

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FAKULTA HUMANITNÍCH STUDIÍ**



**Anna Lamberova**

**Vliv externích motivátorů na tvořivost a sebeidentifikaci výtvarníků  
samouků**

Bakalářská práce

Vedoucí práce: Mgr. Eva Richterová

Praha 2019

Čestné prohlášení:

Prohlašuji, že jsem práci vypracovala samostatně. Všechny použité prameny a literatura byly řádně citovány. Práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu. Toto prohlášení a souhlas budou signovány vlastnoručním podpisem.

V Praze dne 28.06.2019

.....

Podpis

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucí mé práce, Mgr. Evě Richterové, která mi velmi pomohla s upřesněním tématu. Děkuji jí také za její rady, vstřícnost, podporu, ochotu a trpělivost při konzultacích.

Také bych chtěla poděkovat své mamince, která mě neustále při cestě za mými cíli podporuje. Za podporu děkuji také svému příteli. Dalé bych chtěla poděkovat všem respondentům, kteří mi věnovali mnoho času a s ochotou mi předali své zkušenosti.

## Obsah

<b>1</b>	<b>Úvod.....</b>	<b>6</b>
<b>2</b>	<b>Teoretická část.....</b>	<b>10</b>
<b>2.1</b>	<b>Pojetí kreativity a kreativního jedince (umělce).....</b>	<b>10</b>
2.1.1	Proměna chápání kreativity v čase.....	10
2.1.2	Interdisciplinární a systematický pohled na kreativitu (confluence approach) .....	12
2.1.3	Pojem kreativity z různých hledisek .....	12
2.1.4	Vymezení pojmu umělce .....	13
<b>2.2</b>	<b>Osobnost umělce.....</b>	<b>15</b>
2.2.1	Specifické osobnostní rysy umělců.....	15
2.2.2	Identita, sebeidentifikace a sebepojetí.....	17
<b>2.3</b>	<b>Vnitřní a vnější motivace a jejich vliv na kreativitu .....</b>	<b>20</b>
2.3.1	Vnější motivace .....	20
2.3.2	Vnitřní motivace .....	21
2.3.3	Interakce mezi vnitřní a vnější motivací .....	22
2.3.4	Negativní a pozitivní vliv externích odměn na tvořivost .....	23
2.3.5	Synergická motivace.....	24
<b>3</b>	<b>Praktická část.....</b>	<b>26</b>
<b>3.1</b>	<b>Úvod.....</b>	<b>26</b>
<b>3.2</b>	<b>Výzkumné otázky .....</b>	<b>26</b>
<b>3.3</b>	<b>Výzkumná strategie a technika sběru dat.....</b>	<b>27</b>

<b>3.4</b>	<b>Charakteristika a význam otázek rozhovoru .....</b>	<b>28</b>
<b>3.5</b>	<b>Výběr a popis vzorku .....</b>	<b>30</b>
3.5.1	Tabulka č. 1 – Popis výzkumného vzorku .....	31
<b>3.6</b>	<b>Etika výzkumu a vedení rozhovoru .....</b>	<b>31</b>
<b>3.7</b>	<b>Zpracování a interpretace získaných dat .....</b>	<b>32</b>
3.7.1	Začátek tvůrčí cesty a primární motivace .....	33
3.7.2	Vnímání vlastní tvorby a sebeidentifikace .....	35
3.7.3	Verbální odměny a jejich vliv na tvorbu, sebevědomí a sebeidentifikaci .....	37
3.7.4	Finanční odměny a jejich vliv na tvorbu, sebevědomí a sebeidentifikace .....	40
3.7.5	Diskuze .....	42
<b>4</b>	<b><i>Závěr</i>.....</b>	<b>44</b>
<b>5</b>	<b><i>Seznam literatury</i>.....</b>	<b>45</b>

# 1 Úvod

Umělci a představitelé dalších kreativních povolání nikdy nepatřili mezi nejprozkoumanější skupiny v jakémkoli humanitním oboru. Konkrétně v psychologii, v první polovině 20. století, výzkumu kreativity se věnovaly méně než 0,2 % všech publikovaných studií. V 70. – 90. letech se jejich počet mírně zvýšil na 0,5 %, ale přesto zastoupení daného tématu bylo výrazně nižší než například u výzkumů rozvoje čtení. Je tomu tak z několika důvodů: první je hluboko zakotvené v podvědomí chápání kreativity a uměleckých schopností jako spirituálního procesu, božského nadání, které je nemožné definovat ani vědecky prozkoumat. Tato společná víra pravděpodobně byla hlavní překážkou na cestě vědeckého poznání kreativity, protože to byla sakrální věc, do které by věda neměla zasahovat (Sternberg, Lubart, 1998). Druhým důvodem je neurčitost, která prochází celou oblastí umění a uměleckých schopností. Přesto, že výzkumníci odstoupili od mystického pohledu na kreativitu, dosud neexistují jediné a pevné definice kreativity, umění a umělce (zvláště posledních dvou). Není možné jednoznačně popsat, co dělá umělec, jaká kritéria by měl splňovat, jaká je jeho role ve společnosti a jakou ekonomickou a kulturní hodnotu má jeho práce (Petocz, Reid, & Bennett, 2016). Tudiž lze položit spoustu otázek na to, kdo je skutečný umělec. Musí nutně dělat něco ručně nebo může jen vymýšlet koncepty a nápady? Musí mít umělecké vzdělání nebo stačí i to, co se naučil sám? Je to člověk se zvláštním nadáním, nebo každý, kdo je dost odvážný na to, aby zveřejnil svou práci? Patří do této skupiny lidé, které tvoří především pro praktické účely, například designéři? Nebo lidé, kteří mají víc povolání najednou a jenom jedno z nich je kreativní? Všechno uvedené výše vede nejen k vědeckým rozporům, ale i k obtížím se sebeidentifikací u každého kreativce.

Ještě mnohem hůř na tom jsou tzv. umělci-samoukové, kteří jsou zanedbávanou skupinou v kontextu vědeckých výzkumů. Když se takový výzkum objeví, zabývá se především specifickými skupinami umělců, například lidmi, kteří mají mentální postižení, jsou představiteli etnických menšin, jsou kriminální, zkrátka nemají dostatečně dobré sociální zázemí, aby měli přístup k uměleckému vzdělání (Fine, 2003). Mnohem častěji ale samoukové nejsou definováni jako samostatná skupina v rámci širšího výzkumu kreativity nebo identity a jsou zařazeni mezi svými „vzdělanými“ kolegy (např. Bain, 2005) nebo jsou úplně ignorováni, protože badatelé oslovují výhradně studenty nebo absolventy uměleckých

škol (např. Lena, Linderman, 2014). Popsaný postup ignoruje potenciálně značně množství umělců a lidí z jiných kreativních oblastí, kteří z různých důvodů nejsou těsně spojeni s uměleckými institucemi (Lena, Linderman, 2014). Kromě toho je nutné zmínit to, že část citovaných výzkumů je zaměřená na zkoumání kreativity obecně bez ohledu na umělecké povolání dotyčných a výsledky daných výzkumů jsou aplikovatelné na většinu populace.

Samotný pojem umělec-samouk trpí stejnou nejistotou jako obecná definice umělce. Jediné pevné kritérium je absence klasického uměleckého vzdělání, to znamená, že daný jedinec nikdy nenavštěvoval uměleckou školu a nemá příslušný titul. Ale teď, s nástupem informační doby a rozvojem internetu každý, kdo má chuť tvořit, může snadno získat přístup ke spoustě edukačních zdrojů a s jejich pomocí se naučit malovat, pracovat ve photoshopu nebo hrát na kytaru. Úplně nejlépe tuto tendenci lze vidět ve sféře výtvarného umění (včetně grafiky a ilustrace). Kromě nespočtu internetových zdrojů existuje široká nabídka kurzů a soukromých doučovatelů, kteří nabízejí školení pro každého bez ohledu na věk a povolání. Následkem výše popsané situace je vznik velkého množství výtvarníků-samouků nové generace, kteří často už mají jiné vzdělání a povolání a jejich tvůrčí cesta začala teprve v dospělosti. Absence uměleckého vzdělání u této skupiny má jiné příčiny než u samouků popsaných v klasické literatuře a daní jedinci naopak často patří ke střední společenské třídě. Další důležitou podmínkou pro vznik a bouřlivé rozšíření dané skupiny jsou sociální sítě, především Instagram, který je určený pro fotografie a obrazy a který posloužil jako bezplatná galerie pro každého, kdo chtěl pustit své práce do světa a tím umožnil vstup do uměleckého světa bez pomoci art-agentů a titulů. Přesto pozice popsaných malířů v uměleckém světě zůstává nejistá a kvůli tomu často zažívají „imposter syndrome“ nebo syndrom podvodníka i přes skutečný úspěch v umělecké kariéře (Lapierre, 2001). Při posouzení dané situace částečně vycházím ze své osobní zkušenosti a z pohledů jiných známých výtvarníků-samouků.

Dalším důležitým prvkem, který posiluje nejistotu jejich postavení, je nedostatek kontaktů s „akademickou“ uměleckou komunitou. Obvykle mladý umělec vstoupí do komunity během studentských let, což v případě samouků je logicky nemožné, a proto mnozí z nich zůstávají mimo uměleckou komunitu, což má své následky. Spousta vědců se shoduje v tom, že společenské uznání je jedním z klíčových faktorů, který posiluje sebeidentifikaci jedince jako umělce a zároveň je hlavním mechanismem společenské podpory (Lena, Linderman, 2014; Bain, 2005; Klammer, Petrova, 2010; Schweizer, 2006; Lubart, 1999; Reid, Petocz, Bennett, 2016). Nejde jenom o schválení ze strany expertů, ale především ze strany jiných umělců a důležitých blízkých. Nedávné výzkumy dokonce tvrdí,

že kreativita je fenoménem, který lze prozkoumat a pochopit jedinečně jako interakce jedince a jeho prostředí, jinými slovy kontextu, ve kterém se odehrává kreativní činnost (Gomes, Veloso, 2015). Jako dobrý příklad slouží tvůrčí činnost umělce Marcele Duchampa, konkrétně jeho práce Fontána (1917), která představuje obyčejný porcelánový pisoár jako umělecké dílo, a právě schválení ze strany uměleckého světa posloužilo jako důkaz toho, že Fontána opravdu uměleckým dílem je.

Myslím, že dané téma je aktuální a kvůli nedostatku výzkumů zaměřených na výše popsanou skupinu se budu snažit nabídnout pohled do této oblasti prostřednictvím své práce.

Samozřejmě, to neznamená, že osobnost už není podstatná a důležitá v rámci výzkumu kreativity. Tvůrčí proces se odehrává především ve vnitřním světě umělce a je těsně spojen s jeho emočním stavem, kognitivními schopnostmi a mírou motivace (Botella et al., 2013). V kontextu kreativity je důležité rozlišovat vnitřní a vnější motivace, jejichž vzájemné působení podstatně ovlivňuje zmíněný proces. Silná vnitřní motivace je jedním z nejvýznamnějších rysů umělecké osobnosti; kromě toho umělci zpravidla mají mnohem silnější vnitřní motivaci vůči své práci než většina populace a je doslova zásadní pro jejich činnost (Collins, Amabile, 1998). V případě umělců-samouků vysoká úroveň motivace může úspěšně kompenzovat dočasný nedostatek znalostí a praxe a vést k prudkému zlepšení tvůrčího výkonu (Botella et al., 2013). Vnitřní motivace ale neexistuje sama o sobě a je v neustálé interakci s vnějším světem a tím pádem s vnější motivací. Vliv externí motivace na kreativitu je velmi kontroverzní téma a předmět mnoha výzkumů. Hodně badatelů se shoduje v tom, že externí motivace negativně ovlivňuje tvůrčí proces, potlačuje pocit uspokojení, který přináší práce, a celkově snižuje motivaci tvořit (např. Deci, 1972, 2017). Existuje i opačný názor, který tvrdí, že odměny obecně nemají negativní dopad na vnitřní motivaci a jejich škodlivý efekt se může projevit jen v určitých podmínkách (např. Cameron, Blanko, Pierce, 2001). Obě skupiny badatelů rozdělují externí odměny do dvou základních skupin: verbální a materiální odměny, přičemž materiální jsou považovány za mnohem škodlivější než verbální (Deci, 1972, 2017; Collins, Amabile, 1998; Botella et al., 2013). Ale jak jsem uvedla výše, to platí především pro obecnou kreativitu, kterou člověk používá v běžném životě a pro uznávané umělce, kteří mají dostatečnou společenskou podporu. Na základě prostudované literatury (viz dále), myslím, že u tak specifické skupiny, jakou jsou výtvarníci-samoukové, finanční odměna může mít opačný efekt a posilovat jejich vnitřní motivaci tvořit, a to z několika důvodů: 1) jejich sebeidentifikace je labilní kvůli absenci titulu a tomu, že umělecká činnost zpravidla není jejich primárním povoláním; 2) nejsou těsně spojeni s uměleckou komunitou, která by posilovala sebeidentifikaci a poskytovala



podporu; 3) peníze jsou zřejmým důkazem toho, že dílo má hodnotu a tím pádem finanční odměna může sloužit jako způsob společenské podpory, která je nesmírně důležitá pro budování identity umělce.

## 2 Teoretická část

### 2.1 Pojetí kreativity a kreativního jedince (umělce)

První pojem, který bych chtěla rozebrat v rámci teoretické části, je kreativita neboli tvořivost. Přestože to je velmi všeobecný pojem a není synonymem umělecké činnosti, je její nedílnou součástí a základem.

#### 2.1.1 Proměna chápání kreativity v čase

Podle Sternberga a Lubarta (1998) se ve výzkumu kreativity objevilo šest hlavních paradigmat: mystické, pragmatické, psychoanalytické, psychometrické, kognitivní a sociálně-osobnostní.

Mystické paradigma bylo založeno na víře v to, že kreativita je vrozené nadání a má božský původ, a proto není možné ji prozkoumat a popsat. Právě v tomto paradigmatu se objevují múzy, démoni a chápání umělce jako prázdné lahve, kterou naplňují nadlidské síly. Podle zmíněných badatelů, mystické paradigma bylo hlavní překážkou na cestě výzkumu kreativity a značně odložilo počáteční kroky v této oblasti.

Stejně škodlivý a relativně nedávný (50. – 80. léta 20. století) pragmatický přístup také mohl zpomalit proces poznání kreativity kvůli špatně zvoleným cílům. Zastánci daného přístupu se snažili především zjistit způsoby urychlení rozvoje kreativity u jedince bez toho, aby porozuměli její podstatě a mechanismům. Kromě toho totálně zanedbávali testování validity svých teorií a chybělo jim teoretické zakotvení v psychologii.

Za první hlavní teoretický přístup 20. století je považován psychoanalytický nebo psychodynamický přístup. Jako první Freud (1908, 1959) přišel s myšlenkou, že kreativita je ukotvena v osobnosti člověka a jejím zdrojem je napětí, které vzniká mezi nevědomými pudy a vědomím (realitou). Kreativní činnost tím pádem slouží jako možnost vyjádřit své potlačené myšlenky a touhy společensky přijatelným způsobem. Zastáncem opačného názoru byl Kubie (1958), který tvrdil, že zmíněné napětí má naopak negativní vliv na kreativitu a vede k opakujícím se myšlenkám. K psychoanalytickému paradigmatu také patří koncepty adaptivní regrese (proniknutí nevědomých myšlenek do vědomí) a rozpracování daných myšlenek s ohledem na realitu (Kris, 1952). Podle psychoanalytiků, právě předvědomí, kam patří výše zmíněné koncepty, je opravdovým zdrojem kreativity, protože produkované myšlenky jsou uvolněné a neurčité, ale přesto lze je interpretovat (Kubie, 1958). Navzdory tomu, že psychoanalytický přístup nabízí několik důležitých myšlenek ohledně kreativity, psychoanalytická teorie se nestala základem pro nově vznikající

vědeckou psychologii a její metodologie (případové studie významných umělců) byla kritizovaná kvůli své omezenosti.

Právě tato omezenost přivedla ke vzniku psychometrického přístupu. Guilford (1950) upozornil na to, že výrazně talentovaní umělci jsou vzácní, a to značně limituje možnosti výzkumu. Jako alternativní možnost navrhl výzkum kreativity v každodenním životě pomocí pen-and-pencil úkolů, například Unusual Uses Test, během kterého dotyčný musí vymýšlet co nejvíc možných použití pro obyčejný objekt (například cihlu). Mnozí výzkumníci rychle přijali jeho pohled a testy divergentního myšlení se staly hlavním nástrojem pro měření kreativity. Takzvaná psychometrická revoluce měla jak pozitivní, tak i negativní následky. Na jednu stranu vytvořené testy usnadnily a povzbudily výzkum kreativity kvůli snadnému provedení a možnosti objektivního bodového hodnocení. Na druhou stranu, testy byly kritizované jako triviální, nekvalitní, a ne úplně funkční; podle Amabile (1983) pouhé bodové hodnocení originality a flexibility nemůže zachytit celý koncept kreativity.

Na rozdíl od psychometrického postupu kognitivní přístup se snaží pochopit mentální reprezentace a procesy, které probíhají pod pokličkou kreativní mysli. Finke, Ward a Smith (1992) navrhli obecný model tvořivosti, tzv. model Geneplore, který rozděluje kreativní proces na generativní a explorační fázi. V generativní fázi si lidé vytvářejí mentální reprezentace nazývané preinventivní struktury, které mají určité vlastnosti podporující tvořivé objevy. V explorační fázi jsou tyto vlastnosti využívány k tomu, aby daly preinventivním strukturám smysl. Když jsou tyto explorační úspěšné, může dojít k vytvoření tvůrčího produktu. Obě fáze jsou spojené s různými kognitivními procesy, například s asociací, vyhledáváním, syntézou, transformací, kategorickou redukcí. Weisberg (1993) přichází s podobnou myšlenkou a předpokládá, že kreativita představuje v podstatě soubor obyčejných kognitivních procesů, které produkuje mimořádné výsledky.

Poslední z uvedených, sociálně-osobnostní paradigma se vyvíjelo paralelně s kognitivním paradigmatickým a nabízí pohled na tvořivého jedince z jiného úhlu. Dané paradigma se soustřeďuje především na osobnostní proměnné, motivační proměnné a sociokulturní prostředí jako zdroje kreativity. Na základě provedených studií byly definovány charakteristické rysy, které se často objevují u kreativních lidí; těmi jsou například: nezávislost úsudku, sebevědomí, přitažlivost ke složitým věcem, estetické zaměření a ochota riskovat. Dalšími důležitými prvky jsou tendence k neustálé sebeaktualizaci (Rogers, 1954), vysoká míra vnitřní motivace (Amabile, 1983) a potřeba

úspěchu (McClelland, Atkinson, Clark, & Lowell, 1953). Na společenské úrovni Simonton (1994) definoval důležité prvky takto: kulturní různorodost, válka, (ne)přítomnost vzoru, dostupnost zdrojů (včetně finančních) a míra konkurence v oboru.

### **2.1.2 Interdisciplinární a systematický pohled na kreativitu (confluence approach)**

Kognitivní a sociálně-osobnostní přístup značně obohatily vědecké znalosti o kreativitě a odhalily některé z jejích klíčových elementů, nicméně každý z těchto přístupů se zabýval výhradně svou oblastí a je jen málo studií, kterým se podařilo propojit poznatky z obou přístupů (Sternberg, Lubart, 1998). V 80.–90. letech minulého století spousta badatelů navrhla hypotézu, podle které je kreativita sestavena z množství komponentů různého původu. Například Amabile (1983) popisuje kreativitu jako splynutí vnitřní motivace, vhodných znalostí a schopností a příslušných dovedností. Gruber a jeho kolegové (1988) předložili vývojový model kreativity, podle kterého postupný růst významu cíle, znalostí a počitků vede ke zvýraznění deviance jedince a ke vzniku kreativního produktu. Csikszentmihalyi (1996) chápe systematický přístup jinak a zdůrazňuje interakci mezi jedincem, oborem a sférou: kreativní jedinec čerpá informaci z oboru a transformuje jí pomocí svých kognitivních procesů a osobnostních rysů (vytváří dílo). Sféra se skládá z lidí, kteří ovlivňují nebo kontrolují obor (např. kritici a majitelé galerií) a hodnotí a vybírají nové nápady. Obor, kulturně definovaný systém symbolů, udržuje kreativní dílo a předává ho dalším jedincům a budoucím generacím. Sternberg a Lubart (1996) přicházejí s investiční teorií (investment theory), podle které kreativita vyžaduje šest odlišných, ale propojených zdrojů: inteligence, znalosti, různé styly myšlení, osobnost, motivace a prostředí.

Systematický pohled na kreativitu nabízí možnost prozkoumání jejích různých aspektů a je aplikovatelný na odlišné obory a situace (výzkum tvořivosti u umělců vs. výzkum tvořivosti u vědců). Kromě toho systematický přístup, na rozdíl od starších, zdůrazňuje význam prostředí, které poskytuje materiální a společenské odměny a tím pomáhá dozrání nápadů a posiluje motivaci (Lubart, 1999). Někteří badatelé rozšiřují daný pohled a tvrdí, že výzkum kreativity by měl být dokonce interdisciplinárním; podle Gardnera (1994) i přesto, že tvořivost je ukotvena v psychologii, výzkumník by měl vědět něco o gnozeologii, sociologii a ekonomii.

### **2.1.3 Pojem kreativity z různých hledisek**

Historicky první pevnou definici kreativity zformuloval Stein (1953), a podle něj je kreativita procesem, který přináší nový originální produkt, který je oceněn určitou skupinou

osob ve stejném čase a je považován za hodnotný, použitelný nebo uspokojující. Podobnou definici uvádí i Csikszentmihalyi (1997), který se dívá na kreativitu jako na systém složený ze třech prvků: kultura, která má v sobě řadu symbolických pravidel, jedinec, který přináší něco nového pro svůj obor a společnost expertů, kteří uznávají a validují inovaci. Obě uvedené definice, oproti většině výše popsaných přístupů, se nesoustředí jenom na individua a jeho vnitřní procesy, ale podtrhují význam prostředí a společnosti. Kreativita se stává fenoménem, který nelze pochopit bez ohledu na větší systém sociálních vazeb, problémových oblastí a oblastí činnosti (Ryhammar & Brodin, 1999). Nicméně, v literatuře dodnes ve velké míře chybí jasná a přímo vyjádřená formulace všech výše uvedených pojmů (Gomes, Veloso, 2015).

Jádrem a klíčovým rysem každé definice kreativity je novota (novelty). Právě novota odlišuje kreativitu od jiných složitých kognitivních procesů, jakým jsou například řešení problémů a hledání novoty (novelty – seeking) slouží jako hybná síla, která nutí umělce tvořit. Eysenck (1994) rozlišuje soukromou a veřejnou novotu. Soukromá novota vzniká z úsudku jedince, který uznává určitý produkt nebo práci za novátorskou na základě svých znalostí, zkušeností, inteligence atd. Veřejná novota vzniká stejným způsobem, akorát na základě úsudků velkého počtu lidí, kteří sdílejí stejné znalosti. Popsaný koncept pokračuje dál a rozlišuje také soukromou a veřejnou kreativitu. Eysenck chápe kreativitu jako rys (trait) a jako výsledek (achievement); první typ popisuje tvořivost na osobnostní rovině a snaží se sledovat vznik nápadů ve vědomí, druhý typ je spojen se společenským uznáním a úsudkem. Proces přechodu od rysu k výsledku se také nemůže obejít bez vzájemné interakce mezi jedincem a prostředím.

#### **2.1.4 Vymezení pojmu umělce**

Otázka, co lze označit za umění a co ne, a kdo je opravdový umělec, existuje od pradávna a je aktuální dodnes. Například ve středověku pojem umění byl využíván v kontextu sedmery svobodných umění, které tvořily široké vzdělání, jinými slovy umění bylo chápáno jako něco užitečného nikoli krásného. Teprve v době renesance umění začalo mít estetickou funkci a mělo sloužit k dekoraci a zábavě. V žádném případě ale nesloužilo k sebevyjádření umělce, který byl chápán pouze jako řemeslník stejně jako stavebník nebo kovář. Důraz na individualitu umělce začal být kladen relativně nedávno (zhruba před 150 lety) a v současném umění osobnost umělce může znamenat víc než díla, která tvoří.

Jak ale lze definovat pojem „umělec“? Tady se opakuje stejná situace jako s kreativitou a je těžké zformulovat jedinou pevnou definici. Například UNESCO definuje

tento pojem takto: „Umělcem se rozumí každá osoba, která vytváří umělecká díla nebo se svou interpretací podílí na vytváření nebo znovuvytváření uměleckých děl, která považuje svou uměleckou tvorbu za hlavní součást svého života, která tímto způsobem přispívá k rozvoji umění a kultury a která je uznávána nebo se snaží, aby byla uznávána za umělce, ať již je, nebo není v jakémkoliv pracovním svazku nebo jakémkoliv sdružení.“ (Uvucr.cz, 2018). Zvolila jsem danou definici, protože o ni se opírají jiní výzkumníci, jež ve své práci citují a považují ji za jednu z nejpřesnějších (např. Bain, 2005). Tady není žádná zmínka o vzdělání nebo jiném oficiálním hodnocení „kvality“ výtvarníka, takže z toho vyplývá, že samouk a vystudovaný malíř mají stejné nároky na titul umělce. Uvedená definice má ale i své sporné body, například vylučuje ze skupiny umělců ty, kteří mají tzv. portfoliovou kariéru (portfolio career) a mohou mít jiné primární povolání než umělecké. To se stává často kvůli nejistým příjmům, což je charakteristickým rysem tvůrčích profesí, které jsou zřídka chápány jako „opravdová“ práce (Bain, 2005).

Dalšími charakteristickými rysy uměleckého povolání jsou absence přesných hranic mezi profesionály a začátečníky, sdílené pracovní kultury a sdílená pracovní místa. To všechno vede k budování umělecké identity na základě mýtů a stereotypů a zatěžuje její utváření (Bain, 2005). Například rozšířený stereotyp, že umělec by měl být připravený obětovat pro umění všechno včetně rodinných vztahů a finanční spokojenosti negativně ovlivňuje sebeidentifikaci těch, kteří mají výše zmíněnou portfoliovou kariéru nebo spokojený rodinný život (zvláště se to týká žen, které se cítí nuceny vybírat mezi rodinou a prací). Stereotypy také vyžadují od umělce úplnou oddanost své práci bez očekávání odměny nebo poděkování. Nepochybně, vnitřní motivace je hlavním stimulem tvořit, ale zmíněný stereotyp rozhodně nepomáhá utváření adekvátního konceptu umělce a umělecké činnosti. Naopak to vede ke vzniku ambivalentního pohledu na umělecký svět u těch, kteří tam teprve vstupují. Tak například studenti uměleckých škol na jedné straně chápou, že jejich potenciální úspěch hodně zaleží na sebe-propagaci, na druhé straně ji odmítají, protože takový postup není v souladu s romantickým obrazem umělce (Pietras, 2017).

Na základě prostudované literatury jsem došla k závěru, že odpověď na otázku, jestli daný člověk je, nebo není umělcem, záleží víc na společenském hodnocení než na sebeidentifikaci daného člověka. Některé výzkumy ukazují, že ještě výraznější je to u žen než u mužů, a právě ženy mnohem častěji odkazují na své dosažené umělecké vzdělání a společenské ocenění, aby se vyrovnaly s vnitřní nejistotou (Botella et al., 2013). Je možné, že malíři-samoukové trpí stejnými problémy, protože jejich tvorba byla historicky

ignorovaná a tím pádem společenské uznání má pro ně ještě větší význam než pro jejich vzdělané kolegy.

## **2.2 Osobnost umělce**

Dříve než se zaměřím na rozebrání pojmů vnitřní a vnější motivace, chtěla bych poznamenat něco o specifických osobnostních rysech umělce, bez kterých by pravděpodobně daný člověk ke kreativní činnosti nikdy nedošel.

### **2.2.1 Specifické osobnostní rysy umělců**

První myšlenka o tom, že tvůrčí jedinec má specifické osobnostní rysy, se objevila ve výše popsaném sociálně-osobnostním paradigmatu, jehož zastánci definovali zmíněné osobnostní rysy takto: nezávislost úsudku, sebevědomí, přitažlivost ke složitým věcem, estetické zaměření a ochota riskovat (Sternberg, Lubart, 1998).

Je důležité mít na vědomí to, že psychometrická revoluce značně ovlivnila následující výzkumy kreativity a zavedla pojem divergentního myšlení, které je občas zaměňováno s kreativitou. Nicméně kreativita nepatří jenom do říše umění a tvorby. Podle definice je hlavním rysem kreativního produktu novota, a to znamená, že například vytváření nové metody výzkumu je stejnou tvůrčí činností jako malba obrázku nebo psaní básně. Není divu, že právě vědci se stali druhou velkou skupinou, do které patří velké množství kreativních jedinců, a samozřejmě někteří badatelé se soustředili na hledání osobnostních rozdílů mezi těmito dvěma skupinami. Například Feist (1998) na základě meta-analýzy osobnostních rysů klíčových pro uměleckou a vědeckou kreativitu zdůraznil následující charakteristiky umělců: otevřenost novým zkušenostem, dobrá fantazie a obrazotvornost, živá, ambiciózní a nekonformní povaha. Kromě toho v porovnání s vědci jsou umělci zpravidla víc emocionální, úzkostní, emočně nestabilní a jsou velmi citliví.

Skupina umělců také není úplně homogenní a samozřejmě lze najít spoustu rozdílů mezi jednotlivými lidmi. Například osobnostní charakteristiky se mohou lišit u různých věkových skupin a u více nebo méně zkušených umělců. Také výzkum alexithymie (neschopnost popsat svůj psychický stav), v jehož rámci badatelé porovnali míru výskytu alexithymie u umělců, studentů uměleckých škol a lidí z jiných oborů ukázal, že u umělců se to vyskytuje ve výrazně menší míře než u laiků. Kromě toho mají umělci tendenci intenzivněji prožívat negativní emoce a reagovat na negativní události. Jinak na tom jsou studenti uměleckých škol, u nichž je míra výskytu alexithymie výrazně vyšší než u jejich zkušenějších kolegů, ale menší než u laiků. Projevuje se to v tom, že umělci mají menší

potíže se identifikací a analýzou svých emocí. Starší umělci jsou lepší ve verbalizaci svých emocí a umí s nimi zacházet, ale výrazná korelace mezi věkem a mírou alexithymie nebyla prokázána (Botella et al., 2015).

Gender naopak není kategorií, která by mohla sloužit jako indikátor osobnostních rozdílů a nebyly nalezeny výrazné odlišnosti mezi umělci a umělkyněmi, minimálně v rámci osobnostních proměnných měřených California Psychological Inventory (Amos, 1978).

Dalším faktorem, podle kterého lze roztrždit umělecké osobnosti, je jejich původní motivace tvořit, jinými slovy, proč se rozhodli dělat to, co dělají i přes všechny nejistoty, které nese s sebou umělecké povolání. Na základě svých výzkumů Elias a Berg-Cross (2009) vytvořili tři modely motivace, které se nejčastěji objevují u vizuálních umělců. První je visionary artist, jehož hlavním podnětem ke tvorbě je snaha vyrovnat se s mentálními potížemi a osobními problémy; podle výsledků zmíněného výzkumu většina respondentů patřila k této kategorii. Druhým typem je self-actualised artist, který tvoří pro osobní vysvobození a chápe tvorbu jako meditaci. Třetí je commodity model, kde tvorba je orientovaná především na potenciálního nebo skutečného zákazníka, potřeby trhu a finanční odměnu. Studie ukazují, že popsané modely nejsou pevně ukotvené v jedinci a mohou se měnit v průběhu času a podle nasbíraných zkušeností, jak se to projevilo u studentů různých uměleckých směrů, kde u starších ročníků třetí model byl výrazn dominantnější než u mladších studentů (Daniel, Johnstone, 2015).

Téma výskytů mentálních poruch a nemoci u umělců má velmi hluboké kořeny v historii a tyto dva jevy jsou asociačně spojené dodnes. Například Barron (1972) tvrdí, že vysoce kreativní osobnost má v sobě deviace a psychopatologické prvky kombinované s vysokou mírou síly ega (ego strength), včetně resilience, schopnosti zvládat stres, sebekontroly a vysoké úrovně well-beingu. Právě síla ega je rozhodujícím faktorem, který určuje, jestli zmíněné patologické prvky povedou ke vzniku poruchy nebo se projeví přes zdravou tvůrčí činnost.

Hypotézu o silném egu umělců potvrzuje osobnostní model, který vytvořil Roy (1996) na základě dat získaných porovnáním osobností zkušených malířů a lidí jiných neuměleckých povolání. Postupná analýza ukázala, že umělci jsou více dominantní, jsou citliví idealisté a mají bystré a pronikavé myšlení. Kromě toho jsou ve velké míře nezávislí a více naklonění k introverzi. Všechny uvedené rysy velmi dobře korespondují s tvůrčí činností; malíři ochotně tráví čas o samotě, aby mohli promýšlet své pocity a dodat jim tvar,



nezávislost a svoboda jsou nutné ingredience pro generaci inovativních nápadů a tendence k idealismu umožňuje empatii a pomáhá prožívat větší spektrum emocí.

Existenci specifických osobnostních rysů potvrzují i neuropsychologické výzkumy, které dokazují, že jedinci, kteří aktivně hledají novotu, mají zvláštní sety neurokognitivních rysů a specifické způsoby myšlení, což je způsobeno specifickou aktivitou neurotransmiterů v mozku. Kromě toho vztah mezi kreativitou jedince a jeho hledáním novoty přímo zaleží na jeho hladině dopaminu a vyžaduje vhodnou formu vnější podpory (Schweizer, 2006).

Interakce mezi vnitřními rysy a vnějším prostředím přímo ovlivňuje kreativní proces a může ho jak posilovat, tak i tlumit, přičemž osobnostní faktory hrají spíše posilující roli. Sami umělci označují své kognitivní schopnosti (inteligence, paměť), zvědavost, spontánnost, emoční stavy jako posilující prvky, do stejné skupiny patří také vhodné vnější podmínky, například místo pro tvorbu a možnost nerušeně pracovat. Do kategorie tlumivých faktorů patří především vnější, které jakýmkoli způsobem omezují svobodu umělce, například pravidla, finance, kódy a termíny. Nikdo z umělců nezařadil specifické osobnostní rysy jako zvědavost a spontánnost do tlumivé kategorie (Botella et al., 2013).

Specifický set osobnostních rysů umělce může působit i jiným způsobem. Je prokázáno, že lidé tvůrčích povolání mají vyšší spokojenost v práci než lidé jiných profesí. Na jedné straně to může být spojeno s tím, že umělecká činnost dobře uspokojuje potřebu autonomie a seberealizace, přináší výzvy a baví. Na druhé straně jde o opačnou korelaci, tzn. že jedinec se zmíněnými osobnostními rysy pravděpodobně bude ve své práci šťastnější bez ohledu na to, jestli má kreativní povolání nebo nikoli (Bille et al., 2013).

### **2.2.2 Identita, sebeidentifikace a sebepojetí**

Identita a spojený s ní proces sebeidentifikace je velmi kontroverzním konceptem kvůli jeho rozsáhlosti a velkému množství interpretací. I když daný koncept je široce používán různými badateli, někteří ho stále odmítají a považují za neužitečný ve vědeckém kontextu. Příčinou je to, že v psychologických výzkumech lze najít různé definice identity, přičemž každá z nich odkazuje na teoretický a empirický rámec psychologické školy, ke které patří badatel a málokdo si uvědomuje co se děje mimo jejich školu (Bosma, 1995). Tak například Schlenker a Weigold (1989) považují pojem *identita* za synonymum pojmu *sebeipojetí* a definují identitu jako vzájemný vztah vnitřních a vnějších aspektů *já*; identita může být považována za schéma, které je zformováno a udržováno pomocí interpersonální dohody o tom, jak vypadá *já*. Jinými slovy, těžištěm jejích teorií je dynamická interakce mezi subjektivní a objektivní identifikací.

Pro lepší porozumění problematiky pojmů a jejich rozdílů považuji za vhodné uvést na začátek definice z odborného slovníku:

*„Identita – jedincem prožívaná vlastní jedinečnost, obraz sebe sama; je výsledkem osobnostního vývoje. Utváří se v závislosti na dané kultuře a společnosti. I. Se vymezuje ve třech rovinách: a) v intrapersonální, kdy člověk hledá svou i. v odpovědi na otázku – jaký jsem a čím se liším od jiných, tj. uvědomováním si své jedinečnosti a zároveň odlišnosti od jiných; b) v interpersonální, kdy si klade otázku – kdo jsem ve vztahu k jiným, tj. uvědomováním si svých sociálních rolí; c) v sociální, která je určena příslušností k sociální skupině“ (Gillernová a kol., 2000, s. 23-24)*

Obě definice se shodují v tom, že identita má dvě strany a může být subjektivní a objektivní. Objektivní identita zahrnuje v sobě všemožné charakteristiky jedince, které mohou pozorovat a posoudit lidé kolem něj. Do této skupiny patří například národnost, věk, jméno, IQ, osobnostní rysy, chování atd., jinými slovy všechno, co slouží k identifikaci daného jedince a pomáhá ho oddělit od ostatních. Subjektivní identita je vnitřním prožitkem člověka, tj. uvědomování si výše uvedených charakteristik a vlastní odlišností od jiných a chápání sebe jako pořád stejného člověka v průběhu času. Identifikovat sám sebe a být identifikovaným jak z objektivní, tak i ze subjektivní perspektivy je jádrem pojmu *identita*. Vzhledem k tomu, že obě perspektivy se vztahují ke stejnému objektu, subjektivní a objektivní identifikátory jsou vzájemně závislé a dynamicky ovlivňují jeden druhého. Tím pádem, *identita* neodkazuje na pevný soubor charakteristik, ale na identifikátory, jejichž důležitost je závislá na specifickém vztahu jedince a kontextu v dané konkrétní situaci. Jinými slovy, v kontextu identity jedinec a kontext definují jede druhého navzájem (Bosma, 1995).

Dynamicky model identity popisuje také Blackwell (1988), která chápe identitu spíše jako soubor procesů, kde struktura hraje sekundární roli. Mluví o tom především v kontextu ohrožení identity, například v případě ztráty zaměstnání nebo vážného onemocnění, respektive o jejím obnovení. Na rozdíl od většiny jiných koncepcí, autorka se soustřeďuje na procesy, které jsou nezbytné pro vytváření identity: asimilace-akomodace a evaluace. Asimilace je absorbováním nových informací a následná akomodace slouží k úpravě struktury identity a vkládání do ní nových poznatků. V procesu evaluace asimilované informace získávají přidanou hodnotu a je definován jejich význam pro novou strukturu identity. Popsané procesy se odehrávají podle pravidel, které definují preferované výsledky na základě třech principů: sebehodnocení, kontinuity a osobitosti, a nově uložené informace

by měly být s danými principy v souladu. Výhodou daného přístupu je to, že už není třeba vymýšlet jedinou pevnou definici identity, která, podle některých badatelů, je zbytečná, protože význam odlišných identifikátorů je hodně závislý na kontextu (např. Bosma, 1995).

Hledání vlastní identity je označeno pojmem *sebeidentifikace*, což je jedním z hlavních úkolů sociálního učení. V období dospívání tím se rozumí spíše napodobování: „*Identifikace vyjadřuje ztotožnění s osobou, k níž má jedinec vysoce pozitivní vztah a chce se jí přiblížit, připodobnit. Jde o záměrné úsilí jedince o převzetí způsobů chování a jednání modelu. Při identifikaci hraje důležitou úlohu autoregulace a sebevýchova*“ (Gillernová a kol., 2000, s. 68). Podle Eriksona (1963) hledání vlastní identity je hlavním konfliktem v období puberty, a každý jedinec, na jedné straně, se snaží být jedinečný a něčím se odlišit od ostatních, a na druhé straně, chce zapadnout do vrstevnické komunity, která hraje v životě mladého člověka obrovskou roli. Pozitivním výsledkem tohoto konfliktu je právě utváření struktury vlastní identity a systému hodnot, které mu poskytují vizi jeho životní roli v budoucnu.

Jak jsem zmiňovala výše, pojem *identita* se částečně překrývá s pojmem *sebepojetí*. „*Sebepojetí (self-concept) – představa o sobě, to, jak jedinec vidí sám sebe; zdůrazněna poznávací složka, na rozdíl od sebeúcty má hodnotící a popisnou dimenzi, zahrnuje i kognitivní mapy; označováno též jako „integrující gyroskop osobnosti; jeho součástí je sebedůvěra*“ (Hartl a Hartlová, 2000, s. 524). „*Sebepojetí je základem jáství člověka, je souhrnem názorů na sebe sama, na své místo ve světě, a v tomto smyslu je souhrnem pocitů, jimiž prožíváme spokojenost nebo nespokojenost se sebou, větší nebo menší sebedůvěru, sebeúctu a vliv na druhé. Sebepojetí je také uvědomováním si svých osobnostních charakteristik, často zkráceně nebo stylizovaně se záměrem vyvolat o sobě v druhých určitý dojem. Do struktury sebepojetí patří i úroveň sebemonitorování a sebe prezentace a místo ovládnutí.*“ (Smékal, 2002, s. 368). Uvedené definice se soustřeďují především na prožívání a zkušeností jedince, což samozřejmě je pro daný pojem podstatné. Nicméně, stejně jako v případě identity, sebepojetí lze chápat ze dvou uhlů pohledu. Tak Rogers (1961) tvrdí, že sebepojetí se formuje na základě vzájemné komunikace s jinými lidmi. Podle Rogerse lidé mají dvě základní potřeby: být pozitivně přijímán, respektive dostávat od ostatních dobrou zpětnou vazbu a rozvíjet svůj potenciál a schopností, respektive potřeba sebeaktualizace. Aby potřeba kladné zpětné vazby byla uspokojena, je třeba, aby v životě jedince se oblevila alespoň jedna osoba, která ho přijímá bez ohledu na to, co dělá (zpravidla je to rodič). V takovém případě, člověk bude mít dobré sebepojetí a vysokou sebeúctu. V opačném případě, jedinec bude pořád vyhledávat kladnou zpětnou vazbu a interpretovat ji jako

schválení svého chování. Takové jedinci stále mají pocit, že budou přijati jen když ostatní souhlasí s jejich chováním, a strach z nesouhlasu je pro ně velkou překážkou v seberozvoji a vede k nízké sebeúctě.

V kontextu své práce považují za užitečnější dynamický model identity (a sebeidentifikace) Blackwell, protože je aplikovatelný nejenom na specifickou věkovou skupinu a popisuje nejenom utváření primární identity, ale i její proměny způsobené různými životními událostmi. To je podstatné, protože cílem mé práce je zkoumání změny identity u dospělých lidí a zjištění vnějších faktorů, které k této změně vedly. Právě proto považuji za důležitou také teorii Rogerse o pozitivním přijetí a sebeaktualizaci, jelikož tato teorie bere v úvahu vnější motivátory a popisuje jejich vliv na sebepojetí jedince. Jinými slovy, myslím, že duální teoretický model (subjektivní a objektivní identita) se hodí ke dualitě mého tématu (externí motivace a sebeidentifikace).

## **2.3 Vnitřní a vnější motivace a jejich vliv na kreativitu**

Motivace je hybnou silou, která nutí jedince k samo-organizaci a vzbuzuje, udržuje a zaměřuje chování k dosažení určitého cíle. Touha, neuspokojená potřeba, slibovaná odměna nebo snaha získat schválení od ostatních – to všechno lze označit jako motivaci, jenže je nutné rozlišovat mezi vnitřními a vnějšími podněty, a tedy vnitřní a vnější motivací. Koncepce dvou typů motivace lze popsat takto: když dva lidé budou zhruba stejně motivováni k nějaké aktivitě, ale budou mít různé typy motivace, jejich angažovanost a houževnatost vůči dané aktivitě se budou značně lišit (Deci, 2017). I přes svůj velký význam pro studium kreativity, daný koncept byl skoro dvacet let zanedbán výzkumníky a objevil se znovu v modelu kreativity podle Amabile (1983), kde vnitřní motivace je jedním ze tří klíčových faktorů.

### **2.3.1 Vnější motivace**

Koncept vnější motivace je těsně spojený s behavioristickými teoriemi, i když v jejich rámci nedošlo ke vzniku samotného pojmu. Behavioristé tvrdili, že chování člověka říká všechno o jeho osobnosti a většina jeho činností je řízená vnějšími faktory, například slibem odměny, strachem trestu nebo schválením ostatních. Poslední faktor hraje velkou roli v kontextu uměleckého světa, protože sama definice umělce a uměleckého díla uvádí uznání ze strany společnosti jako nutnou podmínku „ověření“ kvality práce nebo tvůrčích schopností. Důležité je jak uznání na profesionální úrovni ze strany kritiků, zákazníků a

vlastníků galerií, tak i ze strany významných ostatních, jinými slovy – rodiny a přátel. Potřeba uznání dokonce může být hlavním stimulem vstoupit do uměleckého světa, respektive trhu, akorát taková motivace je méně pevná než vnitřní touha tvořit. Jak o tom píše Jiří Kulka: „Z dějin umění známe nespočetné příklady toho, kdy umělci vyschl pramen inspirace, jakmile se mu začalo dobře dařit. Stalo se tak tvůrcům, kteří dosáhli svých cílů, jako například bohatství, slávy a podobně. Svou tvorbu dále rozvíjeli pouze ti, kdož měli potřeby hlubší“ (Kulka, 2008, s.74).

### 2.3.2 Vnitřní motivace

Vnitřní motivaci lze definovat jako touhu věnovat se nějaké aktivitě především kvůli tomu, že jedinec vnímá danou aktivitu jako zajímavou, uspokojující, poutavou nebo jako osobní výzvu, nejdůležitější je potěšení ze samotného procesu. Hledání výzev je jedním z klíčových osobnostních faktorů umělce a výzkumy potvrdily, že náročné úkoly odpovídající dovednostem člověka mu pomáhají prožívat flow, a proto bude stále hledat další výzvy, aby mohl ten stav prožívat znova a znova. Někteří starší teoretici prohlašovali, že možnost tvořit a uplatnit své kreativní schopnosti je sama o sobě nejvyšší odměnou pro umělce a kreativní proces by měl probíhat bez očekávání vnější odměny, a právě v tom případě se objevuje největší kreativní výkon (Collins, Amabile, 1998).

Samozřejmě je těžké zpochybňovat tvrzení, že umělecká tvorba probíhá z velké části ve vnitřním světě člověka, a nakonec i estetické prožívání se odehrává především v nitru. Na počátku každé tvůrčí činnosti se objevuje potřeba, chuť vytvořit něco nového. Zde se uplatňují rozhodovací procesy, které mohou být stejně tak uvědomělé a složité, jakož i neuvědomělé, víceméně intuitivní. To, jestli umělec dospěje k samotné činnosti, ve velké míře závisí na síle jeho vůle. „Funkce vůle je dosti komplexní, což vyplývá z její celkové charakteristiky: je to autoregulativní funkce, jejímž prostřednictvím jedinec volí cíl a překonává potíže při jeho dosahování [...] Vůle má extrémní hodnoty a je silně závislá na uměleckém hodnocení. Pokud se jejich kreativita úspěšně naplňuje, vůle je tak silná, že zapomínají třeba i jíst a dokážou pracovat do úmoru. Ve chvílích krize může být vůle naopak natolik podlomena, že nejsou schopni ani jednoduchých smysluplných činů“ (Kulka, 2008, s.82, 88).

Uspokojené psychologické potřeby jsou stejně důležité pro osobní pohodu člověka jako biologické potřeby pro jeho zdraví a přežití. Podle Deci a Ryana jsou tři základní psychologické potřeby, které slouží jako hybná síla vnitřní motivace: potřeba autonomie, kompetence a vztahů.

Další diskuse ohledně vnitřní motivace doplnily definici pojmem místo kauzality (locus of causality). Richard de Charms předpokládal, že když člověk vnímá místo kauzality, respektive příčiny svého chování jako externí, operuje s vnější motivací; pokud vnímá místo kauzality jako interní, jeho motivace bude v souladu. Například, když člověk dělá něco jen aby dostal odměnu, pravděpodobně bude vnímat odměnu jako příčinu svého chování a tím pádem jeho vnímané místo kontroly bude externí, zatímco když dělá něco, co ho baví, bude vnímat potěšení jako příčinu a jeho vnímané místo kontroly bude interní. Teorie místa kauzality je přímo spojená s potřebou autonomie – potřebu autonomie lze uspokojit jen pokud vnímané místo kauzality bude interní.

Stručně řečeno, vnitřní motivace zahrnuje věnování se zajímavé a přiměřeně náročné aktivitě, má interní vnímané místo kauzality, je povzbuzena naplňováním základních psychologických potřeb autonomie, kompetence a vztahů a nevyžaduje nutné dosažení výsledku, který je možné oddělit od samotné aktivity (Deci, 2017).

### **2.3.3 Interakce mezi vnitřní a vnější motivací**

Poté, co pojmy vnitřní a vnější motivace byly definovány, badatelé začali přemýšlet nad otázkou, jak by tyto dvě síly mohly vzájemně působit. Mohou se míry vnitřní a vnější motivace spojit dohromady a vytvořit jednolitou motivaci vůči nějaké aktivitě? Jinými slovy, co se stane s vnitřní motivací jedince, když bude dostávat externí stimuly? Jakákoli změna míry vnitřní motivace bude sloužit jako důkaz toho, že obě motivace nejsou aditivní, ale interaktivní, což potvrzuje hodně výzkumů.

Jedním ze způsobů chápání této interakce je sebedeterminační teorie Deci a Ryana (self-determination theory). Tato teorie popisuje vnitřní motivaci jako stále autonomní, ale míra autonomie vnější motivace se může značně měnit. V rámci dané teorie externě motivované chování může nabýt autonomii pomocí procesu internalizace, v jehož průběhu jedinec přijímá vnější hodnoty jako své vlastní. To se stává například s aktivitami, které nejsou pro jedince zajímavé a uspokojující samy o sobě, ale jsou důležité pro dosažení vybraného cíle, a proto se jim člověk věnuje dobrovolně a jeho motivace se mění na vnitřní i bez toho, aby měl potěšení (Deci, 2017).

Další teorie, která se objevuje v kontextu motivace, je teorie nerovnosti (inequity theory). Podle dané teorie se člověk bude snažit vykonávat určitou aktivitu co nejlépe v případě, kdy dostane za ni příliš vysokou odměnu, aby mohl tuto nerovnost kompenzovat a v popsaném případě externí motivátor bude posilovat vnitřní motivaci (Deci, 1972).

Přepokládám, že stejný efekt se může vyskytovat u malířů-samouků, protože mohou mít pocit, že jejich tvorba není dostatečně kvalitní a profesionální, aby byla placena.

### **2.3.4 Negativní a pozitivní vliv externích odměn na tvořivost**

Hodně aktuálních teorií se shoduje na tom, že vnitřní motivace je velmi prospěšná pro kreativitu a je její hlavní hybnou silou (Amabile, 1983; Botella et.al., 2013; Daniel, Johnstone, 2015; Deci, 1972, 2017; Collins, Amabile, 1998;). Tvrzení, že vnější motivace naopak potlačuje kreativní projev, je velmi kontroverzním tématem a je ve středu zájmů mnoha studií.

Za prvé je nutné zmínit, že veškeré externí motivátory lze rozdělit do dvou skupin: materiální a verbální (Deci, 1972, 2017; Collins, Amabile, 1998). Materiální odměna zpravidla znamená peníze nebo jiné potenciálně atraktivní věci; verbální odměna může mít formu pochvaly, uznání nebo kladného hodnocení dosaženého výkonu.

Materiální odměny jsou klasicky považované za škodlivé pro tvůrčí činnost, protože když člověk začíná dostávat peníze za svou práci, může postupně dospět k závěru, že by se možná ani neměl dané činnosti věnovat nebo nemá cenu to dělat dobře, pokud za to nedostane zapláceno. Tím pádem vnímané místo kontroly se posune z vnitřku (potěšení z aktivity) na vnějšek (finanční odměna) a vnitřní motivace jedince bude klesat (Deci, 1972). Popsaný efekt lze vysvětlit tím, že finanční odměna se stává tzv. kontrolním faktorem a vede k omezení přirozeně plynulého tvůrčího procesu, tzn. že umělec bude tvořit v podmínkách, které určí zákazník (třeba termín dodání objednaného díla) a pravděpodobně podle jeho pokynů, aby mohl slíbenou odměnu dostat. To všechno je v rozporu s naplněním potřeby autonomie, a proto některé badatele došli k závěru, že materiální motivátory potlačují vnitřní motivaci a tím pádem i tvořivost.

Existuje ale i opačný názor. Některé studie tvrdí, že externí odměny celkově nejsou bezpodmínečně škodlivé pro vnitřní motivaci a jejich negativním účinkům se lze snadno vyhnout; dokonce v určitých podmínkách externí motivátor může sloužit jako podpora vnitřní motivace. Tak například, pokud jedinec nemá velký zájem o danou aktivitu, nabízení materiální odměny pravděpodobně jeho zájem zesílí. V případě, že jedinec naopak má velký zájem o danou aktivitu, odměna by měla být nabízena s ohledem na následující podmínky: odměna nesmí být předána před vykonáním činností, měla by být spojená s úrovní dosaženého výkonu a verbální odměna je preferovaná více než materiální. Nicméně, autoři daného názoru upozorňují, že kategorie odměny v jejich paradigmatu je příliš heterogenní,

a proto odměna může působit velmi rozdílně v závislosti na různých podmínkách (Cameron, Banko, Pierce, 2001).

Přesto nelze přehlédnout fakt, že peníze jsou důležitým projevem společenského uznání, které je velmi kritické pro každého umělce. Tak například ve výzkumu Botella et al. (2013) umělci prohlašují, že finální tečkou každého samostatného tvůrčího procesu (například malby obrazu) je pocit uspokojení, hrdosti a potěšení, když vytvořené dílo je úspěšně prodáno.

Druhá kategorie externích motivátorů – verbální odměny je také předmětem diskuzí na poli zkoumání kreativity. Nejvíce diskutabilní je hodnocení nebo jen jeho očekávání; studie prokázaly, že v situaci, ve které člověk očekává následující hodnocení své tvorby, jeho kreativita bude nižší než v situaci, kdy žádné hodnocení neočekává. Podobně lidé jsou méně kreativní, když je někdo pozoruje. Ale není tomu tak vždycky, důležitou podmínkou toho, jaký vliv bude mít hodnocení na kreativitu jedince, je úroveň jeho dovedností v daném oboru. Méně kvalifikovaní jedinci obvykle ukazují větší kreativitu, když jsou připraveni na ohodnocení jejich práce; jedinci s vyšší úrovní dovednosti naopak jsou více kreativní, když nenásleduje žádné hodnocení. Je možné, že lidé s nižší úrovní dovedností vnímají ohodnocení svých výsledků jako potenciálně užitečnou informaci o aktuálním stavu jejich kompetence, což pomáhá uspokojit potřebu kompetence (Collins, Amabile, 1998).

Uspokojení potřeby kompetence je klíčovým faktorem, který určuje, jaký vliv bude mít verbální odměna. V případě, že verbální odměna podporuje pocit kompetence jedince, bude posilovat vnitřní motivaci a může dočasně kompenzovat negativní efekt materiální odměny, když oba typy odměn budou přítomné současně (Deci, 1972). Pozitivně ovlivnit vnitřní motivaci může nejen potvrzení a uznání kompetence jedince, ale i zpětná vazba od jiných lidí z oboru, kteří mohou poskytnout důležitou informaci a pomoci zlepšení kompetence.

### **2.3.5 Synergická motivace**

Přestože hodně studií podporuje názor, že vnější motivátory vedou ke snížení kreativity, postupně nabývá síly i jiný pohled, který navrhuje, že externí motivace nemusí být škodlivá pro kreativitu, pokud jsou splněné určité podmínky. Tak například Amabile (1983) identifikovala dva typy externích motivátorů: synergické externí motivátory, které poskytují jedinci informaci nebo pomáhají dosáhnout lepších výsledků v aktivitě, která je pro něj zajímavá a tím pádem podporují už existující vnitřní motivaci; a nesynergické externí



motivátory, které nutí jedince k tomu, aby se cítil pod kontrolou, což je v rozporu s jeho vnitřními motivy.

Existují dva způsoby, jak synergické externí motivátory mohou pozitivně ovlivnit tvořivost: 1) vnější motivace ve službě vnitřní – vnější odměny podporují pocit kompetence jedince nebo zvyšují nadšení pro určitou aktivitu; 2) vnější a vnitřní motivace hrají své role v různých etapách tvůrčího procesu.

Produktivní interakci mezi oběma typy motivace lze popsat pomocí principu vnitřní motivace (intrinsic motivation principle): vnitřní motivace podporuje kreativitu, vnější motivace je pro ni škodlivá, ale vnější motivátor, který poskytuje informace nebo umožňuje věnovat se dané činnosti, také může podporovat kreativitu, zejména pokud jedinec má vysokou výchozí úroveň vnitřní motivace (Collins, Amabile, 1998).

Předpokládám, že daný princip může být aplikován na malíře-samouky a jimi získané vnější odměny. Například honorář za zakázku nebo jiné formy finanční odměny mohou sloužit jako synergický vnější motivátor, protože nabízí umělcům možnost opustit své předchozí povolání a věnovat se umělecké činnosti naplno, protože se jí dokážou uživit. Kromě toho umělci-samoukové obvykle nedostávají dostatečné množství hodnocení svých výtvorů (kvůli absenci vzdělání), a proto finanční ohodnocení může sloužit jako substitut zpětné vazby od zkušených profesionálů z oboru. Podle mého názoru u dané skupiny umělců lze předpokládat vyšší úroveň vnitřní motivace než u „klasických“ umělců, protože získávání uměleckých dovedností je dlouhý a náročný proces sám o sobě, který je kromě toho komplikován nepřítomností mentora a systematického návodu a jenom velmi motivovaný jedinec tuto cestu zvládne. Tím pádem je velmi pravděpodobné, že v případě umělců-samouků vnější motivátory mohou být zároveň synergické a sloužit spíše pro podporu kreativity než mít škodlivý účinek.

## 3 Praktická část

### 3.1 Úvod

V současné době, s rozvojem internetu a s tím spojené dostupnosti vzdělávacích materiálů různých druhů, se spousta lidí vrací ke koníčkům, které měli jako děti všichni – ke kreslení. Svým způsobem to ovlivňují sociální sítě, které na jedné straně slouží jako platforma pro sdělení vlastní tvorby, na začátku přátelům a známým a pak širšímu okruhu sledujících, a na druhé straně uživatelé sociálních sítí neustále podněcují jeden druhého, aby také vyzkoušeli něco vytvořit a ukázat.

Dalším důležitým faktorem je to, že v uměleckých a kreativních odvětvích zpravidla není vyžadováno příslušné formální vzdělání, jak tomu je například v lékařství nebo inženýrství. Mnohem větší váhu má portfolio a dovednosti člověka, a proto do umělecké sféry neustále vstupuje velké množství výtvarníků-samouků, kteří se stali viditelnými právě kvůli sociálním sítím nebo tematickým webům a fóřům. Sociální sítě částečně kompenzují hlavní výhodu, kterou nese s sebou klasické umělecké vzdělání – síť kontaktů, které mladý umělec získává během studia a s jejichž pomocí pak buduje vlastní kariéru. Internet otevřel tuto možnost pro každého, a to přispělo ke vzniku nové vlny umělců-samouků, které lze potkat v nejrůznějších kreativních oblastech: od klasického umění v galeriích, přes ilustraci a komiksy až do herního vývoje. Mají nejrůznější zázemí a většinou neodpovídají klasické představě o umělci-samoukovi, který je mentálně postižený nebo pochází z nižších sociálních vrstev a zkrátka ani neměl přístup ke klasickému vzdělání. Skupina výtvarníků-samouků, která je ve středu mého zájmu, nepatří do žádné z uvedených kategorií. Cílem mé práce je zmapovat jaké motivátory je vedly k tomu, aby změnili svůj život a pustili se do tvorby, kam je to přivedlo a jak vnímají sami sebe. Pokusím se analyzovat vliv vnitřní a vnější motivace na vývoj jejich tvorby a sebeidentifikaci a spojit to s jejich profesní dráhou.

### 3.2 Výzkumné otázky

V rámci svého výzkumu chci nalézt odpovědi na následující otázky:

- Jak se člověk dostal k tvorbě? Co ho k tomu motivovalo?
- Jak vnímá svou kreativitu a tvůrčí činnost, resp. jestli považuje sám sebe za umělce?
- Jaké vnější faktory posilují jeho sebevědomí a sebeidentifikaci?
- Jak se změnil vztah výtvarníka k vlastní tvorbě, když za ni začal dostávat peníze?
- Jakou roli hrají externí motivátory (především peníze) v jeho životě?

### 3.3 Výzkumná strategie a technika sběru dat

Můj výzkum je zaměřený především na vnímání vlastní tvorby a hodnocení vlivu vnější motivace z perspektivy výtvarníka. Proto jsem jako metodu výzkumu zvolila kvalitativní přístup, který mi umožnil rozpracovat každý případ zvlášť, protože se domnívám, že jakákoli unifikace při zkoumání individuálního prožívání není možná. Kvalitativní přístup dovoluje nahlédnout do vnitřního světa jedince a prozkoumat jeho pocity, prožitky a zkušenosti. Kromě toho jsem počítala i s omezeným počtem respondentů, protože pro svůj výzkum jsem potřebovala velmi specifický vzorek.

Jako konkrétní techniku sběru dat pro získání informace od respondentů jsem použila polostrukturované rozhovory s elementy narativního interview. Před rozhovory s respondenty jsem si předpřipravila otázky, ale většinu z nich nebylo nutné pokládat přímo, protože sami respondenti s postupem rozhovoru docházeli k těm či jiným výzkumným tématům a já jsem se spíše dotazovala jen na detaily nebo nejasnosti, abych se přesvědčila, že správně rozumím jejich odpovědím a mohu je pak lehce nasměrovat k jinému tématu, které chci probrat. Docílila jsem tak toho, že rozhovory proběhly přirozeně a dozvěděla jsem všechno, co jsem ke svému výzkumu potřebovala.

Bylo pro mě velmi důležité dostat co nejpřesnější obraz toho, jak daný respondent vnímá svou tvorbu a s tím spojené věci, a proto jsem se snažila minimalizovat svůj možný vliv na kvalitu rozhovoru. Protože sama se zabývám vizuální tvorbou, byla jsem opatrná, abych nepromítala své vlastní zkušenosti a postoje do příběhu respondentů. Jsem si vědoma toho, že moje přítomnost stejně mohla ovlivnit introspekci respondenta, a to nejenom mou zkušeností, ale třeba i věkem, pohlavím, národností nebo komunikační schopností. Přesto se domnívám, že mi moje zkušenosti naopak pomohly lépe pochopit pocity a motivace respondentů a navázat s nimi kontakt.

Se všemi respondenty jsem se setkala osobně v Praze, v kavárnách nebo restauracích. Místo setkání zpravidla volil/a respondent/ka. Šest rozhovorů jsem provedla v českém jazyce, dva v ruském jazyce a jeden rozhovor v angličtině. V případě, že respondent/ka umí více jazyků, nechala jsem ho/ji vybrat preferovaný jazyk, ve kterém by chtěl/a mít rozhovor a všichni respondenti zvolili rozhovor ve svém mateřském jazyce. Rozhovory jsem se svolením respondentů zaznamenala na diktafon, který mi následně umožnil jejich přepis. Pokud rozhovor proběhl v jiném jazyce než v češtině, potřebné části jsem přeložila.

### **3.4 Charakteristika a význam otázek rozhovoru**

Na základě prostudované literatury a částečně osobní zkušenosti jsem vytvořila soubor tematických okruhů, ze kterých jsem vycházela při tvorbě otázek rozhovoru. Pořadí otázek je spíše orientační, protože jsem nechala respondenty většinou svobodně mluvit a nezáleželo mi na tom, ke kterému tématu se dostaneme dřív.

Otázky se zaměřují na to, jak výtvarníci-samoukové vnímají svou životní a tvůrčí cestu, jaké jsou jejich motivace a co je podporuje. Otázky jsou otevřené a umožňují podrobný popis výše uvedených jevů a nechávají prostor pro další věci, které k tomu chce respondent dodat.

#### **Jak jste začal/a tvořit a jaká je vaše tvorba?**

Tuto otázku jsem pokládala na začátku každého rozhovoru, protože měla donutit respondenty k zamyšlení nad tím, jakou roli hrála a hraje tvorba v jejich životě a kdy nastal přelom, po kterém tvorba získala dominantní pozici. Dodatečně jsem se ptala na to, co dělali před tím, pokud to respondenti nezmiňovali sami (co studoval, jakou měl práci, případně jak se přestěhoval do ČR atd.).

#### **Jak reagovala vaše rodina na vaši tvorbu a na to, že jste se tím začal vážně zabývat?**

Podle mého názoru rodinná podpora nebo její absence je velmi důležitá pro formování identity a sebevědomí každého člověka. Při výběru takového nejistého povolání jako je umělecké, reakce rodiny, jak rodičů, tak i partnera/partnerky může být velmi různorodá a mě zajímalo, jak to mají respondenti a jak by ocenili vliv rodinné reakce na svůj život. Záměrně jsem nedefinovala pojem „rodina“ a nechala jsem to respondenty interpretovat po svém.

#### **Jaká byla vaše motivace tvořit?**

To je otázka, kterou jsem měla připravenou, ale skoro nikdy nebylo potřeba ji vyslovit, protože respondenti to většinou říkali sami, když vyprávěli o své tvůrčí dráze.

#### **Jak byste popsal umělce?**

U této otázky bylo mým cílem zjistit, jak respondenti chápou pojem „umělec“ a jaký tomu dávají smysl.

#### **Považujete sám sebe za umělce?**

Tato otázka byla zaměřena přímo na sebeidentifikaci a sebereflexi respondentů. V případě potřeby jsem se doptávala na to, na základě čeho se respondent/ka (ne)považuje za umělce.

### **Máte za sebou účast na výstavách nebo v jiných neplacených nebo málo placených projektech?**

U této otázky jsem chtěla zjistit, jaký vliv na sebevědomí a sebeidentifikaci respondentů má společenské uznání a další externí nefinanční odměny. Ptala jsem se na to, jakou to má pro dotyčného prioritu a podněcovala ho/ji, aby to porovnal s významem, který pro ně má finanční odměna. Také jsem se ptala na to, jestli respondenti mají vizi vlastního projektu.

### **Jak byste ocenil své zapojení do umělecké komunity?**

Otázka, která slouží k ohodnocení role komunity v životě respondentů a případného vlivu na jejich sebeidentifikaci.

### **Jak se změnil váš vztah k vlastní tvorbě, když jste za ni začal dostávat peníze?**

Otázka navádějící k zamýšlení nad tím, jestli došlo k vnitřnímu posunu ve vnímání vlastní tvorby, když se z toho postupně začala stávat práce.

### **Rozdělujete soukromou a vlastní tvorbu? Která je pro vás cennější?**

Další otázka je zaměřená na vnímání vlastní tvorby a zjištění priorit respondentů. Případně jsem se doptávala na to, jestli vůbec mají čas na vlastní tvorbu a pokud ne, jaké z toho mají pocity.

### **Jakou roli hraje příjem z malování ve vašem životě? Plánoval jste vydělávat svou tvorbou od začátku, nebo se to stalo náhodou?**

Cílem otázky je zjistit, jak velkou část příjmů respondentů tvoří příjem z tvorby: jestli je to práce na plný úvazek nebo vedlejší přivýdělek. Dodatečně jsem se doptávala na to, jak respondenti dostali své první zakázky a jak k tomu došlo.

### **Jak si představujete svou ideální budoucí kariéru?**

Otázka, která měla podněcovat respondenty k přemýšlení o svých přáních a tím zmapovat jejich motivaci. Pokládala jsem k ní další otázku: „Co byste dělal, kdybyste nemusel pracovat?“ a ptala jsem se na jejich názor ohledně mecenášství.

### 3.5 Výběr a popis vzorku

Cílovou skupinou tohoto výzkumu byly výtvarníci-samoukové, kteří vydělávají svou tvorbou, proto jsem při výběru vzorku použila metodu účelového hledání vzorků, konkrétně účelového náhodného výběru (purposeful random sample). Tuto metodu jsem zvolila, protože potenciální vzorek je příliš velký a heterogenní, a náhodný výběr umožňuje zvýšení důvěryhodnosti výzkumu a poskytuje širší pohled na konkrétní skupinu (Patton, 2014). Záměrně používám v kontextu vzorku pojem výtvarník, protože si myslím, že popisuje celou kategorii vizuálních tvůrců, bez ohledu na konkrétní druh jejich tvorby a není tak náročný jako pojem umělec. Kvůli tomu, že se zajímám o kreslení a další vizuální tvorbu, sleduji profily výtvarníků na sociálních sítích a jsem členkou několika skupin kreslířů a ilustrátorů na Facebooku. Dvě respondentky jsem oslovila osobně prostřednictvím Instagramu, protože jsem je už nějakou dobu sledovala a věděla, že plní požadovaná kritéria a obě ochotně do výzkumu vstoupily. Dalším krokem bylo přidání příspěvku s popisem výzkumu do vhodných skupin na Facebooku. Celkem se ozvalo 20 lidí, ale kvůli časovým, prostorovým a jiným potížím se rozhodlo se mnou spolupracovat devět z nich.

Výzkumů se zúčastnilo devět respondentů, s nichž pět jsou muži a čtyři ženy. Všichni respondenti momentálně bydlí v Praze nebo v blízkém okolí. Mají různá povolání spojená s kreslením a vizuální tvorbou: jsou to kreslíři, ilustrátoři, tvůrci komiksů a grafičtí designéři a ani portfoliová kariéra není vzácností. Sedm respondentů pracuje na volné noze, jedna paní je na mateřské dovolené a jeden pán je zaměstnaný jako grafický designér. Mám heterogenní vzorek i z hlediska národností: šest respondentů pochází z České republiky, jedna respondentka pochází z Ruska, jedna respondentka pochází z Ukrajiny a jeden respondent z Velké Británie. Nežjišťovala jsem rodinný stav respondentů, protože nepovažuji tento faktor za rozhodující v rámci mé práce, samozřejmě, pokud to respondent neuváděl sám. Pod délkou umělecké praxe se rozumí buď to, jak dlouho se respondent zabývá tvorbou profesionálně (vydělává tím) nebo jak dlouho se tomu vážně věnuje. Je problematické standardizovat dané kritérium právě proto, že každý z respondentů na to přišel v jiných podmínkách a jinak vnímá začátek své tvůrčí cesty, proto někteří respondenti berou za počáteční bod první zaplacenou zakázku, když jiní to popisují jako moment, kdy poprvé v dospělém věku objevili svou touhu tvořit.

Následující tabulka obsahuje přehled respondentů, jejich jméno, věk, délku umělecké praxe, národnost a povolání.

### 3.5.1 Tabulka č. 1 – Popis výzkumného vzorku

Jméno	Věk	Délka umělecké praxe	Národnost	Povolání
John	48	5 let	Brit	Kreslíř, sound designér
Barbora	24	10 let	Češka	Kreslířka, šije zvířecí kostýmy
Vojtěch	40	13 let	Čech	Ilustrátor, designér
Olena	26	8 let	Ukrajinka	Botanická ilustrátorka, studentka
Filip	29	6 let	Čech	Ilustrátor, scenárista, grafik
Adéla	34	5 let	Češka	Ilustrátorka, kreslířka, je na MD
Ondřej	33	12 let	Čech	Ilustrátor, komiksový kreslíř, podnikatel
Daria	29	5 let	Ruska	Ilustrátorka, bloggerka, lektorka na VŠ
Jakub	34	5 let	Čech	Ilustrátor, kreslíř, grafik

## 3.6 Etika výzkumu a vedení rozhovoru

Respondenty jsem oslovila prostřednictvím soukromých zpráv na Facebooku a Instagramu. Již při prvním kontaktu jsem je informovala o obsahu a cíli mé bakalářské práce a krátce popsala, jak bude probíhat rozhovor včetně jeho časové náročnosti.

Oslovení výtvarníci na záměr mé práce obecně reagovali velmi kladně a ohodnotili téma jako velmi zajímavé. Osobně jsem oslovila 14 lidí, ale pět z nich nebylo ochotno se výzkumu zúčastnit a konečný počet respondentů tím pádem byl devět osob.

Na začátku každého rozhovoru jsem znovu respondentu seznámila s tématem mé bakalářské práce a průběhem rozhovoru. Následně jsem popsala tematické okruhy, které budou v rámci rozhovoru probrány. Dále jsem respondentu informovala o příčinách, proč chci provést daný výzkum a hovořila o svých zkušenostech s tvorbou. Myslím, že se mi tak povedlo vytvořit příjemnou, uvolněnou a přátelskou atmosféru mezi mnou a respondentem. Usuzuji tak i podle toho, že někteří respondenti po ukončení výzkumného rozhovoru měli zájem dozvědět se něco víc o mé tvorbě nebo osobní motivaci. Čtyři respondenti projevíli velký zájem o výsledky mého výzkumu a požádali o to, abych jim pak poslala k přečtení hotovou práci.

Každý rozhovor jsem začínala otázkou na to, jak respondent/ka začal/a tvořit a nechala ho/jí o tom volně vyprávět. Ve většině případů odpověď na danou otázku zahrnovala v sobě odpovědi na další předpřipravené otázky, které se týkaly motivace nebo zázemí respondentů. Pokud se však odklonili od tématu, nepřerušovala jsem je, jen jsem posléze pokládala doplňující otázku, která je měla nasměrovat požadovaným směrem.

Ke všem respondentům jsem se snažila přistupovat otevřeně a přátelsky a netlačit na ně v případě možných citlivějších otázek. Většina respondentů po rozhovoru vyjadřovala nadšení z toho, že měli v průběhu rozhovoru možnost retrospektivně zanalyzovat vlastní minulost a částečně se podívat na sebe očima jiného člověka.

Místa rozhovoru zpravidla vybírali respondenti, v případě, že s tím měli potíže, nabízela jsem vhodné místo, které znám v respondentem zvolené lokalitě. Většinou to byly klidné kavárny nebo restaurace.

Všechny respondenty jsem požádala o svolení k pořízení zvukového záznamu rozhovorů a nabídla jim k podepsání informovaný souhlas s vysvětlením toho, jak se zápisy rozhovorů budu nakládat. Každému respondentovi jsem nabídla kopii souhlasu, ale tuto možnost využil jenom jeden z respondentů. Zároveň jsem nabídla možnost předložení transkripce ke schválení, avšak ani jeden z respondentů tuto možnost nevyužil. Všechna jména respondentů jsou změněná z důvodu ochrany soukromí.

### **3.7 Zpracování a interpretace získaných dat**

Provedené nahrané rozhovory jsem následně zpracovala pomocí transkripce. Pro svůj výzkum jsem využila metodu selektivního přepisování rozhovoru, který mi umožnil zbavit text opakujících se informací nebo informací, které nebyly použitelné pro účely výzkumu. Přednost pro mě měl popis obsahu odpovědí než jejich přesný přepis.



Transkripci jsem následně podrobila obsahové analýze, což mi umožnilo data utřídit. Následně jsem rozdělila data do několika kategorií, která odpovídala výzkumným otázkám. Výsledná analýza dat je nabízena v následujících podkapitolách.

### 3.7.1 Začátek tvůrčí cesty a primární motivace

První klíčové informace, které jsem se chtěla dozvědět od respondentů, byly samozřejmě životní okolnosti, které je vedly k objevení svého tvůrčího potenciálu a jak definují moment začátku své umělecké dráhy.

Odpovědi respondentů lze rozdělit do dvou typů. Pět respondentů na moji otázku „Jak dlouho kreslíte“ odpovědělo, že kreslí celý život, ale profesionálně to začali dělat před několika lety. Tak popisuje začátek své cesty Vojtěch *„Já sem kreslil od mala, už v mateřské školce a na ZŠ. Učitelé a vychovatelé tam nacházeli věci, které nebyly úplně běžné třeba perspektivu a z jejich pohledu to bylo hodnoceno jako nějaký talent, který je třeba rozvíjet, ale v rodině to bylo považováno za zábavu a žádným způsobem to neposouvali dál.“* Vojtěch a dva další respondenti vyprávěli také o období puberty a rané adolescence, respektive období, kdy chodili na střední školy, a během kterého dočasně ztratili zájem o kreslení nebo to bylo vytěsнено jinými koníčky. Nicméně každý z pěti respondentů chápal kreslení jako věc, která jej doprovázela celý život, a měnila se jen její priorita v různých životních obdobích. Jinak na tom jsou ostatní čtyři respondenti. Také zmiňovali svou dětskou tvorbu, ale na rozdíl od první skupiny to nebrali vážně. Jak to popsala Daria: *„Něco jsem kreslila v dětství, dokonce jsem chodila do výtvarného kroužku, ale nebylo to nic seriózního.“* Ostatní odpovědi byly velmi podobné anebo respondent vůbec nezmiňoval svou dětskou tvorbu a začínal vyprávět rovnou od momentu, kdy začal malovat nebo kreslit.

Všichni respondenti se přiznali, že většinu svého života ani nepřemýšleli o tom, že by mohli udělat ze své tvorby práci anebo jít na uměleckou školu. Šest respondentů se odkázalo na rodinné zázemí, kde umění nebylo vnímáno jako možnost budoucího uplatnění. Zajímavé je, že velmi podobným způsobem svou rodinnou situaci popisovali respondenti různých národností (ČR, Rusko a Ukrajina) a v různém věku (26 až 40 let). Jak to vyjádřil Filip: *„Já jsem se narodil v roce devadesát [...] a moji rodiče vlastně vyrůstali v tom, že ty potřebuješ nějakou práci. Ty se učíš nějaké řemeslo, abys pak získal práci. Není to tak, že by vlastně lidé dělali to, co je úplně baví, ale prostě mají představu toho, že v šest ráno vstanou, od osmi jsou v práci někdy do půl třetí, pak přijdou a teprve žijí svůj život, ale mají nějakou práci, co jim posílá ty peníze.“* To všechno vedlo k tomu, že pro zmíněné respondenty bylo velkým překvapením jednou potkat lidi, kteří se živilo tvorbou a neodpovídali stereotypům

o chudém umělci, což posloužilo jako první podnět k tomu, aby se poprvé vážně zamýšleli nad možností vydělávání svou tvorbou. Někteří respondenti také uváděli oddělení od rodičů a začátek samostatného života jako jeden z klíčových faktorů, který jim umožnil věnovat se tvorbě. Jak to popisuje Olena: „*Když jsem přijela do Čech, osvobodila jsem se od vlivu mé rodiny a měla jsem v blízkosti jenom manžela, který mě stoprocentně podporoval.*“ Zajímavé je, že když jsem pokládala otázku o rodinné podpoře, tři ze čtyř žen zmiňovaly mimo rodiče také svého aktuálního partnera, přičemž jenom jeden z pěti mužů zmiňoval svou partnerku, ostatní chápali otázku jen v kontextu původní rodiny. Jenom tři z devíti respondentů zmínili velkou emocionální podporu ze strany rodičů, ostatní jí hodnotili jako spíše ambivalentní nebo popisovaly přechod od lhostejnosti na začátku k postupnému vývoji zájmu. Pozitivní posun, podle respondentů, těsně souvisel s jejich tvůrčími úspěchy, prvními zakázkami nebo výstavami.

V kontextu motivace považuji za velmi důležitý faktor to, že na rozdíl od většiny klasicky vystudovaných umělců, všichni respondenti pracovali/studovali v úplně jiných oborech než umění a v nějakých okamžicích svého života tvorbu zanedbávali a později se k tomu vraceli. Šest respondentů řeklo, že příčinou, proč se rozhodli vrátit se tvorbě a zkusit tomu věnovat víc času a energie, bylo období jakési životní krize. „*Mě prostě práce nikdy nenaplňovala*“, „*to kreslení mi dává smysl*“, „*bylo mi 24 a nevěděla jsem, co vlastně chci dělat se svým životem*“, „*opustila jsem vejšku a řekla jsem rodičům, že to zkusím jeden rok dělat full-time*“, „*pochopil jsem, že už nemůžu tu práci dělat*“, „*ztratil jsem práci a přestěhoval jsem se do Prahy*“. Nespokojenost s aktuální životní situací se částečně objevovala i v příbězích jiných respondentů, akorát nebyla tak intenzivní, jak to popisují respondenti výše. Tak například Ondřej neviděl potenciál v práci učitele, i když vystudoval VŠ, a proto se rozhodl jít jiným směrem. Podobnou situaci zažívá Olena, akorát její studium ještě není u konce, ale je přesvědčena, že v oboru pravděpodobně pracovat nebude. Trochu jinak to má Adéla: „*Já jsem začala nejdřív na Fleru, úplně mimo kreslení různé věnce, háčkované věci. Pak jsem přišla na šperky a někdo mi řekl, že by bylo fajn, kdybych mohla pro ně i něco nakreslit [...]* Pracovala jsem jako asistentka, recepční, teď jsem na mateřské. Prostě mě to bavilo, dělala jsem to jenom jako koníček.“ Důležitým okamžikem pro Adélu byl právě odchod na mateřskou dovolenu, kterou chápe jako příležitost konečně investovat víc času a sil do své tvorby.

Kromě toho všichni respondenti charakterizovali kreslení a malbu jako něco, co „*vždycky mě to hrozně bavilo*“, „*já to prostě musím dělat, to nějak definuje mě*“, „*nemůžu to vysvětlit, ale je to prostě moje věc*“, což indikuje velkou míru vnitřní motivace. Toto ale

nevyklučuje přítomnost vnějších motivátorů obou druhů už na začátku cesty. Tak například Daria, Ondřej a Adéla ze začátku vnímali svou tvorbu jako potenciální zdroj budoucích příjmů, který je zároveň může bavit, a John, Barbora a Vojtěch označili za velmi důležitý faktor přítomnost publika nebo komunity, se kterou by mohli své práce sdílet. Jak dodává Jakub: „*Samozřejmě na začátku přání tím vydělávat tam někde hluboko bylo, ale nepovažoval jsem sebe za dost dobrého.*“ Ostatní dva respondenti neoznačili vnější motivátory jako významné pro začátek jejich umělecké dráhy.

### 3.7.2 Vnímání vlastní tvorby a sebeidentifikace

V dané části rozhovoru jsem se snažila zjistit pohled respondentů na svou vlastní tvorbu. V teoretické části mé práce jsem uvedla několik studií, které se zabývaly problémem sebeidentifikace u vystudovaných malířů a téměř úplně zanedbávaly samouky, u kterých daný problém může být ještě výraznější kvůli jinému předchozímu vzdělání nebo povolání. Zajímalo mě, jak dotyční chápou pojem *umělec* a do jaké míry jejich pojetí umělce koreluje s pojetím sebe, respektive jestli považují sami sebe za umělce.

Protože jsem provedla rozhovory v různých jazycích, považuji za nutné říct několik slov o jazykových rozdílech. Nejproblematictější v tom je angličtina, protože slovo *artist* v praxi znamená každého člověka, který se věnuje jakékoli tvorbě a není to chápáno jako titul, který si člověk musí zasloužit. Tento pohled částečně ovlivňuje i jiné než anglické země, kvůli rozšířenosti angličtiny jako světového jazyka. Nicméně, v češtině a ruštině existuje rozdíl mezi slovy *umělec* a *kreslíř* nebo *ilustrátor*. Z toho vyplývá podvědomé přesvědčení, že ne každý, kdo kreslí, je skutečně umělec a je třeba udělat něco zvláštního a výjimečného, aby daný kreslíř nebo malíř mohl o sobě říct, že je umělec.

Na otázku „Jak byste popsal umělce?“ jsem dostala překvapivě shodné odpovědi od všech respondentů. Podle ně umělec je: „*někdo, kdo tvoří bez ohledu na vzdělání, na svůj sociální status, na názor okolí, ale tvoří čistě proto, že má v sobě něco, co potřebuje dostat ven z jakéhokoli důvodu*“ a „*hledá nějaké vnitřní svobodné vyjádření sama sebe*“. Umělec „*je ten, kdo má hodně velkou fantazii a kdo ji umí nějakým způsobem zhmotnit*“ a „*ukazuje jiným lidem to, jak on vidí svět*“. Kromě toho „*mě se líbí představa, že to může být kdokoliv, nemusí to [vlastní díla] prodávat a nemusí to mít nějakou hodnotu, musí to být upřímné*“, což shrnuje ještě jednu věc, kterou sdíleli všichni respondenti – absence víry ve vrozené nadání. Přesněji řečeno, někteří respondenti uznávali možnost výskytu vhodných přirozených schopností, například lepšího barvocitu nebo prostorového myšlení, ale

považovali praxi za mnohem důležitější a rozhodně odmítali názor, že člověk, který nemá umělecké nadání, se nikdy nenaučí kreslit.

Rozmanitější odpovědi jsem dostala na otázku „Považujete sám sebe za umělce?“ Ještě předtím v odpovědích popisujících umělce se objevila dualita umělec-řemeslník, kde řemeslník byl popsán jako někdo, kdo „*využívá to výtvarné řemeslo k tomu, aby řešil nějaké problémy zákazníků*“ a „*jeho umělecké vyjádření by tam mělo být do té míry, pokud se to zdá klientovi*“. Pouze Vojtěch označil sebe za řemeslníka a zdůvodnil to tak: „*Já se strašně bráním tomu, když mi někdo říká, že jsem umělec. Vždycky říkám, že ne, že já jsem spíše něco jako zedník, prostě řemeslník [...] Umělec je víc uvolněný v mysli a pracuje čistě tak, jak to flow z ní jde. Já pracuju přesně opačně, všechno plánuju předem, nejsem spontánní.*“ Další respondent, John, se neoznačil ani jako umělec, ani jako řemeslník, „*neoznačuji sám sebe za umělce, protože to nedělám na plný úvazek. Popravdě, myslím, že když jednou budu se svou tvorbou žít a věnovat tomu víc času než teď, věci se mohou změnit*“. Daria a Ondřej tvoří další kategorii respondentů, kteří na přímou otázku řekli, že považují sami sebe za umělce, ale není to ještě pevně ukotvený názor. Zajímavé je, že oba respondenti se v průběhu rozhovoru označili jako víc podnikatelsky zaměřeni a myslí si, že „*asi je nesmysl, kdybych řekl, že nejsem umělec. Mám vlastní tvorbu, je umělecká nějakým způsobem. Takže jsem, ale neprofiluju se tak a ani nehledám aktivity, jaké mají běžní umělci, zaměřuju se na užitou tvorbu*“. Daria podobným způsobem odmítá tvořit „*umění jen pro umění*“.

Větší jistotu v tom mělo ostatních pět respondentů, přičemž Olena a Adéla spojují posílení své sebeidentifikace jako umělkyně právě s tím, že aktuálně mají víc času na tvorbu a mohou to považovat za prioritní činnost. „*Dřív jsem říkala, že jsem studentka, ale teď říkám, že jsem botanická ilustrátorka. Studium už nebere tolik mého času a malování se konečně dostalo dopředu,*“ vyprávěla Olena. Barbora, Filip a Jakub nedefinovali žádný konkrétní bod, ve kterém došlo k upevnění jejich sebevědomí. Jak popisuje sebe Jakub: „*Já sem asi víc umělec, jsem dost svéhlavý a nedělám změny a kvůli tomu odmítám i některé zakázky [...] V zakázkách vždycky hledám, co stojí za tím a jak to můžu vyjádřit,*“ což je docela v souladu s výše uvedeným kolektivním pojmem umělce. Ostatní respondenti z dané skupiny také zdůrazňovali potřebu sebevyjádření, cennost osobního stylu a menší ochotu adaptovat se potřebám zákazníka.

Zajímalo mě, jestli se objeví korelace mezi rodinnou podporou a pozdější sebeidentifikací respondenta. Víc umělecky zaměřeni respondenti zmiňovali větší rodinnou podporu, respektive považovali své rodiny za „*velice liberální*“ a „*nikdy mě nebránili v tom,*

*co chci dělat*“. Avšak je těžko říct, jestli mezi těmi dvěma jevy existuje přímá korelace, ale předpokládám, že nelze vliv rodinné podpory v kontextu sebeidentifikace úplně vynechávat.

### 3.7.3 Verbální odměny a jejich vliv na tvorbu, sebevědomí a sebeidentifikaci

V dané kapitole jsem se zaměřila na různé externí motivátory, které respondenti označili jako důležité a prospěšné pro svou tvorbu. Jak jsem uvedla v teoretické části, vnější motivátory lze rozdělit do dvou typů: materiální a verbální. Do verbální skupiny jsem kromě pochvaly a pozitivního hodnocení zařadila také účast na výstavách (v některých případech může patřit i do první skupiny, například když na výstavě lze zakoupit vybraná díla) a jiných neplacených projektech, jejichž jediným možným ziskem je potenciální publicita.

Za prvé jsem se respondentů ptala na to, jestli se někdy zúčastnili výstav jakéhokoli rozsahu. Myslím, že účast na výstavách je jednou z věcí, která je považována za „klasickou“ uměleckou aktivitu a případně by mohla mít velký vliv na sebeidentifikaci samouka. Dva respondenti neměli za sebou žádné výstavy. Čtyři respondenti mají za sebou jak personální, tak i společné výstavy, ale nepopisovali to jako něco významného pro ně a ani nevykázali velkou touhu, například mít další personální výstavu v budoucnu. Pouze dvě respondentky, které mají za sebou účast na výstavách, by se jich chtěly zúčastnit i nadále, a dokonce právě teď se na ni připravují. Adéla má za sebou personální výstavu v jedné kavárně v centru Prahy a popisuje to jako „*fantastický pocit*“ a jediná věc, která jí na tom vadila, bylo předem určené téma, kterému se musela přizpůsobit. Proto by chtěla někdy v budoucnu mít „*osobní výstavu, kde budu mít možnost malovat, co já chci*“. Stejně naladěna je Olena, která má za sebou dvě výstavy organizované spolkem botanických ilustrátorů na Ukrajině. Jejím dalším cílem je dostat se na výstavu, kterou pořádá American Society of Botanical Artists a obecně říká, že „*momentálně jsem víc orientována na účast na výstavách než na komerční zakázky*“ a doplňuje, že „*kdybych se dostala na výstavu ASBA, bylo by to pro mě velkým důkazem, že na to mám a jsem dost dobrá*“.

Nezájem o výstavy však v žádném případě neznamená absenci zájmu o společenské uznání. Pouze jeden respondent výslovně řekl, že nemá žádnou velkou touhu po slávě a klidně by tvořil o samotě někde na venkově. Ostatní respondenti zmiňovali buď, jak jsem uvedla výše, účast na výstavách nebo účast v jiných neplacených, ale pro ně zajímavých projektech a případně osobní projekty sloužící k rozvoji publicity (např. blogy). Zajímavé je, že do seznamu potenciálně zajímavých aktivit nepatřily soutěže, i když někteří respondenti měli podobné zkušenosti.

Tak například John, Daria a Ondřej aktivně vedou vlastní projekty zaměřené na vzdělávání, respektive sdílení vlastních zkušeností. V případě Johna to je organizace schůzek pro lidi, kteří mají zájem o kresbu ve venkovním prostředí, ale nejsou zkušení kreslíři a potřebují výtvarné potřeby a asistenci, kterou John rád poskytne. Nedělá to zdarma, ale sám říká, že *„práce se studenty mě motivuje mnohem víc než peníze“*. Daria a Ondřej se soustředí na jiná témata a sdílejí své zkušenosti ohledně podnikání v kreativní sféře prostřednictvím videí a podcastů. Jak se k tomu vyjadřuje Ondřej: *„Je to kombinace toho, co mě baví, a toho, že jsem díky tomu známý v komunitě, mám dobrou zpětnou vazbu. Na nějakém eventu lidé prostě přijdou a řeknou, že poslouchají můj podcast a mám z toho super pocit. Bez toho by to také nešlo, nebyla by tam ta motivace dělat to dál.“* Občasné lektorování a pořádání workshopu zmiňovali také Vojtěch a Filip. Také je nutné zmínit, že každý z respondentů aktivně přidává svou tvorbu na sociální sítě, především Instagram, Facebook a YouTube, a kvůli tomu má určitý počet sledujících, což respondenti posoudili jako celkově pozitivní faktor, ale rozhodně ne určující (nedělají to jenom kvůli co nejvyššímu počtu srdíček).

Jak jsem už uvedla v teoretické části, velkou roli v procesu sebeidentifikace umělce hraje umělecká komunita. V dnešní době pro pochopení úplného obrazu je nutně brát v potaz to, že uměleckou komunitou se rozumí nejenom lokální komunita (v kontextu mé práce mluvím o pražské komunitě), ale také komunita internetová. Jako příklad internetové komunity může sloužit skupina na Facebooku nebo specifický web (např. DeviantArt). Považuji toto rozdělení za důležité v rámci mé práce, protože ve svých odpovědích respondenti odkázali na oba typy komunit.

Pět respondentů posoudilo své vazby s lokální pražskou komunitou jako velmi slabé nebo žádné, z nichž dva respondenti argumentovali tím, že nebydlí v Praze tak dlouho a neumí tak dobře česky, aby mohli efektivně komunikovat s jinými lokálními umělci. Ostatní tři respondenti řekli, že o to ani nemají velký zájem a naplňují svou socializační a komunikační potřebu v jiných místech. Čtyři respondenti posoudili svou spojitost s pražskou komunitou jako relativně dobrou.

Myslím, že v kontextu mé práce je vhodné doplnit klasifikaci komunit jedním specifickým případem – skupinou Urban Sketchers Prague, ke které patří dva z mých respondentů. Urban Sketchers je celosvětová komunita spojující lidi, které rádi kreslí města a městské příběhy. Skupina je otevřená pro všechny bez ohledu na úroveň kreslicích dovedností. Jeden z respondentů se seznámil s daným konceptem během pobytu v Londýně

a po návratu do Čech se rozhodl založit stejnou skupinu v Praze. Není to čistě lokální skupina, protože jejím oficiálním jazykem je angličtina a spojuje spoustu cizinců žijících v Praze nebo ji navštěvujících. Kromě toho se skupinové aktivity odehrávají jak v offline, tak i online světě, a proto je těžké posoudit, do jaké kategorie daná skupina patří.

Na rozdíl od lokální komunity spojitost s internetovou komunitou jistého druhu neodmítl ani jeden z respondentů. Rozsah komunit se pohybuje od menších a uzavřenějších skupin do větších až mezinárodních společenství. Například Daria popisuje svou komunitu takto „*jsou to tři holky, moje kamarádky, každá z nich má svůj styl a pohled na svět*“, když Barbora odkazuje na komunitu umělců, tvořících ve tzv. furry<sup>1</sup> stylu, která není omezená jen výtvarníky z ČR.

Bez ohledu na druh komunity, všichni respondenti popisovali její vliv a účinky velmi podobným způsobem. „*Určitě mi to pomáhá, protože jsou věci, které člověk nezná a lidi s tím ochotně poradí*“, „*to všechno jsou následky, že se potkáváš s lidmi a tvoříš. Získal jsem díky tomu spoustu práce*“, „*Je tam výhoda feedbacku, který je pro mě hodnotnější než feedback od laiků, protože to mě posune mnohem rychleji dál.*“ Jinými slovy komunita slouží k naplňování základní potřeby vztahů a pomáhá naplňovat potřebu kompetence. Nicméně téměř nikdo z respondentů nedefinoval přítomnost komunity ve svém životě jako určující faktor pro sebeidentifikaci. Někteří respondenti zmiňovali, že jejich potřeba kontaktů byla silnější na začátku jejich tvůrčí cesty. Jak to popisuje John: „*Když jsem začal kreslit, potřeboval jsem někoho, kdo by chodil kreslit ven se mnou. Neměl jsem dostatečné sebevědomí, abych mohl kreslit sám uprostřed ulice.*“ Jenom Adéla přímo poukázala na vliv komunity, respektive zkušenější kolegyně, která jí hodně pomáhala „*tím že je to učitelka, má vystudováno na rozdíl ode mě, tak jsem to brala tak, že mi někdo řekne opravdu, jak na tom jsem. V tu chvíli mi to dodalo sebevědomí a začala jsem to brát vážně. Už jenom tím, kolik do mě vložila času a energie a z toho, co mi řekla, jsem usoudila, že to nějakým způsobem cenu má.*“ To všechno je v souladu se konceptem synergické externí motivace, kterou jsem popsala v teoretické části.

Jako negativní důsledky výše popsaných vnějších motivátorů respondenti označili soupeřivost, osobní konflikty v rámci skupiny a občasný pocit nestíhání.

---

<sup>1</sup> Furry – styl obrázku zobrazující antropomorfní zvířecí postavy

### 3.7.4 Finanční odměny a jejich vliv na tvorbu, sebevědomí a sebeidentifikace

Na rozdíl od verbálních motivátorů, finanční odměny jsou považovány za mnohem škodlivější pro tvůrčí činnost. Pokud vezmeme jako konkrétní příklad placenou zakázku, pravděpodobně bude obsahovat konkrétní pokyny, požadavky ohledně stylu a termín dodání. Všechno to určitým způsobem kontroluje kreativní projev umělce a otázkou je, jak vnější kontrolu vnímají sami umělci a jak posuzují její vliv na svou tvorbu.

První věc, která mě zajímala v kontextu finančních odměn, bylo to, jak se změnil vztah respondentů k vlastní tvorbě, když tím začali vydělávat, respektive jak tuto změnu vnímají retrospektivně. Překvapivě většina respondentů nepopisovala přechod od neplacené tvorby k placené jako významnou změnu, která by je definitivně posunula dopředu. Výslovně o změně mluvil pouze Ondřej: „*To byl prostě jeden z koníčků, ale ve chvíli, kdy jsem zjistil, že ten koníček může být se mnou celý život a může se z toho stát práce, která mě baví, tak tam samozřejmě nějaká transformace v myšlení byla a začal jsem se tomu věnovat víc.*“ Někteří respondenti zmiňovali pozitivní vliv daného přechodu, tak například John oznámil, že „*to mi pomohlo vybudovat sebevědomí*“ a „*kvůli zakázkám pořád se učím novým věcem*“.

Jak jsem uvedla v teoretické části, materiální odměny jsou považovány za ohrožující především pro jednu ze základních psychických potřeb – potřebu autonomie. Tamtéž jsem uvedla, že pro umělce je charakteristická vyšší míra autonomie než u ostatní populace a toto tvrzení nepochybně platí pro výzkumný vzorek mé práce. Každý z respondentů během rozhovoru říkal, že „*jsem zvyklý dělat věci po svém*“, „*zjistila jsem, že nemůžu pracovat v kanceláři*“ a „*nerad poslouchám někoho, kdo říká, co mám dělat*“. Není divu, že osm z devíti respondentů pracuje na volné noze. Všichni respondenti vnímají omezení, která přinášejí s sebou zakázky, jako nevyhnutelnou věc a neoznačují za vážný problém ani přítomnost termínů nebo administrativní záležitosti. Předpokládám, že to je do značné míry kompenzováno tím, jakou míru autonomie poskytuje práce na volné noze. Mírný rozdíl se objevil mezi více řemeslně zaměřenými respondenty a více umělecky zaměřenými respondenty, druhá skupina výslovně preferovala volnější zakázky a častěji zmiňovala zkušenosti s odmítáním zakázek. Více kategorický byl Jakub, jediný zaměstnaný respondent, který prohlásil, že určitě odmítne nezájmovou zakázku právě kvůli tomu, že „*Mám čas se věnovat tomu po práci a můžu vybrat něco, co se mi líbí.*“ Jak to shrnuje Adéla: „*I když občas dělám věci, které mě nebaví, třeba administrativa, tak je to pořád lepší než být zaměstnaná a poslouchat někoho.*“ To, že respondenti jsou připraveni se vyrovnávat s požadavky trhu, ještě



neznamená, že jsou ochotni se věnovat jenom komerční tvorbě, i kdyby to znamenalo větší příjmy. Tři respondenti se podíleli o své zkušenosti se syndromem vyhoření, který nastal v situaci, kdy dělali jenom komerční zakázky a neměli moc času na svou osobní tvorbu. Jak to popisuje Vojtěch: *„Před dvěma lety jsem byl blízko k vyhoření, už mě to nějak přestalo bavit a nedávalo to smysl a bylo to spojeno i s nějakou stagnací. Obor se ale rozvíjel dál a měl jsem pocit, že mi něco ujíždí.“* Dokonce bych řekla, že většina obav, které zmiňovali respondenti tím či jiným způsobem, se týkala toho, že jednou nebudou mít dost času na vlastní sebevyjádření a tvorba jim přestane dávat smysl. *„Bojím se, že mě to jednou přestane bavit“*, *„Bojím se, že se to jednou stane tak, že budu muset udělat něco za peníze a nebude mě to bavit“*, *„Bojím se toho, že to [vyhoření] přijde nečekaně“*. Právě proto někteří respondenti zdůrazňovali význam osobní tvorby nebo vlastních projektů. Jak to uvedla Daria: *„Omezení ze strany zákazníka mi nedělají velký problém, protože mám osobní věci, které slouží pro seberealizaci.“*

Zajímavé je to, že ani hypotetická opačná situace nebyla hodnocena respondenty jako nejvhodnější pro ně. Poprosila jsem respondenty, aby si představili hypotetickou situaci, ve které by nemuseli vydělávat peníze (dostali dědictví, živí je někdo jiný atd.) a popsali, co by v dané situaci dělali, konkrétně jestli by pokračovali v práci anebo se pustili jenom do volné tvorby. Jenom Adéla a Jakub řekli, že by se věnovali jenom vlastním věcem, kdyby měli možnost. Ostatní by rozhodně uvítali víc času na vlastní projekty, ale nechtějí se úplně zbavit zakázek. Jak to zdůvodňuje Vojtěch: *„Myslím, že by pro mě byl problém kreslit jen pro sebe, protože nejsem spontánní umělec, potřebuju určité publikum“*, ale *„z psychologického hlediska by to možná bylo dobře, kdybych měl jich [příjmů] víc a nemusel bych na tom fixovat“*. K tomu dodává Filip: *„Baví mě ten přístup, že všechno, co dělám, někam patří,“* nebo Barbora *„Mám dobrý pocit z toho, že lidi ocení mojí vidění a jsou ochotni za to zaplatit.“*

Samozřejmě při posouzení vlivu finanční odměny na tvorbu jedince je nutné zjistit, jakou roli hraje daný příjem v jeho životě. Vojtěch a Filip označili svůj příjem z kreslení jako hlavní a většinou jediný; Daria a Jakub kombinují příjem z kreslení s jinými, ale má významný podíl v celkovém příjmu; John, Barbora a Ondřej označili příjem z kreslení jako vedlejší; Adéla je na mateřské dovolené a označila příjem z kreslení spíše jako přivýdělek, stejně jako Olena, která teď spoléhá především na rodinnou podporu. Zajímavé jsou příběhy Barbory a Ondřeje, protože oba respondenti dřív vydělávali jenom kreslením a postupem času se jejich zájmy přesunuli do šití zvířecích kostýmů u Barbory a do sféry podnikání u Ondřeje. Nicméně oba pořád rádi kreslí a rádi by se více věnovali vlastní tvorbě. Ondřej

dokonce zvažuje možnost „že bych možná vydělával managementem a kreslil jen tak pro sebe“. Opačným směrem se pohybují John, Olena a Adéla, kteří by rádi udělali z kreslení svůj hlavní příjem a pracují na tom, aby to jednou mohli dělat na plný úvazek. Vojtěch, Filip a Daria označili svou aktuální situaci jako docela uspokojující (jde o poměr příjmu, nikoli o jejich výši). Jakub označil svou situaci jako přechodnou a řekl, že nevydělává svou tvorbou tak dlouho, aby dokázal posoudit, jaká situace je pro ně lepší a jestli chce mít příjem z kreslení jako hlavní.

### 3.7.5 Diskuze

V mé práci jsem chtěla především zjistit jakou roli hrají externí motivátory v životě výtvarníků-samouků a jak oni sami vnímají jejich vliv na vlastní kreativitu a sebeidentifikaci.

Všichni respondenti označili silnou vnitřní motivaci jako primární příčinu, která je vedla k tvorbě, což je v souladu s teorií Amabile (1983) a výsledky výzkumů Botelly a kolegů (2013) a Daniele a Johnstona (2015). Nicméně nelze vynechávat přítomnost vnějších motivátorů, jakými jsou touha po slávě a finančnímu úspěchu. Samozřejmě je třeba mít na mysli to, že jsem oslovovala specifický vzorek lidí, kteří už dosáhli nějakých finančních úspěchů a přepokládám, že bych možná dostala jiné odpovědi od lidí, kteří vnímají svou tvorbu jako koníček. Za velmi důležité považuji také to, že většina respondentů reportovala přítomnost životní krize, jejíž následkem nastal posun k tvorbě, a to docela dobře vysvětluje, proč jsou ochotni zvládat všechny překážky, které nese s sebou výtvarné povolání. Mají za sebou zkušenosti s jinými povolání, které nedokázaly uspokojit jejich potřeby a touhy i přes to, že nabízely životní a finanční stabilitu. Osm z devíti respondentů považují návrat do zaměstnání jedinečně za nouzovou situaci a jsou ochotni obětovat potenciální stabilitu a lepší finanční odměnu ve prospěch své autonomie a seberealizace.

Zmínka o životní krize jako o klíčovém podnětu k tvůrčí činnosti se neobjevovala v prostudovaných literárních zdrojích. Možnou příčinou je to, že uvedené výzkumy se soustřeďovaly především na vystudované umělce a skoro úplně zanedbávaly samouky. Zajímavé je to, že osm z devíti respondentů vyprávěly velmi podobné příběhy, přestože každý má odlišné zázemí, životní okolnosti, cíle a ambice. Každý z nich vždycky měl zájem o umění a vizuální tvorbu, ale nebral to vážně a ani nezvažoval tvůrčí povolání. Následkem byl nástup do jinak zaměřené střední nebo vysoké školy, případně do práce, kde postupem času respondenti došli ke krizovému bodu nebo postupně ztrácely zájem a rozhodly se víc

věnovat tvorbě, která na rozdíl od aktuálního povolání, dává jim smysl a umožňuje mít život podle jejich představ.

Právě uspokojená potřeba autonomie je příčinou, proč respondenti nevnímají placené zakázky, časový tlak, jednání se zákazníky a další z toho vyplývající věci jako jednoznačně škodlivé pro svou kreativitu a motivaci. Pro některé respondenty to naopak slouží jako další výzva a podnět posouvat se dál a vidí to spíše jako prospěšný faktor. Toto je ve shodě s Deci a Ryanem (2017) a jejich teorií základních psychologických potřeb. V rozporu s danou teorií je zjištění, že pro některé respondenty je vydělávání peněz dokonce klíčovým faktorem posilujícím jejich sebevědomí. Finanční odměna mimo jiné posiluje i sebeidentifikaci jedince jako umělce, protože slouží jako důvod investovat do tvorby víc času a úsilí a je považovaná za externí validace jeho tvorby. Nicméně větší váhu má sebevědomí výtvarníka a jeho vnímání vlastní tvorby. Jak ukazují výsledky, pokud jedinec nepovažuje svou tvorbu za dostatečně „uměleckou“, ani finanční odměna jeho názor nezmění.

V kontextu sebeidentifikace, dosažené výsledky jsou ve shodě s dynamickým modelem Blackwell (1998). Všichni respondenti popisovali svou sebeidentifikaci jako nepřetržitý proces, a většina byla schopná uvést konkrétní faktory, které velmi ovlivnily nebo změnily jejich sebeidentifikaci. Avšak rodinná podpora zpravidla nepatřila k vyjmenovaným faktorům, myslím, že nelze její vliv úplně vynechávat. Přestože nelze rozdělit respondenty do skupin podle míry podpory a prokázat přímou korelaci mezi rodinnou podporou a vyšším sebevědomím, nelze ani vynechat její bezpochybně pozitivní vliv na následnou sebeidentifikaci, jak to popisuje teorie potřeby pozitivního přijetí Rogerse (1961). Ke klíčovým faktorům ale patřila příslušnost ke komunitě, která na jedné straně posiluje uměleckou identitu jedince, a na druhé straně slouží jako velký zdroj externí motivace. Dosažené výsledky jsou ve shodě s výzkumy Leny a Linderman (2014) a Baine (2005).

Verbální externí motivátory byly oceněny všemi respondenty jako velmi přínosné a posilující jejich sebevědomí. Především se to týká uznání ze strany zkušenějších lidí v oboru a účasti v zajímavých projektech. To přesně odpovídá popisu synergetických motivátorů podle Amabile (1983) a respondenti také kláli velký důraz na možnosti zvýšení jejich kompetenci.

## 4 Závěr

Domnívám se, že výsledky mé práce většinou potvrzují předpoklad, který jsem uvedla v teoretické části, a zároveň nabízí některá další zjištění.

Na základě zpracovaných dat jsem došla k názoru, že externí motivátory, především materiální, nemusí být určitě škodlivé pro motivaci a sebeidentifikaci výtvarníka-samouka. Samozřejmě, je to hodně závislé na kontextu a osobnosti daného konkrétního výtvarníka, ale z dosažených výsledků vyplývá, že dualismus vnitřní a vnější motivace není tak jednoznačný, a tyto dva typy motivace nemusí působit jedna proti druhé, naopak, působí navzájem a mohou být navzájem prospěšné. Jako důležitější problém bych označila absenci vyváženosti mezi komerčními zakázkami a vlastní volnou tvorbou. Podle mého názoru nedostatek časové kapacity a možnosti sebevyjádření mohou mít velmi špatné následky pro motivaci a kreativitu jedince bez ohledu na to, jak dobrou odměnu za to bude dostávat. Domnívám se, že v případě, kdy jedinec bude mít dostatek prostoru pro seberealizaci, možné negativní následky externího tlaku budou pro něj dobře zvladatelné.

Tento výzkum odkrývá další zajímavé otázky, v dané oblasti nepříliš prozkoumané. Jistě by bylo užitečné zvolit větší vzorek a porovnat odpovědi dané skupiny respondentů s jinou specifickou skupinou umělců-samouků, například s lidmi s výrazně vyšší délkou umělecké praxe nebo s výtvarníky, kteří se žijí něčím absolutně jiným a tvoří jen ve volných chvílích a nemají zájem danou situaci změnit. Myslím, že by bylo velmi zajímavé také porovnat motivaci výtvarníků-samouků s motivací vystudovaných výtvarníků, kteří jednou od této dráhy odstoupili, ale pak se k tomu z nějakého důvodu vrátili.

## 5 Seznam literatury

- Amabile, T. (1983). *The social psychology of creativity*. New York: Springer.
- Amos, S. P. (1978). Personality Differences Between Established and Less-established Male and Female Creative Artists. *Journal of Personality Assessment*, 42(4), 374-377. doi:10.1207/s15327752jpa4204\_7
- Bain, A. (2005). Constructing an artistic identity. *Work, Employment and Society*, 19(1), 25-46. doi:10.1177/0950017005051280
- Barron, F. (1972). *Artists in the making*. New York: Seminar Press.
- Bille, T., Fjællegaard, C. B., Frey, B. S., & Steiner, L. (2013). Happiness in the arts—International evidence on artists' job satisfaction. *Economics Letters*, 121(1), 15-18. doi:10.1016/j.econlet.2013.06.016
- Bosma, H. A. (1995). Identity and Identity Processes: What are we talking about? *The Self in European and North American Culture: Development and Processes*, 5-17. doi:10.1007/978-94-011-0331-2\_2
- Botella, M., Glaveanu, V., Zenasni, F., Storme, M., Myszkowski, N., Wolff, M., & Lubart, T. (2013). How artists create: Creative process and multivariate factors. *Learning and Individual Differences*, 26, 161-170. doi:10.1016/j.lindif.2013.02.008
- Botella, M., Zenasni, F., & Lubart, T. (2015). Alexithymia and Affect Intensity of Fine Artists. *The Journal of Creative Behavior*, 49(1), 1-12. doi:10.1002/jocb.54
- Breakwell, G. M. (1988). Strategies adopted when identity is threatened. *Revue Internationale De Psychologie Sociale-International Review of Social Psychology*, 1(2), 189-204.
- Cameron, J., Banko, K. M., & Pierce, W. D. (2001). Pervasive negative effects of rewards on intrinsic motivation: The myth continues. *The Behavior Analyst*, 24(1), 1-44. doi:10.1007/bf03392017
- Collins, M., & Amabile, T. (1998). Motivation and Creativity. In R. Sternberg (Ed.), *Handbook of Creativity* (pp. 297-312). Cambridge: Cambridge University Press. doi:10.1017/CBO9780511807916.017
- Csikszentmihalyi, M. (1996). *Creativity*. New York: HarperCollins.

- Csikszentmihalyi, M. (1997) *Creativity: Flow and the Psychology of discovery and invention (2nd edition)*. New York: Harper Perennial.
- Daniel, R., & Johnstone, R. (2015). Becoming an artist: Exploring the motivations of undergraduate students at a regional Australian University. *Studies in Higher Education*, 42(6), 1015-1032. doi:10.1080/03075079.2015.1075196
- DeCharms, R. C. (1968). *Personal causation: The internal affective determinants of behavior*. New York: Academic Press.
- Deci, E. L. (1972). Intrinsic motivation, extrinsic reinforcement, and inequity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 22(1), 113-120. doi:10.1037/h0032355
- Deci, E. (2017). Intrinsic Motivation and Self-Determination. *Reference Module in Neuroscience and Biobehavioral Psychology*. doi:10.1016/b978-0-12-809324-5.05613-3
- Elias, D. M., & Berg-Cross, L. (2009). An Exploration of Motivations of Fine Art Students in Relation to Mental and Physical Well-Being. *Journal of College Student Psychotherapy*, 23(4), 228-238. doi:10.1080/87568220903163850
- Erikson, E. H. (1963). *Childhood and society: 2d ed. rev. and enlarged*. New York: Norton.
- Eysenck, H. J. (1994). The measurement of creativity. In M. A. Boden (Ed.), *Dimensions of creativity* (pp. 199-242). Cambridge, MA, US: The MIT Press.
- 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
- Fine, G. A. (2003). Crafting authenticity: The validation of identity in self-taught art. *Theory and Society*, 32(2), 153-180. doi:10.1023/a:1023943503531
- Finke, R. A., Ward, T. B., & Smith, S. M. (1992). *Creative cognition: Theory, research, and applications*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Freud, S. (1971). Creative writers and day-dreaming (1908). *PsycEXTRA Dataset*. doi:10.1037/e417472005-225
- Gardner, H. (1994). The creators' patterns. In M. A. Boden (Ed.), *Dimensions of creativity* (pp. 143-158). Cambridge, MA, US: The MIT Press.
- Gillernová, I. a kol. (2000). *Slovník základních pojmů z psychologie*. Praha: Fortuna.

- Gomes, J., Rodrigues, F., & Veloso, A. (2016). Creativity at Work: The Role of Context. *Human Resource Management, Innovation and Performance*, 282-297. doi:10.1057/9781137465191\_18
- Gruber, H. E., & Davis, S. N. (1988). Inching our way up Mount Olympus: The evolving-systems approach to creative thinking. In R. J. Sternberg (Ed.), *The nature of creativity: Contemporary psychological perspectives* (pp. 243-270). New York, NY, US: Cambridge University Press.
- Guilford, J. P. (1950). Creativity. *American Psychologist*, 5(9), 444-454. doi:10.1037/h0063487
- Klamer, A., & Petrova, L. (2007). Financing the Arts: The Consequences of Interaction among Artists, Financial Support, and Creativity Motivation. *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 37(3), 245-256. doi:10.3200/jaml.37.3.245-256
- Kris, E. (1952). *Psychoanalytic exploration in art*. New York: International Universities Press
- Kubie, L. S. (1958). *Neurotic distortion of the creative process*. Lawrence, KS: University of Kansas Press.
- Kulka, J. (2008). *Psychologie umění*. Praha: Grada.
- Lapierre, L. (2001). Leadership and Arts Management. *International Journal of Arts Management*, 3(3), 4-12. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/41064730>
- Lena, J. C., & Lindemann, D. J. (2014). Who is an artist? New data for an old question. *Poetics*, 43, 70-85. doi:10.1016/j.poetic.2014.01.001
- McClelland, D. C., Atkinson, J. W., Clark, R. A., & Lowell, E. L. (1953). The achievement motive. doi:10.1037/11144-000
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Pietras, K. (2017). Who is the contemporary artist? Social representation of the artist among visual art students. *Polish Journal of Applied Psychology*, 15(1), 107-126. doi:10.1515/pjap-2015-0075
- Reid, A., Petocz, P., & Bennett, D. (2016). Is creative work sustainable? Understanding identity, motivation, and worth. *Australian Journal of Career Development*, 25(1), 33-41. doi:10.1177/1038416216637089

- Rogers, C. R. (1954). Toward a Theory of Creativity. *ETC: A Review of General Semantics*, 11, 249-260.
- Rogers, C. R. (1961). *On becoming a person: A therapists view of psychotherapy*. Boston: Houghton Mifflin.
- Roy, D. D. (1996). Personality Model of Fine Artists. *Creativity Research Journal*, 9(4), 391-394. doi:10.1207/s15326934crj0904\_10
- Ryhammar, L., & Brolin, C. (1999). Creativity Research: Historical considerations and main lines of development. *Scandinavian Journal of Educational Research*, 43(3), 259-273. doi:10.1080/0031383990430303
- Schlenker, B.R., & Weigold, M.F. (1989). Goals and the self-identification process: Constructing desired identities. In L.A. Pervin (Ed.), *Goal Concepts in Personality and Social Psychology* (pp. 243-290). Hillsdale: Erlbaum.
- Schweizer, T. S. (2006). The Psychology of Novelty-Seeking, Creativity and Innovation: Neurocognitive Aspects Within a Work-Psychological Perspective. *Creativity and Innovation Management*, 15(2), 164-172. doi:10.1111/j.1467-8691.2006.00383.x
- Simonton, D. K. (1994). Individual differences, developmental changes, and social context. *Behavioral and Brain Sciences*, 17(3), 552-553. doi:10.1017/s0140525x00035925
- Smékal, V. (2002). *Pozvání do psychologie osobnosti: člověk v zrcadle vědomí a jednání*. Brno: Barrister & Principal.
- Stein, M. I. (1953). Creativity and Culture. *The Journal of Psychology*, 36(2), 311-322. doi:10.1080/00223980.1953.9712897
- Sternberg, R. J., & Lubart, T. I. (1996). Investing in creativity. *American Psychologist*, 51(7), 677-688. doi:10.1037/0003-066x.51.7.677
- Sternberg, R., & Lubart, T. (1998). The Concept of Creativity: Prospects and Paradigms. In R. Sternberg (Ed.), *Handbook of Creativity* (pp. 3-15). Cambridge: Cambridge University Press. doi:10.1017/CBO9780511807916.003
- UVU ČR. (2018). *Pokus o definici umělce z dílny UNESCO*. Retrieved from [http://www.uvucr.cz/kvuh/umeni\\_srozumitelne\\_definice\\_umelce.pdf](http://www.uvucr.cz/kvuh/umeni_srozumitelne_definice_umelce.pdf)
- Weisberg, R. (1993). *Creativity: Beyond the myth of genius*. New York: W.H. Freeman and Company.