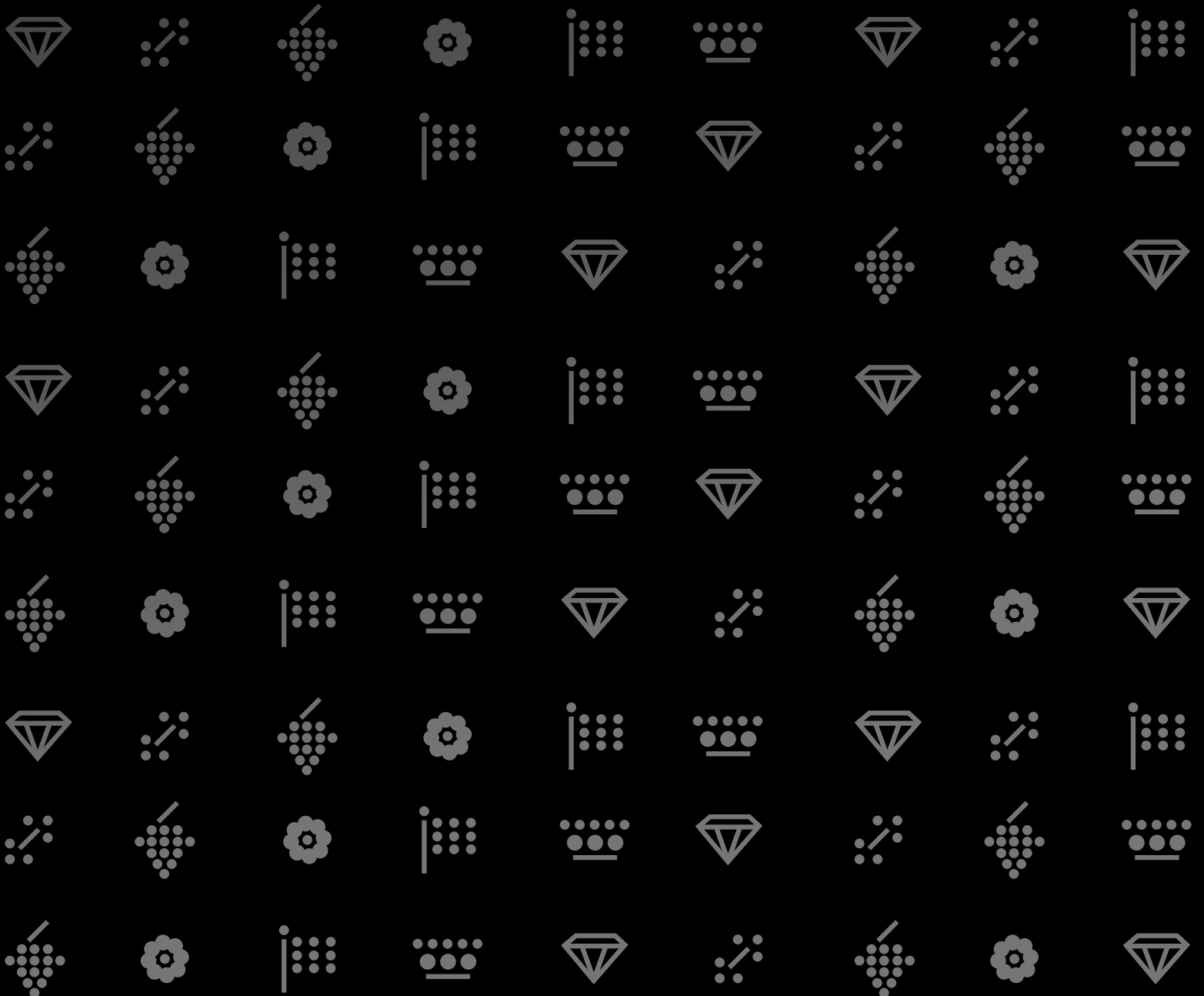


BOOK OF LUXURY

Miejsca Places Marki Brands Styl Życia Lifestyle



KSIĘGA HEDONISTÓW I MIŁOŚNIKÓW DOBREJ MARKI

PRZEWODNIK PO LUKSUSOWYCH MIEJSCACH I MARKACH

THE BOOK FOR HEDONISTS AND BEST BRAND LOVERS

A GUIDE TO LUXURIOUS PLACES AND BRANDS



FELIETON O FOTOGRAFICZNEJ PERSPEKTYWIE AN ESSAY ON PHOTO-PERSPECTIVE

TEKST/BY: AGATA MAYER

Od niedocenianych fotek po fotografie warte miliony

From unappreciated snapshots to the million-dollar photographs

Światowe trendy pokazują, że najbogatsi ludzie lubią lokować swoje pieniądze już nie tylko w luksusowych rezydencjach, samochodach, ekskluzywnych alkoholach czy oryginalnej biżuterii, ale coraz częściej również w zdjęciach wykonanych przez cenionych fotografów.

Dzisiaj ceny najbardziej unikatowych i pochodzących z limitowanych edycji zdjęć wybitnych artystów mogą przekraczać nawet milion dolarów. Światowy rekord kwoty uzyskanej ze sprzedaży fotografii wynosi 6,5 mln dolarów za zdjęcie „Phantom” autorstwa Petera Lika. Jeszcze 20 lat temu rekord ten wynosił 840 tys. dolarów za „The Great Wave, Sète” autorstwa Gustave’a Le Graya. Taki wzrost wartości rynkowej świadczy o tym, że fotografia ostatecznie wkroczyła na salony jako niezależna dziedzina sztuki. Na polskim rynku kolekcjonerskim także rozwija się dynamicznie. Dotychczasowy rekord wartości należy do Stanisława Ignacego Witkiewicza za zdjęcie „Potwór z Düsseldorfu” i wynosi 200 tys. złotych.

Fotografia bardzo długo walczyła o samodzielną pozycję w świecie sztuk pięknych. Jej aspiracje do rangi sztuki odbierano jako niedorzeczność. Ówczesni krytycy podnosili kwestię tożsamości fotografii i oskarżali ją o komercję. Angielski krytyk sztuki, John Ruskin, zarzucał jej czerpanie z technologii, a nie z twórczej pracy człowieka, zaś ironiczny Zbigniew Beksiński w *Listach do Jerzego Lewczyńskiego* szczerze wyrażał swoją niechęć do fotografii. Sojusz z malarstwem zawarła dopiero w XX wieku.

Co zatem sprawia, że fotografia ma tak ogromną moc oddziaływania na odbiorców? Wynalezienie kina i telewizji, sukces magazynów ilustrowanych, złota era reklamy i Internetu szybko spopularyzowały zdjęcia, które w efekcie stały się inspiracją dla wielu różnych dziedzin. Dzięki swojej elastyczności, niepowtarzalności oraz możliwości nieskończonego powielania, odegrała znaczącą rolę w globalnej komunikacji. W końcu zrozumiano, że fotografia nie tylko rozwija wrażenia zmysłowe i wzbudza wyższe uczucia, ale może stać się także świetną lokatą na przyszłość. Lokatą wciąż jeszcze niszową, jednak już ocierającą się o wyjątkowość i elitaryzm.

World wide trends are showing that the most wealthy people tend to locate their capital not only in luxury residences, cars, exclusive liquors or original jewellery. But they are also getting more and more interested in acquiring photographs made by known and celebrated artists.

Today, the prices of the most unique and limited edition of photographs by outstanding authors can get as high as even a million of dollars and more. The world-wide record in the sale of photography is 6.5 million dollars for „Phantom” by Peter Lik. This is a great change, since almost 20 years ago, the established record was 840,000 dollars for „The Great Wave, Sète” by Gustave Le Gray. This kind of shift in prices proves that photography finally reached a position of independent art genre. Our local, Polish art market and its photo sector is also growing dynamically. The current value record belongs to Stanisław Ignacy Witkiewicz. His „Monster from Düsseldorf” has been sold for 200,000 PLN. The history of photography becoming the established art form is long and painful. “Snapshots” as a form of individual expression? It sounded ridiculous. Firstly, critics raised a question of photo’s identity, accusing them of commercialism. English art critic, John Ruskin, accused this medium of being more of a technology than a creative work of man, while the ironic Zbigniew Beksiński in „Letters to Jerzy Lewczyński” frankly expressed his aversion to photography. Alliance with painting was not made until the 20th century.

So what is it exactly, that makes photography so compelling to the viewers? The invention of cinema and television, the success of illustrated magazines, the golden era of advertising and the Internet massively popularized photography: it became an inspiration for many different areas. Thanks to its flexibility, uniqueness and the possibility of infinite duplication, it played a significant role in global communication. Finally, it was understood that photography not only develops sensory impressions and arouses higher feelings, but it can also become a great investment for the future. This kind of deposit is still a niche, but is already brushing against uniqueness and exclusivity.