


Muzyczne persony Madonny

Jakub Kopaniecki

Instytut Muzykologii Uniwersytetu Wrocławskiego
jakub.kopaniecki@uwr.edu.pl  <https://orcid.org/0000-0003-0762-7538>

Tekst

Thomas Solomon stwierdził, że naczelnym tekstem przy analizie muzyki popularnej jest nagranie muzyczne¹. Można zgodzić się z tą tezą, jednakże biorąc za punkt wyjścia teorię muzycznych person Philipa Auslandera, kompletne doświadczenie, jakim jest utwór muzyki popularnej, przeżyć można dopiero po poznaniu pozostałych dostępnych źródeł: wykonań na żywo, teledysków oraz ikonografii, zwłaszcza okładki płyty. Na przykładzie twórczości Madonny, postrzeganej przez pryzmat swojego medialnego wizerunku skandalistki, ale i tytułowanej „królową popu”, podjęta zostanie próba prześledzenia procesu kreowania scenicznych person oraz tworzonych i przekazywanych w jej obrębie znaczeń. W trwającej od 1982 roku solowej działalności artystycznej Madonna zarobiła setki milionów dolarów na trasach koncertowych i dzierży tytuł wokalistki z największą ilością sprzedanych albumów², nie podlega zatem wątpliwości, że stanowi znakomity materiał do przeprowadzenia analizy i wykazania powyższych procesów.

1 T. Solomon, *Theory and Method in Popular Music Analysis: Text and Meaning*, [w:] *Studia Musicologica Norvegica*, t. 48, ed. P. Stigar, Oslo 2012, s. 88.

2 Dane zaczerpnięte z oficjalnej strony Księgi Rekordów Guinnessa, <http://www.guinnessworldrecords.com/world-records/best-selling-female-recording-artist> (27.03.2019).

Główne formy transmisji twórczości: nagranie, teledysk, występ

Nagranie, czy to w formie pojedynczego singla, czy kompletnego albumu, to w pewnym sensie punkt wyjścia dla poznania konkretnego artysty, gdyż w maksymalnym stopniu respektuje *intentio auctoris* i stanowi właściwe wykonanie dzieła³. To do niego odnosi się później wykonania na żywo bądź remiksy, a dla odbiorców jest zwykle pierwszym kontaktem z danym utworem, repertuarem bądź wykonawcą. Nagranie studyjne, które trafia do konsumpcji przez odbiorcę, uważamy za doskonałe, tj. w pełni skomponowane, spójne i poddane obróbce. Obcowanie z nim ma charakter najbardziej intymny, gdyż odkąd w latach 30. spopularyzowano mikrofon, możliwym stało się wyniesienie głosu ludzkiego ponad inne dźwięki, co jednak najistotniejsze, wokalista zajął centralną pozycję w nagraniu i został punktem odniesienia dla odbiorcy⁴. Aura intymności, będąca normatywną cechą produkcji muzyki pop, wiąże się z systemem gwiazd muzyki, których bliskości i szczegółów z życia prywatnego łakną odbiorcy.

Warto zaznaczyć, że kompozycje zwykle nie zostają zapisane na papierze – nabierają kształtu na próbach czy w studiu nagraniowym dzięki interakcji między konkretnymi wykonawcami, realizatorami i wykorzystywanym przez nich sprzętem. Początkowy zbiór idei zyskuje kształt poprzez ich wykonywanie, wielokrotne powtarzanie i dyskusowanie nad nimi. To długotrwały, pełen zmian proces. Utwory poddawane są licznym przeróbkom, rearanżacjom, dopasowywane są do możliwości wykonawcy⁵.

Od początku lat 80. XX wieku teledysk stał się obowiązkowym środkiem promocji, wpływającym na sprzedaż płyt i popularność artystów. Początkowo będące prostymi ilustracjami piosenek, niekiedy tylko nagraniami z koncertów, obecnie teledyski urosły do rangi niemal dzieł sztuki, artystycznych manifestacji, funkcjonujących w oderwaniu od początkowego kontekstu ilustracyjnego. Owszem, teledysk nie może istnieć bez utworu, który zainicjował jego powstanie i w którym muzyka jest elementem prymarnym, ale niekiedy jakość wizualna przeważa warstwę dźwiękową, w rezultacie czego odbiorca ciekaw jest bardziej, co zobaczy, niż co usłyszy. Dobrym przykładem oderwania utworu od jego pierwotnego

3 G. Piotrowski, *Muzyka popularna. Nasłuchy i namysły*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 2016, s. 110.

4 N. Dibben, *Vocal Performance and Projection of Emotional Authenticity*, [w:] *Ashgate Research Companion To Popular Musicology*, ed. D. Scott, Ashgate, Farnham 2013, s. 317.

5 T. Warner, *Approaches to Analysing Recordings of Popular Music*, [w:] *Ashgate Research Companion To Popular Musicology*, dz. cyt., s. 142–145.

kontekstu jest teledysk do utworu *Bedtime Story* Madonny z 1994 roku. Piosenka, napisana przez islandzką artystkę alternatywną Björk i promowana przez jeden z najdroższych w historii muzyki wideoklipów⁶, jest eksperymentalną „epopeją w guście Salvadora Dalí, w której Madonna unosi się w powietrzu, rodzi gołębie [...], a jej oczy i usta zamieniają się miejscami – jak u Fridy Kahlo”⁷. Londyńskie Muzeum Ruchomego Obrazu oraz Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Nowym Jorku zaliczyły go w poczet stałych eksponatów⁸.

Teledysk definiowany jest przez Marka Jezińskiego jako „pewien artystyczny sposób komunikacji artysty z widzem, przedstawiający w formie filmowej ilustrację do pewnego fragmentu muzycznego, promujący wizję artystyczną danego wykonawcy”⁹. Może ona przybrać różne formy, zależnie od artysty i jego programu artystycznego, począwszy od sytuacji z życia wziętych, jak praca w studiu, poprzez sytuacje fikcyjne na podobieństwo filmu, po zbiór abstrakcyjnych obrazów¹⁰.

Zasadniczo wyróżnić można dwie funkcje teledysku – rozrywkowo-estetyczną i integracyjno-promocyjną. Pierwsza z nich, dotycząca percepcji dzieła, ma oddziaływać na emocje odbiorcy – wywołać u niego określone wrażenia i w rezultacie zaciekawić oraz przykuć jego uwagę. Poprzez interesujące, atrakcyjne obrazy ma po prostu dostarczać rozrywki i przyjemności w bardzo skondensowanej formie. Niezależnie od tego, czy teledysk prezentuje wysoki poziom artystyczny i bliżej mu do dzieła sztuki, czy jest prostym zlepkiem ujęć, w większości sytuacji kontaktu z nim (przed komputerem, w poczekalni, na lotnisku, w pubie) przede wszystkim koncentrujemy się na ilości przyjemności, jaką nam dostarcza¹¹.

Drugą z funkcji, dotyczącą recepcji dzieła, ukierunkowana jest z jednej strony na cały rynek muzyczny, czyli odbiorców, których można pozyskać, jak i na dotychczasowych wielbicieli, których należy utrzymać i usatysfakcjonować. Niezależnie od rodzaju teledysku widz utożsamia się z sytuacją na ekranie i w rezultacie pobudzone zostają jego pragnienia, zwłaszcza te

6 Dane zaczerpnięte z portalu Forbes.com, <https://www.forbes.com/sites/hughmcintyre/2014/08/24/the-top-5-most-expensive-music-videos-of-all-time/#40ba659b1ca5> (02.04.2019).

7 L. O'Brien, *Grzeszna Madonna*, In Rock, Poznań 2009, s. 232.

8 D. Easlea, E. Fiegel, *Madonna. Królowa muzyki pop*, Pascal, Bielsko-Biała 2010, s. 132.

9 M. Jeziński, *Muzyka popularna jako wehikuł ideologiczny*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2011, s. 213.

10 Tamże, s. 214–215.

11 Tamże, s. 236–237.

dotyczące wejścia w kontakt z wykonawcą utworu. Na tym gruncie teledysk przybiera rolę podobną do koncertu, który łączy grupę ludzi zrzeszonych w jednym celu – zobaczenia swojego idola. W przypadku wielkich gwiazd muzyki bądź wykonawców będących aktualnie „na fali” znajomość utworu i promującego go teledysku pozytywnie wpływa na postrzeganie jednostki w społeczności fanów danego artysty bądź gatunku muzycznego. Jeżeli teledysk zyska przychylność fanów, a jednocześnie zwróci uwagę reszty potencjalnych odbiorców, możemy mówić o sukcesie, który stanowi jedną ze składowych budujących markę, jaką jest dany wykonawca¹².

Wykonania utworu na żywo można w muzyce popularnej dokonać na dwa sposoby:

1. odtwarzając wykonanie przyjęte za wzorcowe, najczęściej pochodzące z albumu artysty;
2. prezentując i reinterpreterując – od prostych zabiegów, jak szybsze tempo, wprowadzanie ozdobników do linii melodycznej wokalisty, po głęboką transformację, w tym zmiany harmoniki, aranżacji, wprowadzanie improwizacji czy nawet modyfikowanie tekstu¹³.

Wspomniana przy nagraniu intymna relacja w pewnym sensie pozostaje bez zmian, dokonuje się ona jednak na inną skalę. Osoby, które przybyły na koncert, zrobiły to w celu zobaczenia i usłyszenia danej gwiazdy muzyki. Stanowią one wspólnotę, która przeżywa koncert, adoruje idola, angażuje swoje ciała i umysły w to, co dzieje się na scenie¹⁴. Fizyczność, „bycie” wykonawcy zyskuje dominującą rolę, „ciało (...) zmuszone do wysiłku przez forsowną technikę śpiewu, (...) przez ekspresję motoryczną” ale również „nagość głosu”, który jest wyeksponowany i w pewnym sensie bezbronny, stanowią impuls dla odbiorców¹⁵. Istnieje ponadto pewien zasób gestów, zachowań i grymasów twarzy, które są ważnym źródłem niewerbalnej komunikacji i kluczowym środkiem wyrazu¹⁶. W większości są one zbędne dla uzyskania dźwięku, jednak dla wykonawców, zwłaszcza zaangażowanych w śpiew, stanowią coś na podobieństwo gestykulacji podczas mowy. Przez wiele zachowań przebija się „aktorstwo”, kreowanie na scenie pewnej postaci. Grzegorz Piotrowski zwraca uwagę na wielokodowość przekazu muzyki popularnej, która łączy muzykę, słowo i obraz. Ta synkretyczność, multimedialność występu angażuje niemal wszystkie zmysły

12 Tamże, s. 236–237.

13 G. Piotrowski, dz. cyt., s. 114–115.

14 Tamże.

15 Tamże, s. 124.

16 N. Dibben, dz. cyt., s. 317–333.

jego uczestnika¹⁷. Do problematyki występu na żywo powrócę jeszcze w ustępie poświęconym scenicznym personom.

Sfera ikonograficzna. Metody analizy okładki płyty

Okładka zawsze zależna jest od dzieła, któremu współtowarzyszy i nigdy nie zostaje pozbawiona oryginalnego kontekstu – jest opakowaniem produktu, którego zadaniem jest sprzedać muzyczną zawartość. Mając to na uwadze, można podjąć próbę odczytania obwoluty poprzez zbiór spełnianych przez nią funkcji. Poza oczywistą funkcją ochronną dla nośnika, okładka przede wszystkim odpowiada za reklamowanie nagrania, jest zasadniczym wprowadzeniem do zawartości albumu, stanowi zazwyczaj pierwszy kontakt odbiorcy z dziełem i potrafi być impulsem do zakupu płyty – nie sprzedaje jej oczywiście sama, ale bez wątplenia pomaga w podjęciu decyzji. Jej awers i rewers, zawierające poza grafiką m.in. tytuł i wykonawcę, spis utworów, nazwę wytwórni czy odnośnik do strony internetowej, mają wzbudzić w odbiorcy pragnienie. Jednym z najczęstszych i najprostszych nawiązań jest seksualność, oddziałująca szczególnie na mężczyzn. Czy to na okładce płyty *True Blue*, ucharakteryzowana na Marilyn Monroe, czy na *Erotice*, z rozchylonymi w rozkoszy ustami i zamkniętymi oczami, czy na okładce *Like a Prayer*, którą zdobi odsłonięty brzuch i nisko opuszczone jeansy – Madonna chętnie sięgała właśnie po to pragnienie, dobierając okładki swoich albumów.

Pewna symbolika ściśle wiąże się z konkretnymi gatunkami, stąd też wywodzi się kolejna z funkcji – gatunkowa. Dobrze stworzona obwoluta epatuje tym, co interesuje odbiorcę, pokazuje ważne dla słuchacza elementy, takie jak kategoria erotyzmu w popie lub rocku, okultyzm w muzyce deathmetalowej czy abstrakcjonizm w rocku progresywnym. Okładka w ten sposób intryguje odbiorcę, zaciekawia, wytwarza pragnienie posiadania i skłania do zakupu. Różne gatunki muzyczne są kojarzone i nadają znaczenie różnym obrazom, które z kolei kojarzą się z określonymi postaciami, wartościami i przekonaniem, a obrazy wizualne wskazują na określone dźwięki. Ciekawą perspektywą staje się zatem to, że gatunki muzyki popularnej nie są wyłącznie muzyczne, ale także wizualne oraz że słuchacze muzyki zazwyczaj posiadają dobrą znajomość stylów wizualnych, szerszą prawdopodobnie niż wiedza muzyczna¹⁸. Obwoluta potrafi także

17 G. Piotrowski, dz. cyt., s. 127–128.

18 S. Jones, M. Sorger, *Covering Music: A Brief History and Analysis of Album Cover Design*, „Journal of Popular Music Studies” 1999, nr 11–12, s. 84.

„ukrywać” bądź kamuflować pewne treści, korzystając na przykład ze zwykłej dwuznaczności, co często wymaga pogłębionego studium. Jednym z najciekawszych przykładów tej funkcji w działaniu jest okładka debiutanckiego singla *Everybody* Madonny, zawierającej abstrakcyjny kolaż przedmiejskich pejzaży, ale bez wizerunku samej piosenkarki. Dzięki temu zabiegowi Madonna przez krótki okres postrzegana była za osobę czarnoskórą, które to osoby zdominowały wówczas scenę muzyki dance. Ukrycie tożsamości artystki ułatwiło jej zaistnienie w klubach, do których kierowany był utwór. Taki zabieg jest tym ciekawszy, kiedy zwróci się uwagę na fakt, iż ponad połowa wydawnictw głównego nurtu przemysłu fonograficznego firmowana jest wizerunkiem samego artysty. Zwłaszcza dotyczy to singli, w przypadku których artysta ma do zaoferowania tylko dwie rzeczy – utwór i swoją twarz właśnie. Wizerunek na okładce może zarówno wyrażać własną osobę w kontekście nagrań znajdujących się na albumie, jak i stanowić dokument teraźniejszości, etap życia, emocji i przeżyć składających się na powstanie albumu o określonym charakterze¹⁹.

Oprócz reklamowania nagrania wyjątkowo ważna jest funkcja informacyjna, chociaż dla odbiorcy może być niezauważalna, okazując się zbyt oczywistą albo przeciwnie, zbyt trudną do odczytania. Funkcja ta wymaga zaangażowania od odbiorcy, prawidłowego odczytania kodu, odnalezienia przewodniej idei artysty, co jest niemożliwe bez kulturowych kompetencji. Mateusz Torzecki sięga po koncepcję habitusu Pierre’a Bourdieu, umożliwiającego poprzez zespół predyspozycji społeczno-kulturowych przeprowadzenie studium obrazu. Daje to szansę na odczytanie znaczeń na przykład z kompozycji umieszczonej na okładce fotografii bądź zastosowanych barw²⁰. Może się zdarzyć jednak, że obrazy nie oczekują od nas niczego, nie wymagają interpretacji, mają być prostym przedstawieniem albo skończonym dziełem, oczywistym, niewymagającym analizy. Dlatego też artyści, planując szatę graficzną albumu, posługują się zestawem kodów symbolicznych, które mają budzić emocje, skojarzenia bądź wprost mówią o poglądach wykonawcy. Powstaje pewien artefakt kulturowy, będący nie tylko manifestacją artystyczną, ale funkcjonujący w szerokim kontekście społecznym i artystycznym danego czasu, nurtu muzycznego czy epoki i zawierający odniesienia i komentarze do bieżącej sytuacji społeczno-politycznej.

19 M. Torzecki, *Okładki płyt. Rzecz o wizualnym uniwersum albumów muzycznych*, Instytut Kultury Popularnej, Poznań 2015, s. 217–219.

20 Tamże, s. 73–74.

Trzy płaszczyzny funkcjonowania gwiazd muzyki pop

Jak podaje Philip Auslander, występują trzy różne płaszczyzny funkcjonowania gwiazdy muzyki popularnej, które mogą wzajemnie się przenikać: osoba (*real person*), persona (*Musical Persona*²¹) oraz postać w piosence (*character, song personality*).

Osoba odnosi się do prawdziwej tożsamości artysty. Jest to przestrzeń z reguły niedostępna dla szerokiego grona odbiorców bądź przejawiająca się tylko częściowo. Niekiedy mamy wrażenie, że wykonawca „jest sobą”, w większości przypadków jednak zdarzenia takie są zaplanowane. Bowiem od tras koncertowych, przez wywiady, po spontaniczne wystąpienia publiczne, a nawet wykonane przez paparazzi fotografie – zachowania artystów manifestują pewną przybraną „personę”, czyli wizerunek sceniczny, który uznać można za najważniejszą z trzech wymienionych płaszczyzn. Prezentowana przez artystę persona stanowi punkt identyfikacji dla jego odbiorców, jest kreowana wedle społecznego postrzegania wykonawcy, jednocześnie to postrzeganie kreując, jest dostosowana do kontekstu wykonywanego gatunku czy promowanego albumu. W dużym uproszczeniu, jest to rola, w którą wciela się artysta, realizując konkretny program artystyczny. Angażuje ona nie tylko wygląd i wykonywaną muzykę, ale też wygłaszane poglądy, uczestnictwo w określonych wydarzeniach i kierowanie swojej twórczości do określonej grupy odbiorców. Do osoby odbiorcy mają najszerzy dostęp, gdyż manifestowana jest wszelkimi środkami, przede wszystkim w omawianych wcześniej nagraniu, teledysku i okładce płyty. Nie jest to wyłącznie indywidualna decyzja

21 Zob. P. Auslander, *Musical Personae*, „The Drama Review” 2006, t. 50, nr 1, s. 100–119. Persona w rozumieniu Auslandera, czyli w odniesieniu przede wszystkim do muzyki popularnej, różni się od jej ujęcia w bardziej tradycyjnej muzykologii. W przypadku muzyki popularnej mamy do czynienia z „osobistą ekspresją” artystów, a przynajmniej mamy odnosić wrażenie, że wszelkie niesione przez utwór emocje i znaczenia pochodzą od wykonującego utwór. Chociaż tradycyjna teoria osoby również stara się odpowiedzieć na pytanie „kto i jak przemawia?”, nośnikiem emocji muzycznych i pośrednikiem między kompozytorem (wykonawcą) a odbiorcą staje się figura wyimaginowanego podmiotu. Persona zatem umożliwia przypisanie emocji komuś, kto nie jest ani kompozytorem, ani wykonawcą, ani odbiorcą. Nie możemy być pewni, jaki status ma jej obecność – czy utwór jest jej pierwszoosobową wypowiedzią, na wzór utworu poetyckiego, czy może persona jest muzycznym bohaterem, czy też persona miałaby być narratorem całego utworu. Zob. K. Kolinek-Siechowicz, *Od teorii muzycznej osoby do muzycznego personalizmu*, [w:] *Peter Kivy i jego filozofia muzyki*, red. A. Chęćka-Gotkowicz, M. Jabłoński, Wydawnictwo Polskiego Towarzystwa Przyjaciół Nauk, Poznań 2015, s. 237–241.

wykonawcy – za „projektem” osoby stoi sztab specjalistów, takich jak producenci, managerowie, marketingowcy, co stawia dodatkowe pytanie o autentyczność twórczości artysty, z którym identyfikują się rzesze fanów, zwłaszcza młodzież.

Postać w piosence jest elementem opcjonalnym, który pojawia się przede wszystkim, gdy muzyk jest piosenkarzem wykonującym piosenkę, która tekstowo definiuje postać. W innych przypadkach wykonanie utworu może być postrzegane jako bezpośrednie wykonanie osoby, bez pośrednictwa postaci, co szczególnie uwidacznia się w przypadku muzyków nieśpiewających, którzy nie rozwijają postaci poprzez muzykę i teksty. Philip Auslander jako przykład podaje jazzowych instrumentalistów, nie tylko grających, ale także prezentujących i zachowujących się w specyficzny dla siebie sposób. W przypadku artystów głównego nurtu muzyki popularnej, takich jak Madonna, postać przedstawiona w piosence może być domniemanym narratorem lub jej podmiotem, możliwe jest również, że wykonawca ucieleśnia więcej niż jednego bohatera utworu. Podczas gdy wykonawca ucieleśnia inne postacie nawet dla każdej piosenki, persona pozostaje stała, przynajmniej wewnątrz specyficznego kontekstu wykonawczego. W uproszczeniu można to wyjaśnić jako włączanie dodatkowych postaci, ale przepuszczonych przez „filtr” osoby. Tak jak jednak wspomniałem, artysta może wcielać się w personę bez włączania dodatkowych postaci, a odgrywane narracje mogą być konstruowane bezpośrednio wokół osoby²².

Podkreślę raz jeszcze, że persona znajduje się w centrum powyższego schematu i odgrywa kluczową rolę, ponieważ jest znaczone, do którego publiczność ma najbardziej bezpośredni i trwały dostęp nie tylko poprzez wspomniane wcześniej media, ale także poprzez różne inne kanały transmisji, w których publicznie prezentują się muzycy popularni. Persona jest zatem tym, co znaczone, które pośredniczy między pozostałymi dwoma – publiczność uzyskuje dostęp zarówno do wykonawcy jako realnej osoby, jak i do postaci, którą wykonawca przedstawia poprzez swoje opracowanie osoby. Co równie istotne, odbiorcy muzyki popularnej nie odbierają wcieleń wykonawcy pasywnie, ale ich recepcja jest aktywna, co wpływa na kreowanie person. Zwyczaje dotyczące zachowania publiczności, podobnie jak w przypadku samego wykonania muzycznego, są specyficzne dla gatunku, a nawet wykonawcy, a recepcja publiczności jest kluczowa dla kultur muzyki popularnej. Podczas występów na żywo publiczność może

22 P. Auslander, *Musical Persona: The Physical Performance of Popular Music*, [w:] *Ashgate Research Companion To Popular Musicology*, dz. cyt., s. 303–314.

reagować bezpośrednio na wykonawców na wiele sposobów, np. oklaski, wiwaty, wspólne śpiewanie, wybór stroju i makijażu, taniec i tak dalej. Poza kontekstem występu na żywo odbiorcy również na wiele sposobów ustosunkowują się do poczynań artysty, bawiąc się do muzyki, kolekcjonując ją, udzielając się w fanklubach i na forach internetowych bądź po prostu włączając tę muzykę w rytm swojego dnia²³.

„Madonna – królowa reinwencji”²⁴

Trwająca niemal czterdzieści lat (w 2021 roku) kariera Madonny pełna jest różnorodnych środków artystycznej ekspresji. Artystka na każdym z czternastu albumów studyjnych prezentowała inną personę, a niemal wszystkie spośród jedenastu tras koncertowych były oryginalnymi, wielogodzinnymi spektaklami. W swoich teledyskach wcielała się w liczne role – kuszącą wdziękami „lolitkę”, doświadczającą religijnej ekstazy grzesznicę, gejszę czy kowbojkę. Nie bez powodu zatem Madonna została tytułową „królową reinwencji”, gdyż bez wątplenia dowiodła swoich umiejętności efektywnego transformowania wizerunku. Trudno nie doszukiwać się źródeł tej zdolności w aktorskich ambicjach artystki, których ukoronowaniem jest nagroda Złotego Globu za pierwszoplanową rolę w musicalu *Evita* z 1996 roku. Posłużę się wybranymi przykładami z jej twórczości, aby nie tylko umotywić powyższe stwierdzenie, ale również podkreślić aspekt multimedialny w twórczości piosenkarki. Madonna sięga po takie formy jak nagranie, teledysk, sesja zdjęciowa czy koncert, z których jej występy, zwłaszcza te wchodzące w skład tras koncertowych, zawsze cechują się zaangażowaniem rozmaitych sztuk takich jak teatr, taniec i film. Multimedialność nie oznacza jednak wyłącznie widowiskowych tras koncertowych. Przejawia się ona przede wszystkim w typowych dla branży rozrywkowej sposobach promocji nagrań. Każdy album reklamują wybrane single, którym towarzyszą teledyski, wywiady i sesje zdjęciowe w mediach oraz specjalnie w tym celu przygotowane występy na żywo. Dana płyta to w przypadku Madonny wcielenie się w określoną personę o charakterystycznym wizerunku. José I. Prieto-Arranz wyróżnił trzy cechy, którymi charakteryzowała się „wczesna” Madonna (tj. lata 1982–1985), a które pozostały niezmiennie przez całą jej karierę:

23 Tamże, s. 314–315.

24 *Madonna: Queen of reinvention*, „BBC News” 2008, <http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/7361646.stm> (06.04.2017).

1. Ikoniczność. Transgresja, nowość i szok zwykle nie pojawiają się werbalnie – w repertuarze Madonny rzadko można znaleźć bezpośrednie teksty, zamiast tego Madonna konstruuje swoje ciało jako złożony, znaczący tekst.
2. Współzależność płci i religii. Przez większość swojej kariery Madonna w mniejszym lub większym stopniu sięga po te dwie zmienne.
3. Wielowarstwowe znaczenie, dla którego Prieto-Arranz sięga po metaforę palimpsestu. Twórczość artystki stopniowo rozwinęła wiele warstw znaczeniowych, a ważność każdej z nich jest z kolei niejednoznaczna, w czym pomóc może analiza utworów z wczesnego okresu działalności piosenkarki²⁵. Autor artykułu stwierdza, że w kolejnych reinwencjach wizerunku nie chodzi o anulowanie, „zdrapanie” poprzedniego, ale o uzupełnienie, z którego wyłania się hybrydowa, uniwersalna Madonna, z nieco innym przesłaniem dla każdego z jej milionów „wyznawców” na całym świecie²⁶.

W całej swojej karierze Madonna wielokrotnie zmieniała swój wizerunek, pozostając konsekwentną w plastyczności wypowiedzi i reprezentacyjnej polityce zawłaszczenia. Wykorzystując fragmenty kultury amerykańskiej, Madonna stała się utrwaloną – i stale przywracaną – ikoną kultury. Ewolucja poddawanej nieustannym zmianom tożsamości Madonny odzwierciedla jej fragmentaryczną interakcję z kulturą. W takiej czy innej formie przywłaszczyła sobie pewne elementy rozpoznawcze subkultur feministycznych (np. *Borderline*), queerowych (np. *Vogue*), afroamerykańskich (*Like a Prayer*) i latynoskich (*La Isla Bonita*), aby zbudować własną tożsamość. We wszystkich swoich przywłaszczeniach Madonna używa już ustalonych znaczących, często je zestawiając, przez co ustanawia fragmentaryczny obraz określonej kultury. Jej wybór znaczących daje jej kontrolę nad tą kulturą i umożliwia konstruowanie siebie jako ikony, proces, który daje jej status natychmiast rozpoznawalnej postaci w popkulturze²⁷.

Dla zobrazowania tych zjawisk posłużę się dwoma utworami z różnych okresów twórczości artystki:

1. *Like a Virgin* z wydanego w 1984 roku albumu o tym samym tytule;
2. *Vogue* z wydanego w 1990 roku albumu *I'm Breathless* promującego film *Dick Tracy*, w którym wystąpiła piosenkarka.

25 J. I. Prieto-Arranz, *The Semiotics of Performance and Success in Madonna*, „Journal of Popular Culture” 2012, t. 45, nr 1, s. 175–176.

26 Tamże, s. 190.

27 S. Tsanev, *Appropriating the Inappropriate: Madonna and the Cultural Construction of an Icon*, „Lehigh Review” 2006, t. 14, s. 83–84.

Ad 1. *Like a Virgin* to taneczny utwór składający się z dwóch głównych planów muzycznych: przesadnie dziewczęcego głosu Madonny w wysokim rejestrze oraz linii basowej z towarzyszeniem perkusji w niskim rejestrze. Na instrumentarium składają się ponadto typowe dla lat 80. XX wieku syntezatory i sporadycznie występująca gitara, wykonująca krótkie riffy w stylu Chucka Berry'ego. Poprzez równy, ćwierćnutowy puls w partii perkusji, wyrazistą linię basową, funkowe riffy w partii syntezatorów oraz umiarkowane tempo utwór nawiązuje do stylistyki discofunkowej grupy Chic, którą założył producent albumu, Nile Rodgers.

Tekst piosenki można interpretować na wiele sposobów, gdyż opiera się na niejednoznaczności sformułowania „like a virgin” („niczym dziewica”). Rikky Rooksby stwierdził, że piosenka zachęcała dziewczęta, które były naprawdę dziewczycami, do zachowania czystości. Doświadczonym seksualnie kobietom zaś utwór dawał nadzieję, że w ramionach odpowiedniego mężczyzny będą mogły ponownie poczuć się jak podczas pierwszego zbliżenia²⁸ – wedle tytułu. Podmiot liryczny śpiewa o byciu zagubionym i niekompletnym do czasu odnalezienia właściwego ukochanego, do którego kierowane są słowa. Podmiot ponadto śpiewa o zachowywaniu całej miłości właśnie dla niego i że czuje się „jak dziewica, dotykana pierwszy raz [...] z biciem twojego serca, zaraz przy moim”²⁹.

Teledysk do utworu, w reżyserii Mary Lambert, został nakręcony w większości w Wenecji, popularnym „mieście zakochanych”. Przedstawia Madonnę w dwóch wcieleniach. W pierwszym z nich, prowokacyjnie ubrana, ozdobiona tanią biżuterią i z włosami w nieładzie artystka zmysłowo tańczy na gondoli, nie pozostawiając złudzeń, że tytułową dziewczicą nie jest (albo że chce być postrzegana jako buntowniczką). Podobnie jak w teledyskach do wcześniejszych utworów *Borderline* oraz *Lucky Star*, Madonna w centrum umieszcza „pracującą dziewczynę z klasy średniej”, dla której ulice Wenecji są po prostu ulicami miasta – jej naturalnym środowiskiem³⁰. W drugim wcieleniu, ubrana w suknię ślubną, wdzięcznie przemieszcza się po starych, marmurowych wnętrzach pałacu i sprawia wrażenie niewinnej – jej spojrzenia i gesty sugerują jednak potrzebę doznania seksualnej rozkoszy. Madonna sięga po dychotomię dziewicy-dziwki. Są to typowe, acz opozycyjne oczekiwania wobec heteroseksualnej

28 R. Rooksby, *The Complete Guide to the Music of Madonna*, Omnibus Press, Londyn 2004, s. 14–16.

29 Madonna, *Like a Virgin*, Warner Bros. Records, Burbank 2001 (płyta CD), tłum. J. K.

30 S. Tsanev, dz. cyt., s. 85.

białej kobiety jako obiektu męskiego pożądania. W przypadku pierwszej roli pożądanie nie zostało jeszcze urzeczywistnione, w przypadku drugiej podmiot jest całkowicie pochłonięty i charakteryzowany ucieleśnionym już pożądaniem. Dychotomia tych dwóch ról istnieje w ramach patriarchalnej hegemonii i pomimo poruszania się między całkowitymi przeciwieństwami, kobiecość Madonny pozostaje ograniczona do tego systemu patriarchalnych ról przypisanych płciom³¹.

Sceny te przeplatane są ujęciami lwa wędrującego po Wenecji oraz mężczyzny w masce z wizerunkiem tego zwierzęcia. Przedstawiają one dziką naturę, która została uwolniona wraz z miłosnymi uniesieniami, a także symbolizują rolę mężczyzny, który, wedle tekstu, „czyni mnie silną, czyni mnie śmiałą”³². Pod koniec teledysku mężczyzna w masce kładzie Madonnę w sukni na małżeńskie łóżko, a na twarzy piosenkarki maluje się autentyczna niewinność. To jeden z aspektów twórczości piosenkarki, zwłaszcza w teledyskach, który pozostaje w jej karierze niezmienny do dziś – kontrolowanie męskości. Nawet jeżeli Madonna umieszcza siebie w patriarchalnym podziale ról, męskie postaci są marginalizowane poprzez przesunięcie ich na drugi plan lub przedstawianie w sposób metaforyczny. Normalizuje w ten sposób kobiecość – Madonna jest centralnym obiektem wizualnej uwagi i to wokół niej toczy się narracja teledysku. To, wydawałoby się, uprzedmiotowienie, jest istotnym wyznacznikiem postmodernistycznego feminizmu, w myśl którego Madonna decyduje się na bycie obiektem pożądania, mając dzięki temu pełną kontrolę nad skierowanymi na nią spojrzeniami.

Podczas występu na pierwszej w historii gali MTV Video Music Awards w 1984 roku Madonna ponownie sięgnęła po suknię ślubną z wymowną klamrą z napisem „Boy Toy” („chłopak-zabawka”). Artystka rozpoczęła występ na szczycie olbrzymiego tortu weselnego, następnie zeszła z niego, zrzuciła welon, rozpuściła włosy i wiła się na scenie, wykonując niedwuznaczne ruchy – „przerysowane, filmowe przedstawienie panny młodej w czasie nocy poślubnej”³³. Cel, który postawiła sobie Madonna – zdefiniowanie siebie na nowo – został osiągnięty, a widzowie nie mogli uwierzyć, że „to ta sama gwiazda disco, która [rok wcześniej – przyp. aut.] śpiewała o wyjeździe na wakacje”³⁴. Dziewiętnaście lat później, również

31 Tamże, s. 85–86.

32 Tamże.

33 D. Easlea, E. Fiegel, dz. cyt., s. 37.

34 Tamże. Cytowane stwierdzenie odnosi się do jednego z pierwszych przebojów Madonny, utworu *Holiday*.

podczas gali MTV VMA, utwór ten wykonały w bardzo podobnej scenerii, ubrane w suknie ślubne Britney Spears i Christina Aguilera, odtwarzające skandaliczne ruchy sceniczne Madonny. Sama królowa popu dołączyła do młodszych koleżanek w kolejnym akcie występu, przebrana za pana młodego, zabierając je „do ołtarza”, porywając do tańca, a następnie składając na ich ustach pocałunki.

Okładka płyty promowanej przez singiel kontynuuje wizerunek przedstawiony w teledysku i podczas występów na żywo, jest również modelem dla swojego okresu – przedstawia artystkę w swoim scenicznym wcieleniu. Ubrana w suknię ślubną Madonna leży na jedwabnych poduszkach. Przyozdobionymi koronkowymi rękawiczkami dłońmi trzyma olbrzymią kłamrę od paska z napisem „Boy Toy”. Mocno pomalowanymi oczami spogląda w obiektyw aparatu w pełen pożądania sposób, a z jej wyeksponowanego ucha zwisają duże kolczyki, w tym jeden z krucyfiksem. Zdjęcie na odwrocie okładki przywodzi na myśl poranek po nocy poślubnej. Ubrana najprawdopodobniej wyłącznie w koszulę nocną na ramiączkach Madonna zakłada buty, siedząc na skraju niepościelonego łóżka. Piosenkarka spogląda w górę pełnym niewinności wzrokiem, włosy ma w nieładzie, brak również mocnego makijażu i kosztownej biżuterii, trudno dostrzec także symbolikę religijną obecną na awersie. „Oto obraz ironicznej niewinności – oblubienicy-dziewicy z fałszywym rumieńcem na twarzy”³⁵. Okładka płyty znakomicie komunikuje wspomnianą dychotomię dziewczicy-dziwki na swoich obydwu stronach, budzi pożądanie zarówno władczością i dominacją na awersie, jak i niewinnością na rewersie. Choć jest panną młodą w ogromnej sukni, to ona „nosi spodnie” w tej relacji.

Podsumowując całokształt piosenki *Like a Virgin*, to nie tylko wieloznaczny tekst i modne, nowoczesne jak na owe czasy brzmienie. To również określony wizerunek – Madonna w sukni ślubnej, pasek z kłamrą „Boy Toy”, pozorowane czystość i niewinność, będące faktycznie manifestacją kobiecej seksualności, choć w perspektywie patriarchalnego podziału ról. Ponieważ był to pierwszy utwór promujący płytę *Like a Virgin*, mający wynieść młodą artystkę na szczyt popularności, Madonna nie zawahała się sięgnąć po narzędzie, z którym identyfikowana jest do dziś – szokowanie. Zakamuflowana erotyka, symbolika sukni ślubnej, tekst odnoszący się bezpośrednio do aktu seksualnego wywołały liczne kontrowersje, które obróciły się w medialny sukces. Jest to praktyka dobrze znana zarówno w kulturze, jak i samej muzyce popularnej, które karmią się tematami tabu i skandalem – gwarantuje to wzrost zainteresowania albumem

35 L. O'Brien, dz. cyt., s. 95.

i oglądalności teledysków oraz stanowi nieodłączny element procesu budowania autentyczności, zwłaszcza w przypadku dokonywania nagłych zmian w wizerunku scenicznym. Zwłaszcza sięganie po erotyzm wpływa na szum medialny – służy on show-biznesowi, a nie sztuce, daje odbiorcy namiastkę rozkoszy, której skrycie pragnie³⁶.

Ad 2. Piosenka *Vogue*, wydana w 1990 roku niedługo po albumie *Like a Prayer*, okazała się najlepiej sprzedającym się singlem w dotychczasowej karierze artystki. Utwór, napisany i wyprodukowany przez Madonnę i wieloletniego producenta utworów piosenkarki, Shepa Pettibone'a, jest kompozycją w gatunku house³⁷, w umiarkowanym tempie. Tytuł, co istotne, odnosi się do charakterystycznego, wywodzącego się z Harlemu stylu tańca, polegającego na dynamicznym, rytmicznym „przyjmowaniu póz” z kolorowych magazynów modowych. Uważa się, że sukces komercyjny piosenki Madonny wynika z czynników, które wyniosły voguing do mainstreamu³⁸, gdyż wcześniej taniec ten wykonywany był jedynie w gejowskim podziemiu artystycznym³⁹. Co więcej, utwór przyczynił się znacznie do popularyzacji muzyki house⁴⁰.

Już w warstwie tekstowej piosenka stanowi pochwałę piękna, stylu i przepychu Hollywood lat 30., co dodatkowo podkreśla recytowana partia, w której Madonna wymienia gwiazdy takie jak Greta Garbo, Marilyn Monroe czy Marlon Brando. Jest to jednocześnie przywłaszczenie sobie kultury gejowskiej (wymieniane gwiazdy są uważane za ikony gejów lub są w jakiś sposób powiązane z kulturą homoseksualistów), w którym Madonna w imieniu gejów oddaje hołd wymienionym gwiazdom i tym samym włącza się do tej subkultury bez wcześniejszego pozwolenia jej członków. Jednocześnie służy uwiarygodnieniu pozycji Madonny w ich środowisku, zwłaszcza że tekst przedstawia taniec jako drogę do wyzwolenia: „Znam takie miejsce, gdzie możesz uciec. To jest parkiet [...] Potrzebujesz jedynie

36 M. Torzecki, dz. cyt., s. 33–36.

37 Muzyka house jest napędzana przez pulsujące, szybkie rytmy disco, ale z mniejszym naciskiem na teksty, a większym na atmosferę i rytm. Na instrumentarium składają się przede wszystkim syntezatory i automaty perkusyjne. Zob. R. Shuker, *Popular Music. The Key Concepts*, Routledge, London–New York 2005, s. 141–142.

38 G.-C. Guilbert, *Madonna as postmodern myth: how one star's self-construction rewrites sex, gender, Hollywood, and the American dream*, McFarland, Jefferson 2002, s. 125.

39 B. Currid, *Voguing*, [w:] *Encyclopedia of Gay Histories and Cultures*, ed. G. E. Haggerty, Routledge, New York 2012, s. 936–937.

40 Dane zaczerpnięte z portalu Allmusic, <http://www.allmusic.com/album/best-of-house-music-vol-4-future-house-mw0000618395> (15.05.2019).

wyobraźni”⁴¹. W tańcu wszyscy są równi i piękni, a muzyka jest źródłem życiowej energii, o czym mówią wersy „nie ma znaczenia, czy jesteś czarny, czy biały, czy jesteś chłopcem, czy dziewczyną. Jeśli muzyka pulsuje, to da ci nowe życie. Jesteś gwiazdą”⁴².

Teledysk w reżyserii Davida Finchera, utytułowanego reżysera późniejszych filmów takich jak *Podziemny krąg* czy *The Social Network*, potęguje przepych i elegancję, którymi przesycone jest już samo nagranie. Zarejestrowany w czerni i bieli, zainspirowany stylem art déco i obrazami Tamarę Łempickiej wideoklip stanowi zbiór wysoce wyszukanych przedstawień ozdobionych dziełami sztuki luksusowych wnętrz, które wypełniają elegancko ubrane postaci, przywodzące na myśl gwiazdy kina złotej ery Hollywood. Aktorzy i tancerze wykonują wspomniany wcześniej taniec – voguing. Madonna ucharakteryzowana jest w różnych scenach na wspomniane wcześniej postaci: Gretę Garbo, Marlenę Dietrich, Marilyn Monroe, Katherine Hepburn i Jean Harlow. W teledysku pojawia się również po raz pierwszy słynny, szpiczasty biustonosz projektu Jeana Paula Gaultiera, z którym artystka kojarzona jest do dzisiaj i który wręcz manifestuje kobiecość. W przeciwieństwie do *Like a Virgin*, Madonna polega zarówno na ustalonych znaczących, ale i tworzy nowe. Jak sugeruje tytuł utworu, wyznacznikiem odróżnienia podmiotów queerowego kreowania Madonny od normatywnej męskości jest moda, zwłaszcza w jej skrajnościach. Ciało tancerzy stapiają się ze strojami, które mają na sobie, co z kolei staje się częścią tańca, a tym samym centrum uwagi. To właśnie te ciała stają się placem zabaw dla tożsamości płciowych i pragnień seksualnych. To generuje nowe znaczenie, a mianowicie taniec, który następnie zaczyna funkcjonować poza ograniczeniami teledysku poprzez to, co zaczęło oznaczać w teledysku: jest akceptowany przez niektóre subkultury gejowskie jako sposób na wskazanie ich statusu gejowskiego. Warto jednak zauważyć, że Madonna wybiórczo reprezentuje mniejszości seksualne, koncentrując się na homoseksualnych mężczyznach i barwnych, wyrazistych elementach ich kultury, a pomijając zupełnie kulturę lesbijską. Wyraźnie pokazuje to, że piosenkarka, podobnie jak miało to miejsce z „panowaniem” nad męskim pożądaniem w *Like a Virgin*, wzmacnia siebie i swą personę poprzez „przejęcie kontroli” nad kulturą gejowską. Madonna kreuje siebie na ikonę gejowską na miarę wymienianych w tekście legend kina i muzyki.

Z racji popularności utworu Madonna wykonuje go niemal na każdej trasie koncertowej, nie obawiając się interpretować go na nowo. Podczas

41 Madonna, *Vogue*, Sire Records, New York 1990, tłum. J. K.

42 Tamże.

gali MTV VMA w 1990 roku wykonanie piosenki odbyło się w scenografii inspirowanej francuskim dworem z XVIII wieku, a Madonna przebrała się za Marię Antoninę. Na trasie *Sticky and Sweet Tour* w 2008 roku utwór przearanżowano, podkładając linię melodyczną pierwowzoru do ścieżki instrumentalnej piosenki *4 Minutes*, utrzymanej w estetyce urban R&B. Dokonano niejako „maskulinizacji” na wskroś gejowskiego utworu poprzez oderwanie go od muzyki house, ściśle związanej z voutingiem, a „przeszczepiając” jej ciężki, hip-hopowy beat, charakterystyczny dla współczesnego R&B. Na trasie *MDNA Tour* powrócono do oryginalnej aranżacji, scena zaś zamieniła się w olbrzymi wybieg, na którym tancerze prezentowali wymyślne stroje projektu Jeana Paula Gaultiera⁴³, Madonna zaś przywdziała współczesną wariację na temat szpiczastego gorsetu. Powrót do oryginalnej aranżacji i amplifikację jej najbardziej wyrazistych elementów przyjęto z uznaniem. Madonna w ten sposób wzmocniła postrzeganie siebie jako ikony homoseksualistów przez pokolenie, z którym na takową się kreowała, jak i przez nowe pokolenie, dla którego ikoną była od zawsze. Występ ten błędnie jednak przy wykonaniu utworu podczas Super Bowl XLVI Halftime Show⁴⁴. Madonna na scenę dotarła w koronie na głowie, siedząc na tronie ciągniętym przez kilkudziesięciu mężczyzn przebranych za greckich wojowników. Tym razem artystka nie posiłkowała się metaforą, zawołowaną symboliką, nie ubiegała się też o uznanie przez jakąkolwiek grupę – zmanifestowała siebie jako królowa na złotym tronie, na który to zaszczyt pracowała przez wiele dekad.

Przeciwnie do pełnej symboliki okładki *Like a Virgin*, okładka singla⁴⁵ *Vogue* jest zaskakująco prosta. Na białym tle przedstawiona jest ubrana w seksowną bieliznę Madonna. Poza, w jakiej uchwycona została piosenkarka, mogłaby znaleźć się na okładce magazynu modowego lub być jedną z figur przyjmowanych podczas voutingu. Madonna odchyła mocno głowę do tyłu, na podobieństwo okładki *True Blue*, eksponując biust i biodra oraz zakryte pończochami uda, co bez zaskoczenia odwołuje nas

43 Informacja zaczerpnięta ze strony mtv.com, <http://www.mtv.com/news/2516568/madonna-mdna-tour-costumes/> (04.04.2019).

44 Super Bowl Halftime Show to uchodzący za najbardziej prestiżowy w Stanach Zjednoczonych występ podczas przerwy meczu o mistrzostwo Narodowej Ligi Futbolu amerykańskiego.

45 Celowo zdecydowałem się na analizę okładki singla, a nie albumu *I'm Breathless*. Piosenka promowała film *Dick Tracy*, którego ścieżkę dźwiękową umieszczono na wspomnianym albumie, natomiast nie jest częścią tejże ścieżki dźwiękowej, a postać, w którą wcieliła się w filmie Madonna, nie jest związana bezpośrednio z personą przedstawioną w piosence *Vogue*.

do seksualności i męskich pragnień. Artystka jest niejako „zamrożona” w swobodnym, ekspresyjnym, wyzwolonym tańcu, a dynamikę okładki podkreśla duży napis „Madonna VOGUE”, umieszczony po skosie, zgodnie z kierunkiem, w jakim wygięta jest sylwetka piosenkarki.

Połączenie tańca charakterystycznego dla środowisk homoseksualnych z przesycionym nawiązaniami do kultury gejowskiej tekstem mówiącym o wolności i równości szybko uczyniło z *Vogue* hymn dla społeczności LGBT w Stanach Zjednoczonych. W ten sposób piosenka stała się społecznie zaangażowana, wyszła poza ramy utworu muzycznego i może być punktem identyfikacji dla pewnej subkultury, Madonnie zaś pozwoliła wykreować się na ikonę gejowską, legitymizując nowo przyjętą personę.

*

Przykład Madonny doskonale pokazuje kreowanie scenicznej osoby przez gwiazdy szeroko pojętej muzyki popularnej oraz kluczową rolę nagrania, teledysku, występu na żywo i okładki w budowaniu wielowarstwowych znaczeń definiujących tę personę. Przez niemal czterdzieści lat kariery wielokrotnie sięgała po nowe gatunki muzyczne, wprowadzała do swoich występów film, teatr i taniec, a teledyski były złożoną artystycznie formą prezentacji piosenki, posiadały wieloznaczną niekiedy fabułę, w której artystka grała główną rolę. Przykłady teledysków takich jak *Like a Virgin*, *Vogue* bądź *Bedtime Story* pokazują, jak istotnym środkiem komunikacji z odbiorcą są wideoklipy – pogłębiają, rozwijają treść utworu, a dzięki ciekawym zabiegom na gruncie wizualnym potrafią stać się dziełem sztuki. Nawet pobieżna analiza okładek albumu *Like a Virgin* bądź singla *Everybody* potrafi zaskoczyć mnogością znaczeń w nich zakodowanych. Madonna uznawana jest za ikonę popkultury, stanowi to jednak owoc wieloletniej pracy oraz świadomego transformowania i transmitowania swojego wizerunku, co unaocznia się w toku analizy i szczegółowych badań twórczości we wszystkich jej przejawach, gdyż to, co pozornie może wydawać się prostą piosenką, po zebraniu wszystkich jej wykonania może okazać się przemyślanym, wieloznacznym, ponadczasowym artefaktem kulturowym.

Abstrakt

Muzyczne persony Madonny

Artykuł porusza problematykę kreowania wizerunku scenicznego przez artystów muzyki popularnej. W pierwszej części autor omawia główne formy przekazu utworów, którymi są nagranie muzyczne, okładka płyty, teledysk oraz występ na żywo. Następnie omówiona zostaje kluczowa kwestia przyjmowania przez artystów określonych person scenicznych. Ich zadaniem jest legitymizowanie przekazywanych treści i wzmacnianie wywołwanego przez nie wrażenia. W kolejnej części autor przybliży postać Madonny, zwanej Królową Popu, i wyjaśni funkcjonowanie zjawisk omówionych w poprzednich częściach na wybranych przykładach z jej twórczości. Autor stara się prześledzić proces kreowania person scenicznych oraz tworzonych i przekazywanych w ich ramach znaczeń, uznawanych przez autora za klucz do udanej kariery Madonny, sięgającej początku lat osiemdziesiątych.

Słowa kluczowe: muzyka popularna, popkultura, pop, Madonna, persona

Abstract

Madonna's Music Personas

The article deals with the issue of creating a stage image by famous music artists. In the first part, the author discusses the main forms of transmission of songs, which are music recording, album cover, music video, and live performance. Then, the key issue of artists taking specific stage personas is discussed. Their task is to legitimize the transmitted content and enhance its impression. In the next section, the author introduces the figure of Madonna, known as the Queen of Pop, and explains the functioning of the phenomena discussed in the previous sections using selected examples from her work. The author attempts to trace the process of creating stage personas and the meanings created and transferred within it. The author considers it the key to Madonna's successful career dating back to the early 1980s.

Keywords: popular music, popculture, pop, Madonna, persona

Bibliografia

- Auslander P., *Musical Persona: The Physical Performance of Popular Music*, [w:] *Ashgate Research Companion To Popular Musicology*, ed. D. Scott, Ashgate, Farnham 2013.
- Dibben N., *Vocal Performance and Projection of Emotional Authenticity*, [w:] *Ashgate Research Companion To Popular Musicology*, ed. D. Scott, Ashgate, Farnham 2013.
- Easlea D., Fiegel E., *Madonna. Królowa muzyki pop*, Pascal, Bielsko-Biała 2010.
- Guilbert G.-Claude, *Madonna as postmodern myth: how one star's self-construction rewrites sex, gender, Hollywood, and the American dream*, McFarland, Jefferson 2002.

- Haggerty G., *Encyclopedia of Gay Histories and Cultures*, Routledge, New York 2012.
- Jeziński M., *Muzyka popularna jako wehikuł ideologiczny*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2011.
- Jones S., Sorger M., *Covering Music: A Brief History and Analysis of Album Cover Design*, „Journal of Popular Music Studies” 1999, nr 11–12, s. 68–102.
- Kolinek-Siechowicz K., *Od teorii muzycznej osoby do muzycznego personalizmu*, [w:] *Peter Kivy i jego filozofia muzyki*, red. A. Chęćka-Gotkowicz, M. Jabłoński, Wydawnictwo Polskiego Towarzystwa Przyjaciół Nauk, Poznań 2015.
- Kasperski J., *Muzyka popularna jako przedmiot badań muzykologii*. Rozprawa doktorska napisana pod kierunkiem prof. dra Ryszarda Daniela Goliańka w Instytucie Muzykologii UAM, Poznań 2011.
- Madonna, *Like a Virgin*, Warner Bros. Records, Burbank 2001.
- Madonna, *Vogue*, Sire Records, New York 1990.
- O’Brien L., *Grzeszna Madonna*, InRock, Poznań 2009.
- Prieto-Arranz J. I., *The Semiotics of Performance and Success in Madonna*, „Journal of Popular Culture” 2012, t. 45, nr 1, s. 173–196.
- Piotrowski G., *Muzyka popularna. Nasłuchy i namysły*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 2016.
- Rooksby R., *The Complete Guide to the Music of Madonna*, Omnibus Press, London 2004.
- Shuker Roy, *Popular Music. The Key Concepts*, Routledge, London–New York 2005.
- Solomon T., *Theory and Method in Popular Music Analysis: Text and Meaning*, [w:] *Studia Musicologica Norvegica*, t. 48, ed. P. Stigar Oslo 2012.
- Torzecki M., *Okladki płyt. Rzecz o wizualnym uniwersum albumów muzycznych*, Instytut Kultury Popularnej, Poznań 2015
- Tsanev S., *Appropriating the Inappropriate: Madonna and the Cultural Construction of an Icon*, „Leigh Preserve” 2006, t. 14, s. 83–95.
- Vernalis C., *Experiencing Music Video: Aesthetics and Cultural Context*, Columbia University Press, New York 2004.
- Warner T., *Approaches to Analysing Recordings of Popular Music*, [w:] *Ashgate Research Companion To Popular Musicology*, ed. D. Scott, Ashgate, Farnham 2013.
- Wicke P., *The Art. Of Phonography: Sound, Technology and Music*, [w:] *Ashgate Research Companion To Popular Musicology*, ed. D. Scott, Ashgate, Farnham 2013.
- Wolański A., *Słownik terminów muzyki rozrywkowej*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000.

