

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut sociologických studií, Katedra sociologie

Bakalářská práce

2014

Hana Nováková

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut sociologických studií, Katedra sociologie

Hana Nováková

Krása v očích plastické chirurgie

Bakalářská práce

Praha 2014

Autor práce: **Hana Nováková**

Vedoucí práce: **Mgr. Miroslav Paulíček, Ph.D.**

Rok obhajoby: **2014**

Bibliografický záznam

NOVÁKOVÁ, Hana. *Krása v očích plastické chirurgie*. Praha, 2014. 32 s. Bakalářská práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut sociologických studií. Katedra sociologie. Vedoucí diplomové práce Mgr. Miroslav Paulíček, Ph.D.

Abstrakt

Záměrem bakalářské práce je prozkoumat fenomén plastické chirurgie ze sociologického hlediska. Jsou určeny a prozkoumány společenské podmínky, za kterých se uskutečňují plastické operace v takové míře a oblibě, jako je tomu dnes. Práce taktéž obsahuje shrnutí stěžejních názorů pacientek plastické chirurgie na tuto disciplínu a vysvětluje, jakým způsobem pacientky nahlíží na roli fyzické krásy v jejich životě a na obsah pojmu krásy obecně. Pozornost je zaměřena na motivy, které ženy spojují s takovým zákrokem do integrity svého těla, jakým je plastická operace. Práce si klade za úkol nabídnout racionální vysvětlení toho, co pacientky k zákroku vede i přes vysoké riziko poškození vlastního zdraví či nejasný výsledek. První část práce se zabývá novou ekonomikou, konzumerismem a kulturou celebrit jako hlavními faktory, jež uvádí odborná literatura, které ovlivňují rozhodování o podstoupení plastické operace. Zároveň je věnována pozornost problematice normativní funkce krásy v moderní společnosti. Druhá část je tvořena výsledky kvalitativního výzkumu. Ten je založen na analýze polostrukturovaných rozhovorů s pacientkami, jež podstoupily operaci za účelem zvýšení své atraktivity. Následně jsou generovány a vysvětleny stěžejní motivy podstoupení plastické operace tak, jak je uvádí respondentky kvalitativního výzkumu, a další motivy uvedené v relevantní literatuře.

Abstract

The objective of this bachelor thesis is to examine the cosmetic surgery phenomenon from the sociological point of view. Social conditions under which cosmetic surgery are carried out in such quantity and popularity are defined and explored. Paper also contains a summary of patients' opinions about cosmetic surgery and explains the way they think of the role of beauty in their lives. The attention is focused on motives by which are patients of cosmetic surgery led to undergone such intervention to human body as the cosmetic surgery. Paper aims to propose a rational explanation of what leads them to a cosmetic surgery even though there is a high risk of health damage and an unclear result. The first part deals with the new economy, consumerism and celebrity culture as the main factors, claimed by the literature, that influence decisions about undergoing cosmetic surgery. Normative function of beauty in modern everyday life is also scrutinized. The second part consists of the results of qualitative research, which is based on an analysis of interviews with patients who underwent cosmetic surgery in order to increase their attractiveness. Subsequently fundamental motives of cosmetic surgery are generated and explained, based on reports of respondents and the relevant literature.

Klíčová slova

Plastická chirurgie, plastická operace, krása, fyzická atraktivita, konzumerismus, celebrity culture, média, reklama, kosmetické výrobky.

Keywords

Cosmetic surgery, beauty, physical attractiveness, consumerisms, celebrity culture, media, advertisement, cosmetics.

Rozsah práce: **57 654 znaků.**

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 2. 1. 2014

Hana Nováková

Poděkování

Na tomto místě velmi děkuji svému vedoucímu práce, váženému panu Mgr. Miroslavu Paulíčkoví, Ph.D., za jeho trpělivost, vstřícnost a veškeré rady a konzultace, jež mi při psaní práce poskytl. Zároveň mé poděkování patří rodině a všem blízkým, kteří mne po dobu studia podporovali.

PROJEKT BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Univerzita Karlova v Praze

Fakulta sociálních věd

Institut sociálních studií

Katedra sociologie

Předpokládaný název bakalářské práce:

Krása v očích plastické chirurgie

Studentka: Hana Nováková

Konzultant: Mgr. Miroslav Paulíček, Ph.D.

Úvod

Problematika mýtu krásy v podobě péče o náš zevnějšek je v dnešní postmoderní době nejen jedním z nejpobulárnějších a nejvíce prosperujících odvětví ekonomiky, ale také faktorem, jenž ovlivňuje náš každodenní život, aniž bychom si to mnohdy uvědomovali. Fenomén krásy je nám předkládán prostřednictvím médií, jež vytváří jakési „vzory dokonalých žen a mužů“, s nimiž máme tendenci více či méně kriticky srovnávat vzhled svůj i ostatních.

Je přirozené, že se lidé chtějí odjakživa líbit. Představy o kráse se však historicky vyvíjely, stejně jako prostředky, jimiž se snažíme krásy dosáhnout. Na to pochopitelně reaguje trh se svou dříve nevídanou škálou možností, jak vyřešit naši nespokojenost. Už nám nestačí pouhé šperky, líčidla, kvalitní pečující kosmetika či dobře padnoucí oděv maskující tělesné nedostatky; je možné použít řadu nových alternativních prostředků, jakými jsou například „zázračné“ pilulky či nejrůznější chirurgické zákroky. Estetická stránka člověka je dnes totiž jedním z určujících aspektů při žádosti o práci, při hledání partnera, dokonce i při běžných interakcích s okolím.

Výzkumný problém

Plastická estetická chirurgie se v posledních letech stala poměrně cenově dostupnou a efektivní cestou, jak vyřešit nespokojenost s určitou částí našeho těla za cenu několikátýdenní bolesti. Ve své bakalářské práci se budu zabývat tím, jaké motivy vedly klienty plastické estetické chirurgie k podstoupení takového zákroku. Má cílová populace bude složena pouze z těch osob, jež k operaci přivedly určité motivy osobní. Osoby podstupující výkon z důvodů zdravotních problémů či komplikací nebudou subjekty mého zkoumání, jelikož svůj záměr nespojují s určitým konceptem krásy.

Bude mne zajímat, zda si respondenti byli před operací plně vědomi všech rizik s chirurgickým zákrokem spojených (např. zdravotní komplikace či nevydařený výsledek), jakým způsobem o nich uvažovali, jaké povahy a jak silný byl vnitřní boj, který pacienti vedli mezi svým pudem sebezáchovy a touhou po „hezčím já“, jakým způsobem probíhalo poměrování kladů i záporů daného rozhodnutí a jaké množství peněz byli ochotni do operace investovat. Vynasnažím se také postihnout, jaké má operace důsledky na každodenní život člověka: jak zpětně hodnotí svá rozhodnutí, jak se po absolvování zákroku změnil respondentův život, zda by jej absolvoval znova apod. Mým hlavním záměrem bude zkoumat celkové představy respondentů o fyzické kráse a jejich vztah k ní.

Metodologie

Práce bude dělena do dvou částí: teoretické a praktické. V první z nich se pokusím charakterizovat pojem krásy, nastíním vývoj plastické estetické chirurgie v České republice a stručně popíši nejběžnější metody užívané pro zkrášlení naší fyzické stránky. Pro lepší zakotvení mého

výzkumného problému se pokusím opřít své teorie o motivech pacientů k podstoupení plastické operace za účelem zkrášlení tělesné stránky o klasickou literaturu zkoumající teorii formování identit v kombinaci s literaturou pojednávající o sociologii těla. Zdrojem informací pro mne budou také média: časopisy, televizní vysílání či internetové stránky týkající se plastické chirurgie (např. konkrétní webové stránky plastických klinik apod.). Vyhledám a popíši také jiné empirické výzkumy zabývající se tímto fenoménem.

Praktická část bude čerpat z kvalitativního výzkumu uskutečněného s přibližně deseti zástupci obou pohlaví. Nejpravděpodobnější metodou výběru respondentů bude jejich kontaktování prostřednictvím diskusních webových fór (například ženských časopisů), alternativními metodami pak zřejmě metoda nabalování prostřednictvím „sněhové koule“, přičemž jako první osobu se pokusím oslovit docenta Jana Měšťáka, CSc. či přímé vyhledávání pacientů v čekárnách plastických chirurgů po předchozí domluvě s konkrétním lékařem. Schéma interview zkonstruuji jako polostrukturované, jelikož se chci dobrat určité komparace s využitím výše zmíněných okruhů témat, jež chci ve své práci postihnout.

Získané poznatky mi pomohou vygenerovat nejčastější individuální motivy k absolvování chirurgického zákroku a také pochopit význam krásy a její roli v životě dané osoby. Výzkum mi také může sloužit jako zdroj nových potenciálních aspektů problému.

Předpokládaná struktura práce

Teoretická část

1. Úvod: cíle práce, popis metodologie, teoretické zakotvení problému do sociologických děl
2. Nástin historie plastické estetické chirurgie v ČR, charakteristika nejčastějších zkrášlujících procedur

Praktická část:

3. Prezentace výzkumu a prezentace zjištění: cíl výzkumu, složení výzkumného vzorku, metody výzkumu, způsob zpracování dat
4. Závěr – shrnutí poznatků, zhodnocení použitých metod: jejich výhody a nevýhody, popř. limity
5. Seznam užité literatury

Očekávané výsledky práce

Výstupem mé bakalářské práce by měl být hlubší pohled na chápání krásy, její význam a role v životě člověka uvažujícího o alternativních formách zkrášlení sebe sama prostřednictvím chirurgického zákroku. Určím nejčastější faktory, které člověka ovlivňují na cestě za krásou a postihnu racionální i iracionální důvody tohoto počínání i důsledky na každodenní život.

Orientační seznam literatury

BAUMANN, Z.: Tekutá modernita. Mladá fronta, 2002.

ECO, U.: Dějiny krásy. Argo, 2005.

FAHOUN, K.; ŠTROBLOVÁ, S.: Tvář: nejen o estetické chirurgii. Somix, 1998.

KUFA, R.; ČERVINKOVÁ, R.: Plastická chirurgie: krok za krokem. XYZ s.r.o., 2008.

LIPOVETSKY, G.: Třetí žena. Prostor, 2000.

LIPOVETSKY, G.: Říše pomíjivosti. Prostor, 2002.

MĚŠŤÁK, J.: Úvod do plastické chirurgie. Karolinum, 2005.

MĚŠŤÁK, J.: Prsa očima plastického chirurga. Grada Publishing, a.s., 2007.

V Praze dne:

8. 6. 2012

Konzultant

Mgr. Miroslav Paulíček

Studentka

Nováková Hana

Obsah

ÚVOD	2
1. CÍLE PRÁCE	4
2. METODOLOGIE	5
3. TEORETICKÝ RÁMEC	7
3.1. TEKUTÁ POSTMODERNÍ SPOLEČNOST	7
3.2. PLASTICKÁ CHIRURGIE V KONTEXTU TEKUTÉ SPOLEČNOSTI	9
3.3. NORMATIVNÍ ÚLOHA KRÁSY	13
4. ANALÝZA ROZHOVORŮ	14
4.1. PŘEDSTAVENÍ RESPONDENTEK.....	14
4.2. FYZICKÉ ZTĚLESNĚNÍ „KRÁSY“ V DNEŠNÍ SPOLEČNOSTI	16
4.3. POZITIVA A NEGATIVA FYZICKÉ ATRAKTIVITY	17
4.4. MLÁDÍ JAKO PŘEDPOKLAD KRÁSY	18
4.5. MUŽSKÁ KRÁSA	19
4.6. NESPOKOJENOST S URČITOU ČÁSTÍ TĚLA JAKO MOTIV PRO PODSTOUPENÍ PLASTICKÉ OPERACE	19
4.7. NORMÁLNOST PLASTICKÉ CHIRURGIE	21
5. MOTIVY PACIENTŮ PLASTICKÉ ESTETICKÉ CHIRURGIE	22
5.1. PLASTICKÁ OPERACE JAKO ŘEŠENÍ KOMPLEXU	22
5.2. PLASTICKÁ OPERACE JAKO MOŽNOST NEVYČNÍVAT Z DAVU	23
5.3. DALŠÍ MOTIVY K PODSTOUPENÍ PLASTICKÉ OPERACE	24
5.3.1. <i>Plastická operace jako snaha o vylepšení či pojištění kariéry</i>	24
5.3.2. <i>Plastická operace jako snaha o kvalitnější milostný život</i>	25
5.3.3. <i>Plastická operace jako běžný způsob péče o tělo</i>	25
ZÁVĚR	27
POUŽITÁ LITERATURA	27
PUBLIKACE	29
ČLÁNKY	29
SEZNAM PŘÍLOH	31

Úvod

Tématem mé bakalářské práce je fenomén plastické chirurgie umožňující proměnu tělesné schránky dle subjektivního přání pacienta, v určitých případech dokonce celkovou přeměnu identity. Dříve nejčastěji vykonávané rekonstrukční plastické operace dnes ustupují do pozadí a předmětem hlavního zájmu se staly estetické plastické operace, jejichž účelem je vylepšení atraktivity pacienta.

Toto téma jsem si vybrala ze dvou důvodů: v první řadě mi je plastická chirurgie do jisté míry blízká, a to proto, že po úrazu jsem se o ni po dlouhou dobu zajímala, vyhledávala relevantní informace a dodnes pravidelně navštěvuji kliniku plastické chirurgie Doc. MUDr. Jana Měšťáka CSc. Zde mám možnost setkat se s ostatními pacienty a seznámit se tak s výsledky jeho práce. Druhým důvodem je mé zaujetí možností zvýšit atraktivitu prostřednictvím plastické chirurgie, tedy dobrovolným podstoupením nerekonstrukční estetické operace. Jakožto pacientka, která o plastické operaci začala uvažovat až v důsledku úrazu, jsem se mnohdy bezvýsledně snažila pochopit, co klienty žene k podstoupení tak nebezpečné procedury, jakou je dobrovolná intervence do integrity vlastního těla.

Práce vysvětluje, jak moderní žena, pacientka plastické chirurgie, smýšlí o roli krásy ve svém životě, a co pro ni vůbec těžko uchopitelný pojem krása znamená. Prostřednictvím kvalitativního výzkumu a analýzy zahraniční literatury poskytují čtenáři odpověď na otázku, jaké jsou hlavní motivy k podstoupení dobrovolné operace a co od zákroku pacient očekává. Neméně důležitým cílem práce je také objasnění, jak pacienti o plastické operaci smýšlí, jakým způsobem se rozhodovali o jejím podstoupení a zda ji považují za normální bezrozpornou proceduru zkrášlení svého těla.

Práce je rozdělena do dvou hlavních částí. První část téma plastické chirurgie teoreticky zakotvuje do rámce relevantních sociologických teorií. Důraz je kladen na vysvětlení samotných společenských podmínek pro oblíbenost plastické chirurgie v takové míře, v jaké je tomu dnes. Hlavními zdroji, z nichž v této části vycházím, je dílo *Tekutá modernita* Zygmunta Baumana a dílo *Making the Cut* autora Anthony Elliotta. Na základě poznatků z literatury vysvětlují, jakým způsobem konzumní ekonomika ve spolupráci s mediální kulturou přispívá k procesu „znormálnění“ plastické chirurgie.

Druhá část se věnuje samotnému kvalitativnímu výzkumu a představuje jeho hlavní výsledky. V první řadě zde uvádím představy respondentek o roli fyzické krásy,

resp. atraktivitu v životě ženy, jakou důležitost jí přiřkládají, co si vůbec pod souslovím krásná žena / krásný muž představují a co jsou nezbytné předpoklady pro to, abychom legitimně mohli osobu označit za krásnou. Práce se zde samostatně v krátkosti věnuje například tématu stárnutí, které jak literatura, tak respondentky označily za relevantní. V neposlední řadě se respondentky zamýšlí nad tím, zda v sobě atraktivita zahrnuje i určité výhody či naopak nevýhody. Poslední část práce nabízí čtenáři podrobné vysvětlení pohnutek k podstoupení plastické operace, které jsou vygenerovány z analýzy rozhovorů a z literatury.

1. Cíle práce

Klíčovým cílem práce je postihnout nejčastější motivy patientek plastické estetické chirurgie, které je vedou k podstoupení procedury, jejímž výsledkem je modifikace vlastní fyzické podoby. Mou snahou bylo získat relevantní odpovědi na otázku, jaké povahy a síly tyto motivy musí být, aby překonaly strach pramenící jednak z nejistoty budoucí vizáže a zejména pak obavy ze zdravotních komplikací spojených s každým chirurgickým zákrokem.

Druhým úkolem bylo zjistit, jak lidé, kteří podstoupí zákrok plastické estetické chirurgie, vůbec smýšlí o fyzické kráse. Zajímalo mne, jakým způsobem se klientky plastických klinik staví k rozporuplnému dilematu, zda je uměle vytvořená fyzická krása normou a plastická estetická chirurgie normální procedurou a prostředkem péče o vzhled moderního člověka.

Na základě definování hlavních cílů práce je možné formulovat tyto výzkumné otázky:

- Jaké jsou nejčastější motivy k podstoupení plastické estetické operace?
- Jaká jsou očekávání pacientů plastické chirurgie?
- Je plastická chirurgie svými pacienty vnímána jako normální zkrášlující procedura?

2. Metodologie

Pro teoretické zakotvení problému jsem zvolila analýzu literatury, která mi napomohla při formulaci otázek a problémů pro další části práce. Zdrojem inspirace pro realizaci kvalitativního výzkumu mi byla kniha *Making the Cut* od Kathy Davisové, jejíž výzkum sestával ze tří částí: kvalitativních rozhovorů s pacientkami plastické chirurgie, klinické studie sestávající z rozhovorů s plastickými chirurgy a pozorování konzultací mezi pacientkami a plastickými chirurgy. Pro potřeby bakalářské práce jsem realizovala kvalitativní výzkum, jehož hlavním účelem bylo získat relevantní odpovědi na výše zmíněné výzkumné otázky v přítomném čase. Existuje řada materiálů zabývajících se problematikou plastické chirurgie ze společenského hlediska, avšak tyto byly vytvořeny v zahraničí¹. Mým cílem bylo zjistit a do jisté míry i ověřit, zda české ženy vedou k plastické operaci stejné motivy.

Jako výzkumnou metodu jsem použila interview v podobě polo-strukturovaných rozhovorů s celkem osmi ženami (viz níže). Tato metoda se mi jeví jako nejvhodnější, jelikož respondentky měly prostor hovořit o tématech, jež samy považují za důležitá, zároveň je v silách výzkumníka korigovat rozhovor tak, aby nevybočil z témat plastické chirurgie a pojetí fyzické krásy v moderní společnosti. Jako tazatelka jsem tudíž měla k dispozici seznam návodných otázek, které jsem použila v případě, že respondentka nadále nenacházela témata či myšlenky, o nichž by chtěla hovořit. K vyhledání respondentek pro svůj výzkum jsem použila metodu sněhové koule. Na počátku řetězce stály tři respondentky z mého širšího okolí známých, o nichž jsem věděla, že podstoupily zákrok plastické chirurgie. Po absolvování rozhovoru tyto ženy kontaktovaly své známé a přítelkyně. I tyto nové respondentky mi následně ochotně smluvily schůzku s dalšími ženami ze svého okolí.

Rozhovor byl pro cíle práce strukturován do dvou hlavních částí. První z nich zahrnovala úvahy o významu a podobě fyzické krásy v dnešní společnosti, následně ve druhé části respondentky vyjadřovaly úvahy o plastické chirurgii a vypovídaly o vlastní zkušenosti s ní.

Místa sběru dat byla proměnlivá, ve většině případů se jednalo o místo bydliště respondentky, popř. místo pracoviště, v jednom případě mé bydliště a v jednom případě o kavárnu v centru Zlína. Všechny rozhovory trvaly od 45 do 90 minut, přičemž některé z nich pokračovaly i po vypnutí nahrávacího zařízení. Respondentky chtěly znát můj

¹ Literatura použitá v této práci vznikala zejména ve Spojených státech, Velké Británii a Holandsku.

názor nejen na jejich výpovědi, zda s nimi souhlasím, či nikoliv, ale i na plastickou chirurgii obecně. Z každého rozhovoru vznikla doslovná transkripce v rozsahu 6, 8, 10; 10; 10; 10; 12; 19 normostran. Do analýzy ani přepisu nebyly zahrnuty ty části rozhovoru, které byly uskutečněny po zastavení nahrávacího zařízení. Za účelem dosažení anonymity byla skutečná jména respondentek nahrazena smyšlenými.

Slabou stránkou této metody je zcela jistě výsledná neúplnost výčtu motivů pro podstoupení plastické operace. Výzkumník se navíc neopatrností může dopustit chyby tím, že do rozhovoru vnese svůj názor a ovlivní tak výpověď respondenta. Nezkušeností mi taktéž mohly uniknout některé důležité informace.

3. Teoretický rámec

3.1. Tekutá postmoderní společnost

Existuje celá řada termínů, prostřednictvím kterých charakterizujeme dnešní společnost, např.: společnost postmoderní, druhé moderny či pozdní moderny. Všechny výše uvedené slouží k označení téže fáze lidských dějin, kterou Zygmunt Bauman nazývá tekutou modernitou ve svém stejnojmenném díle. Jedná se o takovou společnost, která nadále odmítá tradiční vazby a zastaralé zvyky, nefungující instituce a vše to, „*co svazovalo ruce i nohy, co bránilo v pohybu a omezovalo podnikání.*“ (Bauman, 2002: 13). Metaforicky se jedná o pevná tělesa, jež odolávají vlivu času i tlakům vedoucím k odstranění z důvodů své nefunkčnosti, a proto je „roztavujeme“ či „zkapalňujeme“ do tekutého stavu.

Tím, že jsme tímto způsobem odstranili pouta, která svazovala individuální svobody jedince, vznikl svět plný příležitostí k seberealizaci, možností k volbě mezi rozsáhlou škálou statků a k naplnění životních aspirací. „*V takovém světě je jen málo předurčeného a ještě méně neodvolatelně daného. Jen minimum definitivních nezdarů, jen málo nehod – pokud vůbec nějaké –, které by byly nezvratné; není tu však ani žádné absolutní vítězství.*“ (Ibid: 100) Tato reorganizace společenských struktur s sebou přinesla prohloubení konzumního způsobu života, který byl jedincům umožněn již dříve díky tržnímu hospodářství v kombinaci s globalizací. Dle autora však dnes již nejde o pouhé uspokojování potřeb prostřednictvím nákupu, ale hybnou silou konzumenství se namísto potřeb stala neukojitelná touha: „*nerreferenční entita, sebeplodivý a samohybný motiv, který již nemá zapotřebí dalšího ospravedlnění nebo „příčiny“*“, (Ibid: 120). Konzumním způsobem se nakupují potraviny, elektronika, šaty, nábytek, ale i služby či soukromé recepty na život (Ibid: 118). Veškeré statky navíc působením módy podléhají neustálé přeměně vzhledu, funkčnosti či intenzity oblíbenosti. Jelikož staré a tradiční je odmítáno, ona novost, kterou móda přináší, nutí jedince k dalšímu nákupu. Dochází tak k určitému zacyklení. „*Móda je naším zákonem, neboť celá naše kultura posvěcuje novum a ustavuje důstojnost přítomnosti – nejenom v technice, umění či vědě, ale i v samotném způsobu života, hnaném hédonistickými hodnotami. Uznává se legitimita blahobytu a materiálních slastí, připouští se svobodná sexualita bez pocitu provinění, zaznívají výzvy k vyšší kvalitě života, k uspokojování osobních tužeb, k „vyžití se“: hédonistická kultura jedince orientuje k existenciální přítomnosti, vyhrocuje*

fenomény momentálního nadšení a úsilí o individuální spásu v novinkách, braných jako podněty a vybízení k bohatému a završenému životu.“ (Lipovetsky, 2002: 418)

Dalším atributem dnešní společnosti je mediální kultura. Média (jakožto sdělovací prostředky) nabyly v důsledku technologického pokroku více forem a všechny společně jsou nevyčerpatelným zdrojem informací a zábavy pro širokou veřejnost. Osoby v nich vystupující jsou mnohdy idealizovány a stávají se z nich mediální „hvězdy“, „stars“, „celebrity“. Anthony Elliott hovoří o tzv. celebrity culture (kultuře celebrit): *„Exploze celebrity culture v této rané fázi dvacátého prvního století, jak se obecně tvrdí, je úzce provázána s rozšířením nových technologií umožňujících, aby se soukromý život stal veřejnou podívanou. Za těchto podmínek dalo šíření nových technologií – od DVD přehrávačů a satelitních televizí po mobilní telefony a videokamery – divákům nebývalé možnosti z těsné blízkosti sledovat a dopodrobna zkoumat své oblíbené slavné osobnosti. V důsledku toho, jak mediální technologie stále více a více proniká do struktury každodenního života, začaly celebrity na změnu reagovat průběžným vylepšováním a proměňováním svého vzhledu, transformováním své image a zejména vyhledáváním plastické chirurgie.“ (Elliott, 2008: 41 – 42)²*

V neposlední řadě je zapotřebí uvést taktéž řadu ekonomických faktorů, které ovlivňují život jednotlivce žijícího v postmoderně. Díky globalizovanému volnému trhu je českému konzumentovi umožněna volba mezi statky pocházejícími z různých částí světa, v rámci schengenského prostoru má právo na volný pohyb zahrnující možnost v jím vybrané zemi dokonce pracovat či usadit se. Podnikatel má díky globalizaci v rámci právního řádu možnost obchodovat s jakoukoli světovou protistranou, může část výroby kamkoli přemístit za účelem snížení nákladů atd. Za protipól těchto pozitiv můžeme označit například nejistotu na trhu práce. Zaměstnanec malých a středních závodů může kdykoliv postihnout propouštění z důvodů nekonkurenceschopnosti s velkými nadnárodními společnostmi, businessmani na vysokých postech zase čelí vysoké konkurenci inteligence jak místní, tak i z východních zemí. *„Podle posledních odhadů očekává mladý Američan s průměrnou úrovní vzdělání, že nejméně jedenáctkrát za život změní své zaměstnání – je téměř jisté, že než pracovní život*

² *„The explosion of celebrity culture in these early years of the twenty-first century, it is widely argued, is intimately interwoven with the spread of new technologies for making private life a public spectacle. In such circumstances, the dissemination of new technologies – from DVDs and satellite television to mobile phones and camcorders – has given audiences unprecedented opportunities to view, examine and scrutinize their favourite celebrities at close proximity. Consequently, as media technologies have increasingly penetrated the fabric of daily life, celebrities have reacted by continually updating and*

současné generace skončí, toto tempo a frekvence ještě vzroste. „Flexibilita“ se stala sloganem dne a její aplikace na pracovním trhu je předzvěstí konce práce v té podobě, jak ji známe dnes. Znamená to nástup éry práce na krátkodobé, otevřené nebo vůbec žádné smlouvy, pracovních míst bez jakékoli zabudované jistoty, avšak s klauzuli: „Platí do odvolání.“ Pracovní život je nasycen nejistotou a nezajištěním.“ (Bauman, 2002: 235)

3.2. Plastická chirurgie v kontextu tekuté společnosti

Kathy Davisová se o plastické chirurgii v dnešní společnosti vyjadřuje následovně: *„Plastická chirurgie náleží do kulturního prostředí pozdní modernity: konzumní kapitalismus, technologický rozvoj, liberální individualismus a víra v přeměnitelnost lidského těla. V této souvislosti se plastická operace může jevit jako přijatelný prostředek ke změně či vylepšení podoby lidského těla.“ (Davis, 1995: 28–29)³* Rozvoj plastické chirurgie je bezpochyby spjat s tržním modelem medicíny a konzumní kulturou. I lékařské služby se staly něčím, co může být poskytnuto za poplatek, jehož výši stanovuje lékař. Pacient je spotřebitel, neomezený ve volbě jakéhokoli zákroku. Plastická chirurgie je jedinou lékařskou specializací, kde se obrací role a dochází k výměně subjektu, jenž definuje problém. (Davis, 1995: 2) Lidské tělo není nadále chápáno jako disfunkční objekt vyžadující zásah lékaře, ale i komoditou, která může být neustále zlepšována a modifikována dle nových zájmů a přání a za pomoci nové, stále se rozvíjející technologie. (Bordo, 1990: 654) Stárnutí či nárůst hmotnosti jsou nyní dostačujícími důvody pro intervenci do integrity těla.

Podle A. Elliotta existují tři hlavní faktory, které ovlivňují rozhodování lidí o podstoupení plastické operace: konzumenství, celebrity culture a nová ekonomika ovlivněná globalizací. (Elliott, 2008: 7) Konzumenství je dle Davisové dokonce jedním z hlavních motivů pro plastickou operaci. Pro účely své knihy o plastické chirurgii zkonstruovala výzkum, ve kterém pátrala po důvodech pacientů k podstoupení operace. Její respondentky uváděly, že nebyly schopny pořídit si oblečení, které by jim pasovalo a slušelo zároveň. Podle Davisové nakupování oblečení symbolizuje potěšení

changing their appearance, transforming their image and, in particular, seeking artificially enhanced beauty.“

³ *„Cosmetic surgery belongs to the cultural landscape of late modernity: consumer capitalism, technological development, liberal individualism, and the belief in the makeability of the human body. It is in this context that cosmetic surgery could emerge as an acceptable means for altering or improving the appearance of the body.“*

z femininity, je činností, kterou si ženy užívají. Obchodní domy však konfrontovaly jejich tělo se standardizovanými velikostmi, což jim opakovaně připomínalo, že nesplňují normy světa odívání a že jejich tělo není normální. (Davis, 1995: 79) Zákroky plastické chirurgie jsou inzerovány denně, stačí si v internetovém prohlížeči otevřít tolik oblíbené slevové servery. Augmentace prsou či výplň kůže jsou komoditami, které si můžeme pořídit dokonce se slevou na příští „nákup“, což Elliott komentuje následovně: „[...] inzerenti se snaží přeuspořádat stávající vzorce chování ohledně pořizování vylepšených částí těla, což zesiluje mentalitu orientovanou na konzumství takovým způsobem, že si lidé v důsledku doslova pořizují sebe sama.“ (Elliott, 2008: 43)⁴ Kosmetický průmysl působí na příjemce prostřednictvím rafinovaných kampaní nabízejících dokonalý design výrobků, ale i dokonalý vzhled jejich majitelů, čímž dle Lipovetskyho dotvářejí look a image svých zákazníků. (Lipovetsky, 2002: 291) A kdo jiný může být pro příjemce reklamy zajímavějším majitelem takového výrobku, než celebrita? Reklama tak účelně užívá psychologických taktik, které příjemci napovídají, že výrobek je dobrý, kvalitní či dokonce nejlepší, když jej používá i slavná, bohatá osobnost, která má prostředky k sofistikovanější volbě mezi statky, než má on sám.

Počátek celebrity culture můžeme dle Lipovetského datovat do dvacátého století, kdy ženský tisk, reklama, kino a módní fotografie rozšířily ideální normy a zobrazení ženy ve velkém měřítku. *„Hvězda je módním ohniskem, ale hlavně také módní postavou, je bytostí zaměřenou na svůdnost, moderním ztělesněním svůdnosti. Charakterizuje ji nenahraditelný šarm jejího vzhledu. Systém hvězd lze definovat jako nadšené vyrábění svůdných obrazů. Hvězda se jakožto módní produkt musí líbit; krása sice není absolutně nutná ani postačující, nicméně představuje jeden z podstatných atributů. Je to krása, která vyžaduje režii, umělost, estetické předělání: využívají se ty nejdůvtipnější prostředky – make-up, stylizované fotografie a úhly pohledu, oblečení, plastická chirurgie, masáže –, aby se vyrobil nesrovnatelný obraz a záviděníhodná svůdnost hvězd.“* (Lipovetsky, 2002: 331) Elliott zastává názor, že pojem celebrita se v posledních letech stává dokonce synonymem k pojmu „self-reinvention“, který můžeme volně přeložit jako „sebe-přetvoření“ či „sebe-znovunalezení“. Mediálně známé osobnosti totiž experimentují s plastickou chirurgií na denním pořádku jako prostředek demonstrace jejich statusu celebrity. *„Celebritymi inspirovaná sebe-*

⁴ „[...] advertisers seek to reorder existing behaviour patterns around the purchase of enhanced body parts. This involves a lifting of the consumer-orientated mentality to the second power, such that people are, literally, purchasing themselves.“

transformace je kondenzací toho, co mnozí dnes zažívají a definují jako fluidní, tekutý, kapalný život. Nové společenské paradigma možnosti instantního „sebe-přetvoření“ takové smýšlení podporuje a živým důkazem o těchto zásadních změnách mezi self a společností jsou možnosti, které nám byly otevřeny chirurgickou kulturou vedenou právě celebritami.“ (Elliott, 2008: 56–57)⁵ Reklama se svým hypnotickým jazykem a obrazy dokonalých těl celebrit vytváří ve společnosti obraz nekonečně tvarovatelného plastického těla. Elliott výše zmíněné shrnuje do teze o rodící se existenci generace konzumentů, kterou nazývá Plastickou generací, jejíž zástupci zacházejí s kosmetickou chirurgií na stejné úrovni jako s nákupy: je konzumována rychle a má okamžité účinky. (Elliott, 2008:92)

Elliott tvrdí, že plastická operace může být moderním člověkem chápána jako legitimní prostředek ke zlepšení života, zejména pak kariéry a osobních vztahů. Strach ze ztráty zaměstnání ve vysoce konkurenčním prostředí, jakým je dnešní globalizovaný svět, vede ke snaze naleznout efektivní způsob, jak přinejmenším zakonzervovat své přednosti, v nejlepším pak rozšířit portfolio osobních kvalit, které můžeme na trhu práce nabídnout. Média ohlašují zvedající se vlnu pracovní nejistoty v dnešní nové ekonomice, v důsledku čehož lidé podstupují extrémní přeměny vzhledu. (Elliott, 2008: 9) *„Dnes už to není pouze ješitnost či narcisismus, co pohání společnost k rozjímání o plastické operaci, čím dál tím více je považována za investici do budoucnosti.“* (Elliott, 2008: 24) Z tohoto hlediska se podstupování plastických operací může jevit jako rozšiřování pracovních možností a určitá adaptace na tlaky vytvářené globální ekonomikou a korporátním životem. Dle amerických plastických chirurgů, s nimiž Elliott provedl rozsáhlá interview pro potřeby své knihy, je ono rozšiřování pracovních možností hlavním mužským motivem pro podstoupení plastické operace. Jsou to nejčastěji profesionálové ve svém oboru, kteří jsou svou klientelou souzeni v prvních vteřinách vzájemného setkání. Vypadat staře je známkou únavy, nepřípravenosti k práci. (Elliott, 2008: 17) Dle autora je globalizace světem transformací, ovlivňujícím veškeré aspekty našeho života. Dala vzniknout tzv. společnosti 24 / 7, v níž neustálé sebe-aktualizování a dramatické sebe-přetváření jsou na denním pořádku. Nejsme již nadále hodnoceni za to, čeho jsme v životě dosáhli, ale za naši momentální flexibilitu

⁵ *„Celebrity-inspired self-transformation is, in broader social terms, a condensation of how many individuals now experience and define their lives as fluid, multiple, even liquid. The new social paradigm of instant self-reinvention fuels such thinking, and the possibilities opened up by celebrity-led surgical culture provides a vivid – if at times extreme – indication of such crucial changes between self and society.“*

a připravenost přizpůsobit se novinkám plastické doby a to včetně požadavků na fyzický vzhled člověka. (Ibid: 117–122)

Poptávka po mladých a dobře vypadajících zaměstnancích je výrazná zejména tam, kde se předpokládá, že zaměstnanec bude jednat s veřejností. Zaměstnavatel nemusí automaticky předpokládat, že atraktivnější uchazeč bude pro práci kompetentnější než uchazeč neatraktivní, existuje ovšem škála výzkumů dokazujících, že atraktivním lidem je přisuzováno více kladných vlastností, než lidem neatraktivním, a to i v oblasti pracovního života. Například Elaine Hatfieldová a její kolegyně svým výzkumem zjistily, že většina dotazovaných vysokoškolsky vzdělaných respondentů předpokládala, že dobře vypadající muži i ženy jsou vřelejší, citlivější, milejší, zajímavější, skromnější, společenější, všestranně schopnější, jsou společensky a pracovně šťastnější a dosahují lepšího společenského a pracovního uplatnění atd.⁶ (Hatfield, Sprecher, 1986: 44, 120, 299) Další výzkum Clive Seligmana a jeho kolegů ukazuje korelaci mezi fyzickou atraktivitou osoby a výsledkem jeho práce. Atraktivní lidé jsou nahlíženi jako více odpovědní za úspěšnou práci, zatímco úspěch neatraktivních lidí je odůvodněn spíše vnějšími faktory.⁷ (Seligman, Paschall, Takata, 1974; Adams, Crossmann, 1978: 13–14) To, zda si tedy zaměstnavatel vybere atraktivnějšího uchazeče, však může hrát velkou roli ve způsobu, jakým bude nový zaměstnanec vnímán veřejností a klienty, což může ve výsledku znamenat rozdíl v zisku. Nejenže atraktivní uchazeči mají vyšší vstupní šance na trhu práce, dle Hatfieldové mají taktéž větší pravděpodobnost, že získají vyšší nástupní plat, než neatraktivní uchazeči. (Hatfield, Sprecher, 1986: 62) Stejného názoru je také Gordon L. Patzer vycházející z výzkumu *Strategies for Job Success*, který potvrzuje, že mladistvý atraktivní vzhled zaměstnance příznivě ovlivňuje výši platu a dává mužům výraznou konkurenční výhodu. (Patzer, 2008: 80) Steve Jeffes ve svém díle *Appearance is Everything* shrnuje výsledky výzkumů v této oblasti: *„Čím více se organizace či konkrétní pracovní pozice setkává s veřejností, tím je vyšší pravděpodobnost, že na*

⁶ Výzkum byl uskutečněn v roce 1974 trojicí výzkumnic Elaine Hatfield, Karen Dion a Ellen Berscheid pro účely díla *Mirror, Mirror, the Importance of Looks in Everyday Life* z roku 1986. Vysokoškolsky vzdělaní muži a ženy měly hodnotit fotografie atraktivních, průměrně vypadajících a neatraktivních mužů a žen. Výsledkem bylo zjištění, že většina respondentů přiřazovala atraktivním mužům a ženám většinu známých pozitivních vlastností. Respondenti usuzovali, že atraktivní muži a ženy mají nejen lepší kvality osobnosti, ale taktéž prožívají více naplňující život.

⁷ Výzkum byl uskutečněn v roce 1973 trojicí výzkumníků Clive Seligman, Nancy Paschall a Glenn Takata pod názvem *Attribution of responsibility for a chance event as a function of physical attractiveness of target person, outcome, and likelihood of event*.

takové místo bude atraktivní uchazeč zaměstnán, bude povýšen a získá vyšší kompenzace než méně atraktivní osoba.“ (Jeffes, 1998: 35)

3.3. Normativní úloha krásy

Jestliže vycházíme z Jeffesova třídění společnosti dle fyzické atraktivity, která se řídí normálním rozdělením, jsou mezi námi pouze 2 procenta velmi atraktivních lidí. Mezi zbytkem společnosti je fyzická atraktivita rozložena následovně: 15 % atraktivních lidí, 10 % s lehkým nadprůměrem fyzické atraktivity, 46 % průměrně vypadajících, 10 % s lehkým podprůměrem fyzické atraktivity, 15 % neatraktivních lidí a 2 % velmi neatraktivních lidí. Téměř polovina společnosti tedy náleží do kategorie průměrné atraktivity, jinými slovy, zatímco většina pozornosti dopadá na horní 2–17 %, většina populace je nenápadného vzhledu. Prostřednictvím časopisů, televizních reklam a tamních zpráv o způsobech, jak vylepšit svůj vzhled, jsou však příjemci přesvědčováni, že téměř celá společnost se skládá z atraktivních a velmi atraktivních lidí a že nám tzv. ujel vlak tím, že do ani jedné z těchto kategorií nespadáme. (Jeffes, 1998: 3)

Zatímco Lipovetsky vidí v záplavě informací o atraktivních lidech a způsobech, jak vypadat jako oni, pozitivní přínos, jelikož *„nutí lidi, aby se bedlivěji pozorovali, aby „racionálně“ pečovali o své tělo, svou krásu a své zdraví, aby na sebe soustředěněji dbali“*, a dodává, že: *„čím více jsou lidé informováni, tím více se ujímají zodpovědnosti za svou existenci a tím více se jejich vlastní já stává předmětem péče, předsevzetí a prevence.“*, (Lipovetsky, 2002: 350) výzkumy upozorňují na negativní vliv médií na sebevědomí a hodnocení vlastního vzhledu. Obecně mají dívky a ženy, které jsou často vystaveny vlivu médií, sklon k malé spokojenosti s vlastním vzhledem a k nižšímu sebevědomí (Levine, 1994). Konkrétně pro mladé dívky to jsou kupříkladu hudební videoklipy, které predikují výše zmíněnou nespokojenost (Borzekowski, 2000). U dospělých žen, které měly za úkol přečíst si časopis či zhlédnout televizní záznam o atraktivních ženách bylo zjištěno výrazně nižší sebevědomí než před touto aktivitou (Cash, 1983; Groesz, 2002).

Polovina z reklam v dívčích časopisech a 56 % televizních reklam zaměřených na ženy používá krásu jako určitou vábničku ke koupi konkrétního produktu. (Patzner, 2008: 128) Dle Jeffese existuje jednoduché vysvětlení, proč tomu tak je a proč jsou v důsledku tak úspěšné. Vychází z předpokladu, že krása přitahuje pozornost a je

příjemná na pohled, což v nás vyvolává vůli setrvat v kontaktu s jejím zdrojem a tím, že jsme se na něj vizuálně upnuli, je u nás větší pravděpodobnost, že zaměříme pozornost taktéž na jím předkládanou zprávu či produkt. (Jeffes, 1998: xiv) Vyobrazováním atraktivních lidí způsobem, který divákovi ukazuje, že jsou šťastní a nechybí jim nic ke spokojenosti, vyvolává potřebu se s nimi ztotožnit a podporuje stereotypní představy o příčinné souvislosti mezi fyzickou atraktivitou a dokonalým plnohodnotným životem.

Dle teorie objektivizace jsou ženská těla chápána jako sociálně konstruované objekty, které jsou systematicky pozorovány a vyhodnocovány. Již od útlého věku se dívky učí sebe-pozorování a jako dospělé se porovnávají se „standardsy“ tak, jak je vidí z médií a vyhodnocují svého tělo, jako by byly vnějšími pozorovatelkami. (Frederickson, Roberts, 1997) Dle Lipovetského jsou v ženách vyvolávány zejména dvě umělé a zcela konkrétní potřeby, a to štíhlost a mladistvý vzhled. Podle jeho slov je tato tendence zjevná zejména ve vývoji spotřeby kosmetických výrobků a demokratizaci estetické chirurgie (Lipovetsky, 2007: 128) *„Stav, kterému dnes přihlížíme, je především projevem dynamiky spjaté s proměnami masové kultury, kultury módy a volného času, která v moderních společnostech přichází ke slovu již sto let. V tomto ohledu je třeba podtrhnout klíčovou roli, kterou zde hraje rozvoj plážových aktivit a činností pro volný čas, rozkvět sportu, tělesné odhalení (krátké kalhoty, bikini, monokini) a proměny módy ve dvacátých a v šedesátých letech: rovněž střížené šaty, nošení kalhot, krátké sukně odhalující nohy a stehna, přiléhavé oblečení. Všem těmto změnám je společné, že přispěly k ocenění pohyblivého, štíhlého a mladého těla a diskvalifikovaly projevy ženské nehybnosti a usedlosti, mezi něž patřila obezita.“* (Lipovetsky, 2007: 131)

4. Analýza rozhovorů

4.1. Představení respondentek

Celkem jsem hovořila s osmi ženami ve věku 21, 22, 30, 32, 41, 57, 58 a 68 let, z nichž šest podstoupilo plastickou operaci za účelem vylepšení své vizáže. Zbylé dvě respondentky Světlana a Marie byly do výzkumu zařazeny z několika důvodů: Marie se v horizontu dvou až tří měsíců chystá na augmentaci a modelaci ňader silikonem a nyní se nachází ve fázi porovnávání, zda výhody, jež operace přinese, převažují nad negativy v podobě zdravotních rizik a komplikací. Jelikož nad operací vážně uvažuje a nyní již začíná svůj problém konzultovat s chirurgy, její výpověď ohledně motivů a pohnutek k operaci jsou pro výzkum stejně užitečné jako u ostatních respondentek. Marie nyní

prožívá jistý vnitřní boj a popisuje jeho povahu v aktuálním reálném čase. Světlana je povoláním kožní lékařkou, která se mimo jiné specializuje na kosmetologii. Ve své ordinaci poskytuje a sama sobě dopřává několik zkrášlujících procedur za pomoci profesionálního přístroje pro fotoepilaci (trvalá destrukce vlasového folikulu), fotorejuvenaci (zpevnění a vyhlazení kůže, odstranění vrásek, jizev a akné), pigmentaci (odstranění pigmentových skvrn) a fotokoagulaci (odstranění žilek v oblasti obličeje, krku a hrudníku). Světlana se denně pohybuje v prostředí klientů plastické chirurgie, zajímá se o moderní metody péče o vzhled a sama pravidelně podstupuje fotorejuvenaci, kterou nabízí téměř každé plastické estetické centrum.

První respondentkou byla již výše zmíněná Marie, 22letá trenérka fitness, která se potýká s asymetrií poprsí a z ní vyplývajícím psychickým komplexem. V horizontu dvou až tří měsíců se proto chystá na augmentaci a modelaci ňader.

Druhou respondentkou byla Beáta, 22letá studentka, která se celý život styděla za své uši a nenosila proto nikdy stažené vlasy. K plastické operaci přistoupila ve svých 21 letech. Svě rozhodnutí hodnotí velmi pozitivně. Plastické operace neodsuzuje, avšak žádnou by již nepodstoupila pro své přesvědčení, že jsou nepřírozené.

Třetí respondentka Eva je 68letá důchodkyně, která ve svých 50 letech podstoupila facelifting. Celý svůj život se pohybovala ve společnosti spolupracovnic, pro které byl vzhled určující, a plastické operace byly pro pracovní kolektiv na běžném denním pořádku. Eva je velkou zastánkyní plastických operací. Doporučuje je. V horizontu šesti měsíců se chystá na operaci víček, v horizontu tří let na botox.

Čtvrtá respondentka Květa je 57letá podnikatelka, která podstoupila plastickou operaci očních víček. Fyzický vzhled považuje za důležitý předpoklad úspěchu ve své podnikatelské činnosti, a proto o něj velmi dbá. Preferuje péči o vzhled prostřednictvím přírodních preparátů namísto chemických kosmetických přípravků. Plastické operace uznává jen v případě, že má k tomu pacient/ka objektivní důvod.

Pátou respondentkou byla 58letá kožní lékařka Světlana, která si pravidelně odstraňuje vrásky z obličeje fotorejuvenací. Fyzický vzhled nepovažuje za příliš důležitý aspekt člověka. Zdůrazňuje však nutnost údržby těla a oděvu. Na plastické operace má spíše neutrální názor a tvrdí, že sama žádnou operaci podstoupit nechce pouze pro velký počet již absolvovaných narkóz.

Šestá respondentka Monika je 30letou kadeřnicí, které se po porodu přestalo líbit její poprsí, a proto se rozhodla pro plastickou operaci. Zpětně své rozhodnutí považuje za jedno z nejlepších ve svém životě a plastickou chirurgii jako takovou velmi

doporučuje. Ve svém okolí má mnoho přátel, kteří plastiku podstoupili, a proto tuto metodu označuje za běžnou a normální.

Sedmou respondentkou byla Hana, 41letá porodní asistentka. Hanu již od puberty deprimují geneticky zděděné dispozice k širokým hýždím a stehnům, proto se uchýlila k liposukci. Samotný zákrok ji zklamal, jelikož ani opakovaně nedosáhl viditelných výsledků, proto liposukci nedoporučuje. K ostatní operacím se však staví otevřeně a přiznává, že hlavní příčinou pro nepodstoupení dalšího zákroku je nedostatek financí.

Poslední respondentka Dagmar je 32letá účetní, jež po porodu své dcery podstoupila augmentaci ňader. Jako jediná z respondentek neměla pocit frustrace, naopak svá ňadra považovala za hezká, a co do velikosti za normální. Od puberty však toužila po velkém poprsí a podstoupení operace oddalovala pouze z finančních důvodů.

4.2. Fyzické ztělesnění „krásy“ v dnešní společnosti

Jako hlavní zdroj určování toho, kdo je a kdo není krásný, označují respondentky v první řadě média. Jmenovány byly například soutěže krásy, žebříčky nejatraktivnějších hereček či zpěvaček, módní časopisy či výběr moderátorek. *„Čím dál tím mladší holky se o trend krásy zajímají. Myslím si, že je to trošku vyvolané téma misskama. Do roka se koná několik soutěží, nejen celostátní, ale jsou i okresní a bývají i ve školách. Každá by si přála být miss, být tak krásná. Čím dál mladší děvčata se upravují, umělé nehty nosí už pomalu na základních školách. [...] V útlém věku se mi to nelíbí, může to na nich zanechat nějaký špatný psychický vliv, protože prostě závidí někomu, že je třeba hezcí. Může na sobě vidět, že není tak hezké, což může ovlivnit jeho psychický vývoj.“*

Výpovědi o představách, jak vypadá dnešní krásná žena, se shodují v jednom zásadním bodě a tím je upravenost. Ženy velmi striktně odlišovaly fyzickou krásu jako takovou, s níž se člověk narodí a bez vlastního přičinění je proto automaticky díky svým dispozicím (např. rychlý metabolismus umožňující mít štíhlou postavu, symetrie obličeje apod.) považován za krásného; a atraktivitu, kterou mohou lidé ovlivnit prostřednictvím péče o svůj zevnějšek. Respondentky navzdory mým předpokladům nepopisovaly vizáže modelek z módních časopisů. Naopak to byla žena, která má určité vnitřní kouzlo, je sebevědomá, ale hlavně o svou tělesnou schránku pečuje. Základem představ o této péči jsou dlouhé, upravené vlasy, moderní a čisté oblečení a dále líčení.

Právě ono líčení je ženami v průběhu rozhovoru zdůrazňováno opakovaně. U respondentek se stalo líčení, přinejmenším v jeho střídmé podobě, jakousi automatickou procedurou péče o vzhled a zároveň organickou součástí jejich každodennosti. Květa například konstatovala, že krásná žena musí vyzařovat čistotou a být upravená, což spojuje alespoň s lehkým líčením. Stejně tak Beáta zdůrazňuje upravenost a staví ji na stejnou úroveň s kouzlem osobnosti. Velkým tématem je pro respondentky i tzv. permanentní make-up. Toto kosmetické zkrášlení podstoupily tři respondentky a označují je za výhodnou úsporu času a financí.

4.3. Pozitiva a negativa fyzické atraktivity

Respondentky se domnívají, že atraktivní vzhled představuje výhody v následujících oblastech:

1. Atraktivní vzhled vytváří vyšší vstupní šance při seznamování se s opačným pohlavím;
2. atraktivní lidé mají vyšší vstupní šance při pracovních pohovorech;
3. atraktivní lidé mají možnost prosadit se v mediální oblasti;
4. atraktivní ženy požívají úlev při jednání s muži (např. při zkoušení ve škole, při dopravních přestupcích);
5. atraktivní lidé jednodušeji navazují kontakty s okolím;
6. atraktivní lidé jsou vnitřně smířeni a spokojeni sami se sebou;
7. atraktivní lidé jsou úspěšní v oblasti obchodu, jelikož jejich fyzický vzhled prodává za ně.

Atraktivní lidé však dle respondentek mohou požívat i nevýhod plynoucích z jejich fyzického vzhledu:

1. Atraktivní ženy jsou obklopeny předsudky o jejich inteligenci;
2. atraktivní muži jsou nařčeni z homosexuality;
3. atraktivní lidé kolem sebe mohou mít prázdný prostor vznikající z nedůvěry ostatních a strachu oslovit je;
4. atraktivní ženy se potýkají s pomluvami, osočováním a s dalším jiným negativním jednáním vůči jejich osobě pramenícím ze závidivosti ostatních žen.

4.4. ***Mládí jako předpoklad krásy***

Jednou z nejdůležitějších charakteristik krásné ženy je mládí. Respondentky popisují krásnou ženu jako mladou, samotné mladší respondentky ji dokonce označují pojmem „holka“. Mládí je pro ně jistým předpokladem a vstupní podmínkou toho, aby mohla být žena většinou ve společnosti považována za krásnou. Respondentky však samy bezprostředně provedly určitou korekturu své výpovědi s připomínkou, že starší žena může být taktéž atraktivní společně s vysvětlením, že je ovšem zapotřebí určité zvýšené péče.

Pro starší respondentky je přibývajícím věk a právě s tím související projevy na fyzické stránce hlavní příčinou, která vyvolala disharmonii v nahlížení na svůj vzhled. Působení této disharmonie časem způsobuje určitou psychickou frustraci, jejímž působením respondentka začne nejprve uvažovat o plastické operaci a následně ji podstoupí. Věk je víceméně nepojmenovaným ústředním tématem výpovědí starších respondentek Květy a Evy, které samy podstoupily plastickou operaci v reakci na projevy svého stárnoucího těla. Originální je v tomto směru Světlana, která na proces stárnutí nahlíží velmi smířlivě a vyrovnaně. O stárnutí se vyjadřuje pozitivně jako o přirozeném procesu, na který se připravuje nejen psychicky, ale i po stránce finanční. Sama sice podstupuje proceduru vyhlazování vrásek, ale ke komplikovanějšímu omlazujícímu zákroku plastické chirurgie se nechystá. Stejně tak mladé respondentky Marie a Beáta vypovídaly, že si v žádném případě nedokáží představit, že by podstoupily tzv. omlazující operace. Například aplikaci botoxu či kyseliny hyaluronové označily za hraniční metodu péče o vzhled a konstatovaly, že ženy po těchto zákrocích vypadají hůře než před nimi. Marie: *„Kdyby za mnou přišla babička s tím, že je stará a že jde na takovou plastickou operaci (Operace očních víček, pozn.), tak jí řeknu, že s tím absolutně nesouhlasím, protože takové to „je mi šedesát a chci ze sebe udělat dvacítku“, mi připadá prostě proti všemu, přijde mi to spíš jako znetvoření.“* V této výpovědi se Marie otevřeně staví proti omlazujícím operacím a označuje je dokonce pojmem „znetvoření“. Respondentky středního věku již tak skeptické nejsou. Monika nepovažuje plastickou operaci očních víček za operaci v pravém slova smyslu, spíše jen za kosmetickou úpravu, kterou jednou dle svých slov určitě podstoupí. Stejně se vyjádřila i Hana a Dagmar. Nahlížení na omlazující, tzv. „anti-aging“ procedury se tedy proměňuje s přibývajícím věkem, mladistvý vzhled je však pro atraktivitu určující.

4.5. Mužská krása

Ženy při popisu fyzické atraktivity automaticky používají ženský rod pro charakterizování jejího nositele, přiznávají však, že rozdíly při péči o vzhled mezi muži a ženami se nyní stírají. Mezi uznávané metody péče o mužský vzhled byla jmenována kadeřnická péče a sportovní aktivita, ale i odborná kosmetická péče a manikúra. Ženy však usuzují, že poslední dvě z vyjmenovaných jsou muži vyhledávány nikoliv pro uspokojení potřeby líbit se sám sobě či okolí, ale kvůli udržení sociálního statusu a zejména pak zaměstnání, které je dobře finančně ohodnoceno.

Mužskou péčí o vzhled ve všech případech respondentky označily za vítanou a to za předpokladu, že se nepřehání a partner se tak vyhne metrosexualitě. Atraktivní vzhled pro ně není zásadní podmínkou pro výběr partnera, ačkoliv se výpovědi shodují v tom, že je důležitá „mužnost“. Ta se projevuje statností, velkými rameny a krátkými vousy. Dále už očekávají vlastnosti duševního rázu.

Zásadní rozdíl mezi vnímáním péče o mužské a ženské tělo spatřují v tom, že pro respondentky je téměř nepřipustné, aby jako ženy měly nadváhu a z ní vyplývající přítomnost viditelného tuku v oblasti břicha, zatímco u mužů je tato skutečnost nahlížena jako omluvitelná.

4.6. Nespokojenost s určitou částí těla jako motiv pro podstoupení plastické operace

Kromě respondentky Dagmar byla příčinou podstoupení plastické operace ostatních žen nespokojenost s určitou částí vlastního těla. Ta postupem času přerostla v psychický blok, komplex či frustraci, kterou se snažily odstranit. Plastické operaci proto v mnoha případech předcházelo experimentování s jinými prostředky péče o vzhled, jako jsou například hubnoucí pilulky, pilulky pro růst a zpevnění poprsí nebo kosmetické přípravky proti stárnutí. Respondentky uvádí, že předvíдалy jejich nefunkčnost, ale chtěly se přesvědčit samy: „*Přinesla si je domů sestra a já jí říkám: „Prosím tě, myslíš, že ti to k něčemu pomůže?“*, ale vzápětí jsem taky běžela do lékárny si je koupit a navíc to bylo v reklamě. Tam vidíte, jak je to takové pěkné, jak jí to tam nabujelo, tak jsem si říkala, že to přece musím zkusit. Využívala jsem celé to plato, ale nic se nestalo. Manžel mi řekl, že jsem úplně střelená. Koupila jsem si i různé krémy... Jako kůže se vypne, to ano, ale prsa z toho bohužel nenarostou.“

Časové zařazení počátku nespokojenosti s vlastním tělem je u respondentek nestejně a souvisí s životními etapami. O tom se můžeme přesvědčit u respondentek Hany, Beáty a Marie, které za počátek své nespokojenosti označují období puberty. U Beáty a Marie pramení z asymetrie párových útvarů (ňader a uší), s níž se nedokázaly smířit a samy sobě se nelíbily. Hana se od puberty potýká s geneticky vrozenými dispozicemi k širokým hýždím a stehnům. Tyto respondentky zdůrazňovaly, že podstoupení plastické operace bylo jejich rozhodnutí a že na něj nemělo vliv ani bezprostřední okolí. Zároveň uváděly, že se nesetkaly s žádným opovržením či posměšky plynoucími ze svého nedostatku a o zákroku se rozhodovaly svobodně ze svého vlastního přesvědčení.

Etapa života po prvním dítěti a s tím související změny vizáže přivedly Moniku k plastické operaci ňader. Monika se stejně jako předchozí respondentky rozhodla pro operaci sama i proti vůli svého manžela. Naopak respondentky Květu a Evu dohnalo k plastice okolí. Jejich komplex spočíval v tom, že si připadaly s nástupem 50. roku života staré. Eva byla po několik let vystavována vlivu mladých kolegyně, které plastické operace běžně podstupovaly, a přestala se líbit sama sobě. Na základě doporučení jedné z nich se o faceliftingu rozhodla během několika dní. Průběh rozhodnutí Květy byl podobný. Plastickou operaci víček nejprve striktně odmítala, postupně ji však začaly podstupovat kamarádky z Květina okolí a ona na sobě začala pozorovat známky stárnutí ve srovnání s vizáží svých přítelkyně. Během půl roku operaci taktéž podstoupila. Od ostatních respondentek se razantně odlišuje Dagmar, jež jako jediná neřešila plastickou operací určitý svůj nedostatek, ale splnila si díky ní celoživotní přání mít velká prsa. Ačkoliv časově zařazuje počátek tohoto přání do období puberty, neovlivnilo ji natolik, že by byla nespokojena se svým vzhledem. Naopak uvádí, že i před operací byla velmi sebevědomá, svá prsa měla ráda a právě proto operaci oddálila do období, kdy již neplánovala další děti a byla finančně stabilní.

Očekávání od podstoupení zákroku byla tedy až na Dagmar obdobná. Plastická operace je nahlížena jako prostředek k odstranění pocitu méněcennosti plynoucího ze subjektivně nedostačujícího vzhledu určité části těla. Operace má přinést spokojenost s vizáží a smíření samy se sebou. K naplnění těchto očekávání nedošlo jen u Hany, jelikož absolvování zákroku nepřispělo k pocitu úbytku tuku v problematických oblastech. Jak již bylo výše řečeno, Hana však na plastické operace nezanevřela, do budoucna se nebrání představě operace očních víček a aplikaci botoxu v reakci na přibývajícím věk.

4.7. Normálnost plastické chirurgie

Plastická chirurgie se pro respondentky zařadila mezi normální a běžné metody péče o vzhled. Na škále prostředků k péči o fyzickou stránku člověka vyčnívají plastiky spíše jen po finanční stránce, která je nesrovnatelně vyšší. Rekonvalescence i zdravotní rizika jsou nahlíženy jako nezbytné překážky v cestě za kýženým vzhledem a mnohdy je strach z komplikací na stejné úrovni, co do velikosti, jako obava z nepovedeného výsledku.

Za krajní metodu byla některými respondentkami označena aplikace botoxu či liposukce; botox pro riziko ztráty mimických svalů a liposukce pro nejistou recidivu a možnost přebytečná kila odstranit bez zásahu do integrity. Na otázku, zda považuje nějakou metodu plastické chirurgie za krajní, odpověděla Hana, která se celoživotně trápí svými velkými stehny, takto: *„To nevím. Kdyby mi třeba slíbili, že tímto opravdu zhubnu, nebo budu mít užší stehna, tak já bych se asi nechala ukecat. Jen na to mít finance.“*

Plastickou chirurgií ve všech jejích formách přijímá a propaguje zejména Eva a Dagmar. Výrazně zdrženlivější jsou mladší respondentky Marie a Beáta, které plastiky podporují jen za předpokladu, že má pacient či pacientka hlubší problémy se sebeidentifikací. Jak již bylo výše zmíněno, jako problematické označují tzv. omlazující operace, které by v žádném případě nepodstoupily. Beáta se vyjadřuje o botoxových výplních následovně: *„Když si to dávají starší ženy, aby vypadaly lépe, tak si myslím, že to je úplně na hlavu, protože vypadají spíš hůř. Možná, když by si to daly jednou. Ale spíše to známe z médií, herečky, zpěvačky, které jsou vyhlazené a vypadá to hrozně. Ten botox mi vadí. Vypadají, že jim je 70, ale daly si botox a přitom jim je 50. Připadá mi, že to vypadá, že jsou hrozně staré a chtěly se nechat omladit, přitom tak staré třeba nejsou. Toto vážně nepodporuji, mně se to nelíbí a zdá se mi to nesmyslné.“* Se zvyšujícím se věkem jsou respondentky k tomuto druhu operace více benevolentní a uvádí, že by se takovému zákroku nebránily, kdyby pocítovaly potřebu a měly dostatečné finance.

5. Motivy pacientů plastické estetické chirurgie

5.1. *Plastická operace jako řešení komplexu*

Jak již bylo výše naznačeno, pro respondentky mého výzkumu byl hlavním motivem pro podstoupení zákroku plastické chirurgie psychický komplex, který pramenil z dlouhodobé nespokojenosti s určitou částí vlastního těla. Přibývajícím věkem se Evě, Květě a Světlaně projevil hlavně na tváři, která je dle Adamse a Crossmana hlavní komponentou image. Tvář je to, co na druhém člověku vnímáme okamžitě a co v nás vyvolává první dojem. Líčení a používání kosmetických výrobků určených k péči o pleť, je to, co se od „normální“ ženy očekává: „[...] *normální žena bude neustále přehodnocovat „aktiva a pasiva“ své tváře, zatímco na neatraktivního člověka – zejména pak neatraktivní ženu, jež nevyhledává profesionální pomoc – je nahlíženo jako neurotického, agresivního, který vystavuje svou ošklivost tváří v tvář společnosti.*“ (Adams, Crossman, 1978: 25)⁸

Pro Beátu představovaly tělesný defekt uši, pro Moniku to byla prsa. Všechny tělesné defekty byly označovány negativními přizvisky a respondentky se o nich vyjadřovaly ve smyslu, jako by k tělu nepatřily. Stejným způsobem promlouvaly o svém těle i respondentky Davisové. „*Nenáviděné části těla byly od zbytku těla odděleny jako samostatné objekty – „ty věci“, „hory tuku“, „povislá klepadla“.* Byly popisovány jako *neživé kusy masa, které jim byly vnuceny – neživé a přesto působící proti ní. Staly se něčím, co ženy chtěly doslova odřezat ze svého života.*“ (Davis, 1995: 74)⁹

Davisová taktéž hovoří o symbolice, kterou na sebe postupem času tělesný defekt převezme a reprezentuje tak vše to, co je špatně v životě pacientky. Tato teorie se mi ve výzkumu nepotvrdila, ačkoliv se domnívám, že podstoupení plastické operace bylo pro respondentky určitým mezníkem v životě a to mezi strádáním a neustálým pozorováním vlastního těla a kýženým pocitem spokojenosti. Respondentky se po absolvování zákroku s dříve nechtěnou částí těla ztotožnily natolik, že na ni byly dokonce hrdé. Například Beáta si pochvaluje možnost nosit účesy, aniž by měla nutkání si své uši zakrývat a Monika vyjadřuje nadšení z možnosti nosit halenky s výstřihem.

⁸ „[...] *normal*“ woman will continually reassess her facial assets and liabilities. In comparison, the unattractive person – particularly the unattractive female who does not seek out professional assistance – is seen as a neurotic, aggressive person who flaunts her ugliness in the face of society.“

⁹ „*Hated body parts were dissociated from the rest of her body as objects – „those things“, „mountains of fat“, „sagging knockers“.* They were described as pieces of flesh which had been imposed upon her – inanimate and yet acting against her. They became something which each woman wanted to, literally, cut out of her life.“

Skutečná podoba těla tedy ve finále korespondovala s představou o tom, jak by tělo mělo vypadat, pakliže by jeho podobu neznehodnocovala defektní část.

5.2. Plastická operace jako možnost nevyčnít z davu

Nespokojenost s podobou vlastního těla či jeho konkrétní částí vyvolávala v respondentkách potřebu své tělo nepřetržitě hodnotit a srovnávat jeho podobu s ostatními. Květa uvedla, že neunesla pozorovat své stejně staré přítelkyně, které po plastické operaci víček najednou vypadaly o mnoho let mladší. Jakmile byla operována první z nich, Květa započala dlouhý proces zkoumání své tváře, který vyústil v rozhodnutí podstoupit operaci i přesto, že se k plastické chirurgii staví spíše odmítavě a konkrétně omlazující operace považovala za nepřirozené. Tento motiv taktéž uvádí i Davisová u některých svých respondentek. Dle jejich slov se z neškodného srovnávání vlastní podoby s jinými může vyvinout nebezpečná obsese, zvláště pokud má žena tělesný defekt, který nelze odstranit jinak, než plastickou operací a k ní nemá potřebné finanční prostředky. (Davis, 1995: 80) Marie například vyjádřila svou obavu, že její asymetrická a navíc malá prsa někdo zpozoruje a že si bude připadat „*ještě více nenormální, než nyní, když o problému nikdo neví.*“

Domnívám se, že plastická operace v takovém případě primárně neslouží jako prostředek ke zvýšení fyzické atraktivity, tedy ke zkrášlení, ale spíše k možnosti být stejný jako ostatní, být normální, všední a v konkrétním případě Marie mít stejné tělesné proporce jako jiné ženy. Vnímání těla jako abnormálního, odlišného, je pro respondentky traumatizující a v důsledku zvýšené sebekritiky mají nízké sebevědomí. „*Respondentky poskytly přesvědčivá tvrzení o tom, jak jejich vzhled negativním způsobem zastínil to, jak o sobě smýšlely, jaký měly vztah ke svému tělu, jak se cítily v mezilidských vztazích a v obecném měřítku jak vůbec jejich vzhled představoval překážku v cestě ke spokojenému životu.*“ (Davis, 1995: 91) Dle mého názoru byla zákrokem respondentkám otevřena možnost přehodnotit vztah k vlastnímu tělu, a prostřednictvím nadále nedefektního těla k okolnímu světu. Pacientky mají v dnešní moderní společnosti možnost „odmítnout fatalitu“ a do jisté míry předefinovat, kým jsou.

5.3. **Další motivy k podstoupení plastické operace**

Tentokrát již zcela na základě literatury, nikoliv osobní zkušenosti, byly vygenerovány další tři nejčastěji zmiňované motivy k podstoupení plastické operace. Výčet není zcela jistě kompletní. Následující témata jsou však zmiňována v ústředních zdrojích mé práce, tedy v dílech Davisové a Elliotta a mohou tak čtenáři poskytnout určitý základní přehled o škále pohnutek k plastické operaci.

5.3.1. **Plastická operace jako snaha o vylepšení či pojištění kariéry**

Pokročilá fáze globalizace, kapitalistická produkce a konzumenství se promítly i na trh práce, jak bylo výše vysvětleno. „*Na počátku století si někteří mysleli, že mezi ženskou prací a ideálem krásy vládne rozpor: „Budoucí žena, pohlcená svým zaměstnáním, se již z nedostatku volného času nebude moci věnovat údržbě krásy s péčí, kterou si vyžaduje.“ Ve skutečnosti k ničemu takovému nedošlo. Ženy se stále výrazněji zapojují do profesních aktivit, aniž by to sebeméně oslabovalo jejich estetické zájmy. Dokonce platí, že čím důrazněji se stvrzují ženské profesní motivace, tím více se rozvíjí péče věnovaná zevnějšku. [...] Profesní život dnes působí jako dodatečný faktor, který ženy pobízí, aby věnovaly čas, energii i peníze lepší prezentaci sebe samých, a to tím spíše, že v mnoha povoláních, kterým ženy dávají přednost, hraje zevnějšek zvláště významnou roli.*“ (Lipovetsky, 2007: 186) Jestliže vycházíme z presumpce, že atraktivita hraje zvláště významnou roli zejména tam, kde se předpokládá styk s veřejností, je důležité si uvědomit, že služby tvoří v rozvinutých ekonomikách největší sektor hospodářství. Vysoká konkurence existuje nejen mezi samotnými závody, ale také mezi jednotlivými představiteli pracovní síly. Výzkumy ukazují, že atraktivní lidé mají větší pravděpodobnost být přijati do zaměstnání a že atraktivní zaměstnanci působí na klienty profitabilně. Plastická chirurgie se nabízí jako možnost potlačit projevy stárnutí těla za účelem udržení pozice na pracovním žebříčku či postupu směrem vzhůru po něm. Podobně jako u předchozího motivu zde můžeme hovořit o snaze nevyčnívat z davu, jestliže si pod tímto pojmem představíme masu mladé, čerstvé pracovní síly.

5.3.2. Plastická operace jako snaha o kvalitnější milostný život

Snaha o zkvalitnění či vůbec zachování milostného života mezi partnery byla uváděna Davisovou jako jeden z důležitých motivů pro plastickou operaci. Předmětem nespokojenosti byla buď změna tvaru a velikosti poprsí respondentek po porodu či projevy stárnutí těla, konkrétně vrásky a povislá pleť. Ženy uváděly obavy, popř. osobní svědectví o tom, že pro partnera v důsledku plynutí času již nejsou atraktivní. (Davis, 1995) Patzer si zálibu mužů v mladých ženách vysvětluje prostřednictvím biologie, tedy že mladistvý vzhled je atraktivní, jelikož signalizuje reprodukční schopnost. (Patzer, 2008: 13) Plastické operaci v takovém případě předchází, stejně jako u respondentek mého výzkumu, bezvýhodné vyhledávání kosmetických výrobků. Jestliže ženy shledají, že jejich problém nebyl kosmetickými výrobky či dokonce podpůrnými „léčivými“ vyřešen, začnou reflektovat možnost plastické chirurgie, která se jeví jako poslední možnost k navrácení těla do původního stavu a stejně tak partnerského života. (Davis, 1995)

Dle Lipovetského byla vždy v historii lidstva láska konstitutivním prvkem ženské identity a zůstalo tomu tak i nadále v postmoderní společnosti, v níž jsou ženy plně emancipovány. „[...] *prostřednictvím lásky žena usiluje o uznání a ocenění sebe samé jakožto individuální a nezaměnitelné osoby. Získává výjimečné postavení, odlišuje se od ostatních, partner si jí volí pro ni samu a pro její jedinečné vlastnosti. V základě ženského osobního vkladu do milostného citu se nenachází touha po „sebezničení“, nýbrž touha po uznání a ocenění jakožto nenahraditelné subjektivity se vším, co odtud plyne ohledně narcistického uspokojení.*“ (Lipovetsky, 2007: 44–45) Pokud bychom vycházeli z této a Patzerovy premisy, je možné dovodit, proč ženy neustále aktualizují svůj vzhled a v důsledku toho jsou spotřebitelkami kosmetických produktů a příjemkyněmi kosmetických služeb ve větší míře než muži. Ženy zvyšují svou atraktivitu za účelem získání lásky a dosažení tak naplněného života.

5.3.3. Plastická operace jako běžný způsob péče o tělo

Jak říká Elliott, není tomu tak dávno, kdy byla zájemci o plastickou operaci doporučena v první řadě hlavně terapie. Dnes však existuje konsenzus o tom, že plastická operace může být za určitých okolností přínosnou, ba i žádoucí procedurou. (Elliott, 2008: 145) „*Estetická chirurgie, kdysi tabu, se stále více jeví jako technika prostá jakékoli dramatickosti, jako legitimní prostředek omlazení a zkrášlení. Bitva*

s vráskami a nežádoucím tukem se neomezuje na diety, tělesná cvičení a důmyslné líčení. Dnes je nutné se „předělat“, přetvořit svůj vzhled tak, aby se vzepřel účinku času.“ (Lipovetsky, 2007: 128–129) Předpokladem, aby plastická chirurgie mohla být považována za běžný způsob péče o tělo však je, že o ní hovoříme v kontextu moderní a ekonomicky vyspělé společnosti, jejíž příslušníci si mohou bez větších obtíží zákrok dovolit po finanční stránce. Jeffes připomíná, že finančně zabezpečení lidé mají větší příležitosti k dosažení atraktivity, jelikož finanční prostředky jim usnadňují přístup ke kvalitnějším výrobkům a službám. (Jeffes, 1998: 54)

Respondentky mého výzkumu uváděly, že plastická chirurgie je co do normality na stejné úrovni jako jiné zkrášlující procedury a vyniká hlavně co do vynaložených finančních prostředků. I přesto ji však neberou na lehkou váhu a až na výjimky popisují dlouhotrvající proces zvažování pozitiv a rizik, jež může operace přinést. Respondentky svůj problém konzultovaly nejen s lékaři, ale vyhledávaly si taktéž relevantní informace a doporučení od přátel a známých, kteří stejný zákrok podstoupili v minulosti.

Zatímco ve Spojených státech se již od roku 2000 vysílají televizní pořady, respektive tzv. reality show o kompletních přeměnách vzhledu, v nichž jsou využívány několikanásobné plastické operace, v českém prostředí nic podobného neexistuje. Taktéž česká odborná literatura nevěnuje fenoménu plastické chirurgie ze sociologického hlediska velkou pozornost. Potenciální klienti jsou tak odkázáni jeden na druhého, na internetové články a v poslední řadě na plastické chirurgy.

Závěr

Plastická estetická chirurgie je respondentkami chápána jako prostředek k sebeidentifikaci s vlastním tělem, které svou podobou nekorespondovalo s představou těchto žen o vlastním já. U většiny z nich byla proto hlavním motivem k podstoupení zákroku plastické chirurgie snaha o odstranění psychické frustrace, jež vznikla z dlouhodobé nespokojenosti s určitou částí těla a měla negativní následky na sebevědomí, v osobním životě a v mezilidských vztazích. Další pohnutkou pro plastickou operaci byla vůle „nevyčnívat z davu“. Takto byl výslovně definován pocit, který respondentky stížené určitým tělesným defektem (např. asymetrií ňader či odstáváním uší) pociťovaly při usilování o dosažení normality. Zde figuruje plastická chirurgie také jako možnost být normální, ve smyslu mít stejné proporce jako ostatní, být všední. Obecně je zapotřebí, aby tyto motivy byly velmi silné, jelikož v důsledku převážily nad strachem ze zdravotních komplikací a z nevydařeného výsledku. Zákroku totiž předchází mnohdy několikaleté rozvažování, zda operaci podstoupit a zda pozitiva skutečně převažují nad negativy.

Na základě analýzy literatury je možné mezi hlavní motivy k plastické operaci zařadit také snahu o vylepšení, popř. udržení kariéry v důsledku nejistoty na trhu práce či snahu o kvalitnější milostný život zapříčiněnou obavami z nespokojenosti či přímou nespokojeností partnera s podobou těla pacientky. Čím dál tím více se plastická operace podstupuje bez bližší specifikovaného motivu, zejména pak ve vyspělých západních zemích. V nich je plastická chirurgie mnohými chápána jako jedna z dalších bezrozporných, normálních a běžných procedur péče o vzhled. Tyto motivy však nebyly u respondentek nalezeny.

Očekávání pacientek od zákroku jsou obdobná, hlavním úkolem operace má být odstranění pocitů méněcennosti a frustrace. Respondentky se těšily z představy, že nebudou neustále srovnávat podobu svého těla s ostatními. Očekávaly pocity spokojenosti s vlastní podobou, smíření samy se sebou a v důsledku toho vyšší sebevědomí, jež by jim umožnilo vstupovat do mezilidských vztahů s větším pocitem jistoty. Zákrok neměl přinést „nový život“, ale spíše návrat do původního stavu před existencí psychické frustrace a to zejména u respondentek, jež podstoupily omlazující operaci v důsledku stárání.

Plastická operace nebyla většinou spojována s konceptem krásy, tedy nebyla subjektivně podstupována za účelem zvýšení celkové atraktivity pacientky, ale pro

odstranění subjektivního pocitu, že určitá část těla k celku nepatří. Přesto je však chápána jako víceméně bezrozporná procedura péče o vzhled, jež se od ostatních odlišuje hlavně po výrazně vyšší finanční stránce. Botoxové výplně kůže a liposukce, v západních společnostech běžné a nejčastější formy zákroku, jsou však pro respondentky metodami hodnými důkladného uvážení. Je tedy možné shrnout, že plastická chirurgie je pro její pacientky normální procedurou péče o vzhled.

Uměle vytvořenou krásu však nelze označit za normu, jelikož jedním z hlavních předpokladů krásy je přirozenost. Viditelné důsledky plastické operace (např. nepřirozeně vypadající ňadra či výrazně napnutá pleť) jsou ženami zavrhovány jako nevzhledné. I přes neuchopitelnost pojmu „krása“ je možné říci, že pro ženy znamená existenci určitého vnitřního kouzla, vyzařování pozitivní energie, čistotu a mladistvost. Nezbytnými předpoklady „krásy“ jsou upravenost ve formě líčení, čisté módní oblečení a mladistvost. Je předpokládáno, že atribut „krásy“ přináší mnoho výhod v každodenním životě, ale není nezbytný ke spokojenému a šťastnému životu.

Na základě výše uvedených motivů, dlouhodobého zvažování pozitiv a negativ operace a vysokých finančních nákladů však není možné potvrdit teorii, že by byla plastická chirurgie, alespoň tedy v případě respondentek, odrazem a jedním ze zásadních rysů konzumního způsobu života.

Použitá literatura

Publikace

ADAMS, Gerald R a Sharyn M CROSSMAN. Physical attractiveness: a cultural imperative. New York: Libra, 1978, 110 s. ISBN 0872121224.

BAUMAN, Zygmunt. Tekutá modernita. 1. vyd. Praha: Mladá fronta, 2002, 343 s. ISBN 80-204-0966-1.

DAVIS, Kathy. Reshaping the female body: the dilemma of cosmetic surgery. New York: Routledge, 1995, viii, 211 s. ISBN 9780415906326.

ELLIOTT, Anthony. Making the cut: how cosmetic surgery is transforming our lives. London: Reaktion Books, c2008, 155 s. ISBN 978-1-86189-371-0.

GROGAN, Sarah. Body image: understanding body dissatisfaction in men, women, and children. 2nd ed. New York: Routledge, 2007, xiv, 250 s. ISBN 978-0-415-35822-4.

HATFIELD, Elaine a Susan SPRECHER. Mirror, mirror: the importance of looks in everyday life. Albany: State University of New York Press, c1986, xx, 446 s. ISBN 0-88706-123-0.

JEFFES, Steve. Appearance is everything: the hidden truth regarding your appearance & appearance discrimination. Pittsburgh: Sterling House Publisher, c1998, 146 s. ISBN 1-56315-088-3.

LIPOVETSKY, Gilles. Říše pomíjivosti: móda a její úděl v moderních společnostech. V českém jazyce vyd. 1. Praha: Prostor, 2002, 446 s. ISBN 80-7260-063-x.

LIPOVETSKY, Gilles. Třetí žena: neměnnost a proměny ženství. V českém jazyce vyd. druhé. Praha: Prostor, 2007, 329 s. ISBN 978-80-7260-171-4.

PATZER, Gordon L. Looks: why they matter more than you ever imagined. New York: AMACOM, c2008, 282 s. ISBN 978-0-8144-8054-0.

Články

BORDO, Susan. Material Girl: The Effacements of Postmodern Culture. Michigan quarterly review, 1990, roč. 29, č. 4, s. 653 – 677. ISSN: 0026-2420.

BORZEKOWSKI, Dina L., ROBINSON, Thomas N., KILLEN, Joel D. Does the camera add 10 pounds? Media use, perceived importance of appearance and weight concerns among teenage girls. Journal of Adolescent Health, 2000, roč. 26, č. 1, s. 36 – 41. ISSN: 1054-139X.

CASH, Thomas F., CASH, Diane W., BUTTERS, Jonathan W. Mirror, mirror on the wall...?: Contrast effects and self-evaluations of physical attractiveness. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 1983, roč. 9, č. 3, s. 351 – 358. ISSN: 0416-1672.

FREDERICKSON, Barbara. L., ROBERTS, Tomi-Ann. Objectification theory: Towards understanding women's lived experience and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*, 1997, roč. 21, č. 2, s. 269 – 284. ISSN: 0361-6843.

GROESZ, Lisa M., LEVINE, Michael P., MURNEN, Sarah, K.. The effect of experimental presentation of thin media images on body satisfaction: A meta-analytic review. *International Journal of Eating Disorders*, 2002, roč. 31, č. 1, s. 1 – 16. ISSN: 0276-3478.

LEVINE, Michael P., SMOLAK, Linda, HAYDEN, Helen. The relation of sociocultural factors to eating attitudes and behaviors among middle school girls. *Journal of Early Adolescence*, 1994, roč. 14, č. 4, s. 471 – 490. ISSN: 0272-4316.

SELIGMAN, Clive, PASCHALL, Nancy a TAKATA, Glenn. Effects of physical attractiveness on attribution of responsibility. *Canadian Journal of Behavioural Science/Revue canadienne des sciences du comportement*, 1974, roč. 6, č. 3, s. 290 – 296. ISSN: 0008-400X.

Seznam příloh

Příloha č. 1: Disk CD s přepisy rozhovorů