny bolo spôsobené rastúcou cenou vinylu, väčší vplyv na cenu mala spotreba ropy vo veľkých lisovacích strojoch. Mnohé nahrávacie spoločnosti, aby znížili náklady, investovali do vlastných lisovní. Dôsledky zvýšenej ceny ropy boli cítiť v celom procese výroby platní. (9)

Zmeny v nahrávacom priemysle nútili umelecké oddelenia vydavateľstiev aj samotných grafických dizajnérov zmeniť prístup k obalom platní. Dôsledkom bola väčšia jednoduchosť a priamosť. Obaly boli stále považované za hlavný impulz pre zaujatie zákazníka a návrhári sa snažili tento impulz podporiť jednoduchým priamym dizajnom. Mnohé témy z psychedelického obdobia sa používali naďalej. Sci-fi, fantasy, mysticismus a podobne boli stále populárne, často sa však objavovali vo veľmi formalizovanej a mdlej, mnohokrát opakovanej forme. Niektoré skupiny vyvinuli v spolupráci s grafickými dizajnérmí vlastný individuálny štýl obalov, ktorý sa opakoval na všetkých platniach, respektíve nových vydaniach. Niekedy tento štýl predstavoval len vlastnú typografiu, ktorá sa dá považovať za istú náhradu značky, respektíve loga skupiny. Takéto logá mali napríklad skupiny Yes, Kiss alebo AC-DC. (9)

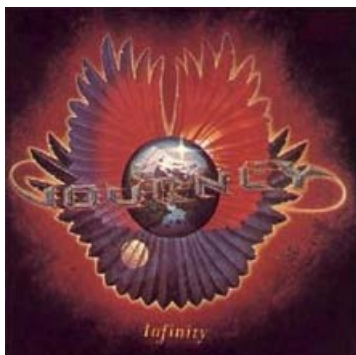


Obr. 80. Logo Yes



Obr. 81. Logo Kiss

Takýto trade marking alebo branding dosahovali dizajnéri aj pomocou ucelených fotografických alebo grafických techník, ktoré dotvárali vizuálnu identitu skupín. Takto vizuálny štýl využívali skupiny Journey, Fleetwood Mac, Chicago alebo Earth Wind and Fire.



Obr. 82. Logo použité v dizajne Journey



Obr. 83. Logo použité v dizajne Chicago

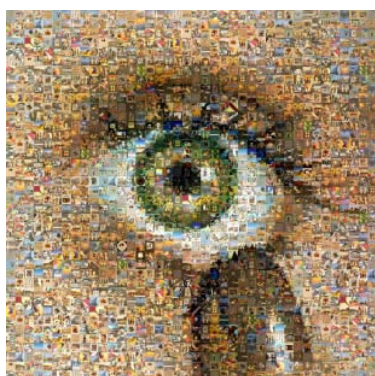
Na konci 70. rokov šesť najvýznamnejších amerických vydavateľstiev (CBS, RCA, WEA, MCA, PolyGram a Capitol) malo 90% podiel na trhu v objeme predaja. Podobná situácia bola aj vo Veľkej Británii v roku 1976, kde šesť najvýznamnejších vydavateľstiev (EMI, CBS, WEA, RCA, Decca a PolyGram) kontrolovalo dve tretiny trhu. Dominovali najmä vo výrobe a distribúcii platní. Vydavateľstvo EMI zvýšilo svoj podiel z predaja tým, že kúpilo sieť maloobchodných prevádzok HMV. Počas 70. rokov objemy a zisky vydavateľstiev rástli. Zvyšovali sa aj rozpočty pre marketingové kampane hudobníkov.(9) V roku 1970 bol rozpočet na marketing pre hviezdnu skupinu alebo interpreta 50-tisíc dolárov. Na konci desaťročia už dosahoval rozpočet pol milióna dolárov (Frith, 1983, s. 115). Veľké rozpočty znamenali aj zvýšené investície do grafiky spojenej s marketingom, neprejavili sa však na kvalite obalov. Status rockových hviezd v rámci spoločnosti bol obrovský. Samotní hudobníci začali mať pocit, že sú nenahraditeľní, a ich status neohroziteľný. Kvalitný album pre nich znamenal drahý album. Do tejto atmosféry elitárstva a hudobného snobizmu nastúpil Punk.(9)

2.2.2 Významné osobnosti tohto obdobia

Hipgnosis

Hipgnosis bolo britské dizajnérske štúdio. Táto britská dizajnérska umelecká skupina sa špecializovala na tvorbu hudobných nosičov pre rockových hudobníkov a skupiny. Medzi najznámejších klientov tohto štúdia patrili umelci ako Pink Floyd, Genesis či Led Zeppelin. Jadro dizajnérskeho štúdia Hipgnosis tvorili Storm Thorgerson, Aubrey Powell, neskôr aj Peter Christopherson. Toto štúdio zaniklo v roku 1983. Storm Thorgerson sa venuje dizajnérskej činnosti dodnes a Powell tvorí hudobné videá, tzv. „klipy“, napríklad

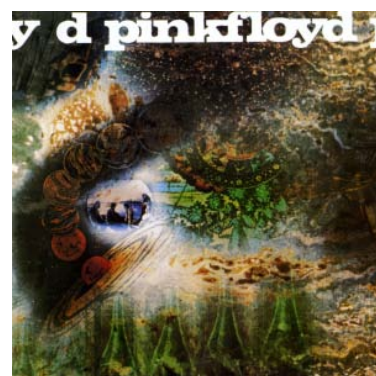
pre The Who. V roku 1968 boli Thorgerson a Powell oslovení skupinou Pink Floyd, aby navrhli už spomenutý obal ich druhého albumu *A Saucerful of Secret* (Obr. 86). Nasledovala ďalšia práca pre vydavateľstvo EMI v rámci ilustrácií pre The Pretty – Things *Savage Eye* (Obr. 84), Free, Toe Fat – *Toe Fat* (1970) (Obr. 85) a The Gods. V tomto čase boli Hipgnosis stále študentmi Londýnskej Royal College of Art, ale po skončení štúdií v roku 1970 si založili vlastný ateliér. Hipgnosis sa medzinárodne preslávili v roku 1973 so svojim slávnym obalom albumu *The Dark Side of the Moon* skupiny Pink Floyd. Konečný návrh vyberala kapela z niekoľkých možností, ale podľa bubeníka Nicka Masona bol návrh prizmickej pyramídy jasnou a jednomyselnou voľbou. (27)



Obr.84. Obal *Savage Eye*



Obr.85. Obal *Toe Fat*



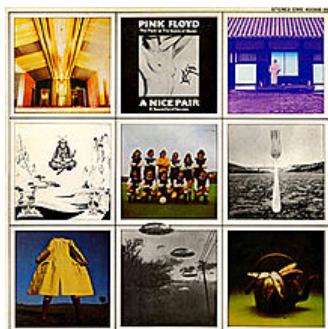
Obr.86. Obal *Saucerful of Secret*

Ide o jeden z najzásadnejších albumov rockovej histórie. Je jedným z najlepšie predávaných albumov s rekordným umiestnením hudobných rebríčokoch. Obal albumu je tiež jedným z najlepšie hodnotených vôbec. V rebríčku najlepších obalov všetkých čias hudobnej stanice VH1 sa v roku 2003 umiestnil na 4. mieste.

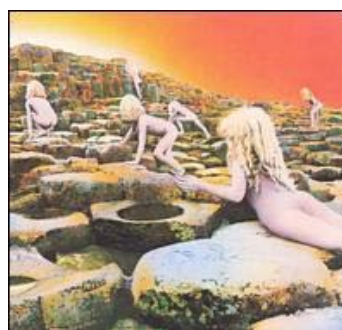


Obr. 87. Album *The Dark Side of the Moon*

Po tomto úspechu sa skupina stala veľmi žiadanou a robila na albumoch najznámejších osobnosti rocku ako Led Zeppelin, Genesis, UFO, Black Sabbath, Peter Gabriel, The Alan Parsons Project a Yes. Navrhli tiež originálny obal Britského vydania knihy Stopárov sprievodca galaxiou Douglasa Adamsa. Peter Christopherson sa pridal k Hipgnosis v roku 1974 zaujímavá bola obchodná politika firmy. Hipgnosis nemali stanovenú sadzbu za návrh albumu. Namiesto toho vždy vyzvali hudobníkov a vydavateľa, aby im zaplatil, „koľko je ich práca hodná“. Podľa Thorgensonových slov sa táto stratégia nie vždy vyplatila. Prístup Hipgnosis ku grafickému dizajnu obalov bol silne orientovaný na fotografie a propagoval použitie mnohých inovatívnych vizuálnych a obalových techník. Thorgenson a Powell dokázali manipulovať fotografickým materiálom, využívali rôzne triky v tmavých komorách viac expozícií, retušovanie a mechanické úpravy a kolážové techniky. Dá sa povedať, že išlo o techniky, ktoré veľmi skoro predpovedali photoshop a digitálnu prácu s bitmapami. Hipgnosis si zakladali a boli známi svojim bizarným humorom. Napríklad obal LP kompilácie *A Nice Pair* skupiny Pink Floyd, ktorý obsahoval akúsi koláž vizuálnych hier. Pri tvorbe albumu Led Zeppelin – *Houses of the Holy* ich vizuálne vtipy tak rozhnevali Jimmiho Pagea, že takmer prišli o prominentného klienta. (27)



Obr. 88. Album *Nice Pair*



Obr. 89. Album *Houses of the Holy*

Ďalšou jedinečnou známkou Hipgnosis bolo to, že mnoho ich ilustrácií rozprávalo príbehy priamo spojené s textami piesní na albume, respektíve s názvami skladieb či albumu. Tu sa prejavilo filmárske vzdelanie autorov. Modelov často používali ako hercov a mnoho ilustrácií malo silný scénický až divadelný charakter. Takmer nikdy neboli na obaloch samotní interpreti, často umiestnili ich fotografie až do vnútra obalu. Medzi

spolupracovníkov štúdia Hipgnosis patril najmä grafik George Hardie, ktorý tvoril hitec ilustrácie v pere a tuši. Ich obaly často obsahovali nálepky, plagáty a iné bonusy.(27)

Roger Dean

Významnou osobnosťou tohto obdobia je aj Roger Dean, ktorý vytvoril pre skupinu Yes známe albumy *Relayer* (1974) (Obr. 90) a *Fragile* (1971).

Roger Dean je anglický umelec, dizajnér, architekt a vydavateľ. Najviac sa preslávil svojou prácou pre hudobný priemysel, ktorá začala v neskorých 60. rokoch. Jeho plagáty a obaly albumov často obsahujú fantazijné krajiny a snové svety. Dodnes sa predalo viac ako 60 miliónov kópií jeho návrhov. Okrem iného bol jeho prácou inšpirovaný aj film Avatar. Dean študoval dizajn na Canterbury School of Art, v roku 1968 dovšil štúdium na Royal College of Art v Londýne. Jeho prvým návrhom pre obal albumu bol album kapely The Gun v roku 1968. Avšak až jeho ďalší návrh pre album skupiny Atomic Rooster – *In Hearing of* (Obr. 92) obsahoval jeho typický rukopis a prvky fantasy, ktorými sa preslávil. V tomto roku tiež navrhol obal albumu afrokaribskej skupiny Osibisa, ktorý obsahoval hybrid medzi slonom a hmyzom a definitívne Deana preslávil. V tom roku začala jeho dlhodobá a produktívna spolupráca s progresívnou rockovou skupinou YES, ktorá ho najviac preslávila. Návrh na prednej strane albumu *Fragile* (1971) (Obr. 91) zobrazuje malú planétu, na zadnej strane sa planéta začína trieštiť a obyvateľstvo uniká na drevenom vesmírnom klzáku. Tento koncept inšpiroval frontmena Iana Andersona, aby skomponoval skladbu *Olias of Sunhallow*, ako aj film *Plávajúce ostrovy*. K LP je priložený booklet, ktorý obsahuje ďalšie dve Deanove maľby. Jedna znázorňuje päť rôznych kreatúr uväznených pod koreňmi a druhá znázorňuje muža šplhajúceho sa po útese. Vnútro bookletu obsahuje niekoľko fotografií skupiny s deťmi a manželkami a menšími Deanovými ilustráciami. Známy je aj album *Relayer*.(28)

Obr. 90. Album *Relayer*Obr. 91. Album *Fragile*Obr. 92. Album *Rooster In Hearing*

Dean spolupracuje s Yes dodnes. Navrhol aj dnes už klasické „bublínkové“ logo Yes, ktoré sa prvýkrát objavilo na albume *Close to the Edge*.

Obr. 93. Logo *Yes*Obr. 94. Album *Fly From Here*

Posledným albumom, ktorý pre túto skupinu navrhol, bol *Fly From Here* z roku 2011. Okrem návrhov albumov urobil Dean aj scénické návrhy pre koncerty. Okrem skupiny Yes Dean spolupracoval so skupinami Budgie a Uriah Heep. Dean tvrdí, že sa nevníma ako fantasy maliar, ale skôr ako krajinár. Charakteristické krajiny zobrazujú elegantné kamenné oblúky alebo plávajúce ostrovy, iné obrazy sú plné organických prírodných prostredí. Mnoho jeho malieb obsahuje viacero techník súčasne, napríklad gvašovú techniku, tuš, smalt, pastel a koláže. Jeho najobľúbenejšou technikou však ostáva akvarel. Okrem obrazov a grafiky je Dean aj rešpektovaný typograf a kaligraf. (28,29)

2.3 HUDBA UNDERGROUNDU, PUNK, NOVÁ VLNA 1975-1990

„V Londýne a ďalších britských mestách sa po polovici 70. rokov rodil punk ako hnutie undergroundovej kultúry stavajúce na agresívnych útokoch proti „dobrému vkusu“, konzumnému životnému štýlu a vládnuceму spoločenskému systému. Napriek krátkemu trvaniu jeho efekty pocitujeme v populárnej hudbe dodnes. V počiatočnom období, keď

i manažerov hudobných vydavateľstiev šokovali divoko poobliekaní mladíci s indiánskymi účesmi spevnenými pivom a cukrom, sa grafické prejavy punku obmedzovali na amatérsky produkované plagáty a fanúšikovské časopisy fanziny. Vznikali improvizovaným kombinovaním jednoducho dosiahnuteľných materiálov v chaotickej typografii: textu písaného rukou, na stroji alebo detskou tlačiarňičkou, výstrižkov slov, obrázkov z novín a pod. Autori ich širili najlačnejšími kopírkami.“ (Kolesár, Z., 2006, s. 196) (13) Prvým fanzinom bol *Sniffin Glue* s editorom Markom Perrym. V jednom z vydaní v septembri 1976 napísal „*Nechcem vidieť, ako sa The Sex Pistols alebo The Clash menia na AC-DC alebo Doctors of Madness. Táto nová vlna musí obsiahnuť všetko. Plagát, obaly albumov, prezentáciu na scéne. Je jasné, že veľké firmy onedlho objavia tieto nové mladé kapely a budú chcieť na nich zarobiť. Môžu ísť do prdele, ak dúfajú, že môžu túto scénu vyčistiť ako krásny ľud Veľkej Británie. Viem, že The Sex Pistols dostanú ponuku ako prvý, ale viem aj, že ostanú sami sebou – totálne nezávislí.*“ (30) Perry mal pravdu, keď predpovedal, že veľkí hráči hudobného priemyslu sa pokúsia asimilovať a vyčistiť punk. Avšak kým sa tak stalo, punk zanechal výraznú stopu v hudbe aj grafickom dizajne.

„S tým, ako sa punkové skupiny začali presadzovať v hudobných časopisoch a nahrávať gramofónové platne, profesionalizoval sa i grafický dizajn sprevádzajúci ich vzostup“.
(Kolesár, Z., 2006, s. 196) (13)

Punk otvoril dvere stovkám skupín a mnohým nezávislým vydavateľstvám. Hudobný priemysel bol nútený sa otvoriť. Kapela nezamestnaných mladíkov a nadšencov mohla zrazu vypredať takú istú halu, ako najväčšie hviezdy biznisu. Estetika punku išla proti hlavnému prúdu mnohými spôsobmi. Punkoví interpreti si všimli, že veľké rockové hviezdy sa stávajú čoraz viac zahľadenými do seba a odtrhnutými od svojich fanúšikov. Punk znamenal návrat späť k blízkemu vzťahu s fanúšikom. Ignorovali nadnárodné nahrávacie spoločnosti a objavilo sa desiatky malých vydavateľstiev po celom svete. Pre tieto vydavateľstvá boli úspešní hudobníci aj ich hudba dôvodom existencie, nie predajným produktom ako pri nahrávacích gigantoch. (9)

Punková móda obsahovala krikľavé farby, zafarbené vlasy, roztrhané oblečenie, kožu, reťaze a zicherky. Táto základná abeceda sa hneď objavila na obaloch albumov. Žiarivé návrhy v neónových farbách, roztrasené a roztrhané nápisy, recyklované koláže a šokujúce obrázky. Väčšina obalov bola dizajnovaná (alebo lepšie povedané nedizajnovaná)

s použitím lacných materiálov. Najvýznamnejšou osobnosťou bol „art director“ skupiny Sex Pistols, Jamie Reid, ktorý pre kapelu navrhoval obaly albumov, tričká, plagáty, odznaky a iné reklamné predmety. Je autorom najlepších a najtrvalejších príkladov punkového dizajnu.



Obr. 95. Obal *Never Mind the Bollocks*



Obr. 96. Obal *God Save the Queen*

Reid založil väčšinu svojich návrhov na princípe situacionizmu, bolo to francúzske pôvodom anarchisticé, umelecké a politické hnutie. Najznámejšími príkladmi sú obaly albumu *Never Mind the Bollocks* a singla *God Save the Queen*. Sú to skvelé príklady situacionistického dizajnu. Návrh má odvážne farby, efekty roztrhaného papiera a vytrhnutých strán. Zaujímavé je tiež použitie vlepovanej typografie z novinových výstrižkov. Súčasťou sú aj provokatívne upravované fotografie. V pôvodnej, zakázanej verzii singla bola fotografia kráľovnej s nacistickou svastikou v očiach. (9)

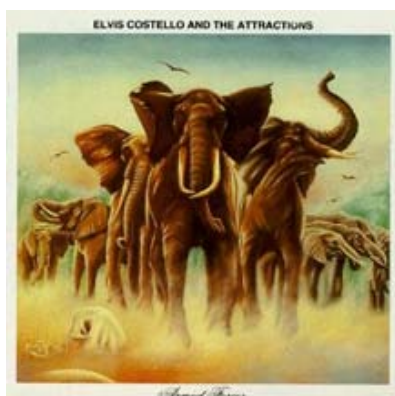
Vzťah britskej populárnej hudobnej scény s umeleckými školami pokračoval aj v ére punk rocku, ale sprevádzali ho nové paralely a nový výraz. Mnoho šokujúcich punkových vystúpení bolo inšpirovaných performance umelcami, ako Gina Pane a Rudolf Schwarzkogler. Hlbšie korene siahajú až do dadaizmu. Ako napísali Simon Frith a Howard Horne: „*Punkové vystúpenia boli vedome formované šokujúcou avantgardou, multimedialitou a dekonštrukciou. Umelci zrazu prišli na to, že môžu svoje vystúpenia transformovať do rockových klubov a dostať tak oveľa vitálnejšiu reakciu, ako dostávajú v galériách.*“ (Frith 1987, str. 128). (15) Punková hudba sa skutočne stala umeleckým spôsobom vyjadrenia, napríklad spevák a umelec Genesis P. Orridge o svojej skupine Throbbing Gristle povedal, že to bola agresívna politická skupina bez spojencov. (9)

Aj keď je punk bežne vnímaný ako britský fenomén, jeho korene sú v hudbe amerických skupín ako The Ramones, The Stooges a Richard Hell and the Voidoids. Britské punkové hnutie na oplátku iniciovalo vznik podobných skupín v Spojených štátoch amerických a ich vývoj a popularizáciu. Napriek tomu bola punková mládež v Amerike veľmi odlišná od svojho britského vzoru. V Amerike sa tak nepresadili malé nezávislé nahrávacie spoločnosti. Princíp „urob si sám“ nebol typický pre americkú spoločnosť tej doby a nemal taký silný vplyv ako v Británii. Dôvodom bolo, že vstup na americký trh si vyžadoval značný kapitál. V Amerike zas chýbala prezentácia nezávislých kapiel na celonárodnej úrovni. (9)

V Británii aj v Spojených štátoch sa veľké nahrávacie spoločnosti pokúšali pohltiť punkové hnutie po hudobnej aj vizuálnej stránke. Bližšie je to popísané v knižke *Hard Core California: „Najvyššie vrstvy spoločnosti objavili nadšenie a čaro undergroundových hnutí a použili ho, aby predali produkty strednej vrstve. Pozrite sa napríklad na stránky časopisu Vogue za posledných pár rokov. Punkové obrázky tu nájdete na reklamách pre parfumy, kolu, autá, alebo televízne stanice.“* (Belsito & Davis, 1983, s. 6).(31)

Podobné to bolo aj vo Veľkej Británii, tlačové médiá, televízia a reklamné agentúry prevzali a využili silu punku. Punk sa stal základom obrovského množstva novej hudby a štýlov, ktoré dnes môžeme veľmi vágne a nepresne zaradiť pod hlavičku novej vlny (New Wave). Lajdácky a neohrabaný štýl prvých punkových obalov vystriedali návrhy s väčším dôrazom na dizajn. Podľa Storma Thorgersona vyšlo z punku množstvo samostatných vizuálnych štýlov. Niektoré z nich pripomínajú štýly predchádzajúcich desaťročí, ale používajú nový punkový grafický slovník. V tomto období sa dá zaznamenať návrat k prepracovanejším obalom, ktoré predstavovali samostatné umelecké dielo, ktoré malo sprevádzať fanúšika pri počúvaní albumu. Jedným takýmto príkladom bol album Elvise Costella & The Attractions *Armed Forces* (Obr. 97) od dizajnéra Barney Bubblesa. Platňa bola schovaná pod mnohými vrstvami farebných obrázkov, ktorými sa musel poslucháč prepracovať, aby sa dostal k hudbe. Ďalšími inováciami tohto obdobia boli veľké návleky 24 x 24 palcov, čo bola dvojnásobná veľkosť oproti štandardnému 12 x

12 (30,48 x 30,48cm) LP rozmeru. Album *Gang of Four* (Obr. 98) mal napríklad obal zo šmirgl'ového papiera. (9)

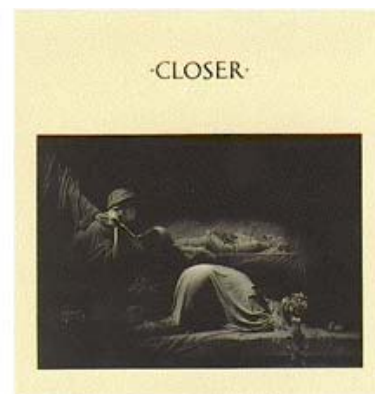


Obr. 97. Album Elvise Costella



Obr. 98. Album Gang of Four

V tomto období paralelne vzniká minimalistický vizuálny štýl, ktorý pracoval s väčšími voľnými plochami. Najlepšími príkladmi tohto smeru sú návrhy obalov *Joy Division* od Petra Savilla. Používal čisté plochy a geometriu, elegantné bezpätkové fonty a dramatické čiernobiele fotografie.(9)



Obr. 99,100,101. Albumy Joy Division (Peter Saville)

Tretí smer, ktorý sa v tomto období vyvíjal, mal základ v umení a používal rôzne techniky maľby, drevorezu, litografie a rôzne tlačiarske procesy, prípadne sochárske objekty. Veľmi málo tu boli používané fotografie a ak boli použité, tak veľmi prchavé a abstraktné a vyjadrovali neuchopiteľné pocity pri počúvaní hudby. (9)



Obr. 102. Album 4AD Records

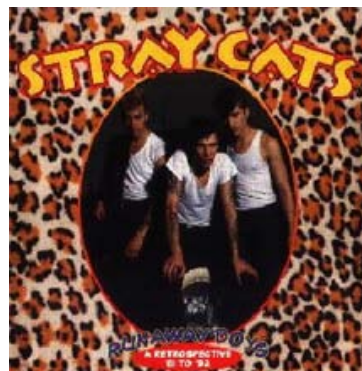


Obr. 103. Album 4AD Records

V Británii na konci 70. rokov sa na obaloch platní objavovali všetky hudobné a móдне novinky. Veľmi populárne bolo obdobie rokenrolu 50. rokov, ale aj abstraktné grafické štýly 30. rokov. Dizajnéri v tomto období miešali naozaj nezlučiteľné štýly, prípadne ich kombinovali s kvázi technikou grafiky rodiaceho sa počítačového veku. Mnohé obaly niesli politický podtón a odkazovali na vrcholiacu éru studenej vojny. Takéto príklady často používali ruské alebo čínske motívy z propagandistických komunistických materiálov. Ska a regge vydavateľstvo 2-Tone si vytvorilo vlastný odlišiteľný grafický štýl. Všetky ich vydania mali jednoduché a silné čiernobiele motívy. Americké Rockabilly skupiny zase používali nostalgické motívy a kostýmy zladené s grafikou.(9)



Obr. 104. Album 2-Tone Records



Obr. 105. Album Rockabilly

V tomto období vzniklo aj z dnešného pohľadu veľa smiešnych návrhov, najmä v prípade, keď sa dizajnér príliš silno držal módných trendov. Na zvýšenie záujmu o interpreta boli používané najrôznejšie predajné triky. Častokrát sa robili rôzne farebné verzie jednej platne, ako napríklad pri platni *Cool for cats* od skupiny Squeeze, alebo

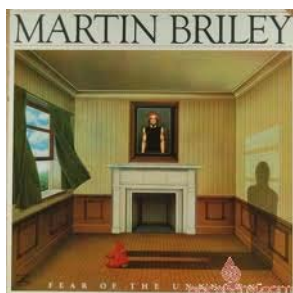
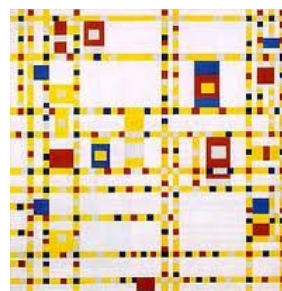
laserom rozleptaný album *One Step Ahead* od skupiny Split Enz. Zaujímavý je aj album skupiny XTC - *Go 2* (Obr. 106). Ide o čistý prístup bez grafiky, len s použitím typografie.



Obr. 106. Album *Go 2*

S rozmachom nezávislých labelov na konci 70. rokov sa rozšírila produkcia 45-otáčkových singlov. Išlo o lacnejšie médium s nižšími nákladmi na tlač a lisovanie, čo bolo ideálne pre nezávislé firmy s malým rozpočtom. Single boli a sú populárne i dnes, v čase CD a MP3 súborov, a nejde len o nízke náklady na výrobu. Tieto single sú efektívnym nástrojom na propagovanie skupín a zároveň 45-otáčkové 12-palcové (30,48cm) platne, ktoré boli originálne vyrábané len pre dídžejov, majú vyššiu kvalitu zvuku vďaka väčšej vzdialenosti rýh na platni. Keďže išlo o lacnejšie médium, menší rozpočet bol aj na grafiku obalov. Napriek, alebo práve vďaka tomu sú však mnohé single hravejšie uvoľnenejšie a zaujímavejšie ako veľké drahé albumy.(9)

V 80. rokoch teda vládla grafickému dizajnu v populárnej hudbe nová vlna a punk, ale koncom 80. rokov už nadšenie z týchto hnutí vyprchalo a postupy, ktoré sa kedysi zdali inovatívne, sa po množstve napodobení a alternácií znehodnotili. Grafický dizajn stále nachádzal inšpiráciu vo výtvarnom umení mnohých aktuálnych, ale aj starších smerov. Príkladom sú napríklad surrealistické návrhy na album Martina Brileyho *Fear of the Unknown* (Obr. 107). Na debutovom albume skupiny Central Line od vydavateľstva PolyGram sa objavili prvky holandského medzivojnového umeleckého hnutia DiStijl. Grafická dizajnérka Paula Scher navrhla jeden album vydavateľstva Manhattan Records inšpirovaný Mondrianovým obrazom *Broadway Boogie Woogie*.

Obr. 107. Album *Fear of the Unknown*Obr. 108. Obraz *Broadway Boogie Woogie*Obr. 109. Debutový album (*Smash Palace*)

Debutový album kapely Smash Palace na značke CBS Records ilustruje dva dominantné smery v grafickom dizajne v tomto období: pestrý komerčný štýl a abstraktný umelecký štýl. Tento album bol vydaný so štyrmi rôznymi obálkami, na každej bola fotografia jedného člena skupiny (od fotografa Duane Michelsa). Portréty boli vo všeobecnosti najpoužívanejším grafickým riešením na platniach. Tento návrh však toto klišé povyšuje na zámer, ktorý mu neuberá na originalite a obsažnosti.(9)

2.3.1 Významné osobnosti tohto obdobia

Neville Brody

„Neville Brody (1957), je jeden z najplyvnejších grafických dizajnérov 20. storočia, aspoň spočiatku spätý s pôvodnými východiskami punkového undergroundu. V roku 1977 vytvoril obal gramoplatne skupiny Wire a neskôr napríklad spolupracoval s niekdajším členom Sex Pistols Glenom Matlockom. Už vo svojich včasných prácach sa však neobmedzoval na známe postupy punkovej grafiky a s príznačným postmodernistickým eklektickým vkusom siahal po veľmi rôznorodých inšpiráciách. Pri štúdiách maľby na londýnskej Hornsey College of Art a grafického dizajnu na London College of Printing obdivoval tvorbu dadaistov, futuristov a ruských konštruktivistov, ale aj tvorcov pop-artu.

V práci pre menšie alternatívne vydavateľstva gramofónových platní ako Rocking Russian a Fetish Records sa odkláňal od bežnej praxe použitia fotografie interpreta ako hlavného motívu platňového obalu. Experimentálnymi prostriedkami sa snažil vystihnúť podstatu prezentovanej hudby a vytvoriť z výtvarného riešenia obalu rovnocenného partnera hudobnej výpovede. V kontraste k obvyklej prvoplánovej pútavosti väčšiny bežných obalov sa usiloval nepredkladať divákovi jednoznačne definitívne riešenia, ale v duchu postmoderného pluralizmu mu ponúkať viacznačné impulzy, východiska a domnienky, aktivizovať jeho fantáziu v procese vnímania. Brody sa naďalej venoval dizajnu gramofónových platní a neskôr hudobných CD, tvorbe knižných obálok, plagátov a značiek.“ (Kolesár, Z., 2006, s. 198) (13)



Obr.110. Obálka časopisu



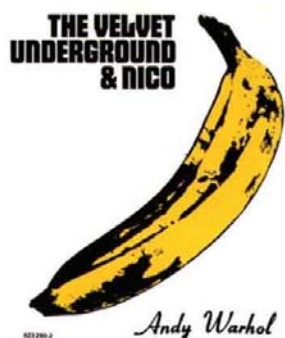
Obr.111. Pismo Blur



Obr.112. Obaly platní

Andy Warhol

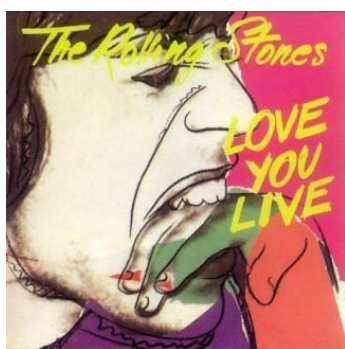
Andy Warhol (1928 – 1987) bol americký maliar, filmový tvorca, autor a najdôležitejšia osobnosť hnutia pop art. V polovici 60. rokov sa Warhol spojil s newyorskou undergroundovou skupinou The Velvet Underground a urobil z nich stredobod multimediálnej umeleckej performance Exploding Plastic Inevitable. Warhol sa spolu s Paul Morrisseyom stali manažérmi skupiny a zoznámili ich so speváčkou Nico. V roku 1966 Warhol produkoval debutový album kapely *The Velvet Underground & Nico* a navrhol dizajn obalu albumu.



Obr.113. *The Velvet Underground* Obr.114. *Songs for Drella* Obr.115. *This Is John Wallowitch*

Jeho skutočným producentom prínosom bolo to, že zaplatil všetky náklady. Po debutovom albume nastali rozpory medzi Warholom a frontmanom Lou Reedom o umeleckom smerovaní skupiny a ich umelecké priateľstvo a spolupráca sa skončili. V roku 1989 po Warholovej smrti sa Lou Reed a John Cale stretli prvýkrát od roku 1972, aby spolu tvorili, vystupovali a nahrávali. Vydali koncepčný album *Songs for Drella*, ktorý je poctou Warholovi. Warhol navrhol mnoho obalov platní. Prvým z nich bol obal debutového albumu Johna Wallowitcha *This Is John Wallowitch!!!* (1964). (32)

Navrhol tiež obaly albumov Rolling Stones *Sticky Fingers* (1971) (Obr. 70,71) a *Love You Live* (1977). Pre Johna Calea navrhol albumy *The Academy in Peril* (1972) a *Honi Soit* v roku 1981.



Obr.116. *Obal Love You Live* Obr.117. *Obal The Academy in Peril* Obr.118. *Obal Honi Soit*

V roku 1975 urobil Warhol niekoľko portrétov Micka Jaggera, v roku 1982 navrhol obal albumu Diany Ross *Silk Electric*. Jednou z jeho posledných prác bol návrh zlatého obalu pre Aretha Franklin v roku 1986. Návrh je v štýle jeho umeleckej série *Reigning Queens*, ktorú dokončil rok pred tým.



Obr. 119. Obal Silk Electric



Obr.120. Zlatý obal



Obr.121,122,123. Umelecká séria Reigning Queens (1985)

Warhol silno ovplyvnil novú vlnu, a to nielen z hľadiska vizuálneho umenia, ale aj módy, napríklad new wave punk rockovú skupinu Devo alebo Davida Bowieho. Bowie, nahral skladbu nazvanú Andy Warhol na svoj album *Hunky Dory* z roku 1971. Lou Reed napísal skladbu *Andy's Chest* o Valerie Solanas, žene, ktorá sa pokúsila Warhola zavraždiť v roku 1968. Skladbu nahral s Velvet Underground a objavila sa na ich albume *VU* v roku 1985. Vplyv Warhola na grafický dizajn nie je späť len so spoluprácou s hudobníkmi. Popart mal zásadný vplyv na grafický dizajn ako taký. Warhol umrel v New Yorku v roku 1987, ale odkazy na jeho tvorbu sú viditeľné dodnes.(32)

2.4 HIP HOP

2.4.1 Hip hop a graffiti - koniec 70 rokov po súčasnosť.

Hip hop je forma umeleckého vyjadrenia a umeleckej subkultúry, ktorá sa vyvinula v afroamerických a latinoamerických komunitách na konci 70. rokov v New Yorku, najmä v Bronxe. DJ Afrika Banbaataa po prvýkrát definoval štyri základne piliere hip-hopovej kultúry, MCing, DJing, B-boing a graffiti, ktoré malo zásadný dopad na grafický dizajn, a preto sa budem venovať podrobnejšie práve vplyvu graffiti na dizajn v populárnej hudbe. Hip hop ako nová etapa predstavuje prevrat v populárnej hudbe. Už jeho samotná existencia je podmienená technickou inováciou v elektronike a hudobnej aparatúre. Klasické hudobné nástroje, s ktorými pracuje vážna aj rocková hudba, vystriedali elektronické prístroje, tak ako klasický spev vystriedal rep. Hip hop prerástol hranice hudobného štýlu a stal sa dominantnou mestskou subkultúrou, ktorá má zásadný vplyv na hudobnú a umeleckú scénu dodnes. Hip hop je hudba, ale aj móda, obliekanie, tanec, pouličné umenie a grafický dizajn. Na rozdiel od salónnych umeleckých hnutí z konca 20. storočia, hip hop je produktom ulice. Umelcom sa stáva ktokoľvek a každý má právo na svoje vyjadrenie, či už formou repu, alebo nápisom na stene svojho „bloku“. (33)

2.4.2 Hip hop ako hudba

Hip hop sa od svojho zrodu v južnom Bronxe rýchlo rozšíril do urbánnych komunit po celom svete. Hip hopová hudba má základ v rytmických beatoch a v slučkovitých breakoch založených na bicích a perkusiách. Tieto slučky vytvárajú DJ na dvojici gramofónov, tejto forme sa hovorí aj sampling (vzorkovanie). Neskôr sa k DJom pripojil rep, rytmický štýl spevu, resp. poézie a taktiež beatboxing, vokálna technika používaná hlavne na napodobenie perkusných prvkov hudby a rôznych zvukov, ktoré tvoria DJ. (34)

2.4.3 Hip hop ako tanec

Breaking tiež nazývaný veľké B-boing alebo breakdance je dynamický štýl tanca, ktorý sa vyvíjal od začiatku ako súčasť hip hopovej kultúry a jeden z jeho štyroch hlavných prvkov. Rovnako ako ostatné aspekty hip hopovej kultúry, breakdance si veľa požičiava od starších kultúr. Napríklad z tanečného umenia 30. rokov, z afrobrazílskych a ázijských bojových umení, z ruského folklóru a z tanečných pohybov Jamesa Brawna, Michaela Jacksona a od kalifornských funkových štýlov. (34)

2.4.4 Hip hop ako vizuálny štýl

Graffiti vzniklo ako jeden z elementov hip hopovej kultúry, ale svoj pôvod má vo veľmi rôznorodých nápisochoch v newyorských uliciach a metre. Za skutočnou inšpiráciou však musíme ísť oveľa hlbšie do histórie. Graffiti sa už od polovice 19. storočia objavovalo na železniciach a na staniciach metra. Počas druhej svetovej vojny a desaťročia po nej sa po celom svete rozšírila písaná fráza „Kilroy was here“ s neodmysliteľnou ilustráciou.



Obr. 124. Kil roy was here

Toto graffiti sa cez americkú armádu a vojnových veteránov infiltrovalo do americkej populárnej kultúry. Ďalším pôvodným graffiti boli slová "Bird Lives", bola to reakcia na smrť Charlieho Parkera, ktorý bol prezývaný "Yardbird" alebo "vták".

Počas študentských protestov a generálneho štrajku v Paríži v roku 1968 sa po celom Paríži objavovali revolučné anarchistické slogany, ako napríklad L'ennui est contre-révolutionnaire (Nuda je kontrarevolučná) vyjadrené v maľovanom graffiti na plagátoch alebo formou šablóny. V USA v tejto dobe vznikali graffiti s politickými nápismi, ako napríklad "Free Huey" so žiadosťou na oslobodenie člena čiernych panterov Huey Newtona. Rokenrolové graffiti je zaujímavým sub žánrom. Jedným z najznámejších graffiti 20. storočia bol nápis v londýnskom metre "Clapton je boh" (Obr. 125). Túto frázu nasprejoval Claptonov obdivovateľ na Islingtonskej stanici Londýnskeho metra roku 1967.

(35)



Obr. 125. Graffiti Clapton is God



Obr. 126. Graffiti otočený pohár Martini

Graffiti je tiež spojené s anti-establishmentovým pankrovým hnutím zo sedemdesiatych rokov skupín ako Black Flag and Crass. Skupiny ako tieto obsypali svojimi názvami a logami steny ulíc a nočných klubov. V neskorých osemdesiatych rokoch bol na Mannhatane najrozšírenejším grafitom otočený pohár Martini, logo punkovej skupiny.(35)

2.4.5 Rozšírenie graffiti kultúry

V roku 1979 graffiti umelci Lee Quinones a Fab 5 Freddy dostali priestor vystavovať v rímskej galérii pre mnohých umelcov z celého sveta. To bolo veľké povzbudenie. Priateľstvo Fab 5 Freddyho s Debbie Harry ovplyvnilo singel Blondie "Rapture" (Chrysalis, 1981). Video k tomu klipu obsahovalo graffiti od SAMO© Jean-Michela Basquiata a otvorilo dvere graffiti do mainstreamu. (35)



Obr. 127. Graffiti Jean-Michel Basquiat



Obr. 128. Graffiti Skeme

Hip hoper Jajaja absolvoval turné po Nemecku, Švajčiarsku, Belgicku a Holandsku so svojim veľkým graffiti plátnom v pozadí. Dôležitým pre popularizáciu graffiti bol dokumentárny film stanice PBS Style Wars (1983), ktorý líčil nielen známych graffiti umelcov ako Skeme, Dondi, MinOne a Zephyr, ale zároveň prispel k posilneniu graffiti scény v rámci hip hopu, keď prezentoval prvú breakdance skupinu Rock Steady Crew. Style Wars je stále považovaný za najplodnejšie filmové stvárnenie mladej hip hopovej kultúry na začiatku 80. rokov. O hip hop začal javiť záujem aj Hollywood.

V tomto období zaznamenávame zrod používania šablón vo formáte graffiti. Prvé takéto diela vytvoril umelec Blek le Rat okolo roku 1981 v Paríži. Do roku 1985 sa už šablónové graffiti objavilo v New York City, Sydney a Melbourne, kde boli zdokumentované americkým a austrálskym fotografom Charles Gatewood a Rennie Ellisom. (35)



Obr. 129,130,131. Šablónové graffiti

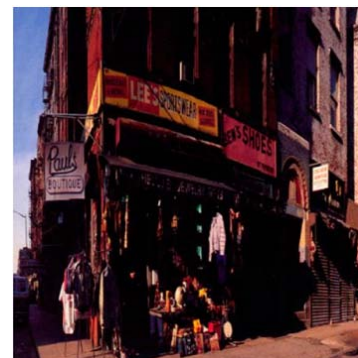
S popularizáciou graffiti prišla aj komercializácia. V porovnaní s inými hip hopovými albumami, ktoré sú väčšinou veselé alebo zamerané na kriminálny životný štýl, sú obaly albumov Tribe Called Quest temnejšie a odkazujú na afroamerický kultúrny základ hip hopu. Na rozdiel od väčšiny albumov tohto žánru, na ktorých sa používa v prevažnej miere konkrétna fotografia umelcov bez výraznejších efektov, sa na albumoch tejto skupiny používala fotografia vo forme ilustrácie abstraktnejšieho charakteru a výrazu. Pomaľované nahé ženské telo sa od 90. rokov objavovalo na každom obale skupiny a stalo sa najvýraznejším hip hopovým maskotom. Týmto sa skupina odlišila od masovej jednotvárnej grafickej produkcie v hip hope. (36)



Obr.132. Obal Tribe Called Quest



Obr.133. Album Run DMC



Obr.134. Album Beastie Boys

Jeden z najzásadnejších hip hopových albumov má nemenej známy obal Run DMC. Tento album sa líši od ich ostatných platní excentrickým umiestnením fotografie mimo formát, čím sa dosiahla zaujímavá hra a vytvoril sa priestor pre sériovo sa opakujúci nápis Run DMC. Fotografia orezaná na úrovni očí vytvára zaujímavé nelogické napätie (Obr. 133). (36)

Člen Beastie Boys Adam Yauch sam urobil tento záber na neidentifikovateľný obchod na rohu New Yorkského bloku (Obr. 134). Množstvo rôzneho tovaru vyjadruje pestrosť prístupu autorov k tomuto dielu, ktoré je akousi výživnou zmesou semplov, zvukov a farieb. Zaujímavosťou je, že LP obal mal šesť strán otváracích ako harmonika a ukazoval tak širší panoramatický záber celého bloku.



Obr. 135. Album Schoolly



Obr. 136. Album T.I. Paper Trail

Album Schoolly je typickým príkladom tvorby „urob si sám“, čo podčiarkuje zásadnú vlastnosť hip hopu ako otvoreného umenia, kde sa každý môže umelecky vyjadriť. Schoolly si album sám produkoval vydal aj navrhol. Technika kresby, akoby komixových

náčrtkov, je na hip hopovej scéne rovnako ojedinelá a originálna. Vplyv graffiti je tu rovnako veľmi citelný.

Ilustrátor Jan Wright vytvoril veľmi sugestívnu koláž z papiera a bankoviek na album T.I., Paper Trail (Obr. 136), ktorý bol prvý po návrate repera T.I. z väzenia. Koláž bankoviek a zápiskov textových poznámok je na pomery hip hopu umeleckým vyjadrením duševného rozpoloženia repera, ktorý sa vracia na scénu plný negatívnych zážitkov. (36)

2.5 CYBERPUNK

Cyberpunk sa sformoval začiatkom 80. rokov ako literárne hnutie v rámci science fiction, ktoré sa rozhodlo pripraviť tento žáner na kontakt s realitou, ktorá sci-fi v niektorých smeroch začala predbiehať. Slovo (kyberpunk) vymyslel spisovateľ Bruce Bethke, ktorý napísal rovnomenný príbeh. Cyberpunk je odvodený od slov kybernetika (veda o riadení, obvykle spájaná s informatikou a robotikou) a punk. Význam slova sa však objavil v rôznych prácach autorov už v štyridsiatych a päťdesiatych rokoch. Zaoberali sa štrukturalizáciou technologickej fikcie a odcudzením jedinca v hi-tech vykonštruovaných megalopoliach. (37)

Cyberpunk je žáner sci-fi románov (neskôr aj filmov, alebo anime), ktorých dej sa odohráva zvyčajne v nie až tak veľmi vzdialenej budúcnosti a ktoré boli inšpiráciou pre mnohé filmy, anime, hudbu a umenie 80. a 90. rokov všeobecne.

Myšlienka cyberpunkových románov inšpirovala napríklad tvorcov filmov (Matrix, Blade Runners, 12 Monkeys a Strange Days), japonských autorov máng a anime (Akira, Vexille, Ghost in the Shell, Metropolis, Animatrix a Ergo Proxy) a mnohých ďalších autorov a umelcov. (38)

V cyberpunku hrajú zásadnú rolu informačné technológie, počítače a umelá inteligencia. Zvyčajne je popisovaná činnosť hackerov v undergroundovom prostredí vo svete, v ktorom sú bežné drogy a vládna mafie a zbohatlícke vrstvy zastúpené mamutími nadnárodnými spoločnosťami. Cyberpunk často charakterizuje nihilistický nádyh s dotykcom japonskej kultúry a hrdina s neotesaným pohľadom na pretechnizovaný svet, väčšinou s cyber-implantátmi po tele a z času na od čas ponorený v cyberpriestore. (39)

Cyberpunkové diela často zobrazujú človeka a jeho boj o zachovanie si svojbytnosti v spoločnosti, v ktorej každému aspektu života dominujú počítače a technológia a ľudské telo je podrobované rôznym modifikáciám. Za najznámejšie dielo označované ako cyberpunkové sa zvyčajne považuje *Neuromancer* od Williama Gibsona, ktorý vo svojom diele toto hnutie bližšie špecifikoval. Ďalšími známymi autormi sú napríklad Rudy Rucker, Pat Cadigan a kľúčovým dielom cyberpunku je napr. aj román Bruca Sterlinga *Schismatrix*. (38)

Cyberpunkom sa zaoberá napríklad časopis *Živel*. Prvé číslo časopisu vyšlo v roku 1995 v Prahe. V magazínoch, ako boli napríklad britský *Face* či *Wired*, alebo americký *Raygun* a rad ďalších, je možné rozpoznať podobné očarenie z fenoménu rokov deväťdesiatych, ktorý by sa dal jedným slovom nazvať cyberpunk. Na svetlo sveta sa drali nové technológie a s nimi novodobí guruovia, ktorí začali šíriť svoje tézy po sieti.



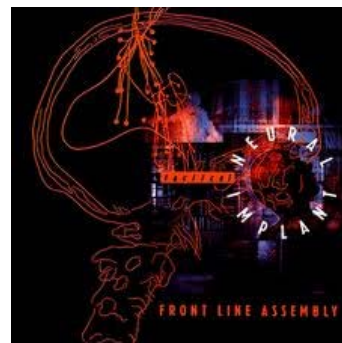
Obr.137. Časopis *Živel*, ukážky 1.,2.,3. a 33 vydania

Cyberpunková hudba je rovnako ťažko definovateľná ako cyberpunk sám. Je potrebné mať na pamäti, že cyberpunk nie je, aj keď to tak znie, hudobné hnutie a koncovka "punk" neznačí spojitosť s punkovou hudbou, ale predstavuje anarchistickú časť cyberpunkového hnutia. Niektorí hudobníci a akty boli klasifikovaní ako cyberpunk kvôli ich estetickému štýlu a hudobnému obsahu. Často sa zaoberali dystopian videniami budúcnosti alebo biochemickými témami. (39)

V prvom rade sem patrí techno a rave. Táto hudba je robená pomocou počítačov, techno dokonca vzniklo v rovnakej dobe ako cyberpunková sci-fi a zdieľa podobný koncept: vzťah medzi človekom a strojom. Mnoho fanúšikov cyberpunku tiež počúva heavy metal a

gothic a niektorí tvrdia, že cyberpunk je hlavne industriálna hudba. Medzi základné žánre, ktoré by sa dali ku cyberpunku zaradiť patria: EBM (kapely ako Front 242, Noisuf-X a Wumpscut), Industrial (Laibach, Ayria a Skinny Puppy) Dark Electro (Project Pitchfork), Future Pop/Synth Pop (VNV Nation, alebo Apoptygma Berzerk). (38)

Prvá skupina, ktorá sama seba označila nálepkou cyberpunk, bola kanadská kapela Voivod. Vznikla v roku 1982 ako heavymetalová skupina, ale neskôr dokázala geniálne skĺbiť viacero hudobných žánrov. Ich psychedelický thrash metalový album *Nothingface* (Obr. 138) inšpiroval už spomenutý William Gibson svojím románom *Neuromancer*. Ku koncu roku 1993 vydal Billy Idol album s názvom *"Cyberpunk"* (Obr. 139), ktorému médiá venovali značnú pozornosť. Z hľadiska komerčného aj zo strany kritikov to však bol prepadák a cyberpunk sa razom viezol na mainstreamovej vlně. (38)



Obr.138. Album *Nothingface*

Obr.139. Album *Cyberpunk*

Obr.140. *Tactical neural implant*

Ďalšia známa kapela je Front Line Assembly, najmä ich CD *Tactical neural implant* je považované za jedno z najvýznamnejších diel cyberpunku. Ich video k skladbe *The Mindphaser*, ktoré spája high-tech zbrane, počítačovú animáciu, japonskú kresbu a stroje a vytvára tak cyberpunkovou atmosféru. Front 242, belgická formácia hrajúca Electronic Body Music (EBM), býva naopak radená k pionierom tzv. elektroterorizmu.



Obr.141. Album *Tyranny For You*

Obr.142. Album *Tragedy For You*

Cyberpunk trvalo zmenil tvár mainstreamovej science fiction literatúry a hudby a prispel k tomu, že zhruba od 90. rokov 20. storočia sa cyberpunkové postupy a súvisiace témy ako nanotechnológia a technologická singularita stali jej bežnou súčasťou. Cyberpunková hudba sa v 90. rokoch čiastočne „rozpustila“ v mainstreame. Cyberpunk sa čiastočne rozdelil do niekoľkých ďalších podprúdov. Medzi niektorých „potomkov“ cyberpunku patrí napríklad cypherpunk, biopunk, steampunk alebo postcyberpunk. (37,38)

2.6 DIGITALIZÁCIA HUDBY A GRAFICKÉHO DIZAJNU

„Mohutný nástup digitálnych technológií v závere 20. storočia priniesol v oblasti grafického dizajnu prevratné zmeny, ktoré možno porovnávať s obdobím Gutenbergovho vynálezu kníhtlače či priemyselnou revolúciou. Menila sa technika komunikačných procesov aj pracovne postupy grafického dizajnu. Niekdajších špecialistov nahradili čoraz výkonnejšie softvéry, mnohonásobne vzrástla efektívnosť dizajnerskej práce. Expanzia technických prostriedkov priniesla nový potenciál kreatívnych možností. Digitálne technológie významne rozšírili akčný rádius grafického dizajnu.“ (Kolesár, Z., 2006, s. 205) (13)

Najväčšou pozitívnou zmenou pre dizajn CD obalov bol práve nástup počítačovej grafiky. Malý formát CD bol pre tradičný ručný dizajn veľkou prekážkou. Digitálna grafika umožňovala tvorbu oveľa detailnejších a ostrejších línií.

„V grafickom dizajne sa počítačová technika využívala od šesťdesiatych rokov, no išlo o nákladné stroje, ktorých ovládanie predpokladalo zvládnutie zložitých počítačových jazykov. Prelom znamenali v roku 1984 počítače Apple Macintosh. Išlo o prvé cenovo dostupne prístroje, ktoré bolo možné prostredníctvom počítačovej myši a rozhrania s grafickými ikonami ovládať i bez predchádzajúceho zdĺhavého školenia. Aplikácie určené pre grafických dizajnérov rýchlo pribúdali a po polovici 80. rokov (za „železnou oponou“ približne o päť rokov neskôr) sa z počítača stával neodmysliteľný nástroj grafického dizajnéra.“ (Kolesár, Z., 2006, s. 201) (13)

2.6.1 Nástup CD

Rob Chapman o nástupe CD povedal: „*Nová technológia prišla v darčekovom balení, priniesla krištáľovú čistú kvalitu zvuku a zamazala všetky nedokonalosti a chyby predošlých médií. Na druhej strane však priniesla redukciu obalového umenia do formy loga, predstavivosť a túžby poslucháčov sa scvrkli do veľkosti čiarového kódu.*“ (1997) (Jones & Sorger, 1999).

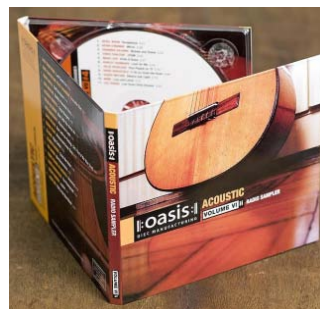
Prvé CD vydania boli v porovnaní s LP platňami drahé, zákazníci sa sťažovali, že napriek vyššej cene neobsahujú CD obaly toľko grafiky a informácií, ako veľkorozmerové LP platne. CD booklety sa však od svojho vzniku vyvinuli do rôznych foriem vrátane experimentálnych a veľmi bohatých obalov. V začiatkoch však bola plnofarebná tlač obmedzená na prednú stranu, vnútro bolo čiernobiele s obmedzeným obsahom informácií. Veľa dizajnérov sa sťažovalo, že obaly CD sú horšie ako obaly LP. Napríklad Thorgerson a Povell z britského grafického štúdia Hipgnosis v roku 1999 poznamenali: „*Dizajn nie je zďaleka najväčším problémom CD. Fyzická stránka obalov je oveľa horšia. Plastové obaly majú síce praktický rozmer, ale inak sú otrasné. Samý lacný plast a tendencia praskať a lámať sa na každom rohu.*“ (21)

Grafická návrhárka Barbara Ojirsch z ECM Records hovorí: „*Keď som prvýkrát chytila do ruky plastový CD obal, vyvolalo to vo mne veľký odpor. Antiseptický plastový Jewel box bránil priamemu dotyku s povrchom bookletu s textúrou papiera a potláčal dotkový stimul, intenzitu tlače farieb tónov a akýchkoľvek tlačových efektov.*“ (9)

Väčšina CD obalov určených pre maloobchodný predaj v začiatkoch pripomínala kazetové maxisingle. Plastový CD obal bol vložený do väčšieho, sčasti prázdneho obalu, ktorý sa nazýval Long box. V tomto obale bolo možné uplatniť väčší rozsah grafiky, vrátane textov.



Obr.143 Long box



Obr.144. Digipack

Takéto obaly určené len na prezentáciu obchodov však mali veľké množstvo problémov. Ich funkcia bola rovnaká ako pri iných typoch spotrebných tovarov, ako napr. mydlo alebo špagety a teda, že obal bol jednorazový. Jedným z hlavných elementov obalov LP bolo, že obal, ktorý slúžil na prezentáciu v obchode, bol neoddeliteľnou súčasťou produktu a stal sa trvalým vlastníctvom s hodnotou. Použitie prezentačných obalov bolo skôr o obalovej reklame. A samotný obal nebol produktom. Ako poznamenal jeden z čelných predstaviteľov BMG Records: „CD long box bol čistý marketingový nástroj“. (Jones & Sorger, 1999)

Je zaujímavé pozrieť sa na nový CD obal len z hľadiska skladovania. CD obaly síce mali menej ako polovičnú plochu v porovnaní s LP, ale boli až trikrát také hrubé. Čiže to, čo ušetrili na ploche, nabrali na hrúbke a v obchodoch mohli skladovať približne ten istý počet CD ako starých LP. Zároveň pri prechádzaní množstvom albumov v obchodoch mal zákazník podobný problém ako pri kazetách. Prechádzať hĺbkou LP albumov na pulte bol oveľa príjemnejší zážitok ako lúštiť malé nápisy na bočnej strane CD. Novým typom CD obalu, ktoré prinieslo vydavateľstvo Box Prima na svojej výberovke vážnej hudby, bol papierový skladaný obal, ktorý pripomínal malú LP platňu. Dnes tieto obaly poznáme pod názvom Digipak. Tieto albumy boli predávané bez ďalších plastových obalov a mali v podstate tú istú plochu grafiky ako CD škatuľky. Keďže však boli vyrobené z kartónu, dala sa na nich uplatniť väčšia kreativita pri tvorbe. Textúry, tlačiarenské efekty a podobne. Po uvedení bola ich výroba dokonca lacnejšia ako plastových obalov, dnes je však digipack o pár percent drahším médiom. Vývoj CD obalov prebieha aj dnes. Objavili sa aj rôzne výsekové formáty CD obalov, ktoré pripomínajú obaly LP platní s kruhovým výsekom zo 70. a 80. rokov.(9)

Zaujímavým pokusom o vytvorenie digitálneho interaktívneho formátu bolo pridanie grafiky a pohyblivých obrázkov na hudobné CD vo forme CD-I (CD-Interactive). Tento formát možno predznamenal prezentáciu hudby a hudobníkov na webových stránkach, ale nikdy sa nestal naozaj populárnym. Niektoré vydavateľstvá a hudobníci dodnes pridávajú na CD napríklad videoklipy, avšak bez toho, aby to výnimočným spôsobom propagovali. V posledných rokoch sa hudba masívne presúva na web, čo oslabuje všetky kamenné hudobné médiá, vrátane CD-I.(9) Najčastejším interaktívnym prvkom na CD nosičoch sú linky na kapelovú webovú stránku.

2.6.2 Významné osobnosti tohto obdobia

Stefan Sagmeister

Stefan Sagmeister začal svoju kariéru už vo veku 15 rokov vo svojom rodnom Rakúsku. Študoval grafický dizajn na univerzite Angewandte kunst vo Viedni a na Pratt institute v New Yorku na Fulbright štipendiu. Po krátkej zastávke v Leo Burnett v Honkongu a krátkej spolupráci s Tiborom Kalmanom založil Sagmeister v New Yorku 1993 svoju vlastnú spoločnosť *Sagmeister inc.* Odvtedy navrhuje značky, grafiku a obaly pre rôznych významných klientov ako Rolling Stones, HBO, Guggenheim museum a Time Warner. Zaujímavým aspektom jeho pracovného procesu je, že si približne každých sedem rokov zoberie rok dovolenky, kedy neprijíma žiadne zákazky. Je v tom taký konzistentný, že dokonca odmietol ponuku na návrh plagátu prezidentskej kampane Baraka Obamu. Tento voľný rok trávi Sagmeister experimentovaním s vlastnými projektmi.(40)

Je jednou z najvplyvnejších a najzaujímavejších dizajnerských osobností súčasnosti. Medzinárodné uznanie si získal za krátky čas. Sagmeisterovo nové chápanie dizajnu stavia osobný záujem dizajnéra nad perfekcionalizmus počítačových riešení, čím oslovuje publikum. Autor vychádza vo svojej tvorbe z konceptu založeného na jednoduchom, originálnom nápadе, ktorým dokáže dielo umocniť. Optické triky, sexualita, spojenie banalít s humorom, irónia a tajomstvo tvoria základ každej jeho práce.

Podstatnú časť objednávok Stefana Sagmeistera v súčasnosti tvoria práce pre hudobný priemysel. V dizajne hudobných CD, kníh a plagátov sa môže naplno uplatniť jeho hravá invencia, prekvapivé tvorivé riešenia a optické triky. (41)

Sagmeister dostal v roku 2005 Grammy v kategorii nejlepší špeciálna, alebo limitovaná edícia za album *Once in a Lifetime* od Talking Heads. Svoju druhú grammy dostal v januári roku 2010 za návrh obalu albumu Davida Byrnea a Briana Ena *Everything That Happens Will Happen Today*.



Obr.145. Obal *Everything That Happens Will Happen Today*.

Prvou hudobnou zákazkou Sagmeistera bol návrh obalu skupiny jeho priateľa Mountains of Madness (Obr. 146). Mnoho dizajnérov jeho generácie sa sťažovalo, že hudobný grafický dizajn sa stal menej podstatným a zaujímavým po prechode z veľkého LP formátu na CD. Sagmeister však vnímal CD obal ako hračku, ktorou mohol zaujať spotrebiteľ. Po tom, čo videl malú školáčku v metre čítať učebnicu matematiky cez ružový plastový filter, vložil CD do ružového obalu, ktorý keď je zavretý, ukazuje pokojnú tvár, ale keď CD vyberieme, tvár muža sa zmení na rozčúlenú červenú grimasu. Za tento návrh dostal Sagmeister prvú zo svojich štyroch nominácií na grammy. Úspech sa prejavil veľmi rýchlo. V roku 1996 ho oslovil Lou Reed aby navrhol dizajn pre jeho kompiláciu *Twilight Reeling* (Obr. 147). Na booklete kombinuje Stefan Sagmeister portrét Lou Reeda s ručne písanými piesňovými textami, ktoré v spojení s fotografiou pôsobia ako tetovanie na tvári. Podľa Reedovho prania má vyjadrovať transformáciu temného charakteru na pozitívnu osobnosť. (42)

Obr.146. Obal *Mountains of Madness*Obr.147. Obal *Twilight Reeling*

Ďalší rok Sagmeistra oslovil David Byrne. Dizajn pre album *Feelings* (Obr. 148) vychádza z nápadu Byrna. Sagmeister pretvoril jeho portrét do plastovej, realisticky vyzerajúcej figúrky Action Mana, ktorého tvár vyjadruje rôzne emócie a pôsobí na obale živým dojmom.

Za bookletom nasledoval dizajn rovnomennej knihy, ktorá bola v predaji s plastovou nákupnou taškou. Výnimočne zložitou objednávkou bola pre Sagmeisterove štúdio práca pre Rolling Stones a ich *Bridges to Babylon* (Obr. 149) Inšpiráciu pre titulnú stranu albumu, sochu mohutného asýrskeho leva s briadkou, našiel Štefan Sagmeister v Britskom múzeu v Londýne. Plastový obal doplnil o strieborný dekór, aby album ladil so striebornou oponou na pódiu. Po náročnom rokovaní skupina návrh prijala a leví motív, korešpondujúci s levím astrologickým znamením Micka Jaggera, dominoval i na plagátoch pri svetovom turné skupiny. (42)

Obr.148. Obal *Feelings*Obr.149. Obal *Bridges to Babylon*

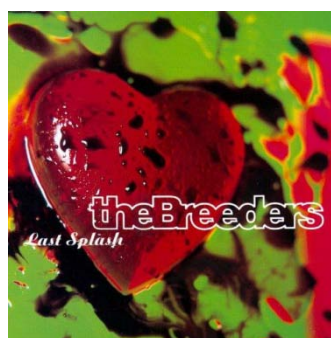
Vaughan Oliver

Vaughan Oliver, narodený roku 1957, je Britský grafický dizajnér, ktorý pôsobí v Londýne. Je najznámejší svojou prácou pre nahrávaciu spoločnosť 4AD medzi rokmi 1982 až 1998. V týchto rokoch vytvoril unikátne vizuálne identity pre mnohé skupiny

tohto vydavateľstva, vrátane Cocteau Twins (Obr. 150), Dead Can Dance, The Breeders (Obr. 151), This Mortal Coil, Pale Sains, Pixies a Throwing Muses. Oliver pracoval pod značkou 23 Envelope s fotografom Nigelom Griersonom. V priebehu 20 rokov spolupracoval s mnohými dizajnermi, a bola to práve jeho schopnosť spolupráce a kreatívna energia, ktorá spôsobila, že je jedným z vodcov revolúcie v grafickom dizajne v 80. a 90. rokoch. Jeho vplyv na post punkovú hudobnú scénu je silný najmä v tom, že ovplyvnil celú generáciu dizajnérov experimentujúcich s grafikou, písmom a tlačou. (43)



Obr.150. Obaly Cocteau Twins



Obr.151. Obaly The Breeders

2.7 HUDBA ONLINE

Hudobný priemysel dnes nestojí na pevných nohách. Počet nahrávok, ktoré dosiahnu komerčný úspech, je prekvapivo nízky. Podľa vydavateľstva Warner Communications iba 17% všetkých nahrávok populárnej hudby a 6% nahrávok klasickej hudby dosiahnu bod pokrytia nákladov na produkciu. Väčšina hudby, ktorá sa dostane k poslucháčom, je teda dotovaná zo ziskov zopár veľmi úspešných interpretov, ako sú U2, Britney Spears, Cold Play alebo Madonna. Tento stav veľmi nenapomáha investíciám do kvalitného grafického dizajnu, pretože obaly albumov najväčších popových hviezd len málo rozhodujú o ich predaji. V dnešnej dobe je pre fanúšikom najväčších popových hviezd ako Beyonce alebo Bruce Springsteen obal albumu druhoradý, pretože sa hudba pomaly presúva on-line.

Hlavná otázka, ktorá sprevádzala obalový dizajn v populárnej hudbe, bola: Ako si zákazník všimne album v obchode? Táto otázka sa dá ľahko premietnuť aj on-line: Ako si zákazník všimne hudbu on-line? Na webe neexistujú žiadni predajcovia, ktorí poradia, v pozadí nehrá žiadna hudba, nie sú tu pulty ani výklady s albumami. On-line zákazníci

málokedy prehľadávajú (browsujú) medzi množstvom albumov tak, ako boli zvyknutí robiť v kamenných obchodoch. Idú skôr po konkrétnej nahrávke, o ktorej sa dozvedeli z iného zdroja. Jones a Sorger vo svojom článku *Covering Music* pripomínajú zaujímavú štúdiu správania zákazníkov v kamenných obchodoch z roku 1981, ktorú dalo spracovať americké vydavateľstvo Warner. Štúdia ukázala, že 63% zákazníkov hľadalo konkrétny singel alebo album. 53% sa len tak nezáväzne prehrávalo albumami, 45% si pozeralo obálky a 43% si čítalo texty na obaloch. Štúdia potvrdila profil typického konzumenta populárnej hudby. Je veľmi vyberavý, vo všeobecnosti pri kupovaní neriskuje (okrem veľmi lacných produktov, väčšinou vie, čo si ide kúpiť predtým, ako vstúpi do obchodu a je ochotný ísť do iného obchodu, aby to našiel. Na druhej strane rád trávi čas v obchode prezeraním obálok albumov a iných propagačných materiálov.(9)

Na webe sa však správanie zákazníkov mení, a tým sa menia aj pravidlá grafického dizajnu. Kým pri kamenných formátoch hudby bol dôležitý formát, textúra, farebnosť, typografia a čitateľnosť, na webe sa dostávajú do popredia problémy ako rozlíšenie veľkosť obrazovky, typ prehliadača, rýchlosť pripojenia, HTML, farebný formát a mnoho ďalších technických elementov, ktoré zásadne ovplyvňujú vizuálne vnímanie v on-line priestore. Je ťažké predpokladať, aká budúcnosť čaká grafický dizajn v populárnej hudbe. Je jasné, že dizajn albumu ako takého sa zmení zásadne, pretože prestane existovať fyzické médium, ktoré má obal chrániť. Úloha zaujať zákazníka a poskytnúť mu vizuálny zážitok z počúvania hudby tu ostáva a je otázkou najbližších rokov, ako sa s touto skutočnosťou grafickí dizajnéri vyrovnajú. Povzbudzujúcim faktom je, že internet predstavuje jeden obrovský hudobný obchod, kde zákazník nebrowsuje cez desiatky či stovky albumov, ale cez tisíce. Pri takomto obrovskom výbere nie je možné počúvať ukážky. Posilňuje sa tým úloha priloženej ilustrácie (art work), ktorá zastupuje pôvodné tlačene obaly nesúce základné informácie. Grafika tu môže slúžiť ako prvý vizuálny filter pri výbere hudby.

Najdôležitejšími témami on-line marketingu je personalizácia a prispôsobovanie sa zákazníkovi. Táto personalizácia sa môže pretaviť a odraziť aj v grafickom dizajne. Dá sa predstaviť, že zákazník by si navrhoval svoj vlastný album k stiahnutej hudbe. Možný scenár je aj zasieťovanie hudby a jej transformácia do istej formy open source editovania. Podobne, ako je tomu pri softvéroch a aplikáciách. Hudobné albumy sa môžu stať menej

dokončenými, otvorenými pre rôzne úpravy a vstupy od fanúšikov. Samozrejme, takýto prístup by spochybňoval postavenie albumu ako umeleckého diela predstavujúceho osobnosť autora. Doteraz bol vzťah medzi fanúšikom a umelcom, respektíve rockovou, popovou hviezdou jasne rozčlenený. Umelec a jeho dielo mali auru jedinečnosti a nedostihnuteľnosti. Rozpad tohto vzťahu a rozpad autorstva ako takého však môžeme v umení pozorovať už niekoľko rokov a nie je vylúčené, že sa premietne aj do populárnej hudby. Rozpad výnimočného postavenia albumu už je dnes realitou vzhľadom na popularitu formátu MP3, kde sú dominantným produktom samostatné skladby.

Pre nadšencov digitalizácia hudby a grafiky prináša možnosť bezhraničného experimentovania. Dá sa povedať, že digitalizáciou hudby a vizuálneho umenia sa obidve umelecké formy vracajú k svojim základom. Veď vždy išlo o hru a komponovanie zvukov a tónov, respektíve tvarov a farieb. Remixovanie a reštrukturalizácia týchto komponentov môže prebiehať na podobných princípoch aj v hudbe, aj v grafike. Netreba zabúdať, že hudba sa dnes šíri aj na neoficiálnej úrovni, ktorá úplne vynecháva vydavateľstvá či predajcov. Pri neoficiálnom zdieľaní a sťahovaní hudby sa už nedá hovoriť o bežných grafických marketingových nástrojoch. Ide v podstate o čistú dátovú on-line výmenu. Je otáznou, aký podiel bude mať zdieľanie a ilegálne sťahovanie hudby v budúcnosti a či je to vôbec udržateľný spôsob šírenia umeleckých autorských diel.

Jednou z možných odpovedí na tento problém je on-line streaming hudby. Poslucháč si môže album alebo skladbu vypočuť priamo z web stránky umelca alebo zo servera, nemôže si ju však stiahnuť. Vzniká tak priestor pre vizuálne doplnenie hudby a poskytnutie iného ako hudobného zážitku. Servery pre zdieľanie videa ako youtube.com alebo vimeo.com ponúkajú umelcom možnosť prezentovať svoju hudbu s vizuálnym odkazom. Umelci často používajú formát, ktorý je na rozhraní grafického dizajnu a videoklipu. Často je takéto grafické video dielom samotných fanúšikov, ktorí sa tak stávajú súčasťou života svojej obľúbenej skupiny na internete.

Najnovším trendom marketingu hudobných skupín sú sociálne siete. Prvou masovo využívanou hudobnou sieťou bol server myspace.com, ktorý začal ako nástroj pre hudobníkov a kapely, ale postupne sa rozšíril medzi bežných užívateľov. Myspace je

zaujímavý tým, že ponúka veľa priestoru pre prispôsobenie stránky a vlastné, aj keď obmedzené grafické riešenia. Medzi základnú výbavu grafických dizajnérov, ktorí chcú spolupracovať s hudobníkmi, patrí programovanie a prispôsobovanie stránok na sociálnych sieťach. Kapela tu môže prezentovať svoju hudbu vo forme úryvku alebo celých skladieb ako stream, prípadne predávať hudbu na sťahovanie. Sú tu avíza koncertov, fotografie, texty a všetky potrebné informácie o interpretoch. Popularita servera Myspace v posledných rokoch upadá práve kvôli jeho špecifickej orientácii na hudobníkov. Najpopulárnejšou sociálnou sieťou súčasnosti je Facebook, ktorý však nemá takú flexibilitu pri spracovaní stránok. V poslednom období sa však rozšírili aplikácie, ktoré umožňujú vytváranie graficky zaujímavých facebook profilov, vrátane hudobných ukážok a grafiky.



Obr.152. Ukážka online hudby na webovej stránke

S rastúcou popularitou digitálnych služieb v hudobnom priemysle sa znižuje význam obalu.

Zatiaľ čo sa hudobný priemysel snaží držať krok s technologickými inováciami a kultúrnymi zmenami, úloha fyzických nosičov v tomto procese ostáva nejasná. Vynárajú sa určité formy digitálnych obalov. Jedným z digitálnych riešení je formát ITUNES LP, ktorý predstavil APPLE v roku 2009 ako interaktívnu platformu pre obalový dizajn.

MP3 a WMA hudobné súbory vedia v sebe obsahovať digitálne bitmapy nazývané „cover images“ v jpg. formáte. Do roku 2008 fyzické hudobné produkty s fyzickými obalmi boli stále predávanejšie ako digitálne súbory. V auguste 2008 grafický dizajner Peter Saville, ktorý navrhol obaly platní New Order and Roxy Music, povedal: „Obal albumu ako taký je mŕtvy.“ (Peter Saville, 8. 2008). (44)

II. PROJEKTOVÁ ČASŤ

3 VÝCHODISKÁ PRE PRAKTICKÚ ČASŤ DIPLOMOVEJ PRÁCE

Témou praktickej časti tejto diplomovej práce je Návrh kompletného vizuálneho štýlu Bratislavskej alternatívnej rockovej skupiny Korben Dallas. V práci sa budem snažiť využiť všetky informácie a poznatky, ktoré som nadobudla pri analyzovaní historického vývoja populárnej hudby a grafického dizajnu v nej.

3.1 VIZUÁLNY ŠTÝL

3.1.1 Značka

Takmer všetky významné skupiny používali vo svojej histórii istú formu značky. Niektoré skupiny menili značku často, niekedy dokonca pri každom novom albume. Najvýraznejšie skupiny vrcholnej éry rocku však mali veľmi stabilné logá a prácu s typografiou. Patria medzi ne skupiny ako napríklad Beatles, YES, Pink Floyd, Kiss, AC-DC a ďalšie.

Zvláštnou kapitolou sú skupiny, ktoré si vytvorili značky s použitím skratiek miesto celých názvov alebo úplne bez typografie. Medzi najvýraznejšie patrí vyplazený jazyk the Rolling Stones alebo symbol umelca známeho pod menom Prince, ktorý istý čas používal grafický symbol ako náhradu svojho umeleckého mena. Sú to značky ktoré sa nedajú prečítať, dajú sa iba vizuálne zapamätať. Tieto dva príklady sa stali aj napriek tomu notoricky známe a to hlavne kvôli sláve interpretov ktorých tvorbu predstavujú.



Obr.153. Značka the Rolling Stones



Obr.154. Značka The artist formally known as Prince

V praktickej časti diplomovej práce sa zameriam na tvorbu loga v nadčasovej univerzálnej podobe. Cieľom bude vytvoriť dlhodobú značku resp. brand skupiny, ktorý bude aplikovaný na viacerých albumoch počas mnohých rokov.

3.1.2 Obal albumu

Okrem návrhu značky skupiny je najdôležitejšou časťou praktickej diplomovej práce návrh obalu a bookletu pre druhý štúdiový album skupiny. Digitalizácia hudby a jej presun na web spôsobujú, že reálny CD nosič sa dostane do rúk malému percentu fanúšikov skupiny. Vzťah medzi umelcom a fanúšikom sa presúva na sociálne siete a servery pre zdieľanie hudby. Je predpoklad, že samotný album si kúpia návštevníci koncertov pod priamym vplyvom hudobného zážitku. Sú vtedy ochotní zaplatiť viac, pretože nejde len o hudobný nosič, ale aj o spomienkový predmet. Je však pravdepodobné, že na reálne počúvanie hudby budú používať MP3 formáty stiahnuté do osobného počítača alebo na mobil. Ak má CD obal prežiť aj po stiahnutí skladieb, musí obsahovať vizuálny zážitok, pridanú hodnotu alebo ďalší rozmer pre jednotlivé skladby.

Ďalším dôležitým faktorom je, že keď sa album ocitne on-line, jednotlivé skladby si začnú žiť vlastným životom. Album ako taký obsahuje približne hodinu hudby, a to nie je formát pre rýchly vek internetu. Je pravdepodobné, že skladby budú musieť žiť samostatne ako jednotlivé single. Budú sa šíriť prostredníctvom sociálnych sietí, audio a video serverov, ako napríklad server youtube, ktorý dnes dominuje singlovému marketingu. Preto som sa rozhodla venovať viac pozornosti jednotlivým skladbám ako celkovému dizajnu bookletu. Vytvorila som samostatne vizuály pre jednotlivé skladby, prepojené jedným vizuálnym štýlom. Je dôležité, že vizuály skladieb vychádzajú z textov a môžu fungovať aj samostatne a sprevádzať skladby – single na ceste on-line priestorom. Z vizuálu, ktorý som vytvorila pre booklet, sa dajú odvodzovať obrázky pre sťahované MP3 formáty, grafiku pre streamovanie alebo on-line prehrávače a čo je možno najpodstatnejšie, dajú sa z neho odvodzovať a animovať jednoduché videá pre skladby na video serveroch. Práve kombinácia hudby s jednoduchým videom v podobe animovaného vizuálu k jednotlivým skladbám môže byť najsilnejším formátom pre oslovenie fanúšikov. Niektoré z najpopulárnejších skupín súčasnosti prerazili práve on-line a vydavateľstvá si ich všimli až po tom, ako ako ich hudba a videá oslovili milióny divákov.

3.1.3 Ukázky dalších logotypov známých skupín



Obr.155. Ukázky logotypov známých skupín

3.2 KOMPLETNÝ VIZUÁLNY ŠTÝL ALTERNATÍVNEJ ROVKOVEJ SKUPINY KORBEN DALLAS

Skupinu Korben Dallas založili v roku 2010 v Bratislave Juraj Benetin, Lukáš Fila a Ozo Guttler po rozpade experimentálnej rockovej skupiny Appendix. V decembri 2011 vydala skupina svoj debutový album Pekné cesty, ktorý bol nominovaný na prestížnu cenu

Radio head awards v kategórii album roka. Korben Dallas hrá alternatívnu rockovú hudbu, v ktorej je cítiť mnoho rôznych hudobných vplyvov, od amerického blues až po slovenskú ľudovú hudbu. Dôležitou súčasťou prejavu skupiny sú lyrické slovenské texty, veľmi osobné a osobité. Korben Dallas je považovaná za jednu z najlepších nových koncertných kapiel na Slovensku.

Ciele

Hlavným cieľom nového vizuálneho štýlu skupiny je vytvorenie silnej vizuálnej identity ktorá sa bude využívať v kompletnej komunikácii s fanúšikmi a médiami. Vizuálna identita a značka by mala pomôcť skupine vybudovať si silnú pozíciu na hudobnej scéne a zvýšiť všeobecné povedomie o jej hudbe. Naplno sa vizuál rozvinie v dizajne druhého štúdiového albumu skupiny s názvom Kamene.

Názov, značka a logotyp

Názov kapely Korben Dallas vznikol po dlhšom hľadaní náhodne. Je to meno hlavnej postavy z filmu Luca Bessona – Piaty element, ale vizuálna identita nemá odkazovať na túto postavu a nemá sa spájať s touto postavou. Má pôsobiť tajomne vyvolávať otázky aby si každý pod týmto názvom mohol predstaviť niečo iné.

Rovnako ako všetky ostatné značky a logá, logo kapely pôsobí ako marketingový nástroj, ktorý pomáha pri zvyšovaní popularity. Logotyp Korben Dallas by mal byť v prvom rade pútavý, čitateľný a aplikovateľný v rôznych veľkostiach a podkladoch. Zvolila som slovnú značku bez obrazového symbolu, pretože už samotný názov skupiny je zaujímavý a atypický. Pre logo som vytvorila písmo, ktoré sa zdá byť ručné a rozryté. Takýto deformovaný typ písma by mal ladiť s ručnou grafikou, ktorá sa objaví na všetkých propagačných materiáloch a albume.



KOR:EN
DALLAS



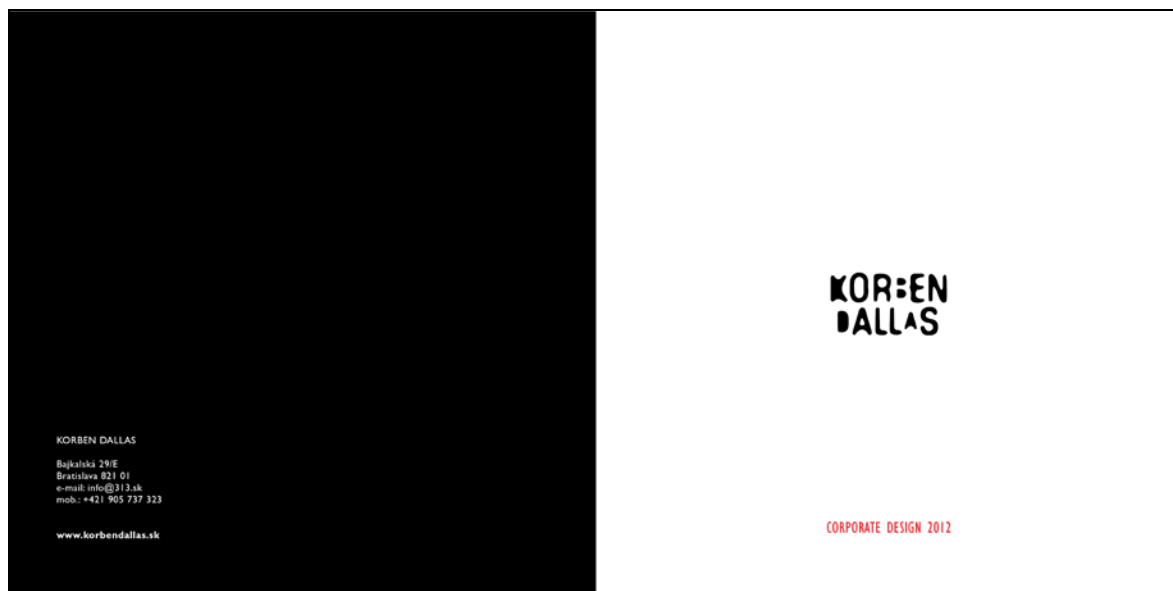
Obr.156. Ukážky logotypu Korben Dallas

Dizajn manuál

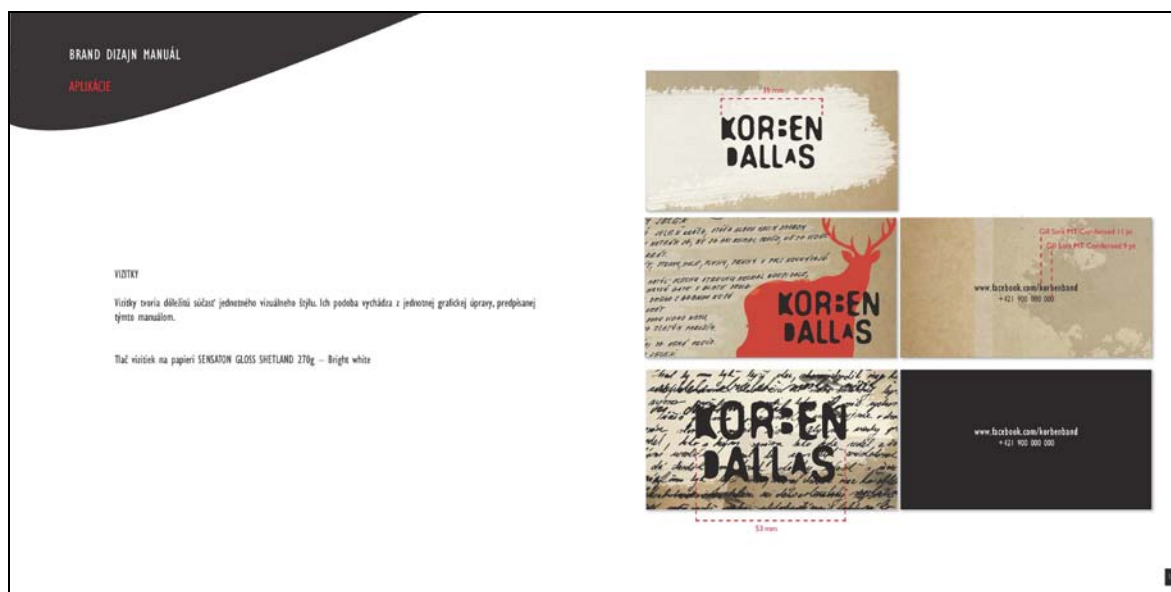
Aby bola nová vizuálna identita skupiny využívaná tým najúčinnnejším spôsobom, vytvorila som pre Korben Dallas dizajn manuál, ktorý špecifikuje používanie značky a jej aplikácie. Táto identita (všetky grafické aplikácie v komunikácii skupiny) musí byť tvorená a vnímaná konzistentne a nadčasovo.

Dizajn manuál slúži ako návod k tvorbe predlôh. Manuál neslúži ako predloha k reprodukcii. Je to návod na dodržiavanie kodifikovaných grafických riešení, aby ich svojvoľnou modifikáciou nedošlo k neželaným významovým posunom. Dôležité je tiež dodržanie kontextu aplikácie.

V prípade produkcie reklamného materiálu v záujme kapely Korben Dallas je nevyhnutné, aby všetky použité zložky boli realizované v zhode so štandardizovanou šablónou Logo manuálu – Identity kapely a jej poslstva. Okrem kohéznej formy správ, je značka podporená správnym a dôsledným používaním systému manuálu. Uvedené štandardy písma, formy a farby posilňujú celkovú čitateľnosť a jedinečnosť identity kapely Korben Dallas.



Obr.157. Ukážka dizajn manuálu Korben Dallas



Obr.159. Ukážka dizajn manuálu Korben Dallas

Dizajn albumu Kamene

Vizuálny štýl skupiny sa v plnom rozsahu dokáže rozvinúť pri grafickom návrhu albumu Kamene. Rozhodla som sa pre kombinovanú, ručnú a počítačovú grafickú techniku. Pomocou nej som vytvorila ku každej skladbe samostatný vizuál, ktorý odráža atmosféru skladby aj obsah textov. Ľudia ktorí si album kúpia tak budú mať spojený vizuálny a hudobný zážitok. Jednotlivé vizuály v poradí v akom sú na albume prerastajú rámec ilustrácie, a vytvárajú samostatný príbeh.

Pre album, plagáty a všetky tlačené propagačné materiály navrhujem prírodný recyklovaný papier, ktorý je najlepším médiom pre ručnú grafiku. Formát albumu vychádza z CD nosiča, čo je stále najpoužívanejšie médium pre vydávanie hudby. Vzhľadom na to, že množstvo hudby sa už predáva cez internet vo formáte mp3, mal by dizajn a obsah CD albumu priniesť niečo extra, čo motivuje ku kúpe. Preto som sa rozhodla navrhnuť obal albumu vo forme knihy v pevnej väzbe, ktorá bude ponúkať texty v grafickom stvárnení, fotografie a informácie o kapele a rôzne bonusy ako napríklad vložené nálepky. Z albumu sa tak stane upomienkový predmet pre fanúšikov čo by ich malo motivovať ku kúpe aj v čase mp3.



Obr.162. Ukážky z albumu Korben Dallas



Obr.163. Ukázky z albumu Korben Dallas

ZÁVER

Spojenie grafického dizajnu a hudby je výnimočné. Hudba nie je ako iné produkty. Nejde o spotrebný tovar, ale o emocionálny či umelecký zážitok. Ide o spojenie dvoch foriem umenia, čo stimuluje tvorivosť na obidvoch stranách. Výtvarné umenie a grafika odnepamäti inšpirovali hudobníkov, a to isté platí o grafických dizajnéroch a výtvarníkoch. Práve táto symbióza dvoch umeleckých foriem umožnila vytvorenie samostatnej historickej kapitoly grafického dizajnu. Thorgerson a Powell píšú: „*Grafický dizajn v populárnej hudbe nemusí ukazovať samotný produkt, ale môže reflektovať pocity a myšlienky ktoré produkt stvorili. Dizajn by mal znázorňovať čo produkt znamená, nie čím fyzicky je. Znie to samozrejme, ale pre grafického dizajnéra je to úplne nová oslobodzujúca poloha.*“ (21)

Grafický dizajn vynikajúco mapuje históriu populárnej hudby. Ľahko v ňom rozpoznávame silné kreatívne obdobia aj obdobia stagnácie a kopírovania. Hudobné vizuály, plagáty, albumy a reklamné materiály nerozprávajú len príbeh populárnej hudby, ale približujú nám kultúrne a umelecké súvislosti celej spoločnosti a približujú životy celých generácií.

Zmeny vizuálnych štýlov v populárnej hudbe väčšinou pramenili z hudby samotnej. Napríklad plodné obdobia v polovici 60. a na konci 70. rokov boli inšpirované a poháňané rockovou a psychedelickou hudobnou scénou, ktorá kypela energiou a kreativitou. Dodnes je toto obdobie z umeleckého hľadiska neprekonané. Grafickí dizajnéri však vždy boli a budú ovplyvnení aj umeleckými a spoločenskými hnutiami, médiami a v neposlednom rade možnosťami, ktoré prináša technologická inovácia. Takéto výrazné plodné obdobia inovácie väčšinou striedali pokojnejšie obdobia asimilácie a reprodukovania overených konceptov.

Zdá sa, že internet naozaj ukončí éru fyzických nosičov, ale úloha grafického dizajnu v hudbe nezmizne, skôr sa transformuje. Bude zaujímavé sledovať, ako sa populárna hudba prenáša z fyzického nosiča do digitálneho virtuálneho prostredia a ako na túto skutočnosť zareaguje vizuálna prezentácia hudby. Web je vizuálne prostredie a už samotná existencia

hudby na internete si vyžaduje grafické riešenia. Zdá sa, že rozdeliť grafický dizajn a populárnu hudbu nie je možné bez ohľadu na technologické zmeny.

Dôležitou vlastnosťou grafického dizajnu v populárnej hudbe je, že vyvoláva emócie a zanecháva hlbšiu pamäťovú stopu. Dobrý grafický návrh naplno využíva súzvuk hudby, farieb, tónov a tvarov a dokáže vystavať silný viaczmyslový zážitok, ktorý sa vryje do pamäti. Vizuálny zážitok spojený s počúvaním hudby je taký silný fenomén, že sa nemôže stať minulosťou. Nové formy prezentácie hudby na internete ukazujú smer, ktorým sa tento zážitok prirodzene transformuje.

ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

- [1] KUSÝ, P. *blog SME* [online] Bratislava: SME 8.1. 2011 [cit. 2012-03-20]
Dostupné z: <<http://peterkusy.blog.sme.sk/c/252687/Co-je-to-hudba.html>>
- [2] HULA, Z. *Brána hudby*. 1. vyd. Praha: PANTON 1982. 147s. 35-055-82.
- [3] Wikipédia, slobodná encyklopédia *Hudba* [online] [cit. 2012-03-20]
dostupné z: <<http://sk.wikipedia.org/wiki/Hudba>>
- [4] Angeli, O. *Prvé stretnutie s hudbou*. 1. vyd. Bratislava: Mladé letá. 1986. 197s. 66-215-86.
- [5] Wikipédia, slobodná encyklopédia *Synestézia* [online] [cit. 2012-04-05]
dostupné z: <<http://sk.wikipedia.org/wiki/Synest%C3%A9zia>>
- [6] JASLOVSKÝ, M. *Synestéza: Počuť farbu, vidieť zvuk*. [online] Bratislava: SME Petit Press 2009 [cit. 2012-03-20]
dostupné z: <<http://primar.sme.sk/c/4813474/synesteza-pocut-farbu-vidiet-zvuk.html>>
- [7] MORAVČÍKOVÁ, A., *Blog Sme* [online] Bratislava: SME 2008 [cit. 2012-04-05]
dostupné z: www.blog.sme.sk
- [8] SEDLÁKOVÁ, A. *Hudba vo výtvarnom umení a transcendentné hodnoty ako prostriedky edukácie detí*. [online] Katedra hudobnej a výtvarnej výchovy: Pedagogická fakulta, Prešov, Slovensko [cit. 2012-04-05] dostupné z: <<http://www.google.sk>>
- [9] JONES, S. & SORGER, M. *Covering Music: A Brief History and Analysis of Album Cover Design*. *Journal of Popular Music Studies*. 11, 12 vyd. (1999, 2000).
- [10] THORGERSON, S. & DEAN, R. *Album Cover Album* New York: A & W Publishers 1977.
- [11] SCHMITZ, M. *Facing the Music*, Print 1986.

- [12] KOHLER, E. *In the Groove: Vintage Record Graphics 1940-1960*, First Edition Chronicle Books 1999, ISBN-13: 978-0811821216.
- [13] KOLESÁR, Z. *Kapitoly z dejín grafického dizajnu*. 1. Vyd. Bratislava: Slovenské centrum dizajnu 2006. 244s. ISBN 80-968658-5-4.
- [14] ZOVJET FRANCE *Popular Soviet Songs and Youth Music*. Charm, audio recording 1985.
- [15] FRITH, S. & HORNE, H. *Art into Pop*, London: Methuen 1987.
- [16] JASLOVSKÝ, M. *Hudba na pozieranie* [online] Bratislava: INZINE 1.10.1998 [cit. 2012-04-02] dostupné z: <<http://www.inzine.sk/article.asp?art=106>>
- [17] Recording Industry Association of America (RIAA) [online] [cit. 2012-04-12] dostupné z: <<http://www.riaa.com/>>
- [18] GOTTFRIED, SCHMIEDEL *The Beatles*, Bratislava: Opus 1988, ISBN 62-006-88.
- [19] MASON, N. *Pink Floyd*, Praha: BB art 2007.
- [20] GRABOIS, T., *Personal interview with Martin Sorger*, August 1987.
- [21] THORGERSON, S. & POWELL, A. *100 Best Album Covers*, London: DK Publishing, 1999.
- [22] REAGAN, K., HELLER, S., STEINWEISS, A. *Alex Steinweiss, The Inventor of the Modern Album Cover*. Bratislava: Taschen 2009. 422s. ISBN: 9783836501927.
- [23] Wikipédia, slobodná encyklopédia *Alexander Steinweiss* [online] [cit. 2012-04-10] dostupné z: <http://en.wikipedia.org/wiki/Alex_Steinweiss>
- [24] LEGERSKÁ, L. *Vplyv hnutia hippies na grafický dizajn obalov platní a hudbu 60. Rokov*. Brno: Filozofická fakulta, Ústav hudobnej vedy. Bakalárska práca 2010. s.16.
- [25] Pink Floyd.cz [online] [cit. 2012-04-20] dostupné z: <http://www.pinkfloyd.cz/pinkfloyd/index.php?action=floydopedia&id=singh>

- [26] VIC SINGH Photographer. *Photographing The Piper Cover By Vic Singh*. [online] 2006 [cit. 2012-04-10] dostupné z: <<http://www.neptunepinkfloyd.co.uk/index.php/npf-mag/309-photographing-the-piper-cover-by-vic-singh>>
- [27] Wikipédia, slobodná encyklopédia *Hipgnosis* [online] [cit. 2012-04-05] dostupné z: <<http://en.wikipedia.org/wiki/Hipgnosis>>
- [28] Wikipédia, slobodná encyklopédia *Roger Dean* [online] [cit. 2012-03-25] dostupné z: <http://en.wikipedia.org/wiki/Roger_Dean_%28artist%29>
- [29] Roger Dean Gallery *Discover the World of Roger Dean* [online] Roger Dean 2012 [cit. 2012-04-12] dostupné z: <<http://www.rogerdean.com/>>
- [30] PERRY, M. *Sniffin' Glue: The Essential Punk Accessory*, London: Sanctuary Publishing 2000, 176 s. ISBN 1860742750.
- [31] BELSITO, P. & DAVIS, B. *Hardcore California: A History of Punk and New Wave*, Berkeley: Last Gasp 1983.
- [32] Wikipédia, slobodná encyklopédia *Andy Warhol* [online] [cit. 2012-03-25] dostupné z: <http://sk.wikipedia.org/wiki/Andy_Warhol>
- [33] 50 OF THE BEST HIP HOP ALBUM COVERS EVER: PART 1 [online] 2011 [cit. 2012-03-25] dostupné z: <<http://www.soultravelmultimedia.com/2011/10/27/50-of-the-best-hip-hop-album-covers-ever-part-1/>>
- [34] Wikipédia, slobodná encyklopédia *Hip hop* [online] [cit. 2012-03-25] dostupné z: http://en.wikipedia.org/wiki/Hip_hop
- [35] Wikipédia, slobodná encyklopédia *Graffiti* [online] [cit. 2012-03-25] dostupné z: <<http://en.wikipedia.org/wiki/Graffiti>>
- [36] Much Music Blog *This Is The Greatest Album Cover In The History Of Hip Hop* [online] [cit. 2012-04-12] dostupné z: <<http://blog.muchmusic.com/this-is-the-greatest-album-cover-in-the-history-of-hip-hop/>>

- [37] Wikipédia, slobodná encyklopédia *Kyberpunk* [online] [cit. 2012-03-25]
[online] [cit. 2012-04-12] dostupné z: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Kyberpunk>>
- [38] NOIR, CH. *Goth Community – CyberGothic* [online] 2011 [cit. 2012-04-12]
dostupné z: <<http://goth-klub.blog.cz/1102/cybergothic>>
- [39] PETŘÍČEK, M. *Jak se rodil (kyber)punk* [online] Lidovky.cz 2011.
[cit. 2012-04-06] dostupné z:
http://www.lidovky.cz/tiskni.asp?r=ln_noviny&c=A110312_000079_ln_noviny_sk
- [40] Wikia *Stefan Sagmeister* [online] [cit. 2012-04-10]
dostupné z: <http://albumcovers.wikia.com/wiki/Stefan_Sagmeister>
- [41] SYLVESTROVÁ, M. *Stefan Sagmeister: Rebel grafického dizajnu* [online] Brno:
Moravská galerie [cit. 2012-04-10] dostupné z:
<http://old.sdc.sk/press/sagmeister/text%20kuratorky.pdf>
- [42] Design Museum *Stefan Sagmeister Graphic Designer 1962* [online] [cit. 2012-04-10]
dostupné z: <<http://designmuseum.org/design/stefan-sagmeister>>
- [43] Wikipédia, slobodná encyklopédia *Vaughan Oliver* [online] [cit. 2012-04-10]
dostupné z: <http://en.wikipedia.org/wiki/Vaughan_Oliver>
- [44] Wikipédia, slobodná encyklopédia *iTunes LP* [online] [cit. 2012-04-20]
dostupné z: <http://en.wikipedia.org/wiki/iTunes_LP>

ZOZNAM OBRÁZKOV

- Obr. 1. Rytmus 1
<<http://www.oilpaintingsgallery.com/gallery/oil-paintings/list-Key-Delaunay,%20Robert,%20France%201885%20to%201941-Type-Artist.asp>>
- Obr. 2. Circular Forms
<<http://www.oilpaintingsgallery.com/gallery/oil-paintings/list-Key-Delaunay,%20Robert,%20France%201885%20to%201941-Type-Artist.asp>>
- Obr. 3. Reliéf Rytmus
<<http://www.oilpaintingsgallery.com/gallery/oil-paintings/list-Key-Delaunay,%20Robert,%20France%201885%20to%201941-Type-Artist.asp>>
- Obr. 4. Rytmus
< http://en.wikipedia.org/wiki/Sonia_Delaunay >
- Obr. 5. Dvojfarebná fuga
< http://en.wikipedia.org/wiki/Franti%20Aleksander_Kupka >
- Obr. 6. Prisme
< <http://www.artexpertswebsite.com/pages/artists/orphism.php>>
- Obr. 7. Žltá, červená a modrá
< <http://www.iquattrofissa.it/index.asp?cat=la+Foto&act=viewtxt> >
- Obr. 8. Kompozícia 8
< <http://www.iquattrofissa.it/index.asp?cat=la+Foto&act=viewtxt> >
- Obr. 9. Wish You Were Here
<http://en.wikipedia.org/wiki/WishYou_Were_Here_%28Pink_Floyd_album%29>

- Obr. 10. Wish You Were Here
< <http://www.noiset.com/pink-floyd--wish-you-were-here>>
- Obr. 11. Audio kazeta
< <http://sk.wikipedia.org/wiki/Audiokazeta>>
- Obr. 12. Plastový obal audio kazety
<<http://sk.wikipedia.org/wiki/Audiokazeta>>
- Obr. 13. Obal audiokazety Magnetic Noth
<<http://www.theliminal.co.uk/2011/12/the-touch-30-interview-part-one-ritual/>>
- Obr. 14. Keramický obal Popular Soviet Songs
<<http://www.amazon.com/Popular-Soviet-Songs-Youthmusic/dp/B001MO5CL0>>
- Obr. 15. Fonograf
<<http://sk.wikipedia.org/wiki/Fonograf>>
- Obr. 16.- 42. Jones & Sorger 1999/2000 prezentácia
<<http://stevejones.me/covering/sld002.htm>>
- Obr. 43. Steinweiss scrawl
<<http://mediumitalic.blogspot.com/2011/07/alex-steinweiss-inventor-of-album.html>>
- Obr. 44. Obal platne Columbia
< <http://dailyglean.salebooks.com/2011/07/father-of-album-cover-artwork.html>>
- Obr. 44. Obal South Pacific
<<http://bloggerhythms.blogspot.com/2011/08/alex-steinweiss-album-art-pioneer-1917.html>>
- Obr. 46.-48. Filmom ovplyvnené albumy Elvis Presley
<<http://stevejones.me/covering/sld002.htm>>

- Obr. 49.-53. Koncertný plagát
KOLESAR, Z. Kapitoly z dejín grafického dizajnu. 2006. s. 191.
- Obr. 54. Logo časopisu Rolling Stone.
< <http://www.rollingstone.com/services/contactus>>
- Obr. 55. Ukážka Beatles Songbook
< <http://www.rollingstone.com/services/contactus>>
- Obr. 56.-68. Jones & Sorger 1999/2000 prezentácia
<<http://stevejones.me/covering/sld002.htm>>
- Obr. 69. Led Zeppelin, In Through The Out Door
<<http://musicturtle.wordpress.com/2011/02/23/%E2%80%9Cin-through-the-out-door%E2%80%9D-by-led-zeppelin-1979/>>
- Obr. 70.-72. Jones & Sorger 1999/2000 prezentácia
<<http://stevejones.me/covering/sld002.htm>>
- Obr. 73. Pink Floyd, The Piper at the Gates of Dawn
< http://en.wikipedia.org/wiki/The_Piper_at_the_Gates_of_Dawn>
- Obr. 74.-75. Jethro Tull, Stand Up
< http://www.vinylhistory.com/jethro_tull_stand_up.htm>
- Obr. 76.-79. Jones & Sorger 1999/2000 prezentácia
<<http://stevejones.me/covering/sld002.htm>>
- Obr. 80. Logo Yes
< <http://www.classicrockmagazine.com/news/yes-announce-november-tour/attachment/yes-logo/>>
- Obr. 81. *Logo Kiss*
< <http://buildinternet.com/2009/07/fonts-used-in-popular-band-logos/>>
- Obr. 82.-83 Jones & Sorger 1999/2000 prezentácia
<<http://stevejones.me/covering/sld002.htm>>

- Obr. 84.-89. Hipgnosis Album Cover
< <http://en.wikipedia.org/wiki/Hipgnosis>>
- Obr. 90.-94. Roger Dean Album Cover
< http://en.wikipedia.org/wiki/Roger_Dean_%28artist%29>
- Obr. 95.-109. Jones & Sorger 1999/2000 prezentácia
<<http://stevejones.me/covering/sld002.htm>>
- Obr. 110.-112. Neville Brody
KOLESÁR, Z. Kapitoly z dejín grafického dizajnu. 2006. s. 200.
- Obr. 113.-120. Andy Warol
< http://en.wikipedia.org/wiki/Andy_Warhol>
- Obr. 121.-123. Umelecká séria Reigning Queens
< <http://www.warholprints.com/portfolio/Reigning.Queens.html>>
- Obr. 124. Kil roy was here
< http://en.wikipedia.org/wiki/File:Kilroy_Was_Here_-_Washington_DC_WWII_Memorial_-_Jason_Coyne.jpg>
- Obr. 125. Graffiti Clapton is God
< <http://ajrasking.blogspot.com/2011/01/clapton-is-god.htm>>
- Obr. 126. Graffiti otočený pohár Martini
<<http://www.flickr.com/photos/36892217@N06/3472286668/>>
- Obr. 127. Graffiti Jean-Michel Basquiat
<http://en.wikipedia.org/wiki/Jean-Michel_Basquiat>
- Obr. 128 Graffiti Skeme
<<http://blen167.blogspot.com/2010/04/skeme-dez-tmtnt-tfa.html>>
- Obr. 129.-131 Šablónové graffiti
< <http://kingydesignhistory.blogspot.com/2010/04/stencil-graffiti-art.html>>

Obr. 132.-134. Tribe Called Quest, Run DMC, Beastie Boys

< <http://www.soultravelmultimedia.com/2011/10/27/50-of-the-best-hip-hop-album-covers-ever-part-1/>>

Obr. 135.-136. Schoolly, T.I. Paper Trail

< <http://www.soultravelmultimedia.com/2011/10/27/50-of-the-best-hip-hop-album-covers-ever-part-1/>>

Obr. 137. Časopis Živel, ukázky 1., 2., 3. a 33 vydania

< <http://www.bigmag.cz/?page=casopis&id=8&lang=cs>>

Obr. 138. Nothingface

< http://en.wikipedia.org/wiki/Nothingface_%28album%29>

Obr. 139. Cyberpunk

< http://en.wikipedia.org/wiki/Cyberpunk_%28album%29>

Obr. 140. Tactical neural implant

< http://en.wikipedia.org/wiki/Tactical_Neural_Implant>

Obr. 140.-142 Tyranny For You, Tragedy For You

< <http://www.discogs.com/Front-242-Tragedy-For-You/release/93260>>

Obr. 143.-144. Jones & Sorger 1999/2000 prezentácia

< <http://stevejones.me/covering/sld002.htm>>

Obr. 145.-149. Stefan Sagmeister Album Cover

< <http://www.designboom.com/eng/interview/sagmeister.html>>

Obr. 150.-151. Vaughan oliver

< http://rateyourmusic.com/list/jkra3168/the_art_of_the_album_vaughan_oliver>

Obr. 152. Jones & Sorger 1999/2000 prezentácia

< <http://stevejones.me/covering/sld002.htm>>

Obr. 153. Značka the Rolling Stones

< <http://www.famouslogos.org/the-rolling-stones-logo>>

Obr. 154. Značka The artist formally known as Prince
< <http://www.famouslogos.org/> >

Obr. 155. Ukázky logotypov známých skupín
< <http://www.gigwise.com/photos/45166/> >