

**Pedagogická fakulta Univerzity Karlovy v Praze
Katedra občanské výchovy a filosofie**

**Diplomová práce
Mýtus ženské krásy**

Autor práce: Michaela Česká
Vedoucí práce: prof. PhDr. Anna Hogenová, CSc.
2012

Prohlášení o samostatném zpracování diplomové práce

Diplomovou práci jsem vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucí diplomové práce.

V Praze dne 30.května.2012

Michaela Česká

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala všem, kteří mě podporovali při psaní diplomové práce. Děkuji prof. PhDr. Anně Hogenové, CSc. za vedení mé diplomové práce a mým blízkým, především rodičům, za morální podporu.

Resumé

Tato diplomová práce se zabývá současným trendem kultu těla a mýtu krásy, jeho biologickými a kulturně historickými kořeny.

Pokouším se objasnit, proč je krása v dnešní společnosti tolik genderově podmíněná, proč je právě žena ztotožněna s krásným pohlavím. Dále zkoumám společenské mechanismy, které legitimizují honbu po ideálním těle, a jejich důsledky na individuální i společenské rovině.

Klíčová slova: mýtus krásy, idea, tělo, žena, gender, body image, genderová socializace, média

Zusammenfassung

Diese Diplomarbeit beschäftigt sich mit dem zeitgenössischen Trend des Körperkultes und mit dem Mythos der Schönheit, mit seinen biologischen und kulturell historischen Wurzeln. Ich versuche aufzuklären, warum die Schönheit in der heutigen Gesellschaft so geschlechtsbedingt ist. Und warum gerade die Frau mit dem schönen Geschlecht identifiziert wird. Weiter studiere ich gesellschaftliche Mechanismen, die eine Jagd nach dem perfekten Körper legitimieren. Ich beschreibe auch ihre Folgen auf der individuellen und gesellschaftlichen Ebene.

Schlagwörter: Mythos der Schönheit, Idee, Körper, Frau, Geschlecht, Body image, Geschlechter Sozialisierung, Medien

Obsah

| | |
|---|----|
| Úvod..... | 9 |
| 1. Lidské tělo a krása – teoretická východiska..... | 10 |
| 1.1. Biologická podmíněnost krásy | 10 |
| 1.2. Kulturní podmíněnost krásy | 12 |
| 1.2.1. Otázka moci a nadvlády..... | 13 |
| 1.2.2. Ekonomický aspekt moci a nadvlády | 14 |
| 1.2.3. Druhé pohlaví | 18 |
| 1.2.4. Dualismus a individualismus..... | 20 |
| 1.2.5. Politický aspekt mýtu krásy..... | 21 |
| 2. Platónovo pojetí krásy a dobra..... | 23 |
| 2.1. Sókratés..... | 23 |
| 2.2. Platón | 24 |
| 2.2.1. Motivy teorie idejí | 25 |
| 2.2.2 Nauka o dvou světech..... | 27 |
| 2.2.3. Ontologický statut ideje..... | 27 |
| 2.2.4. Hierarchie idejí, idea krásy a dobra..... | 28 |
| 2.2.5 Dialog Symposium..... | 29 |
| 2.2.6. Dialog Faidros..... | 36 |
| 3. Historická a kulturní proměnlivost krásy..... | 38 |
| 4. Media..... | 47 |
| 4.1. Televize a deníky | 48 |
| 4.2. Reklama | 50 |
| 4.3. Ženské časopisy..... | 53 |
| 4.4. Vliv médií..... | 55 |
| 5. Genderová socializace a mýtus krásy..... | 60 |
| 6. Důsledky mýtu krásy..... | 65 |
| 6.1. Intraindividuální důsledky mýtu krásy..... | 66 |
| 6.1.1. Diety..... | 66 |
| 6.1.2. Cvičení..... | 68 |
| 6.1.3. Poruchy příjmu potravy..... | 69 |
| 6.1.4. Estetická chirurgie..... | 72 |

| | |
|---|----|
| 6.2. Interindividuální důsledky mýtu krásy..... | 77 |
| 6.2.1. Sexualita..... | 79 |
| 6.2.2. Fatofobie | 80 |
| 6.2.3. Práce..... | 81 |
| 7. Budoucnost mýtu krásy..... | 84 |
| Závěr..... | 87 |
| Použitá literatura..... | 88 |

Rešerše

BOVEY, Shelley. *Zakázané tělo.* Olomouc: Votobia, 1995. ISBN 80-85885-61-1. Autorka popisuje život a problémy žen s nadváhou s hlediska zdraví, psychologie, mezilidských vztahů a rodičovství. Její tvorba je často vnímána jako kontroverzní. Napsala pět knih, z nichž k nejznámějším patří „Zakázané tělo“ a „Být tlustá není hřích.“

BRÖHMOVÁ, Patricia. *Jsem já ze všech nejkrásnější?* Praha: Amulet, 1999. ISBN 80-86299-17-1.

Německá autorka v této knize varuje před nebezpečím hubnutí, plastickými operacemi a reklamou na zeštíhlovací a zkrášlovací výrobky. Poukazuje na problémy mentální anorexie a bulimie, uvádí i možnosti jejich terapie. Obsahuje také informace o tom, jak zdravě jíst, sportovat a relaxovat.

CROOK, Marion. *V zajetí image těla.* Ostrava: Olda, 1995. ISBN 80-85954-02-8. Anglická spisovatelka a zdravotní sestra se věnuje průzkumu zdravotního stavu společnosti. Její publikace radí jak chápat a odmítat mýty o vzhledu těla.

ENSLER, Eve. *(V)hodné tělo.* Brno: Jota, 2006. ISBN 80-7217-444-4.

Spisovatelka a dramatička žijící v New Yorku se věnuje ženám, feminismu a ženské sexualitě. V knize *V(hodné) tělo* pokračuje v tématu otevřeném v „Monolozích vagíny“- násilí páchaném na ženském těle. „Vhodné tělo“ obsahuje monology žen, které jsou naší víceméně mužskou civilizací nuceny znásilňovat své tělo do obrazu, který bude více vhodný a hodný lásky a uznání, znásilňovat i vnímání sebe samé pod vlivem diktátu módy či výchovy.

ETCOFFOVÁ, Nancy. *Proč krása vládne světem.* Praha: Columbus, 2002. ISBN 80-7249-112-1.

Autorka je psycholožkou a instruktorkou seminářů „Science of Happiness“ ve státě Massachusetts. Krom jediné knihy „Survival of the Prettiest“ publikuje často v časopisech a novinách (Wall Street Journal, USA Today, Elle, Glamour).

KOELBL, Herlinde. *Starke Frauen.* München: Knesebeck, 1996. ISBN 3-89660-005-2.

Fotografka a režisérka dokumentárních filmů žijící v Německu. Její kniha *Silné ženy* představuje snímky (akty) třinácti žen, jejichž těla neodpovídají současnému

ideálu krásy, z fotografií však vyzařuje síla a energie výrazných ženských osobností. Každá série snímků je uvozena stručným medailonem.

KRCH, František David a kol.: *Poruchy příjmu potravy*. Praha: Grada, 2005. ISBN 80-247-0840-X.

Přední odborník na problematiku poruch příjmu potravy, výživy a závislostí. Dlouhodobě se zabývá léčbou mentální anorexie a bulimie a výzkumem v této oblasti. Dále se podílí na pedagogické a osvětové činnosti Psychiatrické kliniky VFN, přednáší v odborném a postgraduálním výcviku k problematice poruch příjmu potravy, zdravé výživy, závislostí a psychoterapie.

OSVALDOVÁ, Barbora. *Žena – muž? Žena – muž!* Praha: IKSŽ FSV UK 1999. Doc. PhDr. Barbora Osvaldová vystudovala Fakultu sociálních věd a publicistiky, spolupracuje s různými médii, působí jako vedoucí katedry žurnalistiky na Univerzite Karlově, předsedá Komisi pro etiku při Syndikátu novinářů ČR.

WOLF, Naomi. *Mýtus krásy*. Bratislava: Aspekt, 2000. ISBN 80-85549-15-8. Americká spisovatelka a politická konzultantka hlásící se k feminismu. Její kniha „Mýtus krásy“ rozpoutala odbornou diskuzi o ideálu lidské krásy mezi sociology, biology, kulturními antropology a filozofy. Podle Wolfové je ideál ženské krásy mýtem, tj. sociálním konstruktem.

YALOMOVÁ, Marylin. *Dějiny ňadra*. Praha: Rybka Publishers 1999. ISBN 80-86182-92-4.

Spisovatelka, která krom mnoha publikací, které jsou překládány do více jak dvaceti jazyků vyučuje Gender studies na Stanfordské univerzitě. V knize „Dějiny ňadra“ popisuje vnímání ženských ňader západním světem od starověku až po současnost. A to v pozitivním i negativním smyslu - v souvislosti s proměnami ideálu ženské krásy a rolí ženy ve společnosti.

YOUNG-Eisendrath, Polly. *Ženy a touha*. Praha: Euromedia Group ; Knižní klub, 2001. ISBN 80-242-0655-2.

Americká psychoanalytička zde odhaluje problémy žen, které v sobě potlačují svoje přání a touhy, dávají přednost uznání druhých lidí před vlastním uspokojením, a proto nejsou - ač to mnohdy na první pohled není znát - šťastné. Na základě příběhů z terapeutické praxe, ale také pomocí analytických výkladů pohádek a mýtů autorka ukazuje nutnost osvobodit se od stereotypů, představ a požadavků, které ženám odmalička vštěpuje naše patriarchální společnost.

Úvod

V současnosti je velmi diskutovaným tématem ve společnosti tělo. Ne však ledajaké tělo. Tělo, které je zkrocené a ovládnuté. Ženské tělo. Tělo, které je jako jediné považováno za krásné a přitažlivé, takové, které splňuje přísná kritéria ideálu krásy. Většina žen se takovému ideálu snaží alespoň přiblížit. A právě této problematice ženského těla, jeho mýtu krásy, společenskému diktátu se věnuji ve své diplomové práci. Stejně jako americká autorka Naomi Wolf¹ užívám termín „mýtus krásy“, který ženskou krásu představuje jako něco daného, neměnného a všemi zbožňovaného.

První kapitola slouží jako teoretické východisko pro samotnou práci. Věnuji se zde fenoménům těla a krásy, jejich biologickým a kulturním rovinám a determinantám. Právě kulturní determinanty pak pokládám za obzvláště významné a hledám v nich příčiny obrovské moci mýtu krásy v současné společnosti.

Ve druhé kapitole se zabývám Platónovým pojetím krásy, snažím se prozkoumat jeho filozofické předpoklady a nastínit základní principy Platónovy estetiky.

Úkolem třetí kapitoly je ukázat proměny krásy vzhledem k časovým i geografickým posunům, jejich historickou a kulturní podmíněnost, a narušit tak základní argumenty mýtu krásy.

Čtvrtou kapitolu jsem věnovala médiím, které masovým způsobem pomáhají šířit a legitimizovat mýtus krásy. Zabývám se v ní především jednotlivými formami masové komunikace a ptám se na jejich skutečný dopad na jednotlivce.

Pátá kapitola sleduje vrůstání jedince do společnosti, jeho proces individuace, proces genderově diferencovaný. Právě na genderové socializaci se pokouším ukázat proces přijetí norem, na kterých mýtus krásy staví.

Šestá kapitola, členěná na několik samostatných podkapitol, už ukazuje konkrétní dopady mýtu krásy na jednotlivce a míru jejich závažnosti. Postupně se věnuji problematice diet a cvičení, poruchám příjmu potravy, estetické chirurgii, sexualitě, fatofobii a pracovní oblasti.

¹ WOLF, Naomi. *Mýtus krásy*. Bratislava: Aspekt, 2000. ISBN 80- 85549-15-8.

1. Lidské tělo a krása – teoretická východiska

Existuje univerzální krása lidského těla? Krása, na níž se všichni shodneme? Nebo je spíš krása v oku toho, kdo se dívá? Na tuto otázku neznáme jednoznačnou odpověď. Můžeme dokonce mluvit o sporu, kde na jedné straně stojí biologie a evoluční psychologie a na straně druhé společenské vědy, především kulturní antropologie, gender studies a sociologie.

1.1. Biologická podmíněnost krásy

Sociobiologové a evoluční psychologové, tak jak jejich stanovisko prezentuje například Nancy Etcoffová², se domnívají, že krása objektivně existuje a vyvinula se během procesu přírodního výběru. Krása je podle nich znakem dobrého zdraví a plodnosti. Krásu, coby cit společný všem lidem na světě, chápe jako jeden z vrozených instinktů.³ Snaží se dokázat, že lidská krása je jen jedna, že je to krása, která je univerzální a stojí tedy nad všemi historickými a interkulturními změnami. Ty ji mohou jen lehce obměňovat. Dle sociobiologů a evolučních psychologů je vnímání krásy biologickým mechanismem, který je společný všem lidem a říká nám, že je-li některá žena vnímána jako krásná, pak to znamená, že je zdravá a tudíž schopná porodit zdravého a silného potomka. To samé platí v menší míře u mužů, ovšem u těch je ještě důležitější síla, schopnosti a majetek, protože muži mají být ti, co zajišťuje péči o potomky. Žena coby potenciální matka jen málo dětí tak vyhledává jednoho silného a schopného muže – samce, který ji a celou rodinu zabezpečí. Muž, coby potenciální otec libovolného počtu dětí, jež může zplodit s libovolným počtem žen, se naopak orientuje na vzhled, tj. krásu těchto žen, která je pro něj zárukou silných a zdravých potomků.

Ženy jsou skutečně muži mnohem více posuzovány dle toho, jak vypadají, než dle toho, jaké jsou uvnitř a co dokáží. Naopak existuje řada žen, které si hledají partnery jen mezi bohatými muži. Muži jsou dle statistik promiskuitnější než ženy apod. Jejich vysvětlení je však velmi zjednodušené. Vedle biologického aspektu můžeme stejně dobře argumentovat kulturní determinací. Sto let ženské emancipace

² ETCOFFOVÁ, Nancy. *Proč krása vládne světem*. Praha: Columbus, 2002. ISBN 80-7249-112-1.

³ Tamtéž, s. 11.

je relativně krátká doba na to, aby dokázala vykořenit skrytou strukturu patriarchální společnosti. Větší promiskuitu mužů lze jednoduše vysvětlit přetrvávající normou dvojí morálky. Navíc sexuální revoluce šedesátých let výrazně posunula tabu ženské sexuality.⁴ Nazývání ženy krásným pohlavím, jež je jedním ze stavebních kamenů mýtu krásy, postupně popíši v dalších kapitolách.

Etcoffová, ve shodě s evolučními psychology, vnímá krásu jako symetričnost a souměrnost. Řeší a vyzdvihuje jednotlivé části ženského těla (např. ňadra,⁵ boky, vlasy, rty, apod.) coby symboly krásy a dokazuje jejich vývoj a význam z evolučního hlediska. Problémem ovšem zůstává, že v jejím díle nenajdeme hlubší historickou a kulturní analýzu. Její vnímání krásy, kterou nazývá instinktem, tak vlastně zůstává omezené na naši současnou společnost. Etcoffová také jako mnoho dalších sociobiologů svá tvrzení opírá o metodu srovnávání lidského a zvířecího chování, což mi nepřijde úplně vhodné.

Domnívám se, že Etcoffové nelze vytknout, že schopnost vnímat krásu a reagovat na ni je stejně stará jako lidstvo samo. Obdobně nelze popírat, že se kultura nemohla objevit odnikud, a že je ovlivňována biologickým základem, z něhož také působí. To však neznamená, že můžeme veškeré lidské chování včetně časové i místní variability redukovat pouze a jedině na biologické vysvětlení. Člověka a jeho chování nelze zúžit na balíček DNA. Jak poukazují odpůrci sociobiologie: „Hledání biologické podstaty fyzické přitažlivosti je špatně zastíraný pokus ospravedlnit existující rozdělení společnosti podle rodu.“⁶ Není pochyb o tom, že právě rozmanitost kultur významně určuje, co považujeme za přitažlivé. Spíše se zdá, že „fyzilogické vlastnosti těla jsou výchozím bodem pro kulturu, která je zprostředkovává a překládá do smysluplných významů.“⁷ Ty jsou nejen společensky podmíněné, ale následně i individuálně interpretované (každý z nás máme vlastní představu o kráse a každý podléháme jinak tomu, co by nám mělo či

⁴ To ukazuje například E. Badinterová (BADINTEROVÁ, Elisabeth. *Tudy cesta nevede*. Praha: Karolinum, 2004. ISBN 80-246-0885-5), která rozbíjí stereotypní pohled na ženy jako na křehká, mírumilovná a asexuální stvoření. Z českých autorek stojí za zmínku publikace H. Fifkové (In FIFKOVÁ, Hanka. *Erotické představy žen*. Praha: Mladá Fronta, 2005. ISBN 80-204-1204-2).

⁵ ňadra se prý u žen vyvinula jako imitace hýždí kvůli způsobu souložení v misionářské poloze. (ETCOFFOVÁ, Nancy. *Proč krása vládne světem*. Praha: Columbus, 2002. ISBN 80-7249-112-1).

⁶ GROGAN, Sarah. *Body image*. Praha: Grada, 2000. ISBN 80-7169-907-1. s. 139.

⁷ Tamtéž, s.140.

nemělo připadat přitažlivé). Všichni známe kategorie krásy, ale už mnohem hůře se shodneme na tom, co je a co není krásné. Například o tom, jak odlišné byly a jsou názory na to, jaká ženská ňadra jsou v euroamerické společnosti ta krásná, píše M. Yalomová.⁸ Obdobně tomu tak je i u jiných částí těla.

Je třeba se zeptat, zda a co by nám připadalo u lidského těla krásné, kdybychom mohli odhodit kulturní konstrukt. Byla by to zdravá a mladá těla, tak jak tvrdí sociobiologie? Anebo těla symetrická, tzn. i těla „stará“? Vždyť krásu lze spatřit i v hnilobě, rozkladu, ve smrti. A lze lidskou bytost redukovat jen a pouze na její tělo a opominout její inteligenci a laskavost, smysl pro humor, odvahu, poctivost, zkrátka osobnost? Proč je tolik mužů monogamních a proč milují své ženy, které ne vždy splňují společenskou kategorii krásy, a chtějí vedle nich zestárnout? Proč tolik žen rádo pracuje a žije spokojeně s muži s průměrnými či podprůměrnými příjmy? Protože na sebe zbyli a jednají tak vlastně proti své přirozenosti? Sotva. Pokud bychom skutečně přijali základní předpoklad sociobiologie, že přirozeně preferujeme a tedy i považujeme za krásná ta těla, která nesou známky zdraví, síly a plodnosti, pak by naše společnost měla uctívat spíše těla plných a oblých tvarů, známých například z Rubensových obrazů, a ne příliš hubená a často i nemocná těla, jak nám je prezentuje především módní průmysl.

1.2. Kulturní podmíněnost krásy

Ve zbytku této kapitoly se budu věnovat pohledu na lidské tělo především jako na kulturní konstrukt a pokusím se ukázat, nakolik je mýtus krásy formován a uměle vytvářen právě vnějšími determinantami. Také se pokusím objasnit a vysvětlit jeho principy a základní stavební kameny, ze kterých vychází. Vycházím z již uvedeného předpokladu, kdy jsou na biologické tělo aplikovány normy a požadavky poplatné dané kultuře a společnosti, které zásadně formují to, co pokládáme za krásné, s ohledem i na naše individuální subjektivní zhodnocení.

Mýtus krásy je tak složitým kulturním fenoménem. Není tolik obtížné popsat a sledovat jeho důsledky, mnohem obtížnější je ale odhalit jeho příčiny a pozadí. Právě proto, že je především ženskou záležitostí, je třeba neustále reflektovat také jeho genderový rozměr, za kterým stojí otázka rozdělení moci, jež souvisí s

⁸ YALOMOVA, Marylin. *Dějiny ňadra*. Praha: Rybka Publishers, 1999. ISBN 80-86182-92-4.

genderovou odlišností a asymetrií ve společnosti. V této problematice se budu věnovat teorii P. Bourdieuho a následně T. Veblena, jenž problematiku moci rozšiřuje a interpretuje především z ekonomického úhlu pohledu. Samotný mýtus krásy a vysvětlení jeho vzniku vedle dalších mýtů, které doprovázejí společenskou představu ženskosti, podává výstižně S. de Beauvoir. Feministický úhel pohledu doplňuje N. Wolf. Pro úplnost pochopení významu těla a tělesnosti v naší kultuře je třeba zmínit karteziánský dualismus a také novověký požadavek individualismu, svobody a seberealizace, kterou vyzdvihuje především G. Lipovetsky. To vše na půdě konzumní, globalizované a stejnorodé společnosti, jež především za pomoci médií umožňuje rozšířit mýtus krásy do masové podoby, ve které se dnes nachází.⁹

1.2.1. Otázka moci a nadvlády

Pierre Bourdieu¹⁰ zkoumá genderové rozdíly mezi pohlavími a pokládá si otázku, jaké dějinné mechanismy způsobily, že se principy dělení podle pohlaví vymkly chodu dějin a staly se relativně věčnými. Dle něj žijeme ve společnosti, která je maskulinní a která je vytvářena na základě mužského vidění a chápání světa. Symbolická nadvláda mužů se uplatňuje skrze schémata vnímání, hodnocení a jednání. Skrze schémata, která do nás otiskuje sociální řád a která přijímáme nevědomě. Sociální řád mužské nadvlády je tak součástí nás samých, našich představ. Je vepsán i do našich těl. Těla mužů a žen se tak odmalíčka vedou k určitému chování. Naše těla nesou určité prvky vypovídající buď o nadřazenosti nebo o podřízenosti. Lze říci, že existují jisté pohyby, gesta, výrazy spojené buď pouze s mužským, nebo pouze s ženským způsobem chování a jednání. Ženě je „přisouzena“ podřízená role a veškeré instituce a činnosti ji utvrzují, že to tak má být, že tento způsob uspořádání světa je jediný správný. Z této nadvlády vychází i základní dělení (mužské/ženské, dominantní/podřízené, veřejné/soukromé, vzpřímené/skloněné, apod.) Dochází tak k symbolickému násilí uplatňovanému na ženách, kde se na posuzování žen používají kategorie konstruované z hlediska vládnoucích. Žena je ta temná, slabá, podřízená, hloupá, apod.¹¹ Avšak tyto charakteristiky, včetně výše uvedeného protikladného dělení, jež je maskulinně

⁹ Mnou uvedení autoři se nevěnují otázce významu ženské krásy primárně a nepoužívají ani termín mýtus krásy. Ten užívám až já v interpretaci jejich díla.

¹⁰ BOURDIEU, Pierre. *Nadvláda mužů*. Praha: Karolinum, 2000. ISBN 80-7184-775-5.

orientované, se bohužel jeví jako přirozené. Slovy P. Bourdieho „Neobyčejná síla mužského pojetí sociálního světa pramení z toho, že se v něm kumulují a koncentrují dvě operace: že totiž legitimuje vztah nadvlády tím, že z něho činí součást logické přirozenosti, jež sama je přitom naturalizovanou sociální konstrukcí.“¹² Právě proto jsou stále napodobovány a muži i ženy je přejímají za své vlastní.

Podobně je tomu i se ztotožněním ženy s krásným pohlavím. Bytí ženy popisuje Bourdieu jako „bytí viděné“, které vyplývá z faktu, že mužská nadvláda činí z žen pouhé symbolické předměty a žena pak existuje v první řadě „pro a skrze – pohled těch druhých“, tedy jako přitažlivá věc, věc k dispozici. Můžeme téměř říct, že žena se stala závislou na druhých, na mužích i na ženách. Z této závislosti pak vyplývá jedna vlastnost, typicky prisuzovaná ženám, totiž koketérie, touha upoutávat pozornost a líbit se. Protože ženské předpoklady jsou výsledkem předsudku vůči ženám (ženství) zabudovaného do řádu věcí, nemohou ženy jinak, než tento předsudek neustále potvrzovat. Ženy tak sebe i jiné ženy vnímají a posuzují dle vzhledu a přitažlivosti, čímž ospravedlňují stávající řád.¹³ Dle Bourdieho je kontrolované vystavování ideálního těla v dnešní době také známkou nadvlády. Otevřená sexualita je jen zdánlivým osvobozením žen. Ženské tělo se totiž nadále řídí mužským hlediskem. Je objektem pro oko, napůl nabízející se, napůl odmítavé, tedy naplňuje přesně to, co se od žen očekává.

1.2.2. Ekonomický aspekt moci a nadvlády

Další z možných vysvětlení mýtu krásy poskytuje Thorstein Veblen. Vychází také z problematiky moci, konkrétně z analýzy životního způsobu založeného na ekonomice (motivů peněžního zisku). Ukazuje, nakolik jsou krása a přitažlivost ženského těla a tělesné preference podmíněny diferenciací společnosti dle majetku a vlastnictví, na nichž je právě naše společnost postavena. Vlastnictví

¹¹ Je třeba dodat, že panující rozdělení je břemenem i pro muže. Ten musí stále dokazovat, že je ten (nej-)lepší, a je proto velmi zranitelný. Také potřebuje druhé muže, aby ocenili jeho mužnost a přijali jej mezi „pravé muže“.

¹² BOURDIEU, Pierre. *Nadvláda mužů*. Karolinum: Praha, 2000. ISBN 80-7184-775-5. s. 24.

¹³ Vedle krásy a péče o sebe sama jsou to další kategorie, z nichž některé jsem již zmiňovala (pasivita, submisivita, slabost, menší výkonnost, vyšší emoční zátěž, labilita apod.).

má dle Veblena počátky ve vlastnictví žen (nejprve zajatkyň), jež pak přerostlo jak ve vlastnictví produktů a práce, tak v instituci manželství a patriarchální domácnosti. S tím, jak se společnost postavená na majetku postupně sociálně stratifikovala a vznikaly jednotlivé společenské vrstvy, se především ty nejvyšší, pochopitelně v rámci svých možností, snažily dávat své sociální postavení najevo - zejména nicneděláním, zahálkou.

Pohled na krásu se vyvíjel spolu se společností. Nejprve to tedy byli muži, kteří koncentrovali veškerý majetek a moc. Ženy byly degradovány do podřízené pozice služek a těch, co pracují. Pokud lze v tomto období kořistnické kultury hovořit o ideálu ženské krásy, pak jsou to silné, statné ženy se silnými rukama a nohama. Tedy ženy, které mohou pracovat. Postupem vývoje společnosti je zahálka vztažena i na ženy coby manželky. Neznamená to, že by žena byla postavena na roveň muži, stále je v jeho područí. Manželka se však stává jakýmsi klenotem mužova úspěchu a zvyšuje jeho společenskou prestiž. Žena se stává opečovávanou, její život v přepychu je vizitkou mužova postavení. Mýtus krásy se tedy začíná ustanovovat a upevňovat v souvislosti se zahálkou a možností vyhnout se fyzické práci. S tím se značně posouvá i ideál ženské krásy. Za příklad může posloužit rytířský ideál krásy jemnosti a bledosti, křehkých rukou, chodidel, štíhlé postavy a vosího pasu. Takové ženy nemohou pracovat. Naopak je třeba o ně pečovat a hýčkat je. „Osoba takto postižená není schopna užitečného snažení, a proto musí být ve své nečinnosti udržována svým vlastníkem.“¹⁴ Podobných příkladů lze uvést více. Někdy působí tato norma na ideál ženské krásy doslova patologicky. Mužům dané kultury pak může připadat přitažlivý například vosí pas, žirafí krk afrických žen, či deformovaná chodidla Číňanek. Majetkové a kulturně podmíněné znaky krásy se tak stávají součástmi ideálu ženskosti.

Jak známo, postupem času se z ekonomických důvodů vrací i muži vyšších vrstev do práce. Aristokratická zahálka marně vzdoruje kapitalismu. U ženy tomu tak ale není. Žena z vyšších vrstev je nadále odsouzena k zahálce. Jejím jediným možným působištěm je soukromá sféra, kam byla vtlačena, a která byla označena za její přirozenost. Ta s sebou přináší péči o svůj vlastní vzhled a o domácnost, kterou by měla zkrášlovat a sama být její nejkrásnější ozdobou. Tím má žena podávat svědectví o dobré majetkové situaci v domácnosti.

¹⁴ VEBLEN, Thorstein. *Teorie zahálčivé třídy*. Praha: Slon, 1999. ISBN 80-85850-71-0. s. 117.

Je třeba poznamenat, že stejná logika se stejnou měrou odráží nejen v tělech samotných, ale i v šatech a odívání. Šaty vždy prozrazovaly sociální postavení toho, kdo je nosí, a obecně lze říci, že čím vyšší postavení, tím nepraktičtější a nepohodlnější šaty, které nedovolí svému majiteli pracovat. U ženských šatů to platí dvojnásob. Důsledky marnotratnosti a zahálky, tak typické pro dlouhé období ženské módy jsou, jak již bylo řečeno, vyjádřením fyzické neschopnosti a v důsledku toho i vyjádřeného nepohodlí. U mužů by to však mohlo působit jako známka slabosti a nikoli majetkové síly, postavení a moci. Demonstrovaly by pak něco přesně opačného, než je jejich účelem. Mužské oblečení, na rozdíl od ženského, není tedy tak deformující. Ničemu však nebrání to, aby prestiž muže zvyšovala žena, jež je po jeho boku.

Výše uvedený příklad nám znázorňuje další z tvrzení, jak se společenské klima a vztahy mezi pohlavími odráží v tom, co je danou společností považováno za krásné a přitažlivé - nejen v módě a oblečení, ale i tělesně. Obecně platí, že čím větší rozdíly mezi muži a ženami, čím více asymetrických vztahů a nerovností mezi pohlavími, tím více rozdílů v oblékání - od unisexového stylu oblékání dneška, přes korzety, krinolíny, až po islámské burky. Je příznačné, že korzety úplně vymizely až počátkem dvacátého století, spolu s postupujícím emancipačním hnutím žen. Víme, jaké porodní bolesti doprovázel vstup kalhot do ženského šatníku. Nikoho by dnes nenapadlo pokládat ženu v kalhotách za nepřitažlivou mužatku a francouzský zákon dovolující nosit kalhoty ženám pouze při jízdě na bicyklu (což tehdy znamenalo pro ženy neskutečný pokrok) dnes budí spíše úsměv. Že mohou být šaty symbolem jak nadvlády a područí, tak osvobození, výstižně dokládají například akce pálení podprsenek¹⁵, které proběhly na mnoha místech Spojených států na konci šedesátých a počátkem sedmdesátých let. Cílem byla nejen snaha o znovuzískání vlastních těl poukazováním na přehnané erotizování žen, ale i na takové problémy, jako jsou např. sexismus, ageismus a konformismus. Právě pálení podprsenek se stalo jedním ze symbolů osvobození žen.

Současná móda a styl oblékání, tak jak ji známe dnes, už není tolik omezující. A také je méně genderově diferencovaná. Pominu-li určité společenské situace, které si přímo žádají jistý styl oblékání, mohou se ženy oblékat mnohem svobodněji než dříve – dle počasí, nálady či vkusu. Přesto však jsou ženské šaty obecně stále méně praktické a pohodlné než ty mužské: co se týká barev, materiálu i

¹⁵ YALOMOVÁ, Marylin. *Dějiny ňadra*. Praha: Rybka Publisher, 1999. ISBN 80-86182-92-4.

provedení. Vysoké podpatky, kabelky, sukně, apod. stále překáží v pohybu a mohou částečně diskvalifikovat z užitečného snažení. Můžeme je však vnímat jako otázku volby, nikoli nezbytnou nutnost dnešní ženy. Také by bylo chybné v nich spatřovat jednoduše jen útlak žen. Spíše se zdá, že i navzdory svému původnímu skrytému účelu mohou dnes být běžnou součástí identity svobodné a svéprávné ženy. Ale nemusí, záleží prostě na ní. Móda ostatně už v dnešní době není tolik důležitá. Zatímco dříve byla krása lidského těla výrazně ovlivňována šaty, do nichž bylo tělo oděno (a řada druhů oděvu od korzetů až po různé vycpávky dokázaly tělo formovat žádoucím způsobem), současnost upírá pozornost nikoli na šaty, ale přímo na tělo samotné, které se ve své obnaženosti nemá už za co skrýt.

Jen pro úplnost je třeba dodat, že když se koncem devatenáctého století začaly ozývat četné hlasy žen, které nebyly spokojeny s postavením, jež jim společnost přidělila, tj. s postavením druhořadých bytostí, omezených okruhem vlastní domácnosti, péčí o děti a sebe sama, bytostí bez nároku na seberealizaci, vysokoškolské vzdělání, zaměstnání a volební právo, apod., patriarchální společnost naprosto nechápala, nač si tyto ženy „hýčkané tím nejoddanějším a nejpracovitějším manželem na světě... zahrnované nejvybranějšími projevy pozornostmi“ vlastně stěžují. Společnost tehdy nechápala, že právě skleněný zámek přepychu a luxusu, bez jakékoli možnosti volby a seberealizace, je právě důvodem nespokojenosti. První polovina dvacátého století přinesla ženám mnoho posunů a výhod. Přesto však (mimo jiné) přetrvávaly a dodnes přetrvávají dva výrazné mýty. Prvním je mystika ženskosti¹⁶, na který v padesátých letech zaútočila Betty Friedanová a který spustil tzv. druhou vlnu feminismu, a druhým je právě mýtus krásy, jehož největší žalobkyní je Naomi Wolf.

Pro úplnost je ještě třeba poznamenat, že mýtus krásy, včetně zahálky, v řadě oblastech přetrvává. Stále dnes existuje mnoho žen, které z něj přímo těží. Příkladů kolem je mnoho: například často diskutovaná otázka, proč krásné ženy

¹⁶ Mystika ženskosti neboli feminine mystique označuje situaci žen, které navzdory dosaženému vzdělání a právům volily nepsaný požadavek dokonalé hospodyňky a matky, právě jak si ho žádala poválečná Amerika, což vedlo v mnoha případech k jejich vnitřní prázdnotě a nespokojenosti. Metaforicky je tento rozpor zachycen v románu Iry Levina Stepfordské paničky. V naší republice nebyla v důsledku komunistického diktátu plně zaměstnanosti bez ohledu na pohlaví situace tolik vyhrocena.

často chodí a žijí s konvenčně nepěknými, staršími, ale hlavně bohatými muži. Sociobiologové, jak už víme, by svorně prohlašovali, že to je naše lidská přirozenost, že u žen je důležitá krása (bez ohledu na její časovou i místní proměnlivost), jež je známkou plodnosti, a u mužů bohatství, které vlastně symbolizuje schopnost zajistit společné budoucí potomky. Proč ale nebýt v naší materiální společnosti založené na principech vlastnictví a konzumu mnohem prozaičtější: bohatí muži jsou s krásnými ženami proto, aby si zvyšovali vlastní prestiž. A tyto krásné ženy více než na potřeby svých potomek myslí na uspokojení svých vlastních potřeb a hodnot, které jsou, vzhledem ke způsobu jejich seberealizace, více materiálního, než duchovního rázu. Nevidím jediný důvod, proč sňatkové podvodníky nazývat vypočítavými, kdežto ženy s obdobnými úmysly přirozenými.

V dnešní společnosti je mýtus krásy téměř všemocný. Působí na ženy bez ohledu na jejich společenské postavení a věk. Jeho tlak je univerzální. Přesto však lze vypočítat obdobné zákonitosti v dnešní společnosti, které popisuje Veblen. Podle Groganové¹⁷ se spokojenost s vlastním tělem s ohledem na sociální status žen neliší. Většina žen je bez ohledu na svůj původ a zázemí se svým tělem nespokojena.

1.2.3. Druhé pohlaví

Aby byla problematika moci a její vtištění do lidských těl a toho, co je v jejím důsledku vnímáno jako krásné a přitažlivé, kompletní a aby byl řádně osvětlen původ a význam kategorie ženské krásy, je třeba zmínit pohled Simone de Beauvoir, který celou problematiku doplňuje a uzavírá. Její kniha *Druhé pohlaví*¹⁸ je pro ženskou problematiku doslova klíčová a dodnes inspirativní. Beauvoir obdobně jako Bourdieu a Veblen odkazuje biologický esencialismus na smetiště dějin. Základní myšlenka její knihy je přímo obsažena v jejím názvu. Žena je vnímána jako ta druhá, je objektem, který lze definovat až ve vztahu k muži. Naopak muž je aktivním subjektem, který je tím, čím se učiní. Autorka v knize dále analyzuje všechny faktory a vlivy, které ovlivnily pozici a úlohu ženy v dichotomii subjekt-

¹⁷ GROGAN, Sarah. *Body image*. Praha: Grada, 2000. ISBN 80-7169-907-1.

¹⁸ BEAUVOIR, Simone de. *Druhé pohlaví*. Praha: Orbis, 1966.

objekt a vymezily jí roli právě pasivního objektu. „Ztotožnit ženu s tím Druhým znamená zaručit muži naprostá práva na její oddanost a ženě uložit kategorický imperativ být mu povinována.“¹⁹ Důsledkem tohoto nerovného dělení je právě řada mýtů, včetně mýtu krásy. „Celé dějiny žen dělali muži.“ Naopak ženy, „nepodaření muži,“ slovy Tomáše Akvinského, přijaly úděl, který jim byl přisouzen, aniž by si dokázaly představit, že by tomu mohlo být jinak. „Každý mýtus předpokládá určitý subjekt, který promítá své naděje a obavy do transcendentálního nebe“²⁰ a dále: „mýtus je jednou z pastí falešné objektivit, do které se nechá chytit i vážný duch.“²¹ O ženě, která ani není pokládána za rovnocennou lidskou bytost, za aktivní subjekt, a která tak nevnímá ani sebe sama, je jednoduché si vytvářet určité představy. Muži si vytvořili mýty o ženách, a jelikož nebyl nikdo, kdo by tyto mýty opravoval, byly vnímány jako absolutní pravdy. Určité „ženské“ vlastnosti a schopnosti tak byly idealizovány nebo démonizovány.²² Žena tak může být spojenkyní, nepřitelem, chaosem, přírodou, matkou nebo jen ideou. Jedním z mýtů je také mýtus o ženské kráse. Ta se postupně stala múzou i ztvárněním mnoha umělců a byla pevně spjata s feminitou, s představou ženství. A mýtus ženské krásy na rozdíl od jiných mýtů trvá dodnes. Je třeba si také uvědomit, že krása, coby významná součást definice ženy, vycházela z téměř nijakých možností tehdejší ženské realizace. Zatímco mladý muž, aktivní i během dospívání, se ženil, ale jeho hodnota a realizace spočívala jinde, než v rodině a manželství, dívka byla celý život pasivní a pouze čekala na muže, manžela, který měl být vrcholem a nejdůležitějším bodem jejího života. Jejím úkolem bylo tak jen čekat, být poslušná a samozřejmě krásná, aby si ji někdo vzal. Jako manželka měla vedle péče o chod domácnosti a o

¹⁹ Tamtéž, s. 134.

²⁰ Tamtéž, s. 71.

²¹ Tamtéž, s. 139.

²² Existuje například mnoho sexuálních mýtů. Zatímco ženské pohlavní orgány byly buď zbožšťovány nebo démonizovány, popř. obojí, mužské pohlaví bylo spíše pozemské a neposvátné. Tabuizovaná sexualita žen nemohla žádný mýtus vytvořit. Většina z mužských mýtů o ženách neobstála ve zkoušce času. Jako příklad lze uvést mýtus vztahující se k menstruaci. Menstruující žena byla vnímána jako znesvěcená, nečistá, posedlá duchem. Vědecké tvrzení britského lékaře z roku 1878, že „je nepopíratelný fakt, že maso se kazí, dotkne-li se ho žena v menstruaci“ (Tamtéž, s. 78.) přetrvával především na venkově ještě do druhé světové války.

děti především reprezentativní funkci. Reprezentovala svého muže. Krásná žena byla „známkou mužova blahobytu, stejně jako karoserie jeho vozu.“²³

Mýtus krásy nás tak přesvědčuje o následujícím: „každá samičí bytost není tedy nutně ženou; musí se podílet na té tajemné a ohrožené realitě, kterou je ženskost.“²⁴ Kategorie krásy je nedílně spjata s naší představou o ženskosti. Ženy, které ji nerespektují jsou označovány za neženské (je skutečně paradoxní, že se samy ženy musí učit tomu, co jim má a nemá být vlastní). Naopak muži, kteří příliš dbají o svůj vzhled a krásu, jsou nazýváni zženštilými. Tyto názory panují s větší či menší intenzitou dodnes.

Ačkoli v naší současné společnosti nejsou šance mezi pohlavími stále plně rovnocenné, nelze již na ženu pohlížet jako na druhé pohlaví, na pouhý objekt. Navzdory řadě skrytých bariér a handicapů se mohou ženy svobodně rozhodovat o svých životech a učinit se tím, čím chtějí být. Domnívám se však, že oblastí, kde dichotomie subjektu-objektu přetrvává, je právě oblast mýtu krásy. Na principu druhého pohlaví Simone de Beauvoir či bytí viděného P. Bourdieuho staví obchodní průmysl a žena jako objekt pro oko je nedílnou součástí mediální produkce (viz 3. kapitola), včetně pornografie.

1.2.4. Dualismus a individualismus

Abychom pochopili mýtus krásy, je třeba si uvědomit, jaký v naší společnosti panuje vztah k lidskému tělu, tj. jak naše mysl vnímá tělesnost. Věnovat se celým dějinám filosofie těla by bylo nad rámec této práce. Přesto ale pokládám za nezbytné zmínit vliv karteziánského dualismu, který trvá až do dnešní doby. René Descartes vyhrotil protiklad mezi duší a tělem jako protiklad dvou na sobě nezávislých substancí a duchovní princip nadřadil nad ten hmotný. Nastal tak obrat k subjektu, kdy člověk začal sám sebe vnímat jako individualitu. Právě v poznávajícím subjektu nachází první kritérium pravdivosti, od kterého je posléze možné postupovat dále v poznání. Toto uvědomění si sebe sama, tento výkřik subjektu zároveň vymezil objekt. A objektem je i samotné lidské tělo, které redukováno na pouhou hmotu, *res extensa*, ztrácí hlubší symboliku a významnost.

²³ BEAUVOIR, Simone de. *Druhé pohlaví*. Praha: Orbis, 1966. s. 108.

²⁴ Tamtéž, s. 7.

Tělo je zkoumáno, řezáno, pitváno. Bylo považováno dokonce za stroj sestrojený přírodou či bohem. Pokud tomuto stroji dobře porozumíme, můžeme dohlédnout na to, aby fungoval tak, jak má, a v případě vzniklých potíží zasáhnout. Později přestala být tato naše upravitelná tělesnost determinující. „Od počátku novověku se západní společnosti snažily o neomezené ovládnutí a technizaci reality... triumfuje prométheovský rozum, postup kultury výkonnosti a technického ovládnutí charakteristického pro modernu.“²⁵ Tato logika navazuje spojení s tělesným vzhledem. Ve jménu individualismu dochází k odmítnutí fatality a na lidské tělo je pohlíženo jako na tělo, jež je možné nejen „opravovat,“ ale přímo konstruovat, „stát se pánem a vlastníkem svého těla a opravit dílo přírody.“²⁶ Tělo je jen jakousi pasivní hmotou, kterou lze modelovat k obrazu svému. Lze ho rozkouskóvat a znovu slepovat směrem k žádoucím ideálním tvarům, a to jak mentálně (například vymezováním se vůči některým jeho částem, které nepokládáme za přijatelné), či doslova, reálně (například díky možnostem estetické chirurgie).

Tento trend je plnohodnotnou součástí naší západní společnosti. Je však třeba si uvědomit, že už dávno nerespektuje pomyslné hranice Evropy a severní Ameriky. Stírá rozdíly mezi svébytnými kulturními hodnotami a požadavky na krásu a přitažlivost a importuje jen jeden myslitelný vzor. O tom blíže v následující kapitole.

1.2.5. Politický aspekt mýtu krásy

Posledním významným autorem, kterého bych chtěla uvést, je americká feministka Naomi Wolf.²⁷ Ta chápe krásu pouze a jedině jako společenský konstrukt a odmítá biologické hledisko. Rovněž ne zcela zjevně vychází z maskulinního mocenského řádu, kdy naše současné vnímání krásy je jeho důsledkem. Na mýtus krásy pohlíží jako na jednu z posledních, ale zato v současnosti nejsilnějších zbraní této maskulinní společnosti, namířené proti ženám. Jeho cílem má být ženy zraňovat a utlačovat, společensky je deptat, což má

²⁵ LIPOVESTKY, Gilles. *Třetí žena*. Praha: Prostor, 2000. ISBN 80-7260-030-3. s. 135.

²⁶ Tamtéž.

²⁷ WOLF, Naomi. *Mýtus krásy*. Bratislava: Aspekt, 2000. ISBN 80-85549-15-8.

za následek hlubokou nespokojenost mnoha žen. Nebojí se nazývat mýtus krásy politickým fenoménem. Dle Wolfové je podporován politicky, institucemi, které ovládají muži, a jejichž cílem je udržet stávající mužskou dominanci. Její pojetí, byť se snaží definovat především skrytou mocenskou strukturu a pozadí mýtu krásy, může až příliš evokovat spiknutí mužů proti ženám.²⁸

²⁸ Těto autorce se budu věnovat i v dalších kapitolách.

2. Platónovo pojetí krásy a dobra

V této kapitole se budu věnovat pojetí krásy v Platónově myšlení. Teoretické statě z estetiky se často na Platóna odvolávají, ostatně některé motivy a termíny jeho filozofie dokonce našly své místo i v našem každodenním jazyce. Je tedy poměrně pravděpodobné, že s Platónem se tak nevědomky setkáváme při uvažování o kráse častěji, než bychom si mohli vůbec pomyslet. Platónova filozofie hraje v pojetí krásy zásadní postavení, které je dáno nejen myšlenkovou propracovaností do té doby v řeckém myšlení spíše kusých a koncepčně ne zcela ucelených představ o *kosmu a řádu*, ale rovněž vlivem, který mělo toto myšlení nejen na jeho hlavního žáka Aristotela, ale především prostřednictvím novoplatonismu na Augustina, a tak na celé středověké myšlení o krásnu.

2.1. Sókratés

Platónovým učitelem a také výraznou osobností v antické filozofii hledající principy krásna byl Sókratés (469-399 př. Kr.).

Jako první se snažil rozlišit od sebe pojmy krásy a krásna, nicméně poznává, že definice těchto abstraktních pojmů není snadná. Nespokojuje se jen s vnějším popisem krásy, ale hledá její příčinu v obecně platné a nadčasové pravdě. O jeho myšlenkách máme zprávy pouze zprostředkované, a to kromě Platóna především Xenofonovými *Vzpomínkami na Sókrata*, Sókrata zmiňuje i posměšná Aristofanova komedie *Oblaka* či Aristotelův etický spis *Etika Nikomachova*.

Hlavní metodou Sókratova myšlení byl dialog – rozhovory se svými protivníky, nejčastěji právě sofisty. Sókratovou strategií bylo vždy partnera v diskusi znejistět, ukázat mu, že jeho doposud suverénní znalosti a vědění je možné snadno zpochybnit pomocí kladení na první pohled jednoduchých otázek. Právě Sókratovo nevědění zpochybňovalo sofistické přesvědčení o tom, že ctnost (areté) je možné se od někoho za peníze naučit. Sókratovo myšlení je tak založeno na dialogu jako rozumovém poznání řádu skutečnosti. Jako kritiku sofistů lze nahlížet tázání po krásnu jako po součásti řádu. Chceme-li poznat, co je to krásno, pak se musíme ptát po pojmu krásy.

Sókratés vypracoval metodu dialogu, ve kterém se postupně pomocí otázek a odpovědí odkrývá krásno samo, byť v myšlenkové formě pojmů. Hlavním motivem

Sókratova myšlení je tak odpor proti sofistům a hledání společného řádu a povahy věcí za jejich smyslově vnímatelnou mnohostí. Sókratés považoval vědění za ctnost, což podle něj mělo mít především praktické (tzn. etické) důsledky. I když Sokrates sám žádnou nauku nenapsal, ovlivnilo jeho hledání pravdy Platóna natolik, že on se sám rozhodl v něm systematicky pokračovat.

2.2. Platón

Platón (431- 404 př. Kr.) žádnou ucelenou soustavu estetiky nevypracoval, přesto ale má téma krásy v jeho myšlení nezastupitelné místo. Dříve, než se zaměříme na vlastní analýzu postavení krásy ve světě idejí, pokusme se podat stručný nástin vývoje Platónovy filosofické koncepce. Platónovy dialogy je možné chronologicky rozdělit do tří hlavních skupin – rané, střední a pozdní. Mezi rané dialogy patří např. *Ión* (dialog o poezii), *Obrana Sókrata* (tři fiktivní Sokratovy řeči před soudem, který ho nakonec odsoudí k smrti), *Kritón* (Sokratův příběh z vězení), či *Menón* (cestou k vědění je rozpomínání duše, která již všechno viděla ve svých minulých převtěleních).

Jedním z prvních dialogů, ve kterém se Platón věnuje krásě, je *Hippiás Větší*. Jde v podstatě o parodii na mnohomluvnost sofisty. Sofista Hippiás v rozmluvě se Sókratem věnuje několika možnostem, jak vymezit krásu. Domnívá se, že přednese *krásnou* řeč o *krásných* činnostech, ovšem Sókratův dotaz po tom, co to vlastně ona krása je, je podnětem k dialogu. Krása je posuzována z hlediska stupňů, vhodnosti, užitečnosti, univerzality či smyslové příjemnosti. Ačkoli dialog končí otevřeně konstatováním, že „krásné věci jsou nesnadné“, ²⁹ je zřejmé, že Hippiovy snahy zakotvit krásu např. v hmotných věcech nemohou před Sokratovou argumentací obstát. Platón zde tak ústy Sókrata jasně stojí na straně nadsmyslového pojetí krásy.

Ve *Faidónovi* (dialog o Sokratově žákovi, který vypravuje o posledních hodinách Sokrata) a *Kratylovi* (o podstatě řeči) nalezneme řešení otázky vztahu jednotlivých krásných předmětů a ideje krásy, přičemž hodnotné, to znamená dobré, je právě to, co je krásné univerzálně – tzn. idea krásy. Mezi střední dialogy patří *Ústava* (10 knih o ideálním státě), *Faidros* (oslava Eróta jako dárce božského

²⁹ PLATÓN. *Dialogy o krásě*. Praha: ODEON, 1979. s. 104.

šílenství a původce růstu duše až k idejím) či *Parmenidés* (o problémech Sokratova učení). Zvláště pátá a šestá kniha *Ústavy* obsahuje četné pasáže o kráse, jak o kráse tělesné (krása a *Éros*), tak o kráse idejí ve srovnání s krásou uměleckých předmětů. Třetí kniha pak obsahuje kritiku básnictví, důležitá je rovněž desátá kniha *Ústavy*, kde Platón odmítá malířství.

Mezi další střední dialogy náleží *Symposion*³⁰, jehož hlavní myšlenka se týká krásy a určitým způsobem rozvádí to, co bylo nastíněno v *Hippiovi*. Jestliže skutečnou krásu nebylo možné zakotvit ve smyslovém světě, tak ji podle Platóna musíme hledat ve světě idejí.

Z pozdních dialogů (např. *Sofistés*, *Politikos*, *Tímaios*, *Kratylos*, *Zákony*) nás může zajímat dialog *Sofistés*, který se věnuje ošklivosti, a *Tímaios*, kde najdeme pasáže o souměrnosti. Zde Platón rovněž spojuje estetiku s etikou, neboť souměrnost se týká i správného postavení jednotlivých složek duše.

Z pozdních textů zmiňují *Zákony*, kde Platón dokonce umění přiznává určitou pozitivní roli při výchově občanů polis a dialog *Parmenidés*, v němž Platón ukazuje, jakým způsobem nelze ideje chápat.

2.2.1. Motivy teorie idejí

Protože každá estetická teorie je součástí širšího filosofického konceptu, bude nutné nastínit základní určující principy Platónovy soustavy idejí. Nejprve se zaměříme na dialog *Faidón*. Platón zde chce „*pozorovat jsoucná na myšlenkách*“ (*Phd.* 100a), čemuž lze rozumět tak, že pomocí jazykového (pojmového) rozboru myšlenek je možné dospět k poznání toho, jaké jsou věci skutečně. Sókrates v rozhovoru s Kebétem navrhuje: „*pokaždé si učiním základem myšlenku, o které usoudím že je nejpevnější, a cokoli se podle mého zdání s ní shoduje, to pokládám za pravdivé, ať jde o příčinu nebo o všechny ostatní věci, cokoli pak se o ní neshoduje, za nepravdivé.*“ (*Phd.* 100a). Podle F. Rickena má tento Platónův obrat k „*myšlenkám*“ své kořeny v sokratovském rozhovoru – spravedlivě je možné jednat pouze tehdy, jestliže víme, co je spravedlivé. Spravedlivě jednající člověk tedy musí již předem vědět, co je to spravedlnost, aby jeho jednání mohlo být považováno za spravedlivé. „*Sókratovo trpělivé rozmlouvání se sofisty mělo za cíl tyto různé pojmy ujasnit. Jestliže dojde k formulaci otázky, co je to spravedlnost, tak lze tuto otázku*

³⁰ Dialogu *Symposion* se budu ještě věnovat později.

*odpovědět tak, že bude zformulována definice spravedlnosti.*³¹ Právě tuto možnost definice sókratovský rozhovor předpokládá a Platón ji od svého učitele přejímá.

V dialogu *Faidón* Platón pokládá základní kámen toho, co připravil již Sókratés – je to existence světa idejí: *„Hodlám se tedy pokusit ti ukázati ten druh příčiny, který jsem si pracně sestrojil, a vracím se k oněm mnoho přetřásaným myšlenkám a od nich začínám, předpokládaje totiž, že jest jakési krásno samo o sobě a tak i dobro, velikost a všechno ostatní; (Phd. 100b).* Platónova myšlenka se tedy zakládá na tom, že různé věci téhož druhu musejí mít něco společného. Pro účely této práce je další vývoj rozhovoru mezi Kebétem a Sókratem velmi důležitý, neboť tématem jejich dialogu o otázce *„vidu, kterým jsou všechny věci téhož rodu“* je právě krása. *„Proto tedy již nechápu, řekl Sokrates, ostatních příčin, těch učených, ani jim nemohu rozumět; ale jestliže mi někdo říká, proč je něco krásné, totiž že má buď skvoucí barvu nebo krásný tvar nebo některou jinou z takových vlastností, tu či takových výkladů nevšímám – neboť při všech takových výkladech jsem jen uváděn ve zmatek – avšak držím se prostě a neučeně a snad i bláhově té myšlenky, že nic jiného to nečiní krásným nežli buď přítomnost nebo účast onoho krásna, nebo ať již to krásno sem přistouplilo kudykoli a jakkoli; o této věci se totiž ještě nemohu určitě vyslovit, ale o tom ano, že všechny krásné věci jsou krásné krásnem. Neboť toto se mi zdá nejbezpečnější odpovědí i mně samému i jinému; když bych se držel této myšlenky, myslím, že bych nikdy nepadl, a naopak pokládám za bezpečné odpovědět i sám sobě i komukoli jinému, že krásné věci jsou krásné krásnem.“(Phd. 100c-e).* Platón zde navrhuje řešení, které se zdá možná „bláhové“, ale vlastně je vcelku jednoduché – *„nic jiného to nečiní krásným nežli buď přítomnost nebo účast onoho krásna“*. Věc je krásná proto, že je v ní přítomna krása sama. Důležitým výrazem je zde také slovo *účast*, které bude později předmětem hlubšího rozboru. Ačkoli tedy ještě není jasné, odkud a jak se krásno samo v krásné věci ocitlo, tak je zřejmé, že toto vysvětlení bude „nejbezpečnější“ ze všech do té doby probíraných.³²

³¹ RICKEN, Friedo. *Antická filosofie*. Olomouc: Nakladatelství Olomouc, 2002. ISBN 80-7182-134-9. s.48.

³² RICKEN, Friedo. *Antická filosofie*. Olomouc: Nakladatelství Olomouc, 2002. ISBN 80-7182-134-9. s.48.

2.2.2 Nauka o dvou světech

Krásná věc (např. váza) není krásná sama o sobě, ale je krásná tím, že v této váze je nějak přítomna idea krásy – že se váza podílí na ideji krásy, a proto je krásná. Svět hmotných věcí kolem nás se tedy účastní na idejích. Je-li váza krásná tím, že je v ní přítomna idea krásy, pak by to mělo platit, jak bylo patrné v dialogu *Faidón*, i pro „*všechno ostatní*“ (*Phd.* 100b6). Věci kolem nás jsou tedy takové, jaké jsou, tím, že jsou v nich nějak přítomny ideje. Jako je váza krásná účastí na samotné kráse, tak bude váza i veliká, modrá či hranatá tím, že se účastní na idejích velikosti, modré barvy a hranatosti. Celý náš svět je tedy tím, čím je, na základě idejí. Jestliže je ale váza krásná pouze díky kráse samotné (ideje), pak by váza krásná nebyla, neměla-li by účast na příslušné ideji. Z toho vyplývá, že ideje jsou podmínkou toho, jak se jeví a jaký je svět kolem nás. V literatuře se proto často mluví o „*nauce o dvou světech*“³³ – jeden je světem idejí, druhý je světem, který vznikl na základě idejí, je to svět hmotných věcí. Platón se odvrátil od světa hmotných věcí, od smyslového světa. Jeho poznání totiž není možné. Není možné z toho důvodu, že se stále mění. Jestliže se stále mění, muselo by se stále měnit i vlastní poznání. Jenže když si představíme krásnou vázu na stole, bude poznání vázy, které se bude např. každou hodinu měnit, skutečně pravdivým poznáním? Nebude. Proto Platón vytváří myšlenkový koncept dvou světů – jeden, který se mění, a druhý, který je neměnný, tj. svět idejí. Jsoucná světa hmotného se neustále mění, jsou tedy poněkud neurčitá, zato jsoucná světa ideálního jsou neměnná a trvalá – určují to, jak bude svět hmotný vypadat, a proto jsou jeho příčinou.

2.2.3. Ontologický statut ideje

Ideje jsou předpokladem jakéhokoliv poznání, které se chce přiblížit skutečnosti, tedy pravdě. To znamená, že nemají pouze funkci poznávací (gnoseologickou), ale zároveň i funkci ontologickou. Věta „*Sókratés je krásný*“ znamená dle výše řečeného, že Sókratés má účast na ideji krásy, což znamená, že Sókratés se účastní na krásnu samém. Otázka, co je to krása sama, je tedy otázkou, co je to idea, tato otázka má formu „*co je X?*“³⁴.

³³ GREASER, Andreas. *Řecká filosofie klasického období*. Praha: OIKOYMENH, 2000. ISBN 80-7298-019-X.

Platón tak rozlišuje dva druhy věcí – jeden druh zahrnuje jsoucna konečná, zničitelná, složená, proměnlivá a viditelná. Druhý druh věcí zahrnuje věci nesložené, nezničitelné, samy se sebou identické, stále stejné a neviditelné. Ve *Faidónu* jsou ideje charakterizovány následovně: „*co je stále v témž stavu a stejně, o tom se nejvíce podobá pravdě, že to je nesložené, kdežto co je pokaždé jinak a nikdy v témže stavu, to že je složené*“ (Phd. 78c).

Idea je tedy jsoucno, které je „*samo o sobě jednoduché, je stále stejné a v témže stavu a nikdy po žádné stránce nijak nepřijímá žádnou změnu*“ (Phd. 78d). Ideje jsou neměnné, a proto jsou předmětem a cílem pravdivého poznání. Hmotné věci se mění, a proto jsou zdrojem nikoli poznání, nýbrž zdání (*doxa*). Zdání je nejnižší úroveň poznání, je tomu tak proto, že mínění je poznáním proměnlivého světa. Vědění se naopak týká toho, co je trvalé a pravdivé neustále. Vědění je tak věděním (poznáním) pravdy, mínění je „poznáním“ pouhého zdání.

2.2.4. Hierarchie idejí, idea krásy a dobra

Právě s pravdivým poznáním souvisí určitá hierarchie idejí, kterou můžeme nalézt v díle *Ústava*. Nejdůležitější postavení mezi idejemi má idea dobra. „*To tedy, co poznávaným věcem poskytuje pravdu a poznávajícímu jeho výkonnou schopnost, věz, že jest **idea dobra**; ona jest příčinou rozumového vědění a pravdy, neboť ta jest poznávaným předmětem, a tak, ačkoli obojí jest krásné, i poznání i pravda, správné učiniš, budeš-li onu ideu pokládati za něco jiného a ještě krásnějšího nad toto obojí; co pak se týče rozumového vědění a pravdy, jako tam jest správné světlo a zrak pokládati za věci slunci blízké, ale pokládati je za slunce by nebylo správné, tak také i zde pokládati toto obojí za věci blízké dobru jest správné, ale není správné pokládati jedno nebo druhé z nich za dobro samo, nýbrž význam dobra jest ještě více ceniti.*“ (Resp. 508e-509a).

Platón s tímto ideu dobra přirovnává ke Slunci a rozumové vědění s pravdou ke zraku a světlu. Stejně tak jako by bez Slunce nebylo světla, které bychom díky zraku mohli zpracovávat, tak by bez ideje dobra nebylo pravdy, ke které by se mohlo vztahovat rozumové vědění. Idea dobra je tedy podmínkou poznání,

³⁴ RICKEN, Friedo. *Antická filosofie*. Olomouc: Nakladatelství Olomouc, 2002. ISBN 80-7182-134-9. s.52

„poskytuje pravdu a poznávajícímu jeho výkonnou schopnost.“ Idea dobra má pak určité výsadní postavení jako cíl lidského směřování a poznání – lidé si ji mají v poznání „*ceniti*“. Považovat dobro za cíl poznání je nutné z toho důvodu, že dobro je „*nejjasnější ze jsoucna*“ (*Resp.* 518d). Je-li dobro nejjasnější ze jsoucna, tak to znamená, že je nejjasnější ze všech idejí. Jsoucno totiž není věcí hmotnou, nýbrž právě ideální. Idea dobra má tedy mezi idejemi výsadní postavení. Jedním z možných důvodů této výjimečnosti je ten, že kdyby nebyla nejvyšší ideou idea dobra, nebylo by poznání vůbec nutné. Ale protože lidé usilují o dobro, usilují i o poznání dobrého. Abstraktní entity tedy prostřednictvím ideje dobra „nabývají funkce norem“.³⁵ Díky ideji dobra totiž „*ostatní se stává užitečným a prospěšným*“ (*Resp.* 505a3-4).

Zajímavé je, že Platón (nejenom zde) spojuje ideu dobra s ideou krásy: „*Či myslíš, že jest něco platno míti všechno na světě, co však by nebyl dobré? Nebo míti v hlavě všechno ostatní, vyjímaje dobro, a nemíti tam nic krásného a dobrého?*“ (*Resp.* 505a-b). Idea dobra je tedy výsadní v tom smyslu, že jejím prostřednictvím všechny další ideje jsou dobré. Dobré zároveň znamená krásné. Idea krásy je tedy dobrá podobně jako je idea dobra krásná.

2.2.5 Dialog Symposium

O dialogu Symposium jsme se již krátce dozvěděli ve výčtu Platónových děl a nyní se mu budeme věnovat podrobněji. *Symposion* je často překládán jako „Hostina“, což není úplně přesné, protože znamená zábavu, která se konala až po jídle. Šlo o společné pití. Ne však v dnešním slova smyslu. Začínalo se modlitbou a poté se vykládali básně a debatovalo se. Tato konkrétní oslava se konala na počest Agathona, tragického básníka, který vyhrál v dramatické soutěži.

Prvního řečníka, Faidra, napadne slavit boha, jenž je často opomíjen, Eróta. Popisuje jej jako nejstaršího z bohů a jako zdroj největšího štěstí. Argumentuje tím, že pro mladého člověka je největším štěstím dobrý milovník a naopak. Toto se týká řecké pederastie, což byla zvláštní forma lásky mezi dvěma muži, kdy starší muž se stýkal s mladým hochem. Faidros sám je v takovém vztahu, a proto vidí Eróta jako

³⁵ GREASER, Andreas. *Řecká filosofie klasického období*. Praha: OIKOYMENH, 2000. ISBN 80-7298-019-X. s. 210.

největší dobro, jako zdroj zamilovanosti, něco, co nás činí šťastnými. Avšak nezůstává jen u člověka, svoji teorii rozvíjí, když říká, že díky němu se koná jen samé dobro, protože láska vzbuzuje pouze dobro. A velikost Eróta dokazuje myšlenkou, že kdo miluje, je ochoten pro druhého zemřít. Faidros tedy představuje Eróta jako zdroj největšího dobra, a to nejen pro jednotlivce, ale i pro celý svět. Tato teze je velmi naivní, avšak načala otázku Eróta v rovině kosmologické, nebo-li jako otázku lásky ve významu pro celý svět.

Dalším řečníkem je Pausanius, který je starší a navíc zkušený rétor, takže dokáže mnohem lépe argumentovat. Snaží se upřesnit výklad Eróta. Podle něj není ovšem jeden, ale jsou hned dva, Obecný a Nebeský. A navíc jsou proto také dvě Afrodité, protože Erós je její pomocník. Obecný Erós je láska, kterou milují obyčejní lidé a jde spíše o lásku tělesnou. Nebeský Erós je pak „pravá láska“. Popisuje ji jako lásku krásnou, lásku k chlapcům. Pokládá ji za vyšší, na oduševnělejší úrovni. Umísťuje do své řeči také mýtus, tak jako bylo zvykem zkušených rétorů. Z jeho řeči jasně vyplývá, že obhajuje již zmíněnou pederastii. I přes soukromý záměr se zde objevuje důležitá myšlenka, že milovník, ve vztahu dvou mužů ten starší, má více obdivovat mladíkovu duši, než tělo. To je teze, která jak uvidíme, bude ještě podrobněji rozvedena.

Pokračuje Eryximachos, jenž přejímá předchozí myšlenku o dvou Erótech, ale snaží se ji lépe dokončit. Je to lékař, a tak obhajuje svou vědu, podle které můžeme Eróta pozorovat v lidském těle. Ve zdravém těle se projevuje Nebeský Erós a ve špatném Obecný. Dodává, že je potřeba se starat o dobré části těla a uspokojovat jejich touhy. Potřeby dobrých částí těla jsou totiž dobré a potřeby špatných částí těla jsou špatné. Navazuje na předchozí řeč o lásce mezi muži, jen místo nich použil označení částí těla. Svou myšlenkou o Nebeském a Obecném Erótovi, přičemž toho druhého odsuzuje, posouvá problematiku lásky do další dimenze. U předchozích dvou řečníků se týkala jen mezilidských vztahů.

Následuje komik Aristofanés. Podle něj lidé doposud dobře Eróta nepoznali a jeho moc dost neoslavovali, chce proto popsat Eróta mýtem. Říká, že nejdříve existovala tři pohlaví. Ženské, mužské a třetí složené z těchto dvou dohromady, androgynní. Popisuje člověka, jako tvora, který vypadal dost zvláště. Říká, že tvar každého byl ... *„zcela válcovitý, s oblémi zády i boky; měl čtyři ruce a právě tolik i noh a dva obličejy na okrouhlém krku, ve všem stejné; hlavu pak u těchto obou obličejů, obrácených v opačné strany, jednu a čtyři uši; dále měl dvoje pohlavní*

ústrojí a obdobně i všechno ostatní.“(Symp. 189e-190a) Tak vypadalo každé ze tří pohlaví. Jako důvod proč bylo trojí uvádí, že mužské mělo původ od Slunce, ženské ze Země a androgynní od Měsíce. Lidé vypadající, tak jak řekl, byli údajně velmi silní a pyšní. Jednou se postavili Diovi, a ten je potrestal rozseknutím napůl. Od té doby každá půlka člověka hledá tu protější, ženu či muže, podle toho, z jakého celku pocházela. Touha stát se opět celkem se nazývá láska. Erós se zde objevuje jako síla, jenž pudí obě poloviny lidí, aby se spojily v jednotu a získali zpět svou původní přirozenost. Není náhodné ani postavení řečníků, Aristofanés totiž měl mluvit před Eryximachem, ale náhodou ho chytla škytavka, a tak hovořil Eryximachos. Ten sice mluvil o Erótu jako o harmonickém spojení protikladů, ale jen velmi obecně a nedocházel k jádru věci, ke kterému dospěl až právě následující Aristofanés. Hlavní myšlenka celé řeči je, že každý nehledá pouze svou chybějící polovinu, ale podvědomě touží po Dobru. Nicméně v řeči Aristofana je vše naznačeno jen okrajově a hlavně v hádankách. K závěru ji dovede až Sókratés, jenž bude mluvit ke konci dialogu o hledání něčeho vyššího a o lásce jako předmětu Dobra.

Bezprostředně po této řeči následuje Agathón. Je považován za nejlepšího vypravěče, protože právě vyhrál soutěž. Říká, že všichni oslavovali Eróta pro dobro, které přináší, ale ne pro něj samotného. Rozhodne se popsat jak vypadá. Připisuje mu vlastnosti jako krásu, mládí, hebkost. Pod maskou Eróta však chválí sám sebe a hovoří o svých vlastnostech.

Avšak následuje řeč Sókrata, který všechny vyvede z omylu, když krásu tělesnou odmítne. Navíc je jeho myšlenka podpořena Alkibiadém, který následně vtrhne dovnitř a Sókrata popíše jako pravého představitele krásy, krásy vnitřní. Agathonova řeč je se Sókratovou v největším rozporu, a proto jí předchází. Po ní nastává dialektická pasáž, kde Sókratés vyvrátí všechno, co Agathon pronesl. V následujícím rozhovoru Sókratés pokládá otázky a Agathon odpovídá. Sókratés tvrdí, že Erós je touhou po kráse. Agathón přisvědčuje. Erós tedy nemůže být krásný, protože po čem toužíme, to nemáme, takže Erós nemůže být ani krásný ani dobrý. Agathon to musí uznat a zjistí, že jeho řeč se nezakládala na žádném vědění, jak si můžeme ukázat:

„Zdali jsme pak souhlasně neuznali, že touží po tom, čemu se mu nedostává a co nemá?

Ano.

Nedostává se mu tedy a nemá Eros krásy.

Nutně to vyplývá.

A což jmenuješ krásným to, čemu se nedostává krásy a co naprosto krásy nemá?

To ne.

Tedy ještě tvrdíš, že Eros je krásný, jestliže se to tak má?

A tu prý odpověděl Agathon: Podobá se, Sokrate, že jsem nic nerozuměl tomu, co jsem mluvil.

A přece jsi mluvil krásně, Agathone. Než řekni mi ještě několik slov: nemyslíš, že dobré věci jsou také krásné?

Ano.

Jestliže se tedy Erotovi nedostává krásy a dobro jest krásné, nedostává se mu také asi dobra.

Nedovedl bych tobě, Sokrate, odporovat; nuže budiž tomu tak, jak ty pravíš.

Pravdě, milovaný Agathone, nedovedeš odporovat, neboť odporovat Sokratovi – to není nic těžkého.“(Symp. 201a-c)

Následuje vrchol celého dialogu, čímž je Sókratova řeč. Poté, co Sókrates dohovojí, vtrhne mezi všechny opilý Alkibiadés a způsobí menší rozruch. Nakonec všichni vyčerpáním usnou a Sókratés zase odchází.

Sókratova řeč

Sókratovou řečí získává oslava Eróta zcela nový ráz. Odlišení je ještě více vyznačeno tím, že ji nepronáší sám za sebe jako předchozí řečníci. Představuje ji jako něco, co mu o Erótu vykládala kněžka Diotima z Mantineie.

Sókratés zde rozlišuje mezi dvěma Eróty, a to ve smyslu obecném jako touhu po dobru a štěstí, a pak ve smyslu lásky jednoho člověka k druhému. Až na Eryximacha, vyzdvihují všichni Eróta v tomto druhém významu.

Řeč začíná diskuzí mezi Sókratem a Diotimou. Sókratés se staví do pozice nevědomého. Diotima mu pokládá stejnou dávku otázek jako předtím on Agathonovi. Dozvídáme se, že Diotima ho poučuje o tom, že Erós není krásný ani dobrý, a dokonce vyvrací myšlenku, že by měl být bohem. Na Sókratův dotaz, co tedy je, odpovídá, že něco středního, něco existujícího mezi smrtelným a nesmrtelným. Nazývá ho daimónem. Dozvídáme se, že je bytostí mezi člověkem a bohem, kterým dělá zprostředkovatele.

Sokrates ve své řeči užívá mýtu. Popisuje v něm Erótovo zrození. Během hostiny, kde se slavilo narození Afrodité, a které se účastnili všichni bozi, přišla žebrat Penia (chudoba) a vyspala se s Porosem (důmysl), jenž zpitý nektarem usnul. Tak počala Eróta. Proto v sobě slučuje protiklady, po matce zdědil nouzi a potřebu, po otci energii, pudící ho stále hledat, a protože se to stalo na oslavě krásné Afrodité, je také milovník krásy a znakem milovníků. Jsou tu metaforicky ukázány protiklady, chudoba a nouze a zároveň touha nalézt způsob jak je vždy překonat. Získat, po čem se touží. Po matce si je vědom své chudoby a po otci vlastní důmysl, jak ji překonat.

Sókrates tímto mýtem naznačil, že pouze ten, kdo je schopen poznat, že má nedostatek, také může toužit po tom, co nemá. Nemohli bychom toužit po nějakém vědění, kdybychom si mysleli, že vše víme. Což se slučuje se Sókratovou filozofií, kterou byl Platón ovlivněn. Pomocí tohoto dialogu tedy dospěje k tomu, že Erós představuje touhou. Tato touha a nedostatek jsou charakteristické znaky jeho povahy a týkají se především krásných věcí. Pokud tedy touží po krásných věcech, kráse obecně, znamená to, že se mu jí nedostává, nemůže být tedy krásný ani dobrý. Tak vyvrací tvrzení, že Erós má některou z těchto vlastností. To ale neznamená, že by proto byl zlý nebo ošklivý, protože kdyby ano, nemohl by toužit po dobru a kráse. Znamená to, že Erós zaujímá jakési střední postavení, stojí mezi tím, co je krásné a ošklivé a mezi tím, co je dobré a zlé. Toto střední postavení Platón rozvádí ve dvou rovinách. Ve vertikálním směru je Erós popsán jako inteligibilní bytost, což znamená že ho nemůžeme považovat za boha, ale také ne za smrtelného a smyslového. Jako zprostředkovatel mezi těmito rovinami vše spojuje v jeden celek. V horizontální rovině je Erótovo střední postavení vykládáno jako sjednocovatel opačných vlastností – zbavenost a nadbytí, potřebu a schopnost něco si opatřovat. Erós je pak také vyložen jako filosof, bytost stojící mezi věděním a nevěděním, není zcela vědoucí, ani zcela nevědoucí, neustále usiluje o další moudrosti a větší vědění. Erós je tedy ten, kdo vše spojuje v jeden celek. Platón ho také posouvá do antropologické sféry, když uvádí do souvislosti s Erótem každou lidskou činnost. Vše co člověk dělá, koná totiž proto, aby dosáhl dobra. Erós pak v obecném významu znamená nejen tíhnutí k dobru, ale také usilování o jeho trvalé vlastnictví. Tíhnutí k dobru se poté uskutečňuje plozením v kráse (ta je jedním z aspektů dobra), krása podněcuje touhu plodit, krása podněcuje v tělesné rovině k nahrazování starými mladými, dětmi a v duševní rovině podněcuje k tvoření

filozofických děl. Tohle je popsáno Diotimou jako forma zasvěcení, jenž se děje po stupních, nebo-li schodech lásky. Jsme vedeni Erótem od krásy na jednom těle ke kráse na druhém až dojdeme k pochopení, že jde jen o jednu stejnou krásu ukazující se na všech tělech. Od ní pak pokračuje cesta ke kráse duší, která je vyšší než krása těla. Potom vede cesta lásky ke kráse lidských činností, ke způsobu života, ke kráse zákonů a poznatků až k poznání Krásky o sobě, kde je Jednotou.

Sokratův Erós stojí v kontrastu s tím, o kterém mluvil Agathon. Tomu šlo jen o krásu. U Sókrata vzniká napětí mezi krásou, o níž hovořil Agathon a vlastněním, což zase rozebíral Aristofanes. Jak již bylo řečeno, rozlišuje dva Eróty, ale oba spojuje to, že touží po nesmrtelnosti. Pokud se zaměříme na lásku mezi lidmi, také touží po krásném, což uskutečňují v plození dětí, jde jim však pouze o vlastní slávu, o chtič, nejde o opečovávání krásného. U druhého Eróta je ale hlavním cílem vlastnit dobro a neustále jej toužit vlastnit. Obě touhy se však pojí v jednoho Eróta, Obecného, o němž hovoří Diotima. Tím se snaží obrazně vyjádřit, že Erós je tedy filozofem, stojícím uprostřed mezi moudrými a nevědomými. Erós tedy není předmětem lásky. Sókrata dále zajímá, co pak poskytuje lidem. A dostává se mu odpovědi v podobě Platónovy etiky a to – Erós je touhou po dobru. Jen pokud dosáhneme dobra, nemusíme se ptát dál, co je správné, jsme šťastni. Zde je vyložen cíl lidského života, být šťasten.

Shrnutí

V dialogu *Symposion* ukazuje Platón, jaká hnací síla vede naše poznání. Důležitou kategorií poznání je zde právě **krása**. Od jednotlivých krásných věcí je nutné postupně přejít ke krásným věcem duchovním, od nichž je pak možné přestoupit k poznání idejí. Ten, kdo chce dosáhnout poznání, tedy musí nejprve v mládí „chodit za krásnými těly“ (*Symp.* 210a), ve fyzické lásce k člověku pak zakusí i myšlenky milovaného člověka. „Ale potom má poznati, že krása jevíci se na kterémkoli těle jest sestra krásy na druhém těle“ (*Symp.* 210b), proto cílem poznání nemůže být pouze krásné tělo, nýbrž „krása vůbec“. Proto postupně pokládá člověk toužící po poznání tělesnou krásu za „malichernou“ a „nabude přesvědčení, že krása v duších je cennější než krása těla“ (*Symp.* 210b).

Sokrates ve své vlastní chvalořeči představuje Eróse jako střední, daimónskou bytost. Je synem Pora (Důmyslu) a Penie (Chudoby), který touží po něčem určitém, totiž po tom, čeho se mu nedostává, a to jakožto po něčem krásném a dobrém. Touží ale také po nesmrtelnosti, neboť ta umožňuje mít dobro navždy. Erós je ale zároveň představen jako pud, jakýsi duševní pohyb. Erós je touhou po dobru a kráse. Pud, kvůli němuž chceme pěstovat dobro a vlastnit jej na pořad. Ze zdánlivě jednoduchého popisování vztahu mezi muži, kde je správnější, pokud milujeme více duši než tělo, se dostáváme ke vztahům celého světa. Erós tak dostává zcela nový kosmologický význam. Jak se to stane, ukazuje Platón pomocí schodiště lásky. Pro dosažení skutečného poznání vystupujeme „stále vzhůru jako po stupních“ od těl, duší až ke kráse poznání samotného, jehož vlastním vrcholem je poznání „podstaty krásna“ (Symp. 211c). Nejníže je řazena krása tělesná, následuje hodnotnější krása duše, od které se dostáváme ke kráse činností, a poté poznatků. Nakonec dospějeme k vrcholu, který představuje Idea Krásky, Krásno samo. A to je také cílem lidského života, dosáhnout Idey Krásky, trvale ji vlastnit, a tak se stát nesmrtelným. Pokud tuto tezi zjednodušíme, znamená to, že každý z nás se chce dobrat podstaty světa, zjistit, jak vše funguje. A to se stane, pokud uvidíme nejvyšší krásu. Celý život jsme puzeni jednat dobře, abychom se k ní dostali. A ten, kdo nás k tomu vede, je právě Erós. Nejen že se snažíme k této kráse dostat a získat poznání, chceme jej také trvale vlastnit. Chceme trvale vlastnit dobro, být blažení. A to je pro smrtelné bytosti možné jen ve formě plození a rození v krásném. Krása je zde tím, co erótickou touhu probouzí a může ji pozvednout na vyšší úroveň bytí.

V dialogu Symposion se dále objevuje myšlenka, že Ideu Krásky jako jedinou z idejí můžeme zachytit smysly, a to zrakem. Často bývá popisována jako záře, jako něco, co má způsob bytí světla. Její účinky a velikost zde popisuje kněžka Diotima:

„Na tomto stupni života, milý Sokrate, pravila cizinka z Manineje, ač jestliže vůbec kde jinde, stojí člověku za to žít, když se dívá na krásno samo. To jestliže někdy spatříš, bude se ti zdát, že je to nad všechno srovnání se zlatem, drahými rouchy, krásnými chlapci i jinochy, jejichž zjevem jsi nyní uváděn do vytržení, a hotov jsi ty jako mnozí jiní, kdykoli vidí své miláčky a jsou s nimi, ani nejísti ani nepít, kdyby to bylo možno, nýbrž se jen dívat a býti s nimi. Což teprve, kdyby se někomu dostalo spatřiti samo krásno čisté, ryzí, neporušené příměsky, nenaplněné lidským masem, barvami a mnohou jinou pozemskou malicherností, nýbrž kdyby

mohl uvidět samo ono božské, jednotné krásno? Jaký by to nastával život člověku, který by se tam díval a na to hleděl zrakem k tomu určeným a mohl s tím být! Či nechápeš, že jediné tu, když se bude dívat oním zrakem, kterým je pravé krásno viděti, podaří se mu rodit ne pouhé obrazy dokonalosti – vždyť se nebude stýkati s obrazem – nýbrž skutečnou dokonalost, protože se bude stýkati se skutečnem; a když zrodí a vychová skutečnou dokonalost, jistě se stane milým bohu, a jestliže to je člověku možno, stane se také on nesmrtelným. (Symp. 211d-212a)

V její řeči je vyjádřen také smysl života – nesmrtelnost, o které jsme již mluvili. „Krásno samo“ pak podle schodiště lásky zmíněného Diotimou, můžeme charakterizovat jako dobrý život, věrný spravedlnosti a spjatý s filozofickou moudrostí.

2.2.6. Dialog Faidros

Také v dialogu Faidros se dovídáme o specifickém postavení ideje krásy. Tento dialog oslavuje Eróta jako dárce božského šílenství a původce růstu duše až k idejím. Platón zde popisuje mýtus o duši, kterou připodobňuje vozataji řídicímu dva koně. Jeden z nich je poslušný a vede duši k nadsmyslovému bytí, druhý pak je neposlušný a stahuje ji k tělesným požitkům. Dá-li se duše k nim strhnout, pyká tím, že padá na zem a zapomíná na krásný svět idejí. Avšak ten, kdo chce dosáhnout pravdy, musí se odpoutat od všeho pozemského, pohroužit se do sebe sama a pokusit se rozpomenout na svět idejí, kde duše přebývala před svým pádem. *„Poznání jako rozpomínání na svět idejí, anamnéze a cesta k pravdě vede přes lásku, božské šílení po kráse, která je v těsné souvislosti s filozofickou touhou po nejvyšším poznání.“³⁶*

Kdykoliv člověk uvidí pozemskou krásu, vzpomene si na tu pravou, kterou jeho duše zahlédla při průvodu s bohy. S touto vzpomínkou začíná nabývat perutí a snaží se vzlétnout, ale nemůže. S hlavou zdviženou k nebi pomíjí zemské věci a ostatním se jeví jako šílenec. On ale není šílený, pouze se šílenosti účastní...

Vzpomínání na skutečné ideje je pro duše velmi těžké, pouze některé mají silnou paměť. A tyto, když spatří nějakou pozemskou napodobeninu nebeského jsoucna, upadají do stavu šílenosti. Duše jen stěží zahlédnou napodobeninu

³⁶ PLATÓN. *Dialogy o kráse*. Praha: ODEON, 1979. s. 227.

spravedlnosti, rozumnosti a jiných jsoucen, neboť na nebeském okruhu nebyly nijak speciálně zvýrazněny. „*Spravedlnost i moudrost, jakožto i jiné věci, které jsou duším drahé, nemají ve své pozemské podobě žádný lesk. Jen nemnozí z lidí přicházejí k jejich podobám a otupělými smysly sotva pozorují, co představují. Když však jsme se tehdy procházeli v průvodu blažených těšíce se pohledem a pozorováním a následující jedni Dia, druzí zase jiného boha, a když jsme se pohledem zasvěcovali v dokonalost, které se oprávněně říká nejblaženější, zářila krása pro pohled nádherně.*“ (Phdr. 250c-d). Idea krásy zářila a její záře byla jasná, pohled na ni činil duše blažené. Bylo nejsnadnější si jí všimnout, a proto je nejsnadnější se na ni rozpomenout. – A proto jsou lidé nejcitlivější na krásu v našem světě, jež nám připomíná skutečnou krásu, kterou jsme dříve zakusili.

3. Historická a kulturní proměnlivost krásy

Zatímco především většina biologů a evolučních psychologů pokládá krásu a posuzování toho co je a co není krásné (u žen i mužů) za téměř neměnný fakt, evolucí získaný determinismus či dokonce instinkt, pokusím se na následujících řádcích ukázat, nakolik se pohled na krásu měnil a mění jak z pohledu historie, tak interkulturních rozdílů.

Obraz mužství na kráse nezávisí. Naopak žena je v naší společnosti ztotožňována s „krásným pohlavím.“ Ne vždycky tomu ale tak bylo. Slovy G. Lipovetskeho³⁷: „krásné pohlaví nevykazuje žádnou transhistorickou trvalost ani nutnost. Jde o výlučně historický fenomén, společenskou instituci, „konstrukt“, jehož původ nepřekračuje úsvit nové doby.“

Tuto hypotézu představují mimo jiné antropologické výzkumy, které vypovídají o odlišných preferencích a různé intenzitě vnímání krásy u obou pohlaví. V mnoha tzv. primitivních společnostech není krása vnímána jako význačný ženský rys. U některých kmenů se muži zdobí více než ženy a více se zabývají svým vzhledem. U Masajů v Africe představuje muž zázrak tělesné estetiky. U Maorů se muži zdobí náročnějším a hustším tetováním než ženy a u kmene Wodabé v Nigérii volí ženy nejkrásnějšího muže kmene.³⁸

Podobně jsou patrné preference různých částí ženského těla a jejich ztotožnění s vnímáním krásy. Například v Africe, kde chodí ženy s odhalenými ňadry, nezískala prsa nikdy velký význam jako na Západě. Čína považovala za krásné a přitažlivé malé nožky, Japonsko labutí šíje, Afrika hýždě. Je zřejmé, že různým částem a tvarům těla je tak možné přisuzovat různé významy.

Pro hlubší pochopení krásy, její proměnlivosti a spjatosti s představou ženskosti je důležité sledovat vývoj krásy z historického hlediska.

Doba kamenná nám zachovala jedno z nejstarších dochovaných zobrazení ženského těla (např. Věstonická Venuše). Jedná se o sošky s velkými ňadry a plným břichem. Obličej nebyl ani naznačen. Podobná zobrazení sotva znamenala estetický ideál a ženství nebylo definováno skrze krásu. Spíše se jednalo o symboliku plodnosti a rozmnožování. Ostatní aspekty ženského těla nebrali tvůrci těchto

³⁷ LIPOVESTKY, Gilles. *Třetí žena*. Praha: Prostor, 2000. ISBN 80-7260-030-3. s. 97 – 98.

³⁸ Tamtéž, s. 99 -100.

Venuší vůbec v potaz. Stejně tak mladší a propracovanější ženské sošky bohyn symbolizovaly jejich nadpozemskou sílu, moc a schopnosti, a ne krásu.

Dle Lipovetskeho³⁹ možný nástup modloslužebnictví krásy umožnil až vznik společenského rozdělení ve společnosti na chudé a bohaté. Ti, co byli oproštěni od statutu práce se tak mohli vymezit vůči pracujícím, například výraznější péčí o svůj vzhled. Tato představa koresponduje s výkladem T. Veblena. S. de Beauvoir⁴⁰ vidí zlom v té době, kdy si muži uvědomili, že plození je i jejich zásluha a nikoli pouze do té doby uctívané a posvátné ženy – matky. Ženy pak začali vnímat jako pouhé pasivní živitelky plodu a sebe jako tvůrce, aktivní sílu. Žena, nyní už mužem – subjektem, definovaná jako objekt, ztrácí svou prvotní moc a symboliku a stává se „druhým pohlavím“.

Antika opěvovala kaloghatii, harmonii těla i ducha. Krása se stala významnou kategorií. Ovšem i přesto, že existuje mnoho soch a vypodobnění krásy ženského těla, za skutečně krásnější a přitažlivější bylo považováno tělo mužské.

Jak gotika, tak středověká kultura obecně zavrhovaly výraznou péči o tělesný vzhled. Ženské tělo nebylo nijak opěvováno a krása byla vnímána spíše za spojení s ďáblem. Některé ženy byly dokonce upalovány z čarodějnictví jen z důvodu své krásy. Částečnou výjimku tvořil mariánský kult. Ale i v tomto případě je třeba podotknout, že Marie byla především archetypem matky, světice, trpitelky... A až do dob renesance především posvátnou ženou. Teprve přibližně od 14. století začíná být opěvována její krása a Marie začíná být vedle svých předchozích atributů vnímána i jako eroticky přitažlivá žena.

S návratem k antickému pohledu na tělo přišla renesance. Dle Lipovetskeho⁴¹ je právě renesance obdobím, kdy byla žena ztotožněna s krásným pohlavím – a to jak krásy tělesné, tak duševní. Muži byla nadřazena nejen andělskou emanací své krásy, ale také svou čistotou a svými ctnostmi. „V patnáctém a šestnáctém století se rozbíhá výjimečný proces, kdy ženský vzhled získává svou důstojnost a jeho estetická nadřazenost se stává předmětem obdivu. Dnes jsme přímými dědici tohoto vývoje.“⁴² Ženská krása se osvobodila od spojení s hříchem, inspirovala umělce i filozofy. Ženám, do té doby považovaným za podřadné bytosti, je tak muži přisouzena první vlastnost, která je staví nad muže – a

³⁹ LIPOVESTKY, Gilles. *Třetí žena*. Praha: Prostor, 2000. ISBN 80-7260-030-3. s. 99-100.

⁴⁰ BEAUVOIR, Simone de. *Druhé pohlaví*. Praha: Orbis, 1966.

⁴¹ LIPOVESKY, Gilles. *Třetí žena*. Praha: Prostor, 2000. ISBN 80-7260-030-3.

⁴² Tamtéž, s. 109.

to krása.⁴³ A ačkoli Lipovetsky vnímá ztělesnění ženy s krásným pohlavím jako společenský konstrukt (slovy S. de Beauvoir mýtus), chápe ho také jako „jeden z prvních milníků novodobé dynamiky, která vedla k uznání nároku žen na lidskou a společenskou důstojnost.“⁴⁴

Pokusíme-li se vysledovat, jaké tělesné proporce byly považovány za krásné, setkáme se s velkou rozmanitostí a variabilitou. Antika, jak známo, preferovala mužské tělo – atletické, mezomorfní. Římané⁴⁵ kladně hodnotili štíhlost a vyvinula se u nich i bulimie. Gotické ženy i muži jsou ektomorfní, astenické (dle vzoru Krista na kříži). Renaissance naopak dbá u žen na širokou pánev a celkově zaoblené tvary těla dané větší vrstvou podkožního tuku. Tento trend ještě zesiluje v baroku, kdy krása znamenala silná stehna, plná břicha a ňadra. Klasicismus nejprve obdivoval ženy křehké, bledé a subtilní, polovina devatenáctého století však upřednostňovala postavy celkově mohutnější, s většími obvody v prsou a bocích. Kyprost byla doporučována i tehdejšími lékaři. Dokonce Manetova Olympia z roku 1863 (kterou Manet považoval za svoje vrcholné dílo) byla na pařížském Salonu odmítnuta. Na obraze je spočívající nahá žena průměrných proporcí. Obraz byl označen za "obscénní" - mimo jiné proto, že model nebyl dostatečně kyprý, a proto nemohl být chápán jako erotický.⁴⁶

Přes veškerá uvedená fakta je třeba zdůraznit, že krása a zdobení se si uchovalo až do dvacátého století spíše elitářský rozměr. Vždy bylo záležitostí vyšších, privilegovaných vrstev, které si na ně musely najít nejen čas, ale i prostředky. Mýtus krásy, který již od renesance zapouštěl své kořeny, tak mohl dosáhnout dnešních rozměrů právě díky jeho demokratizaci a masovému rozšíření - jež umožnila média. (viz 3. kapitola). Jedná se tak o skutečně klíčové období, díky kterému se kategorií krásy začala zabývat každá žena, bez ohledu na její původ nebo společenské postavení.

Dvacáté století s sebou přineslo nejen výrazný zájem o vzhled, ale především idealizaci štíhlé ženské postavy. Tento ideál přetrvává až na drobné

⁴³ To však nemění nic tom, že žena byla nadále definována skrze muže – svého otce nebo manžela. Stále jí bylo odepřeno seriózní vzdělání, zaměstnání. „Mužům nadále náleží síla a rozum a ženám slabost ducha a nyní i krása těla.“ (LIPOVESKY, Gilles. *Třetí žena*. Praha: Prostor, 2000. ISBN 80-7260-030-3. s. 121.)

⁴⁴ Tamtéž, s. 122.

⁴⁵ FIALOVÁ, Ludmila. *Body image jako součást sebepojetí člověka*. Praha: Karolinum, 2001. ISBN 80-246-0173-7.

⁴⁶ GROGAN, Sarah. *Body image*. Praha: Grada Publishing, 2000. ISBN 80-7169-907-1.

výjimky dodnes. Idealizace štíhlosti se datuje přibližně od dvacátých let dvacátého století. Měnila se móda, zkracovaly se sukně. Po první světové válce se krátkodobě ujal styl zvaný "flapper," který diktoval chlapeckou postavu s plochou hrudí.⁴⁷ To dávalo vyniknout rovným šatům se sníženým pasem. Změnu módy ovlivňovala mimo jiné postupná ženská emancipace, ale i úspěšná marketingová politika rozrůstajícího se módního průmyslu. Sufražetky si ostříhaly vlasy a pálily podprsenky. Na síle nabýval i kosmetický průmysl. Rok 1918 přinesl dodnes oblíbenou rtěnku, 30. léta přišla s opalovacími krémy a laky na nehty. Zájem o tělo jistě podnítila i změna životního stylu. Lidé více využívali volnočasové aktivity a začali se věnovat sportu a v důsledku toho také více odhalovali svá těla.

Poválečná čtyřicátá a především padesátá léta znamenala návrat k preferenci silnějších ženských tvarů. Za ideální byla považována postava ve tvaru přesýpacích hodin - silné boky, úzký pas a plná ňadra. Touto postavou se pyšnila například Marilyn Monroe. Její šaty měly velikost 50⁴⁸. To je velikost, která dnes už spadá mezi nadměrné.

Zlom nastal v šedesátých letech kdy se objevila Twiggy. To je přezdívka pro mladou Američanku Leslie Hornby Armstrong, jejíž postava se stala novým ideálem krásy a definitivně nastolila vládu štíhlosti, jež trvá dodnes. Twiggy při svých 168 cm vážila necelých 42 kilogramů, měla velikost 40, 77,5 cm přes prsa a 81 cm přes boky. I navzdory heslu: "Necpěte peníze dobročinným organizacím, přispějte Twiggy na jídlo"⁴⁹ se mnoho žen snažilo a snaží tomuto ideálu přiblížit. Ve stejné době byly uvedeny do módy bikiny, jež se „lépe vyjímají“ na štíhlých postavách. Není divu, že "šedesátá léta jsou považována za období největšího nárůstu poruch příjmu potravy u ženské populace."⁵⁰ Štíhlá postava se stala symbolikou svobody, nekonvenčnosti, mladistvosti. Twiggy, dívka pocházející z dělnické rodiny, se stala jedním ze symbolů amerického snu. Každá žena se může vypracovat k úspěchu a bohatství a uniknout z prostředí, ze kterého pochází – dokáže-li zkrotit a ovládnout své tělo.

V sedmdesátých a především v osmdesátých letech se ke štíhlosti přidal požadavek na plná ňadra. To je ideál, který je pro řadu žen víceméně nedosažitelný.

⁴⁷ GROGAN, Sarah. *Body image*. Praha: Grada Publishing, 2000. ISBN 80-7169-907-1.

⁴⁸ BOVEY, Shelley. *Zakázané tělo*. Olomouc: Votobia, 1995. ISBN 80-85885-61-1.

⁴⁹ Tamtéž.

⁵⁰ Fialová, L.: *Body image jako součást sebepojetí člověka*. Praha: Karolinum 2001, s. 62.

„Ideální velikost 36 má od přírody pouze 8 procent žen.“⁵¹ Štíhlosti lze tak docílit tvrdým cvičením a dietami. Při hubnutí ovšem hubnou i prsa. Dalším řešením se tak stává estetická chirurgie.

Studie, které zkoumaly zobrazování ženského těla ve sdělovacích prostředcích, jasně dokázaly, že se modelky stávaly stále štíhlejšími. „Na počátku dvacátých let jedna z prvních Miss Amerika měřila 173 cm a vážila 63,5 kg, zatímco v roce 1954 soutěžící v průměru měřily 171 cm a vážily 54,9 kg. V letech 1980-1983 uchazečka o titul v průměru měřila 176 cm a vážila 53 kg.“⁵² Dokonce modelky pro časopis Playboy začaly být vyšší a štíhlejší, přestože mají stále velká prsa. Je zřejmé, že tato tendence nemůže jít donekonečna, protože existují určitá biologická omezení, za která se už nelze dostat. Mnoho modelek trpí poruchami příjmu potravy, jiné se uchylují k drogám - především heroinu a kokainu jako k prostředku k dalšímu zhubnutí.

V roce 1996 získala titul Miss Universe Alicia Machadová. Kvůli soutěži držela tvrdou dietu a při svých 175 cm vážila 49 kg. Na otázku novinářů, co bude bezprostředně po soutěži dělat, prohlásila: „chci jíst, jíst, jíst.“ Za několik měsíců vážila už 60 kg, dle některých zpráv dokonce 70 kg. Organizátoři soutěže jí dali ultimátum, že pokud neshodí během dvou týdnů 12 kg, odeberou jí titul nejkrásnější dívky světa. Alicia protestovala, ale nakonec se přeci jen podřídila nerealistickým požadavkům.⁵³ Celá situace vykresluje, nakolik je honba za štíhlostí vyhnána do extrému. Vzhledem k Aliciině výšce by i váha 70 kg byla dle indexu BMI⁵⁴ normální váhou. A žena, která má normální váhu, se nemůže pyšnit titulem nejkrásnější dívky světa. Mýtus krásy, ztotožněný s diktátem štíhlosti, tak jasně upřednostňuje estetiku nad zdravím.

Za posledních sto let se žena nepochybně výrazně osvobodila. Přestávala být vnímána jako druhé pohlaví, méněcenná, druhořadá, duševně i fyzicky slabá a nemocná bytost. Přestala být pouhou služebnou či němou ozdobou, získala statut

⁵¹ CROOK, Marion. *V zajetí image těla*. Ostrava: Olda, 1995, ISBN 80-85954-02-8. s. 11.

⁵² LIPOVETSKY, Gilles. *Třetí žena*. Praha: Prostor, 2000. ISBN 80-7260-030-3. s. 127.

⁵³ BROHMOVÁ, Patricia. *Jsem já ze všech nejkrásnější?* Praha: Amulet, 1999. ISBN 80-86299-17-1.

⁵⁴ Body Mass Index – vypočtený jako hmotnost v kilogramech dělená druhou mocninou výšky uvedené v metrech. Normální rozsah BMI se pohybuje mezi 20 a 25. Hodnoty pod a nad toto rozmezí lze hodnotit jako podváhu či nadváhu člověka.

občana, vydobyla si volební právo a právo na vzdělání. Má možnost individuálního naplnění, pro které se může svobodně rozhodnout – jak v oblasti profesní, tak v oblasti soukromé. Žena dnes může získat kvalifikaci a uplatnit se v té sféře, ve které chce, může si najít partnera (či partnerku) anebo zůstat sama. Je ekonomicky nezávislá. Žena dnes může, díky antikoncepci a možné interrupci, ovládat svojí reprodukci. Stručně a jednoduše řečeno, má možnost volby, stejně jako muž. Přesto ale stále existují určitá limitující omezení. Nejsou tak nehybná a naprosto nepropustná jako tomu bylo dříve. Ale jsou. A nikoli neviditelná. Jedná se o pozůstatky dřívějších dob, přežitky patriarchální společnosti, latentní, děděné, nekriticky přijímané a předávané mentální modely genderových stereotypů. V běžném životě se s nimi setkáváme ve všech oblastech - například v podobě skleněného stropu a nerovných příležitostí na trhu práce, v politice, v domácím násilí, sexuálním obtěžování, otázce pornografie, v soukromé sféře (domácnost a péče o děti)... a právě také v oblasti mýtu krásy.

Právě ten, v masové podobě, v jaké ho známe dnes, je záležitostí posledních přibližně sta let. Jeho synonym může být kult těla – mladého a krásného, dle přesných požadavků. Zatímco dříve ho částečně suplovala móda, dnes ho nahradil diktát estetičnosti, požadavek tělesného přizpůsobení, charakterizovaný přísnými normami přijatelného tělesného vzhledu.

Jak se tedy pokusit co nejlépe vymezit současný ideál ženské krásy? Mnohé z toho již bylo řečeno. Dnešní společnost je stále posedlá honbou po štíhlosti a mládí. Štíhlé tělo navíc znamená někdy od devadesátých pevné tělo. Bez nadsázky lze říci, že vše, co je tučné, vrásčité a nepevné, je pronásledováno a odsuzováno.

Vzniká tak definice krásného ženského těla, která je vzhledem k rozmanitosti tělesných proporcí skutečných žen značně úzká a limitovaná. Ideální ženská těla jsou díky médiím všudypřítomná. Mýtus krásy vlastně tvrdí, že krása je jen jedna. Tvrdí nám, že není naší vlastní přirozeností, ale že dietami, tvrdou dřinou či s pomocí estetického chirurga jí lze dosáhnout. Říká, jak vypadá skutečná žena, jaká žena se líbí mužům. Skutečné ženství jakoby nebylo ženám vlastní a priori, ale

je to něco co teprve získávají, chovají-li se a vypadají-li tak, jak se od nich žádá, tedy naplňují-li požadavek ženskosti – krásy a sexuality, jež je očekáván. Proto vzniká představa, že takto krásná může být každá žena, bude-li se snažit. Pokud tak nečiní, je vystavena negativnímu společenskému tlaku, a to již od útlého věku. Ženy vyrůstají se zvnitřněným imperativem „nahore více, dole méně,“ tj. přibrat přes prsa, ubrat přes boky. To je ovšem nereálný požadavek. Tady je jeden z významných klíčů k tolik rozšířené nespokojenosti s vlastním tělem u většiny žen moderní společnosti, které využívají nabídek mamutího obchodního průmyslu, jež slibuje patent na krásu a potažmo i na šťastný a naplněný život.

O různých interkulturních představách co je a není krásné, ale i o představách, kdo je a není krásný, jsem už hovořila. Je však nezbytné si uvědomit, jak se tato představa může v té které společnosti měnit nejen v průběhu její historie, ale i v konfrontaci s jiným ideálem krásy při setkávání dvou různých kultur. To nám také pomůže pochopit, nakolik je společnost při vnímání krásy rozhodující a jak podmiňuje spokojenost s vlastním tělem. Dalším srovnáním, které uvedu pro názornost důsledků společenského tlaku na spokojenost či nespokojenost s vlastním tělem, bude význam kultu těla u homosexuálů.

Výzkumy týkající se etnicity a spokojenosti s vlastním tělem shrnuje ve své publikaci Sarah Grogan⁵⁵. Americké a britské studie ukazují odlišné vnímání tělesné krásy u Afroameričanů, Hispánců a Asiatů žijících buď ve Spojených státech nebo ve Velké Británii. Obecně platí, že tyto minority uvádí ženy s nadváhou mnohem častěji za sexuálně přitažlivé a ideální postava je dle nich také silnější, než ideál majoritní populace. Ženy z těchto minorit se příznačně méně domnívají, že mají nadváhu (28%) oproti bílé majoritě (41%). Proto nedrží v takové míře diety. Ukazuje se, že v etnických skupinách, kde není nadváha stigmatizována, se vyvíjí zdravější, spokojenější postoj k silnějším typům a proporcím postav. Na druhou stranu se ale bohužel ukazuje, že tento rozdíl začíná pomalu mizet. Jak s postupem času výše zmíněné minority zvnitřňují hodnoty a ideje většinové společnosti, začíná se zvyšovat i jejich nespokojenost s vlastním tělem. Krch⁵⁶ uvádí výzkumy sledující změnu spokojenosti s vlastním tělem a vyšší nemocnost poruch

⁵⁵ GROGAN, Sarah. *Body image*. Praha: Grada Publishing, 2000. ISBN 80-7169-907-1.

⁵⁶ KRCH, František David a kol. *Poruchy příjmu potravy*. Praha: Grada, 2005. ISBN 80-247-0840-X.

příjmu potravy u žen imigrantek. Ta se vyskytuje například mezi řeckými dívkami v Německu nebo arabskými studentkami v Anglii a vůbec v kulturách, které se rychle po druhé světové válce snažily přizpůsobit západnímu životnímu stylu a hodnotám, jako například v Japonsku, u Číňanek žijících v Honkongu, v izraelských kibucech nebo poslední dobou v Argentině. Ženy, imigranti, přijímají normy a požadavky majoritní společnosti a pod vnějším vlivem pozměňují vztah k vlastnímu reálnému tělu, jež se liší od nově přijatého těla ideálního.

Západní diktát krásy se však netýká pouze emigrantek. S vlivem globalizace a přejímáním různých norem a hodnot euroamerické společnosti se mění ideál krásy i v zemích, které se až donedávna řídily pouze vlastními tradičními idejemi a normami. Příkladem mohou být „moderní“ asijské ženy, které si nechávají přeoperovávat víčka a upravovat nos dle evropského typu či černošky používající bělící krémy a žehličky na vlasy.

Vedle žen jsou posedlostí kultem těla výrazně postiženi gayové. Homosexuální muži, pohybující se v homosexuální subkultuře, jsou vystaveni mnohem většímu společenskému tlaku na svůj vzhled než většinová mužská populace. Ideálem je silné, svalnaté atletické tělo. „Maskulinita jako sexuální fetiš je tedy tíživá nikoli pouze proto, že vnucuje určitou podobu, ale proto, že vyžaduje cosi nedosažitelného. Nový styl sexuální přitažlivosti je tyranštější v tom, že nepředpisuje pouze společenské chování, ale také určitou fyziognomii.“⁵⁷ Výzkumy homosexuální mužské komunity dochází k závěru, že muži silně identifikovaní s prezentovaným ideálem krásy jsou výrazně nespokojeni se svým tělem. Dle některých výzkumů dokonce více než heterosexuální ženy.⁵⁸ Tento trend je v dnešní době více než kdy jindy podporován zájmy inzerentů a obchodníků, kteří se především ve velkých městech začali zajímat o homosexuální muže jako o vhodnou skupinu specifických spotřebitelů, a zároveň na něj působí i kulturní stereotyp, podle něhož gayové „o sebe dobře pečují“ a jsou v „dobré kondici.“ Naopak gayové mimo homosexuální komunitu se v tělesné spokojenosti neliší od heterosexuálních mužů.⁵⁹

⁵⁷ GROGAN, Sarah. *Body image*. Praha: Grada Publishing, 2000. ISBN 80-7169-907-1. s. 132.

⁵⁸ Tamtéž, s. 133.

⁵⁹ GROGAN, Sarah. *Body image*. Praha: Grada Publishing, 2000. ISBN 80-7169-907-1, s. 134.

Historická proměnlivost představy ideálního těla, interkulturní studie a výzkumy mužských homosexuálních komunit pokládám za nejmarkantnější a nejvýznamnější důkazy podporující hypotézu krásy především jako sociálního konstrukt, který je proměnlivý nejen časově a místně, ale i mezi pohlavími.

4. Media

V této kapitole bych ráda prozkoumala problematiku médií – především oblast jejich prostředků, působení a důsledků působení na poli mýtu krásy. Pokusím se ukázat, nakolik je prezentace těla (především ženského těla) v jednotlivých hromadných sdělovacích prostředcích stereotypní a jaký vliv má na spokojenost žen se svým tělem.

Média jsou základními socializačními prostředky, kterými se seznamujeme s okolním světem a vnímáme svou roli v něm. Jsou bezesporu jedním z klíčových prvků šíření a udržování mýtu krásy. Na jedné straně nepochybně odráží a reflektují realitu skutečnosti. Odborně se hovoří o tzv. hypotéze zrcadlení⁶⁰, která tvrdí, že obsah médií zrcadlí chování a vztahy, hodnoty a normy, které ve společnosti převládají. Přesto však nejsou jen pasivními příjemci a tlumočníky společenského klimatu, nýbrž také aktivně formují naše zkušenosti a vytvářejí veřejné mínění. Prezentace jejich obrazů je tak nutně nějakým způsobem selektivní. Vybírají co stojí za pozornost a co je a není důležité. Divák pak toto již primárně interpretované poselství přijímá a zaujímá k němu určitý postoj – od odmítání k částečné až úplné identifikaci.

Ještě než přistoupím přímo k prezentaci kultu krásy jednotlivými sdělovacími prostředky, pokládám za důležité věnovat několik řádků odlišné prezentaci žen a mužů v médiích. Kult krásy je její nedílnou součástí, avšak bez širšího kontextu, s nímž je nedílně spjat, by jeho analýza byla nedůsledná.

Jak jsem již uvedla výše, média jsou nositeli mnoha významů. Už jen při pozorném sledování jejich obrazů je patrné, že jinak přistupují a jinak prezentují muže a ženy. Obě pohlaví jsou tak genderově stereotypizovaná. Jednotlivým pohlavím přisuzují určité vlastnosti a vzorce chování a zároveň prezentují takové společenské modely, které lidé vnímají jako obecně platné a správné. Obecně pak platí, že prezentace mužů je daleko širší než prezentace žen. Ženy jsou mnohem častěji zobrazovány jen v omezených, stereotypních rolích.

Jednotlivé sdělovací prostředky (televize, noviny a časopisy, filmy, reklama, radia, internet...) mají svá specifika, přesto lze ale obecně říci, že

⁶⁰ RENZETTI, Claire M., CURRAN, Daniel J. *Ženy, muži a společnost*. Praha: Karolinum, 2003. ISBN 80-246-0525-2

automaticky přidělují především ženám tradiční vlastnosti (a to bez ohledu na to, že ženy dnes mnohem více pronikají do čistě mužských profesí a muži se stále více zapojují do péče o děti). U žen se tak předpokládá, že jsou pasivní, emotivní, rády o někoho pečují (a především o sebe), jsou slabé, nerozumí technickým záležitostem, na rozdíl od mužů, kteří uvažují racionálně, logicky, jsou ambiciózní, nenechávají se unést city a jsou technicky zdatní. Muži jsou také mnohem častěji prezentováni jako odborníci.

Někteří autoři⁶¹ hovoří dokonce o tzv. symbolickém zmizení. To znamená že média ženy tradičně přehlížejí, trivializují nebo odsuzují.

Nyní bych se ráda věnovala jednotlivým médiím: konkrétně televizi, reklamě a ženským časopisům.

4.1. Televize a deníky

Po přečtení hlavních deníků a zhlédnutí televizních zpráv na diváka působí především mužský svět. V televizních zprávách vystupuje třikrát více mužů, než žen (a to navzdory tomu, že v naší republice žije více žen, než mužů). V České televizi vystupují ženy dokonce jen ve 20%, oproti Nově, kde je to 27% (ač veřejnoprávní televize zobrazuje častěji ženy ve vedoucích pozicích a méně v podřadných rolích).⁶² Podobnou statistiku ukazuje i analýza dvaceti amerických předních deníků. V článcích z titulní strany odkazovalo na ženy jen 15% zpráv.⁶³ Jak pro naši republiku, tak pro Spojené státy platí, že profesionalita žen není brána jako samozřejmost. U žen profesionálek je vedle jejich schopností zdůrazňován právě jejich fyzický vzhled a rodinné postavení. Ženské tělo obecně podléhá mnohem větší kontrole. U mužů takové detaily nejsou uváděny, ani se jich nikdo neptá na to, nakolik dovedou skloubit rodinu s kariérou. Obdobně političky jsou vystaveny jiným hodnotícím kritériím než politici.

Jaké ženy–reportérky ale v médiích vystupují? Zde už se přímo dotýkáme problematiky mýtu krásy. Odpověď může poskytnout už samotný nadpis článku „Ženy v médiích „umírají“ po čtyřicítce“ s podtitulkem „Kde se skrývají schopné

⁶¹ RENZETTI, Claire M., CURRAN, Daniel J. *Ženy, muži a společnost*. Praha: Karolinum, 2003. ISBN 80-246-0525-2. s. 183.

⁶² BLAŽKOVÁ, J. *Ženy chtějí dobyt média*. Mladá Fronta, 25.11.2006.

⁶³ RENZETTI, Claire M., CURRAN, Daniel J. *Ženy, muži a společnost*. Praha: Karolinum, 2003. ISBN 80-246-0525-2.

zralé ženy? Proč v roli odborníků vidáme v médiích jen prošedivělé muže?⁶⁴ Zatímco u mužů představují šediny a vrásky známky moudrosti, zkušeností a serióznosti, u žen je jejich stáří vnímáno jako neatraktivní. Na veřejnoprávní ani na soukromých televizích starší moderátorka téměř neexistuje. „Moderátorky jsou často konfrontovány s dvojnásobným standardem této profese. Ve srovnání se svými mužskými kolegy musí často splňovat vyšší požadavky tělesné přitažlivosti a oblékání... vyžaduje se od nich, aby vypadaly mladší a chovaly se vstřícněji než moderátoři.“⁶⁵ Především na soukromých televizních stanicích převažují štíhlé, až asketické typy, mladé ženy, odpovídající současnému ideálu krásy. „Zvláště na televizi Nova pak moderátorky, které vypadají příliš mladě, nosí brýle.“⁶⁶ Ještě patrnější je vliv mýtu krásy v předpovědi počasí, kde například na TV Prima místo odbornic a odborníků vystupují v roli rosníček modelky.

V této souvislosti je třeba si položit otázku, kdo tyto obrazy vytváří. Jak ve Spojených státech, tak u nás⁶⁷ jsou to především muži. Ve Spojených státech tvoří 31% vedoucích pracovníků zpráv ženy, v denících je to 19,4%. V České republice jsou ženy ve vrcholném managementu zastoupeny v poměru 2:7, všechny významné deníky mají na svých postech šéfredaktora a žádnou šéfredaktorku. Dle Evy Payerl⁶⁸ je v České republice pouze 35% novinářek (ač je podíl studentů a studentek žurnalistiky 1:1). Ženy navíc zůstávají v typických oblastech pro začátečníky, v lokální žurnalistice, či píšou o tzv. ženských tématech.

Co se týká samotného vyobrazení žen na televizních obrazovkách, Renzetti a Curran⁶⁹ uvádějí, že v hlavním vysílacím čase je jen každá třetí televizní role ženská a že ženské postavy jsou většinou mladší a nedospělejší na rozdíl od

⁶⁴ VOCHOCOVÁ, Lenka. *Ženy v médiích „umírají“ po čtyřicítce*. Člověk v tísni. 4.3.2007.

⁶⁵ RENZETTI, Claire M., CURRAN, Daniel J. *Ženy, muži a společnost*. Praha: Karolinum, 2003. ISBN 80-246-0525-2. s. 196.

⁶⁶ HAVELKOVÁ, Hana a VODRÁŽKA, Mirek. *Žena a muž v médiích*. Praha: Gender Studies, O.P.S. 1998. ISBN 80-902367-2-3.

⁶⁷ RENZETTI, Claire M., CURRAN, Daniel J. *Ženy, muži a společnost*. Praha: Karolinum, 2003. ISBN 80-246-0525-2.

⁶⁸ HAVELKOVÁ, Hana a VODRÁŽKA, Mirek. *Žena a muž v médiích*. Praha: Gender Studies, O.P.S. 1998. ISBN 80-902367-2-3.

⁶⁹ RENZETTI, Claire M., CURRAN, Daniel J. *Ženy, muži a společnost*. Praha: Karolinum, 2003. ISBN 80-246-0525-2.

postav mužských. Navíc jen třem postavám ze sta je pětadesát let a více. „Stáří je v televizi obzvláště velkou nevýhodou a být stará žena je úplně hrozné.“⁷⁰ Postavy mladých žen jsou navíc nejčastěji štíhlé a atraktivní. Od stejných autorů⁷¹ se dále dovídáme, že 46% žen je v televizi štíhlých a hubených, zatímco takových mužů je jen 16%. Ženy také mnohem častěji na obrazkách pečují o svůj zevnějšek, či o něm alespoň mluví (anebo je hodnotí někdo jiný). Daleko více než muži také nosí sexy kostýmy, jsou ukazovány polooblečené (např. jen ve spodním prádle) a jsou v lepší tělesné kondici než postavy mužské. Vzhled a mládí u žen má přednost před schopnostmi a kvalifikací.

4.2. Reklama

Za reklamu lze požadovat jakoukoli placenou aktivitu, která si klade za cíl prodat určité zboží nebo službu. Žijeme v bohaté společnosti a máme vysoký životní standard. Cílem reklamy je však tento fakt vyvrátit a vytvářet u spotřebitelů nové a nové potřeby. Reklama nám tak podsouvá ideální podobu toho, čeho bychom rádi dosáhli. Skrytě je nám sdělováno, že s určitým výrobkem můžeme být úspěšní a sexy, krásní a silní. A kdo by toho nechtěl dosáhnout?! „Reklamy podávají obraz, který představuje interpretaci těch kulturních hodnot, jejichž propagování přináší zisk.“⁷²

Pro média obecně, pro reklamu obzvláště, platí přísná genderová stereotypizace. Reklama nabízí to, co se od pohlaví očekává. Zatímco muž je v reklamě aktivní, silný, autoritativní a rozhodný, často v roli odborníka a ve všech věkových kategoriích, žena bývá opět nejčastěji zobrazována jako matka, hospodyňka anebo přitažlivá a roztoužená superžena. Z hlediska mýtu krásy mě bude zajímat právě ten posledně uvedený případ (i když o sebe pečovat musí i hospodyňky).

V médiích obecně a v reklamě zejména je žena, především její tělo objektivizováno. Zatímco se hovoří o rozvolnění sexuálních mravů a překračování různých konvencí, dovolím si tvrdit, že lidské tělo, pokud nepodléhá přísným kritériím ideálu krásy, je v médiích, a v reklamě dvojnásob, stále velmi

⁷⁰ Tamtéž, s. 194.

⁷¹ Tamtéž, s. 195.

⁷² Tamtéž, s. 199.

tabuizováno. A i zde existuje diametrální rozdíl mezi pohlavími. Nahé a roztoužené mužské tělo se objevuje jen výjimečně. Naopak nahé ženské tělo (jedině podle nejpřísnějších požadavků kultu krásy) na nás hledí z téměř každého billboardu či reklamního šotu. Pod slovy „erotika v reklamě“ chápeme ženské tělo.

Reklamy si můžeme rozdělit do dvou skupin – na reklamní sdělení určených „obecným“ ženám a reklamní sdělení určená „obecným“ mužům. V reklamních sděleních určených ženám je žena zobrazována jako aktivní a má vládu nad svým tělem. Přesto nevybočuje a nevstupuje do konfliktu očekávaných zájmů mužského pohlaví (aktivně dbá o svůj zevnějšek v roli potenciální partnerky, manželky, či hospodyňky). Naopak v reklamních sděleních určeným mužům zaujímá žena roli pasivního elementu, ať už je mužovým podpůrcem, přijímá jeho rady anebo je sexuálním objektem. Muž je chápán jako příjemce požitků a služeb od ženy, žena jako objekt, případně pomocník, jehož úkolem je plnit mužova přání.

V roli objektu sexuálního žargonu je žena prezentována jako objekt sexuálního aktu, žena jako šelma, sexbomba, samice a také jako oběť módy. Zatímco bychom mohli podlehnout klamu a radovat se z oslavování otevřenosti k ženské sexualitě, musíme si uvědomit síly dvou stereotypů, které sexuální svobodu naprosto paralyzují: 1. sexuálně atraktivní je pouze mladá, štíhlá žena s plnými nadry, tedy žena plně podléhající kritériím současného ideálu krásy (jiná neexistuje) a za 2. tato superžena není subjektem vyjadřujícím vlastní sexualitu a erotičnost, nýbrž je objektem, hračkou pro muže, spotřebitele. Tvůrci reklam se prostě řídí heslem, že sexismus prodává.

Obecně lze říci, že tendence využívat modelky v reklamě v čistě dekorativní roli výrazně vzrostla od 70. let. Modelka nemá žádnou spojitost s výrobkem a je ukazována jen z důvodu své tělesné přitažlivosti a sex appealu. Reklama také hojně využívá děti, především mladé dívky, způsobem, který lze nazvat sexuálním vykořisťováním. Tento trend bývá nazýván syndrom Lolity⁷³, podle slavného románu Michaila Nabokova, kde dvanáctiletá dívka svádí staršího muže. Mladé dívky jsou tak zobrazovány ve svůdných vyzývavých pozicích, takže divák má pocit, že jsou sexuálně povolné. Podobně těla skutečných dospělých modelek mají rozměry dospívajících dívek. Nemají boky a prsa zralých žen a

⁷³ RENZETTI, Claire M., CURRAN, Daniel J. *Ženy, muži a společnost*. Praha: Karolinum, 2003. ISBN 80-246-0525-2.

popírají tak skutečné znaky ženskosti. Starší ženy pak kromě reklam na důchodové pojištění či zdravotní pomůcky neexistují.

Objektivizace a redukce ženy na její tělo znamená její dehumanizaci a zvěcnění na pouhý předmět touhy. V mnoha reklamách není ženské tělo dokonce ani zpodobňováno ve své celistvosti. Je porcováno a zobrazováno v nejmenších detailech. Jsou ukazovány jen jednotlivé jeho části, samozřejmě odhalené, z nichž některým je připisována větší či menší erotičnost a významnost. Presentace samotných ženských ňader tak může inzerovat silikonové lepidlo, či ženský genitál spoře zakrytý kartonem papíru s nápisem "škatule nejlepší kvality" má nabízet papírové krabice. Je patrné, že ač tyto reklamy mají jasný sexuální podtext, propagované věci nemají s ženami většinou nic společného.

Žena v reklamě je především ztělesněním krásného pohlaví – ať už je reklama určena mužskému či ženskému publiku. I v drtivé většině reklam zaměřených na ženy, které mají prodávat především kosmetiku a zkrášlovací prostředky, propagují tyto výrobky opět krásné modelky s bezchybnými tělesnými proporcemi, kdy cílem divaček všech věkových kategorií má být podobat se jim - a pokud se o to nesnaží, jsou přímo nebo nepřímo označeny za outsidersy. Reklama tak vytváří pohled na krásu jako cosi, co není přirozenou a běžnou součástí každé ženy, krásu jako alfu a omegu ženského fungování, omezenou na tělesné míry, jež jsou pro drtivou většinu žen naprosto nedosažitelné, krásu jako odměnu za zakoupení daného výrobku. Dalším významným paradoxem je fakt, že krásu, jež je nám prezentována, vlastně neexistuje. Nejenže se ženy ztělesňující ideál krásy, tedy modelky a manekýny, před konečným focením svěřují do rukou odborných týmů vizážistů, maskérů a kadeřníků, ale i výsledné fotografie jsou dále počítačově upravovány a retušovány. Pro mužské časopisy je pak typické, že až jedna čtvrtina ženských postav je zmenšována (a přibližně jedna třetina je zobrazována v podřízeném postavení).⁷⁴ Časté jsou také fotomontáže ideálního ženského těla z několika odlišných těl.

Proti zneužívání žen v reklamách, především proti sexismu a zneužívání ženských těl, se ozývá jak na západě, tak v naší republice stále více stížností, především z řad feministických autorů a autorek. Bohužel se ale nezdá, že by tento trend ustupoval. Spíše naopak.

⁷⁴ RENZETTI, Claire M., CURRAN, Daniel J. *Ženy, muži a společnost*. Praha: Karolinum, 2003. ISBN 80-246-0525-2.

Zatímco se tvůrci reklam domnívají, že sexismus výrobek prodává, a hojně ho využívají, výzkum toto tvrzení nijak nepodporuje. Spotřebitelé obecně vidí (především mužská část populace) atraktivní modelky v reklamě rádi, užití nahoty či sexuálních narážek může snížit schopnost spotřebitelů vybavit si výrobky a reklamy, v nichž se objevily⁷⁵. Někdy dokáže vizuální vulgarita reklamy dokonce devalvovat značku.

4.3. Ženské časopisy

Jedním z nejvýznačnějších mediálních prostředků, které se podílejí na formulaci mýtu krásy jsou vedle reklamy ženské časopisy. Na rozdíl od ostatních mediálních prostředků jsou mnohem úžeji a konkrétněji zaměřeny, a to přímo na ženské čtenářky. Ovšem i mezi nimi existují skupiny žen, na které se více či méně profilují.

Ženské časopisy znamenají především obrovský byznys. Existují bezmála již sto let a spolu s ostatními hromadnými sdělovacími prostředky jsou nejvýznamnějšími nosiči a šířiteli mýtu krásy - bez ohledu na sociální postavení či kulturní rámec. Jak jsem již uvedla o médiích obecně, i ženské časopisy odrážejí historickou změnu a významně reflektují postavení žen ve společnosti.

V České republice vychází přibližně kolem třiceti časopisů určených ženám. To je oproti situaci před rokem 1989, kdy se za periodika určená ženám dala považovat pouze *Vlasta*, *Žena a móda* a *Praktická žena*, veliký posun. Obraz žen v těchto časopisech je často plný protikladů. Dle Boehmové (1998)⁷⁶ lze tato periodika zjednodušeně rozdělit na levnější, klasické a dražší, exkluzivní. První skupina (*Vlasta*, *Katka*, *Žena a život...*) chtějí potěšit a pobavit, nadále v nich přežívá typ ženy hospodyňky a matky, která pečuje o sebe a svou domácnost. Nevěnují se příliš závažným tématům a opomíjejí oblast kariéry. Jsou zaměřeny spíše na starší generaci. Nás však bude více zajímat skupina tzv. exkluzivních časopisů. Patří mezi ně časopisy z vydavatelství *Stratosféra* a *Hachette Filipacchi*, jmenovitě například *Elle*, *Harper's Bazaar* a *Cosmopolitan*. Nejsou původně českým produktem, ale představují mutaci zahraničních titulů. Orientují se na mladou, ambiciózní ženu (oblast rodiny a péči o děti opomíjejí), otevřeně hovoří o

⁷⁵ Tamtéž.

⁷⁶ OSVALDOVÁ, Barbora. *Žena – muž? Žena + muž!* Praha: IKSŽ FSV UK 1999.

sexu a ženské sexualitě (ač tuto oblast někdy velice trivializují), otiskují emancipační články, věnují se kariéře, ale i rozvodům, interrupci a píší o úspěšných ženách a podporují emancipační a feministické články. Jejich paradox ovšem spočívá v tom, že zároveň propagují a podporují ženy v pozici, která se jim tolik nemusí líbit - především neustále prezentují mýtus krásy, tj. honbu za vzhledem, kosmetiku, diktát módy. Čtenářka nad pětatřicet let je pro ně již stará. Na jednu stranu tak hovoří o svobodných ženách a o ženském pokroku, na druhou stranu však díky mýtu krásy kazí jeho dopad. Na stránkách se totiž objevují pouze mladé, štíhlé, dokonale upravené modelky. Samozřejmě aktivní. Celá situace vypadá následovně - čtenářka se dočte o tom, že má být sebevědomá, silná osobnost, ale v zápětí je jí razeno jakou cestou toho dosáhnout - tj. držet tu a tu dietu⁷⁷, líčit se tak a tak a koupit si ten a ten výrobek. Úspěchy ve světě práce jsou prezentovány jako závislé na fyzické atraktivnosti, tj. "oblékáním pro úspěch" či používáním správného make-upu, apod. Zatímco některé reklamy jsou v těchto periodikách zjevné, jiné zůstávají skryté v textu samotných článků. Dle Naomi Wolf⁷⁸ stojí za těmito radami obchod. Zatímco radí, jak dosáhnout úspěchu a spokojenosti a sdělují čtenářkám, jak se líbit mužům, redaktoři a redaktorky ve skutečnosti vytváří umělou poptávku a musí psát o tom, co od čtenářek chtějí inzerenti časopisu. Reklamy totiž činí hlavní příjem těchto periodik. Wolf⁷⁹ uvádí příklady, kdy renomované časopisy ztratily finanční příjem inzerentů kosmetických firem díky tomu, že například vytiskly fotografie žen bez make-upu či s žen s šedinami. Slovy Wolf⁸⁰: "časopisy potřebují v ženách vyvolávat nenávist vůči vlastnímu tělu, protože jejich hladovka přináší zisk... existence inzerentů, kteří umožňují existenci ženské masové kultury, závisí od toho, že v ženách vyvolávají špatný pocit vůči vlastní tváři a tělu, aby tak utrácely více peněz za bezcenné anebo bolest způsobující výrobky, než by utrácely, kdyby se cítily přirozeně krásně." Dále pak: "Ženský časopis, který by ukazoval v pozitivním světle silné, malé, staré modelky anebo žádné modelky, ale skutečné ženy... vypustil články o dietách... fotografoval ženy všech věkových kategorií a tělesných proporcí... ženy těhotné a kojící... a přinášel svůdné portréty mužů... by se ocitl na dně a ztratil by většinu inzerentů." Obdobné tvrzení zastává i M. Crook⁸¹ „...

⁷⁷ V současné době u nás přímo vychází časopis pro ženy *Dieta*, věnující se pouze dietám a hubnutí.

⁷⁸ WOLF, Naomi. *Mýtus krásy*. Bratislava: Aspekt, 2000. ISBN 80-85549-15-8.

⁷⁹ Tamtéž, s. 90.

⁸⁰ WOLF, Naomi. *Mýtus krásy*. Bratislava: Aspekt, 2000. ISBN 80-85549-15-8. s. 94.

⁸¹ CROOK, Marion. *V zajetí image těla*. Ostrava: Oldag, 1995. ISBN 80-85954-02-8. s. 37.

ekonomika je zasnoubena s prodejem výrobků a neustálý příval podnětů a „pravd,“ kterými nás zavalují média, navěky zachovává mýtus o „ideální“ ženě.“ Je třeba si uvědomit, že nespokojenost s vlastním tělem vede ke snaze to změnit. A právě kosmetické firmy, fitcentra, dietní a potravinářský průmysl a média nejenom že z této nespokojenosti těží, ale zároveň je pro jejich další přežití žádoucí. Jednoduchým trikem „nejste dokonalá, ale s naším výrobkem můžete být“ nabízí nespokojeným ženám finančně dostupné řešení ze situace, kterou sami spoluvytvářejí.

Komunikačnímu stylu exkluzivních ženských časopisů, tedy způsobu, jakým tato periodika přistupují ke čtenářkám, se věnovala B. Dvořáková⁸². Mezi nejčastější strategie tak patří indukovaná regrese. Časopis sám sebe staví do pozice moudrého rádce, starostlivého rodiče a ze čtenářky činí „malé dítě“ a sděluje jí tajemství úspěchu a krásy. Okolní svět (partnera, ostatní ženy, periodika, stres...) vykresluje negativně a vymezuje se vůči němu. Se čtenářkou tak tvoří koalici proti nečtenářské veřejnosti. Dále zpochybňuje kompetence dosavadních výchovných činitelů (dělejte věci jinak, než vaše matka, než jste zvyklá...) a nabízí řadu odměn, ale i trestů, které následují po splnění či nesplnění nabízených rad. V důsledku se jedná vlastně o nevyrovnaný vztah mezi čtenářkou a médiem, kdy časopis vystupuje jako nadřazená autorita, jako nositel moci, který si žádá respekt a poslušnost způsobem: „nezáleží na tom, jak moc jste zoufalá a jak hluboko se momentálně nacházíte, po pravidelném konzumování našeho časopisu na tom budete vždy o kousek lépe než ty ostatní.“

4.4. Vliv médií

Je zřejmé, že o mediálním a společenském tlaku na tělesný vzhled nelze dnes pochybovat. Částečně jsme si objasnili, jaké způsoby média užívají. Otázkou ale nadále zůstává, nakolik tento tlak na ženy působí a zda existují skupiny, jež jsou na něj citlivější.

Některé teorie médií, opírající se o poznatky z psychologie, představují masová média jako všemocné prostředky, které manipulují s bezbrannými, nekritickými recipiency, podle vzoru podnět – reakce. Jiné přichází s modelem

⁸² Dvořáková, Barbora. *Komunikační styl ženských časopisů*. Psychologie Dnes. 2005, roč. 11, č. 9. s. 19-21. ISSN 1212-9607.

podnět – organismus – reakce, kdy organismus znamená proměnné jako je stáří, pohlaví, společenská vrstva, sexuální orientace, apod.⁸³ Stoupenčí médií naopak přichází s tvrzením, že média lidi informují, vzdělávají, přináší možnost volby. Odmítají potenciální manipulaci a selektivnost informací.

Já osobně se domnívám a souhlasím s těmi, kteří tvrdí, že média, s nimiž přicházíme každodenně do styku, nejsou sice všemocná, ale mohou ovlivnit způsob jakým pohlížíme na sebe a na naše těla. Toto stanovisko podporují i následující studie.

Teoretici médií, psychologové a sociologové zkoumali vliv médií pomocí experimentů – krátkodobých v laboratorních podmínkách a dlouhodobých.

V laboratorních experimentech⁸⁴ je sledována změna ve vztahu k vlastnímu tělu u experimentální skupiny před a po shlédnutí či promítání reklam a fotografií zobrazujících ideální tělesné proporce, a její následné srovnání s kontrolní skupinou, jež je vystavena neutrálním obrazům (např. krajiny). Výsledky se shodují v tom, že u experimentální skupiny dochází k výraznému snížení skóre úcty k tělu jak u žen, tak u mužů. Tyto výsledky jsou zajímavé mimo jiné také proto, že už jen letmé seznámení s fotografiemi přitažlivých modelů má vliv na spokojenost s vlastním tělem. Přesto jim lze vyčítat nepřirozené podmínky a zmiňovaný krátkodobý vliv.

V jedné americké studii byl sledován vliv čtení módních časopisů na tělesnou hmotnost a spokojenost s tělesnou hmotností u mladých dívek. Dle výsledků 62% dívek udávalo, že obrázky v módních časopisech ovlivnily jejich představu o perfektní tělesné stavbě a 47% si přálo snížit hmotnost právě po prohlédnutí obrázků v magazínu.⁸⁵

Oproti tomu Erik Stice⁸⁶ došel k závěru, že pravidelné sledování ideálních ženských těl v médiích negativně působí pouze na ženy, které již dříve vyjádřily nespokojenost s vlastním tělem. Psychologové se shodují, že nízké sebevědomí

⁸³ FIALOVÁ, Ludmila. *Body image jako součást sebepojetí člověka*. Praha : Karolinum, 2001.

⁸⁴ISBN 80-246-0173-7

GROGAN, Sarah. *Body image*. Praha: Grada, 2000. ISBN 80-7169-907-1.

⁸⁵ FRÁNKOVÁ, Slávka; ODEHNAL, Jiří; Pařízková, Jana. *Výživa a vývoj osobnosti dítěte*. Praha: HZ Editio, 2000. ISBN 80-86009-32-7.

⁸⁶ FIALOVÁ, Ludmila. *Body image jako součást sebepojetí člověka*. Praha: Karolinum, 2001. ISBN 80-246-0173-7.

znamená větší ovlivnitelnost, a předpokládají dokonce jistý znak osobnosti, pro níž je charakteristická „obecná přístupnost, přemluvitelnost.“⁸⁷

Dalším nezpochybnitelným faktem je skutečnost, že míra ovlivnitelnosti médií významně koreluje s věkem jedince. Této problematice se podrobněji věnuji v další kapitole o genderové socializaci. Obecně platí konstatování, že čím je jedinec starší, tím kritičtěji se dokáže postavit k předkládanému ideálu, či si svůj ideál hledá mimo mediální sféru. Zatímco ženy do dvaceti let a mezi dvaceti a třiceti si vybírají modelky, třicátnice si berou za vzor spíše herečky, které už nebývají tolik hubené. Muži a ženy nad čtyřicet let pak často nachází svůj vzor mezi blízkými či příbuznými anebo neuvádí žádný konkrétní.⁸⁸

Z výše uvedeného vyplývá, že mýtus krásy prezentovaný médií (s ohledem na řadu proměnných) může ovlivňovat a ovlivňuje tělesné sebepojetí svých příjemců. S. Grogan⁸⁹ učinila kvalitativní výzkum ve Velké Británii a Spojených státech. Dotázané ženy projevovaly nespokojenost se způsobem prezentace ženského těla ve sdělovacích prostředcích. Uvědomovaly si, že se je módní průmysl snaží zmanipulovat, aby cítily nejistotu kvůli vlastnímu vzhledu. Prezentovaný ideál krásy vnímaly jako nerealistický a nezdravý a vyjádřily přání větší variability. Ale i přesto, že dokázaly mýtus krásy pojmenovat a kriticky se k němu postavit, byly nespokojené s tím, jak vypadají. Domnívám se, že nejlépe jejich postoj a vnitřní rozpor vyjadřovala věta jedné z dotazovaných žen, adresovaná modelkám: „Je mi z nich nanic. Jsou moc hubené. Ale udělala bych cokoli, abych měla takovou postavu.“

Další otázka, kterou je třeba si položit, zní: existuje příčinný vztah mezi mediálními obrazy tělesné krásy a zvyšujícím se výskytem poruch příjmu potravy u žen (a v posledních letech i u mužů)? Této problematice budu věnovat jednu celou kapitolu. Obecně je však třeba říci, že nelze hledat monokauzální vztah. Poruchy příjmu potravy jsou totiž příliš komplexním onemocněním.

Co říci závěrem? Vědecké studie se poměrně jednoznačně shodují, že mediální prezentace esteticky ideálních těl, tak jak si je žádá současný mýtus krásy, může mít prokazatelný vliv na tělesné sebepojetí a spokojenost u recipientů těchto mediálních obrazů. Vzhledem k odlišné mediální prezentaci těl mužů a žen, výrazně

⁸⁷ Tamtéž, s. 191.

⁸⁸ GROGA, Sarah. *Body image*. Praha: Grada, 2000. ISBN 80-7169-907-1.

⁸⁹ Tamtéž.

genderově podmíněné a stereotypizované, jsou těmito obrazy mnohonásobně ohroženy právě ženy. Ačkoli se o nerealistickém a úzkém zobrazení a chápání tělesné krásy a přitažlivosti ví a hovoří, v současné době stále platí, že zobrazení alternativní krásy médií, než jakou představuje hlavní proud, je velice sporadické. Často se o tom mluví a píše jako o senzaci.⁹⁰ Je smutné, nakolik je ideál krásy striktní a omezený, když jsou lidé na celém světě tolik rozdílní.

Ženy pro měny

Na závěr této kapitoly bych ráda upozornila na absolventský dokumentární snímek *Ženy pro měny* režisérky Eriky Hníkové. Ten na poklidné hladině českého rybníka před několika lety vzbudil obrovský zájem médií a odborné i laické veřejnosti. Film byl promítán i v běžných kinech. Jak sama autorka přiznává, nechala se inspirovat knihou *Mýtus krásy* od Naomi Wolf a snažila se postihnout především mocenskou strukturu vydavatelství ženských časopisů (jednalo se o nakladatelství Stratosfera) a jeho přidružených aktivit (konkrétně kosmetické a modelingové produkce). Snímek, který vřele doporučuji, doplnila o konkrétní osobní výpovědi několika žen a dívek, z nichž každá jiným způsobem podléhá fenoménu mýtu krásy.

V médiích se objevila i přímá reakce ředitele Stratosfery Antonina Herbecka. Ta, v souvislosti s položenou otázkou po vlivu médií na spokojenost s vlastním tělem, stojí za zmínění: "Autorka si podle svých vlastních slov přečetla knihu americké feministky, která ji inspirovala k vytvoření filmového důkazního materiálu, že média mají nad ženami obrovskou moc a nutí je dělat s vlastním tělem věci, které by jinak nedělaly. Film tak paradoxně představuje ženy v pozici pasivních otroků a obětí ‚módních diktátů‘ médií a snaží se dokázat, že existuje jakási skupina lidí, která tyto ubohé ženy prostřednictvím médií ovládá, což je samozřejmě pěkná pitomost. Autorka sama přiznává, že se k těmto lidem nedostala, takže ani netušíme, kdo by to měl být. Celý film je asi tak objevený jako konstatování, že pod vlivem reklamy pereme pracími prášky, které ničí životní prostředí, nebo do sebe cpeme vitamíny, které mohou naše tělo poškodit, či volíme lidi, kteří nikdy nesplní to, co před volbami slíbí."⁹¹

⁹⁰ Současným příkladem může být reklamní kampaň společnosti Dove, která se místo modelek rozhodla ukazovat „obyčejné“ ženy s rozmanitými tělesnými proporcemi.

Z mých předchozích řádků je patrné, že ženy nejsou žádné pasivní oběti.⁹² Mediální vliv si uvědomují a přistupují k němu kriticky (ačkoli existují skupiny žen, především věkově mladších, jež jsou na prezentované obrazy obzvláště citlivé). To však nemění nic na faktu, že média (a to nejen média, jež jsou ve filmu vykreslována) se podílejí na propagaci a ovlivňování mýtu krásy, jež s sebou přináší mnohé důsledky. Nejsou však všemocná a nejde je demonizovat a hledat v nich příčinu všeho zla. Jak víme z předchozích kapitol, mýtus krásy je složitý multidimenzionální kulturní a historický fenomén s ne příliš jasným biologickým základem. Ale jejich moc rozhodně není zanedbatelná (a pan Herbeck potvrzuje, že si jí je vědom.) Naopak jsou nejvýznačnějšími nositeli a šířiteli poselství mýtu krásy. Mýtus krásy je pro ně žádoucí, je hlavním zdrojem jejich příjmů. Dle mého názoru pan Herbeck tak celou problematiku značně trivializuje a zbavuje se větší zodpovědnosti.

⁹¹ *Reflex.cz* [online]. Praha: Reflex.cz [cit.2012-03-04]. Dostupné na <http://www.reflex.cz/Clanek17956.html>.

⁹² Uvažovat o čtenářkách ženských časopisů pouze v dichotomii aktivní – pasivní je příliš černobílé.

5. Genderová socializace a mýtus krásy

Budeme-li vycházet z předešlého konstatování, že vnímání krásy podléhá a je ovlivňováno jak dobou, tak kulturou, je třeba se ptát, jaké mechanismy se na tom podílejí. Je nepochybné, že velice významný podíl na časové kontinuitě mýtu krásy v životě jednotlivce má genderová socializace.

Všichni, až na jedince s určitými biologickými abnormalitami, se rodíme s biologickým pohlavím – jako žena nebo muž. V různých společnostech však existují různé představy o tom, co je a není femininní a maskulinní. Musíme proto uvažovat také o genderu, tedy kulturním pohlaví. Každá společnost tak přisuzuje ženám a mužům odlišné role a kompetence, má určitá očekávání a nabízí určitý rámec možného chování a sebezprezentování. S tím, jak vrůstáme do společnosti, se gender stává naší přirozeností. Jak poukazuje Bourdieu⁹³, z patrné biologické diferenciaci je následnou sociální konstrukcí těl abstrahován a zlegitimizován odlišný svět ženského a mužského, jež je následně považován za tzv. „logickou a biologickou přirozenost,“ která ale přitom není ničím jiným, než součástí sociální konstrukce. V této kapitole se pokusím ukázat, jakým způsobem se zvnitřňují a ustanovují normy definující ženy právě jako krásné pohlaví.

Genderová socializace dítěte začíná prakticky bezprostředně po jeho narození.⁹⁴ Přestože se ženská i mužská novorozeňata téměř neliší fyziologií ani chováním, rodiče mají sklon na ně reagovat odlišně, pomocí genderových stereotypů. Chlapečci jsou popisováni jako velcí, silní, pohybliví, vážní a děvčátka naopak jako drobná, hezká, s jemnými rysy.⁹⁵ Odlišná genderová socializace je nikdy nekončícím procesem. Dochází díky ní k zvnitřnění společensky určených vzorců platných pro to které pohlaví. Dělá z nás „správné“ ženy a „správné“ muže. Krása, péče o vzhled a výrazný zájem o vlastní tělo jsou v naší společnosti významnými aspekty ženskosti. Přisuzování hodnotících stanovisek hezká, jemná... jsou tomu jasným příkladem.

⁹³ BOURDIEU, Pierre. *Nadvláda mužů*. Praha: Karolinum, 2000. ISBN 80-7184-775-5.

⁹⁴ Ačkoli díky znalosti pohlaví dítěte před narozením už mohou rodiče promítat do svého potomka určitá očekávání, týkající se jak budoucích osobních vlastností, tak sociálních rolí.

⁹⁵ RENZETTI, Claire M. ; CURRAN, Daniel J. *Ženy, muži a společnost*. Praha: Karolinum, 2003. ISBN 80-246-0525-2.

Další významnou roli hraje oblečení a hračky. Oblečení nejenže vysílá signál ostatním lidem, jak se mají k dítěti chovat – tj. jako k dívce nebo jako k chlapci, ale zároveň je dítě díky němu povzbuzováno nebo odrazováno k určitému druhu aktivit. Dívčí oblečení – sukýnky, mašličky, volánky mohou překážet volnému pohybu. Podobně světlé a jemné odstíny barev na oblečení (růžová, fialová, bílá...) se snadněji ušpiní. U dívek se a priori předpokládá, že budou klidnější a umírněnější, více pečovat o svůj zevnějšek, nebudou tak aktivní a zlobivé jako kluci. Je kladen důraz na citovou angažovanost dívek, péči o mladší sourozence, či alespoň o panenky.⁹⁶ Právě hračky jsou výrazně genderově diferencované. Děti se díky nim učí různé dovednosti a zkoušejí si různé role. Dívčí hračky se točí kolem domácnosti, mateřství a vzhledu, chlapecké vyzývají k dobrodružství a aktivitě. Odtud pochází i hypotéza, že „hra s hračkami považované za dívčí nebo chlapecké, má vliv na odlišný vývoj kognitivních schopností a sociálních dovedností u děvčat a chlapců.“⁹⁷ Dívky se tak již v dětství učí přisuzovat velký význam svému vzhledu. Existují pro ně různé soupravy na zdobení a líčení, anebo přímo dbají o své panenky. Mezi nejoblíbenější dívčí hračky stále patří panenka Barbie. Ta byla poprvé představena v roce 1959 na veletrhu v New Yorku. Dle jedné z verzí byla vytvořena podle „Lili“, sexy blondýnky z Německa, oblíbené mezi řidiči nákladáků coby hračka s erotickým podtextem.⁹⁸ Dnes se odhaduje, že každou vteřinu se na světě prodá jedna panenka Barbie. Barbie nemá tvar miminka, jak tomu bylo u dřívějších panenek, ale je to dospělá mladá žena, jejíž míry by odpovídaly nereálným tělesným mírám 99-45-92, měřila by 168 cm a vážila 49,9 kg.⁹⁹ Má krásné vlasy a v obličeji je nalíčená. Její nohy jsou deformované stálým nošením podpatků. Ačkoli samozřejmě dětská hra a fantazie

⁹⁶ RENZETTI, Claire M. ; CURRAN, Daniel J. *Ženy, muži a společnost*. Praha: Karolinum, 2003. ISBN 80-246-0525-2. ; OAKLEY, Ann. *Pohlaví, gender a společnost*. Praha: Portál, 2000. ISBN 80-7178-403-6. ; GIDDENS, Antony. *Sociologie*. Praha: Argo, 1999. ISBN 80-7203-124-4. Tito shrnují řadu výzkumů, které se věnují odlišnému přístupu rodičů k dětem rozdílného pohlaví. (např. k dívkám na rozdíl od chlapců přistupují rodiče jemněji a citlivěji, nereagují na ně tolik, pokud si vynucují pozornost hněvem a křikem, více k nim mluví a užívají pestřejší slovní zásobu, vzbuzují v nich zájem o city vlastní i druhých, více u nich podporují tělesnou blízkost, méně samostatnost... apod.)

⁹⁷ RENZETTI, Claire M. ; CURRAN, Daniel J. *Ženy, muži a společnost*. Praha: Karolinum, 2003. ISBN 80-246-0525-2. s. 116.

⁹⁸ *Reflex.cz* [online]. Praha: Reflex.cz [cit. 2012-04-04] Dostupné na <http://www.reflex.cz/Clanek4788.html>.

nezná hranic, přesto se další hračky a výbava k panence Barbie točí kolem nakupování, kosmetiky a šatů, jež lze neomezeně dokupovat. Barbie je sexy, fit, chodí na party a jezdí v kabrioletu. O Barbie vychází dokonce komiksy. Ředitel oddělení pro styk s veřejností firmy Mattel (jež panenku Barbie vyrábí) v jednom interviu výstižně uvedl: „dívčí hry se zaměřují na oblékání, úpravu vzhledu a vůbec na to, aby si dívky vyzkoušely svou budoucnost – schůzky s přítelem, manželství... naopak klukovské hry – to je soutěž a konflikt, boj dobra se zlem.“¹⁰⁰ Okruh činností, kterým se dívky (i chlapci) mohou věnovat je tak vymezen a omezen jejich pohlavím.¹⁰¹ Abychom si uvědomili rozdílnost hraček nabízených dětem, stačí si projít kterýkoli obchod s hračkami.

Obdobné rozdíly lze nalézt v dětských knížkách a učebnicích. Ženy a děvčátka jsou opět zobrazována stereotypním způsobem.¹⁰² Vedle ostatních typicky dívčích a ženských rolí je zdůrazněn jejich zevnějšek a péče o něj. Podobně je tomu i v médiích určených běžné populaci.

Důraz na vzhled, ale i určité žádoucí tělesné proporce, tak ženy provází po celý jejich život. Hračky, způsob oblékání, literatura, později dívčí a ženské časopisy, televize, reklama... ale i vrstevníci a rodiče (matky držící dietu a pečující o svůj zevnějšek¹⁰³) tak neustále podávají zprávu o tom, jak jsou vzhled a tělo neodmyslitelně v naší společnosti spjaty s vnímáním ženskosti. Tyto normy jsou

⁹⁹ *Reflex.cz* [online]. Praha: Reflex.cz [cit. 2012-04-04] Dostupné na <http://www.reflex.cz/Clanek4788.html>.

¹⁰⁰ RENZETTI, M. Claire; CURRAN, J. Daniel. *Ženy, muži a společnost*. Praha: Karolinum, 2003. ISBN 80-246-0525-2. s. 116.

¹⁰¹ Obecně přitom platí, že svět chlapců je dívkám otevřen více, než svět dívek chlapcům. Zatímco se u dívek ještě tolerují některé chlapecké hry (dívka je označena za „divošku“, ze které vyroste), specificky dívčí aktivity u chlapců (panenky, šití, vaření, líčení...) nesou především rodiče velice často nelibě a takový chlapec bývá ihned považován za zženštilého.

¹⁰² 1997 uvedla dětská knihovnice Kathleen Odean ve své zprávě, že každý rok vychází na trh 40 000 nových knížek pro děti a v naprosté většině z nich hrají ženské postavy vedlejší roli a jen velmi malá část těchto postav je popisována jako statečná, fyzicky zdatná a nezávislá. (RENZETTI, Claire M. ; CURRAN, Daniel J. *Ženy, muži a společnost*. Praha: Karolinum, 2003. ISBN 80-246-0525-2.)

¹⁰³ Dle časopisu *Glamour*, který provedl anketu mezi 33 000 ženami, vyplynulo, že mezi dcerami matek nespokojených se svými těly panovala vyšší kritičnost k tělesným proporcím, horší představa o svém těle a větší nemocnost bulimie. V jiné studii pak dvě třetiny pacientek s poruchami příjmu potravy uvedly, že začaly s dietou ve stejné době, kdy ji držela jejich matka a 45% pak, že měly přátele, kteří drželi diety. (KRCH, František David a kol. *Poruchy příjmu potravy*. Praha: Grada, 2005. ISBN 80-247-0840-X.)

však plně zvnitřnělé a jak víme, mají tak dlouhou tradici, že je bereme jako skutečnou danost (dle některých dokonce jako biologickou determinantu).

Za nejkritičtější období ve vztahu k vlastnímu zevnějšku je pokládána puberta a následně adolescence. V průběhu dospívání dochází v důsledku hormonálních změn ke změně postavy. U dívek se z dětských tvarů stávají tvary ženské – postava se zakulacuje, začíná se ukládat tuk v partiích břicha, stehna a hýždí, dívkám rostou prsa a pubické ochlupení, obecně sekundární pohlavní znaky. Jedná se o dobu velkých změn, dochází k většímu sebeuvědomování a následnému hledání vlastní identity. Avšak dívky, místo aby měly pocit, že nabývají na ženskosti, si spíše připadají ošklivější, méně přijatelné a uvědomují si, že se vzdalují od ideální štíhlé postavy, jakou by chtěly mít. Studie S. Groganové¹⁰⁴ ukazují, že většina dospívajících dívek si připadá tlustá a chtěla by zhubnout. Starost o postavu je jednou z nejdůležitějších obav v jejich životě. K podobným závěrům došla v České republice i Fialová¹⁰⁵. „Adolescentní dívky hodnotily nejkritičtěji svůj vzhled a pociťovaly nejvyšší potřebu být atraktivní pro druhé pohlaví. Podrobnější analýza této skupiny populace odhalila touhu po štíhlém těle bez tuku. Dále byla zjištěna snaha o redukci hmotnosti vyšším kalorickým výdejem (pohybem) a nižším kalorickým příjmem (dietou), potřeba ovlivnit vlastním chováním svůj tělesný stav i vzhled.“ Téměř každá dvacátá dospívající dívka je ohrožena poruchami příjmu potravy.¹⁰⁶

Vztah k vlastnímu tělu se však formuje mnohem dříve, než v období dospívání. Fialová¹⁰⁷ hovoří už o sedmiletých dívkách, které kontrolují své tělesné proporce a touží po krásném těle. Grogan¹⁰⁸ provedla výzkum tělesné spokojenosti u osmiletých dívek. Řada z nich vyjadřovala nespokojenost s vlastním tělem. Chtěly být štíhlé v současnosti a budoucnosti a obávaly se, aby neztloustly. Je tak zřejmé,

¹⁰⁴ GROGAN, Sarah. *Body image*. Praha: Grada, 2000. ISBN 80-7169-907-1.

¹⁰⁵ Jednalo se o výzkum tělesného sebepojetí u adolescentní ženské populace v Praze, realizovaný v letech 1992 až 1995, na něž pak navazovalo v letech 1996 až 1997 mezinárodní srovnávací šetření. (FIALOVÁ, Ludmila. *Body image jako součást sebepojetí člověka*. Praha: Karolinum, 2001. ISBN 80-246-0173-3. s. 219).

¹⁰⁶ KRCH, František David; MÁLKOVÁ, Iva. *SOS nadváha*. Praha: Granit, 1993. ISBN 80-85805-12-X. s. 69.

¹⁰⁷ FIALOVÁ, Ludmila. *Body image jako součást sebepojetí člověka*. Praha: Karolinum, 2001. ISBN 80-246-0173-3.

¹⁰⁸ GROGAN, Sarah. *Body image*. Praha: Grada, 2000. ISBN 80-7169-907-1.

že i takto mladé dívky si uvědomují společensky žádoucí tělesné proporce a chtějí se tomuto ideálu podobat. Velká část dospívajících dívek si už ani nedokáže představit jídlo bez strachu z tloušťky a zaměňuje redukční dietu za normální stravovací režim.

Velice zajímavou studii u nás provedla Petra Chudobová¹⁰⁹. Ve své diplomové a následně i disertační práci studovala preferované tělesné proporce dívek v pražských mateřských školkách. S použitím metody siluety a rozhovoru se ptala dívek předškolního věku (konkrétně v rozmezí tří až sedmi let) na jejich postoje ohledně vnímání vlastního těla, které tělo pokládají za ideální a zda se vyjadřují jinak ke štíhlým a silným postavám. Chudobová zjistila největší kvantitativní změny mezi třetím až pátým rokem, kdy docházelo k významnému posunu. Zatímco tři a čtyřleté dívky ještě nejsou schopny postihnout rozdíly mezi odlišnými tělesnými rozměry, pěti a šestileté děti je již bezpečně rozlišují a často užívají negativní hodnocení pro objemnější tělesné proporce. Dívky starší než šest let dokonce vyjadřují averzi vůči lidem s nadváhou, ale často vyslovují i nespokojenost s vlastním tělem. Jsou si vědomy významu redukční diety. Tyto výsledky nejenže ukazují význam kulturního determinismu, ale zároveň snižují západními autory uváděnou hranici osmi let až k pátému roku života.

¹⁰⁹ CHUDOBOVÁ, Petra *Body image u dívek předškolního věku*. Praha: FF UK, 2001.

6. Důsledky mýtu krásy

Mýtus krásy je v naší společnosti doslova všudypřítomný. Krása, dle přísných kritérií, je neoddělitelně spjata s naší představou o ženskosti. Jedná se o společenský tlak, kterému jsou vystaveny všechny ženy bez výjimky. Jejich reakce se pochopitelně mohou různit. Některé ženy podléhají honbě po ideálním těle, jiné si volí alternativní a individuální pojetí krásy, další zůstávají lhostejné. Ať už jsou ale jejich reakce jakékoli, jedno je jisté: tlaku mýtu krásy jsou si vědomy všechny ženy a více či méně se vůči němu vymezují a zastávají k němu určité stanovisko.

Za primární důsledek společenského tlaku v podobě mýtu krásy lze považovat nespokojenost s vlastním tělem. Tento negativní vztah k vlastnímu tělu vnímám jako významné východisko pro další jednání, které má za cíl změnit stávající stav nespokojenosti.

Nespokojenost s vlastním tělem je součástí psychologického termínu *body image*, respektive jednou z jeho variant. „*Body image* je způsob, jakým člověk přemýšlí o svém těle, jak ho vnímá a cítí.“¹¹⁰ Skrze své tělo nejenže vystupujeme, ale vůči tělu se i vymezujeme. Vnímáme ho (percepční rovina), hodnotíme ho (kognitivní rovina), máme k němu citově zabarvený vztah (emoční rovina). *Body image* se vyvíjí v průběhu našeho individuálního vývoje. Jedná se o psychologický fenomén, který je významně ovlivněn a neustále ovlivňován sociálními faktory. Je třeba ho proto vždy studovat v kulturním prostředí, kde se jedinec pohybuje. Právě všudypřítomný mýtus krásy, který předkládá ženám úzké rozmezí společensky přípustného těla, je významnou kulturní determinantou ovlivňující všechny tři roviny *body image*. Mýtus krásy nastavuje obraz ideálního těla, který ženy (i muži) srovnávají s reálným tělem. Je-li vlastní tělesný obraz po subjektivním kognitivním zhodnocení tohoto srovnání shledán jako nežádoucí, bývá doprovázen negativními pocity nespokojenosti. Nespokojenost je pak motivem ke změně.

Sarah Grogan¹¹¹ podává výčet kvalitativních i kvantitativních výzkumů zaměřujících se na spokojenost žen s vlastním tělem, které byly realizovány ve Spojených státech, Velké Británii a Austrálii. Dochází k závěru, že většina žen je nespokojena se svým tělem, především s oblastmi břicha, boků a stehen. Většina

¹¹⁰ GROGAN, Sarah. *Body image*. Praha: Grada, 2000. ISBN 80-7169-907-1. s. 11.

¹¹¹ Tamtéž. s. 54.

žen by si také přála zhubnout. Obdobné výsledky platí i pro Českou republiku.¹¹² Některé z výzkumů jsem již citovala v 3. a 4. kapitole.

V této části práce se budu věnovat nejvýznamnějším důsledkům mýtu krásy. Pro větší srozumitelnost je dělím na rovinu intraindividuální a interindividuální, jež může mít celospolečenský dopad. Na úrovni intraindividuální roviny sleduji tři oblasti, v jejichž pozadí stojí subjektivní snaha změnit stávající nespokojenost s prožíváním vlastního těla. Jedná se o diety a cvičení, poruchy příjmu potravy a estetickou chirurgii. V interindividuální rovině se pak pokusím vysledovat důsledky intraindividuální nespokojenosti s vlastním tělem v běžném mezilidském fungování i v širším celospolečenském kontextu. Věnuji se zde oblasti sexuality, problematice ageismu a fatofobie a oblasti práce. Ráda bych ovšem zdůraznila, že toto dělení je čistě formální, protože hranice mezi jednotlivými rovinami jsou velmi neostré. Nejedná se o čisté kategorie. Jednotlivé roviny se navzájem ovlivňují a často podmiňují. Někdy mají příliš mnoho styčných ploch a nelze mezi nimi přímo rozlišovat.

6.1. Intraindividuální důsledky mýtu krásy

6.1.1. Diety

Při honbě za štíhlostí je v očích mnoha žen vhodným prostředkem k hubnutí dieta. Dietní průmysl nabyl za posledních třicet let gigantických rozměrů. Lékaři, obezitologové, ale i známé osobnosti nabízejí zázračné recepty na štíhlé tělo. Obchodní řetězce přichází s nekonečným množstvím výrobků označených jako light. Pro některé ženy je dokonce dieta normálním způsobem stravování. Osoby s touto poruchou stravování jsou nazývány chronickými dietáři. Výzkumy ukazují, že 95 procent žen drželo někdy v životě dietu a asi 40 procent ji drží víceméně

¹¹² KRCH, František David a kol. *Poruchy příjmu potravy*. Praha: Grada, 2005. ISBN 80-247-0840-X; KRCH, František David; Málková, Iva. *SOS nadváha*. Praha: Granit, 1993. ISBN 80-85805-12-X; FIALOVÁ, Ludmila. *Body image jako součást sebepojetí člověka*. Praha: Karolinum, 2001. ISBN 80-246-0173-3.

průběžně.¹¹³ To vše navzdory faktu, že drtivá většina diet je z dlouhodobého hlediska neúspěšná, tedy pokud není doprovázena trvalou změnou životního stylu a dostatkem pohybu. Trvalý úspěch snížení hmotnosti se odhaduje na pouhých 5 procent¹¹⁴. Někteří autoři dokonce uvádějí pouhá 2 procenta úspěšnosti.¹¹⁵ Většina žen se vrátí na svou předchozí váhu nebo získají ještě nějaká kila navíc. Tělo totiž vnímá snížený přísun potravy jako varovný signál. Nejenže začne při dietě energeticky šetřit a zpomalí se jeho metabolismus, aby v tomto stavu nouze vydržely energetické zásoby co nejdéle, ale po návratu k běžnému způsobu stravování si bere více než před dietou, aby se tak připravilo na další možný nedostatek. Tento zděděný mechanismus našich předků umožňoval přežít i mimo období hojnosti. Dnes ho většina žen vnímá jako komplikaci. Paradoxně bývá dieta spíše vhodným způsobem jak ztloustnout. Nisbettova teorie určené hranice pak předpokládá, že každý člověk má svou vlastní přirozenou hranici hmotnosti nebo určité rozmezí tělesné hmotnosti, kterou má tendenci si udržet navzdory snědenému množství potravy. Toto individuální hmotnostní rozmezí je pro každého konkrétního jedince nejzdravější. Je pak velice těžké a poměrně nesmyslné snažit se vejít do úzkých limitů tělesných proporcí, které si žádá mýtus krásy.

Je třeba také zdůraznit, že výkyvy na váze, jež jsou typické pro chronické dietáře, jsou velice nezdravé. Nezdravější než nadváha samotná. Mohou mít za následek „nízký krevní tlak, ztrátu vlasů, tvorbu žlučnickových kamenů, svalovou únavu, zrychlený nebo zpomalený tep, chudokrevnost, dnu, atd.“¹¹⁶ Vedle těchto potíží hrozí také ztráta naší přirozené citlivosti vůči pocitu hladu a sytosti.

Na subjektivní úrovni dieta značně omezuje osobní svobodu. Vede k neustálé sebekontrolě a sebekritice, často přímo k obsesivním myšlenkám. Při jejím porušení zažívá dotyčná osoba silné pocity viny a vlastní slabosti. Tyto negativní myšlenky ji pak přivádí k další dietě. Začarovaný kruh se uzavírá.

Na závěr bych jen dodala, že už podle statistik je patrné, že diety nedrží jen ženy s nadváhou. Subjektivní hodnocení vlastního těla nemá, jak víme, nic do činění se skutečnou hmotností. Diety, ač je drží i muži, zůstávají především stále ženskou záležitostí. Muži se, pokud chtějí zhubnout, spíše věnují tělesným

¹¹³ GROGAN, Sarah. *Body image*. Praha: Grada, 2000. ISBN 80-7169-907-1.

¹¹⁴ Tamtéž.

¹¹⁵ CROOK, Marion. *V zajetí image těla*. Ostrava: Olda, 1995. ISBN 80-85954-02-8.

¹¹⁶ Tamtéž, s. 82.

aktivitám, případně hovoří o nedostatku motivace držet dietu a měnit stávající stav.¹¹⁷

6.1.2. Cvičení

Diety slibují cestu k splnění prvního předpokladu tělesné dokonalosti: štíhlost. Štíhlé tělo samo o sobě ovšem nestačí. Musí být ještě pevné. V posledních několika letech začal být vyzdvihován tělesný pohyb jako cesta k estetické dokonalosti. Ženy velice často cvičí a trápí svá těla nikoli pro radost z pohybu, ale kvůli kontrole hmotnosti, změně postavy a přitažlivosti. Na rozdíl od diet nelze vhodnému cvičení nic vytýkat. Existují důkazy, že cvičící ženy se cítí lépe a jsou více spokojeny se svým tělem, než ženy, které necvičí.¹¹⁸ V poslední době se v odborné literatuře však začínají objevovat články o posedlosti cvičením. Nejčastěji v kulturistice a nejčastěji u mužů. Základem je nereálný vztah k vlastnímu tělu a nevyvratitelná představa dotyčného, že je stále příliš slabý a hubený. To vede k nekonečným hodinám v posilovně a v mnoha případech i k užívání steroidů.

Především otázka kulturistiky u žen je z hlediska mýtu krásy velice zajímavá. Je nepopíratelné, že razí úplně jiný model krásného ženského těla, než jak tomu je ve většinové společnosti. Kulturistky navíc musí čelit silnému vnějšímu tlaku, protože svým vzhledem a chováním neodpovídají společenské představě ženskosti.¹¹⁹ Jak lze ale kulturistky chápat? Některé feministické autorky je vnímají jako ženy vyzývající mýtus krásy k souboji, jako ženy znechucené dominantní ideologií, jako radikální křídlo feministického odporu.¹²⁰ Lze se na ně ovšem dívat i z pohledu mýtu krásy a vidět pod kulturistikou extrémní touhu zbavit se měkkého a nepevného těla, získávající charakteristiky obrácené mentální anorexie. Já osobně pokládám ženskou kulturistiku za alternativní pohled a definici ženské krásy. Za model pozitivní vzhledem k tomu, že nám poskytuje jiný úhel pohledu na definici ženské tělesné krásy, ovšem s vědomím rizika nezvládnutého extrému.

¹¹⁷ GROGAN, Sarah. *Body image*. Praha: Grada, 2000. ISBN 80-7169-907-1.

¹¹⁸ FIALOVÁ, Ludmila. *Body image jako součást sebepojetí člověka*. Praha: Karolinum, 2001. ISBN 80-246-0173-3.

¹¹⁹ Je pravda, že užívání steroidů u žen způsobuje mj. abnormality v menstruačním cyklu, hlubší hlas, zmenšení prsou, plešatění, zvýšené tělesné ochlupení a zvětšení klitorisu.

¹²⁰ GROGAN, Sarah. *Body image*. Praha: Grada, 2000. ISBN 80-7169-907-1.

6.1.3. Poruchy příjmu potravy

Jednou z nejdiskutovanějších a nejextrémnějších oblastí důsledků mýtu krásy jsou bezpochyby poruchy příjmu potravy¹²¹. Nejprve objasním jejich dvě formy, mentální anorexii a bulimii, a poté se budu věnovat složitému vztahu těchto poruch právě k mýtu krásy.

Mentální anorexie (anorexia nervosa)

Anorexia nervosa je závažné, přibližně v 15% případů smrtelné onemocnění. Základem je chorobný strach ze ztloustnutí. Postižená přijímá méně potravy, vyvolává zvracení, užívá diuretika, laxativa, nadměrně cvičí. Má narušené vnímání svého vzhledu, subjektivně si stále připadá obézní. Touto nemocí trpí především dospívající dívky a mladé ženy. Nemocná drží diety tak dlouho, až její tělesná hmotnost klesne pod 85% hmotnosti normální, což je na úkor nejen vymizení tukových tkání, ale též tkání z kosterního svalstva.¹²² Anorektičky trpí hypotermií, opuchlinami, zpomaleným tlukotem srdce, lunagem,¹²³ mívají vrásčitou pleť a zkažené zuby. Často ztrácí menstruaci. Některé z nich jsou stále dehydratované. Prevalence mentální anorexie v České republice je dle F. D. Krcha¹²⁴ 0,5 %.

Bulimie (bulimia nervosa)

Bulimie je onemocnění obdobné mentální anorexii, zvané též chorobná žravost. Zahrnuje opakované záchvaty přejídání velkými dávkami jídla během velmi krátké doby, vyvolané neodolatelnou touhou po jídle, spojenou s nutkavou touhou potlačit důsledky svého konání, například vyprovokovaným zvracením, opět užíváním laxativ a diuretik, užíváním klystýru, hladověním. Postihuje adolescentní dívky a ženy přibližně do 35 let, potíže mohou ale přetrvávat po celý život. Často se jedná o již vdané ženy, které mají děti (na rozdíl od anorektiček nepřicházejí o

¹²¹ Dále jen PPP.

¹²² HARTL, Pavel; HARTLOVÁ, Helena. *Psychologický slovník*. Praha: Portál, 2000. ISBN 80-7183-303-X. s. 45-46.

¹²³ Nadměrné ochlupení těla.

¹²⁴ KRCH, František David a kol. *Poruchy příjmu potravy*. Praha: Grada, 2005. ISBN 80-247-0840-X.

menstruační cyklus) a drží svou nemoc v tajnosti. V České republice jí trpí¹²⁵ 1 až 3 % mladých žen, podle F. D. Krcha 2 až 5 %.¹²⁶

Mentální anorexie a bulimie jsou složité, multidimenzionálně podmíněné poruchy a neexistuje shoda v přístupu k jejich léčbě. Biomedicínský pohled hledá příčiny v endokrinních a neurologických abnormalitách (konkrétně nadměrném vylučování hormonu uvolňujícím kortikotropin, produkovaném hypotalamem).¹²⁷ Zatímco dříve se tyto poruchy léčily jak elektrošokovou terapií, tak prefrontální lobotomií, dnes jsou anorektickým i bulimickým podávána psychofarmaka a tuto medikaci doprovází psychoterapie. Přesto však někteří autoři došli k závěru, že „při kontrolních zkouškách nebyla nalezena na mentální anorexii žádná léčba, která by dosahovala lepších výsledků než placebo.“¹²⁸ Některým nemocným odborníci i přes veškeré úsilí nedokáží pomoci. U biomedicínského přístupu je třeba si položit otázku, zda je nalezená neurologická a endokrinní nerovnováha primární příčinou nemoci, či zda není až sekundární změnou způsobenou samotným hladověním.

Psychologické modely mentální anorexie a bulimie nabízí několik možných výkladů příčin onemocnění. Psychoanalýza je chápe jako nepřipravenost přijmout dospělost a vlastní sexualitu. Dívky a ženy tak nadměrně kontrolují a ovládají svá těla, ze kterých činí ochranný štít před životem, který nedokážou kontrolovat. Je pravda, že většina především anorektických dívek není sexuálně aktivní a 20 až 50% těchto žen má v anamnéze pohlavní zneužívání.¹²⁹ Naopak systémová rodinná terapie vnímá jako nemocnou celou rodinu – hlavní roli hraje především matka. Ta je považována za perfekcionalistickou, frustrovanou, nenechávající své dceři žádný prostor k sebevyjádření. Proto dívka začne hovořit svým tělem. Sociální psychologie dle vzoru Carol Gilliganové se domnívá, že takto nemocné mladé ženy jsou v konfliktu s dominantními mužskými hodnotami společnosti.

¹²⁵ HARTL, Pavel; HARTLOVÁ, Helena. *Psychologický slovník*. Praha: Portál, 2000. ISBN 80-7183-303-X. s. 45-46. s. 82.

¹²⁶ KRCH, František David a kol. *Poruchy příjmu potravy*. Praha: Grada, 2005. ISBN 80-247-0840-X.

¹²⁷ Tamtéž.

¹²⁸ Tamtéž, s. 39-40.

¹²⁹ Tamtéž.

Aby výčet možných příčin poruch příjmu potravy byl úplný, je třeba zmínit kulturní vysvětlení, které přímo staví na mýtu krásy. Tento přístup předpokládá, že PPP vznikají v důsledku kulturních imperativů, jež činí ze štíhlosti nejdůležitější znak ženské krásy a zásadní podmínku ženskosti vůbec. Díky tomuto přístupu je možné odpovědět na dvě zásadní otázky: Proč jsou PPP ve své většině ženským problémem? Proč je jich dnes několikanásobně více než před padesáti nebo sto lety? Jak již víme z historie mýtu krásy, požadavky na štíhlou linii v naší euroamerické společnosti přineslo v masové míře až dvacáté století, a tento tlak na štíhlou linii je výrazně silnější u žen než u mužů. Dívky a ženy odvozuji svou sebeúctu od váhy a vzhledu jako od nejvyšších možných kvalit. Jsou k tomu vedeny už od malinka a nejen mediální obrazy je v tomto náhledu na sebe sama v průběhu dospívání usvědčují.

Zastánkyní této teorie je i Naomi Wolf¹³⁰. Tvrdí, že ženská těla v současnosti podléhají společenské kontrole více než dříve. Na ženská těla se na rozdíl od mužských těl pohlíží jako by s nimi nebylo něco v pořádku. Jak jsem již uvedla v 1. kapitole, dle Wolf je celá záležitost politická. „Dieta je nejsilnější politické sedativum v historii žen. S populací tichých bláznů se lehko manipuluje... Kulturní posedlost ženskou štíhlostí není posedlostí ženskou krásou, ale posedlostí ženskou poslušností.“¹³¹ Nestojí za ní konkrétní muži, partneři a manželé, ale instituce a nadnárodní společnosti. „Sex, potrava a tělo: v tom, aby ženy uvěřily, že toto všechno mohou mít současně, jim nebrání zdraví anebo mužská touha či nějaký zákon krásy, ale jen a výlučně politická ideologie.“¹³² Zatímco dříve byly ženy po staletí uzavřeny v domácnostech, bylo jim odepřeno právo na vzdělání a vlastní realizaci, dnes jsou uzavřeny do neviditelných žalářů vlastních těl. Mýtus krásy ženy od sebe izoluje a činí nešťastnými. Je posledním masivním a latentním společenským a kulturním mocenským tlakem patriarchální společnosti, jež brání ženám v postupu k symbolickému zrovnoprávnění obou pohlaví.

Je patrné, že mentální anorexie a bulimie jsou složitá onemocnění, a někteří autoři v nich hledají vysvětlení pro své koncepty a teorie. Monokauzální vysvětlení však evidentně nedokáže pokrýt jejich multidimenzionalitu. Kulturní vysvětlení vysokého výskytu PPP u žen v dnešní společnosti osobně pokládám za velice

¹³⁰ WOLF, Naomi. *Mýtus krásy*. Bratislava: Aspekt, 2000. ISBN 80-85549-15-8.

¹³¹ Tamtéž, s. 213.

¹³² Tamtéž, s. 226.

významné a domnívám se, že při vzniku nespokojenosti s vlastním tělem (a prohlubováním této nespokojenosti) hraje skutečně klíčovou úlohu. Přesto je třeba si ale uvědomit, že obdobnému tlaku jsou v naší společnosti vystaveny všechny ženy a dívky, a přesto, ačkoli má mnoho z nich skutečně narušené tělesné sebepojetí, pouze u několika málo procent lze diagnostikovat mentální anorexii či bulimii. Proto je třeba se nevyhnutelně opírat při hledání příčin PPP i o psychologická a biomedicínská vysvětlení, a nikoli přičítat hlavní, či dokonce jedinou vinu, mýtu krásy, ačkoli nese bezesporu lví podíl.

6.1.4. Estetická chirurgie

Pokud selžou diety, cvičení a kosmetické výrobky neposkytnou to, co slibovaly, je dalším možným řešením pro „nedokonalé, neestetické a nežádoucí“ tělesné partie vyhledání estetického chirurga. Estetická chirurgie je jedním z nejrychleji rostoucích odvětví medicíny. Počet estetických operací se ve Spojených státech každých pět let zdvojnásobuje.¹³³ Estetická chirurgie je součástí plastické chirurgie, na rozdíl od ní se ale nevěnuje poúrazovým stavům (popáleninám, amputacím...) či chirurgické léčbě kožních nádorů, nýbrž se soustředí přímo na úpravu zevnějšku za účelem dokonalejšího vzhledu. Zatímco první pokusy o plastickou chirurgii jsou datovány už v prvním tisíciletí před naším letopočtem v Indii, kde byla provedena rekonstrukce nosu u osob, kterým byl nos useknut jako forma trestu,¹³⁴ estetická chirurgie se v masové podobě objevuje až v polovině 20. století a zákroky jsou především prováděny u žen, které nejsou spokojeny se svým zevnějškem. Za estetickými operacemi stojí představa zkroceného a ovládnutého těla, nedokonalého kusu masa, které lze modelovat a přetvářet k obrazu svému, a to bez respektování jemu vlastních přirozených zákonitostí, ať již tvarů a funkcí, či změn, které na něm zanechává čas.

Jednou z nejčastěji podstupovaných operací je operace prsou. Požadavky na ideální poprsí se však různí. Především ve Spojených státech, v jižní Americe a západní Evropě je estetická chirurgie hojně rozšířena. V Brazílii jsou mezi rodinami z vyšších společenských vrstev obvyklé operace zmenšující poprsí, a to až do té

¹³³ WOLF, Naomi. *Mýtus krásy*. Bratislava: Aspekt, 2000. ISBN 80-85549-15-8.

¹³⁴ GROGAN, Sarah. *Body image*. Praha: Grada, 2000. ISBN 80-7169-907-1.

míry, že jsou tyto operace dávány dívkám k jejich patnáctým narozeninám. Větší poprsí totiž evokuje níže postavenou, černou populaci.¹³⁵ Naopak v Argentině je trend opačný a zvětšení prsou za pomoci estetické chirurgie je běžnou, veřejně probíranou záležitostí. Obdobně Evropanky a Severoameričanky touží spíše po plném poprsí, ačkoli například ve Francii je tento ideál menší, než ve Spojených státech.¹³⁶ O návštěvách estetických chirurgů se ovšem veřejně příliš nemluví. Jen pro zajímavost, v Pekingu se pořádá Miss plastická chirurgie - soutěž krásy přímo pro dívky, které podstoupily řadu estetických operací a na molu jsou doprovázeny přímo svými chirurgy.

Konkrétně v České republice zažívá estetická chirurgie obrovský boom. Slova jako liposukce či face lifting jsou běžně známá. Zatímco kosmetické firmy v reklamách prohlašují, že „estetická chirurgie ještě počká“, a nabízejí převratné výrobky, média (v nejvyšší míře exkluzivní ženské časopisy) běžně informují o zákrocích estetických chirurgů, včetně cen. Reklama na estetickou chirurgii se stala běžnou záležitostí. Reklamní sdělení obvykle doprovází slogany jako „zvedněte si své sebevědomí“, „vracíme lidi do života“, „člověk má vždycky podmínky k tomu, aby udělal to, o čem sní“, „vypadat tak mladě, jak jen se cítíte“, či „plastická operace – spokojenost, nové sebevědomí, nová kvalita života.“ Estetičtí chirurgové si stejně jako kosmetický a dietní průmysl přejí nespokojené ženy, kterým pak nabízejí pomocnou ruku. Nemohu se ubránit pocitu, že tuto nespokojenost svou reklamou nejenže přiživují, ale zároveň i vytvářejí. Tak jako časopis Vogue v roce 1973 označil normální tukovou tkáň zdravých dospělých žen za celulitidu, nemoc, jež je třeba léčit, tak „na začátku osmdesátých let Americká společnost plastických chirurgů vyhlásila, že ženy s malým poprsím trpí mikromascií a že existují důkladné a stále bohatší lékařské informace o tom, že tyto deformity jsou skutečně chorobou.“¹³⁷

V České republice přibývá estetických klinik, ačkoli „ne všichni lékaři mají dostatečnou erudici a patřičná oprávnění.“ Práce estetického chirurga je velice lukrativní. Na zákroky, pokud nejsou doporučeny ze zdravotních důvodů, nepřispívá pojišťovna a pacient si je tak hradí sám. Často žádaná operace prsou tak přijde až na sedmdesát tisíc korun. V oblíbenosti vedou operace prsou, zeštíhlení

¹³⁵ YALOMOVÁ, Marylin. *Dějiny ňadra*. Praha: Rybka Publisher, 1999. ISBN 80-86182-92-4.

¹³⁶ Tamtéž.

¹³⁷ YALOMOVÁ, Marylin. *Dějiny ňadra*. Praha: Rybka Publisher, 1999. ISBN 80-86182-92-4.

pomocí odsátí tuku (liposukce) a vyhlazení vrásek v obličeji a okolo očí. Mezi další časté zákroky patří úprava nosu, víček a uší. V módu přichází i úprava genitálu.

Zatímco estetičtí chirurgové hovoří pouze o kladech a úspěších své práce, estetická chirurgie má i stinné stránky. O těch se ale veřejně nemluví. Například velmi oblíbená operace zvětšení prsou pomocí prsních silikonových implantátů má historii plnou otazníků a varování. Nejprve byl silikon z chladičů vstříkovan do prsou asijských prostitutek po druhé světové válce, jež chtěly být přitažlivější pro americké vojáky. Japonci do něj přidávali olivový olej, aby silikon zůstal na místě vstříknutí a neputoval po těle. Tyto praktiky se rychle dostaly do Nevady, Kalifornie a Texasu. Silikon ovšem v mnoha případech nezůstával jen na místě jemu určeném a dostával se do krevního oběhu. Působil slepotu, zápaly plic, infekce, gangrény i smrt. Nakonec státy Nevada i Kalifornie byly nuceny vydat nouzový zákon a zamezit těmto nebezpečným praktikám. Ovšem roku 1959 lékaři Gerow a Cronin přišli s novou alternativou: začali používat gel, umístěný v obdobjím sáčku, v jakém se skladuje krev. V roce 1963 pak americká společnost Dow Corning uvedla na trh silikonové implantáty s názvem Silastic v osmi velikostech. Zrodil se obrovský byznys. První implantáty byly značně neforemné, později získávaly přirozenější vzhled. Je zarážející, že i navzdory testům na zvířatech, jež potvrdily prosakování silikonu a jeho putování po těle, zůstaly implantáty nadále v prodeji. V devadesátých letech se objevily první žaloby za způsobené újmy na zdraví proti společnosti Dow Corning a petice čítající statisíce podpisů. Dle právníků si společnost byla vědoma zdravotních rizik, ovšem zamlčela výsledky prováděných testů. Dow Corning je dnes mimo dosah soudů, protože vyhlásila bankrot. Její implantáty jsou dnes stažené z prodeje.¹³⁸ Ve Spojených státech, kde se odhaduje počet provedených operací zvětšení prsou na jeden až dva miliony, kdy sedmdesát procent z nich bylo čistě z kosmetických důvodů¹³⁹, se nakonec osudem silikonových prsních implantátů začal zabývat Správní výbor pro výživu a léčiva. Výsledkem je zákaz užívání prsních implantátů z roku 1992. Ty nesmějí být více užívány z estetických důvodů, ale pouze po amputaci prsu. (Otázkou zůstává, zda se vyplatí po tak závažné nemoci vystavovat tělo dalším možným rizikům a komplikacím). Soudní vyrovnání ženám, postiženým nemocí,

¹³⁸ Tamtéž. s. 268

¹³⁹ YALOMOVÁ, Marylin. *Dějiny ňadra*. Praha: Rybka Publisher, 1999. ISBN 80-86182-92-4. s. 271.

jejichž vznik se přisuzuje prsním implantátům, činilo rekordní čtyři miliardy dolarů. Marylin Yalomová¹⁴⁰ uvádí další prováděné výzkumy, z nichž některé vyvracejí jakákoli zdravotní rizika plynoucí z použití prsních implantátů, další je však potvrzují a varují před nimi. „Odborníci dnes v tomto sporu stojí na obou stranách; někteří podporují zákaz Úřadu pro výživu a léčiva, další tvrdí, že má být zrušen.“¹⁴¹ V Německu doporučil Zdravotní úřad silikon nepoužívat, ale je na každém lékaři, zda se bude či nebude tímto doporučením řídit.¹⁴²

Jaká jsou tedy možná zdravotní rizika? Kromě prosakování implantátu, jehož důsledky nejsou úplně známy, jsou dnes uváděny další komplikace: ztvrdnutí zjizveného tkaniva okolo implantátu, tzv. fibrózní opouzdření, jímž organismus reaguje na cizí těleso (až v 70% případů), možnost asymetrie, hematomů, infekce, zjizvení, zvýšené riziko embolie a další rizika spojená s celkovou narkózou. Zatímco současné výzkumy nepotvrzují hypotézu vyššího výskytu rakoviny prsu u žen s implantáty, faktem zůstává, že implantát ztěžuje vyšetření prsu pomocí mamografu. Ve častých případech také dochází k ztrátě citlivosti bradavky, což je skutečně paradoxní vzhledem k tomu, že si většina žen nechává upravit prsa kvůli sexuální přitažlivosti. K úplnosti je třeba dodat, že životnost prsních implantátů je maximálně patnáct let.

Kromě zvětšení prsou některé ženy naopak podstupují jejich zmenšení. Tato operace je ještě náročnější a ženy ji podstupují často ze zdravotních důvodů. Yalomová¹⁴³ uvádí příklad amerického chirurga, který před podstoupením operace zmenšení prsou žádá souhlas manžela nebo partnera, kteří nesou tento zákrok často nelibě. To navozuje otázku, komu vlastně ženské tělo patří?!¹⁴⁴

Druhou nejčastější operací je liposukce neboli odsátí přebytečného tuku. Tato metoda vznikla ve Francii v sedmdesátých letech¹⁴⁵ Na počátku 80. let bylo

¹⁴⁰ Tamtéž.

¹⁴¹ Tamtéž, s. 272.

¹⁴² Tamtéž.

¹⁴³ Tamtéž.

¹⁴⁴ Pro úplnost je třeba dodat, že vedle estetických chirurgů, tedy lékařů, existuje ještě léčitelská linie různých mastičkářů, hypnotizérů a léčitelů, kteří koexistují paralelně s moderní medicínou a nabízejí dle svých slov obdobné výsledky.

¹⁴⁵ Při prvních pokusech odsávací zařízení vytrhávalo příliš velké kusy tuku, i nervové tkáně a oficiálně se uvádí i devět smrtelných případů (WOLF, Naomi. *Mýtus krásy*. Bratislava: Aspekt, 2000. ISBN 80-85549-15-8. s. 267).

registrováno na celém světě pouze 6 chirurgů zabývajících se liposukcí. Dnes jsou jich statisíce. Liposukce našla své uplatnění zejména při tvarování paží, břicha, pasu, boků, zad a celých dolních končetin. Zajímavé je, že ji nemohou podstupovat ženy s vyšší nadváhou a je doporučována tehdy, pokud selhává usilovné cvičení, či například k odstranění nevhodného rozložení podkožního tuku po těhotenství. Metoda spočívá v prudkém vtlačení kanyly pod kůži na několika místech, přičemž dojde k přerušení jak tkání, tak nervů. Odsávací pumpa pak odsaje maximálně dva kilogramy tukové tkáně, více by mohlo způsobit masivní infekci a šok. S liposukcí souvisí obdobná zdravotní rizika, jež jsem uváděla u operací prsou.

Výše uvedené metody (zámků, které lze podstoupit je mnohem více) jsou velkým zásahem do organismu, nesou s sebou vážná zdravotní rizika a velice často jsou nevratné. O těchto důsledcích se ale téměř nikde nemluví. Navštívila jsem celkem třicet internetových stránek českých estetických a plastických klinik. Všechny slibují kvalitní práci, profesionální přístup, luxusní prostředí a hlavně nový život. Na všech jsou fotografie a obrázky ideálních ženských těl, tak jak si je žádá mýtus krásy. 90% z nich vysvětluje často velice odborným, neosobním jazykem průběh operace, ovšem fotografie z operačního sálu většinou chybí. A pouze čtvrtina klinik z těchto třiceti uvádí zdravotní rizika plynoucí z podstoupených zákroků.

Různí autoři se různí v názorech, proč tolik žen podstupuje podobné zákroky anebo po nich touží. Ve většině případů (výjimkou jsou například ženy, které přišly o prs v důsledku rakoviny prsu) podstupují estetické operace zdravé, mladé ženy, které nejsou spokojeny s tím, jak vypadají. Hlavní proud feminismu tvrdí, že ženy, které podstupují estetické operace, navzdory tomu, že si myslí, že jednají svobodně, tak činí proto, že jsou vystaveny patriarchálnímu kulturnímu tlaku. Jsou k tomu nepřímě donuceny médii, rodinou i lékaři. Wolf¹⁴⁶ se domnívá, že mýtus krásy má různé podoby a metody, ale jeho pozadí je stejné: definice ženství skrze mužství, kdy se tato forma nadvlády nejvíce odráží na ženském těle – ať už ve formě obřízek v muslimských zemích, svazování a následné deformace chodidel Číňanek, klitoridektomie typické pro viktoriánskou dobu, kdy tato metoda měla zbavit ženy pokušení masturbovat, či právě estetických operací dnešní doby.

¹⁴⁶ WOLF, Naomi. *Mýtus krásy*. Bratislava: Aspekt, 2000. ISBN 80-85549-15-8.

Oproti tomu K. Davis¹⁴⁷ odmítá názor, že ženy, které podstupují estetické operace, jsou pasivní oběti ideologie mýtu krásy, či že jsou oběťmi mužů. Dle ní nejde ženám o to, aby vypadaly krásně, ale aby vypadaly normálně. Často mají za sebou dlouhá léta trápení, stydí se za své tělo, zakrývají ho. Tyto ženy se ocitly v pasti vytvořené tělem a estetickou chirurgií vidí jako způsob, jak znovu získat vlastní identitu.

Domnívám se, že oba protichůdné názory nesou zrnka pravdy. Je pravda, že v mnoha případech pomáhá estetická chirurgie změnit vlastní život – obzvláště u některých vrozených defektů, či po amputaci prsu. Je třeba se ale také ptát, zda by tolik žen bylo nespokojeno se svým tělem, kdyby nebyly hranice ideálních tělesných proporcí tak úzké. Krása a vzhled je pro ženy primární hodnotou, ženské tělo je objektivizováno, zvěčněno, veřejně hodnoceno a probíráno. Nepatří pouze ženě, nýbrž všem. Některé ženy pak nevnímají svá těla jako nedílnou součást své neoddělitelné vnitřní tělesné i duševní integrity, jako unikátní, neopakovatelnou kombinaci zděděného i získaného, ale vymezují se vůči němu, především vůči některým jeho částem jako k předmětu, k nedokonalému kusu masa, ke zboží, jež je třeba opravit, zdokonalit, či vyměnit. Existují jedinci, kteří jsou svým vzhledem doslova posedlí, a péče o jejich tělo se stává náplní jejich životů.

Podobně jako v problematice poruch příjmu potravy hraje ve vysvětlování důvodů podstoupení estetické operace roli mnoho proměnných: genetická podmíněnost (to jak budeme vypadat, určují výrazně naše geny), osobnostní rysy a vlastnosti, ale i společenská a kulturní podmíněnost, kladoucí důraz na patriční vzhled. Estetické operace dnes nebudí žádné pohoršení ani údiv. Mediální celebrity se často přiznávají k podstoupeným zákrokům. Pěkný citát pochází od Ivany Trumpové: „Nikdy nebudu vypadat na víc jak osmadvacet a Donalda to bude stát majlant.“ Řešení nespokojenosti s vlastním vzhledem vyhledáním estetického chirurga se tak stává normou. A bez těchto kulturních vlivů by estetická chirurgie nikdy nezažívala takový boom, jaký zažívá.

6.2. Interindividuální důsledky mýtu krásy

Už víme, že společenský tlak pod patronací mýtu krásy zakouší každá žena. O tom, jak bychom měly vypadat a jak bychom se my ženy měly chovat,

¹⁴⁷ GROGAN, Sarah. *Body image*. Praha: Grada, 2000. ISBN 80-7169-907-1. s. 49.

abychom tak vypadaly, hovoří v menší či větší míře všichni: média, celý obchodní průmysl, rodina, naši přátelé, lékaři, vědci...dokonce i někteří partneři. Jiní se naopak diví a vnímají ženské starosti se vzhledem jako hloupost, povrchnost a naivitu. Mýtus krásy tak není záležitostí samotných žen, ale ovlivňuje i jejich interindividuální vztahy (a nejen ty partnerské). Nutí ženy, aby se srovnávaly s krásnými dívkami na obrázcích a nepřipadaly si dobré takové jaké jsou. Zraňuje každou ženu v jejím nitru a způsobuje, že se „krásné pohlaví“ nevnímá jako krásné. Může vyvolávat závist nebo nenávist k ideálním tělům, k jiným ženám. Ženy v pasti mýtu krásy jsou pak izolovány od ostatních žen, protože na sebe navzájem nehledí jako partnerky. Nelibě sledují ideální těla „krásných“ žen a opovrhují těmi, které je nemají. Pro ženské časopisy a řadu reality show je typická tzv. módní policie a různé přeměny „před a poté.“ Módní policie podrobuje kritické zkoušce nejčastěji různé celebrity, které někdy až vulgárním způsobem hodnotí. Nejcennějšími úlovkami jsou nejen „nevkusný a otřesný“ oděv a líčení, ale zvětšené detaily určitých částí těla odhalujících např. akné, celulitidu, apod. Tento fenomén je všudypřítomný. Ženy si bohužel zvnitřňují hodnotící pohled, kterým kriticky posuzují ostatní ženy, a zároveň jsou samy neustále pod dohledem těch druhých.

Reality show založené na přeměně mají podobu od nevinných časopiseckých seriálů, kde je „obyčejná“ žena upravena a nalíčena profesionálním vizážistou, přes televizní pořady zahrnující úpravu životosprávy (u nás běžel např. pořad *Vypadáš skvěle!*), až po kompletní přeměnu, kterou realizuje tým trenérů, vizážistů, maskérů, ale i plastických chirurgů. Podobné reality show jsou realizovány především ve Spojených státech. Zájemkyně se rozhodne vypadat např. jako konkrétní filmová hvězda a podstupuje kompletní, několikaměsíční proces přeměny.

Je třeba zdůraznit, že vnitřní nespokojenost s vlastním tělem nezůstává jen součástí vnitřního světa, ale ovlivňuje i naše chování, vystupování navenek, naše vztahy k dalším lidem. Mnoho žen přiznává¹⁴⁸, že se kvůli své vnitřní nespokojenosti s tím, jak vypadají, vyhýbají většímu styku s ostatními lidmi - večírkům a akcím, kde jsou hodnoceny druhými lidmi (či mají ten pocit, že jsou hodnoceny), sportovním a relaxačním aktivitám, kdy mají odhalit svá těla (například do plavek). Jejich nespokojenost je tak izoluje a omezuje osobní svobodu a možnost realizace, ze které by mohly bezstarostně těžit. Neustálá sebekontrola

¹⁴⁸ GROGAN, Sarah. *Body image*. Praha: Grada, 2000. ISBN 80-7169-907-1.

vede k nedostatečnému sebevědomí a sebedůvěře. A časopisecké rady jako: „deset poloh, které zaujmout v posteli, aby si váš partner nevyšiml vašich nadbytečných kil“ nebo „choďte jakoby jste měla neustále minci mezi pŕlčkami,“ apod., tyto pocity legitimizují. Vždyť je normální, že „pro krásu se trpí.“ Mýtus krásy odčerpává ženám značné množství sil a energie, kterou by mohly investovat jinam, než do neustálého stresu a strachu z vlastního těla, který tolik žen v dnešní době zakouší.

6.2.1. Sexualita

Už víme, že být krásná znamená mít štíhlé a pevné tělo. V další kapitole se dozvíme, že být krásná znamená také být mladá, či tak alespoň vypadat. Teprve potom, splní-li žena všechna uvedená kritéria, bude přitažlivá a sexy. A to je dnes synonymum pro krásu. Sexuální revoluce šedesátých let přinesla velké uvolnění a osvobození na poli sexuality. Sexualita se stala přirozenou a žádoucí součástí života. Mužská sexualita byla odpoutána od různých mýtů a tabu. U ženské sexuality to platí dvojnásob. Obdobně se osvobodila i lidská těla, tělesnost a její vyjadřování. Ta byla však záhy spoutána mýtem krásy. „Lásky, sexu a těla se zmocnili odborníci a jejich statistické tabulky. Kolikrát, jak dlouho, kolik centimetrů, kolik kilogramů...?“¹⁴⁹ Období volnosti a nevázanosti vystřídalo období sebekontroly. Sex byl zprofanován a „být sexy“ se stalo nutností. Lví podíl na tom má vedle mýtu krásy komercializace a publicita způsobená zprofanováním sexu pomocí pornografie. „Vrchol humanismu, dokonalosti člověka dvacátého století lze popsat ve třech základních veličinách: míra přes prsa, kolem pasu a přes zadek.“¹⁵⁰ Mýtus krásy je nekompromisní: neodpovídáte-li jím stanoveným měřítkům, nejste sexy.

To je samozřejmě naprostý nesmysl. Váha, věk či velikost poprsí nesouvisí s tím, nakolik žena vyjadřuje svou touhu a naprosto nesouvisí s její sexualitou. Je smutné, když si některé ženy nechají namluvit, že nejsou přitažlivé takové, jaké jsou. Stejně jako když si někteří muži nechají namluvit, jaké ženy by se jim měly líbit.

¹⁴⁹ KRCH, František David; Málková, Iva. *SOS nadváha*. Praha: Granit, 1993. ISBN 80-80585-12-X. s. 33.

¹⁵⁰ KRCH, František David; MÁLKOVÁ, Iva. *SOS nadváha*. Praha: Granit, 1993. ISBN 80-80585-12-X. s. 33.

6.2.2. Fatofobie

Pro mýtus krásy jsou typické dva strachy. Je to strach ze stárnutí a stáří a strach z tuku, tloušťky, z nadbytečných kil. Já se budu věnovat tomu druhému. Téma diktátu štíhlosti prostupuje celou moji práci, od historického vývoje, přes mediální prezentaci, poruch příjmu potravy až po diety a estetické operace. Černobílé vidění světa na jedné straně preferující štíhlost znamená pronásledování všeho, co štíhlosti neodpovídá. A právě této novodobé honbě na čarodějnice se chci v této kapitole věnovat. Někteří autoři dokonce mluví o fatismu a fatofobii.¹⁵¹ Fatismus je posuzování člověka dle jeho tělesných proporcí a z něj plynoucí diskriminace tlustých lidí. Fatofobií je pak míněn strach z tloušťky.

Tlusté lidi doprovází řada stereotypů a negativních hodnocení (podobně jako seniory a seniorky). Jsou spojováni především s leností, neschopností se sebeovládat, hamižností, hloupostí a obžerstvím. Často se předpokládá jejich zmenšená pohyblivost a zvýšená nemocnost. Společnost je vnímá jako nepřitažlivé a neatraktivní. Tento obraz výrazně podporují média a pro ženy opět platí více než pro muže. Naopak být štíhlý znamená být úspěšný, schopný, oblíbený a šťastný.¹⁵² Tento obraz je typický především pro naši společnost. Je třeba si uvědomit, že společnosti, které nežijí v takovém blahobytu jako my, idealizují otylost, protože je pro ně symbolem vysokého postavení, známkou bohatství.

O síle negativních předsudků vůči tlustým lidem se přesvědčila americká novinářka L. Lampertová. Ta chodila jeden týden v přestrojení za tlustou. Zjistila, že „společnost nejenom že tlusté lidi nenávidí, ale cítí se zplnomocněna podílet se na předsudcích, které se v mnohém podobají rasismu a náboženskému fanatismu... zdá se, že jsme tolerantnější k nevychovanému a obhroublému jedinci, který je štíhlý, než k úctyhodnému silnějším občanovi.“¹⁵³

Je paradoxní, že kdybychom měli poslouchat naše geny, jak tvrdí sociobiologie, zjistili bychom, že zvýšená nadváha je obecně zdravější a prospěšnější než hubenost, zvláště, když je váha konstantní a nedochází k výrazným výkyvům. Vedle toho je třeba brát v úvahu fakt, že nadváha či obezita je způsobena

¹⁵¹ BOVEY, Shelley. *Zakázané tělo*. Olomouc: Votobia, 1995. ISBN 80-85885-61-1.

¹⁵² Což je poselství každé reklamy na hubnutí.

¹⁵³ BOVEY, Shelley. *Zakázané tělo*. Olomouc: Votobia, 1995. ISBN 80-85885-61-1. s. 17.

také dědičnosti¹⁵⁴ a že kalorický přísun je u řady lidí s nadváhou stejný jako u lidí, kteří nadváhu nemají. Rozsáhlá norská epidemiologická studie uvádí, že nejvyššího věku se dožívají lidé asi s 30% nadváhou. Naopak nejkratší předpokládanou délku života mají lidé s podváhou (při průměrné výšce 170 cm a váze 50 kg či méně).¹⁵⁵ Vedle dalších výzkumů tak vyvrátila mýtus, že je nadváha nebezpečná a nezdravá (pokud není spojena s vysokým krevním tlakem, vysokou hladinou tuků v krvi nebo cukrovkou), či nejedná-li se o morbidní obezitu. Přesto je třeba posuzovat každého člověka zvlášť s ohledem na jeho individuální váhu. Řada z nás ji totiž nerespektuje. Naše společnost díky špatné životosprávě a nedostatku pohybu tloustne, což může zvyšovat riziko výskytu některých zdravotních potíží.

Je třeba si uvědomit, že tloušťka, stejně tak jako stáří, je sociální konstrukt, a právě proto je v naší společnosti tolik negativně zabarvená. Svě vlastní každodenní negativní zkušenosti i zkušenosti jiných žen s nadváhou popisuje velice poutavě S. Bovey.¹⁵⁶ Jak ve Spojených státech, tak ve Velké Británii vznikají spolky a svépomocné skupiny lidí s nadváhou, které se různými způsoby snaží bojovat proti negativním předsudkům a posouvat společenské mínění. Jednou z oblastí, na kterou se zaměřují, je právě mýtus krásy. Posouvají a otevírají jeho hranice a přichází s širší definicí krásného, především ženského těla. Ve svých periodikách nám představují krásná těla zdravých a spokojených „boubelek,“ jak je známe například z Rubensových obrazů. Ty však ve své většině bohužel zůstávají omezeny na úzký okruh čtenářů.

6.2.3. Práce

Jednou z dalších oblastí, kde je možné se setkat s negativním interindividuálním dopadem mýtu krásy, je oblast pracovní (potažmo oblast veřejná). Obecně lze říci, že společenské ocenění ženské krásy handicapuje ženy ve veřejné sféře a přispívá k posílení ženské vize světa, kde soukromá sféra převažuje nad sférou veřejnou. Krásnému, jemnému a ušlechtilému pohlaví nepřísluší ten mocenský, tvrdý a špinavý mužský svět. To je patrné především ve dvojích standardech a požadavcích na řadu ženských profesí. Jak již bylo zmíněno, ženy

¹⁵⁴ Názory na míru dědičnosti nadváhy se v odborné literatuře liší.

¹⁵⁵ BOVEY, Shelley. *Zakázané tělo*. Olomouc: Votobia, 1995. ISBN 80-85885-61-1. s. 223.

¹⁵⁶ Tamtéž.

profesionálky jsou hodnoceny nejen na základě svých schopností, ale také výrazně dle svého vzhledu. U muže, aby byl úspěšný, stačí být schopný. Úspěšná žena musí být schopná, ale zároveň ještě přitažlivá. To je diskriminující požadavek, který ztěžuje profesní uplatňování žen. Pokud krásná žena dosáhne pracovního úspěchu, obvykle zazní řada poznámek o okolnostech jejího pracovního postupu. „Přetrvávající rozpor mezi ženskou svůdností a profesionální prací uvrhává ženy do situace double bind: pokud se žena zaměří na zhodnocení svých půvabů, sníží důvěryhodnost své image jakožto kompetentního profesionála, zatímco pokud se je pokusí zahladit, klesne pozornost věnovaná jejím profesním výkonům a trpí tím image jejího ženství.“¹⁵⁷ Nechci tím říci, že by mýtus krásy přímo znemožňoval ženám profesní postup a apriori všechny ženy diskriminoval. Navíc, ženy ve své většině chtějí skloubit obojí: profesi i vzhled. Přesto je třeba si uvědomit, že ženská krása je jedním z handicapů žen ve veřejném profesním životě. Příkladem může být situace političek. Ty se neustále setkávají s hodnocením svého vzhledu, kterému se média často věnují více než jejich mandátům a funkcím.¹⁵⁸

Opačně je tomu u takových profesí, kde je krása přímo podmínkou. Právě vládnoucí mýtus krásy favorizuje orientaci žen na určitá zaměstnání. Ženy vydělávají více peněz prodejem svých těl než svých schopností, protože jejich vzhled je ceněn výše. Příkladem mohou být manekýny a modelky, ale i herečky, televizní hlasatelky či tiskové mluvčí. To jsou také oblasti, kde ženy vydělávají největší množství peněz. Například platy profesionálních modelek dosahují přímo astronomických výšek a zastiňují příjmy jejich mužských protějšků. I z toho je patrné, která ženská „vlastnost“ (lze-li krásu nazvat vlastností) je u žen nejvíce oceňována. Není proto divu, že snem řady dospívajících dívek je stát se top modelkou. O jiných úspěšných ženách mimo pole mýtu krásy se totiž příliš nemluví a neví. Proto pole ženských vzorů není tolik široké.

Je třeba si připustit, že ženy mohou z mýtu krásy i těžit, tedy především ty ženy, které společenskou představu krásy úspěšně naplňují. Krása se může stát účinnou zbraní, prostředkem, jak se dostat k cíli. Zejména na některé muže tento postup platí, jiní ho dokonce mohou vyžadovat. Jsou ale tyto postupy skutečně zvýhodňující, nikoli handicapující?

¹⁵⁷ LIPOVETSKY, Gilles. *Třetí žena*. Praha: Prostor, 2000, ISBN 80-7260-030-3. s. 174.

¹⁵⁸ Ať už to byla například prsa Petry Buzkové (zachycené na dovolené v Chorvatsku nebo jejich zmenšení), či mediální proměna Zuzany Paroubkové.

Naopak ty ženy, které společenskou představu krásy nenaplnují, se mohou setkat až s diskriminací. S. Bovey¹⁵⁹ a N. Wolf¹⁶⁰ popisují řadu případů diskriminace na základě vzhledu. Bovey prezentuje příběhy žen, které ztratily svá zaměstnání v důsledku přebytných kilogramů. Jednalo se o ženy, které přímo dostaly výpověď, nebo jim bylo nabídnuto odstoupné. V jiných případech jim byla doporučena radikální dieta, chtějí-li si udržet práci. Vše navzdory tomu, že ani u jedné z nich neměla nadváha sebemenší vliv na pracovní výkon. Podobně i Wolf popisuje případy mnoha žen, které nebyly přijaty do zaměstnání, či byly přímo propuštěny, neboť nesplňovaly kritéria „profesionální krasavice.“¹⁶¹ Buď neodpovídaly subjektivním požadavkům svého zaměstnavatele a byly propuštěny proto, že o sebe příliš nedbaly, nebyly „sexy“ a vypadaly „nežensky,“ anebo byly paradoxně příliš ženské, příliš vyzývavé a příliš sexy, což mělo za důsledek opět jejich propuštění. Mýtus krásy tak drží nad ženami obrovskou moc. Navíc, nehledě na případy ztráty zaměstnání, se ženy, které jsou dle mýtu krásy definovány jako „neženské,“ stávají neviditelnými, a ženy, které jsou pak příliš „ženské,“ jsou označovány jako provokativní a vyzývavé a mnohdy se stávají oběťmi sexuálního harašení. Právě paradoxnost a využitelnost mýtu krásy velmi znevýhodňuje ženy v profesní oblasti. Ve stejném světle lze chápat i společenské stereotypy namířené proti feministkám. Ty jsou širokou veřejností, bez ohledu na šíři a neuchopitelnost feministického hnutí, definovány jako extrémistické a zakomplexované aktivistky nenávidící vše mužské, slovy mýtu krásy: jako ošklivé mužatky.

Vraťme se ale k oblasti práce. Aby byl výčet pracovní diskriminace žen na poli mýtu krásy kompletní, je třeba ještě zmínit diskriminaci na základě věku. S tím se setkávají i muži. U mužů je však stereotypně předpokládána zejména ztráta výkonnosti. U žen je to, kromě ztráty výkonnosti, předpoklad snížené tělesné přitažlivosti, který vyřazuje ženy především z těch profesí, kde je vzhled jedním z významných kritérií (ať už jsou to výše zmíněné modelky, moderátorky, herečky, apod.)

¹⁵⁹ BOVEY, Shelley. *Zakázané tělo*. Olomouc: Votobia, 1995. ISBN 80-85885-61-1.

¹⁶⁰ WOLF, Naomi. *Mýtus krásy*. Bratislava: Aspekt, 2000. ISBN 80-85549-15-8.

¹⁶¹ Profesionální krasavice je termín vyjadřující dvojí požadavek na pracující ženu. Ta musí mít jednak patřičnou kvalifikaci, ale na rozdíl od svých mužských protějšků musí ještě splňovat kritéria vzhledu. (WOLF, Naomi. *Mýtus krásy*. Bratislava: Aspekt, 2000. ISBN 80-85549-15-8. s. 31 – 35.)

7. Budoucnost mýtu krásy

Jaká je budoucnost mýtu krásy a jaká je budoucnost krásy ženské (a krásy mužské)?

Domnívám se, a to jsem se také snažila v předešlých kapitolách dokázat, že mýtus krásy je především specificky genderově zaměřeným a historicky a kulturně podmíněným sociálním konstruktem.

Za posledních sto let se úzce definovaná tělesná krása stala povinností každé ženy. Tento tlak stále zesiloval. Posledních třicet let jsme svědky podobné tendence i u mužů. Přesto nedosahuje a nevypadá to, že by kdy dosahovala obdobných rozměrů.

Ženská krása byla jednou z prvních pozitivních hodnot, které byly přiděleny ženskému pohlaví. Tak je tomu dodnes. Díky mýtu krásy se z něj stal silný společenský nátlak, který krásu zúžil a definoval ji do nejmenšího detailu. A ženy se tomuto ideálu chtějí přiblížit, z čehož vyplývá řada negativních důsledků.

Přesto, a to je třeba vzít především v úvahu, ženy, ačkoli si ve své většině tento tlak uvědomují a nelíbí se jim, chtějí být a zůstat krásné. Chtějí se líbit sobě, svému okolí a mužům. Tato touha, pozůstatek z dob minulých, je ženám vlastní a vytváří tak poptávku po kráse, na niž parazituje právě obchod. Dle Lipovetskeho se ztotožnění ženy s krásným pohlavím nedostává do konfliktu s požadavky dnešní doby a bude tudíž přetrvávat i nadále: „Pod tlakem průmyslu krásy z jedné strany a touhy po autonomii a osobním završení z druhé se obecně vytrácí odvěké nepřátelství k lásce k tělu, k narcismu a líčení... Ženský zájem o vlastní vzhled proto nesmíme chápat jako přežitek, nýbrž jako důsledek současných norem a vlastního já, snah o kvalitnější existenci a svrchovanost nad sebou.“¹⁶² S tím také souhlasím.

Emancipační a obecně společenské tendence k rovnoprávnosti mezi pohlavími posouvají a pozměňují hranice obecné feminity a maskulinity. Ženy se stále více dostávají do veřejné sféry, která dříve náležela výhradně mužům, a muži se naopak mohou částečně podílet na sféře patřící donedávna pouze ženám, na kráse a vzhledu.

¹⁶² LIPOVETSKY, Gilles. *Třetí žena*. Praha: Prostor, 2000, ISBN 80-7260-030-3. s. 183-184.

Zájem o vlastní vzhled a tělo a tělesnost tak bude nadále významnou součástí našich životů. A stále ještě doménou žen, ačkoli i muži už otevírají toto odvěké ženské tajemství. Není jasné a čitelné, co by mohlo způsobit úpadek tradičního nadhodnocování ženské krásy.

Problém je v přísnosti a nekompromisnosti toho, co naše společnost díky mýtu krásy definuje jako žádoucí. Tento tlak činí mnoho žen nespokojenými (a dnes i řadu mužů) a nutí je až k obsesivnímu zájmu o vlastní tělo, které dle některých autorů dosahuje až náboženských rozměrů. A právě s tímto diktátem je třeba něco udělat: rozšířit jeho úzké hranice a nutnost nahradit možností svobodné volby. S ohledem na poptávku po krásném a atraktivním vzhledu by obchodní průmysl na širší definici krásy nezkrachoval. I ženy, které by si připadaly jako krásné, by o sebe chtěly nadále pečovat a dbát.

Radou, jak se postavit vůči mýtu krásy je, ačkoli se to může zdát naivní, těžké a marné, začít u sebe. Být originální, být sama sebou a mít se ráda. Být svobodná, oblékat se dle vlastního vkusu, jíst dle chuti a stejně tak se věnovat i pohybu. Teprve člověk, který má rád sebe sama, dokáže vnímat sebe sama jako krásného. Krása se stane „nekonkurenční, nehierarchickou a nenásilnou.“¹⁶³ Pak zůstane mnohem více času a energie na realizování v jiných oblastech, než je vlastní tělo. Spokojenost s vlastním tělem úzce souvisí s kvalitou našeho života. Slovy N. Wolf: „Přestaňme se stydět. Buďme chamtivé. Dopřejme si požitek. Vyhýbejme se bolesti. Oblékejme se, dotýkejme se a jezme podle chuti. Tolerujme rozhodnutí jiných žen. Vyhledávejme sex, jaký chceme a bojujme ze všech sil proti sexu, jaký nechceme. Vytyčujme si vlastní cíle. Teprve tehdy, když prorazíme a změníme pravidla, nebude už nic moci otřást naším vědomím vlastní krásy: zpívejme o ní, zdobme ji, vystavujme ji na obdiv a těšme se z ní.“¹⁶⁴ Je třeba, aby ženská těla patřila skutečně ženám, aby jejich majitelky byly samy sebou a vyjadřovaly tak svojí vlastní osobitou krásu. „Jakmile bude bez pochyby potvrzeno, že ženské tělo není předmětem, budou se ženy moci začít bezstarostně zdobit krásnými předměty. Jakmile si budeme moci samy zvolit, jak použít vlastní tvář a šaty prostě jako jednu z mnoha dalších forem sebevyjádření, ženy se osvobodí od mýtu krásy.“¹⁶⁵

¹⁶³ WOLF, Naomi. *Mýtus krásy*. Bratislava: Aspekt, 2000. ISBN 80-85549-15-8. s. 325.

¹⁶⁴ Tamtéž. s. 330.

¹⁶⁵ Tamtéž. s. 273-4.

Širší pohled na krásu pak umožní, aby byly krásné malé i velké ženy, štíhlé i silné, mladé i staré, bělošky, černošky, Asiatky i míšenky. Krásné mohou být plné ženské boky i malá ňadra. Krásu může poskytnout právě pluralismus a variabilita, svobodná možnost volby.

Je třeba ukazovat ženy z masa a kostí. Tuto „alternativní krásu“ může nabízet a také nabízí umění, ačkoli zůstává často přístupné jen úzké skupince lidí. Vedle umění pak dříve zmíněné spolky bojující proti diskriminaci na základě vzhledu a věku, dále pak kulturistky a feministky. V masovém měřítku hrají hlavní roli média a reklama. Znovu připomínám filmový dokument *Ženy pro měny*. Jako pozitivní příklad lze také uvést již zmiňovanou reklamní kampaň firmy Dove¹⁶⁶.

A především, je třeba postavit na piedestal i jiné hodnoty, než je právě krása. Skutečná krása, a nejen ta tělesná, vyplyne teprve tehdy, až přestane být alfou a omegou ženského bytí. Budou-li se ženy cítit krásné, budou spokojené a osvobodí se od mýtu krásy. Budou-li pečovat i o své jiné přednosti a schopnosti, než je vzhled, a budou-li je rozvíjet, přestanou být definovány primárně skrze svůj vzhled a manická honba po dokonalém těle ztratí smysl. Stane se z ní svobodné sebevyjádření.

¹⁶⁶ Opomineme-li pochybnosti, že se nejedná o ryze čistý záměr rozšířit společenskou definici krásy, ale o chytrý obchodní trik.

Závěr

Ve své práci jsem se pokusila objasnit příčiny a důsledky kultu těla, v současnosti tolik rozšířeného společenského fenoménu, který se tváří jako univerzální součást ženské přirozenosti, čímž vytváří klamný mýtus neměnnosti a danosti. Nerespektuje historickou a geografickou proměnlivost krásy, bez níž ho nelze uvažovat.

Mýtus krásy je především kulturní konstrukt, nevědomá interpretace naší tělesné přirozenosti, vycházející ze společenského mocenského pozadí, skrytého symbolického řádu. Pochází z kořenů patriarchální společnosti, je genderově podmíněný a diferencovaný. Definiuje a ustanovuje vnímání ženskosti v podobě ztotožnění ženy s krásným pohlavím již od dob renesance. Má své mechanismy, které zaručují jeho široké působení: zejména demokratizaci pomocí médií a silnou podporu obchodního průmyslu.

V současné době si v naší společnosti, navzdory volání po ženské emancipaci a rovnosti, udržuje obrovskou moc a vliv nad ženami především proto, že se dokázal spojit s požadavkem na osobní svobodu a individualismus. Stává se tak sebevyjádřením novodobého subjektu, který vnímá své tělo jako tvárný materiál, objekt, jež je možné přeměňovat k obrazu svému. Právě z toho důvodu ho začínají pocíťovat i muži. To vše bez ohledu na jeho úzkou definici krásy a přitažlivosti, která paradoxně často plodí konformnost a uniformitu, jež nerespektuje ani pomyslné hranice naší západní společnosti.

Mýtus krásy staví estetiku těla nad zdraví. Je součástí genderové socializace a individuace. Úzce definiuje meze esteticky přijatelného a má silné vynucovací mechanismy. Je jednou z nejvýznamnějších proměnných, která ovlivňuje tělesné sebepojetí. Ve svém důsledku má významný vliv na nespokojenost s vlastním tělem, jev typický pro současné ženy. Působí na intraindividuální i na interindividuální úrovni, z čehož pramení řada negativních důsledků: od poruch příjmu potravy, podstupování estetických operací až ke společenským formám diskriminace.

V současné době se nezdá, že by jeho vliv slábl, spíše naopak. Přesto je pozitivní, že většina žen si jeho dopad uvědomuje a není s ním spokojena. Účinnou zbraní proti mýtu krásy se tak zdá být rozšíření jeho úzkých hranic.

Použitá literatura

- BADINTEROVÁ, Elisabeth *Tudy cesta nevede*. Praha: Karolinum, 2004. ISBN 80-246-0885-5.
- BEUAVOIR, Simone de. *Druhé pohlaví*. Praha: Orbis, 1966.
- BLAŽKOVÁ, Miloslava. *Dějiny etických teorií 1*. Praha: Pedf UK, 2004. ISBN 80-7290-164-8.
- BOURDIEU, Pierre. *Nadvláda mužů*. Praha: Karolinum, 2000. ISBN 80-7184-775-5.
- BOVEY, Shelley. *Zakázané tělo*. Olomouc: Votobia, 1995. ISBN 80-85885-61-1.
- BRÖHMOVÁ, Patricia. *Jsem já ze všech nejkrásnější?* Praha: Amulet, 1999. ISBN 80-86299-17-1.
- CROOK, Marion. *V zajetí image těla*. Ostrava: Olda, 1995. ISBN 80-85954-02-8.
- Dvořáková, Barbora. *Komunikační styl ženských časopisů*. *Psychologie Dnes*. 2005, roč. 11, č. 9. s. 19-21. ISSN 1212-9607.
- ETCOFFOVÁ, Nancy. *Proč krása vládne světem*. Praha: Columbus, 2002. ISBN 80-7249-112-1.
- FIALOVÁ, Ludmila. *Body image jako součást sebepojetí člověka*. Praha: Karolinum, 2001. 80-246-0173.
- FIFKOVÁ, Hanka. *Erotické představy žen*. Praha: Mladá Fronta, 2005. ISBN 80-204-1204-2.
- FRANĀKOVÁ, Slávka; ODEHNAL Jiří; PAŘÍZKOVÁ, Jana. *Výživa a vývoj osobnosti dítěte*. Praha: HZ Editio, 2000. ISBN 80-86009-32-7.
- GIDDENS, Anthony. *Sociologie*. Praha: Argo, 1999. ISBN 80-7203-124-4.
- GREASER, Andreas. *Řecká filosofie klasického období*. Praha: OIKOYMENH, 2000. ISBN 80-7298-019-X.
- GROGAN, Sarah. *Body image*. Praha: Grada Publishing, 2000. ISBN 80-7169-907-1.
- HARTL, Pavel; HARTLOVÁ, Helena. *Psychologický slovník*. Praha: Portál, 2000. ISBN 80-7183-303-X.
- HAVELKOVÁ, Hana; VODRÁŽKA, Mirek. *Žena a muž v médiích*. Praha: Nadace Gender Studies, O.P.S. 1998. ISBN 80-902367-2-3.

- HOGENOVÁ, Anna. *Kvalita života a tělesnost*. Praha: Karolinum, 2002. ISBN 80-246-0457-4.
- CHUDOBOVÁ, Petra: *Body image u dívek předškolního věku*. Praha: FF UK, 2001.
- KRCH, František David a kol.: *Poruchy příjmu potravy*. Praha: Grada, 2005. ISBN 80-247-0840-X.
- KRCH, František David; MALKOVÁ, Iva. *SOS nadváha*. Praha: Granit, 1993. ISBN 80-85805-12-X.
- LIPOVETSKY, Gilles. *Třetí žena*. Praha: Prostor, 2000. ISBN 80-7260-030-3.
- OAKLEY, Ann. *Pohlaví, gender a společnost*. Praha: Portál, 2000. ISBN 80-7178-403-6.
- OSVALDOVÁ, Barbora. *Mohou dívky a ženy za své časopisy?* Mediální studia. 2010, roč. 4, č.1, s. 82-86. ISSN 1801-9978.
- OSVALDOVÁ, Barbora. *Žena – muž? Žena – muž!* Praha: IKSŽ FSV UK 1999.
- PATOČKA, Jan. *Platón. Přednášky z antické filosofie*. Praha: SPN, 1992. ISBN 80-04-25609-0.
- PATOČKA, Jan. *Sókratés, Přednášky z antické filosofie*. Praha: SPN, 1990. ISBN 80-04-24383-0.
- PLATÓN. *Dialogy o kráse*. Praha: ODEON, 1979.
- PLATÓN. *Faidón*. Praha: OIKOYMENH, 2005. ISBN 80-7298-158-7.
- PLATÓN. *Faidros*. Praha: OIKOYMENH, 1993. ISBN 80-85241-33-1.
- PLATÓN. *Symposion*. Praha: OIKOYMENH, 2000. ISBN 80-86005-89-5.
- PLATÓN. *Ústava*. Praha: OIKOYMENH, 1996. ISBN 80-86005-28-3.
- PTÁČKOVÁ, Brigita; STIBRAL, Karel. *Estetika na dlani*. Olomouc: Rubico, ISBN 80-85839-79-2.
- RENZETTI, M. Claire; CURRAN, J. Daniel. *Ženy, muži a společnost*. Praha: Karolinum, 2003. ISBN 80-246-0525-2.
- RICKEN, Friedo. *Antická filosofie*. Olomouc: Nakladatelství Olomouc, 2002. ISBN 80-7182-134-9.
- VEBLEN, Thorstein. *Teorie zahálčivé třídy*. Praha: Slon, 1999. ISBN 80-85850-71-0.
- WOLF, Naomi. *Mýtus krásy*. Bratislava: Aspekt, 2000. ISBN 80-85549-15-8.
- YALOMOVÁ, Marylin. *Dějiny ňadra*. Praha: Rybka Publishers 1999. ISBN 80-86182-92-4.

Internetové zdroje

www.feminismus.cz

www.genderstudies.cz

Reflex.cz [online]. Praha: Reflex.cz [cit.2012-03-04]. Dostupné na

<http://www.reflex.cz/Clanek17956.html>.

Reflex.cz [online]. Praha: Reflex.cz [cit. 2012-04-04] Dostupné na

<http://www.reflex.cz/Clanek4788.html>.