

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

Fakulta humanitních studií



BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

MARNIVÁ KRÁSA:

Motivace k úpravám obličeje injekčními metodami estetické chirurgie

u mladých žen

Autorka práce: Dana Řeháčková

Vedoucí práce: Mgr. Michal Josephy, Ph.D.

Praha 2014

PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že jsem práci vypracovala samostatně. Všechny použité prameny a literatura byly řádně ocitovány. Práce nebyla zneužita k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze dne 16. 5. 2014

.....

Dana Řeháčková

PODĚKOVÁNÍ

Děkuji svému vedoucímu práce Mgr. Michalu Josephymu, Ph.D za jeho odborné vedení, přívětivé rady a trpělivost, dále pak všem respondentkám, které projevily ochotu a poskytly mi rozhovor, a také své rodině za trpělivost a morální podporu.

OBSAH

ÚVOD	6
I. Teoretická část	8
1. Obličej a posuzování jeho krásy	8
1.1 Dětské obličejové schéma a mladistvost	11
1.2 Faktory ovlivňující posuzování atraktivity obličeje	12
1.2.1 Průměrovost.....	12
1.2.2 Symetrie.....	13
1.2.3 Pohlavní dimorfismus.....	14
1.2.4 Individuální hlediska	15
2. Estetická chirurgie.....	16
2.1 Estetická chirurgie v ČR a ve světě	16
2.2 Vybrané injekční metody estetické chirurgie	21
2.2.1 Kyselina hyaluronová	23
2.2.2 Botulotoxin	24
2.3 Obecná teorie motivace k estetické chirurgii.....	26
2.3.1 Pojem motivace	26
2.3.2 Faktory ovlivňující motivaci k estetické chirurgii.....	29
2.3.3 Další faktory podporující estetickou chirurgii.....	30
II. METODOLOGIE VÝZKUMU	34
1. Výzkumný problém a výzkumné otázky.....	34
1.1 Výzkumná strategie	34
1.2 Technika sběru dat	35
1.3 Prostředí výzkumu a výběr informátorek	36
1.3.1 Základní údaje o respondentkách	37
1.4 Průběh rozhovorů.....	38
1.5 Analýza dat	39
1.6 Hodnocení kvality výzkumu	40
1.7 Etika výzkumu	41
III. ANALÝZA A INTERPRETACE ZÍSKANÝCH DAT.....	43
1. Co motivuje mladé ženy k injekční úpravě obličeje	43
2. Konkrétní motivy k podstoupení estetické chirurgie	45
2.1 Vnitřní motivy.....	45

2.1.1 Perfekcionalismus.....	45
2.1.2 Sebehodnocení a sebezprezentace.....	47
2.1.3 Nespokojenost, komplex nebo rozmar?	49
2.1.4 Atraktivita.....	52
2.2 Vnější motivy.....	53
2.2.1 Vzor kamarádek.....	53
2.2.2 Módní trend	54
2.2.3 Celebrity	54
2.2.4 Konkurenční boj	55
2.2.5 Partner.....	56
2.2.6 Povaha práce.....	56
2.2.7 Internet.....	57
2.3 Další motivy.....	57
2.3.1 Běžný způsob péče o pleť.....	57
2.3.2 Fyzický kapitál	59
2.3.3 Posedlost.....	60
2.3.4 Vztah s matkou	61
3. Volba dočasných úprav estetické chirurgie.....	62
3.1 Výhody kontra nevýhody.....	62
3.2 Nutnost nebo příležitost?	63
4. Životní styl	65
5. Očekávání versus realita	66
IV. SHRNU TÍ A ZÁVĚR.....	68
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A ZDROJŮ	72
PŘÍLOHY	79

ÚVOD

„„*Obličej ženy nemusí být bezvadný. Stačí, jsou-li výrazné jeho rysy.*“ (Oscar Maria Graf)

Obličej je obvykle to první, na co se zaměříme, co si pamatujeme, když potkáme nové lidi. Každý obličej je jiný, každý je něčím zvláštní. Současně s tím jak nám přibývají roky, mění se i vzhled naší tváře. Snaha udržet si mladistvý vzhled, nalézt věčný elixír mládí je to, po čem lidé touží už desítky ne-li tisíce let. Moderní doba si však žádá moderní řešení. S rozvojem estetické chirurgie není téměř už nic nemožné. Jedním se způsobů, jak si udržet nebo podpořit mladistvý vzhled nabízí injekční metody estetické chirurgie.

Aplikací botulotoxinu se mimické svaly v obličejí paralyzují tak, že se omezí jejich pohyblivost, a tím se dočasně zamezí tvorbě vrásek. Kyselina hyaluronová zase umí vyplnit propadlé části v obličejí a navrátit pleti přirozenou pružnost (Baumann, 2009). Mohlo by se zdát, že elixír mládí je na světě! Nic ovšem není takové, jak se zdá. Estetická chirurgie sice umí lidskou tvář omladit na povrchu, uvnitř to však neumí.

Předmětem mého výzkumu a bakalářské práce jsou tedy dočasné estetické úpravy obličejí, se zaměřením na injekční metody estetické chirurgie u mladých žen. Budu se snažit přijít na to, co motivuje tyto mladé ženy k jejich podstupování v tak mladém věku, protože se může zdát, že vzhledem k jejich mladistvému vzhledu, nemají racionální důvod tyto procedury absolvovat. S tím souvisí i otázka, proč podstupují záměrně „pouze“ jen dočasné úpravy, prostřednictvím estetické chirurgie, a ne ty trvalé, například plastické operace. Dále mě bude také zajímat to, jak motivace k těmto zákrokům souvisí s životním stylem respondentek.

Inspiraci pro tento výzkum jsem získala díky tomu, že se stále častěji setkávám s mladými ženami, a musím podotknout, že hodně atraktivními ženami, které si nechávají za pomoci estetické chirurgie (aplikací botulotoxinu a kyseliny hyaluronové) „vylepšovat“ svůj vzhled. Delší dobu mě tedyaráží ta skutečnost, že si mladá žena, která nemá vrásky či dermatologické problémy (např. jizvy či akné), a která je dle mého názoru atraktivní, nechá aplikovat cizí látky do organismu bez

zdánlivé příčiny. S ženami, které tyto zákroky podstupují, se v jisté míře setkávám (práce, škola, skrze vrstevníky), avšak jsem u nich nikdy (ani před zákrokem) nepozorovala jakékoli projevy nespokojenosti se svým vzhledem. V důsledku mého nepochopení a hloubáním nad příčinami, tedy motivací k těmto úpravám, jsem se rozhodla provést kvalitativní výzkum, zaměřený výlučně na mladé ženy (u těch starších si to umím racionálně odůvodnit – stárnutí, zdravotní problémy, apod.).

Naskytá se otázka, zda k fenoménu rozšíření se oblíbenosti a popularity úprav estetické chirurgie, přispívá konzumerismus, který je typický pro současnou společnost, a zda tento trend nějak souvisí s přehnanými nároky módního a kosmetického průmyslu. Je možné, že svou roli hrají i média, která vymezují krásu jako kulturní produkt. Odpověď na tyto otázky by měl objasnit tento výzkum.

Jak již sám název práce (Marnivá krása: Motivace k úpravám obličeje injekčními metodami estetické chirurgie u mladých žen) značí, zdá se, že i přes jistý soulad s nastavenými kulturními normami, zde existuje touha neustále něco vylepšovat, měnit, zvětšovat či zmenšovat, vypínat nebo vyplňovat, přestože zdánlivě to vypadá tak, že „není co“.

Cílem tohoto výzkumu je tedy blíže zjistit, co tyto mladé ženy motivuje k úpravám obličeje za pomoci estetické chirurgie, stanovit konkrétní motivy, objasnit proč tyto úpravy podstupují právě v tomto věku, ale také přijít na to, proč volí zrovna tento způsob úpravy, proč nepodstupují trvalejší změnu a objasnit rozdíl mezi těmito oblastmi.

V první části práce nastíním teoretická východiska, která souvisí s předmětem výzkumu, v druhé se pokusím nastínit metodologii výzkumu a třetí část práce obsahuje analýzu a interpretaci výsledků tohoto výzkumu.

I. Teoretická část

V teoretické části budou vymezeny základní pojmy a teorie, které se vztahují k výzkumnému problému. Zaměříme se na pojem *obličeje*, který hraje v tomto výzkumu důležitou roli. S obličejem souvisí i posuzování jeho atraktivity a krásy, kterou lze hodnotit na základě několika kritérií, předně podle dětského obličejového schématu, který souvisí s dalším pojem - *mládím*. Dále si objasníme, podle čeho lze obličej hodnotit. Mezi základní teorie vztahující se k obličejí a jeho posuzování ve spojitosti s atraktivitou¹ patří průměrovost, symetrie a pohlavní dimorfismus. Existují ale i jiná měřítka, která budou také stručně vysvětlena. Dále vymezíme pojem *estetické chirurgie* se stručným zmapováním aktuální situace v České republice a ve světě. Pozornost bude věnována i injekčním metodám, především botulotoxinu a kyselině hyaluronové, které budou krátce představeny, především co se týče účinků a charakteristiky látky. Nezbytné je objasnit i pojem *motivace* a její základní typy a zdroje odkud vychází. Pokusím se charakterizovat možné motivy a faktory, které by na motivaci mladých žen mohly mít nějaký vliv.

1. Obličej a posuzování jeho krásy

Každý lidský obličej je jedinečný. Je naším nejdůležitějším charakteristickým znakem, díky němu poznáváme jiné lidi, ale také sami sebe. Je to důležitý identifikační činitel, který se v dnešní době stává předmětem módy, přestože má evolučně biologický význam (Blažek, 2012).

Ačkoli je veřejný, má také své intimní podoby. Naše tvář je pro druhé ukazatelem věku, pohlaví, rasy, ale také socioekonomického statusu, našich nálad a emocí a možná i charakteru a osobnosti. Víceméně je to obličej, který je klíčovým faktorem pro naše individuální vnímání krásy či ošklivosti. Od tohoto vnímání se pak odvíjí sebevědomí a životní možnosti (Synnott, 1993). Blažek (2012) připisuje obličejí

¹ Domnívám se, že atraktivita obličeje je důležitý faktor, který je spjat nejen s obličejem samotným, a také souvisí se zaměřením estetické chirurgie právě na tuto část lidského těla. V dnešní společnosti je jako krásné hodnoceno to, co je atraktivní, a proto považuji za podstatné objasnit pojem atraktivity tváře.

významnou roli, a to především v sociálních interakcích. Podle něho obličej vypovídá skrze emoce a mimiku o tom, jací lidé jsou.

Přestože na světě je šest bilionů lidských tváří, každá z nich je jedinečná. To, na co se díváme každý den do zrcadla, náš vzhled, je jedinečným uskupením genů našich předků a prapředků, a proto i jednotlivé obličejové rysy jsou unikátními kombinacemi každého z nás. Náš obličej je dynamická struktura, co se mění v průběhu evoluce, ale i během našeho života (Bates a Cleese, 2001).

Abychom mohli posuzovat krásu obličejů, je nezbytné objasnit si pojem obličejové atraktivity, a zda ji lze nějak objektivně měřit. Je zřejmé, že některé obličejové rysy jsou pro nás atraktivnější více než ty druhé. Souvisí to však s osobními preferencemi nebo existují nějaká kritéria, podle kterých to lze charakterizovat?

Grogan (2000) tvrdí, že obecně **krásný obličej** je typický úzkou oválnou tváří s bronzovým nádechem, výraznými lícními kostmi a plnými rty.

Lidé, co se roku 1993 podíleli na antropologickém výzkumu Jonese a Hillové, pocházeli ze dvou relativně izolovaných oblastí v Jižní Americe, i přesto se shodovali na tom, jaké obličejové rysy považují za krásné. Tito lidé měli hodnotit fotografie různých lidí z Ruska, Brazílie a Spojených Států, tedy odlišné rasové prostředí oproti tomu svému. Ačkoli vybraní hodnotitelé, neměli nikdy přístup k televizi a ani nikdy neviděli fotografie lidí z jiných částí světa, než je ta jejich, nahlíželi jako na atraktivní na takové ženské obličejové rysy, kde byly patrné jemné lícní kosti, malá brada a velké oči. S tímto tvrzením, že jako krásné jsou shledávány ženy s hladkou pleť, velkýma očima a kyprými rty souhlasí i mezikulturní studia (Bates a Cleese, 2001).

Podle definice Hewstona a Stroebeho (2006) je **atraktivita** něco jako náklonnost, vyjádření sympatií, které se projevuje kladnými pocity k druhému jedinci s touhou být v jeho přítomnosti. Celková atraktivita jedince by se dala rozdělit podle kritérií jako je fyzická přitažlivost (v souvislosti s dobovým ideálem krásy), přitažlivost na základě prestiže a společenského postavení a přitažlivost osobní, u které se nejvíce cení vlastnosti jako otevřenost, ochota pomáhat, veselost, uznání (Benesch, 2001).

Jeffes (1998) třídí společnost do kategorií na základě **fyzické atraktivity**², kdy podle jeho pozorování je jen malé procento (asi okolo 2 %) lidí, kteří se řadí mezi velmi atraktivní jedince. Téměř polovina lidí pak patří mezi průměrně atraktivní, a zbytek se řadí mezi neatraktivní až výjimečně neatraktivní jedince. Důležitou roli, pro to, zda nahlížíme na něčí tvář jako na atraktivní, hraje přitažlivost, ale také situace, ve které se s daným jedincem setkáváme. Atraktivita ovlivňuje širokou škálu našeho společenského života, kdy nejdůležitěji se uplatňuje při výběru partnera. Atraktivní jedinci tak bývají považováni za vhodné partnery. Není to pouze tvář, která ovlivňuje nahlížení na fyzickou atraktivitu, ale také tělesná výška, poměr pasu k bokům³, velikost prsou u žen a další fyzické komponenty (Havlíček a Rubešová, 2009).

Je nesporné, že fyzická atraktivita je důležitý aspekt, pomocí kterého navazujeme nové sociální interakce. První, co o novém jedinci víme, je to, jak vypadá – jaké má vlasy, tělesnou konstrukci, kolik váží apod. Dochází k tzv. procesu stereotypizace, a to na základě našich předchozích zkušeností, ale především vzhledu (Výrost a Slaměník, 2008). Patzer (2006) upozorňuje na to, že fyzická atraktivita ovlivňuje naše chování a komunikaci s druhými lidmi. Stereotypizace je proces, kdy hodnotíme druhé lidi podle povrchních měřítek, jakými je například barva pleti, sexuální orientace nebo životní styl (Vykopalová, 2000).

Atraktivitu a krásu obličejů lze hodnotit podle různých měřítek, pro tento výzkum však bude zásadní dětské obličejové schéma, se kterým se pojí i **mladistvost**, a podle kterého jsem stanovila věkovou hranici výběru vzorku. Podle mého názoru je samotný aspekt mládí, za stavu současných norem, považován za žádoucí, a tudíž atraktivní. Etcoff (2002), tvrdí, že jako krásné nahlížíme to, co je kombinací mládí a ženskosti.

² Fyzická atraktivita hraje důležitou roli při navazování nových kontaktů, na jejím základě si vytváříme první dojem o člověku. Je určena několika aspekty jako rysy tváře, držení těla, barva vlasů, hmotnost apod. Do jisté míry je dána kulturní normou, která vychází ze sdíleného ideálu krásy (Výrost a Slaměník, 2008).

³ WHR (Waist Hip Ratio) je ukazatel poměru pasu k bokům. Jako ideální a nejpřitažlivější je na celém světě hodnocena ženská postava, která má WHR index, co nejblíže k hodnotě 0,7 (Singh, 2002).

1.1 Dětské obličejové schéma a mladistvost

Zakladatel vědní disciplíny etologie a nositel Nobelovy ceny za tento vědní obor, Konrad Lorenz, se zabýval otázkami, které se týkají především lidské přirozenosti. Podle něho je člověk bytost odlišná od jiných živočišných druhů, avšak je zde morfologická, fyziologická a etologická podobnost mezi člověkem a příbuznými primáty. Jako hlavní zdůrazňuje skutečnost, že člověk je bytost primárně kulturní (Komárek, 1998).

Lorenz si všiml **dětského schématu obličeje**, který říká, že jako roztomilé vnímáme typické rysy kojenců – velké oči, malá brada nebo oblé rysy. Pokud se nějaký z těchto rysů vyskytuje i u dospělého jedince, je zde velká pravděpodobnost, že jedinec bude považován za atraktivního, obzvláště pokud bude mít velké oči, malý nos a bradu. Tento poznatek vedl mnohé badatele k názoru, že dětské schéma ovlivňuje náš sexuální výběr partnera, který se do jisté míry odvíjí od rodičovských preferencí. Je zvláštní, že tyto dětské znaky bývají považovány za atraktivní většinou u žen, a to v kombinaci s jejich dospělými znaky. Jako nejkrásnější bývají považovány tváře, kde dětské znaky (oči, ústa, nos) se nacházejí ve střední linii obličeje a znaky dospělosti, jako například vystouplé lícní kosti, po okraji tváře (Havlíček, 2006).

Preferenze atraktivity obličeje u mužů a žen jsou odlišné. U žen jsou za atraktivní považovány již zmíněné dětské rysy jako velké oči, malý nos, kratší brada nebo vysoko položené obočí (Cunningham, 1986). Fink a Penton-Voak (2002) tvrdí, že produkce estrogenu je spojena s femininními znaky a mladistvý vzhled zase evokuje tu fázi života, ve které je žena nejplodnější. Tyto preference souvisejí s evolucí a procesem, který přirozeně vede muže k výběru pokud možno co nejvhodnější ženy z hlediska reprodukce. Obličej s dětskými rysy má v sobě jakýsi baby-appeal, který vyvolává pocity něžnosti, tendenci k mazlení a opatrování (Nakonečný, 1996). Možná právě proto se ženy s těmito rysy těší větší oblibě mužů a jsou atraktivnější.

Etcoff (2002) poukazuje na to, že jako výjimečně krásné bývají označovány rysy modelek. Tyto rysy neodpovídají průměrným normám, jež definují kritéria jako průměrovost, symetrie a další. Dostáváme se tedy k paradoxu, že průměrné tváře, které jsou sice přitažlivé, nemusejí být nejatraktivnější. Ty nejkrásnější ženy mají

společné rysy jako jemnější čelisti, výrazné velké oči, menší vzdálenost mezi bradou a ústy, tedy vše co charakterizuje právě Lorenzovo dětské schéma. Etcoff (2002) to opodstatňuje tím, že tyto výrazné rysy ve spojení s plnými rty, malým nosem a bradou, menší než je průměr v dané populaci, vyvolávají dojem mladistvé tváře ve věku kolem 24 – 25 let⁴. Do tohoto věku je podle ní tvář ženy nejatraktivnější. To potvrzují i Kenrick a Keefe (1992), kteří zjistili, že muži, bez ohledu na to, jak jsou staří, dávají přednost ženám ve věku mezi necelými dvaceti a třiceti lety, přičemž vrchol těchto preferencí je mezi 18 – 22 lety. Přibližně v tomto věku je žena nejvíce plodná.

Podle Wolf (2000) je mladistvost předpokladem krásy především kvůli tomu, že signalizuje nezkušenost a nevinnost. Stárnutí je neatraktivní především pro muže, protože žena se stává zralejší a mocnější, což není žádoucí. Mladé ženy v důsledku mýtu krásy soupeří s těmi staršími, jsou vůči sobě nepřátelské, jsou nepřátelské ke kráse jiných žen, závidí si.

1.2 Faktory ovlivňující posuzování atraktivity obličeje

Grammer a Thornhill (1994) dělí atraktivitu obličeje na základě biologických kritérií, jako je průměrovost, symetrie a pohlavní dimorfismus.

Svou roli při posuzování krásy a atraktivity obličeje hrají i individuální preference.

1.2.1 Průměrovost

„Jednou z vlastností atraktivních tváří je jejich určitá průměrovost. To znamená, že celková konfigurace tváře se blíží hypotetickému průměru v dané populaci.“ (Havlíček a Rubešová, 2009: 190). Autoři této definice dále vysvětlují, že ve skutečnosti krásní jedinci nemají nejběžnější tváře, ale že se blíží „hypotetickému průměru tváří v populaci“, který označujeme právě termínem „průměrovost“ a nelze ho zcela ztotožňovat s průměrem v běžném slova smyslu.

Teorii průměrovosti objevil už v polovině 19. století Francis Galton, který sbíral portréty zločinců a vrahů v souvislosti s tím, že zkoumal, jaký je vztah mezi fyzickými a psychickými vlastnostmi u takových lidí. Snažil se tedy zjistit, zda

⁴ Z tohoto důvodu jsem do výzkumu zahrnula pouze dívky ve věku 18 – 25 let.

existují nějaké typické vzhledové rysy pro člověka, který je zločincem, vrahem či sexuálním deviantem. Jednotlivé portréty lidí překrýval přes sebe a vytvořil tzv. kompoziční fotografie. Galton (1878) sice dospěl k závěru, že souvislost mezi fyzickým vzhledem a sklony k zločinnosti neexistuje, zato si povšiml, že kompoziční fotografie jsou atraktivnější, než tváře jedinců, ze kterých je tvořil.

Podobný pokus s kompozičními fotografiemi učinily Langlois a Roggman (1990). Aby zjistily, co činí obličej krásným, vytvořily snímky, složené z tváří lidí různého původu (včetně Asiatů a Hispánců) zprůměrované z dvou, čtyř, osmi, šestnácti a dvaatřiceti fotografií. Jako nejvíce atraktivní byly hodnoceny tváře složené ze šestnácti a dvaatřiceti fotografií. Uměle vygenerované a digitalizované kompoziční fotografie ve většině případů dosáhly vyššího hodnocení než fotografie reálného jedince.

Rhodes a Zebrowitz (2002) uvádějí, že ačkoli je mladistvý vzhled hodnocen jako nejvíce atraktivní, sám o sobě neobjasňuje atraktivitu tváří průměrových uvnitř jednotlivých skupin.

Langlois a Roggman (1990) také zjistily, že čím menší je odchylka od tohoto vygenerovaného průměru tváří, tím je větší atraktivita, a naopak, čím více má jedinec rysů, odchylojících se od průměru, tím je u něho atraktivita menší.

1.2.2 Symetrie

Symetrie obličeje je domnívaným předpokladem i pro jeho atraktivitu. Je zřejmé, že na výrazně asymetrické tváře je všeobecně nahlíženo jako na neatraktivní. Otázkou, zda symetrie je tím hlavním aspektem krásy, se zabývali ve svém výzkumu Langlois et al. (1994), kdy fotografie různých tváří nechali počítačově upravit tak, aby jedna polovina obličeje byla nahrazena svým zrcadlovým protějškem (chimérou). Chiméry byly vytvořeny pro pravou i levou část obličeje, a následně byly společně s původními tvářemi hodnoceny. Výsledky této studie prokázaly, že původní, neupravované tváře na fotografiích, byly hodnoceny jako více atraktivní než ty dokonale, uměle, symetrické.

Havlíček a Rubešová (2009) poukazují na to, že lidské tělo je „bilaterálně symetrické“ a na základě toho dělí asymetrii tváře na směrovou (direkcionální) a flukтуаční. Jako směrovou chápou asymetrii, která je typická systematickými rozdíly

mezi pravou a levou částí obličeje, často způsobenou nesouměrným využíváním mimiky jedné ze stran tváře. Oproti tomu fluktuální asymetrie je dána náhodnými odlišnostmi mezi oběma stranami obličeje, které vznikají v průběhu ontologického vývoje nedokonalou „expresí genů“ nebo působením patogenů, či obojím.

Ačkoli symetrie souvisí s atraktivitou, není tím hlavním aspektem, který by ji určoval. Přespříliš symetrický obličej nemusí být nezbytně atraktivní, stejně jako velmi atraktivní obličej nemusí být bezpodmínečně symetrický (Rhodes a Zebrowitz, 2002).

1.2.3 Pohlavní dimorfismus

V důsledku odlišného působení hormonů u mužů a žen v období puberty se liší i rozvoj některých obličejových znaků. Morfologické znaky odráží to, jak se vytvářejí sekundární pohlavní charakteristiky, tedy míru maskulinizace a feminizace u dospělých jedinců. U mužů je typickým příkladem odlišný rozvoj dolní čelisti, výraznější lící kosti či propadlé tváře (Ereczkei, et al., 2004). Tyto maskulinní rysy mohou být indikátorem kvality genů, kdy se jedinec s vysokou mírou testosteronu dokázal vypořádat s oslabením imunity (Fink a Penton-Voak, 2002). Mužské maskulinní rysy jsou tedy odrazem vyšší hladiny mužského pohlavního hormonu testosteronu, který u mužů signalizuje především dominanci a kvalitní genovou výbavu. U žen se femininní rysy vyvíjejí působením ženského pohlavního hormonu estrogeneru, který je signálem mladosti a plodnosti (Perret et al., 1998).

Mužská a ženská tvář se liší v několika aspektech. Ženská tvář je, jak již bylo uvedeno, podobná svou strukturou tváři dětské, mužský obličej má více dospělých rysů. Muži mívají větší delší a širší vystupující nos, z profilu rovný až konvexní, oproti ženám, které mají nos spíše rovný nebo konkávní. Mužské oči jsou oproti ženským více zapadlé, což je dáno tím, jak jsou umístěny vzhledem k větší výšce hřbetu nosu a nadočnicové části čela. Ženské oči, které nejsou usazeny tak hluboko, působí výrazněji, stejně jako jejich lící kosti, které oproti mužským více vystupují (Pivoňková, 2009).

Ženy u mužů preferují maskulinní znaky v obličejí jako je hustší obočí, menší oči, tenké rty a poněkud hranatější čelisti (Keating, 1985). Thornhill a Gangestad (1999) poukazují na to, že preference těchto znaků se mohou lišit z hlediska délky

partnerského vztahu. Pro krátkodobější vztahy ženy více preferují maskulinnější znaky obličeje, z hlediska vztahu dlouhodobého je u žen větší náklonnost k více femininním obličejům, které jsou více společenské a spolehlivější z hlediska péče o potomstvo. Některé maskulinní znaky jako agrese mohou atraktivitu naopak snižovat. U žen se kritéria pro hodnocení mužské atraktivity mohou měnit také v souvislosti s menstruačním cyklem. Nejvýraznější preference k maskulinnímu obličejí muže má žena v nejplodnější fázi cyklu (Fink a Penton-Voak, 2002).

U žen jsou obecně preferovány rysy jako výrazné lící kosti, oválný typ obličeje, vysoko položené obočí, velké plné rty (Cunningham, 1986), dále hraje velkou roli kvalita pokožky, míra ochlupení v obličejí. Hladká a neochlupená tvář může signalizovat u žen plodnost v souvislosti s vyšší mírou estrogenu a nízkou testosteronu (Fink a Penton-Voak, 2002).

Pivoňková (2009) upozorňuje, že všechny znaky pohlavního dimorfismu, které odlišují obličeje mužů a žen, jsou ženami zvýrazňovány a upravovány kosmetickými přípravky tak, aby co nejvíce zvýšily jejich atraktivitu. Příkladem mohou být oční stíny, které oči opticky zvětšují nebo růž, která lící kosti zvýrazňuje. Na rty se často nanáší červená barva, protože ta navozuje emoční stav spjatý se vzrušením, a tím více zvyšuje atraktivitu ženy.

1.2.4 Individuální hlediska

Nahlížení na atraktivitu a její hodnocení je do jisté míry vrozené, i přesto mohou mít různí lidé odlišné pohledy na to, co je atraktivní. Cheraskin (1990) poukazuje na to, že významnou roli pro posuzování atraktivity obličeje může být v manželském páru jistá míra podobnosti, co se týká vzdělání, náboženského vyznání, ale i tělesných proporcí například jako je výška.

První dojem, je významný faktor, který ovlivňuje, do jaké míry budeme daného člověka hodnotit jako atraktivního. Vykopalová (2000: 62) vysvětluje, že negativní první dojem je „*výsledkem sociálně nežádoucích charakteristik*“, které se vyskytují výjimečně, a které zobrazují skutečnou povahu člověka.

V současné době se čím dál více setkáváme s tím, že se ženy snaží svou atraktivitu zvyšovat uměle a to nejen použitím make-upu. Ženy v západních společnostech čím

dál více podstupují změny vizáže, které lze rozdělit na trvalé a přechodné (Havlíček, Rubešová, 2009).

2. Estetická chirurgie

Estetická chirurgie je aplikovaný obor chirurgie plastické, který v České republice začal fungovat jako samostatný obor v 70. letech 20. století. Jeho zakladatelem byl profesor František Burian. Estetická chirurgie si klade za cíl zkrášlení a formování lidského těla. Zvýšený zájem o tento obor do jisté míry posílila média, především film a reklama propagující ideál krásy. Estetické zákroky se tak stávají běžným způsobem úpravy vzhledu, především díky tomu, že jsou dostupné široké veřejnosti (Pintér, 2007).

Wolf (2000: 261) tvrdí, že „*naše společnost si cení zevnějšku více než zdraví zevnitř*“, proto se podle ní plastická a estetická chirurgie stává nejrozvíjenějším oborem medicíny. Kdyby ženy začaly být se sebou spokojené, nehledaly na svém těle a tváři chyby, které jsou podle Wolf důsledkem „společenského postoje“, odvětví plastické a estetické chirurgie by se do zajista eliminovalo.

2.1 Estetická chirurgie v ČR a ve světě

V České republice se problematikou plastické a estetické chirurgie zabývá pouze internetový portál platicka-chirurgie.info, který provozuje od roku 2006 společnost lekari-online.cz, a který si klade za cíl poskytovat nejen odborníkům, ale i široké veřejnosti informace o problematice plastických operací, estetické dermatologie a estetické medicíny celkově. Tento portál provedl v rozmezí let 2006 – 2014 několik výzkumů zabývajících se estetickou a plastickou chirurgií v České republice, dále jeden mezinárodní průzkum a dva výzkumy zabývajících se zdravotní turistikou v oblasti estetické plastické chirurgie ve Francii a Německu. Pouze **dva výzkumy** se vztahují k tématu motivace k plastické a estetické chirurgii nebo samotným injekčním procedurám.⁵

⁵ Ostatní výzkumy jsou zaměřeny pouze na nejčastější typy plastických operací a zdravotní turistiku - tedy to, jak Češi „cestují“ za procedurami plastické chirurgie do zahraničí.

Jedním z nich je výzkum s názvem „*Estetická plastická chirurgie v očích zájemkyň a zájemců o zákrok*“ (Plasticka-chirurgie.info, © 2006 - 2014) z roku 2010, kde jako hlavní důvody pro podstoupení estetické plastické chirurgie celkově (tedy včetně plastických operací) bylo uváděno následující:

- 84 % žen uvedlo jako hlavní důvod **zvýšení vlastního sebevědomí**;
- 13 % žen uvedlo důvod **zdravotní příčiny** (úraz apod.);
- 3% žen se vyslovilo pro **další důvody** jako přání partnera, práce aj.

Výsledky tohoto výzkumu ukazují, že ve skutečnosti je se zákrokem spokojeno až 87 % žen. U 86 % z nich opravdu vedl zákrok plastické a estetické operace ke zvýšení sebevědomí, zlepšení vnímání okolí uvádělo 62 % dotazovaných. U pacientek, které zákrok podstoupily ze zdravotních důvodů, se zlepšil zdravotní stav v 74 % případů.

Až 85 % těchto žen se domnívá, že cena zákroku je finančně velmi nákladná a 73 % žen, které zákrok plastické a estetické chirurgie teprve zvažují, má strach z bolestivosti zákroku. Fakt, že operace nemusí splnit očekávání, vnímá jen 2/3 uvažujících o zákroku. Výzkum také poukazuje na neznalost mužů, kdy 1/3 z nich se domnívá, že zákrok plastické a estetické chirurgie na ženě poznají (ve skutečnosti s tím souhlasí pouze 12 % žen, co mají nějaký zákrok za sebou). Skutečnost, že ženy jsou s metodami plastické a estetické chirurgie spokojené, a proto by plastickou a estetickou chirurgii doporučily dalším pacientkám, dokazuje i 96 % žen.

	ženy, které o zákroku uvažují	ženy, které zákrok podstoupily	ženy, které o zákroku neuvažují	odborná veřejnost	muži
Cena zákroků je příliš vysoká	85%	77%	89%	69%	78%
Operace a následná rekonvalescence je velmi bolestivá	73%	46%	84%	61%	56%
Výsledek plastické operace nemusí splnit očekávání	67%	76%	87%	78%	68%
Plastická operace zlepší vztah s partnerem či okolím	43%	44%	36%	50%	62%
Vždy je poznat, že žena podstoupila plastickou operaci a okolí ji za to může odsuzovat	14%	12%	23%	23%	29%

Tabulka 1: Souhlas s výroky o plastické chirurgii, zdroj: (Plasticka-chirurgie.info, © 2006 - 2014), dostupné z: <http://www.plasticka-chirurgie.info/download/cr-vnimani.pdf>

Druhý výzkum s názvem „*O jaké estetické zákroky se Češi zajímají*“ (Plasticka-chirurgie.info, © 2006 - 2014) taktéž z roku 2010, přinesl neméně zajímavé výsledky. Tento výzkum probíhal prostřednictvím dotazníkových šetření mezi návštěvníky

portálu plasticka-chirurgie.info. Podle výsledků tohoto výzkumu ženy tvoří 94 % zájemkyň o estetickou plastickou chirurgii v ČR, přičemž mezi nejčastěji vyhledávané zákroky celkově patří liposukce (30 %) a zvětšení prsou (29 %). Co se úpravy obličeje týče, botulotoxin zaujímá v celkovém žebříčku zájmu o estetické úpravy (včetně plastických operací) 6. místo s 11 %, z čehož 12 % žen to podstoupilo pro zvětšení sebevědomí a 4 % ze zdravotních důvodů. Zájem o aplikaci botulotoxinu pak tvořilo v roce 2010 4 % žen do 29 let.

Ženy, které zákrok plastické a estetické chirurgie podstoupily, uváděly taktéž jako hlavní motiv zvýšení sebevědomí (79 %), zdravotní problém (18 %), charakter práce (2%) a přání partnera nebo blízké osoby (1 %).

	Podsoupila zákrok	Zatím nepodstoupila zákrok
zvýšení vlastního sebevědomí	79%	86%
zdravotní problém (úraz)	18%	10%
charakter mé práce	2%	2%
přání partnera nebo jiné blízké osoby	1%	1%
jiný důvod	0%	1%
celkový součet	100%	100%

Tabulka 1: Hlavní motivy k plastické operaci, zdroj: (Plasticka-chirurgie.info, © 2006 - 2014), dostupné z: www.plasticka-chirurgie.info/download/zakroky-cr

Estetické úpravy vzhledu se v dnešní době stávají módním trendem. Lidé se za ně nestydí, ba naopak jsou na ně pyšní a přiznávají a hlásí se k nim (Kufa, Červinková, 2008). Jenom ve Velké Británii podstoupí estetickou úpravu kolem 70 000 lidí. Z 90 % přitom tvoří klientelu převážně ženy (Pintér, 2007).

International Society of Aesthetic Plastic Surgery (Mezinárodní společnost pro estetickou plastickou chirurgii), zkráceně ISAPS, zveřejnila na svém webu výsledky globálních výzkumů za roky 2010 a 2011 (aktuálnější zatím nejsou k dispozici), kde uvádí počet registrovaných chirurgických a nechirurgických, neinvazivních, zákroků. Jen v USA bylo provedeno v tomto období na milion chirurgických a dva miliony nechirurgických zákroků (viz tabulka č. 1). Další zemí, kde se zákroky estetické a plastické chirurgie provádějí nejčastěji, byla Brazílie s 905 tisíci chirurgickými a 542 tisíci nechirurgickými zákroky. Hned za nimi následuje Čína, Japonsko a Mexiko. V evropských zemích poté Itálie, Francie a Německo (ISAPS, © 2006 - 2014).

Countries by Total Number of Procedures (Top 25)								
Rank		Total Surgical Procedures	% of total surgical procedures	Total Nonsurgical Procedures	% of total nonsurgical procedures	Total Procedures	% of total procedures	Rank in 2010
1	U.S.	1,094,146	17.2%	2,011,100	24.1%	3,105,246	21.1%	1
2	Brazil	905,124	14.2%	542,090	6.5%	1,447,213	9.8%	2
3	China	415,140	6.5%	635,720	7.6%	1,050,860	7.1%	3
4	Japan	372,773	5.9%	579,878	7.0%	952,651	6.5%	4
5	Mexico	299,835	4.7%	494,731	5.9%	794,567	5.4%	6
6	Italy	316,470	5.0%	388,440	4.7%	704,910	4.8%	7
7	South Korea	258,350	4.1%	391,588	4.7%	649,938	4.4%	8
8	India*	191,439	3.0%	274,792	3.3%	466,231	3.2%	5
9	France	207,049	3.2%	248,247	3.0%	455,296	3.1%	9
10	Germany	187,193	2.9%	228,255	2.7%	415,448	2.8%	11
11	Colombia	211,879	3.3%	159,629	1.9%	371,507	2.5%	10
12	Spain	125,103	2.0%	151,020	1.8%	276,123	1.9%	13
13	Turkey	104,767	1.6%	161,378	1.9%	266,146	1.8%	12
14	Russia	104,223	1.6%	125,169	1.5%	229,392	1.6%	14
15	Canada	81,893	1.3%	139,239	1.7%	221,132	1.5%	15
16	United Kingdom	95,063	1.5%	116,343	1.4%	211,406	1.4%	16
17	Taiwan	72,909	1.1%	108,903	1.3%	181,811	1.2%	19
18	Greece	60,329	0.9%	82,065	1.0%	142,394	1.0%	20
19	Venezuela	81,158	1.3%	61,027	0.7%	142,185	1.0%	17
20	Thailand	55,642	0.9%	80,555	1.0%	136,197	0.9%	22
21	Argentina	73,706	1.2%	59,594	0.7%	133,300	0.9%	18
22	Saudi Arabia	46,962	0.7%	70,254	0.8%	117,216	0.8%	23
23	Australia	40,427	0.6%	67,698	0.8%	108,124	0.7%	21
24	Netherlands	46,343	0.7%	55,109	0.7%	101,452	0.7%	24
25	Romania	43,258	0.7%	53,644	0.6%	96,902	0.7%	25

* India's estimated number of plastic surgeons was provided by their National Society for this year's study. Their provided count of 955 is materially different than the 2,000 plastic surgeons that were estimated for this study in prior years.

Tabulka 3: Země podle celkového počtu plastických a estetických operací za rok 2010, zdroj: (ISAPS, © 2006 - 2014), dostupné z: <http://www.isaps.org/Media/Default/global-statistics/ISAPS-Results-Procedures-2010.pdf>

První místo z nechirurgických zákroků zaujímá celosvětově botulotoxin se třemi miliony zákroků za rok 2010 a kyselina hyaluronová se dvěma miliony.

Number of World-Wide Nonsurgical Procedures Performed by Plastic Surgeons				
Rank	Nonsurgical Procedure	Total	Percent of Total Nonsurgical Procedures	Rank in 2010
1	Botulinum Toxin Type A (Botox Dysport)	3,179,652	38.1%	1
2	Hyaluronic Acid	1,937,576	23.2%	2
3	Laser hair removal	906,316	10.9%	3
4	Autologous fat injections [■]	455,444	5.5%	4
5	IPL Laser Treatment	454,188	5.4%	5
6	Microdermabrasion	333,414	4.0%	6
7	Chemical Peel	295,888	3.5%	7
8	Noninvasive Tightening	208,788	2.5%	9
9	Laser Skin Resurfacing	194,868	2.3%	8
10	Calcium Hydroxylapatite	140,764	1.7%	10
11	Laser-Assisted Lipoplasty	93,726	1.1%	11
12	Sclerotherapy	80,132	1.0%	12
13	Dermapabrasion	56,002	0.7%	13
Total Nonsurgical Procedures		8,336,758		

[■] Though some may consider this a surgical procedure, it is classified as a nonsurgical procedure in this study since its indications are approximately the same as filler.

Tabulka 4: Počet celosvětových nechirurgických procedur za rok 2010, zdroj: (ISAPS, © 2006 - 2014), dostupné z: <http://www.isaps.org/Media/Default/global-statistics/ISAPS-Results-Procedures-2010.pdf>

Studie American Academy of Facial Plastic and Reconstructive Surgery (AAFPRS) zveřejněná v březnu 2014 zaznamenává nárůst zájmu o estetické procedury. Příčinou podle této studie může být i nový fenomén „selfie“⁶, kdy si mladí lidé zakládají na svých fotografiích, které poté zveřejňují na sociálních sítích typu Instagram, Snapchat apod. Podle prezidenta AAFPRS doktora Edwarda Farriory se tito mladí lidé snaží skrze tyto snímky zaujmout své přátele, konkurovat jim a ukázat se v nejlepším světle. Studie prokázala, že zákroky estetické a plastické chirurgie podstupují v 58 % jedinci pod 30 let. Tato studie dále uvádí, že injekce botulotoxinu se staly nejpoblárnějším neinvazivním zákrokem v současnosti. Druhé místo zaujímají injekce kyseliny hyaluronové, kterou mají v oblibě nejvíce ženy (AAFPRS, ©2014).

⁶ „Selfie“ je specifický typ „autoportrétu“, který je pořizován nejčastěji fotoaparátem nebo mobilním telefonem samotným a následně uveřejňován na sociálních sítích.

2.2 Vybrané injekční metody estetické chirurgie

Typy procedur

Změny vzhledu lze rozdělit na **trvalé** a **dočasné**. Mezi permanentní změny vizáže lidského obličej se řadí úpravy prováděné za pomoci moderní plastické chirurgie, které jsou nejčastěji prováděny za účelem zvýšení atraktivity (Havlíček a Rubešová, 2009). Předmětem pro tento výzkum budou změny dočasného charakteru prováděné injekčními metodami estetické chirurgie.

Změny vzhledu obličej přechodného charakteru jsou v dnešní moderní době hojně využívány. Mezi běžné úpravy kosmetického charakteru se řadí například líčení tváří, očí, rtů, dále maskování nedokonalostí pleti používáním make-upu (Law-Smith et al., 2006).

Úpravy obličej za pomoci estetické chirurgie jsou na hranici mezi plastickou chirurgií a kosmetickým průmyslem. Za pomoci účinných injekčních metod lze upravit měkké tkáně v obličej tak, aby po jejich aplikaci nebyly žádné viditelné jizvy (Buck et al., 2009).

Injekční metody estetické chirurgie

V tomto výzkumu jsem se zaměřila na injekční metody estetické chirurgie, především z toho důvodu, že patří v současné době mezi nejvíce se rozšiřující a nejvíce oblíbené neinvazivní⁷ procedury, které podstupují ženy v čím dál mladším věku, což dokazuje i výše uvedená studie ISAPS (© 2006 – 2014). Proto jsem v této práci záměrně zohlednila pouze dvě vybrané injekční látky – kyselinu hyaluronovou a botulotoxin, a to především z toho důvodu, že tyto dvě látky plní v estetické chirurgii téměř stejnou úlohu, a přesto jsou velmi rozličné (především z hlediska zdravotních rizik). Domnívám se, že na tyto látky může být v důsledku toho pohlíženo odlišným způsobem, stejně tak, jako se může lišit motivace jednotlivých žen k injekčním procedurám.

Injekční metody estetické chirurgie jsou určeny především k vyhlazení povrchových vrásek na čele, kolem úst, kolem očí, ale i ke korekci nerovností, jizev, vyplnění rýh

⁷ Neinvazivní typ zákroku neproniká do organismu jedince (Velký lékařský slovník, 2008).

(např. nosoretní rýhy), propadlých oblastí či nerovných kontur v obličeji. Jako injekční výplně jsou v současnosti využívány tyto látky: autologní tuk, kolagen, kyselina hyaluronová a výplně na bázi biosyntetických polymerů. Mezi nejvhodnější a nejoblíbenější výplně patří právě kyselina hyaluronová, která se ve formě čistého gelu aplikuje za pomoci injekční stříkačky (Andre, 2004).

První úprava obličejových nedokonalostí za pomoci injekčních výplní proběhla v roce 1893 v Německu, kdy Gustav Adolf Neuber provedl první augmentaci měkké tkáně, do které transplantoval tkáň tukovou. Od 20. století se tento zákrok rozšířil natolik, že pro účel injekčních výplní byl v 70. letech speciálně vyvinut kolagen. Později se začala využívat kyselina hyaluronová, která nahradila do značné míry výplně na bázi kolagenu. V dnešní době se trh s injekčními výplněmi čím dál více rozšiřuje, především díky intenzivnímu průmyslovému výzkumu (Baumann, 2009).

Látky využívané pro účely estetické chirurgie jako jsou injekční výplně, musí splňovat mnoho kritérií. Musí být především hypoalergenní, biokompaktní, musí být dlouhotrvající a stabilní, ekonomické, ale i předvídatelné, z hlediska účinků a vlivů do budoucna (Cohen a Born, 2009).

Injekční výplně lze dělit dle různých kritérií např. podle hloubky aplikace látky, délky trvání účinku, složení apod. Podle délky trvání účinku dělíme dermální výplně na dočasné až dlouhotrvající a trvalé. Dočasné až dlouhotrvající injekční výplně jsou charakteristické omezenou dobou trvání efektu, protože vydrží plnit svou funkci v průměru okolo čtyř měsíců až jednoho roku. Díky omezenému trvání lze předejít případné nespokojenosti s prováděnou úpravou, protože efekt postupně vymizí. Pro udržení účinku je nutné zákrok podstupovat opakovaně (Baumann, 2009).

Ty trvalé, za pomoci nichž lze nastálo změnit např. tvar a velikost nosu (tedy plastické operace) pro tento výzkum nebudou směrodatné, a proto jim zde nebude věnována velká pozornost.

Dermální výplně s sebou nesou jisté riziko nežádoucích účinků, které většinou bývají dočasného charakteru jako krvácení, alergie, bolest, zarudnutí nebo modřiny v okolí aplikace (Buck et al., 2009).

2.2.1 Kyselina hyaluronová

Kyselina hyaluronová je chemická látka, která byla poprvé použita v roce 1942 jako náhrada vaječného bílku, především v pekárenských výrobcích a pro medicínské účely byla poprvé využita až v roce 1950 jako náhrada očního sklivce. Nejprve se tato látka získávala právě z očního sklivce hovězího dobytka, později z lidské pupeční šňůry a kohoutích hřebínků. Kyselina hyaluronová se vykytuje také v kůži, plicích, mozku i svalovině. Tato látka byla v minulosti získávána především ve formě kyseliny, která ve fyziologických podmínkách měla typické vlastnosti soli čili hyaluronátu sodného. Podle toho látka dostala svůj název kyselina hyaluronová. Tato kyselina je významná především svou schopností vázat vodu, čímž umožňuje hydrataci pokožky na přírodní bázi. Významnou úlohu plní také v lidských tkáních, kde poskytuje lubrikaci (Nečas et al., 2008).

V estetické chirurgii má veliké využití především díky tomu, že plní funkci prostorové výplně, obnovuje a regeneruje tkáň, hydratuje pokožku a podporuje iontovou výměnu. Jako výplň funguje na bázi toho, že ve tkáních zadržuje vodu, v důsledku čehož dokáže změnit i dermální objem. Kyselina hyaluronová má široké využití i v medicíně, a to především z toho důvodu, že je hypoalergenní. Využívá se tedy například jako výplňový materiál pro ochranu tkání při chirurgických operacích, ke zvětšení a vyplnění pokožky a svalů nebo jako ochrana před nadměrným vysoušením pokožky, přičemž urychluje i hojení ran (Kogan et al., 2007).

Injekční výplň se aplikuje pomocí ostré jehly, různými technikami, podle oblasti, která je vyplňovaná. Mezi nejčastěji vyplňované oblasti na obličeji patří vrásky na čele, oblast kolem očí, pokleslé obočí, nosoretní rýha, tváře, ale i zvětšení rtů a vrásky kolem koutků úst (Andre, 2004).

Vrásky na čele se nejefektivněji odstraňují injekční aplikací botulotoxinu v kombinaci s vyplněním a korekcí kyselinou hyaluronovou. I u glabelárních vrásek⁸, způsobených mračením, se uplatňuje výplň kyseliny hyaluronové a aplikace botulotoxinu. Ten se do pokožky vpraví týden před tím, než je zavedena dermální výplň. Kombinace kyseliny hyaluronové a botulotoxinu se nejčastěji využívá tam, kde není snadné vrásku odstranit pouze touto kyselinou. Příkladem mohou být i

⁸ Glabelární vrásky se vyskytují mezi levým a pravým obočím (Nouri, 2012).

vrásky kolem koutků úst, které působí smutným dojmem. Pokud se kyselina hyaluronová aplikuje do oblasti kolem očí, nejčastěji v oblasti očnícového oblouku a na kruhy pod očima, je nutno přípravek aplikovat hlouběji a danou oblast znecitlivět či použít anestezie (Nouri, 2012).

Augmentace, neboli zvětšení, rtů kyselinou hyaluronovou patří mezi nejoblíbenější a nejvyhledávanější úpravy obličeje v současnosti. Samotná úprava této oblasti bývá velice bolestivá, proto se doporučuje před zákrokem použít lokální anestezii. Zvětšení lze docílit za pomoci několika technik. Pokud se kyselina hyaluronová vstříkne do vnitřní strany rtu, způsobí to zvětšení horního rtu. Ke zvýraznění obrysu úst dojde, pokud látku aplikujeme do hranice, kde končí červeň rtů, tím se nezmění objem ale rysy úst. Látku je možné aplikovat do obou rtů, podle potřeby (Andre, 2004).

Na trhu lze dostat několik produktů na bázi kyseliny hyaluronové, které se mohou lišit hustotou, délkou účinku a koncentrací. Patří sem např. Hylaform, Restylane, Juvéderm apod. Tyto produkty se mohou také lišit složením, podle toho zda jsou nebo nejsou živočišného původu (Baumann, 2009).

2.2.2 Botulotoxin

Botulotoxin je významný neurotoxin⁹, který produkuje bakterie zvaná *Clostridium botulinum*. Má několik kmenů, přičemž nejvyužívanější a nejprozkoumanější je typ A, který je i nejvíce toxický, a který se účelově využívá pro dermatologické účely. Botulotoxin způsobuje nervosvalovou paralýzu svalu, která se obvykle dostaví tři až sedm dní po aplikaci a největšího účinku dosáhne dva týdny po zákroku. Příliš časté aplikace této látky mohou představovat jistá zdravotní rizika (Baumann, 2009).

Otrava tímto jedem byla poprvé popsána roku 1817. Příčinou byla špatně tepelně upravená klobása, latinsky *botulus*, podle které tento jed dostal název botulotoxin. Čistý výtažek této látky byl získán již v roce 1920, avšak mechanismus a účinky byly popsány až v roce 1945, kdy byl botulotoxin poprvé využit v klinické praxi pro léčbu šilhavosti (Krhut, 2006).

⁹ Neurotoxin je nebezpečný toxin, který může vážně poškodit nervovou soustavu (Velký lékařský slovník, 2008).

Aplikace botulotoxinu jsou čím dál oblíbenější, především v dermatologické praxi. Za posledních osm let se zvýšil počet aplikací botulotoxinu ve Spojených státech o více než pět set procent. Svou oblibu si botulotoxin získal nejen ke korekci vrásek, ale i jako metoda, která účinně odstraňuje nadměrné pocení, tzv. hyperhidrózu. Nejčastěji se však využívá jako **omlazovací procedura**, která eliminuje dynamické vrásky. Ty vznikají přirozeně aktivitou mimických svalů, například když se usmíváme nebo mračíme. V kosmetické praxi bývá hojně využíván v kombinaci s injekčními výplněmi, nejvíce na bázi kyseliny hyaluronové. Mnoho lidí si botulotoxin oblíbilo z toho důvodu, že se jedná o rychlý a téměř bezbolestný zákrok, prováděný ambulantně. Aplikace botulotoxinu je dostupná pro lidi ve věku 18 – 65 let, ale jsou známy i mladší případy. Nejvíce účinný a viditelný efekt této látky je u osob, které nemají dynamické vrásky příliš hluboké (Jaspers et al., 2011).

Aplikace se provádí vpichem velmi tenkou jehlou, která má za cíl přerušit svalovou aktivitu a vyhladit vrásky. Zákrok trvá přibližně hodinu a účinky botulotoxinu jsou viditelné do tří dnů. Samotný efekt vydrží od tří do šesti měsíců, avšak s každou další aplikací se tato doba prodlužuje a efekt může vydržet až jeden rok (Baumann, 2009).

Botulotoxin se nejčastěji využívá k odstranění vrásek mezi obočím, na čele a kolem očí. Aplikace botulotoxinu do těchto oblastí se považuje za relativně bezpečnou, bez nežádoucích vedlejších účinků a s maximální působností. Tuto látku je možné aplikovat i do střední a dolní části obličeje, tedy na vrásky na nose, bradě a dolní čelisti. Riziko nežádoucích účinků hrozí, pokud by botulotoxin byl vpraven do oblasti kolem úst, například na tzv. marionetové vrásky, neboli vrásky smíchu, nebo do oblasti kolem očí (Kulíková, 2009).

Ačkoli se zdá, že botulotoxin se pomalu stává běžným kosmetickým doplňkem, který nechybí v inventáři žádné z celebrit, je důležité brát v potaz možné nežádoucí účinky a s nimi spojená zdravotní rizika. Vartanian a Dayan (2005) upozorňují, že k možným komplikacím může docházet zejména po špatně provedeném zákroku, kdy se u pacientů mohou vyskytnout modřiny, bolesti v místě aplikace a bolesti hlavy. Otrava hrozí v tom případě, kdy je do těla aplikováno špatně zvolené množství botulotoxinu.

Mezi nejčastější dopady přílišné aplikace botulotoxinu patří ochromení mimických svalů v obličeji, se kterými se nejvíce potýkají ti, kdo tento zákrok opakovaně

podstupují. Vysoké dávky botulotoxinu mohou způsobit strnulost mimických svalů a nepřírozený výraz obličeje (Pena et al., 2007).

2.3 Obecná teorie motivace k estetické chirurgii

Abychom mohli nalézt odpověď na otázku „Co motivuje mladé dívky k podstupování injekčních úprav obličeje?“, je nejprve nutné objasnit, co je to motivace, jaké jsou její typy a z jakých zdrojů vychází

2.3.1 Pojem motivace

Co je to motivace? Lze ji nějak jednoznačně definovat? V psychologickém slovníku (Hartl a Hartlová, 2000: 328) je pod pojmem motivace označován proces „*usměrňování, udržování a energetizace chování*“, který je biologického původu. Nakonečný (1996) tvrdí, že motivace je nezbytná k vysvětlení toho, proč člověk volí mezi různými možnostmi jednání, vjemovými danosti a obsahy myšlení, intenzitou a trváním daných jednání. Definiuje motivaci jako proces, který zaměřuje naše jednání a jeho intenzitu a trvání k dosažení určitého cíle. Proto se o motivaci v psychologii hovoří jako o psychologickém konstrukt, jenž vysvětluje příčiny chování.

Abychom dokázali odpovědět na otázku, proč jedinec jedná v dané situaci určitým způsobem, je nezbytné brát v potaz pojmy jako je potřeba, přání, cíl, pud, zájem apod. „*Pohnutky čili motivy chování a jednání se nejčastěji konkretizují formou přání, tendencí, představ.*“ Na základě toho lze motivy dělit podle zaměření, prožívání intenzity motivace a trvání motivace (Švancara, 2003: 85).

Typy motivace

Motivaci lze dělit podle motivů chování na **primární a sekundární**. Primární motivace vychází z našich vrozených, biologických potřeb. Tyto potřeby se vyvíjejí podmiňováním a mají stejnou funkci jako instinkty. Oproti tomu sekundární motivace sice obsahuje naučené tendence chování jako směr, způsob a jeho síly, avšak vychází z motivace primární (Hartl a Hartlová, 2000).

Nakonečný (1996) dělí motivaci na základě uvědomění na **vědomou a nevědomou**. U vědomé motivace shledává souvislost mezi chováním a jeho reálnými příčinami. Nevědomí vzniká v důsledku oddělení afektu a vědomého prožívání, jehož

důsledkem je odpojený psychický obsah. Dále uvádí, že naše chování může často vycházet právě z nevědomých motivací, kdy často jednáme určitým způsobem, aniž bychom si uvědomovali proč. I takové chování, které je záměrné a vědomě utvářené, má často původ v nevědomé motivaci či motivu, jehož si subjekt nemusí být zcela vědom. Jestliže se u jedince potlačí sklony k nevědomým motivacím, například hříšné tendence spojené s pocity selhání, neúspěchu, mentální nedostatečnosti apod., mohou vznikat tzv. komplexy.

Smékal (1989) dále rozlišuje motivaci **materiální a duchovní**, a také **vnitřní a vnější**. Materiální motivace pochází z biologických, přírodních, tedy nižších motivů. Duchovní motivace zase pramení z motivů psychogenních, sociálních, kulturních, lidských, tedy vyšších. Motivace vnitřní bývá nazývána jako popud, impulz. Vnější motivace bývá označovaná jako pobídka. Ke střetu motivů může dojít ve chvíli, kdy vnější a vnitřní motivace nebude v jednotě. Jednání člověka ve výsledku bude ovlivněno takovým motivem, který bude silnější.

Vyšší a nižší motivace souvisí s analýzou potřeb. Ty poprvé hierarchicky uspořádal humanistický psycholog Abraham Maslow (1954), když stanovil sedm kategorií lidských potřeb od nejnižších po ty nejvyšší. Do kategorie nižší řadí fyziologické potřeby jako je hlad, žízeň, potřeba dýchání apod., na druhém stupni řadí potřebu bezpečí, na dalším potřebu lásky a náležitosti (ke skupině), na čtvrtém místě dosazuje potřebu uznání a respektu a na nejvyšším stupni vidí potřebu seberealizace. Podle Maslowa je nejdůležitější nejprve uspokojit základní potřeby, aby se člověk mohl věnovat uspokojování potřeb vyšších.

Zdroje motivace

Mezi základní zdroje motivace patří **potřeby**. Podle výše uvedené Maslowovy teorie se potřeby liší podle typu uspokojování. Švancara (2003) charakterizuje potřeby jako pocit nedostatku nebo nadbytku podnětů, které se vyznačují tendencí k provedení nějaké akce (např. estetické úpravy vzhledu). Potřeby bývají prožívány jako přání nebo touhy (mít větší rty, hladší pleť apod.), puzení (musím mít větší rty) a vášně. Pocit nedostatku může být vyvolán fyziologickým nedostatkem nebo nedostatkem v mezilidských vztazích. Nakonečný (1996) upřesňuje, že pojem potřeby může mít vícero významových rovin. Jako příklad uvádí rovinu ekonomickou, kriminalistickou, fyziologickou a psychologickou, kterou označuje jako specifickou.

Zájmy se stávají předmětem motivace tehdy, kdy jedinec koncentruje svou pozornost na určitý okruh podnětů nebo jevů. Tato činnost je spjatá s pozitivním emočním prožitkem, jelikož jedinec pociťuje nutkavost nebo snahu přiblížit se k zájmovému objektu nebo činnosti natolik, aby získal informace, které jsou pro něho subjektivně důležité (Smékal, 1989). Na zájmy, které člověk má, působí mnoho faktorů např. věk, pohlaví, schopnosti, vlohy a další vlastnosti. Je pochopitelné, že zájmy jedince se v průběhu jeho života mění jak ve svém obsahu, tak i zaměřením a hloubkou činnosti (Hudeček, 1986).

Jako další zdroj motivace by se daly označit **hodnoty**, které během života získáváme kupříkladu socializací, mohou být silnější než biologicky dané potřeby (Smékal, 1989). Hodnoty se stávají součástí sebepojetí a fungují jako motivy obrany dobra. „*Člověk hlídá sám sebe, aby byl tím, kým chce být.*“ (Nakonečný, 1996: 83). Někdy zastávání určitých hodnot nebo idejí může selhat, pokud dojde k aktivování konfliktní tendence. Nakonečný (2003) dělí hodnoty na materiální (např. jídlo, majetek, zdraví), sociální (láska, přátelství) a duchovní (estetické, intelektuální apod.).

Cíle jsou nesporným zdrojem motivace, jelikož každé jednání vede k nějakému cíli, a to buď záměrnému, nebo bezděčnému. Smékal (1989) definuje cíl jako potřebu, která určuje záměr jistého cíle, a která skrze činnost, kterou daný jedinec vykonává, právě k tomuto cíli vede. Cíl je pro jedince cílem do té míry, po jakou se shoduje s jeho cílovou představou. Cíle mohou být i úkoly a potřeby, se kterými se jedinec sžil natolik, že jejich uskutečnění je pro něco důležité jako prostředek k dosažení cíle jiného.

Ideje jako příčiny motivace označují konkrétní hodnoty nesoucí emoční náboj. Ideje působí na jedince jako vnitřní stimuly, jež podněcují k tomu, abychom je dodržovali (Sarnoff, 1962). Ideje jsou součástí osobní morálky a vycházejí především z hrozeb, kterým je daný jedinec vystavený a vyjadřují obranu před těmito hrozbami (Nakonečný, 1996).

Z výše uvedeného tedy vyplývá, že zdroje motivace mohou pramenit z lidských potřeb, které tkví v nedostatku, individuálních zájmů jedince, hodnot získaných během života, cílů, jenž daný jedinec má a idejí, které jsou součástí morálky.

2.3.2 Faktory ovlivňující motivaci k estetické chirurgii

Sebepojetí a identita

Sebepojetí je důležitý psychologický pojem, který nám může pomoci pochopit vnitřní pohnutky jedince, nalézt možné motivy a příčiny podstupování estetických úprav u mladých žen.

Smékal (2002: 368) definuje sebepojetí jako „*souhrn názorů na sebe sama, na své místo ve světě*“, tvoří ho souhrn pocitů, skrze které prožíváme spokojenost či nespokojenost, a od kterého se odvíjí naše sebedůvěra, sebeúcta a vliv na druhé. Psychologický slovník (Hartl a Hartlová, 2000: 515) popisují sebepojetí jako „*vytváření úsudku o sobě, jež má hodnotící a popisný rozměr*“ oproti sebehodnocení, kde je výraznější kognitivní složka.

Zkušenost se sebou samým nám umožňuje dělit sebepojetí na tři základní komponenty, jakými je tělesná identita, psychická identita a identita sociální. Tělesná identita se projevuje ve chvíli, kdy jedinec své tělo hodnotí skrze to, jak ho vnímá, cítí ho a poznává. Psychická identita zahrnuje individuální psychické jevy, ale i procesy jako např. emoce, pocity, myšlenky apod. Pomocí sociální identity si jedinec utváří role a vztahy s druhými lidmi. Sociální identita je souhrnem všech sociálních rolí člověka. Jednotlivé role se mohou lišit ve způsobu chování, avšak jako celek utvářejí sebepojetí jedince (Vágnerová, 2007).

Sebepojetí se výrazně formuje v období dospívání, kdy rodiče výrazným způsobem mohou ovlivnit to, jak se jedinec v budoucnu bude sebehodnotit (Helus, 2004). V tomto období dochází k formování vztahu k sobě samému, kdy rodina a vrstevníci hrají klíčovou roli při utváření představ o tom, jak má vypadat atraktivní jedinec, pro dívky především krásná mladá úspěšná žena. V období dospívání dívky čelí fyzické přeměně z dívky na ženu, která je doprovázena zvýšeným vnímáním svého těla. V tomto období je také nejvíce ohrožena identita a sebepojetí mladé dospívající ženy.

Důležitou roli zastává v tomto období matka, pro kterou péče o vzhled může být odrazem sociální prestiže, avšak si neuvědomuje, jaký vliv to má na utvářející se identitu a vzhled dospívající dívky. Negativní hodnocení a chování, má vliv na zhoršené sebehodnocení dívky (Vágnerová, 2008).

Touha po mladistvém vzhledu ovlivňuje nahlížení na své vlastní tělo a sebehodnocení. Ženy ve snaze udržet mladistvý vzhled a vypadat krásnější kupují různé kosmetické přípravky a podstupují estetická a kosmetická vylepšení. V současné době se stávají vlivem kulturních ideálů méně svobodnými, téměř až otroky vlastního těla (Fialová, 2001).

Sociální prostředí

Sociální prostředí, zahrnující především vrstevníky, může mít velký vliv na to, jak se mladá žena vnímá a jaké má sebevědomí. V období dopívání totiž každý jedinec porovnává realitu s tím, na co se nahlíží jako na „ideál“ (Říčan, 2004).

S tvrzením, že důležitou roli v tom, jak jsme spokojeni se svým tělem má nejen naše subjektivní sebepojetí, ale také to, jak nás hodnotí okolí, souhlasí i Fialová (2001). Podle ní se o fyzicky atraktivních jedincích automaticky předpokládá, že mají lepší život, lepší povahu, jsou více společensky žádaní, a proto také šťastnější. Názor, že fyzicky krásní lidé jsou krásní i vnitřně, tedy morálně a duchovně, přetrvává a stává se měřítkem hodnocení okolí.

Kufa a Červinková (2008) obhajují přínos estetické chirurgie, protože podle nich může přinést uspokojivější řešení, než např. léky a antidepresiva. Korektivní zákroky jsou podle nich přijatelné, jelikož ulevují duši a zbavují jedince sociální fobie.

Společenský tlak na to jak máme vypadat je čím dál silnější, Fialová (2001: 36) to charakterizuje slovy: „*Tělo se stává designérským produktem a objektem, do kterého musí být investováno.*“

2.3.3 Další faktory podporující estetickou chirurgii

Elliott (2008) definuje několik zásadních faktorů, podílejících se na rozhodování lidí o estetických úpravách svého zevnějšku. Jsou jimi konzumerismus, a s ním spjatý ideál krásy, celebrity, vliv médií a globalizace. Tvrdí, že za stavu současné ekonomiky, se plastická a dermatologická chirurgie stává čím dál oblíbenější. Od botulotoxinu až po různé typy plastických operací roste počet zákroků v tomto odvětví natolik, že lidé jakožto konzumenti podstupují čím dál více úprav jen proto, aby zvýšili svůj sex-appeal a cítili se krásnější.

Konzumerismus

Móda přináší neustále nové trendy, přeměny vzhledu, funkčnosti i oblíby konzumních statků. Krása je sice pojem relativní, avšak neustále aktuální a obdivuhodný. Elliot (2002) hovoří o tom, že v současné době se společnost podvoluje vylepšování těl v takové míře, že lidé podřizují sebe sama ve prospěch konzumenství. Podle něho se i celebrity stávají symbolem přetváření vlastního vzhledu, což je způsobeno opakovaným podstupováním úprav za pomoci estetické a plastické chirurgie. Skrze tyto úpravy slavné osobnosti prezentují svůj status celebrity.

Od 20. století se začalo šířit tvrzení, že každá žena může být krásná, jak si přeje, použije-li správný kosmetický přípravek. Tato představa, že žena musí používat velké množství kosmetických výrobků, aby zdokonalila svůj vzhled, se zachovala dodnes. Ideál krásy, prezentovaný médií, nutí ženy, aby se srovnávaly s modelkami. Média neprezentují jejich krásu jako přirozenou, ale jako odraz tvrdé práce na svém těle za pomoci používání správných kosmetických výrobků. Toho mohou docílit i „obyčejné“ ženy, když budou kupovat ty správné produkty. Na to ženy, které chtějí být krásné, reagují a tyto konzumní statky nakupují (Etcoff, 2002).

Ideál krásy

Ideál krásy se vyvíjí již od antiky, avšak za stavu současných kulturních norem je hodně vzdálen tomu původnímu. Novodobým ideálem krásy současné moderní společnosti se stávají modelky (Etcoff, 2002). Lipovetsky (2000) uvádí do souvislostí ideál krásy a média, která podle něho vyzývají čtenářky k tomu, aby zůstaly mladé a zkrášlovaly se.

Ideál krásy se rozšiřuje do všech oblastí společenského života a nevyhneme se mu ani při výběru zaměstnání. Wolf (2000) tento fakt nazývá jako „diskriminaci krásou“, proto ideál krásy nazývá jako mýtus krásy. Ženy podle ní musí čelit útokům krásy, musí se snažit být lepší, kvůli tomu aby se zachovala struktura moci. Do zaměstnání bude, podle ní, přijata pouze žena, která splňuje tři současné role: profesionálku v domácnosti a v práci, ale také roli profesionální krasavice.

Etcoff (2002: 93), souhlasí s tvrzením, že ženy mohou být v zaměstnání diskriminovány na základě posuzování vzhledu. Podle ní mají krásné ženy větší šanci na úspěch, když se ucházejí o zaměstnání, stejně jako budou mít pravděpodobně vyšší plat než ženy, na které není nahlíženo jako na krásné. Dále uvádí, že krása si sebou nese i negativa, protože „[...] u hezkých žen je největší pravděpodobnost, že budou na pracovišti sexuálně obtěžovány“.

Celebrity

Celebrity jsou nositeli módních trendů. Dávají směr módě, životnímu stylu, ale také estetickým a plastickým úpravám vzhledu. Plastická a estetická chirurgie už není dávno jen doménou bohatých, ale je dostupná cenově i široké veřejnosti (Kufa, Červinková, 2008).

Příkladem toho jak skrze celebritu, prostřednictvím médií lze snadno měnit měřítko ideálu krásy může být známá modelka Kate Moss, která se v devadesátých letech stala prototypem dokonalosti všech částí ženského těla (Etcoff, 2002).

Vliv médií a globalizace

V současné moderní společnosti jsou masová media běžným prostředkem sdělování informací velkému obecenstvu. Mezi ta nejmodernější patří internet, televize, rozhlas a tisk. Reklamní průmysl, fenomén moderní doby, je jedním z nejvíce výdělečných oborů na světě. Reklama je všudypřítomná. Není divu, že každodennímu vystavení různým typům médií dochází k ovlivňování hodnot a zájmů jedince (Karfíková, 2008).

Média hrají důležitou roli v odrazu norem a hodnot společnosti, protože nejen formují společnost, ale především vytvářejí i společenské mínění. Pro dosah své činnosti se současná masová média stávají prostředkem ovlivňování a zdrojem sebehodnocení a vnímání vlastního těla. V důsledku nesouladu vlastního vzhledu s ideálem prezentovaným médii, se čím dál více jedinců potýká s nespokojeností, sebekritikou, pocity viny a nízkým sebevědomím (Grogan, 2000).

Seitz (2007) upozorňuje, že největší vliv mají média na dospívající jedince. Jako příklad uvádí USA, kde televizi sleduje naprostá většina teenagerů. Média výrazně ovlivňují životní styl a v důsledku toho také sebehodnocení. Příčinou může být to, že

dospívající nemívají ustálený sebeobraz a sebehodnocení, a proto hledají hodnoty, idoly a vzory, které jim poskytují právě média. Je zřejmé, že ženy bývají vystaveny většímu společenskému tlaku. Už od dětství jsou na ně kladeny vyšší nároky na péči o vzhled a fyzickou přitažlivost.

Nejúspěšnějšími médii, prezentujícími ženám ideál krásy, se stávají ženské časopisy. Jejich prostřednictvím se ženy dozvídají, jak takového ideálu dosáhnout a jaké prostředky k tomu mají použít. To vše za účelem, aby lépe vypadly. Krása se stává měřítkem úspěšnosti žen nejen v profesním životě, ale také v životě partnerském, kdy podle médií jen krásná žena může mít úspěch u mužů (Navrátilová a Jarkovská, 2004).

Podobný názor zastává i Wolf (2000), která tvrdí, že definici toho, co je krásné, nevytvářejí ženy, ale zadavatelé reklamy, kteří prostřednictvím různých médií (televize, tisk aj.) prezentují, jak je vzhled důležitý. Toho využívá i kosmetický průmysl, který se snaží vyrábět produkty pro čím dál mladší ženy, čímž podporuje nárůst nespokojenosti a pocit nedokonalosti se sebou samou.

Estetické úpravy vzhledu se stávají pro moderního člověka legitimním způsobem zkvalitnění života, především z hlediska zaměstnání a osobních vztahů. Dnešní globalizovaná společnost je charakteristická vysokým konkurenčním bojem, kde se každý jedinec snaží vyzdvihnout své přednosti co nejefektivnějším způsobem. Globalizace se stává transformací celého světa, ovlivňující náš každodenní život (Elliot, 2002).

II. METODOLOGIE VÝZKUMU

V této části budou představena základní metodologická východiska, metody a charakterizován výzkumný soubor respondentů.

1. Výzkumný problém a výzkumné otázky

Cílem tohoto výzkumu je zjistit, co motivuje mladé ženy k estetickým úpravám či vylepšením obličeje za pomoci estetické chirurgie.

Hlavní výzkumnou otázku a její dílčí podotázky stanovují takto:

- Co motivuje mladé ženy k úpravám obličeje injekčními metodami estetické chirurgie?
 - Jaké jsou konkrétní motivy mladých žen k úpravám obličeje pomocí estetické chirurgie?
 - Co motivuje mladé ženy k volbě právě dočasných úprav obličeje (injekcí), pomocí estetické chirurgie, před těmi trvalými (např. plastickými operacemi)?
 - Jak souvisí motivace těchto mladých žen s jejich životním stylem?

1.1 Výzkumná strategie

Pro tento výzkum jsem zvolila kvalitativní výzkumnou strategii, a to z toho důvodu, že se zabývám motivací, tedy konkrétním lidským jednáním, resp. hlubšími příčinami lidského chování, které vedou mladé ženy k tomu, že podstoupí injekční úpravu obličeje pomocí estetické chirurgie. Miovský (2006) řadí výzkum motivace mezi taková psychologická témata, u kterých by se měl „přednostně“ užít kvalitativní přístup¹⁰.

¹⁰ Miovský (2006) to opodstatňuje tím, že v minulosti se užití kvantitativních metod při zkoumání motivace (dále emocí a prožívání, etických hodnot apod.) ukázalo jako nedostatečné.

Dalším důvodem je fakt, že pro kvantitativní výzkum bych pravděpodobně nebyla schopna zajistit dostatečný počet informátorů, kteří by splňovali striktně stanovené podmínky výběru vzorku.¹¹

1.2 Technika sběru dat

Vzhledem ke kvalitativní povaze výzkumu, který má za cíl zjistit motivaci, příčiny jednání respondentů a popsat tento jev (estetických úprav obličeje u mladých žen) komplexně, jsem využila techniku polostrukturovaného rozhovoru¹² s okruhy předem stanovených otázek (viz příloha č. 1). Tyto okruhy mi umožnily udržet si přehled o záměru rozhovoru, a také při pozdější analýze dat. Jsou zde otázky ústřední, na které je třeba se zeptat, ale ponechala jsem část prostoru i pro otázky, které vyplynuly z kontextu. Pořadí kladení otázek jsem měnila podle toho, jak se rozhovor vyvíjel, někde jsem využila i otázky doplňující. Miovský (2006) doporučuje při aplikaci kvalitativního přístupu výzkumné otázky měnit, konkretizovat, přeformulovat či některé zavrhnout, v závislosti na nových skutečnostech, které se v průběhu výzkumu vyskytnou.

V průběhu samotného rozhovoru jsem si zaznamenávala sociodemografické charakteristiky o respondentkách, neptala jsem se na začátku rozhovoru, abych nenavodila hned na úvod atmosféru jako u výsledku.

Rozhovory jsem zaznamenávala na nahrávací zařízení, současně jsem si psala poznámky nebo nápady v průběhu jednotlivých rozhovorů, jak doporučuje Disman (2002). Veškerá data z rozhovorů jsem převedla do podoby doslovné transkripce, se kterou jsem dále pracovala. Jak upozorňuje Vaňková (2009/2010), tento postup práce může být nevýhodný jak z časového hlediska, tak při následné analýze dat. Výhodou, kterou spatřuji jako hlavní, proč jsem zvolila tuto techniku sběru dat, je hlubinné zkoumání daného jevu a odkrytí hlubších motivů jednání.

¹¹ Na situaci, kdy může být problémem „*sama dosažitelnost cílové skupiny*“ upozorňuje Miovský (2006). Podobný názor o vhodnosti kvalitativní strategie z hlediska zjistitelnosti vzorku má např. i Silverman (2005).

¹² Hendl (2005) tuto metodu nazývá jako rozhovor s návodem, kdy badatel nejprve stanoví tematické okruhy nebo otázky, kterými se bude zabývat. Tento způsob přípravy umožní otázky strukturovat podle témat, což se uplatní i při následné analýze dat.

1.3 Prostředí výzkumu a výběr informátorek

Jako výběrovou strategii výzkumného vzorku jsem zvolila **účelový výběr**, na základě něhož jsem vybírala respondentky, které splňovaly přesně vymezená a předem stanovená kritéria, charakteristická pro tento výzkumný problém.¹³

Vzhledem k tomu, že jsem sama žádnou estetickou úpravu vzhledu nepodstoupila, oslovila jsem osobu, o které vím, že má takový zákrok za sebou a netají se tím. Následně jsem ji požádala, aby mi doporučila další vhodné respondentky, u kterých jsem provedla to samé. Využila jsem techniku „sněhové koule“, která se vyznačuje tím, že výzkumník zvolí jednoho nebo více informátorů, kteří mu poskytnou kontakty na další vhodné respondenty (Disman, 2002).

Respondentky byly zařazeny do výzkumu pouze za předpokladu, že splňovaly níže uvedené specifikace a charakteristiky. Kritéria pro výběr vzorku jsem stanovila následovně:

- a) ve věku 18 – 25 let¹⁴;
- b) mající českou národnost bez etnické příslušnosti;
- c) žijících v Praze (kvůli dostupnosti vzorku);
- d) podstoupily vylepšení obličeje injekcemi botulotoxinu nebo kyseliny hyaluronové (případně obojí);
- e) pokud podstoupily více injekčních vylepšení obličeje těmito látkami, je podmínkou, aby dotyčná absolvovala poslední zákrok v uplynulých 12 měsících;

Na základě výše uvedených kritérií vznikla velmi specifická a **homogenní cílová skupina**, kterou ve finále tvořilo celkem 8 respondentek, splňujících daná kritéria.

¹³ Účelový výběr při zkoumání nějakého sociálního jevu, který se objevuje ve vymezené sociální skupině, doporučuje i Novotná (2009/2010).

¹⁴ Konrad Lorenz si všiml, že dětské obličejové schéma – tedy velké oči, malá brada, malý nos a oblé rysy, jsou na dospělém jedinci hodnoceny jako atraktivní. Jako nejkrásnější bývají považovány ty ženské tváře, kde dětské obličejové znaky se nachází ve střední linii obličeje a znaky dospělosti, jako například vystouplé lícní kosti, po okraji tváře (Havlíček, 2006). Etcoff (2002) to opodstatňuje tím, že tyto výrazné rysy ve spojení s plnými rty, malým nosem a bradou, menší než je průměr v dané populaci, vyvolávají dojem mladistvé tváře ve věku kolem 24 – 25 let. Do tohoto věku je podle ní tvář ženy nejatraktivnější.

1.3.1 Základní údaje o respondentkách

Všech osm respondentek, které mi poskytly rozhovor, splňovalo kritéria pro výběr vzorku: všem bylo mezi 18 – 25 lety, narodily se na území České republiky, v současné době žijí v Praze, podstoupily vylepšení obličeje minimálně jednou v uplynulých 12 měsících, a to kyselinou hyaluronovou nebo botulotoxinem.

Většina respondentek jsou svobodné ženy. Jedna studuje střední školu, čtyři vysokou školu a tři pracují. V následujícím přehledu uvedu základní údaje o respondentkách avšak, pro zachování anonymity nebudu uvádět jejich pravá jména.

Petra: 22 let, svobodná, studentka vysoké školy humanitního směru, při škole pracuje jako recepční v ekonomické firmě, podstoupila zvětšení rtů kyselinou hyaluronovou před čtyřmi měsíci a chystá se tuto úpravu podstoupit opakovaně.

Klaudie: 25 let, rozvedená, vysokoškolské vzdělání (soukromá hotelová škola), v současné době pracuje jako manažerka baru, Pravidelně podstupuje zvětšení rtů kyselinou hyaluronovou, a injekce botulotoxinu na oblast glabelárních vrásek a na vrásky kolem úst, má za sebou i několik plastických operací.

Emílie: 23 let, svobodná, středoškolské vzdělání s maturitou (obor hotelnictví a gastronomie), v současné době hledá práci, věnuje se fotomodelingu, podstoupila zvětšení rtů kyselinou hyaluronovou před pěti měsíci, a zatím se ji nechystá podstoupit opakovaně.

Andrea: 21 let, svobodná, studentka vysoké školy ekonomického zaměření, brigádně si přivydělává jako hosteska, nechává si aplikovat botulotoxin na tzv. glabelární vrásky, neboli mračivky. Aplikaci botulotoxinu podstupuje pravidelně dvakrát ročně od svých 19 let, naposledy tuto úpravu podstoupila před pěti měsíci, v dohledné době se chystá na další aplikaci.

Lucka: 22 let, svobodná, středoškolské vzdělání s maturitou, žije se jako fotomodelka, podstoupila zvětšení rtů kyselinou hyaluronovou před měsícem, uvažuje o dalších úpravách obličeje pravděpodobně trvalejšího charakteru (plastické operace).

Katka: 18 let, svobodná, studentka gymnázia, nechala si upravit rty kyselinou hyaluronovou poprvé před třemi měsíci, zvažuje další aplikaci.

Denisa: 22 let, svobodná, studentka vysoké školy humanitního zaměření, při škole pracuje jako Office asistentka, příležitostně dělá fotomodelku (ale není v žádné agentuře), nechala si aplikovat botulotoxin do čela před třemi měsíci poprvé, o další aplikaci se rozhodne podle doby působení účinku látky.

Lenka: 20 let, svobodná, studentka vysoké školy sociálního zaměření, profesionálně se věnuje modelingu, nechává si zvětšovat rty a zvýrazňovat tváře (lící kosti) kyselinou hyaluronovou a nechává si aplikovat botulotoxin do čela, vše podstupuje pravidelně jednou za 6 – 8 měsíců, poslední aplikace cca před čtyřmi měsíci.

1.4 Průběh rozhovorů

Rozhovory probíhaly v rozmezí čtyř měsíců (leden – květen 2014). Při jejich realizaci jsem se snažila vyhovět časovým a místním možnostem respondentek, aby se při rozhovoru cítily uvolněně a nebyly ve zbytečném stresu, čímž jsem se snažila eliminovat negativní vnější vlivy. Všechny rozhovory se odehrávaly na veřejných místech, nejčastěji v kavárnách, restauracích a baru.

U každého rozhovoru jsem byla přítomna pouze já se svou respondentkou. Vzhledem k tomu, že všechny jsou mými vrstevnicemi, nabídla jsem jim (ve většině případů automaticky vyplynulo) tykáni.

Ještě před započítím rozhovoru jsem každou respondentku seznámila se smyslem a účelem výzkumu, a také s tím, že získaná data budou využita jen pro potřeby bakalářské práce. Dále jsem je upozornila na to, že účast ve výzkumu je zcela **dobrovolná a anonymní**, a že mají právo kdykoli z výzkumu vystoupit. Ženy byly také ujištěny o zachování anonymity a soukromí, podle zásad etického výzkumu.

Rozhovory, jimž předcházela ústní **informovaný souhlas**, byly nahrávány na diktafon. Ještě před tím než jsem zapnula nahrávací zařízení, požádala jsem všechny ženy, aby si změnilly jméno. U těch, které tak nečinily, jsem to v rámci zachování anonymity provedla sama.

Na úvod jsem zvolila nezávaznou konverzaci ohledně zájmů respondentky, která mi pomohla navodit přátelštější a důvěrnější kontakt, a to především v případě, kdy jsem se s respondentkou setkala poprvé. Samotný rozhovor trval v průměru okolo jedné hodiny, u některých respondentek o něco méně, u jedné tuto dobu přesáhl téměř

dvojnásobně. V průběhu rozhovorů jsem si o ženách zaznamenávala důležité údaje o jejich osobě (věk, jaké úpravy estetické chirurgie podstoupily, v jakém časovém rozmezí apod.).

Nahrané rozhovory jsem se snažila co nejdříve po jejich zaznamenání převést do elektronické verze do podoby **doslovné transkripce** (přepisy rozhovorů viz příloha č. 3 – příložené CD). Tento typ přepisu rozhovorů umožňuje pracovat s důležitými výroky, tak, že je lze zvýraznit, opoznámkovat a následně porovnávat. V přepisu jsem zachovala nespisovné i hovorové výrazy podle toho, jak je respondentky formulovaly. Na místo pauz v řeči jsem použila tečky a text jsem nijak dále stylistiky neupravovala. Analýzu jsem zahájila ihned poté, co jsem měla k dispozici data z prvních rozhovorů. Souběžně s tím jsem pokračovala v dalších rozhovorech a jejich transkripci.

1.5 Analýza dat

Analýzu dat jsem zahájila poté, co jsem měla k dispozici první data z rozhovorů – přepsané a vytisknuté rozhovory. **Redukce dat** se ukázala jako vhodná v těch případech, kdy v rámci zachování kontextu bylo nezbytné odlišit významná data od méně významných.

Pro analýzu získaných dat jsem zvolila metodu otevřeného kódování. Podle charakteru dat jsem souběžně prováděla **segmentaci textu**, kdy jsem si text rozčlenila na tematické jednotky, a dále **kódování**, kdy určité části textu byly označeny pomocí kódů, tedy významových jednotek. Typy kódů, tedy deskriptivní, interpretativní a strukturní, jsem kombinovala podle významu daných pasáží. Pro zefektivnění celého postupu jsem si psala **poznámky**, které mě v průběhu kódování napadly. Ty mi pomohly při následné interpretaci dat.¹⁵

Otevřené kódování shledávám jako adekvátní, jelikož jeho princip spočívá v označování a třídění získaných údajů tak, že je možné je rozebrat na jednotlivé části (Strauss a Corbinová, 1999). V praxi mi otevřené kódování pomohlo odkrýt určitá

¹⁵ Tento způsob postupu, jakož i provádění analýzy současně se sběrem dat, doporučuje např. Silverman (2005).

témata (motivy), která se vztahovala k výzkumným otázkám, nastudované literatuře, ale také novým myšlenkám a pojmům.

Za pomoci otevřeného kódování jsem aplikovala **metodu vytváření trsů**¹⁶, kdy jsem na základě podobnosti tematické, časové nebo prostorové rozčlenila data do skupin. Dále jsem využila **metodu zachycení vzorců (gestaltů)**¹⁷, spočívající v systematickém hledání a zaznamenávání opakujících se vzorců nebo témat (např. perfekcionalismus, snaha o dokonalost). Díky časové ose, do které jsem si zaznamenávala důležité údaje o informátorkách (především o tom, kdy úpravu podstoupily a v jakých intervalech úpravu opakují) jsem si udržela přehled o těchto důležitých datech a mohla s nimi lépe pracovat.

1.6 Hodnocení kvality výzkumu

Před započítím výzkumu jsem si uvědomila, že mé osobní postoje a názory by mohly výzkum ovlivnit, a tím tak ohrozit jeho objektivitu. Snažila jsem se tento fakt, možnou **reaktivitu**, mít po celou dobu výzkumu na zřeteli a situaci jsem průběžně kontrolovala. Při hodnocení výzkumu bylo nezbytné se zaměřit na několik aspektů jako volba výzkumného plánu, pečlivé provedení výzkumu, kvalitu sběru dat, ale také na následnou analýzu, interpretaci a výslednou důvěryhodnost dat (Hendl, 2008).

Pro hodnocení kvality výzkumu je důležitá **validita a reliabilita**. Tento výzkum má platnost jen pro konkrétní skupinu zkoumaných osob. Vzhledem k velkému množství informací a malému počtu informátorů, není možné výsledek generalizovat na větší celek (Disman, 2002). Výzkum by mohl mít dílčí přínos pro výzkumy zaměřené na estetickou chirurgii u mladých jedinců, anebo se stát podkladem pro uskutečnění

¹⁶ Tato metoda spočívá v seskupení určitých výroků do skupin (např. podle místa, případu aj.), kdy na základě podobnosti neboli překryvu, vznikají jisté skupiny, trsy. „*Tímto procesem vznikají obecnější, induktivně zformované kategorie, jejichž zařazení do dané skupiny (trsu) je asociováno s určitými opakujícími se znaky, určitým charakteristickým uspořádáním atd.*“ Miovský (2006: 221).

¹⁷ Miovský (2006) hovoří o vyhledávání obecných principů nebo vzorců, které odpovídají charakteristickým jevům, které jsou spjaté s určitým kontextem nebo osobou. V důsledku toho dochází k redukci na základě podobností nebo odlišností. V praxi výzkumník vytváří koherentní příběhy, do kterých postupně vkládá nová data.

širšího a obsáhlejšího bádání kvantitativního typu. Také by měl upozornit na problematiku úprav vzhledu u mladých dívek.

Lincoln a Guba (1985) určují jako hodnotící hledisko hodnověrnost kvalitativního výzkumu, obsahující důvěryhodnost, přenositelnost, spolehlivost a potvrditelnost. V rámci výzkumu je ověřena vhodnost informátorů, podle jejich zkušenosti s daným jevem (Rubin a Rubinová, 2012). Důvěryhodnost jsem se snažila podpořit přímými citacemi informátorů.

Celý výzkum je zdokumentován formou audio záznamu, převedeného do písemné podoby, čímž jsem se snažila dodržet techniku zdokumentování výzkumu.

Abych zajistila spolehlivost, kontrolovala jsem strukturu otázek a jejich srozumitelnost v průběhu celého výzkumu. Přesnost jsem zachovala při přepisu nahrávek i následném kódování (Švaříček a Šed'ová, 2007).

1.7 Etika výzkumu

Dodržení čtyř zásadních pilířů etiky, tedy principu dobrovolné participace, důvěryhodnosti, neublížování a správnosti a integrity, je základním předpokladem pro realizaci etického výzkumu (Ezzeddine et al., 2009/2010).

Ještě než jsem uskutečnila rozhovory, obeznámila jsem všechny informátory s tématem výzkumu, jeho záměrem a samotným průběhem a následně jsem je požádala o jejich informovaný souhlas¹⁸. Po realizaci rozhovorů jsem nabídla respondentkám náhled jejich přepsaného rozhovoru.

Pro zachování principu důvěryhodnosti jsem se snažila nenarušit soukromí dotazovaných více než je nutné. Pro zachování anonymity informátorů nejsou v práci zveřejněna jejich pravá jména a údaje, které by mohly vést k odhalení identity. Respondentky jsem ujistila o svém čistě výzkumném záměru, tedy že informace jimi poskytnuté nebudou použity proti nim nebo jinak zneužity.

Princip správnosti a integrity je zachován dodržáním platných citačních norem, společně s užitím pravdivě získaných dat a informací.

¹⁸ Zákon o ochraně osobních údajů č. 101/2000 Sb., § 5

Po realizaci výzkumné části všechna data, nahrávky i jejich přepisy byly archivovány do počítače a výsledný soubor byl opatřen heslem, aby s ním nemohlo být neoprávněně nakládáno.

III. ANALÝZA A INTERPRETACE ZÍSKANÝCH DAT

1. Co motivuje mladé ženy k injekční úpravě obličeje

V teoretické části se věnuji definici pojmu motivace, kde uvádím, že motivace je proces, který vede naše jednání a jeho intenzitu za účelem dosažení nějakého cíle. Motivace je nezbytná k tomu, abychom mohli vysvětlit to, proč člověk volí mezi různými variantami jednání, obsahy myšlení, vjemy, intenzitou a trváním těchto jednání (Nakonečný, 1996). Tyto aspekty charakterizují jev, který jsem zkoumala. Rozhovory, které jsem realizovala, mě ujistily v tom, že každé jednání je nějakým způsobem motivováno, přestože si to daný jedinec nemusí uvědomovat nebo připouštět.

Pokud bych měla klasifikovat motivaci informátorek podle oblastí, ze které vychází, rozdělila bych ji na základě typu do dvou výchozích kategorií:

1) Motivace vnitřní

Jak bylo již v teoretické části uvedeno, motivace vnitřní pramení z organismu jedince (Smékal, 1989), kdy jedinec jedná určitým způsobem, aniž by si to mnohdy zcela uvědomoval, přičemž původ této vnitřní motivace může vycházet z komplexu (Nakonečný, 1996). U mých respondentek se nejčastěji objevovaly tyto vnitřní motivy:

- Přehnaný **perfekcionalismus** a touha po dosažení dokonalosti;
- Zlepšení **sebehodnocení a sebe prezentace** své osoby před okolím;
- **Nespokojenost, komplex nebo rozmar;**
- Snaha o zvýšení **atraktivity**.

Jednotlivé vnitřní (ale i vnitřní s vnějšími) motivy spolu v mnoha případech korespondovaly, případně vycházely jeden z druhého.

2) Motivace vnější

Motivaci vnější ovlivňuje okolí samotné. Některé respondentky samy označily úpravy obličeje pomocí injekčních metod estetické chirurgie za módní trend, který si však nemůže dovolit každý. Jako další zdroj motivace vnější byly uváděny tyto faktory:

- **Kamarádky** respondentek, které taktéž podstoupily nějakou úpravu obličeje a respondentky na základě výsledku estetické procedury daly na jejich doporučení;
- Nově vznikající **módní trend** injekčních úprav botulotoxinem a kyselinou hyaluronovou;
- Vzor **celebrity**, která je nositelkou tohoto módního trendu;
- **Konkurenční boj** mezi ženami;
- **Partner** jako motivační činitel byl uváděn minimálně, avšak při posuzování výsledku všechny zadané ženy očekávaly a přály si kladné hodnocení od něho;
- **Povaha práce**, kterou jednotlivé respondentky vykonávají, klade velký důraz na to, jak by měly tyto ženy vypadat;
- Všechny respondentky se shodly na tom, že významným zdrojem informací, který ovlivnil jejich konečné rozhodnutí, byl **internet**.

Samostatnou kategorii tvoří motivy, které mají vztah k některé složce vnitřní a vnější motivace zároveň nebo je nelze jednoznačně zařadit anebo jsou natolik specifické, že si vyžadují vlastní kategorii. Patří sem:

- **Běžný způsob péče o pleť**;
- Injekce jako **fyzický kapitál** neboli investice do budoucna;
- **Posedlost** injekčními procedurami (nutková touha zákroky opakovat);
- **Vztah s matkou**, o kterém některé respondentky mluvily odtažitě, ale z výpovědí je patrné, že nějaký vliv na jednání respondentek měl (má).

U dvou respondentek vychází motivace k úpravě obličeje injekcemi pouze z jedné oblasti, u ostatních je to pak většinou kombinace vnitřních a vnějších aspektů

motivace. Jak jsem zjistila, není možné určit pouze jeden konkrétní motiv, kvůli kterému by informátorky chtěly podstoupit úpravu pomocí estetické chirurgie. Motivace těchto informátorek v sobě nese několik faktorů a motivů, které jsou někdy spletně provázány, podle individuální zkušenosti a osobnosti jedince. Víceméně všechny dílčí motivy tvoří propojenou soustavu, která hrála při rozhodování o podstoupení úpravy svou roli jako celek. V následující části budou nastíněny konkrétní motivy u mých informátorek, pro větší přehlednost zachovám členění dle vnitřní a vnější motivace.

Abych našla odpověď na výzkumnou otázku: „Co motivuje mladé ženy k úpravám obličeje injekčními metodami estetické chirurgie?“, musím nejprve analyzovat jednotlivé dílčí podotázky, které mi dají komplexní odpověď na tuto otázku.

2. Konkrétní motivy k podstoupení estetické chirurgie

2.1 Vnitřní motivy

2.1.1 Perfekcionalismus

Tento motiv se vyskytoval víceméně u všech mých respondentek. Ani jedna z respondentek si o sobě před úpravou nemyslela, že by nebyla atraktivní, i přesto měly potřebu něco „vylepšovat“. *„Je to o tom, co jsem měla já v hlavě. Popravdě jako lidi v mém okolí si ani toho nevšimli a ani já jsem neměla před tím žádný velký problém. Spíš prostě podle mě, každý člověk na sobě vidí nějaký nedostatek a snaží se je vylepšovat, ale že bych měla nějakou velkou potřebu, tak to ne. To spíš bylo v mé hlavě.“* (Petra).

U některých informátorek byl tento motiv méně patrný u některých více, Emílie popisuje, že do té doby než začala blíže zkoumat své fotky, si nevšimla, že by její rty byly malé: *„Nikdy jsem neměla žádný velký problém, ale je pravda, že jsem měla horní ret tenčí než ten dolní...nebylo to až tak hrozný, ale chtěla jsem mít ten horní ret o něco větší než dolní... je pravda, že jsem si toho začala všimnout, až když jsem začala fotit... a na fotkách vidíš všechno, měla jsem tak tisíc fotek, a ty mě donutily zamyslet se nad zvětšením těch rtů.“* (Emílie).

Perfekcionalismus se u těchto žen nejčastěji projevoval až přehnanou **obavou o vzhled**, nejčastěji ve vztahu k fotografiím (více o motivu a vlivu fotografií v kapitole Sebehodnocení a sebereprezentace).

V průběhu několika rozhovorů mi respondentky začaly ukazovat své fotografie¹⁹ před úpravou a po ní. Bylo na nich vidět, že lpí na tom, abych se vyjádřila kladně na fotografii, kde jsou po úpravě, ale zároveň chtěly slyšet ten samý názor na fotografii před úpravou. V těchto situacích jsem se snažila zachovat *empatickou neutralitu*²⁰, tím, že jsem se vyhýbala jakýmkoli hodnocením. Mnohdy stačilo projevit dalšími otázkami zájem a informátorky se následně samy více o dané problematice rozpovídaly.

Častěji pak tyto ženy popisovaly svou snahu o dosažení dokonalosti - v některých případech např. **touhou po dokonalé symetrii** úst nebo obočí: „*Před tím [aplikací] nebyla ta pusa tak symetrická ... nebyla to pusa mých snů, teďkon to taky ještě není na 100 %, ale už se k tomu blížím*“ (Petra). „*Ten botox jakoby vypne tu pleť a nadzvedne obočí, oči pak vypadaj pronikavější ... u mě bylo právě jedno obočí trochu výš než to druhý, botox to srovnal tak, že to je krásně symetrický.*“ (Klaudie).

Na všech informátorkách bylo patrné, že mají **vysoké nároky** nejen na vizáž svého obličeje, ale i na svou postavu. Většina z nich mě informovala o tom, že ve volném čase rády provozují nějaký sport nebo pohybovou aktivitu.

U jedné z informátorek (Klaudie) je očividné, že přehnaný perfekcionalismus zapříčinil nejen to, že si nechává pravidelně aplikovat injekce botulotoxinu do obličeje, ale také to že v minulosti podstoupila razantnější úpravy svého vzhledu. Celkem mi vyjmenovala tři zákroky dočasného charakteru, které si nechává aplikovat pravidelně a zákroky plastické operace (operace nosu, liposukce boků a liposukce kolen – odstranění nevzhledné kůže). Skutečnost, že má přehnané nároky nejen na sebe, ale i na okolí potvrzuje svou výpovědí: „*Já trendy nesleduju, ale vím, že chci být hezká. Jsem hodně kritická k ostatním holčám. Vždycky mám v hlavě, co*

¹⁹ Některé z respondentek mi dokonce dobrovolně samy od sebe nabídky, že mi zašlou některé své upravené fotografie (viz příloha č. 2).

²⁰ Patton (1990) tvrdí, že výzkumník by měl vůči respondentům projevovat zájem, účast a porozumění, ale k zjištěným skutečnostem by měl být neutrální.

bych na nich změnila. Vždycky. Ale to je na mě, buď to řeknu, nebo ne. Koukám i v televizi... to mám už automaticky, že si říkám, co bych dotyčný předělala.“

U některých informátorek se perfekcionalismus pojil se snahou **vyniknout svou „krásou“**, svým vzhledem. Například Petra na dotaz jak je s úpravou spokojená uvádí: *„cítím se ještě víc krásná“*, čímž dává najevo, že před úpravou byla také krásná, ale úprava ji subjektivně ještě více zkrášlila. Lucie na ten samý dotaz odpovídá podobně, subjektivně se sama sobě více líbí: *„připadám si přitažlivější, svůdnější, smyslnější... nevím jak to popsat“*, což mi při rozhovoru dokládá i ukázkami svých „selfies“ (autoportrétů). U Lenky se tato snaha pojila s prací modelky, kde cítí potřebu „vyniknout“ nad ostatní, aby nebyla jedna z řady: *„V době, kdy sem si to nechala udělat poprvý to bylo kvůli tomu, že se mi nelíbil úsměv, nebyla jsem se svojí pusou spokojená.... Pak sem začala dělat modelku a stala se z toho nutnost... ta pusa si myslím, že je teď můj velký plus oproti jinejm holkám.“*

Všechny tyto ženy si myslely, že se po úpravě budou cítit sebejistější a spokojenější. Tyto předpoklady se nevyplnily pouze u Emílie, která od zvětšení rtů kyselinou hyaluronovou očekávala více. Myslela si, že jí to změní obličej, že se bude cítit krásnější, ale to se podle jejích slov nestalo, a jak sama dále říká, se svým obličejem i pusou byla spokojená i před úpravou, a proto se zatím nechystá znovu úpravu podstupovat: *„Myslela jsem si, že budu mít jinou tvář, že bude hezčí, ale zároveň si nikdo nevšimne toho, že se něco změnilo. Ale rozdíl jsem neviděla, změna se nekonala... Teď když koukám na svoje fotky, tak jsem spokojená, ale myslím si, že když to bude postupně mizet, tak si toho ani lidi nevšimnou...“* (Emílie).

2.1.2 Sebehodnocení a sebezprezentace

Na otázku „jak se změnilo sebevědomí respondentek po injekční úpravě obličeje“ většina z nich odpovídala, že se nejvíce změnilo sebehodnocení. Informátorky si připadaly přitažlivější a výraznější. Se změnou sebehodnocení se u některých podstatně **zvýšilo sebevědomí**, což se nejvíce projevilo v tom, jak se tyto ženy prezentovaly.

Většina z respondentek si hodně zakládá na svých internetových profilech na sociálních sítích, kde se svými kamarády a známými sdílí osobní informace a materiály jako fotografie, příspěvky apod. Všimla jsem si, že ženy, které si nechaly

zvětšit rty kyselinou hyaluronovou, si více zakládaly na tom, aby se mohly i prostřednictvím sociálních sítí „pochlubit s novou pusou“, tedy se sebe prezentovat. Tato „sebe prezentace“ spočívá v tom, že ženy s určitou pravidelností (denně, týdně) zveřejňují své autoportréty tzv. selfies. O těchto fotografiích bylo zmíněno i v teoretické části jako o novodobém fenoménu, který má vliv na to, proč se v poslední době tak razantně zvýšila poptávka po procedurách estetické chirurgie, zejména zkoumané kyseliny hyaluronové a botulotoxinu.

Domnívám se, že novodobý fenomén „selfies“ souvisí se sebepojetím, které jak již bylo zmíněno má tři komponenty, a to identitu tělesnou, psychickou a sociální (Vágnerová, 2007). Tyto mladé ženy prostřednictvím svých „selfies“ nechávají zhodnotit svou tělesnou identitu (tím, že se vyfotografují), současně očekávají kladné reakce (pochvaly, komentáře, pozornost) od okolí, což následně ovlivňuje i psychickou identitu (emoce, nálady apod.) respondentek. Samotný fakt, že své fotografie „sdílí“ s dalšími lidmi, nějakou komunitou, dává respondentkám rozměr identity sociální, skrze kterou své **fotografie** (a tím i úpravy na fotografiích) zhodnocují tak, že se **dávají na obdiv**.

S tvrzením Vágnerové (2007), že sociální identita je součtem všech rolí, které jedinec má, přičemž jednotlivé role se od sebe liší způsobem chování, ale dohromady tvoří celek sebepojetí, je nutno souhlasit. U několika respondentek jsem měla možnost zaznamenat vícero rolí, které se výrazně podílely na utváření motivace.

Například s Klaudíí jsme se sešly v luxusním baru v centru Prahy, kde pracuje jako manažerka. Během rozhovoru jsme tudíž občas byly vyrušeny okolními vlivy (příchod známých, slavných lidí apod.), se kterými se musela uvítat. Měla jsem možnost vidět, jak se chová při komunikacích s jinými lidmi než se mnou. Hlavní rozdíl spočívá podle analýzy rozhovoru, v tom, že Klaudie se jinak prezentuje, podle toho, v jaké míře jí záleží na tom, aby si o ní dotyční mysleli, že je úspěšná.

Klaudie uvádí, že nepotřebuje žádný vzor k tomu, aby si nechala upravit nějakou část svého těla nebo obličeje, důležité je pro ni to, že ona je sama sobě „celebritou“, že ví, že je hezčí a úspěšnější než všechny ostatní ženy: *„Setkala jsem se s tím, že mi kamarádky najednou začaly říkat, „přestaň s tím, už si nic nenechávej upravovat“, ale ony mi jenom závidí, nechtěj, abych vypadala líp.“* (Klaudie). Při rozhovoru však neměla problém se otevřeně bavit o všech procedurách, které podstoupila, ani o těch

osobnějších, které se pojily s nepříjemnými vzpomínkami. Tyto odlišné role se na Klaudiině sebepojetí výrazně podílí. Přestože říká, že jí ostatní ženy závidí a na názoru okolí jí nezáleží, je u ní patrná touha dokázat, že ona je lepší, což dává najevo tím, jak sama sebe prezentuje před různými typy lidí. U Klaudie jako jediné z respondentek jsem shledala hlubší psychické příčiny k podstoupení úprav, o kterých bude pojednáno v následující kapitole „Nespokojenost, komplex nebo rozmar?“.

Na otázku, jak se jí změnilo sebevědomí po úpravách, přiznává, že se zvýšilo: „Začala jsem si víc věřit a líp se hodnotit.“

2.1.3 Nespokojenost, komplex nebo rozmar?

Přestože všechny informátorky o sobě tvrdí, že nikdy neměly problém se svým vzhledem, že se sebou byly vždy **spokojené**, v rozhovorech se objevil aspekt nespokojenosti. Nespokojenost těchto žen je nutno odlišit. Celkem jsem ve výpovědích zaznamenala tři typy nespokojenosti:

- nespokojenost v pravém slova smyslu, spjatou se sníženým sebevědomím a nejistotou v sociálních interakcích;
- nespokojenost pramenící z hlubších psychických příčin, komplexu či frustrace z některé části svého těla;
- nespokojenost z rozmaru, snahy vyrovnat se ostatním, co úpravu mají, nepramenící z opravdové potřeby, touhy po změně („prostě jsem to zkusila“).

a] Nespokojenost

Nespokojenost v pravém slova smyslu, spjatou se sníženým sebevědomím a nejistotou, jsem zaznamenala u informátorek Andrey, Denisy a Katky. Tyto ženy uvádějí, že na svém obličejí měly něco, co je činilo nejistými, nespokojenými. U Andrey se jednalo o nesympatický, zamračený, výraz tváře, který jí způsobovala vráska mezi obočími (glabella). Tu měla o něco výraznější než jiné dívky a na sebevědomí jí tento fakt, nepřidával. Často se potýkala narážkami na svou osobu a na svůj věk, protože vypadala o mnoho starší. Díky aplikaci botulotoxinu se cítí mnohem šťastnější, vyrovnanější: „*Jo, jako jsem spokojená, fakt je to super, hodně to změnilo v mém obličejí... musím říct, že mi to vzalo určitě tak tři roky. Akorát to teda*

celkem bolelo, jsem docela strašpytel na tyhle věci no. Ale prostě jsem spokojená, to jo.“(Andrea).

Třetí informátorka, Katka, byla nespokojená se svým úsměvem. Od mala měla problém s tím, že při smíchu jí byly vidět dásně, což jí bylo krajně nepříjemné, a proto hledala způsob, jak by se nemusela omezovat: *„Já jsem hlavně hledala něco jak zakrýt ty dásně... existuje nějaká metoda, kdy se zkrátí uzdička mezi rtem a tou dásní, ale toho jsem se bála, tak jsem na doporučení kámošky vyzkoušela tohle.*“(Katka).

Obě respondentky spojuje to, že svou „nespokojenost“ řešily delší časový úsek (v úseku několika měsíců až let), nebyl to tedy pouhý výmysl nebo nahodilost pod vlivem kamarádek, i když od těch se částečně inspirovaly estetickou procedurou.

b] Komplex

Nespokojenost, pramenící z hlubších psychických příčin – **komplexu**, se nejvíce projevila u Klaudivie. Podle Nakonečného (1996) může komplex pramenit z nevědomého motivu, jehož si subjekt nemusí být vědom. U Klaudivie, jak již bylo zmíněno, jako jediné z respondentek proběhly závažnější úpravy vzhledu. V 15 letech začala být nespokojená se svou postavou, připadala si, že je příliš tlustá. Zpočátku držela diety, ale poté na doporučení matky podstoupila liposukci: *„[...]to sem byla magor... bylo mi 15 let. To mě poprvé napadlo, že jsem tlustá a začala jsem držet diety. To jsem jedla například syrovou pohanku. Máma na mě koukla a řekla, že sem blázen, poslala mě za doktorem a ten mi v 15 letech udělal tu liposukci. Nebolelo to, navíc toho doktora jsem znala, on to dělal i mojí mámě, tu liposukci.*“ V 16 letech následovala další liposukce, tentokrát vnitřní strany kolen. Tato oblast byla pro Klaudivii velmi problematická, těžko by se jí zbavovala cvičením, tak zvolila snazší cestu. Poté následovala plastická operace nosu, kterou o rok později podstoupila kvůli nespokojenosti znovu: *„Vždycky mě trápil nos, když mi někdy něco řekl... to mě trápilo... když někdy někdo něco řekl a hned jsem na sebe koukala jinak do zrcadla. V 18 jsem šla na operaci, vybrala jsem si nejdražšího chirurga. Po roce jsem šla znova, protože jsem nebyla úplně spokojená, a ta druhá operace byla zadarmo. Jako přemýšlela jsem, jestli mám i po třetí tam jít.*“ Od 19 let podstupuje pravidelně injekční úpravy obličeje – zvětšování rtů kyselinou hyaluronovou a nechává si aplikovat botulotoxin na glabelární vrásku a vrásky kolem úst (od

smíchu). Jako důvod toho, proč řeší takto včasné vrásky, uvádí, že čím dřív člověk začne, tak tím více se oddálí proces stárnutí: „*„ No a poslední co jsem si nechala dělat tak je jenom botox, na ten chodím pravidelně už od 20, protože mi mamča doporučila, že čím dřív se začne, tak tím se ti budou míň dělat vrásky.“*

Díky těmto procedurám se Klaudii podařilo zamaskovat komplexy před okolím: „*Jako když máš komplex, i když to ostatní nevidí, tak ti to změní chování.“*

U Klaudie se projevilo v období dospívání **sklon k negativnímu sebepojetí**, které podpořila její matka tím, že svou dceru poslala na plastickou operaci. Tím ovlivnila utvářející se identitu dospívající dívky (Vágnerová, 2008). V důsledku negativního sebepojetí se u Klaudie vyvinula nespokojenost se svým tělem (Smékal, 2002). Tato nespokojenost měla vliv na utvářející se vztahy a sebevědomí. Estetická a plastická chirurgie se zdála být v tomto případě lepším řešením než léky a odborná pomoc psychologa (Kufa a Červinková, 2008).

c] Rozmar

U ostatních respondentek se nespokojenost neprojevovala v pravém slova smyslu, ale jako **nespokojenost z rozmaru**, kterou ovlivnilo více faktorů (nejčastěji charakteru vnější motivace – např. vzor kamarádek). Tuto nespokojenost však nelze charakterizovat ani jako „komplex, nedostatek“, ale jako nespokojenost s tím, že některá část jejich obličeje nevypadá tak, jak je v současné době žádoucí: „*Jako ideální pusa ...těžko říct, ale asi jako má ta Angelina [Jolie], musí mít pěkný tvar a plnější... jako se svým tvarem pusy jsem víceméně spokojená, mě chybí ta plnost.“* (Petra).

Lucie uvádí jako hlavní důvod zvětšení rtů práci, protože jako pro modelku je pro ni důležité vypadat dobře, současně dodává, že velké rty jsou pro muže přitažlivé, protože u ženy značí plodnost: „*Působí to sexy, atraktivnějc... Prostě ta pusa... jsou to plný rty, to působí jistě i na mužské pohlaví atraktivnějc. Jako myslím si, že je to symbol plodnosti, jako je širší pánev, hustý vlasy, velký oči, plný rty... takže si myslím, že se to chlapům líbí...“* U Lucie je tedy zřejmé, že podstoupila úpravu z „rozmaru“. Bylo to pro ni výhodné především ekonomicky, aby si zvýšila své možnosti na „trhu práce“ a zároveň ví, že tím přitáhne pozornost opačného pohlaví.

Emílie se rozhodla nechat si zvětšit rty až na základě toho, že si všimla, že na fotografiích by to vypadalo lépe. Důležité pro ni bylo, aby to bylo přirozené: *„Jednou mi udělali výraznější líčení na focení... použili konturku, takže ta pusa vypadala větší... No a mě se to strašně líbilo tak jsem šla za kosmetičkou a ona mi řekla, že mi to udělá přirozený... takže jsem věděla, že u ní si to nechám udělat.“*

Pro Lenku byl vzhled vždycky velmi důležitý, již od útlého věku se snažila svůj vzhled zvýrazňovat líčením a kosmetickými přípravky. Zvětšit rty si nechala, protože chtěla zkusit, jak by to vypadalo, a protože měla na svůj vzhled vysoké nároky: *„Prostě jsem to zkusila, řekla jsem si, že nechci zapadat do stereotypu, chtěla jsem vypadat líp než ostatní, být něčím výjimečná.“*

2.1.4 Atraktivita

Všechny respondentky o sobě subjektivně tvrdí, že jsou a byly atraktivní i před tím, než podstoupily injekční proceduru estetické chirurgie. Zároveň přiznávají, že injekce měly pozitivní vliv na **zvýšení atraktivity obličeje**.

To potvrzuje Petra: *„Celkově jsem se sebou i před tím byla spokojená. Rozhodně jsem si nemyslela, že nejsem vůbec atraktivní, to ne. Jako byla jsem se sebou spokojená, ale teď kon si myslím, že jsem ještě víc atraktivní než před tím.“* Následně dodává, že nejvíce má na svém obličeji ráda svůj nos, se kterým má většina jejího okolí problémy. To bere jako největší klad své tváře. V současné době tvrdí, že je spokojená i se svými rty, které si nechala upravit: *„[...] jsem hodně spokojená se svým nosem, protože nos je taková část, se kterou je hodně lidí nespokojených. V tomhle si myslím, že jsem měla vyloženě štěstí... od hodně lidí jsem slyšela, „ty máš takovej malej pěkněj nos“ ... my ti ho závidíme. Takže si myslím, že to je hodně velký plus v mém obličeji ... oči má hodně lidí pěkný... no teď kon jsem i s pusou spokojená.“*

Nejčastěji byly jmenovány tyto prvky, které údajně vedly ke zvýšení obličejové atraktivity:

- Zvýšení symetričnosti jednotlivých částí obličeje;
- vyplnění propadlých/nerovných oblastí;
- vypnutí pleti;
- zvýraznění některých partií obličeje (nejčastěji očí a úst).

Respondentky dále popisují, v čem jim injekční úprava obličeje pomohla:

- Zvýšila se celková spokojenost sama se sebou;
- vyšší sebevědomí;
- výhodnější pozice při navazování nových kontaktů.

2.2 Vnější motivy

2.2.1 Vzor kamarádek

Kamarádky hrají v životě informátorek důležitou roli. Největší vliv měly kamarádky na rozhodování Petry, Emílie a Lucky. Tyto ženy spojuje to, že si všechny nechaly aplikovat jedinou látku, a to kyselinu hyaluronovou do rtů. U těchto informátorek byl shodný také další motiv – módní trend. Všechny si nechaly zvětšit rty kyselinou hyaluronovou, protože viděly dobré výsledky u svých kamarádek. Ty jim následně tuto úpravu doporučily a předaly jim kontakt na svého doktora/doktorku nebo kosmetičku.

Petra říká: *„No mám právě, že docela hodně kamarádek, což jakoby na mě mělo docela vliv. Koukala jsem na ty kamarádky, koukala jsem hlavně na to, že měly dobrou výsledek, že neměly žádné problémy. Nemám jakoby žádnou kamarádku, který by se po týhle injekci zhoršil vzhled, hodně sem s nima o tom mluvila. Takže taky vlastně si myslím, že to taky mělo určitý vliv na mě...“*

Emílie: *„Hodně jsem to řešila s tou kamarádkou, co si taky chtěla nechat zvětšit pusy. Říkaly jsme si, že když se nám to nebude líbit tak to zmizí a bude.“*

Všechny respondentky nahlížely na své kamarádky jako na vzor, ideál, kterému se chtěly přiblížit. Tuto skutečnost popisuje i Říčan (2004), který říká, že především vrstevníci utvářejí názor na to, jak se jedinec vnímá a hodnotí.

Respondentky uvedly, že se se svými kamarádkami radily o tom, zda mají úpravu, v tomto případě zvětšení rtů, podstoupit. Když jsem jim však položila otázku, jak důležité pro ně bylo hodnocení kamarádek po aplikaci, všechny shodně tvrdily, že jim nezáleželo na tom, co si druzí myslí, že to dělaly pro sebe, aby se cítily lépe. Po několika dalších dotazech nakonec přiznaly, že názor kamarádek na svou estetickou úpravu považují za důležitý, ne však směrodatný.

Kromě Klaudie, všechny dotazované odpovídaly, že se o injekcích botulotoxinu a kyseliny hyaluronové nechaly inspirovat od kamarádek. Důležitou roli hrálo to, jak samotná úprava u dané kamarádky dopadla a jak s ní byla dotyčná spokojená.

2.2.2 Módní trend

Motivace k injekčním úpravám obličeje u mladých žen souvisí podle výpovědí dotazovaných s módním trendem. Většina respondentek přiznala, že injekční úpravy kyselinou hyaluronovou (hlavně zvětšení rtů) a aplikace botulotoxinu v čím dál mladším věku, se stává populární především díky sociálním sítím a již zmíněným trendem „selfies“, čímž se potvrdily výsledky i již zmíněné studie American Academy of Facial Plastic and Reconstructive Surgery.

Nejvýraznější je tento motiv u mladých žen, které podstoupují zvětšení rtů kyselinou hyaluronovou. Tyto ženy mají potřebu „pochlubit se“ novým „**doplňkem**“ ve své **tváři** svým kamarádům a známým na sociálních sítích. Petra uvádí, že se jedná o současnou módní tendenci: *„Já si myslím, že ono tadyto je už svým způsobem nějaká ta móda, no. Hlavně ta pusa, jako znám i spousta, opravdu i kluků, který jako si tý pusy u holek jako hodně všímaj. Že prostě se jim to hodně líbí“.*

Čím dál populárnější se stává póza tzv. *duck face* (viz příloha č. 2, obr. 2), kdy se dívky fotí s pokud možno co nejvíce „našpulenými rty“. Tato póza má za následek, že lidská čelist vypadá oválnější, oči jsou více „vykulené“, tudíž působí větším dojmem, nos vypadá užší a rty větší.

2.2.3 Celebrity

Přestože jen jedna z respondentek přiznala, že se nechala k úpravě své tváře inspirovat slavnou osobností, ve výpovědích několika dalších informátorek byly zmíněny celebrity, na které respondentky nahlízejí jako na ideál dokonalé tváře.

Pro Lucii se staly vzorem a inspirací ke zvětšení rtů **modelky** Irina Shayk (viz příloha 2, obr. 7) a Adriana Lima (viz příloha č. 2, obr. 8), Obě si nechaly zvětšit rty kyselinou hyaluronovou. Lucie říká, že jejich rty jsou pro ni prototypem ideálních úst: *„Začala jsem o tom uvažovat před dvěma lety, kdy sem poprvý viděla fotku jedny supermodelky Iriny Shayk a na ní se mi to líbilo, tak od té doby ... a Adriana Lima, ta má taky zvětšený rty a vypadá skvěle...přála jsem si mít to stejný jako ony...“*

I Petra, přestože zákrok nepodstoupila vyloženě kvůli tomu, aby se podobala nějaké celebritě, přiznala, že prototypem a ideálem současné krásy je **herečka** Angelina Jolie (viz příloha č. 2, obr. 9): „*Já jsem se vyloženě nikým neinspirovala jako z celebrit nebo takhle, možná trochu v tom okolí ... protože i ta Angelina Jolie, že jo. Všichni, prostě říkaj, že to je nejkrásnější žena na světě Angelina. No a ona má od přírody takovou velkou pusou, takže si myslím, že to je svým způsobem jako zadaná móda. Jakože se to líbí lidem, líbí mužům, líbí i ženám. To je to samý jako, když je nějak svým způsobem daný, že prostě je hezký, když holka je hubená. Tak myslím, že s tou pusou taky. Že to je prostě sexy.*“ Na Angelinu Jolie je nahlíženo jako na prototyp ženské krásy, protože se pyšní od přírody plnými rty, výraznými lícními kostmi a velkýma očima, tudíž se shoduje s popisem dětského schématu obličeje, jak popisuje např. i Havlíček (2006), které je v dnešní době žádoucí.

Lence se líbí modelky jako je Simona Krainová (viz příloha č. 2, obr. 10) nebo Taťána Kuchařová (viz příloha č. 2, obr. 11), ze světových pak Kate Moss (viz příloha č. 2, obr. 12).

Celebrity se tak stávají **nepřímou motivací** těchto mladých žen prostřednictvím toho, že jsou kulturně, díky médiím, přijímány jako ideál krásy (Etcoff, 2002). Kufa a Červinková (2008) tvrdí, že ideálem se stávají v důsledku toho, že jsou průkopníky a „nositeli trendů“, které se později rozšíří mezi širší publikum a stanou se běžně dostupnými.

2.2.4 Konkurenční boj

Důkazem, že tyto mladé ženy nemotivuje jediný motiv, ale spleť a vzájemně propojená soustava motivů je i samotný konkurenční boj, který je z části motivem a z části samotným **důsledkem** včasných úprav u těchto žen.

Tyto ženy, které vidí u svých kamarádek „novou pusou, čelo, apod.“ se nechají lehce zmást tím, že tyto úpravy jsou něco, co má ta druhá „navíc“ v konkurenčním boji současné moderní společnosti. Na sociálních sítích se poté předhání o to, která má hezčí ústa, pleť, symetričtější obočí a to vše pomocí již zmíněných sebeportrétů. To dokazuje výpověď Lenky: „*Každá holka se fotí... na fíbičku mám asi sto holek, co si každé den aktualizujou profilovku ... na hodně z nich je vidět, že nemaj svojí pusou,*

že jí maj zvětšenou...přitom pŕlce z nich to absolutně nesedí, holka by měla poznat, co si může dovolit.“

U některých respondentek jsem se setkala s tím, že mi při rozhovoru začaly ukazovat nejen své fotografie, ale také fotografie svých „konkurentek“, které podstoupily stejnou estetickou úpravu jako ony samotné. Tento akt byl většinou doprovázen kritikou na danou úpravu: „*Vidíš, jak má tu pusku už hrozně velkou? To už je prostě přehnaný...“*(Petra).

Konkurenční boj těchto mladých žen je odrazem současné globalizované společnosti, na kterou upozorňuje i Elliot (2002), který tvrdí, že každý jedinec si chce své přednosti co nejvíce zvýraznit, aby v konkurenci uspěl.

2.2.5 Partner

Přestože ani jedna z respondentek nepřiznala, že by nějakou úpravu podstoupila kvůli svému partnerovi, z výpovědí je jasně patrné, že jim na názoru partnera záleží. Nejvíce se informátorky cítily dotčené tehdy, kdy si jejich přítel „ničeho nevšiml“ nebo je napomenul za zbytečné plýtvání financemi: „*Třeba bývalej přítel mi říkal, jako že deset tisíc korun, co to je.... Oni ti chlapi skoro nevnímaj rozdíl....“* (Klaudie).

Dvě informátorky, které nemají stálého partnera, si pomocí estetické chirurgie chtěly zvýšit svůj přirozený **sex-appeal**. Andrea tím, že se nebude tolik mračit (díky botulotoxinu ani téměř nemůže) a Emílie pomocí plných rtů. Žádná z žen však estetickou proceduru nedělala na přání partnera, jak by se mohlo podle výzkumu „*O jaké estetické zákroky se Češi zajímají“* (Plasticka-chirurgie.info,© 2006 - 2014) očekávat.

2.2.6 Povaha práce

Přestože všechny respondentky vykonávají práci (modelky, hostesky, asistentky aj.), která si svou povahou, klade vysoké nároky na to, jak mají vypadat, popírají, že by kvůli tomu primárně podstupovaly zákroky estetické chirurgie.

Zároveň přiznávají, že vylepšení a to jak vypadají, přispělo k jejich **pracovnímu úspěchu**: „*Jako přiznávám, že to jak vypadám, mělo určitě nějaký vliv na to, že mě přijaly do té práce, ale nemyslím si, že by to bylo výhradně o tom. Taky je důležitý,*

co má ta holka v hlavě... ale výhoda to je, to určitě.“(Petra). Tuto výhodu nazývá Wolf (2000) jako diskriminaci krásou, což Etcoff (2002) podporuje tvrzením o tom, že ženy bývají v zaměstnání posuzovány podle vzhledu.

Lucie je typickým příkladem toho, když samotná povaha práce klade **vysoké nároky** na vzhled ženy. Její tělo a tvář ji živí, je pro ni tedy důležité vypadat dobře, protože na základě toho je finančně ohodnocená. Do zvětšení rtů šla primárně proto, aby jí to pomohlo v práci modelky. Všimla si, že slavné modelky, jakou by také chtěla být, tuto úpravu většinou mají, a proto ani ona neváhala.

2.2.7 Internet

Na otázku jak se respondentky o dané látce dozvěděly, odpovídaly všechny shodně, že nejvíce informací získaly na internetu. Před tím, než danou úpravu podstoupily, si tam vyhledaly potřebné informace. Internet však nesehrál v motivaci k estetické chirurgii roli jen jako **pouhý zdroj informací**, ale také jako prodejce či zprostředkovatel nabídek: *Tak samotný to téma, ta myšlenka toho, že sem nad tím začla přemýšlet, vznikla asi tady [od kamarádek]... ale jinak jsem si hledala informace na internetu. Koukala sem i na hodně videí, jak probíhá aplikace a přišlo mi to celkem banální... No a pak jsem si tam ještě hledala, kde to dělaj a za kolik. Nechtěla jsem jít k nějakému amatérovi, protože vím, že se to dá pokazit...*“(Denisa).

Karfíková (2008) hovoří o tom, že v důsledku každodenního vystavení různým typům médií dochází k **ovlivnění hodnot jedince**. To se u mých respondentek potvrdilo tím, že většina z nich si dennodenně prohlíží fotografie a obsahy jiných uživatelů na sociálních sítích. V důsledku toho se tyto mladé ženy s druhými lidmi porovnávají a zvažují zákroky estetické chirurgie, nad kterými by jinak vůbec nepřemýšlely.

2.3 Další motivy

2.3.1 Běžný způsob péče o pleť

To, že estetická chirurgie se těší čím dál větší oblibě, nepotvrzují jenom celosvětové statistiky, ale i ten fakt, že mnoho žen si na ten dočasný typ úprav mnohdy navykne a začne ho vnímat jako běžný prostředek, způsob, jakým lze pečovat o pleť.

U dvou informaterek je patrné, že úpravy obličeje injekcemi botulotoxinu považují za běžný **doplňek** péče o pleť: „*Čím dřív začneš si dávat ten botox, tak tím dřív zamezíš tomu, aby se ti ty vrásky začaly tvořit... já chodím tak dvakrát ročně, podle potřeby.*“ (Klaudie). „*Chodím pravidelně... je to chvilková záležitost tak na 15 minut, nijak to člověka neomezí v jeho běžném programu.*“ (Lenka).

Taktéž některé ženy, které si nechávají zvětšovat a upravovat rty kyselinou hyaluronovu nahlízejí na tuto metodu estetické chirurgie jako na zcela běžnou a počítají s tím, že „*pusa se musí doplňovat...podle potřeby, u někoho to je po čtyřech měsících, u někoho po šesti, záleží na člověku*“ (Petra). Lucie, přestože podstoupila jen jednu proceduru, bere estetickou chirurgii jako běžnou součást života moderní doby: „*V dnešní době na tom není nic divného, lidi na to podle mě koukaj, jako když de někdo na kosmetiku... není to nic životu nebezpečného... když jde upravit něco, co může vypadat líp, tak proč ne, hlavně že to funguje.*“

Jinak tomu je u ostatních respondentek, které injekční úpravu absolvovaly pouze jednou. U těchto mladých žen nelze hovořit o opakovatelnosti a běžnosti úprav. Denisa aplikaci botulotoxinu podstoupila před třemi měsíci poprvé, zatím neví a není stoprocentně rozhodnutá o další aplikaci: „*Zatím sem spokojená ... pořád přemýšlím o tom, jestli to jako není zbytečný...na druhou stranu se díky tomu neděším každý ráno podívat do zrcadla... dřív jsem pořád hledala, kde se mi ta vráska za noc vráska prohloubila.*“ Podobné váhání se vyskytuje i u Katky.

Emílie je rozhodnutá, že by do další aplikace kyseliny hyaluronové do rtů nešla. Od zvětšení rtů touto metodou očekávala, že se jí změní obličej razantnějším způsobem. To se však nestalo. Emílie se už při první aplikaci potýkala s **psychickým blokem**, kdy pro ni bylo těžké se samotným zákrokem vyrovnat: „*Měla jsem spíš psychický problém... říkala jsem si, kam to jde, všechno má svý místo... Pak to napuchlo, sice mi dělala takovou masáž, ale ta byla hodně nepříjemná... jako dala mi tam tak 5 injekcí... bylo to dost šokující i ten další den, když jsem to viděla... takový obrovský rty a navíc to bolelo...*“ Než se jí rty zcela zahojily, styděla se dokonce komunikovat s ostatními lidmi, což je tedy přesně opačný efekt, který by tato úprava měla mít. Po tom, co šla na následnou korekci, která se provádí týden po samotné úpravě, se vše zlepšilo, ale i tak ji injekční metoda příliš nepřesvědčila, především jí vadí vysoká

cena: „Trvalo mi, než jsem se s tím srovnala. Jako pomohlo to mému sebevědomí, ale nic víc... mohla jsem ho mít takový i před tím.... Prostě jsem pochopila, že to není v tom... ale v tom jak o sobě člověk přemýšlí...jsem ráda, že to tak dopadlo [dobře] ale je to drahé, stálo to 8 tisíc...“

2.3.2 Fyzický kapitál²¹

U všech mladých žen, co si nechaly aplikovat botulotoxin na mimické vrásky, je na tuto injekční úpravu nahlíženo jako fyzický kapitál čili **investici do svého zevnějšku**. Ta se v budoucnu zúročí tím, že respondentky nebudou mít viditelné vrásky a oddálí dobu jejich vzniku. O tomto záměru hovoří i Elliot (2008), který tvrdí že procedury estetické chirurgie mohou vést ke zkvalitnění života, a to především v oblasti osobních vztahů a profese.

Klaudie se snaží vráskám předejít opakovanými aplikacemi botulotoxinu, věří, že díky tomu bude déle mladá. „Chodím tak po 10 měsících na opakované aplikace, čelo a vrásky od smíchu. Jako je to dobrá metoda podle mě, jak předejít vráskám. Podle mě čím dřív člověk začne, tím líp. A všichni snad chtějí vypadat krásně a mladě i v 35, 40.“ Souhlasný postoj k botulotoxinu má i Lenka, pro kterou je důležité vypadat dobře na módních molech. Věří, že s botulotoxinem se jí podaří prodloužit mládí, bere to jako investici do budoucna.

Denisa se rozhodla investovat do botulotoxinových injekcí v tak mladém věku, protože se bála, že propásne tu správnou chvíli a bude pozdě: „Hlavní důvod byl asi zamezit tomu, aby ty vrásky vznikly... díky tomu botoxu se nemračíš, máš hezčí pleť, takovou svěžejší... Nejvíc sem se asi bála toho, že když do toho nepůjdu teď, tak to pak budu těžko ve třiceti, čtyřiceti napravovat... že ty vrásky pak budou hluboký... to mě asi děsilo nejvíc...“ U Andrey zase investice spočívala v tom, že chtěla potlačit již vzniklou vrásku, kterou měla z části danou geneticky.

I u žen, co si nechaly aplikovat kyselinu hyaluronovou, se objevil aspekt přemýšlení do budoucna. Podle Petry velké plné rty symbolizují mládí, které se s věkem přirozeně vytrácí: „Co já vim, tak i hodně lidí, který měli třeba v mládí jakoby takový plný hezký rty, tak čím starší je člověk, tím samozřejmě se i ty rty jakoby ztenčují, no. Takže i svým způsobem ta pusa i to mládí jakoby charakterizuje.“

²¹ Autorem pojmu je Pierre Bourdieu.

2.3.3 Posedlost

Na motiv posedlosti jsem narazila u třech respondentek Kristýny, Lenky a Petry, které již podstoupily a pravidelně podstupují injekční úpravy obličeje. Vše začalo touhou vylepšovat nedokonalosti a skončilo to u zběsilé **honby za dokonalostí**.

Klaudie si začala prvních nedostatků (viz podkapitola komplex) na svém těle všimnout v 16 letech. V důsledku dospívání se její tělo přeměnilo v tělo ženy a ona tento přechod těžce nesla. Zde začala touha vylepšovat své tělo s „co nejmenším úsilím“. Toto řešení se zdálo pro Klaudii snadné, a proto absolvovala další dvě operace trvalejšího typu – plastiku nosu a dvakrát liposukci. V 19 letech začala svoji pozornost soustředit na svou tvář. Nejprve šlo o zvětšení rtů, při té příležitosti jí bylo nabídnuto aplikovat botulotoxin na mimické vrásky, čehož využila. V současné době si obě látky nechává aplikovat pravidelně.

Klaudie popisuje, že i před úpravami na ni okolí nahlíželo jako na krásnou. V té době měla manžela, který jí to často připomínal, Klaudie však měla vnitřní touhu, pocit, že je pořád co vylepšovat: „...já to dělala vždycky pro sebe, kluků jsem měla vždycky dost. Kluci nikdy neviděli změnu. I když jsem podstupovala úpravy, tou dobou jsem byla vdaná a manžel mi pořád říkal, ty si krásná.“ (Klaudie). Klaudie se domnívá, že mládí si je schopná udržet jen opakovanými aplikacemi botulotoxinu: „V podstatě jde o to, že díky těm opakovaným aplikacím se ti ta vráska neprohlubuje, protože se nemůžeš mračit“ (Klaudie).

U Lenky posedlost estetickými procedurami započala v dospívání, kdy nejprve začala řešit své rty, protože nebyla spokojená se svým úsměvem, v kterém byly nepatrné nedokonalosti (mezírky mezi zuby), které odstranila v 17 letech. Od 18 si nechává aplikovat botulotoxin do čela a v 19 si nechala zvýraznit lícní kosti kyselinou hyaluronovou. Má jasnou představu o svých cílech a injekce považuje za rychlou a účinnou metodu, jak se ještě více „zvýraznit“. Touha po dokonalosti je nenasytná, a proto pro Lenku není snadné s injekcemi skončit: „Říkám si ještě víc zvýraznit tohle a ještě tamto a budu spokojená...ale pořád mám nutkavou touhu si to [lícní kosti] ještě trochu zvýraznit a pusku ještě zvětšit...“ (Lenka).

U Petry je to touha po dokonalých rtech, která neskončí, dokud se nenaplní ideální představa: „U lidí si všímám vyloženě ty pusy, protože já jsem tím vyloženě posedlá.“

Hlavně jsem si to nechala udělat, že jo, takže teď kon si u lidí všímám tý pusy, a dokonce už dokážu skoro vždycky rozpoznat, jestli je ta pusa přirozená nebo umělá.“

Tuto nutkavou touhu, posedlost vlastním vzhledem nazývá Vágnerová (2007) pojmem „*dysmorfofobie*“. Ta se projevuje neustálými změnami vzhledu pomocí moderních metod estetické a plastické chirurgie.

2.3.4 Vztah s matkou

U respondentek došlo ke zhoršení sebepojetí v období dospívání v důsledku **přehnaných nároků matky** na vzhled, přesně jak popisuje Vágnerová (2008). Nejvíce je to patrné na příkladu Klaudie. V období dospívání, kdy se z Klaudie stávala žena, řešila nejen rozpor sama se sebou, ale také se svou matkou, která jí nedokázala být oporou. Namísto toho, aby problémy se svou dcerou řešila, našla snazší řešení – estetickou a plastickou chirurgii. V důsledku toho u Klaudie vznikly komplexy, které řeší estetickou chirurgií dodnes. Nejvíce patrný vliv matky, která si chtěla dceru předělat k obrazu svému, je z této výpovědi: *„Jako já jsem nikdy neměla malý rty, ale to mě přesvědčila taky až máma, ona má velký rty i brácha je měl větší než já. A já je měla oproti nim malý.“* Téměř shodný motiv a vliv matky se vyskytuje i u Andrey, které její matka vyloženě doporučila, aby si nechala aplikovat botulotoxin: *„Nevím, jestli to bylo úplně celé z její iniciativy ... nicméně asi moje matka... ona tenhle zákrok už několikrát absolvovala, pořád o tom mluvila, že je to prostě skvělý a jak člověk hrozně omládne... Začala mě nejdřív trochu pošťuchovat, jakože „nemrač se“, že je vidět, že to mám z toho, jak se pořád mračím a tak. No a pak mi i přímo řekla, nechceš si na ten botox zajít?“*

U Petry, Emílie, Denisy i Katky byl jednou z příčin i **odtažitý vztah s matkou**. Petra měla obavy, že její matka bude na zvětšení rtů reagovat špatně, což se nakonec nestalo a Petře se ulevilo: *„Máma mi neřekla vyloženě, že se jí to líbí, ale taky neřekla nic špatného, což si myslím, že u mámy je taky jako takový hodně důležitý. To mě potěšilo. Já jsem čekala, že máma bude nějak jako nadávat a říkat, „ježiš to je hrozný“, ale nakonec neřekla nic špatného, toho si asi cením nejvíc.“* U Emílie a Denisy si úpravy jejich matka ani nevšimla a Katčině matce to bylo jedno.

S vyloženě nesouhlasným vyjádřením se od své matky dočkala pouze Lucie. Matčino nepochopení opodstatňuje tím, že je její máma ze „staré školy“, že to nemůže

pochopit, když sama žádný zákrok neabsolvovala. Jako jediná popisuje **morální kázání**, aby nepodstupovala nepřirozené procedury: „*Že prostě narodila ses taková jaká si, tak taková umřeš. A bere to asi tak, že to patří ke stáří. Oni to prostě berou i ten přítel jako něco špatného..., že dáš do sebe náskou látku.*“

3. Volba dočasných úprav estetické chirurgie

3.1 Výhody kontra nevýhody

Volba dočasných injekčních úprav s omezenou dobou trvání účinků souvisí s mnoha faktory motivace, uvedenými výše. Ve většině případů se nejedná o metodu, která by řešila vážnější problém (vyjma dvou respondentek, které si tento problém nepřipustily). I přes někdy odlišné motivy jednotlivých respondentek, většina z nich shodně vyjmenovala výhody, ale i nevýhody dočasných injekčních metod estetické chirurgie.

Všechny tyto mladé ženy, vyjma Klaudie, podstoupily pouze dočasnou injekční úpravu. Klaudie má zkušenost jak s dočasnými úpravami (injekce), tak trvalými (plastickými operacemi).

U všech informátorek byly shodné výpovědi, proč zvolily právě injekční metodu úpravy obličeje:

Respondentky uváděly **výhody** spjaté s dočasným působením injekčních úprav obličeje:

- **Rychlost** provedení aplikace (během několika desítek minut);
- Okamžitý účinek, který je hned vidět (u botulotoxinu do 3 dnů);
- **Přesnost a preciznost** provedení (např. u zvětšení rtů se po první aplikaci provádí ještě korekce, aby byla zaručená naprostá symetrie);
- Snadná **dostupnost** (injekční úpravy estetické chirurgie mohou provádět nejen kvalifikovaní lékaři, ale i vyškolené kosmetičky);
- **Minimální vedlejší účinky** (např. oproti rekonvalescenci po plastické operaci).

Jsou si však vědomy i **nevýhod** injekčních úprav estetické chirurgie:

- **Bolestivost** (aplikace kyseliny hyaluronové i botulotoxinu byla u všech mých respondentek subjektivně hodnocena jako velmi bolestivá);
- **Cena** (např. jedna aplikace botulotoxinu může vyjít podle oblasti vpichu na cca 10 tisíc korun)²²;
- **Modřiny, krvácení a citlivost** dané oblasti bezprostředně po aplikaci
- **Pouze dočasný efekt** (v řádech měsíců, poté je nutné aplikaci opakovat).

Příkladem jak respondentky popisovaly výhody a nevýhody může být Katčina výpověď: „*Výhodu spatřuju určitě v tom, že je to celkem nenáročnej zákrok, kdy ti během několika minut aplikujou potřebný množství té látky tak, aby si byla spokojená...jako ono to je sice pak chvíli ještě malinko napuchlý, ale po té korekci je ten výsledek fakt dobrej a viditelnej... ta korekce ti tu pusku pak udělá krásně symetrickou.*“ (Katka).

Nevýhody byly popisovány například takto: „*No a nevýhody ty to taký má... asi ta cena je podle mě největší nevýhoda... ještě když to pak musíš doplňovat...zas si říkám, že to dělám pro sebe, že do budoucna si tím ušetřím ještě víc peněz třeba za krémy nebo tak. Jako taky to celkem dost bolí ... ale ta bolest je krátkodobá, takže to se dá přežít.*“ (Denisa).

3.2 Nutnost nebo příležitost?

Shodnou odpovědí u většiny respondentek byla **příležitost**. Díky kamarádkám a jejich zkušenostem a kontaktům se dívky rozhodly podstoupit úpravu, protože byla příležitost nebo vhodná situace, např. když kamarádka respondentky šla na opakovanou aplikaci, tak respondentka využila této příležitosti a doprovodila ji.

²² Např. Klaudie uvádí cenu za jednu aplikaci botulotoxinu do čela, výhody i nevýhody takto: „*My si kupujeme s kamarádkou injekci na půl. Jedna aplikace [botulotoxinu] vyjde tak na 10 tisíc. Zákrok vlastně probíhá tak, že ti očistí pleť a nakreslí ti na obličej ty oblasti vpichu. Ta injekce samotná docela hodně bolí, ale tak 15 vteřin. Líbí se mi na tom, že výsledek je vidět hned, že si hned můžeš dát make-up.*“

Klaudie uvádí, že na aplikaci chodí zásadně se svou kamarádkou: „*My si kupujeme s kamarádkou injekci na púl.*“ (Klaudie).

Tři respondentky: Denisa, Lenka a Andrea si vyhledaly informace a lékaře, který jim estetickou proceduru vykonal, na internetu. Domněle se u nich jednalo o **nutnost** daný zákrok absolvovat. Po položení několika dalších otázek, nakonec u těchto tří respondentek, které si nechaly aplikovat botulotoxin, vyšlo najevo, že měly nutkavou touhu podstoupit zákrok co nejdříve. Vypěstovaly si obavu, že každým dnem, tím jak se smějí nebo mračí, se jim vrásky prohlubují, a že to je vidět. Denisa vypovídá: „*Měla jsem o tom dokonce noční můry. Zdálo se mi o tom, přes den jsem se kontrolovala v zrcadle. Nejvíc mě dodělala kolegyně, která mi nejspíš ze srandy řekla, že mám šílenou vrásku na čele. Druhý den jsem se objednala k doktorce a nechala si píchnout botox.*“ Lenka tento motiv také částečně potvrdila: „*Chtěla jsem to mračení, tu mimiku zamrazit, prostě se nemuset kontrolovat jestli se zrovna mračím nebo nad něčím hloubám a botox byl jednoduchý řešení.*“

Klaudie je specifickým případem. Tvrdí, že estetickou chirurgii využívá především proto, že má tu možnost, kterou ženy dříve neměly: „*Třeba dřív před 50 lety tady ta možnost nebyla. Kdyby naše maminky, babičky měly tu možnost, tak by vypadaly jinak*“, přitom začala zákroky estetické a plastické chirurgie podstupovat **na popud své matky**.

U žen, které si nechaly aplikovat jenom kyselinu hyaluronovou, byla opodstatnění o mnoho košatější. Petra si to nechala udělat, protože na pusy se dlouho zaměřovala, hodně kamarádek to mělo, zároveň přiznává, že kdyby s ní byla spokojená, zaměřila se na jinou část obličeje: „*Co se týče pusy, s tou jsem na 100 % spokojená nebyla, tak jsem se rozhodla ji zdokonalit. Kdybych, myslím si, že byla spokojená se svou pusou, tak bych se už zaměřila na jinou část.*“

U Emílie bylo důležité zákrok podstoupit kvůli práci fotomodelky: „*Nechala jsem si to udělat v tomhle věku, kvůli focení...*“

U Katky důležitou roli hrál věk samotný. Úpravu chtěla podstoupit vždycky, jen nebyla plnoletá a rodiče jí to neschvalovali. Poté co jí bylo 18 a našla si brigádu, nikoho se nemusela ptát na svolení a udělala to tak trochu i na protest: „*Já jsem chtěla vždycky větší rty, přijde mi, že je to hodně sexy. Těšila jsem se na den kdy, mi*

bude 18 a budu se sama moc rozhodnout, co se sebou udělám ... brala jsem to jako takový osamostatnění, přišla jsem si dospělá.“

4. Životní styl

Vzhledem k tomu, že jsem se v tomto výzkumu zaměřila pouze na mladé ženy, je nutné brát v potaz také to, jakým způsobem žijí. Většina z nich je hodně společenská, tráví většinu svého času ve společnosti druhých lidí. Tyto ženy často hodně nakupují, navštěvují různé večírky, chodí do fitness centra a navštěvují kulturní akce.

Všechny výše uvedené motivy, vnitřní i vnější, korespondují s životním stylem každé z informátorek. U všech těchto žen jsem shledala společné rysy toho, jakým způsobem jsou zvyklé žít a pečovat o sebe:

- všechny informátorky pečují o svůj zevnějšek pomocí kosmetických výrobků, za které utrácejí řádově stovky až tisíce korun (cca od 200 - 4 500 Kč měsíčně);
- jsou zvyklé na každodenní líčení;
- řeší svůj vzhled a novinky v péči o pleť se svými vrstevnicemi;
- je pro ně důležité, jak vypadají a co si oblékají;
- často navštěvují obchodní centra (každá min. 1 týdně);
- žijí aktivním společenským životem (často navštěvují různé společenské akce, večírky, apod.);
- aktivně sportují (nejčastěji navštěvují fitness centra);
- povaha práce nebo brigády, kterou tyto mladé ženy vykonávají, klade vysoké požadavky na to, jak mají vypadat (dress code, upravenost, vzhled a další diskriminační činitele jako výška, váha, apod.);
- všechny tyto mladé ženy mají nějakou zkušenost s profesionálním focením nebo modelingem.
- všechny ženy pochází z finančně zajištěné rodiny.

Denisa například vypovídá, že většinu času jí zabere studium a práce, když už nějaké volno má, vyhledává především společnost druhých lidí: *„Když nejsem zrovna ve škole nebo v práci, tak chodím ven s kámoškama, nakupovat, občas si chodíme*

někam sednout nebo na nějakou akci...podle toho, jak je čas. Já jsem strašně společenskej člověk, takže nevydržím sedět doma a ani by mě to nebavilo.“

Finanční zajištěnost respondentek dokládá např. Petra: „[...] *kdybych neměla peníze, tak bych se nad tím ani nezamýšlela... Člověk, kterej nemá na jídlo, se asi těžko zamýšlí nad svým vzhledem. Takže svým způsobem taky. Ale nemůžu říct, že mám těch peněz až moc, a že mám nějaký peníze, který nemám kam dát a kvůli tomu jenom tohle dělám, to ne. Já jsem si na to svým způsobem taky musela našetřit. Když jsem pak zjistila, kolik to stojí, že to je pro mě reálná částka, tak ano, tak jsem si řekla, že to podstoupím.*

Z výše uvedeného je tedy patrné, že životní styl těchto mladých žen je spjat s aktivním společenským životem, vysokými nároky na fyzický vzhled, a tudíž s finanční náročností.

5. Očekávání versus realita

Všechny informátorky měly vysoká očekávání od dané úpravy. Téměř žádná z nich nezvažovala nijak vážně možné vedlejší účinky, přestože se u některých kamarádek objevily. Jediná Emílie měla velké obavy z toho, jak zákrok bude probíhat a jaká bude následná rekonvalescence.

U některých respondentek se po zákroku objevily negativní vedlejší účinky. U Petry to byly modřiny v místě vpichu kyseliny hyaluronové (viz příloha č. 2, obr. 6), taktéž u Klaudie po aplikaci botulotoxinu a u Emílie se objevily malé bouličky ve rtech, způsobené špatným rozmasírováním látky.

U všech respondentek vyjma Emílie splnily injekce botulotoxinu a kyseliny hyaluronové svůj účel – vylepšily požadovanou část obličeje, díky čemuž přispěly ke zvýšení obličejové atraktivity a následnému zvýšení sebevědomí.

U žen, které si nechaly aplikovat botulotoxin, došlo nejen k „zamrazení“ pohybu mimických vrásek, ale současně s tím, a pravděpodobně v důsledku toho, ke změně nálad. Tyto mladé ženy uvádějí, že se po aplikaci cítily mnohem šťastnější a

odpočatější: „*No zlepšilo mi to hodně náladu, že vypadám mladší, ani mračit se nemůžeš, takže vypadáš šťastnější.*“ (Klaudie).

I přes to, že se očekávání s estetickými procedurami vyplnily, pociťuje většina žen potřebu úpravy opakovat do té doby, dokud nedosáhnou ideálních proporcí.

IV. SHRnutí A ZávĚr

Cílem této bakalářské práce bylo odhalit a popsat motivaci, která vede mladé ženy k tomu, že podstupují injekční procedury estetické chirurgie. Zajímalo mě, jaké jsou konkrétní motivy těchto mladých žen, proč volí mezi dočasnými metodami estetické chirurgie, injekcemi, oproti těm trvalým, plastickým operacím. A nakonec jsem se snažila zjistit, jak motivace mladých žen souvisí s jejich životním stylem.

Z výpovědí výzkumného vzorku, který tvořilo osm mladých žen se specifickými charakteristikami, a teoretických předpokladů vyplynulo, že motivace je velmi různorodá, spletitá, zahrnuje síť vztahů, které jsou vnitřní nebo vnější povahy, případně se jedná o kombinaci obojího. Dílčí aspekty této motivace se pak liší v závislosti na jednotlivých případech.

Jednotlivé vnitřní motivy souvisí se sebepojetím, které se u těchto mladých žen nejvíce formuje v období dospívání. Na základě toho, jak na sebe tyto mladé ženy nahlíží, se nechávají prostřednictvím vnitřních i vnějších motivů ovlivnit k procedurám estetické chirurgie.

Jsem si vědoma toho, že výzkumný vzorek svými specifickými charakteristikami má sice svou **vypovídací hodnotu**, avšak ne zcela plošnou a generalizovatelnou. Právě z tohoto důvodu porovnávám výsledky mého výzkumu s bádáními, která jsou více generalizovatelná, a která mají i jinou metodologii a charakteristiku vzorku.

V této práci se pouze **částečně potvrdily** výsledky dvou českých výzkumů s názvy „*Estetická plastická chirurgie v očích zájemkyň a zájemců o zákrok*“ a „*O jaké estetické zákroky se Češi zajímají*“, přestože tyto výzkumy uvádějí jako hlavní motivační činitele k plastické a estetické chirurgii zvýšení vlastního sebevědomí, zdravotní problém, charakter práce a přání partnera (Plasticka-chirurgie.info, © 2006 - 2014).

Motiv **zvýšení sebevědomí** se u mých respondentek sice projevil, avšak nikoli jako motiv primární, jako důvod toho proč si nechaly vylepšit obličej, ale jako motiv vedlejší, který byl spíše **důsledkem** než samotnou příčinou podstoupení zákroku. V důsledku zvýšení sebevědomí došlo u mladých žen ke změně sebehodnocení a následné seberepresentace, kdy ženy s injekční úpravou, měly více potřebu dávat své

vylepšené „já“ světu na obdiv, nejčastěji prostřednictvím sociálních sítí. Motiv podstoupení zákroku kvůli **zdravotním problémům** se v tomto výzkumu *nepotvrdil* u žádné z respondentek, která injekční proceduru estetické chirurgie podstoupila. Dvě respondentky podstoupily injekční vylepšení obličeje **primárně kvůli práci**, kterou vykonávají. Obě se domnívaly, že jim úprava zajistí výhodnější postavení na trhu práce, že díky tomu své tělo tzv. „zhodnotí“. Motiv **přání partnera** se u mých respondentek taktéž zcela *nepotvrdil*. Některé ženy sice uznaly, že by je kladné hodnocení partnera potěšilo, avšak v žádném případě nebyl partner uváděn jako příčina, motivace k jednání.

Tento výzkum taktéž částečně *potvrdil* výsledek americké studie AAFPRS, která uvádí, že nárůst zájmu o estetickou chirurgii může být způsoben novým **fenomémem „selfies“**, autotypů, zveřejňovaných na sociálních sítích. Všechny respondentky si velmi zakládají na svých fotografiích a zároveň se nechávají ovlivňovat fotografiemi svých kamarádek a známých na internetových profilech.

V tomto výzkumu se však objevily **nové motivy**, které nejsou obsažené v žádném z doposud uskutečněných výzkumů na motivaci k plastické a estetické chirurgii. Všechny respondentky, vyjma jedné, se nechaly k injekční úpravě obličeje inspirovat svými kamarádkami. **Vzor kamarádek** a jejich výsledek estetické procedury byl pro ně významným motivačním činitelem, kvůli kterému se rozhodly injekční úpravu reálně podstoupit. Ještě před tím, než estetickou proceduru podstoupily, vyhledaly tyto mladé ženy potřebné informace na internetu. **Internet** se pro ně stal významným zdrojem informací při rozhodování o volbě samotné úpravy a procedury.

Jako zajímavá se mi jeví ta skutečnost, z jakého důvodu tyto mladé ženy injekční proceduru skutečně absolvovaly. Tři z žen byly nespokojené s některou částí své tváře, potýkaly se se sníženým sebevědomím a nejistotou v sociálních interakcích. U dalších třech respondentek byly injekční procedury estetické chirurgie důsledkem **komplexu**, který vznikl v období dospívání podpořený negativním **vlivem a postojem matky**. Tento komplex zapříčinil i to, že v současné době jsou tyto mladé ženy zabředlé v začarovaném kruhu estetických a plastických operací. Posedlost a touhu po dokonalosti, projevující se neustálou změnou zevnějšku pomocí opakovaných plastických operací a omlazujících zákroků diagnostikuje Vágnerová (2007) jako *„dysmorfobii“*, či chorobnou posedlost vlastním tělem. Ostatní

respondentky podstoupily injekční úpravu obličeje z rozmaru, aby se přiblížily **ideálu krásy**, který v současné době ztělesňují slavné modelky a celebrity celkově. Podlehlly tedy vlivu nově vznikajícího **módního trendu** estetických operací, o kterém hovořili i Kufa a Červinková (2008). V důsledku těchto estetických úprav se ženám taktéž zvýšila **atraktivita** v závislosti na tom, jak se tomuto domnělému ideálu krásy přibližovaly.

Na procedury estetické chirurgie bývá mladými ženami nahlíženo jako na **běžný způsob péče o pleť**, pomocí něhož zamezí stárnutí a snižování atraktivity tváře. Pro respondentky se injekce botulotoxinu a kyseliny hyaluronové stávají **legitimním prostředkem zkrášlování a investice do budoucna**.

Hlavním důvodem volby dočasných injekčních metod estetické chirurgie před těmi trvalými, plastickými operacemi, byla snadná **dostupnost, rychlost a efektivnost procedury**. Vzhledem k tomu, že většina žen neměla vážnější problém se svým vzhledem (vyjma jedné respondentky) volily injekční metodu především proto, že se jim zákrok jevil jako bezpečnější než plastické operace. Na plastickou chirurgii nahlížela většina respondentek kriticky a označila ji za krajní metodu úpravy svého vzhledu.

Významným poznatkem této práce je i charakteristika žen, které injekční procedury estetické chirurgie podstupují. Všechny tyto mladé ženy žijí specifickým životním stylem, od kterého se odvíjejí nejen jejich zkušenosti s estetickou chirurgií, ale i samotná motivace k těmto procedurám. Pro všechny respondenty je důležitý **vzhled** a následná péče o něj. Většina respondentek se živí nebo si přivydělává v profesích, které mají striktní požadavky na vzezření ženy. Jsou jimi například modelky, fotomodelky, hostesky, asistentky, nebo manažerky.

Do výzkumu jsem zařadila taktéž kategorii s názvem „*Očekávání versus realita*“, která reflektuje spokojenost žen po injekční úpravě. Ačkoli se respondentky cítily se zákrokem estetické chirurgie spokojené, u většiny z nich se objevovaly tendence k opakování úprav s tím záměrem, že ještě zcela nedosáhly kýženého ideálu. V reálném světle pak vyšlo najevo, že moderní **procedury estetické chirurgie nejsou tak zcela bezpečné a nerizikové**, jak se může zdát.

Závěrem lze říci, že k injekčním procedurám estetické chirurgie směřují tyto mladé ženy i v důsledku specifického životního stylu, jakým žijí, a pro které je velmi důležitá sebe prezentace, již uplatňují nejen ve svých profesích. Všechny tyto ženy potvrzují, že chtějí uspět v konkurenčním boji současné konzumní společnosti. Přestože se respondentky snaží dosáhnout dokonalé přirozené krásy, využívají k tomu umělých metod estetické chirurgie. Pro tyto ženy se krásné stává to, co je dokonale hladké a vypnuté (pleť) nebo dokonale symetrické a plné (rty). Nezbytným předpokladem, který aspekt krásy znásobuje, se stává běžné denní líčení, módní oblečení, ale především **mladistvost**. Mladé ženy se stávají posedlé **honbou za dokonalostí a věčným mládím**. Mnohdy zapomínají na přirozenou krásu a dobrovolně se stávají otroky vlastního těla a nekonečné touhy po dokonalosti.

Tímto výzkumem jsem se snažila upozornit na problematiku včasných úprav vzhledu pomocí moderních procedur estetické chirurgie u mladých žen. Vzhledem k povaze celého výzkumu je však nutno přiznat, že při realizaci výzkumu se objevila nová fakta a skutečnosti, které by stálo za to prozkoumat hlouběji. Je zde tedy ponechán prostor pro obsáhlejší bádání např. kvantitativního typu, ale stálo by za to upozornit i na oblasti, které si žádají přístup kvalitativní. Jsou jimi například otázky typu: V jakém rodinném prostředí vyrůstají mladé ženy, které v časném věku podstupují estetické procedury? Jaký mají vztah tyto ženy se svou matkou? Jak souvisí socioekonomický status s motivací k těmto úpravám? Jak souvisí estetická chirurgie s dysmorfofobií?

Na tyto a mnoho dalších otázek je potřeba nalézt odpověď. Domnívám se, že zejména ta poslední otázka, spjatá s dysmorfofobií, (ale i mnoho dalších) by pomohla odhalit a pochopit motivaci k estetické chirurgii o něco komplexněji. Pokud to bude možné, ráda bych se touto problematikou zabývala při svém dalším studiu např. v magisterské práci.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A ZDROJŮ

AAFPRS (©2014): *Annual AAFPRS Survey Finds 'Selfie' Trend Increases Demand for Facial Plastic Surgery Influence on Elective Surgery* [online]. [cit. 18. 4. 2014].

Dostupné z: http://www.aafprs.org/media/stats_polls/m_stats.html

ANDRE, P. (2004): *Hyaluronic acid and its use as a "rejuvenation" agent in cosmetic dermatology*. Posites. Nova Publishers.

BATES, B., CLEESE, J. (2001): *The human face*. New Yourk: Dk Pub.

BAUMANN, L., BLYUMIN, M., SAGHARI, S. (c2009): *Cosmetic Dermatology: Principles and Practice*, 2nd ed., New York: McGraw-Hill Medical.

BENESCH, H. (2001): *Encyklopedický atlas psychologie*. Praha: Lidové noviny.

BERECZKEI, T., GYURIS, P., WEISTFELD, G. E. (2004): Sexual imprinting in human mate choice. *Proceedings of the Royal Society of London, Series B: Biological Sciences*, 271.1544: 1129-1134.

BLAŽEK, V. (2012): O čem může vypovídat obličej [online]. Vystaveno 23. 4. 2012 [cit. 6. 3. 2014]. Dostupné z:

http://www.zcu.cz/u_noviny/index.html?file=/u_noviny/2012/duben/morfy.html

BLAŽEK, V., TRNKA, R. (eds).(2009): *Lidský obličej. Vnímání tváře z pohledu kognitivních, behaviorálních a sociálních věd*. Praha: Karolinum.

BUCK II, D. W., ALAM, M., KIM, J. (2009): Injectable fillers for facial rejuvenation: a review. *Journal of Plastic, Reconstructive & Aesthetic Surgery*, 62.1: 11-18.

COHEN, S. R., BORN, T. M. (2009): *Facial rejuvenation with fillers*. Oxford: Saunders.

CUNNINGHAM, M. R. (1986): Measuring the physical in physical attractiveness: quasi-experiments on the sociobiology of female facial beauty. *Journal of personality and social psychology*, 50.5: 925.

- DISMAN, M.** (2002): *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Praha: Karolinum.
- ELLIOTT, A.** (2008): *Making the cut: How cosmetic surgery is transforming our lives*. London: Reaktion Books.
- ETCOFF, N.** (2002): *Proč krása vládne světem*. Praha: Columbus.
- EZZEDDINE P., HEŘMANSKÝ M., NOVOTNÁ H., SEIDLOVÁ G., ŠTOVÍČKOVÁ M., VAŇKOVÁ M.** (2009/2010): *Úvod do společenskovedných metod*. FHS,UK, Praha, kapitola Etika ve společenskovedním výzkumu [online] [citováno 2. 4. 2014] dostupné z: <http://moodle.fhs.cuni.cz/course/view.php?id=614>
- FIALOVÁ, L.** (2001): *Body image jako součást sebepojetí člověka*. Praha: Karolinum.
- FINK, B., PENTON-VOAK, I.** (2002): Evolutionary psychology of facial attractiveness. *Current Directions in Psychological Science*, 11.5: 154-158.
- GALTON, F.** (1878): Composite portraits made by combining those of many different persons into a single figure. *Nature* 18: 97-100.
- GRAMMER K., THORNHILL R.** (1994): *Human (Homo Sapiens) Facial attractiveness and sexual selection: the role of symmetry and averageness*. *Journal of Comparative Psychology* 108: 233-242.
- GROGAN, S.** (2000): *Body image: Psychologie nespokojenosti s vlastním tělem*. Praha: Grada Publishing.
- HARTL, P., HARTLOVÁ, H.** (2000): *Psychologický slovník*. Praha: Portál.
- HAVLÍČEK, J.** (2006): Tváře, ksichty, obličej. *Psychologie dnes*. Roč. 2006, č. 4, s. 11-16. Dostupné z: <http://web.natur.cuni.cz/etologiecloveka/images/download/Havlicek%20-%202006%20-%20Tvare,%20ksichty,%20obliceje.pdf>>.
- HAVLÍČEK, J., RUBEŠOVÁ, A.** (2009): Průměrovost a symetrie. In: BLAŽEK, Vladimír, TRNKA, Radek (eds). *Lidský obličej. Vnímání tváře z pohledu kognitivních, behaviorálních a sociálních věd*. Praha: Karolinum.
- HELUS, Z.** (2004): *Dítě v osobnostním pojetí*. Praha: Portál.

- HENDL, J.** (2005): *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál.
- HEŘMANSKÝ, M.** (2009/2010): *Úvod do společenských věd metod*, FHS UK Praha, kapitola Přístupy založené na kódování [online] [citováno 2. 4. 2014].
dostupné z: <http://moodle.fhs.cuni.cz/course/view.php?id=614>
- HEWSTONE, M., STROEBE, W.** (2006): *Sociální psychologie: moderní učebnice sociální psychologie*. Praha: Portál.
- HUDEČEK, J.** (1986): *Hodnotové orientace v motivační sféře osobnosti*. Praha: Academia.
- CHERASKIN, E.** (1990): The nature/nurture controversy: Spouse-likeness revisited. *Medical hypotheses*, 33.3: 219-225.
- ISAPS, (© 2006 – 2014):** *ISAPS International Survey on Aesthetic/Cosmetic Procedures Performed in 2011*[online]. [cit. 18. 4. 2014]. Dostupné z: <http://www.isaps.org/Media/Default/global-statistics/ISAPS-Results-Procedures-2011.pdf>
- JASPERS, G. W. C., PIJPE, J., JANSMA, J.** (2011): The use of botulinum toxin type A in cosmetic facial procedures. *International journal of oral and maxillofacial surgery*, 40.2: 127-133.
- JEFFES, S.** (1998): *Appearance is everything: The hidden truth regarding your appearance & appearance discrimination*. Pittsburgh, PA: Sterling House Publisher.
- KARFÍKOVÁ, D.** (2008): Úvod do reklamy [online]. Publikováno 19. 12. 2008. Dostupné z WWW: <http://www.m-journal.cz/cs/reklama/uvod-do-reklamy/uvod-do-reklamys304x456.html>
- KOMÁREK, S.** (1998): *Lidská přirozenost: Od Charlese Darwina po Ireneu Eibisfeldta*. Praha: Vesmír.
- KEATING, C.** (1985): Gender and the Physiognomy of Dominance and Attractiveness. *Social Psychology Quarterly* 48.1: 61-70.
- KENRICK, D. T., KEEFE, R. C.** (1992): Age preferences in males reflect sex differences in human reproductive strategies. *Behavioral and Brain Sciences*, 15: 75-133.

- KRHUT, J.** (2006): *Botulotoxin – struktura, mechanismus účinku a klinické použití*. Urolog pro Praxi, 5: 278-282.
- KOGAN, G., ŠOLTÉS, L., STERN, R., GEMEINER, P.** (2007): Hyaluronic acid: a natural biopolymer with a broad range of biomedical and industrial applications. *Biotechnology letters*, 29.1: 17-25.
- KUFA, R., ČERVINKOVÁ, R.** (2008): *Plastická chirurgie: krok za krokem*. Praha: XYZ s.r.o.
- LANGLOIS, J. H., ROGGMAN, L. A., RIESER-DANNER, L. A.** (1990): Infants' differential social responses to attractive and unattractive faces. *Developmental Psychology*, 26.1: 153-159.
- LANGLOIS, J. H., ROGGMAN, L. A., MUSSELMAN, L.** (1994): What is average and what is not average about attractive faces? *Psychological science*, 5.4: 214-220.
- LINCOLN, Y. S.; GUBA, E. G.** (1985): Establishing trustworthiness. *Naturalistic inquiry*, 289-331.
- LIPOVETSKY, G.** (2000): *Třetí žena*. Praha: Prostor.
- MASLOW, A.** (1954): *Motivation And Personality*, New York: Harper & Row.
- MEALEY, L.** (2000): *Sex differences: Developmental and evolutionary strategies*. San Diego, CA: Academic Press.
- MIOVSKÝ, M.** (2006): *Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu*. Praha: Grada Publishing.
- NAKONEČNÝ, M.** (2003): *Psychologie osobnosti*. 2. vyd. Praha: Academia.
- NAKONEČNÝ, M.** (1996): *Motivace lidského chování*. Praha: Academia.
- NAVRÁTILOVÁ, J., JARKOVSKÁ, L.** (2004): Cena ženského těla. In *Abc feminizmu*, 127-136. Brno: Nesehnutí.

NEČAS, J., BARTOŠÍKOVÁ, L., BRAUNER, P., KOLÁR, J. (2008): Hyaluronic acid (hyaluronan): a review. *Veterinarni Medicina*, 53. 8: 397-411.

NEINVAZIVNÍ (2008): *Velký lékařský slovník* [online]. [cit. 2014-04-07]. Dostupné z: <http://lekarske.slovníky.cz/pojem/neinvazivni>

NEUROTOXIN (2008): *Velký lékařský slovník* [online]. [cit. 2014-04-07]. Dostupné z: www.lekarske.slovníky.cz/pojem/neurotoxin/

NOURI, K. (ed.). (2012): *Dermatologic Surgery: Step by Step*. Oxford, UK:Wiley-Blackwell.

PATTON, M. Q. (1990): *Qualitative Evaluation and Research Methods*. London: Sage Publications.

PENA, M. A., ALAM, M., YOO, S. S. (2007): Complications with the use of botulinum toxin type A for cosmetic applications and hyperhidrosis. In: *Seminars in cutaneous medicine and surgery*. WB Saunders, 29-33.

PERRETT, D. I., Lee, K. J, PENTON-VOAK, I., ROWLAND, D., YOSHIKAWA, S., BURT, D. M., HENZI, S. P., CASTLES, D. L., AKAMATSU, S. (1998): Effects of sexual dimorphism on facial attractiveness. *Nature*, 1998, 394.6696: 884-887.

PINTÉR, L. (2007): *Estetická chirurgie*. Hradec Králové: Nucleus HK.

PIVOŇKOVÁ, V. (2009): *Obličej*. In BLAŽEK, V. – TRNKA, R. (eds). *Lidský obličej. Vnímání tváře z pohledu kognitivních, behaviorálních a sociálních věd*. Praha: Karolinum.

PLASTICKA-CHIRURGIE.INFO (© 2006 – 2014): *Estetická plastická chirurgie v očích zájemkyň a zájemců o zákrok* [online]. [cit. 20. 4. 2014]. Dostupné z: <http://www.plasticka-chirurgie.info/download/cr-vnimani.pdf>

PLASTICKA-CHIRURGIE.INFO (© 2006 – 2014): *O jaké estetické zákroky se Češi zajímají* [online]. [cit. 20. 4. 2014]. Dostupné z: www.plasticka-chirurgie.info/download/zakroky-cr

- RHODES, G., ZEBROWITZ, L. A.** (Eds): (2002): *Facial attractiveness – Evolutionary, cognitive and social perspectives*. Westport, CT: Ablex.
- RUBIN, H. J., RUBIN, I. S.** (2012): *Qualitative interviewing: The art of hearing data* (3rd ed.). Los Angeles, CA: Sage.
- ŘÍČAN, P.** (2004): *Cesta životem*. Praha: Portál.
- SMITH, M. L.**, (2006): Facial appearance is a cue to oestrogen levels in women. *Proceedings of the Royal Society B: Biological Sciences*, 273.1583: 135-140.
- SARNOFF, I.** (1962): *Personality dynamics and development*. New York: John Wiley & Sons, Incorporated,.
- SEITZ, V.** (2007): The impact of media spokeswoman on teen girls body image: An empirical assessment. *The Business review*. 7.2:228-236.
- SILVERMAN, D.** (2005): *Ako robiť kvalitatívny výskum: praktická príručka*. Bratislava: Ikar.
- SINGH, D.** (2002): Female mate value at a glance: relationship of waist-to-hip ratio to health, fecundity and attractiveness. *Neuro Endocrinol*, 23.4: 81–91.
- SMĚKAL, V.** (1989): *Psychologie osobnosti*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství.
- SMĚKAL, V.** (2002): *Pozvání do psychologie osobnosti*. Brno: Barrister & Principal.
- STRAUSS, A. L., CORBIN, J.** (1999): *Základy kvalitativního výzkumu: postupy a techniky metody zakotvené teorie*. Brno: Sdružení Podané ruce.
- SYNNOTT, A.** (2002): *The body social*. London: Routledge.
- ŠVANCARA, J.** (2003): *Emoce, motivace, volní procesy. Studijní příručka k předmětu Obecná psychologie II (prožívání, jednání)*. Brno: Psychologický ústav FF MU.
- ŠVAŘÍČEK, R., et al.** (2007): *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách: pravidla hry*. Praha: Portál.

THORNHILL, R., GANGESTAD, S. W. (1999): The scent of symmetry: A human sex pheromone that signals fitness? *Evolution and Human Behavior*, 20.3.

VARTANIAN, A. J., DAYAN, S. H. (2005): Complications of botulinum toxin A use in facial rejuvenation. *Facial plastic surgery clinics of North America*, 13.1: 1-10.

VÝROST, J., SLAMĚNÍK, I. (2008): *Sociální psychologie*. Praha: Grada.

VYKOPALOVÁ, H. (2000): *Vybrané kapitoly sociální psychologie v kontextu komunikace*. Olomouc: UP.

VÁGNEROVÁ, M. (2008): *Vývojová psychologie*. Praha: Karolinum.

VÁGNEROVÁ, M. (2007): *Základy psychologie*. Praha: Karolinum.

WOLF, N. (2000): *Mýtus krásy*. Bratislava: Aspekt.

PŘÍLOHY

Příloha č. 1

OKRUHY OTÁZEK POLOSTRUKTUROVANÉHO ROZHOVORU

Jméno:

Věk:

Nejvyšší dosažené vzdělání:

Současné zaměstnání/studium:

Základní okruhy otázek:

Estetická chirurgie

- V kolika letech a jaké úpravy obličeje podstoupila?
- Jak důležité pro ni bylo úpravu podstoupit?
- Kdy respondentka začala poprvé uvažovat o úpravě obličeje za pomoci estetické chirurgie?
- Proč se rozhodla podstoupit injekční úpravu obličeje právě v tomto věku?

Volba injekčních metod estetické chirurgie

- Jak se respondentka o injekcích botulotoxinu/kyseliny hyaluronové dozvěděla?
- Proč si vybrala zrovna tuto metodu a látku?
- Jak zvažovala možné vedlejší účinky?

Konkrétní motivy

- Co zapříčinilo uvažování o změně/podstoupení injekční metody estetické chirurgie?
- Jak byla respondentka spokojená se svým obličejem před úpravou a jak nyní? V čem spatřuje rozdíl?
- Jak pro respondentku bylo důležité hodnocení a názor okolí?
- Jak důležitý byl názor kamarádek, matky a přítele?
- Jak se změnilo sebevědomí po této úpravě?

Volba dočasných úprav estetické chirurgie

- Proč si vybrala „pouze“ dočasnou úpravu před tou trvalou?
- Jaké jsou jejich výhody a případné nevýhody?
- Chystá se respondentka do budoucna podstoupit (nebo již podstoupila) nějakou trvalejší změnu vzhledu, případně jakou a proč?

Vliv životního stylu na motivaci

- Jakým způsobem tráví respondentka volný čas?
- Jak je pro respondentku důležitý vzhled a jakým způsobem o něj pečuje?
- Jak řešila respondentka finanční náklady na estetický zákrok?

Příloha č. 2

1. OBRÁZKOVÝ APARÁT



Obrázek 1: Oblasti aplikace botulotoxinu a kyseliny hyaluronové, zdroj:

<http://www.voucherpages.ie/refineclinic>

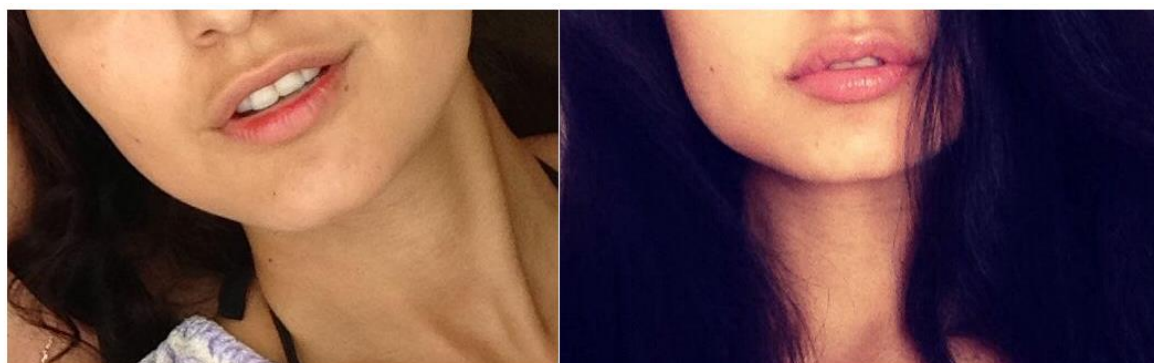


Obrázek 2: Botulotoxin aplikovaný na glabellární vrásku, obr. před a po zákroku, zdroj:

<http://bluespa.com/botox-cosmetic/>



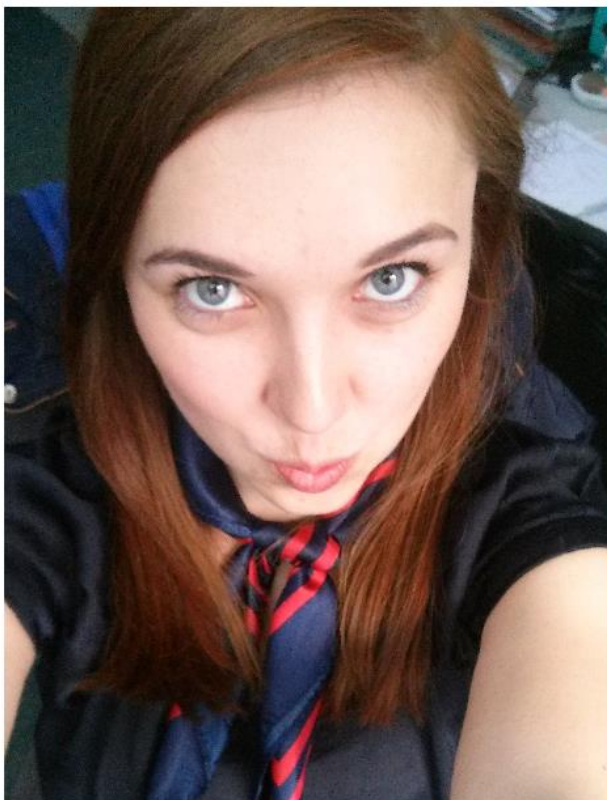
Obrázek 2: Zvýraznění lícních kostí kyselinou hyaluronovou, vlevo před a vpravo po zákroku,
zdroj: <http://www.drnaomi.com.au/blog/index.php/dermal-filler-cheeks/>



PŘED ZVĚTŠENÍM RTŮ

PO ZVĚTŠENÍ RTŮ

Obrázek 3: Zvětšení rtů kyselinou hyaluronovou, zdroj: vlastní



Obrázek 4: "Selfie" a póza "duck face", zdroj: vlastní



Obrázek 6: Modřiny po aplikaci kyseliny hyaluronové, zdroj: vlastní



Obrázek 7: Irina Shayk, která si nechala zvětšit rty kyselinou hyaluronovou, zdroj:
<http://sizzlingsuperstars.com/irina-shayk-russian-super-model/>.



Obrázek 8: Adriana Lima se zvětšenými rty, zdroj:
http://marinamonroe.com/fashion_marinamonroe/model-mondav-adriana-lima/.



Obrázek 9: Angelina Jolie je současným ideálem krásy, zdroj:

<http://www.boomsbeat.com/articles/112/20140114/50-interesting-facts-about-angelina-jolie.htm>.



Obrázek 10: Simona Krainová si nechává aplikovat botulotoxin, zdroj:

<http://www.super.cz/154873-odtajneno-vime-cim-to-je-a-kdo-za-tim-stoji-ze-simona-krainova-nevpada-na-svych-cerstvych-40.html>.



Obrázek 11: Tat'ána Kuchařová před a po zvětšení rtů kyselinou hyaluronovu, zdroj: <http://www.blesk.cz/clanek/celebrity-ceske-celebrity/149287/kaceri-s-prifouklymi-rtvy-to-jsou-ceske-celebrity.html>



Obrázek 12: Top modelka Kate Moss, zdroj: <http://www.dailymail.co.uk/femail/article-2072426/Syn-ake-The-Botox-bottle-anti-ageing-skin-cream-snake-bite.html>

Příloha č. 3.

PŘEPISY ROZHOVORŮ - viz příložené CD.