

# PREDYSPOZYCJE ZAWODOWE ARTYSTY A CECHY PRZEDSIĘBIORCZE

*Beata Krawczyk-Bryłka<sup>1)</sup>  
Barbara Geniusz-Stepnowska<sup>2)</sup>*

## **Streszczenie**

Artykuł stanowi analizę porównawczą cech osobowości przypisywanych artystom z charakterystyką skutecznego przedsiębiorcy. Podstawą zestawienia jest profil osobowości twórczej, typy osobowości zawodowych oraz profil osobowości przedsiębiorcy. Celem artykułu jest wskazanie zakresu kompetencji, które mogą być niedostępne dla twórców, a które warunkują realizację przedsięwzięć biznesowych. Potwierdzeniem konieczności integracji sylwetki artysty i przedsiębiorcy są zaprezentowane przykłady czterech znanych artystów, którzy potrafili generować spektakularne zyski dzięki swojej twórczości.

**Słowa kluczowe:** przedsiębiorczość artysty, cechy przedsiębiorcze, typy osobowości zawodowych

## **Wstęp**

Zgodnie z Rozporządzeniem Ministra Pracy i Polityki Społecznej z 27.04.2010 r. w sprawie klasyfikacji zawodów i specjalności na potrzeby rynku pracy oraz zakresu jej stosowania, zawód artysty należy do grupy specjalistów oraz do podgrupy 26, która obejmuje specjalistów z zakresu prawa, dziedzin społecznych i kultury. Kod 265 nosi nazwę Twórcy i artyści i obejmuje artystów plastyków, fotografików, grafików, malarzy, rzeźbiarzy, konserwatorów dzieł sztuki oraz scenografów. W klasyfikacji tej specjalistów charakteryzuje najwyższy poziom wykształcenia, wysoki poziom wiedzy specjalistycznej, doświadczenie i umiejętności w zakresie danej dziedziny (<http://www.klasyfikacje.gofin.pl/kzis/6,0.html>). Wśród zadań przypisanych specjalistom wyróżniono wdrażanie koncepcji artystycznych w praktyce, powiększanie dorobku artystycznego oraz przekazywanie wiedzy w tym zakresie.

Znacznie dokładniejszy opis zawodu artysty zawierają informatory związane z portalami orientacji zawodowej czy też serwisy rekrutacyjne. Na przykład poradnik Praca.pl (<http://www.praca.pl/poradniki>) formułuje charakterystykę pracy malarza

<sup>1)</sup> Politechnika Gdańska/Gdańsk University of Technology.

<sup>2)</sup> Politechnika Gdańska/Gdańsk University of Technology.

artyści jako twórczość artystyczną polegającą na malowaniu obrazów, rysunków po wcześniejszym opracowaniu koncepcji, sporządzeniu szkiców i z użyciem różnych technik. Artysta plastyk został opisany na stronach przeznaczonych dla gimnazjalistów jako zawód, którego zadaniem jest tworzenie dzieł różnej wartości artystycznej oraz dzielenie się wiedzą i talentem z odbiorcami ([www.bryk.pl](http://www.bryk.pl)). Opisom zadań towarzyszą listy kompetencji wymaganych od osób wykonujących zawód artysty. Znajdują się na nich następujące cechy:

- uzdolnienia plastyczne, talent, poczucie estetyki,
- spostrzegawczość, wyostrzona percepcja,
- silna motywacja, pasja, upór,
- kreatywność, niekonwencjonalne myślenie, spontaniczność,
- cierpliwość, samokontrola, pracowitość, sumiennność,
- umiejętność samodzielnej pracy, ale również budowania relacji w zespołach.

Wbrew ministerialnej klasyfikacji w wielu opracowaniach podkreśla się, że formalne wykształcenie nie jest bezwzględnie koniecznym warunkiem wykonywania zawodu artysty, ale jest wskazane ze względu na obcowanie ze środowiskiem artystycznym oraz podnoszenie kompetencji zawodowych. Wśród informacji o możliwych miejscach zatrudnienia artystów plastyków wymienia się galerie, szkoły, wydawnictwa, agencje reklamowe, wskazuje się jednak zwykle, że najlepszą okazją do realizacji osobistych artystycznych aspiracji i satysfakcjonujących dochodów jest prowadzenie własnej działalności gospodarczej. Niniejszy artykuł jest próbą odpowiedzi na pytanie, czy predyspozycje do pracy artystycznej są czynnikiem wspierającym, czy też utrudniającym podjęcie się roli przedsiębiorcy. Celem artykułu jest wskazanie zakresu kompetencji, które warunkują realizację artystycznych przedsięwzięć biznesowych. Analizy dokonano porównując cechy osobowościowe przypisywane artystom z charakterystyką skutecznego przedsiębiorcy i modele kompetencji zawodowych. Wykorzystano również analizę przypadków, opisując czterech wybranych współczesnych twórców, którym udało się pogodzić rolę artysty ze sprawną działalnością biznesową.

## 1. Psychologiczne koncepcje osobowości twórczej

Badania psychologiczne identyfikujące cechy osobowościowe twórców były prowadzone przez wielu autorów. Analizy J. Sołowiej wskazują, że grupę tę charakteryzują następujące cechy (Sołowiej, 1997):

- umiejętność koncentracji na zadaniu połączona ze zdolnością adaptacji do dynamicznych warunków otoczenia,
- niski poziom mechanizmów obronnych typu wyparcie i tłumienie,
- przejawianie cech charakterystycznych dla przeciwnej płci (np. mężczyźni bardziej samoświadomi, kobiety – wysoki poziom motywacji osiągnięć),
- wysoka samoświadomość,



- introwersja,
- nonkonformizm,
- koncentracja na ogólnych wrażeniach, nie na szczegółach,
- wartości natury estetycznej i teoretycznej.

A. Sajdak (Sajdak, 2008) przytacza różne koncepcje osobowości twórczej, powołując się między innymi na oceny C. Rogersa, dla którego źródłem twórczości jest tendencja do samorealizacji, otwartość na doświadczenie, tolerancja dwuznaczności, spontaniczność oraz wewnętrzne umiejscowienie źródła oceniania. Autorka cytuje też za E. Nęcką syndromy osobowości kreatywnej, za które uważa się:

- otwartość na sprzeczności i niepewność,
- dociekliwość połączona z potrzebą nowości, różnorodności i zmiany,
- niezależność, tendencja przekraczania ograniczeń zewnętrznych,
- wrażliwość, pozazmysłowy odbiór rzeczywistości,
- odwaga polegająca na podejmowaniu intelektualnego ryzyka, improwizacji, otwartości na pomyłki,
- zdolność samokontroli i pozytywna ocena siebie samego,
- dojrzałość emocjonalna skutkująca odpowiedzialnością,
- sprzeczności wewnętrzne: wytrwałość / plastyczność, pasja / bierność, szerokie zainteresowania / wybiórcze zainteresowania
- poczucie przeznaczenia czyli przekonanie o znaczeniu własnej pracy.

A. Mirski (Mirski, 2011) koncentruje się na postawach twórczych przejawiających się w otwartym, aktywnym stosunku do świata i życia, wysokim poziomie samoświadomości, umiejętności kierowania sobą, wrażliwości emocjonalnej i percepcyjnej. Jako cechy typowe dla osobowości twórców autor wymienia nonkonformizm oraz myślenie heurystyczne.

W. Kaczanowski (Kaczanowski, 2013), rozważając analogię osobowości artystycznej i psychopatycznej, zwraca uwagę na poniższe atrybuty twórców artystów:

- nasilony narcyzm związany z wysoką samooceną,
- niezależność i nonkonformizm, które skutkują dystansowaniem się do otoczenia i traktowaniem aprobaty społecznej instrumentalnie,
- introwersja, samowystarczalność, zamknięcie w sobie,
- fuzja patriarchalnego (obiektywizm, duże tempo) i matriarchalnego (subiektywizm, emocjonalność, wolne tempo) stylu przetwarzania informacji,
- wysoka pozycja wartości teoretycznych i artystycznych a niska ekonomicznych w hierarchii wartości.

Związek działalności artystycznej z systemem wartości podkreśla definicja twórczości plastycznej autorstwa S. L. Popka, który określa ją jako „proces dokonywania zmiany, przetwarzania i wytwarzania form wizualnych (na płaszczyźnie i w przestrzeni), nadawania tym nieznanym dotąd i oryginalnym formom wizualnym nowych jakości ideowych (mentalnych), wyrażających się wartościami pozamaterialnymi (ideowymi, estetycznymi) i stanowiących względne wartości mate-



rialne.” (Poppek, 2010). Ciekawej syntezy dotyczącej osobowości artystów dokonuje T. Cieciewicz (Cieciewicz, 2013), który podkreśla, że decydujące o niepowtarzalności artysty predyspozycje można podzielić na dwie grupy. Pierwsza umożliwia kreowanie oryginalnych dzieł i obejmuje wrażliwość estetyczną oraz oryginalną wizję świata, druga jest warunkiem pracy twórczej i zawiera w sobie wytrwałość oraz zdolność koncentracji.

Aby dokonać syntezy przedstawionych koncepcji i porównać je z predyspozycjami przedsiębiorczymi, warto uzupełnić wywód o charakterystykę typów osobowości zawodowych.

## **2. Charakterystyka osobowościowa zawodu artysty i przedsiębiorcy**

Znaną koncepcją psychologiczną różnicującą osobowości ze względu na predyspozycje zawodowe jest teoria J. Hollanda (Kulesza, Kos, 2010). Autor wyróżnił sześć typów osobowości zawodowych: typ realistyczny, badawczy, artystyczny, społeczny, przedsiębiorczy i konwencjonalny. Każdy z typów opisany został przez charakterystyczne cechy osobowe, preferowane zachowania, wartości, zainteresowania zawodowe oraz zawody, które pozwalają najlepiej wykorzystać posiadane kompetencje.

Cechy przypisywane typowi artystycznemu to przede wszystkim kreatywność, rozwinięta wyobraźnia, niekonwencjonalne myślenie, co sprzyja generowaniu innowacyjnych rozwiązań i tolerowaniu odmienności. Nonkonformizm i niezależność powodują trudność w adaptacji do otoczenia społecznego, zaś brak sumienności i uporządkowania działań skutkują trudnościami w realizacji zadań o charakterze biurowym, wymagających skrupulatności i dokładności. Osoby reprezentujące typ artystyczny charakteryzuje również zdolność głębokiej refleksji, uczenia się na podstawie wcześniejszych doświadczeń i przeżyć dzięki umiejętności wyciągania wniosków i oceny konsekwencji. Dodatkowo typ artystyczny odznacza się też wysoką impulsywnością, wrażliwością, introwersją i korzystaniem z intuicji. Najważniejszą wartością jest poczucie estetyki, które w połączeniu z artystycznymi zainteresowaniami powoduje skłonność do podejmowania zawodów typu artysta plastyk, grafik, kompozytor, dziennikarz czy też projektant wnętrz.

Typ osobowości przedsiębiorczej charakteryzuje orientacja na cel organizacji, koncentracja na korzyściach ekonomicznych i potrzeba rywalizacji związana z wysoką motywacją osiągnięć. Osoby o zdiagnozowanym typie przedsiębiorczym mają łatwość budowania relacji międzyludzkich dzięki swojemu optymizmowi, entuzjazmowi i energii, ale często wykorzystują manipulację, by zdobyć władzę i bywają agresywni. Ambicja, konsekwencja i wysokie poczucie własnej wartości sprawdzają się przy wykonywaniu zawodów związanych z handlem, zarządzaniem i podejmowaniem ryzyka.



Powyższe opisy ukazują wiele rozbieżności pomiędzy charakterystyką typu artysty i przedsiębiorcy w modelu Hollanda. Możliwe są jednak typy mieszane, które integrują cechy obydwu tych typów. Kombinacja AP reprezentuje średni poziom spójności wewnętrznej i oznacza profil osoby, która oprócz twórczych kompetencji artystycznych, wysokiej wrażliwości i zdolności ekspresji ma rozwinięty talent organizatorski, potrafi niezależnie podejmować decyzje, wywierać wpływ na innych i inicjować nowatorskie rozwiązania. Ta charakterystyka wydaje się idealna dla osób, które prowadzą własną działalność gospodarczą w zakresie wykonywanej przez siebie sztuki.

Bliska teorii Hollanda jest propozycja podziału typów osobowości zawodowej, o których pisze M. Rotkiel (Rotkiel, 2011). Odnosząc się do osobowościowego potencjału zawodowego autorka wymienia pięć typów: typ społecznika, lidera, typ przedsiębiorczy, typ artystyczny i typ perfekcjonisty. W tej klasyfikacji typ artystyczny charakteryzuje się zdolnością postrzegania świata poprzez wszystkie zmysły, wycuciem estetyki i potrzebą ekspresji i intelektualnej oraz emocjonalnej satysfakcji z wykonywanych zadań. Zaletą typu artystycznego jest kreatywność połączona z energią skierowaną na odnajdywanie wyższych wartości. Wadą tej charakterystyki potencjału zawodowego jest oderwanie od codziennych, przyziemnych spraw i idealizm.

Typ przedsiębiorczy jest opisany jako energiczny, kreatywny i ambitny w dążeniu do celu pomimo napotykaných przeszkód. Poczucie satysfakcji wynika z osiągnięcia sukcesów, czyli zysku, nawet jeśli wymagał on podejmowania ryzyka i wysiłku. Mocne strony typu przedsiębiorczego to zapał, skłonność i umiejętność inwestowania, pomysłowość, podzielność uwagi i zaangażowanie w realizację planów. Minusem może być niecierpliwość w oczekiwaniu na wynik i brak konsekwencji w działaniu.

Przytoczone modele osobowości zawodowych nie przeciwstawiają sobie wprost typu artystycznego i przedsiębiorczego, ale wskazują na wyraźne różnice pomiędzy nimi oraz pewne obszary wspólne, które zostaną wyznaczone w kolejnym rozdziale.

### 3. Artysta czy / i przedsiębiorca

Do porównania osobowości artysty z osobowością przedsiębiorcy wykorzystane zostaną wyniki badań, które koncentrowały się na wyodrębnieniu cech sprzyjających odnoszeniu sukcesów w roli przedsiębiorcy. Do najważniejszych należą: motywacja osiągnięć, wewnętrzne poczucie umiejscowienia kontroli oraz skłonność do ryzyka. Motywacja osiągnięć oznacza nieustanne dążenie do doskonalszego działania, stałe rozwijanie się i myślenie w perspektywie przyszłości. Cecha ta wiąże się również z tendencją do wyznaczania sobie ambitnych, ale realistycznych celów, pro-rynkową postawą oznaczającą gotowość wkładania wysiłku w zaplanowaną wcze-



śniej pracę oraz koncentrowanie się na niej połączone z budowaniem efektywnych relacji międzyludzkich (Glinka, Gudkova, 2011, Baum i inni, 2007).

Poczucie kontroli wewnętrznej to cecha oznaczająca przekonanie o możliwości wywierania osobistego wpływu na przebieg spraw, których człowiek się podejmuje, dostrzeganie zależności pomiędzy własnymi predyspozycjami i podejmowanymi działaniami a ich efektem. Jest to pojęcie bardzo bliskie poczuciu własnej skuteczności, ale zawiera w sobie dodatkowo zdolność obiektywnej oceny trudności w osiągnięciu danego celu na przykład ze względu na brak pożądaných kompetencji. Poczucie kontroli wewnętrznej jest związane z wyższą motywacją osiągnięć, zdolnością odraczania gratyfikacji, większą odpornością na frustrację, wyższą aktywnością społeczną, niezależnością i odpowiedzialnością (Matczak i inni, 2009).

**Tabela 1.** Konfrontacja cech artysty z cechami przedsiębiorcy

Cechy przedsiębiorcy	Cechy artysty
Aktywność społeczna, ekstrawersja	Dystans wobec otoczenia, introwersja
Ambitne i realistyczne cele	Wartości estetyczne i teoretyczne
Energiczność	–
Kreatywność	Kreatywność
Motywacja osiągnięć	Aktywność / bierność
Nadzieja na sukces	Samowystarczalność
Nastawienie na zysk	Małe znaczenie wartości ekonomicznych
Niezależność	Niezależność
Odporność	Wrażliwość
Odpowiedzialność	–
Odraczanie gratyfikacji	Niewymierny charakter gratyfikacji
Optymizm	–
Orientacja na cel	Koncentracja na działaniu, realizacji działania
Otwartość na błędy	Otwartość na pomyłki, sprzeczności
Pasja	Pasja / bierność
Planowanie	Improwizacja
Poczucie kontroli wewnętrznej	Samoświadomość
Podejmowanie ryzyka	Nonkonformizm, podejmowanie ryzyka społecznego
Samokontrola	Samoświadomość, samokontrola
Stały rozwój	Motywacja do zmian, uczenie się przez doświadczenie
Współzależność	Introwersja, samowystarczalność
Wysoka samoocena	Wysoka samoocena
Wytrwałość	Wytrwałość
Zaangażowanie w pracę	Wytrwałość, elastyczność

Źródło: Opracowanie własne.





Sklonność do podejmowania ryzyka finansowego, psychicznego i społecznego na rzecz generowania zysku ekonomicznego oraz uzyskiwania własnej satysfakcji oraz niezależności to cecha przedsiębiorców, która wiąże się z ich wysokim optymizmem i pewnością siebie (Zaleśkiewicz, 2004). Skutkuje to co prawda skalą popełnianych błędów, ale z drugiej strony sprzyja kreowaniu i kierowaniu się twórczą wizją oraz wymaga wytrwałości w dążeniu do postawionych sobie celów.

Inne cechy przypisywane skutecznym przedsiębiorcom to między innymi: pasja, orientacja na cel, kreatywność, energiczność, umiejętność wpływania na innych, samokontrola, współzależność i nadzieja na sukces (Bolton, Thompson, 2013). Wszystkie powyższe cechy zostały zestawione w tabeli nr 1 z atrybutami przypisywanymi kreatywnym artystom.

Za obszary wspólne można uznać nastawienie na ciągle zmiany i rozwój, podejmowanie ryzyka, szczególnie ryzyka społecznego, które w wypadku artystów wiąże się z nonkonformistycznymi poglądami i działaniami, wysoką samoocenę, wytrwałość, kreatywność, otwartość na błędy i niepewność, która skutkuje innowacyjnością, pasję i umiejętność samokontroli opartą na wysokiej samoświadomości. Cechy artystów, które mogą stanowić barierę przy podejmowaniu przedsiębiorczych działań to przede wszystkim introwersja oraz samowystarczalność, brak nawyku planowania, przedkładanie procesu tworzenia nad realizację konkretnego celu, przecenianie wartości estetycznych nad ekonomiczne, a także koncentracja na osobistym zadowoleniu z własnego dzieła zamiast oczekiwania na biznesowy sukces.

Trudno odnieść się do cech przedsiębiorczych, wobec których nie znaleziono jednoznacznych właściwości w artystycznej charakterystyce. Uzasadnieniem może być fakt, że takie cechy jak: motywacja osiągnięć, poczucie kontroli wewnętrznej, optymizm czy też energiczność nie są związane z działalnością artystyczną i mogą stanowić indywidualne różnice, które decydują o podjęciu się własnej działalności gospodarczej.

#### **4. Sylwetki wybranych artystów – przedsiębiorców**

Aby zweryfikować znaczenie opisanych powyżej charakterystyk dla efektywności prowadzenia działalności artystycznej przynoszącej wyniki finansowe, przeanalizowano charakterystyki czterech wybranych artystów: Wojciecha Kossaka, Andy Warhola, Romana Opalki oraz Wilhelma Sasnała. Kryterium doboru była umiejętność czerpania zysków z tworzonych dzieł sztuki oraz sukces rozumiany jako popularność wśród odbiorców sztuki.

Wojciech Kossak, uważany jest w Polsce za jednego z najbardziej utalentowanych i podziwianych, a zarazem przedsiębiorczych artystów II Rzeczypospolitej. Wychowany w rodzinie prawnika, artysty-samouka Juliusza Kossaka, wybitnego malarza batalistycznego „Wojciech wychodził z założenia, że artysta powinien przyjmować każde dochodowe zlecenie” (Koper, 2010). Wynikało to z odpowiedzialności za rodzinę i konieczności utrzymania domów w Krakowie, Juracie, Zakopanem i pracowni w Hotelu Bristol w Warszawie. Na początku swojej kariery

artystycznej, komercyjny sukces osiągnął między innymi dzięki zamówieniom cesarza Wilhelma II. Był człowiekiem otwartym, bardzo aktywnym, pracującym w wielu miastach w Europie (Berlin, Wiedeń, Paryż, Londyn) i Stanach Zjednoczonych. Przez współczesnych sobie twórców był krytykowany za pośpiech, słabą technikę i mnożenie replik.

Jednak zarówno za życia, jak i po śmierci dzieła Wojciecha Kossaka były chętnie kupowane, osiągają obecnie wysokie ceny na aukcjach, stanowiąc dla wielu osób inwestycję czy alokację kapitału. Współcześnie jest to z pewnością kwestia wartości historycznej i kolekcjonerskiej, natomiast w czasie współczesnym twórcy wynikało to ze sprawności biznesowej malarza. Dla korzyści finansowych kopiował swoje prace, pomnażając swój majątek. Cytując za Łysiakiem Tadeuszem Dobrowolskiego „W ciągu swego długiego życia stworzył (Kossak) tysiące obrazów o bardzo nierównej wartości.(...) Odznaczał się łatwością malowania, co zresztą przyspieszyło proces spłylenia jego efektywnej sztuki” (Łysiak, 2012). Niemniej jednak popularność Wojciecha Kossaka była tak ogromna, iż nie nadążając za malowaniem, zatrudnił do pomocy swojego syna Jerzego. Jerzy kopiował obrazy ojca, który później sygnował je wyłącznie swoim podpisem. Ojciec z synem stworzyli rodzinny biznes, produkujący modne „Kossaki”, narażając kupców na pozyskanie „fałszywego Wojciecha Kossaka”.

Na podstawie dostępnych danych można podsumować przepis na sztukę jako biznes według Wojciecha Kossaka:

- wypracowanie oryginalnego stylu, indywidualność, niepowtarzalność,
- wiedza, specjalistyczne wykształcenie,
- mobilność – podróże w poszukiwaniu inspiracji,
- wytrwałość w pracy,
- kreatywność,
- autokopiowanie, falsyfikowanie – łamanie zasad,
- spryt biznesowy.

Andy Warhol, amerykański rysownik i malarz pop-artu, uznawany jest w literaturze za artystę-przedsiębiorcę (Thornton, 2011). „Strategia artystów złąknionych sukcesu polega na stosowaniu się do zasad handlowych, tutaj jako przykład można podać Warhola i jego Fabrykę” (Thornton, 2011). Andy Warhol produkował sitodruki z wizerunkami sławnych postaci XX wieku i powielał je w tysiącach egzemplarzy, przez co stworzył oryginalny, niepowtarzalny styl artystyczny i spopularyzował sposób tworzenia i formę przekazu. Słynna puszka Coca-Coli i zup Campbell’s stała się symbolem masowości sztuki, która trafia do wszystkich, niezależnie od statusu społecznego. W wykonywaniu sitodruków pomagali mu jego współpracownicy z Fabryki (Goldsmith, 2006). Nazywano go kopistą reklam. „Siła Warhola tkwiła w jego ostentacyjnej nieoryginalności, zapożyczaniu, cytowaniu i kopiowaniu” (Goldsmith, 2006).



Andy Warhol budował strategię swojego sukcesu planowo i systematycznie. Pochodził z robotniczej imigranckiej rodziny, studiował w Carnegie Mellon University w Pittsburghu, w 1949 r. przeprowadził się do artystycznego Nowego Jorku. Sterował swoją karierą, zapotrzebowaniem na twórczość i własną osobę. Zarówno w czasach wczesnej twórczości, jak i u schyłku życia, dbał o swoją obecność na otwarciach galerii, przyjęciach, benefisach, wszędzie gdzie tylko mógł być zaproszony (Caves, 2000). Budował swoją reputację artysty-celebryty, „wiedział, że drogą do sławy, której tak bardzo pragnął, są media, (...) wiedział jak posługiwać się mediami, aby utrzymać zainteresowanie własną osobą i być atrakcyjnym dla mas” (Goldsmith, 2006). Jednocześnie uważany był za osobę bardzo introwertyczną, niezbyt atrakcyjną, która jednak dzięki swojej wizji i sztuce zdobyła popularność i majątek. Andy Warhol mówił, iż „bycie dobrym w biznesie jest jedną z najbardziej fascynujących sztuk. Zarabianie pieniędzy jest sztuką, praca jest sztuką i dobry biznes jest sztuką”. Zamiłowanie do zysku skutkowało wysokimi dochodami, które szacowane są obecnie na kwotę 230 mln dolarów (ARTInfo, 16.12.2010 r., <http://www.artinfo.com/news/story/36328/the-business-artist-how-andy-warhol-turned-a-love-of-money-into-a-228-million-art-career#>). Sztukę Warhola można oceniać jako płytką, komercyjną, masową, jednakże jego obrazy sprzedawane są w domach aukcyjnych za miliony dolarów. Obraz Mustard Race Riot z 1963 roku został sprzedany w domu aukcyjnym Christie’s w 2004 roku za ponad 15 mln dolarów. Nie do przecenienia jest rola marszanda i wpływowego właściciela galerii sztuki w Nowym Yorku, L. Gagosiana, który ukierunkowywał potrzeby rynku wśród bogatych kolekcjonerów. Warholowski paradygmat sztuki jako biznesu i przedsiębiorczości przyjęty został przez wielu artystów takich jak Damien Hirst, Jeff Koons czy Takashi Murakami.

Wynikające z przedstawionych informacji zasady łączenia sztuki i biznesu według Warhola to:

- public relations i marketing jako integralna część twórczości,
- wykreowanie własnej marki, unikatowość stylu,
- stworzenie Fabryki – stowarzyszenia twórców i artystów, które było miejscem pracy i tworzenia,
- zaangażowanie zatrudnionych artystów do pracy na jego sukces (zespół Velvet Underground),
- pomysł i konsekwencja w prowadzeniu własnej firmy,
- portretowanie zamożnych i wpływowych patronów,
- zbudowanie grupy naśladowców, których popularność wzmacniała jego sławę i renomę.

W 2010 roku na aukcji w Sotheby’s za kwotę ponad 3,3 mln złotych zostały kupione trzy prace polskiego, żyjącego ówczesnie malarza-konceptualisty Romana Opalki. Dla polskiej sztuki współczesnej stanowiło to ogromne wydarzenie. Opalka tworzył projekt „Odliczanie od 1 do nieskończoności”, przez ponad 40 lat malował liczby, codziennie nagrywał swoje odliczanie, wraz z upływem czasu przechodząc od



ciemnych do coraz jaśniejszych barw, tworząc codziennie nowe obrazy, o tej samej tematyce. Poprzez cykl „Obrazy liczone” zilustrował upływ czasu, którego dodatkowym świadectwem były fotogramy, autoportrety Opalki, wykonywane po zakończeniu każdego z obrazów. „Obrazy liczone” nie znajdowały uznania w Polsce, raczej stawały się przedmiotem drwin i niezrozumienia. Za granicą natomiast w 1972 roku wystawa w William Weston Gallery w Londynie była przełomem w jego twórczości, zyskał zainteresowanie dla swojej nowatorskiej koncepcji podejścia do sztuki i jej tworzenia (Kowalska, 2011).

Literatura przedmiotu odnosząca się do drogi twórczości i światowego sukcesu artysty, wskazuje, iż Roman Opalka swoją sławę zawdzięcza kwasorytom z cyklu „Opisanie świata”, za które otrzymał wiele nagród, między innymi Grand Prix w 1968 roku na First International Biennale of Graphic Art w Bradford (Kowalska, 2011).

Opalka był bardzo konsekwentnym, pracowitym i wytrwałym artystą, który stworzył unikatowy i niepowtarzalny temat swoich prac. Każdą liczbę malował starannie i niespiesznie. Rocznie malował zaledwie kilka obrazów, w ostatnim okresie życia – zaledwie jeden na 12 miesięcy. Tworząc swoje dzieła miał głębokie przekonanie o ich wartości artystycznej, co przekładało się na wartości materialne. Mówił, iż „wartość materialna w sztuce współczesnej jest zabezpieczeniem dzieła sztuki, a także prestiżu artysty (...) skoro mój obraz kosztuje takie mnóstwo dolarów – muszę być dobry” (Dzikowska, 2011). Według Romana Opalki sukces mierzony jest jakością dzieła, autentycznością i indywidualnością artysty. Jako jeden z nielicznych na świecie sprzedawał obraz jeszcze nieistniejący.

Artysta funkcjonował przede wszystkim poza granicami Polski dzięki marszandom, którzy popularyzowali jego sztukę, w USA przez wiele lat współpracował z Galerią Webera (Art Experts Magazin, 2011), w Polsce z Galerią Foksal. W Christie’s w latach 1996–2008 sprzedano jego „8 Detali”, w cenie od 48 tys. do 249 tys. dolarów (<http://www.christies.com/LotFinder/searchresults.aspx?entry=Opalka&searchtype=p&searchFrom=header&searchSubmit=Search>). Po śmierci artysty w sierpniu 2011 roku jeden z obrazów został sprzedany 17 lutego 2012 roku w Domu Aukcyjnym Sotheby’s za kwotę 612 tys. funtów (<http://www.sothebys.com/en/search.html#keywords=roman%20opalka>). Jednocześnie dzieła artysty niesygnowane znakiem serii „*Odliczanie*” można nabyć w domach aukcyjnych w Polsce w kwotach poniżej 3 tys. zł.

Źródła sukcesu finansowego Romana Opalki można podsumować jako:

- konsekwentna obecność na aukcjach wielkich domów aukcyjnych,
- wystawy za granicą,
- włączenie współczesnej techniki do odbioru sztuki: dyktafon,
- wzmocnienie wyrazu sztuki wizualnej poprzez fotografię,
- niepowtarzalny, unikatowy styl, autorska koncepcja sztuki: autoportrety,
- wytrwałość, staranność przygotowywanych prac,
- gruntowne wykształcenie artystyczne uzyskał studiując 2 lata w ASP w Łodzi i 6 lat w ASP w Warszawie ([http://www.culture.pl/baza-sztuki-pelna-tresc/-/eo\\_event\\_asset\\_publisher/eAN5/content/roman-opalka](http://www.culture.pl/baza-sztuki-pelna-tresc/-/eo_event_asset_publisher/eAN5/content/roman-opalka)).



Nazwisko Wilhelma Sasnala, współczesnego malarza młodego pokolenia, wymieniane jest obok Romana Opalki, jako autora najdrożej wycenianej sztuki współczesnej. Obrazy polskiego artysty systematycznie sprzedawane są w nowojorskim domu aukcyjnym Christie's, na przykład obraz „Most” został sprzedany w czerwcu 2012 roku za kwotę 122 tys. dolarów (<http://www.christies.com/lotfinder/paintings/wilhelm-sasnal-untitled-5584212-details.aspx>). Sławę i rozgłos przyniósł Sasnalowi obraz „Samoloty” sprzedany za kwotę 396 tys. dolarów w 2007 roku (<http://www.christies.com/lotfinder/prints-multiples/wilhelm-sasnal-airplanes4913755details.aspx?from=searchresults&intObjectID=4913755&sid=8acac9b1-0ca8-4a92-99ad-62ef893a13b4>).

Wilhelm Sasnal urodził się w 1972 roku w Tarnowie, ukończył Akademię Sztuk Pięknych w Krakowie ([http://www.culture.pl/baza-sztuki-pelna-tresc/-/eo\\_event\\_asset\\_publisher/eAN5/content/wilhelm-sasnal](http://www.culture.pl/baza-sztuki-pelna-tresc/-/eo_event_asset_publisher/eAN5/content/wilhelm-sasnal)). Na początku swojej kariery artystycznej Sasnal był jednym z założycieli Krakowskiej Grupy Ładnie, funkcjonującej w kontrze do Akademii Sztuk Pięknych w Krakowie. Grupa promowała ideę „sztuki sprzedajnej”, dla której sztuka i twórczość artysty istnieje na rynku jak każdy inny produkt komercyjny podlegający reklamie. Wilhelm Sasnal zaczął pracować na własny rachunek, gdy stracił pracę w agencji reklamowej. Okres ten wspomina jako bardzo trudny, wymagający determinacji (<http://www.youtube.com/watch?v=wVlS7FnntOg>) i zaradności, aby w ostatecznym rozrachunku osiągnąć sukces, budując swój kapitał artystyczny.

Twórczość Sasnala została wpisana w nurt promowanego przez warszawską galerię Raster pop-banalizmu (<http://kultura.newsweek.pl/pop-banal,28189,1,1.html>), którego tematem i motywem sztuki jest życie codzienne. Życie rodzinne, poszukiwanie pieniędzy, pragnienia związane z posiadaniem domu czy samochodu i sukcesów zawodowych, stanowią kanwę twórczości Sasnala. Twórczość angażuje się również w wydarzenia historyczne i polityczne, powstaje pod wpływem aktualnych wydarzeń. Podejmując kwestie Holocaustu, próbuje stworzyć historyczne podsumowania polityczne Polaków.

Przełomowym punktem dla kariery Sasnala były prestiżowe targi sztuki Art Basel w Szwajcarii w 2002 roku, uznawane za najważniejsze targi sztuki współczesnej na świecie (Thornton, 2011). W 2006 roku na łamach opiniotwórczego „Flash Art” Sasnal został uznany przez krytyków i właścicieli galerii za najważniejszego młodego artystę na świecie, plasując się na pierwszym miejscu ([http://www.culture.pl/kalendarz-pelna-tresc/-/eo\\_event\\_asset\\_publisher/L6vx/content/ranking-flash-art-wilhelm-sasnal-nr-1](http://www.culture.pl/kalendarz-pelna-tresc/-/eo_event_asset_publisher/L6vx/content/ranking-flash-art-wilhelm-sasnal-nr-1)). W tym samym roku otrzymał europejską nagrodę sztuki współczesnej im. Vincenta van Gogha (The Vincent Award) Stedelijk Museum w Amsterdamie, przyznawaną co dwa lata europejskiemu artyście, który w ocenie jury „będzie miał znaczący i trwały wpływ na sztukę współczesną” (<http://the-artists.org/artistsbymovement/The-Vincent-Award/>). W 2011r. Sasnal został ujęty na liście Top10 najlepszych współczesnych artystów malarzy na świecie ([http://www.youtube.com/watch?feature=player\\_detailpage&v=Qfp1MOwF2g](http://www.youtube.com/watch?feature=player_detailpage&v=Qfp1MOwF2g)). Jego prace znajdują

się między innymi w Tate Modern w Londynie, Galerii Saatchi, Centrum Pompidou w Paryżu, Museum of Modern Art oraz Guggenheim Museum w Nowym Jorku. Kolekcjonerem jego wczesnej twórczości jest wielki potentat finansowy, właściciel słynnej agencji reklamowej Charles Saatchi (London Evening Standard).

Sposoby zarabiania na sztuce według Sasnala:

- wystawy za granicą, na przykład w Whitechapel Gallery w Londynie – współorganizowana przez Instytut Adama Mickiewicza w ramach Programu Kulturalnego Polskiej Prezydencji w 2011 roku ([http://wyborcza.pl/1,75475,10479103,Pierwsza\\_wystawa\\_Sasnala\\_w\\_Wielkiej\\_Brytanii\\_Byly.html](http://wyborcza.pl/1,75475,10479103,Pierwsza_wystawa_Sasnala_w_Wielkiej_Brytanii_Byly.html)),
- artykuły i wywiady w prestiżowych pismach artystycznych, takich jak ArtForum, FlashArt,
- promocja siebie i swojej twórczości za pomocą wywiadów i opowieści w YouTube,
- zaangażowanie polityczne – podejmowanie dyskusji poprzez filmy nawiązujące do rozliczeń polsko-żydowskich; współpraca ze środowiskami politycznymi z galerią z Nowego Jorku, Anton Kern Gallery, z lewicową Krytyką Polityczną,
- nawiązywanie tematyką prac do aktualnych niepokojów, potrzeb, nadziei społecznych, zwłaszcza aspirującej klasy średniej,
- indywidualny styl: wyraziste kolory i rozpoznawalne barwy,
- krótki proces twórczy: maluje obrazy w ciągu jednego do dwóch dni ([http://www.flashartonline.com/interno.php?pagina=articolo\\_det&id\\_art=379&det=ok&title=WILHELM-SASNAL](http://www.flashartonline.com/interno.php?pagina=articolo_det&id_art=379&det=ok&title=WILHELM-SASNAL)),
- biegła znajomość języka angielskiego.

## 5. Rezultaty analizy

Zarówno Kossak, Opalka, Sasnal, jak i Warhol to artyści plastycy, w których charakterystyce można zidentyfikować cechy artysty uzupełniane atrybutami przedsiębiorcy. Tabela 2 przedstawia ich predyspozycje w odniesieniu do wcześniej opisanych przymiotów przedsiębiorcy.

Można również wyróżnić zestaw cech wspólnych dla wszystkich wybranych powyżej artystów:

- wykształcenie w prestiżowych uczelniach artystycznych,
- jasna definicja odbiorcy twórczości, świadomość, kim jest klient, zrozumienie potrzeb i oczekiwań otoczenia,
- powielanie swoich obrazów,
- określona wizja, strategia, cele,
- ciągłe doskonalenie swoich umiejętności,
- spójne działania we wdrażaniu swojej strategii,
- wybór stylu, tematu i trwałość decyzji,
- niezależność wpływająca na innych,



- taktyka na popularność: ciągle odnawianie swojej popularności, publiczna ekspozycja,
- innowacyjność: ciągle poszukiwanie nowej techniki, formy, stąd też powstawały nowe szkoły, kierunki: Warhol-Fabryka, Fluxus.

**Tabela 2.** Charakterystyka wybranych artystów (znak × oznacza, że dany artysta charakteryzuje się określoną cechą)

Cechy przedsiębiorcy	Kossak	Warhol	Opalka	Sasnal
Aktywność społeczna, ekstrawersja	×	×	×	×
Ambitne i realistyczne cele	×	×	×	×
Energiczność	×	×	×	×
Kreatywność	×	×	×	×
Motywacja osiągnięć	×	×		×
Nadzieja na sukces	×	×	×	×
Nastawienie na zysk	×	×	×	×
Niezależność	×	×	×	×
Odporność	×	×	×	×
Odpowiedzialność	×	×	×	×
Odrzucanie gratyfikacji				
Optymizm	×	×	×	×
Orientacja na cel	×	×	×	×
Otwartość na błędy				
Pasja	×	×	×	×
Planowanie	×	×	×	×
Poczucie kontroli wewnętrznej		×	×	
Podejmowanie ryzyka	×	×	×	×
Samokontrola				
Stały rozwój	×	×	×	×
Współzależność	×	×	×	×
Wysoka samoocena	×	×	×	×
Wytrwałość	×	×	×	×
Zaangażowanie w pracę	×	×	×	×

Źródło: Opracowanie własne.

Można wobec tego postawić tezę, że źródłem komercyjnego, biznesowego sukcesu przedstawionych powyżej artystów jest korzystanie z atrybutów przedsiębiorcy oraz stała dbałość o swój wizerunek, sprawność budowania relacji z otoczeniem rynkowym oraz jasne określenie finansowych celów swojej działalności artystycznej, która jednocześnie powinna opierać się na ciągłym doskonaleniu się.



## 6. Podsumowanie

Rynek sztuki jest rynkiem bardzo wymagającym, determinowanym subiektywnymi odczuciami kolekcjonerów czy pojedynczych odbiorców, wrażliwym, cechującym się „owczym pędem”. Trudno zatem oczekiwać, iż sukces artysty będzie wynikową jedynie jego talentu. Przyjmuje się powszechnie, że artysta prowadzi działalność nietypową, unikatową, nie rozważa się natomiast kwestii, na ile sukces artysty jest wypadkową również jego przedsiębiorczości i świadomej aktywności na rynku sztuki.

Zaprezentowana w artykule analiza wybranych przypadków to jedynie pretekst do postawienia wstępnych tez i opracowania metodologii dalszych badań, które weryfikowałyby znaczenie kompetencji przedsiębiorczych w działalności artystycznej. Należy też podkreślić, że autorki skoncentrowały się wyłącznie na osobowościowych predyspozycjach artystów, pomijając inne czynniki istotne dla realizacji przedsięwzięć artystycznych, na przykład znaczenie marszandów.

Warto też zaznaczyć, że zamierzeniem artykułu było skupienie się na biznesowym aspekcie działalności artystycznej, co w żadnym wypadku nie dyskredytuje kulturotwórczej roli artystów i tworzonej przez nich sztuki, co znalazło się poza zakresem zaprezentowanych w artykule rozważań.

## Bibliografia

1. Baum J.R., Frese R., Baron R.A. (2007), *The psychology of Entrepreneurship*, LEA Inc., New Jersey, s. 46–54
2. Bolton B., Thompson J. (2013), *Entrepreneurs: Talent, Temperament, Technique*, Third Edition, Routledge, New York, s. 24–87
3. 2011 [http://wyborcza.pl/1,75475,10479103,Pierwsza\\_wystawa\\_Sasnal\\_w\\_Wielkiej\\_Brytanii\\_Byly.html](http://wyborcza.pl/1,75475,10479103,Pierwsza_wystawa_Sasnal_w_Wielkiej_Brytanii_Byly.html) (data dostępu: 10.01.2013)
4. Caves R. (2002), *Creative Industries. Contracts between Art and Commerce*, Harvard University Press, Cambridge, s. 27
5. Ciećwierz T., *Artysta i jego dzieła, czyli analiza osobowości twórczej oraz procesu twórczego*, <http://www.psychologia.net.pl/artykul.php?level=665>, (data dostępu: 22.01.2013)
6. Dzikowska E. (2011), *Artyści mówią. Wywiady z mistrzami malarstwa*, Rosikon Press, Warszawa, s. 168
7. Frontisi C. (2006), *Historia sztuki od starożytności do postmodernizmu*, Świat Książki, Warszawa, s. 477
8. Glinka B., Gudkova S. (2011), *Przedsiębiorczość*, Wydawnictwo Wolters Kluwer, Warszawa, s. 124–128
9. Goldsmith K. (2006), *Będę Twoim lustrem. Wywiady z Warholem*, Twój Styl, wydanie książkowe, Warszawa, s. 8–9
10. <http://premierartscene.com/magazine/wilhelm-sasnal/>
11. <http://www.christies.com/lotfinder/paintings/wilhelm-sasnal-untitled-5584212-details.aspx>





12. <http://www.christies.com/lotfinder/prints-multiples/wilhelm-sasnal-airplanes-4913755-details.aspx?from=searchresults&intObjectID=4913755&sid=8acac9b1-0ca8-4a92-99ad-62ef893a13b4>
13. <http://www.christies.com/LotFinder/searchresults.aspx?entry=Opalka&searchtype=p&searchFrom=header&searchSubmit=Search>, dostępny na dzień 17.02.2013
14. [http://www.culture.pl/baza-sztuki-pelna-tresc//eo\\_event\\_asset\\_publisher/eAN5/content/wilhelm-sasnal](http://www.culture.pl/baza-sztuki-pelna-tresc//eo_event_asset_publisher/eAN5/content/wilhelm-sasnal)
15. [http://www.flashartonline.com/interno.php?pagina=articolo\\_det&id\\_art=379&det=ok&title=WILHELM-SASNAL](http://www.flashartonline.com/interno.php?pagina=articolo_det&id_art=379&det=ok&title=WILHELM-SASNAL)
16. [http://www.praca.pl/poradniki/lista-stanowisk/grafika-fotografia-kreacja/malarz\\_pr-251.html](http://www.praca.pl/poradniki/lista-stanowisk/grafika-fotografia-kreacja/malarz_pr-251.html)
17. <http://www.sothebys.com/en/search.html#keywords=roman%20opalka>
18. Kaczanowski W., *Czy osobowość artysty, twórca ma coś wspólnego z psychopatią?*, [http://gnu.univ.gda.pl/psychobaza/prace/ps\\_osob\\_osobowosc\\_tworcy\\_a\\_psychopatia\\_wk.htm](http://gnu.univ.gda.pl/psychobaza/prace/ps_osob_osobowosc_tworcy_a_psychopatia_wk.htm), (data dostępu: 15.01.2013)
19. Koper S. (2010) *Życie prywatne elit artystycznych Drugiej Rzeczypospolitej*, Bellona, Warszawa, s. 106.
20. Kowalska B. (2011), *Oktogon Fotograficzny Romana Opalki*, Art&Business nr 6/2011, Warszawa, s. 126
21. Kulesza M., Kos E. (2010), *Kwestionariusz predyspozycji zawodowych*. Podręcznik, Wydawnictwo UŁ, Łódź
22. London Evening Standard <http://www.standard.co.uk/arts/interview-wilhelm-sasnal-7426668.html>
23. Łysiak W. (2012), *Malarstwo białe-czerwone*, Nobilis, Warszawa, s. 138.
24. Madejska K., *Uchwycić czas. Opalka 1965 /od 1 do 5607249*, Art Experts Magazine, wrzesień 2011, nr 3, s. 6
25. Matczak A., Jaworowska A., Fecenec D., Stańczak J., Bitner J. (2009), *Człowiek w pracy*, Pracownia Testów Psychologicznych, Warszawa, s. 6-9
26. Mirski A. (2011), *Skala Postaw Twórczych versus Odtwórczych (SPTO)*, Wyd. Ministerstwo Edukacji Narodowej, Kraków, s. 5-7
27. [http://www.culture.pl/kalendarz-pelna-tresc/-/eo\\_event\\_asset\\_publisher/L6vx/content/ranking-flash-art-wilhelm-sasnal-nr-1](http://www.culture.pl/kalendarz-pelna-tresc/-/eo_event_asset_publisher/L6vx/content/ranking-flash-art-wilhelm-sasnal-nr-1), dostępnej na dzień 22.02.2013
28. Popek S.L. (2010), *Psychologia twórczości plastycznej*, Oficyna Wydawnicza „Impuls”, Kraków, s. 11
29. Sajdak A. (2008), *Edukacja kreatywna*, WAM, <http://republika-dzieci.pl/edukacja-i-wychowanie/2488-osobowopwa-fragmenty-ksipzki-edukacja-kreatywna-autor-anna-sajdak-wydawnictwo-wam.html>, (data dostępu: 10.01.2013)
30. Sołowiej J. (1997), *Psychologia twórczości*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk, s. 29-35
31. Thornton S. (2011), *Siedem dni w świecie sztuki*, Propaganda, Warszawa, s. 61-99
32. Zaleśkiewicz, T. (2004). *Przedsiębiorczość i podejmowanie ryzyka*. W: Tyszką T. (red.) *Psychologia ekonomiczna*. GWP, Gdańsk, s. 317-325
33. <http://kultura.newsweek.pl/pop-banal,28189,1,1.html> z 24.02.2002r., (data dostępu: 22.02.2013)



34. ARTInfo, <http://www.blouinartinfo.com/news/story/278514/the-business-artist-how-andy-warhol-turned-a-love-of-money> z 16.12.2010
35. [www.bryk.pl](http://www.bryk.pl), (data dostępu: 15.01.2013)
36. <http://www.klasyfikacje.gofin.pl/kzis/6,0.html>

### **ARTISTIC PERSONALITY TYPE AND ENTREPRENEURS FEATURES**

The article consists of comparative analysis of the artistic personality type and the effective entrepreneur's features. It is based on characteristic of creative artists' personality, Holland's Theory of Career Choice and entrepreneur's profile. The result of the comparison is the list of competences that are not typical for artists and are necessary to achieve business gain. There are four well known artists described to demonstrate the effects of artistic and entrepreneurial features integration.