

# Tržište umjetničke fotografije u 21. stoljeću

---

**Mešić, Stella**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2021**

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

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:186:255514>

*Rights / Prava:* [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-06-30**



*Repository / Repozitorij:*

[Repository of the University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences - FHSSRI Repository](#)



Sveučilište u Rijeci

Filozofski fakultet

Odsjek za povijest umjetnosti

**Tržište umjetničke fotografije u 21. stoljeću**

(diplomski rad)

Studentica Stella Mešić

Mentorica prof. dr. sc. Nina Kudiš

Akadska godina 2020./2021.

## SADRŽAJ

Sažetak.....	2
1. Uvod.....	3
2. Tržište umjetnina.....	4
2.1. Tržište umjetnina kroz povijest.....	4
3. Povijest umjetničke fotografije i njezinoga tržišta.....	8
3.1. Novi medij stvaranja slika.....	8
3.2. Modernizam.....	18
3.3. Umjetnost i društvo.....	23
3.4. Photo Boom.....	29
3.5. Postmodernizam.....	31
4. Tržište umjetničke fotografije u 21. stoljeću.....	35
4.1. Navigacija tržištem.....	42
4.2. Vrijednost i autentifikacija.....	43
4.3. Vintage i moderni printevi.....	46
4.4. Negativi.....	48
4.5. Izdanja.....	49
4.6. Copyright (autorska prava).....	52
4.7. Analiza tržišta.....	52
5. Digitalna umjetnost i promjena paradigme.....	58
5.1. NFT; što je i kako funkcionira.....	60
5.2. NFT; praktični primjer.....	64
6. Zaključak.....	66
7. Popis literature.....	67

## **Sažetak**

Od svog nastanka 1827. godine pa sve do danas, fotografiju upotrebljavamo prije svega kao izražajni i komunikacijski medij. S milijardama kadrova što se stvaraju iz sekunde u sekundu, kako pomoću fotoaparata, tako i pomoću mobitela, ona je postala neizostavni dio naše svakodnevice. Godinama je nastojala pronaći svoje mjesto u tradicionalnom umjetničkom sustavu. Kroz ovaj rad teži se opisati razvoj fotografije u priznati umjetnički medij, njezin bijeg od istoga u godinama modernizma te razvitak tržišta koje danas, u 21. stoljeću, poprima novi, do sada neviđeni napredak otvarajući mnogobrojne mogućnosti fotografima da od svoje umjetnosti žive u pravom smislu riječi.

**Ključne riječi:** tržište umjetnina, tržište fotografije, umjetnička fotografija, NFT, kriptovalute

## 1. Uvod

Težnja fotografije u zauzimanju statusa lijepe umjetnosti, borba je koja traje preko stotinu godina. Istovremeno, trgovci galerije i muzeji shvaćaju mogućnosti zarade na novom mediju i teže stvaranju jakoga tržišta kojim su godinama dominirale već spomenute tradicionalne umjetnosti. Današnji sektor umjetničke fotografije ne samo da je napredovao unutar sustava svijeta umjetnosti, već se na globalnoj razini otvaraju izložbe i galerije, održavaju aukcije i sajmovi posvećeni isključivo umjetničkoj fotografiji. Međunarodno tržište umjetnina prepoznalo je važnost i integriranost fotografije u našu svakodnevicu. Iako Susan Sontag smatra kako je fotografski ukus generalan, eklektičan i popustljiv, jer se izlaganjem svih razdoblja i škola fotografija u muzejima briše kriterij procjene koje su fotografije „dobre” a koje ne, kroz rad će se nastojati pokazati kako je uloga tržišta od presudne važnosti za formiranje generalnoga ukusa mase, posebno u suvremenom dobu. No, sagledati umjetničku fotografiju samo kroz prizmu tržišta nije dovoljno u razumijevanju ključnih faktora njezinog uspona. Prije svega, važno je razmotriti njezinu povijest, paradigme koje su dominirale određenim vremenom, filozofske misli i tekstove značajnih pojedinaca i njihov doprinos u razumijevanju fotografije kao novoga medija, kojega Susan Sontag opisuje kao „nešto što nadilazi umjetnost u tradicionalnom smislu riječi”.

„Baviti se tržištem umjetničke fotografije ili samo istraživati o fotografiji kao umjetničkom mediju vrijednom divljenja, jednak je zadatak te proces koji iziskuje poznavanje povijesti fotografije, njezinoga tržišta i praćenje umjetničkih trendova u suvremenu svijetu” ističe Juliet Hacking u knjizi *Photography & Art Market*. Izdana u suradnji sa Sotheby's Institute of Art knjiga služi kao jedinstveni priručnik svima koji se žele okušati na tržištu novog medija fotografije. Roland Barthes smatra kako društvo pokušava ukrotiti fotografiju i njezino ludilo nazivajući je umjetnošću što za njega istovremeno „povlači da ona više ne djeluje na promatrača onom jačinom kao prije”. Ne probija ga detalj kojega zamjećuje, ideja i srž fotografije se zaboravljaju. Neki od vodećih fotografa modernizma pokušavaju okončati debatu toga je li fotografija umjetnost ili ne ističući kako ono što stvaraju uopće nije umjetnost, sugerirajući da je to puno više, dok istovremeno njihove fotografije postižu vrtoglave cijene na aukcijama suvremene umjetnosti. I dok je fotografija danas postala glavni način potvrde svijeta, ali i vlastitoga ja osobe koja fotografira, u godinama Photo Booma dosegla je nešto više, što ne smije pasti u zaborav. Postavila je nova shvaćanja umjetnosti kao cjeline,

odmaknula se od elitizacije i hijerarhije tradicionalnih umjetnosti i postala medij koji svaki svoj objekt pretvara u umjetničko djelo.

## **2. Tržište umjetnina**

### **2.1. Tržište umjetnina kroz povijest**

Bilo ono fizičko ili virtualno, tržište umjetnina je mjesto na kojemu se umjetnost kupuje i prodaje. U najjednostavnijim terminima, za tržište umjetnina potrebno je umjetničko djelo te prodavač i kupac koji mogu sudjelovati u transakciji direktno ili putem reprezentacije agenata koji su za to zaduženi.<sup>1</sup> Interes za tržište umjetnina naglo je porastao u zadnjih par desetljeća, pa tako rekordne cijene prodaja zaokupljaju pozornost javnosti, a stručna učenja o ovoj temi također su porasla. No, tržište se ne može proučavati samo s ekonomskog aspekta. Ekonomska vrijednost djela ovisna je o simboličkoj i obrnuto.

Tržište umjetnina podijeljeno je na primarno i sekundarno. Primarno tržište je ono na kojemu se prodaje umjetnina nakon što je prvobitno nastala te autor od prodaje zarađuje određeni postotak. Sekundarno tržište se bavi bilo kakvim ponovnim prodajama, tj. preprodajama originalnoga djela, a može se vršiti preko privatnih transakcija trgovaca ili javne aukcije.<sup>2</sup> Na sekundarnom tržištu, za razliku od trgovca ili kolekcionara koji prodaje djelo te aukcijske kuće preko koje se vrši prodaja, umjetnik ne profitira od prodaje. I dok je tržište u ranijim godinama bilo dosta nejasno i zatvoreno zbog nepostojanja baze podataka prodaje, danas je situacija drukčija. Sve javno provedene aukcije pohranjuju se u bazu podataka koja je dostupna svima putem interneta te se zato one smatraju održivim mjerilom vrijednosti određenoga djela. Na istim internetskim stranicama može se pratiti formacija cijena koju je neko djelo postiglo, a rezultati aukcija generalno su prihvaćeni kao objektivni.<sup>3</sup> Napretkom tehnologija 21. stoljeća, tržište doživljava još jednu veliku promjenu paradigme u kojoj se naglasak stavlja na žive autore koji raskidaju tradiciju modela tragičnoga umjetnika u borbi

---

<sup>1</sup> Jeremy R. Howard, Art Market: (<https://www.britannica.com/topic/art-market> posjećeno: 10. 05. 2021.)

<sup>2</sup> Darius A. Spieth, Art Markets: (<https://www.oxfordartonline.com/page/art-markets> posjećeno: 10. 05. 2021.)

<sup>3</sup> Darius A. Spieth, Art Markets: (<https://www.oxfordartonline.com/page/art-markets> posjećeno: 10. 05. 2021.)

za opstankom. Odnos reprezentativaca i umjetnika se također mijenja, a umjetnici postaju "one-man-team"<sup>4</sup> što im, također, olakšava moderna tehnologija i vrijeme u kojem živimo.

Povijesno, neke od najznačajnijih umjetničkih transakcija dogodile su se izvan onoga što danas podrazumijevamo kao tržište, a najčešće u odnosima umjetnika i pokrovitelja koji mogu biti individualni ili institucijski, kako je to bio običaj s Katoličkom crkvom u srednjem vijeku.<sup>5</sup> Umjetninama namijenjenima za određeni prostor, poput freski ili oltara, nije se moglo trgovati na otvorenom tržištu, a koncept autora kao vlasnika djela nije bio prisutan kao u današnjem smislu. Svako pokroviteljstvo za izradu rada započinjalo je s ugovorom koji određuje cijenu, a uključuje popis materijala, subjekt djela, broj figura i slično, dok je cijena autorove vještine određena na dodatnom ugovoru. Za razliku od ovog tipa tržišta, postojalo je i ono otvoreno preko kojeg se trgovalo tekstilima, antikvitetima i svom prenosivom robom. Na razvoj tržišta utjecala su tri iznimno bitna čimbenika; rađanje kolekcionarstva, produkcija umjetničkih djela koja su prenosiva te razvoj mehanizama za prodaju tih istih djela. Prodaju je nekada vršio direktno umjetnik putem sajмова, izložbi i slično ili preko posrednika poput aukcionara. Do početka 17. stoljeća, ovakve vrste transakcija dominirale su tržištem, a kasnije su aukcije postale put kojim se određuje vrijednost djela. Danas je tržište još više rašireno preko kulturne globalizacije, satelitske komunikacije, te interneta.<sup>6</sup>

Prvi konkretni dokazi postojanja umjetničkog tržišta dolaze sa Zapada, točnije antičke Grčke. Phintias, starogrčki slikar i kipar izradio je vazuu koja datira u 500. godinu prije Krista, a na njoj je prikazan mladi muškarac koji kupuje vazuu. Za ovo se smatra da je najraniji prikaz transakcije umjetnosti.<sup>7</sup> U helenističkom dobu rasla je zanimacija za trgovanje svim materijalnim dobrima, a u vrijeme Rimske Republike, moćni carevi poput Augusta grade monumentalne vile u koje smještaju jednu sobu namijenjenu isključivo za izlaganje slika, skulptura i ostalih luksuznih dobara. Jedna od takvih vila je i Hadrijanova vila u Tivoliju koja se danas nalazi na popisu zaštićenih mjesta UNESCO-a. I dok prvi dokazi umjetničkih aukcija datiraju u vrijeme Rima, nakon proglašenja kršćanstva kao glavne religije, mnoga djela postaju meta ikonoklazma, no istovremeno crkve postaju utočišta zaštite takvih spomenika.<sup>8</sup>

---

<sup>4</sup> Pridjev u engleskom jeziku: tim od jednog čovjeka, u ovom slučaju označava da sve aspekte jedne djelatnosti poput produkcije umjetnina, marketinga, trgovanja i slično, izvršava samo jedna osoba (<https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/one-man> posjećeno 10. 05. 2021.)

<sup>5</sup> Jeremy R. Howard, Art Market: (<https://www.britannica.com/topic/art-market> posjećeno: 10. 05. 2021.)

<sup>6</sup> Jeremy R. Howard, Art Market: (<https://www.britannica.com/topic/art-market> posjećeno: 10. 05. 2021.)

<sup>7</sup> Jeremy R. Howard, Art Market: (<https://www.britannica.com/topic/art-market> posjećeno: 10. 05. 2021.)

<sup>8</sup> Jeremy R. Howard, Art Market: (<https://www.britannica.com/topic/art-market> posjećeno: 10. 05. 2021.)

Umjetnička pokroviteljstva su cvjetala u renesansnoj Italiji, no još uvijek nije postojalo konkretno tržište kakvim ga danas smatramo. Zaokretni trenutak u formaciji tržišta umjetnina dogodio se pojavom kolekcionara u Nizozemskoj te nekim dijelovima Italije tijekom 17. stoljeća.<sup>9</sup> Stvoren je lanac privatnih dilera i aukcija koji su funkcionirali skladno, a ova promjena dopušta tržištu da se razvija, iako su većinom prvi objekti trgovanja bile slike Starih Majstora.<sup>10</sup> Tijekom 18. stoljeća dolazi do još jedne velike promjene na tržištu. Francuski diler umjetnina Edme-Francois Gersaint, često je putovao u takozvane Niske zemlje (Nizozemska, Belgija, Louxemburg), kako bi pribavio egzotične školjke, a kasnije i nizozemsku umjetnost. Njegovi pohodi inspirirali su ga da pokrene ideju aukcija kao marketinški trik koji je transformirao tržište, tako da se ono pretvorilo u posjede na kojima je luksuzna dobra mogla "konzimirati" šira javnost. Osim toga, bio je prvi koji je stvorio bogato ilustrirane aukcijske kataloge koji su služili kao inspiracija potencijalnim kupcima.<sup>11</sup>

Sve do Francuske revolucije 1792. godine, Pariz je bio glavno čvorište tržišta umjetnina, kako Italije tako i Nizozemske. Uslijed rata, francuskim kolekcionarima se zapljenuju neki posjedi, oni nestaju, vrijednost umjetnina pada za više od pola ukupne vrijednosti tržišta te povjerenje prodavača i kupaca u tržište na ovim područjima nestaje. London preuzima umjetničku scenu. Britanski aristokrati i dileri iskorištavaju situaciju te zauzimaju vodeće pozicije na internacionalnom tržištu, a osim toga, otvaraju se i dvije danas najpoznatije aukcijske kuće na svijetu; Christie's i Sotheby's.<sup>12</sup> Značajno je kako se već u 18. stoljeću umjetnost živućih umjetnika prodavala rame uz rame sa Starim Majstorima renesanse i baroka Italije i Nizozemske. Poznato je kako su slikari Barbizonske škole bili prvi živući umjetnici koji su prodavali svoje radove putem aukcija, a razvoj globalnoga tržišta i kolonijalizma utjecali su na širenje antikviteta s Bliskog Istoka, japanskoga porculana i afričkih artefakta.<sup>13</sup> Uskoro se pojavljuju trgovci u Americi, i to krajem Građanskoga rata, koji grade vile nalik na Versailles te ih opremaju europskom umjetnošću svih razdoblja i tehnika. Jedan od ove vrste kolekcionara bio je i James F. Sutton koji je 1889. godine kupio sliku Jeana Francois Milleta *Angelus* iz 1859. godine za pola milijuna franaka, a kasnije, 1911. godine

---

<sup>9</sup> Darius A. Spieth, Art Markets: (<https://www.oxfordartonline.com/page/art-markets> posjećeno: 10. 05. 2021.)

<sup>10</sup> Darius A. Spieth, Art Markets: (<https://www.oxfordartonline.com/page/art-markets> posjećeno: 10. 05. 2021.)

<sup>11</sup> Darius A. Spieth, Art Markets: (<https://www.oxfordartonline.com/page/art-markets> posjećeno: 10. 05. 2021.)

<sup>12</sup> Darius A. Spieth, Art Markets: (<https://www.oxfordartonline.com/page/art-markets> posjećeno: 10. 05. 2021.)

<sup>13</sup> Darius A. Spieth, Art Markets: (<https://www.oxfordartonline.com/page/art-markets> posjećeno: 10. 05. 2021.)



Peter A. B. Widener kupuje Rembrandtovu sliku *The Mill* iz 1648. godine za istu cijenu ali u dolarima.<sup>14</sup>

Tržište 20. stoljeća uspjelo se izboriti s opasnostima koje su donosila dva rata te dolazi do pobjede moderne i suvremene umjetnosti kao i obaranje rekordnih cijena prodaja krajem stoljeća. Na promjenu ukusa, pa tako i paradigme tržišta koja sve više naginje prema modernom i suvremenom, utjecala je kupovina Picassove slike *Demoiselles d'Avignon* iz 1907. godine, trgovca i kolekcionara Jacquesa Douceta. Kako bi otplatio Picassovu sliku, Doucet prodaje svu svoju rokoko i neorokoko kolekciju slika i namještaja kako bi ih zamijenio s onom modernijih stremljenja, poput Modiglianijevih slika i dizajnerskih kauča Eileen Gray.<sup>15</sup> Do 1945. godine, slike Starih Majstora okupirale su vrh tržišta, no nakon dva rata, holokausta te pada burze 1929. godine, moderna i suvremena umjetnost zauzimaju njihova mjesta. Pojavom avangarde, umjetnici su stremili prema postizanju nečega novoga, a sukladno njima kritičari i ostali pripadnici svijeta umjetnosti. Do kraja stoljeća djela suvremenih umjetnika Amerike poput Jacksona Pollocka i Andyja Warhola zauzimaju svoje značajno mjesto kako u povijesti umjetnosti tako i tržišta, jer usporedno s cijenama za koje se prodaju djela europskih majstora, američki ih premašuju za gotovo pola.<sup>16</sup> Neke od najznačajnijih kupovina 20. stoljeća događaju se upravo u aukcijskim sobama Christie's i Sotheby's aukcijskih kuća, a predvode japanski kolekcionari. Godine 1900. japanski kolekcionar i predsjednik firme za proizvodnju papira kupuje Van Goghovu sliku *Portrait of Dr. Gachet* i Renoirovu *Moulin de la Galette* za 160 milijuna dolara.<sup>17</sup>

Tržišta umjetnina 21. stoljeća globalno su povezana, a tehnologija je nešto što predvodi u napredcima. Eksponencijalni rast tržišta događa se 2007. godine kada se slika Leonarda da Vincija *Salvator Mundi* prodaje za 450 milijuna dolara te do danas ostaje kao najskuplja prodana umjetnina. U zadnjih nekoliko desetljeća tržište umjetnina raste u globalnu industriju s godišnjim porastom zarade od otprilike 60 milijuna dolara, a u prodajama sudjeluju stotine tisuća zaposlenika, kolekcionara, dilera, kupaca i galerija. Važno je naglasiti kako se iako čini da tržištem upravljaju rekordne prodaje, u svakom danom trenutku vrše se transakcije prodaja skoro beskonačnoga broja umjetničkih djela u svim kutovima svijeta.<sup>18</sup>

---

<sup>14</sup> Darius A. Spieth, Art Markets: (<https://www.oxfordartonline.com/page/art-markets> posjećeno: 10. 05. 2021.)

<sup>15</sup> Darius A. Spieth, Art Markets: (<https://www.oxfordartonline.com/page/art-markets> posjećeno: 10. 05. 2021.)

<sup>16</sup> Darius A. Spieth, Art Markets: (<https://www.oxfordartonline.com/page/art-markets> posjećeno: 10. 05. 2021.)

<sup>17</sup> Darius A. Spieth, Art Markets: (<https://www.oxfordartonline.com/page/art-markets> posjećeno: 10. 05. 2021.)

<sup>18</sup> Darius A. Spieth, Art Markets: (<https://www.oxfordartonline.com/page/art-markets> posjećeno: 10. 05. 2021.)

### 3. Povijest umjetničke fotografije i njezinoga tržišta

#### 3.1. Novi medij stvaranja slika

„Skupljanje fotografija skupljanje je svijeta.”, navodi Susan Sontag u djelu *O fotografiji* iz 1971. godine.<sup>19</sup> No, pitanje je li fotografija umjetnost proteže se sve do danas, a odgovori se razlikuju ovisno o razdobljima i promjenama u tumačenju i razumijevanju fotografije kao medija i umjetnosti kao cjeline. Danas je fotografija postala jednako rasprostranjena razonoda kao ples što znači da ju, kao i svaki oblik masovne umjetnosti, većina ljudi ne prakticira kao umjetnost već kao društveni obred, obranu od tjeskobe i oruđe moći, navodi Sontag. Kada je industrijalizacijom fotografija dobila status umjetničke tehnike, a fotografsko djelovanje društenu svrhu, reakcija protiv te svrhe pojačala je samosvijest fotografije kao umjetnosti.<sup>20</sup> Ideju da fotografija može biti umjetnička, u 19. je stoljeću zastupalo malo ljudi, čak i oni koji su se njome bavili i divili joj se. Fotografski je proces, poput akrilnih boja, sredstvo stvaranja, a ono što razdvaja umjetnost od umijeća je razlog *zašto* je nešto stvoreno, a ne *kako* je stvoreno.<sup>21</sup> Fotografija, kao i tradicionalne likovne umjetnosti, u svojoj je suštini stvaralačka jer su proces stvaranja i imaginacija autora isprepleteni. Inspiracija autora dovodi do intencije da određeni kadar zabilježi jer nešto u njemu smatra dovoljno zanimljivim.

U jednom od kanonskih tekstova o fotografiji *Camera Lucida*, Roland Barthes proučava djelovanje fotografije iz perspektive promatrača odnosno *Spectatora* te pokušava otkriti univerzalnost fotografske snimke. Barthes smatra kako je fotografija objekt tri intencije, prakse ili emocije; raditi nešto, ići negdje, gledati nešto. *Operator* je fotograf, *Spectatori* su svi ljudi koji gledaju fotografije, a *Spectrum* je "meta" odnosno osoba, stvar, krajolik ili bilo koja druga ideja emitirana kroz fotografirani objekt.<sup>22</sup> Iz perspektive osobe koja je često bila fotografirana, no sama se nikada nije okušala u istome, Barthes navodi kako fotografija djeluje na dva načina; kao *Studium* i kao *Punctum*. Razumijevanje *Studiuma* fotografije proizlazi iz znanja usvojenog o kulturi i društvu te putem kojeg prepoznamo namjere fotografa.<sup>23</sup> *Punctum* je na drugu stranu onaj dio određene fotografije koji nas dirne, prostrijeli te je za svakoga gledatelja drukčiji.<sup>24</sup> On je razlog zašto neke fotografije primjećujemo više od nekih drugih i što potiče

---

<sup>19</sup> Susan Sontag, *O fotografiji*, Osijek, 2007., str. 11.

<sup>20</sup> Susan Sontag, (bilj, 19.), str. 14-15.

<sup>21</sup> H. W. Janson i Anthony F. Janson, *Povijest umjetnosti* (dopunjeno izdanje: Radovan Ivančević), Varaždin 2013., str. 712.

<sup>22</sup> Roland Barthes, *Camera Lucida, Reflections on Photography*, translated by Richard Howard, str. 9.

<sup>23</sup> Roland Barthes, (bilj, 22), str. 28.

<sup>24</sup> Roland Barthes, (bilj, 22), str. 42.

fotografa da zabilježi baš taj kadar, a ne neki drugi. Barthes smatra kako ti određeni detalji pogađaju i provociraju promatrača, a ako to ne čine, razlog leži u namjeri fotografa da ih intencionalno uključi u fotografiju<sup>25</sup> te navodi kako ono što možemo imenovati i prepoznati, ne može nas zapravo dotaknuti. „Nemogućnost imenovanja dovoljan je razlog za uznemirenje.”<sup>26</sup> Za Barthesa je najznačajniji aspekt fotografije dokaz predmeta, osobe ili krajolika. Svjetlost je zabilježila postojanje objekta kroz leću fotografskog aparata i za razliku od slikarstva, gdje autor iz glave može reflektirati ideju, fotografija je direktni preslik stvarnosti; "Fotografija je certifikat prisutnosti."<sup>27</sup> *Camera Lucida* je dobrim dijelom utemeljena na Barthesovom promatranju fotografija pokojne majke u kojima traži njezinu bit. Pronalazi ju u jednoj staroj fotografiji svoje majke kao djeteta i zaključuje kako ono što tražimo u fotografiji nije niti umjetnost niti komunikacija, već referentnost koja je glavni temelj fotografije.<sup>28</sup> Iz fenomenološkog shvaćanja, glavna moć fotografije ne leži u reprezentaciji već u autentifikaciji koja je svjedočanstvo vremena. Dalje navodi kako nikada ne možemo poreći da je fotografirana stvar postojala, a to dovodi do njegove ideje vezanja fotografije sa smrću.<sup>29</sup> Ne samo da je fotografirani objekt, odnosno *Spectrum* meta, baš kao kod streljaštva, već gledanjem starih portreta gledamo u oči osobama koje su mrtve. Zbog toga Barthes fotografiju smatra bizarnim novim medijem te vrstom halucinacije koja je lažna na temelju percepcije (gledamo u nešto što više ne postoji, kao takvo je postojalo samo u trenutku fotografiranja), no istinita na temelju vremena (u jednu ruku više ne postoji, a u drugu, zaista je postojalo).<sup>30</sup> Ideju uske povezanosti fotografije sa smrću zastupala je i Susan Sontag koja navodi kako je svaka fotografija *memento mori*, a snimiti nečiju fotografiju znači sudjelovati u smrtnosti, ranjivosti i promjenjivosti te osobe ili stvari.<sup>31</sup> Upravo je taj strah od smrti i prolaznosti doveo do korištenja fotografije kao potvrde stvarnosti, a pojačavanjem iskustva fotografijama potrošačka je navika o kojoj je danas mnogo ljudi ovisno. Ako nije fotografirano, nije se dogodilo, proživjeti nešto znači fotografirati to isto, a sudjelovanje u javnom događaju sve se više izjednačava s njegovim promatranjem u fotografiranom obliku.<sup>32</sup>

Za razliku od drugih grafičkih sredstava, fotografija se od početka smatrala proizvodom novih tehnologija, otuđena od prave umjetnosti te bliža industriji i naglom razvoju koji odmiče

---

<sup>25</sup> Roland Barthes, (bilj, 22), str. 47.

<sup>26</sup> Roland Barthes, (bilj, 22), str. 51.

<sup>27</sup> Roland Barthes, (bilj, 22), str. 87.

<sup>28</sup> Roland Barthes, (bilj, 22), str. 77.

<sup>29</sup> Roland Barthes, (bilj, 22), str. 76.

<sup>30</sup> Roland Barthes, (bilj, 22), str. 115.

<sup>31</sup> Susan Sontag, (bilj, 19.), str. 20.

<sup>32</sup> Susan Sontag, (bilj, 19.), str. 26.

čovjeka od esencije stvaranja. Jer, osim pritiska gumba, umjetnikova ruka ne iziskuje djelovanje. U radu *Towards a Philosophy of Photography*, autor Vilem Flusser ističe razliku između dva objekta u kulturi; onaj koji je dobar za konzumiranje i onaj koji je dobar za stvaranje objekata koji se mogu konzumirati.<sup>33</sup> Oba posjeduju vrijednost jer su stvorena s namjerom, no kulturne znanosti za razliku od prirodnih ne postavljaju samo pitanje zašto? (what?) nego zbog čega/ za što? (what for?) i žele znati namjeru iza kamere. Prema ovom kriteriju fotografski aparat je alat čija intencija je stvaranje fotografija, a čim se aparati bilo koje vrste klasificiraju kao alati javlja se sumnja. To dovodi do pitanja je li fotografija proizvod koji se može konzumirati poput voća, a fotografski aparat alat poput škara?<sup>34</sup>

Prva sačuvana fotografija nastala je 1826. godine u Francuskoj, kemičara-istraživača Josepha Nicéphore Népcea. Najranije fotografije pokretala je želja za pronalaskom novoga načina izričaja pa je tako Niepceova fotografija nastala kao eksperiment za poboljšanjem litografskog postupka. Barthes također navodi kako prvi fotografi nisu bili ni slikari ni umjetnici, već kemičari. Niepce je pokušavao pronaći način da zabilježi slike koje je vidio u svojoj *cameri-obscuri*, uređaju koji je pomagao umjetnicima onog vremena da stvore detaljne crteže.<sup>35</sup> Nakon neuspjeha sa svjetlosno-osjetljivim srebrnim solima, Niepce je obložio metalnu ploču bitumenom<sup>36</sup> namočenim u otapala i izložio ju na svjetlo. Nakon 8 sati ekspozicije nastala je prva fotografija, iako dosta mutna i nejasna. Prikazivala je obrise kuća i krovova. Godine 1829. Niepce je počeo surađivati s Luisom Daguerreom kako bi zajednički poboljšali fotografski proces. Niepce umire četiri godine kasnije, a Daguerre kupi većinu zasluga za Niepceov dugogodišnji rad.<sup>37</sup> Godine 1839. Daguerre uspijeva u novom procesu zabilježavanja fotografske slike, razlaganjem živine pare na bakrenoj ploči preko otopine srebrnog jodida osjetljive na svjetlost.<sup>38</sup> Rezultat ovakvoga procesa je neizmjereno oštra slika koja je direktan pozitiv. Nastala u 8 sati ujutro, fotografija prikazuje naizgled prazan pariški bulevar. Ekspozicijom koja je trajala između 7-15 minuta pokretne figure su nestale, a jedine ljudske figure na fotografiji su obućar i njegov klijent u donjem desnom kutu. Smatra se kako su oni

---

<sup>33</sup> Vilem Flusser, *Towards a Philosophy of Photography*, London 1991., str. 22.

<sup>34</sup> Vilem Flusser, (bilj, 33.), str. 22.

<sup>35</sup> Paul Lowe, *1001 Photographs You Must See Before You Die*, London, 2017., str. 20.

<sup>36</sup> Bitumen (lat.: zemljana smola) u širem smislu, zajedničko ime za smjese organskih spojeva koje se nalaze u prirodi ili nastaju pirogenim raspadom organskih tvari. Sastoje se pretežito od ugljikovodika, a topljive su u ugljičnom disulfidu. U užem (tehničkom) smislu, bitumen je naziv za asfaltni bitumen, crnu, ljepljivu, čvrstu ili polučvrstu masu koja se sastoji od ugljikovodika i njihovih nemetalnih derivata; topljiva je u ugljikovom disulfidu, a nalazi se u prirodi ili se dobiva preradbom nafte. (<https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=7927> posjećeno 11. 05. 2021.)

<sup>37</sup> Paul Lowe, (bilj, 35), str. 20.

<sup>38</sup> Paul Lowe, (bilj, 35), str. 22.

prve osobe ikada zabilježene na fotografiji. Iako je fotografija oštećena, detalji su zabilježeni nevjerojatnom jasnoćom. Daguerre je objavio svoj pronalazak 1835. godine i patentirao ga, osiguravajući doživotni prihod sebi i Niepceovom sinu. Godine 1839. Francuska vlada poklanja ovaj fotografski proces svijetu te nastaje dagerotipija.



Joseph Nicephore Niepce, *View from the Window at Le Gras*, 1827. godina, fotografija, 16,7 x 20,3 cm, Harry Ransom Center, University of Texas, Austin



Louis Dagguere, *Boulevard du Temple*, 1839. godina, fotografija (dagerotip)

Par dana nakon što je Daguerrova metoda otkrivena na posebnom sastanku na Akademiji znanosti i lijepih umjetnosti, u Parizu 19. kolovoza 1839., akademija odbija prijedlog da se dagerotipiju poveže s umjetnošću.<sup>39</sup> Unatoč odbijanju, prvi pioniri fotografije pokušavaju ju dovesti u vezu s lijepim umjetnostima. Direktni pozitivni na papiru, radovi pariškog civilnog dužnosnika Hippolyta Bayarda, izloženi su u aukcijskoj galeriji za vrijeme

---

<sup>39</sup> Juliet Hacking, *Photography and the Art Market* (Kindle edition), London, 2018., str. 98.

Izložbe povijesne i suvremene umjetnosti koja se otvorila u Parizu 1839. godine.<sup>40</sup> Između 1844. i 1849. godine, dagerotipi se izlažu na pariškoj izložbi *Products of Industry*, a umjetnici se počinju uključivati u fotografska društva i nabavljaju dagerotipe srodne svojoj praksi.<sup>41</sup> Fotografkinja i učenjakinja Gisele Freneud smatra kako su rani trgovci fotografije, koji su imali umjetnička stremljenja, privlačili potencijalne kupce i publiku time što su svoje radove nazivali umjetnošću, čak i kada nisu posjedovali umjetničku vrijednost.<sup>42</sup> S obzirom da je tržište klasičnih umjetnina generiralo značajnu zaradu, trgovci u fotografiji vide novi izvor prihoda u već formiranom sustavu.

Godine 1841. patentirana je nova metoda stvaranja slika, autora Williama Henryja Fox Talbota- kalotipija; negativno-pozitivni proces na papiru sa skraćenim vremenom ekspozicije. Kako bi stvorio ime za sebe, Fox Talbot surađuje s Nicolaasom Hennemanom, bivšim asistentom te 1844. godine počinju objavljivati publikacije ilustrirane vlastitim fotografijama. Šest izdanja *The Pencil of Nature* (1844.-1846.), prikazuje 24 originalna kalotipa te jednu fotografiju koja je eksplicitno dizajnirana kako bi ilustrirala primjenu fotografije na stvaranje slika; *Open Door*, nastala u travnju 1844. godine. Fox Talbot izradio je više verzija ove fotografije, a u tekstu koji prati *Open Door* naglašava srodstvo kalotipije i Nizozemske tradicije slikarstva, jer se njeguje realistički detaljni prikaz naspram zamišljene apstrahirane koncepcije.<sup>43</sup> Ovo je jedan od najranijih pokušaja povezivanja fotografije s umjetnošću. Ako bi oko 1840-ih godina kupili *Open Door* kao samostalnu fotografiju, koštala bi 3 šilinga i 6 penija, u današnjim vrijednostima 16 funti. S obzirom da je dagerotipija stariji proces, više korišten u komercijalne svrhe, kalotipija zauzima svoje mjesto na tržištu kao visoko-statusni novi proces. Dobro očuvan print Fox Talbotove fotografije *Open Door*, danas bi na aukciji lako mogao dosegnuti cijenu od 6 figura (u funtama).<sup>44</sup>

---

<sup>40</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 98.

<sup>41</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 98.

<sup>42</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 99.

<sup>43</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 99.

<sup>44</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 102.



William Henry Fox Talbot, *The Open Door*, 1844. godina, fotografija (kalotip), 14,3 x 19,4 cm, Gilman Collection, Metropolitan Museum of Art

Jedan od najustrajnijih pokušaja izjednačavanja fotografije s umjetnošću proizlazi iz partnerstva Roberta Adamsona, fotografa, i Davida Octaviusa Hilla, škotskoga slikara, u godinama između 1843.-1847. Škotski intelektualac Sir David Brewster, prijatelj Fox Talbota, zaintrigirao je Hilla predlaganjem kalotipije kao sredstva putem kojega bi mogao skupiti studije portreta za platno velikog formata. Slika s 457 figurom obilježila bi komemoraciju na Prvo generalsko okupljanje slobodne crkve u Škotskoj 1843. godine.<sup>45</sup> Započeli su s proizvodnjom kalotipa kao studija za sliku, no Hill je bio odlučan u promoviranju i prodaji njihovih fotografija u Engleskoj. Godine 1845. šalje portfolio P. and D. Colnaghi & Co. vodećem nakladniku i trgovcu printevima, no prema svjedočanstvu Hillovog prijatelja, portfolio nikada nije bio ni pogledan.<sup>46</sup> Hill je namjeravao stvoriti prvu knjigu Engleskih kalotipnih slika jer kako smatra, Fox Talbotov *The Pencil of Nature* nije posjedovao slikovnu ambicioznost. Prema podacima Sir Davida Brewstera, Hill i Adamson objavljuju veliki broj kalotipa, a neki od albuma sačuvani su i danas. Koštali su između 40 i 50 funti po komadu (u današnjim vrijednostima između 3350 i 4200 funti), što ukazuje da su se vodili obrnutom idejom ranih trgovaca fotografije; ekonomska vrijednost kao indikator umjetničke vrijednosti. Neki danas smatraju kako su Hill i Adamson ipak više poklanjali nego prodavali svoje albume i to umjetnicima, trgovcima i drugim moćnicima umjetničkog svijeta, kako bi privukli interes i stvorili reputaciju umjetničkoga majstorstva u fotografiji.<sup>47</sup> Nakon Adamsonove smrti 1848. godine, Hillov

<sup>45</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 102.

<sup>46</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 102.

<sup>47</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 102.

uspjeh izjednačavanja fotografije s umjetnošću ne leži toliko u kvaliteti njegove fotografske prakse, koliko u sporom i ustrajnom procesu asocijacije fotografije s postojećim strukturama umjetničkoga svijeta.<sup>48</sup>

U svojim počecima, fotografija se izlagala na sajmovima za znanost i manufakturu, a tek onda za umjetnost. Izložba *Recent Specimens of Photography* otvorena u Londonu 1852. godine, smatra se prvom velikom izložbom isključivo posvećenoj fotografiji, a za razliku od dagerotipa na metalnoj ploči, fotografija na papiru (kalotipi) imala je puno više uspjeha jer se mogla izložiti u okvirima, poput slika na tradicionalnim salonima.<sup>49</sup> Organizatori spomenute izložbe, Joseph Cundall i Philip Henry Delamotte, pokrenuli su Fotografski institut u Londonu 1853. godine. Smatra se kako je jedan od klijenata instituta bio i sam princ Albert, a institut je postao prvo mjesto trgovanja fotografijama u Londonu.<sup>50</sup>

Tržište fotografije se u ranim godinama temeljilo na prodajama putem izložbi i preko trgovaca knjigama i printevima, no postojalo je i sekundarno tržište. Prema Denise Bethel, fotografijama se trgovalo i na aukcijama u Engleskoj, samo par godina nakon što je medij izumljen. Aukcija održana 1854. godine pod nazivom *An Extremely Interesting Collection of Photographic pictures, comprising Some Chefs d'Oeuvre of the Arts*, jedna je od najranijih aukcija posvećenih isključivo fotografiji, i to njih 368.<sup>51</sup> Prema već spomenutim primjerima zaključuje se kako pojam *art* u samom naslovu izložbenog kataloga služi kako bi se publiku privuklo poznatim terminima te podiglo status medija u svrhu uspješnije prodaje.

Mladi francuski umjetnik Gustave Le Gray, bio je još jedan od onih koji su se zalagali za poistovjećivanje fotografije s umjetnošću. Kako sam izjavljuje jednom prilikom, njegova najdublja želja je da fotografija, umjesto svrstavanja u istu domenu s industrijskim i komercijalnim, bude uključena u svijet umjetnosti, a da umjetnička ljepota fotografskog printa počiva na žrtvovanju određenih detalja za stvaranje impresije kakvu inače posjeduju više umjetničke forme.<sup>52</sup> Le Gary je 1852. godine spojio dostignuća kalotipa i dagerotipa u jedno. Kombinacijom mokrog kolodijskog<sup>53</sup> procesa koji uključuje negativ stvoren na staklu i pozitiv

---

<sup>48</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 102.

<sup>49</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 104.

<sup>50</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 104.

<sup>51</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 104.

<sup>52</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 106.

<sup>53</sup> Kolodij (prema grč. *κολλώδης*: ljepljiv), otopina nepotpuno nitrirane celuloze (udjel dušika do 12%) ili tzv. kolodijskoga pamuka (kolodijske vune) u alkoholu i eteru, gusta, bezbojna do blijedožuta i vrlo zapaljiva. Nakon ishlapljivanja otapala zaostaje proziran vodonepropustan, plastici sličan film. Kolodij služi za proizvodnju nitrolakova, celulozida, želatinskoga dinamita te u farmaciji. Nekada se upotrebljavao za



na papiru, fotografija *Le Brick (The Brig)* kombinirala je oštrinu dagerotipa i reproducibilnost kalotipa. Učenjak Ken Jacobson smatra ju prvom uspješnom umjetničkom fotografijom. Prema izvorima Le Grayevih reprezentativaca iz Londona, autor je imao preko 800 narudžbi za print iste fotografije, a spajanjem umjetničkih tendencija s marketingom, u londonskim novinama iz 1857. godine stoji kako je print *Le Brick* fotografije koštao 16 šilinga (danas 70 funti)<sup>54</sup>. Fotografirajući prirodu i stvarajući kompozicije slične slikarskim platnima, može se zaključiti kako je morska serija *Le Brick* printeva bila osmišljena kao indikator da Le Gray više vremena provodi izvan studija, radeći intenzivno na svojim umjetničkim kompozicijama poput slikara, udaljavajući ga od titule običnog komercijalnog fotografa te je išla u korist simboličkom statusu umjetničkog fotografa.



Gustave Le Gray, *Le Brick (The Brig)*, 1856. godina, fotografija, 32.1 x 40.8 cm, The J. Paul Getty Museum

Još jedan značajan primjer umjetničkih tendencija u fotografiji djelo je Oscara Rejlandera, *The Two Ways Of Life*, alegorija puteva kojima mladić može poći. Stvorena kombinacijom 30 negativa, Rejlander je izložio svoje djelo na Manchesterstskoj izložbi 1857. godine, a fotografija je prodana za 31 funtu i 10 šilinga (2760 funti danas).<sup>55</sup> Razlog zbog kojeg je ova fotografija iznimno važna za samu povijest fotografskoga umjetničkoga stvaranja njezina je sceniranost, smišljena kompozicija i ideja u skladu sa slikarskom tradicijom. Kao

---

proizvodnju umjetne svile i u fotografiji (kolodijski proces, izradba filma i dr.) (<https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=32450> posjećeno 11. 05. 2021.)

<sup>54</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 106.

<sup>55</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 108.

takva bila je direktan napad na ortodoksno mišljenje da fotografija ne treba stremiti prema dimenzijama visoke umjetnosti. Nakon što je stvorena, *The Two Ways of Life* pokrenula je novi val fotografskog stvaralaštva u Britaniji, fotografije studija figura određene motivima i scenografijom kako bi ilustrirale određen narativ. Godine 1859. izložba fotografija održana je u isto vrijeme i u istoj zgradi kao Salon lijepih umjetnosti. Charles Baudelaire, jedan od prvih kritičara fotografije, navodi kako ona može biti samo pokorni sluga visokim umjetnostima, nesposoban za kreativni rad.<sup>56</sup> Njegova kritika imala je jake odjeke koji su kasnije zastupljeni i u djelima Waltera Benjamina.



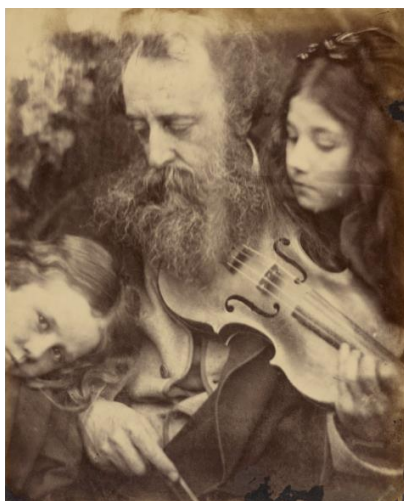
Oscar Gustave Rejlander, *The Two Ways of Life*, 1857. godina, fotografija, 10.5 x 19.7 cm, Princeton University Art Museum

Tek pri kraju 1850-ih godina, amaterski fotografi počinju korstiti nove procese stvaranja kao i strategije promocije i prodaje. Rađa se novi val umjetničkih fotografa među kojima su pisac Charles Ludwig Dodgson (a.k.a. Lewis Carroll) i Julia Margaret Cameron. Stvarali su poktorijalističke studije figura bez poveznice s realističkim, tradicionalnim, narativnim modelom, a njihova je fotografija, kako se kasnije pokazalo, bila važna za širi

---

<sup>56</sup> Charles Baudelaire, *Le public moderne et la photographie*: <https://journals.openedition.org/etudesphotographiques/185> posjećeno 10. 06. 2021.)

estetsko-umjetnički pokret larpurlartizam ili art-for-art's-sake<sup>57</sup>.<sup>58</sup> Julia Margaret Cameron usmjerila se na stvaranje visoke umjetnosti kamerom. Fotografirala je svoje prijatelje, obitelj i poznate ljude, a osim toga bila je vješta u navigaciji tržištem i prodajom svojih fotografija. Cameroninu seriju *Fruits of the Spirit* iz 1865. godine, kupuje prijatelj i ravnatelj South Kensington Muzeja (danas Victoria and Albert Museum). Kroz par godina Muzej kupuje 63 fotografije za 22 funte i 4 šilinga (danas oko 2000 funti), među kojima se nalazila i poznata fotografija *Whisper of the Muse*.<sup>59</sup> U roku od dvije godine u kojima je stvorila svoje prve fotografije, Cameronini radovi izlažu se na zidovima muzeja, a 1868. godine dobiva dvije sobe koje su joj služile kao fotografski studio. Iste godine ostvaruje suradnju s Colnaghi's izdavačem fotografija, najjačim u to vrijeme, te nastavlja prodavati fotografije od kojih 5 komada kupuje kraljevski dvor nakon smrti princa Alberta. Za svaku dobiva 45 funti u današnjim vrijednostima.<sup>60</sup> Do danas nije poznat niti jedan fotograf koji je poput Cameron pokazao takvu superiornost u stvaranju, no također i u prodaji i promociji svojih radova.



Julia Margaret Cameron, *Whisper of the Muse*, 1865. godina, fotografija, 26 x 21.4 cm, The J. Paul Getty Museum

---

<sup>57</sup> Larpurlartizam franc. *l'art pour l'art*: umjetnost radi umjetnosti), estetička teorija koja se javila polovicom XIX. st. suprotstavljajući se do tada prevladavajućem utilitarnom shvaćanju umjetnosti. Pojam je uveo francuski filozof V. Cousin 1818. zastupajući tezu o samodovoljnosti umjetnosti i njezinoj neovisnosti o društvenom životu, političkim prilikama, znanosti i dr. U Francuskoj je zaživjela u krugu oko pjesnika Th. Gautiera (G. de Nerval, Th. de Banville) i njegovih učenika. Tako je Ch. Baudelaireu ljepota vrhunski ideal oslobođen svega pa i morala. Larpurlartizam je odjeknuo i u drugim književnim sredinama, a osim pjesnika prihvatili su ga i prozni pisci. Za G. Flauberta umjetnost je utočište od životnih nedaća, a O. Wilde obrnuo je tradicionalno mimetičko shvaćanje umjetnosti. Smatrao je da ona prethodi prirodi, oblikuje ju, stvara velike arhetipove i osmišljava život uzimajući ga za vlastiti predmet.

(<https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=35475> posjećeno 13. 05. 2021.)

<sup>58</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 108.

<sup>59</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 110.

<sup>60</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 110.

## 3.2. Modernizam

Prva fotografska izložba koja je zahtijevala umjetničku vrijednost kao kriterij za prihvaćanje, bila je *The Vienna International Exhibition of Artistic Photography of 1891*. Kao takva označavala je preokretni trenutak u internacionalnom pokretu piktorijalizma<sup>61</sup> koji je bio odgovor na popularizaciju i komercijalizaciju fotografske prakse. U zadnjoj četvrtini 19. stoljeća dolazi do tehnoloških dostignuća kojima je posljedica širenje medija fotografije. Godine 1900. stvorena je prva Kodak Brownie kamera koja omogućava popularizaciju i šire korištenje. Tako fotografiju počinju prakticirati i svi oni koji nisu imali želje naučiti stari fotografski proces koji je zahtijevao poznavanje kemikalija i znanosti iza fotografije. Upravo tih godina stvara se „estetska potrošačka navika potvrđivanja svijeta”, kako ju naziva Susan Sontag.

George Timmins, amaterski fotograf iz New Yorka, sakuplja kolekciju od 278 printeva, djela 77 fotografa iz 12 različitih zemalja te izjavljuje kako je njegova kolekcija dovoljan dokaz bilo kojemu kritičaru fotografije da ona pošteno zaslužuje svoje mjesto među lijepim umjetnostima.<sup>62</sup> Muzeji u Europi i Americi aktivno kupuju piktorijalističke fotografije i osiguravaju prostore za izložbe. Iako su piktorijalističke fotografije poznatije u svom monokromnom izdanju, piktorijalisti su fotografirali i u boji, i to zahvaljujući Lumiere braći. Godine 1904. patentiraju obojani fotografski proces pod nazivom *autochrome* koji je od 1907. godine populariziran u širokim masama. Rezultat je unikatna fotografija pozitivna u pointilističkom karakteru, formirana preko staklene površine putem svjetla.<sup>63</sup>

Američki pjesnik Walt Whitman promatrao je kulturu s demokratskog stajališta, a razlike između lijepoga, ružnoga, banalnoga i važnoga pokušavao je staviti u drugi plan.

---

<sup>61</sup> Piktorijalizam (engl. *pictorialism*, od *pictorial*: slikovni), umjetnički stil u fotografiji, koji je dominirao u ranoj fazi toga medija, u drugoj polovici XIX. stoljeća i na prijelazu stoljeća. U želji da afirmiraju novi medij kao umjetnički, fotografi su, suprotstavljajući se tvrdnjama da je fotografija samo dokument stvarnosti te da ne stvara novu sliku, počeli manipulirati njome. Pokušavali su približiti se slikarstvu koristeći se slikarskim motivima (režirani ili stilizirani prizori) i izrazima (difuzni fokus, magličasti efekti, dramatično osvjetljenje) te intervenirati na površini slikarskim tehnikama (nanositi teksture i boje često s vidljivim potezima, gravirati itd.), ali i manipulirati tipično fotografskim tehnikama (fotografskim procesima, negativima i otiscima), pritom otkrivajući mogućnosti novoga medija. Pod utjecajem knjige *Slikarski efekti u fotografiji (Pictorial Effect in Photography)* Henryja Peacha Robinsona, objavljene 1869., stil se kao međunarodni pokret proširio Europom, SAD-om i šire, pa su se uz pionire poput Robinsona i Julije Margaret Cameron ubrzo pojavili i drugi piktorijalisti (Robert Demachy, Alfred Stieglitz i Edward Steichen sa skupinom *Photo-Secession* i dr.; u Hrvatskoj Antun Stiasni, Kamilo Bošnjak). Stil je vrhunac doživio 1885–1915., a promicanju fotografije kao umjetničke forme pridonijele su nove struje poput modernističke fotografije. (<https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=70477> posjećeno 13. 05. 2021.)

<sup>62</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 116.

<sup>63</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 116.

Fotografija je bila prva grana umjetnosti s težnjom demistifikacije prevelikoga vrednovanja ovih pojmova pripadnika američkoga društva.<sup>64</sup> U ranim godinama fotografije očekivalo se da ona bude idealizirana slika. To je danas još uvijek cilj amaterskih fotografa kojima je lijepa slika ona koja prikazuje lijep objekt, poput ženskog tijela ili zalaska sunca. Od 1920-ih godina ambiciozni profesionalci čija djela dopijevaju u muzeje, udaljuju se od lirskih sadržaja te svjesno istražuju običan ili čak bezličan materijal.<sup>65</sup> Najbolje dokumentirana serija piktorijalističkih fotografija pripada Alfredu Stieglitzu, fotografu, galeristu i geniju umjetničke fotografije u Americi u prvoj polovici 20. stoljeća. Kako se tržište brzo razvijalo, a cijene fotografija rapidno dizale može se saznati iz Stieglitzovih izvještaja o kupovini fotografija za svoju kolekciju. Ako bi 1900. godine platili 5 dolara za fotografiju Edwarda Steichena, dvije godine kasnije, smatra se, Stieglitz je morao platiti 50 dolara. Steichenova je fotografija *The Pond- Moonrise* iz 1904. godine početkom 2006. godine postala najskuplja fotografija ikad prodana na aukciji i to za 2,461,594 funti.<sup>66</sup> Steichen je pripadao onim fotografima koji su se udaljili od ideje fotografije kao idealizirane slike. Godine 1915. fotografira bocu za mlijeko na požarnim stubama sirotinjske stambene zgrade, što je bio rani primjer drugačijeg viđenja lijepa fotografije.<sup>67</sup> U knjizi *Port of New York* iz 1924. godine, Paul Rozenfeld govori o Stieglitzu kao jednom od velikih slavjenika života te navodi kako na cijelom svijetu ne postoji toliko neugledan sadržaj kroz koji se on ne bi u potpunosti mogao izraziti. Nadalje navodi kako je Stieglitz zabacio umjetničku mrežu dalje u materijalni svijet nego itko prije njega ili istovremeno s njim.<sup>68</sup> Rijetki karbonski print Stieglitzove *Winter- Fifth Avenue*, prodan je na aukciji u Londonu 2007. godine za 192,00 funti.<sup>69</sup> Galerist Julien Levy iznosi kako je Stieglitz svakom klijentu davao drugačije cijene jer je znao da će uspoređivati bilješke. Nekada bi rekao, ako volite umjetnost platit ćete više, a nekada da zaslužujete popust.<sup>70</sup> Stieglitz se doživotno borio protiv komercijalizacije fotografije do koje dolazi novim tehnološkim izumima koji pojednostavljavaju fotografski procs. U fotografiju je ulagao i emotivno i financijski kako bi nadišao bezdušni materijalizam svoga doba. Kustos fotografije u MoMA-i i prijatelj Alfreda Stieglitza, Beaumont Newhall naglašava kako Stieglitzova metoda transakcija ide u korist umjetnicima u koje vjeruje. Krajnosti u koje je išao kako bi odvojio sebe i umjetnost koju je

---

<sup>64</sup> Susan Sontag, (bilj, 19), str. 28.

<sup>65</sup> Susan Sontag, (bilj, 19), str. 28.

<sup>66</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 116.

<sup>67</sup> Susan Sontag, (bilj, 19), str. 28.

<sup>68</sup> Susan Sontag, (bilj, 19), str. 29.

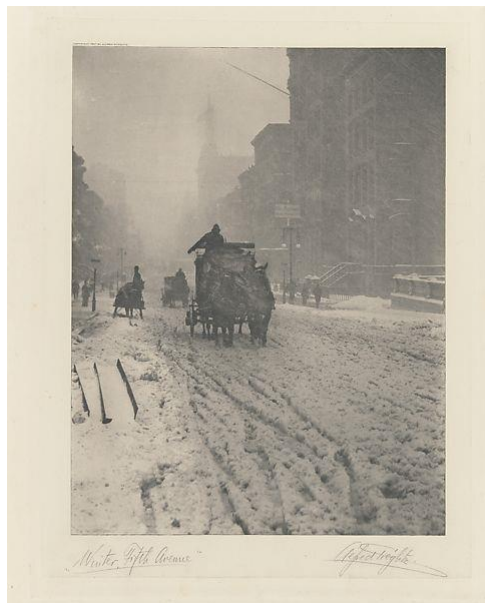
<sup>69</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 116.

<sup>70</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 118.

stvarao i promovirao od komercijalizacije, podiglo mu je status utjecajne osobe umjetničkog svijeta.<sup>71</sup>



Edward J. Steichen, *The Pond – Moonrise*, 1904. godina, fotografija, 39.7 x 48.2 cm, Alfred Stieglitz Collection, The Metropolitan Museum of Art



Alfred Stieglitz, *Winter – Fifth Avenue*, 1893. godina, fotogravura, 21.8 x 15.4 cm, The Metropolitan Museum of Art

Do 1933. godine, piktorijalizam je odbačen kao zastario u progresivnim fotografskim krugovima. Fotografsku scenu preuzeo je novi val kozmopolitske i ikonoklastičke fotografije.

---

<sup>71</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 118.

Nova objektivnost, povezana s njemačkom školom dizajna, arhitekture i primijenjenih umjetnosti- Bauhaus iskazala je motive na kojima počiva u knjizi fotografija *Die Welt is Schon* iz 1928.godine, njemačkoga fotografa Alberta Renger-Patzcha.<sup>72</sup> Knjiga je sadržavala 100 fotografija koje su primjenjivale modernističku estetiku na svakodnevicu, uključujući objekte poput čaša, alata, interijera, biljaka i slično. Do kraja desetljeća, nakon izložbe *Film and Foto* iz 1929. godine koja je obišla Europu, Tokyo i Osaku, Njemački muzejski kustosi počinju nabavljati fotografije nove objektivnosti za svoje institucije.<sup>73</sup> Susan Sontag navodi kako se fotografija probija kao vodeći medij ilustriranih novina u trenutku kulturne povijesti kada se na nju počinje gledati kao na način informiranja ljudi koji se teško late štiva.<sup>74</sup> Iako je tradicija bila takva da slobodni fotograf prodaje svoje radove časopisu, postojali su fotografi poput Margaret Bourke-White koja je radila za *Fortune* magazin s plaćom od 1000 dolara mjesečno (14,400 funti danas).<sup>75</sup> Henri Cartier-Bresson također zarađuje putem prodaje fotografija časopisima. No, osim komercijalnoga rada, 1933. godine održava prvu samostalnu izložbu u galeriji Juliena Levyja. Edward Weston bio je prvi fotograf koji dobiva nagradu Zaklade Johna Simona Guggenheima 1937. godine, a koja mu diže tržišnu vrijednost. Godine 1946. na izložbi u MoMa-i prodaje se 97 printeva Westonovih fotografija za 25 dolara po komadu, a kasnijih godina cijena se podiže na 35 dolara po komadu, što poručuje kako je prodaja bila i više nego uspješna.<sup>76</sup>

Najznačajniji resursi za shvaćanje pozicije umjetničke fotografije u New Yorku 1920-ih i 1930-ih godina, dolaze od Juliena Levyja i njegove galerije. Levy je studirao Lijepe umjetnosti na Harwardu kada je počeo izučavati i fotografiju. Odlaskom u Francusku počeo se kretati u nadrealističkim krugovima te doživio svoje umjetničko buđenje. Nakon povratka iz Europe na Manhattnu otvara galeriju nasljedstvom koje mu je ostavila majka. Osim što je vodio galeriju, Levy je bio i trgovac, a metode primjenjivane u prodaji fotografija Eugenea Atgeta danas su fundamentalne za stvaranje tržišta određenog umjetnika.<sup>77</sup> U suradnji s fotografkinjom Berenice Abbot, Levy nakon Atgetove smrti kupuje veliku kolekciju negativa i printeva iz njegove arhive. Nakon nemogućnosti pronalaska kupca za cijelu kolekciju po cijeni od 10,000 dolara, Abbot počinje izrađivati printeve Atgetovih originalnih negativa te ih prodaju za 10 dolara po komadu. Nisu bili ni svjesni da će postupkom čuvanja Atgetovih

---

<sup>72</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 120.

<sup>73</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 120.

<sup>74</sup> Susan Sontag, (bilj, 19), str. 24.

<sup>75</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 122.

<sup>76</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 122.

<sup>77</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 124.

originalnih printeva za sebe, a prodajom novih koje su sami izradili, napraviti distinkciju onoga što je od presudne važnosti za umjetničku fotografiju danas- razlika između vintage i modernih printeva.<sup>78</sup>

Osim dizanja statusa fotografije putem aukcijskih izložbi, fotografskih sajmova, antikvarijatske prodaje, prodaje foto-knjiga, privremenim izložbama, institucijskim i privatnim sakupljanjima, tijekom 1930-ih godina uveden je još jedan važan čimbenik potreban za legitimizaciju fotografije kao nove umjetničke forme, pa time i njezinog tržišta- povijest umjetnosti fotografije. Hienrich Schwartz, češki povjesničar umjetnosti i kustos godine 1928. organizira izložbu povijesne fotografije u Osterreichische Galerie te objavljuje knjigu *David Octavius Hill 1802-1870: Der Meister Der Photographie*.<sup>79</sup> Prilikom pisanja ove knjige Schwartz se koristi povijesno-umjetničkim metodama Heinricha Wolfflina i Aloisa Riegla u svojim pristupima, stvarajući tako tvrdnju da izum fotografije i njezina tehnološka dostignuća zapravo idu pod ruku *Geistesgeschichte* (povijest ideja).<sup>80</sup> Njegov je pristup bio značajan zbog dva važna teksta; Beaumont Newhallov *History of Photography* i Walter Benjaminov esej *A Short History of Photography*. Benjaminova fascinacija predmarketinškom fotografijom položila je temelje za najutjecajniji koncept teorije umjetnosti 20. stoljeća- onaj koji se tiče *aure*.<sup>81</sup> I slikarstvo i fotografija dijele zajedničko mjerilo procjene- inovativnost te ih se cijeni ako prenose novu formalnu zamisao ili pokazuju promjenu u vizualnom jeziku. Drugo zajedničko mjerilo je svojstvo prisutnosti, koje Benjamin smatra određujućom karakteristikom umjetničkog djela. Benjamin navodi kako fotografija, koja mehanički reproducira predmet, ne može sadržavati izvornost, no određivanjem fotografskog ukusa te izlaganjem fotografija u galerijama i muzejima otkriva da fotografije zaista posjeduju vrstu autentičnosti.<sup>82</sup> Uz dovoljno vremena, mnoge fotografije dobiju auru, jer dok slike ili pjesme ne postaju bolje ili privlačnije

---

<sup>78</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 126.

<sup>79</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 128.

<sup>80</sup> *Geistesgeschichte* (s njemačkog *Geist*, "duh" ili "um" [ovdje označava metafizičko carstvo, suprotno materijalnom], i *Geschichte*, "povijest") pojam u povijesti ideja koji označava granu studija koja se bavi *podstrujom* kulturnih manifestacija, u povijesti naroda, koje su svojstvene određenom vremenskom okviru. (<https://wikiqube.net/wiki/Geistesgeschichte> posjećeno 15. 05. 2021.)

<sup>81</sup> Aura; kvaliteta integrirana u umjetničko djelo koja ne može biti iskomunicirana putem mehaničke reprodukcije tehnike poput fotografije. Termin koristi Walter Benjamin u svom utjecajnom eseju iz 1936. godine *The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction*. Zalaže se za ideju da čak i najsavršenijoj reprodukciji nedostaje jedan važan element: prisutnost u vremenu i prostoru te njezino jedinstveno postojanje na mjestu gdje se u tom trenutku nalazi. "Postojanje u prostoru i vremenu" je "aura". (<https://www.tate.org.uk/art/art-terms/a/aura> posjećeno 15. 05. 2021.)

<sup>82</sup> Susan Sontag, (bilj, 19), str. 100.



jednostavno time što su starije, sve fotografije dobivaju na zanimljivosti i dirljivosti ako su dovoljno stare.<sup>83</sup>

### 3.3. Umjetnost i društvo

Početak 20. stoljeća tržište umjetnina, a tako i fotografije cvjeta, no nakon Drugog svjetskog rata situacija se mijenja te ulaganje u bilo koju vrstu umjetnosti postaje više iznimka nego pravilo. Fotografi poput Roberta Cape i Margaret Bourke-White uspjeli su nastaviti s radom kao ratni foto-reporteri za časopise poput *Life*. Nasilje rata dovodi do rađanja novog vala humanističke fotografije, koja počiva na socijalističkim idejama široko raširenim među onima koji se 1930-ih godina opiru fašističkom režimu.<sup>84</sup> Za mnoge foto-reportere, urednike i fotografe bilo koje vrste, fotografija je predstavljala silu socijalnog dobra. Mogla je razotkriti nepravilne režime, zadržati moralni karakter te ponovno izgraditi razlomljeni socijalni i nacionalni identitet. Kako navodi Susan Sontag, fotografije ne mogu stvoriti moralno stajalište, ali ga mogu potkrijepiti i pomoći u razvoju novog koji se tek pojavljuje.<sup>85</sup>

Tradicionalno tržište umjetnina zbog ratne situacije pada u drugi plan, a trgovanje fotografijama vrši se u prvom redu preko agencija. Jedna od najjačih u to vrijeme, Magnum, funkcionirala je putem komisije slobodnim fotografima za njihove radove, koji pritom zadržavaju sva autorska prava. Od negativa koji ostaju u njihovom vlasništvu mogu izraditi dodatne printeve za prodaju ili dati print ekskluzivno što mu povećava cijenu. Prema podacima iz Magnum agencije, fotografija Roberta Cape koja daje necenzurirani pogled iza zavjese Sovjetskog saveza u kombinaciji s popratnim tekstom Johna Steinbecka, donijela je Capi iznos od 20,000 dolara, a Steinbacku 3,000.<sup>86</sup> No foto-reporterstvo nije bila jedina zastupljena grana poslijeratnog fotografskog perioda. Krajem 1940-ih godina u Europi se rađa nova vrsta kreativne fotografije s predvodnikom Ottom Steinerom pod nazivom *subjektive Fotografie*. Utemeljena je na nehumanim posljedicama Drugog svjetskog rata te viđenju da je osobni doživljaj, svjedočanstvo ljudskoga dostojanstva koje nije uništeno događajima u svijetu. Steinerova želja bila je podići avangardnu fotografiju Njemačke iz pepela. Poput Stieglitza prije njega, Steiner je bio moćna sila koja je predvodila nove generacije, a švedski fotograf

---

<sup>83</sup> Susan Sontag, (bilj, 19), str. 101.

<sup>84</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 132.

<sup>85</sup> Susan Sontag, (bilj, 19), str. 21.

<sup>86</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 134.

Christer Stromholm izjavljuje kako izlagati na izložbama uz Steinera, znači da njegove fotografije nisu prikazane samo kao fotografije već kao umjetnost.<sup>87</sup> U Americi se razvija *straight photography* pravac usklađen s idejama čiste, jasne fotografske estetike za kakvu se zalagao Newhall i njegov krug. Predstavnik američke izravne fotografije bio je Ansel Adams s fotografijom *Moonrise, Hernandez, New Mexico* iz 1941. godine.<sup>88</sup>



Ansel Adams, *Moonrise, Hernandez, New Mexico*, 1941. godina, fotografija, 40 x 49.5 cm, MoMA

S obzirom na dano stanje te veću rasprostranjenost fotografije u časopisima nego u galerijama, tržište se pomiče s prodaje putem aukcijskih izložbi na prodaju putem fotografskih časopisa. The George Eastman Museum 1950-ih godina najznačajnije je mjesto za rađanje nove generacije specijalista umjetničke fotografije među kojima je bio i Minor White. Godine 1952., White osniva časopis *Aperture*, jedan od najutjecajnijih časopisa u SAD-u koji se zalagao za ideju fotografije kao umjetnosti.<sup>89</sup> Sa željom da postane moderni nasljednik Stieglitzovog časopisa *Camera Work*, *Aperture* nije prihvatao reklame i time potpuno živio Stieglitzov ideal po kojem umjetnost mora biti odvojena od komercijalizacije. Unatoč tome, časopis nije potpuno odbacio tržište. Na stranicama *Aperture*-a reklamirali su se portfoliji umjetnika za prodaju među kojima se pronašao i Westonov. Sadržavao je 12 fotografija, a cijena mu je bila oko 100 dolara (danas 904 dolara).<sup>90</sup> Zahvaljujući časopisima ove vrste fotografi zarađuju za

---

<sup>87</sup> Gunilla Knappe, *The Last Interview* by Gunilla Knappe / Hasselblad Center (Eng), (Intervju s Christerom Stromholmom) (<http://stromholm.com/texts/> posjećeno 15. 06. 2021.)

<sup>88</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 134.

<sup>89</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 136.

<sup>90</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 136.

život od prodaje radova putem masovnog medija novina, a umjetničku vrstu posla rade u privatno vrijeme, stvarajući radove za izložbe, manje knjige ili za osobni gušt, u nadi da će jednoga dana netko njihove portfolije pronaći i listati ih polako i s užitkom.<sup>91</sup> Još jedan važan sustav za širenje fotografija bile su foto-knjige, sadržavajući više umjetnički nastrojene fotografije od onih zastupljenih u časopisima. Tako je Cartier- Bressonova foto-knjiga *The Decisive Moment* iz 1952. godine poznata jer je u fotografima i ljubiteljima umjetnosti pobuđivala ideju da se putem fotografije može postići umjetnički izričaj.<sup>92</sup> Za mnoge pripadnike ove generacije ulaganje u umjetnost i posjedovanje umjetničkih djela, značilo je kupovanje fotografskih knjiga.

Izložba u MoMA-i održana 1955. godine pod nazivom *The Family of Man*, mijenja fokus s estetike na poruku, s forme na narativ, s individualnih viđenja na univerzalne teme, te s autora na subjekt. Cilj izložbe bila je demonstracija univerzalnosti ljudskih aktivnosti svakodnevnoga života u cijelom svijetu.<sup>93</sup> Susan Sontag opisuje ovu izložbu kao posljednji uzdah vitmanovskog zagrljaja nacije. Organizirao ju je Stieglitzov već spomenuti suvremenik Edward Steichen koji je imao drugačija viđenja lijepe fotografije. Namjera je bila izložiti 503 fotografije 273 autora iz 68 zemalja na jednom mjestu kako bi se dokazalo da je čovječanstvo jedno, a ljudska bića unatoč svojim manama, privlačna stvorenja.<sup>94</sup> Priroda izložbe bila je propagandskog karaktera, prikazujući pripadnike svih rasa, dobi i klasa s namjerom da svakom gledatelju omogući poistovjećivanje s velikim brojem prikazanih ljudi i protagonistom svake fotografije.<sup>95</sup> Kritičari identificiraju ovakvu vrstu fotografije s porukom kao medij najvišega zvanja. Isječak iz časopisa *New York Herald Tribune* navodi da se zaista može reći kako ovom izložbom fotografija postaje medij izričaja i umjetnička forma za sebe.<sup>96</sup> Izložba je imala jak odjek u svijetu te dovodi do organizacije mnogih drugih privremenih, putujućih i solo izložbi.

Jednu od takvih izložbi održala je Ida Kar u Whitechapel galeriji 1960. godine. S motivima poznatih ljudi, ovo je bila prva solo izložba jednog fotografa održana u značajnoj Londonskoj galeriji. Posjetilo ju je preko 10,000 ljudi, a fotografije su se prodavale kao umjetnička djela, tj. unikatni printevi kojima su cijene odstupale od 555 do 2220 funti u današnjim vrijednostima. Victoria and Albert Museum 1964. godine kupuje 18 printeva u ideji

---

<sup>91</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 142.

<sup>92</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 142.

<sup>93</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 138.

<sup>94</sup> Susan Sontag, (bilj, 19), str. 30.

<sup>95</sup> Susan Sontag, (bilj, 19), str. 31.

<sup>96</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 138.

sakupljanja i izlaganja fotografija suvremenih majstora.<sup>97</sup> Godine 1955. u Francuskoj se održava još jedna iznimno značajna izložba koja ide u prilog viđenju fotografije kao umjetnosti; *Un siecle de vision nouvelle (A Century of New Vision)*. U suradnji s Biennale de la Photographie et du Cinema, izlažu se fotografije od 1839. godine do suvremenih. Ovo je prva izložba u povijesti na kojoj fotografije Le Graya, Nadara i Juliena de Vallou de Villeneuvea, stoje izložene rame uz rame sa slikama Edouarda Maneta, Claudea Moneta i Edgara Degasa.<sup>98</sup> Godine 1968. u National Portrait Gallery u Londonu održana je izložba *Cecil Beaton, Portraits*, prva velika izložba živućega fotografa u nacionalnom muzeju za umjetnost.<sup>99</sup> Stvorena je i nova vrsta komercijalnih galerija posvećenih prodaji fotografija. Jednu od njih osniva na Manhattnu 1954. godine Helen Gee pod imenom Limelight; kafić i galerija u jednom. Već nakon 7 godina, održano je preko 60 izložbi, a iz podataka o prodaji saznaje se kako je prosjek prodaje dvije fotografije po izložbi. Cijene su se kretale od 25 dolara za fotografiju Anselu Adamsa, 50 dolara za Eugenea Smitha, 75 dolara za Edwarda Westona i nevjerojatnih 125 dolara za Paula Stranda.<sup>100</sup>

Već spomenuti značajni preokret započinje povijesno umjetničkim pisanjem o fotografiji kako bi se demonstrirala njezina sličnost s lijepim umjetnostima. Nova generacija stručnjaka, poput Newhalla, vodi se idejom da pisanje o povijesti fotografije stvara platformu za njezino priznanje kao socijalne i kulturne invencije te kao medija za izražavanje.<sup>101</sup> Organizacijom izložbi i objavljivanjem publikacija demonstrira se upotreba fotografije tradicionalnih umjetnika kao sredstva za studije slikarskih kompozicija. Svaki od ovih projekata služio je u svrhu odvajanja fotografije od njezine komercijalne upotrebe te smještanja u auto-referentnu tradiciju stvaranja umjetnosti. Godine 1989. Andre Jammes i njegova supruga identificiraju fotografiju kao polje u kojem opus kolekcionara može utjecati na buduće trendove i povijest.<sup>102</sup> Kolekcionarska aktivnost supružnika za neke je utjecajnije od mnogih knjiga napisanih na temu fotografije. Od 1955. godine, sustavno istražuju i sakupljaju fotografije devetnaestog stoljeća, koristeći Lecuyerovu knjigu *History of Photography*. Njihova kolekcija prvih sto godina fotografije ne govori o temeljima tehnologije i društva, već o novoj umjetnosti.<sup>103</sup>

---

<sup>97</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 138.

<sup>98</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 138.

<sup>99</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 138.

<sup>100</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 142.

<sup>101</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 144.

<sup>102</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 146.

<sup>103</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 146.

Najranije polemike usrdotočile su se na pitanje jesu li fotografiju njezina vjernost stvarnosti i ovisnost o stroju fotografskog aparata spriječile da postane lijepa umjetnost. Protiv optužbe fotografije kao bezdušne mehaničke kopije stvarnosti fotografi navode kako je ona napredna pobuna protiv uobičajenih načina viđenja, ništa manje vrijedna umjetnost od slikarstva.<sup>104</sup> Ideja da je fotografija slikarstvu otela zadatak prikazivanja stvarnosti uobičajena je, no Weston inzistira kako bi slikari na ovome trebali biti zahvalni smatrajući to oduzimanje zapravo oslobođenjem. Fotografija ovime slikarstvu daje slobodu za njegov veliki modernistički poziv- apstrakciju iako utjecaj fotografije na slikarstvo nije bio tako očit. Dok je fotografija stupala na scenu, slikarstvo već samostalno započinje odmak od realističnoga prikaza.<sup>105</sup> Godine 1964. kritičarka Clementine Greenberg piše kako su trijumfi i značajke fotografije prije svega povijesne, anegdotalne, reportažne i obzervacijske, a ne piktorijalne.<sup>106</sup>

Miško Šuvaković u Pojmovniku suvremene umjetnosti navodi kako je fotografija kao umjetnička slika fenomen drugog stupnja u odnosu na fotografiju kao sliku. Jer, za razliku od fotografije kao slike, ona posjeduje višak značenja koji može proizaći iz njezinoga izgleda, ali i iz njezinih funkcija. Prema tradicionalnim teorijama, fotografija može biti umjetnička slika samo na temelju utvrđenih morfoloških karakteristika. Ona je umjetničko djelo, jer su njezini morfološki vizualni aspekti takvi da se ona na njihovoj osnovi prihvaća kao produkt umjetnosti i estetski vrijedan predmet. S relativističkoga stajališta, status fotografije kao umjetničke određen je institucijskim sporazumom, prihvaća li se ona kao umjetničko djelo ili ne, utvrđivanjem konteksta i namjera njezinog autora, tj, je li nastala u kontekstu i s namjerom da bude umjetnički rad te različitim strategijama označavanja; upotrebom fotografije kao umjetničkoga djela, indeksiranjem naslovom, intertekstualno-slikovnim povezivanjem i odnosom sa slikarstvom.<sup>107</sup> Uloga koju fotografija zauzima u narednim godinama poznata je kroz pojam „fotografija kao umjetnost”. Ovaj pojam Šuvaković objašnjava kao rad u mediju fotografije kojega realiziraju likovni umjetnici u svrhu proširivanja područja vizualnoga istraživanja, ispitivanja likovnoga kroz fotografiju, istraživanja prirode fotografije sa stajališta likovnih umjetnosti, fotografski dokumentirajući situacije i događaje procesualne umjetnosti, land art instalacija, body art akcija i performansa te ostvarujući konceptualne zamisli i narativne fotografske prikaze.<sup>108</sup> „Fotografija kao umjetnost” ili „fotografija umjetnika”

---

<sup>104</sup> Susan Sontag, (bilj, 19), str. 92.

<sup>105</sup> Susan Sontag, (bilj, 19), str. 71.

<sup>106</sup> Clement Greenberg, Four Photographers: (<https://www.nybooks.com/articles/1964/01/23/four-photographers/>; posjećeno 17. 06. 2021.)

<sup>107</sup> Miško Šuvaković, Pojmovnik suvremene umjetnosti, Zagreb, 2005., str. 231.

<sup>108</sup> Miško Šuvaković, (bilj, 107), str. 231.

razlikuje se od umjetničke fotografije time što njezin cilj nije stvaranje estetskog, vizualnog ili likovnog fotografskog djela, već se fotografija koristi kao sredstvo eksperimentiranja, istraživanja i dokumentiranja jezika, koncepata i prirode umjetnosti.<sup>109</sup>

Fotografiju počinju koristiti umjetnici poput Roberta Rauschenberga i Andyja Warhola te ona svoje značenje dobiva od umjetnosti koju predstavlja. Istovremeno postaje medij zadnjih trendova eksperimentalne umjetnosti koja može biti zabilježena samo kroz fotografije, poput Kieth Arnattovog *Invisible Hole Revealed by the Shadow of the Artist* iz 1968. godine.<sup>110</sup> Kustos fotografskog odjela u MoMA-i John Szarowski 1966. godine piše utjecajnu knjigu koja prati izložbu *The Photographer's Eye* te navodi kako prva stvar koju fotograf nauči je da se fotografija bavi zbiljom i ne samo da mora prihvatiti ovu činjenicu, on ju mora njegovati inače bi ga fotografija uništila.<sup>111</sup> Ovakvi tekstovi i ideje stvorili su pravac pod nazivom *photography itself* ili fotografija po sebi. Do kraja 1968. godine modernistička umjetnička fotografija imala je veliki odjel u MoMA-i, svog teoretičara Johna Szarowskog, estetiku vođenu micanjem stvari iz konteksta u svrhu stvaranja novih formi, umjesto simboliziranja predpostojjećih ideja, te oca začetnika Atgeta. Sve ovo dovelo je do Photo Booma.<sup>112</sup>



Kieth Arnatt, *Invisible Hole Revealed by the Shadow of the Artist*, 1968. godina, fotografija, 60.8 x 75.6 cm, Tate Museum

<sup>109</sup> Miško Šuvaković, (bilj, 107), str. 231.

<sup>110</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 148.

<sup>111</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 146.

<sup>112</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 148.

### 3.4. Photo Boom

Kritičarka A.D. Coleman navodi kako izraz *photography boom* postaje široko korišten pojam među kritičarima, trgovcima, galeristima, aukcionarima i kolekcionarima nakon druge polovice 1970-ih godina, kako bi se objasnila eksplozija kulturalne i ekonomske aktivnosti umjetničke fotografije.<sup>113</sup> Jedan od glavnih faktora Photo Booma bila je ubrzana muzejifikacija fotografije. Između 1969. i 1973. godine otvaraju se muzeji posvećeni fotografiji u Finskoj, Francuskoj i Californiji te se razvija fenomen muzejskih kolekcija i odjela za fotografiju u već postojećim značajnim muzejima.<sup>114</sup> Godine 1970. MoMA-in odjel za slikarstvo i skulpturu organizira izložbu pod nazivom *Information* te predstavlja širok raspon praksi od kojih mnoge uključuju fotografiju zbog marginalnog mjesta koje zauzima u umjetničkom svijetu te zbog kapaciteta za masovnom komunikacijom.<sup>115</sup> Ideja koja zastupa postojanje odnosa između fotografije, lijepih i grafičkih umjetnosti promovira se putem izložbi ovog tipa te one igraju ključnu ulogu u prihvaćanju suvremene fotografije kao dijela zaslužnog za nacionalno financiranje umjetnosti.<sup>116</sup>

Vodeći umjetnički festivali toga razdoblja počinju prihvaćati fotografiju. Diane Arbus predstavlja SAD na Venecijanskim Biennialima 1972. godine. Arbusine fotografije uobičajene su za tada popularnu vrstu umjetnosti među sofisticiranim urbanim ljudima; umjetnost koja je tvrdoglavi ispit čvrstine. Fotografirajući marginalizirane skupine ljudi, ne tako često estetski neprivlačnih, nudi priliku ljudima za suočavanje sa životnim strahotama bez prenemaganja.<sup>117</sup> Kao takve primjer su moderne umjetnosti koja je posvećena snižavanju praga onoga što je užasno, privikavajući nas na nešto što nismo mogli podnijeti. Postupno potiskivanje preosjetljivosti približava nas istini o proizvoljnom izboru tabua koje određuju umjetnost i moral.<sup>118</sup> U mjestu Kassel, Njemačka, 1977. godine, održan je festival Documenta 6 koji značajno oblikuje namjere umjetničkoga svijeta otkako je nastao, a predstavljali su se brojni radovi iz sfere fotografije, filma i videa. Među umjetnicima predstavljenim na izložbi bili su i Julia Margaret Cameron, Lewis Carroll i Robert Mapplethorpe.<sup>119</sup> Osim festivala i izložbi, generiran je i sve veći broj fotografskih magazina i mjesečnika, a do 1979. godine izdaje se

---

<sup>113</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 149.

<sup>114</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 149.

<sup>115</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 151.

<sup>116</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 151.

<sup>117</sup> Susan Sontag, (bilj, 19), str. 36.

<sup>118</sup> Susan Sontag, (bilj, 19), str. 37.

<sup>119</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 176.

preko 40 njih diljem svijeta. Mnoge organizacije i institucije koje podržavaju fotografiju, iskorištavaju pojačani interes za medij kako bi izvukle osobnu korist, bilo to putem prodaje printeva, aukcijama, prodajom knjiga ili svim navedenim. Sve navedeno, zajedno s muzejifikacijom i pisanjem kritike fotografije, ojačalo je status trenutnoga položaja fotografije u umjetničkom svijetu. Čak i onda kada je pogled na fotografiju bio negativan, sama činjenica da najjači moćnici umjetničkog svijeta pričaju o njoj, ide u prilog statusa kao visoke umjetnosti.<sup>120</sup> Tržište umjetnina 1970-ih godina uspijeva u ideji da fotografiju predstavi kao kolekcionarski medij.

Jedna od najznačajnijih figura na tržištu umjetničke fotografije bio je Harry Lunn. Priče o njemu gotovo su mitske, jedna od njih navodi kako ga je CIA zaposlila još kao studenta, no mnoge od njih nisu posjedovale potrebnu verifikaciju. Njegova važnost u umjetničkom i tržišnom svijetu je način na koji kupuje i prodaje fotografije, stvarajući ono što se danas podrazumjeva kao moderno tržište. Od 1969. do 1998. godine Lunn je bio trgovac printevima u Washington D.C.-u i Parizu. Kada je vidio print Ansel Adamsove fotografije *Moonrise* u galeriji drugog trgovca, odlučio je prodavati fotografije. Kada je dobio informaciju da Adams neće proizvoditi printeve nakon 1975. godine, Lunn naručuje 1,000 printeva, najviše Adamsonovih popularnih djela, a opus plaća oko 300 dolara tadašnje vrijednosti. Oko 1978. godine započinje suradnju s Rober Miller Gallery te zajedno izdaju publikaciju portfolija X, Y, Z Roberta Mapplethorpea. Godine 1983. postaje privatni diler, a njegove aktivnosti predstavljaju širenje modernih poslovnih praksi trgovanja, od kojih je jedna kupovina velikog broja radova i prodaja kontroliranih količina.<sup>121</sup>

Lee Witkin Gallery, osnovana 1969. godine na Manhattnu bila je prva galerija fotografija u SAD-u koja se sama financirala. Danas se smatra kako je odigrala presudnu ulogu u stvaranju dobrog tržišta umjetničke fotografije u SAD-u. Prema Witkinovom izvještaju, galeriju je otvorio s 6,000 dolara uštedevine, a najam plaćao 200 dolara mjesečno. Prva održana izložba bila je posvećena modernim printevima Man Rayevih negativa koje je izradila Berenice Abbot, a prodavani su za 50 dolara po komadu. Već 10 godina kasnije isti printevi prodaju se za 200 do 600 dolara.<sup>122</sup> Osim Man Raya, u galeriji su se nalazila djela Edwarda Westona, Manuela Alvareza Brava, Andrea Kerteza, te Ruth Orkin, a cijene su im se kretale od 25 do 200 dolara. Nakon ove, otvorene su galerije istih razmjera u Kanadi, Francuskoj i Japanu, a

---

<sup>120</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 178.

<sup>121</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 178.

<sup>122</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 178.



dobar indikator prosperiteta galerija ovog tipa bio je časopis *Art-forum*, osnovan 1976. godine, koji je reklamirao galerije diljem svijeta.<sup>123</sup>

Ideja da su fotografije poželjan umjetnički objekt koji dopire do sve šire publike proizlazi iz izvještaja Fortune magazina koji 1976. godine objavljuje članak od 6 stranica s fotografijama Arnolda Newmana u posjedu korporativne firme, koja sakuplja fotografije za kolekciju Exchange National Bank i International Bankshares.<sup>124</sup> U članku se navodi kako Stieglitzova djela odstupaju od 3500 do 20,000 dolara. Kako bi potaknuli nove kolekcionare, galerije poput Witkinsonove prodaju radove manje priznatih fotografa za oko 200 dolara. A.D. Coleman navodi kako novinarski članak *Art in America* istih godina proziva fotografiju 'najvatrenijim kolekcionarskim medijem na tržištu', što ide u prilog fotografiji kao sve priznatijem umjetničkom mediju.<sup>125</sup> Godine 1977., kada su današnje najjače aukcijske kuće Christie's i Sotheby's osnovale odjele za fotografiju u New Yorku, održano je preko 10 velikih aukcija fotografije. Prodavalo se gotovo sve, od početka do modernističke avangardne fotografije, a najskuplje djela koja su podržavala ideju da fotografija može preduhitriti modernu umjetnost, primjerice Le Grayeve studije šume Fontainebleau povezane s impresionističkim slikama.<sup>126</sup> Rast tržišta pa tako i cijena, opravdali su odluku javnosti financiranja fotografskih resursa, a to kako su su fotografije zaista napokon priznate kao umjetnost, povlačilo je za sobom činjenicu da se na njima može dobro zaraditi.

### 3.5. Postmodernizam

Tijekom 1980-ih godina, fotografija više nije bila najmoderniji trend umjetničkog svijeta, već je obuhvaćala ideju nove umjetnosti. Mnoge vodeće ličnosti umjetničkog svijeta u to vrijeme, uključujući Richarda Princea, Cindy Herman i Sherrie Levine koristili su fotografiju kao medij koji najbolje odgovara njihovim konceptualnim stremljenjima, pa su tako glavni teoretičari postmodernizma tvrdili da je val u svojoj suštini fotografski.<sup>127</sup> Kreativna i primijenjena fotografija (komercijalna), godinama su bile u sukobu jer se primijenjenu fotografiju smatralo populističkom, manipuliranom te vođenu produkcijom i sadržajem.

---

<sup>123</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 180.

<sup>124</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 182.

<sup>125</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 182.

<sup>126</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 182.

<sup>127</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 186.

Paradigma se ponovno mijenja te se upravo ove kvalitete fotografije nalaze u radovima konceptualnih umjetnika 80-ih godina.<sup>128</sup> S manjih monokromnih formata, koja su većinom djela samostalnih umjetnika te prikazuju vanjsku stvarnost kroz prizmu fotografovog doživljaja, na scenu dolaze fotografije velikih formata, pretežito u boji, često u kombiniranim tehnikama, punima alegorije i manipulacije. Kada je John Szarowski definirao modernističku fotografiju kao uhvaćenu prije nego stvorenu, u postmodernizmu sve postaje konstrukt.<sup>129</sup>

Tržište umjetničke fotografije smekšava 1981.godine te se prodaju samo najznačajnije fotografije 20. stoljeća. Zbog pada na burzama te činjenice da se neke institucije za prodaju i predstavljanje umjetničke fotografije financiraju putem javnih fondova, mnoge galerije se zatvaraju. Zato institucije traže novi model financiranja, onaj koji kasnije postaje pravilo više nego iznimka- financiranje putem korporativnih i privatnih fondova. Print Room studio u Photographer's Gallery u Londonu pod vodstvom Zelde Cheatle 1988. godine doživljava preokret zbog ovog novonastalog modela te zarađuje oko 490,000 funti (oko 1,210,000 funti u današnjim vrijednostima). Činilo se kako je semi-privatizacija umjetnosti jedini racionalni odgovor na promjenu uvjeta tržišta.<sup>130</sup> No, bez obzira na opadanje institucijskih fondova, mjesto umjetničke fotografije u muzejima nastavilo je rasti. Godine 1984. Department of Photographs, u privatno financiranom Getty Museum na Malibu, California, svečano je otvoren. Njegov veliki opus dolazi putem kupovine, a ne donacije. Sadržavala je 17 kolekcija Arnolda Cranea i Sama Wagstaffa te dio ranije u posjedu Andrea i Marie-Therese Jammes. Kupovinu posreduje njujorški kolekcionar i privatni trgovac Daniel Wolf a Getty za kolekciju izdvaja 20 milijuna dolara.<sup>131</sup> Muzeji sve više i više streme prema dostizanju šire publike kako bi zaštitili svoje izvore financiranja ili dobiti. Fotografija kao popularni medij pružala je mogućnost da se shvaćanje muzeja u očima javnosti promijeni kako bi se povećao broj posjetitelja. Mreža muzeja i muzejskih odjela za umjetničku fotografiju sve se više širi, a činjenica da je fotografija kao kolekcionarski predmet jeftinija nego neke druge vrste tradicionalnih umjetnosti, dovodi do porasta skupljanja fotografija od strane institucijam. Kako je umjetnička fotografija imala sve veću tržišnu vrijednost, a trgovci ju više ne daruju muzejima kao dar nakon kupovine neke od tradicionalnih umjetnosti, muzejski predstavnici sve više odlaze na aukcije i trguju kako bi nabavili radove za svoje kolekcije. Ovakva aktivnost galerija

---

<sup>128</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 186.

<sup>129</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 186.

<sup>130</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 188.

<sup>131</sup> Barbara Isenberg, Photography: A Guy Who's Sharply Focused: (<https://www.latimes.com/archives/la-xpm-1994-12-11-ca-7737-story.html> posjećeno 17. 06. 2021.)

između 1970-ih i 1980-ih godina predstavljala je ogromno financijsko ulaganje javnosti u umjetnost te ponovno podigla aktivnost tržišta, a mreža galerija i trgovaca također se ubrzano širila i rasla.<sup>132</sup>

Trgovanje umjetničkom fotografijom se također odvijalo i u priznatim komercijalnim umjetničkim galerijama među kojima je i Robert Miller Gallery, osnovana 1977. godine. Nekoliko godina nakon nastanka osniva fotografski odjel pod vodstvom Howarda Reada koji između ostaloga trguje i fotografijama Man Raya, Diane Arbus i Roberta Mapplethorpea. Kako su pridodane jednaka simbolička i ekonomska tradicionalnim umjetnostima i fotografijama u istoj galeriji, neki smatraju da se Reada više ne treba nazivati trgovcem fotografija nego trgovcem umjetnina.<sup>133</sup> Reprezentacije fotografa velikih umjetničkih galerija znatno su porasle, a sukladno i cijene njihovih radova. Godine 1995. MoMA-in fotografski odjel kupuje kompletnu zbirku slavni fotografija Cindy Sherman pod nazivom *Film Stills* (1977.-1980.), za koju se smatra da muzej izdvaja preko milijun dolara.<sup>134</sup> Ovakve institucijske aktivnosti poticale su umjetnike da percipiraju muzeje kao najznačajnije igrače u prodaji svoje umjetnosti. Victoria and Albert Museum bio je prvi muzej koji 1998. godine počinje sakupljati fotografije internacionalno te nakon sponzorstva Canon proizvođača fotoaparata, otvaraju svoj prvi galerijski prostor posvećen fotografiji.<sup>135</sup>



Cindy Sherman, *Untitled Film Still #21*, 1978. godina, fotografija, 19.1 x 24.1 cm, MoMA

---

<sup>132</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 190.

<sup>133</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 190.

<sup>134</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 192.

<sup>135</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 192.

Ako se prati analiza tržišta, ne iznenađuje podatak kako se iste godine kada se osniva zaklada Mission du patrimoine photographique u Parizu, u svrhu čuvanja i proširivanja fotografske kulture Francuske, obaraju dva nova svjetska rekorda u prodaji umjetničke fotografije i to oba kod francuskih umjetnika. Godine 1999. print Man Raya *Glass Tears* iz 1932.godine, jedan od četiri poznata, printanih direktno s negativa, privatno se prodaje za najvišu cifru ikad postignutu na tržištu fotografije; 1,300,00 dolara.<sup>136</sup> U Londonu je iste godine Le Grayev print *Great Wave, Sete* iz 1856. godine, prodan za 507,500 funti, iako mu je procjena bila između 40,000- 60,000 funti. Fotografija je bila dio kolekcije Jamess supružnika koji nije prodan Gettyju, a njezin ostatak zarađuje 7,430,693 funti u prodaji te obara rekord fotografske aukcije do danas.<sup>137</sup> Souren Melikian, kritičar, kolekcionar i povjesničar umjetnosti koji tada piše za *International Herald Tribune* navodi kako je to bio jedan od onih povijesnih dana kada nevjerovatna prodaja dovodi do promjene kulturne percepcije.<sup>138</sup>



Man Ray, *Glass Tears*, 1932. godina, fotografija, Getty Museum

<sup>136</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 196.

<sup>137</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 196.

<sup>138</sup> Souren Milikian, Early Photos Appeal to Modern Buyers: Shedding Light On the Lost Past: (<https://www.nytimes.com/1999/11/06/style/IHT-early-photos-appeal-to-modern-buyers-shedding-light-on-the-lost.html> posjećeno 17. 06. 2021.)



Gustave Le Gray, *The Great Wave, Sete*, 1857. godina, fotografija, The Metropolitan Museum of Art

#### 4. Tržište umjetničke fotografije u 21. stoljeću

Novo stoljeće započinje s jakim tržištem za ranu i modernu fotografiju, a dio fotografije kao umjetnosti (radovi poput već spomenutog Kietha Arnatta) prodaje se na suvremenom umjetničkom tržištu koje početkom 21. stoljeća eksponencijalno raste. Suvremeni umjetnički sektor postavlja rekordne prodaje, diktira tržištem i stvara trendove.<sup>139</sup> Prvih sto godina obrana fotografije bila je identična borbi da ju se etablira kao jednu od lijepih umjetnosti. Otkako je fotografija postala potpuno prihvaćena kao grana lijepe umjetnosti, mnogo je fotografa koji odbacuju samo to pitanje. Strand 1920-ih navodi kako je pitanje je li rezultat fotografske kamere obuhvaćen kategorijom umjetnosti, sporedno.<sup>140</sup> Fotografi nakon 1940-ih otvoreno preziru umjetnost izjednačavajući ju s pretenciozno umjetnim te tvrde da pronalaze, bilježe, istražuju i rade sve ostalo osim stvaranja umjetnosti. Kada poriču da stvaraju umjetnička djela, iz razloga što smatraju da rade nešto bolje, a njihova poricanja više govore o propalom statusu bilo kojeg pojma umjetnosti nego o tome je li fotografija umjetnost ili ne.<sup>141</sup>

Unatoč tome, muzejifikacija umjetničke fotografije se nastavlja, pa tako MoMA 2002. godine nabavlja 441 fotografiju iz privatne kolekcije Thomasa Walthersa i time zaokružuje svoju zbirku fotografija europskih fotografa modernizma između dva rata. Iako je ovaj podatak

---

<sup>139</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 197.

<sup>140</sup> Susan Sontag, (bilj, 19), str. 92.

<sup>141</sup> Susan Sontag, (bilj, 19), str. 93.

značajan sam po sebi, smatra se kako je kolekcija MoMA-u koštala između 27 do 50 milijuna dolara. Iako cijena i dalje ostaje privatna, Department of Photography potvrđuje kako je nabavka bila dijelom kupovina, dijelom dar te da su neke fotografije iz muzejskoga inventara prodane kako bi se pomoglo u sakupljanju sredstava za ovu kolekciju.<sup>142</sup> Skupljanje fotografija Metropolitan Museum of Art, kroz godine uvjetuje očekivana donacija kolekcije Peter Gillmyr Company koja sadržava važne fotografije ranog 20. stoljeća te one iz 19. po čemu je bila najpoznatija. Godine 1998. Gillman iznenada umire od srčanog udara, a njegova obitelj otkriva kako je dužan preko 550 milijuna dolara, naspram vrijednosti 1,1 bilijuna dolara imovine te odlučuju da kolekcija neće biti darovana Metu nego stavljena na prodaju. Nakon produženih pregovora, 2005. godine, Met nabavlja 8500 radova, za još uvijek nepoznatu cijenu.<sup>143</sup> Gotovo odmah nakon što su Christie's i Sotheby's osvojili 10 godina dugu pravnu bitku za održavanjem aukcija u Francuskoj, u Parizu se 2002. godine održavaju prodaje 2. i 3. dijela Jamess kolekcije. 4300 ljudi pregledalo je obje prodaje, a dosegle su cijenu od 6,983,293 funte zajedno.<sup>144</sup> Kustosi i drugi reprezentativci muzeja često su posjećivali velike aukcije kako bi nabavili ikonične radove velikih imena 19. i 20. stoljeća. Postignute cijene na aukcijama ne samo da su uvažavale fotografiju kao veliku umjetničku formu modernoga doba, nego su također bile i indikacija institucijskih odluka o tome da se pasivno nabavljene fotografije iz ranoga i modernoga vremena pretvore u aktivno rastuće fotografske kolekcije.

Pri kraju 2005. godine na Christie's aukciji *Post-War and Contemporary Art*, fotografija Richarda Pincea *Untitled (Cowboy)* iz 1989. godine postaje prva fotografija koja se prodala za preko milijun dolara, točnije 1,248,00 dolara. Ovakva prodaja svjedočila je kako modernistička fotografija postaje dugoročno ulaganje, a u Londonu je 2007. godine u samo 2 dana, prodano preko 100 milijuna funti vrijedne suvremene umjetnosti.<sup>145</sup> Potražnja suvremene umjetnosti raste te ona postaje glavni pokretač cijeloga umjetničkog tržišta. Sama ideja umjetnosti se mijenja. Pogled da je suvremena umjetnost zabavna, perceptivno intenzivna i kontroverzna služilo ide u korist ideji da ju se identificira kao prihvatljiviju za mlađu publiku i novi val potencijalnih kolekcionara, a nove manifestacije suvremenog svijeta umjetnosti poput Frieze umjetničkog sajma u Londonu postale su događaji na kalendaru koji se ne smiju zaobići. Suvremenu fotografiju neki kritičari klasificiraju kao akademske slike svoga vremena,

---

<sup>142</sup> Thomas Walther Collection at MoMA New York: (<https://loeildelaphotographie.com/en/thomas-walther-collection-at-moma-new-york/> posjećeno 17. 06. 2021.)

<sup>143</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 197.

<sup>144</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 197.

<sup>145</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 205.

a fotografije velikog formata u boji, muzeji smatraju vrijednima jer mogu privući nove kupce i kolekcionare.<sup>146</sup>



Richard Prince, *Untitled (Cowboy)*, 1989. godina, fotografija, 127 x 177.8 cm, The Metropolitan Museum of Art

Svjetski rekord Pinceove fotografije obara se već iduće godine na aukciji *Photographs from the Collection of the Metropolitan Museum of Art*. Jedan od samo tri poznata printa Edwarda Steichena *The Poond, Moonrise* iz 1904. godine prodan je za 2,928,00 dolara. Nakon ove aukcije posvećene isključivo fotografijama, one se prodaju na aukcijama za suvremenu umjetnost, što govori o činjenici kako je fotografija priznata ne samo kao umjetnost, već kao jedna od vodećih u to vrijeme. Posljedično, novi svjetski rekordi stižu sve brže i brže. U Londonu 2007. godine, na Sotheby's aukciji *Contemporary Art* prodaje se fotografija Andreasa Gurskyja *99 cent II, Dyptych* iz 2001. godine za 3,346,456 dolara. Kasnije iste godine na Sotheby's aukciji *Contemporary Art* se ponovno prodaje Princeov *Untiteled (Cowboy)* za 3,401,00 dolara, a 2008. godine na Christie's aukciji *Post-War & Contemporary Art* u Londonu Gilbert & Georgeov print *To Her Majesty* i to za 3,767,198 dolara.<sup>147</sup> Ono najznačajnije u ovim prodajama je činjenica kako je prošlo gotovo cijelo stoljeće prije nego se Steicherova fotografija doživljavala kao umjetničko djelo, a Princeovom kauboju je za to trebalo samo 10 godina. Fotografije 19. stoljeća padaju sve više u zaborav, a najviše se trguje kasnim 20. stoljećem i to autorima poput Roberta Mapplethorpea, Stephena Shorea, Williama Egglestona

<sup>146</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 205.

<sup>147</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 205.-207.

radije nego Alfreda Stieglitza ili Paula Strandu.<sup>148</sup> I ne samo da je fotografija počela biti sve aktualnija, tržište se mijenja na ono koje je dizajnirano za mlade, u trendu sa svjetskim događajima.



Gilbert & George, *To Her Majesty*, 1942. godina, fotografija od 37 komada, 145 x 350 cm, privatno vlasništvo

Godine 2008. dolazi do financijskoga kraha. Usljedio je period eksperimentiranja uzrokovanog recesijom, a strategije koje se danas upotrebljavaju izlaze upravo iz ovoga nesigurnoga vremena. Godine 2009. ArtTactic identificirao je fotografiju kao jednu od najuspješnijih tržišta u zadnja dva desetljeća s povećanjem od 285% od 1993. do 2008. godine.<sup>149</sup> Iako se ponuda djela za prodaju u aukcijskim kućama znatno smanjila, samo nekoliko godina kasnije obara se novi rekord prodaje i to djela suvremenih umjetnika. Prva od njih bila je prodaja printa Cindy Sherman, pod nazivom *Untitled #96* iz 1981. godine na Christie's New York *Post-War and Contemporary Art* aukciji 2011. godine i to za 3,89 milijuna dolara, par mjeseci kasnije, print Andreasa Gurskyja *Rhein II* iz 1999. godine, također na Christie's *Post War Contemporary*, za 4,3 milijuna dolara.<sup>150</sup>

<sup>148</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 209.

<sup>149</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 211.

<sup>150</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 211.





Cindy Sherman, *Untitled Film Stills #96*, 1981. godina, fotografija, 61 x 121.9 cm, MoMA



Andreas Gursky, *99 Cent II, Dyptych*, 2001. godina, fotografija, privatno vlasništvo



Andreas Gursky, *The Rhine II*, 1999. godina, fotografija, 156.4 x 308.3 cm, Tate Museum

Mnogi će postaviti pitanje što je to što čini Gurskyjevu fotografiju toliko vrijednom, no bolje pitanje je *kako* umjetnik i njegova fotografija dosežu ovako visoku vrijednost? Jedan od odgovora leži u statusu koji je proizašao iz njegovog umjetničkog treninga, u ovom slučaju mentoriranje Berndta i Hilla Bechera te njegovo članstvo u Dusseldorfskoj školi. Osim toga još je jedan ogroman čimbenik bio njegov ekstenzivni životopis kojeg prikuplja putem mnogih internacionalnih izložbi, kako grupnih tako i samostalnih. No, najvažnije je postovječivanje sa statusom suvremene umjetnosti, a ne fotografskim profilom koji je još uvijek bio niže vrste u umjetničkom svijetu.<sup>151</sup> Od početka se svjedoči o velikoj vrijednosti njegovih fotografija na samostalnoj izložbi u MoMA-i 2001. godine kada se najjači radovi prodaju važnim kolekcijama. Osim Matthewa Marksa, reprezentiraju ga i Sprueth Magers, White Cube i Gagosian. Njegov profil na sekundarnom tržištu je također bezprijekoran te je on jedan od rijetkih fotografa čiji su se radovi redovito pojavljivali na prestižnim *Post-Ward and Contemporary Art* prodajama u Christie's-u, Sotheby's-u i Phillipsu. Print *Rhein II* prodan 2011. godine za 4,3 milijuna dolara jedan je od 6 komada, a MoMA, Pinakothek der Moderne, Tate Modern i Glenstone Collection imaju u svojim kolekcijama ostala 4, što znači ne samo da djelo ima oznaku muzejske umjetnosti, već da su samo dva preostala komada bila moguća za prodaju, a nedostatak u potražnji automatski diže cijenu. Djelo ima svu ozbiljnost visoke umjetnosti, posebno jer je stvoreno u studiju putem dugotrajnog procesa, a ne kratkom

---

<sup>151</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 211.

ekspozicijom na fotografskom aparatu. Sve regularnosti i savršenosti na fotografiji stvorene su digitalnom post-produkcijom, što ide u korist konceptualoj zamisli umjetnika.<sup>152</sup> *Rhein II* zapravo je slika stvorena putem fotografskog aparata.

Nakon financijske krize koja je uzdrmala i svijet i tržište umjetnina, ono pokazuje svoju otpornost unatoč svim preprekama. Oboreni su novi rekordi, a tržište fotografije u New Yorku se brzo oporavlja te prema zapisima iz 2013. godine stoji kako su se proljetne i jesenske aukcije kretale između 18 i 20 milijuna dolara od 2010. godine.<sup>153</sup> Najveća grupna prodaja do danas uslijedila je kasnih mjeseci 2014. godine, kada je kolekcija filantropista Howarda Steina stavljena na prodaju u Sotheby's York Avenue. Kolekcija pod nazivom *175 Masterworks to Celebrate 175 Years of Photography: Property of Joy of Giving Something Foundation* procijenjena je preprodajno za 13-20 milijuna dolara, a stvarna prodaja iznosila je 21,325,063 dolara. Aukcijska kuća Christie's 2011. godine šalje pismo pretplatnicima u kojima promovira svoje zadnje prodaje te navodi kako su kupci na zadnje tri fotografske aukcije bili iz preko 30 različitih zemalja. Geografsko širenje kupaca je direktni odraz internet aukcija i pojačane transparentnosti tržišta o kojem se može lako naučiti preko umjetničke baze podataka, te stranica poput Artsy-ja.<sup>154</sup>

Od početka fotografije sve do njezina uspona u svijet visoke umjetnosti jasno su se razlikovala tržišta umjetnina od tržišta fotografije, a isto tako umjetnici i fotografi. U suvremenom svijetu ova se distinkcija sve više briše. Prvi primjer je činjenica kako Photography i Contemporary Art odjeli u Christie's New York surađuju tako što se umjetnička fotografija koju katalogiziraju fotografski specijalisti, prodaje na suvremenom tržištu umjetnina, a oglašava se kod obje vrste klijenata.<sup>155</sup> Nije slučajnost da u vrijeme kada fotografi prestaju raspravljati je li fotografija umjetnost, nju takvom proziva široka javnost te ona silovito ulazi u muzejske prostore. Muzejsko prihvaćanje fotografije kao umjetnosti zaključna je pobjeda stoljetne kampanje modernog ukusa za otvorenom definicijom umjetnosti, za što je fotografija bila mnogo prikladnija nego slikarstvo.<sup>156</sup>

Ukus u fotografiji jest globalan, eklektičan i popustljiv, kako smatra Susan Sontag, što znači da na kraju mora zaniijekati granicu između dobrog i lošega ukusa. Zbog toga sve pokušaje

---

<sup>152</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 211.

<sup>153</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 211.

<sup>154</sup> Artsy je internetska stranica koja se zalaže za širenje tržišta umjetnina putem interneta, a podržava umjetnike i njihovu umjetnost diljem svijeta. Artsy je vodeće tržište umjetnina online. (<https://www.artsy.net/>)

<sup>155</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 212.

<sup>156</sup> Susan Sontag, (bilj, 19), str. 95.

fotografskih polemičara da stvore kanon po kojem se fotografija procjenjuje čini naivnima, a muzej igra ulogu u izjednačavanju svih fotografskih škola.<sup>157</sup> Većina umjetničkih djela uključujući i fotografije, poznata je iz fotografskih kopija i umjetničke aktivnosti kojw proizlaze iz modela fotografije. Vrsta ukusa nastala fotografskim ukusom preobrazila je tradicionalne umjetnosti i norme ukusa, uključujući i samo shvaćanje umjetničkog djela.<sup>158</sup> Umjetničko djelo sve manje ovisi o tome je li jedinstven, originalni predmet, a većina slikarskih djela danas teži kvaliteti predmeta koji se može reproducirati. Fotografije su postale značajno vodeće vizualno iskustvo, a danas postoje umjetnička djela stvorena kako bi ih se fotografiralo.<sup>159</sup>

#### **4.1. Navigacija tržištem**

Prema izvještaju iz 2015. godine Art Market Monitor of Artron, sakupljanje umjetnina u vrijednosti preko 20,000 dolara ne može biti smatrano "kupovinom iz strasti", a kolekcionarstvo ovog levela može formirati dio autentičnog financijskog portfolija.<sup>160</sup> Već sredinom 20. stoljeća tržište umjetnina se mijenja te postaje transparentno i korisno za sve nove kolekcionare i one koji to žele postati. Iako je specijalističko trgovanje umjetninama postalo jasnije nego ikad, i dalje postoji percepcija kako je komplicirano navigirati tržištem umjetničke fotografije te kako je upravo ono izgrađeno na nestabilnijim temeljima od onih koje to posjeduje tržište klasičnim umjetninama. Neki vjeruju da dobar print jednom kupljen može brzo izbljediti, a da su fotografije same po sebi lakše za lažirati. Ne postoji recept po kojem se može autentificirati koji je print lažan a koji original, kao i koji je vintage a koji moderni. Jedino što može pomoći je priprema i dublje poznavanje tržišta, određenog fotografa te trgovca s kojim se ulazi u prodaju.

Ono što je najvažnije pri ulasku na tržište, ne samo umjetničke fotografije već umjetnina općenito, iskustvo je stvarnoga objekta do kojega se dolazi izravnim putem, preko posjeta muzeju u kojem se nalazi djelo, trgovcu od kojega kupujemo ili aukcijske kuće prije nego je djelo prezentirano za prodaju. Ne samo da ne postoji vodič putem kojega se korak po korak može postati stručnjak na tržištu, nego pri kupovini umjetničke fotografije ne moramo ni

---

<sup>157</sup> Susan Sontag, (bilj, 19), str. 103.

<sup>158</sup> Susan Sontag, (bilj, 19), str. 106.

<sup>159</sup> Susan Sontag, (bilj, 19), str. 106.

<sup>160</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 54.

postati stučnjak kako bismo procijenili je li neka fotografija kopija ili original. Za takve stvari zadužene su osobe koje prodaju fotografiju, bio to trgovac, online prodavač, privatna osoba ili galerija. Oni se brinu za pribavljanje detaljnoga opisa fotografije i stanja u kojem se nalazi.<sup>161</sup> Ono za što je kupac zadužen provjera je uvjeta i pravila prodaje, čuvanje računa koji navodi sve detalje prodaje i fotografije kojom se trguje. Reprezentativci određenoga umjetnika prate prodaju njegovih djela na primarnom i sekundarnom tržištu, bio on živ ili nakon njegove smrti, te iako možda ne traže krivotvorene radove, streme prema čuvanju integriteta tržišta tako da ono direktno reflektira umjetnikove vlastite standarde za rad koji izlaže ili čini dostupnim za prodaju.<sup>162</sup> Pri ulaganju u nečiji rad, zlatno pravilo je kupovina djela određenoga umjetnika prije nego se pojavio na velikim izložbama, no ako se prodaje, to je dobro učiniti u vrijeme velike izložbe ili nakon nje, jer medijska pozornost dodaje na vrijednosti i umjetnikovoj reputaciji.<sup>163</sup> Ulaganje u umjetničku fotografiju nije nimalo iracionalnije od ulaganja u bilo koju drugu vrstu umjetnina, no ako ne znamo što radimo, možemo se opeći. U interesu je svih koji komercijalno rade s umjetničkom fotografijom zaštititi tržište, a kada se prijevara i dogodi, kupac neće izgubiti svoje novce ako je trgovao unutar legitimiziranog tržišta te mreže aukcijskih kuća, dilera i galerija koji posjeduju kredibilitet.

## 4.2. Vrijednost i autentifikacija

Za ono što fotografiju čini vrijednom nema čvrstih pravila, te kao i kod svega, postoje iznimke. Iako je rijetkost važan element u određivanju vrijednosti za većinu umjetničke fotografije, postoje neke koje nisu toliko rijetke, a i dalje se odlično prodaju te su se pokazale kao dobra investicija. Ekonomska vrijednost određena je simbličkom vrijednošću i obrnuto, kao što je to vidljivo kroz povijest tržišta. U evaluaciji vrijednosti fotografije iz bilo koje vremenske epohe, postoje pitanja koja su dobar vodič; koji je umjetnikov profil?, u kojim izložbama se pojavljivao?, u kojim knjigama je objavljen?, koje kolekcije imaju isti print kojega se želi nabaviti?, koje galerije su prezentirale rad u koji se ulaže?, koje galerije reprezentiraju ili su reprezentirale umjetnika?, za koju cijenu je djelo prodano na primarnom tržištu?, postoji li sekundarno tržište za djelo?<sup>164</sup> Prema tome, vrijednost djela proizlazi iz

---

<sup>161</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 26.

<sup>162</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 38.

<sup>163</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 58.

<sup>164</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 26.

njegovog simboličkog i ekonomskog statusa, kao i istog statusa umjetnika koji ga je stvorio, ne samo danas nego i s pogledom u budućnost prema onome koliko je zanimanje za autora i njegov rad. Niti jedan sustav umjetničkog svijeta ne može dati konkretnu vrijednost u bilo kojem smislu, već je proces postupan i konstantno se mijenja.

Tržište stvara hijerarhijsku skalu vrijednosti temeljenu na tome je li print vintage ili moderan, kakvo je stanje djela, koji je format, putem kojega procesa je stvoreno, ima li potpis, oznaka i slično. Ako postoji velika razlika u cijenama iste fotografije ali dva različita printa, to ovisi o stanju u kojem je print te je samo stanje neizmjerljivo važno za vrijednost. Ako ne postoje netaknuti printevi određene fotografije, moguće je da kolekcionar stavi najveću cijenu na onaj print koji je u najboljem stanju iako je u lošijem stanju od onoga što bi inače smatrao prihvatljivim.<sup>165</sup> Postoje i velike razlike u vrijednosti različitih radova istoga fotografa. Mnogi su popularni umjetnički fotografi zadnjeg stoljeća bili zaposleni i kao komercijalni fotografi, te osim što su stvarali osobne radove, fotografirali su modne kampanje, portrete ili krajolike za različite klijente, poput Wolfganga Tillmansa.<sup>166</sup> Tržište više cijeni radove koji su neovisni, dakle oni koji su nastali kao osobni projekti određenoga fotografa, a ne komisijski radovi za kompanije, časopise i slično. Hijerarhija radova određenoga umjetnika konstruira se s vremenom, a umjetnika se kroz vrijeme najviše identificira s njegovom *signature* fotografijom<sup>167</sup>. Najvrjednije fotografije u portfoliju umjetnika biti će one za koje je osvojio nagrade, koje se nalaze u sklopu dobro poznate kolekcije ili one koje su se pojavile na naslovnici knjige.<sup>168</sup>

Kada govorimo o kriterijima autentifikacije na tržištu umjetničke fotografije, oni postaju sve jači i oštriji, upravo iz razloga što je u opticaju sve veća količina novaca, te zbog toga što se putem ovoga gradi daljnje povjerenje u tržište. Jedan primjer skandala koji se dogodio uslijed kupovine lažnih printeva Man Raya pokazuje kako se nakon svake nepravilnosti kriteriji za autentifikaciju još više povise, a tržište pokaže svoju otpornost. Kolekcionar Werner Bokelberg je tijekom 1990-ih godina kupio 78 krivotvorena printeva Man Raya u vrijednosti preko 1,8 milijuna funti od čovjeka imenom Benjamin Walter, što je u krugovima umjetničke fotografije već samo po sebi dosta sumnjivo. Walter je tvrdio kako je njegov otac poznao Man Raya te da mu je on poklanjao svoje fotografije, a da je one koje na

---

<sup>165</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 34.

<sup>166</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 34.

<sup>167</sup> *Signature*- eng.potpis; signature ili "potpisna" fotografija je najznačajnija i najpopularnija fotografija koju je jedan umjetnički fotograf stvorio

<sup>168</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 34.

sebi imaju pečat iz Man Rayevog studija autenticirao cijenjeni francuski stručnjak Gerarda Levy. Kada je MoMA uzimala u obzir izlaganje djela Bokelbergove kolekcije za iduću izložbu, kustosica Maria Morris Hambourg je primijetila kako neki printevi na pozadini imaju Agfa logo. Kasnije je Agfa firma potvrdila da je takav fotografski papir došao u proizvodnju tek između 1992. i 1993. godine. Nagodba se dogodila izvan suda 1997. godine kada je Walter vratio milijun funti u zamjenu za printeve kojima sudbina do danas ostaje nepoznata, a s obzirom da nisu pokrenuti nikakvi kriminalistički postupci, nije poznato kako su krivotvorine nastale.<sup>169</sup> No, ovo nisu jedina djela podvrgnuta sumnji. Jedan od umjetnikovih bivših asistenata optužen je za autentifikaciju neobilježenih Man Ray printeva tako što im je lupao originalne pečate koje je imao u svom posjedstvu. Man Ray bio je poznat po tome što je u svoj studio puštao svakoga, a osim toga nije vadio negative iz printera te se 1993. godine kada u Centre Pompidou ulazi njegova kolekcija, primjećuje da neki negativni nedostaju. Iako je pitanje gdje su ti negativni danas, situacija s upravljanjem njegove imovine se značajno promijenila. Man Ray Trust upravlja njegovim nasljedstvom, specijalisti u Centre Pompidou nadziru tržište u slučaju ako se pojave printevi s tih negativa, a i sam proces analize fotografskoga papira je danas postao standardna praksa.<sup>170</sup> S obzirom da stručnjaci nisu odmah identificirali da je riječ o lažnjacima, kako možemo vjerovati tržištu kada su stručnjaci pogriješili? Problem je bio u tome što je Bokelberg kupovao u tajnosti od osobe koju nije poznavao i bio uvjeren od te iste osobe da do zadnjega dana ne daje radove na autentifikaciju, a osim toga nije htio da bilo tko zna da on kupuje vintage Man Ray printeve. U srpnju 2000. godine Bokelberg prodaje ostatak svoje kolekcije, no ovaj puta naučen iskustvom, na pravi način. Posrednik prodaje bio je diler visokoga tržišta rane fotografije Hans P. Kraus, a posredstvo nekog ovako uvaženoga u svijetu umjetnosti garantiralo je autentifikaciju radova koji su se prodali i to za cifru između 10 i 15 milijuna funti.<sup>171</sup> Ovaj skandal ne samo da nije destabilizirao tržište, već je ono ojačalo, pa tako samo dvije godine nakon incidenta, Man Rayeva fotografija *Glass Tears* iz 1932. godine postaje najskuplja fotografija ikad prodana, za 1,3 milijuna funti, a Peter MacGill koji je posredovao prodaju zaposlio je čak tri vanjska stručnjaka kako bi autenticirali rad.<sup>172</sup> Incidenti poput ovoga pojačavaju regulacije, a pojačane regulacije ponovno vraćaju vjeru u tržište.

Razvojem tehnologije u proteklim godinama pojavile su se nove napredne tehnike u autentifikaciji izvornosti fotografija. The Getty Conservation Institute u Californiji jedan je od

---

<sup>169</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 45.

<sup>170</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 45.

<sup>171</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 47.

<sup>172</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 47.

vodećih instituta u primjeni tehnološke povijesti umjetnosti pri autentificiranju fotografija. Putem RTG tehnologije mogu identificirati kemijski sastav fotografije, a da ne dotiču površinu printa. Osim toga, razvili su i prijenosni laboratorij ovakve vrste koji uključuje spektrometar i digitalni mikroskop, a u suradnji s National Science and Media Museum Velike Britanije, 2000. godine pregledali su neke od najranijih fotografija na svijetu, uključujući i one Josepha Nicéphore Niepca. Među otkrivenim pronalascima, jedna slika na metalnoj ploči nastala je putem fotografskog procesa za koji ne postoji ni jedan drugi primjer iste vrste.<sup>173</sup>

Osim autentifikacije pojedinih fotografija putem tehničkih procesa, autentifikacija cijene za koju je određena fotografija prodana odvija se putem baze podataka tržišta te legitimnosti i kredibiliteta prodavatelja i kupaca. Na trenutnim internetskim stranicama stoji kako je fotografija Petera Lika pod nazivom *Phantom* iz 2013. godine najskuplja fotografija ikad prodana i to za 6,5 milijuna dolara.<sup>174</sup> Godine 2015. Likovu prijevaru razotkrio je New York Times. Jedine galerije koje su kupile Likove fotografije su galerije koje pripadaju Peteru Liku. Jedini dokazi prodaje i postignutih cijena dolaze iz novinarske objave iz ureda Petera Lika. Jedini dokaz da je fotografija unikat također dolazi od Petera Lika. Fotografiji nije potvrđena vrijednost bilo koje stvarne strukture umjetničkog svijeta. Jedna od uloga sustava svijeta umjetnosti je identificirati i osigurati visoku vizualnu kulturu koja se lako može razlikovati od navodnih prodaja, tako što stvara simboličku i ekonomsku vrijednost utemeljenu na fotografovom porijeklu, ovisno o tome koja galerija je izlagala djela, stavila ih u svoju kolekciju ili pisala o njima. Ako je odgovor MoMA ili Tokyo Art Museum i slično, onda djelo posjeduje kredibilitet.<sup>175</sup> Peter Lik dobro je upoznat s činjenicom da ekonomska vrijednost diže simboličku i obrnuto, no sve dok se kulturalni status *Phantom* djela ne digne na razinu ekosistema svijeta umjetnosti, ostaje nepriznat te služi kao primjer funkcioniranja sustava tržišta umjetničke fotografije.

### 4.3. Vintage i moderni printevi

Riječ print u novim kolekcionarima izaziva sumnju iz razloga što vjeruju kako su printevi reprodukcije originalnih fotografija uvaženoga umjetnika, kao neki koji se mogu kupiti

---

<sup>173</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 47.

<sup>174</sup> Sarah Cascone, 'New York Times' Exposes Peter Lik Photography Scheme: <https://news.artnet.com/market/new-york-times-exposes-peter-lik-photography-scheme-264858> posjećeno 19. 05. 2021.)

<sup>175</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 42.



na internetskim stranicama niske vrijednosti. No, ako se trguje na legitimnim mjestima, print označava stvarnu fotografiju te tako pri prodaji na velikim aukcijama u opisu djela neće pisati "fotografija", već srebrni print, print u boji ili slično. Opisom printa kojom je fotografija nastala pokušava se objasniti proces nastanka, a to također utječe na vrijednost koja joj je pripisana, te se sugerira kako skuplji proces vjerojatno za sobom povlači bolju estetiku i ulaganje u rad.<sup>176</sup> U ovom smislu, print će se katalogizirati kao jedinstven objekt, čak i ako postoji više komada. Razlog tome je povijest svakoga objekta, njegove oznake i potpisi, pa čak i okvir u kojem se nalazi. Osim toga, ne postoje dva fotografska printa koja su identična, niti postoji originalni print jer je nemoguće procijeniti koji je od printeva prvi nastao. Može biti slučaj da je samo jedan od pet printeva u odličnom stanju te se onda putem očuvanosti dodaje i vrijednost.<sup>177</sup>

Razlika između vintage i modernog printa je jedna od najvažnijih razlika pri trgovanju umjetničkom fotografijom, jer to je, također, bitan čimbenik u određivanju vrijednosti. Print se smatra vintage izdanjem ako je printan preko negativa ili digitalnog oblika u vremenu kada je fotograf stvorio negativ. Primjerice, ako se fotografiranje dogodilo 1920. godine, a print je nastao 1930. godine, onda se generalno smatra da je vintage izdanje. No, ako je print negativa nastao 1990., onda je to moderni print. Između modernih i vintage printeva postoje i period printevi koji označavaju one printeve koji su nastali kasno ali nisu vintage.<sup>178</sup> Hijerarhija vrijednosti stavljena na printeve jednog umjetnika temeljena je na blizini njegovog djelovanja, prema tome, printevi koji su nastali bliže vremenu u kojem je originalno fotografiranje nastalo, najbolje odražavaju viziju umjetnika te su prema tome vrijedniji, iako vintage printevi uopće ne moraju biti umjetnikovi. Jednako kao što zgradu pripisujemo dizajneru koji ju je osmislio, bez zanimanja tko ju je zidao, isto je s fotografijama i printevima koji nisu djelo samog umjetnika.<sup>179</sup>

Iako nije ustanovljeno tko je smislio ideju modernoga printa, smatra se kako je galerist Julien Levy ideju dobio od Paula Nadara, sina fotografa Nadara koji je prodavao printeve očevih negativa kada je preuzeo obiteljski posao nakon očeve smrti. U Julien Levy Gallery, moderni printevi s negativa bili su dostupni za prodaju već rane 1930. godine. I dok su se vintage printevi prodavali za puno veću svotu, moderni printevi bili su dostupniji kupcima po manjoj cijeni, kao primjerice moderni print Nadara za 10 dolara. Prema tome, generalna definicija modernoga printa je print nastao s negativa puno kasnije nego što je fotograf stvorio

---

<sup>176</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 26.

<sup>177</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 30.

<sup>178</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 28.

<sup>179</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 28.

sliku, a papir na koji je printan kompletno je drugačiji od onog korištenoga za vintage print istoga motiva, godinama ranije.<sup>180</sup>

Razlika između modernoga i vintage printa može se identificirati putem papira na kojem je fotografija printana. Ako pri osvjetljavanju svjetlom u tamnoj sobi svijetli florescentno, velika je vjerojatnost da je print vintage, no ipak samo vjerojatnost jer su papiri poput ovih došli na zapad nešto kasnije.<sup>181</sup> Pri kupovini printa od priznatoga trgovca, galerije ili posrednika, kupac se ne mora brinuti za taj dio, jer to obavlja osoba ili institucija od koje se djelo nabavlja. Iako se intuitivno nameće da je vintage print veće vrijednosti zbog svoje starosti, pa tako i manje količine printeva istog subjekta, to nije uvijek tako. Moderni print u besprijekornom stanju, s pečatom studija i s potpisom umjetnika puno je vrijedniji od vintage printa koji nema bilo kakve oznake na sebi.<sup>182</sup> No, ovo također ovisi i o tome tko je autor te o svim ostalim već spomenutim kriterijima koji služe u vrjednovanju umjetničke fotografije.

#### 4.4. Negativi

Iako mnogi smatraju da je fotografija po svojoj definiciji mnogostruka, upravo zbog postojanja negativa, postoje fotografske tehnike i procesi poput polaroida, dagerotipa, tinitipa i slično koji daju direktan pozitiv, pa je, prema tome, fotografija jedinstvena i nemoguća za reprodukciju. U ovakvim procesima ne postoje negativni. Problem na kojega nailaze novi kolekcionari koji su još uvijek nedovoljno upoznati s tržištem je upravo ideja negativa kao jedinstvenog, ako negativ u nekom procesu uopće i postoji, te je pitanje treba li se fotografijom onda trgovati u negativima. Razvojem tržišta 1970-ih godina te pojavom fotografije kao nove forme kolekcionarskoga objekta, ideja je bila što više približiti fotografiju tradicionalnim formama umjetnosti, u ovom slučaju slikarstvu. Upravo zbog toga tržište je favoriziralo printeve ili pozitive koji više sliče slikama, dok negativni više sliče dokumentima. Nikada nije ni postojao prijedlog da bi se moglo trgovati negativima, niti su oni ikada spadali u ideju onoga kako slika treba izgledati.<sup>183</sup> S obzirom na to da je tržište umjetničke fotografije svoje temelje podiglo na starijem i priznatijem tržištu slikarstva i grafike, logičan redoslijed razmišljanja o ideji sakupljanja negativa je jednak ideji da se sakupljaju kiparski kalupi a ne skulptura. Na

---

<sup>180</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 30.

<sup>181</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 30.

<sup>182</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 30.

<sup>183</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 30.

tržištu umjetnina postoji iznimka za svako pravilo te se tako neki negativni mogu izlagati, trgovati i skupljati kao umjetnička fotografija. Postoje čak i cijela tržišta posvećena negativima kalotipa ili negativima na papiru iz 19. stoljeća.<sup>184</sup>

Ono što nove kolekcionare najviše plaši kod ulaganja u fotografiju je briga hoće li njihovim postojećim printevima pasti vrijednost ako se iz negativa naprave novi. Odgovor za ovo je ne, jer tržište nije oslabljeno putem pojave novoga formata. Tržište koje bi bilo destabilizirano na ovaj način ne bi se moglo uopće zvati tržištem. Novi print koji je nastao od postojećega negativa ušao bi u hijerarhijski sustav printeva istoga fotografa te bi bio vrjednovan kao najnoviji print te fotografije. To bi zapravo značilo da bi imao vrijednost, ali ne veću ili istu poput onoga starijega printa koji je nastao nekoliko godina nakon što se fotografiranje dogodilo.<sup>185</sup> Situacija u kojoj nastanu novi moderni printevi, u boji, skupljih procesa, na boljim papirima i većega formata, također neće dovesti u pitanje vrijednost vintage printa. Ako se fotografije određenoga umjetnika printaju nakon njegove smrti, znači da je potražnja i dalje visoka, no to diže i vrijednost vintage printevima, tako da svaki novi print iz negativa radije diže nego spušta vrijednost samih starijih izdanja printeva te ojačava tržište određenog umjetnika.<sup>186</sup>

#### 4.5. Izdanja

Po svojoj definiciji, izdanje su printevi s negativa ili digitalne datoteke koji su ograničeni na određeni broj. Printevi određenoga izdanja se podudaraju po formatu, potpisu, oznakama te brojevima izdanja (npr. 44/100).<sup>187</sup> Prvi fotograf koji je producirao radove u ograničenim izdanjima bio je Edward Weston. Od 1920. do 1936. godine Weston je izdavao printeve u određenom broju te čuvao detaljne zapise koliko komada kojih negativa je proizvodio. Većinom su bili ograničeni na 50 komada te ih je printao kako je dobivao narudžbe za prodaju ili za izložbe te publikacije. Danas se od jednog njegovog negativa koji je nastao za vrijeme njegovog života ne može naći više od 10 komada, bez obzira što ih je printao 50 po

---

<sup>184</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 30.

<sup>185</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 32.

<sup>186</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 32.

<sup>187</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 34.

izdanju. To mu automatski diže vrijednost, jer s obzirom da potražnja printeva nije bila velika za vrijeme njegovog života, danas im to ide u korist.<sup>188</sup>

Broj ograničenih izdanja ovisi o umjetniku ili njegovoj agenciji koja ga reprezentira i izbacuje printeve na tržište. Cindy Sherman izbacuje izdanja od 10 komada. Ovakav mali broj izdanja je dio dobrog marketinškog trika koji razumije da je nedostatak odnosno manjak printeva na tržištu ono što diže potražnju pa time i cijenu. Iako printevi Cindy Sherman dolaze po vrlo skupoj cijeni, što se njezin ugled, tj simbolički status bude više dizao, to će i cijena njezinih radova, pa posjedovanje printa s njezinim potpisom značiti dobru investiciju od koje se može još više zaraditi jednom kada ona postane još poznatija. Također je moguće umjesto velikih formata originalnih printeva kupiti ona manja izdanja, no takva investicija se ne isplati dugoročno iz razloga što printevi manjih dimenzija rijetko da će cijenom rasti na tržištu dok god ima printeva velikih dimenzija kako je to originalno zamislio umjetnik ili njegovi reprezentativci.<sup>189</sup> Ako je izdano 100 komada jednog izdanja printeva, vrijednost je ista za 1/100 i za 99/100, te jednako tako, ako print ima na poleđini oznaku A.P. (artist's proof), jednake je vrijednosti kao i svi ostali u izdanju. Termin A.P. nastao je kroz praksu u kojima su umjetnici izdavali printeve ograničenih izdanja te je jedan s tom oznakom ostajao njima. Danas i ovi printevi odlaze direktno na tržište te ih obično bude najviše 2 komada. Dobro pravilo pri kupovini printeva koji dolaze u ograničenim izdanjima je kupovina preko komercijalnoga dileru ili galerista. Pojam *step-pricing* ili *graduated pricing* odnosi se na metodu prema kojoj cijena printeva raste ovisno o tome kolika je potražnja. Tako osoba koja kupi jedan od prvih printeva, ne samo da ga dobije po nižoj cijeni jer se potražnja još nije razvila, nego može i više zaraditi ako dođe do toga da printevi postanu jako popularni te se njihova vrijednost na tržištu znatno poveća.<sup>190</sup>

Prije Photo Booma, nepoznato je koliko je printeva koje fotografije nastalo, niti koliko ih je ostalo u opticaju tržištem. Prije nego što se počela koristiti baza podataka tržišta umjetnina, dileri i kolekcionari oslanjali su se na svoje poznavanje tržišta te su tako procjenjivali rijetkost određene fotografije. Danas svatko može potražiti ove informacije putem baze podataka na internetu, jer kao što je već spomenuto, tržište je postalo transparentnije nego ikada kako bi se ojačalo i pružilo prilike novim kolekcionarima da izgrade povjerenje u njega.<sup>191</sup> Ako se određeno djelo pojavilo samo nekoliko puta na aukcijama nakon što su se počeli bilježiti

---

<sup>188</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 34.

<sup>189</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 36.

<sup>190</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 58.

<sup>191</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 36.

podatci prodaja na tržištu, ono se može procijeniti kao rijetko. Neke aukcijske kuće istražuju fotografije nastale prije Photo Booma još i dalje, kontaktirajući dilere i konzultirajući se s njima oko toga jesu li možda vidjeli koji print slike ranije u opticaju. I dok nove kolekcionare može plašiti činjenica da će vrijednost njihovih vintage printeva opasti u trenutku ako se pronađu nova izdanja, nastala prije Photo Booma, važno je za naglasiti kako prije Photo Booma nije bilo razloga printati u velikim količinama. Tržište funkcionira tako što su ovakve informacije poznate i dostupne onima koji u sklopu njega rade i trguju te je tako jasno da za svaki negativ postoji prirodan broj printeva koji se izdao i ovisi o tome kome su se ti printevi prodavali i zašto, bilo to za publikacije u časopisima, izložbe ili slično. I dok je rijetkost jedan od najvažnijih čimbenika u cijeni umjetničke fotografije, želja za ikoničnim djelom uvijek premašuje rijetkost.<sup>192</sup>

Jedan od odličnih primjera kako tržište radi i u svrhu zaštite interesa kupaca i umjetnika ili njegovih reprezentativaca koji djeluju nakon njegove smrti, proizlazi iz slučaja Williama Egglestona. Jedan od najvećih kolekcionara Egglestonove fotografije Jonathan Sobel bio je iznimno zabrinut za smanjenje vrijednosti printeva u njegovom vlasništvu, toliko da 2012. godine pokreće tužbu protiv umjetnika i njegove zaklade. Ovo se dogodilo nakon što je Eggleston zaklada autorizirala nove printeve 36 njegovih fotografija u velikim formatima kako bi se prodale na Christie's aukciji, a sav novac je išao Eggleston Artistic Trust.<sup>193</sup> Iz razloga što je prodaja nadmašila očekivani iznos za duplo, Sobel je podigao tužbu koja bi zabranila da se izdaju novi printevi Egglestonovih djela, jer kako je smatrao, to bi oštetilo tržište i spustilo vrijednost postojećih printeva. U ožujku 2012. godine njegov je prigovor odbacio Američki sud na temeljima da se novi printevi razlikuju po veličini, koriste drugačiji proces izrade, te su izdani u različito vrijeme, pa kao takvi ne mogu dovesti pitanje starija izdanja ili im srušiti cijenu. Većina živućih umjetnika zarađuje samo dio od originalne prodaje koja se odvija na primarnom tržištu i ako bi im se zabranilo izdavanje novih printeva starih radova, ne bi mogli živjeti od svoje umjetnosti.<sup>194</sup> A što se tiče kolekcionara, kako je već potvrđeno kroz gore navedene stavke, nova izdanja ne samo da neće srušiti cijenu starim printevima, već će se cijena podići jer je potražnja skočila.

---

<sup>192</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 36.

<sup>193</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 51.

<sup>194</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 51.

#### 4.6. Copyright (autorska prava)

Kupovina fotografije jednaka je kupovini bilo kojeg drugog medija tradicionalne umjetnosti. Nove kolekcionare iznimno buni mogućnost reprodukcije, copyrighta ili autorskih prava, misleći da kupovinom fotografije kupuju i sva autorska prava koja su za nju vezana, ali to nije tako. Kupovinom fotografije kupuje se objekt kao takav i ništa više, a autorska prava ostaju u vlasništvu fotografa ili njegove zaklade tj. agencije koja ga reprezentira. Ako kolekcionar ipak želi kupiti sva autorska prava na određenu fotografiju, za to postoji određena procedura i cijena oko koje se treba konzultirati s umjetnikom ili njegovom zakladom. Primjerice, ako se fotografija želi koristiti kao naslovnica knjige, to će koštati puno više nego da ju se stavi kao jednu od ilustracija na unutarnjim stranicama, a osim toga potrebno je dati zasluge autoru ispod reprodukcije ako se slika koristi na ovaj način.<sup>195</sup> Osobe koje posjeduju autorska prava, bile to zaklade, reprezentativci ili sam umjetnik, imaju jako rigidna pravila u slučaju da se autorska prava prekrše te za ista slijede i velike novčane kazne. Ovim putem ne samo da se želi sačuvati prihod koji dolazi od prodaje, nego i sam integritet i ugled umjetnika.

Jednom kupljena fotografija je u vlasništvu kupca. Ona nije autorovo vlasništvo, pa čak i ako umjetnik doživi bankrot, on nema pravo na print koji je u vlasništvu određenoga kolekcionara. Ako se kupuje od galerije, umjetnik dobiva određeni postotak prodaje, a ako se kupuje preko aukcije, a umjetnik je još uvijek živ, mali dio poreza odlazi njemu. No ako baš dođe do situacije u kojoj umjetnik ili njegovi reprezentativci žele zabraniti prodaju određenog djela, njegov vlasnik ne može učiniti ništa drugo nego krenuti u sudski postupak koji bi vjerojatno naštetio vrijednosti djela o kojem je riječ.<sup>196</sup>

#### 4.7. Analiza tržišta

Kao i kod svakog tržišta, postoje određeni faktori koji su u igri i na tržištu umjetničke fotografije. Dugoročni potezi i dobit ne mogu reći ništa o kratkoročnim ulaganjima jer ne mogu svi zadržati svoju investiciju 30 godina. A nešto što se danas čini kao solidna investicija, kroz godine može smekšati. Postoje mjehurići na tržištu jednako kao i korekcije, a samo zato što određeno tržište izgleda snažno, ne znači da će svi objekti kojima se trguje jednako dobro proći.

---

<sup>195</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 38-40.

<sup>196</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 40.

Mali broj glavnih igrača će biti odgovorni za većinu vrijednosti koja dominira tržištem, a tržište nižih vrijednosti se nekada može pokazati kao potencijalno dobro u trenutku kada cjelokupno tržište izgubi povjerenje u neke vrjednije posjede.<sup>197</sup> I iako neki smatraju da je ulaganje u umjetnost jednako kao ulaganje u dionice, analiza tržišta umjetnina upravo želi dokazati suprotno. Divljenje i vrjednovanje umjetnosti i poznavanje tržišta umjetnina nisu dva suprotna polja, nego baš naprotiv, ona su sukladna i idu jedno s drugime. Svo istraživanje usmjereno prema tome kako bi se što bolje upoznala ekonomska vrijednost djela u kojeg se želi uložiti jednako je istraživanju kojem bi se posvetili kada bi to djelo vrjednovali i cijenili kao umjetničko djelo samo po sebi.

Ogromnim porastom zanimanja za umjetničku fotografiju kao kolekcionarski predmet u zadnjoj četvrtini 20. stoljeća, ona postaje vrijedna investicija. Prema aukcijskom specijalistu Stuartu Alexanderu, između 1975. i 1991. godine, cijene umjetničke fotografije povećale su se za 680%.<sup>198</sup> Print Julie Margaret Cameron, *Portrait Study of a Child (Kate Keown)* koji je 1978. godine prodan kolekcionaru Paulu F. Walteru za 600 funti, 2001. godine na aukciji Sotheby's London dostiže cijenu od 174,000 funti, a 2014. u New Yorku se prodaje za 371,889 funti. Već do 2005. godine, cijene sa šest znamenki postaju biti normalna pojavnost na aukcijama, a fotografije Andreasa Gurskyja koje su na njegovoj prvoj samostalnoj izložbi u Matthew Marks Gallery prodane za 20,000 dolara, 2004. godine se prodaju za 200,000 dolara.<sup>199</sup> Ovakve informacije, analize i mišljenja stručnjaka uvelike koriste povjerenju u tržište umjetničke fotografije i demonstriraju veliki potencijal tržišta kao alternativnog ulaganja. I s obzirom da je danas tržište jasnije i transparentnije nego ikada, moguće je pratiti široki raspon podataka: nastup jednog printa na tržištu, nastup grupe printeva, komparativnih procjena fotografija i drugih umjetničkih medija kao i praćenje povećanja cijena u prodaji i potražnji. Godine 2007. Jeffrey Boloten iz ArtInsight Ltd izjavio je kako je fotografija povećala vrijednost brže nego iti jedan drugi segment umjetničkog tržišta kroz zadnjih 15 godina.<sup>200</sup> Nakon financijske krize 2008. godine, tržište umjetničke fotografije pokazalo je svoju otpornost, te u samo tri naredne godine oborena su dva svjetska rekorda koja su izravan pokazatelj promjene paradigme u novom stoljeću i to po pitanju vrijednosti i prepoznatljivosti, kako vintage fotografija, tako i ovih novijih, suvremenijih radova. Važno je pratiti analizu tržišta, no ne samo onu koja se pojavljuje na naslovnica u vijestima. Generalna miskoncepcija je ta po kojoj se vjeruje kako

---

<sup>197</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 74.

<sup>198</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 72.

<sup>199</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 76.

<sup>200</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 72.

danas neke fotografije koje vrijede ekvivalentu kuće, 70-ih su se godina mogle kupiti za par stotina dolara. No je li to stvarno tako? Colnaghi & Co., priznati trgovci umjetnina u Londonu, održali su aukciju 1976. godine pod nazivom Photography: The First Eight Years. Iako je većina cijena sadržavala samo tri znamenke, preko 100 parcela od sveukupno 431 držale su cijenu od četiri znamenke, sedam objekata po pet figura, a neki su čak imali i natpis 'Cijena na upit'.<sup>201</sup> Fotografski ilustrirana knjiga Photographic Views of the Sherman Campaign (New York, 1866.) autora Georgea N. Barnarda koja sadržava 61 originalnu fotografiju koštala je 22,000 dolara. U kontekstu, prosječna plaća u SAD-u 1975. godine bila je 12,686 dolara, a cijena kuće 48,000 dolara.<sup>202</sup>



Julia Margaret Cameron, *Portrait Study of a Child (Kate Keown)*, 1869. godina, fotografija, 34 x 27 cm, Victoria & Albert Museum

Izvješća o tržištu umjetnina danas su najvažniji izvor putem kojeg se može doći do podataka prodaja i toga kako tržište funkcionira. Jedno od ovih izvješća iz 2017. godine navodi kako je vrijednost globalnih aukcija utemeljenih na najjačim aukcijskim kućama; Christie's, Sotheby's i Philips iznosila 14.9 milijuna dolara, s porastom na tržištu lijepih umjetnosti od

---

<sup>201</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 72.

<sup>202</sup> Editors of My Budget 360, Comparing the Cost of Living between 1975 and 2015: You Are Being Lied and Fooled When It Comes to Inflation Data and the Cost of Living: (<http://www.mybudget360.com/cost-of-living-compare-1975-2015-inflation-price-changes-history/> posjećeno 21. 05. 2021.)



291% od 2000. do 2006. godine.<sup>203</sup> Godine 2015., Artprice izvješće navodi kako je tržište umjetnina demonstriralo zrelost kao pravi alternativni način ulaganja. Većinski dio ovog porasta može se zahvaliti velikoj eksploziji koja se dogodila prilikom otvaranja novih muzeja i to čak više njih između 2000. i 2014. godine nego u zadnja dva stoljeća, a svaki je trebao svoju kolekciju.<sup>204</sup> Umjetnička fotografija zaslužna je za između 30 do 50 milijuna dolara vrijednosti tržišta, a glavni vodič tržišta fotografije je suvremena umjetnost čija je vrijednost tržišta porasla za 1 bilijun dolara u zadnjih 10 godina.<sup>205</sup> Svjetski rekordi prodaje fotografija događaju se na poslijeratnim aukcijama i aukcijama za suvremenu umjetnost. Prema izvješću iz 2010. godine, fotografija na tržištu suvremene umjetnosti zauzima samo 7% totalne zarade, a prema Artprice izvješću iz 2015. godine, samo se nekolicina fotografija prodaje za preko milijun dolara godišnje, konkretno 7 komada 2015. godine, dok je preko 85% parcela procijenjeno na manje od 10,000 dolara, a pola od zarade koja se dogodila 2015. godine dolazi od strane 10 umjetnika koji imaju iznimno jaku marketinšku moć i snažno tržište.<sup>206</sup> Prema istom izvješću navodi se kako je tržište za mlađe živuće umjetnike diktiraju glavni tržišni igrači, a to su trgovci Larry Gagosian i Charles Saatchi.<sup>207</sup> Ovaj podatak ne indicira kako je tržište mlađih umjetnika nestabilno, već demonstrira ekspanziju i rast ekonomske i simboličke vrijednosti određenoga umjetnika i njegovoga rada u trenutku ako ti radovi završe u kolekciji jednoga od spomenutih kraljeva tržišta.

Navedene statistike daju uvid u tržište, no valja naglasiti da se podatci tržišta umjetnina temelje na rezultatima aukcija izostavljajući time galerijske prodaje, s obzirom da su aukcije u javnoj, a galerije u privatnoj domeni prodaje. Zbog toga postoji jaz vrijednosti tržišta umjetničke fotografije kojega je procijenio još jedan od vodećih dilera Howard Greenberg, a iznosi 100 milijuna početkom novoga stoljeća te nedavnih analiza koje iznose oko 50 milijuna za vrijeme dobre godine. Sve cijene koje se pojavljuju u tržišnim izvješćima generiraju baze podataka koje zahvaćaju velike aukcijske prodaje te su tako glavni izvor kvantitativne analize tržišta.<sup>208</sup> Kada iskorištavamo izvješća tržišta umjetnina i tržišta fotografije kao podsektora, važno je uzeti u obzir način na koji ova izvješća tumače tržište. Od 2009. godine ArtTactic vodi takozvana sigurnosna ispitivanja na tržištu fotografije. Analiza se temelji na barometru

---

<sup>203</sup> Thierry Ehrmann, Editorial by Thierry Ehrmann, Founder and CEO of Artprice.com: (<https://www.artprice.com/artprice-reports/the-art-market-in-2017/editorial-by-thierry-ehrmann-founder-and-ceo-of-artprice-com> posjećeno 21. 05. 2021.)

<sup>204</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 74.

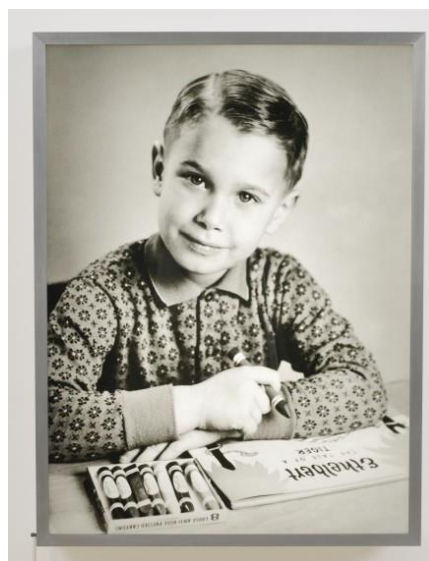
<sup>205</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 74.

<sup>206</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 74.

<sup>207</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 74.

<sup>208</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 76.

rizika koji procjenjuje level rizika prema vintage, modernim i suvremenim segmentima fotografskih tržišta te onoga dijela koji se tiče individualnih umjetnika. Ova izvješća iznose podatke o dugoročnim, srednjim i kratkoročnim procjenama i sigurnosti u segmente tržišta, te za individualne umjetnike, a neprocjenjiva su prognoza za kolekcionare i dilere.<sup>209</sup> Razlike u cijenama diktira više sektor tržišta nego povijesno umjetnička kategorizacija. Najskuplja fotografija do danas pripada Andreasu Gurskyju, *Rhein II*, iz 1999. godine, prodana na Christie's New York *Post War and Contemporary* aukciji 2011. godine za 4,3 milijuna dolara. No, priznanje za najskuplju fotografiju pridodano je i Jeffu Koonsu i njegovoj fotografiji *The New Jeff Koons* iz 1980. godine koja je prodana na Sotheby's aukciji *Contemporary Art* u New Yorku za 9,405,000 dolara.<sup>210</sup> Ono što čini razliku je činjenica kako je Gursky umjetnički fotograf, a Koons konceptualni umjetnik koji upotrebljava fotografiju kao umjetnost. Ovu distinkciju povlači takozvana izborna jedinica suvremenog svijeta umjetnosti. Jasno je za zaključiti da ćemo s obzirom na cijene koje vladaju tržištem suvremene umjetnosti, i takvih razmjera, doživjeti prodaju jednoga djela suvremene umjetnosti u vrijednosti od bilijun dolara, jer suvremeni umjetnici ne žele biti vezani za sektor tržišta čija rekordna prodaja nije prešla 5 milijuna dolara.<sup>211</sup>



Jeff Koons, *The New Jeff Koons*, 1980. godina, fotografija, privatno vlasništvo

---

<sup>209</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 76.

<sup>210</sup> Sotheby's: <https://www.sothebys.com/en/auctions/ecatalogue/2013/may-2013-contemporary-evening-n08991/lot.9.html> (posjećeno 25. 05. 2021.)

<sup>211</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 78.

Praćenje napretka i promjena u tržištu može se postići i putem praćenja isključivo jedne fotografije. Jedna od takvih je Ansel Adamsov *Moonrise, Hernandez, New Mexico* iz 1941. godine i pravi je primjer koji pokazuje kako tržište fotografije kroz godine raste. Kao u slučaju Andreasa Gurskyja koji svojim dobrim primarnim i sekundarnim tržištem zarađuje titulu umjetničkog fotografa čija fotografija je do sada najskuplje prodana, veliki broj čimbenika utjecao je na popularnost Adamsove fotografije. *Moonrise* je mogla biti kupljena prije Photo Booma koji se dogodio 1950-ih godina, a moderni print iste fotografije oglašavao se u jednom od najpopularnijih magazina tada, *Aperture*, i to za 6 dolara s porezom. Helen Gee koja je tada radila u Limelight Gallery prisjeća se kako ju je prodavala za 25 dolara. Neki podatci o prodaji navode kako je fotografijom trgovano 1971. godine za 150 dolara, a 1972. u Witkin Gallery je koštala 200 dolara. Godine 1979. print fotografije nalazio se u *The Photograph Collector's Guide* te se prodavao za 7500 dolara, a Kaspar Fleischmann navodi kako je pri otvorenju galerije u Zurichu 1979. godine, *Moonrise* bila najskuplja fotografija na svijetu po cijeni od 20,000 dolara.<sup>212</sup> Već iduće godine, veliki format istog printa dosegao je cijenu od 71,000 dolara. Vicki Goldberg koja je pisala za *New York Times* 1993. godine navodi kako je print skočio sa 1200 na 16,500 dolara u samo dvije godine između 1977. i 1979. godine, pao na 5500 dolara 1982. godine te se kasnije podigao na cijenu od 20,000 dolara 1991. godine.<sup>213</sup> Print 40 x 50 cm koji je printan 1959. godine, pa strogo govoreći nije vintage, ali je rani print, prodan je na Christie's New York aukciji 1999. godine za 36,650 dolara, a 2006. se prodaje za 609,600 dolara.<sup>214</sup> Ako pogledamo povijest Adamsove *Moonrise* i skok u cijeni koju je doživjela u samo 35 godina, sa 150 dolara na 600,000, podatci su dobar pokazatelj zdravlja tržišta umjetničke fotografije.

Rezultati aukcija 2007. i 2009. godine svjedoče o negativnom udaru ekonomske krize na tržište umjetničke fotografije, no kriza iz 2008. godine čak pozitivno utječe na tržište. Gubitci koji su ostvareni na polju fotografije relativno su maleni za razliku od tržišta suvremene umjetnosti, iako razlog bila manja generalna vrijednost tržišta umjetničke fotografije. Kao što je već spomenuto, analiza tržišta umjetnina rijetko ide ispod prodaja s naslovnice, što fotografiji daje dodatan vjetar u leđa. Prema ArtTactic, tijekom druge polovice 2010. godine, njujorške proljetne i jesenske aukcije fotografije donjele su zaradu između 16 i 21 milijun dolara.<sup>215</sup> Cijene postignute u narednim godinama govore o trendu koji samo sve više raste: 32 milijuna

---

<sup>212</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 78.

<sup>213</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 78.

<sup>214</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 78.

<sup>215</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 83.

u proljeće 2013. godine, 59 milijuna dolara sve skupa i to na proljetnim i jesenskim aukcijama 2014. godine.<sup>216</sup> No, kako bi zaista shvatili što se događa na tržištu iznimno je važno, posebno za nove kolekcionare, pratiti detalje prodaja, a ne samo ono što se nalazi na naslovnica. Kao i sa svakim tržištem, niti jedan algoritam ne može sigurno i pouzdano predvidjeti vrijednost određenog objekta u budućnosti, no zbog toga ne treba odbaciti analize tržišta, jer one služe kako bi formirale mišljenje javnosti i onoga što je trenutno trend i što se prodaje. Jednako kao što nesigurnost izaziva još nesigurnosti, ove analize su važne jer pokazuju rezultate pouzdanja u tržište što generira samo još više pouzdanja.

## 5. Digitalna umjetnost i promjena paradigme

Umjetnička fotografija pravi je primjer uspjeha online tržišta. Prema podacima iz 2017. godine, online prodaje dosegle su 3,75 milijuna dolara u 2006. godini, što čini porast od 15% naspram 2015. godine. Online tržište zauzima 8,4% udjela u cjelokupnom tržištu, a u istom izvješću, Heritage Auctions navodi kako 2016. godine čak 41% njihovih prodaja ide preko interneta.<sup>217</sup> Hiscox izvješće navodi da 2013. godine, 37% kolekcionara kupuje fotografije online, što pokazuje veliko povjerenje u trgovanje putem pod sektora tržišta umjetnina. Nakon prvotnog nepovjerenja u sustav, aukcijske kuće su danas potpuno prihvatile mogućnosti interneta, a na njihovim stranicama moguće je pronaći kataloge izložbi za aukcije koje se događaju u stvarnom vremenu, iznjeti ponudu u stvarnom vremenu te čak postoje i prodaje koje se vrše isključivo online. Prema Hiscox izvješću iz 2017. godine, vodeće aukcijske kuće Christie's, Sotheby's i Heritage Auctions, zajedno su generirale prodaju od 720 milijuna dolara putem online tržišta, a posebno vrijedi naglasiti kako je online prodaja skočila za 84% u Christie's aukcijskoj kući usporedno s godinom prije.<sup>218</sup> Online trgovanje umjetninama dopušta i prodavačima i kupcima djelovanje na globalnom tržištu gdje god jesu na svijetu dok god imaju pristup internetu. Danas većina kolekcionara objavljuje svoje kolekcije na internetu te organiziraju online izložbe koje sadrže i cijene za svako djelo. Sukladno tome, postoje agencije poput Magnum Photos i Getty Images Gallery čije internetske stranice nude veliki raspon slika različitih formata i printeva, kako modernih tako i vintage izdanja. Najveća zabrinutost oko online kupovine je nemogućnost pregleda radova u živo kako bi se kupac uvjerio da je print u

---

<sup>216</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 83.

<sup>217</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 60.

<sup>218</sup> Juliet Hacking, (bilj, 39), str. 83.

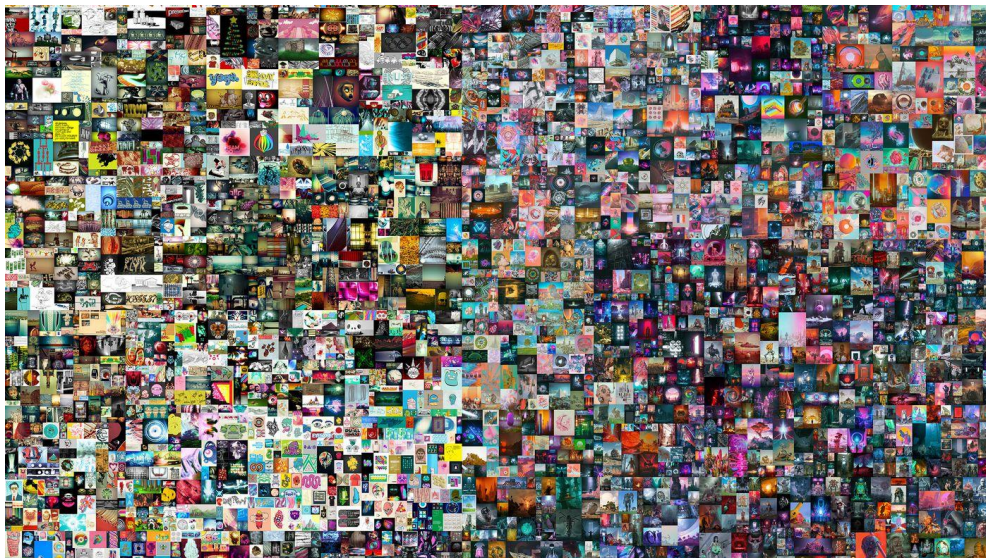
dobrom stanju. Zbog toga je, prije kupovine, iznimno važno od prodavača zatražiti što više detaljnih fotografija samog printa.

Stanje printa određene fotografije, originalnost, datacija, kvaliteta materijala, autentifikacija te generalna zabrinutost za to hoće li print izbljediti jednom kada ga se kupi i izloži u okvir samo su neki od problema s kojima se fotografija suočavala od vremena svog nastanka. U 21. stoljeću većina fotografa više ne fotografira analognim fotoaparatom što ima prednosti ali i mane. Umjesto role filma koja se navija u analogni fotoaparat te nudi samo 35 kadrova, današnji digitalni fotoaparati i memorijske kartice koje pohranjuju digitalni zapis, omogućavaju zapis tisuće fotografija. Razvoj programa poput Adobe Photoshopa i Adobe Lightrooma zamjenjuju crnu komoru za izrađivanje filma te omogućavaju fotografima da svoje fotografije izmjenjuju i uređuju putem klika kompjuterskim mišem. Najveći problem s kojim se susreću fotografi u digitalnome svijetu je plagijarizam ili krađa rada. Preko stranica poput 500px, ViewBug, GuruShots, pa čak i Instagram ili Facebook, moguće je spremiti fotografiju u dobroj rezoluciji te ju predstaviti kao svoj rad. Iako se sve više razvijaju tehnologije i internetske stranice putem kojih se može pratiti krađa digitalnih fotografija, još uvijek se događaju slučajevi u kojima fotografi pronalaze svoje fotografije u časopisima ili na plakatima za reklame, bez potpisa autora i novčane naknade za korištenje. Osim toga, digitalne fotografije gube na vrijednosti zato što ih je moguće reproducirati beskonačno puta, a s obzirom da nisu na papiru koji može odrediti vrijeme printanja, nemoguće je odgonetnuti koja reprodukcija na kojoj internetskoj stranici je bila prva. Iznimno je teško dokazati originalnost rada ako se on nalazi u digitalnom obliku.

U zadnjih par godina ova se paradigma počinje mijenjati. Prije par mjeseci, u veljači 2021.godine, putem interneta prodana je digitalna sličica mačke koja se miče pod nazivom *Nyan Cat* za 631,875 dolara. Vijesti o novom načinu prodaje digitalnih dobara eksplodirale su kada je na Christie's online aukciji prodana kolekcija digitalnih fotografija za 69,346,250 dolara. Otvaraju se novi načini trgovanja koji odgovaraju na stanje svijeta te psihologiju današnjih ljudi i vremena u kojem živimo.



Sara June, *Nyan Cat*, 2011. godina, GIF



Mike Winkelmann (Beeple), *Everydays: The First 5000 Days*, 2021. godina, kolaž digitalnih fotografija

## 5.1. NFT; što je i kako funkcionira

Za razliku od poznatih novčanih valuta poput eura i dolara, koje stvara banka, kriptovalute<sup>219</sup> kao Bitcoin, već su godinama poznate te nude ljudima nov način upravljanja svojim fondovima. Tradicionalne su banke centralizirane, upravljaju inflacijom vrijednosti

---

<sup>219</sup> Kriptovalute su virtualne ili digitalne valute koje postoje samo online. Nije ih izdala niti ih nadzire centralizirana banka, a putem njih se može platiti sve što se kupuje preko interneta. Iako nisu novac u tradicionalnom smislu riječi mogu biti kupljene ili prodane za tradicionalne valute poput eura ili dolara.

određene valute te zbog toga ljudi sve manje i manje vjeruju da će banke zaista čuvati njihov novac. Kriptovalute poput Bitcoina ne posjeduju centralnu banku, a prema statistikama provedenim u zadnjih par godina, smatra se kako će svi Bitcoin novčići biti sakupljeni do 2140. godine, njih sve skupa 21 milijun što ih čini konačnim, pa je tako nemoguća inflacija vrijednosti. Bitcoin se koristi u svrhu plaćanja putem digitalnog novčanika koji je vezan za digitalni ključ. Ako nema centralizacije i banke koja sudjeluje kao posrednik svake transakcije, tko provjerava jesu li one legitimne? Odgovor na to je, svi ljudi na svijetu koji se bave sakupljanjem Bitcoina.

Ako želim kupiti vazu od prijateljice koja košta 500 kuna, karticom joj prebacujem sredstva tj. 500 kuna na račun. Moja banka kao posrednik pregledava imam li dovoljno sredstava na računu kako bi transakcija prošla. U slučaju da imam, transakcija prolazi te moja banka s mog bankovnog računa oduzima 500 kuna i uplaćuje mojoj prijateljici na njezin račun, a pritom još uzima proviziju oko 2,50 kune ako su nam računi u različitim bankama. Trgovanje putem kriptovaluta miče posrednika, što znači ako želim kupiti vazu od prijateljice za 5 Bitcoina, prije nego transakcija prođe, kompjuteri svih ljudi na svijetu koji imaju program za rudarenje<sup>220</sup> provjeravaju imam li ja dovoljno kripto sredstava u svom digitalnom novčaniku. Ako je odgovor da, transakcija prolazi, ali umjesto u spisima moje banke i banke moje prijateljice, transakcija se bilježi na javnom internetskom zapisu koji je otvorenog tipa i kojem svi mogu pristupiti- *blockchain*. *Blockchain* je internetski zapis svih transakcija, svih ljudi na svijetu koji trguju bilo kojim dobrom putem kriptovaluta od početka do kraja interneta. Kompjuteri odobravaju je li transakcija valjana i legitima rješavanjem algoritama o prodajama. Putem ovog procesa rudarenja sakupljaju se novi Bitcoin novčići koje *blockchain* uplaćuje na račun svih ljudi na svijetu čiji kompjuteri vrte algoritme.

Kao što je već spomenuto, Bitcoin novčića ima 21 milijun iako nisu svi izrudareni odnosno skupljeni do sada. Svi su isti, kao svakih 5 kuna u kovanicama. Nemoguće je raspoznati koji je koji što nije ni bitno jer to nije njegova funkcija. Na drugu stranu postoji nešto što se naziva NFT. Skraćenica NFT u engleskom jeziku stoji za izraz „Non-Fungible Token”. Riječ „fungible” koristi se u ekonomiji te ima konkretno određeno značenje, a u

---

<sup>220</sup> Rudarenje- naziv za sakupljanje Bitcoin novčića ili novčića neke druge kriptovalute. Kada se događa kupovina preko *blockchain* javnog zapisa na internetu, kompjuteri provjeravaju ima li kupac dovoljno sredstava za kupovinu. Od njegove kupovine odlama se 0,000001 frakcija novčića i svi kompjuteri na svijetu koji prate transakciju mogu prikupiti tu frakciju. Zato se rudarenje odvija u sitnim frakcijama koje zbrajanjem u digitalnom novčaniku nakon jednog perioda mogu postići vrijednost od 1 Bitcoina (ili više) koji u vrijeme pisanja ovog rada (lipanj 2021.) košta 224,457,95 kuna

najjednostavnijim terminima može se svesti na „replacabe” odnosno zamjenjivo, pa bi tako skraćunica NFT značila „nezamjenjivi token”. Sve u našoj ekonomiji je ili zamjenjivo ili nezamjenjivo. Ako pogledmo majicu koju trenutno nosimo svjesni smo da vjerojatno postoji još barem stotinu istih, no naša majica nam je jedinstvena i nezamjenjiva jer je dugo s nama i posjeduje određenu emocionalnu vrijednost. Isto tako je s *Mona Lisom*, jedna je jedina na svijetu, prema tome, ona je nezamjenjiva i posjeduje ogromnu vrijednost. Ono što razlikuje NFT od Bitcoina je to što NFT nije kripto valuta te što je Bitcoina 21 milijun istih a NFT-a iako može biti puno, svaki je jedinstven i nezamjenjiv jer je vezan uz jedinstveni digitalni kod. Što to znači za digitalnu fotografiju?

Kao što je već spomenuto, fotografi se danas susreću s krađom radova jer je digitalne fotografije lako spremi s internetske stranice na kojima su objavljene i predstaviti kao svoj rad. NFT dozvoljava svim digitalnim umjetnicima, bilo da su oni fotografi, glazbenici, ilustratori ili slično, da svoja digitalna umjetnička djela vežu uz određeni kod na internetu koji je unikatan- nezamjenjiv. Nemoguće ga je umnožiti, lažirati ili ukrasti. Digitalna umjetnost vezana uz ovaj kod postaje nezamjenjivi token. Internetska stranica pod nazivom Open Sea nudi digitalnim umjetnicima mogućnost kreiranja korisničkog račun i digitalnog koda koji veže jedan ili više digitalnih radova spremnih za prodaju na digitalnom tržištu. Osim umjetnicima, stranice poput Open Sea nude mogućnosti i potencijalnim kolekcionarima jer mogu pregledati na tisuće digitalnih dobara svaki dan iz udobnosti svoga doma. *Blockchain* ne zanima čime se trguje. Jedino važno u transakciji je podatak ima li osoba dovoljno kripto sredstava u svom digitalnom novčaniku da može kupiti naumljeno, bila to fotografija, pjesma ili bilo što drugo. Ako posjeduje dovoljno sredstava transakcija prolazi, ako ne, transakcija se odbija i sve kupoprodajne informacije ostaju pohranjene na *blockchain* kojem svi na svijetu imaju pristup. I kao što je *Mona Lisa* jedna jedina i nezamjenjiva, osoba koja kupi digitalnu umjetnost kao NFT posjeduje token za kojeg je vezana fotografija, video ili nešto slično te token ne može zamjeniti za drugi token kao što se jedan Bitcoin može zamjeniti za drugi. Može ga samo preprodati i upravo tu se događa preokret tržišta koji ide pod ruku umjetnicima. Kao što je već spomenuto, tržište umjetnina se dijeli na primarno i sekundarno; primarno je ono koje prodaje umjetninu prvi puta, čim ona izađe iz studija, a umjetnik dobiva određeni postotak od prodaje, te sekundarno u kojem kolekcionari i trgovci preprodaju djela, no autor više od toga nema nikakve zarade. Na intenetkim stranicama poput Open Sea autor sam kreira korisnički račun i sam prodaje svoju umjetnost te se ukida posredstvo galerije ili reprezentativca koji ga zastupaju i prodaje njegove radove, a osim toga, prodavanje umjetnosti kao NFT-a nudi autorima



moćnost da od svake nove preprodaje njihovog rada zarade 10% vrijednosti za koju je taj rad prodan. Još jedna prednost trgovanja na ovaj način je digitalni novčanik. Jedan od najboljih naziva se MetaMask te omogućava korisnicima da trguju putem digitalnog koda, a ne podataka koji se nalaze na tradicionalnim kreditnim karticama koje je lako hakirati. Na ovaj način zaštićena je privatnost osobe koja kupuje ili prodaje digitalnu umjetnost. Digitalni novčanik na MetaMask računu vezan je također uz određeni kod, a pristupiti mu se može samo putem inkripcijskog ključa od 12 riječi. Nije vezan za ime, niti adresu, niti išta u materijalnome svijetu, što znači dok god je vijeka i interneta zarađeni prihod od preprodaje digitalne umjetnosti sjeda na taj račun.

Mogli bi se pitati zašto netko želi kupiti pomičnu sličicu mačke za preko 600,000 dolara kada istu tu sličicu može vidjeti na internetu. Odgovor je promjena u percepciji vrijednosti koju je uvjetovao tehnološki napredak. Ljudska psihologija je oduvijek dominirala u pripisivanju vrijednosti stvarima koje po sebi nemaju vrijednost, a glavni primjer je naša majica. Čak i ako se pokida, a stvarno smo ju voljeli, biti će nam žao, ali kupiti ćemo novu jer: je koštala 100 kuna i nije bila tako velika investicija i jer vjerojatno ima još takvih na svijetu iako smo joj pridodali emocionalnu vrijednost, pa će više taj gubitak utjecati na nas nego onaj novčani. Od početka tržišta umjetnina ljudi su bili ti koji su određivali vrijednost umjetnosti, a vrijednost je rasla kao i cijena zbog popularnosti umjetnika i njegove mogućnosti zadržavanja razine kreativnosti i originalnosti. Kada spojimo i simboličku i materijalnu vrijednost umjetnosti kao značaja napretka kulture i vremena u kojem je nastala sa vrijednošću koju pridodajemo nečemu samo zato što je jedno takvo na svijetu, dobijemo digitalno tržište na kojem se prodaje sličica mačke za preko 600 tisuća dolara. Cijena joj je tako visoka jer je bila popularna 2011. godine na stranici poznatoj kao Tumblr te jer je vezivanjem za digitalni kod postala NFT i sada je jedina takva na svijetu- nezamjenjivi original. Ljudi žele imati nešto što je nezamjenjivo i jedinstveno. Takvi smo. Želimo nešto što nitko drugi nema i spremni smo za to dati neizmjernu količinu novaca. No, tako je tržište oduvijek i funkcioniralo. Trgovanjem NFT-ima putem *blockchain* sustava i kriptovaluta najviše koristi donosi umjetnicima jer ih ogrlašuje od plagijata, donosi im konstantnu zaradu na sekundarnom tržištu te se ukida reprezentacija galerije. Samim time umjetnici koji su tek u zaćecima karijere imaju više mogućnosti probiti se tržištu koje je jednako novo kao i njihova karijera, naspram tradicionalnog tržišta kojim dominiraju poznati umjetnici i iznimno je teško ući u sustav reprezentacije galerije. Pojam "one-man-team" dobiva novu dimenziju, a umjetnici upravljaju svojom umjetnošću i žive od nje u punom smislu.

Osim umjetnicima, ovakvo tržište otvara mogućnosti alternativnih investicija i za potencijalne ulagače jer dok je većini ljudi zaista teško shvatiti kako funkcionira burza i koje dionice su vrijedne ulaganja, investiranje u umjetnost na ovaj način ne samo da je zabavno i jednostavno već je i početno ulaganje u nepoznate umjetnike znatno manje, a cijena im može naglo rasti. Osim toga, rudarenjem kompjuter doslovno sakuplja Bitcoine, a kompjuteri koji obavljaju ove funkcije mogu se regulirati putem aplikacija na mobitelu, što znači ako se kompjuter ugasi ili program zahtjeva ponovno pokretanje, lako ga je namjestiti putem mobilne aplikacije. Početni kapital za ulazak u svijet rudarenja 2003. godine bio je iznimno nizak, pa se rudariti moglo preko slabijih kompjutera. Za svaki proces verifikacije transakcije koja ide preko *blockchain* sustava, kompjuteru je trebalo 10 minuta. Kako je sve više kompjutera i transakcija sve je veći broj algoritama koji rade, što automatski produljuje vrijeme i zahtjeva iznimno snažne kompjutere koji mogu obavljati ovakav napor. No, jednom uloženi novac u kompjutersku opremu moguće je "otplatiti" za oko 2 mjeseca sa prikupljenim Bitcoinima. Ako ovo tržište nastavi ići uzlaznom putanjom kako je krenulo, investicije u digitalna dobra možda postanu najbolji alternativni izvor zarade.<sup>221</sup>

## 5.2. NFT; praktični primjer

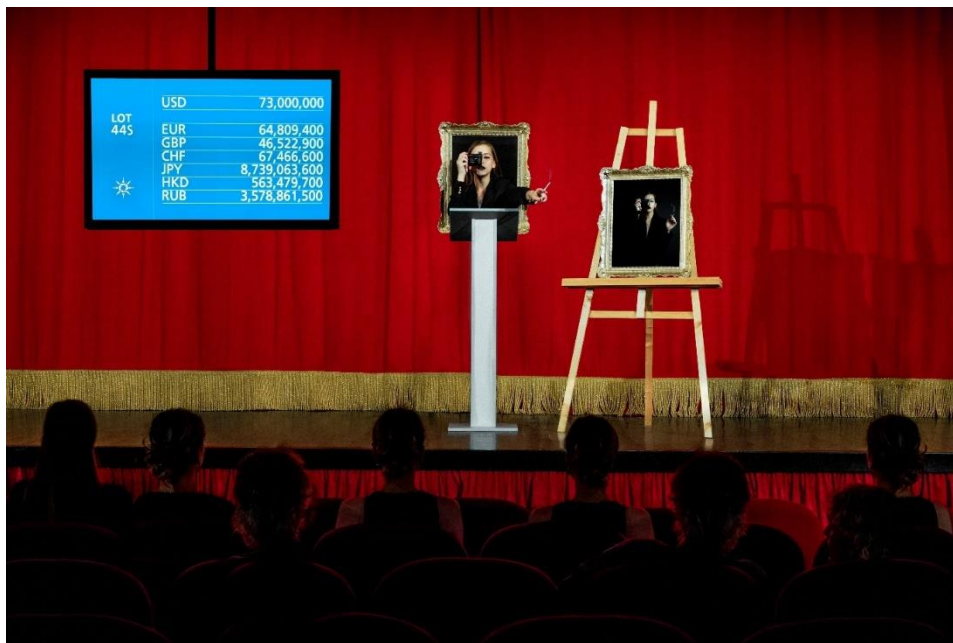
Uvijek vjerovala kako sam dobila najbolje od oba svijeta. Nakon završene umjetničke škole u Osijeku gdje sam stekla tehničke vještine u crtanju, slikanju, kiparstvu i dizajnu, upisala sam studij povijesti umjetnosti u Rijeci te putem predavanja istančala svoj ukus i izoštrila oko kako bih mogla primjeniti teoriju u praksi. Fotografijom se bavim od 2010. godine, a kroz godine se ona razvijala. Teme na fotografijama su se mijenjale kao i stil uređivanja i prezentiranja, no suština je uvijek ostala ista- prenošenje ideje u vizualno, razmišljanje kroz kadrove. Pišući ovaj rad došla sam na ideju praktične primjene svega što sam do sada naučila te sam stvorila svoj prvi NFT koji je dostupan za prodaju. Od 2016. godine osim što sam fotograf odlučila sam postati i svoj model. Kroz godine postala sam i svoja šminkerica, frizerka, stilistica, osoba koja izrađuje rekvizite i pronalazi lokacije, a od ovog trenutka i svoj menadžer i marketinški zastupnik jer mi nove tehnologije to omogućavaju.

---

<sup>221</sup> Sve informacije prikupljene su putem mjeseci istraživanja o kriptovalutama, NFT-ima i kripto-svijetu radi osobnog interesa i iskorištavanja potencijala novog tržišta u osobne svrhe, pa s toga ne mogu konkretizirati s koje stranice sam što naučila. Popis internetskih stranica koje sam koristila pri stjecanju znanja i razumjevanja teme nalaze se u popisu literature.

Fotografija priložena ispod sastoji se od 18 fotografija spojenih u jednu, a predstavlja koncept fotografije koja prodaje sama sebe, ideja koju sam dobila nakon što sam se odlučila prijaviti na Open Sea i prodavati svoje fotografije kao NFT-e. Iako sam radnju smjestila u tradicionalni prostor Gradskog kazališta Joza Ivakić u Vinkovcima kojem se neizmjereno zahvaljujem na pomoći za realizaciju rada, ostatak koncepta aludira na ne tako tradicionalnu ideju. Ostatak je u očima promatrača.

Posjet Open Sea stranici preko koje se može kupiti ova digitalna fotografija nalazi se na priloženom linku: [PARTS OF THE SUN](#)



Stella Mešić, *A Photograph Selling Itself*, 2021. godina, auto-portretna fotografija, fotomontaža, 70 x 50 cm

## 6. Zaključak

Pitanje je li fotografija umjetnost navodi na krivi put. Fotografija nije umjetnički oblik kako smatra Sontag, ona je poput jezika, medij u kojem se stvaraju umjetnička djela. Ona je podhvat drukčijeg reda jer ima specifičnu sposobnost da sve svoje sadržaje pretvori u umjetnička djela. Činjenica da fotografija navješćuje i stvara nove ambicije u umjetnosti nadilazi pitanje je li ona umjetnost ili ne. Fotografija ide u smjeru preobražavanja umjetnosti u meta-umjetnost ili medije, jer dok su tradicionalne umjetnosti elitističke naravi zato što njihov karakter zahtjeva hijerarhiju, mediji su demokratski i cijeli svijet im je materijal što slabi ulogu konkretnog proizvođača. Oni koji žele investirati u umjetnost samo zbog profita, možda bolje da pronađu neku drugu alternativu ulaganja s obzirom da su koristi ulaganja u umjetnost često, dugo vremena neopipljivi. Kao kod ulaganja u bilo što drugo, kada ne znamo što bi kupili, najbolji odgovor je da kupimo ono što volimo. Kako je već spomenuto, ukus u fotografiji globalan je, eklektičan i popustljiv, a kanoni za vrednovanje ne postoje u smislu u kojem je to slučaj s tradicionalnim umjetnostima. I iako postoje analize tržišta koje ukazuju na nadolazeće trendove i mogu potencijalno predvidjeti budućnost koju će ostvariti fotografije određenih umjetnika, svaka pretpostavka kao i samo tržište je nepredvidljiva. Nešto što danas vrijedi milijune sutra može izgubiti na vrijednosti i to ne samo u pod sektoru tržišta umjetničke fotografije, već na cijelom tržištu. Digitalno doba otvara nova vrata mladim umjetnicima, a njegove napredne tehnologije stvaraju novu paradigmu tržišta koja je tek u nastajanju, ona o kojoj će se tek moći govoriti s određenim vremenskim odmakom. Bila ona umjetnost ili ne te bila ona digitalna ili materijalna, za one koji u njoj zaista uživaju, umjetnička fotografija vrijedna je investicija ako volimo ono što kupujemo.

## 7. Popis literature

1. Barbara Isenberg, Photography: A Guy Who's Sharply Focused: (<https://www.latimes.com/archives/la-xpm-1994-12-11-ca-7737-story.html> posjećeno 17. 06. 2021.)
2. Charles Budelaire, Le public moderne et la photographie: (<https://journals.openedition.org/etudesphotographiques/185> posjećeno 10. 06. 2021.)
3. Clement Greenberg, Four Photographers: (<https://www.nybooks.com/articles/1964/01/23/four-photographers/> posjećeno 17. 06. 2021.)
4. Darius A. Spieth, Art Markets: (<https://www.oxfordartonline.com/page/art-markets> posjećeno: 10. 05. 2021.)
5. Editors of My Budget 360, Comparing the Cost of Living between 1975 and 2015: You Are Being Lied and Fooled When It Comes to Inflation Data and the Cost of Living: (<http://www.mybudget360.com/cost-of-living-compare-1975-2015-inflation-price-changes-history/> posjećeno 21. 05. 2021.)
6. Gisele Freneud, Photography & Society, Boston, 1980.
7. Gunila Knape, The Last Interview by Gunilla Knape / Hasselblad Center (Eng), (Intervju s Christerom Stromholmom) ( <http://stromholm.com/texts/> posjećeno 15. 06. 2021.)
8. Jeremy R. Howard, Art Market: (<https://www.britannica.com/topic/art-market> posjećeno: 10. 05. 2021.)
9. Juliet Hacking, Photography and the Art Market (Kindle edition), London, 2018.
10. Miško Šuvaković, Pojmovnik suvremene umjetnosti, Zagreb, 2005.
11. Paul Lowe, 1001 Photographs You Must See Before You Die, London, 2017.
12. Roland Barthes, Camera Lucida, Reflections on Photography, translated by Richard Howard, pdf
13. Sarah Cascone, 'New York Times' Exposes Peter Lik Photography Scheme: (<https://news.artnet.com/market/new-york-times-exposes-peter-lik-photography-scheme-264858> posjećeno 19. 05. 2021.)
14. Susan Sontag, O fotografiji, Osijek, 2017.

15. Souren Milikian, Early Photos Appeal to Modern Buyers: Shedding Light On the Lost Past: (<https://www.nytimes.com/1999/11/06/style/IHT-early-photos-appeal-to-modern-buyers-shedding-light-on-the-lost.html> posjećeno 17. 06. 2021.)
16. Thomas Walter Collection at MoMA New York, (<https://loeildelaphotographie.com/en/thomas-walther-collection-at-moma-new-york/> posjećeno 17. 06. 2021.)
17. Thierry Ehrmann, Editorial by Thierry Ehrmann, Founder and CEO of Artprice.com: (<https://www.artprice.com/artprice-reports/the-art-market-in-2017/editorial-by-thierry-ehrmann-founder-and-ceo-of-artprice-com> posjećeno 21. 05. 2021.)
18. Vilem Flusser, Towards a Philosophy of Photography, London, 1991.
19. W. Janson i Anthony F. Janson, Povijest umjetnosti (dopunjeno izdanje: Radovan Ivančević), Varaždin 2013.

### **Popis internetskih stranica za NTF i kriptovalute**

1. <https://www.theverge.com/2021/3/11/22325054/beeples-christies-nft-sale-cost-everydays-69-million>
2. <https://www.theverge.com/22310188/nft-explainer-what-is-blockchain-crypto-art-faq>
3. <https://www.forbes.com/advisor/investing/nft-non-fungible-token/>
4. <https://www.bbc.com/news/technology-56371912>
5. <https://www.creativebloq.com/features/what-are-nfts>
6. <https://ethereum.org/en/nft/>
7. <https://www.cnn.com/2021/03/17/business/what-is-nft-meaning-fe-series/index.html>
8. <https://www.investopedia.com/non-fungible-tokens-nft-5115211>
9. <https://www.investopedia.com/terms/b/bitcoin.asp>
10. <https://www.forbes.com/advisor/investing/what-is-bitcoin/>
11. [https://www.youtube.com/watch?v=W15A7Lf0\\_fl&t=445s](https://www.youtube.com/watch?v=W15A7Lf0_fl&t=445s)
12. <https://www.youtube.com/watch?v=L-Qhv8kLESY>
13. <https://www.youtube.com/watch?v=YVgfHZMFFFQ>
14. <https://www.youtube.com/watch?v=Oz9zw7-vhM>
15. <https://www.youtube.com/watch?v=gDAZZfGRBeE>
16. [https://www.youtube.com/watch?v=zpROwouRo\\_M](https://www.youtube.com/watch?v=zpROwouRo_M)
17. <https://crypto.com/nft>
18. <https://coinmarketcap.com/view/collectibles-nfts/>

19. <https://www.cnbc.com/2021/06/15/nft-price-crash-what-next-for-digital-collectibles.html>