

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FAKULTA HUMANITNÍCH STUDIÍ**

Katedra obecné antropologie



Bc. Eva Koktová

**„Plastická krása“ – tělo v kontextu estetické chirurgie**

*Diplomová práce*

Vedoucí práce: Mgr. Petra Ezzeddine

Praha 2011

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu. Současně dávám svolení k tomu, aby tato práce byla zpřístupněna v příslušné knihovně UK prostřednictvím elektronické databáze vysokoškolských kvalifikačních prací v depozitáři Univerzity Karlovy a používána ke studijním účelům v souladu s autorským právem.

V Praze dne 1. června 2011

Eva Koktová

## **Poděkování**

Na tomto místě bych ráda poděkovala zejména Mgr. Petře Ezzeddine, která mi po celou dobu vzniku této diplomové práce pomáhala usměřňovat mé často chaotické myšlenky a poskytovala mi cenné podněty k přemýšlení o tématu jako takovém. Dále potom všem lidem, kteří se se mnou podělili o své zkušenosti s estetickou chirurgií, protože bez nich by tato práce nevznikla.

# Obsah

Abstrakt

Úvod.....	1
1. Tělo ve společenských vědách.....	4
2. Historie estetické plastické chirurgie.....	10
3. Jak se propaguje „krásné tělo“ a jak se reklama odráží ve výběru kliniky.....	12
4. Tělo v konzumní kultuře (krásné tělo – šťastný život).....	24
4.1. Reality show – operace na televizní obrazovce.....	33
5. Komodifikace těla v rámci estetické medicíny.....	39
6. Disciplinace těla v kontextu systému krásy.....	42
6.1. Tělo normální – tělo krásné.....	44
7. Body image a spokojenost s vlastním tělem.....	47
8. Plastická chirurgie v rámci feministické diskuze.....	54
9. Nejčastěji prováděné zákroky.....	59
10. Cesta ke zdrojům aneb metodologie.....	63
Závěr.....	66
Seznam literatury.....	71

## **Abstrakt**

Estetická plastická chirurgie zažívá v České republice boom. Tím, že nabízí modifikaci těla, nějakým způsobem také přispívá ke změně pohledu na tělo a tělesnost současného člověka. V této diplomové práci se pokouším nahlédnout estetickou plastickou chirurgii jakožto instituci, ke které vedou tři odlišné cesty - cesta klienta, cesta lékaře a cesta propagace. K tématu jsem přistoupila skrze interview s lidmi, kteří mají s estetickou chirurgií žitou zkušenost. Zajímalo mě zejména, jaká byla jejich individuální zkušenost s tělem, co je přivedlo k rozhodnutí nechat si tělo chirurgicky upravit a jakou roli v tomto rozhodnutí hraje soudobá kultura, jenž neúnavně produkuje idealizované obrazy lidského těla. Tento výzkum jsem doplnila o interview s lékaři, kteří působí na klinikách estetické medicíny a managery těchto klinik, kteří se starají o jejich propagaci.

Lidé prostřednictvím svého těla vyjadřují svou osobnost, touží po dosažení ideálního souladu a k tomu jim třeba i drobná úprava zevnějšku může významně pomoci. Tělo se stalo projektem a estetická chirurgie nástrojem, jak nad ním převzít kontrolu – navzdory známým stárnutí, mateřství či vrozeným vadám.

## **Summary**

In Czech Republic, aesthetic plastic surgery experiences a boom. By offering body modification it also contributes to a change in perception of the body and physicality of a contemporary man in a certain way. In this dissertation I have attempted to view aesthetic plastic surgery as an institution to which three different paths lead – the path of a client, the path of a physician and the path of promotion. I have approached the topic through the interviews with people who have personal experience with aesthetic surgery. Foremost I was interested in what their individual experience with the body was, what brought them to the decision to have their body surgically modified and what was the role of contemporary culture which ceaselessly produces idealized images of a human body in this decision. To my research I have added interviews with physicians who practice at clinics of aesthetic medicine together with managers of these clinics who take care of the promotion.

Through their bodies people express their personality, they strive to reach an ideal harmony and even a minor modification of appearance may significantly help them to achieve this. The body has become a project and plastic surgery a tool how to win control over it – despite the signs of aging, maternity and congenital defects.

## Úvod

*Naše doba je posedlá mládím, zdravím a fyzickou krásou. Jak vizuální, tak tištěná média lidem stále předkládají, že krásné a pružné tělo, zářivý úsměv a atraktivní obličej jsou klíčem ke štěstí a úspěchu, ne-li samotným jeho základem. (Featherstone, 1991)*

Jak již naznačuje pracovní název, ve své diplomové práci se hodlám zabývat vztahem člověka a jeho těla v kontextu estetické chirurgie. Jak člověk vnímá své tělo, jak s ním nakládá a jak skrze něj působí (nebo chce působit) ve společnosti, také může vypovídat cosi o kultuře a sociálním světě, ve kterém žijeme. Dlouho jsem o tématu přemýšlela a pak jsem jednou zaslechla rozhovor, který mi vnuknul jistou myšlenku. Nedávno jsem cestovala vlakem, a i když je to pravda trochu neslušné, zaposlouchala jsem se do rozhovoru dvou mladých žen. Celý rozhovor se točil kolem těla. Začal vlastně nad nějakým časopisem, nad kterým se ženy, jak to tak chodí, vyjadřovaly o vyobrazených lidech, o jejich vzhledu, oblečení a tak podobně. Postupně se však rozhovor začal více „intimizovat“, ženy si začaly vyprávět o svých oblíbených make-upech, řasenkách a barvách na vlasy, přešly tedy postupně od komentování cizích „těl“ k vlastním zkušenostem a prožitkům těla. Podobných rozhovorů slyšíme denně v tramvajích a kavárnách asi dost. Čím mě tedy tento tak zaujal? Bylo to něco, co mě samotné připadalo trochu jak z jiného světa, ani ne tak proto, o čem šla řeč, ale spíše jakým způsobem se o tom mluvilo. Abych se vyjádřila srozumitelněji, ženy, jak jsem již uvedla, plynule přešly na půdu vlastního těla, v čemž jedna začala druhé vykládat o tom, jak si nechala „udělat“ nový nos, jaký to pro ni byl životní zlom, a že by si kamarádka také mohla nechat něco „udělat“ (např. přišíť uši, vyhladit vrásky či zmenšit poprsí). Přemýšlela jsem, co to bylo, co mě na jejich rozhovoru tak rozladilo, a pak mi to došlo... byl to způsob, jakým se bavily ženy o tělu, jakoby to bylo něco, co se dá koupit, předělat, nechat přešíť. Jakoby to byla věc. Nos za 40 tisíc, větší prsa za 70 tisíc...atd. Přemýšlela jsem, jaký postoj k tomu zaujímám vlastně já, chtěla bych také snad jiné tělo, je mi dobře v takovém těle, jaké mám? Kde se berou impulsy pro takové závažné rozhodnutí? Ještě v nedávné době by

přece nikoho nenapadlo nechat si říznout do těla jenom s tím cílem, že bude vypadat „krásněji“. A co je to ta „krása“? Kdo jí definuje? Jak s ní pracujeme v běžném životě? Dá se koupit krásné tělo? Tyto otázky asi v mé práci nezodpovím, ale pokusím se zaměřit na otázku, jakým způsobem lidé přistupují ke svému tělu, jak ho vnímají, co toto vnímání ovlivňuje, jak dochází k vyjednávání toho, jaké tělo „je“ a jaké by „mělo být“ a proč, a to právě v kontextu plastické estetické medicíny v současné kultuře.

Tento fenomén jsem se rozhodla zkoumat prostřednictvím interview s lidmi, kteří podstoupili některý ze zákroků estetické chirurgie a skrze interview s plastickými chirurgy, kteří působí na klinikách estetické medicíny. Rozhovory hodlám doplnit o rozbor propagačních materiálů klinik estetické medicíny a rozhovory s marketingovými managery klinik estetické medicíny, abych tak pohled předchozích dvou zúčastněných stran (klient – lékař) doplnila o třetí, a v dnešní době výrazný prvek, a tím je reklama a propagace. Reklama na zákroky estetické medicíny je charakteristická svou naléhavostí pro změnu. Podobnou naléhavost pro práci na tělesné schránce nacházíme i v médiích všeho druhu. Bude mě zajímat, jakým způsobem se tyto tři cesty, vedoucí k estetické chirurgii jakožto instituci prolínají, jak se vzájemně ovlivňují nebo liší.

Zde musím podotknout, že mě nebudou zajímat lidé, kteří podstupují takovouto operaci ze zdravotních důvodů, ale pouze takoví, které k zásahu vedou „estetické tužby“.

Estetická chirurgie je obor, na který mnoho obyvatel ČR stále kouká trochu „skrz prsty“, vidí jí jako něco nadbytečného, extravagantního nebo např. jako velký byznys. Faktem je, že existuje rozdíl mezi pacientem na klasické chirurgii a klientem estetické chirurgie (estetická chirurgie, někdy bývá nazývána také kosmetická chirurgie, je jedním z odvětví plastické chirurgie). Rozdíl je také v tom, že klient, přicházející na kliniku estetické medicíny si něco kupuje (je spotřebitelsky orientovaný), vede ho touha po „novém“ a snad „lepší“ těle, nikoliv zdravotní problém. Avšak kde je hranice mezi léčbou těla a duše? Co když někdo celý život skrytě trpí tím, že mu např. odstávají uši a plastická operace ho jeho trápení navždy zbaví? Je to léčba? Asi ano. Zcela jistě pro toho dotyčného.

Tělo se stalo objektem péče, projektem, na kterém můžeme pracovat. V naší kultuře hraje vzhled velmi důležitou roli. Tělo je a bylo i v minulosti předmětem směnných vztahů (otroci, prostitute..aj.).

V odborné literatuře se tyto vztahy nazývají „komodifikací“<sup>1</sup>. Komodifikací těla se tedy dá nazvat i proces, ke kterému dochází na půdě plastických klinik. Jednotlivé části si lze koupit, nechat předělat či úplně zrušit. Stačí se jen podívat na ceník a hned víme, co si můžeme dovolit a co ne.

---

<sup>1</sup> Pro ekonomy komodity prostě jsou, existují. Komodity (zboží, artikl) má nějakou užitou hodnotu a směnnou hodnotu, je vyrobena, existuje, cirkuluje..atd. Z kulturní perspektivy je však produkce komodit také kulturní a kognitivní proces. Komodity jsou nejen vyrobené, ale také kulturně označené, jakožto určitý druh věci. Z totálního celku věcí ve společnosti jsou pouze nějaké označeny jako komodity. Navíc, ta stejná věc může být jednou označena jako komodita a podruhé nikoli. Konečně také ta stejná věc může být jedním člověkem považována za komoditu, ale jiným člověkem nikoliv. Tyto rozdíly, kdy se určitá věc považuje nebo nepovažuje za komoditu, odkrývá *morální ekonomie*, která stojí za objektivní ekonomii viditelných transakcí. (Kopytoff in Appadurai, 1988)



## 1. Tělo ve společenských vědách

Lidské tělo není jen fyzický organismus, který osciluje mezi zdravím a nemocí a který má své fyzické potřeby. Lidské tělo „jsem“ JÁ, ale také JÁ „mám“ své tělo. Tělo je podmínkou prožívání. (Patočka, 1995)

*„Nikdo nikdy neřekne: jsem tu a svoje tělo jsem si vzal s sebou“.*

Alfred North Whitehead (Modes of Thought, 1938, st.156)

Jak s humorem poznamenává britský filosof a fyzik Alfred Whitehead, mluvit o sobě, jakožto o dvou oddělených entitách „JÁ“ a „tělo“, je pro naše myšlení jaksí nesmyslné. O těle se zde hovoří jako o nějakém zavazadlu, o něčem, co je možné někde zapomenout či co může být ztraceno (Frazer, Greco, 2005).

Pro lidské bytosti platí jeden zřejmý, nápadný fakt, jak píše Bryan S. Turner 1985: 1) ve své předmluvě ke knize *The Body and Society*, „lidé mají tělo a jsou tělo“. Jinými slovy, tělo ustavuje prostředí pro „JÁ“ a je neoddělitelné od „JÁ“ (Entwistle, 2000: 6). Tedy slovy Jana Patočky „...tělo, nikoli jak je zkoumá anatomie, fyziologie, nýbrž tělo jako subjektivní fenomén, lidské tělo tak, jak je žijeme, prožíváme. Toto živé tělo je podmínkou i toho, abychom o anatomickém a fyziologickém těle vůbec věděli. Subjektivní tělo není pouhým reflexem objektivního těla. Je sice subjektivní, ale je objektivní v tom smyslu, že je vůbec podmínkou života, prožívání. Celou tradicí bylo tělo člověka pojato tak, že vlastní těla, jak je žijeme a jak samo prožívá, se nemohlo stát námětem filosofické úvahy. Vyslovení této teze zde je do jisté míry prohrěškem proti naší metodě fenomenologie.“ (Patočka, 1995: 11)

Tělo bylo sociálními vědci dlouhou dobu opomíjeno a to z více důvodů. Jedním z nich byla domněnka, že tělo, jakožto živý organismus, spadá do sféry přírody, tudíž je polem zájmu spíše biologie, která, jak se předpokládalo, stojí mimo kulturu. Jako příklad můžeme uvést

např. sociobiologii, která „považuje tělo za před-sociální, na biologické bázi založené, a na kterém jsou superstruktury osobnosti a společnosti založeny“ (Schilling in Entwistle, 2000: 12). Mezi směry, které oddělují tělo a duši, kulturu a přírodu, zvíře a člověka, bychom zařadili ale i např. platonismus, evolucionismus, racionalismus...atd. „Ačkoliv je však pravdou sebevíce, že tělo má nějakou svou materiální existenci, stále platí tvrzení, že je vždy a všude kulturně interpretováno: biologie nestojí mimo kulturu, ale je v ní umístěná“ (Tamtéž: 12).

K tělu a tělesnosti se dá přistupovat také tak, že je neoddělitelné od toho, co se nazývá duchem. Tato tradice vychází převážně ze sociálních konstruktivistů a interpretativní sociální vědy a já ve své práci hodlám z této pozice vycházet, jelikož jak se ukáže níže, provázanost psychiky (duše) a těla je v kontextu plastické chirurgie neoddělitelnou záležitostí.

Dalším důvodem pro to, že sociální vědci tělo opomíjeli, byl fakt, že převzali karteziánský dualismus, který upřednostňoval mysl a její vlastnosti vědění a rozum nad tělem a jeho vlastnostmi citů a vášní. Nehodlám zde rozebírat jednotlivé pojetí těla v západní filosofii, ale pouze bych stručně načrtla některé přístupy, které se mi pro můj účel zdají být důležité, jelikož z nich dodnes víceméně čerpáme. Ve filosofii bylo tělo obecně považováno spíše za překážku či nebezpečí pro rozum.

Například Platón v dialogu Kratylos píše, že duše je chycená v těle, jako ve vězení. Platónova teorie idejí či forem považuje hmotu samu o sobě za nedokonalou nápodobou Ideje. Pro Platóna je samozřejmostí, že rozum by měl vládnout nad tělem a iracionální a žádostivou funkcí duše (Grosz in Frazer, Greco 2005: 47). V dialogu Faidón Platón prostřednictvím Sokrata hovoří o nesmrtelnosti lidské duše. Duše sídlí v lidském těle a tělo je tedy pod její nadvládou. Duši připodobňuje božskému a tělo smrtelnému. Tělo po smrti podléhá rozkladu, kdežto duše nesmrtelnosti. Duše je ve spojení s tělem jistým způsobem ve vězení a celou dobu života se připravuje na smrt a její osvobození (Platón, 2005).

Rozlišení látky x formy hraje opět úlohu v rámci rozlišení mezi substancí a případkem a mezi duší, kterou daruje Bůh a smrtelnou, hříšnou tělesností. V rámci křesťanské tradice korelovala separace těla a duše s rozlišením mezi tím, co je nesmrtelné a co smrtelné. Během toho, co je člověk živ, je tělo a duše neoddělitelná jednota, která je patrně nejlépe ilustrovaná příkladem Krista samotného. Kristus byl osoba, jehož duše a nesmrtelnost byly

odvozené od Boha, ale jehož tělo a smrtelnost je lidská (Grosz in Frazer, Greco, 2005). Křesťanství ustanovilo soubor kázeňských prostředků – nebo technologie jáství („technologies of the self“ - Foucault, 1997a), které byly vytvořeny, aby usměrňovaly člověka skrze asketická nařízení, především formou diet. Abstinencí mohl zbožný člověk přesáhnout omezení, jaká představují žádostivost v živočišném světě. Jednou z věcí, která odlišuje lidi od zvířat, je také to, že mají potřebu překrývat přirozenost (genitál, vlasy nebo obličej) kulturou (bederním pásem, šátkem či závojem)... (Turner, 2008).

To, co provedl francouzský filosof Descartes, nebylo ve skutečnosti oddělení mysli od těla (což se již předpokládalo od řecké filosofie počínaje právě Platónem), ale oddělení duše od přírody. Descartes oddělil dva druhy substance: myslící substanci (res cogitans, mysl) a substanci rozlehlou (res extensa, tělo). Pouze druhá jmenovaná pak, jak Descartes věřil, může být považována za část přírody, řízená fyzickými zákony a ontologickými potřebami. Zato mysl, myslící substance, duše či vědomí nemá v přírodním světě místo. Takovéto vyloučení duše z přírody je předpokladem založení vědění, nebo lépe řečeno vědy o vládnoucích principech přírody, vědy, která vylučuje a je lhostejna k jedinci. Vědecký diskurs usiluje o neosobní charakter, který se považuje za ekvivalent objektivitu (Grosz in Frazer, Greco, 2005: 48).

S otázkou po zkoumání těla sociálními vědci nám zde opět vyvstal trvalý problém po vztahu mezi přírodou a kulturou. Ačkoliv moderní sociologie byla náchylná k tomu, vypustit přírodu jako pouhý konstrukt nebo s ní nakládat jako s kulturním systémem, napětí mezi tělem, jakožto žijícím organismem nebo jako kulturním produktem, stále podpírá sociologické rozumění a debatu o těle a vtělení.

Ačkoliv rozlišení příroda x kultura bylo vždy velkým tématem sociální antropologie, bylo také důležitou částí klasické filosofie, kde přírodní se vztahovalo primárně k biologickému životu mimo obec, a za kulturní se považoval racionální život občanů v obci (Turner, 2008: 1).<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Sociální antropologie se pokusila demonstrovat pomocí komparativního etnografického výzkumu, že lidská přirozenost se v jednotlivých kulturách různí a že proto neexistuje nějaká obecná podstata lidství. (to demonstuje např. M.Mead na genderovém rozdělení společnosti )

Od 19. století, díky antropologii, začalo hrát tělo významnou roli v sociálních vědách. „Turner (1991) uvádí čtyři důvody, proč tomu tak bylo. Antropologie se zpočátku zabývala problematikou těla ve spojitosti s ontologií člověka, obecně řečeno více inklinovala k otázkám kolem obecné podstaty lidství, a dichotomií příroda/kultura. To vedlo k uvažování o tom, jak je tělo, jakožto objekt přírody, vyjednáváno (zprostředkováno) kulturně. Další podstatným okruhem zájmu antropologie bylo zaměření na potřeby, a jak se potřeby uspokojují v kultuře, čímž se zčásti zaostřila pozornost na tělo. Další dva soubory zájmů se točí kolem těla, jakožto symbolického objektu“ (Entwistle, 2000: 14). Podle Mary Douglas „je lidské tělo přirozeným symbolem. Tělo je model, který je schopný zastupovat jakýkoliv uzavřený systém. Jeho hranice mohou reprezentovat jakékoliv hranice, které jsou ohrožené nebo vratké. Tělo je komplexní struktura. Funkce jeho jednotlivých částí a jejich vztahy poskytují zdroj symbolů pro ostatní komplexní struktury“ (Douglas in Synnott, 1993: 229).

Druhým příkladem takového symbolického pojetí tělesnosti může být Pierre Bourdieu, pro kterého je tělo důležitým nositelem sociálního statusu. Pozice jedince v sociálním prostoru je dle Bourdieho vymezena ve vztahu k ostatním aktérům. Zavedl pojem *habitu*, podle kterého klasifikují jak sám sebe, tak druhé a zároveň jsem dle něho klasifikován. Habitus ustavuje naše kritéria vkusu a patřičnosti a tím dělá náš sociální svět srozumitelný. Z toho plyne, že i věci, kterými se obklopujeme, či jak pečujeme o své tělo, nějakým způsobem odráží mou sociální příslušnost (Bourdieu, 2000). „Podle antropologa Marcela Mause je tělo formováno kulturou. Do detailu popisuje to, co nazývá „technikami těla“, což jsou způsoby, kterými se člověk od společnosti ke společnosti učí používat své tělo. Tyto techniky těla jsou důležité prostředky socializace jedince do společnosti. Ve skutečnosti je tělo prostředkem, skrze který se člověk učí poznávat a žít v kultuře. Podle Mause se způsoby, jak se lidé učí používat svá těla různě také dle pohlaví“ (Entwistle, 2000: 14).

Jedním z těch, kteří v sociálních vědách významně ovlivnili uvažování o těle a tělesnosti byl francouzský filosof a historik Michel Foucault. Jeho práce měly velký vliv na vývoj obecných analýz těla. Klíčovým zájmem Foucaulta na tomto poli bylo „konstruování“ těla v kontextu mocenských a politických nastavení společnosti. Podle něj je tělo objektem, do kterého se vepisuje diskurs.

Foucaultovy úvahy se zaměřují na vzájemnou závislost moci a vědění (power/knowledge). Tělo je mocí/věděním formováno, disciplinováno, aniž by si toho bylo vědomo. Díky moci se sociální realita vlastně vytváří. „Moc je všude, to neznámá, že vše obklopuje, nýbrž to, že odevšad vychází“ (Foucault 2003: 109). „Během klasického věku došlo k objevu těla jako objektu a terče moci. Velká kniha Člověk – stroj byla psána současně ve dvou zápisech: v anatomicko-metafyzickém, jehož první stránky napsal již Descartes a v němž pokračovali lékaři a filosofové; a v technicko-politickém, který byl sestaven z celého souboru vojenských, školských, nemocničních nařízení a empirickými a promyšlenými metodami kontroly a nápravy těla“ (Foucault 2000: 200). Co je na těchto schématech poslušnosti nového, je především rozsah kontroly; nejde již o to zacházet s tělem vcelku, ale zpracovat jej v detailu (ovládat gesta, postoje, rychlost), dále kontrolovat ekonomii a efektivitu pohybů, jejich vnitřní organizaci – ceremonie výcviku. Nakonec je to také soustavné donucování, které bdí spíše nad postupy činností než nad jejich výsledky. Tyto metody můžeme nazvat „disciplíny“ (tamtéž: 201). Elegance disciplíny spočívá pak právě v tom, že se obejde bez nákladného a násilného vztahu (tamtéž: 202). Foucault vystavěl svůj koncept moci na modelu Panoptikonu. Je to systém zajišťující u jedince vědomý a nepřetržitý stav viditelnosti, který zajišťuje automatické fungování moci. Realita stálého dohledu tak nutí osoby podléhat neustálé sebekontrolé, čímž se stávají disciplinovanými, poslušnými (Tamtéž: 282). Foucaultova práce nám umožňuje nahlédnout, jak jsou individuální těla řízena rozvojem určitého režimu, např. dietního, který lpí na osobní zodpovědnosti za zdraví (disciplína těla) a jak jsou řízena a ovlivňována těla populací (bio-politika) (Entwistle, 2000). Jak zdůrazňuje Philipp Sarasin, Foucault vnesl do dějin těla „dynamickou“ perspektivu. Věnuje pozornost politicko-populačním imperativům a disciplinárním technologiím působící na tělo; jde tady nejen o disciplínu „učenívého těla, ale i o regulační techniky ve vztahu k populaci (Nodl, Tinková, 2007: 22).

Podobné zaměření jako u Foucaulta najdeme u Norberta Eliase, který píše o těle a jeho projevech v knize *O procesu civilizace* (2007). Jeho práce, věnované fenoménu „civilizačního procesu“, se zaměřují na „disciplinaci“ různých tělesných projevů, agrese, spontaneitu...atd. v průběhu vzniku moderního státu. V průběhu vytváření „civilizované“ společnosti došlo k omezování projevů animality (např. regulace pudů). Velkou roli zde hrála např. dělba práce, která si vynucovala lepší spolupráci a koordinaci lidí. Jedním

z projevů, který doprovázel tento proces, bylo i zvýznamnění pocitu studu a trapnosti, došlo tedy k větší sebekontrolě lidí (Nodl, Tinková, 2007). Elias se v tomto díle snaží porozumět historickým změnám v psychice a zjistit, které sociální procesy jsou hnacím motorem těchto změn. Dokazuje, že konstrukce psychična podléhá témuž řádu jako sociální struktura a pravidelnosti sociálních změn (Vajdová, 2011). Sarasin interpretoval eliasovskou tezi tak, že „institucionální moc je síť dlouhodobě se proměňujících a historicky kontingentních diapozitivů na těle“; teprve pak vzniká tělo jako konkrétní, existující ve společnosti (Nodl, Tinková, 2007: 20).

Příspěvek francouzského fenomenologického filosofa Maurice Merleau-Pontyho k teorii těla a tělesnosti je taktéž stěžejní, jelikož nevyzdvihuje ani tělo nad duši ani je nesjednocuje do nějaké ucelené teorie. Využívá konceptu prožitku (zkušenosti) a vnímání, aby tak ukázal, že tělo není nikdy buď subjekt nebo objekt, mysl nebo tělo, transcendentní či imanentní. Pro Merleau-Pontyho může být vědomí sebe i vědomí světa možné jen skrze tělo. Zkoumá zkušenost těla a to, jak tělo formuje zkušenost. Tělo není objektem, ale podmínkou, díky níž se můžeme vztahovat k ostatním objektům – ke světu. Tato koncepce těla mění i význam „světa“ – není již souhrnem konečných věcí, ale horizontem, který je navázaný na naše zkušenosti. Jedním z důležitých důsledků tohoto tvrzení je, že jednotlivé tělo nemůže být považováno za striktně atomistické či ohraničené jsoucno, není zcela odděleno od světa. Nemůžu dosáhnout vnější perspektivy mimo mé tělo, protože je nástrojem, skrze který vchází perspektiva do mé existence (Fraser, Greco, 2005).

Tělo v rámci sociálně vědního zkoumání nepředstavuje neměnný jednotný objekt. Tomu odpovídají i různá témata, která se v rámci těla zkoumají i vlastní užití metody k tomu se vážící.

Plastická chirurgie produkuje nikoliv závratný, ale rychle se množící počet lidí, kteří využívají možnosti radikálnější a přímější cesty, jak rekonstruovat své tělo. Zvláštní důraz se klade na mladistvost, ženskost/mužnost a krásu. Face-lift, liposukce, zploštění břicha, rinoplastika, labioplastika, augmentace...atd, je jen malý výčet operací a procedur, které se nabízejí lidem, kteří na to mají peníze, a kteří chtějí svá těla přetvořit.<sup>3</sup> Plastická chirurgie nechává zvláště silně vyvstat otázce „Co je tělo?“, jelikož umožňuje lidem přidat či ubrat nějaké množství tuků, masa či kostí ze svého těla podle jejich vlastní představy (Shilling, 2003).

## 2. Historie estetické plastické chirurgie

Plastická chirurgie má velmi dlouhou historii. Už kolem roku 1000 př. Kr. je v Indii zaznamenána první plastická operace (rinoplastika) u člověka, kterému byl uříznut nos, jakožto forma trestu. Na evropském kontinentu se plastické operace objevují se značným zpožděním. Na začátku 15. století začal provádět sicilský lékař Branca rinoplastiky, k čemuž užíval kůži z pacientovy paže, kterou přivázal k nosu, dokud se transplantovaná tkáň neuchytila. Další formy plastických operací se objevují kolem začátku 16. století a jsou sporadicky prováděny do pozdního 19. století lidem s vrozenými vadami či lidem s určitým typem deformit, které byly způsobeny úrazem nebo vlivem choroby (lepra, syfilis) (Davis, 1995). Estetickou plastickou chirurgií rozlišujeme od rekonstrukční či posttraumatické chirurgie, která se chápe jakožto obnovení funkčnosti těla (po úrazu, chorobě). Estetická chirurgie se ze své podstaty zaměřuje na ty části lidského těla, které jsou odkryté. Zpočátku operovala nejenom s imaginativním tělem, ale i s představovanou duší. Tělesné znaky se totiž spojovaly s charakterem osoby. Vzestup estetické chirurgie na konci 16. stol. pramení z objevení se epidemie syfilidy. Úkolem chirurga bylo opravit člověku postiženému touto nemocí propadlý nos, aby byl méně viditelný ve společnosti. Až Pierre Joseph Desault (1744 – 1795) navrhuje název plastic surgery (z řec. plastikos – hodící se pro formování). Nazývaly se tedy tak ty procedury, které opravovaly deformace a

---

<sup>3</sup> Od roku 1960 bylo v USA provedeno přes 2mil. augmentací ženám, které chtěly dosáhnout více „ženského“ těla (Shilling, 2003).

funkční deficity. Renesanční pojem beauty surgery byl vzkříšen na zač. 40. let 19. stol průkopnickým chirurgem Johannem Friedrichem Dieffenbachem. Použil ho s pejorativním podtónem, aby odlišil opravdovou rekonstrukční chirurgii, jež má léčebnou funkci, od pouhé estetické funkce (Gilman, 1999:12). Na počátku estetických operací stály změny tělesné schránky kvůli národnostním rozdílům (židovský nos, uši, černošské rysy...apod.). Ve světě, založeném na osvíceneckých ideálech „disciplinovaného světa a regulované populace“, nabízeli estetičtí chirurgové cesty k upravování těla tak, aby vypadalo zdravě a rasově přípustně. Začaly se měnit znaky, které byly považovány za neměnné – rasové, stopy stárnutí. (Tamtéž.) Klíčovým pro nárůst estetických plastických operací na konci 19. století byla schopnost chirurgů eliminovat bolest (vývoj anestetik od 1846) a zmírnit riziko infekce (objevení desinfekce 1867) (Davis, 1995). Velký vliv na rozvoj plastických operací měly války, ze kterých se vracelo velké množství zmrzačených vojáků, kterým plastičtí chirurgové pomáhali vrátit se do života.

Pacientovo vnímání autonomie bylo klíčové vzhledem k popularitě estetické chirurgie. Pod vlivem osvícenecké ideologie, která hlásala, že každý má právo přetvořit sám sebe, aby tak docílil štěstí, se dosáhlo základů moderní kultury estetické chirurgie. I Thomas Jefferson začlenil „štěstí“ do seznamu osvíceneckých ideálních cílů autonomních občanů. Na konci 19. století se rozšířil názor, že estetická chirurgie může léčit neštěstí – naplnění pacientových tužeb. <sup>4</sup> To se v dalším vývoji již nijak neměnilo, měnily se akorát tužby, trendy v požadovaných zákrocích a také postupy operací, které reagují na technologické inovace i rozvoj medicíny jakožto vědy. Proměna člověka byla slibem renesance a stála u programového základu osvícenství. Změna se stala také mantrou modernity. Lidé mají potřebu rozumět světu, aby byli šťastní. To, zda do světa zapadají, se zaměřuje na jednotlivosti – např. příliš velký nos. Může se zdát, že chirurgové pracují na fyzické stránce těla, ale oni spíše přetvářejí naše představy o sobě. Lidé se brání zapomnění, brání se vyčlenění, chtějí zapadnout, a proto neustále „upravují“ svá těla (Gilman, 1999)

---

<sup>4</sup> Gilman (1998:13) hovoří v tomto ohledu o tzv. somatopsychickém pohledu (jako opak k tradičnímu psychosomatickému pohledu psychoanalýzy), který vidí psychické problémy osob v jejich tělesném uspořádání.



### **3. Jak se propaguje „krásné tělo“ a jak se reklama odráží ve výběru kliniky**

*„Pouze povrchní lidé nesoudí dle vzhledu. Skutečné tajemství tohoto světa je to viditelné, nikoliv to, co nelze spatřit“.*

Oscar Wilde, *The Picture of Dorian Gray* (2003:24, vlastní překlad)

V této kapitole bych se chtěla věnovat způsobu, jakým se na trhu propaguje estetická medicína. V návaznosti na to se také zaměřím na otázku, jak se taková propagace promítá do rozhodování lidí estetickou operaci podstoupit, zda je to činitel, který má na rozhodovací proces vliv, či nikoliv.

V sociálním světě, kde jsme souzeni také dle vzhledu, je víra, že svůj vzhled můžeme změnit, osvobozující. Každý z nás má své vlastní normy vzhledu, dle kterých se rozhoduje komu věřit, koho milovat a koho se bát. Lidé touží vypadat v očích světa kolem lépe. Vizuální hodnocení je všudypřítomné, ale může nás dostat i do pasti (Gilman, 1999). Moderní kultura se podařilo rozmetat představu estetické fatality. Krása již nepředstavuje výsadu danou od přírody, která je vyhrazená jen pro některé, kterým štěstí přálo, ale práci, směřující k osvobození a stvoření sebe samé (Lipovetsky, 2000: 155).

Zájem o tělo, jeho neustálé vylepšování, snaha potlačit známky jeho stárnutí a touha udržet si zdravý, mladistvý vzhled zdá se nahrává těm typům zdravotnických zařízení, které se tímto směrem orientují. Jsou to především různá studia zdraví, centra krásy, kosmetické salony, soukromé dentální kliniky, laserová centra a v neposlední řadě i kliniky plastické chirurgie.

Cestou, jak lidem nabízet služby a produkty, je v dnešní době hlavně působivá reklama. Reklama je odrazem, zrcadlem společnosti. Den za dnem je obraz naší doby zaznamenáván

formou reklam v novinách, časopisech, billboardech i nových médiích. Už to nejsou pouze reklamy na nové typy aut, čisticí prostředky, či módní značky. Objevil se nám zde jiný typ reklamy a to reklama na zdravotnická zařízení.

Protože počet klinik plastické chirurgie v České republice stále narůstá, množí se také reklama na jejich služby. Bylo pro mě zajímavé hovořit s lidmi, kteří pracují na propagaci tohoto typu zařízení. Z interview marketingovou ředitelkou se ukázalo, že propagace chirurgické přeměny těla probíhá velmi podobně, jako u jiných komerčních produktů: „...produkt naší kliniky nabízím standardními cestami, jako jakýkoliv jiný produkt, máte jasné možnosti, jak o sobě dát vědět a to jsou média, která jsou dostupná na trhu – televize, tisková média, velmi málo rádia a velmi málo outdoorové plochy...“ (Marketingová manažerka, 41 let).

Estetika propagačních materiálů samotných klinik, jejich webových stránek, billboardů a reklam v tištěných médiích, které jsem měla možnost vidět, se dá v podstatě kategorizovat do třech skupin. První skupinou jsou takové reklamy, které se snaží apelovat na naši **subjektivitu**, na naše svobodné rozhodnutí přetvořit své tělo k obrazu svému, či na **psychické problémy** se vzhledem:

*„Plastická a estetická chirurgie dokáže plnit tajné sny o dokonalém těle a krásném obličejí. Téměř nic není nemožné. Říká se, že plastičtí chirurgové pomáhají duši s nožem v ruce“* (Svoboda, 2009).<sup>5</sup>

*„Plastiky léčí psychiku a zvýší sebevědomí.“*<sup>6</sup>

Reklamy na plastickou chirurgii většinou útočí na ženskou populaci. Podle statistik bylo za rok 2009 operováno na některé z klinik v ČR z celkového počtu klientů 87 procent žen.<sup>7</sup> Přesné počty klientů plastických chirurgií ale k dispozici nejsou. Jak uvádí V. Sršeň

---

<sup>5</sup> <http://www.svatopluksvoboda.cz/>

<sup>6</sup> <http://www.esthe-plastika.cz/media/doma-cz/plastiky-leci-psychiku.htm>

<sup>7</sup> <http://www.plasticka-chirurgie.info/plasticka-chirurgie-2009>

z ministerstva zdravotnictví, „*Plastické a estetické operace jsou hrazeny přímou platbou pacienta, a tak nemáme žádnou šanci vést statistiku tohoto typu operací*“ (Dolejš, 2009).<sup>8</sup>

Reklamní výroky typu: „*Každá žena má přece právo na to, líbit se sama sobě*“<sup>9</sup>, „*Pěkná ňadra nevyjdou nikdy z módy*“<sup>10</sup> jsou poměrně běžná.

Druhou kategorií, která se objevuje v reklamních materiálech, je změna osobního postoje, osobní **štěstí** a celkové **zlepšení kvality života**: „*Překročení prahu některé z ordinací pro vás může znamenat nový život, nové přátele, nové vztahy, postup v kariéře a hlavně posílení vlastní sebedůvěry*“<sup>11</sup>, „*Operace nosu na klinice Laurea vám vrátí sebevědomí a úsměv na rtech*“<sup>12</sup>.

Třetím výrazným prvkem, který nacházíme v propagačních materiálech samotných klinik i reklamách v médiích, je **osobnost lékaře**. Důvěra v operátora je dle slov marketingové ředitelky jedné pražské kliniky tím nejdůležitějším marketingovým nástrojem, což má své zřejmé psychologické důvody... „*vy někoho necháte tvořit to, jak budete vypadat a to je tedy opravdu velká odvaha...nechat někoho nevratně změnit vaše tělo a vlastně z vás udělat někoho, s kým se vy musíte ztotožnit ...Kdybychom to dovedli tedy úplně do důsledků, tak někdo vás znova vytvoří a k takovému člověku tedy musíte mít sakra důvěru....a podle toho si dnes klient kliniku vybírá...*“ (Marketingová manažerka, 41 let). Reklama tohoto typu staví pak zejména na tváři lékaře, která je centrálním prvkem celé reklamy.

Jak vyplynulo z analyzovaných rozhovorů, osobnost lékaře hraje velmi důležitou roli i v samotném procesu rozhodování, zda operaci vůbec podstoupit. Důležitá je zde první návštěva kliniky a konzultace s lékařem. Při této konzultaci se v podstatě řeší to nejdůležitější, o co tady jde, a to je výsledná podoba těla. U klasického lékaře je situace obrácená. Pacient tam obvykle přichází s problémem, kolikrát ani sám neví, co to

---

<sup>8</sup> <http://ekonom.ihned.cz/c1-37868980-lesk-a-bida-obchodu-s-krasou>

<sup>9</sup> <http://www.svatopluksvoboda.cz/clanek-hit-doby-modelace-genitalu.html>

<sup>10</sup> <http://www.svatopluksvoboda.cz/clanek-pekna-nadra-nevyjdou-nikdy-z-mody.html>

<sup>11</sup> <http://www.svatopluksvoboda.cz/clanek-chcete-se-zmenit.html>

<sup>12</sup> <http://www.omlazeni.cz/clanky/operace-nosu-na-klinice-laurea.html>

konkrétně je, a lékař se to pokouší vyřešit. U estetického chirurga je to jinak. Zde přichází člověk s něčím, co vnímá na svém těle jako chybu, ale pro druhou osobu může být problém to vidět. Zajímala jsem se tedy, jak probíhá takové vyjednávání o výsledné podobě těla.

*„Na konzultaci mne doktor prohlídl a vzhledem k mým tělesným proporcím mi navrhl variantu, která by pro mne byla ta nejlepší a nejpřirozenější....měla jsem s sebou připravené fotografie, jak bych si asi prsa představovala, ale dr. mi vysvětlil, že fotografie zkreslují a že každá z těch žen má jinak stavěné tělo, hlavně hrudní koš a jiné své původní poprsí...pak mi ukázal tabulku implantátů, pár mi jich dal na prostudování do rukou, abych zjistila jak jsou měkké a vysvětloval mi na nich, jak vše bude probíhat, jak to bude zhruba vypadat a jakým způsobem bude operace provedena. Pohovor trval cca 20 minut.“*  
(Dana, 32 let, zvětšení prsou)

*„...nedělal mi žádnou počítačovou vizualizaci nebo tak, bylo to jak na běžícím páse. Přístup byl v pohodě, ale bylo to velmi anonymní, nebylo to tak, že by se tam o mě nějak přehnaně starali nebo tak... Trvalo to půl hodiny asi....“* (Hynek, 38 let, abdominoplastika, potní žlázy)

Jinou perspektivu reflektovali samotní plastičtí chirurgové, kteří popisují průběh konzultace z čistě profesionálního hlediska. Lékaři zdůrazňovali důležitost konzultace, protože během ní musí dojít s klientem ke shodě. Pakliže se tomu nestane, tak nelze operovat: *„...ano, je to velmi podrobná konzultace, ta trvá půl hodiny, kdy probereme všechno od A až do Z, včetně tady já mám třeba nějaký fotky, obrázky, nákresy, prostě oni musejí být se vším obeznámení jo, ale rámcově...když mi třeba někdo přijde s nose, ukáže mi fotku a řekne: „já chci mít nos jako tady ta herečka“, tak já řeknu... počkejte, já vám to vysvětlím svými slovy a vy si pak vyberete. Nos má tři rozměry, pyramida – výška, délka, šířka, pak třeba máte tam nějaký hrbol nebo tak, to srovnáme, výsledek musí být v mezích normy, musí být přirozený, hezký. Prostě nikdy se nezavazuju, že ten nos bude vypadat tak, jako na fotce. Pokud má klient přehnané představy, neoperuji.* (Plastický chirurg, 56 let)

Kromě zcela běžné prohlídky a seznámení klienta s možnostmi, průběhem i případnými riziky operace všichni lékaři zvýznamňovali důležitost posouzení psychické stránky klienta, která je v tomto oboru klíčovou otázkou, jak dokládá jeden z lékařů *„je potřeba spíš pátrat u toho člověka ...ne se na něj koukat, co kde na něm uvidíte, že je jinak, aby byl*

*„dokonalej“, ale spíš je potřeba ho důkladně vyslechnout a dostat se mu tak říkáje pod povrch a prostě zjistit, co v tý hlavě má, co ho k tomu vede a proč o tom vůbec uvažuje a pak si sám pro sebe udělat závěr, jestli má cenu operovat nebo n, protože je spousta lidí, kteří mají úplně nereálný představy a nebo nejsou opravdu psychicky zdraví, takže ty lidi odkážete na psychiatra, psychologa nebo jinam, protože víte, že i když jim změníte třeba 10 věcí na těle, tak to s tou psychikou stejně nehne a problém tam bude přetrvávat, protože ten problém je někde jinde že jo...než v tom křivém nose.“ (Plastický chirurg, 45 let)*

Stejně jako u vyloženě komerčních produktů, nalezneme i na zákroky plastické chirurgie různé akce, soutěže a všelijaké „výhodné“ nabídky: *„Novoroční liposukce zdarma – zúčastněte se soutěže a vyhrajte profesionální zákrok – tumescentní liposukci na renomované klinice plastické chirurgie“<sup>13</sup>, „Vyzkoušejte neinvazivní liposukci a efektivní odstranění celulitidy. U nás nyní za vánoční ceny“<sup>14</sup>, apod. Mimo tištěná média je v dnešní době rozšířená i reklama na internetu, takže již nemusíme ani hledat a při četbě článku, který např. pojednává o dietách a zdravé výživě na nás z bočního panelu bliká sleva na zákroky estetické chirurgie.*

Poměrně často jsou reklamy na estetickou chirurgii doplněny o obrazy těl, usměvavých tváří, často květin a zjemněných motivů, které doplňují různé slogany, týkající se krásy (většinou ženského) těla, mládí, svěžesti a sebevědomí. Takový typ reklamy není ale pravidlem, jak tvrdí ředitelka marketingu: *„...jsou kliniky, které si do svých vizuálů dávají idealizované siluety žen, většinou to není skutečná žena, ale jenom nějaká grafika....pro mě takovéto reklamy nemají žádnou výpovědní hodnotu....“*(Marketingová manažerka, 41 let).

V rozhovoru s marketingovou ředitelkou kliniky estetické chirurgie jsem se také zajímala, jestli zná motivace jejich klientů, podle kterých se reklama modifikuje: *„Důvody, proč klienti přicházejí na naši kliniku, jsou dvojí. Buďto jsou to zdravotní potíže a nebo je to estetický důvod, ale ten má poměrně hluboký zásah do psychiky dneska...existuje jakási touha po dokonalých křivkách, a ta vám může způsobit opravdu velký problém, jsou to*

---

<sup>13</sup> <http://www.plasticka-chirurgie.info/novinky/novorocni-liposukce-zdarma>

<sup>14</sup> <http://www.laserplastic.cz>

*komplexy, mindráky, které nastupují, i když si říkáte rozumem, že to za to nestojí...stejně vás to trápí. Ale vy žijete ve věku, kdy se s tím dá něco udělat a o to větší problém to pro vás paradoxně může být...tím mířím k tomu, zda je to pouhá marnivost a říkám, no není!“* (Marketingová manažerka, 41 let).

O estetické medicíně se hovoří jako o psychochirurgii. Toto označení dokonale vystihuje podstatu výše zmíněného – léčba psychicky chirurgickým zákrokem. K psychologickému působení se řadí i zázemí kliniky, je to velmi důležité, protože osoby přicházející na kliniku estetické chirurgie nejsou klasičtí pacienti (z lat. pati –něco podstoupit, trpět), jsou to lidé, kteří si za výkon platí, proto je také nazývají lidé v oboru spíše klienty (z lat. cliens – chráněnc, vasal). Jsou to také klienti, kdo posuzuje výsledek zákroku, nikoliv lékař. Jak podotýká k tomuto tématu marketingová ředitelka jedné kliniky: „...*existují velké rozdíly v zázemí a vybavení jednotlivých klinik...a přestože je estetická chirurgie někde na pomezí mezi showbiznysem a medicínou, tak zázemí musí být medicínské, protože se tady operuje...navíc ale, ono je to vlastně všechno o kráse, klientům se tady prostě musí líbit, všechno musí být hezké, prostředí hezké, lidé musí být hezcí...je to přece jen něco jiného, sem přicházíte dobrovolně, vybíráte si, a proto všechno kolem musí působit hezky...“* (Marketingová manažerka, 41 let). Faktem je, že kliniky, které jsem navštívila, v žádném případě nepůsobily ustrnulým a skličujícím dojmem klasických medicínských pracovišť. Necítíme zde klasický „nemocniční pach“ z desinfekcí, stěny nejsou striktně bílé, ani lékaři často nenosí klasické pláště. Taková moderní klinika hlásá filosofii „*luxusu, modernosti a bezpečnosti*“ (Perfecte, 2010: 8), což znamená vysokou kvalifikovanost personálu, špičkové vybavení a určitou atmosféru klidu.

Z analyzovaných rozhovorů se ukazuje, že zázemí kliniky, její nadstandartní vybavení a určitý luxus není úplně tím podstatným, co by přimělo lidi rozhodnout se právě pro takovou kliniku. Na druhé straně jsou lidé, kteří vyjadřovali jisté zklamání nad prostředím kliniky, třeba i proto, že zákroky jsou pro většinu lidí poměrně drahou záležitostí a tak očekávají jistý nadstandard.

*„...abych pravdu řekla, kdyby tam nepracoval pan doktor, moc by mě to nenadchlo... v pokoji byly 3 postele, bílé zdi, vedle skříňka jako v nemocnici, nic moc“* (Klára, 26 let, nos).

*„...já nepotřebuju ležet na pokoji s televizí a počítačem...beztak po operaci jste ráda, když usnete, jaká je to bolest, takže tohle pro mě je absolutně bezpředmětné“ (Petra, 42let, modelace prsou, víčka).*

Lidé mají ale tendenci vyjadřovat se velmi příznivě o chování lékařů i ostatního personálu. Někteří byli skoro uchváteni příjemnou atmosférou kliniky:

*„Všichni tam byli moc hezký, i uklízečky hezký, jídlo dobrý... všichni příjemný, perfektní. To se málokdy vidí takhle pohromadě☺“ (Iva, 52 let, face-lift, víčka, liposukce).*

Nyní bych se pokusila nahlédnout oblast propagace estetické medicíny i z opačné stránky, tedy perspektivy příjemců reklamních sdělení. Protože v dnešní době je poměrně velký výběr klinik estetické chirurgie, některé jsou velmi mediálně známé, jiné naopak vůbec, zajímalo mě, jakým způsobem si lidé vybírají kliniku (lékaře), kterému se svěří do péče. Protože estetická chirurgie je plně volitelná, neexistuje zde klasický model jako v případě nemoci, kdy si v podstatě ani lékaře vybrat nemůžeme (pokud nejsme na soukromé klinice). Zde je tomu zcela jinak a tak motivace pro výběr určitého lékaře se různí, i když se lidé ve výpovědích hojně shodují v tom, že autorita lékaře, jakožto záruka kvality je zde na prvním místě.

*„...dala jsem hodně na reference od ostatních lidí, na různých serverech jsem kolem toho doktora hodně četla, jaký má reference...“ (Julie, 41 let, nos, liposukce).*

*„...podle reoperací, já jsem si nevybírala kliniku, ale doktora a bylo mi potom jedno, u který kliniky je. Mám doktora XY, který je na všech plakátech teď a v televizi, což předtím teda nebyl...no a mě to odrazuje teda, jakmile je někdo v televizi a dělá si tu propagaci, tak pro mě to není motivační“ (Petra, 42 let, modelace prsou, víčka).*

*„Říkal jsem si, ti budou dobrý, dělají i celebrity, byl jsem jednou na recepci, viděl jsem tam ty fotky, kdo k nim chodí, tak jsem si říkal, že to nepokazí snad... (Takže jste dal na tu reklamu?) Ano, tak kde se má člověk dozvědět jinak než z reklamy? Myslel jsem, že to bude to nejlepší, protože je to vyhlášená klinika, ale nebyla to pravda, protože jsem se pak dozvěděl, že mi půlku břicha zašívala sestra...“ (Hynek, 38 let, abdominoplastika, potní žlázy).*

Jako nejpodstatnější kritérium pro výběr kliniky tedy slouží osoba lékaře a jeho odbornost. Dále jsou to reference od ostatních lidí (známých, na internetu), tradice zavedené kliniky, blízkost bydliště a cena, která je však pro většinu lidí až na posledním místě. Nikoliv proto, že lidé mají dostatek finančních prostředků, ale proto, že když už se rozhodli pro tuto formu „vylepšení“ svého těla, záleží jim spíše na kvalitě, než na ceně a jsou ochotni zaplatit i více, pokud budou lékaři důvěřovat. Stejně tak v názorech na prostředí se lidé velmi liší, pro někoho je důležité, cítit se na klinice jinak než v nemocnici, protože si za zákrok platí a vyžadují jistý standard, jiní lidé vidí takové kliniky jako zbytečný nadstandard, záležitost pro jinou skupinu lidí než jsou oni a nehodlají za takový komfort platit víc.

Na autoritu a osobnost lékaře hrají i reklamy velkých klinik, jak potvrdil marketingový manager pražské kliniky estetické medicíny:

*„Jestli má nějaká reklama probudit důvěru klienta, pak je to z velké části ten vztah k tomu lékaři a ty reference, které získal, to znamená, že v ten moment ten naprosto přesvědčivý materiál, který toho klienta k nám přivádí je jenom z 20-30 procent oslovení médií nebo obecně nějakou reklamou a ten zbytek je renomé lékaře plus reference“* (Marketingový manažer, 39 let).

Nezbytnou součástí všech reklam, v médiích, na internetových stránkách jednotlivých klinik i v propagačních materiálech klinik, jsou fotografie, zejména tzv. **„před a poté“**.

Již v pozdních 40. letech 19. století, méně než jednu dekádu po objevení fotografie začal americký rekonstrukční chirurg Gurdon Buck používat fotografie „před a poté“ svých pacientů. Jeho fotky zdeformovaných a znovu „vystavených“ obličejů vojáků z občanské války, byly prvními snímky výsledků plastické operace. Estetičtí chirurgové ho rychle napodobovali. V pozdních 80. letech 19. století již snímky plasticky přetvořených obličejů hlásají „nové štěstí“ jejich nositelů. Ve fotografiích je záměrem ukázat zoufalství „před“ a štěstí „poté“ (Gilman, 1999: 37). Běžnou praxí bylo a je, že fotky „poté“ se všemožně vylepšují. Osoba „před“ je nenalíčená, přesvětlená či je použito blízkého záběru, který deformuje obličej. Osoba „poté“ je usměvavá, nalíčená a nasvětlená tak, aby vypadala zdravě a přirozeně.





Zdroj: <http://www.plasticka-chirurgie.info/pred-po-obrazky>



Zdroj: <http://plasticka-chirurgie.iobchody.com/>



Zdroj: <http://www.plasticka-chirurgie.info/pred-po-obrazky/operace-brady?doctor=vybulkova-zavadilova-jana>



Zdroj: <http://www.plasticka-chirurgie.info/pred-po-obrazky/oblicejove-implantaty-profiplastika?doctor=sulcova-hejnalova-ludmila>



Zdroj: <http://www.plasticka-chirurgie.info/pred-po-obrazky/face-lift-zlately?doctor=colic-miodrag>

V dnešní době se také krása a především tedy krása těla, zobrazuje ve svých detailech. Jsou to fotografie, které zobrazují detaily (dokonalé záběry očí, rtů, prsou...) a vybízejí nás k tomu, že se takovým obrazům můžeme podobat (Lipovetsky 2000: 173).

K reklamám, používajícím fotografie, se také vyjádřil marketingový ředitel pražské kliniky: „...*tomu nasvědčují i všechny ty plochy, které visí po Praze, tam se stačí trochu lépe podívat na ty fotografie a je evidentní, že je to z nějaké části vylepšená fotografie.*“ (Marketingový manažer, 39 let).

Reálná změna, měřená očima pacienta, je jediným důkazem úspěšnosti operace. Cestou, jak dát pacientovi důkaz, je fotografie. Fotografie také slouží lékaři k upevnění jeho statusu, jakožto „operátora umělce“ (Gilman, 1999). Fotografie jsou tedy důležitým nástrojem jak ukázat, že předchozí operace daného lékaře byly úspěšné. Z interview se ukázalo, že fotografie často hrají podstatnou roli při výběru kliniky či operátora

*„...vybrala jsem si na základě referencí, v mém případě hlavně na internetu, četla jsem všechny možné diskuze a vyhrál to ústav XY...hodně mi pomohly fotky nosu, co pan doktor vytvořil, byl to přesně ten styl nosu, jaký jsem chtěla, měl minimálně špatných referencí a krásné nosy, proto on...“* (Klára, 26 let, nos).

Mezi obrazová média se řadí i další, v dnešní době hojně rozšířený nástroj, a tím je video. Mohou to být televizní pořady, kde v jednom díle vidíme proměnu osoby takřka v „přímém přenosu“ nebo propagační videa klinik, kde jsou k dispozici realistické záběry z jednotlivých typů operací. Na medializaci zákroků plastických operací v reálné podobě reaguje jeden z lékařů ... *“bylo hodně kritik z řad lékařů, že obrázky z operace by se neměly ukazovat veřejnosti, ale já jsem tvrdil opak. Pacient si za zákrok platí a má právo vědět, do čeho jde, má být plně informovaný a má mít možnost to vědět a vidět. Pokud to nechce, zvolí si sám – stačí vypnout monitor“* (Perfecte 2010: 11).

Reklamní kampaně tedy, jak se ukazuje, vždy nějakým způsobem reflektují realitu. V dnešní době se vyžaduje výkonnost, pružnost a vitalita. Plastická chirurgie tím, že přetváří tělo tak, aby smazala stopy stárnutí, do konceptu doby přesně zapadá. Působí na psychiku člověka a vytváří prostředí, které se zcela odlišuje od běžných zdravotnických zařízení. Výsledek operace má přivodit klientovi nové sebevědomí a pocit štěstí. „Štěstí,

tedy centrální cíl estetické chirurgie, je definováno v termínech svobody individua, který může volně nakládat se svým tělem“ (Gilman, 1999: 18).

V současné kultuře, kterou Virginia L. Blum nazývá postchirurgickou, „jsou těla žen zkompromitována, ať již operace volí či odmítají. Když se zásah do vzhledu jednotlivce objeví na kulturní scéně jako možnost pro všechny, nikoliv pouze pro bohaté a slavné, když se operace stanou běžnou praxí střední třídy (a statistiky v ČR tomu nasvědčují), pak jsme s plastickou chirurgií nevyhnutelně propojeni, nehledě na to, zda ji sami podstoupíme. K plastické chirurgii nelze být lhostejný, když je všude kolem nás, vidíme ji ve večerních pořadech v televizi, vábí nás ze stránek ženských časopisů i z novin, které otvíráme během snídani. Tyto reklamy se staly běžnou součástí, jako cokoliv jiného v konzumní společnosti. Plastická chirurgie je praxe, na kterou musíme nějak reagovat“ (Blum, 2003, str. 44).

## 4. Tělo v konzumní kultuře (krásné tělo – šťastný život)

*„Člověk je stvoření touhy, nikoliv potřeby“*

(Gaston Bachelard, 1987: 16)

V této kapitole bych se chtěla zaměřit na to, jak je tělo užíváno a zobrazováno v soudobé konzumní kultuře a následně na to, jak (a zda vůbec) se tyto prezentace těla odráží v motivacích lidí pro podstoupení zákroků na estetické chirurgii.

Kultura konzumu a masové komunikace s sebou přináší nový rozměr v důrazu na estetickou normu těla (Lipovetsky, 2000). Dnešním ideálem je především štíhlé, pevné a výkonné tělo bez známek stárnutí. Konzumní kultura je nakloněna sebe-uchovávací koncepci těla, která povzbuzuje jedince, aby přijal pomocné strategie v boji proti chátrání a úpadku v kombinaci s teorií, že tělo je nástrojem rozkoše a sebevyjádření. Zobrazení krásného těla, otevřeně sexuálního a spojeného s hédonismem, oddechem a okázalostí, zdůrazňuje důležitost vzhledu a „módní linie“ (Featherstone in Featherstone, Hepworth, Turner, 1991). Na tento požadavek samozřejmě reagují producenti kosmetických přípravků, všemožných produktů, určených k zeštíhlení či regeneraci těla, salóny krásy, fitness centra i volnočasový průmysl a v neposlední řadě i centra či kliniky estetické chirurgie. Stačí se jen podívat, kolik různých typů přípravků, podporujících zeštíhlení či zkrášlení těla, je na trhu k dispozici. Jakoby štíhlé tělo bylo tou nejvyšší metou, zaručilo nám štěstí a osobní spokojenost. Domnívám se, že tuto představu silně podporují média, šířící stylizované obrazy těla.

Také populární média stále zdůrazňují výhody kosmetického udržování těla (tisk a televize je protknutá reklamami na kosmetické přípravky, se kterými se stanete okouzující osobou). Odměnou za estetickou práci na těle však přestává být duchovní spása nebo lepší zdraví, ale vylepšený vzhled a mimořádná osobnost. “S odkazem na Luigiho Cornara (1475 – 1566), což byl italský aristokrat, jenž napsal pojednání „Střídmý a ukázněný život“ nám Turner (1982) připomíná, že Cornarovy formulace diety z 16. století jsou uzavřené v striktně náboženském rámci a jsou míněné jakožto obrana proti potěšení těla

(smyslovosti). Dnes je tomu však právě naopak. Diety a údržba těla jsou stále více považovány za nástroje uvolňující pokušení. Disciplína a hédonismus nejsou již považovány za neslučitelné“ (Featherstone in Featherstone, Hepworth, Turner, 1991: 171).

V dnešní době jsou to především ženy, které jsou podstatně častějšími konzumentkami módních produktů a zkrášlovací kosmetiky, jejich tělo je také hojně užíváno pro reklamu (Tamtéž, 1991).

Tím nám zde vyvstává jakýsi ideál krásného těla, kterým je dnes, díváme-li se na to skrze optiku médií, tělo ženské. A jsou to také převážně ženy, které jsou chyceny v narcistickém světě sebekontroly, světě představ, krásy a obrazů. Jako příklad mohou posloužit např. titulky z online magazínů: „*Budte krásná za 3 hodiny. Kompletní proměna Vašeho image pod vedením profesionálního týmu stylistů a koloristů...*“<sup>15</sup>, „*Zamaskujte nadváhu a buďte sexy!*“<sup>16</sup>, „*Budte krásná a sexy během pracovní doby*“<sup>17</sup> atd. Zdá se to být možná přirozené, avšak žena, jakožto symbol „krásného pohlaví“ nebyla vždy samozřejmostí. Po převážnou část lidských dějin žena nepředstavovala svrchované ztělesnění krásy..., jde o čistě historický fenomén, společenskou instituci, „konstrukt“, jehož původ nepřekračuje úsvit nové doby (Lipovetsky, 2000: 97-98). V 15. století se Marsilio Ficino, italský filosof a lékař, pokusil smířit platónskou filosofii s křesťanskou dogmatikou a chtěl dokázat, že světu a životu vládne „duchovní koloběh“, který vede od Boha ke světu a od světa k Bohu a definoval krásu jakožto „boží akt či paprsek, který prochází veškerenstvem“...tím také dochází ke zrušení spojení krásy a hříchu (tamtéž: 110-112). Až do závěru 19. století se však modloslužebnictví krásného pohlaví odehrávalo v rámci bohatých a kultivovaných vrstev, což se v průběhu 20. století vlivem médií zcela proměnilo. Prosazuje se nezadržitelná dynamika industrializace a demokratizace výrobků krásy (tamtéž: 123.) Protestantská etika 19. století, s důrazem na tvrdou práci, hospodárnost a chudobu, tak uvolnila místo etice volného času, spotřeby a „*kalkulovaného hedonismu*“ (Tamtéž: 171).

---

<sup>15</sup> [www.capnito.cz/cs/budte-krasna-za-3-nodiny-kompletni-promena-vaseho-ucesu-barva-strih--hlouhkova-regenerace-k-t](http://www.capnito.cz/cs/budte-krasna-za-3-nodiny-kompletni-promena-vaseho-ucesu-barva-strih--hlouhkova-regenerace-k-t)

<sup>16</sup> <http://www.prozeny.cz/magazin/krasa-a-moda/modni-trendy/9743-zamaskujte-nadvahu-a-budte-sexy>

<sup>17</sup> <http://prozeny.blesk.cz/clanek/pro-zeny-hubnuti/141068/budte-krasna-sexy-a-fit-behem-pracovni-doby.html>

Velkým posunem v zobrazování těla a také tím, co upevnilo základy konzumní kultury, byl ve 20. letech 20. století rozkvět nového média – filmu, velkonákladového tisku, bulvárních magazínů a rádia. Všechna tato média velebila ležérní, volný čas a propagovala nové normy a standardy chování. Reklama se stala strážcem nové morálky, lákala jedince, aby se podílel na spotřebě zboží a služeb. Obrázky krásy, mládí, luxusu a hojnosti se v očích lidí pevně propojily se zbožím, probouzejícím dlouho potlačované touhy a také vědomím, že jedinec má možnost a prostor k sebezdokonalení ve všech aspektech jeho života (Featherstone, 1991). Také svůdnost a krása ženy již nejsou prezentovány jakožto neřest, ale staly se v podstatě téměř nutnou součástí každé ženy. V průběhu 20. století pak došlo k demokratizaci zkrášlujících praktik. Krása již není jen výsadou bohatých a privilegovaných vrstev, ale nárok na krásu má každý. Děje se tak v důsledku profesionalizace estetického ideálu (modelky, herečky) a masového konzumu obrazů a výrobků krásy (Lipovetsky, 2000). Podle Baudrillarda „modelka již není předmětem touhy, ale je zcela funkčním objektem (nejde už tak ani tak o tělo, nýbrž o tvar), určitým fõrem znaků, ve kterém jsou móda a erotika smíšeny. Tělo prodává produkty, krása prodává produkty, erotičnost prodává produkty“ (Baudrillard in Frazer, Greco, 2005:280-281). Dříve byla nahota něco nepřístojného, i sex se doma musel odehrávat ve tmě, dnes vidíme lidské tělo prakticky úplně nahé na každém kroku. Možná i to lidi nutí o tom svém těle více přemýšlet. Ačkoli jsou naše tělesné vlastnosti jasně dané (výška, kostní struktura), v konzumní kultuře vládne tendence, která tělu přisuzuje vlastnosti, jako by bylo nekonečně ohebné a tvárné. Člověku se vnucuje myšlenka, že tvrdou prací a úsilím může každý dosáhnout dokonalého vzhledu (Featherstone in Featherstone, Hepworth, Turner, 1991). Důraz na životní styl nabádá jedince, aby přijal zodpovědnost za svůj vlastní osud. Skrze každodenní režim tělesného udržování (diety, sport), disciplínu a odpírání se snaží dosáhnout atraktivního těla a s tím spojeného určitého životního stylu (Davis, 1995: 47). Při rozhovorech, které jsem prováděla mezi lidmi, kteří podstoupili plastickou operaci, jsem se také ptala, jak se starají o své tělo:

*„svému tělu se věnuji: kvalitní strava, pitný režim, 2x týdně posilovna, z kosmetiky jsem vyzkoušela snad všechno, přípravky na celulitidu taky asi všechny, chodím občas na botox ...“* (Radka, 34, modelace prsou).

*„...používám pečující kosmetiku a kvůli vráskám chodím na botox...“* (Petra, 42 let, modelace prsou).

Reklama zobrazuje idealizovaný svět. Její nebezpečí pak spočívá v tom, že jejím častým opakováním můžeme nabýt dojmu, že svět má vlastně vypadat tak, jak nám to v reklamě podávají. V reklamách jsou nám předkládány určité standardy krásy, avšak často nereálné - fotky nedospělých dívek a počítačově upravených ženských těl. Má to však dle Žáčkové jednu zřejmou příčinu – ekonomickou výhodnost. „Prezentováním ideálu, kterého je těžké dosáhnout a udržet, profitují společnosti, které prodávají dietní a kosmetické výrobky. Dle odhadů vydělá samotný dietní průmysl v USA 100 miliard ročně.“ Kosmetický průmysl ale nejde jenom proti nadváze, ale i proti stárnutí. Stárnutí je prezentováno jako hrozba, které je třeba se vyhnout (Žáčková in Cviková, Juráňová, Kobová, 2005). Plastická chirurgie je krajním výrazem snah o dokonalost těla. Nehledě na to je to obrovský průmysl (Bourdieu, 2000).

Kultura populárních filmových hvězd a modelek z přehlídkových mol lidem bez přestání ukazuje, jaký je ideál současného těla. Populární tisk (především tzv. ženský tisk) se jenom hemží zaručenými recepty populárních hvězd na to, jak si udržet krásnou postavu a mladistvý vzhled – např. „*Jak hubnou hollywoodské hvězdy*“<sup>18</sup>, „*Herečka Kirstie Alleyová bude hvězdou reality show o hubnutí*“<sup>19</sup>, „*Jak hubnou naše celebrity*“<sup>20</sup>, „*Zpěvačka Jennifer Hudsonová zhubla z velikosti XL na S*“<sup>21</sup>. Články v ženském tisku jsou v hojné míře spojené s péčí o tělo, krásou, módou a zdravým vzhledem. „Prosazuje se zde reklamní rétorika a voluntaristické výzvy“ (Lipovetsky, 2000: 148). Všechny tyto aspekty hrají v podstatě na jednu velmi silnou strunu a tou je dosažitelnost změny a převzetí zodpovědnosti za svůj život (tělo). Dosažitelnost se projevuje také v umístění klinik. Jak podotýkají Maine a Kelly (2005) plastičtí chirurgové otevírají nové kliniky v areálech nákupních center a podobných lokalitách, aby tak veřejnost nabyla dojmu, že se jedná o naprosto normální, běžnou věc, stejně jako třeba návštěva kadeřníka či kosmetického salónu. Dle Wolfové „ženské časopisy nejen že odrážejí naše vlastní dilemata ohledně krásy, která se vyžaduje, jakožto omluva za nové možnosti a moc, oni je ještě zesilují.

---

<sup>18</sup> [http://revue.idnes.cz/jak-hubnou-hollywoodske-hvezdy-d3h/lidicky.aspx?c=A031013\\_173134\\_senzace\\_lf](http://revue.idnes.cz/jak-hubnou-hollywoodske-hvezdy-d3h/lidicky.aspx?c=A031013_173134_senzace_lf)

<sup>19</sup> <http://www.novinky.cz/koktejl/183393-herecka-kirstie-alleyova-bude-hvezdou-reality-show-o-hubnuti.html>

<sup>20</sup> <http://www.novinky.cz/zena/styl/209418-jak-hubnou-nase-celebrity.html>

<sup>21</sup> <http://www.novinky.cz/koktejl/221339-zpevacka-jennifer-hudsonova-zhubla-z-velikosti-xl-na-s.html>



Společným působením sestavují jakýsi index krásy, který ženy sledují se stejným napětím, s jakým muži sledují burzovní zprávy“ (Wolfová in Cviková, Juráňová, Kobová, 2005:39).

Tento kulturní tlak na ideální tělo se projevil i v analyzovaných rozhovorech. Z analýzy vyplývá, že ženy se často nedokázaly vyrovnat se svým tělem, zejména co se týče tvarů jednotlivých tělesných partií.

*„...vadily mi ty velké boky...po jejich plastickém upravení zase vyčuhovalo břicho, tak jsem se rozhodla pro další liposukci...prostě mi to tam vadilo, necítla jsem se souměrná...“* (Julie, 41 let, nos, liposukce).

*„...no svléknout se u lékaře jenom kvůli rentgenu třeba bylo pro mě trauma...“* (Petra, 42 let, modelace prsou, víčka).

Nepřehlédnutelnou součástí výpovědí o motivacích pro plastickou operaci, byl způsob, jakým se lidé vyjadřovali o svém těle. Často o něm hovořili jako o jednotlivých částech, zejména o těch, které je trápily, a které jakoby narušovaly celek těla. Změna jedné části těla jim v tomto případě pomohla, aby se cítili se svým tělem spokojeni, aby ho vnímali jako „normální“.

*„když jsem byla mladá, byla jsem myslím hezká ženská, jenom ty uši mě trápily...nikdy jsem nemohla nosit culík, vlasy za uši...nic, ty uši mi všechno kazily ☺...“* (Božena, 52 let, uši).

*„...když jsem se viděl v zrcadle a přimáčknul jsem si je rukama, tak jsem si říkal, jo, to je ono, takhle bych to chtěl...vzhledově, když se na sebe podíváš, tak mi to prostě vadilo, že je tam mám...“* (Milan, 38 let, uši).

*„Tenkrát jsem byla se svým tělem spokojená, krom prsou, byla jsem štíhlá, pohledná holka☺“* (Dana, 32 let, zvětšení prsou).



Další zajímavou součástí dnešní kultury je design sociálního prostoru. V soudobé kultuře je materiální uspořádání každodenního života – sociální prostor – zdá se speciálně designovaný tak, aby napomáhal zobrazovat tělo (expozice, exhibice) a podporoval jakýsi sebe-dohled. Chodníky jsou lemovány výlohami, prosklenými dveřmi, restaurace často obsahují zrcadlové plochy, stejně tak výtahy, obchody, banky a jiné instituce veřejného prostoru. Nutí nás vidět své tělo téměř na každém kroku. Ve spojení se současnou konzumní kulturou, ve které je tělo nahlíženo jakožto něco, na čem bychom měli stále pracovat, co lze měnit, přetvářet, je jen velmi obtížné nepropadnout panice z toho, pokud naše tělo neodpovídá normě. Z analyzovaných rozhovorů se ukazuje, že zrcadlové plochy, nebo například i fotoaparáty a videa, často napomáhaly k neustálému uvědomování si vlastního těla.

„...vždycky když jsem se viděl v zrcadle, tak jsem si ty uši přimáčknul☺...“ (Milan, 38 let, uši).

„...když si vyslechnete příběhy těch pacientů, tak vám to přijde třeba absurdní, ale ve chvíli, kdy má někdo třeba nos, se kterým není vůbec spokojený, tak ho třeba nepřinutíte, aby se nechal někým vyfotit, nechce se dívat do zrcadla, nezkouší si věci v kabinkách, to už jsou takový dozvuky, kdy s tím tělem nejste spokojen...“ (Plastický chirurg, 56 let).

Featherstoneova koncepce „JÁ“ jakožto „performing self“, která klade velký důraz na vzhled, jevení se a řízení dojmů tyto výpovědi dokládá. Péče o tělo je projektem, na kterém se pracuje, protože skrze tělo člověk prožívá to, co je mu milé – jídlo, sex, krásu, mládí –

péči si je uchováme déle (Frazer, Greco, 2005: 27). Pokud selže běžná péče, existuje jiné řešení proti chátrání a tělesnému úpadku a tím je plastická chirurgie.

Média nám neustále předkládají představu toho, že naše tělo (naš vzhled) je něčím, na čem bychom měli neustále pracovat a to i v případě stárnutí. Ve svých důsledcích to nutí lidi k tomu, že jsou sebereflexivnější, více si uvědomují své nedostatky a jsou emocionálně zranitelnější. Plastická operace je pak pro ně jistým východiskem. Jak se vyjádřila marketingová ředitelka jedné pražské kliniky estetické chirurgie:

*„...ti lidé mají nějaký ideál...a i plastická chirurgie pomůže k tomu, že se tím tělem člověk začne více zabývat a že z toho má třeba i problém...a protože ví, že existuje řešení, tak přemýšlí, jestli je to pro něj vhodné, co na to okolí, finance...a už se k tomu přidávají další problémy. Když byste neměla tu možnost, tak to prostě překousnete a neřešíte to, tady ji poměrně jednoduše máte“* (Marketingová manažerka, 41 let).

Protože dle Schildera (Grogan, 2000) není vnímání obrazu těla jen kognitivní konstrukcí, ale také odrazem postojů člověka k ostatním lidem a okolí, zajímalo mě, zda lidé cítili nějaký tlak zvenčí, svého okolí, ze strany medií, která nám předkládají obrazy „dokonalých“ těl apod. Jak se ukázalo z rozhovorů, tak určitý tlak ze strany médií tady existuje:

*„...no určitě si myslím, že jsme ovlivněný téma médiama, téma fotografiema v časopisech, i když spousta lidí si to nepřipouští, tak myslím si, že většina lidí je tím alespoň částečně ovlivněná...zejména ženy, tam je ta krása důležitější, i když ne nejdůležitější, ale tu roli to hraje no...“* (Julie, 41 let, nos, liposukce).

*„...přátelé a rodina o mém rozhodnutí nevěděli, ale ovlivnila mě média. Četla jsem weby o celebritách a vždy, když jsem tam uviděla zprávu, že si nějaká celebrita nechala udělat plastiku nosu, záviděla jsem jí“* (Marcela, 29 let, nos).

Z analýzy se také ukázalo, že komplexy z vlastního těla nejsou většinou zapříčiněny okolím, ale jde zejména pouze o individuální pocity, které nejsou zapříčiněny vnějším tlakem. Informanti často hovořili o tom, že okolí je vždy bralo takové, jací jsou, ale oni sami se se svým tělem nedokázali vyrovnat.

*„Moje nejbližší kamarádky s tím vesměs nesouhlasí, to až do teďka to pořád poslouchám. Můj manžel bývalý, který byl teda sice příšerný, ale nikdy mi to neřekl, že bych měla hrozný prsa, to ne, takže to byla teda fakt jenom moje vlastní vůle“ (Petra, 42 let, modelace prsou).*

*„Manžel ten to nějak jako schvaloval, nebyl proti tomu, ne že by si to přál, abych na to šla, ale nebyl proti...to dcery ty mi říkaly, že jsem se zbláznila, že to je zbytečný, že přijdu o svůj charakteristický nos, že budu mít takový, jako mají všichni ostatní...nó... ale tak to mě neodradilo teda☺“ (Julie, 41 let, nos, liposukce).*

*„...nikdo mi nikdy neřekl, že bych měla velký nos...naopak, když už jsem se svěřila, každý říkal, že jak jsem na to přišla, že velký není...ale já z něj nemohla kolikrát ani spát, myslela jsem na něj skoro nonstop...“ (Klára, 26 let, nos).*

Percepce těla je v konzumní kultuře ovládaná obrovským množstvím vizuálních představ. Moderní život je díky fotoaparátům a videím charakterizován jako obrovská zrcadlová síň (Featherstone, 1991: 178). Každodenní uvědomování si svého vzhledu je ještě vyostřeno srovnáváním – s minulostí, s idealizovanými obrazy lidských těl. Takové srovnávání nám stále připomíná, kdo jsme a kým se za pomoci úsilí (či plastiky) můžeme stát.

*„...pamatuju se, že jsem se viděla jednou na videu a od té chvíle jsem věděla, že si nos zmenším, viděla jsem totiž přímo frňák“ (Klára, 26 let, nos).*

*„O plastice jsem přemýšlela deset let, ale doopravdy jsem se rozhodla až poté, co jsem viděla fotky z loňské letní dovolené“ (Marcela, 29 let, nos).*

Interview ukázaly, že k psychologické nespokojenosti s vlastním tělem tedy přispívalo jak okolí, tak obrazy vlastního těla. Jak píše Vilém Flusser (2002: 40) „žijeme ve fiktivním světě technických obrazů a zažíváme, prožíváme, hodnotíme a jednáme stále častěji v závislosti na těchto obrazech“. Mnoho žen trpí tím, že jejich tělo neodpovídá soudobému ideálu ženskosti, který je nám předkládán skrze obrazy, které denně vídají téměř za každým rohem. Všichni si svorně uvědomují, že obrazy jsou do jisté míry faleš, retuš a postprodukce, nicméně jsme vystaveni neustálé konfrontaci s těmito obrazy a svým vlastním tělem. „Ochota, s jakou ženy všech tříd, etnik a generací přijímají představu, že jejich tělo je jako zahrada – prostor pro neustálé vylepšování a tvarování, je zakořeněna

v chápání těla jako zboží. Spotřební společnost, ve které ženské tělo hraje klíčovou roli při polidštění jiného zboží, zatímco samo je prezentováno jako nejlepší zboží, vytváří u žen všechny možné problémy s vnímáním vlastního těla, a to jak na úrovni zkrácené představy o vlastním těle i tělech ostatních, ale i tím, že vede k odtržení od vlastního těla“ (Orbach in Grogan, 2000:51). Ženy často nedokážou přijmout své tělo takové, jaké je, třeba i v případě naprosto běžných změn tělesné konstituce, např. po mateřství:

*„... když jsem porodila, mě se stala příšerná věc prsy, ale opravdu, jako ta žena z Afriky jsem vypadala...“* (Petra, 42 let, modelace prsou, víčka).

nebo: *„...byla jsem nespokojená se svým hrudníkem a toužila jsem to větších a hezčích prsou...“* (Radka, 34 let, zvětšení prsou).

Tělo se dá ale v rámci konzumní kultury chápat i jako objekt. Dle Jeana Baudrillarda je tím nejlepším konzumním objektem. Ve své stati z roku 1988 tvrdí, že znovuobjevení těla po tisíciletí puritanismu, jeho všudypřítomnost v reklamě, módě, masové kultuře...atd., kult hygieny, diet a terapií, který tělo obklopuje, posedlost mládím, elegancí a udržováním, to vše nám ukazuje, že z těla se stal jakýsi „*objekt spásy*“. Tělo dle něj doslova převzalo morální a ideologické funkce duše. Zatímco dříve se pod vlivem křesťanství snažilo lidem spíše namluvit, že tělo nemají, jelikož bylo hříšné, dnes vládne snaha lidi o jejich těle přesvědčit. Otázka zní, není snad tělo to nejzřejmější, co máme? Asi ne. Tělo je, jak tvrdí Baudrillard, kulturní fakt. V kterékoliv kultuře nám organizace vztahu k tělu reflektuje způsob organizace vztahu k věcem a taktéž sociální vztahy (Baudrillard in Frazer, Greco, 2005). Tělo dnes nosíme jako oděv, je našim druhým domovem, obýváme ho, do těla také investujeme. Investice ale vždy vyžadují nějaký zisk. Baudrillard tvrdí, že ziskem je v tomto případě získání nějakého sociálního statusu. To, jak vypadáme, nás někam zařazuje, stejně tak jako úspěch člověka v byznysu (tamtéž, 2005: 279). Investovat do čehokoliv bez zjevné vidiny zisku by bylo přece jenom nesmyslné. A to si taktéž uvědomují ti lidé, kteří podstupují zákroky na plastické chirurgii. V západních zemích je dosti běžné, že plastické operace podstupují lidé na vyšších postech v různých obchodních firmách, aby si udrželi zdravý a mladistvý vzhled, nebyla na nich znát únava z přepracování a vyhnuli se tak velké konkurenci mladých absolventů, kteří nastupují na podobné pozice (Elliott, 2008). Takový silný trend tady v České republice zatím slovy marketingové ředitelky kliniky plastické chirurgie není: *„...tak ono obecně, ten diktát*

*mladí tady je ale ...akorát to není tak striktní, že by to mohlo ohrozit jejich pozici v zaměstnání. Oni se budou líp cítit, pokud budou vypadat lépe. Těch důvodů je spousta a pořád se to vlastně stejně točí kolem toho, že se chcete sobě a okolí zalíbit, a zalíbíte se, když vypadáte mladě“* (marketingová manažerka, 41 let). Domnívám se, že současná obrazová kultura nám předkládá jistý obraz ženství/mužství, kterému pokud člověk neodpovídá, může to v něm vyvolat silný pocit méněcennosti. Tělo nám slovy Baudrillarda jaksi „zposvátnělo“, není to již jen maso a kosti ani pracovní nástroj, ale předmět narcistického uctívání či součást sociálních rituálů a taktik, přičemž krása a erotičnost jsou dva hlavní leitmotivy (Baudrillard in Frazer, Greco, 2005).

#### **4.1. Reality show – operace na televizní obrazovce**

Jedním z projevů soudobé konzumní kultury ve vztahu k tělu je i prezentace estetické chirurgie formou **reality show**. V této podkapitole bych se zaměřila na prozkoumání tohoto fenoménu v českých médiích.

*...ted', když se podívám do zrcadla, jsem nejmladší a nejkrásnější... (Vlasta, účastnice reality show).*

*...zvedlo se mi sebevědomí, to určitě, připadám si mladá... (Zuzana, účastnice reality show).*

*..plastika byla mým snem dlouho a kdybych to neuskutečnila ted', chtěla bych to dál...Zvýšilo se mi sebevědomí, jsem si jistější, začala jsem se více smát, řekla bych, že jsem veselá“ (Eva, účastnice reality show).*

Vzrůstající oblíbenost plastických operací s sebou nese i popularitu na poli mediálním. Na stránkách časopisů se populární hvězdy show byznysu svěřují, jakým způsobem si nechali vylepšit svá těla, plastické operace jsou také vděčným tématem televizních i rozhlasových diskuzí, v magazínech míváme reklamy na kliniky plastické chirurgie a vznikají i televizní pořady typu *reality show* (u nás například Cesta proměny, Mladší o pár let). Oblíbenost reality show je enormní, ať už se jedná o proměnu bytu, chalupy, auta nebo těla. Zaměřím se nyní na poslední jmenovanou proměnu, proměnu tělesné schránky člověka. České verze reality show, ve kterých lidé procházejí

chirurgickou přeměnou svého zevnějšku, imitují zahraniční pořady podobného ražení (zejména americké – *I want a Famous Face*, *Extreme Makeover*, *10 Years Younger*, *Brand New You*, *Before and After...*atd.), které se vysílají v západních zemích už léta. V takovýchto pořadech jsme během čtyřiceti minut svědky někdy razantní, někdy méně viditelné proměny člověka. Na začátku pořadu se seznamujeme s většinou úplně běžným obrazem člověka tak, jak funguje v každodenním životě. Osoba mluví o své motivaci pro proměnu své tělesné schránky prostřednictvím plastické chirurgie, mluví také o svém životě jako celku. Domnívám se, že se tak divákům má podat obrázek, se kterým se člověk může ztotožnit, že účastník takovéto show je jednoduše jeden z nás, je to ten „obyčejný člověk“ – může to být můj řezník, můj soused, paní, která mi hlídá děti, má teta, já sám. Mé tvrzení dokládá i úvodní řeč moderátorky takové reality show: *„Naše dnešní hrdinka vám bude svým příběhem velice blízká, protože žije právě ten život, jaký žijete možná i vy – rodina, starosti, rozdala by se pro druhé. K tomu stres, nějaké ty zdravotní potíže a koktejl faktorů k předčasnému stárnutí je na světě. A pak máte dvě možnosti – smířit se s tím a utěšeně stárnout nebo bojovat a chtít změnu.“*<sup>22</sup>. Tímto se už na počátku ruší klišé, které je stále mezi lidmi rozšířené, a tím je tvrzení, že plastická chirurgie je pouze pro bohaté či pro celebrity z televizních obrazovek. Dalším krokem v pořadu je expozice těla účinkujícího ve skleněném boxu, umístěném na veřejném místě (nákupní centrum, náměstí). Záměrem takového, vcelku ponižujícího aktu, je nechat kolemjdoucí hodnotit tělesnou schránku účastníka. Lidé se zastavují, tipují jeho věk, radí, co by se sebou měl dotyčný udělat – např. zhubnout, nechat si zmenšit nos, předělat zuby...apod. Následně se video účastníkovi pustí a odkryje se jeho pravý věk. Následuje návštěva lékaře, domluví se termíny a celé velké divadlo fyzické přeměny probíhá téměř v přímém přenosu. Celý pořad je protkaný střihy z rodinného kruhu, kde je dán prostor rodinným příslušníkům, dychtivě podporujícím svého druha. V závěru pořadu se nám účastník, který absolvoval často několik operací plastické chirurgie, kompletní kosmetickou péči a návštěvu vizážisty a kadeřníka, ukáže. Za tónů dojemné hudby plné dramatičnosti a očekávání se tato osoba znovu setkává se svými blízkými, obklopena polokruhem lékařů a celého týmu jeho proměny. Taková scéna má pravděpodobně navozovat jakýsi happy-end, finální štěstí a tím pádem celkovou prospěšnost plastické chirurgie. Z ošklivého utrápeného „kačátka“ se nám během pořadu vyklube krásná/ý sebevědomá/ý žena/ muž. Plastická chirurgie se v tomto

---

<sup>22</sup> <http://www.iprima.cz/mladsioparlet/ucastnici>

pořadu staví do role instituce, která nám dokáže nejenom změnit vzhled, ale i celý život. Účastníci pořadu jsou zde vykresleni jako lidé, co chtějí vzít svůj život do vlastních rukou, kteří jsou sice životem různě zkoušeni, ale mají sílu a odhodlání s tím něco udělat a postavit se na vlastní nohy, k čemuž jim změna vzhledu významně pomůže. Samotní účastníci často nabádají diváky, že se není čeho bát, protože operace v podstatě vůbec nebolí (i přesto, že během pořadu vidíme záběry často oteklých lidí v pooperační době), že to byl správný krok v jejich životě, že jejich sebevědomí je mnohem větší, jsou šťastnější, a kdyby mohli, podstoupí procedury znova. Téměř nikde se nezmiňují případná rizika, často velmi komplikovaných operací. Jak tvrdí i Victoria Pitts – Taylor (2007) takového televizní reality show vyzdvihují lehkost, snadnost a dostupnost plastických operací a potlačují rizika a vážnost takovýchto zákroků. Ukazuje se, že podobné pořady typu „Mladší o pár let“ výrazně napomáhají k větší popularitě u široké veřejnosti vzhledem k estetické plastické chirurgii. Z pořadu je celkem zřejmé, že se jedná o velmi dobrý reklamní trik, což se ukázalo i z interview s marketingovou ředitelkou jedné pražské kliniky: „... *my stavíme na důvěře v lékaře, což je podstatný marketingový nástroj v tomto oboru. Bud' je to ta cesta tváře lékaře – důvěra, nebo je to pak ten výsledný produkt. K tomu nepoužíváme abstraktní obrázky, ale typ reklamy, kdy používáme skutečný výsledek...to je například typ televizních projektů, kdy se snažíme využít možnosti, že uděláme operaci skutečně před zraky diváků...Rádi a často využíváme takto připravených a natočených videodokumentů o tom, jak ta operace probíhá a co je jejím výsledkem i na našich webových stránkách*“ (Marketingová manažerka, 41 let). Zcela opačně se ale k tématu vyslovil ředitel marketingu jiné pražské kliniky: „...*tyto pořady jsou manipulace, záměrná manipulace za účelem dalšího marketingu jiných produktů, než jsou tam uvedeny...taky další věc, se o jaké skupině diváků bavíme ...jestliže to je běžná veřejnost a bavíme se tady o skupině C, D, která sleduje takové pořady, pak tam má ten lékař hodnotu a jakési svaté slovo, ale v případě lidí, kteří se s tím už setkali nebo se v tom orientují, vyhledávají informace a nebo odborné veřejnosti, pak ten lékař musí vědět, co to pro něj znamená a že v očích mnoha kolegů si nepomůže...*“ (Marketingový manažer, 39 let).

Na podobných pořadech se podílí řada specialistů – plastičtí chirurgové, kliničtí genetické, interní lékař, stomatolog, dermatolog, profesionální vizážista, kadeřník a módní návrhářka. Celý tento tým má zaručit profesionalitu a odborné vedení jednotlivých zákroků, od operace samotné až po vizuální „dotvoření“ celkového vzhledu. Jejich



odbornost a profesní úspěchy se v pořadu vyzdvihují. Součástí pořadu je i takzvaný genetický scan, který má účastníkovi odhalit jakékoliv latentní choroby, které, pokud nebude žít dle určitých zásad, povedou až k jeho tělesnému úpadku, což je doloženo počítačovou vizualizací jeho možného budoucího vzhledu. Tímto se pouze podpoří celkový „dobrý záměr“ celého podniku. Jako v každém jiném pořadu, probíhá na obsazení role účastníka proměny casting. Na casting zvou pomocí reklamního titulku: *„Hádají Vám víc, než je Vám ve skutečnosti? Říkají Vám, že vypadáte čím dál hůř? Stres, kouření, nezdravé jídlo. I kvůli tomu stárneme rychleji. Pomůžeme Vám! Za pár dní budete mladší o pár let! Stačí jen vyplnit formulář a můžete za pár dní vypadat o pár let mladší! Nenechte si ujít příležitost, jaká tu ještě nebyla!“*<sup>23</sup>. Vybraní lidé mají pak zaručenou péči zdarma, ale to vše za cenu odhalení nejenom svého těla, ale i soukromí zcela otevřenou cestou širokému publiku televizních diváků. Jak píše Mark Andrejevic (2004: 10), „...tyto reality show elegantně kloubí dvojí gesto, transformují člověka z lidu do opravdové televizní celebrity a zároveň předělávají jeho tělo tak, aby vyhovovalo obecné představě krásy celebrit. Je to kruhová logika: tím, že publikum sleduje průběh proměny účinkujících, kteří začínají vypadat jako celebrity – fyzicky i symbolicky, stávají se reálně slavnými.“ V rozhovoru s jednou z účastnic takového mediálního projektu jsem se zajímala, co jí přivedlo na myšlenku účastnit se této akce:

*„...no tak já jsem o plastice přemýšlela už dlouho, kdysi jsem si nechala už udělat horní víčka...no a víte co, každá žena chce vypadat dobře a navíc upřímně... je to fůra peněz a já, protože jsem sama, tak bych si na to v životě nešetřila...takže když mi kamarádka řekla, že je to na internetu, hned jsem vyplnila přihlášku no a z těch asi dvou tisíc uchazečů vybrali mě“ (Iva, 52 let, face-lift, víčka, liposukce).*

Tyto mediální show ukazují člověka jako objekt, na kterém pracuje tým lidí, je zcela vystaven pohledům široké veřejnosti. Dle výpovědi jedné z účastnic se ale ukázalo, že s tímto faktem nemá potíže:

*„...no tak to, že to uvidí lidi, to je mi úplně jedno, já bych na to jinak nikdy neměla...a lidi to zapomenou, každý to dělá hlavně pro sebe, nikdo to nedělá pro své okolí. Ale v práci se*

---

<sup>23</sup> <http://prima-web.com/2009/10/21/chcete-omladnout-casting.html>

*mě občas lidi ptají, poznávají mě a jsou vesměs milí a fandí mi...na negativní reakce se mám prý vykašlat 😊“ (Iva, 52 let, face-lift, víčka, liposukce).*

Přeměna těla, kterou můžeme sledovat v přímém přenosu, funguje jako propagace estetické medicíny, lékaře či kliniky. Z rozhovoru s paní Ivou vyplynulo, že šíře zákroků, která jí byla nabízená, vysoko převyšovala to, co požadovala ona sama:

*„... oni se mě ptali, co chci ještě udělat...asi jsem toho měla využít víc. Chtěli mi dělat nos, říkala jsem sice, že bych to možná potřebovala, ale zase k té mé velké hlavě by se to asi snad ani nehodilo, navíc bych nemohla týden dýchat...úplně všechno by mi udělali, i prsa, ale to já ve svém věku už nechci...Operovali mi i to chrápání, to jsem měla jediná já, tak říkali, že by to bylo dobrý to v té televizi ukázat...“ (Iva, 52 let, face-lift, víčka, liposukce). K tomuto tématu se vyjádřil i jeden z plastických chirurgů:*

*„...víte...je to bohapustě zaplacená reklama...oni do ní vrazily obrovské peníze...jestli se jim to vrátí, nevím, ale mají hodně pacientů teď, narostlo to...Osobně si myslím, že to musí být, ale musí to být seriózní...někdy ty reklamy jsou až příliš...když někdo řekne, že dělá bezbolestnou liposukci, tak to je na kriminál že jo...“ (Plastický chirurg, 56 let).*

Reality show, o kterých zde hovořím, jsou dostupné i v online archivu televize, kde pod každým dílem následuje veřejná diskuze. Na toto téma mě zaujala diskuze o tom, jak lidé hodnotí samotnou proměnu jednotlivých účastníků. Jak píše Weber (2009), měli bychom být obezřetní, když se všechny změny, které se na těle pomocí plastické chirurgie provádějí, jazykově jednoznačně označují jako „zlepšení“. Častokrát právě lidé hodnotí „nový“ vzhled jako nepřirozený, umělý a předimenzovaný ke zbytku těla. To mě přivádí k otázce, jak se tedy určuje krásné tělo a normální tělo? Pravděpodobně jsou tyto kategorie velmi osobní a neexistuje nějaké jednotné hledisko. Jak jsem již zmínila na začátku práce, hodnocení výsledku plastické chirurgie je záležitost spokojenosti pacienta a nikoliv nějaké obecné vyřešení problému, jelikož ten tady viditelně mnohdy není. Plastické operace podstupují lidé, kteří mají o svém těle nějaké pochybnosti, necítí se v něm dobře tak, jak vypadá, chtějí ho změnit. Tím, že projdou chirurgickou proměnou, stávají se sebevědomější a celkově spokojenější, i když samotnou změnu často okolí ani nepozná. Jak poznamenává Weber (2009) během posledních třech desetiletí se teoretikové shodují, že v postmoderní a médií poháněné společnosti, jsou identita a gender proměnlivé a naše vnímání sebe sama je representováno rozmanitostí, různorodostí a flexibilitou. Ani

psychické „já“, ani fyzické tělo nelze již definovat jako přirozené či autentické, ale spíše průběžně utvářené (Weber, 2009). Účastníci pořadu jsou na jedné straně předvedeni jakožto agenti, lidé, kteří mají vůli na sobě pracovat, na druhé straně by se na ně dalo nahlížet jako na „poslušná těla“ (docile bodies – Foucault, 2000), jsou podrobená, transformovaná, zdokonalená. Ačkoliv musí schválit proces transformace, účastníci nejsou vykresleni zcela jako činitelé (agenti), ale jako cosi chybného, na čem lékaři a stylisté pracují (Weber, 2009: 124).

## 5. Komodifikace těla v rámci estetické medicíny

Pierre Bourdieu vyvinul sociální teorii kapitalizace těla. Ačkoliv nepostuloval ucelenou teorii těla ve společnosti, hovořil o komodifikaci fyzického kapitálu. „Bourdieu ukazuje, že tělo je komodifikováno třemi vzájemně propojenými způsoby: jakožto pracovní síla, jako kulturní symbol a jako sociální nexus (vztah). Shilling to shrnuje takto: Bourdieho analýzy těla zahrnují zkoumání četných cest, ve kterých je tělo v moderní společnosti komodifikováno. To se vztahuje nejen k významu prodávání a kupování těla jakožto pracovní síly, ale i k metodám, kterými se tělo stává ucelenou formou fyzického kapitálu – vlastníci moc, status a osobitých symbolických forem, které jsou základní pro hromadění různých zdrojů. Produkce fyzického kapitálu odkazuje k rozvoji těla takovými způsoby, které jsou chápány jako mající hodnotu v sociálním poli, zatímco přeměna fyzického kapitálu odkazuje k přesunu (překladu) tělesného zapojení v práci, volném čase a ostatních oblastech do jiných forem kapitálu. Fyzický kapitál (tělo) je ponejvíce transformován na ekonomický kapitál (peníze, zboží, služby), kulturní kapitál (např. vzdělání) a sociální kapitál (sociální síť)“ (Pronger,2002: 104-105 ). Tělo v rámci estetické chirurgie může být pojímáno tedy jakožto prostor, využitelný pro zvýšení sociálního statusu. Z praxe o tom hovořil i marketingový manager jedné pražské kliniky:

*„...je zajímavé sledovat u některých klientů, jak moc jim pomáhá i drobný zákrok v jejich postavení ve společnosti a mezi svými známými...“* (Marketingový manažer, 39 let).

Jak se ukázalo v rozhovorech, někteří lidé opravdu vnímají proměnu svého zevnějšku jakožto zvýšení svého sociálního statusu a pomáhá jim k dosažení vytyčených cílů:

*„...pak jsem se ve čtyřiceti rozhodla, že se rozvedu, udělám si nová prsa a budu žít jinak☺“* (Petra, 42 let, modelace prsou, víčka).

Rétorika zvýšení statusu či zlepšení životního standardu se objevuje i na webových stránkách některých lékařů a klinik:

*„...díky pěkným prsům cítíte jistější v partnerských vztazích a třeba i v práci. Více si vážíte sama sebe a dokážete lépe jednat se svým okolím. Dva obyčejné implantáty se stávají i nepřímou příčinou vzestupu v kariéře.“<sup>24</sup>*

„Massumi poukazuje na to, že komodifikace života je nyní rozsáhlá a svého vrcholu dosáhla v kapitalismu vyspělých technologií. Přítomnost konzumenta a komodity jsou osou kapitalistických vztahů, které jsou přítomné v každém bodě sociálního času a prostoru. Zdá se, že vše je na prodej, dokonce i život“ (Pronger,2002: 106). V dnešní společnosti, která je poháněná trhem, je kladen čím dál tím větší důraz na vzhled a produktivitu, lidé by měli být stále mladí, výkonní a flexibilní. Jak se ukázalo z rozhovoru s jedním z pražských plastických chirurgů, podobné motivace vidí i u svých klientů:

*„...tlak na lidi výrazně stoupá, je to boj o práci, boj o to, abych vypadal dobře, abych tu práci měl, abych to místo sehnal...takže vrůstá počet lidí oproti minulosti, který jsou tímto k operaci třeba dotlačeni...je to jejich nápad, vymysleli si to sami, ale kdyby byla jiná doba, tak je to vůbec nenapadne třeba“ (Plastický chirurg, 45 let15).*

Komodifikace těla v rámci plastické chirurgie je také úzce provázána s rozvojem nových technologií. Čím dokonalejší jsou operativní metody, čím jsou zásahy do těla menší, čím více se zkracuje doba, nutná k rekonvalescenci, tím více roste počet lidí, kteří budou ochotni podstoupit plastickou operaci z estetických důvodů.

*„pokud budeme nadále nabízet inovativní technologie, čím dál menší dobu hojení a trápení těch klientů, jednodušší průběhy atd....tak si myslím, že počet klientů jedině poroste...Ten vývoj medicíny půjde dál a určitě i ty možnosti té plastické chirurgie budou narůstat taky...jak už z hlediska techniky, tak z hlediska vývoje té biologie, buněčné biologie a tak...já už ten posun vidím jenom za dobu své praxe“ (Plastický chirurg, 56 let).*

„Deleuze a Guattari tvrdí, že kapitalismus přináší prostředek, který osvobozuje touhy z tyranie inherentních kódů, ale za velkou cenu. Kapitalismus je jediný sociální systém, který je vystavěný na základě dekodovaných toků, nahrazujících (náhradou za)přirozené kódy samozřejmého obsahu, vyčíslitelné formou peněz. Kapitalismus tedy osvobozuje

---

<sup>24</sup> <http://www.svatopluksvoboda.cz/clanek-pekna-nadra-nevyjdou-nikdy-z-mody.html>

toky žádosti, ale pod vlivem sociálních podmínek, které definují její limity a možnosti. Guattari říká, že oceněná touha, tělo jako cennost, organizuje tělo takovým způsobem, kodifikuje ho, že touha reprodukuje logiku hodnoty stejným způsobem, jako hudební záznam reprodukuje jenom to, co nahrávací společnost chce. Správně socializované tělo může „hrát“ pouze to, co bylo zakódováno, aby tělo ztvárnilo. Kapitalismus je sociální systém, který především produkuje touhy, spíše než aby je potlačoval“ (Pronger,2002:106-107).

## 6. Disciplinace těla v kontextu systému krásy

„Takzvaný systém krásy zahrnuje procedury, technologie a rituály, kterými žena denně prochází, stejně tak jako kosmetický průmysl, reklamní byznys a kulturní diskurz okolo ženskosti a krásy“ (Davis, 1995: 51).

S odkazem na Michela Foucaulta lze tvrdit, že těla, v kontextu soudobého systému krásy, jsou více či méně poslušná, disciplinovaná. Disciplíny jsou dle Foucaulta takové „metody, které umožňují důkladnou kontrolu tělesných činností, zajišťují nepřetržité podrobování jejich sil a uvádějí je do vztahu poslušnosti a užitečnosti (Foucault, 2000: 202). „Dějinný moment disciplín byl moment zrodu umění lidského těla, které neusilovalo pouze o zvýšení jeho zručností, ani jen o upevnění podřízenosti, ale o formování vztahu, jenž v samotném svém mechanismu činí tělo o to poslušnější, o co je užitečnější a naopak. Formuje se také politika různých donucení, která spočívají ve zpracování těla, v prokalkulované manipulaci jeho prvků, jeho pohybů a jeho chování“ (Tamtéž: 202). Foucault se zabýval sice tělem v kontextu společenských institucí dohledu (vězení, nemocnice, škola...), ale já bych se pokusila aplikovat jeho teorii na tělo ženské v současném systému krásy. Příkladem pak může být žena, jež denně provádí tytéž úkony, zajišťující jí požadovaný vzhled, který je určitým odrazem nějakého obecně uznávaného vzoru krásy a ženskosti ve společnosti. Tyto praktiky zahrnují denní líčení, úpravu vlasů, nehtů, ale i způsob chůze, držení těla, denní režim stravy apod. To vše dohromady vytváří obraz současné ženy. Jedinec, který se podle zakořeněných zásad nechová, nebo je víceméně vědomě porušuje, na sebe v určitých sociálních kontextech může vrhat špatné světlo. Například vyšší manažerka, která nebude dbát o svůj vzhled, bude mít pravděpodobně problematickou pozici ve společnosti, kde i vizáž je to, co se počítá. Zaměřuji se a mluvím zde záměrně o ženách, jelikož v současné době mezi klienty klinik plastických chirurgie převládají (přibližně 80 procent). Jak jsem již zmínila výše, kultura, ve které žijeme, nám různými cestami vštěpuje jisté obrazy toho, co je „normální“ a žádoucí. Tedy ideální postava ženy z mediálního hlediska, je žena štíhlá, mladá, vitální, nalíčená, upravená a ekonomicky produktivní. Takový je obraz ideální ženy, který se ale stal normou, ke které se vědomě či nevědomě chtějí ženy přiblížit. Avšak k této normě ženy svým každodenním naplňováním ideálního obrazu jistou formou přispívají a vlastně

ji utvářejí. Obraz ženství je tak vytvářen a reprodukován, tělo ženy je tak tělem poslušným. V tomto kontextu můžeme hovořit o plastické chirurgii jako o disciplinární praktice, která medikalizuje normy krásy (Pitts – Taylor, 2007). Naplňuje se zde Foucaultova představa síly, která nevychází odnikud, ale vše zahrnuje, je neviditelná a proto se zdá, že lidé jednají naprosto přirozeně (Foucault, 2000). Pro muže existují také ideální měřítka, jako je např. síla, odolnost, pevnost, tzn. prvky, které jsou pomyslným opozitem prvků typicky ženských – křehkost, něžnost, drobnost...apod. Žena pak skrze každodenní praktiky sebekontroly, sebe-dohledu naplňuje tento obraz ideální ženy. Ženské tělo se tedy jeví jakožto tělo „poslušné“. Dle Foucaulta (2000: 201), „poslušné je takové tělo, které může být podřízeno, které může být využito, které může být transformováno a zdokonaleno.“ Těla jednotlivců jsou ovládána rozvojem specifického režimu, ať už jsou to diety, cvičení, péče o tělo, který je nabádá, aby převzali zodpovědnost za své vlastní zdraví a tělesnou kondici. Kontrola ale není prováděna skrze nějaký vnější dohled, nějakou donucovací sílu, ale formou sebekontroly (Entwistle, 2000).

Klienti estetických klinik podstupují procedury, které jsou volitelné. Odlišují se tak od pacientů, kteří podstupují plastickou operaci ze zdravotních důvodů či po úrazu (Heyes, 2009). Dobrovolnost, vlastní rozhodnutí je tady klíčovým pojmem. Dalším prvkem, který svým způsobem zajišťuje sebekontrolu na úrovni jednotlivce, je věda, zejména pak lékařská věda. Ta nám ukazuje, jak lidské tělo funguje, co je zdravé a co škodlivé, jak se máme ke svému tělu chovat, čeho se vyvarovat, abychom tak uchovali zdraví a krásu co nejdéle (Featherstone in Featherstone, Hepworth, Turner, 1991). Termín „tělesná údržba“ ukazuje k popularitě metafory člověk – stroj, stejně jako konzumní zboží (např. motocykl) i tělo vyžaduje servis, péči a údržbu, aby podalo maximální výkon (tamtéž). Lékaři nás nabádají, abychom si udrželi štíhlou postavu, protože lidé s nadváhou trpí více různými nemocemi a jejich život se zkracuje. Pro ženy je štíhlost klíčem k vzrušujícímu životu a vyššímu sebevědomí. Média předkládají obrazy štíhlých žen jako symbolu současné ženy. To celé dohromady napomáhá k obsedantní posedlosti některých žen vlastním tělem.

Foucault se ve své práci (1999) snaží ukázat, „ jak se dispozitivní moci přímo uskutečňují působením na tělo – na těla, na funkce, na fyziologické procesy, na vnímání, na slasti; aniž by tělo bylo vymazáno, jde o to, aby se ukázalo analýze, v níž by se biologické a historické nestavělo do přímé souvislosti, jako v evolucionismu starých sociologů, ale spojovalo by



se se vzrůstající komplexností tak, jak se budou vyvíjet moderní technologie moci, které si berou život za svůj terč. Nikoli tedy „dějiny mentalit“, které berou na vědomí těla jen způsobem, jímž jsou vnímána nebo jímž se jim dává smysl a hodnota, nýbrž „dějiny těl“ a způsobu, jakým je do nich vloženo to nejmateriálnější a nejživotnější (Foucault, 1999: 176). Skrze diskurs vědy, techniky, kultury, médií... atd. nám zde vyvstává jistý obraz těla. To, jak vypadá tělo, jak se mluví o těle, je do jisté míry ovlivněno kulturně, nikoliv pouze dáno od přírody. Nietzsche vidí vztah mezi kulturou a přírodou dialekticky. Každá epocha v historii lidské evoluce, ve které člověk přetváří přírodu skrze technologie, je také obdobím, ve kterém je přetvářena přirozenost člověka. Každá perioda tak nechává vyvstat (fyzickému) ideálu člověka, současně také novému ideálu těla (Turner in Featherstone, Hepworth, Turner, 1991).

### **6.1. Tělo normální – tělo krásné**

Dosažení normálního těla je, jak se ukazuje v analýze interview, nejčastější motivací pro podstoupení plastické operace. Ale co to tedy je „normální tělo“ v kontextu soudobé kultury, kde je dnes již naprosto běžné své tělo svévolně modifikovat? Pokusím se najít odpověď ve výpovědích lidí, kteří se pro plastickou operaci rozhodli, a potom také na výpovědích plastických chirurgů, kteří svou prací zaprvé přispívají k utváření nějaké tělesné normy a na druhé straně jí musí zpětně reflektovat. Zkusila jsem si zadat slovní spojení „normální tělo“ do internetového vyhledávače – objevily se mi články, týkající se normální tělesné teploty, normální výšky, normální tělesné váhy, normální pH krve... apod. Tedy stručně řečeno, takové věci, které lze nějak objektivně poměřovat, zprůměrovat a zajistit tak slovu „normální“ nějaké jasné podloží. S krásou se to má tedy jinak. Estetická měřítka jsou velmi individuální záležitostí. Jak tedy určujeme, co je normální a co ne? Ve svých rozhovorech jsem se setkala prakticky se třemi typy důvodů, proč podstoupit plastickou operaci. Zaprvé pokud šlo o nějakou vrozenou vadu, abnormalitu – např. odstáté uši, příliš velký nos, hrbolatý či jinak deformovaný nos:

*„já jsem měl uši jak vrata od stodoly a nemohl jsem celý život nosit vlasy na krátko... když jsem se viděl v zrcadle a přimáčknul jsem si je rukama, tak jsem si říkal, jo,*

*to je vono, takhle bych to chtěl...vzhledově, když se na sebe podíváš, tak mi to prostě vadilo, že je mám“ (Milan, 38 let, uši).*

Zadruhé se jednalo o snahu zredukovat či odstranit projevy stárnutí jako je povislá kůže, vrásky, spadlá oční víčka, povislá prsa apod. Do této kategorie také spadají ženy, u kterých vlivem mateřství došlo k tělesným změnám – povislá prsa, vytahaná kůže na břiše. Ženy se velmi často nedokážou vyrovnat s tím, že se jejich tělo vlivem porodu změní. O svém těle pak mluví jako o tom „co se stalo s tělem“ po dítěti:

*„...no když ležíte ve vaně a prsa vám plavou úplně někde mimo tělo nebo když si dítě hraje na koberci vedle vás a přišlápne vám ho 😊 tak je to fakt hrozný...a hlavně mě se fakt líbí takový ty ženský věci, já mám ráda výstřihy, já mám ráda podpatky a tak...no a to prostě nejde“ (Petra, 42 let, modelace prsou, víčka).*

*„...nijak zvlášť jsem o svém těle nepřemýšlela, prostě jsem jen chtěla prsa do původního stavu“ (Radka, 34 let, modelace prsou).*

Třetím okruhem je důvod psychologický či sociální. Jedná se zde o ženy, které vnímají své tělo nedostatečně krásné, a i když vnější pozorovatel nemá sebemenších pochyb o atraktivitě těchto žen, oni sami vnímají své tělo odlišně. U nich se patrně vyvinul tzv. komplex inferiority, anebo jsou klasickým případem obětí systému krásy, jež ovládá masovou kulturu.

*„...dospěla jsem k přemýšlení o plastické operaci...asi proto, že můj mindrák byl opravdu veliký... když už jsem se rozhodla, že do toho jdu, nic mě nemohlo zastavit...vážně jsem po prsou toužila dlouho 😊“ (Dana, 32 let, zvětšení prsou).*

Rozhovory tedy ukazují, jak lidé o svém těle přemýšlejí, co je pro ně normální a co vnímají jako vadu. Určit, co je normální tělo, je stejně tak problematické jako určit, co je krása. Je to čistě subjektivní záležitost. Jsou lidé, kteří jsou považováni za atraktivní, a přesto podstupují plastické operace, a naopak jsou lidé, kteří mají třeba i viditelný tělesný defekt, ale na operační stůl by si kvůli tomu nikdy nelehli. Jak píše Davis (1995), tělo nemůžeme vidět jako samostatnou entitu, oddělenou od okolí.

Na otázku, zda může praxe plastické chirurgie posouvat hranice normálního, či ideálního těla nebo jestli na něj pouze reaguje odpověděla ředitelka marketingu jedné pražské kliniky: „... já jsem říkala, že plastika až tak ten ideál nevytváří, protože je limitovaná...ono samozřejmě přijde klient a řekne, že nechce mít špeky na břicho, ale ono to má své limity...ona ta konzultace je hrozně důležitá, lékař musí vysvětlit, že zrovna na tom vašem těle nebude ten ideál tak, jak vy ho znáte z časopisu třeba a nebude to tak dokonalé ..například protože vaše tělo je tak postavené atd...Je to nějaký kompromis, ona má nějakou představu a ten operátor ji musí vysvětlit, že její představu nelze zcela úplně dokonale naplnit a musí dospět k nějakému kompromisu, je to vlastně jakási dohoda a pakliže ona je s tím srozuměna, tak teprve pak se může operovat. Abychom byli schopni udělat z úplně neforemné, nepohledné dámy fakt tu topmodelku exkluzivní, tak to je blbost, to nejde... Ale tak ještě je tu vliv té psychiky, že ona si tak pak může připadat, pro ni je ta dokonalost v tom, že se něco zlepšilo“ (Marketingová manažerka, 41 let).

Otázku normálního těla v rozhovoru artikuloval i jeden z plastických chirurgů: „...no ono každý z nás má třeba trošičku jiný vkus nebo náhled na věc, takže neříkám, že každý plastický chirurg když uvidí třeba tento obličej, tak navrhne pacientce to, co třeba já, ale ty výsledky z toho nejobecnějšího pohledu by skutečně měly odpovídat běžné normě, ten člověk by se neměl nijak mimořádně lišit...ta oblast, kterou operujeme, musí vypadat hezky, přirozeně, musí splnit přání té pacientky, uspokojit ji atd...velmi neradi děláme extrém, prakticky je neděláme, prakticky to těm pacientkám rozmlouváme...“ (Plastický chirurg, 56 let).

Tělo je zasazené v nějaké kultuře a v té naší funguje a je zakořeněný nějaký „systém krásy“, kterému se lidé chtějí, ať už vědomě či nevědomě přiblížit. Navíc záleží na mnoha faktorech, které spoluurčují, jak jedinec své tělo vnímá, ale to už bych se dostávala více na pole psychologie, a proto tímto tuto debatu ukončím.

## 7. Body image a spokojenost s vlastním tělem

Ačkoliv každý člověk řekne, že soudit lidi podle vzhledu je nespravedlivé, nikdo se takovému hodnocení alespoň na první pohled nevyhne. Určité fyziognomické rysy se také ve společnosti spojují s určitým charakterem – například nízké čelo - krátký rozum; kulaté tváře - dobrotivost; plné rty - vášnivost a přímot...atd. Určité typy postav jsou i v literatuře a filmu spojeny s vizáží těla (kladná postava – atraktivní vzhled, záporná – ošklivost, anomalita). Množství psychologicky laděných publikací, které se vyskytly během posledních dvou dekad, silně podporují tvrzení, že vzhled se počítá. V této literatuře se opětovně setkáváme s tvrzením, že čím atraktivnější budeme, tím lepší charakteristiky jako je inteligence, ušlechtilost, rozvážnost nám budou přisuzovány. V moderní společnosti lidé užívají materiální prostředky a ovládání těla jako nástrojů pro rozlišení statusu a třídy a tímto také jako měřítko osobních kvalit jako je vytrřibenost a zdvořilost (Finkelstein, 1991). Podobně tomu bylo i v historii, jak nám ukazuje Norbert Elias. Jeho historický exkurz nám dává nahlédnout, jak postupně docházelo k zjemňování mravů, posouvala se hranice studu a trapnosti a faktické používání těla se stalo nástrojem pro rozlišení sociálních vrstev (Šubrt, 1996). V dnešní době je kladen obrovský důraz na tělesný vzhled. Dostupnost chirurgických i jiných technik, sloužících k proměně tělesného vzhledu, vytváří chronický smysl pro nespokojenost s vlastním vzhledem. Tělo je vnímáno jako komodita mezi ostatními komoditami, které si žádají neustálou změnu a vylepšování (Finkelstein, 1991). Tělo je jako zahrada, na které neustále pracujeme, jako projekt, který utváříme dle svých představ.

Tělo a duše jsou dvě entity, které v těle člověka tvoří jednotu a vzájemně se podmiňují. Druhé lidi vnímáme většinou jako určitou jednotu, ale v pohledu na vlastní osobu nastávají někdy problémy. „K pochopení těchto vnitřních i vnějších vztahů poslouží třeba i jazykové rozlišení „já“ jako subjektu a „mě“ jako objektu vnímání, kterému odpovídá v anglické literatuře rozlišení „I“ od „me“. Pod pojmem sebepojetí vidí mnozí autoři kognitivní reprezentaci vlastní osoby, která zahrnuje vše: jak osoba vnímá vlastní tělo, individuální schopnosti a nadání, podobně i sociální já, dále prvky emocionální (sebehodnocení, sebeúcta...) a činnostně regulativní (sebeprosazování, sebekontrola...)“ (Fialová, 2001: 27-28). Spokojenost či nespokojenost s vlastním tělem je ale jak subjektivní záležitost, tak

společensky podmíněný způsob vnímání vlastního těla. Například tentýž tvar postavy může být hodnocen odlišně v různých skupinách lidí. K subjektivnímu hodnocení jednotlivce se tak přidává i význam hodnocení okolí. Fungují zde tzv. sociálně percepční stereotypy „Co je krásné, je dobré“. Fyzicky přitažliví lidé se považují za spokojenější, úspěšnější, jsou příznivěji přijímáni a obecně se soudí, že mají snadnější život (tamtéž, 2001). Susan Bordo (Grogan, 2000: 53) tvrdí, že „ženy mohou těžko odolávat kulturnímu tlaku, který prosazuje štíhlé a zkrocené tělo, jelikož jsou ponořeny v kultuře, kde je štíhlost žen spojována se specifickým (a to pozitivním) souborem kulturních významů. Tělo je hlavním prostředkem našeho sebevyjádření, prostřednictvím těla komunikujeme se světem, a proto je velmi důležité pro pochopení vlastního „já“ a velmi významně ovlivňuje naše sebedefinování. Tělo je objekt sociálního a kulturního vývoje a podléhá měnícím se normám a hodnotám.“ „Podle Heinemanna (Fialová, 2001:54) má tělo jako sociální obraz tyto 4 podstaty:

- „techniky těla“ - způsoby, jak se ve společnosti tělo tradičně předvádí
- „expresivní pohyb těla“ - držení těla, gesta, mimika, které slouží jako symbolická forma vyjadřování (tělesná mluva)
- „tělesný ethos“ - představy o obrazu vlastního těla (ideály krásy, hranice studu, trapnosti...)
- „kontrola potřeb“.

Existují psychologové, kteří se specializují na „body image“. Termín body image byl původně vytvořen psychoanalytikem Paulem Schilderem v roce 1935, který ho užíval k popisu mentální reprezentace našeho těla. Body image zahrnuje psychologický obraz těla jedince, nikoliv objektivní, tzn. např. to, že člověk s poruchou příjmu potravy vidí sám sebe jako tlustého, i když ve skutečnosti je jeho tělo vyhublé (Blum, 2003). Schilder tvrdil (Grogan, 2000:11), že „vnímání obrazu těla není jen kognitivní konstrukce, ale také odraz postojů člověka k ostatním lidem a interakcí s nimi. Zajímala ho „elastická“ obrazu těla, příčiny toho, proč u lidí kolísá vnímaná velikost těla i důsledky způsobu vnímání těla na mezilidskou interakci. Grogan (2000) ve své knize používá termínu body image jako způsobu, jak člověk o svém těle přemýšlí, jak ho vnímá a cítí. Podle Rittnera (Fialová, 2001) se lidé od sebe odlišují právě tělem, a tím demonstrují svou sociální a kulturní příslušnost ve společnosti. Důležitým prvkem vlastního sebevědomí je dle Fialové

atraktivita (zejména u žen). Na ženy je podle ní vyvíjen daleko větší tlak ze strany toho, jak by jejich tělo mělo vypadat, a proto je vzhled velmi podstatnou složkou sebepojetí ženy.

Komplikovanost ve vnímání vlastního těla se promítla i v analyzovaných interview. Ženy, jejichž tělo neodpovídalo jejich vlastnímu obrazu „normálního“ těla, se často nedokázaly se svým tělem dlouhodobě vyrovnat.

*„Má to obrovský vliv na psychiku, nemusíte se soustředit na to, zda na vás náhodou někdo nekouká z profilu, nemusíte nosit rozpuštěné vlasy, ale uděláte si klidně drdol, protože už nic nečouhá...“* (Klára, 26 let, nos).

*„Proti nehrálo nic!, když už jsem se rozhodla, že do toho jdu, nic mě nemohlo zastavit...vážně jsem po prsou toužila dlouho☺... Očekávala jsem ztrátu mindráku, dobrý pocit ze svého těla...a ten se dostavil☺“* (Dana, 32 let, zvětšení prsou).

Sandra L. Bartky vidí jako klíčový fenomén, který plodí v ženách hluboké úzkosti kvůli vlastnímu tělu tzv. *fabion beauty komplex*, spojení krásy a módy, jež je podle ní „hlavním vyjádřením kapitalistického patriarchátu“ (Davis, 1995). Dle Bartky, „v současné patriarchální kultuře sídlí ve vědomí většiny žen panoptikální mužský znalec; jsou neustále podrobované jeho pohledu a soudu. Žena žije své tělo jakoby viděné jiným, anonymním patriarchálním Jiným.“ (Cviková, Juráňová, Kobová, 2005: 37). Pierre Bourdieu to ve své knize *Nadvláda mužů* (2000) vysvětluje z podobného hlediska. Tvrdí, že ženský habitus ve své dnešní podobě a jejich sociálních podmínkách vysloveně nutí považovat ženskou zkušenost těla za krajní formu všeobecné zkušenosti těla–pro-druhého. Takové tělo je neustále vystaveno objektivizaci skrze pohled a diskurs těch druhých. Ve společnosti existují určitá schémata, do kterých se vepisují základní struktury (malý/velký, silný/slabý), a ty pak vstupují mezi aktéra a jeho tělo. Díky těmto schématům tak člověk hodnotí jak těla druhých, tak své vlastní tělo. „Praktická zkušenost těla, založená u každého aktéra na tom, že na své tělo aplikuje určitá základní schémata, vzniklá osvojením si sociálních struktur a neustále posilovaná reakcemi založenými a týchž schématech, je jedním z principů, na nichž se vytváří trvalý vztah k vlastnímu tělu“ (Bourdieu, 2000:60). Čím větší je pak nesoulad mezi tělem sociálně požadovaným a praktickým vztahem k tělu vynucovaným pohledy a reakcemi druhých, tím je pravděpodobnější, že bude zkušenost těla provázet pocit trapnosti a studu (tamtéž:60). Ženy, které jsou neustále vystavené

pohledu druhých, jsou odsouzeny k tomu, aby stále zakoušely rozdíl mezi tělem skutečným a tělem ideálním, kterému se neúnavně snaží připodobnit (Tamtéž:62).<sup>25</sup>

Z analýzy interview se ukazuje, že převážnou motivací pro podstoupení chirurgického zákroku na poli estetické medicíny je psychologická nespokojenost s vlastním tělem. Ani jeden z lidí, se kterými jsem prováděla interview, neřešil plastickou operací nějaký zdravotní problém, ale vždy šlo o vypořádání se s komplexem z vlastního těla. Velmi často také lidé uváděli, že se jednalo o jejich vlastní, svobodné rozhodnutí, které trvalo v některých případech i několik let. Vlastní rozhodovací proces proto byl jednou z analyzovaných kategorií. Plastické operace jsou, jak jsem popsala v kapitole, která rozebírá jednotlivé operace, poměrně závažným zásahem do těla, a proto, jak se ukázalo na vzorku, trvá rozhodování ve většině případů velmi dlouhou dobu. Závisí to na obavách a nejistotě z toho, jak bude tělo po zákroku vypadat, často se také doba čekání na operaci odvíjí od nedostatku financí.

---

<sup>25</sup> Plastické operace jsou prováděny z 87 procent klienty českých estetických plastických chirurgů ženám. Nejčastější prováděnou operací je augmentace -zvětšení prsou, (85% dotázaných lékařů uvádí mezi třemi nejčastějšími zákroky), následuje operace víček (58%) a liposukce (49%).<sup>25</sup> Aktuálnější čísla za rok 2010 ještě nejsou v současné době k dispozici, ale na internetovém portálu [www.plastická-chirurgie.info](http://www.plastická-chirurgie.info) byl proveden ve spolupráci se společností [www.lekari-online.cz](http://www.lekari-online.cz) průzkum na téma vnímání plastické chirurgie. Do průzkumu se zapojilo 2798 českých respondentů, kteří odpovídali na otázky spojené s motivací a zájmem o plastickou chirurgii, spokojeností se zákroky apod. Dle výsledků tohoto průzkumu tvoří 94 procent zájemců o plastickou chirurgii ženy, což je srovnatelné s ostatními postkomunistickými zeměmi. Avšak například ve Spojených státech, kde má plastická chirurgie mnohem delší tradici, je zájem mužské populace až 25 procent z celkového počtu zájemců. Nejčastějším motivem žen pro podstoupení plastické operace bylo z 84 procent zvýšení sebevědomí. Zákroky, které ženy nejčastěji uvádí mezi těmi, motivovanými ke zvýšení sebevědomí se řadí – liposukce (34 procent), zvětšení poprsí (33 procent) a modelace prsou (18 procent)<sup>25</sup>

*„Já jsem o něm uvažovala možná od 20, možná ještě dřív, no je mi 41, takže mi to trvalo...no taky nebyly peníze, měla jsem děti malý a starosti okolo...no prostě furt byl nějaký důvod proč to nešlo a hlavně jsem se toho hrozně bála...“ (Julie, 41 let, nos, liposukce).*

*„O plastice jsem přemýšlela od puberty a čekala jsem na to, až jak se mi prsa vyvinou, když budu mít děti, po prvním dítěti žádná změna, po druhém dítěti také žádná změna....zakulatila jsem se všude jinde, jen ne v prsou...a to mě nakoplo ještě víc..dokud jsem byla štíhlá a nevytahaná, dalo se to ještě nějak zakamuflovat, ale po porodech už kila nešla dolů a celkově jsem si začala připadat opravdu nerovnoměrná...taková hruška..touha po prsou byla na nejvyšším bodu☺“ (Dana, 32 let, zvětšení prsou).*

*„...dlouho jsem si přála mít větší prsa...nemyslím si, že by mě někdo ovlivňoval, přítel to věděl, ale spíše s tím nesouhlasil...prostě bylo mé velké přání vypadat jako ženská a bez prsou jsem si tak nepřipadala“ (Dana, 32 let, zvětšení prsou).*

Kathryn Morgan (Grogan, 2000) oproti tomuto postoji, který nahlíží plastickou operaci jako svobodné rozhodnutí, zaujímá názor, řekněme více v souladu s hlavním proudem feminismu. Tvrdí, že ženy si sice myslí, že dělají svobodné rozhodnutí, ale ve skutečnosti nemají svobodnou volbu, jelikož jsou vystaveny patriarchálnímu kulturnímu tlaku, podrobují se tradičním, muži ovládaným představám, které určují, jak by mělo vypadat ženské tělo. Také tvrdí, že rétorika propagačních materiálů a reklam na soukromé kliniky plastické chirurgie je „ideologickou kamufláží“, která zastírá skutečnou absenci volby (tamtéž, 2000: 50). Podobně například Wendy Chapkins (Davis, 1995: 52) pokládá krásu za centrální rys ženského útlaku. Krásu analyzuje jako politický fenomén – „politika vzhledu“. Ukazuje, jak reklamy, média a kosmetický průmysl spojily síly, aby se staly „globální kulturní mašinérií“, která činí západní model krásy a dobrého života závazný pro ženy po celém světě.

S tímto tvrzením já nemohu plně souhlasit, jelikož z mého výzkumu se spíše ukazuje, že ženy sice sdílejí nějaký jednotný ideál krásy, který je nám předkládán médií, a který sdílíme v závislosti na tom, v jaké sociální skupině se dejme tomu pohybuje, ale jejich



motivace k přeměně svého tělesného vzhledu jsou spíše „korektivního rázu“. Ve většině případů zde nejde o dosažení dokonalosti, ale spíše o to zapadnout, být normální.

*„... záviděla jsem všem holkám, že mají alespoň nějaká prsa a já pořád nic... můj mindrák byl opravdu veliký...“ (Dana, 32 let, zvětšení prsou).*

*„...no neměla jsem nějaký obří nos... nějaký hrbol jsem na něm měla..to bylo vrozené, pak se ještě po úrazu trochu zvětšil a ještě jsem měl takový hrbolek tady vedle po tom úrazu..no byl celkově trošičku širší, ale nebyl nějak jako extra hrozný...byla to taková korekce prostě...“ (Julie, 41 let, nos, liposukce).*

Podobně soudí Kathy Davis (1995), která prováděla výzkum mezi ženami, které podstoupily plastickou operaci v Nizozemí, kde je situace tím zajímavější, že pokud je vaše tělo odborně posouzeno jako spadající mimo oblast „normy“, operaci vám hradí pojišťovna. Davis došla k závěru, že ženy, se kterými hovořila, vysvětlovaly svou motivaci pro plastickou operaci nikoliv tím, že chtějí být krásnější, ale proto, že chtějí být normální, běžné, tak, jako kdokoliv jiný. Jejich výpovědi obsahovaly přesvědčivé výčty toho, jaké to je být v těle, které prožíváte jako odlišné, necítíte se v něm dobře, a to vám způsobuje utrpení. Plastická operace je tak pro ně často jediným možným řešením (Davis, 1995: 161).

Další významnou kategorií v samotném rozhodovacím procesu byla otázka prožívání a emocí, které se váží k podstoupení plastické operace. Co se týče strachu z plastické operace, překvapivě nikdo nějaké velké obavy nevyjádřil. Výpovědi se shodují v tom, že lidé měli strach spíše z narkózy než ze samotné změny jejich těla – na tu se většinou těšili. Pokud měl někdo strach, tak zmizel po konzultaci s lékařem, který je ujistil o bezrizikovitosti podobných operací.

*„...v ten den operace jsem začala mít strach, že se neprobudím z narkózy... ale na nos jsem se pořád hrozně těšila a nejvíc jsem se těšila na to, až to bude za mnou, samotné operace jsem se nebála“ (Julie, 41 let, nos, liposukce).*

*„...nejdříve jsem se trochu bála toho, aby mě to moc nezměnilo a abych se poznala, hodně jsem o tom diskutovala na internetu a když jsem četla příspěvky typu, jak se plastika nepovedla, vždy mě to na chvíli odradilo a bála jsem se toho, že mi někdo nos zkazí a bude*

*to nepovedena plastika...ale když už jsem byla rozhodnutá, nebála jsem se vůbec, strašně moc jsem věřila doktorovi, ani na vteřinu jsem nezaváhala, že by to zkazil...výběr lékaře hraje hodně velkou roli...po konzultaci s ním jsem věděla, že se nic nezkazí, a že nos bude nádherný“ (Klára, 26 let, nos).*

*„O plastické operaci jsem začala přemýšlet poprvé v 17 –ti letech, kdy jsem uviděla na fotce svůj nos z profilu...zpětně je mi líto, že jsem nešla na operaci nosu dřív, ušetřila bych si řadu komplexů...“ (Marcela, 29 let, nos).*

Z analýzy se dá tedy usuzovat, že téměř naprostá absence strachu z chirurgického výkonu je vyvážená silným očekáváním ze ztráty komplexu a naplněním představ o těle, ve kterém se osoba bude cítit dobře.

## 8. Plastická chirurgie v rámci feministické diskuze

Plastická chirurgie je v rámci feministických diskuzí velmi vděčným tématem. Je tomu pravděpodobně proto, že jak ukazují fakta, tak z 87 procent vyhledávají zákroky estetické plastické chirurgie ženy. Otázka, která se tedy v tomto kontextu nabízí je proč tomu tak je? Feminističtí teoretikové jsou často velmi kritičtí v pohledu na to, proč ženy podstupují častokrát tak bolestivé a ponižující zákroky jenom proto, že jejich těla neodpovídají normativním požadavkům ženské krásy. Pohlíží na tyto normy jako na nástroj útlaku a zastávají názor, že by se ženy měly naučit akceptovat své tělo ve svém přirozené podobě (Davis, 1995). V rámci feministických učenců existují různé pohledy na vysvětlení tohoto fenoménu.

Podle Kathy Morgan (2009) na tomto poli hraje velmi významnou roli také technologický vývoj, který zde funguje jakožto induktor. Dle Morgan nové technologie tvoří nové příběhy, dávají lidem možnost zažít či vyzkoušet si to, co by jindy nemohli. Díky využití různých zařízení se stává lidské tělo více a více čímsi umělým. Morgan k tomu však zaujímá feministický pohled a tvrdí, že tyto technologie složí více k potěšení mužů než žen, které by se naopak měly spokojit se svým přirozeným vzhledem. Morgan se v této souvislosti snaží pochopit, proč se ženy staví do podřízené pozice tím, že dobrovolně podstupují zákroky z okruhu estetické plastické chirurgie. Její argumentace, kterou se snaží vyvrátit zakořeněnou představu žen, má tři body. Zaprvé vyvozuje, že ženy, které věří, že vytvářejí svou novou identitu, nedělají nic jiného, než že se přizpůsobují všeobecným normám ženskosti. Argumentuje, že naprosto normální žena se domnívá, že její tělo je abnormální, protože neodpovídá kulturnímu ideálu. Podstoupí plastickou operaci, protože to považuje za naprosto přirozené řešení svého problému. Odtud tedy Morgan vyvozuje, že plastická operace je aktem konformity, nikoliv vyjádření identity (Morgan in Heyes, Jones, 2009). Z analyzovaných interview se ukazuje, že určitá konformnost ze strany některých žen tady existuje. Lidé vnímají obrazy v médiích, všímají si a hodnotí těla ostatních lidí a někteří se jim touží i připodobnit. Jeden z lékařů tuto skutečnost refleктоval i během interview:

*„...no to víte, nosí si i různé obrázky z časopisů a podobně, předlohy, jaká chtějí prsa, tvar nosu...ale víte co, já jim rovnou řeknu, to si schovejte, protože vy máte úplně jiné tělo a na*

*tom vašem to nikdy nebude vypadat tak, jako v tom časopise...no a vysvětlím jí proč...jak se dá v tom daném případě postupovat...“ (Plastický chirurg, 56 let).*

Skutečnost, že se lidé nechávají inspirovat těly známých osobností z médií, jsem zaznamenala i v analyzovaných interview.

*„...líbí se mi prsa, jaký má třeba ta Mašliková...nemyslím teď vůbec její osobu, ale čistě tvar prsou..to by mi myslím vyhovovalo“ (Petra, 42 let, zvětšení prsou).*

Zadruhé Morgan argumentuje, že ženy se domnívají, že plastická chirurgie je jistou formou převzetí moci nad sebou, avšak toto je dle ní stav jakéhosi falešného vědomí. Ženy věří, že své rozhodnutí dělají svobodně, s ohledem na jejich tělo, avšak toto rozhodnutí bylo ve skutečnosti učiněno těmi druhými (muži, kterým se žena chce líbit). Odtud plyne, že plastická chirurgie je formou dominance, nikoliv zrovnoprávnění. Konečně zatřetí Morgan uvádí, že ženy nejsou schopné bránit své rozhodnutí pro plastickou chirurgii, protože to v podstatě není nikdy v souladu s etikou. Estetická plastická chirurgie nemůže být nikdy považována za pozitivní a akceptovatelný postup, přestože ženy věří, že ano. Je to dle Morgan z důvodu, že technologie spojené s průmyslem jsou v podstatě utiskující. Ošklivost se v naší společnosti stala patologickou. Existuje silný tlak na to být krásný, i ve vztahu k rádoby dobrovolné volbě, zda podstoupit plastickou chirurgii. Je zřejmé, že tlak na využití těchto technologií roste, o čemž se můžeme jednoduše přesvědčit nahlédnutím do médií (Morgan in Heyes, Jones, 2009).

Estetická chirurgie, jakožto zásah do zdravého těla může být hodnocena rozporuplně. Bylo zajímavé sledovat, jak s tímto rozparem lidé v rozhovorech pracují. Nechtějí se zařadit mezi ty „marnivé“ ženy (muže), které jsou běžně spojovány/ni s estetickou chirurgií např. prostřednictvím médií (viz celebrity) a stále napříč rozhovorem vyzdvihují faktory, které přispěly k jejich vlastnímu přesvědčení o správnosti podstoupení operace. Mezi tyto faktory se řadí různé komplexy, které lidé zvýznamňují, a které jim působí psychickou nepohodu a potom i změna malé části těla může vést k obrovské změně ve vnímání sebe sama. Lidé často v hodnocení pooperační doby zdůrazňují nový život, štěstí, spokojenost...apod.

*“...z nosu jsem nemohla ani spát kolikrát... to bylo prostě tak, že jsem na to myslela skoro nonstop...no a pocit po sundání obvazů pak byl nepopsatelný....nezapomenu na ten pohled*

*do zrcadla nikdy..nejvíc mě mrzí, že tam tenkrát nebyl pan doktor, že nemohl vidět, jakou sem měla radost...“ (Klára, 26 let, nos).*

*„...bylo mé velké přání vypadat jako přirozená ženská a bez prsou jsem si tak nepřipadala...po operaci jsem byla nadšená, konečně jsem měla prsa!!!... nikde se nevystavuji, funguji pořád stejně jako před tím...jen se cítím o dost lépe☺ (Dana, 32 let, zvětšení prsou).*

*„(po operaci)...Hm no je to hezký, člověk má pocit, že si může užít všechno víc...no je to blbost, samozřejmě...je to jenom o vnitřním pocitu, nic vás neudělá šťastnější...když zhubnete nebo ztloustnete...cokoliv, ale byla jsem spokojená, vím, že jsem tím žila docela dlouho...byl únor a já jsem nosila stále výstřihy, byla jsem úplně strašně nadšená☺ ...prádlo jsem si nakoupila nový, přitom jsem nemusela, objem se mi nezměnil, jenom kompaktnost byla jiná. No je to lepší, nelituju vůbec!“ (Petra, 42 let, modelace prsou, víčka).*

Dalším motivem, kterým si lidé často ospravedlňují své rozhodnutí, bylo to, že člověk nemohl své tělo změnit přirozenou cestou, a proto plastická operace byla jedinou variantou, jak dosáhnout těla, se kterým bude člověk spokojený:

*„Zhubnul jsem 40 kilo a už se to nevstřebalo, ani po nějakých osmi letech... fyzický problém jsem s tím neměl, bylo to řešení spíše estetické...i když problém jsem s tím měl, psychický... Doktor mi říkal, že mi nevyndali ani gram tuku, že to bylo břicho tvrdé jako stěna, jenže to nebylo vidět, takže když se svlíkneš do plavek a něco ti přečuhuje, aniž bys za to mohl, protože jsi zhubnul tolik, kolik jsem zhubnul, tak je to těžký s tím žít“ (Hynek, 38 let, abdominoplastika, potní žlázy).*

U žen pak v této souvislosti z rozhovorů vyplývá, že problém s tělem začaly mít až po mateřství, které nějakým způsobem jejich tělo modifikovalo. S touto změnou se pak nedokázaly vyrovnat:

*“ ...myslím si, že s tím, co člověk dostane do vínku, by měl pracovat, ale s těma prsama neuděláte třeba nic, tohle jsem nedostala, to jsem dostala po dítěti“ (Petra, 42 let, modelace prsou, víčka).*

Naomi Wolf, podobně jako Kathy Morgan, také tvrdí, že plastická chirurgie je formou útisku. Tento proces umožňuje označovat ženské tělo jako podřadné, nemocné, stalo se objetí. V tomto nastavení pak žena vidí plastickou chirurgii jako jediné řešení. Plastická chirurgie je podle ní zobrazována jako potřeba, nikoliv luxus, což nejen legitimizuje procedury, ale také vybízí ženy, aby si obhájily své rozhodnutí (Wolf, 2000). Existuje určitý mýtus (ideál) krásy, který Wolf považuje za sociální konstrukt, a který začal pronikat do vědomí lidí západní společnosti v průběhu průmyslové revoluce. Tato revoluce pak díky masové informační technologii umožnila hromadnou výrobu a distribuci fotografických a filmových obrazů, jež se staly hlavním nosičem představy o ženské kráse (Zahrádka, 2008). Tento konstrukt je dle Naomi Wolf třeba rozbít. Tyto mýty o ženské kráse dle Wolf brání ženám ve společenské emancipaci (Wolf, 2000).

Bordo předpokládá, že kráse nemůžeme rozumět bez toho, aniž bychom vzali v potaz gender a moc. Zaměřuje se na obraz ženského těla, jako na prostor zkoumání toho, jak se v západní kultuře vytvářejí vztahy genderu a moci. Bordo, čerpající z Foucaultova pojetí moci, vidí tělo jako druh textu, který lze číst jako kulturní výpověď, výpověď o genderu (Bordo in Davis, 1995: 54). Aby vysvětlila, proč se ženy zaobírají více vzhledem, popsala pár styčných kulturních diskurzů a ukázala, jak jsou si podobné v souvislosti se současnými tělesnými fenomény, spojenými se ženskostí, jako je např. hysterie, poruchy příjmu potravy, agorafobie, diety, cvičení. Bordo je toho názoru, že zaobírání se krásou je pro ženy disciplinačním aktem, který je svým způsobem staví do podřízené pozice a vytváří tak nerovnosti.

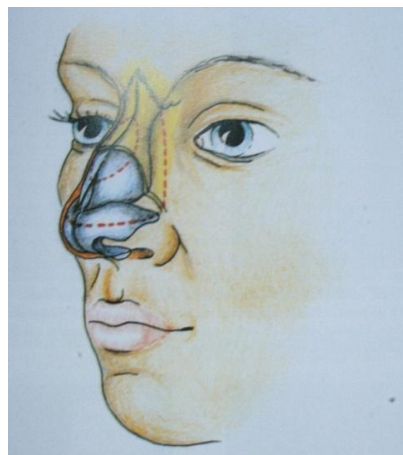
Kathy Davis ve své knize „Reshaping the Female Body“ (1995), která v rámci své práce na téma estetické chirurgie prováděla několikaletý výzkum s lidmi, kteří některý ze zákroků estetické chirurgie podstoupili, dochází k odlišným závěrům než její předešlé kolegyně. Rozumí plastické chirurgii v kontextu individuálních zkušeností žen a jejich možností jak změnit svou situaci. Ukazuje, že rozhodnutí pro plastickou operaci není nikdy jednoduché a přesto často bývá jediným řešením, jak se vypořádat se situací, která ženy tíží. Plastická operace není o kráse, ale o identitě. Pokud se žena cítí ve svém těle chycená jako v pasti, pokud má pocit, že její tělo nekoresponduje s tím, kým ona ve skutečnosti je, zůstává estetická chirurgie cestou, jak znovu projednat vlastní identitu skrze své tělo. Estetická chirurgie je o uplatňování moci za podmínek, které jsme si nevytvořili sami. V tomto rámci limitovaných možností, může být estetická chirurgie cestou, jak jednotlivé ženy formují

svůj život skrze přetvoření svého těla. Estetická chirurgie je o etice. Pro ženu, jejíž utrpení přesáhlo nějakou hranici, se může estetická chirurgie stát záležitostí spravedlnosti – jedinou jasnou věcí, kterou lze udělat (Davis, 1995: 163).

V okruhu feministických učenců je ženské zaobírání se vzhledem neustále vysvětlováno jako artefakt ženskosti v kontextu hierarchie moci mezi pohlavími a mezi ženami s různým sociálním či kulturním zázemím. Na konci 80. a začátku 90. let se mezi feministickými teoretiky rozvinul postmoderní přístup, který se zabývá krásou v termínech kulturního diskursu. V tomto rámci patří rutinní praktiky zkrášlování mezi disciplinární a normalizační režimy tělesného vylepšování a transformace, což je součástí produkce „poslušných těl“ (Foucaultův termín *docile bodies*). Tělo se dá nahlížet jakožto prázdný list (text), do kterého se vpisuje kultura. Zde platí to, že ženskost, ve vší své rozmanitosti, může být konstruována skrze vědecký diskurs, lékařské technologie, populární média i každodenní všední význam (Davis 1995: 50-51). Nespokojenost s tělem není však pouze kulturní fenomén, vyvstává ze vztahu mezi texty a těmi, kdo v nich vidí obrazy, odrážející nedokonalosti jejich těla. Vzájemný průnik textů, jakožto diskursu a organizace touhy je reflexivní. Text jí říká, že prsa jsou příliš malá/velká, čte o nápravě, její prsa jsou tedy napravitelná. Vstupuje tak do diskursivního uspořádání touhy, nyní má cíl, kdežto předtím měla pouze „vadu“ (Smith in Davis, 1995:61). Z tohoto hlediska se dá tedy člověk, který se rozhodl pro plastickou operaci, vnímat jakožto „agent“, který má své touhy a aktivně chce přetvářet svůj život.

## 9. Nejčastěji prováděné zákroky

Plastická operace nosu neboli **rhinoplastika** je jednou z nejžádanějších operací na klinikách estetické medicíny. Nos je centrem obličeje a proto je také jednotlivcem velmi citlivě vnímán. Samotní lékaři tvrdí, že se jedná o nejnáročnější operaci, radící se k estetickým operacím. Ve většině případů je potřeba provést kompletní rhinoplastiku, tzn. zcela uvolnit chrupavčitou i kostěnou kostru nosu, dát tak nosu nový tvar se zachováním určitých rozměrových poměrů. Operace se provádí v místním umrtvení či celkové narkóze, dle rozsahu a náročnosti výkonu. Celá operace se provádí nosními dírkami, tedy bez vnějších jizev. Na některých pracovištích se provádí tzv. otevřená rhinoplastika, kde se při operaci odklopí sloupek nosní přepážky. Nejčastějším typem rhinoplastik je zmenšování nosu, často s odstraněním různě velikého hrbolu na hřbetu nosu. Jsou i operace, kdy je potřeba nos zvětšit či zpevnit. V těchto případech je potřeba doplnit chybějící materiál. Může se použít buď vlastní tkáň žebra nebo kyčelní kosti nebo transplantát dárce. V současné době se využívají i plastové materiály. Každá operace je ukončena fixací nosu, nejčastěji sádrou dlahou a tamponádou nosu. Tamponáda nosu umožňuje dýchat pouze ústy a odstraňuje se 3. – 4. den po operaci. Po operaci je také třeba počítat s dosti silnými otoky kolem očí a často i s krevními podlitinami. Do běžného životního režimu se operovaný vrací 6. – 8. týdnů po operaci. (Záruba, Doležal, 1999: 29 - 36). Průměrná cena tohoto zákroku v České republice je 21 512 Kč,-. Při nekomplikovaném průběhu trvá 1-2 hodiny (Cena bez hospitalizace a anestezie).<sup>26</sup>

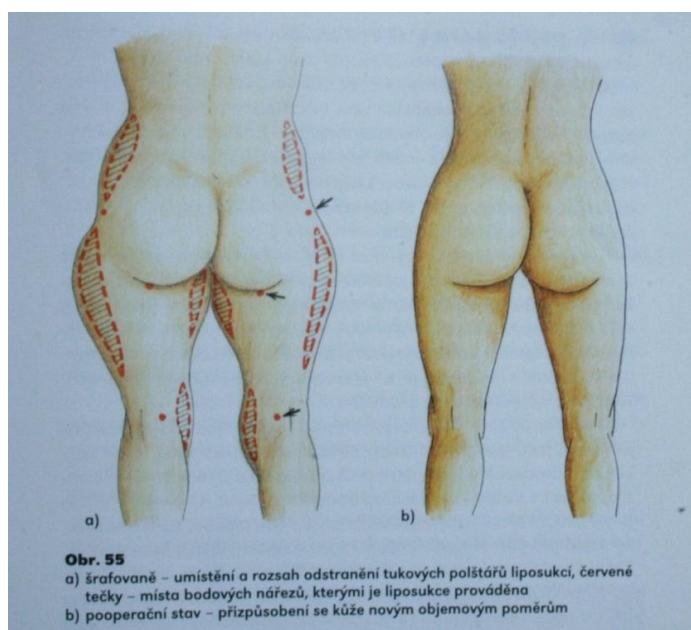


Zdroj: Záruba, Doležal, 1999

<sup>26</sup> <http://www.plasticka-chirurgie.info/ceniky>



**Liposukce – odsávání tuku** – je chirurgický výkon, při kterém se provádí snížení podkožní tukové vrstvy odsátím určitého množství tuku tam, kde dochází k jeho nadměrnému ukládání. Technika liposukce se začala rozvíjet v polovině 70. let a nahradila tak původní chirurgickou metodu, kterou se odstraňovala tuková tkáň z problémových lokalit v celku vyříznutím. Liposukce není metodou, která by snižovala nadváhu obézních jedinců celoplošně. Zákrok je prováděn v narkóze. Operační řezy jsou dlouhé asi 6mm. Vlastní zákrok se provádí pomocí liposukčních kanyl, jež mají na svém konci, který se zaboří do tukové tkáně, jeden nebo více různě upravených otvorů. Pravidelnými pohyby kanyly je tuková tkáň jejím hrotem rozrušována na drobné částičky, které jsou odsávány pomocí vakuové pumpy. Tuk se hromadí v rezervoáru, kde lze podle stupnice odečíst celkové množství odsátého tuku. Hospitalizace trvá zpravidla 1 den a operované plochy jsou fixovány kompresí pomocí speciálních návleků. 7. – 10. Dní po operaci by pacient měl dodržet klidový režim a omezit pohyb jen na nejn nutnější potřebu. Návleky se během prvního měsíce snímají pouze na dobu nutnou k hygieně, další dva měsíce je potřeba návlek nosit zejména při pohybu a zátěži (Záruba, Doležal, 1999: 80 – 86). Průměrná cena tohoto zákroku v České republice je 15 915,- Kč (závisí na operované ploše).<sup>27</sup>



Zdroj: Záruba, Doležal, 1999: 81

---

<sup>27</sup> <http://www.plasticka-chirurgie.info/ceniky>

**Zvětšení prsů neboli augmentace** je vhodná u žen s nedostatečně vyvinutými prsy, u žen, kde došlo k úbytku žlázového aparátu prsů a uvolnění kůže, například po kojení nebo u žen mající rozdílnou velikost pravého a levého prsu. Operace se provádí v celkové anestezii a trvá zhruba 30 – 50 minut. K zavedení implantátu dochází nejčastěji dlouhým řezem v podpaží, řezem v podprsni rýze nebo řezem na hranici dvorce. Po uložení implantátu jsou zavedeny drény, které v pooperační době odvádějí tekutiny. Operace je ukončena přiložením elastického obvazu, aby se fixovaly implantáty v poloze, v jaké byly uloženy a snížilo se tím riziko jejich posunutí. 5. – 7. Dní po operaci je potřeba dodržet klidový režim. Za tvarově stabilizované můžeme prsy pokládat nejdříve za 1 – 2 měsíce, u modelací a asymetrií nejdříve za 3 – 4 měsíce (Záruba, Doležal, 1999: 44 -52). Průměrná cena tohoto zákroku je v České republice 52 959,- Kč.<sup>28</sup>



*Implantát pod žlázou*

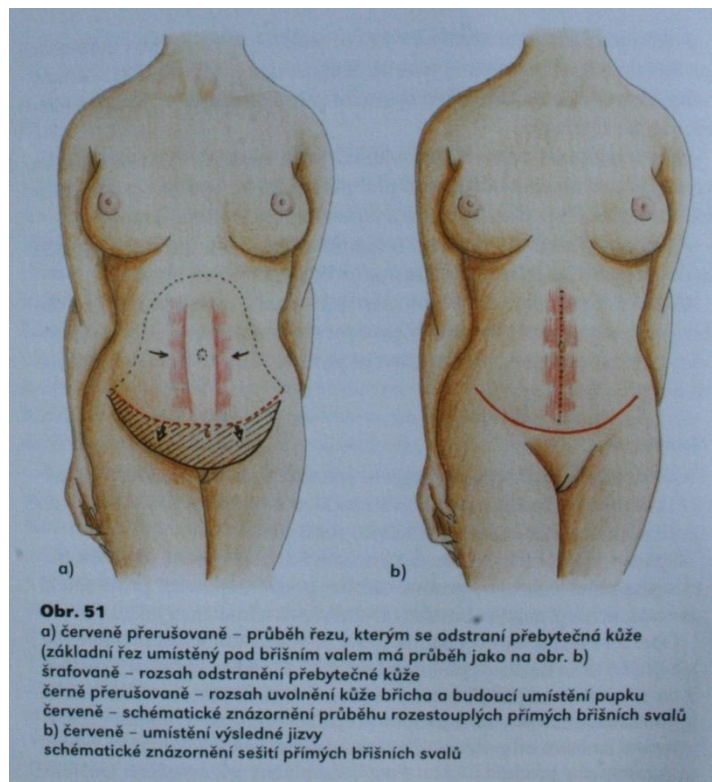


*Implantát pod svalem*

**Plastika břicha – abdominoplastika** – řeší problém povislé kůže a povolené břišní stěny, jak tomu bývá nejčastěji po těhotenství nebo výrazném zhubnutí. Operace se provádí v celkové anestezii. Operační řez je veden nad ochlupením v celé šíři mezi kostmi kyčelními. Pupek je obříznut okrouhle a co nejtěsněji tak, aby zůstal ve spojení s břišní stěnou. Kůže břicha spolu s tukovou vrstvou se jemnou preparací postupně uvolňuje v celém rozsahu směrem od provedeného řezu nahoru až téměř k hranici žeberního oblouku hrudního koše. Poté je uvolněná kůže stažena směrem dolů a odříznuta její

<sup>28</sup> <http://www.plasticka-chirurgie.info/ceniky>

přebytečná část. Dále je potřeba zpevnit vlastní břišní stěnu sešitím a zřasením přímých břišních svalů. Po stažení kůže se vyřízne otvor v místě pupku pro jeho nové uložení. Doba hospitalizace je obvykle 3 – 4 dny, dalších 5 – 7 dní je nutný klidový režim v domácím prostředí. Normální režim přichází v úvahu po 6 týdnech (Záruba, Doležal, 1999: 73 – 77). Kompletní abdominoplastika zabere 2 a více hodin. Průměrná cena tohoto zákroku v České republice je 30 914,- Kč.<sup>29</sup>



Zdroj: Záruba, Doležal, 1999: 76

---

<sup>29</sup> <http://www.plasticka-chirurgie.info/ceniky>

## 10. Cesta ke zdrojům aneb metodologie

Problematika plastické estetické chirurgie je na poli kulturní a sociální antropologie v České republice dosud málo probádanou oblastí. Pokusila jsem se k tomuto tématu přiblížit z více úhlů – skrze interview s lidmi, kteří podstoupili některý (obyčejně i několik) ze zákroků estetické chirurgie, dále skrze rozhovory s chirurgy, kteří se zabývají estetickou chirurgií ve své praxi a nahlédnutím do mediálního diskurzu a zejména pohled na to, jak je samotná estetická medicína v médiích propagována. K poslednímu mi posloužily i rozhovory s marketingovými manažery dvou pražských klinik estetické medicíny. Pokusila jsem se tedy nahlédnout estetickou chirurgii jakožto instituci, ke které vedou tři odlišné cesty – cesta klienta, cesta lékaře, který ji vykonává a cesta mediální propagace, která ji jakožto produkt zprostředkovává veřejnosti. Tyto tři cesty se významně liší a odhalují tak pozadí a motivace zúčastněných stran. Avšak ačkoliv se tyto pohledy liší, nechávají společně vyvstat estetickou plastickou chirurgii jako instituci, která se stává čím dál tím běžnější praxí současného člověka a začleňuje se tak do naší kultury jako její normální součást, čímž i zpětně ovlivňuje vnímání tělesnosti současného člověka.

Rozhovory s klienty estetické plastické chirurgie jsem prováděla formou polostrukturovaných rozhovorů. Předem jsem si vytvořila quide list, kterého jsem se v rozhovorech držela však pouze okrajově. Snažila jsem se nechat osoby vypovídat o své zkušenosti co nejvíce samostatně a pouze se doptávat či prohlubovat otázkami jejich výpovědi. V tématu, které je svým způsobem považováno za problematické, je tak perspektiva člena, jeho vlastní interpretace toho, o co tady jde, nejhlubším základem pro rekonstrukci žitého světa. Vyhneme se tak také lépe pozici, ve které můžeme mít pocit, že víme lépe, o co jde (Davis, 1995).<sup>30</sup> Rozhovor jsem provedla s celkem 14 osobami (dvanáct žen a dva muži). Věkovou rozmezí osob, se kterými jsem hovořila, bylo mezi 30 – 50 lety. Rozhovory probíhaly vždy v prostředí, které si určili informátoři sami. Většinou

---

<sup>30</sup> *Members perspective* se řadí do tradice interpretativní sociologie. Nevypovídá o tom, jak svst ve skutečnosti je, ale spíše o tom, jak je diskursivně konstruován jedinci, když o sobě a okolnostech hovoří

se jednalo o jejich oblíbenou kavárnu, jejich byt či pracoviště. Všechny rozhovory jsem zaznamenávala na diktafon a následně doslovně přepsala. Dotazovaní byli vždy předem seznámeni se záměrem této práce, stručně jim byla nastíněna osa mé diplomové práce a způsob využití našeho rozhovoru. Dotazovaní byli také seznámeni s možností anonymity a byla jim nabídnuta možnost podepsání informovaného souhlasu, avšak pouze v dvou případech byl informovaný souhlas podepsán. Obvykle se informátoři spokojili s ústním ujištěním o zachování jejich anonymity, a proto jsem jména všech dotázaných i ostatní jména zmiňovaná během rozhovorů pozměnila. Všem jsem také nabídla možnost nahlédnout do přepsaného rozhovoru ještě před jeho použitím v této práci. Dotazované jsem také ujistila o použití jak nahrávky rozhovoru, tak i přepsaného rozhovoru, pouze mou osobou pro účel této práce.

V rozhovorech s lidmi, kteří podstoupili některý ze zákroků plastické estetické chirurgie, jsem se snažila zejména zjistit, co je k tomuto rozhodnutí vedlo, jaká je jejich osobní zkušenost s estetickou medicínou, jak celý tento akt hodnotí zpětně. Součástí rozhovoru bylo i obecné dotazování na jejich vztah k vlastnímu tělu a tělesné kráse. V rozhovorech jsem se snažila soustředit se na to, jak lidé artikulují jejich individuální zkušenost s plastickou chirurgií, co to pro ně znamená a jak to ovlivnilo jejich život. Žijeme ve světě, který je velkou mírou orientován na vzhled. Vzdávající komodifikace těla s sebou také nese větší míru akceptovatelnosti chirurgického přetváření těla za účelem jeho zkrášlení. Avšak, jak vyplynulo z rozhovorů, stále zůstává toto pole zahaleno závojem studu a trapnosti, něčeho morálně rozporuplného, o čem se běžně ve společnosti nehovoří. Otázky jsem tedy strukturovala velmi otevřeně, aby nenabízely jasné možnosti odpovědí. Použila jsem metodu polostrukturovaných rozhovorů, které poskytují velký prostor pro narativa, ale zároveň mi poskytují jasný rámec, ve kterém se chci pohybovat a osu, které se při rozhovorech chci držet. Otázky jsem si strukturovala tak, aby udržovaly linii vyprávění o a) motivacích a rozhodování, b) průběhu vyjednávání s lékaři a procesu probíhajícímu na klinice, c) vlastní hodnocení výsledku operace. Jednotlivé segmenty jsem vždy uvedla, abych tak respondentovi poskytla jasný rámec pro jeho vyprávění. Následně jsem ho nechala co nejvíce hovořit a jen letmo usměřovat tok jeho vyprávění tak, aby se pokud možno příliš nevzdaloval od našeho tématu.

Rozhovory jsem následně přepsala do textové podoby, což mi posloužilo k snadnější orientaci ve výpovědích. Všechny rozhovory byly kódovány do 6 širších kategorií:

motivace pro podstoupení plastické estetické operace, rozhodovací proces, výběr kliniky, návštěva kliniky a vstupní pohovor s lékařem, operace a hodnocení výsledku, doplňující otázky mapující přemýšlení dotázaných o těle obecně. Po provedení kódování přepsaných rozhovorů jsem porovnávala jednotlivé výpovědi a hledala paralely a podobnosti mezi jednotlivými rozhovory. Pokusila jsem se zjistit, jakým způsobem lidé rozumí a artikulují svou životní zkušenost s estetickou chirurgií, kde se shodují a v čem se naopak jednotlivé výpovědi odlišují. Hlavním záměrem těchto rozhovorů tedy bylo zjištění, co lidi motivuje k tomu, aby podstoupili některý ze zákroků estetické plastické chirurgie, a jakým způsobem tuto zkušenost nahlíží zpětně. Respondenty jsem ve většině případů získala kontaktováním skrze internetové diskuze, které jsou speciálně vytvořené za účelem prodiskutování individuálních zkušeností s estetickou plastickou chirurgií. Do diskuzí jsem nevstupovala, ale kontaktovala jsem vybrané osoby skrze soukromý kontaktní formulář, který je součástí této internetové aplikace. Z celkového počtu oslovených žen se mi ozvala zhruba jedna třetina. Velká část žen rozhovor z různých důvodů odmítla. Některé ženy mi nabídly zodpovězení otázek elektronickou formou skrze email, ale tato praxe se mi neosvědčila. Výpovědi byly velmi strohé a měly pro mě velmi malou výpovědní hodnotu. Dva rozhovory jsem uskutečnila přes komunikační program Skype a zbylých 14 rozhovorů probíhalo osobně. V některých případech mi respondent doporučil svého známého, který také podstoupil některý ze zákroků estetické plastické chirurgie.

Chtěla bych ještě podotknout, že varieta chirurgických zákroků u dotazovaných lidí byla velmi pestrá. Převažovaly zde augmentace (zvětšení prsou), mastopexie (modelace prsou) a rinoplastika (plastická operace nosu), dále blepharoplastika (operace horních i dolních víček), liposukce (odsátí tukové tkáně), otoplastika (korekce ušních boltců), abdominoplastika (operace břicha) a rhytidektomie (face-lift, vypnutí kůže obličeje).

## Závěr

V této diplomové práci jsem se pokusila nahlédnout plastickou chirurgii jakožto instituci, ke které vedou tři odlišné cesty – cesta klienta, cesta lékaře a cesta propagace skrze média. Estetická plastická chirurgie je usazená v soudobé kultuře a čím dál tím více nachází své místo mezi širokou veřejností. Tím, že nabízí modifikaci těla, nějakým způsobem přispívá ke změně pohledu na tělo a tělesnost současného člověka. Abych se k tématu přiblížila, pokusila jsem se zaměřit pozornost na lidi, kteří mají s estetickou chirurgií žitou zkušenost – na klienty estetické plastické chirurgie. Zajímalo mě zejména, jaká byla jejich individuální zkušenost s tělem, co je přivedlo k rozhodnutí nechat si tělo chirurgicky upravit a jakou roli v tomto rozhodnutí hraje soudobá kultura, jenž neúnavně produkuje idealizované obrazy lidského těla. Tento výzkum jsem doplnila o interview s lékaři, kteří působí na klinikách estetické medicíny a managery těchto klinik, kteří se starají o jejich propagaci.

V teoretické části jsem se nejprve zaměřila na to, jak je tělo tematizováno v sociálních vědách, což mi pomohlo se v problematice zorientovat. Stručně jsem také nastínila historii estetické plastické chirurgie. V další kapitole jsem již využila zpracovaných interview a zaměřila jsem se na otázku, jak se propaguje „krásné tělo“. K tomuto záměru mi také posloužily propagační materiály klinik estetické medicíny a pohled na mediální scénu. Jelikož propagace těchto typu zařízení úzce souvisí se současnou konzumní kulturou a jejími hodnotami, pokusila jsem se rozebrat, jak je v této kultuře usazené tělo a jak se soudobá kultura tělesnosti zrcadlí ve vztahu lidí k vlastnímu tělu, potažmo pak i jak vstupuje do rozhodovacího procesu. S tímto tématem také rámcově souvisí kontextualizace těla jakožto komodity a projevy komodifikace na kulturní scéně. Tělo, jakožto objekt disciplinace, je rozebrán v kapitole následující, se zaměřením na ženu v soudobém systému krásy a podkapitolu tvoří polemika o tom, co považujeme za „normální“ a „krásné“ ve vztahu k tělu. Estetická plastická chirurgie je z větší části záležitostí žen a proto jsem zde chtěla ukázat, jak je pojmána v rámci feministické diskuze. A jelikož se estetická chirurgie také nazývá psychochirurgií, zařadila jsem zde i kapitolu o body image a spokojenosti s vlastním tělem. Doplnková kapitola v závěru

teoretické části dává laickému čtenáři nahlédnout, o co vlastně v estetické chirurgii nejčastěji jde, jsou zde stručně nastíněny průběhy a techniky jednotlivých zákroků.

Celá práce se opírá o množství teoretiků, problematizujících tělo v současné kultuře. Tyto teorie se průběžně prolínají s analyzovanými interview, což mi umožnilo nějakým způsobem s teoriemi polemizovat.

V samotných interview s klienty estetické chirurgie jsem se pokusila nahlédnout, jak lidé uvažují o svém těle, jak ho prožívají a jaké jsou jejich motivace pro podstoupení některého ze zákroků estetické chirurgie. Problematika plastických operací je poměrně citlivou a osobní záležitostí, a proto takové téma vyžadovalo jistý druh naladění mezi informátorem a tazatelem. Z tohoto důvodu jsem se vždy snažila dostat k tématu co nejpřirozenější cestou.

V úvodu všech interview jsem se tedy snažila zjistit, co lidi vedlo k rozhodnutí pro zákrok na estetické chirurgii. Často jsem se ani nemusela ptát, lidé horlivě své zkušenosti a prožitky s tělem začali artikulovat svévolně - obvykle začali hovořit v termínech psychologické nespokojenosti s vlastním tělem, či přesněji řečeno s určitou částí. Často popisovali jednotlivé situace, které si zpětně vybavují, a které přispěly k tomu, že začali pociťovat nějaký druh komplexu z toho, jak jejich tělo vypadá. Interview ukázaly, že k psychologické nespokojenosti s vlastním tělem tedy přispívalo jak okolí, tak obrazy vlastního těla (zprostředkované jak například fotografiemi, tak i pohledem do zrcadla). Z rozhovorů se ukázalo, že zde existuje i tlak ze strany médií. V dnešní době, kdy jsou lidé neustále obklopeni obrazy idealizovaných lidských těl, se často sami hůře vyrovnávají s tělem vlastním. Dle výpovědí se dále také ukázalo, že komplexy z vlastního těla nejsou zpravidla zapříčiněny okolím (partner, rodina, přátelé), ale jde většinou pouze o individuální pocity, které nejsou zapříčiněny vnějším tlakem. Informanti často hovořili o tom, že okolí je vždy bralo takové, jací byli, ale oni sami se se svým tělem nedokázali vyrovnat.

Nepřehlédnutelnou součástí výpovědí o motivacích pro plastickou operaci, byl způsob, jakým se lidé o svém těle vyjadřovali. Často hovořili o svém těle jako o jednotlivých částech, zejména o těch, které je trápily, a které jakoby narušovaly celek těla. Změna jedné



části těla jim v tomto případě pomohla, aby se cítili se svým tělem spokojeni, aby ho vnímali jako „normální“.

Z analyzovaných rozhovorů lze vyvodit tři typy důvodů, které lidi vedou k podstoupení estetické plastické operace. Zaprvé, pokud se jedná o nějakou vrozenou vadu nebo abnormalitu – např. odstáté uši, příliš velký, hrbolatý či jinak deformovaný nos, nesouměrná prsa apod. Zadruhé, pokud jde o snahu zredukovat či odstranit projevy stárnutí, jako je povislá kůže, vrásky, spadlá oční víčka, povislá prsa apod. Do této kategorie spadají také ženy, u kterých vlivem mateřství došlo k tělesným změnám – povislá prsa, vytahaná kůže na břicho. Třetí okruh tvoří lidé, jejichž problém s tělem je pouze psychologického původu. Jedná se zde o lidi, kteří vnímají své tělo nedostatečně krásné, a i když vnější pozorovatel nemá sebemenších pochyb o atraktivitě těchto lidí, oni sami vnímají své tělo jako něco chybného, jako něco, co je potřeba změnit, upravit.

Další kategorií, která byla v průběhu práce analyzována, je proces rozhodování. Jelikož jsou plastické operace poměrně závažným zásahem do těla, trvá rozhodování, jak se ukázalo na vzorku, ve většině případů velmi dlouhou dobu. Spolupůsobí zde však více faktorů. Mezi nejvýznamnější patří zejména to, jak bude tělo vypadat po operaci. Často se doba čekání na operaci odvíjí i od nedostatku financí, významná je zde i otázka prožívání emocí, které se k podstoupení plastické operace váží. Z rozhovorů se ale ukázalo, že lidé mají strach spíše z narkózy, protože často operace trvají i několik hodin, než ze samotné přeměny jejich těla, na kterou se často velmi těšili. Velký vliv na rozhodování má i první konzultace s lékařem. Do rozhodovacího procesu se řadí také výběr lékaře či kliniky, kterých je v současné době nepřehledné množství. Jako nejpodstatnější kritérium se zde ukázala osobnost a odbornost lékaře. Dále pak reference od ostatních lidí (známých, na internetu), tradice zavedené kliniky, blízkost bydliště a cena, která však pro většinu lidí byla až na posledním místě. Co se týče prostředí klinik, lidé se v názorech velmi lišili, pro někoho je důležité nadstandardní prostředí, jelikož si za zákrok platí a vyžadují proto jistý standard, pro jiné je nadstandard zbytečná záležitost a nehodlají za podobný komfort platit více.

Co se týče samotného hodnocení estetických plastických operací, z rozhovorů vyplynulo, že nikdo svého rozhodnutí pro operaci zpětně nelitoval. Zajímavé je, že i osoby, které podstoupili více zákroků z oboru estetické plastické chirurgie a nebyli s prvním zákrokem

spokojení, neváhali podstoupit podobný zákrok podruhé. Všichni z mých respondentů vyjadřovali velkou spokojenost a to hlavně z důvodu zvýšení vlastního sebevědomí. Často lidé nehodnotili pouze výslednou podobu nového těla nebo jeho části, ale hovořili o celkovém psychickém uspokojení z operace, ztrátě komplexu či studu za své „staré“ tělo. Doprovodným jevem těchto výpovědí byla často návaznost na denní praktické věci, jako je dívání do zrcadla či oblékání a nakupování oděvů. Do závěrečného hodnocení se také promítaly vztahy osob a jejich okolí, které nějak reagovalo, čímž dotyčného většinou utvrzovalo o správnosti a prospěšnosti celé akce.

Zajímavé zde také bylo, jakým způsobem lidé o své zkušenosti hovořili. Stejně tak jako obrazové materiály klinik doprovází fotografie „před“ a „poté“, i výpovědi lidí se v podstatě strukturovaly na dobu před zákrokem a po zákroku. Doba před zákrokem je popisována jako strastiplná, traumatická, jako doba, kdy člověk necítil své tělo tak, aby s ním mohl být spokojený, aby na něj v podstatě nemusel myslet. Doba „po“ je často líčena jako velký převrat, zlom, který se projevil významně do celého života, zejména zvýšením sebevědomí, které tady hraje ústřední roli.

Prostřednictvím těchto interview jsem chtěla rozkrýt žité zkušenosti soudobých lidí s vlastním tělem, ve kterých se odráží současná kultura. Z rozhovorů se ukázalo, že vzhled hraje v současné době čím dál větší roli a velmi se promítá do psychiky jednotlivců. Z analyzovaných interview také vyplynulo, že ústřední motivací informátorů pro podstoupení estetické plastické operace bylo především dosažení normálního těla a nikoliv nějakého estetického ideálu. Tím, co lidé zvýznamňovali, bylo tělo normální, snaha, být spíše „neviditelným“ a zapadnout, nežli být krásný a „viditelný“. Normální tělo se ale za spolupůsobení mediálního diskurzu stává notně idealizovaným tělem, a proto tlak na jedince, aby se vyrovnali se svým vzhledem, úměrně roste. Lidé v návaznosti na to vnímají své tělo jako půdu pro neustálé vylepšování a návštěva kliniky estetické chirurgie je jedním ze způsobů, jak na svém těle pracovat. Žádné tělo se nedá považovat za objektivně krásné, jelikož lidé mají různé preference. Otázka po kráse těla či normalnosti těla je čistě psychologickou záležitostí, jde zejména o to, cítit se ve svém těle dobře. Otázkou je, zda jsou lidé opravdu otroky kulturního ideálu krásy, jak tvrdí například Morgan (1991), nebo

se touha po jiném těle rodí v mysli jednotlivců. Z interview se ukazuje, že lidé vědomě nepřebírají vzory zvenčí, ale na druhé straně nepopírají vliv médií. Jde zde i o to, že lidé prostřednictvím svého těla vyjadřují svou osobnost, chtějí dosáhnout ideálního souladu a k tomu jim třeba i drobná úprava zevnějšku významně pomůže. Tělo je projektem a estetická chirurgie nástrojem, jak nad ním převzít kontrolu – navzdory známým stárnutí, mateřství či vrozeným vadám. Otázkou však zůstává, do jaké míry lze svá těla přetvářet, kde jsou hranice těla ve světě, kde technologie dnes a denně přetvářejí přirozený stav věcí.

## Seznam literatury:

- Andrejevic, Mark. 2004. *Reality TV: the work of being watched*. Oxford: Rowman, Littlefield Publishers, Inc.
- Bachelard, Gaston. 1987. *The Psychoanalysis of Fire*. Boston: Beacon Press
- Blum, Virginia L. 2003. *Flesh Wounds: The Culture of Cosmetic Surgery*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Bourdieu, Pierre. 2000. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge: Harvard University Press
- Bourdieu, Pierre. 2000. *Nadvláda mužů*. Praha: Karolinum
- Cviková, Jana, Jana Juráňová, Lubica Kobová. 2005. *Žena nie je tovar. Komodifikácia žien v našej kultúre*. Bratislava: Aspekt
- Davis, Kathy. 1995. *Reshaping the Female Body. The Dilemma of Cosmetic Surgery*. New York. Routledge
- Entwistle, Joanne. 2000. *The Fashioned Body. Fashion, Dress and Modern Social Theory*. Cambridge: Polity Press.
- Elliott, Anthony. 2008. *Making the cut : how cosmetic surgery is transforming our lives*. London: Reaktion Books
- Featherstone, Mike. 1991. *The Body in Consumer Culture*. In: Featherstone, Mike, Mike Hepworth, Bryan S.Turner. 1991. *The Body. Social Process and Cultural Theory*. London: SAGE
- Featherstone, Mike, Mike Hepworth, Bryan S.Turner. 1991. *The Body. Social Process and Cultural Theory*. London: SAGE
- Flusser, Vilém. 2002. *Do universa technických obrazů*. Praha: OSVU
- Fialová, Ludmila. 2001. *Body image jako součást sebepojetí člověka*. Praha: Karolinum.

- Foucault, Michel. 2000. *Dohlížet a trestat*. Praha: Dauphin
- Foucault, Michel. 2003. *Dějiny sexuality I*. Praha. Hermana a synové
- Fraser Mariam, Monica Greco. 2005. *The Body. A Reader*. New York: Routledge
- Gilman, Sander L. 1999. *Making the Body Beautiful. A Cultural History of Aesthetic Surgery*. New Jersey: Princeton University Press.
- Gilman, S.L. 1998. *Creating Beauty to Cure the Soul*. Durham. NC: Duke University Press.
- Grogan, Sarah. 2000. *Body Image. Psychologie nespokojenosti s vlastním tělem*. Praha: Grada
- Heyes, Cressida, Meredith Jones. 2009. *Cosmetic surgery: a feminist primer*. Farnham: Ashgate Publishing Limited
- Kopytoff, Igor. 1986. *The Cultural Biography of Things: Commodification as Process*. In: Appadurai, Arjun – *The Social Life of Things: Commodities in cultural perspective*, pp. 64-91. Cambridge University Press.
- Lipovetsky, Gilles. 2000. *Třetí žena. Neměnnost a proměny ženství*. Praha: Prostor
- Nodl, Martin, Daniela Tinková (edd.). 2007. *Antropologické přístupy v historickém bádání*. Praha: Argo
- Patočka, Jan. 1995. *Tělo, společenství, jazyk a svět*. Praha: Oikoymenh
- Pitts – Taylor, Victoria. 2007. *Surgery junkies: wellness and pathology in cosmetic culture*. NJ. Rutgers University Press
- Platón. 2005. *Faidón*. Praha: Oikoymenh
- Pronger, Brian. 2002. *Body fascism: salvation in the technology of physical fitness*. Toronto: university of Toronto Inc.
- Shilling, Chris. 2003. *The Body and Social Theory*. London:SAGE

Synnott, Anthony. 1993. *The Body Social: symbolism, self and society*. London: Routledge

Šubrt, Jiří. 1996. *Civilizační teorie Norberta Eliase*. Praha: Karolinum

Turner, Bryan S. 2008. *The Body and Society*. London: SAGE

Turner, Bryan S. 1991. *Recent Developments in the Theory of the Body*. In Featherstone, Mike, Mike Hepworth, Bryan S. Turner. 1991. *The Body. Social Process and Cultural Theory*. London: SAGE

Weber, Brenda, R. 2009. *Makeover TV: Selfhood, Citizenship, and Celebrity*. Durham: Duke University Press.

Wilde, Oscar. 2003. *The Picture of Dorian Gray*. New York: Barnes & Noble Classics

Propagační magazín Perfecte

Internetové zdroje:

Vajdová, 2011. Norbert Elias (1897 – 1990) . [ online] Praha. Sociologický ústav AV ČR.  
[cit. 28. 1. 2011].  
Dostupné z: <<http://www.socioweb.cz/index.php?disp=teorie&shw=110&lst=105>>

Články:

Pavel Zahrádka. 2008. Mýtus o mýtu krásy. Polemika s knihou *Mýtus krásy* Naomi Wolfové Aluze 2/2008 - Glosa