

JAK SE POHYBOVAT VE SVĚTĚ UMĚNÍ

[Pablo Helguera](#)

[Umělec 1/2008](#)

https://www.divus.cz/umelec/article_page.php?item=1451

Svět Umění považuje mnoho lidí za nejpromyšlenější hru na světě. Pokud se v ní chcete začít orientovat, bude pro vás, jako pro nováčka, užitečné představit si SU jako šachy.

Vydeme-li z tohoto předpokladu, zjistíme, že svět umění obsahuje mnoho z prvků této prastaré hry:

Král (ředitel muzea)

Královna (sběratel a/nebo komisaři muzeálních sbírek)

Věže (kurátoři)

Koně (obchodníci)

Střelci (kritici)

Pěšáci (umělci)

Stejně jako v šachu se tyto figurky pohybují po šachovnici podle předem stanovených pravidel, ale o něco komplexněji. Pohyb figurek, na rozdíl od možností šachu, může být trojí: společenský pohyb (týká se přibližování a zapojení jednoho či více hráčů), finanční pohyb (týká se kontroly nad ostatními hráči skrz získávání umění nebo práce), a politický pohyb (týká se kontroly nad ostatními hráči získáním nejsilnější pozice).

Začneme králem – ředitelem muzea. Teoreticky je to klíčová figurka ve hře, jelikož ten, kdo ho získá, buď hru kontroluje, nebo dokonce vyhraje. Král/ředitel muzea má ovšem rozpornou hodnotu, protože ač je figurkou nejdůležitější, sám o sobě je bezmocný. Potřebuje ochranu své instituce a svých zaměstnanců, ale hlavně podporu královny (sběratel a/nebo kurátor muzea).

Královna, která zastupuje sběratele, komisaře a v některých zemích ministra kultury, je nejsilnější figurkou ve hře. Jelikož oplývá největší pohyblivostí po šachovnici, může se zmocnit kterékoliv jiné figurky, ze které může učinit určující prvek hry. Podobně ovšem její znehybnění nebo neefektivita jejího pohybu vede k prohře. Největší chybou je si královnu znepřátelit, jelikož právě královna může podupat kariéru všech ostatních ve hře, i krále.

Věže (kurátoři) mají jednostrannou moc, závislou na podpoře od královny a ostatních figurek. Jejich síla tkví v pozici, kterou na šachovnici zaujímají, čímž se vysvětluje to, že někteří kurátoři mají větší moc než jiní. Díky tomu je jejich moc obvykle pomíjivá. V některých případech, například ve „finálních“ (ekvivalent bienále a jiných událostí mezinárodního významu) je vliv kurátorů klíčový. Spojenectví s věžemi je pro některé ostatní figurky, jako například pro královnu, naprosto zásadní.

Střelci (kritici) se vždy pohybují diagonálně, aby vytvořili dojem, že se nepřiklánějí ani k jedné straně (levé nebo pravé). Představují ve hře morální autoritu, proto je přirovnáváme k náboženské figurě (v anglickém jazyce je v šachu střelec nazýván biskupem). Stejně bezzávazkovým, diagonálním způsobem kritici inklinují k nepřímé podpoře umělců (pěšáci), a

někdy si s nimi dokonce vytvoří tak silné vztahy, že ani ostatní figurky včetně královny jim je nedokážou zpřetrhat.

Koně (dealeři) jsou nepředvídatelné figurky, obvykle s velkým dosahem, ač jejich hodnota na šachovnici převyšuje jen hodnotu pěšáků. Cestují široko daleko po mezinárodních veletrzích s uměním společně s umělci. Jsou-li správně využiti, přinášejí úspěch ve hře. Ti, kdo osedlají správného koně, mají úspěch téměř zaručený.

Pěšáci, tedy umělci, jsou nejméně a nejvíce důležitá figurka ve hře. Kromě toho jsou nejpočetnější a umělecké školy chrlí každoročně další a další, a tak je velmi těžké si jich na začátku hry vážít. Nicméně jak postupují po šachovnici, nabývají na síle a získávají podporu figurek kolem sebe. Pěšák, který se dostane až na druhou stranu šachovnice, bývá ostatními považován za velice nebezpečného a jeho nepřátelé udělají všechno pro to, aby ho zastavili. V tom případě se však z pěšáka stává velmi drahocenná figurka pro jeho spojence (tržní hodnota), a pokud je úspěšný, tak díky naprosté podpoře spojenců dojde až na pole osmé, kde je „korunován“, neboli získá trvalé uznání v historii umění. Jakmile je korunován, stává se z něj Královna, a od té chvíle je schopen manévrovat se stejnou mocí jako nejdůležitější figurka ve hře.

PRAVIDLA HRÝ

1. Ve světě umění není jeden ani více hráčů, dokonce ani dvě barvy figurek. V uměleckém šachu mají figurky různě pestré barvy, závislé na kulturním a zeměpisném pozadí. Obzvláště na mezinárodní šachovnici je pravidlem, že figurky mohou mít jakoukoliv barvu, ale obvykle jsou v nejhojnějším počtu právě bílé, zatímco ostatní barvy tvoří daleko menší část celkového procenta, jelikož „barevní“ dobří hráči jsou obvykle vzácní. Není vhodné hrát se stejným druhem nebílých figurek, pokud se nejedná o velmi regionální turnaj.
2. Platí pravidlo každý s každým, které se používá na některých šachových turnajích – všichni bojují proti všem. Tak mohou všechny figurky ovlivňovat svoje okolí a do jisté míry vytvářet spojenectví podle svých schopností a sil. Samozřejmě pro krále a královnu je organizace takového tahu daleko jednodušší.
3. Když postoupíme do vyššího mezinárodního turnaje, jako například do mezinárodního bienále, musíme se nejprve utkat s figurkami stejného původu (tzn. druhu a barvy).
4. V tradičním šachu je cílem zmocnit se krále. I když to v uměleckém šachu platí také (ovládat ředitele muzea je velice přitažlivý cíl), stále je důležitější nechat se ulovit královnou (sběratelem). Díky tomuto kritickému rozdílu se v uměleckém šachu nedá vyhrát výhradně útočnou strategií, ale spíše kombinací strategie útočné a svůdné.
5. „Remíza“ nastává v uměleckém šachu tehdy, pokud jedny figurky zabrání postupu ostatním, ovšem jen když ve stejné chvíli brání i ostatní figurky v postupu jim. Tahle situace obvykle nastává v malých uměleckých komunitách (viz poslední část sekce Ponorková nemoc), následkem obvykle bývají bezduché výstavy a bezduché umělecké události.

O VZPURNÝCH HRÁČÍCH

Někdy se najdou i tací, kteří se odmítají přizpůsobit tradičním pravidlům a zkoušejí využívat neortodoxních strategií, jako například hrát zároveň kurátora i umělce.

Tahle tendence, která se původně vůbec netolerovala, je poslední dobou čím dál více přípustná (ale o tom více až v sekci „kurátor“). Nicméně je důležité si zde povšimnout dvou detailů. Jeden se týká „jednostranného pohledu“ společenství SU. Jelikož je vždycky těžké si zapamatovat jednotlivce v tom obrovském množství umělců, kurátorů, kritiků, atd., dvojitá funkce lidí často plete a zapamatují si vás o to hůř. Za druhé, ti kdo si v rámci SU zvolí hybridní povolání, možná nebudou mít moc problémů s tím, jak bude jejich dvojitá funkce

akceptována, ale spíše se budou potýkat s vedlejšími efekty, které po zvolení takové strategie vyvstanou. Například umělec, který pracuje také jako kurátor, by se měl přestat snažit vyvracet názor, že je kurátorem jen proto, že není dostatečně slavným umělcem – takové úsilí ho jen odvádí jak od jeho práce kurátora, tak od tvorby umění. A kurátor, který vystavuje své vlastní umění (a hlavně ještě ke všemu na výstavě, již je sám kurátorem) obvykle vyvolává nedůvěru u kurátorů „na plný úvazek“, kteří to chápou jako neúctu ke svému povolání, zatímco umělci ho berou jako konkurenci. Avšak nejméně žádanou kombinací je kombinace umělec/kritik. V případě, že píšete pozitivní recenze, se na vás jako na umělce/kritika budou dívat s podezřením, že se jako jedinec snažíte vytvářet spojení. Negativní recenze zase vyvolají odpor, který by se mohl podepsat na vaší kariéře umělce. Je důležité si zapamatovat, že není větší potěšení než kritizovat výstavu umělce, který sám kritizuje výstavy ostatních.

UMĚLEC

Na počátku modernismu umělci tvrdě pracovali ve svých ateliérech, obvykle v izolaci, strádající, dokud je neobjevil nějaký obchodník, mecenáš, kritik, nebo kurátor. Ačkoli i v dnešním světě umělci „trpí“, jdou na to přirozeně trochu jinak. Profesionální umělci, vyprodukovaní uměleckými školami, tráví daleko méně času v ateliérech – raději nomádsky přežívají po letištních halách, ve snaze vydýchat časový posun mezi nekonečným harcováním mezi rezidencemi, bienále, uměleckými festivaly, přednáškami, slavnostními zahájeními a dalšími společenskými akcemi. Profesionální umělci pracují daleko víc na svých laptotech a přes e-mail než ve svých ateliérech, zúčastňují se nekonečných večerů s excentrickými sběrateli a celonočních flámů s vyplňováním grantových žádostí. Opravdu úspěšní umělci jsou dnes ti, kdo si uvědomili, že jejich tradiční vzdělání je naprosto zbytečné, a raději se soustředí na to, aby se rozvíjeli v tak užitečných oblastech, jako jsou digitální programování, etnografie a sociologie, psychologie vnímání, obchodní administrativa, průmyslový a produktový design, marketing, architektura a inženýrství.

Také na vrchol se dnes umělci dostávají velmi odlišným způsobem než kdysi. Zatímco dříve byli umělci vybíráni velmi úzkou skupinou znalců, kteří toho o dějinách umění hodně věděli, dnes jsou rozpoznatelní, jen pokud jsou podporováni někým, kdo má větší finanční zdroje k tomu, aby mohl získat a propagovat jejich dílo, a jsou-li ochotni spolupracovat se svými „podporovateli“ tak, aby pokračovali v produkci dobrých výrobků, které budou v souladu s požadavky trhu a budou odpovídat aktuálním uměleckým trendům.

Existuje obecná, ač nepsaná hierarchie umělců, která je založená na jejich mezinárodní nebo regionální „rozpoznatelnosti“. Ač veřejně nevyužívaná, stává se použitelnou referencí pro ty, kteří se chtějí zorientovat v pozicích konkrétních umělců (možná i ve svých vlastních) v profesionální „krajíně“ Světa Umění.

Za umělce úrovně A (také přezdíváné „blue-chip“ – blue chip stocks jsou akcie firem s ustáleným místem na trhu, které mají jistý příjem a nijak rozsáhlé závazky) jsou obvykle považováni ti, kdo se účastní hlavních mezinárodních bienále, jejichž díla jsou součástí sbírek velkých muzeí a o kterých se pravidelně píše v Artforu. Úroveň A je těžké si udržet dlouhodobě, o to hůř navždy. Všichni umělci o sobě tvrdí, že jsou umělci úrovně A. Statut A je těžké si udržet i jen jeden týden. Umělci úrovně A představují nanejvýš 3 % trhu.

Umělci B jsou ti, kteří občas vystavují na mezinárodních bienále, kteří mají své práce v některých významných sbírkách, ale jejich výstavy a recenze na ně jsou nevyrovnané.

Přibližně 15 % Světa Umění představují umělci úrovně B.

Umělcům úrovně C se přezdívá „vycházející“, dají se rozdělit na a) ty, jejich kariéra právě začíná, b) takové, kteří se ani po více pokusech nikdy opravdu „nerozjeli“, c) ty, co dříve byli umělci úrovně A nebo B, ale jejich kariéra potom vzala za své, a oni odmítají přestat produkovat umění. Umělci úrovně C mohou sice mít za sebou mnoho významných výstav, ale ne dost, aby to ospravedlnilo příslušnost k úrovni B. Kolem 32 % umělců ve Světě Umění

patří do této skupiny.

Umělci úrovně D jsou obvykle amatéři s naprosto naivním povědomím o Světě Umění a s ještě horší schopností posudku svého vlastního díla. Jsou obvykle považováni za beznadějně. Tvoří 50 % trhu.

Umělci každé úrovně těžko uspějí, pokud nebudou dodržovat základní pravidla profesionálního chování, proaktivní činnosti a pasivních strategií, které zde vyjmenujeme. Následující pravidla jim pomohou rozvinout pevné vztahy, vytvořit si podpůrnou základnu a zakrýt své nechutné umělecké ambice svou příjemnou a přitažlivou osobností.

1. Objevování se ve společnosti. Četnost objevování se umělce na veřejných akcích, jakými jsou například slavnostní zahájení, by měla být nepřímou úměrnou stavu umělcovy kariéry – samozřejmě s výjimkou jeho vlastních vernisáží. Umělci, kteří navštěvují přemíru vernisáží, budou nevyhnutelně vzbuzovat podezření ohledně svých vlastních uměleckých záměrů.

2. Fyzické vzezření. Umělci by se měli v každé situaci snažit vypadat zajímavě – měli by oplývat psychologickou intenzitou a introspekcí. Fyzická přitažlivost je nejdůležitější, ale pokud jí umělec nedisponuje, musí vytvořit dojem určitého „charakteru“. Měl by jít s módou, avšak vždy překvapit jakýmsi nepředvídatelným prvkem (například barevné ponožky). Tím dává najevo, že ačkoli se on/ona dokáže přizpůsobit pravidlům hry, je schopen/schopna vyprodukovat uměleckou vizi. Člověk by si ale měl dávat pozor, aby to nepřehnal, protože by to mohlo vzbudit nežádoucí dojem pubertální touhy po pozornosti.

3. Konverzace. Na své vernisáži by umělec neměl zahajovat jakoukoliv konverzaci tím, že se uvede jako „umělec“. Raději by měl čekat a mlčet, jako by všichni zúčastnění najisto věděli, kdopak to vlastně je. V jakékoliv skupině se vždy najde někdo dost slušný na to, aby se zeptal „co že to vlastně děláš“, což je pokyn k tomu, abys začal mluvit.

4. Zapojit se. Tento termín se používá k popisu umělcovy strategie propagace vlastní práce „náhodnými“ poznámkami typu: „a jednou, když jsem vyprovázel z ateliéru kurátora bienále v Sao Paulu...“ atd. Zapojením se má umělec možnost jednoduše a bezbolestně budovat svou pozici a přitom nevypadat příliš domýšlivě. Zapojovat se musí všedním tónem, kterým dá najevo, že je zvyklý na zážitky a příležitosti „na úrovni“.

5. Hypersebezveličování. Umělci, kteří se chtějí opravdu etablovat ve Světě Umění, by si měli sami sebe až přehnaně vážit – například požadovat pro svá díla jen tu nejdražší přepravní firmu, nebo/a letenky jediné business class jak pro sebe, tak pro své asistenty. Někteří budou možná kvůli takovému chování umělcem opovrhovat, ve skutečnosti však jeho/její statut ve Světě Umění zaručeně stoupne – vyvolá kontroverzi a v některých případech dokonce obdiv. Umělcův postoj musí v těchto případech vždy vyjadřovat, že jeho/její důležitost není diskutabilní – že je nepopiratelnou skutečností, což se tak stane ještě přesvědčivějším. Umělci s nízkým sebevědomím nebo chatrnou osobností by se ovšem těchto praktik měli raději vyvarovat. V jejich případě může hypersebezveličování vyznít jako sebeklam, kterým se umělec přesvědčuje o své fiktivní hodnotě. To může vést k traumatickým okamžikům, ve kterých se projeví umělcova opravdová hodnota – například když přestane dostávat pozvánky na některé výstavy apod.

6. V případě slavných umělců může hypersebezveličování působit přehnaně, nadbytečně a kontraproduktivně, jelikož jim jen odcizí obdivovatele, kteří umělce vždy obklopovali. Takže jako kontrast k předchozímu bodu, slavní umělci by měli využívat hyperpokory. Hyperpokora je lákavá, protože pomůže lidem, kteří by byli umělcovou slávou jinak zastrašeni, aby se uvolnili. Hyperpokora funguje jako falešná skromnost, avšak vyžaduje naprosto bezchybné provedení, aby byl umělec přesvědčivý a zakryl tak falešnost svého „výkonu“. Hyperpokorní umělci by se měli například, když někdo projeví zájem o jejich práci, chovat tak překvapeně, jako by to byla rarita. Když je takovému umělci lichoceno nebo je mu prokazována jakákoliv pocta, měl by se tvářit, jako že si ji přece vůbec nezaslouží.

VÝBĚR PŘÁTEL A PARTNERŮ

Určování důležitosti podle asociací (neboli „řekni mi kdo jsi, a já ti povím, kdo jsi“) má v SU svůj odvěký význam. Je také jedním ze zásadních podkladů pro tento „návod“. Jelikož SU obvykle staví spíše na prvních (a vizuálních) dojmech a instinktu než na racionálních úvahách, je nezbytné ukázat se „na poprvé“ v tom nejlepším světle. V této sekci vyjmenujeme některé základní postupy, které budou užitečné jak pro umělce, tak pro kohokoliv, kdo chce udělat dobrý dojem.

1. Je nezbytné stýkat se výhradně jen s těmi, kteří jsou na vyšší profesionální úrovni než vy. Jen tak může umělec „z povolání“ aspirovat na postup na společenské stupnici a zviditelnit se v dané oblasti. Naopak ti, kteří se obklopují méně úspěšnými lidmi, jsou nakonec vnímáni stejně jako ti méně úspěšní. Úspěšný umělec by si ovšem měl najít protějšky i v dalších oblastech, jako například zpěváky, filmové hvězdy, designéry, modely/modelky, jelikož tyto oblasti jsou pro něj daleko lepším úkrytem než SU.
2. Ustavičnou otázkou ve světě umění ovšem je: měli bychom „spát“ s umělcem, jehož práce se nám nelíbí? Odpověď na tento rozporný problém, zvučné NE, je těžké uposlechnout. Dynamika SU a jeho až extrémní společenský život recepcí a večírků často zapříčiní, že občas zapomínáme na jakékoliv umělecké normy stejně jako na nezpochybnitelný fakt, že někteří extrémně přitažliví lidé jsou extrémně špatnými umělci. Naše doporučení zní, že jakkoli nám může připadat následování vlastních sexuálních pohnutek nevyhnutelné, je krajně důležité si uvědomit, že „to“ může radikálně změnit náš celkový pohled na umění.
3. Výsledkem předešlé polemiky je obvyklý – a nešťastný – scénář umělce nebo kurátora, doprovázeného průměrným partnerem, který se beznadějně snaží připoutat pozornost, zatímco je jen stínem svého úspěšného druha/družky. Těm umělcům, kteří se rozhodnou pro partnery o dvacet let mladší, doporučujeme, aby se nesnažili jejich kariéru nijak propagovat a už vůbec ne protlačovat jejich práci při příležitostech, které se nabízejí výhradně jim (například pořádat společné výstavy nebo dokonce spoluvytvářet díla). Je důležité si zapamatovat, že obzvláště v tomto případě je láska opravdu slepá.
4. Párům, jichž kariéra postupovala ruku v ruce, dokud jeden z nich rázem nevykročil na cestu slávy, doporučujeme, aby buď ten méně úspěšný zanechal své původní kariéry, nebo pokud on/ona miní nadále ve své kariéře pokračovat, aby svého úspěšnějšího partnera/partnerku úplně opustil/a. Společenství SU obvykle ohrnuje nos nad úspěšným umělcem po boku jiného, ne tak úspěšného. Nicméně, pokud se takové situaci nelze vyhnout, obdivovatelé úspěšnějšího umělce začnou časem podporovat i kariéru jeho/jejího partnera, pokud to bude úspěšnější umělec požadovat. Ačkoli, jak jsme si již ujasnili, je nepřijatelné, aby méně úspěšný umělec vyžadoval podporu svého partnera, stoupenci slavnějšího umělce budou nuceni s pochopením přijmout umělcovo rozhodnutí jako těžkou zkoušku, kterou prochází z lásky, a budou se snažit vypomoci, ať už bude situace sebekomplikovanější. I když jakýkoli projekt (neslavného) partnera pravděpodobně nebude moc dobrý, slavného umělce to potěší, a to je to, o co v této situaci doopravdy jde.

PŘÁTELSTVÍ S UMĚLCI

Existuje několik případů, kdy, kromě toho, že jsou velmi tvůrčí myslí, jsou umělci také velmi dobrými přáteli. Omezující je umělcův nedostatek velkorysosti a hlavně jeho klinická neschopnost brát na vědomí problémy ostatních, nebo je vůbec vyslechnout, což ovšem bývá hlavní předností „přítele“. Je však možné mnohého dosáhnout, pokud si uvědomíme, že narozdíl od obyčejných lidí vyžaduje umělec alespoň třikrát více pozornosti.

UMĚLCI A GALERIE

Jak už jsme naznačovali u kurátorů, i vztah mezi umělcem a obchodníkem připomíná nejprve námluvy a později spojenectví, které skoro hraničí s manželstvím. Ti, kdo mají nějakou

zkušenost se „sváděním“, lehce poznají, kdy je jejich snaha už zbytečná. Někteří nezkušení umělci se ale snaží navázat takový vztah i několik let a neuvědomují si, že nemají ani tu nejmenší šanci v dané galerii někdy vystavovat.

Jakmile se vhodná galerie najde, jak umělec, tak obchodník s uměním musí přistoupit k úmluvě, že, ať už jakkoliv formálně, budou vždy alespoň trochu nespokojeni, nebo mít alespoň menší pochybnosti. Je totiž naprosto fér, když se galerie nebo umělec rozhodnou jeden s druhým rozloučit kvůli nové lepší příležitosti.

Umělec, který hledá galerii, by se měl řídit následujícími pravidly:

1. Umělec by nikdy neměl vkročit do galerie se snímky svých prací, které přinesl ukázat „jen tak kdyby náhodou“. Této strategii se přezdívá „pojišťovácká“. Umělci by také neměli do galerie nosit svá díla, hlavně pokud jsou větších rozměrů.
2. Umělec, který přichází do galerie ukázat svou dokumentaci bez toho, aby vůbec shlédl předešlé výstavy, nebo alespoň tu aktuální, galerii hrubě uráží. Pokud si ani nezjistil program galerie, proč by se mu galerista měl věnovat? Ačkoli k tomu naše příručka nevyzývá, je naprosto pochopitelné, pokud v takovém případě galerista vyhodí umělcovu dokumentaci před jeho očima.
3. Evropští umělci by neměli do newyorských galerií nosit své katalogy. Je dobře známo, že v Evropě si může nechat katalog vytisknout opravdu každý, kromě toho to jediné vzbudí žárlivost galerií, které si mohou dovolit vydávat publikace jen mimořádně.
4. Umělci by neměli galerie trápit – posílat nevyžádanou dokumentaci a později galerie kontaktovat kvůli tomu, aby jim poslaly materiály nazpět kurýrní službou.
5. Umělci by si měli uvědomit, že obchodníci se k nim budou chovat srdečně opravdu jen zřídka na vyžádání. Pokud umělec vstoupí do galerie v New Yorku a je vítán s otevřenou náručí a s otázkou „jste umělec?“, měl by se držet na pozoru: takové místo je jistojistě jednou z „galerií marnosti“ (viz rejstřík).

Fakturační etiketa

Je bohužel obvyklým problémem, že pokud galerie prodá umělcovo dílo nebo díla, trvá jí neúměrně mnoho času, než vůbec umělce o takové události uvědomí nebo než mu odevzdá jeho „procento“ z prodeje. Není doporučeno se soudit, jelikož galerie mají obvykle daleko lepší právní zázemí a byl by to tak velmi drahý proces. Daleko účinnější je kontaktovat ostatní klienty galerie a informovat je o jejich nekalých finančních praktikách. Když vás galerie zneužívá, všechno je dovoleno.

O kurátorech, andělech strážných

Vztah umělec-kurátor, možná nejkomplexnější v SU, jsme již částečně probrali v sekci „kurátor“. Umělci by si měli tuto sekci znovu projít, aby věděli, jaké strategie „proti“ nim bude kurátor využívat, a aby na ně dokázali reagovat. Umělci by se měli řídit následujícími pravidly:

1. Umělec by měl dělat vše, co je v jeho silách, aby se kurátor cítil během jejich spolupráce příjemně – aby měl pocit, že má hlavní slovo. Jakékoliv pochybnosti umělce o kurátorových úsudcích, ať už jsou tyto sebeabsurdnější, by mohly kurátora zastrašit a pošramotit tak jejich vztahy do budoucnosti.
2. Umělec by se měl vždy „zajímat“ o kurátorovy nápady.
3. Umělec by se měl naučit improvizovat. Například je-li umělec na společenské akci s kurátorem a kurátor se zmíní o plánované výstavě na jakémkoliv téma, kterou organizuje, měl by se umělec hned ozvat, „že právě přesně na něčem takovém pracuje“ – samozřejmě jen pokud má zájem se dané výstavy zúčastnit.
4. Umělec by si nikdy neměl stěžovat nebo něco po kurátorovi požadovat. Umělec je kurátorovi vždy „dlužen“, a ať už výstava dopadne jakkoli, je v zájmu umělce držet jazyk za

zuby a neprotestovat. Jinak by si mohl zavřít dveře ke spolupráci na budoucích projektech.

Souboj na život a na smrt: umělec versus umělec

1. Každý umělec je nevyhnutelně soupeřem všech ostatních umělců. Dějiny umění nemají místo pro umělce stejné generace a původu. Takže z více umělců stejné národnosti, generace a společenského postavení zaplní volné místo dříve nebo později jen jeden z nich.
2. Také je důležité neprojevat žárlivost, odpor, nebo podráždění, které vzniká, když je umělec nucen sledovat kolegy, jak inkasují šance, které by on sám chtěl samozřejmě pro sebe. K minimalizování tohoto hněvu vymyslel SU několik nevyslovených pravidel, která zajišťují alespoň minimální zdání zdvořilosti mezi umělci, hlavně pokud žijí ve stejné omezené komunitě.
3. Když se dva umělci, kteří patří do stejné komunity nebo se pohybují ve stejném prostředí, poprvé setkají, měli by se představit křestním jménem – měli by předpokládat, že o sobě už navzájem vědí, že ten druhý už určitě „viděl jeho práci“. Jejich setkání by mělo proběhnout ve zdrženlivém duchu. Takové chování je důležité, jelikož, tak jako v pokru, si hráči musí držet své karty blízko u těla.
4. Ve větších centrech SU, jakými jsou například New York, Londýn nebo Berlín, jsou vztahy mezi umělci volnější, jelikož se jim skýtá daleko více různých šancí. Nicméně umělci by se měli naučit základním pravidlům „networkingu“: a) vždy u sebe mějte vizitky a pokud připravujete výstavu, mějte po ruce i pozvánky rozměru 4X6” se všemi důležitými informacemi, které podejte na konci každého rozhovoru, b) buďte v obraze co se týče všech uměleckých událostí ve městě; c) vždy mějte „co nabídnout“ ostatním umělcům – například nějakou smlouvu s kurátorem, informace o nějakém stipendiu, rezidenci, atd. Tak jako když jste si kdysi měnili hokejové kartičky, iniciativa bude většinou ostatních umělců po chuti.

Jak se vypořádat s imitátory?

Pro umělce není neobvyklé potkat kolegu, jehož díla se vyznačují podezřele podobnými myšlenkami, uměleckými postupy a vzhledem. Shody náhod mají své hranice, a ačkoli jsou imitátoři známí svými schopnostmi přesvědčit někoho o tom, že právě tyhle nápady pocházejí od nich samých, jsou si lépe než původní umělci naprosto přesně vědomi, které práce jsou „obšlehnuté“ od někoho jiného. K potírání starodávného umění „plagiátorství“, starého jako umění samo, se nabízí široká škála řešení. Od ztrapnění až k vězení, nebo dokonce vraždě. Tato příručka extrémnější postupy nedoporučuje, zato nabízí důvtipnější praktiky, které si nyní projdeme:

1. Imitovaní umělci budou muset skrýt svůj hněv z padělání – které ve většině případů není jednoduché prokázat. Místo toho by měl imitovaný umělec srdečně poděkovat svému kolegovi za to, že stvořil dílo, které je „poctou“ dílu jeho.
2. Následně by se měl imitovaný umělec postarat o to, aby celý SU o této „poctě“ co nejdříve věděl. Tahle strategie zaručuje, že ještě než bude padělek uznán originálem, budou všichni vědět o padělatelově činu, což je pro něj velice ponižující.
3. Pokud se padělatel nebo imitátor bude prohlašovat za nevinného, bude postup původního umělce ignorovat nebo ho dokonce obviní ze žárlivosti, může původní umělec prohlásit padělané dílo za své. Pokud je tedy imitace na prodej, bude moct původní umělec požadovat svých 25 % z prodejní ceny – pokud tedy toto procento reprezentuje obsah díla, které patří původnímu umělci.
4. Pokud se padělatel/imitátor ještě pořád nestáhne, ať původní umělec najme tři mladé studenty umění jako své asistenty. Jejich úlohou bude vytvořit ještě horší repliky padělatelových děl, podepsat je padělatelovým jménem a představit je na trhu během dvou až tří let. Původní umělec musí zajistit, aby pokaždé, když vystaví svůj další originál, byla v průběhu několika týdnů představena i pravděpodobně „padělaná“ díla. Za krátkou dobu se tak

podají upevnit padělatelovu pověst padělatele a špatného umělce.

Drbání druhých na zádech: Umění vzájemnosti

Profesionální umělci ví, že i naši největší nepřátelé nám mohou být ku prospěchu, pokud jsme ochotní si vzájemně vyměňovat rady a informace o grantech a užitečných kontaktech. Umění vzájemnosti se lze naučit jen v praxi. Pouštíme-li se do výměny, je dobré hned zkraje nabídnout malou laskavost, radu nebo tip jinému umělci. Jakmile tohle máme za sebou, musí i druhý něco nabídnout. Pokud tak neučiní, neměli bychom mu už nabízet žádné informace. Umělec by nikdy neměl hýřit informacemi, pokud se mu stejné štědrosti nedostává od druhých, ovšem neměl by být přehnaným tajnůstkářem, jelikož to odradí ty, kteří by se o nějaké informace podělit mohli.

Návštěvy vernisáží jiných umělců

Umění vzájemnosti se nevztahuje jenom na výměnu informací, platí také na daleko základnější úrovni – při navštěvování vernisáží ostatních umělců za účelem přilákání návštěvníků na svou vlastní vernisáž, až nadejde její čas.

Pokud se umělec č. 1 zúčastní vernisáže umělce č. 2, bude potom povinností umělce č. 2, aby navštívil vernisáž umělce č. 1. Ve skutečnosti je etickou povinností každého umělce a kurátora, aby navštívili vernisáže významných umělců a kurátorů, kteří byli přítomni na těch jejich. Pokud se tímto pravidlem nebudou řídit, návštěvnost na jejich vernisážích se podstatně sníží. Účast na vernisážích by proto měla být chápána jako symbolická investice do sama sebe. Co se týče vzájemného navštěvování vernisáží, je zde samozřejmě určitá tolerance toho, že se na některé nedostavíte, ale brzy se můžete dostat na tenký led, jelikož vaše nepřítomnost bude vzbuzovat dojem, že si jen vymýšlíte výmluvy a nejste schopni plně podpořit své kolegy.

Když není čas tvořit

Často se stává, že někteří umělci, kteří si vzali předchozí pravidla příliš k srdci, přestanou tvořit umění, jelikož jim na to kvůli nabitému společenskému programu (např. navštěvování vernisáží) již nezbude čas. Tento stav je obvykle diagnostikován jako vernisážitýda, chronická závislost na vernisážích. Pokud se chceme této choroby zbavit, je účelné ohlásit, že na dlouhou dobu odjíždíte z města, což je skvělou záminkou, proč se vernisáží nějakou dobu neúčastníte. Pokud tak učiníme, měli bychom se ovšem velmi pečlivě vyhýbat známým v sousedství SU, jelikož by nás mohl někdo vyhmátnout, a odhalit tak náš „podvod“. Pokud ovšem zjistíme, že je pro nás pohodlnější chodit na vernisáže než tvořit, můžeme se pokusit o kariéru umělce-společenského prominenta, tedy raději pózovat jako umělec na vernisážích a vyprávět smyšlené historky o své práci a výstavách než tvořit v ateliéru.

Umělcova Nemesis: Kritik

Situací, ve kterých má umělec tak málo možností obrany, jako když musí jednat s kritikou, nastává v SU opravdu jen pramálo. Vztah mezi umělcem a kritikem je extrémně křehký a závisí jen na kritikově povaze a vrtkavosti. Pokud kritika začne obtěžovat umělce ustavičnou sebepropagací, může to pro umělce dopadnout naprosto katastroficky. Kritik, stejně jako podrážděná včela, dokáže bodnout, a může to být opravdu bolestivé. Z tohoto důvodu je doporučeno neustále si držet kritiku od těla a nesnažit se s ním jakkoliv prohloubit vztah, pokud o to on sám nebude vyvíjet zájem. Během vernisáží by měl umělec kritiku jen letmo pozdravit a chovat se nejpřátelštěji, jak jen to jde. Neměl by se ho snažit strhnout na svou stranu svým „propagačním proslovem“. Obvykle je nejlepší mít mezi umělcem a kritikem prostředníka, jako například kurátora nebo obchodníka s uměním.

Jedinou výjimkou jsou „kritici k pronajmutí“. V tomto případě se vztah mezi kritikem a umělcem mění. „Kritik k pronajmutí“ (viz sekce Kritik) je najat buď umělcem nebo galerií,

aby napsal esej o výstavě pro katalog (daleko neetičtější přístup je, když galerie zaplatí kritikovi, aby napsal příznivou recenzi pro některý z uměleckých časopisů). V tomto případě je dialog mezi umělcem a kritikem mnohem uvolněnější a mocenské vztahy mezi nimi daleko vyrovnanější.

Nicméně, mimo tuto výjimku by měl být umělec připraven na tu nejhorší možnou kritiku. Je dobré si zapamatovat, že kritika umění tady není od toho, aby nám poskytovala nové možnosti porozumění umění. Je zde spíše od toho, aby prokázala, že nové možnosti v porozumění umění, které nám osvětlují umělci a kurátoři, nejsou nové, nejsou dost dobré nebo jsou alespoň špatně formulované. Umělci by se tedy měli chápat jako pěstěná pole, na kterých kritici sklízí, nebo v některých případech jako lesy, které je třeba pokaždé spálit, aby mohli znovu vyrůst.

Umělec v soukromí

Umělci často věří, že pro jejich kariéru je rozhodující právě jejich vystupování ve společnosti. Avšak není nic důležitějšího než jejich chování ve chvílích, kdy jsou sami. Je všeobecně známo, že umělec nemá žádnou pracovní dobu. Opravdový umělec by měl fungovat jako umělec, hlavně když je sám. Tím si upevní svou osobitost pro chvíle, kdy musí vystupovat na veřejnosti, a zaručí si tím, že ho nikdo nenachytá na švestkách, když zrovna není „v roli“, na nějakou bezpečnostní nebo soukromou kameru.

1. Podobně jako obchodník s uměním, i umělec by měl každé ráno opakovat svá „afirmační cvičení“ – podívat se na sebe zpřímá do zrcadla a prohlásit se, zřetelně a hlasitě, bez toho že by se musel sám sobě smát, za nejdůležitějšího umělce v dějinách umění. Pokud se umělec nedokáže v tomto přesvědčení udržet, jakékoliv pokusy o to opravdu uspět skončí nepochybně selháním.

2. Umělci by měli bezpodmínečně milovat sami sebe. Bez umělcovy vlastní sebelásky a obdivu bude i pro ostatní těžké se do umělce zamilovat. Dodatečně ke své sebelásce by se měli umělci ujistit, že sobě svou lásku opětvují.

3. Umělci by měli provádět každodenní „cvičení originality“ k zvýšení svého charisma a k obohacení své osobnosti. To znamená dělat obvyklé věci neobvyklými způsoby. Například vytlačovat zubní pastu z tuby originálním způsobem, zahradničit příborem, vařit uměleckými pomůckami, atd.

4. Umělci by měli být vždy připraveni na neohlášené návštěvy. Například rozmístěním podivuhodných a exotických objektů ve svém obývacím pokoji a ateliéru tak, aby tato místa sršela extrémní originalitou.

5. Umělci by ovšem neměli soutěžit sami se sebou. Umělci za zenitem obvykle začnou odmítat práce, které v minulosti vytvořili. Stárnoucí umělci by neměli kritizovat svou ranou kariéru: je lepší získat uznání za něco, co jsme vytvořili dávno, než nedosáhnout uznání vůbec.

Role médií

Umělci by měli věnovat dostatek času zvyšování originality svých nápadů, svého šatníku, vyumělkování své mluvy, dokonce i toho, jak chodí – to všechno je učiní daleko žádanějším cílem pro média. Smysluplné a „celé“ věty nikomu neprospějí, jelikož média mají tendenci vše nevyhnutelně překroutit. Pro umělce je tudíž žádoucí reagovat v rozhovorech nevyzpytatelnými odpověďmi, nebo ještě lépe, odpovídat na otázky dalšími otázkami. Jedině tak si umělec zaručí, že jeho/její odpovědi budou dostatečně nejasné, než aby mohly být zjednodušeny, a pokud by neměl co říct, tak se o tom nikdy nikdo nedozví.

Nekrolog umělce

Umělci musejí na svou smrtelnost pohlížet pragmaticky. Jelikož si rodina (mají-li nějakou)

bude muset nějak poradit s jejich pohřbem, někdo bude muset napsat nekrolog – a nikdo nechce nekrolog typu „málem to dokázal, ale chyběl mu talent“. Aby zabránil tak příšernému nekrologu, měl by umělec, který se cítí smrtelně ohrožen (ať už kvůli věku, nemoci nebo drogám), nafiňgovat svou smrt před několika osobnostmi SU ve spolupráci s důvěryhodným přítelem, který mu bude o jejich reakcích průběžně podávat zprávy. Bezprostřední reakce by měly být úzkostlivě zaznamenány a analyzovány, jelikož jsou mnohdy velice upřímné. „Mrtvý“ umělec ať poté zanalyzuje jejich obecné tendence a sepíše nekrolog, ve kterém budou tyto představy zneutralizovány. Hotový nekrolog by měl být svěřen do rukou právníka a vydán jako skrytá „reklama“ v Artforu a v New York Times. Vlastnoručně sepsané nekrology sice musejí být velkorysé, ale neměly by obsahovat přehnaně superlativů, aby moc neodporovaly skutečnosti. V případě umělců bez jakékoli naděje na laskavé posmrtné komentáře jejich práce se nekrolog založí na kvalitách jejich osobnosti. Něco jako „byl to báječný člověk“ nebo jak řekl jeden hudební kritik o Florence Foster Jenkinsovi, „jeho postoj byl vždy postojem umělce, který dělal vše nejlépe, jak mu to jeho schopnosti dovozovaly“.

Zadní vrátka

Není zrovna obvyklé, že umělec vytváří pozoruhodná a kvalitní díla. V mnoha případech nestojí jeho práce za nic. V tomto případě se mohou umělci uchýlit k jiným strategiím, které sice nenahradí jejich nedostatek talentu, ale rozhodně jim budou poněkud kompenzovat, a tak nepřímou podporovat jejich uměleckou kariéru. Umělec si může například otevřít galerii, založit umělecký časopis nebo reklamní agenturu, nebo se může spřátelit s některými významnými umělci a pokusit se stát jejich „manažerem“ nebo neformálním dealerem jejich umění. Tahle „zadní vrátka“ ovšem nikdy nebudou fungovat jako permanentní podpora jeho kariéry umělce – pokud totiž v těchto aktivitách bude pokračovat déle než rok nebo dva, stane se z umělce neodvratně (a nevědomě) obchodník nebo kritik – osvojí si tu kariéru, kterou si před tím zvolil pouze jako podpůrnou.

Jak dojit úspěšné umělce

Obvykle se má se za to, že ve vztahu kurátora a umělce má kurátor vyšší postavení. Ve skutečnosti pokud se umělec proslaví, může začít získávat kontrolu nad kurátory, se kterými spolupracuje, zatímco kurátoři si vylepší své renomé spoluprací s uznávaným umělcem. Jeden z největších úspěchů pro kurátora je, když si dokáže vytvořit skálopevný vztah s významným umělcem, jelikož kurátor tak získá vysokou kartu, která může hrát důležitou roli v jeho/její další kariéře, a zároveň se také stane uznávaným. Významný umělec by si ale měl uvědomovat, jakou roli hraje upřednostňování některých kurátorů oproti jiným, a měl by se vynasnažit jich přespříliš nezneužívat.

Psychologická etiketa

Mnoho kurátorů věří, že díky svému vlivnému postavení mají právo upravovat umělcovu práci – například navrhnout změny ve formátu díla, v jeho barevnosti, tématu, chybné výrobě, atd. a mnoho umělců jejich prosbám více než rádo vyhoví. Nicméně tímto chováním se může vytvořit nepříjemná závislost umělce na kurátorovi: když si kurátor nedá pozor, brzy za ním začne umělec chodit pro rady a nápady pro své projekty pravidelně. Pokud chce kurátor ovlivnit dílo svého umělce, měli by raději postupovat podle následujících psychologických strategií:

1. Umělec a kurátor jsou něco jako „profesionální milenci“. Z tohoto důvodu by kurátor nikdy neměl umělci ani naznačit, že preferuje jiné. Ač je pro kurátora daleko jednodušší svést umělce, než-li tomu je naopak, nesmí brát umělcovu lásku jako samozřejmost. Pokud chce kurátor něco probrat s jinými umělci, měl by udělat všechno pro to, aby u toho nebyl jeho „milovaný“ umělec. To by vyvolalo jen závist a rozmrzelost ze strany umělce, který by začal

pochybovat o serióznosti kurátorových úmyslů.

2. V mnoha případech si kurátor umělce pozve na výstavu z důvodů jiných, než je hodnota jeho díla (např. potřebuje ženu, rasovou nebo geografickou pestrost, nebo protože lepší umělec odřekl účast). V těchto případech nesmí kurátor prozradit opravdové důvody, proč umělce pozval, a zdůrazňovat jen hodnotu jeho/jejího díla.

3. Když chce kurátor zařadit na výstavu jiné dílo než to, které chce umělec, měl by využít přesvědčovací taktiky, založené na lichotkách (např. „bude to určitě to nejlepší dílo na celé výstavě“) a žárlivosti (raději bych vystavil tuhle tvoji věc než dílo X, přestože on má něco hodně podobného). Tahle taktika by měla fungovat tak, že sám umělec dojde k závěru, že dílo, které kurátor od začátku prosazoval, je opravdu to nejvhodnější dílo k vystavení na dané akci.

4. V případě umělců za zenitem chce kurátor obvykle vystavovat díla spojená s jejich nejvydařenějším obdobím. Naopak umělec obvykle chce vystavit ty nejnovější práce, které jsou skoro vždy o něco horší než jeho raná díla. Kurátor tedy musí vynaložit všechn svůj talent, aby umělce přesvědčil, že jeho „historické“ práce pomohou zasadit výstavu do kontextu, a umělec tím pádem bude představovat klíčovou osobnost celé výstavy.

5. Kurátor by měl nechat umělci vždy otevřené dveře. Umělec pak uvěří, že každé pozvání k vystavování jeho děl je jen jedním z mnoha dalších – budoucích. Jedině tak bude kurátor vždy ve výhodě.

Citové vztahy v SU

V každé profesi dříve nebo později vzniknou citové vztahy. Jelikož se lásce nedá poroučet, spojení, které se na její bázi vytvoří, se musí akceptovat i v SU. Nicméně je velmi důležité, aby si profesionální umělec uvědomoval, co může takový vztah znamenat v kontextu jeho/její kariéry. Zatímco některé vztahy mohou být na začátku velmi výhodné (například kurátora s umělcem), časem se pro méně významného z nich stanou velkou nevýhodou (ať jde o umělce, nebo o kurátora). V předcházející tabulce jsou nastíněné různé úrovně „přijatelnosti“ konkrétních vztahů podle toho, jak bude na „pár“ následně pohlíženo. Je pravidlem, že profesionálové stejné hodnoty a kategorie se mohou párovat jak chtějí (ač u páru dvou umělců mohou nastat problémy). Historici umění jsou obecně nejlepšími partnery vně SU, jelikož jsou minimálně zapojeni do ekonomických nebo politických aspektů SU. Na druhou stranu umělci a obchodníci s uměním patří mezi ty, kteří svým párováním vyvolávají nejkonfliktnější situace – doporučuje se proto, aby si pokud možno hledali partnery mimo SU.

Vernisáže

Slavnostní zahájení neboli vernisáže jsou klíčové události, které napomáhají uskutečnění pestré palety transakcí, které utvářejí dynamiku života současného umění. Stejně jako plesy XIX. století, i vernisáže mají komplexní choreografii, podle které se mezi sebou zúčastněné „strany“ harmonicky a kultivovaně proplétají. Ovšem narozdíl od společenských událostí dávných dnů mají vernisáže komerční podtext, jelikož skoro všichni hosté mají co nabídnout a propagovat. Tohle může naprosto zmást návštěvníka, který se přišel na umění „jen podívat“. Zkušený návštěvník vernisáže ví, že každý, kdo přišel vernisáž podpořit, může nabídnout něco, co se týká jeho/její kariéry. Tak jako v již zmíněné hře v šachy, povinností každého profesionála je dostat se k nejdůležitějším figurkám ve hře.

Ideální choreografie pro umělce na vernisáži je načrtnuta v předcházejícím diagramu. Je důležité si povšimnout, že pro umělcovu kariéru je nejméně důležitou přítomnou osobou vystavující umělec. Ale měli bychom s ním určitě prohodit alespoň „pár slov“. Umělec-návštěvník má nejprve za úkol dostat se ke stolku s pitím a chlebičky. Jakmile je vybaven jídlem a pitím, měl by očima prozkoumat místnost a stanovit, s kým je důležité si ten večer „promluvit“. Je nutné postupovat hierarchicky – začít u sběratelů a kurátorů a hlavně se

vyvarovat kritiků (jak jsme se již zmínili, interakce mezi umělci a kritiky by měla být minimální).

Je důležité se galerií pohybovat s naprostou elegancí a lhostejností – jelikož pečlivě předvedená lhostejnost může být indikátorem moci.

Na druhou stranu pokud k někomu přistupujeme impulsivně, nebo již od začátku propagujeme to, kvůli čemu tady jsme, je to pro všechny ukazatel naší beznaděje a ve výsledku budeme vytvářet dojem, že nedokážeme přijít na to, u koho vlastně hledat podporu. Explicitní sebepropagace je považována za nevkusnou a obvykle je spojována s amatérskými umělci. Ač sebepropagace vychází z pragmatického stanoviska a jde hned „na věc“, když vezmeme v úvahu předmět vernisáží, nikdo nebude rád, když se někdo bude snažit porušit společenskou vytržbenost takové události. Existuje několik způsobů, jak vkusně zařadit sebepropagaci do konverzace:

1. Žádný umělec nebo kurátor by na vernisáži neměl započít rozhovor propagací své vlastní práce. Musí vyčkat, dokud se ho někdo ze skupiny na jeho práci konkrétně nezeptá, pak teprve má šanci se o ní zmínit.
2. Žádný umělec by se neměl příliš chlubit svým uznáním a úspěchy. Výhradně ne před umělci v daleko nevýhodnější pozici. Takový přístup obvykle ostatní deprimuje a vyvolává u nich závist.
3. Když umělec mluví o svých úspěších, nikdo by ho neměl přerušovat, nebo ještě hůř – skákat mu do řeči s průpovídkami jako „na tom bienále jsem byl taky“. Takové řeči vypadají, že se snažíme minimalizovat důležitost toho, o čem umělec mluví.
4. Hosté vždy utečou od těch, kteří nemluví o ničem jiném než o sobě. Je velice důležité, aby v konverzaci dostali prostor i ostatní, tak si zajistíme, že dojde i na naše sdělení.
5. Nejlepší cesta k sebepropagaci nevede skrz naše explicitní prohlášení. Spíše bychom se měli v konverzaci snažit ovlivnit mluvčího tak, aby nám on sám dal pokyn, že můžeme začít mluvit o tom, co zajímá nás. Například mezinárodní umělci moc rádi mluví o tom, jak jsou ještě unavení z letu, což obvykle znamená, že mají nabitý program a jsou tedy velmi žádaní. To je dobrá cesta k tomu, aby se jich někdo zeptal na jejich práci, a pokud tak někdo učiní, můžou pokračovat. Rozhovor může probíhat například takhle: „...to je z toho, že jsem tak unavený z cesty z Amsterdamu.“ „Aha. A co jste tam dělal?“ Atd.
6. Je důležité si zapamatovat, že pokud se nás nikdo na naši práci nezeptá (ať už děláme cokoli), nemá vůbec cenu o tom začínat mluvit – znamená to, že pro takový účel máme špatné obecenstvo.
7. Ti, kteří s sebou nosí pozvánky na své nadcházející výstavy, si musejí dávat pozor, aby je rozdávali vkusným způsobem, a ne jako někdo, kdo rozdává letáky všem kolemjdoucím. V ideálním případě bychom měli pozvánku dávat jen těm, kteří se nás na naši nadcházející výstavu konkrétně zeptají.
8. Při skupinových konverzacích na vernisážích je mezi umělci a kurátory obvyklé, že naprosto převezmou slovo, a mluví jen a jen o všech svých projektech. Ač takové chování není nevkusné, je kontraproduktivní a podezřelé – jelikož pokud má někdo tolik projektů, pravděpodobně je nebere moc vážně, když má ještě čas obcházet společenské večírky. Ačkoli tato příručka nedoporučuje posluchačům, aby mu něco takového naznačovali, je pochopitelné, když někteří budou reagovat stylem, „wow, jste tolik zaneprázdňeni, možná byste se měli vrátit zpátky do práce, než tady s námi marnit čas“.
9. Jak se obléct na vernisáž. Adekvátní oblečení na vernisáž samozřejmě závisí na místě, ve kterém se vernisáž koná, a také na typu vernisáže. V ideálním případě víme, jaké typy akcí galerie pořádá, a můžeme tedy učinit „poučené“ rozhodnutí. Některé galerie podporují havajské košile, zatímco do jiných vás nepustí v čemkoli jiném než Prada (nebo aspoň v něčem, co se jako Prada tváří, pokud na originál nemáme dostatečné fondy). Jen sběratelé si

mohou nosit opravdu co chtějí, jelikož nejsou pod tlakem toho, že budou muset někoho ohromovat. Jsou samozřejmě umělci, kteří se rádi oblékají a chovají extravagantně a budou tak činit i na společenských událostech na vysoké úrovni. Někteří říkají, že to není kvůli tomu, že potřebují přitahovat pozornost, ale jednoduše nedokážou potlačit svou uměleckou osobnost, a tak nemohou učinit kompromis a obléct se dle požadavků formální události. Někteří z nich s sebou dokonce někdy no

[△](#) [1760]