Zlatko Bukač, University of Zadar, Croatia

Konstruiranje hipermuškosti putem tijela u crnačkoj popularnoj kulturi: vizualna analiza naslovnica rap albuma

1. Uvod

Teoretiziranje o konceptu muškosti, kao karakteristike koja se pridodaje određenim vizualnim proizvodima pristupačno je u prvom redu putem proučavanja medija, kulture i praksi označavanja. Te prakse konstruiraju imaginarij s raznim posljedicama koje se manifestiraju ponajviše u načinu gledanja na pojedinu kulturu, spol, rod i slično. Melly (1986) i Mort (1988) ponajviše su govorili o novom načinu vizualnog kodiranja. George Melly je pridonio kratkim pregledom određenog seta oglasa u kojima je vidio "novo korištenje spola" unutar kojeg su se „muškarci koristili kao pasivni seksualni objekti'" (Melly, 1986:41). S druge strane, u tradiciji kulturnih studija, Frank Mort (1988) tvrdi da su muška tijela koja se pojavljuju u oglasima za traperice Levis prezentirana modnim kodovima i kulturom stila. Sean Nixon (1997), navodeći u svom tekstu ta dva primjera i nastavljajući se na njih, istraživao je kulturnu značajnost stvaranja slika „novog muškarca" koje su povezane s muškim tržištem kojemu su te slike namijenjene. Slike je stavio u vezu sa stvorenim (ili bolje rečeno konstruiranim) slikama muškosti i muške kulture. Nadalje, Nixon (1997) navodi knjigu The Sexuality of Men (Metcalf and Humphries, 1985), koja konceptualizira pojam muškosti govoreći da je karakteriziran slikama agresivnosti, kompetitivnosti, emocionalne neprilagođenosti i hladnoće koje su ovisne o pretjeranu naglašavanju penetrativnog seksa. Muškarci su, prema autorima, počeli kritički promišljati o muškosti, iskazivali su strah i anksioznost prema konstrukciji „muškosti" iz tih reklama. Sukladno tome sva muška tijela izvan konstruirane „muškosti" postaju ugrožena. Taj se koncept dalje razvijao u popularnoj kulturi, a konzumenti su ga, napadnuti takvim slikama, prihvaćali stvarajući želju prema takvu obliku muškosti, osjećajući anksioznost, strah i depresiju zbog toga što ne pripadaju toj slici ili zadovoljstvo spoznajom da oni jesu „pravi

eISSN 1847-7755; doi: 10.15291/sic/1.1.lc.7

muškarci“. Koncept muškosti je postao moćan alat, no Nixon (1997), po uzoru na Jeffreya Weeksa, govori da je to još jedna izmišljena kategorija koja je produkt kulturnih značenja dodanim određenim atributima, kapacitetima, dispozicijama i formama ponašanja u određenim povijesnim trenucima (Nixon, 1997). Unatoč „izmišljenoj“ prirodi takva koncepta ne smijemo zanemariti moć tih kategorija nad nama. Potrebni su nam da se kao gledatelj, konzument, subjekt i objekt pozicioniramo u odnosu prema drugima, lociramo u svijetu, kako fizičkom tako i mentalnom.

Konstruiranje muškosti ponajviše proizlazi iz samih slika, vizualnih narativa, iako se karakteristike koje konstruiraju tu muškost nadovezuju i na samo ponašanje i emocije...

Konstruiranje muškosti ponajviše proizlazi iz samih slika, vizualnih narativa, iako se karakteristike koje konstruiraju tu muškost nadovezuju i na samo ponašanje i emocije. Vizualna prezentacija muškosti, unutar koje ulaze slike, fotografije, filmovi, videospotovi i drugi medijski oblici, glavni je agregat takva kulturnog značenja. Najveću ulogu imaju oni aspekti koji ulaze pod domenu popularne kulture, točnije oni koji se najviše konzumiraju, prate i pojavljuju, bile to reklame, filmovi, serije, popularni videospotovi ili nešto drugo. U kontekstu kulturnih studija[1] , koji možemo upotrijebiti i u promišljanju o utjecaju medijskih sadržaja predstavljenih kasnije u članku, ovdje se dosta toga svodi na kulturnu hegemoniju. Kulturna se hegemonija, prema Hallu (1993) ne nalazi samo u popularnoj kulturi nego i svugdje izvan nje. Ona nikada nije bila priča o čistoj pobjedi ili o apsolutnoj dominaciji, nego o mijenjaju odnosa moću u odnosu na kulturu. Od kulturne moći se ne može pobjeći, mijenjati se mogu samo njene pozicije (Hall, 1993). Muškost kao karakteristika koja se nalazi, strukturalistički gledano, u opoziciji prema ženskosti, u određenom kontekstu može se nalaziti i u opoziciji prema ne-muškosti. Jedan od tih konteksta je svakako i rasistički diskurs koji se projicira određenim medijskim prezentacijama o kojima će se dalje pisati.

U popularnoj kulturi slike se pojavljuju u čitavu rasponu različitih konteksta u kojima konstruiraju i generiraju različita značenja. Ta značenja mogu biti povezana s rodom, rasom, etnicitetom, svakom ideološkom pričom koja za sobom može povući već spomenute odnose moći. Kultura se tako manifestira, ali i oblikuje. Unutar te pretpostavke možemo govoriti o slikama (fotografijama, filmu, videospotovima) kao fragmentu konstruiranja referenta našeg znanja i razumijevanja svijeta oko nas. Hip-hop kultura poprimila je karakteristike popularne kulture, koje zadržava već 15

godina. Kao takva može se koristiti kao reprezentativan i prigodan poligon za analiziranje koncepta muškosti, njegove konstrukcije i posljedica koje iz toga proizlaze.

Članak ispituje u kojim se okvirima konceptom muškosti koristi unutar hip-hop kulture. Specifičnije rečeno, predmet je analize rap glazba kao najdominantniji, najuspješniji i najpristupačniji aspekt te kulture, a analizirat će se naslovnice albuma rap izvođača. Te su naslovnice (coveri) mjesto vizualnog unificiranja određenog izvođača i polazišna su točka koja dalje utječe na ostale vizualne prezentacije određenog izvođača. Na temelju toga analizirat će se naslovnice rap albuma koje će biti izabrane po određenom kriteriju, točnije po svojoj popularnosti i komercijalnom uspjehu, koji je, u ovom slučaju, usko povezan s popularnošću. Kao najpopularniji rap izvođači istaknuli su se oni čije su pjesme i albumi nedavno proglašeni najboljima u ovom desetljeću (od 1999. do 2009) na stranici Billboard[2] . Billboard[3] je svoju listu koncipirao na temelju podataka o prodavanosti albuma, airplayu te prodavanosti pojedinih singlova s tog albuma. Iako se članak neće u prvom redu koncentrirati na isprepletenost rasističkog imaginarija unutar sadržaja popularne kulture, pokušat će putem tih sadržaja odrediti i definirati kako se prezentira muškost u crnačkoj popularnoj kulturi i kojim je mehanizmima gledatelji konstruiraju.

U hip-hop kulturi, točnije rap glazbi imamo široku paletu aspekata za analizu. Bilo da se radi o uličnom stilu ili jeziku u rap glazbi, primjećuje se prožetost postmodernih karakteristika (kao što su sempliranje starijih pjesama i stvaranje nove glazbene podloge, subverzivnost prema vlasti, intertekstualnost itd.) i vizualnim identitetima. Naravno, tako je nešto nemoguće analizirati i sistematizirati u jednom univerzalnom tonu koji bi nam uspio u analitičkom okviru sve objasniti i potkrijepiti. Zbog toga je za cilj ovog članka uzeta vizualna analiza određenih proizvoda u crnačkoj kulturi, točnije rap glazbi kao dijelu popularne kulture čiji utjecaj ne jenjava. Pokušat će se odvojiti razni aspekti rap glazbe, a fokus će biti na naslovnicama najpopularnijih albuma u posljednjem desetljeću. Zašto samo naslovnica i zašto samo u tom razdoblju? Početkom 21. stoljeća naslovnice su postale poligon reprezentacija. Slikom se prenosi vizualni identitet određenog izvođača, a zajedno s ostalim informacijama stvara se semantičko polje za njegovo etiketiranje i stvaranje kulturnog imaginarija oko njega i žanrovski srodnih izvođača.

Uzimajući koncepte muškosti i hipermuškosti u obzir, na njima će se provesti vizualna analiza te će se pokušati locirati vizualne i diskurzivne karakteristike koje oblikuju same stereotipne koncepte

muškosti, točnije crne muškosti i hipermuškosti. Vizualnom će se analizom doći do lociranja određenih elemenata (atributa i karakteristika) (hiper)muškosti kojima su se u zadnjih deset godina u najprodavanijim i najslušanijim rap albumima prezentirali izvođači. Naglasak je na funkciji crnog tijela i kako se unutar te vizualizacije tijelo koristi i postaje ugroženo procesom stereotipizacije i objektivizacije.

2. Rasa, infantilizacija i stereotipi u vizualnim proizvodima

Pozicija rasnih priča, točnije prezentacija crnaca u mainstream filmovima, a sukladno tome i u popularnoj kulturi, mijenjala se u određenim vremenskim periodima unutar mainstreama u SAD-u. Kao najvažniji period Hall (1997) izdvaja onaj osamdesetih i devedesetih, u kojem je došlo do ekspanzije ghetto[4] područja, brojčanog porasta crnačke niže klase i njihova endemskog siromaštva, a karakterizirali su ih slabo zdravlje, visoka stopa kriminala kao i ulazak nekih crnačkih zajednica u kulturu oružja, droge i gangsterskih obračuna. Sve je to bilo popraćeno porastom samopouzdanja u crnačkim zajednicama kao i inzistiranjem na poštovanju prema crnačkom kulturnom identitetu. Hall (1997) dalje navodi da istovremeno dolazi do porasta crnačkog separatizma, što se najbolje očitovalo u veliku utjecaju koji je za sobom ostavljala crnačka glazba, posebice rap, na popularnu glazbu i na vizualnu prezentaciju glazbene scene koja je počela poprimati ulični stil. Takav je razvoj događaja utjecao na transformaciju prikaza crne rase u filmovima. Crnim glumcima počele su se nuditi raznovrsnije uloge u filmovima i općenito na televiziji. Rasa postaje priznata kao jedna od najvažnijih tema američkog života i vremena. To se, uz film, odnosi i na ostale televizijske sadržaje i glazbu. No što se točno događa u tzv. crnačkoj glazbi i kakvu ulogu tu igra koncept muškosti?

Jedna od vrijednih, ali dosta zanemarenih teza koja bi nam mogla pomoću u stvaranju argumenta o rasnim stereotipima u popularnoj kulturi dolazi od psihologinje Frances Cress Welsing (2004) koja u svojoj knjizi The Isis Papers postavlja teoriju o crncima u Americi gdje su unutar sustava bjelačke dominacije natjerani da misle o sebi kao o bebi, još nerazvijenu biću koje nije shvatilo svoj puni potencijal, koje u prvom redu nije shvatilo sebe.

Wright (1945) tvrdi da su crnci infantilizirani od bijelog društva, izjednačavajući američki rasizam sa seksizmom, jer se infantiliziranjem crni muškarac simbolički stavlja u paralelu sa ženama, koje su

se karakterizirale slabošću i ovisnošću o patrijarhalnom društvu. Unutar te rasističke američke logike, govori Wright, da je jedini bijelac „otac“ ili „muškarac“ koji vrši autoritet nad nemoćnim, ovisnim i neinteligentnim crnim „dječacima“ (boys). Mercer i Julien (1994) tvrde da crnci znaju odgovoriti na infantilizaciju prisvajajući karikaturistički način dokazivanja. Taj način se očituje u prezentiranju svoje hipermuškosti, koja vuče za sobom nasilje, zločine i superseksualnost kojom su bili stereotipizirani. Unutar tog “stereotipnog kruga“ nailazimo na presijecanje dvaju glavnih pravaca, infantilizacije i nasilne hipermuškosti. Dublja analiza omogućuje nam sažetije iščitavanje nekih zajedničkih karakteristika unutar tih dvaju pravaca. Prva je određena doza nezrelosti povezana s neinteligencijom. Naime, bilo da se radi samo o infantilizaciji ili o hipermuškosti, obje „struje“ povezuje stereotipno mišljenje o crncima kao manje inteligentnim ljudima. Pritom se nasilje kao atribut da povezati s nelogičnošću samog tog čina i nezrelošću, kao i sa snagom koju prezentiraju unutar dimenzije muškosti, tj. hipermuškosti. Razmatrajući i seksualnu stranu, ulazimo u isprepletenije područje u kojem se mora uzeti u obzir i muški i ženski pogled na crno tijelo. Ipak, sama prezentacija crnog tijela i dalje omogućuje podlogu za stereotipiziranje te otvara mogućnost rasprave o određenoj ugroženosti. Naime, ta tijela služe za objektivizaciju, pridodavanjem atributa koje smo već spomenuli (nasilje, hiperseksualnost, nezrelost). Područje u kojem se to očitava na najočigledniji način jesu filmovi i rap glazba unutar popularne kulture.

3. Hipermuškost u tijelu

Hipermuškost je pretjerivanje u muškim stereotipnim ponašanjima i atributima kao što su naglašavanje snage, agresije, dlakavosti, seksualne zrelosti i sposobnosti. Taj fenomen možemo nazvati određenim društvenim, psihološkim ili kulturološkim konstruktom. Edwards (2006) tvrdi da se muškost kao karakteristika povezuje s uspjehom muškaraca u poslu u smislu ekonomskog doprinosa obitelji, s uspjehom unutar obrazovnog sustava, umjerenim emocionalnim izražajima kao što su intimni razgovori, plakanje itd. Predstavljanje crne muškosti sačinjavaju rasni stereotipi koji se provlače već desetljećima, a funkcija im je glorificiranje onoga što bell hooks (1999) naziva white supremacist capitalist patriarchy[5] .

Dyson (1996) u svojim navodima o vizualnoj reprezentaciji crnaca u knjizi Between God and Gangsta Rap: Bearing Witness to Black Culture tvrdi sljedeće: „cirkuliranje slika crnih muškaraca

kao seksualnih prijestupnika i crnih žena kao "kuja" u mnogim narativima gangsta-rap glazbe oslikava dugotrajne stereotipe o seksualnom identitetu crnaca. Muška i ženska tijela su pretvorena u proizvod, robu.“ (Dyson, 1996:178)

Mercer (1994) u analizi slika Roberta Mapplethorpea navodi da bez obzira na seksualne preference gledatelja slike tijela možemo promatrati i analizirati kao seksualne. Tu autorica u prvom redu misli na slike crnih tijela čija „esencija“ crnačkog muškog identiteta leži u domeni seksualnosti. Prema Mercer (1994) rasni stereotipi u masovnim medijima o crncima kao kriminalcima, sportašima i zabavljačima jesu dokaz određene „kolonijalne fantazije“ koja ukazuje da suženost prostora reprezentacije unutar kojeg crni muškarci kao subjekti postaju vidjivi producira ideološke fikcije i psihičke fiksacije o prirodi crne seksualnosti i „drugosti“.

4. Analiza naslovnica rap albuma

Hip-hop može biti moćno oružje za pojačanje političke i društvene svijesti mladih ljudi. No kao i svako drugo oružje, ako se ne znamo služiti s njim, ako ne znamo prema kome da ga uperimo, ako ne znamo zašto ga koristimo, završit ćemo tako da ćemo upucati sami sebe u nogu ili ćemo ubiti svoje sestre i braću.

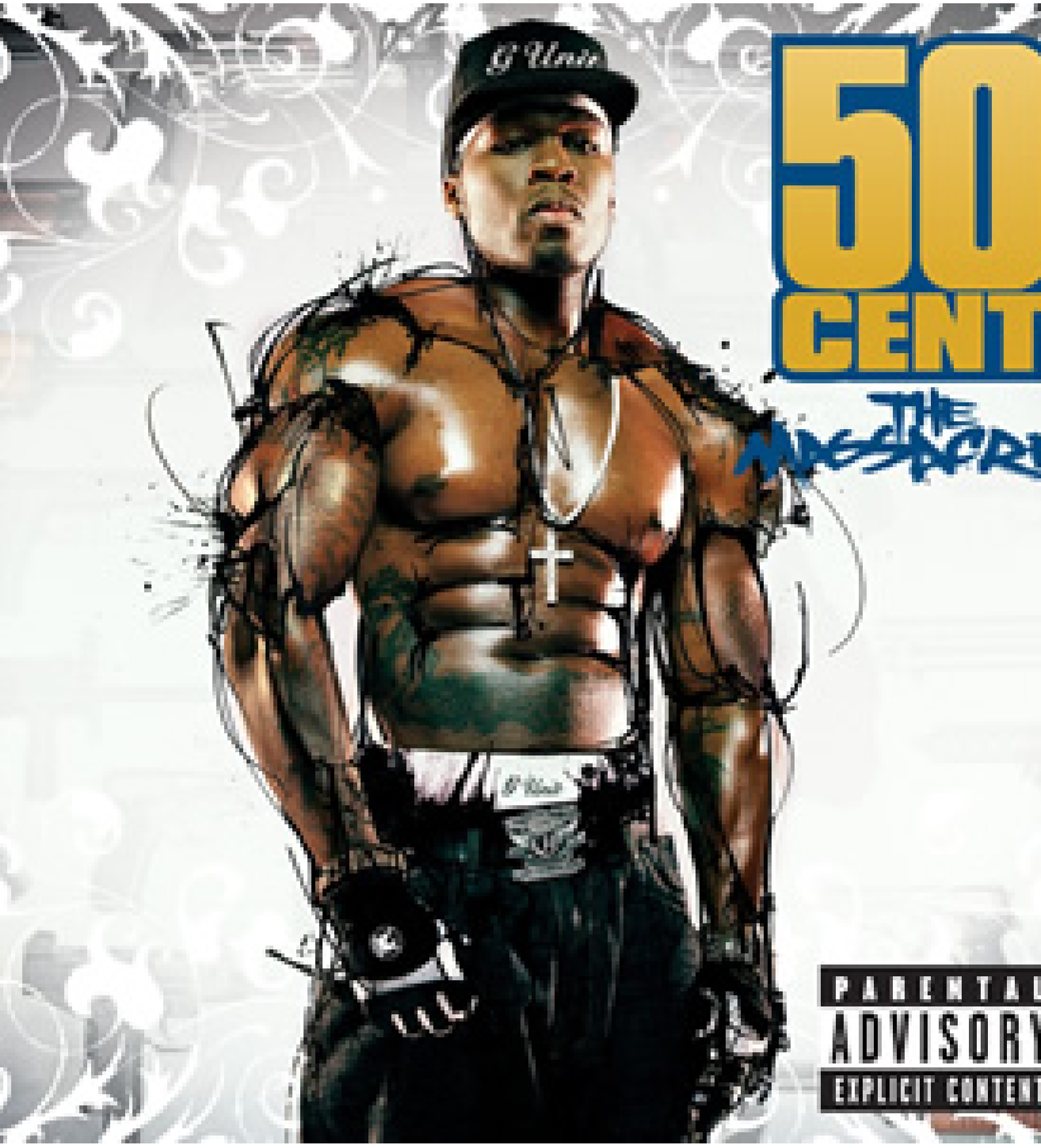
Assata Shakur[6]

Napomenute stavke u prethodnom dijelu ovog teksta možemo naći unutar popularne crnačke kulture i prezentacije glavnih „predstavnika“ rap glazbe. Na već spomenutoj Billboardovoj listi najboljih 100 pjesama prošlog desetljeća nalaze se sljedeći rap izvođači koji su važni za analizu crne muškosti u ovom članku: Flo-Rida, Nelly, T.I., 50 Cent, Lil Wayne, Snoop Dogg, Chingy, Ja Rule, Soulja Boy, Lil Jon. Njihov je opus u proteklih deset godina popraćen i izlazakom brojnih albuma, od kojih će se najzanimljiviji primjeri od svakog izvođača navesti i analizirati dalje u tekstu.

50 Cent je u trenucima kad je bio najslušaniji i najprodavaniji reper na prostorima SAD-a i Europe izdao dva albuma s poprilično sličnim vizualnim elementima.



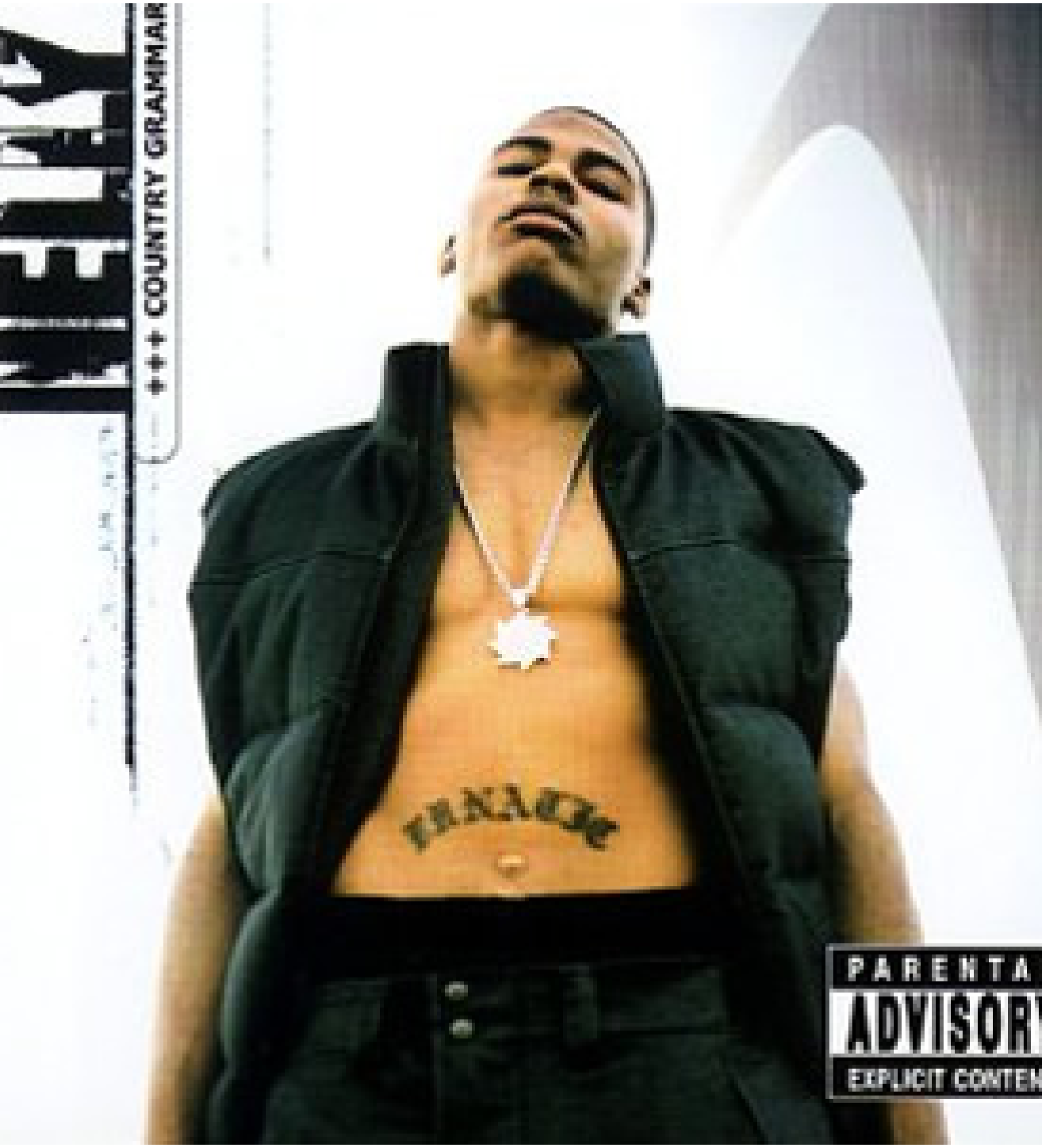
Slika 1- (50 Cent, Get Rich Or Die Tryin'



Slika 2 - (50 Cent, The Massacre, Interscope, 2005)

Jedna od njegovih najistaknutijih karakteristika u počecima karijere bila je ta što je preživio napad jednog gangstera (ili osobe koju je on u medijskim pojavljivanjima označio kao gangstera) koji ga je ranio s devet pucnjeva u tijelo. Naglasak fizičke snage i tjelesnih atributa koji se tome pripisuju kao i navedeni životni background stvorio mu je imidž crnog hipermuškaraca od kojeg on, kao što je vidljivo na naslovnicama, nije bježao. Najeksplicitnija je naslovnica albuma „Get rich or die tryin“, na kojoj se iza stakla napuknuta od metka nalazi 50 Cent, opremljen samo naramenicom u kojoj drži pištolj na golu gornjem dijelu tijela. Trag koji je ostavio metak uperen prema njemu šalje poruku povezivanja crnog repera sa stereotipnim mišljenjem o getoiziranu stanju iz kojeg je došao i u kojem se, očigledno, još nalazi. Nasilje je ono što ga je stvorilo ili u blažem slučaju pratilo, a pomoću toga je uspješno uspio uspostaviti sebe kao osobu koja je sposobna obraniti se od takvih opasnosti, preživjeti i nakon toga se obogatiti. Sam naslov albuma "Obogatiti se ili umrijeti" upućuje na već ustaljenu sliku o predgrađima u SAD-u odakle se može otići jedino ako se obogatite ili ako umrete u pokušaju da se obogatite. Intelektualnog izlaza nema, jer opasnost od fizičkog nasilja može se izbjeći samo drugim činom fizičkog nasilja ili glorificiranjem istog stihovima. Naglašavajući svoju snagu, koju 50 Cent naziva "upornim radom", a ponekad i "snagom volje i pozitivnih misli", takvim slikama zapravo potkrepljuje već navedene rasne stereotipe koji konstruiraju hipermuškost kao zamjenu za nedostatak određene zadovoljavajuće razine inteligencije, pristojnosti i možda kultiviranosti. Idući album „Massacre“ ne odskače previše od prijašnjeg, tjelesna je snaga još naglašenija s bijelom pozadinom punom uzoraka, sličnom nekom elektronskom kistu koji je to sve ocrtao, dodaje osjećaj mistifikacije, nedodirljivog. Metka koji prijeti više nema kao ni 50 Centova pištolja, no i dalje borben stav, čak i u tom „bijelom“ svijetu u kojem mu je puno bolje, održava postojanim. Za ostale crnce nedodirljiv i uzdignut u bijeli svijet i dalje se bori sa, po njegovim navodima, „mrziteljima“ (drugi kolege reperi koji ga kritiziraju, bijelci koji napadaju rap glazbu itd.) te je primoran i dalje ostati borac. U takvoj interpretaciji opet se nije mogla izbjeći rasna priča ni vidljivi i latentniji rasni stereotipi na naslovnici koji su i dalje ostali postojani.

Nelly je rap izvođač koji je slično „uređivao“ naslovnice svojih albuma.



Slika 3 - (Nelly, Country grammar, Universal Music, 2000)

eISSN 1847-7755; doi: 10.15291/sic/1.1.lc.7



Slika 4 - (Nelly, Brass knuckles, Universal Music, 2008)

Kao najvažniji primjeri izdvajaju se dva. Na albumu „Country grammar“ uspostavlja arogantan imidž tako da na gledatelje gleda „svisoka“, što se vidi po postavljanju kuta kamere. Konture gornjeg dijela tijela također su izražene iako ne u potpunosti vidljive, a već puno puta vidljiv i ustaljen način odijevanja u kojem se nazire gornji dio bokserica koji prelaze struk hlača vidljiv je kao i kod 50 Centa. Budući da je to već poznata karakteristika isključivo za repere, a najprije za crne repere, i ovdje možemo govoriti o jednoj generalizirajućoj stereotipnoj karakteristici. Druga naslovnica je s albuma „Brass knuckles[7] , gdje se opet ističe borbenost koju reperi imaju kao jednu od karakteristika koja se provlači i stihovima ali i u vizualnoj reprezentaciji kao što je vidljivo na tim primjerima. Nelly, nakon što je proveo velik dio vremena u teretani, pojavljuje se na toj slici s puno manje odjeće nego na prošloj. Pognute glave, stvara određeni pasivan stav kojem potpomaže okruženje tame vidljivo po odrazima koji dočaravaju sjenu. Ta pasivnost vodi do naglašenije objektivizacije crnog muškog tijela i samog izvođača stavljajući ga u kontekst seksualnosti. Gledatelj vođen već postojećim kulturnim imaginarijem koncipira hiperseksualnost crnog muškarca.

Flo-Rida ulazi u istu skupinu kao Nelly i 50 Cent.



Slika 5 - (Flo-Rida, Mail On Sunday, Atlantic Records, 2008)

eISSN 1847-7755; doi: 10.15291/sic/1.1.lc.7



Slika 6 - (Flo-Rida, R.O.O.T.S., Atlantic Records, 2009)

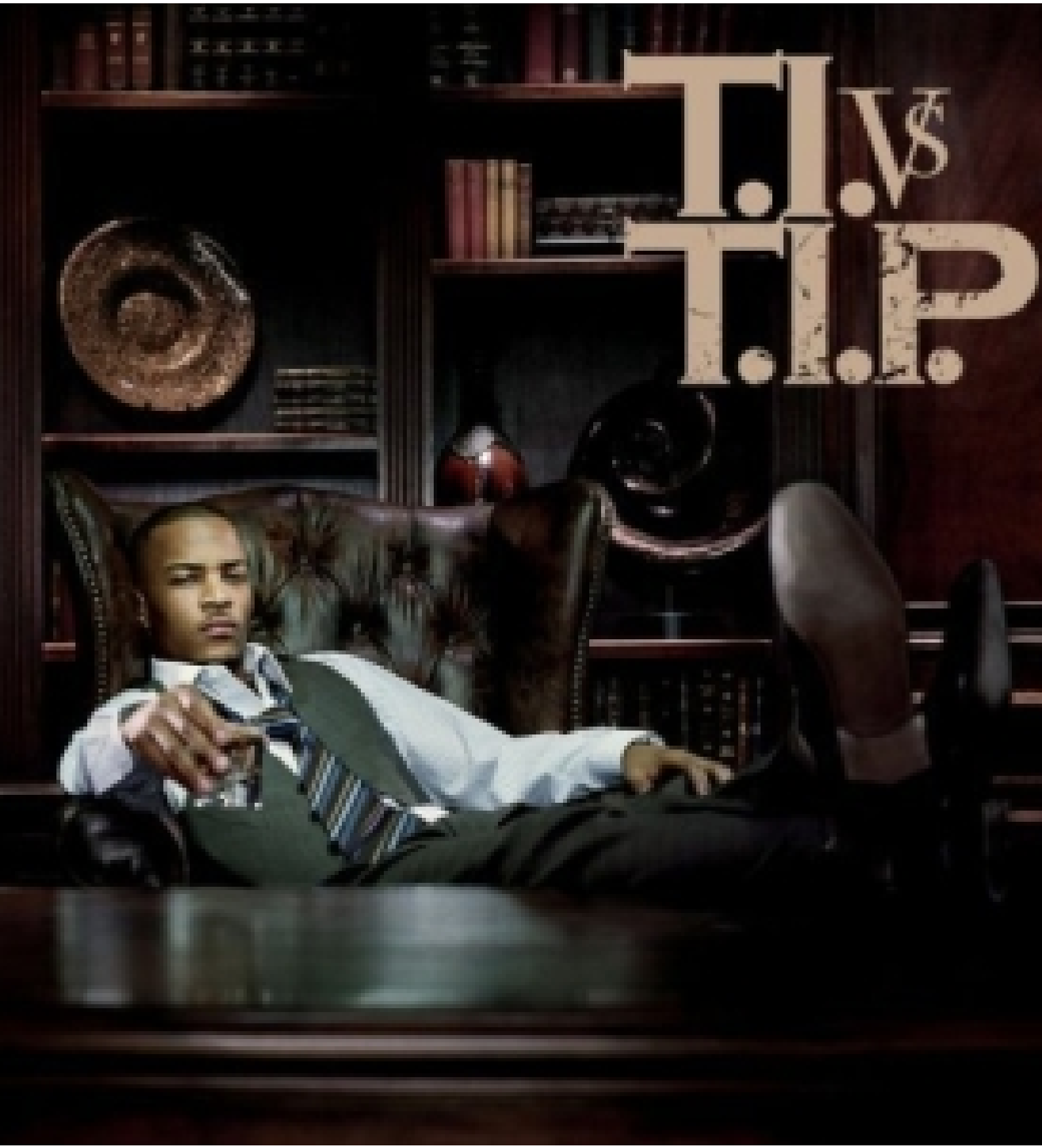
Karakterizira ga naglašen dominantni stav u prvoj fotografiji s naglašenim fizičkim predispozicijama. No unatoč tome što nije odbacio sve gornje dijelove odjeće, to nadoknađuje na idućem albumu simboličkog naziva R.O.O.T.S.. Iako se naziv R.O.O.T.S. ne odnosi na riječ "korijeni", nego je abrevijacija od Route Of Overcoming The Struggle, ima slične konotacije. Na fotografiji se vidi izvođač Flo-Rida s naglašenom mišićnom tonusom i naočalama kojima skriva pogled. Flo-rida gleda u daljinu i prisjeća se, stidljivo, svog puta koji je prošao da bi postao uspješan crni muškarac koristeći glazbu. Taj put kojeg se prisjeća „preslikan“ je i na naslovnicu tonovima boje pijeska, naglašavajući prašnjavo, prljavo, zapušteno i ne toliko poželjno prijašnje stanje. Na toj mapi puta točke su označene raznim riječima opisujući iz kakvih „korijena“ je on proizašao. Te riječi su redom: broken home (razoren dom) – the struggle (borba) – poverty (siromaštvo) – starve (glad) – peddle (torbarenje) – hustle (probijanje s nekom sposobnosti) – grind (mljeti, nastojati, upornost u nečemu) – death (smrt) – survival (preživljavanje) – incarceration (pritvor) – četiri nečitljive riječi – luxury (luksuz, bogatstvo) – responsibility (odgovornost) – prosperity (prosperitet) – dependence (ovisnost) – recession (recesija) – survival (preživljavanje) – provide (sigurnost, pribavljanje) – help (pomoć) – runaway (bjegunac). Iako se putovi na mapi isprepliću i povezani su na razne načine, svi ti pojmovi imaju određeni kronološki slijed, barem onaj glavni u kojem se jasno vidi Flo-Rideov početni put iz razorena doma, siromaštva u kvartu i provođenja određenog vremena u zatvoru do luksuza, bogatstva koje mu je slava donijela do etiketiranja sebe kao bjegunca od svog prvotnog životnog okruženja. Praktički nečitljive riječi jesu one između zatvora i luksuza, što nije slučajno jer Flo-Rida očigledno ne želi spominjati detalje tog puta, osim da su ga glazba i težak rad doveli do mjesta na kojem danas jest. Budući da ta mapa prolazi preko njegova tijela na slici, svi su ti stadiji dio njega, ono što ga je napravilo takvim kakav jest. Te korijene i tu borbu ne može zaboraviti dok gleda (odvažno) naprijed, a u odrazu njegovih sunčanih naočala vide se blještavila nekog modernijeg mjesta, grada punog novih mogućnosti koje će on i dalje pokušati iskoristiti, ne zaboravljajući tko je i odakle je potekao. Tako i Flo-rida sudjeluje u imaginariju prvotnog „getoidnog“ mjesta iz kojeg proizlazi kao i svi drugi rap izvođači. Iz siromaštva punog nasilja, razorenih obitelji i beznađa, iz jednog prljavog prostora prešao je u drugi. No to ne mijenja neke karakteristike kao što su hipermuškost koja je vidljiva u njegovu objektiviziranu tijelu i stereotipnu stilu odijevanja hlača.

Put od predgrađa SAD-a do „onog“ dijela države gdje vladaju luksuz, moć i bogatstvo jest ustaljena tema među najpopularnijim reperima u posljednjih deset godina. T.I. je reper koji potvrđuje takav navod naslovnicama svojih dvaju albuma.

Na naslovnici albuma „Urban legend“ T.



Slika 7 - (T.I., Urban legend, Atlantic Records, 2004)



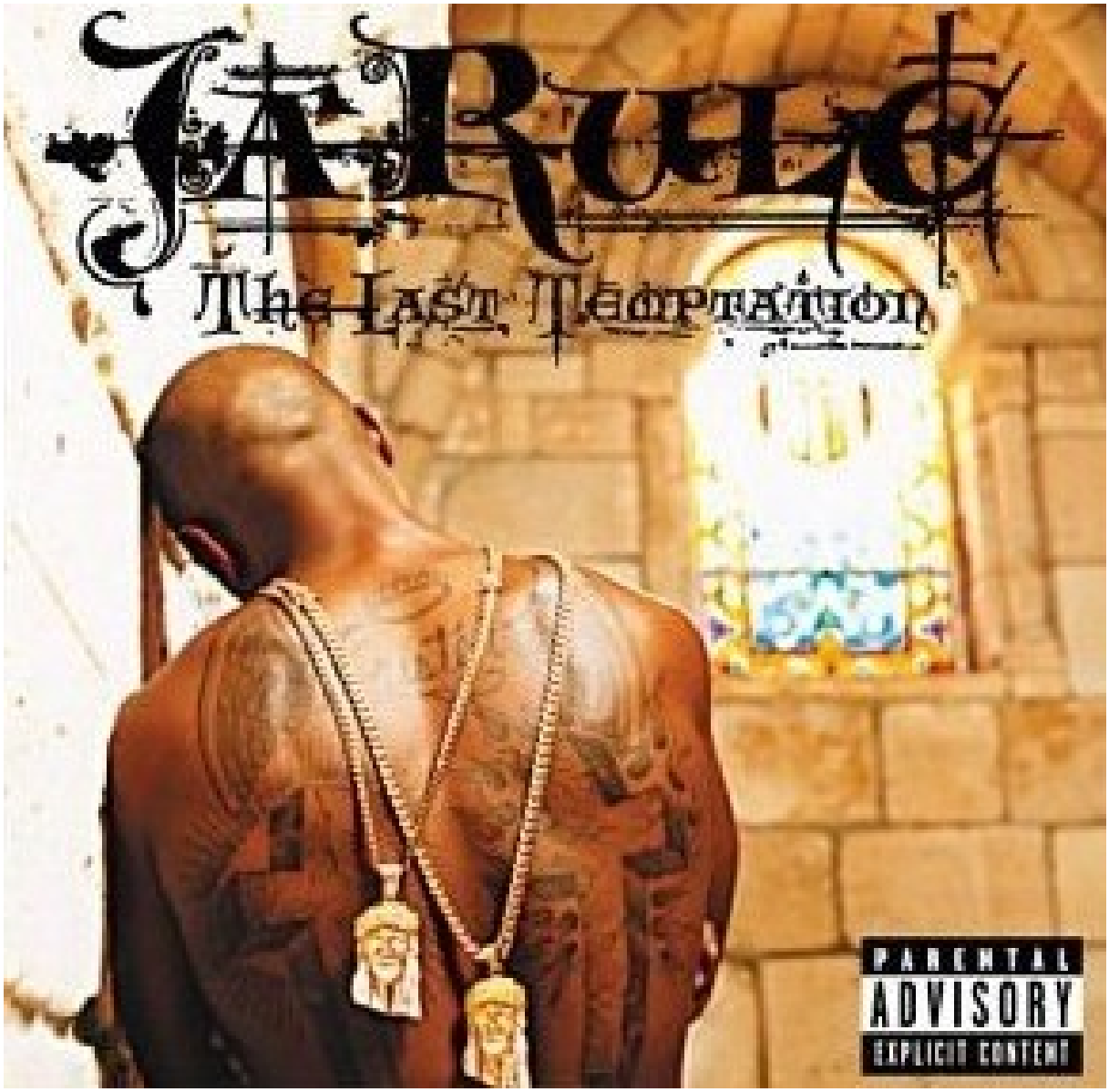
Slika 8 - (T.I., T.I. vs. T.I.P., Atlantic Records, 2007)

I. je htio naglasiti svoje korijene prezentirajući sebe u jakni s cargo uzorcima (vojničkoj jakni), naglašavajući borbenost i sposobnost u svom mjestu čiji se isječak može vidjeti u pozadini. Iako je T.I. u boji, prostor iza njega je u crno-bijelom tonu, koji naglašava određeni dokumentaristički stil, prenošenje realnosti takva kakva jest, prenošenje istinskog stanja. Ono iza njega je realnost, urbana realnost u kojoj on sudjeluje. Točnije u njoj je sudjelovao. U tom crno-bijelom dijelu naslovnice vidimo njega zajedno s ljudima iz te ulice, koji su dio njegove svakodnevnice. Njegove ruke stavljene na glavu naglašavaju reakciju na nešto što se dogodilo, a ostale facijalne ekspresije ljudi su usmjerene pogledom prema dolje. Jedina ženska osoba na slici miče svoj pogled u suprotnom smjeru, iskorištavajući rodni stereotip o ženama koje se izmaknu na svaki prizor određenog nesretnog, krvavog događaja. Prizor na koji se reagira ne možemo vidjeti jer je prikriven sa T.I.-om u boji, no daje se za pretpostaviti iz navedene analize da se dogodilo nešto strašno, ako se koristimo mehanizmima predrasuda i stereotipa koje smo već naveli, možemo pričati i o ubojstvu nekoga iz ulice. T.I. je time htio naglasiti iz kakva mjesta i iz kakve situacije proizlazi i odakle dolazi, a njegov status urbane legende (tako mu se zove album) dobiva nakon postignuta uspjeha, izmicanja iz tog mjesta i prelaska na obojenu, šarenu stranu. Stranu u kojoj je on još borac kakav je bio i „tamo“. Nekoliko godina poslije T.I. se prilagodio novom načinu života, što je vidljivo iz druge naslovnice. Polegnut pored luksuzna stola, sa skupim alkoholnim pićem u ruci i uzorno odjeven razmišlja o novoj situaciji. To razmišljanje prebacuje se na pjesme u albumu i na naslov samog albuma „T.I. vs. T.I.P.“, gdje je T.I.P naziv za „starog T.I.-a“, onog koji potječe iz crno-bijelog mjesta na prijašnjoj slici. Kontemplacija, dileme i sukob dvaju mjesta jest tematika te naslovnice i samog rada na tom albumu. Nevezano uz tematiku borbe, dvije suprotstavljene strane su i dalje one dvije koje su već navedene. Getoiziran, mračan i opasan prostor u kojemu se crno muško tijelo odvlači i obogaćuje novim stvarima, no zadržava veliku dozu muškosti koju potiče sposobnost za preživljavanje, razvijeno tijelo i borbenost. Iako tijelo kod T.I.-a nema one karakteristike s kojima se krenulo u članku, tijelo i dalje vrši svoju funkciju onim što je nošeno. Naime, ne iskazuje se tjelesnost ni seksualnost izvođača, ali se koristi kao prikaz određenog društvenog statusa i dvije sfere koje je spomenuti dio.

Ja Rule se u očima javnosti okarakterizirao kao reper koji svojim predstavljanjem, i u spotovima i na naslovnicama albuma, najviše referira na popularnog repera iz devedesetih 2paca.



Slika 9 - (Ja Rule, Pain is Love, Def Jam, 2001)

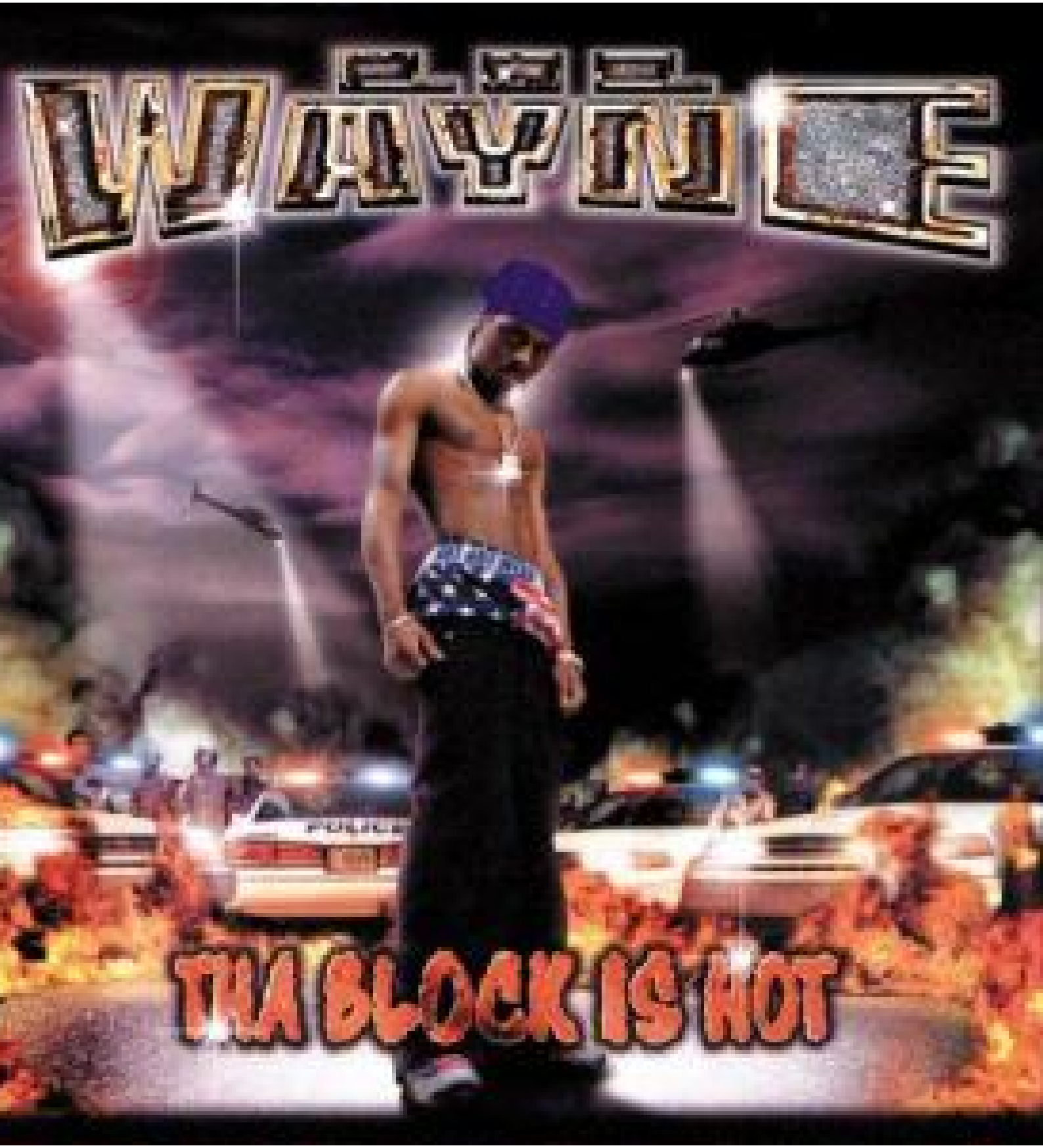


Slika 10 - (Ja Rule, The Last temptation, Def Jam2002)

2pac je bio simbol borbe za preživljavanje, snimao je pjesme o samohranim majkama, teškoj društvenoj situaciji u getu i općenito u američkom društvu, kritizirao je rasizam i ksenofobiju. Ja Rule svojim stihovima ne odlazi previše u tom pravcu iako je neke elemente kao što su patnja i bol zadržao u svojoj reprezentaciji svijetu. Na prvoj naslovnici vidimo Ja Ruleov pogled koji gleda više u prazno nego u neku određenu točku promatranja, konotirajući razmišljanja koja ga čine tužnima. Opet vidimo prezentaciju crnog muškog tijela u istom tonu kao na prijašnjim primjerima, s tetoviranim riječima koje su i naslov albuma: „pain is love[8] “. Marama (točnije rečeno bandana)

također je karakterističan odjevni predmet za gangsta repere, što možemo povezati s reprezentacijom njega kao gangstera, koji je povezan s krajem odakle dolazi. Vjerojatno, sljedeći takvu pretpostavku, i razmišlja o mjestu iz kojeg dolazi i koje voli, ali mu i prouzrokuje bol. Na drugoj naslovnici u poniznijem stavu. Opet gol, s lancima okrenutim na suprotnu stranu da budu vidljivi gledatelju. Lik na lancima kao i okruženje u kojem se nalazi jest religiozne naravi. Tu je opet moguće povući paralelu s 2pacom. Tijelo na naslovnici je pasivno, ali i dalje s naglašenim maskulinitetom.

Lil Wayne je svoju karijeru počeo također naglašenim prezentiranjem obilježja proizašlih iz odrastanja u naselju s dominantnom crnačkom populacijom.



Slika 11 - (Lil Wayne, Tha block is hot, Cash Money, 1999)

Mjesto odakle dolazi je puno policije i helikoptera kojima se simbolizira prinudno uspostavljanje društvenog reda koje je tamo narušeno. Tha block is hot u slobodnom prijevodu znači da je kvart pun negativnih događanja, nemira i zločina, mjesto s negativnim konotacijama unutar kojih je Lil Wayne sposoban preživjeti. Prikazan je tako da se vidi gornji dio bokserica koji izlazi iznad struka hlača te ukrasna ogrlica oko vrata. Ti elementi jesu segmenti u stvaranju stereotipa te su kao takvi i dalje vidljivi i na njegovu tijelu. Tijelo je podloga na kojoj se većina stereotipnih karakteristika pokrene ili nalazi. Pozicija tijela izvan vatre govori o njegovoj borbi, postojanju izvan getoizirana prostora iako je još u samom središtu, točnije okružen je vatrom.

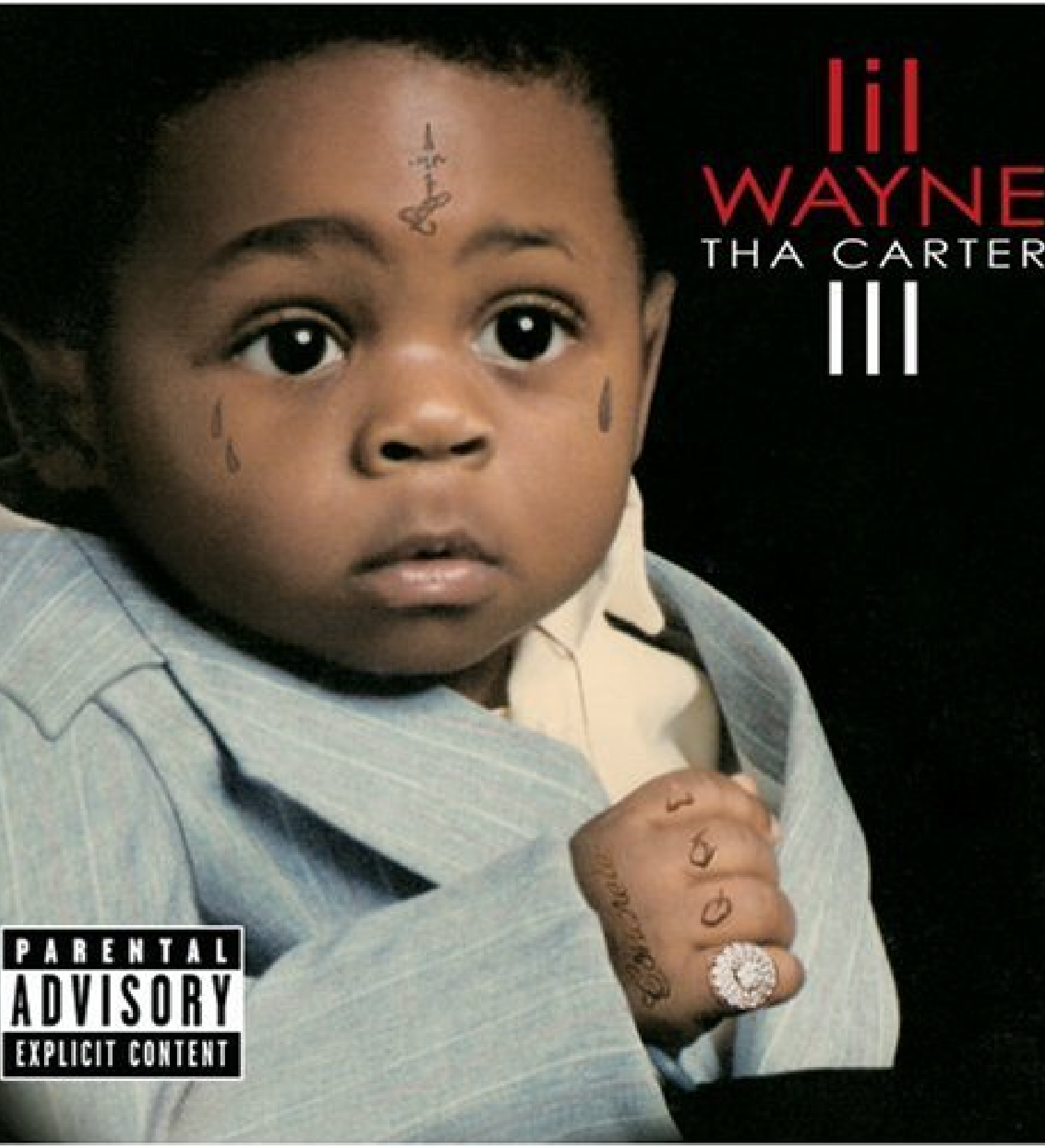
Lil Wayne je na ovoj naslovnici crno-bijelim tonom prenio na dokumentaristički način svoje stanje u tom trenutku.



Slika 12 - (Lil Wayne, tha Carter II, Cash Money/Universal Music, 2008)

Vatra je davno nestala, a njegov uspjeh i bogatstvo simbolizira skup auto. Crno-bijeli tonovi označavaju dokumentaristički ton slike (prenošenje stvarnosti), a tijelo je obogaćeno dodatnom ogrlicom oko vrata popraćenu potpuno jednakim stilom odijevanja kao na prijašnjoj naslovnici.

Najzanimljivija naslovnica je s njegova albuma Tha Carter III izašlog krajem perioda koji se analizira.



Slika 13 - (Lil Wayne, Tha Carter III, Universal Music, 2008)

Beba na slici prezentira Lila Waynea, no ta beba na svom tijelu nosi luksuzno odijelo i skupocjen prsten. Infantilizacija crnaca jest tema koja je postala poznata Lilu Wayneu, no na taj način on se pokušava suprotstaviti tome, točnije bi bilo reći ismijati se takvim predrasudama. Naravno, o Wayneovim točnim namjerama s takvom naslovnicom možemo samo nagađati, no jedna od interpretacija može biti i ta koja je navedena. Ona očiglednija poruka jest da je Lil Wayne „rođen s tim“, rođen da bude bogat i uspješan čovjek bez obzira na infantilizaciju od koje pati. On se ne bori sa stereotipima, kao što smo vidjeli na njegovim naslovnicama, nego ih samo na nove načine, kao s tom slikom djeteta potkrepljuje. Negativne konotacije koje su prije postojale o crncima, s tom su se naslovnicom mogle samo još pojačati. Mišljenje o infantilnoj rasi postaje stvarnost, barem što se te naslovnice tiče.

Naslovnica jednog Snoop Doggova albuma seksualno objektivizira žensko tijelo.



Slika 14 - (Snoop Dogg, R&G (Rhythm & Gangsta): The Masterpiece, Geffen, 2004)

U pozadini vidimo njegovu ruku dominantno polegnutu na bok ženi koja ga u spavaćici iščekuje u krevetu. On bez obzira na situaciju ostaje odjeven te prikazuje svoje „statusne simbole“ koji se nalaze na njegovu tijelu, a to su već spomenute ogrlice, točnije u rap žargonu lanci. Snoop Dogg na svojim naslovnicama održava i potkrepljuje imidž gangstera, koji kombinira s određenim simbolima kao što su dominacija nad ženama i ukrašavanje tijela. Iako u svojim pjesmama preuzima karakteristike šefa, gangstera, nekog tko je bogat i kompletno vlada svojom situacijom, tonalitet koji smo opisali u naslovnicama dosada je daleko više vidljiv putem njegovih spotova, a ne samo naslovnice. Na naslovnicama se ne nastoji ukazati na neki kronološki slijed događaja ili društvene pozicije u kojoj se nalazi pa tako jedna od novijih naslovnica sa albuma „Ego trippin“ ne nudi previše glorificiranih elemenata lagodna života, no i dalje se dotiče tema kao što su ghetto, kvart, beznađe, ali i snaga. Naslovnica ispod pokazuje ne baš toliko skup auto, ne baš impresivno odijelo, no zadržava se jedan realni, opasni gangsterski izgled koji Snoop Dogg vjerno njeguje.

Cijelu paletu klasičnih rasnih stereotipova moguće je uočiti i na naslovnicama Chingyevih albuma, na kojima glavnu priču ne vodi tijelo, nego opet neizostavna tematika kvarta (naslovnica albuma „Hoodstar“) te statusni simboli materijalizirani u automobilima i ženama (naslovnica albuma „Powerballin'“).

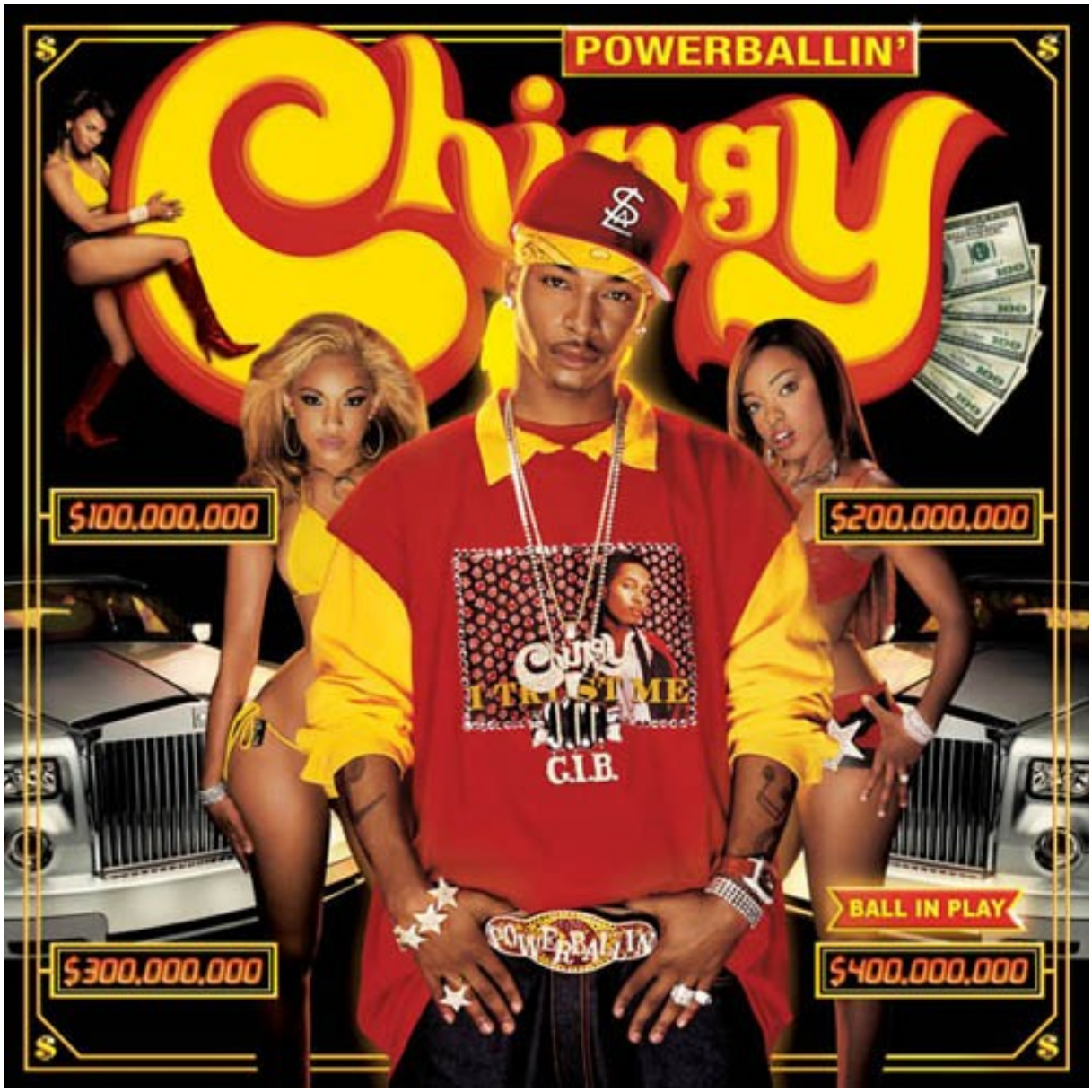


Slika 15 - (Snoop Dogg, Ego Trippin, Geffen, 2008)

Na potonjoj naslovnici Chingy se koristi automobilima i ženama kao objektima kojima ukazuje na svoju moć i uspjeh.



Slika 16 - (Chingy, Hoodstar, Capitol Records,2006)



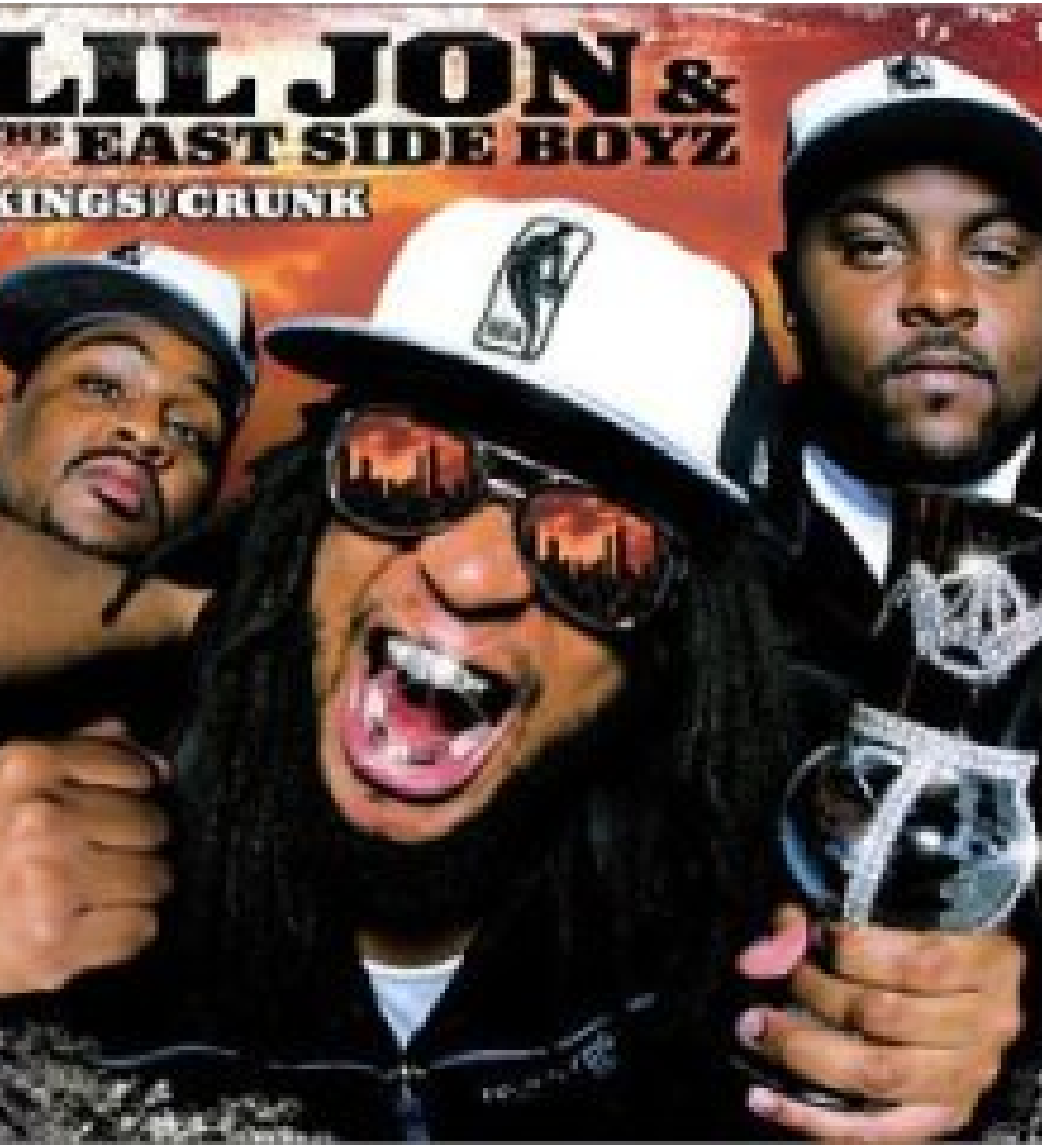
Slika 17 - (Chingy, Powerballin', Capitol records, 2004)

Tijelo mu je puno znakovitih predmeta koji su bliski dio njega i kao takvi su neprocjenjivi, a žene i automobili na slici imaju svoju cijenu koja označava i mogućnost kako kupovine tako i prodaje. Rodna superiornost hipermuških crnaca vidljiva je u posjedovanju suprotnog spola, koji se stavlja u paralelu s autima. Stereotipiziranje vrše sami oni koje se stereotipizira dajući time dodatni legitimitet takvu kulturnom imaginariju.

Na naslovnicama albuma repera Lila Jona tijelo ne igra naglašenu ulogu kao ni pretjeran naglasak na materijalne vrijednosti.



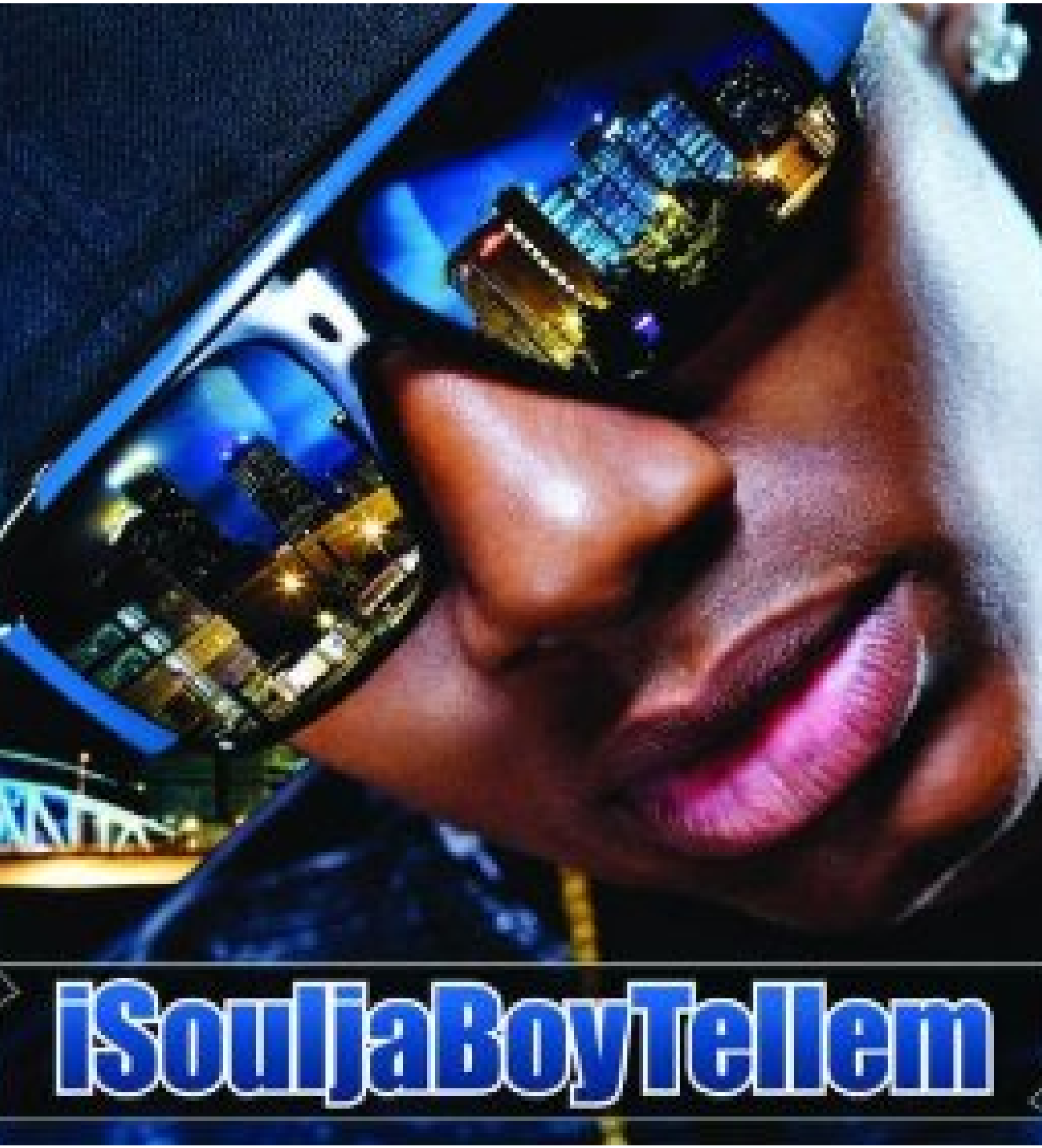
Slika 18 - (Lil Jon and the East Side Boyz, Crunk Juice, 2004)



Slika 19 - (Kings of Crunk, 2002, TVT Records)

Na njegovim se naslovnicama potiče diskurs o neozbiljnosti, infantilnosti crnaca koji su dio 'stereotipnog kruga'. Zabava, povišeno glasanje, blješatava svjetla i velika čaša iz koje se najvjerojatnije ispija neka opojna tekućina jesu glavni motivi tih naslovnica.

Nezreli ton proteže se i oko karijere mladog repera Soulja Boya, naslovnice ne nude puno dublje iščitavanje osim već navedenih karakteristika.



Slika 20 - (Soulja Boy, iSouljaBoyTellem, 2008, Interscope Records)

eISSN 1847-7755; doi: 10.15291/sic/1.1.lc.7

Blještavi motivi prevladavaju na naslovnici albuma „iSouljaBoyTellem“ na kojoj njegove sunčane naočale obavljaju istu funkciju kao i na naslovnici T.I.-ovog albuma koja je analizirana prije u tekstu. Noćna zabava i blještava svjetla ostaju u njegovu zabavnom disco karakteru, unutar kojeg također nema ovećih ghetto poveznica.

Na albumu SouljaBoyTellem. klasični motivi ipak postoje. Od lanca oko vrata do same pozadine koja grafitima konotira na urbano predgrađe ukazuje se na elemente koji su konstanta među prezentacijama crnih repera u popularnoj kulturi. Zbog njegovih godina, a i nezrelosti i razigranosti koju je izgradio oko svoje vizualne prezentacije, logičan je izostanak golog crnog muškog tijela te takve poveznice koje bi spadale u cilj ovog članka nisu iskoristive ni moguće.



Slika 21 - (Soulja Boy, SouljaBoyTellem.com, 2007, Interscope Records)

com

5. Zaključak

Koncept crne muškosti postoji u rap glazbi. Tijela imaju bitnu ulogu u konstruiranju tog kocepta. Crna tijela služe za objektivizaciju, pridodavanje određenih atributa te mehanizmom ugrožavanja tijela stvaraju stereotipove. U te stereotipove spada i koncept hipermuškosti, koji se u ovom slučaju zbog svoje specifičnosti i povezanosti s okolišem i kontekstom kojim se prezentira naziva „crnom muškosti“. Crnu muškost karakterizira pozadinska diskursna borba između getoiziranog, zapuštenog, opasnog područja i novog, urbanijeg, lagodnijeg i materijalno bogatijeg mjesta s kojim se rap izvođači poistovjećuju i unutar kojih se predstavljaju. Fizičke karakteristike vidljiva gornjeg dijela tijela te iskazivanje snage i seksualnosti na tim naslovnicama također čine elemente konstruiranja crne muškosti. Crno tijelo nema samo funkciju objektivizacije i fetišizacije, gdje konture tijela naglašavaju hipermuškost. Crno tijelo služi za pozicioniranje u navedena dva prostora. Prijelaz iz getoiziranog područja u novo, materijalno bogatije i „bijelo“ područje naglašeno je na veliku broju analiziranih naslovnica u ovom članku. Taj prijelaz je glavni element konstruiranja novog, hrabrijeg i uspješnijeg crnog muškarca. Na taj način crna muškost simbolizira uspjeh u bijelom svijetu, izlazak iz društvene neprilagođenosti i beznađa, no s druge strane, putem „stereotipnog kruga“ dostupni medijski posredovan kulturni imaginarij vraća diskurs o rasi na početno stereotipno stanje.

Iz navedenoga možemo izvesti određene zaključke o porukama koje se šalju onima koji te sadržaje konzumiraju. One postaju dio kulturnog imaginarija kojem smo podložni, manifestirajući načine gledanja na pojedinu kulturu, spol, rod i/ili rasu. Tu dolazimo do konstantnih problema u mišljenjima o današnjoj rap glazbi kao nezreloj, lirički nekompetentnoj, nedovoljno kvalitetnoj, koja služi „zaglupljivanju mase“ koju čine „zlatozubi ljudi na stereoidima“, a kod nekih dolazi do potkrepljivanja rasističkog diskursa koji su već imali, a i do stvaranja novih. Koliko je to „problem“, a koliko logična „uzročno-posljedična veza“, trebalo bi dodatno provjeravati unutar različitih metodologija i sličnih teoretskih okvira. Reperi ne bježe od takva etiketiranja, točnije pokušavaju izbjeći diskurs „infantilna, nerazvijena bića“ te time ulaze u održiv stereotipni krug unutar čijih okvira se ne mogu izvući, niti izvan njih prezentirati. No tu se radi o rijetkim slučajevima za

istraživanje unutar kojeg bi se trebale ubaciti dodatne varijable, proširiti spektar kako u metodologiji tako i u teoriji te još šire analizirati sadržaje koji tvore određena gledanja na rasu, rap glazbu i same izvođače. Barem u ovom slučaju, konkretni primjeri zajedno s analitičkim okvirom i teoretskom podlogom postoje da potkrijepe teze ovog teksta kao i samu analizu. Dodatne rap naslovnice, kao i sami budući proizvodi tog tipa, a i neki drugi proizvodi (kao što su film) pojasnit će nam u budućnosti i razloge za takve konstrukcije.

Bibliografija

Cress Welsing, Frances. The Isis Papers: The Keys to the Colors. Chicago: CW Publishing, 2004

Dyson, Michael Eric. Between God and Gangsta Rap: Bearing Witness to Black Culture. New York: Oxford University Press, 1996

Edwards, Tim. Cultures of Masculinity. New York: Routledge, 2006

Hall, Stuart. Representation: Cultural Representations and Signifying Practices (Culture, Media and Identities Series). London: Sage Publications & Open University, 1997

Hooks, Bell. Ain't I a Woman?. New York: South End Press, 1999.

Mercer, Kobena, and Isaac Julien. "True Confessions: a Discourse on Images of Black Male Sexuality". Black Male: Representations of Masculinity in Contemporary American Art. Ed. Thelma Golden. New York: Whitney Museum of American Art, 1994

Mercer, Kobena. "Reading Racial Fetishism: the Photographs of Robert Mapplethorpe". Fetishism as Cultural Discourse. Ed. Apter Emily and Pietz William. Ithaca: Cornell UP, 1993.

Nixon, Sean. "Exhibiting masculinity." Representation: Cultural Representations and Signifying Practices (Culture, Media and Identities Series). Ed. Stuart Hall. London: Sage Publications & Open University, 1997

Wright, Richard. Black Boy. New York: HarperPerennial, 1945.

[1] Seminalno dijelo u kojem se navode tri vrsta čitanja medijskog sadržaja (dominantno, pregovaračko i opozicijsko) opširno je objašnjeno u istraživanju medijske publike The Nationwide Project (Morley, David & Charlotte Brunsdon (1999) The Nationwide Television Studies, London: Routledge.

[2] http://www.billboard.com/charts-decade-end/hot-100-songs?year=2009#/charts-decade-end/hot-100-songs?year=2009

[3] Billboard je tjedni glazbeni magazin koji se smatra jednim od najvjerodostojnijih magazina zabavne industrije zbog velike količine nepristranih informacija o popularnoj glazbi. Uz to, vlasnik je nekoliko etabliranih top ljestvica najprodavanijih albuma, singlova i najslušanijih singlova po žanrovima i zajedno, podijeljenih po regijama ili sveukupne liste. Billboard je jedan od najvjerodostojnih izvora informacija o tjednoj prodavanosti glazbenih albuma.

[4] Zapušteno, zanemareno, siromašno rezidencijalno područje unutar grada, u čestim slučajevima obilježeno velikom stopom kriminala.

[5] Budući da ustaljeni hrvatski prijevod ovog termina nije dostupan, možemo ga za svrhu ovog članka prevesti unutar termina kapitalistički patrijarhat bjelačke dominacije ili bjelačko-arijevski kapitalistički partijarhat

[6] Izjava Assate Shakur, afroameričke aktivistkinje, prevedena od autora ovog članka.

[7] na hrvatskom bokser, metalni umetak koji se stavlja na šake da udarac bude jači

[8] Ljubav je bol.

Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License