

Opis bibliograficzny: Jan Maria Jackowski, *Fotografia jako towar (rozważania wstępne)*, "Foto", 1985, nr 4, s. 99-100

Uwagi: tekst nieedytowany

Słowa kluczowe: fotografia artystyczna, fotografik, obieg komercyjny fotografii

Tekst:

Określenie całościowego obiegu fotografii w Polsce jest zagadnieniem złożonym i zarysowanie klarownego obrazu sytuacji wymagałoby obszernych, interdyscyplinarnych studiów i przekraczałoby ramy jednego artykułu problemowego. "Fotografia jako towar" jest próbą spojrzenia na komercyjną fotografię artystyczną, tzn. fotografię rozumianą jako dzieło sztuki.

Śledząc powojenne dzieje fotografii artystycznej w Polsce można odnieść wrażenie, że nie potrafiła się ona nigdy oderwać od plastyki i zaistnieć jako autonomiczna sztuka, mająca swą historię, estetykę i teorię. Do dziś pokutuje w świadomości wielu ludzi pogląd, że fotografia nie ma nic wspólnego ze sztuką, gdyż odbitka była, jest i będzie tylko mechaniczną kalką równie mechanicznie powstałego negatywu z zapisem konkretnej rzeczywistości, która przez kompozycję upodabnia się do malarstwa chce nabyć cech właściwych sztuce.

Czy fotografię artystyczną można podporządkować ogólnym prawidłom sterującym rynkiem plastycznym? Wiadomo, że największym wzięciem cieszą się obrazy koni i kwiatów, kiczowate pejzaże lub pocztówkowe landszafty miejskie, których tak wiele można zobaczyć na gdańskiej, krakowskiej czy warszawskiej starówce. Oprócz malarstwa olejnego dużym wzięciem cieszy się grafika, z natury rzeczy tańsza, a więc bardziej dostępna. Patrzenie przez pryzmat malarstwa i grafiki na fotografię znajduje odzwierciedlenie w stosunku społeczeństwa do wynalazku Daguerre'a. Przecież fotografia mogłaby być wspaniałym towarem - jeżeli nie na rynku krajowym, to przynajmniej jako artykuł eksportowy polskiej kultury. Wystarczy spojrzeć na sąsiadów znad Wełtawy, którzy doskonale sobie radzą ze sprzedażą w świecie wytworów swoich mistrzów kamery.

W naszym przypadku tak nie jest i być nie może, gdyż u nas w kraju fotografii nie traktuje się w powszechnym odczuciu społecznym jako sztuki. Już w samej nazwie "Związek Polskich Artystów Fotografików" zawiera się słabe przekonania, że fotografik = artysta. Gdyby tak było rzeczywiście niepotrzebne byłoby podkreślanie tego faktu tytułem "artysty fotografa". Po drugie, wciąż pokutuje przeświadczenie, że fotografia to mechaniczna sztuka reprodukcji. Dawni estetycy i teoretycy zagadnienia usiłowali zbić to przekonanie, zwracając uwagę fotografów i odbiorców na związki z malarstwem. Jednak lansowany kiedyś piktorializm, miast uszlachetniać - zubożył i spłycił, sprowadzając fotografię do tępego narzędzia naśladowczego malarstwo, do zabawy światłem, ujętym w efektownej formie kompozycyjnej. Mnożyły się więc landszafty i akademickie portrety; brzemień piktorializmu zaciążyło na polskiej fotografii na długie lata. Nieśmiało rozwijający się na gruncie polskim jeszcze w latach dwudziestych kierunek zwany "nową rzeczowością" nigdy nie stał się tak prężny jak w Stanach Zjednoczonych czy w Europie Zachodniej. Fotografia polska u progu nowej powojennej rzeczywistości była w szerokim odczuciu rozumiana jako nośnik wrażeń, emocji i znaczeń, a nie ich źródło. A ja wygląda w praktyce handel fotografią? W ubiegłej dekadzie przeglądem sytuacji był działający w latach 1973-76 Salon Fotografiki PSP ZPAF przy placu Zamkowym w Warszawie (dzisiejsza Mała Galeria ZPAF). Po cenach bardzo przystępnych można tam było nabyć prace luminarzy polskiej fotografii (np. zdjęcia E. Hartwiga w cenie 340 zł!). Jednakże zainteresowanie było tak nikłe, że galeria musiała się ratować sprzedażą srebrnej biżuterii, a z fotografii sprzedawano jedynie konie M.Gadzalskiego i akty. W Domu Braci Jabłkowskich, największej handlowej galerii w Polsce prowadzonej przez WAREXPO na przełomie lat siedemdziesiątych o osiemdziesiątych, było stoisko z fotografią. Dziś już nie istnieje. Od czasu do czasu środowiska fotograficzne w różnych miastach organizują giełdy fotograficzne. Taka impreza odbywa się cyklicznie w Toruniu, Krakowie, Świdnicy, a ostatnio w Gdańsku, gdzie trójka artystów: S. Figlarowicz, M. Protasiuk i W. Węgrzyn, zorganizowała w ubiegłym roku wystawę połączoną ze sprzedażą zatytułowaną "Fotografia dla Ciebie". Ekspozycja - jak głosił katalog - "powstała z chęci zbliżenia artystów i ich twórczości do indywidualnego odbiorcy. Jej głównym celem było ujawnienie wartości i znaczenia fotografii w prywatnym mieszkaniu, obok innych, znajdujących się już przedmiotów artystycznych. «Fotografia dla Ciebie» to określony zbiór propozycji dobranych pod względem artystycznym, tematycznym i użytkowym. fotografia, która ozdobi Twoje mieszkanie, będzie oryginalnym подарunkiem lub powiększy Twoją kolekcję" Ceny prac kształtowały się od 1000 do 8000 zł.

Zdjęcia proponowane na tych aukcjach przez artystów z różnych miast Polski nie cieszyły się zainteresowaniem. Najkorzystniej sytuacja wyglądała w Krakowie, gdzie w grudniu 1983 r. na 100 prac sprzedano 40. Podobne proporcje występowały w Toruniu, gdzie dała się zauważyć inna prawidłowość, mianowicie najwyższe ceny osiągnęła fotografia klasyczna, natomiast kompletne fiasko poniosła awangarda. W Świdnicy, co prawda, zdjęcia szły jak woda, ale były to przede wszystkim akty po bardzo przystępnych cenach (200 zł).

Obecnie w kraju istnieje zaledwie jednak placówka zajmująca się sprzedażą fotografii. Mowa o galerii FOTO-VIDEO Desy, która się mieści przy ulicy Solskiego w Krakowie. ZPAF dał lokal, Desy szyld, a galeria istnieje od paru lat obok regularnych wystaw, zajmuje się sprzedażą, pośrednictwem przy zleceniach na wykonanie fotografii, a także dokonuje zakupów do własnej przygaleryjnej kolekcji. W placówce prowadzonej z wielkim zaangażowaniem przez Jolantę Wójcik sprzedaje się nie tylko fotografię współczesną, ale również starą dziewiętnastowieczną fotografię, dagerotypy oraz muzealny sprzęt fotograficzny.

Oferowana na sprzedaż fotografia musi jednak spełniać określone warunki handlowe. Poza walorami artystycznymi i nienagannym warsztatem technicznym do dziś nierozwiązanym problemem jest w naszym kraju odpowiednia oprawa fotografii. Klienta nie interesuje kartka naświetlonego papieru; lubi rzecz skończoną gotową do natychmiastowego powieszenia. Tymczasem okazuje się, że opłaty za usługi rzemieślników w zakresie oprawiania fotografii są tak wysokie, że o połowę przewyższają cenę dzieła.

Jaka fotografia znajduje dziś nabywców w Polsce? Przede wszystkim pejzaże i akty, a niekiedy portrety. Wyczuwa się zainteresowanie odbiorców technikami szlachetnymi: gumami, przetłokami, izohelią czy fotografią na płótnie. Zdecydowana większość społeczeństwa nie ma nawyku kolekcjonowania współczesnej fotografii, a więc nie zbiera do teki tak modnych w innych krajach "osiemnastek" (wglądówek 18x24). Fotografia, którą się wiesza w domach na ścianie, bardziej funkcjonuje ze względu na treść aniżeli na wartości artystyczne. Przykładem niech będą portrety ślubne, podobizny wybitnych ludzi, czy po prostu fotosy młodzieżowych idoli. Istotną kwestią jest fakt, że rynkowi fotograficznemu nie towarzyszy sprzedaż fotografii powielonej poligraficznej, np. takiej jak portfolia czy postery.

Bez problemu sprzedawana jest stara dziewiętnastowieczna fotografia kupowana na zasadzie, że im coś starsze, tym lepsze, szlachetniejsze i bardziej wartościowe. Pozytywnie należy zatem

ocenić fakt, że galeria FOTO-VIDEO została niejako zmuszona, w oparciu o komisję rzeczoznawców, do ustalenia oficjalnego, desowskiego cennika na starą fotografię, bo jak dotąd w tej materii panowała pełna dowolność.

Kto kupuje? Raczej ludzie młodzi i to pasjonujący się fotografią. Mamy do czynienia z sytuacją paradoksalną: z jednej strony mówi się o fotografii jako towarze, z drugiej, ani artyści, ani społeczeństwo, nie są nią zainteresowani. Społeczny obieg fotografii jest raczej przedsięwzięciem realizowanym przez grupę zapaleńców niż przejawem normalnego handlu dziełem sztuki.

Jakie wnioski można wysnuć z zarysowanego wyżej obrazu sytuacji? Z rozmów z ludźmi, zarówno z artystami, kierownikami galerii, jak i odbiorcami? Jaka może być znajomość i rozeznanie w tym co dobre, a co złe w fotografii, gdy nie ma w Polsce ilustracji książkowej (fotograficznej), godziwej poligraficzne ilustracji gazetowej i magazynowej. Gdy tak niegdyś prężny ruch [s.100:] amatorski, a więc olbrzymie rzesze ludzi zainteresowanych robieniem dobrej fotografii obecnie, z powodu ogólnie znanych trudności, prawie w ogóle nie fotografują. Wreszcie, czy sami twórcy fotografii artystycznej, w pogoni za zleceniami, z których żyją, są zainteresowani detaliczną sprzedażą fotografii i to w dodatku takiej nad którą trzeba pomyśleć i wyjść naprzeciw oczekiwaniom odbiorców. Mówiąc oględnie - trafić w rynek. Czy jakakolwiek organizacja zajmująca się środowiskiem fotograficznym podjęła staranie o przebudowanie świadomości społecznej? Na obronę można powiedzieć: galerie oferujące na sprzedaż dzieła plastyczne istniały przez cały okres powojenny w przeciwieństwie do galerii fotograficznych.

Jaką można dać receptę na polepszenie sytuacji? Chyba tylko stwierdzić, że potrzebne jest stałe działanie, duża akcja popularyzująca fotografię artystyczną, prowadzona przez długi czas w środkach masowego przekazu. Zadaniem tego długofalowego działania przy każdej możliwej okazji byłoby wychowanie społeczeństwa i wytworzenie nawyku traktowania fotografii jako towaru artystycznego. Zacząć należy od lansowania, stojącej na wysokim poziomie profesjonalnym, fotografii użytkowej, aby stopniowo proponować fotografię dla samej fotografii. Dlatego każda akcja sprzedaży fotografii jest tak cenna i służy dla dobra sprawy. Jeszcze jedno: dopóki sami fotografowie nie będą zainteresowani istnieniem rynku, dopóty będzie to głos wołającego na puszczy.

Proponowana akcja byłaby co prawda żmudna, ale należy wyraźnie powiedzieć, że ani KAW, ani Desa czy KMPiKi nie pomogą tak długo, aż Związek Polskich Artystów Fotografików nie weźmie inicjatywy w swoje ręce i nie będzie patronować wspomnianej akcji. Rola Związku mogłaby polegać na koordynowaniu poczynąń ludzi dobrej woli i na ustaleniu zasad kierujących rynkiem, a więc liczby wykopiowań z jednego negatywu, kwestii związanych z sygnowaniem (określeniem, ile wypuszczono odbitek) sprzedawanych prac. Takie zabiegi przypieczętowane autorytetem Związku miałyby za zadanie uwiarygodnienie "towaru" jako dzieła sztuki. Przecież takie działanie nie byłoby sprzeczne z zadaniami stojącymi przed ZPAF; wręcz przeciwnie, wychodziłyby naprzeciw statutowi, który stanowi, iż jednym z celów związku jest, między innymi, "rozwój fotografii artystycznej jako społecznie użytecznej dziedziny sztuki, stanowiącej składnik kultury narodowej". Fotografowie sami sobie, a przez to społeczeństwu. Korzyści będą obopólne.