

Univerzita Karlova
Pedagogická fakulta
Katedra psychologie

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Výtvarný umělec jako kreativní tvůrce a podnikatel
Visual Artist as an Artistic Creator and Entrepreneur

Bc. Veronika Hurychová

Vedoucí práce: doc. PhDr. Miloš Kučera, CSc.

Studijní program: Psychologie

Studijní obor: N PSYCH 20

2024

Odevzdáním této diplomové práce na téma *Výtvarný umělec jako kreativní tvůrce a podnikatel* potvrzuji, že jsem ji vypracovala pod vedením vedoucího práce samostatně za použití v práci uvedených pramenů a literatury. Dále potvrzuji, že tato práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze dne 7. 7. 2024

Děkuji mému vedoucímu práce, doc. PhDr. Milošovi Kučerovi, CSc., za jeho ochotnou, rychlou a otevřenou komunikaci a podporující zpětnou vazbu. Děkuji malířům a malířce, které jsem mohla touto formou poznat a kteří se mnou tak ochotně sdíleli své příběhy. Bez nich by tato práce nemohla vzniknout. V neposlední řadě děkuji přátelům, rodině a snoubenci Lukášovi, kteří tu pro mě byli a podporovali mě po celou dobu studia.

ABSTRAKT

Diplomová práce si klade za cíl porozumět zkušenosti výtvarných umělců, konkrétně malířů, jakožto kreativních tvůrců a podnikatelů. Toho bylo docíleno zvolením kvalitativního přístupu. Za využití Interpretativní fenomenologické analýzy byly analyzovány polostrukturované rozhovory uskutečněné se třemi malíři a jednou malířkou. Analýza vyústila ve zpracování individuálních profilů a v identifikaci společných klíčových témat, která zkušenosti jednotlivých informantů propojují a zachycují jejich esenci. Společná témata byla rozčleněna do čtyř oblastí: 1) Okolnosti a faktory ovlivňující vkročení do tvorby a rozvoj kariéry; 2) Balancování podnikatelského křesla a autenticity; 3) Tvorba – důležitost vývoje a vztah k tvorbě; 4) Naplnění a ponoření. Empirické části práce předchází část práce teoretická, která představuje poznatky k tématu nejen z oblasti psychologie, ale také z oblasti podnikání a marketingu. V diskusní části práce jsou stěžejní výsledky výzkumu interpretovány a vztaheny do souvislosti s existujícím poznáním.

KLÍČOVÁ SLOVA

Výtvarný umělec; malíř; kreativní tvůrce; podnikatel; zkušenost; autenticita; balancování

ABSTRACT

The aim of the thesis is to explore and understand an experience of visual artists, painters specifically, as artistic creators and entrepreneurs. The goal was accomplished by qualitative approach. Semi-structured interviews were realized with four painters, three men and one woman. Their analyses, following the method of Interpretative phenomenological analysis, resulted in individual profiles and identification of common key themes that connect the individual experiences and represent the essence. The themes were divided into four areas: 1) Circumstances and factors influencing entry into creation and career development; 2) Balancing the entrepreneurial chair and authenticity; 3) Creation – the importance of development and the relationship to creation; 4) Fulfillment and immersion. The empirical section of the thesis is preceded by the theoretical section, which presents findings on the topic not only from the field of psychology, but also from the field of business and marketing. In the discussion section, the main research findings are interpreted and related to existing knowledge.

KEYWORDS

Visual artist; painter; artistic creator; entrepreneur; experience; authenticity; balancing

Obsah

Úvod	7
Teoretická část	8
1 Psychologie a umění	8
2 Vymezení výtvarného umělce a podnikatele	10
3 Výtvarný umělec optikou psychologie	13
4 Výtvarný umělec optikou podnikání a marketingu	18
5 Shrnutí rešerše literatury a teoretická východiska	24
Metodologická část	26
1 Formulace výzkumného záměru a volba výzkumného přístupu	26
2 Výzkumný soubor	27
3 Procedura sběru dat	29
4 Procedura analýzy dat	30
5 Etické aspekty výzkumu	31
6 Reflexe mé pozice výzkumníka	32
Empirická část	34
1 Analýza zkušenosti jednotlivých výtvarných umělců	34
1.1 Roman	34
1.2 Lenka	47
1.3 Jakub	58
1.4 Patrik	69
2 Společná témata vyplývající z analýzy	81
2.1 Okolnosti a faktory ovlivňující vkročení do tvorby a rozvoj kariéry	82
2.1.1 Podněcující	82
2.1.2 Brzdící	85

2.1.3	Sociální kontext: společenské vlivy	86
2.2	Balancování podnikatelského křesla a autenticity	87
2.2.1	Zaujetí podnikatelského křesla	87
2.2.2	Balancování autenticity	90
2.2.3	Autenticita a práce s myšlenkou toho, co chce zákazník – odraz v tvorbě ...	91
2.3	Tvorba – důležitost vývoje a vztah k tvorbě.....	93
2.3.1	Touha a potřeba dalšího rozvoje.....	93
2.3.2	Obrazy jako děti.....	94
2.3.3	Proces X výsledek	94
2.4	Naplnění a ponoření.....	96
	Diskuse	98
	Závěr.....	108
	Seznam použitých informačních zdrojů	109
	Seznam příloh.....	118

Úvod

Mám volnou chvíli a procházím příspěvky na sociální síti. Vidím spoustu šikovných usměvavých lidí. A vyskakují na mě také příspěvky malířů. Sama ráda maluji, a tak se ráda inspiroji. Když tak na to ale koukám, vidím nejen jejich tvorbu. Vidím to vše kolem. Všechnu energii, kterou jistě musí stát budování toho uměleckého účtu, který zachytil mou pozornost. Otevírám odkaz na webové stránky a vidím profesionální estetický web, který mne odkazuje na stránku s prodejem obrazů. Vracím se zpět a vidím řadu dalších podobných profilů, a přesto jiných. Některé zachycují mou pozornost více, některé méně. Čím to je? Není to jen otázka mého vkusu, zdá se, že za jejich úspěchem stojí něco víc. Co je to? Jaká jejich profese je a co všechno obnáší?

Tyto myšlenky, které se mi honily hlavou, vedly k tomu, že jsem chtěla zjistit víc. Ponořila jsem se tak do literatury a zjistila jsem, že to „ono něco“ se zdá být jakýsi podnikatelský aspekt jejich výtvarné práce. Fascinovalo mě to. Ve zdrojích z oblasti marketingu a managementu se o podnikání umělců hojně mluví. Zdá se také, že je to umělci palčivě vnímané téma, jelikož jsem narážela na řadu populárně naučných knih, článků i kurzů, které mají umělce naučit aspektům podnikání, aby se tvorbou mohli živit. Stále jsem ale nemohla nalézt to, co jsem vnímala jako podstatné – Jaký jejich život je? Jak to sám umělec prožívá? Jak spolu tvorba a podnikání existuje v žité realitě? Na tyto otázky jsem nemohla nalézt uspokojivou odpověď. Otevřelo to však cestu mému zkoumání. Mohla jsem se s umělci sama setkat, vyslechnout jejich příběhy a pokusit se jejich zkušenosti uchopit a zprostředkovat poznání dalším.

Studium života a zkušenosti výtvarných umělců však není prospěšné jen pro utišení mé vlastní zvědavosti. Psychologické studium tohoto tématu současně ukazuje zvědomení a uznání zkušenosti, kterou prožívá řada umělců nejen v naší zemi, ale všude po světě. Malíři tvoří díla, která mohou povznést naši duši, zaměstnat mysl a rozproudit emoce. Psychologické zkoumání může na oplátku umělcům přinést uznání, pochopení a pomoc v orientaci a vypořádáním se se všemi aspekty jejich práce. V neposlední řadě pak zkoumání obohacuje samotné psychologického poznání lidského prožívání a rozvoje jeho osobnosti a potenciálů.

Teoretická část

1 Psychologie a umění

Psychologie a umění jsou dvě různé disciplíny, ale jsou si také svým způsobem blízké a propojují se. Jedním z cílů psychologů je porozumět člověku v jeho hloubce, celistvosti a jedinečnosti. Právě umělecká činnost člověka tomu může být nápomocná, jelikož specifickým způsobem umožňuje nahlédnout do jeho nitra. Umění je nástrojem sebereflexe a odráží se v něm vnitřní prožitky. Psycholog i umělec jsou také zdatnými pozorovateli – pozorování sebe, druhých a světa kolem sebe je jejich nástrojem (Kulka, 2008).

V psychologii je samostatná aplikovaná disciplína, **psychologie umění**, která umění psychologicky zkoumá. Zabývá se tvorbou, vnímáním uměleckých děl i samotnými uměleckými artefakty z hlediska psychických činností. První ucelenou publikací v této vědní disciplíně byla Psychologie umění (Psychologie der Kunst, 1912-1933) od Müllera-Freienfelse, který může být považován za otce tohoto psychologického odvětví. Z české literatury se psychologii umění věnuje ucelená publikace Jiřího Kulky (2008). Řada psychologických poznatků z pole umění je však roztržena po člancích a studiích v odborných časopisech.

Psychologie umění má výrazný průnik do oblasti **psychoterapie**, kde se umění využívá jako léčebný nástroj, například formou arteterapie, muzikoterapie či dramaterapie. Vznikly aktivní organizace, konference i odborné výcviky (Kulka, 2008). V České republice působí v oblasti výtvarného umění Česká arteterapeutická asociace, která byla založena roku 1994. Sdružuje arteterapeuty a usiluje o zkvalitňování oboru arteterapie v České republice (Česká arteterapeutická asociace).

Co je to přesně **umění** je obtížné jednoznačně definovat. Z historického hlediska tento pojem nabýval různých obsahů a za umělecké činnosti se považovaly různé aktivity. Až období renesance přineslo výrazný rozdíl mezi uměním jako dovedností a krásným uměním. A teprve romantismus chápal umění podobným způsobem, jako ho chápeme dnes (Kulka, 2008). Ottův slovník naučný (1907) definuje krásné umění jako „úmyslné tvoření nebo konání, jehož výsledek nad jiné výtvary a výkony vyniká jistou hodnotou již při pouhém nazírání a vnímání, t. j. hodnotou estetickou“ (s. 170). Více psychologickou definici nabízí Jiří Kulka (2008), který umění definuje jako „zvláštní způsob mezilidského

dorozumívání, jehož prostřednictvím si člověk osvojuje svět a sdílí jej spolu s jinými“ (s. 408). Tato definice mi přijde svým způsobem prostá, a přesto zachycuje hloubku, kterou umění má. Klade důraz na mezilidskou interakci ale i interakci umělec – jeho psychika – svět. Skrze umění člověk může porozumět světu i sám sobě a předávat svůj způsob prožívání druhým. Současně umění oslovuje celek psychiky člověka, působí na rozum, cit i vůli, a svým působením je ovlivňuje a přetváří (Kulka, 2008).

Z esteticko-psychologického hlediska má umění tři důležité aspekty či požadavky: 1) **sebevyjádření** – může, ale také nemusí se jednat o konkrétní myšlenku, umění může vyjadřovat i vkus nebo prožitek umělce; 2) **zobrazení** – umění je smyslově vnímatelné, zobrazení zprostředkovává sebevyjádření; 3) **estetické uspořádání** – esteticky působivá organizace, patří sem krása, ale i ošklivost. Na základě těchto aspektů je umění „prostředkem zobrazování zážitků v esteticky uspořádaných tvarech“ (Kulka, 2008, s. 8).

Umění můžeme **dělit** dle materiálu a uměleckého postupu na výtvarné, hudební, taneční, literární a dramatické. Řada dnešního umění je kombinovaná a může využívat více uměleckých postupů (Kulka, 2008). Pro tuto práci jsem zvolila zaměření na výtvarné umění, které ale samo o sobě je též diferencované. Mimo malířství a kresbu obsahuje též například grafiku či fotografii. Tato práce se soustředí na malíře, ke kterým se bude nejvíce vztahovat. Je však třeba avizovat, že výzkumy mnohdy mezi umělci nediferencují a vyjadřují se k umělcům obecně.

Umění má řadu **funkcí**. Současně umění neexistuje mimo jeho funkční kontext – „funkce do značné míry určuje smysl umělecké tvorby a recepce (příjmu).“ (Kulka, 2008, s. 11) Některé funkce jsou přítomné vždy, ty zahrnují především výše zmíněné požadavky na umění, které jsou svým způsobem také funkcemi. Tyto všudypřítomné funkce tak jsou vyjadřovací, zobrazovací a estetické formování, ale také třeba funkce poznávací nebo seberealizační. Jiné funkce jsou pak přítomné jen v určitém typu umění. Může jimi být například funkce léčebná či reklamní. Funkce daného uměleckého artefaktu se také vyvíjejí v čase – dílo žije odděleně od svého autora a může se vyvíjet se z původní funkce. Další možný přístup k funkcím umění je dle úrovní: biologické, psychologické, sociální, ekonomické, kulturní a spirituální (Kulka, 2008).

Pro vstup do tématu je též vhodné definovat, co je to samotné **umělecké dílo**. Jak již bylo naznačeno, je prostředkem komunikace, je „reakcí na realitu života a individuálním vyrovnáváním se s ní v esteticko-imaginativní formě“ (Kulka, 2008, s. 85). Při hlubším zkoumání je užitečné rozlišovat umělecký projekt, umělecký artefakt a umělecké dílo. Umělecký projekt je v mysli umělce, kdy o budoucím díle uvažuje a různě k němu přistupuje. Umělecký artefakt je již hotový projekt v hmotě a je připraven vstoupit do komunikace. Můžeme ho vnímat, prožívat a uvažovat o něm, což vytváří umělecké dílo. Umělecké dílo je esteticky komunikovaný artefakt, vzniká ve spolupráci s tím, kdo jej vnímá. Umělecké dílo tak vlastně není nikdy hotové, nikdy plně poznané, jelikož vždy existují nové způsoby jeho recepce. Pro jeho pochopení je esenciální umělecký prožitek, který nemůže být plně reprodukován a předán bez osobní zkušenosti (Kulka, 2008). V běžné komunikaci se však pojmy umělecký artefakt a dílo nerozlišují a též v jazyku této práce jsou užívány záměně.

2 Vymezení výtvarného umělce a podnikatele

Některé pojmy jako umění nebo umělecké dílo byly probrané v kapitole výše. V této kapitole se chci zaměřit na samotného výtvarného umělce, potažmo malíře, definovat ho a uvést.

Dle národní statistické Klasifikace zaměstnání (CZ-ISCO) výtvarní umělci „vytvářejí umělecká díla, jako jsou sochy, malby, kresby, karikatury, rytiny nebo díla vytvořená jinou technikou.“ Pod kódem 26512 se pak nachází Umělecký malíř.

Ze švýcarského výzkumu (Bataille, Hedinger & Moeschler, 2020) vyplývá, že přes 90 % výtvarných umělců se stane umělci na základě vnitřního volání, motivace k nezávislosti a lásce k umění. Významnými motivačními faktory, které volilo 80 % umělců, jsou také seberealizace, sebeuvědomění a talent. To jsou vše významné vnitřní faktory.

Jeffri a Thorsby (1994) se zabývali pojmy výtvarný umělec a profesionální výtvarný umělec. Aby byl výtvarný umělec profesionálem, nestačí vnitřní drive tvořit, ale musí odpovídat také některým vnějším kritériím. Na základě výzkumu z USA (Jeffri a kol., 1991) a Austrálie (Thorsby & Mills, 1989) rozdělili kritéria do 4 kategorií:

- 1) vzdělání – formální či individuální vzdělání v umění na úrovni přípravy pro výdělečnou praxi
- 2) časový závazek – věnování většiny času tvorbě
- 3) uznání trhem – finanční výdělek z tvorby
- 4) vrstevnické uznání – uznání tvorby ostatními umělci, galeriemi, kritiky

Výzkumníci (Jeffri & Thorsby, 1994) upozorňují, že každé kritérium by mohlo stát samo o sobě v posouzení, zda je umělec profesionál. Kritéria také mají různou úroveň naplnění. Například většina dotazovaných umělců si tvorbou vydělává, ale jen menšina si uměním vydělá to, co by se dalo považovat za pohodlné živobytí z tvorby (Jeffri & Thorsby, 1994). To potvrzuje i novější švýcarský výzkum (Bataille, Hedinger & Moeschler, 2020) – živení se jen tvorbou je mezi výtvarnými umělci poměrně vzácné. Z dotazovaných umělců se plně tvorbě věnuje 35 %, zatímco 56 % umělců se tvorbě věnuje na částečný úvazek a má k tomu i jiné zaměstnání. To vede k tomu, že umělci mnohdy žijí „dvojitý život“ (Bataille, Hedinger & Moeschler, 2020). Jen málo umělců, kteří se považují za profesionály, by dosáhlo statusu „profesionál“, pokud by měli plně splňovat všechna čtyři kritéria (Jeffri & Thorsby, 1994). Jsou to však užitečné kategorie, skrz které se na profesionální výtvarné umělce můžeme dívat.

Kdo je to výtvarný umělec, se též proměňuje s dobou. William Deresiewicz se nad tím zamýšlí ve svém hojně citovaném článku „*The death of the artist – and the Birth of the Creative Entrepreneur*“ (2015), kde představuje, jak se proměňuje paradigma výtvarného umělce.

V dřívějších dobách výtvarný umělec představoval tvrdě **pracujícího řemeslníka**. Jak zmiňuje též Kulka (2008), krásné umění a řemeslo nebylo rozlišováno tak, jak je tomu dnes. Umělci nabízeli vyučení stejně jako ostatní řemeslníci, studenti se učili od mistrů. V muzeích to můžeme sledovat v odkazech u obrazů na různé dílny a studia, například „Rembrandtovo studio“. Kreativita se cenila, ale kredibilita a hodnota pramenila z tradice. Ve společnosti byly umělci součástí střední či nižší střední třídy (Deresiewicz, 2015).

Tato koncepce výtvarného umělce se začala měnit koncem 18. století v období romantismu, kdy se začal cenit více individualismus, prolamování pravidel a tradice a právě umění tuto cestu nabízelo. Vyšší třídy se k umění obrátily jako k nástroji, jak se

dostat do kontaktu s vyšší pravdou. Umění představovalo spirituální prestiž a s tím se změnilo i představy o umělci. Umělec se stal *osamělým géniem*. Byl zahalen do víze, inspirace, napojen na neviditelné. V tomto období se též vydělilo krásné umění, poprvé byl zaznamenán termín „*fine art*“, který byl spojen s oslovováním mysli a imaginace. Tato vznešená představa umělce jako osamělého génia je v kolektivním pohlížení na umělce stále přítomna, ačkoli paradigma se již změnilo (Deresiewicz, 2015).

Po druhé světové válce bylo v rámci institucionalizace institucionalizováno též umění – a spolu s ním také umělec. Vznikaly vzdělávací programy, financující orgány, umělecké rady a ceny. Umělec je formálně vzděláván a učí se spíše technikám než inspiraci a tradici. Stává se z něj *profesionál*. Sám musí také profesionálně vystupovat a vypracovat se, postupně sbírat kredibilitu. Umělec a trh jsou v kontaktu skrze mediátory, agenty a společnosti. Tento přístup je oproti „osamělému géiovi“ pro umělce bezpečnější, ale je tomu obětována duchovní aristokracie, se kterou byli umělci spojováni (Deresiewicz, 2015).

I tento profesionální přístup se ale dále vyvinul. V současné době je možné odstranit veškeré mediátory – umělec sám může být v kontaktu s trhem, stává se samostatně výdělečně činným a stává se *podnikatelem*. Významným facilitátorem tohoto přerodu byly nové technologie a média. Skrz ně může umělec propagovat a prodávat a korporace a instituce ztrácejí monopol, který měly v marketingu a distribuci. Nyní může každý dosáhnout na potenciální zákazníky, což bylo v dřívějších dobách, kdy byly jedinými možnostmi ústní předávání, alternativní tisk nebo vyvěšování letáků, nemyslitelné. Deresiewicz (2015) však dále argumentuje, že ač jsou v těchto nových možnostech výhody, současně tato rozšířenost, kdy tvořit a prodávat může každý, kdy spíše než umělci jsou dnes lidé kreativci a umělecká díla se stávají zbožím, pak se vytrácí krásné umění („*art*“) v té podobě, ve které se vydělilo od řemesel a dovedností („*craft*“), a stává se znovu jimi (Deresiewicz, 2015).

Je však možné se na to dívat i z druhé strany. Již v roce 1980 napsal L. Caplin článek „*A Portrait of an Artist as an Entrepreneur*“, ve kterém přibližoval první spojení dvou federálních amerických institucí (*U.S. Small Business Administration* [SAE] a *National Endowment for the Arts* [NEA]), které společně zorganizovaly konference pro umělce, aby jim zprostředkovaly informace ohledně obchodu a marketingu. Již na těchto konferencích

NAE zdůrazňovalo, že cílem není zacházet s uměleckým světem jako s obchodem nebo s uměleckými díly jako se zbožím, ale zpřístupnit co nejvíce možností umělcům, kteří následují své volání a chtějí být profesionálními umělci (Caplin, 1980).

Jeví se tak, že zpřístupnění umění formou podnikání, kdy umělec může mít svou kariéru ve svých rukách, má dvě strany – může to vést k „rozkladu“ krásného umění a umělce, kdy se „art“ může rozplynout v „craft“, ale také může poskytnout příležitost více umělcům podělit se se světem o své dary.

Definici podnikatele nabízí v České republice § 420 Občanského zákoníku, dle kterého je za podnikatele považován ten, „kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku.“ (Zákon č. 89/2012 Sb. Občanský zákoník)

Na základě shrnutých poznatků je v této práci k profesionálnímu uměleckému malíři, který je současně podnikatelem, přistupováno jako k člověku, který maluje obrazy převážně z vnitřních motivů touhy tvořit a splňuje alespoň některá vnější kritéria, jako je vzdělání, časový závazek tvorbě, finanční příjem z tvorby a uznání umělecké činnosti ostatními. Vzhledem k povaze práce a zaměření též na podnikatelskou stránku umělecké činnosti je dáván důraz na kritérium finančního příjmu – tedy že výtvarný umělec si tvorbou vydělává na živobytí, případně na značnou jeho část.

3 Výtvarný umělec optikou psychologie

Osobnost umělce

Hojně zkoumanými aspekty jak výtvarných umělců, tak umělců obecně, byla a stále je na poli psychologie umělcova osobnost (např. Drevdahl, 1956; Cross, Cattell & Butcher, 1967; Barron, 1969; Csikszentmihalyi & Getzels, 1973; Haller & Courvoisier, 2010; Burch a kol. 2006; Chen a kol., 2023). V české literatuře se osobností umělce zabýval psychiatr Stanislav Drvota, který sepsal knihu *Osobnost a tvorba* (1973). Z novějších českých výzkumů se umělcům věnují převážně studenti vysokých škol a to jak umělcově osobnosti (Ottová, 2011; Egriová, 2017), tak významu tvorby v umělcově životě (Botková, 2016; Horčicová, 2020)

Csikszentmihalyi a Getzels (1973) zkoumali osobnost mladých umělců, studentů umění, pomocí Cattellova šestnácti-faktorového dotazníku osobnosti. Zjistili, že umělci se od neumělců signifikantně liší, a to muži a ženy ve stejném směru v 6 faktorech:

- nižší vřelost (faktor M, *cyclothymia*) – rezervovaní, odměření
- nižší živost/surgence (faktor F, *surgency*) – zdrženliví, seriózní, introspektivní
- nižší síla superega (faktor G, *superego*) – nekonformní, odcizení od kulturních a sociálních norem
- vyšší imaginace (faktor M, *autia*) – nekonvenční, imaginativní a kreativní, bohatý vnitřní život
- vyšší radikalismus (faktor Q1, *radicalism*) – experimentující, zpochybňující, otevření
- vyšší soběstačnost (faktor Q2, *self-sufficiency*) – soběstační, individualističtí, dělající vlastní rozhodnutí

Těchto šest faktorů tak může tvořit jakýsi „základ umělecké osobnosti“. Zdá se, že aspirující umělci již mají charakteristiky, které jsou spojovány s „uměleckým temperamentem“: jsou asociální, introvertní, amorální dle kulturních norem, subjektivní, tázající se a uzavření do sebe (Csikszentmihalyi & Getzels, 1973). Tato zjištění podporují výzkum Drevdahla (1956), dle kterého jsou též kreativní umělci více stažení do sebe, mají vyšší radikalismus a soběstačnost a současně jsou též emocionálně citlivější (Drevdahl, 1956). Výzkum Crosse, Cattella a Butchera (1967) přináší obdobné poznatky, navíc vyvstává nízká emocionální stabilita umělců.

Ve výzkumu (Csikszentmihalyi & Getzels, 1973) též vyvstaly rozdíly mezi ženami a muži. Ženy umělkyně jsou signifikantně dominantnější (faktor D, *dominance*) oproti normám. Muži umělci naopak mají signifikantně nižší sociální smělost (faktor H, *parmia*) a vyšší senzitivitu (faktor I, *premissa*). Jsou tak více stydliví, uzavřenější, méně dobrodružní a citlivější. Tento vzorec u mužů a žen naznačuje rozpor s kulturně definovanými charakteristikami ve vztahu k pohlaví – muži umělci jsou citlivější, bázlivější oproti společenským očekáváním, zatímco ženy umělkyně jsou dominantnější, než je očekáváno. Tento vzorec připomíná Torranceovo (1962) pozorování prudkého poklesu kreativity u dětí, když je od nich vyžadováno chování vnímané jako typické pro dané pohlaví.

Chlapci, kteří nemohou vyjadřovat femininní stránky, a děvčata, která naopak nemohou vyjadřovat maskulinní charakteristiky, jsou ochuzovány o část svého potenciálního rozsahu emocí a exprese. Zdá se tak, že na umělce buď tyto požadavky a omezení nebyly kladeny, nebo našli způsob, jak se z nich vymanit (Csikszentmihalyi & Getzels, 1973), což může souviset s jejich vyšší nekonformitou.

Novější výzkum (Sarma & Borooah, 2021) zabývající se umělci a potažmo i výtvarnými umělci se zaměřil na Big 5. Ukazuje se, že umělci mají vysokou otevřenost ke zkušenostem, což je současně nejvíce rozlišující faktor mezi umělci a méně kreativní profesí. Otevřenost ke zkušenosti a kreativitu spojuje řada výzkumů (např. McCrae, 1987; Furnham, 1999; Kaufman, 2013; Tan a kol., 2016; Chen a kol, 2022). Kaufman (2013) přináší čtyři faktory otevřenosti, kdy afektivní angažovanost a estetická angažovanost se pojí s kreativitou v umění, zatímco explicitní kognitivní schopnost a intelektuální angažovanost se pojí s kreativitou ve vědě.

Výtvarní umělci mají mimo vysoké otevřenost též nízkou extraverci a vysoký neuroticismus (Sarma & Borooah, 2021), což dává význam v souvislosti s výše zmíněnou stažeností a emoční citlivostí studentů výtvarného umění. Dle Götze a Götze (1973) jsou introverze a neuroticismus ještě významněji zastoupeny u více nadaných studentů umění oproti těm méně nadaným.

Ve výzkumech jsou ale také určité rozpory. Například výzkum Eysencka a Castla (1970) sice potvrzuje vyšší neuroticismus umělců, ale ne významné rozdíly z hlediska jejich introverze/extraverze. Také Cross, Cattell a Butcher (1967) zmiňují, že studenti výtvarného umění jsou spíše introvertní, ale existují důkazy o určitém rozporu. Ve výzkumu na již praktikujících výtvarných umělcích a profesorech (Götz & Götz, 1979) se pak vyšší míra introverze a neuroticismu signifikantně projevila jen u umělců mužů, zatímco ženy umělkyně se od neumělkyň signifikantně nelišily.

Nejen výše zmíněná otevřenost ke zkušenosti, ale právě také neuroticismus je spojován s kreativitou. Clark a DeYoung (2014) přicházejí s tím, že aspekt stažení, který je součástí neuroticismu, negativně ovlivňuje kreativitu, zatímco druhý aspekt neuroticismu, volatilita/těkavost, má na kreativní úspěchy pozitivní vliv, a to převážně v umění. Pokud neuroticismus souvisí se zvýšenou citlivostí na emoční stimuly (Watson & Clark, 1984),

a umění z velké části souvisí s expresí emocí, pak jedinci se zvýšenou citlivostí, pokud mají současně schopnosti či trénink, si takových podnětů spíše všimnou a spíše budou své emoční podněty komunikovat skrze umění, které je pak následně shledáváno jako kreativní (Batey & Furnham, 2006).

Jak výzkumy naznačují, i přes určité rozpory jsou neuroticismus, vyšší emoční citlivost a introverze či určitá rezervovanost a staženost s umělci silně spojovány. Též Stanislav Drvota (1973) udělal typologii umělců dle míry introverze–extraverze a neuroticismu–stability (Egriová, 2017). Proces tvorby sám o sobě vyžaduje samotu. Sociální interakce může dát umělci podnět k tvorbě, ale tvorba sama o sobě je téměř vždy samotářskou událostí (Feist, 1998).

Neuroticismus se nepojí jen s kreativitou, ale též zvyšuje náchylnost ke klinickým poruchám, jako jsou úzkost, deprese či užívání návykových látek (Bienvenu a kol., 2004; Zimbarg a kol., 2016). Se zvýšenou emoční citlivostí a uzavřeností jsou tak umělci více psychicky vulnerabilní. Oproti neumělcům vykazují umělci vyšší hladiny úzkostnosti a stresu (Sheldon, 1994; Feist, 1998). Metaanalýza ukázala vyšší prevalenci poruch nálad u kreativních jedinců (Taylor, 2017). Naopak jiný výzkum na studentech výtvarného umění (Lee, 2019) však jejich vyšší stres či horší mentální zdraví nepotvrzuje.

Poznámka Barrona (1963), že kreativní jedinci jsou oproti běžné populaci „*occasionally crazier, yet adamantly saner*“, inspirovala výzkum Ivcevic, Grossman a Ranjan (2020), které analyzovaly vzorce mezi psychickými vulnerabilitami (úzkost, deprese, stres) a zdroji (psychický well-being, ego-resilience, naděje). Potvrdila se hypotéza, že skupina, která měla jak vysoké vulnerability, tak i zdroje, měla více umělců, než neumělců. Ač jsou tedy umělci psychicky zranitelnější, disponují současně také pevnějšími psychickými zdroji. Analýza ukázala, že tvůrčí úspěch je predikován právě interakcí vysokých vulnerabilit a zdrojů, přičemž tento efekt byl významný i při kontrole faktoru otevřenosti ke zkušenosti (Ivcevic, Grossman & Ranjan, 2020).

Výzkum na výtvarných umělcích ukázal, že umělecká tvorba pomáhá lidem budovat sebevědomí, přináší pozitivitu a přispívá duševnímu zdraví (Balammal, 2020). Dle maltské studie (Briguglio, Camilleri & Vella, 2020) jak pasivní interakce s uměním, tedy konzumace, tak aktivní interakce, tedy tvorba, zvyšují životní spokojenost. Současně

umělci vykazují vyšší životní spokojenost (Bille, Fjællegaard, Frey, & Steiner, 2013; Briguglio, Camilleri & Vella, 2020), která také částečně souvisí se zvýšenou samostatně výdělečnou činností (oproti zaměstnaneckému poměru) mezi umělci (Steiner & Schneider, 2013).

Kulka (2008) připomíná, že osobnost umělce je jeho nejdůležitějším pracovním nástrojem. Současně tvorba může být jednou z nejefektivnějších forem integrace vlastní osobnosti, jelikož se skrze ni umělec vyrovnává s žitou realitou (Kulka, 2008).

Pro stručné shrnutí představených poznatků, umělec je tedy spíše uzavřený a rezervovaný, emočně citlivý s bohatou imaginací a vnitřním prožíváním. Současně je otevřený novému, originální a nekonformní, nepřizpůsobuje se společenským normám. Prožívá negativní emoce a myšlenky, ke kterým je i náchylnější a které mohou vést k úzkostem a stresu. Skrze tvorbu se s nimi vyrovnává a upevňuje svou osobnost. Jak Kulka (2008) trefně vystihuje, „umělecky tvořivá osobnost žije bohatým vnitřním životem, hraje si, pracuje na sobě a sní, je otevřená světu a přesto zůstává sama sebou, prožívá radost z tvorby, ale také trpí nejistotami, prožívá bolest a strach“ (s. 392).

Tvorba uměleckého díla

Oproti umělcově osobnosti je samotná tvorba uměleckého díla psychologicky mnohem méně zkoumaná a věnuje se jí jen málo empirických studií (Kulka, 2008, Lochner, 2010). Do tvorby vstupuje „totalita lidského bytí“, je v ní možné vše. Řada jejích aspektů či momentů je iracionálních, vychází z náhody či jsou nepřístupné, jelikož vycházejí z nevědomí. Může do ní vstupovat i zkušenost nadindividuální a mystické zážitky. Umělecká tvorba je procesem, který odráží komplexitu lidského prožívání a všech jeho poloh (Kulka, 2008).

„Umělecké tvoření je práce i hra, skutečnost i sen, sdělení i sdílení, ukázání i odkázání k něčemu jinému, účast i distance, odhalení i zahalení, obnažení i stud, je v něm vznešenost i nízkost, slast i bolest, prožitek i trápení a odříkání, přizemnost i spiritualita, rozum i cit, vzdor vůle i odevzdání. Mimo tuto dialektiku ho nelze dostatečně pochopit.“ (Kulka 2008, s 381-2).

Zdroje a podněty k tvorbě vycházejí z nejrůznějších stran, mnohdy je jimi život sám. Může se jednat o konkrétní zážitky, vnitřní popudy, spontánně se vynořující myšlenky, fantazijní

představy či jiná umělecká díla. Mnoho nápadů pochází z nevědomí nebo snů. Podnětem k tvorbě ale může být i více praktická záležitost, jako třeba zakázka (Kulka, 2008).

Pro zachycení vnitřní psychické dynamiky uměleckého tvoření lze na tvorbu díla nahlížet jako na kreativní řešení specifického, nejasně vymezeného problému, který má řadu možných řešení. Stavem A je tvůrčí záměr a umělec se skrze různé operace snaží dostat do stavu B – hotového uměleckého díla zhmotňující jeho představu či vyjadřující jeho záměr. K dispozici má řadu operací, které jsou ovlivněné uměleckými zkušenostmi a dovednostmi. Operace však nemá přístupné v plném rozsahu, ale je nutné je hledat, formovat a znovu utvářet v průběhu samotného tvoření. Umělec se do značné míry chová instinktivně, jedním z tvůrčích principů je pokus o myl (Kulka, 2008).

Z empirických studií vychází, že umělec nemá před zahájením samotné malby nebo prvotního náčrtu plnou představu budoucího díla. Kompozice se postupně vytváří v průběhu rozpracovávání nápadu a celého kreativního procesu (Lochner, 2010). Umělec si tak hraje, zkouší různé postupy a postupně v pozadí vědomí krystalizuje budoucí tvar (Kulka, 2008).

Proces a produkt uměleckého tvoření jsou mediovány řadou faktorů. V první řadě motorickými, percepčními a kognitivními mechanismy, které jsou při tvorbě zapojené. Vliv mají ale také univerzální konvence vnímání dobrého designu, jako je balanc, či motivační a kulturní faktory. Neopomenutelným faktorem je pak samotná osobnost umělce a jeho historie (Lochner, 2010). Studie Machotky (2006) empiricky dokládá, že obraz je přinejmenším částečným vyjádřením osobnosti umělce.

4 Výtvarný umělec optikou podnikání a marketingu

V předchozích kapitolách bylo představeno, jak se umělec postupně dostal do role podnikatele a jak je podnikatel definován. Na výtvarného umělce nahlíží jako na podnikatele řada autorů z oblastí ekonomie, marketingu, sociologie a managementu (např. Phillips, 2010; Klamer, 2011; Filis, 2004; Fillis, Lehman, & Wickham, 2023).

Koncept kariérní trajektorie výtvarných umělců rozděluje umělce do několika kategorií na základě jejich zdrojů reputace, umělecké produkce a kariérních možností (Thorsby & Zednik, 2010; Lehman & Wickham, 2014). Umělec může být v některém ze čtyř stádií:

„neznámý (*unknown*)“, „vynořující (*emerging*)“, „zavedený (*established*)“ a „slavný (*famous*)“. Na tuto koncepci navazují Lehman a Wickham (2014), kteří vystavěli model VAMT (*Visual Artists' Marketing Trajectory*). Tento model má přiblížit marketingovou orientaci a aktivity výtvarných umělců v průběhu jejich kariéry (Lehman & Wickham, 2014).

Výtvarný umělec v **neznámém stádiu** je neovlivněn preferencemi trhu a není zde žádný požadavek na jeho tvorbu. Vykazuje velmi omezenou marketingovou orientaci a malou, pokud vůbec nějakou, potřebu rozvoje marketingových dovedností. Současně má negativní tok peněz, tedy tvorbou si nevydělává a naopak musí hradit výdaje. **Vynořující** umělec má trénink v odvětví (nemusí být akademický) a již vytvořil určité množství nezávislé práce. Věnuje více pozornosti požadavkům trhu a své marketingové aktivity zaměřuje na omezené množství lokálních trhů se snahou vytvořit si reputaci. Vytváří si webovou stránku, účastní se lokálních výstav. Má ze své tvorby již nějaké příjmy, ale musí mít i jiné zdroje financí. **Zavedený** umělec vytvořil mnoho nezávislé práce. Má větší reputaci a je reprezentován některými komerčními galeriemi. Zvyšuje se poptávka po jeho práci v různých geografických regionech. Je si vědom, co marketing obnáší, a předává zodpovědnost profesionálním zprostředkovatelům. Díky příjmům může dál rozvíjet svou uměleckou činnost. **Slavný** umělec, jehož produkce je neoddelitelná od jeho reputace a statusu, nemá žádnou či jen malou potřebu zahrnovat marketingové aktivity do své činnosti. Je reprezentován mezinárodními galeriemi. Jeho práce je aktivně vyhledávaná, prodeji nemusí věnovat žádnou další snahu než skrze aktivity organizované jeho zástupci. Má veškeré příjmy z umění, je zván do médií, může psát knihy na umělecká témata. (Lehman & Wickham, 2014; Thorsby & Zednik, 2010).

Limitem tohoto modelu může být, že marketingové aktivity umělců soustředí hodně na zprostředkovatele a nepostihuje v dostatečné míře podnikatelské aktivity samotného umělce. Lee, Fraser a Fillis (2018) upozorňují na to, že kariérní vyhlídky čerstvě dostudovaných studentů umění přecházejících do samostatné výdělečné činnosti jsou náročné. Ukazuje se, že umělci pracují více a vydělávají méně (Steiner, 2013). Dříve zmíněné výzkumy (Jeffri & Thorsby, 1994; Bataille, Hedinger & Moeschler, 2020) ukazují, že řada umělců musí mít současně i jiný zdroj financí. I přes tyto negativní aspekty ale kariéra v umění stále láká mladé lidi. Potenciálním vysvětlením může být, že

tvořivá činnost a seberealizace v umění přináší umělcům i přes zmíněné negativní aspekty vyšší pracovní spokojenost (Steiner, 2013). Umělcům však chybí znalosti o stavu trhu a mají tendenci podhodnocovat svá díla. Mnoho umělců také nemá zájem rozvíjet komerční dovednosti a někteří umělci přímo vykazují „anti-podnikatelský mindset“ (Lee, Fraser, & Fillis, 2018). Důvodem pro odmítání podnikatelských aktivit může být umělcův pocit, že podnikatelské hodnoty a chování jdou do konfliktu s jeho osobní a profesní etikou, morálkou a ideologií (Williams, 2018). Gangi (2015) však upozorňuje, že ač mezi studenty a umělci někdy panuje ohledně podnikání obava, podnikatelské schopnosti a dovednosti mohou působit s uměleckou činností synergicky (Gangi, 2015) a pro úspěch na přesyceném trhu jsou rozhodující (Thom, 2016). Ukazuje se, že umělci mají vyšší šanci úspěchu, pokud mají vizi své osobní značky (*personal brand*), koherentní marketingovou strategii a obchodní model, který podpoří jejich práci umělce (Sjöberg, 2010, dle Virtanen, 2019)

Petrides a Fernandes (2020) se pokusily stanovit základní stavení kameny úspěšné umělecké kariéry. Úspěšnou kariéru zde definují jako vystavování děl, dosah širokého publika a živení se svou tvorbou. Pro dosažení úspěchu vystávají čtyři základní kameny: 1) kreativita a samotná tvorba, touha vystavovat a žít se jako umělec; 2) kultivace vztahů s gatekeepery, 3) podnikatelské a marketingové dovednosti, 4) vytvoření a management své značky.

K podobným oblastem došla též Antunes (2017), která studovala výtvarné umělce a cestu k jejich úspěchu. Identifikovala specifické podnikatelské kroky ve třech oblastech, kterými jsou kreativita, network a byznys, skrz které současně umělec rozvíjí podnikatelský mindset.

- **kreativita:** rozvíjení vlastní bohaté jedinečné kreativní identity, rozvíjení nápadů, schopností a dovedností, přinášení významu a smyslu skrze svou uměleckou tvorbu
- **network:** vytvoření sítě skrz komunikaci a proaktivní propagaci; komunikace s kolegy v uměleckém světě, klienty a veřejností; aktivní online i offline propagace své práce – propagace však musí být v souladu s vizí umělce, aby byla taková činnost udržitelná a součinná s kreativitou i podnikáním
- **byznys:** fáze 1) zahájení – získání prostředků pro počáteční investice do podnikání; fáze 2) management růstu a udržování – taktiky pro organizaci a plánování

činnosti, řízení zdrojů, cen a rozpočtu, udržování vztahů se zákazníky a publikem; pokud je to možné, umělec může někoho zaměstnat, aby se on sám mohl soustředit na kreativitu; jakákoli obchodní či podnikatelská rozhodnutí musí být konzistentní s uměleckou identitou

- **podnikatelský mindset:** vytrvalost, vnitřní touha, sebevědomí, dostupnost a komunikativnost, poctivá práce, oddanost, riskování, flexibilita, pozitivita, zvědavost

K překonání překážek umělci pomůže mít stanovené cíle a vize. Ty by měly primárně vycházet ze **silné vnitřní motivace tvořit**. Klíčem k úspěchu je právě tato vnitřní touha, drive, který by měl následně sytit podnikatelské kroky. Podnikatelské aktivity by měly být v souladu s uměleckou identitou umělce. Je důležitá jistá vytrvalost, jelikož úspěch vyžaduje čas. Umělcům také může pomoci mít mentora, díky němuž se mohou vyhnout zbytečným rizikům a který jim poskytne podporu a pomoc při harmonizaci všech elementů jejich umělecké práce (Antunes, 2017).

Hojně užívaný pojem ve vztahu k výtvarným umělcům jako podnikatelům je „*personal brand*“, tedy **osobní značka**. Osobní branding je marketingový koncept obnášející strategie, které si člověk osvojuje, aby se prosadil na trhu a budoval svou pověst. Toho dosahuje aktivní snahou řídit dojmy pomocí artefaktů a neverbálního i verbálního působení (Khedher 2015). Umělci si budují rozpoznatelný vzhled, jméno a styl (Schroeder, 2005). Tvorba značky začíná uměleckou produkcí, ale její šíření a potvrzení vyžaduje zapojení širší společnosti, která o umělci hovoří. Lidé navštěvují výstavy, sledují sociální sítě a skrz svá vyjádření přispívají k budování a posílení umělcově pověsti (Petrides & Fernandes, 2020). Pro budování své identity na trhu je tak pro umělce důležité kultivovat svůj sociální a symbolický kapitál (Rodner & Kerrigan, 2014).

Budování osobní značky je jedním ze základních pilířů k úspěšné kariéře dle Petrides a Fernandes (2020) a ve výše popsaných oblastech dle Antunes (2017) se promítá v podnikatelsky realizované umělecké identitě umělce. Úspěšný umělec je vnímán jako manažer značky, který se propaguje jako rozpoznatelný kulturní produkt (Schroeder, 2005). Koncept osobního brandingu tak souvisí s pojetím umělce jako vlastníka či manažera (Fillis, 2011; Fillis, Lehman, & Wickham, 2023).

Ač je však osobní branding z pohledu marketingu strategický, svět umění to tak nemusí vnímat. Lehman (2009) přináší poznatek o tom, že mnoho výtvarných umělců má intuitivní povědomí o marketingu a intuitivně řadu self-marketingových aktivit využívá, ale bez rozpoznání marketingových souvislostí. Z části je to věc znalostí, co to marketing je, ale současně je to ovlivněné perspektivou, s jakou umělci přistupují ke své práci. Preece a Kerrigan (2015) upozorňují, že pro umělce je obtížné oddělit svou vlastní identitu od obrazu, který utváří jejich značka, neboť hranice mezi identitou a značkou, self a prací se stírají (Preece a Kerrigan, 2015; Petrides & Fernandes, 2020).

Informační a komunikační technologie jsou v dnešní době všudypřítomné a významnou úlohu hrají i v oblasti umění, kde obohacují ekosystém trhu s uměním (Samdanis, 2016). Digitální self-marketing nabízí umělcům nové strategie, jak svou tvorbu propagovat a prodávat. Zintenzivňuje se význam výše popsaného brandingů a umělci k tomu využívají **sociální sítě** (Samdanis, 2016). Z výzkumu na 158 německých výtvarných umělcích vyvstalo, že velké množství z nich se chová jako digitální podnikatelé a více než 50 % vnímá v této oblasti potřebu dalšího tréninku či vzdělání (Hodgkiss, Fassio & Rosa, 2019). Ukazuje se, že i přes odlišné cíle a marketingové strategie výtvarných umělců je pro úspěch na sociálních sítích významná konektivita, sebevědomí a autenticita umělce (Huntington, 2024). Význam konektivity, tedy propojení umělce a diváka, potvrzuje též výzkum Kang, Chen a Kang (2019), kteří analyzovali interakční chování na platformě Instagram. Z analýzy více než 700 účtů výtvarných umělců vyplývá, že společným rysem nejpoblárnějších příspěvků je interakce se sledujícími. Současně má pozitivní vliv sdílení nejen tvorby, ale též aspektů osobního života umělce. Diváci tak získávají pocit propojení s umělcem, což pomáhá budovat vztah mezi umělcem a jeho publikem (Kang, Chen & Kang, 2019).

Umělecké dílo jako produkt

Umělecký průmysl je primárně řízen produktem, nikoli poptávkou trhu. Současně si je ale trhu vědom a je orientovaný na zákazníka (Colbert, 2007, dle Lehmana, 2009). To znamená, že umělec nevytváří primárně produkt pro zákazníka a nevychází z jeho poptávky, ale spíše hledá zákazníky pro svůj produkt (Meyer & Even, 1998). Kombinuje se tak potřeba umělce a potřeba zákazníka a dochází k oboustrannému uspokojení (Colbert, 2007, dle Lehmana, 2009). V určitém bodě kariéry umělce však může vyvstat dilema, kdy

se musí umělec rozhodnout, na jaké publikum se chce zaměřovat (Petrides & Fernandes, 2020). Toto dilema je v literatuře reprezentováno jako „*art for art's sake or art for business sake*“, tedy ve volném překladu „umění pro umění nebo umění pro obchod“ (Filis, 2006).

Hirschman (1983) definoval tři druhy kreativity: 1) **Self-orientovaná kreativita** – primárním publikem je umělec sám a primárním cílem je sebevyjádření; 2) **Peer-orientovaná kreativita** – publikem jsou kolegové a profesionálové v oboru, primárním cílem je uznání; 3) **Komeracionalizovaná kreativita** – primárním publikem je široká veřejnost a cílem jsou peníze. Umělec může být poháněn jedním z těchto zaměření a to jej a jeho tvorbu bude definovat. Je však také možná kombinace a vytváření různých produktů za účelem naplnění různých potřeb a oslovení různých segmentů zákazníků. Umělec tak může vytvářet některé produkty pro získání komerčního úspěchu a vydělání si na živobytí, jiné produkty za získáním respektu a uznání, a další produkty pro sebevyjádření. Takoví tvůrci mohou být klasifikováni podle obecnstva, kterému je směřována většina jejich portfolia (Hirschman, 1983).

Samotné umělecké dílo se může nacházet na **kontinuu od čistě komerčního produktu po čistě estetický objekt** (Fillis, Lehman & Wickham, 2023). To, jak umělec svou tvorbu na tomto kontinuu vnímá, je ovlivněno několika faktory, které se vyvíjejí v čase. Jedním faktorem je samotná motivace umělce tvořit, která ovlivňuje vývoj kariéry. Dalším faktorem je úroveň zapojení umělce na trhu a jeho úspěch. Čím je umělec na trhu úspěšnější, tím více dokáže využít trh k prosazení svých vlastních uměleckých cílů. Třetím faktorem je pak samotná fáze kariéry, tedy zda je umělec neznámý, vynořující, zavedený nebo slavný. Začínající umělec čelí jiným tlakům než například umělec zavedený, což vede k odlišnému chování ve vztahu k trhu. Spolu s tím se může měnit vnímání umění jako produktu. Vynořující umělec může být více idealistický ve vztahu ke své práci oproti umělci s již zavedenou kariérou, který může být třeba více pragmatický, což ale neznamená, že své produkty bude vnímat jako čistě komerční produkty. Pro umělce, kteří chtějí svou kariéru rozvinout, je důležité reflektovat své motivy k tvorbě a další zmíněné aspekty své umělecké činnosti (Fillis, Lehman & Wickham, 2023).

5 Shrnutí rešerše literatury a teoretická východiska

Představená rešerše literatury přiblížila pojetí umění v psychologii, psychologické zkoumání výtvarných umělců a též pohled na umělce skrz optiku podnikání a marketingu. Vědecké poznání je roztrženo po jednotlivých výzkumech. Kreativitu umělce ve vztahu k trhu a podnikatelské činnosti rozpracovávají převážně zahraniční literární zdroje z oblasti marketingu. Mimo vědecké prameny existuje také množství populárně naučné literatury, jako jsou články a knihy určené přímo pro umělce (např. Bhandari & Melber, 2009, „*ART/WORK: Everything You Need to Know (and Do) As You Pursue Your Art Career*“; Dworkin, 2019, „*The Entrepreneurial Artist: Lessons from Highly Successful Creatives*“; Grant, 2015, „*Business of Being an Artist*“). Publikace se snaží umělcům ulehčit začátek a postup v jejich kariéře, překonat překážky a pomoci jim s podnikatelskou částí jejich práce, aby se na trhu prosadili. Mimo literaturu též existují podcasty (Orer, C.: „*The Artist Entrepreneur Podcast*“; na české scéně podcast „*AVU*“ od Akademie výtvarných umění v Praze). K dispozici jsou umělcům také volně přístupná informační videa na YouTube (např. kanál malíře Jirky Housky) či vzdělávací kurzy (např. Megan Auman: „*How to Build a Business While Learning Your Craft*“; Tim Packer: „*Unstoppable Artist Program*“), ve kterých se umělci mohou naučit strategie a potřebné dovednosti k budování své kariéry. Tyto vzdělávací zdroje určené pro umělce jsou mnohdy tvořeny přímo umělci samými, kteří již ve své kariéře uspěli a posunuli se do fáze, kdy se stávají mentory pro ostatní umělce.

Jak v zahraniční, tak v české vědecké literatuře je mezera v psychologickém zkoumání výtvarných umělců z hlediska jejich života a profese jako celku – obnášející jak tvorbu, tak marketing a podnikatelské aktivity. Vzhledem k populárně naučné literatuře a dalším zdrojům tato problematika mezi umělci rezonuje, ale psychologické zkoumání se jí nevěnuje. Až na jednu výjimku (O'Reilly, 2005) jsem nenašla prameny, které by šly do hloubky umělcova prožívání a vypořádávání se se všemi aspekty umělecké práce.

Této problematice se věnuje výzkum O'Reillyho (2005) nazvaný „*The marketing/creativity interface: A case study of a visual artist*“. Ač nemá akademicky psychologické pozadí, jde do hloubky života jedné umělkyně, dívá se na její uměleckou kariéru holisticky a rozpracovává její vnímání a prožívání. Ve své podstatě jde tak o psychologický pohled.

Právě tento výzkum pojednávající o umělkyni, která má obtíže se skloubením své umělecké kreativní tvorby a aspektu podnikání, probudil mou zvědavost. Jak se s kombinací kreativity a marketingu vypořádávají jiní umělci? Jak tyto aspekty a svou práci celkově prožívají? Jaká je jejich individuální zkušenost? Jelikož jsem na tyto otázky nenalezla v existujících výzkumech odpovědi, touto prací se pokusím tuto mezeru ve zkoumání alespoň částečně zaplnit.

Metodologická část

1 Formulace výzkumného záměru a volba výzkumného přístupu

Ač jsem výzkumný záměr nastínila již v závěru kapitoly výše, nyní bych jej ráda rozpracovala a uvedla jeho souvislosti. Počátek zájmu o výzkum výtvarných umělců pramení z mé volnočasové aktivity, jelikož ráda maluji. Při volbě tématu diplomové práce jsem se tak rozhodla propojit tento můj zájem se studiem psychologie. Při prvotní myšlence jsem však ještě neměla téma konkretizované. Věděla jsem, že bych se chtěla zabývat celkovým životem umělce, nikoli jen například jeho osobností nebo jen aspektem tvorby, ale nevěděla jsem, jak téma uchopit. K tomu mi pomohla až rešerše literatury, kterou jsem dělala v rámci předmětu Psychologický výzkum: teoretická citlivost. Jednotlivé výzkumy mě postupně vedly, až jsem se dostala k výše zmíněnému výzkumu (O'Reilly, 2005), který mi pomohl pojmenovat to, co mě zajímalo a co jsem sama vnímala na sociálních sítích – výtvarný umělec je v dnešní době nejen tvůrce děl, ale současně také podnikatel. To ve mně probouzelo řadu otázek, na které jsem však nemohla v literatuře nalézt odpovědi. Zajímalo mě, jak umělci tyto dvě role prožívají a jak se spolu kloubí. Přemýšlela jsem, jestli se mezi nimi vytváří konflikt, nebo spolu koexistují v harmonii. Svou práci jsem se tak rozhodla zaměřit tímto směrem s cílem zpracovat sondu do umělcova života a jeho umělecké práce jako celku, se všemi aspekty, které obnáší.

Základní výzkumná otázka tedy zní: **Jaká je zkušenost výtvarného umělce jakožto kreativního tvůrce a podnikatele?**

Na tuto základní otázku navazují dílčí otázky, které ji blíže rozvádějí:

- Jak výtvarný umělec prožívá svůj kreativní proces a jaký význam pro něj tvorba má?
- Jaká je jeho zkušenost s podnikatelskou částí práce – s propagací, cenotvorbou, prodejem?
- Vnímá výtvarný umělec nějaké požadavky trhu/klientů na svou tvorbu a případně jaký vliv to na něj a jeho tvorbu má?

Vzhledem k povaze výzkumných otázek jsem se rozhodla pro kvalitativní výzkumný přístup, který umožní nahlédnout do hloubky a individuality. V rámci toho budu

postupovat dle Interpretativní fenomenologické analýzy (IPA), kterou jsem zvolila díky jejímu zaměření na porozumění žité zkušenosti a významům, které si jedinec utváří (Smith, Flowers & Larkin, 2009).

2 Výzkumný soubor

Procedura výběru výzkumného souboru

Proces výběru výzkumného souboru nebyl přímočarý. Zvažovala jsem, na jaká kritéria se při výběru zaměřit. První zúžení jsem udělala na výtvarné umělce, kteří se svou tvorbou živí. Jelikož jsem sama chodila na výtvarný kurz, oslovila jsem lektorku, která nás vyučovala. Ta mi dala kontakt na svého muže, který se věnoval animaci. Rozhovor byl bohatý a velmi zajímavý, ale následně jsem se opět dostala do období zvažování. Ač je animace výtvarný obor, taková práce má jiné charakteristiky. Je více týmová, založená na smluvních závazcích, spolupracování na zakázkách s dalšími odborníky. Nefunguje tak, že animátor vytvoří dílo a to prodává. Jelikož jsem se chtěla zaměřit více na individuálního výtvarného umělce a jeho podnikatelskou pozici, rozhodla jsem se pro změnu zaměření a zúžení jen na malíře, kteří se živí svou uměleckou tvorbou.

Proces hledání vhodných informantů probíhal na sociální síti Instagram. Díky tomu jsem mohla procházet řadu uměleckých profilů. Vybírala jsem české malíře a malířky, kteří aktivně tvoří. Svůj výběr jsem postupně zužovala. Finálním kritériem výběru byl můj vlastní zájem – jelikož celá práce vznikla na základě mého zaujetí a zvědavosti, vnímala jsem jako důležité, aby byly stále jistým vodítkem. Vybrala jsem tak prvního umělce, jehož práce mě zvláště oslovovala a cítila jsem, že bych se o jeho zkušenosti chtěla dovědět více. Prvním informantem se tak stal Roman – mladý malíř samouk, který se nyní tvorbou živí, ale umění akademicky nestudoval. To formovalo výběr dalších umělců. Kritériem neakademického vzdělání nebylo to hlavní, které by výběr určovalo, ale podařilo se ho naplnit a tím zvýšit homogenitu výzkumného souboru. Vedená stále svým zájmem a oslovená tvorbou daných umělců, jsem vybrala dva další umělce a jednu umělkyni. Všichni rádi souhlasili s rozhovorem. Jeden z nich, Patrik, mi však odepsal, že se rád zúčastní, ale neživí se jen tvorbou, je i v zaměstnání. Pečlivě jsem zvažovala, jestli zachovat svůj původní záměr výběru jen umělců, kteří se tvorbou plně živí. Již v tomto prvotním e-mailu však Petr naznačil některá témata, která jsem vnímala, že jsou pro

zkoumanou problematiku relevantní a jeho příběh mě zajímal. Rozhodla jsem se tak rozhovor zrealizovat a následně se rozhodnout. Jelikož byl rozhovor dle mého názoru pro téma velmi přínosný a relevantní, rozhodla jsem se jej zahrnout.

Výzkumný soubor

Výše popsaným procesem vykrytalizoval výzkumný soubor skládající se ze 4 informantů. Tento počet je v souladu s doporučením 3-6 informantů, které dávají autoři Interpretativní fenomenologické analýzy (Smith, Flowers & Larkin, 2009).

Tabulka blíže ilustruje základní charakteristiky informantů. Doba aktivního tvoření a doba na volné noze je zaznamenána přibližně v letech. Doba aktivního tvoření nereflektuje prvotní vstup do tvorby, ale skutečně aktivní tvorbu.

	Roman	Lenka	Jakub	Patrik
věk:	27	50	39	35
finanční zdroje:	tvorba	tvorba	tvorba	zaměstnání a tvorba
doba aktivního tvoření (roky):	3	17	10	9
doba na volné noze (roky):	2	8	7	-
způsob zobrazování:	abstraktní	abstraktní	realistický	realistický
střední umělecká škola:	ne	ano	ano	ano
vysoká umělecká škola:	ne	ne	ne	ne

3 Procedura sběru dat

Sběr dat probíhal formou polostrukturovaného rozhovoru. První rozhovor s animátorem, který nakonec nebyl do práce zahrnut, mi umožnil revidovat mnou připravené otázky. Ukázalo se totiž, že první verze byla až příliš obsáhlá a vedla k rozhovoru o délce přes 3 hodiny. Otázky jsem tak více zobecnila a vyřadila nerelevantní. V rámci přípravy okruhů jsem se inspirovala výzkumem O'Reillyho (2005) a jeho kazuistikou umělkyně, který téma strukturoval do pěti oblastí: 1) polohování umělce, odkud vychází, 2) kreativní proces, 3) vnímání a hodnocení produktu, 4) propagace, 5) nastavování cen.

Vstup do rozhovoru začínal stručným představením mé výzkumné práce a informovaným souhlasem. Samotné rozhovory pak plynuly přirozeně. Strukturu mé přípravy pro rozhovory přibližuje *Příloha 1*. Na úvod jsem informanta poprosila, o krátké představení se. Následně jsem se doptávala, jak se k umělecké činnosti dostal, jaká byla jeho cesta. Následovala otázka „Jaká je vaše zkušenost s tvořením a živením se jako malíř/ka na volné noze?“, v případě informanta, který je současně zaměstnán „Jaká je vaše zkušenost s tvořením, působením na umělecké scéně, prodáváním obrazů?“ Rozhovory však plynuly velmi autenticky a sami informanti se rozprávěli od samého začátku a já se doptávala. Mé připravené otázky směřovaly na kreativní proces umělce, jeho vnímání povedeného a nezdařeného uměleckého díla, požadavky či preference trhu a klientů a jejich vliv na tvorbu, zkušenost s podnikatelskou částí práce, doptávání se na propagaci, cenotvorbu a prodej. Též mě zajímala celková spokojenost umělce se svou profesí, zda a jak ho ovlivnila a co se v průběhu kariéry změnilo. Na závěr jsem se ptala, zda je ještě něco, čeho jsme se nedotkli nebo co by mohlo být důležité.

Informanti o tématech, na které připravené otázky mířily, hovořili sami od sebe či byli rádi, že jsem se na danou věc zeptala. To mě ubezpečovalo v relevantnosti mého dotazování a celkového zkoumání. V průběhu rozhovoru jsem pro ověření si, že informantovi dobře rozumím, využívala shrnování vlastními slovy. To současně informantovi dávalo najevo mé porozumění, což následně vedlo k prohlubování sdílení. Rozhovory trvaly od 1,5 do 2,5 hodin a nahrávala jsem je na diktafon v mobilním telefonu nebo tabletu.

Ač byli informanti z míst po celé České republice, vnímala jsem důležitost osobního kontaktu, a tak všechny rozhovory probíhaly osobně v jejich prostředí, kde současně tvoří – u dvou umělců v jejich ateliéru, u dalších dvou doma, kde současně mají vyhrazený prostor pro tvorbu. Tento osobní kontakt mi umožnil lepší napojení se na informanta a možnost na živo vidět některé jejich obrazy a celkově prostor, kde se tvorba odehrává. Pro informanty to bylo přirozené prostředí, kde se cítí dobře a které je s jejich tvorbou spojené. Při vyprávění mi také mohli na živo něco ilustrovat na obrazech nebo prostředí, a já tak mohla sdělovanému lépe porozumět, což bylo velmi přínosné.

4 Procedura analýzy dat

Při analýze jsem postupovala dle doporučeného postupu Smithe, Flowerse a Larkina (2009).

Rozhovory byly nejdříve doslovně přepsány a vytisknuty s širokými okraji, očíslovanými stranami a řádky. Každý rozhovor jsem se snažila přepsat dříve, než jsem realizovala rozhovor další. I následně jsem postupovala po jednotlivých rozhovorech. Až po dokončení analýzy jednoho rozhovoru jsem přesunula pozornost k rozhovoru dalšímu. Mezi analýzami jednotlivých rozhovorů jsem měla časové pauzy, které mi umožnily lépe se oprostit od předchozího rozhovoru a nanovo se ponořit do příběhu jiného informanta.

Samotná analýza rozhovoru začala opakovaným čtením přepisu rozhovoru. Při prvním čtení jsem se jen znovu seznamovala s příběhem umělce, případně jsem si tužkou zakroužkovala slovo či větu, která zvláště zachytila mou pozornost. Při druhém čtení jsem využívala barevného zvýrazňování a dalšího kroužkování a podtrhávání. Současně jsem si psala poznámky na okraje. Zaznamenávala jsem, čeho se daná oblast rozhovoru týká, významné zestručněné výroky či jazykové obraty, které mi pomáhaly uchopit to, co informant sděluje, a také mé prvotní myšlenky. Při dalším čtení jsem chtěla začít sdružovat relevantní výpovědi a témata k sobě. K tomu jsem se nejprve snažila využít aplikaci na tvorbu myšlenkových map, abych mohla jednotlivé výpovědi a vyvstávající témata flexibilně přesouvat, ale nemohla jsem se s digitálním rozhraním sžít. Dále jsem tak zůstala u techniky tužka papír. Postupovala jsem tak, že jsem si na čisté papíry zapsala tematickou oblast a k ní relevantní výroky, u kterých jsem též zapisovala stranu a řádek, kde se vyskytují. Tuto část analýzy ilustruje ukázka v *Příloze 2*. Tento postup byl zdlouhavý, ale

velmi se mi osvědčil. Postupně jsem tak mohla sdružovat k sobě výpovědi a jednotlivá témata. Využívala jsem i zde grafického zaznamenávání v podobě zvýrazňování, propojování a kroužkování. Vzniklo mi tak k rozhovoru kolem 10 papírů. Témata jsem následně dále propojovala a sdružovala. Některá se upozadila, jiná se stala nadřazenými a hledala jsem jejich vhodné označení a uchopení.

Z takto uspořádaných témat jsem následně vypracovala profil daného umělce. V průběhu tvorby profilu se tematická struktura opět trochu proměnila, kdy některá témata nabyla na významu, některá se lépe propojila a jiná ustoupila více do pozadí. Pro kontrolu jsem se vracela k původnímu přepisu rozhovoru a poznámkám. Po dokončení tohoto procesu s jedním rozhovorem jsem začala s analýzou rozhovoru dalšího a postup jsem opakovala.

Po dokončení analýzy všech rozhovorů a vypracování jejich profilů následovala fáze společné analýzy, která vyústí ve společná relevantní témata propojující zkušenosti jednotlivých umělců. Pro začátek mi pomohlo vrátit se opět na chvíli ke každému rozhovoru zvlášť a vypracovat pro každého informanta myšlenkovou mapu na jednu stranu, která vizualizovala jeho individuální témata a vztahy mezi nimi. Jednotlivé bubliny s tématy jsem následně intuitivně vybarvovala. Barevně se tak sdružily témata a vydělily se jednotlivé oblasti, které odrážely určitý aspekt u každého umělce. Nalézala jsem označení pro tyto oblasti a zapsala jsem si je na nový papír spolu s tématy, která obsahují. Hledala jsem vztah mezi těmito oblastmi, jak spolu souvisí, jak se propojují či jak stojí proti sobě. Následně jsem tato vykrytalizovaná společná témata zpracovávala do textové podoby. Při tomto procesu se mi opět trochu přeskupila a postupně dostávala svou finální podobu. K tomu mi pomohlo vypracovat jejich grafické znázornění, které nakonec plně zachytilo finální podobu témat propojujících individuální zkušenosti informantů. Pro toto grafické znázornění se mi poprvé osvědčilo digitální zpracování.

5 Etické aspekty výzkumu

Pro zajištění etických aspektů výzkumu a vytvoření bezpečného prostředí byli všichni informanti seznámeni v rámci ústního informovaného souhlasu s povahou práce, přičemž bylo zdůrazněno, že účast na výzkumu je dobrovolná a mohou kdykoli rozhovor ukončit, neodpovědět na otázku či i zpětně od účasti ve výzkumu upustit. Informanti byli také seznámeni s nahráváním rozhovoru a s tím, jak budu s daty dále pracovat. Co se

anonymizace týče, všichni informanti byli otevření případnému zachování jejich identity, ale i anonymizaci. O anonymizaci jsem tak určitou dobu uvažovala, jelikož jsem vnímala, že neanonymizování osobních údajů by čtenáři umožnilo lépe se s umělcem seznámit, jelikož by bylo možné přiložit ukázkou výtvarných děl, a současně bych i ráda umělcům dopřála určitou formu propagace. Ale z důvodu práce s citlivými daty v rámci osobních příběhů a celkové interpretace dat, která je u kvalitativního přístupu vždy do určité míry subjektivní, jsem se nakonec rozhodla veškeré osobní údaje anonymizovat. Jména, pod kterými jsou zde informanti uvedeni, tak nejsou jejich vlastní. Informanti měli také možnost mi v průběhu rozhovoru či zpětně sdělit, když si přáli, abych určité informace z rozhovoru do práce nepoužívala. To vnímám jako důležité a přínosné, jelikož to umožnilo velkou otevřenost současně se zachováním důvěry a bezpečí.

6 Reflexe mé pozice výzkumníka

Jak již bylo zmíněno, zdroj zájmu o danou problematiku pramení z mé vlastní volnočasové aktivity. Tento fakt může být pro práci velkým přínosem i limitem. Zájem o malování a vlastní zkušenost s procesem tvorby mi umožnily hlubší napojení se na informanta a větší pochopení a porozumění některým popisovaným aspektům. Na druhou stranu to představovalo riziko vkládání vlastních významů do informantovy zkušenosti. Tohoto rizika jsem si byla vědoma a průběžně jsem tak reflektovala svou pozici, své motivy a zakotvenost myšlenek a interpretací v datech.

Rešerše, kterou jsem dělala před konkretizací tématu, formovala zaměření mé práce i uvažování o tématu. I přesto vnímám, že jsem si zvládla zachovat otevřenost při samotných rozhovorech a analýze a nechala se vést zkušenostmi informantů, k čemuž mi pomohlo několik aspektů. Prvním je samotný fakt, že právě nedostatek zdrojů a informací rozproudil mou zvědavost. Též vnímám, že mi pomohlo, že mezi rešerší a samotnými rozhovory byl časový odstup a poznatky z rešerše jsem tak pozapomněla. Odstup byl vytvořen mým zvažováním o tématu, ale také prvním rozhovorem s animátorem, po kterém jsem nějakou dobu nevěděla, jak dál pokračovat. Samotný rozhovor byl velice zajímavý, přínosný, dozvěděla jsem se o nové profesi a dostala jsem okénko do něčí zkušenosti, za což jsem byla velmi vděčná. Nesplňoval ale to, co jsem pro práci potřebovala, jelikož je to jiný způsob práce. Tato zkušenost mě na nějakou dobu zastavila od dalšího postupu, jelikož jsem nevěděla, jak si s tím poradit. Cítila jsem závazek

k pánovi, že mi věnoval svůj čas a svou zkušenost. Trvalo mi, než jsem to vnitřně uchopila a až zhruba po tři čtvrtě roce jsem se k tomu vrátila s čistou hlavou, kdy jsem dokázala přeformulovat kritéria pro výběr informantů, zkušenost z rozhovoru vytěžit a znovu se do práce ponořit. Tento rozhovor mi velmi pomohl v tom, že jsem si vedení rozhovoru vyzkoušela a mohla následně upravit to, co potřebovalo vylepšit. Na základě této zkušenosti jsem upravila svou přípravu pro další rozhovory, více si uvědomovala časový rámec rozhovoru a též jsem získala více jistoty.

Dalším a možná nejdůležitějším aspektem, který zajišťoval oprostění od rešerše, byl můj upřímný zájem o poznání příběhu a zkušenosti každého jednotlivého informanta. I z toho důvodu jsem volila takové informanty, jejichž práce mě významným způsobem oslovila, což probouzelo mou zvědavost a otevřenost. Následně jsem se k rešerši vrátila a rozpracovala ji až po dokončení analýzy rozhovorů.

Se všemi umělci jsem se v den realizace rozhovoru viděla poprvé, a tak data nebyla zkreslována žádným vzájemným vztahem. Dva informanti mi při seznámení nabídli tykání, které jsem přijala. S dvěma dalšími informanty jsme si vykali. V rámci navázání vztahu ani při samotném rozhovoru jsem v užívání tykání či vykání nevnímala rozdíl, spíše preferovaný způsob odpovídal komfortu informanta a potažmo tak i mému komfortu.

Časový odstup vznikl též mezi přepisem rozhovorů a samotnou analýzou. Ten byl způsoben jinými okolnostmi, ale také tím, že jsem zvažovala, zda oslovit ještě některého malíře či malířku. Vzhledem k tomu, že se jedná o mou první kvalitativní práci a provedené rozhovory byly na data bohaté, jsem se nakonec rozhodla počet nerozšiřovat a spíše se zaměřit na podrobnější vytěžení získaných dat.

Při samotné analýze dat mi v orientaci a směřování pomáhaly zpracované jednotlivé kroky Interpretální fenomenologické analýzy (Smith, Flowers & Larkin, 2009) a neopomenutelným aspektem bylo též sdílení mého postupu s vedoucím práce a jeho zpětná vazba.

Empirická část

1 Analýza zkušenosti jednotlivých výtvarných umělců

V této části práce představím jednotlivé informanty a jejich zkušenosti formou profilů vytvořených na základě analýzy rozhovorů a identifikace stěžejních individuálních témat. Profily jsou pro přehlednost strukturovány do sekcí, ale jednotlivé oblasti se vzájemně propojují a ovlivňují. Profily zpravidla začínají informantovým vstupem do tvorby ilustrující jeho příběh a pozadí.

1.1 Roman

Roman je 27letý muž a malbě se v době rozhovoru profesionálně věnuje zhruba 2 roky. Maluje abstraktní obrazy převážně na zakázky. Významnou částí jeho práce je setkávání se s klienty a poznávání jejich příběhů. Popis Romanova obrazu nabízí *Příloha 3*.

Cesta k profesionální tvorbě

Roman vystudoval vysokou školu s magisterským titulem humanitního směru. Svému vystudovanému oboru se ale nevěnuje. „*A vždycky jsem maloval, celý život. A vlastně vždycky jsem jako všem říkal, že kdybych mohl si vybrat ze všeho nejvíc, tak bych prostě chtěl malovat v životě, a že bych se chtěl jako tím živit.*“ Ač Romana provázelo malování od mala, nevydal se cestou akademického studia umění. „*To bylo asi všechno s tím, že nějak jsem asi sám sobě nevěřil, nebo prostě to bylo takové... Nevím.. A já jsem dřív byl hrozně, hrozně takovej jako snílek. Já jsem všem hrozně rád říkal, co bych chtěl dělat, ale někdy jsem pro to nic neudělal.*“

Vystudoval tak vysokou školu v humanitním směru s tím, že by si chtěl udělat psychoterapeutický výcvik a působit jako psychoterapeut. Po škole to ale bylo jiné, spolu se skončením závodního sportu se dostal do krize identity. „*Jsem si prožil strašnou krizi identity a vlastně jsem vůbec nevěděl, kam patřím.*“ K této krizi identity, která byla pro Romana přelomovou, se v průběhu rozhovoru opakovaně vracíme.

Po škole nastoupil do práce, kde nebyl spokojený. „*No ale to mě hrozně pomohlo, že to bylo takové špatné místo.*“ Už v té době začal Roman více malovat, ale svou tvorbu nijak nesdílel, sloužila mu především jako psychohygienu – „*psychohygienu, jediná prostě, která mě fakt jako pomohla*“. Přes kamarádku, která věděla, že maluje, se dostal ke své

první zakázce, kdy pro někoho namaloval obrázek. „*A tehdy jsem nepřemýšlel nad tím, že bych se tím mohl živit. Tehdy to bylo spíš jako, fakt to nadšení z toho, že to můžu udělat pro někoho...*“

Začal malovat víc. Do té doby se věnoval figurální a portrétové tvorbě, ale chtěl vyzkoušet abstraktní tvorbu – chtěl si dát něco doma na stěnu a obrazy sdílel na Instagramu. To odstartovalo klíčový zlom v podobě zakázky. „*Nějak chvíli na to mě napsala slečna, že by jako chtěla taky takový obraz, že jako jestli si ho může u mě objednat. A objednali si tehdy velký formát.*“ Roman z toho měl velkou radost a vedlo to k dalšímu tvoření a sdílení své tvorby. „*A no tak to tam to nějak začalo, a potom už prostě, jak jsem nějak sdílel víc a víc, maloval jsem víc, do toho jsem ještě chodil do té práce.*“

Poté nastal moment, kdy se Roman rozhodl i přes počáteční nejistotu ohledně peněz opustit ve zkušební době práci. „*Já jsem si řekl, že na to kašlu, že prostě, že je tady ta vidina toho, že se tím můžu živit.*“ Začal se tak plně věnovat tvorbě. „*No ale nějak jsem u toho prostě zůstal a.. No a tak vlastně to vzniklo celé, tehdy vlastně.*“

Tento přechod do tvorby se odrazil v osobnostní rovině, Roman našel svůj životní směr. „*A přestože tehdy to byla pro mě jako, řekl bych takový můj.. jako nízký jako.. ten low point. Tak vlastně to bylo něco, co mě vlastně úplně vytáhlo úplně ze všeho, protože jsem do té doby byl úplně jako.. Já jsem nevěděl, co v životě dělat, jsem vždycky se jenom schovával za něco, za plavání, za školu, za to, že chci dělat výcvik.. No a teď už se nemusím schovávat. Takže to bylo, jako to bylo hezké.*“

Osobnostní přerod a naplnění – krize, semknutí osobnosti, smysl, štěstí, přirozené X ireálné

Jak již vyplývá z úryvku výše, přerod v profesionálního umělce měl pro Romana velký osobnostní význam. Díky tomu a díky lidem, kteří měli o jeho umění zájem, se dostal z velké krize a našel v životě své místo. To, co dělá, jak tvoří, mu dává obrovský smysl. K tomu, že se může živit jako umělec, přistupuje se velkou pokorou.

V tomto úryvku, který se mi zdá být klíčový, Roman popisuje **hloubku krize a význam jeho klientů.**

„*Jako jak jsem říkal, kdyby ses mě třeba ptala před těma, před dvěma rokama možná, ale třeba před těma třema rokama, když já jsem si vlastně procházel svoji největší krizí.. Tak já*

bych ti řekl, že ani nebudu žít v tuhle chvíli. Já jsem tehdy byl tak jako mimo, že já jsem vyloženě jako nevěděl, jestli budu existovat. To mě, mě to vyloženě vytáhlo tady toto.. Nebo.. nechci říct vyloženě umění, mě vytáhli ti lidi, kteří jako měli o to ten zájem. Protože bez nich by neměl práci. A bez toho všeho jo jako.. (...) A proto já si toho všeho i tak cením. Proto já jsem i tak hrozně sentimentální, protože to má prostě potom úplně jinou tu duševní hodnotu.“

Zažití takové krize nyní vede k tomu, že si své nové reality a všeho s tím spojené velmi **váží**. „*Já si velmi vážím toho, že můžu se živit jako umělec.“*

To vše vedlo k osobnostnímu vývoji, který Roman popisuje jako **semknutí osobnostní struktury**. „*Mně přijde, že já s tím, že mě tady ta práce, a to, že to můžu dělat a všechno kolem toho, tak mě hrozně jako i semknulo jako moji osobnostní strukturu. Že jak já jsem byl hrozně rozpadlý, tak mě to hodně jako vyrýsovalo a vyprofilovalo.“* Nabyt větší sebevědomí, převzal zodpovědnost za svůj život, dokáže lépe fungovat s lidmi a jdou mu od ruky věci, které by dříve dřely. „*Protože v momentě, kdy mě se jako utvrdila struktura osobnosti, tak já jsem schopný se o sebe víc opřít. (...) Bude to taková sněhová koule prostě a víc to všechno prostě funguje.“*

Roman našel to, co mu **dává v životě smysl** – a současně to dává smysl i jeho klientům. „*Dělám to, protože mě to baví, dává mi to smysl. Dává to smysl jak mně, mému životu, tak prostě těm lidem, kteří to chtějí.“* To jde ruku v ruce s tím, že je Roman na sebe a svou práci pyšný „*Já jsem na to velmi pyšný. Já jsem poprvé pyšný na to, co dělám v životě.“* A jak říká: „*Já jsem nejspokojenější, jak jsem kdy byl.“*

Velkým Romanovým tématem je **štěstí** – silně a opakovaně si uvědomuje a říká, že jej má. „*Nikdy nezapomínám na to, že mám hrozné štěstí. A že mám štěstí v tom, že to můžu dělat. A jsou lidi, kteří nemají štěstí“.* Silně vnímá štěstí v oblasti svých klientů, že mají zájem o jeho tvorbu, že se mu sami ozývají, že jsou otevření jeho tvorbě. „*A já jsem měl fakt velké štěstí, že se to těm lidem jako tehdy líbilo“; „Já mám velké štěstí.. A do teď já nevím, čím to je, ale velké štěstí, že ve většině případů lidi oslovují mě“.*

Celkově Roman prožívá být umělcem jako velmi **přirozené**. Projevuje se pocit naplnění vnitřního potenciálu. „*A mně přijde, že k tomuto, jsem byl nějakým způsobem.. Že to ve mně celou dobu bylo.“* Cítí, že je tam, kde má být, jdou mu věci od ruky.

Na druhou stranu je v tom ale i jistý **pocit ireálna**, že je to pro něj možné, že to skutečně může dělat. „*Tak je to takové jako surrealistické, občas (...) Kdybych já mluvil jako sám se sebou před 5 lety, tak bych si řekl, jako nevěděl bych, jakože toto je možné pro mě. (...) Jo, přišlo by mi to nereálné, úplně jako bláznovství naprosté... Že vlastně můžu mít takový život, že můžu vlastně dělat to, co mě fakt jako první věc, která mě v životě bavila, že to bude moje práce..*“ S tím se pojí prožívaný syndrom podvodníka. „*Já se pořád nedokážu zbavit takového jako imposter syndromu (...) Jako takový pocit, že to je super, všechno je úžasné, ale vlastně pořád máš takový trošku pocit, že vlastně jako jsi v něčem, v čem vlastně vůbec neumíš chodit.*“

Tvorba – samota X setkávání, (mezi)lidská zkušenost, vyprávění, realizace sebe skrz ně

Roman se popisuje jako velmi **introvertní** člověk a **samota** a **disociace** je pro něj příjemná a současně i důležitá pro jeho tvorbu. „*Já strašně rád trávím jako čas sám, protože jsem rád ve svých myšlenkách nějakým způsobem, protože jsem na to zvyklý, v dětství. Aj třeba i v rámci těch obrazů, velký komponent je právě disociace. A mně v tom je strašně příjemně, v disociaci. Už ne jako obranný mechanismus. Ale prostě jako něco.. Jako takovej jako tvořící proces*“.

Současně je ale **silně orientován na lidi** a **mezilidská zkušenost** má pro Romana obrovský význam. Váže se již s tématy výše, kdy se propojuje s vytažením z krize, s uvědomovaným štěstím i prožívaným smyslem. Stěžejní význam má ale také pro samotnou tvorbu.

Roman tvoří především **obrazy na zakázku**, což mu přináší jistou stabilitu - „*z podnikatelského hlediska je to super, protože vlastně když máš naplánované ty zakázky, tak víš, že máš ty práce pro někoho.*“ Do budoucna by se chtěl věnovat více i volné tvorbě, „*Ale zatím mi to nechybí, protože jsem měl možnost si jako vytvořit takový systém v tom.*“

Zpočátku obrazy inzeroval jako obrazy do interiéru. „*Potom teda bylo období, kdy já jsem hodně jako akademizoval tu, tu tvorbu. Tím, že vlastně já jsem to přehnaně tahal do té psychoterapie a do psychologie.*“ **Psychologie** je pro Romana velkou inspirací, ale nyní už nemá potřebu tvorbu akademizovat. „*Jenom vlastně si nakonec stejně hraju na něco, co nejsem. (...) Ale vím, že jsem člověk. A vím, že mám nějakou lidskou zkušenost. Víím, že*

prostě základem mé tvorby jsou prostě nějaké mezilidské vztahy, nějaké prostě vnitřní prožitky, vnitřní procesy. I nevědomé procesy častokrát, jako lidské chování.“

„Ta tvorba se prostě opírá o nic jiného než o lidskou zkušenost“

Právě zakázkové obrazy mu umožňují poznávat hluboké mezilidské zkušenosti. Roman se **s klienty nejprve sejde** v ateliéru *„Já když se sejdu s těmi lidmi, tak s nima mám v podstatě dlouhý sedánek, prostě 2 až 3 hodiny s nima sedím a vyloženě jako mám s nima jako schůzku“*. Domluví se na technických věcech, jako je formát obrazu, barvy, cena Ale současně se je Roman také snaží **poznat jako lidi**. *„V těch zakázkách je strašně krásné to, že přijdou za mnou lidi, oni si objednají obraz, já mám možnost je poznat jako lidi, oni jsou schopni poznat mě jako lidi.“*

Z tohoto setkání člověka s člověkem pak vycházejí samotné obrazy. Obraz abstraktním způsobem zachycuje lidskou zkušenost, nějaké téma **jedinečné pro klienta**. *„Je to sice věc, která jim jako visí na zdi.. ale jako nějakým způsobem jako zachytáváme buď nějaké jejich téma, nebo zachytáváme prostě.. jenom prostě blbě to, že tady přišel s nějakou vzpomínkou, nebo prostě - něco, vždycky tam může být něco.. A to je na tom hrozně krásné na těch zakázkách.“* Obraz je tak abstraktním vizuálním **vyprávěním**. *„Moje obrazy jsou prostě vyprávění. Nic jiného.“*; *„Já mám rád takové to.. jako to vyprávění, ten storytelling toho umění, a prostě ten, příběhovost. A v tom ta psychologie velmi mně pomáhá.“*

Současně skrz setkání s klientem Roman **realizuje i sám sebe**. *„Nějakým způsobem, najít si v nich něco, co můžu potom já reflektovat v těch obrazech. (...) Co můžu já realizovat skrz ně.“* Samotný obraz je tak určitou kombinací toho, co přináší klient, a toho, co si v tom najde Roman. *„Jako když se podíváme za ten horizont toho, tak vlastně mně to umožňuje realizovat jako svoje umění, nebo vlastně to, co chci dělat já, pro někoho, kdo ví, že si to chce vzít.. ten obraz.. (...) A uděláme to nějak jako jedinečné právě pro ně.“*

Romanovou inspirací při tvorbě jsou mlhoviny a vesmír, a to nejen vizuální, ale i svou povahou. *„...samozřejmě vizuální, ale i prostě taková ta, ta rozpolcenost, prostě to, to, jak je to roztáhlé, ten vesmír nekonečný, že jo, prostě jak nevědomí, a prostě je to, prostě pecka.“* Proces tvorby neobnáší jen samotnou tvorbu s barvou, ale také náčrty a vizualizace. *„Představ si, že se zasedíš do té scény a teď ta abstrakce, jak kdyby všude kolem tebe. A nějakým způsobem jako to evokuje prostě něco a ty se snažíš fragmentovat*

jenom prostě nějakou část, nějaký detail toho, co je kolem tebe, se snažíš fragmentovat prostě do toho obrazu.“ Samotný proces s barvou je pak svým způsobem intuitivní, vychází z daného momentu. „A ta tvorba je hodně o tom jako.. chyba - náprava. Prostě uděláš něco a teď buď se ti to nelíbí a předěláš to, nebo to jde, nebo to podpoříš, nebo to tam necháš úplně. A potom z toho tak nějak vzniká... Vlastně jedeš, jedeš, jedeš, dokud si nejsi jistá tím, že to, co máš před sebou, je prostě konečný výsledek.“

Setkávání s klienty a jedinečnost obrazu přináší hloubku a **přidanou duševní hodnotu**, která je pro Romana v tvorbě důležitá. *„Tu přidanou hodnotu, kterou já v tom hledám. Že prostě chci, ať ten obraz prostě přejde k někomu a prostě je fakt jejich. Jakože ne, že si jenom koupí obraz, protože to je prostě nějaký hezký obraz. Ale ať to má hlavu a patu.“*

Pro Romana je důležité, a to ať už v tvorbě samotné, v setkávání s lidmi, nebo v prezentaci sebe a své tvorby, aby byla jeho činnost a jeho tvorba **validní**, aby měla **kredibilitu, hodnotu**. *„Já mám fakt rád, když můžu s těmi lidmi mluvit, vím, kde ten obraz potom bude, oni budou vědět, že to všechno je jako validní, je to.. má to nějakou kredibilitu..“*

Prezentace, branding, cenotvorba – Instagram, ateliér, kredibilita, sdílení obsahu, autentické X pro lidi, podnikatelské křeslo

Roman nejvíce funguje přes **Instagram** – tam prezentuje své obrazy, proces tvorby a přes Instagram se dostává k většině svých klientů. *„Jako kdyby nebylo Instagramu, nutné říct, že kdyby nebylo Instagramu, tak já bych neměl práci. Já bych jako, nebo nevím, možná bych měl, ale nevím, jestli by to všechno šlo tak relativně hladce, tak jak šlo.“* Roman vnímá, že na Instagramu je velmi **dostupná propagace** v podobě placených reklam, které dobře fungují v případě, že člověk dělá produkt, který se lidem líbí. *„Nemusíš chodit do žádné reklamní agentury, nic. Nestojí to tak strašně velké peníze. A když děláš produkt, který se.. asi.. lidem líbí, tak jako není tak strašně těžké.. to zní hrozně.. ale není to tak šílené jako se k tomu dostat. Že to je celkem jako dostupná služba.“* Těchto propagací dodnes využívá.

Velké téma je **prezentace** – prezentace své práce, prezentace sebe, prezentace obrazů jako takových. Celkově bychom mohli oblast prezentace shrnout do sousloví *„Prostě to musí(!) nějak vypadat.“* Pro Romana je velmi důležitá již výše zmiňovaná **kredibilita, validita**.

Už od počátku, kdy ještě nebyl v profesní tvorbě plně ukotven, vnímal jako důležité prezentovat svou činnost jako skutečnou validní práci. „*V nějakých momentech jsem třeba trošku zveličoval. Nějaké ty jako příspěvky trošku, jakože aby to vypadalo, že fakt, jakože to je moje práce. Já jsem to tak jako bral. Nebo já rád věřím, že jsem to tak bral. Jako mně to dávalo strašný smysl, že to dělám. Ale neživilo mě to. A já jsem ani neřikal tehdy, že mě to vyloženě živí, ale chtěl jsem, ať to vypadá, že to je práce. Že to prostě je nějaká validní práce, o kterou se můžu opřít.*“

Spolu s **prezentací tvorby a sebezprezentací** souvisí významně **ateliér**. V současném ateliéru je v době rozhovoru rok. Do té doby maloval doma v kuchyni, což Romana velmi štvalo. „*Mě strašně štvalo, že už jsem neměl jak ty obrazy fotit. Že prostě jsem neměl, jak je prezentovat.*“; „*Jako štvalo mě to. I z toho důvodu, že vlastně jako já jsem si říkal, jak já se vlastně můžu prezentovat, jako prostě člověk, kterej se tím živí, když vlastně nemám ani prostor, kde jako maluju.*“. Ateliér je tak Romanovým pracovním prostorem, kde probíhá tvořící proces, kde může fotit své obrazy, a současně místem, kde se setkává s klienty. Umožňuje mu tvorbu i kvalitní (sebe)prezentaci. „*Ať to má taky nějakou kredibilitu. Ať to prostě má nějakou váhu.*“ S ateliérem se také pojí Romanovo prožívání. „*Pro mě to je jako nejmilejší místo na světě. Já se tady cítím strašně jako bezpečně. Já jsem tady strašně rád.*“

Jako propagaci vnímá Roman **sdílení svých obrazů a procesu**, což má velmi rád. „*Jako sdílení toho obsahu, což to je pro mě jako marketing nebo propagace, tak to je super, to je boží. Miluju a bez toho bych neměl jako práci.*“ Nerad ale lidem něco cpe, ve smyslu „*tady mám obraz a tady prostě si ho kupte. (...) Toto nemám rád.*“ a tedy to ani nedělá. Sdílení je ale i náročné ve smyslu plánování a vymyšlení samotného způsobu prezentace. „*Jak chci prezentovat, aby obrazy byly prezentované, nebo třeba jak chci, aby byly vyfocené, tak to je taky marketing a propagace. (...) Kompozice těch fotek, prostě toto. Náročné. Toto mám hrozně rád. Toto je pořád ten tvořící proces, to je strašně krásné.*“

Sdílení obsahu kromě samotné propagace tvorby plní také další, více skrytou roli – sdílení současně říká „*já pracuji*“. „*Zároveň je to takové to, že jako ukážete, že pracujete (smích)*“.

I přesto, že Roman má sdílení svého obsahu velmi rád, někdy to je „*osina v zadku*“, jelikož je to součástí práce, zdroj živobytí, a tak do toho vstupuje nutnost a povinnost.

„Takže, víš že, vlastně do jisté míry vlastně děláš něco autenticky, ale pořád je tam.. Jakože to musíš sdílet víš, aby to lidi viděli, a takové, že to je ten element... A v tom je ta, do toho vlastně vstupuje jako práce práce.“ „Že už tam je takové to měla, měl bych jako sdílet něco.“

Obecně **balancování „autentické X pro lidi“** bylo pro Romana aktuální především v začátcích tvorby, zhruba prvního tři čtvrtě roku, kdy chtěl tvořit autenticky, ale současně si byl vědomý a bral ohled na to, co by si mohlo najít klientelu, čemuž přizpůsobil svou tvorbu. „Autenticky, ale zároveň, aby to bylo jako uživatelsky příjemné. Tam je ten element toho, že jsem trošku hrál i jako na to, jakože co by se mohlo některým lidem líbit.“

S postupem své kariéry se proměňuje a zmírňuje toto balancování. „Jako do jisté míry to možná dělám doted, ale už je to víc jako fakt jako autentické. Že to je víc takové, že to je fakt moje a já už řeknu, co je podle mě, co tak má být. (...) Ale ještě nejsem jako v momentě, kdy si můžu dělat všechno tak, jak chci já.“

Současně je ale pro Romana důležité, že je jeho tvorba klienty přijímaná, že se lidem líbí a že ji ocení. „Všechno si musíš vytvořit sama, a to je na tom možná ale i to krásné, že vlastně já si můžu udělat tu práci, jak chci já, a dokud se to vlastně lidem líbí, tak je to vlastně.. mám pocit, že to dělám dobře.“

Díky zájmu lidí o tvorbu Roman pokračoval ve svém **uměleckém stylu**, se kterým v abstraktních obrazech začal, a dále jej rozvíjel. „Byl jsem rád, že to můžu dělat, že to prostě nějak vytváří ten brand, že tohle začíná být můj brand, jako můj styl v podstatě.“ Tento styl tvorby ho stále naplňuje. „Ale jako je pravda, že jsou někdy jako momenty, kdy se.. kdy chci uhýbat. Ale už to začínám dělat. Že už jako že si to dovolím.“. Styl tvorby, kterým Roman tvoří a který i klienti od něj čekají, pro Romana není nijak svazující a dále jej exploruje. „To je spíš, že v rámci toho stylu, který dělám, tak udělám něco jako trošku něco jiného. Jako iritujícího nebo.. hmm, něco. Takže vyloženě úplně nepřemýšlím nad tím, že bych úplně jako změnil styl, spíš možná jako obohacoval ten styl, jaký mám.“

Ruku v ruce s vývojem tvorby, sdílením svého obsahu a sebe prezentací jde **vytváření své značky, svého brandu**. „Já jsem strašně chtěl mít nějakou svoji značku, nebo nějaký svůj název.“

Roman, zvláště zpočátku, považoval za klíčové zaujmout spíše **podnikatelské křeslo** než křeslo umělce a přistupovat k prezentaci své tvorby účelně. „Že vlastně v rámci toho podnikání je to o tom vlastně, jak to prezentuješ. A já se můžu tím živit jenom proto, jak jsem to prezentoval. Že jsem zaujal tu podnikatelské, to podnikatelské křeslo.“; „Takové to, že chceš, aby tě to živilo. Nebo chceš k tomu přistupovat jako k práci. Že kdybych k tomu pořád jako přistupoval jako k umění, tak je mi to úplně jedno, jak to prezentuji, prostě to naprezentuju a zdar. Ale v tomto to bylo hodně jako účelné.“

Tento způsob přemýšlení a důležitost prezentace si také utvrdil při setkání s akademickým malířem, který sice maloval hezké obrazy, ale vůbec neprodával a malováním se neživil. „Když se podíváš na jeho webovky, tak nevypadají hezky. Když vidíš jeho prezentaci obrazu, tak nevypadá hezky. Není to jako z toho podnikatelského hlediska to není zvládnuté. Umění může mít jako fajn. Ale prostě neprodá se to, protože nemá marketing. Nemá tady tyto věci.“

Roman si vytvářel **webové stránky** v průběhu vývoje své kariéry. „Strašně jsem je chtěl, ale věděl jsem, že pro mě to nebude primární zdroj těch sběratelů a klientů. Jsem věděl, že to bude spíš na tom Instagramu.“ I přesto si s nimi dal velkou práci a naučil se vytvořit si je sám, což mu vyhovuje. „Já jsem si totiž řekl nejprve, že jsem se chtěl to naučit. (...) A hlavně už to všechno vím, že když třeba i něco chci sám změnit, tak mě nikdo nemusí nic učit a hned prostě to udělám.“

Součástí profesionální umělecké kariéry je také **cenotvorba**, tedy nastavování cen obrazů. „Uf, no. To bylo velmi těžké, to bylo velmi náročné. (...) Já jsem na tom hrozně balancoval.“ Zpočátku bylo pro Romana náročné své obrazy dostatečně nacenit. Věděl, co vše jejich tvorba obnáší, ale měl obavu, aby nezněl nafoukaně. „Takže jsem častokrát dával jako nižší cenu.“ Současně v tom byla řada dalších myšlenek – „No, ale vlastně musel jsem si nějakým způsobem najít v tom.. zaprvé ohodnotit sám sebe. Najít si v tom tu.. jakože mě to uživí jako.. a hlavně i všechno kolem, náklady, takovéto věci nějak do toho započítat. A z toho nějak vyjít s nějakou cenou.“

Postupně si vytvořil svůj ceník. „A ten nějak potom modeluju v rámci těch zakázek.“ Závisí na řadě aspektů, především na formátu a náročnosti. I přesto, že již má zavedený

ceník a klienti už znají jeho cenovou nabídku, jak Roman říká, „*doted' je to fakt nejtěžší téma.*“

Do této oblasti vstupují Romanovi také další myšlenky, které se pojí s tím, že je primárně malíř a ne obchodník a současně se nemá o koho opřít, což vede k nepříjemným pocitům a prožívané náročnosti. „*A tím, že za mnou nestojí žádný kurátor, nejsem jako umělec, který vystavuje jako furt, nejsem prostě někdo, kdo přes někoho, neprodávám, prodávám jenom přes sebe, tak je to takové těžké no. Že vlastně já nejsem jako obchodník, já nejsem.. právě jak jsem říkal, já nerad jako lidem něco cpu nebo prodávám. A jsem rád prostě, když vůbec s někým můžu prostě takto komunikovat, tak je to takové to, jako je to náročné, no.*“

I přes všechnu náročnost nastavování ceny a její komunikování se ale i v této oblasti projevuje osobnostní vývoj, výše zmiňované semknutí osobností struktury a s tím spojené zvýšení zdravého sebevědomí. „*Vím, že se mi nějak rozjela ta kariéra, takže já vím, že třeba lidem můžu nabídnout nějakou cenu a prostě buď řeknou ano nebo ne. Přestože je to choulostivé. (...)* Já jsem se naučil i jako zdravě dělat pro sebe, pro svou tvorbu a tak.“

Volná noha, volný čas, osobnostní ladění – dělat sám, dělat podle sebe, různorodost, priorita, duševní zainteresovanost, komplex flákání a nekonvenčnosti

Roman pracuje na volné noze a vše, co jeho tvorba a podnikání obnáší, **dělá sám**. Samotné malování obrazů Roman odhaduje, že může zabrat přibližně polovinu veškerého času a zbytek všechny věci okolo. „*A když si to představíš na firmě, tak já jsem, jak kdyby celá firma. Já jsem výroba, obchodní oddělení, marketingové oddělení, finanční oddělení. Všechno prostě dohromady a všechno dělám sám.*“

To, že Roman dělá a dělal vše sám, se v průběhu rozhovoru vynořuje opakovaně. „*Všechno jsem to dělal sám. Neříkám, že jsem to dělal dobře. Ale všechno jsem to v podstatě dělal jako sám ten branding.*“ Romanovi to vyhovuje, protože to, že dělá vše sám, současně znamená, že se učí nové praktické věci a také že může dělat vše **podle sebe**, tak, jak chce on. „*Ale nejlepší na tom je, vlastně nejkrásnější na tom všem je, že si to všechno jakoby můžu udělat sám. Podle toho jak chci já. Jak si to nastavím. Takže to je na tom vlastně nakonec krásné...*“ Volná noha a děláni podle sebe také umožňuje velkou různorodost práce.

To, že si Roman může zařídit práci podle sebe a tak, jak mu vyhovuje, ovšem neznamená, že by pracoval méně než běžný zaměstnanec. Spíše naopak. „*A tím, že vlastně ta volná noha dovoluje si to vytvořit podle sebe. Takže já dělám prostě celé dny. Já tady dneska budu prostě dělat aspoň do 9 večer.*“

Roman tak nemá příliš volného času a prostoru pro osobní život. **Malování je priorita**, je pro něj na prvním místě. „*Pro mě asi jako osobní život není úplně na prvním místě.. bych to řekl. A musel jsem si do toho taky, že pro mě na prvním místě je prostě tady toto. A jako lidi i kolem mě to museli nějakým způsobem pochopit..*“

Když má volno, tráví čas se svými **přáteli**, rád cestuje a jezdí s přáteli na výlety. „*Jenom to pro mě není úplně to jako... Že prostě když mám volno, tak prostě spolu jsme, ale když mám možnost, tak jsem tady.*“ Vnímá ale, že díky tomu, že dělá tuto práci, která ho naplňuje, tak se to pozitivně promítá do jeho vztahů. „*Protože člověk potom jakoby vyzařuje i jinou energii, když prostě na něm vidíš, že dělá to, co má, nebo to, co ho baví.. Tak zase potom, já s těmi lidmi potom trávím jako kvalitnější čas.*“

Volný čas přímo nevyhledává. Nepotřebuje ho v tom smyslu, že nepotřebuje od své práce unikát. Když může, tak pracuje. „*Takové, že už nehledám jako hobby v tom životě moc. (...). Už to není takové to, že se těším na víkend a, a už se těším, až si odpočinu od té práce. Že já tady trávím aj.. Já, když můžu, tak prostě jsem tady aj o víkendu..*“

Musel se ale naučit **naordinovat si volné dny**, a to zaprvé z důvodu kreativity. „*Pořád je to kreativní práce. Takže ty, když pořád něco vytváříš, tak potom jako.. máš nějakou baterii a občas to jako přečerpáš a už potom jedeš jako... prostě čerpáš z ničeho a podle toho ty obrazy potom vypadají.*“ Ale ještě významnějším důvodem je duševní zdraví. „*Já si uvědomím až po nějakém čase, že jsem v tom fakt pořád a že potřebuji zvolnit, že musím přemýšlet i nad něčím jiným, že se musím já jako uvolnit a nepřemýšlet nad ničím.*“

Roman je do svého umění velmi **duševně zainteresovaný**, skrz něj se směřuje se světem i se svou psychikou „*A řeším si hodně v obrazech i vlastní témata a pro mě hodně pořád, doted' tvorba jako.. nebo umění, moje umění.. tím jako.. ten nástroj, skrz který já se snažím jako směřovat se světem. (...) Jak funguje, s tím reálnem prostě.. i se svojí vlastní psychikou. A je to pro mě jako ten nástroj pro tady toto.*“ Velký vliv má také jeho **osobnostní ladění**. „*Ale vlastně ještě tím, jak já jsem jakože sentimentální a citlivý*

člověk“; „Já jsem jako člověk hodně introvertní a jsem pořád sám.“; „Já třeba trpím na deprese a panické ataky. A je to prostě, mám to prostě v centrální nervové.“ Tyto faktory se kloubí dohromady spolu s ponořením. „Pořád vlastně v tom být od rána do večera je na jednu stranu přínosné, skrz jako obrazy. Ale na druhou stranu jako bere si to nějakou tu svou daň.“ Když tak Roman přehltní svou duševní baterii, ví, že musí zvolnit. „Já vím, že musím(!), ať už chci nebo nechci jako zastavit a prostě nepřijít tady fakt jako.. říkám klidně dva dny.“

Někdy od tvorby také musí odejít, protože se to prostě nedaří. „Nebo někdy, já tady přijdu třeba na 3 hodiny, potom zjistím, že mě to vůbec(!) nejde a prostě odejdu. A musím.. vím, že prostě nemůžu tady ani být, že neudělám nic dobře..“

Spolu s prací na volné noze jako umělec a tématem volného času se pojí **komplex**, který Roman prožívá – že umění je **nekonvenční** práce. „Mám i vlastně trošku komplex z toho, že umění je pořád trošku jako nekonvenční profese a já bych rád byl jako součástí konvenčních jako.“ Obává se, že by to **mohlo vypadat, že vede bohémský život, fláká se** a že si své práce neváží. „Jako já jsem se s tím nikdy neseťkal, ale pořád mám z nějakého důvodu nějaký komplex, že jako že by si lidi mohli myslet, že jako ten život toho umělce je jako bohémsky nějakým způsobem.. nebo prostě že člověk si dělá, co chce.“ S kritikou se nikdy přímo neseťkal, „ale já mám pořád pocit, že by mně to někdo mohl vytknout.“

Roman bohémský život nijak nevede. „Já mám prostě úplně zcela běžný život. Prostě.. chodím normálně do práce. V které vlastně jsem pořád.“ Ateliér má v budově s různými dalšími profesemi jako jsou psychologové nebo právníci. Nevyhovovalo mu mít prostor spolu s kreativci. Nebere si žádná dlouhá volna, pracuje pořád. „Já i kdybych chtěl si vzít třeba na dva týdny volno, tak jako nechci, protože jako.. Já mám potom pocit, že to potom vypadá, že jako si nevážím té práce.“ I tak ale tento komplex stále prožívá, má potřebu ukázat sobě i ostatním, že je to práce jako každá jiná. „...tak jako mám pocit, že potřebuju jakože i mít ten trošku jako ten normální život. Oproti tomu bohémskému. Abych nějakým způsobem já sobě i ostatním ukázal, že to je práce jako každá jiná, v podstatě.“

Tyto pocity a obavy se promítají i do Romanovy (sebe)prezentace a jsou určitou skrytou motivací ke sdílení na sociální síti. „Je to takové bych řekl hodně skryté. Ale je tam i určitá

motivace, proč já vlastně nějakým způsobem prezentuju tu práci nějak, jak prezentuju, se to v tom možná trochu projektuje.“

Krásné

Celým rozhovorem se táhlo jako červená nit slovo „krásné“ a různé jeho obměny. Roman silně prožívá různé aspekty své práce (sdílení obrazů, setkávání s klienty, dělat si práci sám podle sebe, různorodost) a i práci celkově jako krásnou. *„A potom sdílení těch obrazů je strašně krásné, protože pro mě jako.. jako říct k tomu obrazu.. jako trochu se i pochlubit, že prostě ,tohle jsem udělal já““*

Závěrem bych ještě ráda přidala citaci úryvku, který bych vybrala, kdybych měla Romana, jeho přístup a prožívání umělecké práce vystihnout pouze pár větami.

„Když mám krizi a prostě říkám si, že všechno prostě špatné, všechno prostě na hovno, tak... Tak si vzpomenu na to, že vlastně dělám to, co mám dělat, a že fakt mám velké štěstí, že to můžu dělat. A že si toho musím vážit. Takže já jsem velmi spokojenej. A jak jsem řekl, tak já jsem velmi pyšný na to, že se můžu jako prezentovat jako umělec. A že se tím užívím, že mám možnost prostě pracovat stále s lidmi, které mám rád.. Mám možnost se prostě jako sám realizovat. Mám prostě možnost jako dělat fakt něco.. Je to fakt jako malování byla první věc, která mě v životě bavila úplně od dětství.. A já prostě mám, každý den si můžu hrát prostě v podstatě. Takže to je jako na tom strašně jako krásné.“

1.2 Lenka

Lenka je malířka, které je v době rozhovoru 50 let. Aktivně maluje přibližně 17 let a pouze tvorbě se na volné noze věnuje osmým rokem. Maluje abstraktní obrazy, které jsou její volnou tvorbou. Popis Lenky obrazu nabízí *Příloha 4*.

Cesta života – střední škola, vliv doby, nedůvěra v sebe, práce, manželství

Lenka prožila své dětství a dospívání v komunistickém režimu. Na základní škole nevěděla, že má talent pro tvorbu. „*Já jsem vlastně o těch svých, jakože nějakých indiciích, který mohly třeba pro někoho vyznívat jako zajímavě.. Já jsem o nich vlastně vůbec nevěděla.*“ Vlivem učitele, který ji v tomto ohledu podpořil, se rozhodla pro střední uměleckoprůmyslovou školu. Oproti ostatním se tam cítila odlišně – nebyla z prominentní rodiny a neměla průpravy. „*Vlastně oproti ostatním, já jsem nechodila do žádný lidušky, nic. Já jsem byla taková.. Jako vlastně, takovej jak je selskej rozum, tak já jsem byla takovej selskej umělec vlastně.*“ Na vysokou školu se dále nechystala i přesto, že ji profesori motivovali, že je hodně talentovaná. Kromě omezení hlubokým komunismem také nevěřila, že je dost dobrá. „*Tak já jsem prostě, jsem si říkala, že není možný jako, jo.. A.. Protože tam byli zas jako jiný takoví prominenti z toho ročníku, který se chystali na tu vejšku a byli hrozně nadupaný a chodili nás kritizovat.. Říkali, jak je to trapný, co my děláme, jak je to nemožný.. Tak já jsem si říkala, že mají pravdu, že jo.*“ Místo toho odjela s kamarádkou do Itálie na brigádu a dostala se tak k italštině, která jí zajistila dlouhodobé finanční jistoty. „*Protože jsem pracovala v různých pozicích. A nakonec jsem pracovala jako hotelová manažerka několik let, hodně let.*“

Lenka se provdala za muže, spolužáka, který byl z prominentní rodiny a dostal se na vysokou školu. „*Měl bejt jako ten borec.. Tak byl vlastně úplně jako vyřízenej. Vůbec se to tam nějak jakoby nenaplnilo.*“ Lenka byla úspěšnější než její manžel a finančně ho podporovala. Současně ale díky němu byla v kontaktu s uměním. „*...jsem furt byla u barev, furt jsem, furt jsem byla jakoby taky v tý líhni.*“ Občas si tak navrhla vázu nebo něco namalovala. Opět zažívala uznání ze stran profesorů, ale stále si nevěřila. „*A ty mi jako říkali ,tyjo (jméno), jako jseš dobrá, jako jo. To je dobrý, jako to bys měla dělat. Vykašli se na ten hotel, jdi to dělat.‘ A já no to určitě jako. Takovej nesmysl (smích).*“ Do manželství přišly dvě děti a Lenka byla stále tou, která rodinu finančně táhla, stále pracovala. „*Že jsem tam dlouho plnila tu mužskou jako roli.*“

Životní zlom, vnoření se do tvoření, odchod z manželství a práce, nový muž

Lenka krátce po narození druhé dítěte opět otěhotněla, ale manžel dítě nechtěl a Lenka šla na potrat. „*A to bylo absolutně pro mě, absolutně zdrcující. To bylo.. příšerný. A já jsem v té době, už jako hodně se mi prohluboval ten jako, nějaký jakoby ta vzdálenost od toho muže.*“ S touto obrovskou emocionální bolestí se obrátila k tvorbě.

„*A já jsem po tady tom.. jako teda když jsem šla na ten potrat, kterej jsem hodně oplakala, tak já jsem začla.. malovat. Mi to hodně pomáhalo. Takže si myslím, že **to tam vždycky jakoby někde dřímalo.** Ale se to jako aktivovalo tím, že jsem byla s tímhle tím mužem. Že prostě se děly tyhle věci. Tak, jak podle mě máme každej z nás něco v tom vinku, tak ta moje cesta byla tahleta. Který vlastně vůbec nelituju. **Já mám pocit, že od té doby vlastně rodím jako obrazy.***“

Od té doby, kdy se do tvorby aktivně vnořila, uplynulo 17 let. Řadu let ještě současně chodila do práce a tvořila v jakémkoli volném čase. „*Ráno jsem byla schopná vstát třeba v 5. Jsem jako nemohla dospat. A šla jsem malovat, ještě než jsem odcházela do práce.*“

Zjistila, že lidé na její obrazy dobře reagují a začala je prodávat. „*A zase jsem byla jako vlastně úspěšnější furt než ten můj manžel.*“ Informace o tom, že maluje, se šířily ústně a lidé projevovali zájem o její umění, ale stále měla strach ze změny „*Když jsem jako začla ty obrazy takhle jako malovat, tak jsem najednou prostě.. ty lidi si ty obrazy chtěli kupovat. Nějakým způsobem mě to povzbuzovalo. Ale pořád jsem nebyla dostatečně jako.. odhodlaná. Bála jsem se té změny.*“

Situace v manželství i v práci se zhoršovala. S manželem se rozvedli a Lenka našla nového muže, který jí je velkou oporou a i díky němu získávala více odvahy. Současně v tehdejší práci už nebyla spokojená a cítila prázdnotu. Tato nespokojenost, stejně jako v manželství, jí pomohla práci opustit. „*A co bylo skvělý, že v té práci taky tam byli takový jako.. (smích) pardon, takoví sráči. Díky kterým, tím jako.. Protože kdyby byli jako fajn, tak já bych vlastně nemohla odejít z té práce.*“

Lenka tak začala malovat na plný úvazek. Tranzitní moment popisuje jako náročný. „*Určitě byl takovej náročnej, jo. Protože ono jedna věc je, když malujete si takhle jako úplně nezávazně a máte tu jistotu. A pak, když do toho jako hupsnete.*“

Propagace a prodej obrazů, cenotvorba – slovní předávání, tisky, výstavy, sociální sítě, autentický příběh, zakázky

Jak je již zmíněno výše, Lenka začala ve svých začátcích **prodávat obrazy na základě ústního předávání** mezi lidmi, kdy lidé vyjadřovali zájem a chtěli si obrazy koupit. „*Tenkrát se ty obrazy prodávaly tak, že já jsem vlastně o tom mluvila. (...) A kolegové ,jé ukaž mi, ježiš, to je krásný a neprodáš mi to?’ Takže vlastně takhle to vznikalo. A teďka si zas šuškli a zase se to někdo dozvěděl.*“

Pozitivní reakce lidí Lenku také povzbudily v době, kdy začala dávat příspěvky na **Facebook**, což bylo zhruba dva roky před odchodem z práce v hotelu. „*A byly hezký reakce a já úplně ježiš, jako, že jako na to reagují jako dobře, to je dobrý jako.. Tak jsem se v tom učila jako vlastně chodit, no.*“ Významnou roli v podpoře Lenky ve využívání sociálních sítí měl její nový muž, který jí dodával odvalu a pomáhal jí překonat počáteční obavy. „*Jako mi říkal ,Dej to na Facebook’. A já úplně ,ne, ne’. Co tam napíšu, ježiš, to je trapný, jako úplně.. Jako vůbec jako. Takže jsem se pomaličku učila to, že to je vlastně úplně v pořádku, jako dát post.. Jako což dneska jsem s tím že jo úplně jakoby ztotožněná.*“ Dnes jsou pro Lenku sociální sítě, především Instagram, stěžejní v prezentaci své tvorby a získávání dosahu a klientů.

Celkově k propagaci své tvorby přistupuje krůček po krůčku a jako nezbytné vnímá **zkoušet to a investovat** do toho. „*Tam fakt jako je vlastně potřeba.. do toho jakoby trošku jakoby jít. A nemůžete se vyhnout tomu, že neinvestujete, že nezkusíte tamhle jít a támhle vystavit, i když se za to platí.. Prostě musíte fakt jako z toho všechno.. všechno jakoby vyzkoušet.*“ Takto například ve svých začátcích poslala obrazy do zahraniční výstavy, zaplatila za to, obrazy jí neprodali, ale na druhou stranu jí zahraniční galerie v životopisu otevřely dveře na významný český umělecký festival. Na tomto festivalu se zase zpočátku setkala s kritikou ze strany kurátorů. Opět jí ale sytily reakce lidí a postupně si tam své místo vybudovala a nyní se Lence dostává ocenění i z řad umělců. „*No a dneska vlastně je to tak, že už vlastně jsem si tam jako vybudovala i mezi těma galeriema a ostatníma umělcema.. Vlastně teďka, ten minulej rok pro mě byl strašně kásnej, protože.. Vlastně jako fakt že takový zvučný jména umělců za mnou chodili, a říkali že ,jsi fakt jako dobrá tyjo’ (smích) ,ty jsi nejlepší abstract artist co znám.*“

Sama si ale k investování do propagace také musela najít cestu a nebylo to pro ni vždy snadné, protože **potřebuje mít také jistotu** a je matkou. *"Já jsem ten typ, který potřebuje jakoby i ty jistoty. (...) Potřebovala jsem v tomhleto jako jo, protože taky jsem ta matka, tak možná to tam je takové, že to takhle funguje.."*

Když se Lenka začala věnovat naplno tvorbě, začala také s prodejem **tisků na plátno**, které zajistily klientům dostupné umění a jí finanční příjem. *"Protože jsem viděla, že se to umění hodně líbí. Ale že třeba lidi nebyli připravený na to si koupit originál."* Nyní dělá tisky už jen výjimečně a prodává především samotné **originály**. *"Protože už mám jako kdyby, už víc si lidi kupujou ty originály. A už nepotřebuju vlastně tolik to dohánět těma tiskama."*

Prodej obrazů probíhá napřímo v kontaktu Lenka a klient. Zdrojem většiny klientů jsou **sociální sítě**. *"Jako prodávám právě díky Instagramu a Facebooku."* Vnímá, že tehdy chytila na Instagramu dobrou dobu a nyní už fungují algoritmy jinak a sama se s tím musí učit. *"I já, když jakoby se změní algoritmus, tak to znova jakoby musím chytit, že znova jako.. vás to nějakým způsobem jako diskvalifikuje."* Na sociálních sítích investuje do propagace. Využívá podporující platformy, které sdílejí její umění, a na Instagramu si sama cílí reklamu například na určitou zemi. V tom jí dodal hodně podpory a odvahy její muž. *"Jo, že já furt průběžně už... A to jsem jako chytila hodně od svého muže, kterej takhle říká ,prostě (jméno), to musíš'. Já jsem byla hodně taková zdrženlivá. A teď už jsem v takovým jako řetězci, že to беру.. jako samozřejmost. Že je potřeba s tím jako pracovat, jo."* Svou tvorbu tak propaguje do různých směrů a objednávka vždy odněkud přijde. *"A vždycky to jakoby odněkud jakoby tak příjemně přiletí, nebo jak bych to řekla. Jo že, že vlastně se to tak jakoby schází."*

Lenka má i své webové stránky, ale nejvíc pracuje s Instagramem. Váží si té možnosti, že tam může sdělovat o sobě svůj příběh a sdílet svou tvorbu. *"Protože ten je pro mě.. jako vlastně taková jakoby významná online galerie. Já si ho jako hodně vážím. Já jsem za něj fakt ráda. Vůbec ho nehaním. Protože je to pro mě.. to znamená tu svobodu. Že můžu vlastně tím prostřednictvím dát o sobě vědět, nějak zprostředkovat ten příběh o sobě."* Současně si uvědomuje, že úspěšný instagramový účet a počet sledujících přináší i určitý **status**. *"A vlastně já to nějakým způsobem budu. Ale ne s tím cílem úplně jakože.. bych jako o tom zas tak jako přemýšlela."*

Významným prvkem je pro Lenku samotný způsob, jakým sebe a svou tvorbu prezentuje. Důležité je pro ni **autentické vyjádření**. „*A myslím si, že k tomu pomáhá, si dovoluju říct, že to, jakým způsobem to dělám, tak věřím, že to právě není plochý, že dávám o sobě vědět nějakou autentickou příběh. (...) Že tam dávám nějakou jakoby autentickou stopu tady z toho ateliéru.. Že to je tak, jak prostě jsem.*“ Rozumí tomu tak, že lidé ji tak mohou vnímat, dlouhodobě sledovat její cestu a to může vyústit v objednávku její práce. „*Jo, takže, takže myslím si, že to nějak jakoby ten celek.. Že lidi, který třeba, já nevím, z Ameriky, který mi napíšu, že by si chtěli koupit ten obraz.. Tak si myslím, že to je o tom, že vnímaj nějak třeba dlouhodobě nějakou typ, jakoby zprávy o mě, to jak žiju.*“

Lenka také své **obrazy vystavuje**. Z výstav nepramení velké množství prodeje. „*Ted'ka mám teda za sebou dvě výstavy vlastně v Čechách, což jako nebejvalo. Víc jsem vlastně se vždycky dostala někam spíš jakoby do zahraničí. A na té jedné samostatné výstavě se prodal třeba jeden obraz. Ted'ka jako zatím jako žádný.*“ Ale výstavy obrazů přináší jiná pozitiva – je to způsob, jak dát o sobě vědět, lidé a i kritici umění si mohou její díla fyzicky prohlédnout a současně to také přináší status a posun v kredibilitě.

Lenka má i některé stálé výstavy. Má trvale vystavené obrazy v Barceloně „*A to je jakoby skvělý, že tam jsou. Jako protože je to na velmi krásném místě, chodí se tam dívat jako zajímavý množství jako lidí.. A třeba se tam prodají dva obrazy za rok.*“ Má také jednu stálou výstavu ve vitríně v Praze, která je současně také její investicí. „*Ale je to pro mě jakoby nějakým způsobem jakoby příjemně investovaný peníze. Protože vim, že to má, nebo cítím, že to má smysl. Že tam chodí taky hodně lidí a jak o sobě dát vědět.*“

Celkově ale vnímá, že galerie nejsou to, co kdysi, ale stávají se „emočně vybrakovanými“, prázdnými prostory. „*Že ty galerie se staly takovýma jako vlastně jako.. emočně vybrakovanejšma, nebo jak bych to nazvala. Protože už vlastně jsou to jenom takový jakoby prostory, kam si můžete dát to umění a děj se vůle jako boží, no.*“ Vnímá, že sama dokáže své umění lépe prodat, než galerista, který nezná její příběh.

V posledním roce se ale Lence podařilo namanout se ke **kurátorce**, se kterou si velmi sedla a spolupráce s ní jí vyhovuje. Spolupráce s ní a výstavy pod kurátorkou dodávají její tvorbě **kredibilitu** a **status**. „*A tím, že to je pod kurátorkou.. Jsou to určitým způsobem takový jakoby statusy. Takový jako bych to řekla takový jako odfiltrování a posouvání se*

v *tý kredibilitě i v tomhle tom směru.*“ Současně se jí také dostává uznání v uměleckých kruzích, přestože nemá vystudovanou uměleckou vysokou školu. *„Se dá říct, že ona mě jako kdyby vytahuje z toho.. jako pojmu toho jakoby ‚emerging artist‘, ten jako někdo, kdo jako, jo, že, že.. Ted’ka třeba mám výstavu s holkama z AVU a.. A i když vlastně teda ten titul jakoby tam nemám, tak přesto jako se děje nějaký to.. uznání, že, ty moje abstrakce můžou bejt opravdu jakoby něčím jakoby zajímavý.“*

Co se týče **nastavování cen obrazů**, bylo to pro Lenku na začátku velmi těžké. *„Ze začátku, ježiš, to bylo tak strašně těžký tohleto. Protože já jsem, já jsem.. si v tom samozřejmě jako nevěřila. Jsem říkala ‚ježiš, ted’ řeknu si tedy za obraz 100x100 20 000, ježiš, to.. úplně strašný.“* Postupně si v tom ale našla matematický vzorec, který současně pomalu s posunem v její tvorbě stoupá. *„Protože vlastně čím víc jako prodáte obrazů a čím víc jakoby vystavujete, tak jakoby ten.. koeficien, jestli to je ten správnej výraz.. tak stoupá.“* Vzorec je čistě matematicky odvozený od formátu obrazu, aby dával smysl. *„Já tam nemám.. Nemám tam jakoby dílo, který bych si řekla, že ‚tak to prodám jenom za 200 000 jako.“*

Lenka má obrovskou **radost** z každého prodaného obrazu. Nezažívá, že by nechtěla nějaký obraz prodat. *„Já vlastně mám úplně obrovskou radost, když si ten obraz někdo vybere, a že jde jakoby do toho novýho domova. Beru to svým způsobem něco jako tak jak.. Jako si říkám jé, další jako ladič odchází. A jako vlastně mi vždycky s tím jde ‚tak ať vám jako nese štěstí‘ nebo prostě, ať je vám s ním jakoby dobře.“*

Většina obrazů je Lenčina originální **volná tvorba**. Výjimečně maluje **obraz na zakázku**. *„Většinou maluju jakoby svoji, jakoby svobodnou tvorbu. A sem tam přijde nějaká zakázka. A je mi to vlastně příjemný, když přijde. Je to takový to, hezky se to jakoby doplňuje.“* Nevadí jí malovat čistě obraz nad gauč, které umělci někdy nazývají hanlivě „gaučáky“, ráda takový obraz pro klienta namaluje. *„Protože furt tam mám to, že ten člověk jako.. mu nějaký, nějaký rukopis mu ladí, že nějaký barvy mu ladí.. Takže má na to právo.“* Má ale s klienty domluvu, aby jí neříkali barvu, kterou tam nechtějí, jinak ji tam bude nechtěně dávat, a nebere si zálohu, aby mohla být v tvorbě svobodná a nesvazovalo ji to. *„Je to takový, jakoby svým způsobem jako je to riskantní, ale těch jako negativních zkušeností bylo málo.“* Může se i stát, že klient pak obraz odmítne, že ho necítí. Ale ani to pro Lenku není překážka, každý obraz maluje poctivě. *„A já jsem věděla, že ten obraz je*

dobrej, ten co maluju. A já jsem říkala ,mně to nevadí, já nechám napnout další plátno a jdeme do toho prostě znova'. A on se ten obraz okamžitě vlastně prodal, ten, co jsem malovala. Protože věřím, že jak byl malovanej fakt jako čistě.. Tak to zas někdo ucítil jako jinej a prodal se.“

Tvůrčí proces a tvorba – inspirace, vývoj tvorby, abstrakce dnes/Lenky abstrakce, vliv prodeje, (ne)blízké obrazy

Lenky současná abstraktní tvorba je velmi vzdušná a živá. Snaží se to autenticky předat i lidem na sociálních sítích, kde sdílí svůj proces. „*Sdílím procesní videa, aby viděli, jak to víceméně jako probíhá, že jsem tak trošku blázen a jak tam jsou vlastně, moment, kdy to je takový divoký, pak si vlastně s tím obrazem fakt hraju poměrně dlouho.. Jako každej ten obraz, než ho vytvořím, trvá cirka jakoby měsíc.“*

Lenka má ráda pomalá rána, kdy jde na procházku se psem a postupně se naladuje na prostor a tvorbu, čerpá inspiraci. Jelikož má ateliér doma, při tvorbě se různě „kutálí“ po domácnosti, dělá, co je potřeba. „*Protože mě to vlastně odvádí, abych nebyla.. opravdu někde jenom tak, jakože dogmaticky na nějakých místech. (...) Já prostě potřebuju pořád cítit že jako tu autenticitu. Aby to bylo co nejvíc takový jako oprostěný.. od nějakých jako automaticností. Takže proto jakoby odcházím, přicházím.“* Tato **oproštěnost, autenticita a spontaneita** je pro Lenku při tvorbě velmi důležitá. „*Nějakým způsobem cítím, že potřebuju bejt pořád jakoby co nejvíc jakoby spontánní, a.. A věřit jakoby, z nějaký vyšší perspektivy tomu, co jako dělám. A vlastně o tom ani nepřemejšlet tak.“* Při tvoření jí pomáhá **podbřišek**, který je jako našeptávač. „*Já to mám hodně spojený, doted'ka jako, s podbřiškem, jo. Že se mě lidi ptají ,Jak to, jak to děláš? Jak to jako volíš?' A jenom se řídím tím, jakože.. Furt takový jako našeptávač. Furt to jako když něco našeptává, je to spojený s podbřiškem.. A vždycky to tak jako zalechtá.“*

Inspirace přichází z různých stran. „*Je to, je to soubor. Já si myslím, že to je jakoby soubor věcí“.* Čerpá ji z přírody na procházkách se psem, které jí otevřely nové vnímání – poznávání přírody ve všech jejích formách a cyklech i poznání různých textur. Inspirace plyne ze situací a činností, se kterými se před den setká. Nebo také z myšlenek, kterými se zabývá, které mnohdy reagují na určité společenské téma nebo mezilidské vztahy. „*Nebo já jsem úplně minulej rok obsesivně poslouchala spor Johnnyho Deppa a tý Amber Heard..*

Takže jako v té době vznikly třeba dva, tři obrazy. A furt jsem řešila jako spravedlnost a nespravedlnost, jo.“

Tvorba prošla svým vývojem. V počátcích byla více pravidelná, uhlazenější a sloužila více k uklidnění. *„Protože když byste viděla jako začátek tý tvorby, tak on byl opravdu hodně takovej.. jako pravidelnej. A byl hodně.. Asi bych ho vnímala, jakože mě měl právě uklidňovat.“* Bavily ji šrafování, kostičky, tečky, mihotající kresbičky. Vnímá, že ji ovlivnilo dětství, kdy měla okluzor a v rámci cvičení oka vypichovala obrázky. Současně tvorbu ovlivnil potrat, kterým si prošla. *„No a já jsem v té době, jsem měla třeba.. Často jsem měla motiv, že jsem si namalovala embryo. A teď jsem jela takhle tečky furt jako dokola. (...) Ale bylo to spojený s tím, že že, že se to stalo takhle v tom lůně.“*

Lenka se pak na výstavě v Itálii setkala s tvorbou jiných umělců, která jí inspirovala. *„Takže jsem určitě taky šla třeba tou cestou, že jsem si říkala ,to já se taky potřebuju takhle jako uvolnit‘. A, a šla jsem tady tím jako poznáním.“* Začala tak svou tvorbu postupně proměňovat, kombinovat tečky a různé vrstvy malby, hledala nové způsoby vyjádření. Současně když se začala věnovat jen tvorbě, měla více času, což jí poskytlo **prostor k experimentování.** *„Víc dělat ty jako.. Hmm.. Já nechci říct jakoby chyby. Z mého pohledu to byly jakoby chyby, nebo něco, co mě iritovalo. A měla jsem možnost se s tím utkávat.“* To vedlo někdy k frustraci ze ztráty kontroly a velkým emocím. *„Přišly momenty, kdy já jsem se najednou, něco se mi líbilo a teď to zas zmizlo. A já jsem klidně jako byla schopná kvůli tomu brečet, že to bylo jako zajímavý, už to tam není“* Obraz tak třeba vzala a šla ho okartáčovat do koupelny. Ale tyto poctivé **emoce a odevzdání** nakonec vyústily v nové vhledy a poznání. *„Takže jsem vlastně vždycky, skrze nějaký jakoby emoční, prostě jako výcak jsem šla. Jak jsem říkala, to okartáčuju.. Ale je to nějakým způsobem jakoby odevzdání. Jako byla to poctivá emoce. A z ní tam vlastně najednou jakoby se jako vetkalo něco jako, že ,vidíš jakože?‘ A takový to, jakože najednou umíte vidět ještě jakoby něco právě pod tou vrstvou.“* Tím si rozšiřovala repertoár technik, které již využívá plně vědomě. Nyní je ve své tvorbě v tom, že **už nechce pravidelnost a kontrolu**, ale volnost. *„Už to potřebuju mít takový jako, vzdušný. – Jako živý, přesně tak.“*

Pro Lenku je **přirozený vývoj tvorby velmi důležitý** a současně vnímá, že je to obecně u umělců ceněné, když se umělecky posouvají. Dnes je abstrakcí plno a lidé toho jsou

přejedení. „*Někdy mám třeba pocit jako z některých umělců, že jsou jako taková.. továrna na opakující se jakoby motivy, který jsou pro mě jako osobně třeba jako nezáživný.*“ Může to působit nahodile a ploše. „*Ale pro mě, pakliže tam nevznikne nějaká jako nadstavba, tak to furt je.. jako zas použiju ten termín, nějakým způsobem plochý.*“ Přesycení trhu tímto typem umění negativně ovlivňuje názory lidí na abstrakci, což Lenku mrzí. Má radost, že se jí osobně i její kurátorce daří podpořit pohled na její abstrakci, že má skutečnou hloubku a váhu. „*Že tam se děje fakt něco, co je(!) spojený s nějakým jako narativem mého podvědomí, který vlastně je jako nějaký můj celek, jakoby převyprávěnej.. tím, že chodím s tím psem, že vnímám nějak, že nějak cítím, jo a.. Že určitý věci jakoby prožívám tím svým způsobem tak, tak se dějou potom na plátně*“.

Sama svůj vývoj vítá, její rukopis se stává vzdušnějším a minimalističtější a je přijímán i lidmi. Současně ví, jakým rukopisem se přiblíží silným reakcím lidí u obrazů, která témata a barvy jsou pro lidi atraktivní. „*Že vím, že na to lidi zareagujou jako silně ,tyjo, ach*““. Tento **vliv prodeje určitých děl** ovlivňuje nějakým způsobem i její tvorbu. Ve své tvorbě kombinuje autentický vývoj a to, co ví, že už funguje. „*Já vidím jakoby ten vývoj, baví mě to, že tam je, že tam je nějaká jakoby změna, že poznávám dál. (...) Ale vrátím se ráda k nějakým tématům, který, klidně pojdme je nazvat jako líbivý. (...) Který vím, že lidi na ně hodně dobře reagují. A dovolila bych si to nazvat nějakou jakoby.. účelovou komercí.. která je pro mě náhradou toho třeba, že nebudu malovat tisk, že nebudu se snažit jakoby prodat tisk na plátno. Ale že to raději jakoby půjdu namalovat jako s tou jakoby emocií.. Která vždycky jakoby u mě musí nějaká probíhat.*“ Lenka tak vyvažuje svůj autentický vývoj a prožitek při tvorbě. Tvoří to, co už ví, že funguje pro ni i pro lidi, ale také to, co vzniká autenticky nového a u čehož neví, jak bude přijaté. Takto například nakombinuje svou výstavu ve vitríně, kde se doplňují nové obrazy o ty, které ví, že jsou líbivé a kterými si už prošla. Sama i mohu toto Lenčino vyvažování vidět u ní v ateliéru při rozhovoru. „*Tam vlastně na tý zemi, ta černá.. Ta se bude blížit tomu, co je jakoby ta.. nějaká jistota, že vím, že na to bude silnější reakce.. A kdežto ten tří a půl metrovej, to je jakoby takovej můj divočák, kterýho já jsem prostě si potřebovala jako zrealizovat.*“ Lenka si přeje, aby se vždy vyvíjela dál, aby se nikdy nezasekla jen na jistotách a líbivosti. „*Přeju si, aby vždycky ke mně přišla nějaká múza, která mi ukáže jako ten další.. jako rozměr toho poznání. (...) Abych vlastně jako nezakrněla v něčem, co už jenom právě zas ta jistota,*

kterou můžu opakovat a můžu tím jako oslnit právě to obecnstvo jakoby na tu, jakože líbivost jenom.. To, tak to bych jako takhle nechtěla no. “

Lenka má ke svým obrazům vztah, navnímává je a dokáže rozlišit ty obrazy, které jsou pro ni osobně **silnější** a ty, které tolik ne. I obraz, který je pro ni v **nižší energii** a není jí tak blízký, ale respektuje takový, jaký je. Pomůže jí, když jej dá na chvíli z dosahu očí a pak se k němu vrátí. *„A pak ho vyndám. Tak si řeknu ,tyjo, ne, to je strašně moc super detailů. ‘ A teď se vracím k tomu, k té cestě toho obrazu a začnu to vnímat, si říkám ,Ne, já tě respektuju prostě. Ty seš, ty jsi úplně jako dobrej jako. Nechám tě. I když k tobě nemám tak blízko, nechám tě prostě. “* Díla, která jsou pro ni velmi silná, tak při prodeji dokáže s lidmi velmi prožívat, ocenit, že si vybrali dobře, že ten je vážně dobrý. *„Pro někoho možná sebechválu, ale vlastně jako s tím člověkem jdu prožívat to, že si dobře, že mám.. že vím, že to dílo má z mého pohledu něco jakoby silnějšího. “* Současné díla, která pro Lenku nejsou tak silná a blízká, si ale najdou své majitele, pro které jsou přesně těmi silnými díly. *„Vím, že prostě lidi, co si koupili obrazy, který pro mě nebyly tak.. blízký, tak úplně mi dotedka jako říkají ,ježíš, to je tak skvělej obraz‘. Tak já jsem samozřejmě šťastná. “* Vnímá, že obrazy jsou pro lidi mnohdy lásky na první pohled, vyvolají u lidí silné emoce a nějakým způsobem jim s obrazem bude zajímavěji. Obrazy považuje jako za takové čističe, krby, které mají svou důležitou úlohu v prostoru a něco v nás vyvolávají. *„Takový vlastně.. S nima člověk se jako setkává a furt ve vás vlastně něco nějakým způsobem navozují. (...) V tom prostoru určitě jako sehrávají jako velmi důležitou úlohu “*

Tvorba jako bytostná potřeba, konstantní tvorba, osobní vývoj, povolání

Lenky cesta k začátku aktivní tvorby vedla přes těžké období a bolest. Tvorba jí pomáhala a našla v ní obrovské **naplnění, bytostnou potřebu**, kterou nyní každý den žije a za což je obrovsky vděčná. *„Je to pro mě tak jako bytostná(!) potřeba. Tak něco vlastně i nádherného, naplňujícího, za co jsem nekonečně jako vděčná, že to v životě jakoby mám. “*

Celkově svou práci prožívá jako strašně krásnou, jako sen. **Nelze oddělit tvorbu a život** – je to jeden provázaný celek. *„Že ten můj, každý den je o tom, že.. že vlastně jenom jako kdyby rozšiřuju nějakou jakoby perspektivu toho vyjádření, který mě jako vlastně baví. “* Vše se vzájemně ovlivňuje, vše co dělá, ať už je na procházkách se svým psem nebo s někým hovoří, se propisuje do tvorby. *„Je to furt taková vlastně konstantní jakoby*

tvorba. Jako že to беру jako takovej.. celek. Kterej se vlastně neustále nějakým způsobem potom jakoby podepisuje v těch jako některých, já nevím, zápisech na tom, na tom plátně. Takže to je.. Víceméně jako bych to řekla, že jsou to takový časosběry, jako ty plátna, jo.“ Lenka to popisuje jako **konstantní tvorbu**, spontánně regulační cyklus. „Si představte takovej jako fakt jakoby úplně samo spontánně jako regulační, každodenní, vlastně cyklus. Kterej je čistě jenom jako o mě, o mým nějakým plánu, jak si ten den rozvrhnu.“

Lenka nijak nerozlišuje všední a víkendový den. Každý den žije to, co dělá, a je v tom ráda maximálně **ponořená**. „Mě samotnou vlastně baví v tom bejt tak maximálně ponořená, že i když jako venčím, tak, tak maluju nebo prostě přemítám o něčem, sbírám inspiraci.“ „Jo, prostě jsem.. Tak jako tak fakt jako šťastná s tou, s tím svým naplněním.. A tolik jako o tom ráda jakoby přemejšlím, tak ráda jakoby s tou činností jsem.“

Popisuje, že je na tvoření závislá „Prostě jsem na tom úplně.. že že až jako to je nezdravý.“ Velmi si vybírá, s kým a jak bude trávit čas, který by jinak mohla věnovat tvorbě. I přemítá, jestli se jí třeba chce jet na dovolenou. „Ted'ka třeba bysme měli letět s mužem do Singapuru a já si říkám ‚A chce se mi tam jako? Chce se mi do Singapuru?‘ (smích)“ Lenky muž má také své naplnění, a tak se v tom potkávají a sdílí to spolu. Současně ale má pocit, jako by ani moc nikoho nepotřebovala, co se týče například setkávání se známými. „Jsem taková jako.. hodně jakoby v tom svým jako světě.“ Vnímá, že přátelé umělci, kteří mají tvorbu z jejího pohledu také jako bytostnou potřebu, to mají podobně. „Tak skoro všichni, skoro ze všech to vypadne, jakože řeknou ‚Já už jsem musel vylízt, já už jsem.. Už to bylo hrozný jako jo, už jsem si říkala, že už prostě musím.. Že už musím jako mezi lidi.“

Z hlediska **osobnostního vývoje** měla na Lenku změna práce v tvorbu vliv. „Já si myslím, že mě to hodně narovnal“. Ten byl pak významně podpořen pořízením pejska, skrz kterého se rozšířilo její poznání přírody a inspirace, emoční naplnění i poznání nových lidí. „Už ta změna z té práce byla jako signifikantní. Ale její příchod, bych si troufla říct, že mně vyladil jakoby srdce, jako osobnostně.“

Lenka tvorbu vnímá jako své **povolání** – volání, které vyslyšela a skrz které může předávat radost dalším lidem, aby se jim žilo lépe. „Jakože vlastně co to pro mě znamená.. Ono je to moje povolání. Vlastně jako jsem byla jako povoláná.. A, a vyslyšela jsem, že tohleto mám jít dělat. A věřím, že to dělá radost nejenom mně.“

1.3 Jakub

Jakub je 39letý malíř. Tvoří realisticky malované obrazy převážně velkých formátů a plně tvorbě se věnuje sedmým rokem, od roku 2016. „*Sedm let jsem na volný noze. A teď vlastně vyloženě už jenom maluju.*“ Popis Jakubova obrazu nabízí Příloha 5.

Cesta k tvorbě, workshopy, rodina a volná noha, Covid

Jakub měl k malování vztah od mala. Studoval střední uměleckou školu, ale v pubertě jeho zájem o umění polevil a to trvalo zhruba do 28 let. „*Kdy jsem prakticky jako nemaloval. A neměl jsem nějakou potřebu se něčím jako vyjadřovat a.. A byl jsem úplně někde jinde jako.*“ Věděl, že měl talent, ale jak říká, nechal ho usnout. „*Že jsem ho vůbec jako nepřižívoval.*“ Vyzkoušel různé práce a nakonec pracoval v rodném městě ve fabrice, kdy pocítil potřebu změny. „*A v tý fabrice už tam začal jako přicházet postupně, že jsem si říkal ,aha, musím to nějak jako změnit.*“ Do tvorby se aktivně ponořil, když dostal od své ženy k vánocům **pastely**. „*A tím se to všechno jako nakoplo a odstartovalo.*“ Dárek se původně nesetkal s velkým nadšením. „*No řekla právě ,vyzkoušej to a uvidíš.‘ No, tak jsem to vyzkoušel.. A tam byl asi takovej ten největší zlom, no. Tam to bylo takový ten zlom, že jsem si řekl (lusknutí) ,jo, to je, to je ono.*“ Jakub tak začal kreslit pastelem, zpočátku převážně portréty, a znovu tím začal kultivovat umělecké řemeslo.

Jakub měl **první výstavu v kovárně** ve vedlejší vesnici, kde se pořádaly párty rockové muziky a Jakub zde vystavil portréty svých hudebních idolů. Pár lidí si obrazy koupilo. „*Třeba za 15 stovek nebo za 2000. A řeknu ,wow, to je super‘. Já to mám nakreslený za 3 dny a vydělám 2000, jo. A přišlo mi to tehdy jako super. Jakože to je hodně. A že bych se tím mohl jako ne úplně živit, ale přivydělávat si.*“ Začal tak malování kloubit se svou prací.

Jakub svou tvorbu **prezentovat na Facebooku**, kde sbírala pozitivní hlasy lidí a fanoušky. „*Pak mi napsala paní, že.. To jsem byl ještě ve fabrice.. Jestli bych nechtěl udělat nějaký kurz. Tam se to rozjelo taky, že ty kurzy najednou, velkej zájem o ty kurzy, nebo workshopy spíš teda.*“ Zpočátku měl z toho Jakub obavu, že nemá rétorské dovednosti a nikdy to nedělal, ale vyzkoušel to a přineslo to úspěch. Tyto **workshopy**, kde učil lidi kreslit pastelem a provázel je tvorbou, si účastníci zamilovali a vraceli se a přiváděli své známé. „*Já sám bych asi o sobě neřekl, jestli to dělám dobře, nebo ne.. Ale zas na druhou stranu, vznikla mi strašně obrovská základna těch zájemců o ty kurzy. Že mě to utvrzuje v tom, že*

asi jo.“ Jakubovi workshopy přinášely vyživující zpětnou vazbu a také mu umožnily **opustit práci ve fabrice**. „*A díky těm kurzům jsem mohl vlastně opustit potom fabriku. Protože ono to nejde hnedka, jakože namalovat nebo nakreslit 50 obrázků, začít je hnedka prodávat.*“

Jakub má **dva malé syny** a v době, kdy přecházel na volnou nohu a opouštěl stálou práci, nebylo mladšímu ani půl roku, což bylo pro Jakuba zdrojem obav. „*Jo, tak to byly jediný takový obavy z toho.*“ Byl to risk, ale věděl, že se v případě potřeby může vrátit zpět do fabriky. „*Povedlo se to no. Měl jsem z toho strach. No. Ale teď už si neumím představit, že bych dělal něco jinýho.*“ Jeho žena mu byla v tomto přechodném období velkou oporou, kterou je i nadále. „*Pomohla hlavně psychicky, že jo. Ale ono to nešlo ani v té době jinak, když byla na mateřský s dvouma dětma. Tak ale psychicky, že to, že to dáme a že to zvládneme.*“

Když přešel na volnou nohu, tvořil z bytu. Potřeboval ale oddělit pracovní a rodinný prostor. „*Protože jsme, jsme měli malý kluky. A tam to prostě nešlo, tam to nefungovalo. (...) A i když žena se snažila, aby si mě nevšímalí, tak prostě (zasmání), vím, že tam jsou, že jo. Tak jsem si řekl, že potřebuju **ateliér**.*“ Našel si ve městě místnost, kde tvořil. Za rok a půl cítil potřebu po větším prostoru. „*Pak jsem našel tady ty prostory. Měl jsem zprvu jenom ty 3 místnosti.. A teď jsem se rozrostl, že jsem vlastně skoro na celým patře, tady prostě všechny ty místnosti co jsou tady okolo, tak jsou moje.*“ Větší prostory Jakubovi poskytly možnost tvořit větší formáty obrazů. „*Ty malý formáty se tady ztrácely, jo.*“

Chvíli poté, co se přestěhoval do nového většího ateliéru, přišel **Covid**. „*Pak přišel Covid, ten do toho hodil vidle.*“ Z workshopů měl Jakub před Covidem hlavní příjem. „*Ale ten Covid to celý přetočil, jo. Že najednou z toho.. Z toho hlavního příjmu, z těch kurzů, které jsem měl, dejme tomu 60, 70 % celkovýho příjmu jsem měl z těch kurzů před Covidem.. Tak najednou se to otočilo.*“ Jakub začal více času a energie investovat do malby větších pláten. „*A najednou.. I o ty obrovský plátina byl zájem. A najednou jsem zjistil, že.. **Se můžu živit už jen malováním** a ne jenom téma kurzama.*“

„Musí mě to bavit“ – vývoj tvorby, styl a proces tvorby, názory lidí X poslouchat sám sebe, vyhánění nespokojenosti

Jakub na počátku svého aktivního tvoření kreslil a maloval **portréty podle fotografií**. „*Jak na zakázku, tak filmový herce a hudební ikony.. A pak mě to právě přestalo bavit. Protože v tom jsem neviděl žádnéj smysl. Jo, to je vlastně jenom okopírovaná fotka.*“ Začal více stupňovat a **hledat své vlastní nápady**. „*Já jsem si říkal, radši si budu hledat vlastní cestu a hledat si vlastní motivy.*“ Nyní je ve fázi, kdy už se **živí jen svou vlastní fantazií** a i v případě zakázek má velmi volnou ruku. „*Jo, takže teď už poslední 3 roky to je de facto jenom o tom, že co namaluju, tak to prodám. A žívím se vlastně už jenom vlastní fantazií. A těmi vlastními nápady, co mám v hlavě.*“ Baví ho vymýšlet stále něco nového, neusedat v jednom nebo v opakování. „*Těch obrazů tady mám hodně a každej je v podstatě jako úplně jinéj. Nedokážu udělat ani jako úplně jako sérii obrazů. Jo, vyzkouším si jedno téma, aha, dobrý, tak teď.. zas potom něco jinýho, těším se už (pozasmání) jako na další téma.*“

Skrze vše se táhne důležitost toho, že to Jakuba musí bavit – **baví ho to a baví se tím**. Musí ho bavit námět, aby obraz dokončil. Baví se procesem vzniku nápadu, procesem tvorby i různými detaily obrazů. Je to tak spjaté s **autenticitou, následováním své vlastní cesty** a nenecháním se strhnout názory a požadavky ostatních. „*To taky jako člověk se poučí. A pak dojde k tomu, že když poslouchá sám sebe, tak.. Tak je to potom nejlepší asi cesta.*“ Sám Jakub se o tom ve svých začátcích přesvědčil, když dělal výstavu možná ne úplně líbivých obrazů. „*Měl jsem tam nějakých 10, 15 obrazů. Ale takový jako strašně divný byly, jo.. Takoví trpaslíci, že tady měl 3 oči, 2 nosy a.. a divně pomíchaný.. A pak tam byly některý jako hodně strašidelný, skoro až depresivní pro někoho.*“ Na popud galeristy přidal a domaloval ještě 4 něžnější obrazy holek v leknínech. „*Asi do roka nebo do 2 let se prodaly prakticky všechny. Až na 4 obrazy. To byly ty holky v leknínech.*“

Následování svého zápalu, toho, co ho baví, je gró celé jeho práce. Věří, že tento přístup se propisuje i do výsledků. „*Tak to jsem si říkal, že radši poslouchat sebe, a dělat to, co mě baví.. A to je právě ono, jako člověk, když něco dělá a baví ho to, tak se to projeví na tom výsledku. Když bude poslouchat ty ostatní, tak si nebude úplně stoprocentně jistej, nebude tomu odevzdanej.. tak to tam už nebude v tom výsledku cejtít si myslím.*“

Jakubovy obrazy jsou realisticky malované a plné dynamiky a života. Sám svůj **styl malování** nerad škatulkuje a příliš o něm nepřemýšlí. Vnímá v něm ale prvky romantismu, realismu, symbolismu, lehkého surrealismu a propisují se do něj i Jakubovy zájmy jako je černý humor nebo záliba v tvrdší hudbě a knihách nebo gotice. Co se týče vlivu **romantismu**, nejedná se o ten klasický „jakože snilek a podobně.“ Jedná se o krátký umělecký sloh po klasicismu, „Hlavně Delacroix a Géricault, Francouzi. A oni byli takoví jako melancholici. Malovali strašně divný obrazy, jo.. A ale realisticky. Ale najednou opustili takovou tu strohost klasicismu, kdy to bylo skoro jako antický sochy na obraze. A najednou dostávali do toho barvu, živost, pohyb.. A zároveň byli, měli temný myšlení tak trochu.“

Rád do obrazů ukrývá různé symboly a významy a baví ho **velké formáty obrazů**, ve kterých je toho spousta možného. „Jo, tak jsem začal od těch pláten metr, metr a půl. A postupně se to začalo navyšovat a zvětšovat. A zjistil jsem, že ty prostě ty velký plátna mi strašně jako vyhovují. Baví mě to, a že se tam jako člověk vyřádí. Jsou hůř prodejny. Jo, protože ne každý si to někde jako pověsí do bytu zrovna, tak velký plátno.. Ale.. Ale zase, zase se tam jako člověk jako vyřádí a dělá si tam **spoustu schovávaček**.“ Jakub měl rád velké obrazy od mala a baví ho v nich hledat významy detailů a symbolů. „A to mě bavilo právě vždycky na těch obrazech.. Pozorovat a domýšlet se, a hledat v tom logiku, a teď, teď vlastně se tím bavím já(!) no.“ Lidé jsou tak zvyklí v jeho obrazech hledat a pátrat, ale někdy naopak dá do obrazu něco jen proto, že ho to něčím zaujalo a hlubší význam to nemá. „Jo, takže někdy se bavím i tím, že tam prostě vyloženě blbost, co mě napadne, tak já ji tam dám a řeknu si ,proč ne, proč by to tam jako nemohlo bejt?“

Stylem malby by se mohlo zdát, že se jedná o velmi staré obrazy, ale současně jsou také různými prvky **propojené se současností**. „Na první pohled to třeba některý obrazy můžou vypadat.. jako staře. Jako že jsou namalovaný před 300 lety. Ale zároveň třeba ten dědek, co tam je namalovanej, tak má v ruce mobil. Jo. Takže to rád propojuju takhle se současností.“

Celkově Jakuba velmi baví a fascinuje **tření, kontrasty, souboj a rozporuplnost**, které vidí všude kolem sebe a propisují se do obrazů. „Já tam vidím ve smyslu toho světa, že tam je vždycky nějaký souboj. Jo. Dobro zlo. Světlo tma. (...) Mám rád ten kontrast toho, když něco hezkýho versus něco ošklivýho.“ „A tam to tření mi právě, prostě baví mě na tom jako

nejvíc no. Já to vidím všude, no. Tyhle ty, tohleto balancování a tohleto jiskření, tření a, a ten souboj, neustálej.“ Vidí to v přírodě i v principu celého světa. „Nejenom příroda, vlastně všechno úplně, už od toho atomu, že jo, tak tam bez toho tření a těch protipólů.. Tak by vlastně nic neexistovalo. Takže já v tom vnímám takovou jako celkovou velkou paralelu.. všeho toho počátku.“

Vnímání tohoto tření a jiskření se propisuje do jeho obrazů, které jsou tak velmi **dynamické** a spolu s Jakubovou zálibou v černém humoru některé obrazy nemusí být zrovna líbivé. U temnějších obrazů se tak Jakub setkává i s **negativní zpětnou vazbou** od lidí. *„Se objevili lidi a řekli, že to je už moc, jo.. že to je přes čáru.. A některý byli toho názoru, proč vlastně zahazuju svůj talent a.. maluju takové jako hnusný věci v uvozovkách.. A místo toho třeba abych maloval něco vznešeného, jo.“* Jakub se nad zpětnou vazbou i kritikou lidí zamyslí, ale pokud se jedná čistě o „hejt“, vypustí to. Jedná-li se o slušně napsaný názor, *„přemejšlím nad tím, proč to ty lidi píšou. Právě to taky si říkám jako, jestli tam potom není problém třeba u nich, jo. Protože na některý věci se nechtějí jako dívat, a obracej od toho oči, pohled.“* Současně tuto zpětnou vazbu ale dokáže i ocenit, jelikož to v člověku očividně něco vzbudilo a stálo mu za to se zastavit a sepsat k tomu svůj názor. Jakub má jasno v tom, že umění není o tom malovat jen hezké věci, ale o tom **vzbuzovat emoce**. *„Myslím si, že to umění je o tom vzbuzovat emoce. No. A jestli to vzbudilo právě tady tím emoce, tak právě to je potom úspěch.“* Současně, i když se jedná o temnější obraz, pro Jakuba je jeho příprava a tvorba zábava. *„Ono, i když tam jsou ty tmavý nebo ty depresivní věci, tak já jsem se tím vyloženě bavil, jo.“* Zůstává autentický sobě a nechce na sílu přizpůsobovat svá díla. *„Neznamená to, že když maluju něco takhle jako pro někoho depresivního, že se to nikomu nemůže líbit, no. A je to o tom, že, přeci nemůžu ze sebe tlačit něco, co ve mně není.“* Ví ale, že jeho obrazy nemusí být pro každého. *„A každé není prostě takovej jakože, založenej.. dynamicky. Někdo má rád právě tu jako klidnou krajinku a, a čistý nebe.. A já mám rád tu bouřku a když tam foukne do toho vítr a lítaj listy.“*

Jakub v průběhu kariéry **vyměnil pastely za oleje**, které mu umožňují malovat velké formáty. Pastely stále využívá a kreslí si jimi **skici** svých nápadů, kdy až s odstupem může poznat, jestli se jedná o dobrý nápad či ne. *„Který jsou takový jako rychlý. A když mě to i po čase baví a řeknu si, jo, to je dobrý, tak to prostě dám potom jako na to plátno.“*

Namalovat celý obraz trvá desítky i stovky hodin a Jakub si tak potřebuje být nápadem jistý. „*Tak si musím bejt tak nějak jako vnitřně jistej, že.. Že mě to bude bavit a že to vydrží se mnou ten celej proces.*“ V jednu dobu také maluje více obrazů naráz, olej a malování ve vrstvách to vyžadují. Když si tak od jednoho obrazu odskočí k druhému, je někdy obtížné se zase vrátit – Jakub potřebuje stále aktivně cítit, že ho námět a obraz baví. To se nepovedlo například obrazu astronauta, který zůstal nedodělán. „*To měl být prostě, měl jsem k němu příběh.. A prostě.. Usnulo to úplně ve mně, no.*“

Než začne samotný obraz malovat, obnáší to řadu příprav – již zmíněné promýšlení námětu a tvorba skic, ale také fotografování předloh. „*A vlastně mě baví už jenom ten proces toho vzniku toho nápadu. A proces vlastně i přípravy toho obrazu.*“ Při vymýšlení a tvoření předloh je Jakub velmi kreativní, baví se tím a zapojuje do toho i rodinu. „*Mám tam obraz třímetrovyho (zvířete) v žitě, jo. A tam už bylo jenom zábavný to, že prostě jsem si musel najít žitný pole, v tom se vyválet místo toho (zvířete). (Zvíře) tam nedostanu. A potom samozřejmě jsem to spojil třeba i s výletem, že jsem vzal kluky.*“

Toto **bavení se celým procesem** a nedělat jen pro výsledek je pro Jakuba klíčové. „*Nedělám pro výsledek. Ale dělám vlastně proto, že mě to baví. Jo, že, že si užívám ten proces toho vzniku. A že mě baví jak se to postupně celý jako buduje.. A jak to získává na tý plasticitě. A začínám jako zhmotňovat tu svoji představu.*“ Proces zhmotňování představy však neprobíhá vždy hladce na první pokus, což ale Jakubovi neubírá na elánu, právě naopak. „*Sice to kolikrát třeba neodpovídá, nejsem úplně spokojenej. A o to víc tam musím něco jako přidat, přitlačit, a.. O to víc jsem do toho ještě jako zapálenej. Co s tím ještě udělat tak, aby.. jsem to posunul ke svojí spokojenosti.*“ Toto **vnitřní pnutí** a **vyhánění vnitřní nespokojenost** jsou pro Jakuba velmi důležité v jeho procesu a zvyšují jeho zápal. „*Ta vnitřní nespokojenost právě potom dokáže člověka.. donutit vstát, a něco s tím udělat. Jo. Než obráceně.. Když je člověk spokojenej, tak já to vidím, jak si vždycky dám nohy nahoru, že jo.. Ale právě takový ty slavičky nespokojenosti, když večer odcházím a ráno přicházím, tak ten stav právě naopak jako ve mě vyburcuje ještě větší tu, tu snahu, jo.*“ Nespokojenost by ale měla být vyvážená i spokojeností a radostí a umět si užít, když se daří. U některých děl se ale spokojenosti nepodaří dosáhnout. „*A to člověk jako už někdy pozná už v tý polovině.. Toho tvoření.. Si říká ,to je nějaký naprd.*“ **Nepovedená díla** Jakub bere jako nutnou součást vývoje a patří to k procesu učení se. „*Jako téma možná*

dobrý, ale zpracovat lépe a jinak. A třeba později až.. bude zase nějaký jako ten vnitřní progres, technický, že jo, člověk se neustále učí.. Tak já se každou malbou taky učím.“

Tento **souboj spokojnosti-nespokojenosti** vnímá Jakub jak v horizontu samotného obrazu, tak v horizontu dlouhodobém. Může se to tak projevit jako **lehké krize**, přepracovanost a útlum. *„To jsou nějaký ty období, třeba měsíc, dva měsíce, kdy to třeba nejde, nevím, do čeho se mám vrtnout, nebaví mě to, jo.. A to je právě takový to hledání té cesty zase, tý další. Takovej ten mezistupínek dalšímu tomu výstřelu, jo.“* Stres z toho ale nepociťuje – ten by vyvíjel tlak a tlačil ho do pozic, do kterých nechce. *„Třeba do takové pozice jakože teď budu přemýšlet, co by se asi mohlo prodat. Abych prodal. A to už, to už je to přizpůsobování se těm těm zákazníkům.. A to si myslím že už je potom špatná cesta. Jo, a že by to dopadlo jako s těma holkama v leknínech. Že by zůstaly.“* I v takovém období tak pro Jakuba zůstává klíčová jeho autenticita a následování své cesty.

Propagace, cenotvorba a jejich vývoj

Jakub dříve do propagace své tvorby, která probíhá především na **Facebooku**, lehce investoval. Stálo to také hodně energie, jelikož přidával téměř každý den příspěvky. *„No ale ono to stojí.. jako úsilí. A myslet nad tím, nebo přemýšlet nad tím, co tam dát, abych se neopakoval.. A ještě ta komunikace s těma lidma, ta je taky jako důležitá.“* Právě Facebook a prezentace na něm byla v jeho kariéře stěžejní a stála na samém počátku, díky čemuž začal sbírat fanoušky i zájemce o zakázky. *„Ty si přáli potom namalovat vždycky nějakou fotku, ať už svoji nebo třeba Stalloneho.. A, takhle se to postupně rozrůstalo.“* Se změnou tvorby se proměňovali i zájemci a proseb o portréty ubývalo. Nyní je ve fázi své kariéry, kdy už nemusí do propagace své tvorby investovat téměř žádnou energii, aby obrazy prodal – má **základnu fanoušků** a **sběratele**, kteří se vrací. *„Už mám jako spoustu i lidí, který mají třeba 3, 4, 5 i více obrazů. Takže za poslední rok, dva roky, to už je tak, že prakticky cokoli vystavím na Facebook, tak je o to několik zájemců.“* Nyní přidává příspěvek asi jednou týdně, aby se připomenul. Současně se snaží **prezentovat autenticky**. Nemá rád, když lidé na sítích vystupují odlišně než v životě. *„Takže se tam snažím nějakým způsobem prezentovat, ale na druhou stranu se snažím prezentovat tak, jak se prezentuju i normálně, jo.“* Oproti Facebooku do Instagramu příliš nepronikl. *„Tam, ten Instagram mi tak trošku upláchl. Tam je to víc o těch mladejch lidech a.. o těch sexy příspěvcích a.. A tam, tam nejsem na to založený, abych tam přidával prostě každé den ty*

*příspěvky a sbíral tam tu fanouškovskou základnu. “ I tam má své sledující, „já nevím, asi 5000 sledujících“, ale na sítích nejde jen o jejich počet, ale také o jejich **aktivitu**. „Nejsou tak interaktivní se mnou, jako na tom Facebooku, kdy tam ta interakce je daleko mnohem mnohem větší, no. Ale protože tam fungují taky od roku 2013 no. “*

Jakub pracuje také s myšlenkou zvyšování zájmu o jeho tvorbu. V poslední době zaujal strategii, že **neprodává hned každý obraz**. *„Takže i tam na zdi jako mi vysej obrázky, který bych třeba mohl prodat hned, ale.. radši počkám.“* Buduje tak kolem sebe auru jisté výjimečnosti, exkluzivity, která vede i k vyšší ceně. *„A ono se tak postupně buduje kolem toho ta aura ,aha, tak on prostě jen tak neprodává, a když už prodává, tak to je třeba jednou za čas‘. Tak o to si ty lidi, nebo ty zájemci, víc váží. A pak se zvedá i ta, ta cena.“*

Jakub má též své **webové stránky**, které vznikly zhruba 7 let zpět a pošly dvakrát změnou. *„Takže teď už se potřebujou změnit zase, posunout se trošku, abych úplně nezaspal tu dobu.“* Vnímá potřebu je zpřehlednit a upravit, už oslovil i firmu, ale zatím se k tomu nedostal. *„Ještě jsem se nevrhl prostě na to, abych dal dohromady fotky a texty k tomu.“*

Cena obrazů se přirozeně s postupem kariéry vyvíjí a zvyšuje spolu s tím, jak roste **poptávka**. *„Jde to přirozeně. Netlačím to. Ale reaguju prostě na tu, na tu poptávku.. A na ten zájem.“* *„Ta poptávka jako zvedá postupně tu, tu cenu těch obrazů. Takže dejme tomu před 2 lety, co jsem prodal za 50 tisíc, tak dneska bych prodal.. za dvojnásobek.“* Současně má nyní také kupce, kteří si mohou vyšší ceny dovolit. Vývoj byl ale postupný. *„Není to tak, jako že bych si na začátku hnedka řekl ,Tak, a tady to dám teďkon.. za sto!‘. Jo, ale musel jsem si opravdu **prošlapat tu cestičku** od těch 15 stovek, jo, přes potom 5000, jo, a tak dále. Až, až po tady ty částky, no.“* Do cen se také bude promítat částka, za jakou se vydražil obraz v aukci. Obraz byl u lidí oblíbený, Jakub měl k dispozici kupce napřímo, chtěl ale dražbu zkusit a cena se vyšplhala na čtvrt milionu. *„Jo, měl jsem tady i pána, kterej říkal, že má tady hotovost, jako velkou.. A já jsem si říkal, já to chci prostě zkusit dát do ty dražby.. Nejenom kvůli tomu, aby se to někam jako vyšponovalo. Ale abych měl i.. **ověřitelnou cenu**.“* Sběratelé když si tak Jakuba vyhledají, tak mohou objektivně vidět, za jakou cenu se obraz vydražil, což mu dodává na **kredibilitě** a může to zvyšovat zájem o něj. *„Tak uviděj ,aha, tak on se tady vydražil za takovýhle peníze a už má reálně prostě takovouhle cenu‘, jo. Takže proto jsem šel třeba do té aukce z toho důvodu, aby sem byl ověřitelněj, nebo abych byl pro ty zájemce víc.. jak to mám říct.. přitažlivější.“*

Celkově k nastavování ceny přistupuje spíše než matematicky dle pocitu. „*Já ani nevím. Odráždí se mi tam.. Odraží se mi tam čas, kterej na tom strávím. Jak si vážím toho nápadu. Jo.*“ Například svůj velmi oblíbený obraz, který doteď považuje za jeden z nejlepších, prodával v té době dvakrát draž než ostatní obrazy. Nějakou dobu se dříve ale také snažil držet matematického vzorečku. „*Chvilku jsem se držel co centimetr na dýlku, tak 1000 korun. A.. Ted', ted' už to přehouplo tu hranici no.*“

Do budoucna bude rád za další růst cen, ale není to Jakubova primární motivace, stále je prioritou to, aby ho to bavilo. „*Samozřejmě budu si to taky. Ale furt tam musí být na prvním místě, že mě to baví. No. Protože jak to člověka, si myslím, že přestane bavit, tak to je konečná potom.*“ Současně je také důležitý subjektivní pocit **vývoje a posunu**. „*A ještě mít pocit toho zlepšování se. (...) Jo. Že když tam nebude ten pocit toho, že ještě to můžu posunout dál, tak si myslím, že taky jako to jako nemá potom kam směřovat.*“

Výstavy, role kontaktů v úspěchu, vztahy s umělci

Jakub vystavuje asi jednou nebo dvakrát ročně. Malba obrazu trvá dlouho a hůře se mu dává dohromady sbírka, do výstav si tak půjčuje i již prodané obrazy, se kterými je spokojený. Spíše než prodej, hlavním předmětem výstav je **prezentace a setkání a povídání s lidmi**. „*Tam to není předmětem toho vystavování prodej obrazů.*“ Ve vztahu k výstavám vnímá své **ego**, které se na výstavě konečně nakrmí tím, jak jsou lidé uchvácení a nechají si o obrazech vyprávět. „*Takže tam je to ta chvíle si myslím, že ty vernisáže a výstavy jsou udělaný právě z toho důvodu, že aby ty umělci se prostě tak jako odprezentovali konečně a, a řekli ,tak tady jsem.*“ Oproti tomu v ateliéru musí své ego spíše potlačovat. „*Abych zase měl tu pokoru a zase právě spíš vyháněl.. tu nespokojenost, abych to viděl kam jako posouvat.*“ Přestože o svých dílech vypráví rád, musí si dát skleničku na kuráž. „*Na tu kuráž no. Zas takovej jako egoista úplně velkej nejsem.*“ Současně nerad mluví jen sám o sobě. Na výstavě tak potřebuje mít **kurátora nebo uvaděče**, který uvede téma a podpoří ho. „*A bude mě jako pošťuchávat, abych já nemusel mluvit jako jájínkovsky, jenom jakože já já já, pak mě a já a já.. No, takže to je pro mě jako takový jako příjemnější.*“

Jakub vnímá, že **role kontaktů** v úspěchu je velká. Ať už se jedná o podporu nejbližšího okolí, štěstí na kupce nebo i kolegy malíře. „*Jo, myslím si, že v tom je hodně i štěstí na lidi,*

koho potkáte. (...) Myslím si, že to bez toho okolí nejde.“ Jakub má například ve svém městě staršího kolegu malíře, kterého pozval na svou první výstavu v kovárně a díky jeho **zpětné vazbě** se posunul v různých věcech. Vyslechl si ale i kritiku. „Říká ,hm, hele, ten olej máš ale špatnej. To to je jako strašně tvrdý.. Ten pastel je dobrej ještě jo, ale.. přestaň malovat tady ty držky, který jako zná každěj, k čemu to je‘. Jo. A řekl mi takhle pár slov.“ Naučil se ale zpětnou vazbu i přes prvotní nepříjemné pocity vytěžit. „Pak nastoupí vždycky prvně ta mužská ješitnost, že jo. Jo, ale to je právě ono. Jako člověk by měl jako přemejšlet.. Právě to taky, k tomu člověk dojde prostě až postupem jako třeba zkušenostma, že by měl jako přemejšlet nad tím, proč to asi říkal, jo. To nebylo jako prostě ze závidisti nebo z něčeho. Ale že prostě třeba měl pravdu. No tak tam jsem si vzal pár věci k srdci.“

Jakub vnímá pozitivum i určité konkurence mezi malíři – „Štěstí i na to zdravý lehký jako to **hašteření** mezi třeba umělcema, jo.“ Dostal se například do sporu s umělcem, který také pořádal kurzy a měl pocit, že ho Jakub kopíruje. Lidsky tak mezi sebou měli výhrady, ale v malbě to Jakuba vyburcovalo k většímu výkonu. „Protože se mi líbila jeho práce. A měl tam tehdy takovou sérii pěknou. A říkám ,ty vole, to je dobrý, to je dobrý, to je hustý.‘ Jo, ale nebyla to taková ta závist, která, jo a že bych kydal tu špínu.. Ale já jsem pocítil takovou tu závist ,Tak. A teď já ho trumfnu.‘ Jo, že, že jsem měl takovou tu, takový ty dva sokové.“ Někdy ale spory přerostou zdravou míru a jdou vyloženě do osobní roviny. Setkává se i s **kritikou** ze strany ostatních umělců, že nemá akademický titul. „Jo, takže tam jsem slyšel na sebe i taky jako dobrý jako pomluvy. A od akademiků zrovna právě. Jsem si říkal, ty jo.. A to jsou lidi, který mě třeba jako, s kterýma bych se rád bavil.. Ale oni mě pomlouvají, že vím, že třeba jeden, když jsem ještě tam vystavoval u (název).. tak se mu nelíbilo, že jsem neměl titul, jo, a že tam vystavuju. Jo, takže potom strašně všechno hrotil.“ Naopak má Jakub ale po republice kamarády umělce, se kterými se **podporují**. „Tak jsem se snažil třeba i dohodit někam nějaký třeba kontakty, jo. Na galeristku nebo na kurátorku. Aby jim pomohla třeba, se posunout, jo.“

Osobnostní vývoj, pracovní doba a rodina, „mám práci snů“

V průběhu kariéry Jakub vnímá, že se změnil on sám. Druzí by na to měli asi větší náhled, ale myslí, že mu přibyly některé negativní vlastnosti. „Stal se ze mě víc asi cholerik možná.. Že jsem byl dřív flegmouš a teď občas.. Nevím, ale nevím, čím to je způsobený. Přitom dělám to, co dělám rád jako.“ Vnímá, že je mnohem **přímější v jednání**. „Vím,

protože nejdražší je ten čas a že když někdo někoho zdržuje, tak je to fakt jako blbý. Tak v takovym tom přímým jednání, což se každému nemusí líbit, jo. Že když se mi něco nelíbí, tak to prostě řeknu jako na férovku.“ Sám vnímá, že jeho samotného nejvíce posunulo přímé jednání druhých lidí, například zpětné vazby od kolegy malíře. Od různých lidí na sebe Jakub také slyšel, že mu stoupl hřebínek, to si ale Jakub nemyslí. *„Protože si myslím, že mám zase pokory dost. Ale asi třeba na někoho takhle jako působím.“* Celkově ho ale práce naučila **sebedůvěře**, která vnímá, že je velmi důležitá k tomu, aby mohl vystavovat a prezentovat se. *„Že tu **pokoru** tam mám, zároveň s tím.. To **ego** tam musí bejt taky, aby se člověk jako prezentoval. Ale musí to bejt, myslím si, že prostě půl napůl. No. A zase kdyby tam nebylo to sebevědomí, tak by člověk nedokázal vystavovat a nedokázal by potom prezentovat se, mluvit před lidma. Jo, takže to mě naučilo jako.. v tý sebedůvěře.. A v tý důvěře v to, co dělám.“*

Jakub má přibližně **klasickou pracovní dobu**. Vyhovuje mu její řád. *„Nějak jsem se na něj jako navyknul. A funguje mi to tak.“* Odnaučil se díky tomu malovat po nocích. Když pravidelně dělal workshopy, byly o víkendu. Postupně se z toho stal unavený a štválo ho, že mu chyběl **čas s rodinou**. Nyní je tak rád, že s rodinou víkendy může trávit. *„Teď ty víkendy jsem rád, že mám doma, a že tam.. ať už děláme na zahradě nebo děláme výlet, tak to je jedno, hlavně, že to mám jako s tou rodinou.“*

Celkově je Jakub velmi spokojený s tím, co dělá. *„Protože mě to **baví**. A je to i viditelný. Že vlastně když se podívám za sebe, tak, tak je tam jistá dávka takový tý **hrdosti**. Jo že, že už jsem jako něco namaloval. A.. Nebo i ty kurzy, jakože si řeknu, jako kolik lidí jsem jako.. jak to mám říct, uspokojil nebo navnadil nebo nadchnul, jo.“* Do své práce dává maximum. *„No, je to **splněnej sen**.“* **Vývoj** je ale postupný. *„Tam jde o to, že člověk to postupně buduje. Že, a dostává se vždycky z nějaké fáze do další fáze. Nejdřív jsem se tím jako jenom, vylepšoval výplatu, že jo. Pak to zase začalo vyrovňovat ty výplatě. Tak najednou jsem se živil i tím jo. A teď, teď se máme vlastně i dobře, jakože i finančně už je to daleko jako lepší než třeba před těmi 5 lety.“* Je v tom běhu vývoje, a tak se občas musí zastavit a uvědomit si to. *„Občas si člověk musí říct ,ty jo, vždyť já mám vlastně práci snů‘. Že.. Když jsem doma, tak se těším do práce. A když jsem v práci, tak se těším domů. Jo. Že to je takový ten ideální stav.. Že když se koníček stal vlastní prací a náplní a úplně ho to pohltilo.“*

1.4 Patrik

Patrik je 35letý malíř. Maluje obrazy olejovými barvami, zaměřuje se především na lidskou figuru, kterou propojuje se surreálními prvky. Obrazy a postavy dávají prostor pro imaginaci a zamyšlení, jsou záměrně nejednoznačné. Patrik se malbě věnuje na částečný úvazek a současně je v klasickém, lehce zkráceném zaměstnání. Popis Patrikova obrazu nabízí *Příloha 6*.

Cesta k tvorbě, konzultace, výstavy, kontakty

Patrik vystudoval střední školu, kde se také věnoval kresbě. Učitele, který by je skutečně něco naučil, dostali ale až pozdě. „*A já jsem pak hrozně dlouhou dobu nic nedělal a mě to hrozně štvalo. To bylo prostě takový období, kdy jsem jako fakt jako na všechno tak nějak jako prděl.*“ Poté potkal bývalého spolužáka, který byl v té době na AVU a v Patrikovi rozdmýchal touhu opět malovat. „*Já jsem říkal, no, tak že bych konečně začal taky něco dělat.*“ Patrik nikdy nechtěl malovat jen tak, ale spolužák mu ukázal, že je možné dělat výstavy. „*Říkám ty jo, dobrý. No a začal jsem.*“ Počítá, že aktivně tvorbě se věnuje od konce roku 2014. „*To jsem se tomu začal věnovat jako fakt hodně. Veškerej volnej čas, kterej byl, tak jsem jako trávil u toho.*“ Patrik byl klasicky zaměstnaný, ale ponořil se do tvorby a s několika obrazy došel za profesorem na AVU na konzultaci. „*Ten mě tenkrát zpucoval úplně hrozně.*“

Konzultace celkově vnímá Patrik jako důležité ve svém vývoji a posunu. „*Abych se furt jako nějak někam dál posouval, abych se trošku vyvíjel, takže jsem prostě hledal takový různý, abych právě jsem mohl někam na konzultaci a fakt to trošku jako **posouvat někam dál a dál**, abych prostě nezůstal na nějakem jednom místě.*“ Na konzultacích si mnohdy vyslechne kritiku, ale současně to umožňuje jeho tvorbu rozvinout. „*A teďka jsme s ním byli, (...), tak nám to zase zpucoval. A to, dozvěděl jsem se zase jako spousta nějakých.. něco jsem říkal, že to asi jako úplně ne, ale většinu toho zase poradil jakoby správně.*“ Radí se s profesory ze školy, konzultuje se známými nebo i s manželkou, jejíž zpětné vazby také rád využívá. „*A co jsem se tak jako bavil s ostatníma, tak tohle prostě potřebujou všichni. Když jsme byli na AVU, tak když jsem byl na konzultaci, říká ,hele, sem chodí furt někdo prostě na konzultace.*“

Po nějaké době, co začal malovat, se Patrik rozhodl udělat **první výstavu** a přes bývalého učitele se dostal k prostoru, kde ji mohl uskutečnit. „*Pak byla první výstava a tak jako postupně jsem tomu začal dávat jakoby větší a větší vážnost.*“ Na vernisáži byli i cizí lidé, což Patrika velmi překvapilo, a současně byl o jeho obrazy zájem. „*Kdy mě třeba jako ani nenapadlo, že by se někde něco prodalo, ale už na tý první výstavě se prodalo asi 6 nebo 7 obrazů, nebo kolik to tenkrát bylo. Tak jsem se jako říkal, tyjo, hezky, tak se to lidem fakt líbí.*“ Tento zájem byl pro Patrika určitým motorem, ale následně se spíše soustředil na to, aby se umělecky dál rozvíjel.

Docházel tak na konzultace, svou tvorbu začal dávat na Facebook a přes různé kontakty se dostával k dalším **výstavám**. „*Mi zase kamarádka poslala, že na městském muzeu, že teďka dávaj, to ten takzvaný open call na výstavy. Tak jsem tam zavolal.*“ Například díky této výstavě se dostal do kontaktu s kurátorkou, která se Patrikovi ozvala o několik let později, a vedlo to k další výstavě. Patrik dal dohromady spolek několika umělců, kteří se věnují podobnému stylu tvorby, a některé výstavy udělali společně. **Sít' kontaktů a vztahů** se postupně tvoří. „*A tak jako průběžně, průběžně se to nějak takhle jako vytváří.*“ Některé kontakty přinesl někdo z kamarádů, jiné kontakty se k Patrikovi dostaly přes Facebook. Na Facebooku například napsala Patrikovi jiná malířka a domlouvají se na společné výstavě. Společné výstavy mají své výhody. „*Kde tam prostě jdou lidi i který tam jdou podpořit toho, koho znaj, a častokrát se tam prostě jakoby dostanou i k mojí práci.*“ Patrik je rád, když se příležitosti takto seběhnou. „*Já jsem rád, že se to takhle jako objeví, když to jako někde nemusím jako někde kutat, to.. Ale stejně mě to nemine.*“ Domlouvání a hledání příležitostí je někdy dřina. Patrik se takto například snaží domluvit s kurátorem z města, kde žije, na výstavě. „*Ale ten toho má tolik, že, říkám, už tady byl dvakrát a my se vždycky někde potkáme a nikdy se prostě stejně nedomluvíme.*“

Práce X malování – potřeba jistoty, zodpovědnost za rodinu, obava z povinnosti

Patrik byl až do minulého roku zaměstnaný na plný úvazek. Tento rok ale už cítil potřebu práci zkrátit, aby měl na malování více prostoru, a práci tak zkrátit o jeden den. Nyní tedy chodí pondělí až čtvrtek do práce a pátek a víkend, plus obvykle ještě jedno odpoledne v týdnu, věnuje malbě. „*Já jsem to nikdy nechtěl primárně dělat tak.. mě to ani nikdy nenapadlo, že by se to dostalo do týchletý fáze jo. (...) Kdy to tady mám třeba.. já nevím.. prostě s prací.. Aktuálně to není půl na půl, ale třeba tenhle rok už se to začíná pomalu fakt*

jako vyvažovat.“ Do budoucna by chtěl obrazy rozpohybovat ještě víc – mít to se zaměstnáním ideálně půl na půl a zkrátit tak práci ještě o jeden, případně i dva dny. „A v momentě teprve, když se to trošku rozpohybuje víc, tak a já uznám, že jo dobrý, teď už by to opravdu šlo, že bych to v té práci trošku ještě zkrátil, a budu vědět, že můžu bejt trošku klidnější.“

Být zaměstnaný a mít **z práce stabilní finanční základ**, je pro Patrika stěžejní. Kdyby byl jeho příjem jen z malování, nese to mnoho zátěže a nejistoty. *„Já prostě od mala, od mala vim, že jsem prostě založenej na jistotách, že prostě potřebuju vědět, co se... To by ti mohla manželka říkat, jakmile se změní plány, tak já jsem hrozně nesvůj. Takže tohleto tomu přesně odpovídá. Jo prostě, taková nejistota.“* Být zaměstnaný sice znamená, že má na malování méně času, ale dává to Patrikovi svobodu v tom, že **není na prodeji závislý**. *„Že i kdybych měl prostě tu práci na nějakej částečnej úvazek, abych měl prostě aspoň ten základ, tak pořád tam mám ,hele dobrý, když se prostě tenhleten měsíc nic neprodá, tak se nic neděje. Je to prostě v pohodě‘. Ale v momentě, kdy tam tohleto nebude, tak je to prostě špatný. S tím bych já asi úplně nedokázal fungovat.“* Váže se na to i to, že nyní může prodej odmítnout, když prodat obraz nechce nebo to není za dostatečnou cenu. *„Tak mám furt tu možnost si říct, hele, prostě ne, prostě to za tuhleto cenu neprodám. A obávám se, že kdybych to měl jako nutnost, tak by mě tahleta možnost odpadla. A myslím, že bych z toho kolikrát byl nešťastnej, že bych to prostě musel(!) prodat, protože ty peníze potřebujeme.“*

Potřeba finanční jistoty a stability souvisí s tím, že má Patrik **rodinu** – malého syna a manželku na mateřské dovolené a cítí tak zodpovědnost. *„A hlavně jako kdybych byl sám, a neměl jsem rodinu, tak bych to třeba možná.. možná prostě bych to zkusil. A buď by to vyšlo nevyšlo. Maximálně bych si našel práci. Ale.. Teďka to prostě jako fakt nejde, no. Jo, to bych, já bych fakt jako... I bych z toho měl špatný spaní.“*

Obává se, že kdyby měl jen malovat, změnilo by to i jeho vztah k samotné tvorbě – mohla by se z toho stát **povinnost** a nutnost. *„Tam se právě přesně bojím toho, že by tam byla taková ta moje nutnost 'tyjo prostě musíš to jít dneska malovat, prostě musíš.“* Patrik vnímá, že nemá dobrou pracovní disciplínu, když něco musí, a špatně se do takové činnosti dostává. *„A hodně se bojím toho, že bych to takhle měl s těma obrazama taky. Že prostě támhle je něco, co musím. Prostě nerad něco musím, no.“*

Aktuální poměr práce-malování ještě není v ideálním stavu, ale postupně se tomu Patrik přibližuje. Díky práci má v tvorbě i prodeji svobodu a není svazován povinnostmi. Současně je naplněná jeho potřeba jistoty a zodpovědnosti za rodinu. Našel cestu, jak co nejlépe práci a svou tvorbu skloubit. „*Abych prostě ušetřil ten čas tam a tady.*“ V práci využívá prostoje k promýšlení a plánování svých obrazů, nebo si tam například obrazy fotí. Uvažuje ale, jak to uchopit lépe, aby měl na malování více času. „*Ale prostě strašně moc, strašně moc to.. Strašně moc takových jako neznámejch a.. Vlastně jedním nebo druhým rozhodnutím se to může klidně strašně jako pokazit. I to, co jako teďka aktuálně.*“

Nejsem obchodník – cenotvorba, co tvořit, prodej, sociální sítě → agent

V kontextu potenciálním živením se tvorbou, v přemýšlení o cenotvorbě nebo v postoji k prodeji silně vyvstává věta „**Já nejsem obchodník.**“ Vnímá, že řada toho, co je potřeba pro to, aby se malováním mohl živit, ho nebaví, je mu nepříjemné nebo je pro něj těžké o tom uvažovat a potřeboval by někoho, kdo bude dělat obchodní stránku věci za něj. „*Kdyby se to takhle dostalo, tak bych musel mít někoho jako je v zahraniční, nějaký agent, který tohleto prostě bude dělat za mě a vezme si z toho nějaký procenta. A já budu vědět, že můžu malovat v klidu, můžu si dělat, co chci, a vím, že o tuhleto stránku obchodní a o to, aby bylo prostě s prominutím do huby, se bude starat prostě někdo jinej.*“

Co se týče **cenotvorby**, Patrik nemá pevně daný ceník. Promítá se mu do ceny obrazu nějakým způsobem formát a strávený čas, ale to, co primárně cenu udává, je Patrikovo aktuální rozpoložení a **vztah k obrazu**. „*Co mi na tom vždycky jako tu cenu primárně nastavuje, je fakt to, jaký vztah k tomu obrazu mám jako aktuálně. Proto třeba tady jako nejsem schopnej říct, mít tady prostě někde nastavený ceník, a tenhleto prodám za tolik, a tenhleto za tolik, protože.. Nějak to prostě jako fakt nejde.*“ K nastavení ceny a prodeji přistupuje tak, že nepotřebuje prodat. „*Já vždycky říkám, že to není cena, za kterou to chci prodat, ale že to je cena, za kterou jsem ochotnej se toho obrazu vzdát.*“ Někdy se ale naopak obraz prodat hodí – v poslední době se snažil vzhledem ke zkrácené práci, zodpovědnosti za rodinu a nejisté sociální situaci, kdy byl Covid a nyní válka na Ukrajině, vytvořit finanční polštář. Cenu tedy nastavoval tak, aby bylo více možností obraz skutečně prodat. „*Protože jsem to bral tak, že je to pro mě trošku taková oběť toho, že tady uděláme nějaký finanční polštář, abych já mohl třeba prostě nějakou dobu nebejt v práci. Abych se mohl prostě tomuhle tomu věnovat.*“

Kdyby se živil jen tvorbou, promítá se do toho nejisté **uvažování o cenách – jak je nastavit?** „*Tak se bojím toho, že zaprvý.. Bych musel ty ceny dávat níž, abych měl jistotu, že se to prodá. Protože ty peníze prostě potřebuju. Pak za druhý přemejšlet nad tím a říkat si, ty jo, a nebo naopak, nebylo by lepší to napálit pořádně? Říkám, ale jako jak by to pak vypadalo.*“ I v tomto by se tak hodil agent nebo někdo, kdo si to vezme na starost.

Další věc, o které přemýšlí, kdyby se tvorbou živil, je **samotný obsah - co malovat?** Patrik ví, že jsou více líbivé věci, které se snáz prodávají a že by peníze potřeboval, ale nerad by tím zase kompromitoval svou vlastní tvorbu. Klade si tak otázku, jak k tomu případně přistoupit. „*No říkám jako, mám si tady jako potom to rozdělit na nějaký pseudonym, pod kterým budu dělat tady ty libý věci, abych si mohl vydělat peníze, a zároveň potom jakoby dělat svoje věci, ale pod nějak normálně pod svým jménem, abych si tím jakoby nekazil to? Nebo to dělat teda jako normálně, protože zase tam to budou lidi sledovat, tam tam zase tolik jako ne.. Takový jako tohleto přemejšlejší.*“

Většina **prodejů** je nyní realizovaná skrz **výstavy**, převážně **vernisaže**. „*Že tam je prostě takovej ten.. ta atmosféra toho.*“ Současně tam mohou lidé vidět obrazy na živo, což je mnohem lepší zážitek a obraz více osloví. „*A na těch výstavách je to hlavně i z toho důvodu, protože.. ono ty obrazy vyfotit tak, aby to fakt jako vyznělo, je fakt problém.*“ Patrikovi se velmi líbí myšlenka, že chce mít někdo jeho obraz doma, má radost, že obraz někdo chce a rád s lidmi o obrazech mluví. Prodej ho ale také svým způsobem nebaví. „*Třeba jako konkrétně prodeje obrazů mě fakt jako nebavěj. Jo. To smlouvání.*“ Je totiž typ zákazníků, který rád o ceně smlouvá, baví je to jako obchodní zážitek, ale to Patrik nemá rád. „*Že třeba já strašně rád s těma lidma, který si to kupujou, mluvím. Protože většinou je zajímavá jako nějaký to pozadí. Ale to jednání o tý ceně a o tom prodeji prostě jako.. mi.. mi fakt jako vadí no. Nebo vadí.. takový jako.. Nejsem prostě moc schopnej s tím člověkem nějak jako obchodovat. A občas člověk narazí na někoho, kdo vyloženě jako obchodovat chce.*“

Promítá se do toho i Patrikův odpor k podbízení se a potřeboval by tak, aby to vzal do rukou někdo jiný. „*Říkám, prostě protože nejsem obchodník a já tady nemám na to čas a energii, abych tady někde jako někoho obíhal.*“ Mít **agenta** chce tak zkusit a pomocí něj posunout svou tvorbu zase o kus dál. „*S tím že to chce prostě někoho, kdo fakt má ty kontakty. Místo mě.. A kdo má prostě prořízlou pusou. A není mu prostě jako blbý tady jít.*“

někde.. prostě shánět výstavy a mluvit s těma lidma ohledně, ohledně toho prodeje prostě.“ Má v okolí někoho, kdo by se mu na tu pozici líbil a chce mu to nabídnout. „Vůbec nevím, jak mi na tu nabídku bude reagovat. Uvidíme.“

Patrika oslovil skrz Facebook a některé kontakty pán z **aukcí** a některé prodeje Patrikových obrazů tak probíhají tam. Je to skvělá příležitost a je to i dobrá reklama. *„Protože, konkrétně tady je třeba přes 12 000 lidí, který tam jako aktivně dražej. A je to tam prostě vidět, ty moje obrazy.“* Je to ale určitý hazard ohledně ceny, kam se cena dostane, a není to pro Patrika úplně komfortní. Přemýšlí také, jaké obrazy do aukcí dávat – jde o vyvažování vlastních pocitů k obrazům a prezentace. *„Čeho mi nebude tolik líto, jako poslat do světa.. Ale na druhou stranu, aby mě to tam prezentovalo dobře.“* Jde těžko předpokládat, jaké obrazy budou mít v aukci úspěch – některé překvapí pozitivně, z jiných je Patrik trochu zklamaný. *„Takže já jsem jako fakt sám zvědavěj. (...) Ono se to třeba jako prodalo jako za to, kolik jsem chtěl, ale čekal jsem třeba jako větší zájem.“*

Patrik má některé obrazy, které **zatím prodat nechce**, nebo i obrazy, které mají přímo status **„neprodejné“**. *„To se vždycky ptali, jako jakej k tomu mám vztah. Říkám, no jako dětem! (...) Takže to pak jako nejde, není to úplně jako jednoduchý ten obraz vzít a ,jo, dobrý, tak tady to je prostě jako.“* Své obrazy potřebuje mít nějakou dobu u sebe a potřebuje si je nakoukat, nějakou dobu s nimi být, aby je pak byl schopný poslat do světa. *„Protože bez toho to prostě nejde.“* Vnímá, že ta hranice a vztah k obrazu ‚můžu/nemůžu pustit‘ se vyvíjí a posouvá s časem. *„To byla taky taková ta doba, kdy ,tohle prostě ne, tohle teďka jako nemůžu pustit ven‘, tak teďka, teďka to třeba jako jde.“* Některé obrazy ale do prodeje nepůjdou nikdy, i když o ně mají lidé velký zájem.

U takových obrazů zvažuje, že by bylo možné udělat **limitovaný počet printů**. Může tak jít naproti zájmu lidí i tomu, že například nedosáhnou na cenu originálu. Stále ale o tom přemýšlí. *„A vlastně furt nevím pořádně, jak k tomu to.. Že trošku mi to podkopává tu mojí, takový to, že ten obraz je prostě jako jenom jeden.“* Printů by tak chtěl udělat jen 10 kusů. Zvažuje také, jak to případně propagovat. Bylo by pravděpodobně nutné zaplatit si na to reklamu nebo má kontakty na lidi, kteří projevíli zájem o daný originál, a mohl by to tedy nabídnout jim. *„Takže mám k tomu takovej jako.. Nemůžu říct, že bych to jako vyloženě odmítal, ale mám to tak jako na nějakým svým seznamu, že.. Asi jo. Že to asi třeba jako zkusim.“*

Co se týče prezentace obrazů, mimo výstavy se snaží také dávat obrazy na **sociální sítě** – na Facebook a do facebookových skupin, případně i na Instagram. Se sociálními sítěmi ale není plně sžitý. *„Je to pro mě takový jako nutný zlo, Facebook, Instagram a tyhlety.“* Vnímá, že mohou otevřít některé dveře a je možné tam natrefit na dobré kontakty. Na druhou stranu ale tam algoritmy nyní fungují tak, že příspěvky nejsou vidět. *„Ty sociální sítě jako taky strašně zadupávají.“* Vnímá, že aby se tam člověk prosadil, musel by si platit velké peníze za reklamy. Současně se mu nelíbí **podbízivý princip**, který vnímá především na Instagramu. *„To je přesně to, co prostě nemám rád. To věčný podbízění, jo. Tam prostě.. tak, aby člověk jako se dostal mezi lidi, tak buď si zaplatit ohromnou reklamu. A nebo tam jak zběsilej jezdit a všechno lajkovat a všechny sledovat a budu doufat, že mě bude sledovat zpátky. Říkám tyjo, vždyť to je hrozný jako.“* Když chtěl s Instagramem začít, zašel za kamarádkou pro radu a ta mu vysvětlovala, jak to funguje. Patrika to úplně odradilo. *„Tak mi to vysvětlovala, jak to funguje a já ,Tak to dělat nebudu jako‘ (smích)“* Vnímá, že je to jeho velký limit. *„A to je to je přesně ten důvod, proč se tím nemůžu živit. Protože pak prostě jsem.. jako z nějakýho svýho přesvědčení prostě odmítám dělat tyhlety věci, protože k tomu mám prostě fakt jako takovou, takovej odpor.“* Vidí, že Instagram může být dobrý třeba na zahraniční prodeje, ale z těch má obavy co se podvodů a domluvy týče. Na sociálních sítích, především na Facebooku, se tedy nějakým způsobem prezentuje, přidává obrazy, nebo když bude mít výstavu, ale nevěnuje se tomu moc. *„Kopu si tím zbytečně hrob, zřejmě si to podkopávám, ale prostě mě to nebaví.“* I v této oblasti by tak ocenil agenta nebo člověka, který to bude spravovat, což i zkoušel. *„Říkám, tam by to chtělo prostě fakt jako někoho, kdo tohle to prostě bude dělat. I jsem to zkoušel. I jsem zkoušel jednoho kluka. Měli jsme domluvu s jedním klukem, co to.. A ten se na to potom nakonec vyprdnul, v podstatě přestal, přestal to dělat jen tak.“*

Patrik je především malíř. S obchodními a podnikatelskými záležitostmi, které jsou k prodeji a propagaci tvorby nutné, si není jistý, těžko se mu uchopují nebo ho nebaví a nedělá to rád. Aktivně ale hledá cestu a zkouší tyto záležitosti delegovat na někoho, komu budou blízké, a on by se tak mohl soustředit jen na tvorbu.

Styl tvorby, proces, výsledek – názory lidí, zpětná vazba, volná tvorba X zakázky

Patrik maluje obrazy s realistickými figurami, které někdy splývají s pozadím nebo mají určité disrupce v podobě rozmazání a jsou spojené se surreálními prvky či kompozicemi.

Významným aspektem obrazů je **temnější atmosféra**. „Mám prostě rád jako takovou tu temnou hutnou atmosféru a tohle, takže já to prostě do toho jako chci dát. Takže jestli to tak působí, já jsem ve finále jako fakt rád. Já si nad tím, nechci říct vyloženě jako zakládám, ale jako asi z části, asi z části jo. Že nějaký ten můj rukopis a to, co tam je.“ Setkává se tak i s názory, že jeho obrazy přijdou lidem děsivé. „Když jsem měl výstavu, tak tam mně tenkrát, ta mi vlastně taky říká ‚Pane (jméno), tady jako za ty tři dny bylo jako dost lidí, ale strašně často jsem slyšela, jak jsou ty lidi z toho vyděšený.““ Nakonec ale po zbytek výstavy už byli lidé nadšení. „Takže to pak bylo taky dobrý, jo, ale že to taky jako na začátku nevypadalo úplně no.“ Jestli jsou obrazy pro někoho děsivé, je to o úhlu pohledu. „Mně se hrozně líbilo, moje známá byla první, která to tak jako hezky pojmenovala. Říká prej ‚ne, mně nepřijdou jako děsivý, mně přijdou hluboký.““

Pro zachycení atmosféry je důležité dobře vystihnout barvy. Dalším důležitým prvkem Patrikových obrazů je **plasticita** obrazu. „Hrozně potřebuju, abych v těch obrazech měl nějakou plasticitu. Aby tam byla prostě nějaká prostorová hloubka, takže nemám moc úplně rád jako ploché věci.“ Jako nejdůležitější pak vnímá, aby obraz nebyl „utažený“, ale měl **volné prvky**. Je to něco, co vyplynulo jako zpětná vazba z konzultací a co se postupně učil. Ukazoval mi to na fotce starého obrazu. „Když se podíváš, tak tam v podstatě není nikde nic jako volnýho. Jo, je to všechno prostě vyloženě fakt jako štěteček.. A jel jsem prostě jak blázen, na 3, 4 vrstvy. Takže potom jsem právě postupně začal.. začal to trošku jako uvolňovat.“ Toto nedotahování a nechávání volných prvků vnímá v procesu jako stěžejní, ale na druhou stranu mu komplikuje rozpoznání, kdy je obraz hotový a kdy ještě ne. „A v momentě, kdy nevím, tak to většinou hotový je. (...) Většinou to poznám v ten moment, kdy už je do toho bojím šáhnout. Kdy už se do toho bojím šáhnout, tak říkám si ‚ne, tak teď už bych to fakt jako měl nechat.““

I Patrikova tvorba prošla svým vývojem. Kromě učení se nechávat volné prvky vnímá, že se vyvíjí jeho celkový přístup. Jeho tvorba byla zpočátku silně ovlivněna Beksińským a klasickým surrealismem. „No, takže mně jako třeba dlouho trvalo, abych se z toho vymanil a trošku se dostal jako na tu vlnu.. trošku jako moderna.“ Zpočátku také byla jeho tvorba hodně temná. „Pak jsem naopak to měl takový jako hodně veselejší. A pak teďka jako postupně to zase jako se dostávám zpátky do toho, s čím jsem začal, akorát že jiným způsobem.“ Na začátku Patrik i více přemýšlel o tom, co na to řeknou diváci. Nechtěl je

odradit. „Spoustu věcí jsem si třeba jako odpustil. Jsem říkal, kamo, že to nebudu tam, říkám, to už je jako zbytečně moc. A teďka to tak nějak vůbec jako ne.. Říkám, ne, prostě to tak chci, tak to tam prostě jako tak nějak jako bude.“ Nyní je tak jeho tvorba více odrazem toho, co skutečně chce on sám. Současně vnímá, že se na začátku snažil být i cíleně odlišný. „Některý věci jsem měl dřív, že jsem jako.. primárně trošku tak jako explicitně chtěl jako, aby to bylo trošku jiný, šokující.“

Celkově je pro Patrika **důležité učit se a posouvat se**. Nerad se opakuje a snaží se učit nové věci a posouvat své vyjádření. Dosahuje toho tím, že si do tvorby dává určité překážky a experimenty. „No já se právě jako vždycky snažím tak, abych.. aby tam jako ten můj rukopis byl, ale občas si někde jako vyzkouším zase něco nového. (...) Takže ono jako průběžně, průběžně tak nějak vždycky zkusím něco nového a uvidím, jestli to jako sedí neseď. Buď se k tomu vrátím, nevrátím.“

Patrik své obrazy pojmenovává v latině. Je to z důvodu, že nemá rád, když jsou obrazy návodné a příliš nápovědné. Mnohem více, než předat svou myšlenku a záměr, ho zajímá, co to **evokuje v divákovi**, jak on si to interpretuje. „Říkám, jako nepotřebuju asi, aby to mělo jako svojí tady.. abych tady někomu předával jako nějakou vizi. To, že jsem to jako dělal s nějakým záměrem je jedna věc, ale.. To, že v tom člověk vidí něco jiného, mi přijde naopak možná jako ještě lepší. (...) Přijde mi to možná ve výsledku fakt jako ještě lepší než tady nějaká jako reprodukováná emoce nebo myšlenka.“

Samotný **proces přípravy a tvorby** obrazu je velmi časově i energicky náročný. „Vždycky to fakt bejvá jako několik měsíců, než ten obraz jako je opravdu jako od původní myšlenky jako do toho finále, tak to fakt jako trvá hrozně dlouho.“ Když maluje, potřebuje u toho být mnoho hodin v kuse. Samotná příprava barev je časově náročná a pak potřebuje odtónovat vrstvu naráz a jde to pomalu. Vnímá, že pro většinu malířů je stěžejní ten proces tvorby, který si užívají. Pro Patrika a jeho kamaráda malíře je ale **primární výsledek**. „Tak jsme asi jako jediní dva, co znám, kde naopak, kde to je postavený jako obráceně. Že nám jako nejvíc záleží na tom výsledku.“ Proces tvorby je náročný a mnohdy frustrující. „Ten **proces je pro nás jako druhotnej**. Naopak je to kolikrát.. protože ono to jako fakt těžký, je to prostě časově náročný, ruce z toho bolejí, fyzicky je to náročný, na hlavu je to hrozně náročný, protože pořád u toho poslouchám muziku, prostě pracuju.. ale teď prostě nějaké.. obzvlášť když to jsou nějaký malý věci, viz támhle prostě dvě oči, malý.. to je

prostě, každej půl milimetr je prostě špatně.. takže je to fakt jako kolikrát psycho, kolikrát tady mám chuť to vyhodit.“ Vzhledem k tomu si tak Patrik ani neumí představit, že by maloval pět dní v týdnu. Vnímá, že to je ideální pro lidi, které velmi baví proces a výsledek pro ně není až tak důležitý. „Tak já si třeba myslím, že bych to třeba ani jako nevydržel. Že bych třeba jako vydržel rok a pak by mě to prostě jako vycucalo.“

Někdy jsou dny, kdo to nejde vůbec, což se snaží Patrik rozpoznat. „*Tak to zahodit a radši to nechám bejt a příště tomu radši budu věnovat víc času.*“ Když je obraz konečně hotov, nastává radost, spokojenost a potěšení z odvedené práce. I z toho důvodu si tak Patrik potřebuje nechávat obrazy u sebe, aby si je nakoukal a těšil se z nich. Zpětně na nich také hledá chyby, a tak se ubezpečí v tom, že je obraz stále dobrý. „*No ale, ale prostě jako ve finále, fakt je tady potřebuju mít proto, abych se s nima tak nějak jako trošku potěšil a.. jaksi úplně ,jo, tak dobrý, tohle je pořád dobrý, jsem pořád jako spokojenej.*“

Při tvorbě často využívá **zpětné vazby** od manželky. „*Takže třeba jako i v průběhu toho, taky kolikrát říkám 'prostě podívej se na to, co tam je blbě'. Já už to ani nějak nevidím. Už v tom jako člověk je tak jako zacyklenej.*“ Názor dalších očí, i laických, tak může být velmi užitečný a Patrikovi při tvorbě pomáhá. Konzultuje i s kamarády. „*Když jsem občas někde jako na vázkách, tak se prostě zeptám někoho jinýho. A vlastně ostatní to dělají podobně.*“

Než vůbec obraz může začít malovat, obnáší to **řadu příprav** při fotografování předloh a hodiny strávené u počítače, kde si skládá kompozici. Pak přichází výběr formátu plátna, které si sám napíná a připravuje. „*Takže za tím je spousta takovejchle prkotin, který mě u toho hrozně nebavej, jo. A teprve potom teda jako konečně se jde malovat.*“

Nápadů na obrazy má Patrik v hlavě plno a přemýšlí nad tím i o volnu. Inspirace přichází z různých směrů. „*No, fakt jako všechno, no, fakt úplně všechno.*“ Promítají se do toho věci ze života, když někdo o něčem mluví, když něco vidí, nebo i jeho sny a večerní představy. „*Že prostě třeba jako večer ležím.. A jenom prostě takový jako různý představy.*“ Někdy ho i inspiruje nějaký obraz, u kterého se mu líbí myšlenka nebo nějaký prvek. „*Jenom se mi to prostě třeba promítne do něčeho, nad čím třeba zrovna jako přemejšlím. Tak se tím nechám třeba trošku inspirovat. Ono ve finále to tam jakoby vůbec není. Ale nebo mě to třeba naopak jako natukne, jako nějakou jako jinou scénu, jo.*“ Nápady na obrazy začaly chodit až potom, co začal malovat – prvotní byla touha malovat,

nikoli něco konkrétního vyjádřit. „*Ono to nezačalo tak, že bych začal jako malovat proto, že jsem jako, že bych jako měl nutkání něco konkrétního jako namalovat. Naopak. Já jsem chtěl prostě malovat. Mně se líbila ta myšlenka, že zase jako začnu něco dělat. A teprve jsem na začátku vymýšlel co.*“ Chvilí trvalo, než to přestalo být nucené, začal nad tím uvažovat jinak a nápady začaly chodit samy. Nyní má už nápadů spoustu a naopak není čas, kdy všechny zhmotnit. „*Ted'ka fakt jako opravdu jako hromadu motivů, hromadu prostě myšlenek, co chci jako dát dohromady.*“

Patrik se převážně věnuje své **vlastní tvorbě**. Měl v minulosti některé **zakázky**, kdy například maloval obraz pro sběratele, který měl už několik Patrikových obrazů. Jeho volná tvorba je ale to, co chce Patrik tvořit nejvíc. „*Víc se prostě věnuju fakt jako těm svejm věcem. Říkám, furt mi to prostě je jako úplně nejbliž.*“ Zakázky tak dělá jen výjimečně po dohodě a potřebuje mít volnost. „*Říkám, jakmile bych měl svázaný ruce, tak bych to ani nedal. Mě by to nebavilo a stálo by to za nic.*“ Jeho známí chtěli od Patrika namalovat portrét v jeho stylu, což se Patrikovi zamlouvalo. „*Říkám, hele, to vlastně jako není špatnej nápad, proč to nevyzkoušet.*“ Obraz namaloval a i zvažoval, že by to mohl rozjet a inzerovat jako službu. „*Mě prostě jako ta lidská figura mě baví, to na tom to.. tak proč to nedělat tak.. Proč to neudělat tak, abych dělal portréty, ale prostě jinak. Prostě tím svým stylem, tak, aby mě to bavilo.*“ „*To byl jakoby jedinej nějakej v uvozovkách podnikatelskej nějakej nápad, kterej jsem jako měl.*“ Portrét mu ale trval déle, než bylo nutné, jelikož jeho tvorbu odsouval. „*No, protože jsem měl prostě nutkání dělat svoje věci.*“ Nakonec tento projekt zatím odložil, ale má ho v záloze a možná se k němu vrátí, až bude mít více času. „*Tak bych udělal těch pár portrétů různě jinak a teprve potom bych to vůbec se snažil jako nějak někde propagovat.*“

Význam malování v životě a změny s tím spjaté

Pro Patrika bylo to, že začal malovat, velký impuls a vedlo to k mnoha změnám v něm samotným i v jeho životě. „*Fakt to jako ovlivnilo jako strašnou spoustu věcí.*“ Před tím, než začal tvořit, mu chyběl drive a naplnění. „*Že jsem jako nedělal nic. Nic konkrétního. Všechno takový, takový jako mrtvý, takový jako k ničemu.*“ Tvorba mu dala směr, kterým postupně jde a přizpůsobuje mu čím dál více věcí. Užívá si vernisáže, kde může být středem pozornosti a těšit se z reakcí lidí. „*Takže na těch vernisážích a to, tak ten pocit z toho, že prostě udělal jsem něco, co se prostě někomu líbí, je prostě fakt jako skvělej, jo.*“

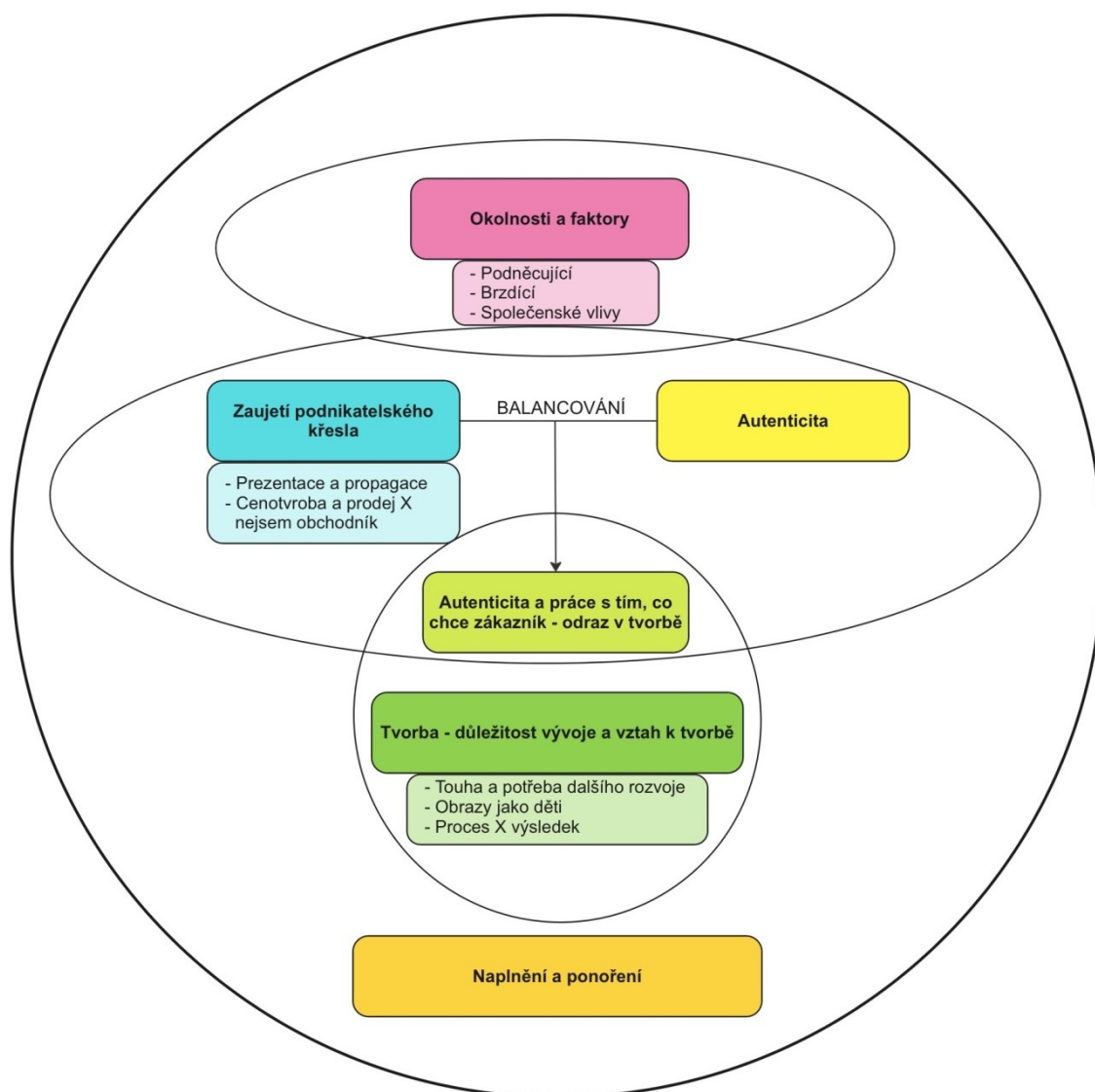
Nebo vidět prostě, že někdo z toho je prostě jako fakt nadšeněj. “ Vnímá, že začal přemýšlet jinak, všímá si jiných věcí a potkává nové lidi. Ač byl vždy velmi společenský, nyní kolem sebe tolik lidí nepotřebuje. „A naopak jsem se naučil mít jako prostě hrozně rád ten svůj klid. A právě jakoby to, že mám ten čas na to, abych právě tady mohl malovat a něčím se jako zabývat.“ Velkým aspektem v jeho tvorbě a životě je jeho rodina. Patrik tvoří z domova. Díky tvorbě si více uvědomuje, jak je jeho manželka ochotná a jakou podporu mu dává. Myslí, že bez malování a vyplývajících změn v životě by svou ženu možná ani nepotkal. Pozitivní dopad to má i na finanční stránku života. „Mám prodaných asi víc než polovinu obrazů, co jsem udělal, takže to pomohlo i v té finanční stránce samozřejmě.“

„Takže fakt jako úplně, úplně od základu, úplně od základu, jako vlastně překopalo, překopalo celý život.“

Patrik vnímá rozkol mezi akademickou a laickou veřejností. *„Furt to jsou takový jako.. neprolomitelný světy.“* Sám se cítí nyní někde na pomezí, *„kdy už tam jakoby jsou i nějaký známý z tohodle kruhu, i z tohodle.“* a snaží se svou tvorbu posouvat dál a dál. *„A já jsem vlastně ve finále rád, že jsem ani žádnou školu jako nestudoval. Protože by to asi taky vypadalo asi úplně jinak. A nevím, jestli by to bylo lepší. (...) Asi to mělo všechno bejt tak, jak mělo.“*

2 Společná témata vyplývající z analýzy

Na základě analýzy rozhovorů vyplynula témata, která jednotlivé rozhovory a umělce propojují. Zachycují tak zkušenost umělce jako kreativního tvůrce a podnikatele v obecnější rovině a dávají rámec jeho individuální zkušenosti. Vykrystalizovala čtyři hlavní témata: 1) Okolnosti a faktory ovlivňující vkročení do tvorby a rozvoj kariéry, 2) Balancování podnikatelského křesla a autenticity, 3) Tvorba – důležitost vývoje a vztah k tvorbě, 4) Naplnění a ponoření. Nejedná se o striktně oddělené oblasti, ale právě naopak – jsou prostupné, jedna ovlivňuje druhou a skutečného významu nabývají společně.



2.1 Okolnosti a faktory ovlivňující vkročení do tvorby a rozvoj kariéry

Každý z informantů má svůj vlastní příběh a cestu k tvorbě. Každého ale na jeho cestě provázejí některé vnější okolnosti a vnitřní faktory, které vstup do tvorby buď podněcují, nebo brzdí. Svůj vliv mají v průběhu celé kariéry, kdy ovlivňují její rozvoj.

2.1.1 Podněcující

Touha tvořit

Chůť malovat je naprosto esenciální. Ačkoli žádný z mých informantů neměl cestu k umění přímou, nadání a záliba v tvorbě se projevovaly již v útlém dětství. „*No, to tam to musí být asi jako od mala si myslím. Nebo ne musí, ale.. Je to takový jako zpravidla.. Ten vztah tam mám od mala.*“ zmiňuje Jakub. „*Je to fakt jako malování byla první věc, která mě v životě bavila úplně od dětství.*“ říká Roman. Jakub, Lenka i Patrik studovali střední školu s uměleckým zaměřením. Chůť tvořit je jakýmsi základem, ohniskem. Sama o sobě ale nevede u informantů k realizaci malování jako kariéry – potřebovali více podněcujících okolností a faktorů, aby překonali ty brzdící a touha tvořit mohla být znovu objevena a plně rozvinuta. „*Takže si myslím, že to tam vždycky jakoby někde dřímalo.*“ (Lenka)

Podpora okolí

Významnou roli ve facilitaci uměleckého vyjádření má podpora okolí – ať už nejbližších partnerů, známých či učitelů ve škole. Lence k odhalení jejího talentu pomohl učitel na základní škole. Jakub se znovu vrhl do uměleckého vyjadřování díky pastelům, které dostal od své ženy. Patrikovi k začátku pomohlo setkání s kamarádem studující umění na vysoké škole. Tato podpora okolí je důležitá jak v samotném začátku, tak ale i v průběhu kariéry. „*Že to dáme a že to zvládneme.*“ podporovala Jakuba žena, když přecházel na volnou nohu. Patrik tvoří z bytu a velmi si váží ochoty a podpory své ženy. V Lenčině příběhu sehrála významnou roli podpora jejího nového muže, který jí dodával odvahu. „*Vlastně tam byla odjakživa taková jakoby hodně velká opora.*“ Opora a podpora je důležitá jak na rovině emocionální, tak ale i praktické. „*Vím, že kamarádka, která je architektka, tak jako my jsme tak nějak začínali si rozjíždět svoje práce ve stejnou dobu, a tak navzájem jsme se motivovali.*“ (Roman). Od této své kamarádky se Roman také inspiroval a začal lépe využívat propagace na Instagramu. Patrik s ženou konzultuje svou tvorbu v procesu. Role

blízkých je velmi důležitá. Pomáhají umělci zvládnout a překonat nejistotu a obavy, a současně také pomohou s praktickými věcmi.

Krise a potřeba změny

Těžká období a krize s sebou nesou velké emocionální, mentální i fyzické břímě. Také ale poskytují pomyslný odrazový můstek, možnost odrazu ze dna. Jelikož pro informanty z rozhovorů byly právě tímto odrazem, řadím je mezi podněcující faktory. Těžce prožívané krize zažili před přerodem v umělce především Roman a Lenka. U obou to vyústilo v to, že se obrátili k tvorbě jako k útěše, copingové strategii, která ulevovala od bolesti a prožívaných těžkých chvil. „*Protože to jsem předtím, než jsem se tím živil, tak to vlastně byla moje psychohygienu, jediná prostě, která mě fakt jako pomohla, kterou jsem si prostě, nechci říct, relaxoval.. Vyloženě to bylo takové to vylití něčeho, prostě takového, ani neuvědomělých procesů. Které mě to pomáhalo nějak jako filtrovat.*“ (Roman). „*Tak já jsem začla.. malovat. Mi to hodně pomáhalo.*“ (Lenka) Tvorba jim ulevovala, ale nezměnily se tím okolnosti jejich životů, které byly stále zdrojem nespokojenosti a nepříjemných pocitů. Lenka zažívala nenaplněnost ve vztahu i v práci a stejně tak Roman byl v práci nespokojen. Toto naakumulování nespokojenosti a frustrace ve spolupráci s dalšími podněcujícími faktory vyústilo v to, že byli schopní udělat ten velký krok, pustit se toho, co znají, a vejít do neznáma volné nohy tvorby. Situace Jakuba a Patrika byla odlišná, méně akutní, ale i oni pocítovali potřebu změny a nenaplněnost. „*A v tý fabrice už tam začal jako přicházet postupně, že jsem si říkal ,aha, musím to nějak jako změnit.*“ (Jakub). „*Všechno takový, takový jako mrtvý, takový jako k ničemu.*“ (Patrik)

Zájem lidí

Zájem lidí o umělcovu tvorbu je zásadní proměnnou a silným facilitátorem. Stojí zpravidla na samém počátku, kdy umělec vytvoří nějaká díla a prezentuje je na sociálních sítích, na první výstavě nebo je ukáže lidem kolem sebe. Když lidé projeví o umění zájem, je to pro umělce mnohdy překvapení, radost a následně i motivace k další tvorbě. „*Ale už na tý první výstavě se prodalo asi 6 nebo 7 obrazů, nebo kolik to tenkrát bylo. Tak jsem se jako říkal, tyjo, hezky, tak se to lidem fakt líbí.. A byl to takovej jako hnací motor, jak to jako trošku to.*“ (Patrik). Tento princip můžeme sledovat u všech informantů. Jakou sílu má a jestli je to právě ten zásadní faktor dostačující k tomu, aby se umělec vydal cestou jen

umění, je ale individuální. Například pro Romana to bylo zásadní a právě díky zájmu lidí našel svou náplň a dostal se z krize. „*Mě vytáhli ti lidi, kteří jako měli o to ten zájem. Protože bez nich by neměl práci.*“ Naopak pro Lenku to nebylo dostačující a potřebovala silnější oporu z jiných zdrojů. „*Když jsem jako začla ty obrazy takhle jako malovat, tak jsem najednou prostě.. ty lidi si ty obrazy chtěli kupovat. Nějakým způsobem mě to povzbuzovalo. Ale pořád jsem nebyla dostatečně jako.. odhodlaná. Bála jsem se tý změny.*“

Zájem lidí má také kruciální roli ve vývoji kariéry. „*Kdyby o to neměli lidi zájem samotní, tak já bych to podle mě nikdy nikam nedotáhl, protože já bych nebyl ten, kdo by prostě každý den prostě sdílel tu tvorbu a nějakým způsobem to cpal těm lidem ,a tady mám obraz, kupte si ho ‘ a takové.*“ (Roman). „*A najednou.. I o ty obrovský plátna byl zájem. A najednou jsem zjistil, že.. Se můžu živit už jen malováním a ne jenom těma kurzama.*“ (Jakub). Zájem lidí je na jednu stranu vnější okolnost, která přichází a nelze ji ovládnout. Řadou věcí lze ale ovlivnit. Tyto aspekty, které závisí na umělci, jeho postoji a přístupu, budou blíže rozpracovány níže v sekci Balancování podnikatelského křesla a autenticity.

Kontakty v uměleckém světě

Kontakty v uměleckém světě jsou další proměnnou, která formuje a ovlivňuje vstup a vývoj kariéry. Lenku a Patrika provázely na samém počátku. Lenka se díky bývalému muži pohybovala v umělecké společnosti a byla tak v kontaktu s tvorbou i profesory, kteří jí podporovali. „*Zřejmě jakoby ten fakt, že já jsem byla s tím svým mužem, kterej byl jako.. tak nějak jako v tom umění takovej, jakej byl, ale zároveň jsem furt byla u barev, furt jsem, furt jsem byla jakoby taky v tý líhni.*“ Pro Patrika je významným faktorem možnost konzultovat svou práci s profesory na vysoké umělecké škole a i ke své první výstavě se dostal přes své kontakty. „*Já jsem vlastně zavolal tomu bývalému učiteli, ke kterému jsem právě taky občas chodil na konzultace. (...) No a ten mi vlastně domluvil s bývalým ředitelem tý školy, že ten by o něčem měl vědět.*“ Pro tvoření kontaktů jsou prospěšné také sociální sítě, skrz které je možné dostat se k příležitosti. Jakubovi napsala paní s nabídkou, na základě čehož začal dělat umělecké kurzy, což odstartovalo to, že mohl opustit zaměstnání. Skrz sociální sítě se také umělci mohou propojit mezi sebou a organizovat společné výstavy nebo se motivovat tvorbou druhého. „*Protože se mi líbila jeho práce. A měl tam tehdy takovou sérii pěknou. (...) Ale já jsem pocítil takovou tu závist ,Tak. A teď já ho trumfnu. ‘ Jo, že, že jsem měl takovou tu, takový ty dva sokové.*“ (Jakub). Skrz výstavy

a setkávání s dalšími umělci i kritiky umění je pak pro umělce možné zažívat zpětnou vazbu, kritiku i uznání. „*Vlastně jako fakt že takový zvučný jména umělců za mnou chodili, a říkali že ‚jsi fakt jako dobrá tyjo‘ (smích) ‚ty jsi nejlepší abstract artist co znám.‘*“ (Lenka)

Oproti Lence, Jakobovi i Patrikovi, Roman kontakty, které by mu v kariéře pomohly či ho povzbuzovaly, nemá. Vnímá, že si dělá vše sám a to, kam se vypracoval, je zásluha jeho samého. „*Já neznám tu cestu, jakou mají ti ostatní. Jak ti, jak moc do toho museli dát oni jako. Jak oni mají internalizovanou tu, ten locus of control. (...) Ale v mém případě, já vím, že já jsem.. kromě toho, že Instagram mi pomohl.. tak vím, že jsem si všechno udělal sám.*“

2.1.2 Brzdící

Proti podněcujícím faktorům a okolnostem stojí brzdící, které vstupu do tvorby jako kariéry brání nebo vytvářejí nepříjemné pocity. Jedním z nich je **opomenutí svého talentu** či radosti z tvorby, které se na nějaký čas vytratí z umělcova dohledu. „*Přitom v 15 vim, že jsem měl talent, ale ten jsem nechal potom jako na chvílku usnout.. Že jsem ho vůbec jako nepřižívoval.*“ (Jakub) Cesta života vede jiným směrem, ale po nějaké době se při dostatku silných podněcujících faktorů opět stočí zpět. Důvodem odklonu mohou být **nedůvěra v sebe a své schopnosti**, což můžeme sledovat u Lenky. „*Byť teda profesori, furt to tam viděli, že já jsem jako hodně talentovaná.. Tak já jsem prostě, jsem si říkala, že není možný jako, jo.*“ Stejně tak Jakub zažíval obdobné pocity nedůvěry v sebe, než začal dělat umělecké kurzy. „*Já jsem říkal, že vůbec, že v žádném případě (...) Jako nikdy jsem to nedělal. A to je právě přesně ono. Že člověk do té doby, než to nevyzkouší, tak to vlastně neví.*“ Odvážil se vyzkoušet to a přineslo to úspěch. Právě **nedostatek odvahy** a **strach ze změny** ale může být dalším brzdícím faktorem, který nedovolí udělat krok do neznáma. „*Protože bych rád, abych abych prostě měl na to víc času. Ale prostě strašně moc, strašně moc to.. Strašně moc takových jako neznámejch...*“ (Patrik) Lenka sbírala odvalu postupně. Roman udělal velký krok na volnou nohu naráz. „*Já jsem si řekl, že na to kašlu, že prostě, že je tady ta vidina toho, že se tím můžu žít, když prostě, že třeba, ty první měsíce budou takové jako.. Uvidíme, že se asi úplně nebudu, úplně jako nebudu mít úplně moc peněz.*“ Patrik tento krok neudělal. Vnímá, že možná kdyby byl sám, zkusil by to. Cítí ale **potřebu jistoty**, která se pojí se **zodpovědností za rodinu**. „*Ted'ka to prostě jako fakt nejde, no. Jo, to bych, já bych fakt jako... I bych z toho měl špatný spání.*“ Naplnění těchto potřeb mu tak

poskytuje stabilita zaměstnání a z toho plynoucí příjem. Potřebu jistoty ve spojení s rodinou zmiňuje i Lenka. „*Já, já jsem ten typ, který potřebuje jakoby i ty jistoty. I když jakoby půjdu do neznáma, tak.. já budu takový ten syslič jako a, a budu se bát úplně jako, aby ty peníze jako všechny pustit, jo že.. Potřebovala jsem v tomhleto jako jo, protože taky jsem ta matka, tak možná to tam je taková, že to takhle funguje.*“ Tuto potřebu jistoty a zodpovědnosti za rodinu je potřeba zabezpečit, aby bylo možné udělat krok do neznáma a také investovat do své tvůrčí práce. Jakub, který je také otcem dvou dětí, měl v záloze zadní vrátka, že případně nastoupí zpět do práce. I tak je ale tranzitní moment náročný a může být provázen strachem a obavami. „*Povedlo se to no. Měl jsem z toho strach.*“ (Jakub). Patrik pocítuje ještě další věc, která se přidává k brzdícím faktorům, a to je **obava z povinností**. „*Tam se právě přesně bojím toho, že by tam byla taková ta moje nutnost 'tyjo prostě musíš to jít dneska malovat, prostě musíš.*“ Z druhé strany ale Roman, Jakub, ani Lenka toto nereferují, že by se tvorba pro ně stala povinností. Stále je to něco, co je velmi naplňuje a baví, ačkoli jsou někdy období, kdy se příliš nedaří. Jsou aspekty práce jako celku, které jsou určitou povinností, ale nejedná se o tvorbu samotnou. Většinou se jedná o sdílení obsahu na sociální sítě, které je baví, ale současně to také vyžaduje hodně energie, která ne vždy je. „*A v tom je ta, do toho vlastně vstupuje jako práce práce.*“ (Roman)

2.1.3 Sociální kontext: společenské vlivy

Na život i tvorbu informantů působí také společenský kontext, co se děje v širší společnosti a ve světě. Tyto vlivy nejsou samy o sobě ani podněcující, ani brzdící – jejich vliv je individuální v kontextu daného informanta. Život Lenky a její vstup do tvorby na střední škole byl ovlivněn **komunistickým režimem**, i v jehož důsledku nešla na uměleckou vysokou školu. Dalším faktorem je **covidová pandemie**, která obecně vnesla do životů lidí velké změny. Pro Jakuba se stala podněcující okolností, jelikož v jejím důsledku přestal dělat umělecké kurzy a začal se plně živit jen svou vlastní tvorbou. Covid a **válka na Ukrajině** ale také vnesly do společnosti hodně nejistoty, která se pojí se zodpovědností za rodinu. Patrik tak vnímá potřebu mít finanční polštář. Rád by tvorbu posunul více do akademické sféry, ale tyto společenské nejistoty vedou k tomu, že obrazy prodává více než by chtěl a nemůže tak vyčkávat a posunout tvorbu mezi jiné lidi. „*Ta doba je taková jako fakt divná. Jako fakt jako člověk neví, co kde bude nebude. Takže s tím se zase dostáváme*

tady k tý mojí.. zodpovědnosti. Říkám, aby prostě byl finanční polštář, kdyby náhodou se fakt něco tady podělalo.“

2.2 Balancování podnikatelského křesla a autenticity

Tyto dvě oblasti, podnikatelská pozice a autenticita, jsou každá tak významná, že by dle významu mohly stát odděleně jako samostatná témata. Současně jsou ale v praktické žité zkušenosti umělce tak provázané, že je nelze plně oddělit. Je možné je připodobnit k propojené nádobě či dvěma miskám vah. Když se váhy příliš vychýlí na jednu nebo na druhou stranu, nefunguje to dobře. Nejsou také statické, nýbrž se v průběhu vývoje kariéry umělce vyvíjejí a síly mezi nimi se přelévají. Obě tyto oblasti se odrážejí jak v tvorbě, tak v prožívání umělce. Současně také ovlivňují druhou stranu – zájem lidí a zákazníka.

Zdá se, že když se tyto dvě oblasti zharmonizují, tedy když umělec ovládá podnikatelskou pozici a současně operuje z pozice autenticity, v jeho tvorbě se to odráží a jako důsledek je pro něj tvorba uspokojivější a současně si získává zájem lidí.

2.2.1 Zaujetí podnikatelského křesla

Informanti jsou především malíři a zaujímat podnikatelskou pozici není něco, co by bylo automatické a mnohdy ani příjemné. Je to ale nutné. Termín „**podnikatelské křeslo**“ vychází z rozhovoru s Romanem, který to takto trefně pojmenoval. *„A já se můžu tím živit jenom proto, jak jsem to prezentoval. Že jsem zaujal tu podnikatelské, to podnikatelské křeslo.“* Roman hovoří o tom, jak bylo důležité v počátku kariéry, když se rozhodl, že se chce tvorbou živit, toto podnikatelské křeslo zaujmout. To se promítá i v rozhovorech s Lenkou a Jakubem. Pro Patrika je tato pozice náročná, a tak hledá jiný způsob, jak se s tím vypořádat a zkouší ji delegovat na agenta či kurátora. Celkově z rozhovorů vyvstávají aspekty, které spadají do této podnikatelské pozice: prezentace, využívání sociálních sítí, investice do propagace, status a kredibilita, cenotvorba a prodej. Současně sem spadá pracování s myšlenkou toho, co chce zákazník, což je tak úzce provázané s autenticitou, že tento vliv na tvorbu bude rozpracován společně v podkapitole níže. Aspekty jsou vzájemně provázané. S vývojem kariéry podnikatelské křeslo tvorbu méně ovlivňuje a více se projevuje autenticita.

Prezentace a propagace

Všichni informanti využívají **sociální sítě** a vnímají důležitost prezentace na nich. Prezentace tam přináší status, zájem lidí, kontakty i zákazníky. Jakub, Lenka i Roman prodávají především díky sociálním sítím. Prezentace a fungování na sítích ale stojí velké množství investované energie. Jakub už má na svém účtu takové množství aktivních sledujících, že nyní už investovat energii nemusí, ale i on se tomu zpočátku musel aktivně věnovat. „*Takže jo, dávám tam, ale už už ne tolik jako dřív, když jsem tam dával kolikrát třeba i každý den jako příspěvek.*“ Lenka a Roman se prezentují stále velmi aktivně a investují i peníze do propagace. Pro Lenku to zpočátku bylo obtížné a nepřirozené přidávat příspěvky a investovat, ale postupně se s tím sžila. „*Jako což dneska jsem s tím že jo úplně jakoby ztotožněná.*“ Z rozhovorů krystalizuje, že v prezentaci je stěžejní autenticita, kterou i zákazníci vnímají. „*Ale jinak jako prodávám právě díky Instagramu a Facebooku. A myslím si, že k tomu pomáhá, si dovoluju říct, že to, jakým způsobem to dělám, tak věřím, že to právě není plochý, že dávám o sobě vědět nějakou autentickou příběh.*“ (Lenka). I Romana sdílení své tvorby baví a má to velmi rád, je to pro něj součástí kreativního procesu, ale současně je to také práce. „*Takže, víš že, vlastně do jisté míry vlastně děláš něco autenticky, ale pořád je tam.. Jakože to musíš sdílet víc, aby to lidi viděli, a takové, že to je ten element.. A v tom je ta, do toho vlastně vstupuje jako práce práce.*“ Na druhé straně Patrik, ač sociální sítě využívá, tak se s nimi nesžil. Vnímá tam silně podbízivý princip a nechce platit množství peněz za reklamy – a uvědomuje si, že ho to svým způsobem diskvalifikuje. „*A to je to je přesně ten důvod, proč se tím nemůžu živit. Protože pak prostě jsem.. jako z nějakýho svého přesvědčení prostě odmítám dělat tyhle věci, protože k tomu mám prostě fakt jako takovou, takovej odpor.*“

Další forma prezentace je skrz **výstavy**. Lenka, Jakub a Patrik aktivně vystavují. Organizování a domlouvání výstav je především o aktivní iniciativě samotného umělce. „*A nemůžete se vyhnout tomu, že neinvestujete, že nezkusíte tamhle jít a támhle vystavit, i když se za to platí.. Prostě musíte fakt jako z toho všechno.. všechno jakoby vyzkoušet.*“ (Lenka). Pro Lenku a Jakuba jsou výstavy především o prezentaci a setkání s lidmi. Pro Patrika jsou současně i hlavním zdrojem prodejů. Na výstavě se umělec může ukázat, sebe a svou tvorbu. Lidé si mohou fyzicky umění prohlédnout. Vyprávění a mluvení o obrazech je pro umělce důležité a zpětná vazba a pozitivní reakce lidí jsou vyživující. „*Oni se ptaj.*“

A mě to lechtá ego, že jo. Oni jsou to, tím uchvácený.“ (Jakub). „Takže na těch vernisážích a to, tak ten pocit z toho, že prostě udělal jsem něco, co se prostě někomu líbí, je prostě fakt jako skvělej, jo.“ (Patrik). Výstavy současně poskytují možnost posunu v kredibilitě a uznání od ostatních umělců a kritiků umění. „A tím, že to je pod kurátorkou.. Jsou to určitým způsobem takový jakoby statusy. Takový jako bych to řekla takový jako odfiltrování a posouvání se v tý kredibilitě i v tomhle tom směru.“ (Lenka)

Aspekt **kredibility** se významně objevuje u Romana v tématu celé prezentace – sebe jako umělce, jeho ateliéru, prezentace na sítích i skrze zabalení obrazů. Je důležité, aby to vypadalo dobře a bylo to klientsky příjemné. „*Ať to má nějakou kredibilitu. Ať prostě to vypadá, že prostě jenom nesedím, nemaluju si obrázky a tady prostě sheruju něco, co dělám. Že ať to má prostě nějakou hodnotu trošku.*“ V tom vnímá, že to byl určitý obchodnický záměr. Je to tedy i silné zaujetí podnikatelského křesla, které pomohlo rozjet jeho kariéru malíře a podtrhuje význam způsobu prezentace.

Cenotvorba a prodej X nejsem obchodník

Nastavování ceny obrazů je zvláště na začátku kariéry velmi náročné. Vstupuje do toho nedůvěra v sebe a podceňování se, současně zvažování všech faktorů jako stráveného času, formátu, nákladů, duševní hodnoty a také je zde nutnost uživit se. Do cenotvorby tak vstupují jak praktické záležitosti, tak emocionální týkající se hodnoty své práce a potažmo sebe sama, což z toho dělá velmi náročnou oblast, jelikož je nutné vše vyvážit. Náročnost tohoto tématu popisují Roman, Lenka i Patrik. „*Ze začátku, ježiš, to bylo tak strašně těžký tohleto. Protože já jsem, já jsem.. si v tom samozřejmě jako nevěřila.*“ (Lenka). Podobné pocity prožíval i Roman a dával cenu raději nižší, aby nepůsobil moc troufale. „*To nastavování cen bylo strašně těžké a já jsem na tom hrozně balancoval.*“ (Roman). Oba došli postupně k tomu, že si vytvořili stabilní ceník, který je spíše matematický a postupně roste. Pro Romana je to ale stále poměrně nepříjemné téma v jednání s klientem. Patrik a Jakub k ceně obrazu přistupují více dle pocitu než matematicky. Pro Patrika je to ale náročné nastavit cenu obrazu a řídí se především aktuálním rozpoložením, za jakou cenu je ochotný se obrazu vzdát. Jakub k tomu přistupuje více pragmaticky, řídí se pocitem a poptávkou a dle rozhovoru jako jediný ohledně cenotvorby nevyjadřoval zatěžkávací pocity. Platí však, že vývoj ceny je postupný. Zpočátku je nastavování ceny spíše nesmělé a postupně cena roste. „*Není to tak, jako že bych si na začátku hnedka řekl ,Tak, a tady to*

dám teď kon.. za sto!'. Jo, ale musel jsem si opravdu prošlapat tu cestičku od těch 15 stovek, jo, přes potom 5000, jo, a tak dále. Až, až po tady ty částky, no.“ (Jakub)

Z hlediska cenotvorby a prodeje se jeví jako důležité a prospěšné zaujmout právě podnikatelské křeslo a operovat z jeho pozice, což spolu se zkušeností ulevuje pocitům těžkosti. Totiž až v momentě, kdy je umělec schopný dívat se na tyto záležitosti trochu s odstupem a prakticky, současně s nabývajícím sebedůvěrou skrz zkušenost, je schopný překonat pocity nejistoty a nedůvěry v sebe sama. Právě matematické vzorce, ke kterým Lenka i Roman, určitou dobu také Jakub, přistoupili, tento odstup nabízejí. Není to ale jediná cesta a i z této pozice je možné zohledňovat svůj vztah k danému obrazu a nápadu, což ilustruje Jakub. *„Tak se mi to jako hodně líbil ten obraz, měl jsem ho rád, jo. A v té době, kdy jsem ho prodával, tak jsem ho prodával dvakrát dráž než ostatní ty obrazy. (...) Jo, protože jsem si říkal fajn, jako netrval mi tak dlouho, ale líbil se mi prostě ten nápad. A myslel jsem, no myslím si do dneška, že to je jeden z mých nejlepších obrazů.“*

Vztah k samotnému prodeji je poměrně individuální napříč informanty. Lenka má obrovskou radost z každého prodaného obrazu. Jakub pracuje s myšlenkou zvyšování zájmu o sebe a svou tvorbu a neprodává obrazy hned a spíše vyčkává. Roman a Patrik oba vyjádřili, že nejsou obchodníci. *„Prodávám jenom přes sebe, tak je to takové těžké no. Že vlastně já nejsem jako obchodník, já nejsem.. právě jak jsem říkal, já nerad jako lidem něco cpu nebo prodávám.“* (Roman). Roman si s klienty, pro které tvoří své obrazy, vytváří velmi osobní vztah, poznává je jako lidi a tvorba a prodej tak probíhá touto formou. Celé je to pro klienta součástí jakéhosi obchodního zážitku. Patrik má velmi silný vztah k obrazům samotným a prodej je pro něj náročný z hlediska pouštění obrazů do světa. Současně také nerad obchoduje, co se smlouvání týče, a je pro něj těžké uvažovat o principu nastavení cen v případě, že by se měl tvorbou živit. Mimo to si ale i on užívá mluvení s člověkem o obrazu a má radost, že je o obraz zájem.

2.2.2 Balancování autenticity

Na pomyslné druhé straně podnikatelského křesla stojí **autenticita**. Téma autenticity krystalizuje u všech informantů. Chtějí tvořit autenticky to, co je jejich skutečným odrazem. Chtějí se prezentovat autenticky a chtějí se autenticky rozvíjet v umění dál. Bez tohoto navrácení se k sobě samému by bylo podnikatelské křeslo bezduché. Vyplývá, že

právě autenticita je stěžejní k tomu, aby byla umělecká tvorba úspěšná – tedy aby přinášela potěšení jim samotným a současně při zaujetí podnikatelského křesla si našla své zájemce. S vývojem kariéry se pozice autenticity zesiluje a umělci si více dovolí projevit sebe sama a stát si za tím, co chtějí. „*Že jsem tam hodně balancoval mezi tím jako.. autentické a aby to bylo jako ale i pro ty lidi a tak jako.. Jako do jisté míry to možná dělám doted', ale už je to víc jako fakt jako autentické. Že to je víc takové, že to je fakt moje a já už řeknu, co je podle mě, co tak má být.*“ (Roman)

2.2.3 Autenticita a práce s myšlenkou toho, co chce zákazník – odraz v tvorbě

Žít se tvorbou znamená, že umělec potřebuje, aby byl o jeho obrazy zájem. Do uvažování o své tvorbě tak vstupují myšlenky toho, co by mohlo být atraktivní pro zákazníka, jaké jsou zákaznickovy možnosti a co by mohl potřebovat nebo chtít. Toto se umělec snaží vyvážit spolu s tím, aby byl v tvorbě autentický. Každý informant k tomuto tématu přistupuje odlišně, ale toto balancování řeší či v dřívější fázi kariéry řešil každý z nich.

Obecně lze říct, že na začátku kariéry, kdy umělec do tvorby teprve vstupuje, se více přizpůsobuje názorům druhých a více jde naproti tomu, aby byl o něj zájem – a více tak svou tvorbu přizpůsobuje **líbivosti**. To ilustruje Roman ve svém postoji na začátku, kdy se více přizpůsoboval tomu, o co by mohl být zájem. „*Tam je ten element toho, že jsem trošku hrál i jako na to, jakože co by se mohlo některým lidem líbit. Víš že, že vím, že se líbí lidem čistota, minimalismus, že mají rádi právě jako dřevěné tóny, šedé tóny. Takže jsem ze začátku hodně dělal právě šedoběžové jako obrazy. A teď už skoro nedělám, šedoběžové.*“ Lenka při přechodu na volnou nohu začala prodávat tisky na plátno, jelikož si uvědomovala, že ne každý dosáhne na cenu originálu a bude z toho jistější příjem. Nyní už se ale v kariéře posunula a tisky nepotřebuje. Stále ale na to, co je zájemci vřele přijímané, myslí a přizpůsobuje tomu svou tvorbu. Kombinuje svůj autentický vývoj spolu s tím, co ví, že se lépe prodá – i to ale tvoří ve své autenticitě s plným prožitkem. „*Klidně pojďme je nazvat jako líbivý. (...) Který vím, že lidi na ně hodně dobře reagují. A dovolila bych si to nazvat nějakou jakoby.. účelovou komercí.. která je pro mě náhradou toho třeba, že nebudu malovat tisk, že nebudu se snažit jakoby prodat tisk na plátno. Ale že to raději jakoby půjdu namalovat jako s tou jakoby emoci.*“ Také Jakub se na začátku své tvorby přizpůsobil a namaloval více líbivé obrazy, které ale nakonec nebyly úspěšné. Z toho se

poučil a zakořenil ve své autenticitě i navzdory některým kritickým ohlasům lidí. „*Tak to jsem si říkal, že radši poslouchat sebe, a dělat to, co mě baví.. A to je právě ono, jako člověk, když něco dělá a baví ho to, tak se to projeví na tom výsledku. Když bude poslouchat ty ostatní, tak si nebude úplně stoprocentně jistej, nebude tomu odevzdanej.. tak to tam už nebude v tom výsledku cejtít si myslím.*“ (Jakub). Je již ve fázi kariéry, kdy může operovat právě primárně z křesla autenticity a žít se svou fantazií. Patrik, který se tvorbou neživí, také vnímá, že se na začátku více přizpůsoboval a s postupem dělá více věci tak, jak chce sám. Přemýšlí ale o tom, kdyby se tvorbou měl žít, jak se s tím vypořádat. Z jeho zvažování je cítit vnitřní konflikt a prožívaná náročnost. „*No říkám jako, mám si tady jako potom to rozdělit na nějaký pseudonym, pod kterým budu dělat tady ty líbivý věci, abych si mohl vydělat peníze, a zároveň potom jakoby dělat svoje věci, ale pod nějak normálně pod svým jménem, abych si tím jakoby nekazil to?*“

Paradoxně tento konflikt se u informantů, kteří se již tvorbou žijí, neobjevuje. Pracují s balancováním, ale není to prožíváno jako konfliktní. S postupem se zkušenostmi totiž i v přizpůsobení se nacházejí způsob, jak zůstat ve své autenticitě – či jinak řečeno, přizpůsobují se jen do takové míry, ve které jsou stále autentičtí. To je možné ilustrovat na **zakázkové tvorbě** – Roman se žije především zakázkovou tvorbou, ale zakázky příležitostně dělají i Lenka a Jakub. V zakázkách je velmi oceňovaná volná ruka, když mají dostatek svobody ve vyjádření a zpracování. „*My máme takovou dohodu, že já nechci žádný zálohy, aby mě to nesvazovalo. Abych já mohla být u toho svobodná.*“ (Lenka). Skrz zakázku je tak možné realizovat sám sebe, což výstižně vysvětluje Roman. „*A snažím se hlavně najít něco i jako co mě může být podobné nějakým způsobem jako realizovat - co můžu já realizovat skrz ně.*“ Tato realizace sebe skrz ně je pro Romana esenciální, umožňuje mu se žít tvorbou a rozvíjet se kreativně dál, i když kvůli tomu upozaďuje svou volnou tvorbu. Je to určitá fáze kariéry, kde je spokojený, postupně by si ale přál tvořit více i svou volnou tvorbu. S vývojem se umělec posouvá a více se přesouvá do své vlastní volné tvorby. To ilustruje Jakub, který zpočátku dělal především portrétové zakázky, ale postupně portréty opustil a více začal tvořit svou tvorbu, což proměnilo i klientelu. „*No a pak se měnila i moje tvorba. Začali přibývat i jiní zájemci. A začali ubývat prosby o to, abych namaloval miminko s maminkem (zasmání), maminku s miminkem.*“

Ačkoli se tedy informanti přizpůsobují či dříve více přizpůsobovali požadavkům či líbivosti, ve všech případech je patrný posun k prohlubování autenticity. Současně nikdo netvoří nic čistě za účelem prodeje nebo líbivosti, což je velmi důležité vyzdvihnout. Ať už je to zakázka či líbivější obraz, vždy je to současně odraz jich samých a baví je to. To, co je pro umělce autentické, je také individuální a též se vyvíjí – někdo, jako Roman, je ve své zakázkové tvorbě autentický a nachází se v ní, i když by chtěl dělat více i svou tvorbu. Pro Patrika ale nejsou zakázkové tvorby tou cestou, kterou by si chtěl zvolit. Pozice autenticity je ze své podstaty individuální.

Projevy v tvorbě (ilustrativní rozdělení pro přehlednost, v žité realitě ostré rozhraní není):

Autenticita	Podnikatelské křeslo (+ autenticita)
volná tvorba	zakázky
explorace	líbivost
vývoj	tisky

2.3 Tvorba – důležitost vývoje a vztah k tvorbě

2.3.1 Touha a potřeba dalšího rozvoje

Ačkoli se touha a důležitost vývoje projevuje již v tématech výše a silně se pojí s autenticitou, jedná se o tak silně prožívaný aspekt, že jej vymezují jako samostatnou oblast. Informanti, ať už se tvorbou živí či ne, mají silnou touhu neustrnout. „*A jenom jsem prostě koukal na to, abych se furt jako nějak někam dál posouval.*“ (Patrik). Prahnu po vývoji, chtějí se učit a rozvíjet se, nechtějí se opakovat. Vidina dalšího rozvoje je tak významná, že bez ní by činnost ztrácela smysl. „*Že když tam nebude ten pocit toho, že ještě to můžu posunout dál, tak si myslím, že taky jako to jako nemá potom kam směřovat.. Takovej ten pocit ,tak, už umím všechno..*“ (Jakub). „*Přeju si, aby vždycky ke mně přišla nějaká múza, která mi ukáže jako ten další.. jako rozměr toho poznání. Tak bych to asi definovala. Jsem spokojená. Ale jsem spokojená i proto, že pořád cítím, že tam ten prostor pro to poznání je.* (Lenka). Současně se informanti necítí omezení svým stylem tvorby, který už od nich zákazníci čekají, jelikož lze stále explarovat a posouvat dál, hledat nová vyjádření. „*Jako já v tomto stylu chci jako dělat dalších x let klidně. Dokud nenajdu něco*

úplně experimentálně jiného. Ale do té doby chci se tomuto věnovat, protože mě to jako strašně baví. A hlavně jako pořád je v čem se zlepšovat, a pořád jsou momenty, kdy prostě.. je tam prostor růstu.“ (Roman). Tato touha po rozvoji a učení se informanty spojuje.

2.3.2 Obrazy jako děti

U třech informantů, u Lenky, Patrika a Romana, se objevilo připodobnění obrazů k dětem. Lenky tvorbu odstartovalo těžké prožívání potratu. Vnořila se do tvorby, a jak říká, *„Já mám pocit, že od té doby vlastně rodím jako obrazy.*“ Roman zase své obrazy balí jako děti, aby si jim nic cestou k majiteli nestalo a docestovaly bezpečně a v pořádku. *„Protože já prostě to balím jak děti. To prostě nemůže se tomu nic stát.*“

Tento vztah, obraz jako dítě, má svůj význam. Obraz, stejně jako dítě, malíř tvoří. Zárodek nápadu nosí malíř uvnitř sebe a skrz něj vzniká. Postupně jej zhmotňuje a obraz nabývá své podoby ve fyzickém světě. Dává mu svůj čas, energii a miluje jej. Je to odraz jeho samého ve světě a malíře pak, stejně jako tomu bývá u dětí, obraz opouští a odchází do světa, přičemž se ho i nadále, cestou, snaží opatrovat a chránit. Současně dát na obraz cenu je tak náročné.

Tento vztah nejvíce popisuje Patrik, který to pojmenovaná napřímo a je pro něj těžké obraz prodat a pustit. *„To se vždycky ptali, jako jakej k tomu mám vztah. Říkám no jako dětem! Říkám, dyť tady nad tím trávím hromadu času. Říkám, než to začnu malovat, tak to tady nosím v hlavě jakou dobu. (...) Takže to pak jako nejde, není to úplně jako jednoduchý ten obraz vzít a ,jo, dobrý, tak tady to je prostě jako.‘ I když je to třeba jakoby za spoustu peněz a to.. Ale říkám prostě, občas je s tím jako fakt problém no.*“

2.3.3 Proces X výsledek

Tvorba obrazu má svůj proces, který je obdobný. Obvykle začíná nápadem či nějakou inspirací. Malíř si může zakreslit skicu. I Roman, který maluje abstrakce, si často vytváří návrhy obrazů, kde si rozmýšlí kompozici, ačkoli tvorba je pak i svým způsobem spontánní a vychází z toho, co vzniká. V případě realistických obrazů je součástí příprava a fotografování předloh. Následuje předkreslení a práce s barvou ve vrstvách. U Lenky je tvorba velmi oproštěná. *„Já prostě potřebuju pořád cítit že jako tu autenticitu. Aby to bylo co nejvíc takový jako oproštěný.. od nějakých jako.. automaticností.*“ Informanti mají

obdobnou zkušenost v tom, že někdy se tvoří lépe a jde to od ruky a jindy jsou období, kdy je útlum a nejde to.

Malíři se ale mohou lišit v tom, zda se zaměřují a užívají si více samotný proces tvorby, nebo výsledek, tedy obraz samotný. Lenka, Roman i Jakub se více zaměřují na celý proces, ačkoli pro každého je o něčem jiném. Lenka je při procesu tvorby velmi spontánní, tvoří autenticky a v emocích. Prožívá to a žije to každý svůj den. Na výsledném obraze pak nelpí a raduje se, když si obraz najde nový domov – a to ať už je to jen doplněk interiéru, nebo má k němu nový majitel silný vztah. „*Miluju to, miluju to moc.*“ (Lenka). Pro Romana je tvorba silně spjatá s lidskou zkušeností. Zachycuje příběhy lidí, které jsou pak jeho abstrakcemi vyprávěny. Významnou součástí tvorby je setkávání s lidmi, kdy své klienty může poznat a obraz pak tvoří přímo pro ně. Současně ho velmi baví i prezentace obrazů, což je pro něj stále kreativní proces. Jakub se též baví celým procesem tvorby. Ačkoli zmiňuje, že dříve dělal i pro výsledek, nyní vnímá, že bavit se celým procesem je to hlavní. „*Myslím si, že je ještě taky důležitý se bavit u toho v tom procesu už. Nejenom to dělat jako pro ten výsledek. Což jsem třeba dělal i dřív. Ale bavit se hlavně tím procesem.*“ Jakub se baví vznikem nápadu, přípravou předloh i postupnou tvorbou obrazu samotného. Vnímá, že toto zapálení se pak odráží ve výsledku, který je pak zpravidla dobrý, jelikož je to v tom znát.

Na druhé straně Patrik maluje především pro výsledek, ze kterého se pak těší, a proces samotný je druhotný. Vnímá, že většina malířů to má obráceně než on a baví je hlavně proces. Toto zaměření na výsledek se pak může spojovat s tím, že se Patrikovi hůře pouští obrazy do světa i nastavuje cena. Právě potěšení z hotových obrazů Patrikovi pomáhá překonat náročnost procesu tvorby. „*Takže potom naopak když už je teda konečně ten výsledek a je to hotový a povede se to tak, že tam je takovej ten moment, kdy (lusknutí), tak a je hotovo. Dobrý. Tak potom jakoby tam je ta ta spokojenost z toho výsledku.*“ Toto zaměření na výsledek a náročnost procesu se přidává k tomu, že myslí, že by ani nemohl malovat pět dní v týdnu – a že je to ideální pro ty malíře, které baví hlavně proces. Tato myšlenka se u mých informantů potvrzuje, jelikož Jakub, Lenka i Roman procesem žijí a vyhovuje jim malovat co nejvíce. Jakub má pracovní dobu, kdy maluje přes týden a o víkendu je s rodinou, ale Lenka a Roman takto ani všední a víkendové dny plně nerozlišují. Ale i Romanovi těšení se na výsledek pomáhá překonat náročná období či fáze

procesu. „*Já, když můžu, tak prostě jsem tady aj o víkendu, protože.. Se těším až jako... I když je ten proces úplně jako stojí za nic a prostě jakože nejde mi to třeba, tak se těším na to, jak ten obraz bude vypadat na konci. A snažím se prostě dostat do toho finišu.*“

Proces i výsledek jsou obojí důležité. Někdy malíř čerpá sílu z jednoho, někdy z druhého. Většinové zaměření malíře na proces nebo výsledek ale může ovlivňovat jeho prožívání ohledně tvorby a prodeje. Ať už je ale malíř zaměřen tak, či onak, tvorba má pozitivní transformační vliv na celkové prožívání života a pocit naplnění.

2.4 Naplnění a ponoření

Příběhy informantů prostupují slova jako krásné, baví, bytostná potřeba, naplnění, štěstí, směr, smysl, vděčnost. „*Prostě že dělám to, protože mě to baví, dává mi to smysl. Dává to smysl jak mně, mému životu, tak prostě těm lidem, kteří to chtějí.*“ (Roman). Skrze tvorbu zažívají pocity úspěchu, ale i důležité překonávání sebe sama. Vidí, jakou práci už odvedli, a cítí pocity hrdosti a vděčnost, že mohou tvořit a žít se tím. „*Protože je to pro mě tak jako bytostná(!) potřeba. Tak něco vlastně i nádhernýho, naplňujícího, za co jsem nekonečně jako vděčná, že to v životě jakoby mám.*“ (Lenka). Zažívají zájem a radost zákazníka, což je pro umělce vyživující. Všem informantům dala tvorba nový směr, je to jejich seberealizace. Jejich kreativní tvorba je naplňuje, baví a prostupuje celý jejich život. „*Když jsem doma, tak se těším do práce. A když jsem v práci, tak se těším domů. Jo. Že to je takový ten ideální stav.. Že když se koníček stal vlastní prací a naplní a úplně ho to pohltilo.*“ (Jakub). Tvorba přinesla změny do jejich životů i jich samých – jinak uvažují, všímají si jiných věcí, proměnila se jejich potřeba trávení volného času, pozitivně ovlivňuje jejich sebevědomí a sebedůvěru.

Informanti jsou do své tvorby tak ponoření, že tvoří, i když právě nemalují. Lenka to krásně nazývá konstantní tvorbou. „*Tak je to furt taková vlastně konstantní jakoby tvorba. Jako že to beru jako takovej.. celek. Kterej se vlastně neustále nějakým způsobem potom jakoby podepisuje v těch jako některých, já nevím, zápisech na tom, na tom plátně.*“ Neustále čerpají inspiraci, přemýšlejí, plánují své další obrazy. Patrik, který se tvorbou neživí, využívá prostoj v práci pro svou tvorbu. „*Já stejně jako když jsem v té práci a mám volno a po večerech, tak stejně tady jako přemejšlim, říkám, co támhle, co tady udělám, a nebo naopak jako nějaký další nápady.*“

Toto ponoření a naplnění činností samou vede k tomu, že jsou s tím tak rádi, že nyní nepotřebují trávit tolik času s dalšími lidmi a dalšími činnostmi. Ze svého života nepotřebují unikát. „*Ale takové, že už nehledám jako hobby v tom životě moc.*“ (Roman). Pečlivě si vybírají, s kým a jak chtějí trávit čas, který by jinak mohli věnovat tvorbě. Stále rádi tráví čas s rodinou a přáteli a tyto vztahy jsou důležité, ale tvorba je to, co žijí každý den. Vyžaduje to tak pochopení a podporu nejbližších, které se informantům dostává.

Pohlčení tvorbou má i svou stinnou stránku, která se občas může projevit – když umělec přečerpá svou kreativní baterku, je v tom ponořený až příliš, může nastat útlum, projevovat se psychická nepohoda a potřebuje krátký oddech a odstup.

Jakub, Lenka i Roman se shodují v tom, že jim velmi vyhovuje volná noha, kdy nemají nikoho nad sebou a mohou si vše přizpůsobit tomu, jak to chtějí oni. „*Ale nejlepší na tom je, vlastně nejkrásnější na tom všem je, že si to všechno jakoby můžu udělat sám. Podle toho jak chci já. Jak si to nastavím.*“ (Roman). Být pánem svého času se tak ukazuje jako velmi ceněný aspekt jejich práce, který jim současně umožňuje právě maximální ponoření a bytí v duálním vztahu umělec-tvorba, bez vstupu jakýchkoli vnějších omezení.

Diskuse

Představená práce má za cíl zprostředkovat pohled do žité zkušenosti malířů, kteří tvoří a současně svá díla propagují a prodávají, jsou také podnikatelé. Díky čtyř informantům, kteří se mnou sdíleli svoji zkušenost a umožnili mi do ní nahlédnout, a následné analýze, se podařilo popsat některé klíčové aspekty jejich profese a života. Vystaly čtyři hlavní oblasti, které uchopují esenci žité zkušenosti malíře. Těmi jsou: 1) Okolnosti a faktory ovlivňující vkročení do tvorby a rozvoj kariéry, 2) Balancování podnikatelského křesla a autenticity, 3) Tvorba – důležitost vývoje a vztah k tvorbě, 4) Naplnění a ponoření. Ve výše představené kapitole jsou tyto oblasti blíže rozpracovány ve vztahu k jednotlivým zkušenostem informantů. Nyní bych se ráda zaměřila na propojení poznatků s existujícími výzkumy.

Zhodnocení výzkumného souboru

Než se ponořím do jednotlivých témat, ráda bych se nejprve vyjádřila ke zhodnocení volby výzkumného souboru. V počátcích výzkumu jsem o informantech uvažovala jako o „3+1“, kdy jsou tři plně se živící tvorbou a jeden informant, který je současně v zaměstnání. V průběhu analýzy, kdy vystávala individuální ale i společná témata, jsem o nich začala přemýšlet jako o „4“, jelikož se u informantů vyjevovala obdobná tematika. Při dalším hlubším zkoumání a prohloubení rešerše literatury se mi můj výzkumný soubor najednou diferencoval na kontinuu. Jako velmi užitečný shledávám koncept kariérní trajektorie umělců (Thorsby & Zednik, 2010; Lehman & Wickham, 2014; Fillis, Lehman & Wickham, 2023), který rozděluje umělce do stádií na „neznámé“, „vynořující“, „zavedené“ a „slavné“. Na tomto kontinuu vnímám, že jsou mí informanti rozprostřeni. Patrika, který je na pomezí tvorby a zaměstnání, svou tvorbu prodává a vystavuje, ale stále potřebuje finanční jistoty zaměstnání, bych zařadila do fáze „vynořující“. Roman, který v době rozhovoru zatím aktivně nevystavoval a do budoucna by se chtěl více zaměřit i na svou volnou tvorbu, ale současně mu tvorba zajišťuje stabilní příjem a věnuje se jen jí, bych zařadila na přelom fáze vynořující a zavedený. Lenka a Jakub aktivně vystavují a žijí se primárně jen svou volnou tvorbou a zařadila bych je tak do fáze zavedených umělců. Přičemž Lenka věnuje více pozornosti a energie do propagace a investice, zatímco Jakub již tuto energii nevyakládá.

Vzhledem k této diferenciaci umělců sama kriticky zvažují homogenitu výzkumného souboru, která by dozajista mohla být vyšší. Současně však vnímám, že výzkumný soubor informantů spolu funguje dobře, vzájemně se v tématech podporují, ale také doplňují a ilustrují různé pohledy či způsoby naplnění daného tématu. Kdybych tak měla volit informanty znovu, svůj výběr bych nezměnila. Zaměřit se na jednu vývojovou fázi umělců však může být užitečný a vhodný aspekt budoucích výzkumů.

Okolnosti a faktory

Na vstup a vývoj kariéry informantů mají vliv některé okolnosti a faktory. Mezi podněcující spadá touha tvořit, podpora okolí, krize a potřeba změny, zájem lidí a kontakty v uměleckém světě. Z výzkumu vyplývá, že až 90 % umělců se stává umělcem na základě vnitřního volání a lásky k umění (Bataille, Hedinger & Moeschler, 2020), což může reflektovat můj aspekt touhy tvořit. Tato touha je esenciální. Informanti vyjadřují vztah k tvorbě již od mala, je to něco, co mají v sobě. Též v práci Horčicová (2020), která studovala české výtvarné malíře, vyvstává aspekt „narodit se umělcem“.

Vzhledem k celkové délce této práce se nebudu pouštět do podrobného rozpracování všech podněcujících faktorů, ale ráda bych se ještě zastavila u vlivu krize a potřeby změny. V psychologické literatuře je známý koncept posttraumatického růstu (např. Tedeschi & Calhoun, 2004; Janoff-Bulman, 2004; Maitlis, 2020; Henson a kol., 2021). Umělecké tvoření navíc přispívá k posilování duševního zdraví (Balammal, 2020). Výzkum na výtvarných umělkyních ukázal, že tvorba působí jako nástroj přemostění, propojující vnitřní a vnější svět, přičemž právě spojení s vnitřním světem a vypořádávání se s ním je důležitým aspektem individuace (Weaverling, 2021). Dává tak smysl, že při krizi či diskomfortu v životě, současně s oblibou v tvorbě pramenící již z dětství či dospívání, se informanti k tvorbě obrátili, což vyústilo jak v ulehčení prožívaného trápení, tak v upevnění osobnosti a nalezení nového životního směru, což jim mohlo pomoci i v překonání některých brzdících faktorů. Těmi se ukázaly být nedůvěra v sebe a nedostatek odvahy, strach ze změny, potřeba jistoty a zodpovědnost za rodinu. Další skupinu vlivů představuje sociální kontext, události a situace, které se dějí v širší společnosti a ve světě, které mohou mít jak podněcující, tak brzdící charakter.

Balancování podnikatelského křesla a autenticity

Mí informanti nejsou akademičtí malíři, tedy nemají vystudovanou vysokou uměleckou školu a k aktivní tvorbě se dostali po své vlastní ose. Přesto nacházejí své uplatnění, lidé mají o jejich díla zájem a mohou se svou tvorbou žít. Naopak to, že někdo vystuduje akademickou malbu, neznamená, že se bude svou tvorbou žít, jak na příkladu setkání s takovým malířem ilustroval Roman. Lee, Fraser a Fillis (2018) upozorňují na to, že kariérní vyhlídky čerstvě dostudovaných studentů umění přecházejících do samostatné výdělečné činnosti jsou náročné a mnohdy jim chybí znalosti o trhu, ale i motivace rozvíjet podnikatelské dovednosti. Významným aspektem úspěchu informantů je právě **zaujetí podnikatelského křesla** a využití podnikatelských dovedností. Těmi je aktivní sebe prezentace na sociálních sítích, způsob jejího provádění, který vede k vytváření vztahu mezi umělcem a jeho fanoušky a klienty, ale také investování do propagace či aktivní vystavování. Poznatky z rozhovorů s informanty tak podporují důležitost podnikatelských a marketingových dovedností umělců, které jsou pro rozvoj kariéry esenciální, jak uvádí řada autorů (např. Gangi, 2015; Thom, 2016; Antunes, 2017; Petrides & Fernandes, 2020). Některé výzkumy přibližují, že umělci se mnohdy proti marketingovým dovednostem a mindsetu staví a mohou být prožívané jako konfliktní s tvorbou a umělcovou filosofií (Lee, Fraser, & Fillis, 2018; Williams, 2018). To se v mém výzkumu projevuje u Patrika, kterému je propagace na sociálních sítích nepříjemná, zvažuje, jak by musel v případě živení se přistoupit ke své tvorbě a celkově by marketingový a obchodnický aspekt práce raději předal na starost někomu jinému. Určitý nekomfort ale ve svých začátcích prožívala i Lenka a až postupně se s prezentováním a aktivní propagací sžívala. Je možné tak polemizovat o tom, že v počátcích se marketing může jevit jako konfliktní a ohrožující, ale po překonání této fáze se s tím umělec může naučit pracovat ke svému užitku a najít způsob využití, který mu bude vyhovovat. Ve výsledku tak podnikatelské aktivity mohou působit s tvorbou synergicky, jak argumentuje Gangi (2015).

Při zaujetí podnikatelského křesla a aplikace jeho aspektů se projevuje **důležitost autenticity**. Ze zkušeností informantů vyvstává, že autenticita je naprosto esenciální a to jak v tvorbě, tak v sebe prezentaci. Umělci z podnikatelské pozice vnímají požadavky trhu a klientů a dělají kroky k tomu, aby byl o jejich tvorbu zájem a oni tak mohli dále rozvíjet své umělecké vyjadřování. Jejich přizpůsobení je však jen do takové míry, do které

nekompromituje jejich autenticitu. Tento způsob fungování umělců je v souladu s výzkumem Antunes (2017), jež studovala cestu k úspěchu výtvarných umělců. Jedním z aspektů je jedinečná kreativní identita, a ač jsou pro úspěch důležité podnikatelské kroky, ty musejí být vždy v souladu s kreativní identitou, což zajišťuje dlouhodobou udržitelnost a úspěšnost kariéry (Antunes, 2017). Význam odevzdání se své práci a spokojenost s ní ve vztahu k umělcově produktivitě též dokládá výzkum Bakar a kol. (2020).

Konflikt mezi autenticitou a potenciálním živením se tvorbou krystalizuje u Patrika. Informanti se z počátku své kariéry více přizpůsobovali, ale čím pevněji jsou v kariéře zakotvení, tím více prostoru mají pro prohlubování autenticity. Tento vývoj nabývá na významu ve vztahu ke kariérní trajektorii výtvarných umělců a s tím souvisejících proměňujících se marketingových aktivit a vlivů trhu (Lehman & Wickham, 2014). Fillis, Lehman a Wickham (2023), přibližují, že čím je umělec na trhu úspěšnější, tím více může prosazovat své vlastní umělecké cíle. Tedy Patrik, který by pravděpodobně nejvíce spadal do vynořujícího se stádia, je v jiné pozici než například Jakub, který je již ve stabilně zavedené kariéře a může se díky své pozici více soustředit na „umění pro umění“. Jak Fillis, Lehman a Wickham (2023) upozorňují, umělci, kteří chtějí svou kariéru rozvinout, musí reflektovat své motivy k tvorbě a další aspekty své umělecké činnosti, jako je právě jejich fáze kariéry. Dle autorů pokud chce umělec tvořit jen „umění pro umění“, může dosáhnout úspěchu, pokud je velmi talentovaný, nicméně takových umělců, kteří by se prosadili bez jakéhokoli zřetele na trh, je málo. (Fillis, Lehman & Wickham, 2023).

Při syntéze a shrnutí rešerše literatury a současně poznatků ze zkušeností informantů tak vyplývá, že je důležité a do určité míry nevyhnutelné zohlednit potenciální zájem trhu, zaujmout podnikatelské křeslo a udělat kroky k tomu, aby lidé měli o tvorbu zájem – ať už přizpůsobením tvorby jako takové nebo způsobem prezentace a propagace. Umělec však stále musí mít na zřeteli svou autenticitu a kreativní identitu a nekompromitovat ji. Při přizpůsobování se jen do takové míry, kdy je zachovaná autenticita, umělec nemusí prožívat konflikt rolí, ale jde spíše o balancování, což ve své podstatě vystihuje a shrnuje aspekt balancování podnikatelského křesla a autenticity. Současně se toto balancování s vývojem kariéry proměňuje. V počátcích profesionální kariéry, kdy ještě umělec není plně ukotven, se aspekt tvorby a aspekt podnikání a marketingu může umělci vyjevovat jako konfliktní a balancování je náročnější, ale s vývojem kariéry umělec více nachází

pevnou půdu pod nohama a může prohlubovat své autentické vyjádření. Současně se ukazuje jako výhodná spolupráce s kurátory a dalšími prostředníky, kteří mohou umělci s rozvinutím kariéry pomoci.

Výstavy, umění a prezentace – komunikace, uznání a kredibilita

V této fázi bych se ráda více vyjádřila k výstavám. Výstavy jsou ve zkušenostech informantů spojovány s prezentací tvorby, sebereprezentací, propojením s diváky, hovořením o svých dílech, zažíváním uznání, posunem v kredibilitě a také prodejem. V životě umělce a jeho kariéře tak mají významnou úlohu.

Mluvení s lidmi o své tvorbě je pro umělce vyživující, ať už je to na výstavách či osobně při prodeji. Svou úlohu sehrává také sdílení tvorby a procesu na sociálních sítích, kam informanti mnohdy přidávají popisky k obrazům a tvorbu tak divákům přibližují. Současně rádi slyší od druhého, jak jejich obraz vnímá, co v něm evokuje a jak si jej vykládá. To vše ilustruje a podtrhuje význam umění jako způsobu mezilidského dorozumívání, skrz který si umělec osvojuje svět a sdílí ho s druhými, jak definuje Kulka (2008). Aspekt komunikace, sdílení a propojení s lidmi je ve zkušenostech informantů významný. Tvorba jako komunikace vyvstává i ve výzkumu Horčicové (2020).

Velký význam mají výstavy ve zkušenostech informantů také v posunu v kredibilitě, rozvoji své kariéry a přiblížení se k akademické sféře a přijetí uměleckým světem. To dokládá též Washburn a kol. (2000), kteří rozpracovali význam co-brandingu. Je-li umělec reprezentován galerií nebo uměleckou institucí, kam bychom mohli zařadit i uznávané kurátory, tvorba umělce tak skrz co-branding získává validaci a zvyšuje se jeho úroveň uznání (Washburn a kol., 2000; Fillis, Lehman & Wickham, 2023). To umělce posouvá na kariérní trajektorii, zvyšuje jeho status, zlepšuje jeho pozici na trhu a může se tak více soustředit na své autentické umělecké vyjádření.

Vztah k tvorbě – obrazy jako děti, proces X výsledek

Co se týče samotného vztahu umělce a jeho umění, každý informant tvoří trochu jiným způsobem, tvorbu a proces jejího vzniku jinak prožívá. Vyvstaly však dvě oblasti, skrz které je možné na vztah nahlédnout. První z nich je pojetí uměleckých děl jako dětí. Díla jsou umělci rozena, tvořena, milována a opatrována. Někdo, jako například Lenka, prožívá velkou radost, že si dílo nachází své místo ve světě a odchází plnit své poslání, ale pro

Patrika je naopak loučení s obrazem těžké – a stejně tak dát na něj cenu. Přípodobnění obrazů a procesu jejich vzniku k dětem a zrodu se objevuje též u malířů ve výzkumu Horčicové (2020). Metaforu vztahu umělec–rodič a dílo–dítě rozpracovává také například umělkyně a psychoanalytička Townsend (2014).

Druhým pohledem na uchopení vztahu k tvorbě je umělcovo zaměření na proces nebo na výsledek. Obojí je pro spokojenost s tvorbou důležité, nicméně primární zaměření na to či ono může ovlivňovat množství energie, které umělec z procesu a tvorby získává a které naopak investuje. Ze zkušeností informantů se zdá, že umělci, kteří si více užívají proces, mají současně větší kapacitu pro tvorbu a z tvorby získávají více energie, což se projevuje jako drive. Naopak soustředění se na výsledek může dělat proces z pohledu spotřeby energie náročnější, jelikož umělec nezažívá takové uspokojení již v průběhu, ale až na konci. Ukazuje se však také, že zaměření umělce se může vyvíjet, což ilustruje Jakub, který je v současné době velmi orientovaný na proces a bavení se vším, co obnáší, ale dříve se více orientoval i na výsledek. Ač je dostupná řada populárně naučných článků věnující se tématu orientace na proces či výsledek a radící umělcům, jak se více orientovat právě na proces, nepodařilo se mi nalézt vědecké výzkumy, které by umělce z této perspektivy zkoumaly. Jeví se to však jako užitečná optika, kterou u sebe může umělec reflektovat.

Potřeba dalšího rozvoje; naplnění a ponoření

Všechny informanty spojuje touha a potřeba dalšího rozvoje. Touha neustrnout, posouvat se dál a autenticky se umělecky rozvíjet. Bez této vize dalšího pokroku by činnost ztrácela smysl. Současně se s tím pojí odpor k opakování. Informanti chtějí překonávat sami sebe. Na člověka jako bytost směřující k růstu, rozvoji a seberealizaci se díval C. G. Jung a humanistická psychologie (A. Maslow, C. Rogers). Jak již bylo zmiňováno, právě tvorba může být nástrojem, skrz který může rozvoj a upevňování osobnosti probíhat (Kulka, 2008; Balammal, 2020; Weaverling, 2021). Celkově tato touha po vývoji a celková seberealizace v tvorbě vede u informantů k velkému naplnění a prožívanému smyslu. Svou tvorbou žijí, poskytla jim v životě nový směr a prožívají radost a vděčnost, že je o jejich díla zájem a že mohou být umělci – hrát si a dělat to, co je baví.

Ukazuje se, že informanti jsou ve své umělecké činnosti maximálně ponoření, jejich život a tvorba jsou téměř neoddělitelné. Neustále čerpají inspiraci a i ve volných chvílích

o tvoření přemýšlejí. Tento aspekt splývání tvorby s životem se objevuje i ve výzkumu českých malířů Horčicové (2020). Kulka (2008) zmiňuje důležitost aktivace estetického zaměření pro vnímání umění, jelikož zapojuje ideály, estetické normy, vede k uvolnění a hravosti. Ze zkušeností informantů se jeví, jakoby v takovém estetickém zaměření žili většinu času, díky čemuž jsou neustále napojeni na zdroj inspirace. Výzkum Zabihian a Diessnera (2016) z Velké Británie ukazuje, že malíři mají signifikantně vyšší spojení s krásou, a to s krásou přírodní a uměleckou. Při syntéze poznatků z rešerše a zkušeností informantů se tak zdá, jakoby umělci žili v jakémsi stavu flow, neustále tvořící, napojení na zdroj a inspiraci, které skrz umělecké vyjádření zobrazují na plátno.

Toto ponoření má i duhou stranu, která vede k určitému uzavírání se, snížené potřebě kontaktu s lidmi, spokojenosti se sebou sama a svou činností. To může korespondovat s tím, že ač jsou v poznatcích o introverzi a extraverci umělců určité rozpory, výtvarní umělci se obecně vyjevují jako uzavřenější a staženější (Drevdahl, 1956; Csikszentmihalyi & Getzels, 1973; Sarma a Borooah, 2021). S ponořením do své činnosti může souviset vůle, o které hovoří Kulka (2008). Vůle umělce může mít extrémní hodnoty a silně závisí na uměleckém hodnocení. Když se umělecká kreativita umělce úspěšně naplňuje, vůle je tak silná, že umělec může zapomínat i jíst a pracuje do úmoru. Naopak když se nedaří, může být vůle velmi podlomená (Kulka, 2008). Informanti dokáží tvořit dlouhé hodiny a též referují o obdobích lehkých krizí či útlumů. Spíše než s podlomenou vůlí se však tato období spojují s přečerpáním kreativní baterky, přepracováním, potřebou odstupů a tyto chvíle jsou vnímány jako přirozená součásti vývoje. I přes popisovanou staženost a ponořenost do své činnosti však zůstává důležitá úloha a role nejbližších lidí, propojení s diváky a klienty a také kontakt s uměleckým světem skrz výstavy a kontakty s jinými malíři či odborníky.

Mytologie o umělcích – osamělý génius, bohém a hladovějící umělec

Tématem, ke kterému bych se ještě ráda vyjádřila, je obecná představa o umělcích ve společnosti. Určitá mytologie, která si zaslouží konfrontaci s žitou realitou informantů. V rozhovorech toto téma reflektuje Roman, který, ač se s tím přímo nikdy nesešel, ve společnosti cítí představu umělce bohéma a „flákače“, přičemž on má potřebu se od ní distancovat a ukazovat lidem, že umělci pracují stejně jako běžní lidé.

K mytologii umělců se do jisté míry vyjadřuje Deresiewicz (2015), jež popisuje vývoj umělce od řemeslníka až k podnikateli. Významným obdobím pro umělce a formování představy o něm ve společnosti bylo ztělesnění „osamělého génia“. Tato představa se začala formovat od konce 18. století a ve společnosti je svým způsobem stále platná (Deresiewicz, 2015). V té době, kolem roku 1845, se také začal ve francouzské literatuře objevovat sociální stereotyp bohéma, hojně spojovaného s umělci. Bohémství je spojováno s bezstarostností, neuspořádaným životem, nekonformitou a užíváním si (Gluck, 2000; Egriová, 2017). Dalším populárním stereotypem je „hladovějící umělec“, který představuje koncept toho, že kariéra v umění nezajistí finanční stabilitu, nicméně umělec se i přesto vydává cestou umění a raději žije v chudobě, než aby nebyl umělcem (Myles Jackson, 2020). Každý tento stereotyp stojí primárně na určitém aspektu – odtrženosti od společnosti a „šílenství“, neuspořádanosti a užívání si, a trpění pro umění. Společně však formují určitý archetyp umělce ve společnosti.

Co se informantů týče, s mýty může korespondovat fakt, že umělci tvoří díla o samotě a ze zkušeností informantů je patrné jejich uzavírání se a stahování se do své tvůrčí činnosti. Současně jejich ponoření a pohlcení tvorbou, ze které plyne inspirace a kreativita, může symbolizovat onoho osamělého génia. Informanti ale přesto nejsou osamělí a jsou v kontaktu se společností a realitou. Jak bylo zmiňováno, komunikace, sdílení a kontakty hrají v jejich životě a kariéře významnou roli. Žádný z informantů také nežije nespořádaný bohémský život. Dalo by se říct, že právě naopak. Svůj život mají velmi dobře uspořádaný a neúnavně pracují. Jsou zodpovědní jak ve vztahu k své tvorbě a svému poslání, tak svým klientům, publiku a svým rodinám. Možná právě tato zodpovědnost a pracovitost, které se odrážejí nejen v tvorbě, ale též v podnikatelském aspektu jejich práce, vedou k tomu, že netrpí mýtem hladovějících umělců.

Přínosy práce, limity a možnosti dalšího směřování

Práce přináší pohled do žité zkušenosti malířů z hlediska jejich profese jako celku, což je ve vědecké literatuře zřídka zkoumané téma. Vědecké zdroje se soustředí převážně na jednotlivé aspekty, jako jsou osobnost umělce, aspekt jeho tvorby nebo aspekt jeho podnikání. Představené zkoumání však umožňuje nahlédnout na jejich život a práci holisticky. Detailně popisuje, jak malíři svou práci a její aspekty prožívají, jak si je vykládají a jak svou práci uchopují. Vnímám, že se podařilo zodpovědět výzkumné otázky.

Významný přínos práce vidím v podrobném zpracování balancování autenticity a podnikání, což ze zkušeností informantů krystalizuje jako živé téma, které však zatím nebylo vědecky dostatečně popsáno. Práce přináší pohled na výšiny umělecké práce, jako je naplnění, uspokojení, sebevyjádření, inspirace a pocity hrdosti a vděčnosti. Ale spolu s tím přichází též strachy a obavy, krize, překonávání sebe sama, rozšiřování své komfortní zóny, zvládnání neúspěchů a schopnost vytrvání.

Poznatky z výzkumu, ale také z představené rešerše a jejich syntézy, mohou pomoci umělcům v orientaci v jejich vlastní kariéře a uchopení své podnikatelské pozice ve vztahu ke své autentické tvůrčí identitě. Vnímám však, že ze zkušeností umělců nemusí těžit jen umělci, nýbrž kdokoli v jejich životě může nalézt inspiraci, jelikož zhmotňují touhu učit se, rozvíjet se, překonávat překážky, růst a současně při tom zůstat sám sebou. To může odrážet realitu řady lidí různých profesí, kteří se snaží být ve své autenticitě a zaujmout své místo ve světě. Celkově pak práce obohacuje poznatky psychologie umění, vyjadřující se k životu umělců a jejich tvorbě, svou úlohu sehrává v psychologii práce, jelikož představuje důležité podmínky a aspekty práce malíře, a v neposlední řadě vzhledem k povaze zkušeností informantů obohacuje též zkoumání věnující se růstu, rozvoji osobnosti a seberealizaci.

Je na místě zhodnotit také limity práce. Výzkumný soubor je z hlediska vývoje kariéry informantů značně heterogenní, což může ovlivňovat krystalizaci témat. Na druhou stranu však může tato struktura zachycovat esenci zkušenosti platnou pro výtvarného umělce nehledě na jeho vývojové stádium. Vzhledem k nízkému počtu informantů však nelze tuto generalizaci udělat. Původním záměrem práce bylo též využít dostupná data, jako jsou sociální sítě a webové stránky informantů. Ač jsem z těchto informací čerpala, když jsem se s umělcem a jeho tvorbou seznamovala před samotným rozhovorem, následně jsem již tato data pro bližší popis ani analýzu nevyužila, pro což bylo více důvodů. Hlavním z nich bylo časové zatížení vytvořené samotnými rozhovory a jejich analýzami, což spolu s časovou prodlevou způsobilo neaktuálnost dostupných dat ve vztahu k rozhovorům. Současně při nabývající délce práce jsem vnímala jako primární vytěžit rozhovory. Zahrnutí dostupných dat by však zvýšilo komplexitu práce.

Popsané limity současně nabízejí možnosti dalšího směřování výzkumu. První možností, která se nabízí, je zaměřit se na malíře z jedné vývojové fáze kariéry, což by umožnilo

bližší rozpracování jejich specifické zkušenosti. Současně by mohlo být užitečné rozpracovat podrobněji potenciální rozdíly ve zkušenosti mezi muži a ženami. Další možností, která by mohla poznání tématu rozšířit, je převést výzkum do kvantitativní podoby a získat tak data od většího souboru umělců, který by mohl současně nabídnout bližší specifikace současné české výtvarné scény. Nabízí se také zrealizovat výzkum s umělci, kteří vystudovali vysokou uměleckou školu a jejich cesta k umění a zkušenost je tak odlišná od souboru informantů představených v této práci. V neposlední řadě by bylo přínosné, a věřím, že velmi zajímavé, zopakovat podobné rozhovory s představenými informanty a nabídnout tak longitudinální pohled, který by mohl zachycovat vývoj a proměnu jejich zkušenosti a kariéry. Do výzkumů je též možné zařadit data ze sociálních sítí, ale i výstav a veřejného působení umělce, což by výzkumy rozšiřovalo a obohacovalo.

Závěr

Představená diplomová práce přináší pohled na výtvarné umělce jako kreativní tvůrce a podnikatele. Umělci nejsou mnohdy jen tvůrci děl, ale aby se svou tvorbou mohli živit či si na živobytí přivydělávat, musí současně svou tvorbu propagovat a prodávat. Jsou tak současně také podnikateli. Tato práce si kladla za cíl prozkoumat a popsat jejich zkušenost. Zaměřuje se jak na aspekt tvorby, tak aspekt podnikání a jejich propojení.

S malíři, z jejichž zkušenosti tato práce těží, byly nahrány rozhovory, které byly následně analyzovány. Výstupem jsou individuální profily, které přibližují jejich příběhy a zkušenosti a představují významná individuální témata. Další kroky analýzy vedly k zachycení a popsání témat, která jednotlivé zkušenosti informantů propojují. Byly tak identifikovány čtyři stěžejní oblasti, kterými jsou: 1) Okolnosti a faktory ovlivňující vkročení do tvorby a rozvoj kariéry, 2) Balancování podnikatelského křesla a autenticity, 3) Tvorba – důležitost vývoje a vztah k tvorbě, 4) Naplnění a ponoření.

Malíři žijí svou tvorbou, prostupuje jejich život a nacházejí v ní naplnění. Aby svou uměleckou činnost rozvinuli, provázela je řada podněcujících faktorů a okolností, jako jsou touha tvořit, podpora blízkých, nebo zažívání krize a diskomfortu, které vedly k potřebě změny. Každý z malířů přistupuje ke své tvorbě individuálně, ale všechny spojuje touha po rozvoji a další exploraci svého uměleckého vyjádření. Umělci jsou ve svém tvůrčím vyjádření autentičtí a tato autenticita se propisuje též do podnikatelského aspektu práce. Současně autenticitu a podnikatelskou pozici balancují. Uvědomují si požadavky trhu, věnují energii budování sociálních sítí a kontaktů a investují do propagace. Svou tvorbu a činnost částečně přizpůsobují zájmu lidí, ale jen do té míry, kdy jsou stále ve své autenticitě. Zájem lidí tak poskytuje určitá vodítka pro jejich autentické vyjádření, které ale tomuto zájmu není podřízeno. Balancování pozice autenticity a podnikání se proměňuje s vývojem kariéry. Ve fázi kariéry, kdy ještě není umělec plně ukotven, může zažívat pocity vnitřního konfliktu a zvláště aspekt nastavování cen se projevuje jako náročný. Při zavedené kariéře se pak malíř může méně soustředit na podnikatelskou pozici, je více odolný požadavkům a názorům okolí a více se soustředí na autentické vyjádření.

Výsledky analýzy byly následně vztaheny do souvislosti s již existujícími, převážně zahraničními výzkumy.

Seznam použitých informačních zdrojů

Akademie výtvarných umění v Praze. (2022–současnost). *AVU* [Audio podcast]. Spotify. Retrieved June 27, 2024, from <https://open.spotify.com/show/00NApz0IT7Rfdtrj2VvbGQ>

Antunes, B. K. de C. E. (2017). *Arts entrepreneurship: how to become a successful visual arts entrepreneur?* [diplomová práce]. Universidade Católica Portuguesa

Auman, M. *How to Build a Business While Learning Your Craft* [online kurz]. Retrieved June 27, 2024, from <https://www.creativelive.com/class/how-to-build-a-business-while-learning-your-craft-megan-auman>

Bataille P., Hedinger J.M., & Moeschler O. (2020). Visual Artists' Professional Situations and Trajectories Between Institutions and the Market. In: Glauser A., Holder P., Mazzurana T., Moeschler O., Rolle V., Schultheis F. (Eds.) *The Sociology of Arts and Markets. Sociology of the Arts*. Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-030-39013-6_5

Bakar, S. A. a kol. (2020). Art Making Process: Job Satisfaction, Commitment and Visual Artists' Productivity in Malaysia. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 502. <https://doi.org/https://doi.org/10.2991/assehr.k.201202.074>

Balammal, A. (2020). Art Creation and the Mental Health: A Qualitative Study among Artists. *Artha Journal of Social Sciences*, 19(1), 9-25. <http://dx.doi.org/10.12724.ajss.52.2>

Barron, F. (1969). *Creative Person and Creative Process*. New York: Holt, Rinehart & Winston.

Batey, M., & Furnham, A. (2006). Creativity, Intelligence, and Personality: A Critical Review of the Scattered Literature. *Genetic, Social, and General Psychology Monographs*, 132(4), 355–429. doi:10.3200/mono.132.4.355-430

Bhandari, H. D., & Melber, J. (2009). *ART/WORK: Everything You Need to Know (and Do) As You Pursue Your Art Career (Original edition)*. Free Press.

Bienvenu, O. J., Samuels, J. F., Costa, P. T., Reti, I. M., Eaton, W. W., & Nestadt, G. (2004). Anxiety and depressive disorders and the five-factor model of personality:

A higher- and lower-order personality trait investigation in a community sample. *Depression and Anxiety*, 20(2), 92-97.

Bille, T., Fjællegaard, C., Frey, B. S., & Steiner, L. (2013). Happiness in the arts—International evidence on artists' job satisfaction. *Economic Letters*, 121(1), 15-18. <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2013.06.016>

Briguglio, M., Camilleri, G., & Vella, M. (2020). Artists, audiences and wellbeing: An economic analysis. *International Journal of Wellbeing*, 10(3), 20-34. doi:10.5502/ijw.v10i3.1205

Burch, G. S. J., Pavelis, C., Hemsley, D. R., & Corr, P. J. (2006). Schizotypy and creativity in visual artists. *British Journal of Psychology*, 97(2), 177–190. doi:10.1348/000712605x60030

Botková, M. (2016). *Významy tvorby v životě výtvarných umělců* [diplomová práce]. Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, Katedra psychologie.

Caplin, L. (1980). *A Portrait of an Artist as an Entrepreneur*. *Performing Arts Review*, 10(4), 433–442. doi:10.1080/00315249.1980.9944123

Clark, R., & DeYoung, C. (2014). Creativity and the aspects of neuroticism. *Personality and Individual Differences*, 60, S54. doi:10.1016/j.paid.2013.07.224

Cross, P. G., Cattell, R. B., & Butcher, H. J. (1967). The Personality Pattern of Creative Artists. *British Journal of Educational Psychology*, 37(3), 292–299. doi:10.1111/j.2044-8279.1967.tb01944.x

Csikszentmihalyi, M., & Getzels, J. W. (1973). The Personality of Young Artists: An Empirical and Theoretical Exploration. *British Journal of Psychology*, 64(1), 91–104. doi:10.1111/j.2044-8295.1973.tb01331.x

CZ-ISCO. 2651 *Výtvarní umělci*. Retrieved June 17, 2024, from <http://www.cz-isco.cz/isco/2651-vytvarni-umelci/>

Česká arteterapeutická asociace. Retrieved June 16, 2024, from <https://www.arteterapie.cz/asociace>

- Deresiewicz, W. (2015). The Death of the Artist – and the Birth of the Creative Entrepreneur. *The Atlantic*, (January/February 2015).
- Drevdahl, J. E. (1956). Factors of importance for creativity. *Journal of Clinical Psychology*, 12(1), 21–26. doi:10.1002/1097-4679(195601)12:1<21::aid-jclp2270120104>3.0.co;2-s
- Dworkin, A. P. (2019). *The Entrepreneurial Artist: Lessons from Highly Successful Creatives*. Rowman & Littlefield Publishers.
- Egriová, S. (2017). *Psychologie osobnosti v umění* [bakalářská práce]. Západočeská univerzita v Plzni.
- Eysenck, H. J., & Castle, M. (1970). Training in art as a factor in the determination of preference judgements for polygons. *British Journal of Psychology*, 61(1), 65–81. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8295.1970.tb02802.x>
- Feist, G. J. (1998). A Meta-Analysis of Personality in Scientific and Artistic Creativity. *Personality and Social Psychology Review*, 2(4), 290–309. doi:10.1207/s15327957pspr0204_5
- Fillis, I. (2004). The Entrepreneurial Artist as Marketer: Drawing from the Smaller-Firm Literature. *International Journal of Arts Management*, 7(1), 9–21.
- Fillis, I. (2006). Art for Art's Sake or Art for Business Sake: An Exploration of Artistic Product Orientation. *The Marketing Review*, 6(1), 29–40.
- Fillis, I. (2011). The evolution and development of arts marketing research. *Arts Marketing: An International Journal*, 1(1), 11–25. doi:10.1108/20442081111129842
- Fillis, I, Lehman, K, & Wickham, M. (2023). Assessing the notion of art as a product: entrepreneurial marketing insights from the visual arts. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*. ISSN 1471-5201
- Furnham, A. (1999). Personality and Creativity. *Perceptual and Motor Skills*, 88(2), 407–408. doi:10.2466/pms.1999.88.2.40
- Gangi, J. (2015). The Synergies of Artistic and Entrepreneurial Action. *The Journal of Arts Management, Law, and Society* 45 (4):247–54.

- Gluck, M. (2000). Theorizing the Cultural Roots of the Bohemian Artist. *Modernism/modernity*, 7(3), 351-378. <https://doi.org/10.1353/mod.2000.0059>
- Götz, K. O., & Götz, K. (1973). Introversion-Extraversion and Neuroticism in Gifted and Ungifted Art Students. *Perceptual and Motor Skills*, 36(2), 675–678. doi:10.2466/pms.1973.36.2.675
- Götz, K. O., & Götz, K. (1979). Personality Characteristics of Professional Artists. *Perceptual and Motor Skills*, 49(1), 327–334. doi:10.2466/pms.1979.49.1.327
- Grant, D. (2015). *Business of Being an Artist*. Allworth Press.
- Haller, C. S., & Courvoisier, D. S. (2010). Personality and thinking style in different creative domains. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 4(3), 149–160. <https://doi.org/10.1037/a0017084>
- Henson, C., Truchot, D., & Canevello, A. (2021). What promotes post traumatic growth? A systematic review. *European Journal of Trauma & Dissociation*, 5(4), 100195. doi:10.1016/j.ejtd.2020.100195
- Hirschman, E. C. (1983). Aesthetics, Ideologies and the Limits of the Marketing Concept. *Journal of Marketing*, 47(3), 45–55.
- Hodgkiss, J., Fassio, S., & Rosa, A. (2019). Visual Artists' Use of Digital Self-Marketing Strategies – A Quantitative Survey on the Present Situation in Germany. *Cultural Management: Science and Education*, 3(2), 53-72. <https://doi.org/10.30819/cmse.3-2.03>
- Horčicová, J. (2020). *Jak výtvarní umělci chápou a prožívají svoji tvorbu* [bakalářská práce]. Univerzita Karlova.
- Houska, J. (2010–současnost). *Jirka Houska* [YouTube kanál]. Retrieved June 27, 2024, from <https://www.youtube.com/channel/UCC8jzw0KH8PhvaTkjxdpAQQ>
- Huntington, V. (2024). *Social Media for Visual Artists: A Multi-Case Study*. Spring 2024 Symposium of Student Scholars. Kennesaw State University.
- Chen, Q. a kol. (2023). Mapping the Creative Personality: A Psychometric Network Analysis of Highly Creative Artists and Scientists. *Creativity Research Journal*, 35(3), 455–470. <https://doi.org/10.1080/10400419.2023.2184558>

- Ivcevic, Z., Grossman, E., & Ranjan, A. (2020). Patterns of psychological vulnerabilities and resources in artists and nonartists. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*. <https://doi.org/10.1037/aca0000309>
- Janoff-Bulman, R. (2004). Posttraumatic Growth: Three Explanatory Models. *Psychological Inquiry*, 15(1), 30–34. <http://www.jstor.org/stable/20447198>
- Jeffri, J., & Throsby, D. (1994). Professionalism and the visual artist. *The European Journal of Cultural Policy*, 1(1), 99–108. doi:10.1080/10286639409357972
- Kang, X., Chen, W., & Kang, J. (2019). Art in the Age of Social Media: Interaction Behavior Analysis of Instagram Art Accounts. *Informatics*, 6(4), 53-72. <https://doi.org/10.3390/informatics6040052>
- Kaufman, S. B. (2013). Opening up Openness to Experience: A Four-Factor Model and Relations to Creative Achievement in the Arts and Sciences. *The Journal of Creative Behavior*, 47(4), 233–255. doi:10.1002/jocb.33
- Khedher, M. (2015). Brand for Everyone: Guidelines for Personal Brand Managing. *Journal of Global Business Issues*, 2015/9(1), 19-27.
- Klamer, A. (2011). Cultural entrepreneurship. *The Review of Austrian Economics*, 24(2), 141–156. doi:10.1007/s11138-011-0144-6
- Kulka, J. (2008). *Psychologie umění* (Vyd. 2., přeprac. a dopl., V Grada Publishing 1). Grada.
- Lee, B., Fraser, I., & Fillis, I. (2018). Creative Futures for New Contemporary Artists: Opportunities and Barriers. *International Journal of Arts Management*, 20(2), 9–19. <http://www.jstor.org/stable/44989710>
- Lee, F. M. (2019). Comparing Students Who Do and Do Not Study The Fine Arts: Mental Health, Stress and Time Spent on Academic Work. <https://doi.org/info:doi/>
- Lehman, K. (2009). Self-marketing and the visual artist. *Conference: 10th International Conference on Arts & Cultural Management*.

- Lehman, K., & Wickham, M. (2014). Marketing orientation and activities in the arts-marketing context: Introducing a Visual Artists' Marketing Trajectory model. *Journal of Marketing Management*, 30(7-8), 664–696. doi:10.1080/0267257x.2013.838987
- Locher, P. (2010). How does a visual artist create an artwork? In Kaufman, J. & Sternberg, R. (Eds), *The Cambridge handbook of creativity*. 131-144.
- Machotka, P. (2006). Artistic styles and personalities: A close view and a more distant view. *Empirical Studies of the Arts*, 24, 71– 80.
- Maitlis, S. (2020). Posttraumatic Growth at Work. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 7(1), 395–419. doi:10.1146/annurev-orgpsych-012119-044932
- Meyer, J.-A., & Even, R. (1998). Marketing and the fine arts – inventory of a controversial relationship. *Journal of Cultural Economics*, 22(4), 271-283.
- McCrae, R. R. (1987). Creativity, divergent thinking, and openness to experience. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(6), 1258–1265. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.52.6.1258>
- Myles Jackson, M. M. (2020). *Overcoming the Myth of the Contemporary “Starving Artist”*: An Exploration into the Fusion and Viability of a 21st-Century Career in Art and Design [diplomová práce]. <https://digitalcommons.liberty.edu/masters/682>
- O'Reilly, D. (2005). The marketing/creativity interface: A case study of a visual artist. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 10(4), 263–274.
- Orer, C. (Host). (2020–2022). *The Artist Entrepreneur Podcast* [Audio podcast]. Spotify. Retrieved June 27, 2024, from <https://open.spotify.com/show/3oyjws9JQL6fUzF8l6u6vD>
- Otto, J. (1907). *Ottův slovník naučný: ilustrovaná encyklopaedie obecných vědomostí* (26. U-Vusín). <https://www.digitalniknihovna.cz/nkp/view/uuid:82d8ebf0-eb9b-11e4-a511-5ef3fc9ae867?page=uuid:c48d8ad0-0a75-11e5-ae7e-001018b5eb5c>
- Ottová, J. (2011). *Vybrané psychologické aspekty v osobnosti umělce* [diplomová práce]. Filozofická fakulta Karlovy univerzity v Praze. Katedra psychologie.

- Packer, T. *Unstoppable Artist Program* [online kurz]. Retrieved June 27, 2024, from <https://www.timpackerartacademy.com/>
- Petrides, L., & Fernandes, A. (2020). The Successful Visual Artist: The Building Blocks of Artistic Careers Model. *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 50(6), 305–318. doi:10.1080/10632921.2020.1845892
- Phillips, R. J. (2010). Arts Entrepreneurship and Economic Development: Can Every City Be ‘Austintatious.’” *Foundations and TrendsVR in Entrepreneurship* 6 (4):239–313.
- Preece, C., & Kerrigan, F. (2015). Multi-stakeholder brand narratives: an analysis of the construction of artistic brands. *Journal of Marketing Management*, 31(11-12), 1207–1230. doi:10.1080/0267257x.2014.997272
- Rodner, V. L., & Kerrigan, F. (2014). The art of branding – lessons from visual artists. *Arts Marketing: An International Journal*, 4(1/2), 101–118. doi:10.1108/am-02-2014-0013
- Samdanis, M. (2016). The impact of new technology on art. In J. Hackforth-Jones, I. Robertson (Eds.), *Art Business Today: 20 Key Topics* (pp. 164-172).
- Sarma, D. A., & Borooh, I. P. (2021). The Big 5 Personality Traits And Its Relation With Creativity. *The Journal of Contemporary Issues in Business and Government*, 27(3), 1211–1219. Retrieved from <https://cibgp.com/au/index.php/1323-6903/article/view/1718>
- Sheldon, K. (1994). Emotionality differences between artists and scientists. *Journal of Research in Personality*, 28(4), 481-491. doi: 10.1006/jrpe.1994.1034
- Schroeder, J. E. (2005). The artist and the brand. *European Journal of Marketing*, 39(11/12), 1291–1305. doi:10.1108/03090560510623262
- Smith, J. A., Flowers, P., & Larkin, M. (2009). *Interpretative Phenomenological Analysis: Theory, Method and Research*. SAGE Publications.
- Steiner, L. (2013). *Essays on the economics of art and culture: Artists’ job satisfaction, cities of culture and world heritage*. University of Zurich, Faculty of Economics.
- Steiner, L., & Schneider, L. (2013). The happy artist: an empirical application of the work-preference model. *J Cult Econ* 37, 225–246. <https://doi.org/10.1007/s10824-012-9179-1>

- Tan, C.-S., Lau, X.-S., Kung, Y.-T., & Kailsan, R. A. (2016). Openness to Experience Enhances Creativity: The Mediating Role of Intrinsic Motivation and the Creative Process Engagement. *The Journal of Creative Behavior*. doi:10.1002/jocb.170
- Taylor, C. L. (2017). Creativity and Mood Disorder: A Systematic Review and Meta-Analysis. *Perspectives on Psychological Science*, 12(6), 1040-1076. doi: 10.1177/1745691617699653
- Tedeschi, R. G., & Calhoun, L. G. (2004). TARGET ARTICLE: “Posttraumatic Growth: Conceptual Foundations and Empirical Evidence.” *Psychological Inquiry*, 15(1), 1–18. https://doi.org/10.1207/s15327965pli1501_01
- Thom, M. (2016). Crucial Skills for the Entrepreneurial Success of Fine Artists. *Artivate*, 5(1), 3-24. <https://doi.org/10.1353/artv.2016.0004>
- Throsby, D., & Zednik, A. (2010). *Do you really expect to get paid? An economic study of professional artists in Australia*. Canberra: Australia Council for the Arts.
- Townsend, P. (2014). A Life of its Own: the relationship between artist, idea and artwork. *Free Associations*, (65), 99–119. <https://doi.org/10.1234/fa.v0i65.94>
- Virtanen, J. (2019). How to create a flourishing business: a personal brand and a business model for a visual artist. Satakunta University of Applied Sciences. <https://www.theseus.fi/handle/10024/167985>
- Washburn, J. H., Till, B. D., & Priluck, R. (2000). Co-branding: brand equity and trial effects. *Journal of Consumer Marketing*, 17(7), 591-604.
- Watson, D., & Clark, L. A. (1984). Negative affectivity: The disposition to experience aversive emotional states. *Psychological Bulletin*, 96(3), 465–490. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.96.3.465>
- Weaverling, A. N. (2021). The Role of Artmaking in Individuation for Women Artists. *Pacifica Graduate Institute*.
- Williams, C. (2018). *Entrepreneurial mindsets and innovation: an empirical study on behaviours, skills and opinions of Australian visual artists* [disertační práce]. James Cook University.

Zabihian, S. & Diessner, R. (2016). Engagement with Beauty and Levels of Happiness among Artists in the UK. *Global Journal of Human-Social Science: A Arts & Humanities–Psychology*,16(4). 1-9.

Zákon č. 89/2012 Sb. Občanský zákoník. Zákony pro lidi. Retrieved June 17, 2024, from <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-89#cast1>

Zimbarg, R. E., a kol. (2016). Testing a hierarchical model of neuroticism and its cognitive facets: Latent structure and prospective prediction of first onsets of anxiety and unipolar mood disorders during 3 years in late adolescence. *Clinical Psychological Science*, 4(5) 805–824. doi: 10.1177/2167702615618162

Seznam příloh

Příloha 1 – příprava pro rozhovor

Příloha 2 – ukázka z procesu analýzy rozhovoru

Příloha 3 – popis Romanova obrazu

Příloha 4 – popis Lenky obrazu

Příloha 5 – popis Jakubova obrazu

Příloha 6 – popis Patrikova obrazu

Příloha 1 – příprava pro rozhovor

informace pro mě:

výzkumná otázka:

- „**Jaká je zkušenost výtvarného umělce jakožto kreativního tvůrce a podnikatele?**“
- „*Jak výtvarný umělec prožívá svůj kreativní proces, svou tvorbu a byznysovou stránku podnikání? Jak své zkušenosti rozumí, jaký má pro něj význam?*“

rozhovor:

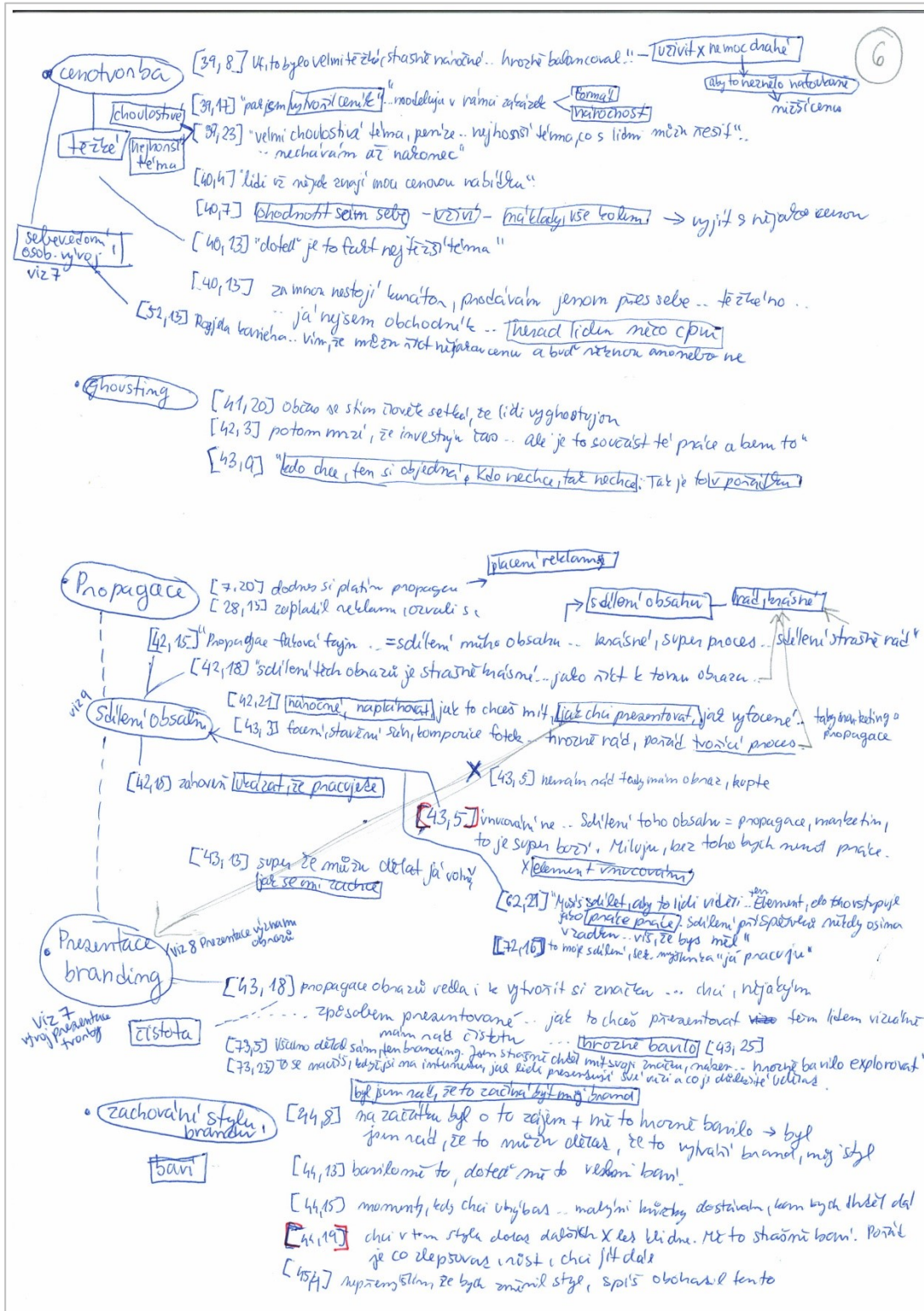
Informovaný souhlas

- účel rozhovoru, dobrovolnost, anonymizace, možnost neodpovědění či ukončení rozhovoru

Otázky:

- 1. Poprosím vás o krátké představení se.**
- 2. Jak jste se k umělecké činnosti dostal? Odkud jako umělec vycházíte? Co vás na této cestě formovalo? (Jaký ten přerod byl?)**
- 3. Jaká je vaše zkušenost s tvořením a životem se jako malíř na volné noze?**
- 4. Jak probíhá váš kreativní proces? Jak ho prožíváte? Jaký má pro vás význam?**
- 5. Co považujete za dobré dílo, se kterým jste spokojený? Co odlišuje povedené od nepovedeného?**
- 6. Co hodnotí trh/vaši klienti jako dobré? Mají nějaké požadavky na vaši tvorbu? Jak vás to ovlivňuje?**
- 7. Jaká je vaše zkušenost s podnikatelskou částí práce? Co obnáší, jak to prožíváte?**
- 8. Jaká je vaše zkušenost s propagací (a prodejem) své tvorby? Jak to prožíváte? Jak vás to ovlivňuje?**
- 9. Jak probíhá nastavování cenové hodnoty vašich děl? Co v tom hraje roli?**
10. Jste se svou prací a uměleckou činností spokojený?
11. Změnilo se něco v průběhu vaší kariéry? – v kariéře / v osobní sféře
12. Je něco, co vás teď napadá, čeho jsme se nedotkli? Něco, co vám přijde důležité ještě říct?
13. Bylo vám zamýšlení se nad tématy či rozhovor samotný něčím přínosný?

Příloha 2 – ukázka z procesu analýzy rozhovoru



Příloha 3 – popis Romanova obrazu (100 x 100)

Obraz čtvercového formátu. Tento formát obrazu zajišťuje balanc a vyrovnanost – a rámuje tak divokost, sílu a současně křehkost, která se odehrává na plátně. Na obraze se mísí tmavě šedé, světle šedé, hnědé, koňakové, krémové a bílé odstíny. Hra tepla a chladu, světla a tmy. Střed obrazu je prostoupen světlem poněkud kulatého tvaru. Jako slunce prosvítající skrz oblaka, která však nejsou čistá a jemná, ale ukrývající tlak a energii. Pravá strana obrazu od středního světla je světlejší. Mlha je zde jemnější ve světlých šedých tónech. Působí jakoby měkce. V pravém spodním rohu se však vyjevuje temnější šedý stín, který se mísí s chladnější hnědou mlhovinou po jeho levé straně a tvoří spolu spodní část obrazu. Dominantou obrazu je oblak tmavošedých barev, svou strukturou i dynamikou připomínající bouřkový mrak. Ten je současně lemován koňakově hnědou průsvitnější mlhou. Tento útvar se do obrazu valí z levého horního rohu a zahaluje téměř polovinu obrazu, téměř po diagonálu. Zasahuje tak až do středního světla, které částečně překrývá. Možná mu poskytuje úkryt, aby se i světlo mohlo na chvíli schovat a nebýt viděno. Je však také možné, že tento útvar do obrazu nepřichází, ale naopak odchází pryč a světlo odhaluje. V současné chvíli dělá obojí, zahaluje i odhaluje. Přes tuto tmavou mlhovinu i její koňakový lem je několik světlých, jasně ohraničených skvrn, cákanců. Pár takových skvrnek, ale v tmavých barvách a menších, se nachází také na pravé spodní straně světla. A následně opět světlé na úplně pravé straně obrazu, téměř splývající se světlou šedou mlhou. Tyto skvrny upoutávají mou pozornost, svou barvou i jasnou ohraničeností vytvářejí oproti mlhovinám kontrast.

Při ponoření se do obrazu se jeho barvy, tvary a celková dynamika dotýká vnitřních stavů, které neexistují ve slovech a vědomí, ale spíše v emocích, podvědomí a zapomenutých vzpomínkách. Obraz je svým působením probouzí a rozpohybovává.

Příloha 4 – popis Lenky obrazu (120 x 90)

Obraz obdélníkového tvaru je polohován na šířku. Na první pohled obraz upoutá tmavomodrým pozadím, z kterého vystupují a obraz zaplavují dynamické barevné elementy v černých, modrých, světle tyrkysových, ale i žlutých či růžových barvách. Tyto elementy připomínají skvrny různých tvarů. Na některých místech se barvy slévají a přecházejí jedna v druhou, což se děje převážně na pozadí, kde se slévají tmavomodré, modré a tyrkysové barvy. Na jiných místech jsou ale elementy jasně ohraničené a barvy stojí zřetelně vedle sebe. Na celém obraze se něco děje a všechny jeho prvky lze jen těžko popsat. Ohnisko obrazu, které přitahuje pozornost, je zhruba na středu a je tvořeno jasně žlutou skvrnou, která kontrastuje s barevným laděním celkového obrazu. Tento žlutý element je navíc v blízkosti černých čar, které se sdružují vpravo od žluté skvrny. Tyto čáry jsou dynamické, jakoby rychle tažené a prostupují obrazem. Zajímavým, ač drobnějším prvkem obrazu jsou růžové prvky. Jsou to malé, jakoby rozpité cákance, které jsou v okolí centra obrazu a navazují na žlutý prvek a černé čáry. Ve spodní části obrazu je též několik malých růžových cákanců v podobě teček. Tyto růžové elementy dodávají jinak spíše tmavému, černo-modro-tyrkysovému obrazu něžnější, ale energickou barvu, která současně kontrastuje i se žlutým prvkem. Celý obraz je prostoupen energií a dynamikou, která je podpořena drobnými cákanci v tyrkysových, ale i žlutých a bílých barvách. Tyto prvky nejsou na první pohled tak výrazné, jako žluté, růžové, tyrkysové či černé prvky, ale dokreslují celkovou atmosféru obrazu. V pravém dolním rohu obrazu dominuje modrá, jasně ohraničená skvrna, která vystupuje z tmavého pozadí.

Energie obrazu je díky jasným barevným elementům a čarám divoká, ale přesto svým způsobem uzemněná tmavostí pozadí. Elementy nestojí samy o sobě, ale jsou propojené způsobem, který se může zdát na první pohled nahodilý, ale přesto je v něm řád.

Příloha 5 – popis Jakubova obrazu (100 x 100)

Čtvercový obraz, jehož pozadí je v hnědých tónech. Obraz je velmi realisticky zpracovaný. Zhmotňuje starého pána krčícího se u stolu nad hodinovým strojkem, který zdá se opravuje. Je vyobrazen zepředu. Zpoza stolu vidíme, že pán má na sobě tmavou vestu a pod ní bílou košili s vyhrnutým, našaseným rukávem. U oka má kukátko, které oproti celému obrazu, který je v teplejších tónech, vystupuje svým ocelovým chladem. Stařec je skloněný, a tak mu nevidíme přímo do tváře. Vidíme však jeho bíložedé vlasy s již vypadaným koutem, stářím a soustředěním zvrásněné čelo a tvář, šedé obočí a soustředěně semknuté rty. Též ruka, ve které drží úzký předmět, jímž opravuje strojek, je stářím zvrásněná. Stařec je osvětlen z levé strany obrazu a jeho bílá košile, strana obličeje s kukátkem a osvětlený hřbet ruky tak vystupují z obrazu. Stůl, nad nímž je stařec skloněn, je při bližším pohledu poněkud zvláštní. Vystává jakoby odnikud a je na něm řada zvláštních předmětů. Z přední hrany stolu stéká volské oko, které se díky žloutku stále drží na desce stolu. Zleva vedle vajíčka stojí stará váha zhotovená z přesýpacích hodin s dvěma miskami vah. Na jedné je rostlina s bílými bobulemi, ta je těžší a sklání se nad vajíčkem. Na druhé misce vah, ve vyšší poloze, jsou vyskládané sloupečky mincí. Z druhé strany vajíčka je želva, na jejímž krunýři stojí vážka. Na opačné, pravé straně stolu jsou další předměty, které nejspíš pán používá při opravě hodin. V prostředku stolu pochoduje několik mravenců. Pozadí obrazu má charakter preludu. Celé je v hnědých tónech, které jsou ve spodní a levé části obrazu světlejší a teplejší, jakoby zalité světlem. Naopak v pravé části obrazu a nahoře jsou hnědé tmavší a chladnější. V pravém dolním rohu obrazu pod stolem vedou dolů schody, které se v levém dolním rohu obrazu opět vynořují a vedou nahoru, točitě až do horního rohu obrazu. Za starcem je několik velkých ozubených kol, do sebe zasazených, které zabírají téměř celé pozadí. Při ještě bližším prozkoumání vidíme, že jedno kolo částečně prosvítá i přes osvětlené rameno starce. Druhé rameno na pravé straně obrazu, která je více ve stínu, pak vyobrazené není, respektive jeho místo plně zabírá pozadí a vpíjí se do dolní hrany rukávu, která se z pozadí vynořuje.

Pečlivě realistické, propracované vyobrazení starce a celé scény umocňuje pocit reality. Pozadí však svým charakterem, barvami i jeho mísením se se starcem umocňuje pocit preludu či fantazie. Nabízí se, že může charakterizovat starcovo pohlcení činností. Je také možné, že celá scéna je jen odlesk již ztracených časů v minulosti.

Příloha 6 – popis Patrikova obrazu (100 x 70)

Obraz obdélníkového formátu je polohován na výšku a je laděn do tmavších, chladnějších barev. Dominují tmavé modrozelené odstíny a bledší šedorůžové. Ač jsou tyto barvy vůči sobě kontrastní, kontrast je výrazně snížen tlumeností barev. Na obraze je žena v místnosti s holými stěnami, parketami a velkým oknem. Figura stojící ženy se nachází v levé polovině obrazu. Je vidět zřepředu, ale je lehce otočená ke středu obrazu a oknu nacházejícímu se v pravé půlce obrazu. Žena má na sobě krátkou, světle růžovou, měkce vypadající skládanou sukni. K tomu má tričko stejné barvy a materiálu s dlouhým vykasaným rukávem. Tričko je zkrácené a odhaluje tak část břicha. Žena má tmavé vlasy stažené do pevného culíku, odkrývající tak ucho s perlovou náušnicí. Její levá ruka drží u nosu do špičky se zužující předmět. Ruka částečně stíní obličej, ale přesto vidíme, že na místě očí ženy jsou malé černé kulaté předměty s bílým křížem připomínající knoflíky. Též druhá ruka ženy, která je blíže levé hraně obrazu, je neobvyklá. Je lehce pokrčená a její předloktí místo v ruku přechází v černé větve, které kontrastují s pozadím bledě růžové sukne. Prvek, který též na ženě přitahuje pozornost, je výrazný přehyb na spodním lemu trička, který svým stínem na bledém triku vytváří tvar tmavé kapky. Žena je bosa. Stojí na parketách, ale zdá se, jakoby stála ve vodě. Vedle ženy je přes celou pravou horní polovinu obrazu velké okno. Okno však nemá žádné rámy, je to jen hranatý otvor ve stěně. Na jeho dolní hraně leží mrkev. Při bližším zkoumání vidíme, že též předmět, který si žena drží u nosu, je mrkev. Z okna je vidět nebe, které je v dolní části bledé, růžovo-modré, ale jeho větší část zabírají tmavé, zlatohnědé mraky. Ty svou teplou a sytou barevností kontrastují se zbytkem obrazu. Z okna jde světlo, které osvětluje ženu a vrhá za ní na holou stěnu stín. Zeď s oknem je v tmavém tyrkysovém stínu. Pod oknem je stín tmavší, což způsobuje, že pravý dolní roh obrazu a jeho spodní hrana je tmavá. Z parket pod oknem, ze stínu, vyrůstají černé větve táhnoucí se až k oknu. Zdá se, že se jedná o stejné větve jako ruka ženy. Pod oknem na parketách je též v rohu obrazu předmět, starý hrnec. Přes něj leží další větve. Podobný předmět se též částečně objevuje v levém dolním rohu obrazu.

Obraz zaujímá svou temnější chladnou barevností v bledě růžových a tyrkysových odstínech, a též překvapivými prvky jako jsou knoflíky, mrkve, větve, hrnce či voda na parketách. Tyto elementy společně evokují sněhuláka. Ten jakoby pod vlivem teplých těžkých mraků roztál či se přeměnil v ženu.