

Kult fyzickej krásy – hypernarcizmus a modelovanie vzťahu k telu

Matúš Marchyn

Abstrakt

Príspevok sa zaoberá fenoménom kultu fyzickej krásy, ktorý v súčasnosti ovplyvňuje množstvo ľudí viacerých vekových kategórií. Cieľom príspevku je analýza a kritická reflexia fenoménu kultu fyzickej krásy, súvisiaceho fenoménu ideálu krásy a jeho vplyvu na modelovanie vzťahu k vlastnému telu. Zámerom je identifikovať a interpretovať vzťahy medzi determinantmi vzniku a modifikácie ideálu krásy. V dôsledku konfrontácie ideálu krásy s vlastným telom dochádza k vzniku ilúzie dokonalého tela jednotlivcov, ktoré presne zodpovedá požadovaným atribútom spoločenského ideálu krásy. Prehnaná snaha nasledovať ideál krásy môže vyústiť u jednotlivcov až do vypestovania si psychických porúch a porúch vnímania vlastného tela, ako sú narcizmus či bigorexia.

Kľúčové slová

Ideál krásy. Kult tela. Hypernarcizmus. Bigorexia. Spoločnosť. Jednotlivec.

Úvod

V súčasnej spoločnosti sledujeme narastajúci trend spojený s úsilím o štíhlu, prípadne vyrysovanú postavu. Práve štíhlosť spolu s mladistvým vzhľadom predstavujú dva najdominantnejšie atribúty súčasného ideálu krásy. Tento fenomén sa stáva čoraz aktuálnejším, pričom zasahuje takmer každého z nás, či už priamo, alebo nepriamo. Každodenné, na prvý pohľad banálne skrášľovacie procedúry, ktoré praktizuje väčšina populácie, sú taktiež prejavom nasledovania ideálu krásy a všetky majú spoločný cieľ – páčiť sa. Ideál krásy potrebuje na zasiachnutie čo možno najpočetnejšej časti spoločnosti masové médiá, ktoré majú v súčasnej spoločnosti dominantné postavenie a silu manipulovať masy. Práve prostredníctvom médií sa ideál krásy šíri v spoločnosti závratnou rýchlosťou a zasahuje stále viac jednotlivcov.

Podľahnutie trendu nasledovania ideálu krásy však môže mať ďaleko vážnejšie následky, akoby sa nám mohlo na prvý pohľad zdať. Konfrontácia spoločnosťou predkladané predstavy dokonalého tela s naším skutočným obrazom vlastného „ja“ má za následok uvedomenie si svojich proporčných nedostatkov, pričom sa vytvára v jednotlivcoch tzv. predstavovaný obraz vlastného „ja“, teda predstava dokonalého tela spĺňajúceho všetky podmienky a atribúty ideálu krásy. Snaha dosiahnuť predstavovaný obraz vlastného „ja“ môže však u jednotlivcov zapríčiniť vývoj porúch osobnosti, spôsobiť poruchy príjmu potravy, no môže viesť aj k izolácii jednotlivca

s následkom vymiznutia interpersonálnych vzťahov či prípadne k exklúzii jednotlivca zo spoločnosti.

1 Na (akej) kráse záleží?! Fetišizácia a sakralizácia súčasného ideálu krásy

Poňatie krásy nemalo rovnako ako dnes ani v minulosti statický charakter, prispôbovalo a menilo sa na základe kultúrnych trendov danej doby. V rámci nich človek postupne vytvoril isté normy vnímania sveta spolu s pohľadom a názorom na seba, svoje telo a ľudské telo ako také vo všeobecnosti. Je preto logické, že človek začal telu venovať zvýšenú pozornosť. Ľudské telo svojimi proporciami vyvolávalo v človeku rôzne emócie, príjemné, ale aj nepríjemné. Na základe týchto emócií vedel odlišiť, aké telo sa mu páči a naopak, aké nepáči. Na tomto princípe sa neskôr sformoval fenomén ideálu krásy. Pod pojmom ideál krásy rozumieme obraz človeka, či už muža, alebo ženy, ktorý je majoritnou spoločnosťou prijímaný ako určitý sociálny konštrukt alebo predstava, ako by ľudia mali fyzicky vyzerieť. Je však nutné zdôrazniť, že sa chceme vyhnúť generalizovaniu a pripúšťame, že ideál ako taký vo všeobecnosti (nie konkrétne ideál krásy) môže mať na človeka priaznivý vplyv. Podľa filozofického slovníka sa ideál vykladá ako: „*Dokonalé uskutočnenie idey. Ideál je dosiahnutý vtedy, keď sa idea rozvinula vo všetkých svojich možnostiach. Ideál sa často používa ako protiklad k „reálnemu“, vo význame neskutočný, len predstavovaný.*“¹ Človek by mal mať v dnešnej západnej, liberálnej kultúre, ktorá deklaruje ľudské práva a slobodu človeka v spoločnosti vo všetkých smeroch, právo slobodne sa rozhodnúť a vyjadriť, čo považuje za krásne alebo za škaredé, čo sa mu páči alebo nepáči, dokonca aj to, ako by chcel fyzicky vyzerieť. Všetky tieto rozhodnutia by mal človek urobiť slobodne a sám bez toho, aby ho ktokoľvek ovplyvňoval alebo sa o to čo i len pokúsil, prípadne by sa mu snažil svoje rozhodnutie nanútiť. Ak na to budeme nahliadať cez prizmu elementárnej logiky, malo by to byť samozrejmé, pretože to, čo je krásne a čo naopak, je škaredé, je absolútne relatívne. Preto je možné domnievať sa, že niečo ako univerzálny ideál krásy by v dnešnej západnej spoločnosti nemal existovať. Ideál krásy je v spoločnosti prítomný, pričom sa modifikoval do extrémnej podoby. Dosiahnuť spoločnosťou diktované atribúty ideálu krásy je veľmi náročné, či už z fyzického, alebo psychického hľadiska. Za krásne sa začali považovať vychudnuté telá, ale zároveň aj svalnaté a vyšportované postavy, ako vysvetľuje Lipovetsky: „*Krása už nie je vyjadrovaná len pohľadom do zrkadla, ale postavením sa na váhu. Ideálnu ženu dnes predstavuje mladé dievča s nízkou hmotnosťou. Človek už však nemusí byť vychudnutý až na kosť ako pred pár rokmi, ale s vyšportovanou postavou, bez ochabnutých častí tela a zbytočného telesného tuku.*“²

S ideálom krásy sa spája aj fenomén *body image*.³ *Body image* a jeho interpretácia odkazuje ku kombinácii individuálnych a kultúrnych faktorov, najmä však k spôsobu vnímania mužských

¹ BRUGGER, W. *Filozofický slovník*. 1994, s. 173.

² LIPOVETSKY, G. *Tretí žena: Neměnnost a proměny ženství*. 2007, s. 37.

³ *Body image* – spôsob, akým človek premýšľa o svojom tele, ako ho vníma a cíti. Pojem *body image* zaviedol rakúsky psychiater Paul Schilder v 50. rokoch 20. storočia. Ide o predstavu človeka, ktorú má o rozmeroch svojho tela ako celku, jeho jednotlivých častiach a o vzťahoch medzi týmito časťami. Telesné sebapoňatie je dôležitou súčasťou celkového sebapoňatia človeka. *Body image* je ovplyvnený jednak osobnostnými faktormi, ako je vek, pohlavie, sexuálna orientácia, fyzické charakteristiky, tak aj faktormi prostredia. Pojem *body image* nemá v slovenskom jazyku presný ekvivalent, veľmi často sa prekladá ako telesné sebapoňatie. (Podľa: Web (1), 2018, s. 1).

a ženských tiel. Body image predstavuje súčasné spoločenské štandardy, ako sú veľkosti, tvary či rysy, ktoré môžu byť však len ťažko dosiahnuteľné. Vzhľad môže slúžiť ako represívna a obmedzujúca forma sociálnej kontroly. Dá sa však v súčasnosti odolať požiadavkám spoločnosti, ktoré sú na človeka kladené? Prečo sa vlastne ľudia riadia tým, čo hovoria iní, namiesto toho, aby sa riadili sami sebou? Aj keď je hyperkonzumná spoločnosť charakteristická individualizmom, hypernarcizmom či egoizmom, môžeme v nej pozorovať antagonický jav, keď sa pre ľudí stáva dôležitejšie to, čo je posudzované spoločnosťou ako krásne, než to, čo je krásne pre nich. Charakter súčasného ideálu krásy, či už ženského, alebo mužského, predstavujú najmä dva dominantné atribúty, a to štíhlosť a mladosť. Samotná štíhlosť by mohla byť primárne pozitívnym atribútom minimálne z medicínskeho hľadiska. Preferovanie štíhlosti pred plňšou postavou sa stalo globálnym. Samozrejme, rozdielne lokálne normy pre štíhlosť rôznych partii sú stále prítomné, teda partie, ktoré sú niekde vyžadované štíhle, môžu byť tolerované oblejšie zasa inde, no takmer všade sa v súčasnosti oceňuje štíhla postava. Štíhle proporcie tela sa však modifikovali do svojej vyhranenej podoby, akou je maskulinne vrysované telo. V súvislosti s vyšportovanou postavou by sme mohli usudzovať, že primárne ide o atribút mužského ideálu krásy, no čoraz viac sa táto „požiadavka“ dostáva do popredia aj u žien. Dosiahnuť svalnatú, vrysovanú postavu nie je jednoduché, no je to jedna zo základných podmienok splňania súčasného, spoločnosťou presadzovaného ideálu krásy. Ak jedinec spĺňa všetky podmienky ideálu krásy, no na svojom tele má akékoľvek známky starnutia, v podstate požiadavky súčasného ideálu krásy nespĺňa vôbec. Mladosť je rovnako dôležitým atribútom ako štíhlosť a ak sa na človeku objaví čo i len náznak opaku, je to neprijateľné. Staroba asociuje v spoločnosti nudnosť, pomalosť či pasivitu.

Ideál krásy v súčasnosti zasahuje takmer všetky oblasti ľudského života. Či už hovoríme o hygienických, prípadne o kozmetických návykoch, o stravovaní alebo o odievaní, športovaní a podobne. Preto nie je odvážne usudzovať, že kult fyzickej krásy zasahuje priamo alebo nepriamo takmer každého z nás. Na uvedomenie si skutočností, ako je ideál krásy v súčasnej spoločnosti zakorenený, poslúži aj fakt, že akékoľvek zdanlivo banálne skrášľovacie procedúry, ktoré využíva väčšina populácie, ako napríklad návšteva kaderníka, manikúra a pedikúra v salónoch, návšteva zubného hygienika, prípadne líčenie a mejkap, ako aj mnohé ďalšie, podliehajú ideálu krásy a majú spoločný účel, páčiť sa. Ako je však možné, že sa ideál krásy stal takou dôležitou súčasťou nášho života, ktorá nás ovplyvňuje tak výrazne? Pri vysvetľovaní a analýze vzniku, fungovania a vplyvu ideálu krásy na jednotlivcov a spoločnosť kladieme dôraz na vzájomné vzťahy medzi jednotlivými determinantmi:

Módny a kozmetický priemysel, estetická chirurgia

Najmarkantnejší vplyv na vznik a modifikovanie novodobého ideálu krásy majú trendy, vzory, normy a hodnoty vybraných troch oblastí (módny a kozmetický priemysel, estetická chirurgia), ktoré podliehajú ideálu krásy, no zároveň sú jeho determinantami.

Spoločnosť

Prostredníctvom médií pôsobí ideál krásy na spoločnosť, ktorá ho (viac-menej) akceptuje. Výsledkom je ideál krásy ako sociálny konštrukt.

Obraz skutočného „JA“ a obraz predstavovaného „JA“

Spoločnosťou akceptovaný ideál krásy vytvára tlak na jednotlivca, ktorý je nútený konfrontovať svoj obraz skutočného „JA“ s ideálom krásy. Práve pri konfrontácii obrazu skutočného „JA“ s ideálom krásy dochádza k uvedomeniu si „nedostatkov“ tela, čo má vplyv na vytváranie negatívneho body image ako psychologicko-kognitívneho faktoru. Výsledkom je vznik obrazu predstavovaného „JA“, teda obrazu tela, ktoré spĺňa kritériá ideálu krásy. V dôsledku horlivej snahy dosiahnuť obraz predstavovaného „JA“ sa jednotlivci uchylujú k radikálnym diétam, náročným fyzickým cvičeniam alebo v extrémnych prípadoch k plastickým operáciám. Táto snaha o dosiahnutie ideálu krásy často vedie k vypestovaniu psychických či stravovacích porúch, depresiám, prípadne iným zdravotným ťažkostiam. Jednotlivec však ideál krásy paradoxne zároveň podporuje tým, že sa ideálu krásy priamo alebo nepriamo podriaďuje. Obraz predstavovaného „JA“ – predstava tela dokonale spĺňajúceho kritériá ideálu krásy sa neskôr stáva faktorom vplyvu činností vybraných troch oblastí.

Na kreovanie konkrétnej podoby ideálu krásy v súčasnosti najviac vplývajú tri oblasti. Sú to práve: módnny priemysel, kozmetický priemysel a oblasť estetickej chirurgie. Je nutné pripomenúť, že nie sú to, samozrejme, len tieto tri spomínané oblasti, avšak ich vplyv sa prejavuje najmarkantnejšie z hľadiska vytvárania podoby ideálu krásy. Módnny priemysel, respektíve móda bola od začiatku svojho vzniku určená len úzkemu okruhu ľudí a rovnako je to aj dnes. Kým v minulosti bol primárnym determinantom nosenia módných kúskov oblečenia kapitál, prípadne vyšší sociálny status, dnes je to štíhle telo, ktoré sa stalo príznačným pre výraznú väčšinu módných značiek a návrhárov. Modelky musia v súčasnosti spĺňať tie najprísnejšie kritériá z hľadiska telesných proporcií, ktoré sú často vyhotené do svojich extrémnych podôb. Snaha o ich dosiahnutie môže viesť k vážnym fyzickým alebo psychickým zdravotným problémom. Ešte závažnejším problémom však je to, že proporčné kritériá platné pre modelky a modelov, ktoré sú pre väčšinu populácie veľmi ťažko dosiahnuteľné, sú prenášané aj na širokú spoločnosť. To spôsobuje, že módnne značky a návrhári vytvárajú módnne kusy oblečenia vo výraznej väčšine v malých veľkostiach (do veľkosti 40), a tak ľudia s plnšími tvarmi, respektíve s väčšími veľkosťami (veľkosti od 44 a vyššie majú označenie *plus size*) nemajú možnosť si toto oblečenie kúpiť. V súčasnosti však evidujeme aj snahy o uvoľnenie alebo poľavenie z týchto pravidiel pri výbere napríklad modeliek ako tzv. *plus size modeliek*.⁴ Niektoré z dizajnérskeho módných značiek už vytvárajú aj kolekcie oblečenia plus size, teda určené ľuďom s väčšími veľkosťami (44 a vyššie), čo by sme mohli označiť za prelom, nakoľko ešte v nedávnej minulosti to bolo pre značky neakceptovateľné. Napriek zdanlivému pokroku v tomto smere je podľa nášho názoru nutné uvedomiť si, že módnne značky, ktoré vydávajú kolekcie oblečenia plus size, to nerobia na základe vlastného presvedčenia, ale na základe zachovania si pozitívneho imidžu značky, teda dobrého mena. Ide im len o to, aby neboli v médiách označované za neohľaduplné, diskriminujúce ľudí s plnšími tvarmi a väčšími veľkosťami. Afirmáciou našej hypotézy je aj skutočnosť, že kým bežnú kolekciu tvorí niekoľko stoviek kusov oblečenia, plus size kolekcie pozostávajú z výrazne menšieho počtu oblečenia.

⁴ Plus size modelky – modelky, ktoré nosia veľkosť šiat (a iného oblečenia) v USA viac ako 14 (EU 44), v Austrálii viac ako 14 (EU 44) a vo Veľkej Británii viac ako 16 (EU 44). Zúčastňujú sa na módných prehladkach a prezentáciách no zvyčajne menej známych módných značiek. Plus size modelky sa pokúšajú zmeniť pohľad na módu a upozorniť verejnosť, že aj objemnejšie ženy majú právo nosiť oblečenie od najznámejších návrhárov, no primárne, že aj plus size modelky môžu byť krásne rovnako ako ženy so štíhlou postavou. (Podľa: Web(2), 2018, s. 1)

Súčasne je na mieste upozorniť, že módnych značiek aspoň čiastočne venujúcim sa kolekciam plus size je v súčasnosti stále minimum. Na modifikácii ideálu krásy sa súčasne podieľa aj kozmetický priemysel, ktorý sa orientuje primárne na dosiahnutie atribútu mladosti pomocou krémov, pleťových masiek, telových mliek, ale napríklad aj mejkapov, lakov a gélov na vlasy a mnoho ďalších prostriedkov, ktoré určujú aktuálne trendy celkovej vizáže. Azda najzákernejším spôsobom ovplyvňuje ideál krásy oblasť estetickej chirurgie. Tá vytvára iluzívnu predstavu skutočnosti, že na dosiahnutie tohto ideálu stačí podstúpiť chirurgický zákrok, pričom u pacientov existujú veľké riziká vzniku zdravotných defektov. V súčasnosti ľudia čoraz viac navštevujú kliniky estetickej chirurgie so zámerom podstúpiť rôzne zákroky, či už viac alebo menej invazívne, čím sa snažia výzorom ešte viac priblížiť k forsírovanému ideálu krásy. Alarmujúcou skutočnosťou je neustále sa zvyšujúci počet vykonaných plastických operácií. Je na mieste zamyslieť sa nad tým, či všetky možné riziká a zdravotné problémy stoja za snahu dosiahnuť ideál krásy, ktorý je preferovaný a forsírovaný, alebo či nie je vhodnejšie vyrovnať sa s jedinečnosťou a prirodzenou krásou každého z nás. Podľa špecialistky na sociálnu a biologickú komunikáciu Blanky Šulavíkovej už dánsky filozof Søren Kierkegaard presne zachytil to (koncept zúfalstva)⁵, čo potvrdzuje aj súčasná psychoterapeutická prax: *Najhlbšie zúfalstvo pochádza z toho, keď sa niekto rozhodne „byť iný, než je.“*⁶ Šulavíková ďalej dodáva: *„Za jeden z najdôležitejších atribútov dobrého života považujú humanistickí psychológovia autenticitu, ktorá sa vyznačuje odmietaním pretvárania, dvojtvárnosti, ale aj hľadaním hodnôt, ktoré presahujú jednotlivca.“*⁷ Dominantný princíp novodobého prístupu k životu vyrastá na potrebe orientácie človeka na vlastnú trhovú hodnotu, ktorá ho nebezpečne odvádza od seba samého a zbavuje ho vlastnej identity. Je nutné však pripomenúť, že aj napriek ideálu krásy forsírovaného spoločnosťou, existujú ľudia, ktorí si šťihlosť a vrysovanú postavu vybrali dobrovoľne možno dokonca ako životný štýl, a teda nepociťujú a nevnímajú spomínaný tlak spoločnosti.

Vzniknutý ideál krásy sa pomerne rýchlo dostáva do spoločnosti, kde začína pôsobiť a ovplyvňovať jedincov. Deje sa tak účelovo, pričom hlavným činiteľom distribúcie ideálu sú masové médiá. Naša kultúra nás naučila obdivovať to, čo je nám médiami obdivovať nariadené. Prijímame tieto informácie ako normálne a štandardné bez toho, aby sme o nich premýšľali. V súčasnosti médiá disponujú silou manipulovať masy. Média ako také sú vlastne samostatným systémom, ktorý žije svoj vlastný život vyvíjajúci sa nepredvídateľným, ale hlavne ťažko kontrolovateľným spôsobom. Dokážu vo veľkej miere ovplyvňovať správanie, postoje či názory jedincov. *„Viaceri odborníci na mediálnu problematiku sa zhodnú v tom, že médiá majú symbolickú moc formovať ľudský život, štruktúrujú, kultivujú, respektíve znevažujú, ničia hodnoty a manipulujú s príjemcom.“*⁸

V súvislosti s médiami hovorí francúzsky filozof a sociológ Jean Baudrillard o vytváraní tzv. *simulakier*. *Simulakrum* je podľa Baudrillarda: *„zhmotnenou predstavou reprezentácie, kde už však reprezentované nemá veľa spoločného s reálnym, je to nadstavba reality, ktorá stavia sama na sebe a jej odkaz k realite je už len formálny. Simulakrum je priestorom, ktorý vzniká*

⁵ Pozri bližšie: KIERKEGAARD, S. 1993. *Bázeň a chvėní – Nemoc k smrti*. Svoboda – Libertas : Praha, 1993, 250 s. ISBN 80-205-0360-9.

⁶ ŠULAVÍKOVÁ, B. „Etické“, „Estetické“ a dobrý život. 2005, s. 230.

⁷ Ibid., 2005, s. 230.

⁸ ŽILKOVÁ, M. *Globalizačné trendy v mediálnej tvorbe*. 2006, s. 1.

simuláciou prvkov, ktoré už svoj vzťah s pôvodným zmyslom a reálnym základom dávno stratili.⁹ Práve simulakrá pomáhajú vytvárať podľa Baudrillarda *hyperrealitu*, ktorá by sa dala charakterizovať ako špecifický druh spoločenskej reality, v ktorej sa mieša reálne s imaginárnym a ktorá býva označovaná za reálnejšiu než realita. Hyperrealita označuje situáciu, v rámci ktorej sa reálne aj fiktívne veci, informácie a činnosti vzájomne prelínajú, zbiehajú do seba a prepájajú tak, že je veľmi ťažké až takmer nemožné pozorovať a rozlíšiť jednotlivé hranice medzi realitou a fikciou. V týchto súvislostiach nie je možné dôjsť k jednoznačnému zisteniu, či ide o stav skutočný, alebo čelíme len odrazu reality. S Baudrillardovým chápaním hyperreality je možné súhlasiť aj preto, lebo médiá a technológie najmä v súčasnosti poskytujú človeku univerzum ilúzie a fantázie, v ktorom sú indivíduá premožené konzumnými hodnotami, ideológiami médií a vzormi. Baudrillard v súvisi s vytváranou realitou, na ktorej sa podieľajú aj médiá, upozorňuje na tzv. *zvádzanie* indivíduí: „*Zvádzanie je to, čo si berie z diskurzu vlastný zmysel a odvracia svoj význam od pravdivosti.*“¹⁰ Koncept *zvádzania* môžeme teda premietnuť aj na súčasný ideál krásy, ktorého ilúzia je aj výrazným pričinením médií modifikovaná do extrémnej podoby vyrysovaného a štíhleho tela a vytvára tlak na jednotlivcov v zmysle nasledovania tohto ideálu, ktorý je nezriedka pre širokú verejnosť vlastne nedosiahnuteľným.

Optikou nemeckého filozofa Karla Jaspersa môžeme pod vplyvom ideálu krásy hovoriť doslova o masách, na ktoré sa spoločnosť premieňa. Slovenský filozof Peter Šajda vo svojom príspevku *K situácii doby: Kierkegaardova verejnosť a Jaspersova masa* vysvetľuje, ako Jaspers charakterizoval masu: „*Nástrojom vlády masy je verejná mienka, ktorá sa prezentuje ako názor všetkých. Tento rozhodujúci nástroj si však jednotlivec nikdy nedokáže úplne prisvojiť. Základným dôsledkom pôsobenia masy na jednotlivca je sebaod cudzenie, ktoré podporuje vznik závidi. Človek sa neorientuje na to, čo je jeho, ale na to, čo patrí iným. Seba samého interpretuje cez to, čo chcú iní. Keď je človek ako masa, nie je sám sebou.*“¹¹ Zaujímavú paralelu tu možno badať s Jaspersovou koncepciou masy, pričom jedinec sa vedome alebo nevedome stotožňuje s ideálom krásy a ak sa ho nesnaží primárne nasledovať, tak ho minimálne akceptuje. Inými slovami, ak aj jedinec disponuje diferentným názorom na ideál krásy ako taký, vplyvom masy si osvojuje názor ostatných, teda názor väčšiny, pričom jeho pôvodný názor je zatláčaný do úzadia, aby nevytŕčal z masy. Šajda však dopĺňa, že čím viac človek podlieha mase, tým viac sa jej snaží vzdorovať: „*Masový človek chce dosiahnuť to, čo dosiahol niekto iný, jeho ciele nemajú vnútorné, ale iba vonkajšie určenie. Nechá sa pohltiť masovým dňaním, nechce sa však úplne vzdať existenciálneho sebaurčenia. Preto keď výraznejšie podlieha masovosti, spúšťa sa v ňom obranná reakcia.*“¹² Šajdova téza sa dá opätovne prepojiť s problematikou ideálu krásy, pričom vonkajším cieľom je nasledovanie ideálu, teda snaha o vyrysované a štíhle telo pravidelnými cvičeniami, prípadne inými fyzickými aktivitami. Avšak absentuje vnútorný cieľ, a teda pestovanie zdravého životného štýlu a celkové zlepšenie z hľadiska zdravotných aspektov, ktoré by mali byť, ako by sme sa mohli nazdávať, primárnym cieľom. Ako vzdor voči mase sa javí napríklad už spomínaná komunita *plus size*, ktorá sa snaží reflektovať a presadiť ideu, že nikto nesmie byť diskriminovaný na základe vzhľadu a každý človek je jedinečný, a tým krásny, aj keď je to v rozpore so súčasným ideálom krásy.

⁹ BAUDRILLARD, J. *Selected Writings: Second Edition*. 2002, s. 127.

¹⁰ BAUDRILLARD, J. *O svádění*. 1996. s. 63.

¹¹ ŠAJDA, P. *K situácii doby: Kierkegaardova verejnosť a Jaspersova masa*. 2015, s. 731 – 732.

¹² *Ibid.*, 2015, s. 732.

Ďalším determinantom je skutočný obraz vlastného „JA“. Najprv však považujeme za nutné definovať, čo pojem „obraz“ predstavuje, pričom vychádzame z definície francúzskej filozofky Marie-José Mondzain: „*Obrazom nazvem modus nestáleho javenia sa nejakého zdania, ktoré zakladá subjektívny pohľad. V mojej lexike je „obraz“ práve to, čo zakladá subjekt.*“¹³ Je nutné si uvedomiť, že človek sa odlišuje od zvierat okrem iného aj tým, že má schopnosť vnímania, uvedomenia si vlastných vnemov, pocitov či zložitejších myšlienkových pochodov. Tento proces psychológia ako vedná disciplína nazýva introspekciou, no britský mysliteľ a filozof John Locke tento proces nazýva reflexiou. Cez prizmu Lockovej optiky teda môžeme konštatovať, že schopnosť sebareflexie nás priviedla k schopnosti vnímať seba ako seba. Tým sa človek stáva osobou s určitou identitou. V identite teda platí „ja som ja“ alebo „ja rovná sa ja“. Znamená to, že všetko, čo je už mimo „ja“, je niečím iným, teda všetko, čo je mimo identity, už nemôže byť jej súčasťou, iba jej protikladom a popretím. Podľa Mistríka v dekonštrukcii francúzskeho filozofa Jacquesa Derridu: „*je pre identitu (teda pre sebauvedomenie) nevyhnutné uvedomovať si vlastnú kultúrno-historickú pozíciu a reflektovať svet tak, že vieme o pozícii, z hľadiska ktorej ho reflektujeme. Našu pozíciu ovplyvňuje výchova, región, ale aj doba, v ktorej žijeme.*“¹⁴ Z tohto hľadiska však musíme brať na zreteľ ďalší faktor, ktorý našu pozíciu výrazne ovplyvňuje, a tým je práve médiami forsírovaný ideál krásy. Mistrík zároveň pripomína, že podobný, ale do dôsledkov dotiahnutý náhľad reprezentuje aj francúzska filozofka, psychoanalytička Julia Kristeva so svojou koncepciou nestabilného subjektu: „*Nato, aby si subjekt (človek) uvedomoval seba, musí sa oslobodiť z totality jazyka. Musí pochopiť seba ako projekt, ktorý je stále v pohybe a v zmene. Človek sa neustále identifikuje s určitým kolektívom či so svojou sociálnou rolou, takže jeho identita je premenná. Identita tak nikdy nie je konečná pod podmienkou, že sa oslobodí z totalitných rámcov kultúry.*“¹⁵ Uvedomenie si vlastného tela, respektíve svojho skutočného telesného obrazu, je stav vedomia, v ktorom je pozornosť zameraná na vnímanie a prežívanie tela ako takého. Uvedomenie si vlastného telesného obrazu jednotlivcov sa rozlišuje silou pozornosti venovanej vlastnému telu, ako aj silou koncentrácie zameranej na jednotlivé časti tela. V súčasnosti sa pozornosť vzťahuje prioritne na abdominálnu oblasť, no na druhej strane nemožno zanedbať ani ostatné partie, či už sú to ruky, stehná, boky, zadok a podobne, nakoľko ideál krásy priniesol kult štíhleho tela a vyžaduje štíhlosť všetkých partií ľudského tela. Práve telesné sebapoňatie je veľmi dôležitou súčasťou celkového sebapoňatia individua, ktoré sa opiera nielen o vlastnú skúsenosť jedincov, ale aj o názory druhých ľudí v spoločnosti. Dnešná spoločnosť výrazne ovplyvnená ideálom krásy, ktorý je závatne šírený masovými médiami, sa v súčasnosti stáva pre jedincov rozhodujúca pri vytváraní svojho telesného obrazu „ja“ a tento obraz je často veľmi skreslený a deformovaný. Telo sa doslova stáva dizajnerským produktom a objektom, do ktorého musia byť okrem času investované aj nemalé finančné prostriedky a ktoré je v súčasnosti verejne prezentované ako symbol úspechu. Naše „ja“ je v súčasnej hyperkonzumnej spoločnosti konštruované a formované pod značným vplyvom ideálu krásy. Práve konfrontácia skutočného obrazu „ja“ s ideálom krásy predstavuje pre jedincov závažné problémy. Pri tejto konfrontácii dochádza k uvedomeniu si na

¹³ MONDZAIN, M. – J. *Obraz, subjekt, moc*. 2008, s. 638.

¹⁴ MISTRÍK, E. *Estetická výchova ako nástroj sebareflexie*. 2016, s. 18 – 19.

¹⁵ *Ibid.*, 2016, s. 19.

strane jedincov, že nespĺňajú podmienky ideálu krásy, respektíve sú od nich viac či menej vzdialení, pričom sú tieto podmienky častokrát aj reálne nedosiahnuteľné. Dochádza k vytvoreniu takzvaného predstavovaného obrazu o vlastnom „ja“. Predstavovaný obraz o vlastnom „ja“ je vidina jedincov, ktorá im ukazuje, ako by ich telo malo vyzerat' v súlade s ideálom krásy po rôznych skrásľovacích procedúrach, redukčných diétach či radikálnych plastických operáciách, ku ktorým sa jedinci uchýlia v horlivej snahe dosiahnuť spoločnosťou predkladaný model ideálneho tela. V tejto súvislosti bol pre nás inšpiratívny koncept *zrkadlového obrazu* francúzskeho psychoanalytika Jacquesa Lacana, ktorý vysvetľuje slovenský filozof Miloš Kriššák: „*Štádium zrkadla je takýmto prvotným fundamentálnym zlomom v živote subjektivity, na základe ktorého sa ako subjektivita vlastne rodí. V šiestom mesiaci života dochádza k zvláštnemu javu, keď dieťa začína rozoznávať svoj vlastný obraz v zrkadle, konfrontuje sa (pózuje) so svojim zrkadlovým obrazom a pokúša sa dosiahnuť koordinovanosť pôvodne nekoordinovaného tela. Podľa Lacana je to manifestácia exemplárnej situácie symbolickej matrice, v ktorej je ~ja~ vrhnuté v (akejsi) primordiálnej podobe ešte predtým, než je objektivizované v dialektike identifikácie s druhým. V identifikácii s vlastným obrazom (imago) dochádza k ustanoveniu pôvodného či zakladajúceho obrazu ~ja~.*“¹⁶ Rovnaká situácia nastáva, ak sa jednotlivec stotožňuje s predstavou svojho dokonalého tela (predstavovaný obraz vlastného „ja“), ktorú prijíma ako svoju vlastnú a vyvíja maximálne úsilie v zmysle túto predstavu dosiahnuť.

Podľa britskej filozofky Heather Widdowsovej je vznik predstavovaného obrazu vlastného „ja“ v skutočnosti väčším problémom, ako sa na prvý pohľad zdá: „*Predstavovaný obraz vlastného „ja“ má vo všeobecnosti niekoľko vlastností, ktorým je nutné porozumieť, avšak má jednu dominantnú. Kým skutočný obraz nášho „ja“ sa identifikuje s telom, predstavovaný obraz nášho „ja“ sa identifikuje okrem tela aj s predstavou tela, ktoré budeme mať alebo by sme mať mohli pri dodržiavaní určitých procedúr. Stotožnenie sa s predstavovaným obrazom vlastného „ja“ nás robí neprimerane kritickým k nášmu skutočnému telu.*“¹⁷ S teóriou Widdowsovej môžeme súhlasiť, okrem zdravotných ťažkostí, ktoré môžu byť následkom nepodarených alebo početných zákrokov estetickéj chirurgie, sa stretávame aj s častými psychickými problémami (najčastejšie anorexia, bulímia, bigorexia, narcizmus a podobne) či depresiami, ktoré pramenia z nespokojnosti so sebou samým a z pocitu menejcennosti, nakoľko nie je naplnený ideál krásy. Naše telo sa vplyvom objektifikácie redukuje na objekt, o ktorý je potrebné sa starať. Proti objektifikácii vystúpilo už hnutie feminizmu, ktoré radikálne odmietlo redukcii žien na sexuálne objekty. Proti tejto redukcii ostro vystúpila napríklad americká aktivistka, spisovateľka a dokumentaristka Jean Kilbourneová so svojimi dokumentárnymi prednáškami s názvom *Killing Us Softly*, ktoré poukazujú na genderové stereotypy, spôsob videnia ženských tiel, objektifikáciu a celkovú dehumanizáciu v súčasnej reklame. V tomto prípade však objektifikáciu neobmedzujeme len na sexuálnu, ale hovoríme o objektifikácii vo všeobecnosti ako takej. Korene tejto zvláštnosti možno nájsť už u francúzskeho filozofa, racionalistu Reného Descarta, ktorý oddelil mysliaci subjekt od svojej telesnosti. Mistrík však podstatu tejto zvláštnosti ďalej rozvíja: „*Človek sa stal subjektom, ktorý je subjektívny svojím myslením (vec mysliača), ale telo (vec rozpriestranená) zostalo mimo subjektu. Pre R. Descarta bolo vedomie v pomyselnej*

¹⁶ KRIŠŠÁK, M. *K fenomenológii dotýkania a filozofii lásky*. 2009, s. 2.

¹⁷ WIDDOWS, H. *Perfect Me*. 2018, s. 159.

hierarchii sveta ešte stále vyššou hodnotou. Otvoril však cestu k samostatnému uvažovaniu o ľudskom tele bez vzťahu k ľudskej psychike, k vedomiu, cestu k totálnemu oddeleniu mysle a tela, ktoré sa udialo koncom 20. storočia. Telo dnes žije samostatným životom, človek ho začal posudzovať mimo jeho súvislosti s vedomím.¹⁸ Baudrillard hovorí v tejto súvislosti o tzv. „demagógii tela – korporeizme“. Podľa Baudrillarda ide o povyšovanie tela na objekt túžby, obdivu, respektíve tovaru a s tým súvisí fyzická krása a estetické kritériá ako faktory obľúbenosti a popularity.¹⁹ Naproti tomu môže byť telo chápané aj inou optikou: „Napríklad vo fenomenológii M. Merleau-Pontyho ide o koncepciu ľudskej subjektivity, ktorá tiež prekračuje dualizmus telo – duša. V jej perspektíve sme my ako ľudia ontologicky telesné bytosti – „telo – subjekt“. Telo je pre nás existenciálne radikálny bod, je stanoviskom každého človeka vo fyzickom prirodzenom svete. Je ako také primárnym zmyslom našej expresie, percepcie, vedomia a subjektivity.“²⁰ Človek v súčasnej spoločnosti svoje telo do istej miery zbožšťuje, no zároveň ho však aj nenávidí, lebo nikdy nie je a vo väčšine prípadov ani nikdy nebude v zhode s ideálom krásy, ktorý človeku ponúkajú alebo dokonca vnucujú médiá a reklama. Mondzain si v tejto súvislosti kladie otázku: „Ako konštituuje samých seba v obraze, ktorý máme o sebe, vzhľadom na nejaký iný subjekt, vzhľadom na pohľad nejakého iného subjektu? Psychoanalýza, psychopatológia, texty o psychóze mi objasnili skutočnosť, že obraz je vo vzťahu k pôvodu subjektu konštituujujúci.“²¹ Ak sa človek postaví pred zrkadlo a pozrie sa na seba spredu aj zozadu, musí sa vyrovať so skutočnou situáciou, ktorá často predstavuje krutú pravdu. Tučné brucho, paže, boky alebo vrásky sú všetko odchýlky od noriem krásy, ktoré má viac-menej každý z nás. V tejto súvislosti Mistrík konštatuje: „Médiá nútia súčasného človeka vnímať svoje prirodzené telo ako niečo škaredé, čo v logike súčasných médií a masovej kultúry automaticky znamená aj zlé. Mať veľké brucho je hriech, lebo také brucho o človeku vypovedá, že veľa konzumuje a nezdravo sa stravuje, teda nekontroluje svoj životný štýl, žije ako zvieratá. Mať veľa vrások znamená, že sa človek nestará o svoju pleť, že je starý, teda nemá dosť síl podávať vysoké výkony. Disharmonické telá teda buď ponížujú človeka na úroveň prírody, zvieratá, alebo ho prinajmenšom odsúvajú z centra diania na okraj spoločnosti.“²² Zaujímavou analógiou k Mistríkovmu konštatovaniu je metafora železnej panny Naomi Wolfovej v knihe *Mýtus krásy*: „Železná panna sa pôvodne používala ako mučiacci nástroj v stredovekom Nemecku. Dutá schránka v tvare tela bola pomalovaná údmi krásnej, usmievajúcej sa mladej ženy. Nešťastnú obeť pomaly zatvorili do jej vnútra, kde musela nehybne čakať na smrť hladom alebo v lepšom prípade sa o jej smrť postarali železné klince umiestnené vo vnútri panny. Podobne meravá, krutá a eufemisticky vyzdobená je aj moderná halucinácia, v ktorej ženy uviazli, či už dobrovoľne, alebo nedobrovoľne. Súčasná kultúra upriamuje pozornosť na obraz železnej panny a pritom cenzuruje skutočné tváre a telá žien.“²³ Môžeme teda konštatovať, že ľudia sú do určitej miery posadnutí nasledovaním ilúzie dosiahnutia ideálu krásy a zároveň opovrhujú svojou jedinečnosťou, ktorá robí každého človeka svojim spôsobom krásnym. Ideál krásy teda

¹⁸ MISTRÍK, E. *Zboštenie tela v narcizme a koniec postmodernej kultúry*. 2008, s. 344.

¹⁹ BAUDRILLARD, J. *Symbolic Exchange and Death Theory, Culture & Society*. 1993.

²⁰ JAKUBOVSKÁ, V. a kol. *Reflexia tela a telesnosti v kontexte súčasného umenia a digitálnych médií*. 2018, s. 112.

²¹ MONDZAIN, M. – J. *Obraz, subjekt, moc*. 2008, s. 639.

²² *Ibid.*, 2008, s. 345.

²³ WOLF, N. *Mýtus krásy*. 2000, s. 19.

z hľadiska výzoru neguje akúkoľvek autenticnosť, jedinečnosť, originalitu a forsírjuje akúsi uniformitu v zmysle nasledovania konkrétnych fyzických atribútov. Ako etický problém sa ukazuje aj chápanie pojmu byť „normálny“. Normálny sa môže interpretovať vo význame neutrálny, priemerný, teda nie pekný ani škaredý, nie vysoký ani nízky, resp. v kontexte našej témy nie tučný ani štíhly. Normálne však predstavuje aj všetko to, čo je spoločnosťou akceptované. V súčasnej spoločnosti, v ktorej dominujú médiá, sa však tento pojem z hľadiska vnímania vlastného tela značne modifikuje. Postavu, ktorú by sme pred pár rokmi z hľadiska proporcií označili za normálnu, dnes nazývame ako pribratejšiu alebo oblejšiu. Tento jav možno považovať za logické vyústenie každodennej konfrontácie s dokonalými štíhlymi a vyrysovanými telami v médiách, či už v časopisoch, filmoch, reklamách na sociálnych sieťach a podobne. Problém „normálnosti“ sa výrazne prejavuje najmä pri utváraní pozitívneho body image (respektíve jeho absencii), a to nielen u mladých dospievajúcich ľudí. V skutočnosti však reálnym problémom nie je samotný pojem „normálny“, ale spôsob myslenia šírený v spoločnosti, teda to, čo spoločnosť považuje za „normálne“. Nakoľko sa hranice chápania „normálneho“ tela posúvajú čoraz viac k extrémnym podobám, je žiaduce si klásť otázku, ako si spoločnosť bude „normálne“ telo predstavovať o niekoľko rokov? Ako ďaleko až môže táto normálnosť zúžiť?

Okrem možných zdravotných problémov, ktoré vyplývajú zo snahy nasledovať ideál krásy, môže tento ideál spôsobiť aj ďalšie komplikácie, akou je napríklad negatívny vplyv na ľudskú sexualitu. Slovenský filozof Pavel Zahrádka vo svojom príspevku s názvom *Mýtus o mýte krásy. Polemika s knihou Mýtus krásy Naomi Wolfovej* vysvetľuje: „*Ľudské sexuálne správanie nie je podľa Wolfovej emanáciou biologických potrieb, nakoľko sa mu ľudia učia v procese socializácie. Inými slovami povedané, kultúra nám predpisuje sexuálny scenár, prostredníctvom ktorého sa učíme, čo nás má vzrušovať, kedy a kde máme mať sex, ako a prečo ho máme mať a v neposlednom rade, s kým ho máme mať.*“²⁴ Hlavnou príčinou tejto škodlivej manipulácie so ženskou a mužskou sexualitou sú predovšetkým reklamné a filmové obrazy s pornografickým námetom. Pornografický priemysel využíva v súčasnosti svoju masovú popularitu, ktorá pramení z represívneho postoja euroatlantickej kultúry k zobrazovaniu sexuálnych vzťahov a ľudskej nahoty. Tento priemysel sa vďaka technologickému pokroku a súčasným trendom, ako napríklad čoraz viac vzrastajúci záujem o štúdium posthumanizmu a transhumanizmu, dostáva na novú úroveň. V pornografickom priemysle môžeme pozorovať absolútnu až bizarnú podobu ideálu krásy, čoraz populárnejší fenomén tzv. sex robotov. Mužské a ženské podoby sex robotov môžu negatívne ovplyvniť mužskú a ženskú sexualitu. Môžu byť vyrobené a prispôbené podľa predstáv zákazníkov, takže nezriedka, azda takmer vždy, majú títo roboti štíhlu, prípadne vyrysovanú postavu. U ženských sex robotov prevládajú typické ženské partie ako zadok či prsia veľkých rozmerov, no s technologickým pokrokom je možné dokonca vytvoriť tvár podľa požiadaviek zákazníkov, ktorá dosahuje maximálnu možnú mieru autenticnosti ľudskej tváre. Celkový výzor sex robotov, ktorý je umelo vytvorený a v realite len veľmi ťažko dosiahnuteľný, prípadne nedosiahnuteľný, môže byť premietnutý do reálneho života a ako vzor. Nutné je tiež poznamenať, že odborníci predikujú vďaka novým technológiám ešte prepracovanejšie podoby týchto robotov. Roboti by mali v budúcnosti vedieť nielen rozprávať, ale dokonca aj viesť rozhovor a reagovať na myšlienky svojich majiteľov. Dokonca sa objavujú snahy konštruovať

²⁴ ZAHRÁDKA, P. *Mýtus o mýte krásy. Polemika s knihou Mýtus krásy Naomi Wolfovej*. 2008, s. 117.

robotov tak, aby boli schopní prejavovať ľudské city ako smútok, hnev, radosť a podobne. Je prirodzené zamyslieť sa, či je to vôbec reálne, avšak pri súčasnom trende technologického pokroku tento variant nielen nemožno pokladať za úplne nezmyselný, ale existujú takí roboti, ktorí tieto snahy premietli do reality (robot Sophia, ktorý dokáže plynulo konverzovať s človekom, gestikulovať dokonca prejavíť emócie).²⁵ Zahradka ďalej poukazuje na rozdielnosť pôsobenia pornografických obrazov podľa Wolfovej: „*Pornografické obrazy pôsobia dvoma možnými spôsobmi, ktoré Wolfová označuje nálepkami pornografia krásy a sadomasochizmus krásy. Škodlivosť pornografie krásy spočíva v umelom spojení ženskej sexuálnej príťažlivosti (ale aj mužskej) s ideálom krásy, ktorého dôsledkom sú pocity menejcennosti a sexuálnej neatraktívnosti u žien (ale aj u mužov), ktoré ideálu nezodpovedajú. Sadomasochizmus krásy zobrazuje sexuálne násilie na ženách (sčasti aj na mužoch) a výrazne ovplyvňuje ženské a mužské ponímanie sexuálneho styku.*“²⁶ Wolfová v závere svojej knihy vyjadruje potrebu zlomiť účinnosť súčasného ideálu krásy, respektíve krásy ako takej. Tú netreba priamo eliminovať z nášho hodnotového rebríčka, nakoľko sama o sebe nie je škodlivá. Wolfová dokonca uvádza jej pozitíva, ako napríklad schopnosť fascinovať či vytrhnúť nás z kolobehu každodennosti. Problém však spočíva v redukcii krásy len na jednu normatívnu podobu, ktorej dôsledkom je nemožnosť voľby. Krásu nemožno chápať ako exkluzívnu vlastnosť, prostredníctvom ktorej niektorí ľudia vynikajú nad ostatnými.

Krásu je nutné chápať ako hodnotu, ktorá spočíva v jedinečnosti a neopakovateľnosti fyzických rysov, ale aj v rozmanitosti svojich foriem. Preto je potrebná už spomínaná autenticita. Zahradka tvrdí, že s podobným prístupom prichádza aj americká filozofka Marcia Eatonová, ktorá do považovanej zmeny zahŕňa nielen fyzické, ale aj duchovné vlastnosti: „*Podľa Eatonovej súčasný ideál krásy ohrozuje ľudské zdravie ako po jeho fyzickej, tak i psychickej stránke. Tomuto nebezpečeniu je potreba čeliť zmenou spôsobu, akým slovo krása používame v bežnom jazyku. Doterajší spôsob ponímania krásy je ovplyvnený kantovským poňatím krásy, ktoré sa vzťahuje len na oceňovanie zmyslami vnímateľných vlastností, a preto umožňuje len existenciu fyzického ideálu krásy. Podľa Eatonovej je potreba, aby sme sa namiesto tohto poňatia priklonili k tzv. kontextuálnemu poňatiu krásy, ktoré pri estetickom zhodnotení zohľadňuje tiež naše znalosti a morálne hodnoty.*“²⁷ Eatonovej navrhovaná zmena je síce logicky opodstatnená, no otvára sa priestor na polemiku, do akej miery je skutočne reálna najmä v súčasnosti. Akákoľvek reforma v ponímaní ideálu krásy je však založená na dôležitom predpoklade, a to, že naša predstava o telesnej kráse je určitý sociálny konštrukt, a preto môže byť modifikovaná. Ak konštatujeme, že ideál krásy je sociálnym konštruktom, znamená to, že musí byť majoritnou väčšinou spoločnosti prijatý a akceptovaný. To značí, že táto väčšina mala voľbu, či prijme, prípadne neprijme tento ideál, no slobodne sa rozhodla prijať ho. Tu sa však otvára priestor na polemiku a je minimálne diskutabilné, či pri akceptácii ideálu krásy naozaj jestvuje sloboda, pretože na spoločnosť pôsobí manipulatívne, možno až donucujúco.

Slovenský filozof Ivan Buraj vo svojom príspevku s názvom *Manipulácia ako moc, manipulácia a sloboda* upozorňuje, že je nutné rozlišovať pojmy manipulácia a donútenie: „*V prípade manipulácie existuje vždy nejaká voľba, a tým aj možnosť mravného prejavu*

²⁵ Pozri bližšie: <https://www.youtube.com/watch?v=3nZ79rxh_Ec>.

²⁶ Ibid., 2008, s. 120.

²⁷ Ibid., 2008, s. 123.

osobnosti. Zatiaľ čo donútenie „pracuje“ hlavne s príkazmi, manipulácia zasa s presvedčovaním. Manipulácia je spravidla jemnejšia, diskrétnejšia a sofistikovanejšia; donútenie ako sila, násilie je hrubšie, priamočiarejšie. Práve z toho dôvodu sa manipulácia vo všeobecnosti pokladá za vzor tzv. soft power, a teda za miernejší, a v tomto zmysle i prijateľnejší variant moci.“²⁸ Každopádne je nutné taktiež povedať, že medzi oboma pojmami nie je markantný rozdiel a medzi manipuláciou a donútením sa v reálnom živote stierajú hranice, respektíve sa tieto pojmy často prekrývajú. Za typický príklad formy manipulácie sa často označuje reklama. Tá sa pokladá za najčistejšiu a zároveň najhoršiu formu manipulácie, pretože vopred vylučuje možnosť slobodnej voľby a poskytuje menší priestor na realizáciu slobody človeka. Reklama je zároveň prostriedkom médií, ktoré, ako sme už uvádzali, zohrávajú vo vytváraní, šírení a sprostredkovaní vplyvu ideálu krásy na spoločnosť dominantnú úlohu. Buraj ďalej doplnia: „Hoci súčasné mocenské techniky pôsobia takmer neviditeľne a neškodne, stále ide o mocenské techniky (medzi ktoré patrí aj manipulácia a donútenie – pozn. autora), ktorých podstata sa nezmenila. Ich konečným cieľom je ovládanie individuí, a to tým, že ich objektivizujú, premieňajú na obyčajné nástroje vplyvu, dehumanizujú, zbavujú ich už spomínanej svojbytnosti a slobody, a takto „odovzdaných“ jednotlivcov potom podriaďujú nejakým vonkajším cieľom, prinajmenšom im diktujú istý spôsob myslenia, správania a konania.“²⁹ Ak vychádzame teda z týchto konštatovaní a z teórie, že naše telo je výhradne našim vlastníctvom,³⁰ je nutné zamyslieť sa a vrátiť sa k rovnakej otázke – je človek v súčasnej spoločnosti naozaj slobodný aj v otázke nasledovania ideálu krásy?

2 Hypernarcizmus – počkať, najskôr fotku!

Jednou z mnohých (nielen) psychických porúch, ktoré môžu byť spôsobované vplyvom ideálu krásy na individuum je narcizmus. Táto psychická porucha je v súčasnej spoločnosti veľmi pertraktovanou témou, pričom ale často dochádza k dezinterpretácii tohto pojmu. Za narcisa sa dnes považuje každý človek, ktorý sa rád fotí, rád sa obzerá pred zrkadlom, prípadne sa rád pekne obleka. Slovenská kulturologička Viera Gažová charakterizuje dnešného narcisa ako závislého od reklamy: „Porovnáva sa s modelmi prezentovanými reklamou, trápí svoje telo vo fitnesscentrách, hľadá na módnych stravovacích programoch, vyhľadáva oblečenie najslávnejších značiek a pripája sa k aktuálne vychyteným kultom a surfuje po relígiách. Mediálny svet mu ponúka sofistikovaný estetický ideál. Presvedča ho o možnosti stať sa dokonalým, získať nejakú formu uznania a možno aj aplauz a renomé celebrity.“³¹ Problémom však je, že v súčasnej hyperkonzumnej spoločnosti by pri takejto definícii bola za narcistickú označená väčšinová časť populácie. Názory odborníkov, ktorí sa danej problematike venujú, sa

²⁸ BURAJ, I. *Manipulácia ako moc, manipulácia a sloboda*. 2018, s. 744.

²⁹ *Ibid.*, 2018, s. 748.

³⁰ Modus mať & byť – zmenou orientácie ľudského života z módu mať na modus byť by sa dalo charakterizovať dosiahnutie pozitívnej slobody. Viedla by k zmierneniu závislosti človeka na vlastníctve, autoritách, spoločenskom systéme. Priniesla by so sebou aj zmenu stavu spoločnosti, ktorú nemecký filozof Erich Fromm označuje za „atomizovanú“. Atomizovanú spoločnosť charakterizuje fakt, že človek stále viac prestáva byť individuom a stáva sa samostatnou jednotkou v spoločenskom systéme, egoistom, dokonca až „otrokom“ spôsobu života, ktorý vedie, ktorý mu diktuje, ako má žiť. (Podľa: FROMM, E. *Mít alebo byť*. 1992, s. 78 – 82).

³¹ GAŽOVÁ, V. *Narcizmus v súčasnej kultúre*. In *Acta Culturologica*. 13. 2005, s. 30.

viac alebo menej rozchádzajú, a preto je náročné presne charakterizovať tento defekt a vymedziť jeho presné symptómy. Minimálne existuje množstvo rozdielných spôsobov nazerania na túto problematiku. Je nutné konštatovať, že súčasný terminologický aparát nerozlišuje medzi narcistickým správaním (typickým pre súčasnú dobu) a narcizmom ako psychickou poruchou. Obidve sa zvyčajne zavádzajú označujú jednotným pojmom ako narcizmus. Samozrejme, je nutné brať do úvahy aj fakt, že v čase, keď bola narcistická porucha definovaná, súčasná spoločnosť nebola charakteristická narcistickým správaním, preto je prirodzené, že nebola potreba rozlišovať tieto dva termíny.

Najdôležitejším znakom narcistickej poruchy osobnosti je porucha sebahodnotenia. Narcisti majú neprimerane veľké sebavedomie, sú veľmi zraniteľní čímkoľvek, čo sa ich sebavedomia dotkne. Majú sklon k preceňovaniu vlastného významu, v podstate sú presvedčení o svojej jedinečnosti a výnimočnosti. Azda medzi najznámejších odborníkov venujúcim sa narcizmu patria rakúsky psychológ a psychiater Sigmund Freud, nemecký psychoanalytik a filozof Erich Fromm či americký sociológ Christopher Lasch. Kým Freud analyzuje narcizmus ako stav, v ktorom sa „ja“ stalo vlastným sexuálnym objektom, Fromm ho chápe ako obranný mechanizmus proti strate sebaúcty, pričom sa domnieva, že cieľom človeka je vlastný narcizmus prekonať.

Pre nás bude východiskovou ešte aktuálnejšia Bonelliho koncepcia troch pút narcistickej poruchy osobnosti. Podľa rakúskeho neurovedca, psychiatra a psychoterapeuta Raphaela M. Bonelliho je narcista pripútaný sám k sebe tromi putami: „*Idealizácia seba samého, odopieranie hodnoty druhým a sebaimanencia to sú tri základné putá ľudí trpiacich narcistickou poruchou.*“³² Bonelli ku každému z týchto troch pút pripisuje tri kritériá narcistickej poruchy osobnosti (spolu deväť kritérií)³³, ktoré boli v roku 2013 publikované v *Diagnostickom a štatistickom manuáli duševných porúch (DSM-5) Americkej psychiatrickej asociácie*. Tieto kritériá sú aj dnes považované za všeobecne platné a sú východiskom pri stanovení diagnózy. Prvé Bonelliho puto, idealizáciu samého seba, môžeme charakterizovať ako zamilovanosť narcisa do samého seba, pričom dochádza k preceňovaniu svojich vlastností, predností, talentu, výkonov, ale aj samotnej dôležitosti ako takej. Preceňovanie svojich výkonov a dôležitosti je logickým vyústením, pretože ide o výkony a dôležitosť toho konkrétneho individua (narcisa), a nie o výkony niekoho iného. Pritom je nutné brať do úvahy základné kritérium narcistickej poruchy osobnosti, že v strede záujmu narcisa sa nachádza len tento narcis a nikto iný. Pre narcistov je príznačné, že žijú vo vlastnej realite, v ktorej sú stredobodom práve oni. Preto sa

³² BONELLI, M. R. *Mužský narcizmus*. 2018, s. 67

³³ Deväť kritérií narcistickej poruchy osobnosti podľa DSM-5 – 1. Človek má grandiózne poňatie vlastnej dôležitosti (preháňa napríklad svoje výkony a nadanie alebo očakáva, že ho bez zodpovedajúcich výkonov budú uznávať za nadriadeného. 2. Je silne zaujatý fantáziami o bezmedznom úspechu, moci, skvelosti, kráse alebo ideálnej láske. 3. Myslí si o sebe, že je jedinečný a mimoriadny a že len ďalší mimoriadni alebo vysoko postavení ľudia (prípadne inštitúcie) mu rozumejú, alebo len s takými ľuďmi sa má sýkať. 4. Potrebuje neustály obdiv. 5. Prejavuje nárokové uvažovanie, t. j. prehnane očakáva mimoriadne dobrú terapiu alebo sa automaticky vyhovie jeho vlastnému očakávaniu. 6. V medziľudských vzťahoch vykorisťuje, t. j. využíva iných ľudí, aby dosiahol vlastné ciele. 7. Prejavuje nedostatok empatie. Nie je schopný poznať a uznať pocity či potreby druhých, alebo sa s nimi identifikovať. 8. Často býva závistlivý alebo si myslí, že druhí závidia jemu. 9. Prejavuje sa arrogantným, pyšným správaním alebo názormi. (Podľa : BONELLI, M. R. *Mužský narcizmus*. 2018, s. 173).

javí ako logická najmä skutočnosť, že narcis má v sebe istú slepú škvrtu, ktorá mu bráni, resp. on sám ani nechce vidieť všetky odbory a činnosti, v ktorých nevyvíka a nie je grandiózny.

Druhé puto v Bonelliho koncepcií úzko súvisí s tým prvým. Je logické, že vlastná idealizácia spôsobuje nedostatočnú vzťahovú spôsobilosť s inými ľuďmi. Narcis potrebuje neustály obdiv od okolia, pričom by sa mohlo zdať, že kontakt a vzťahy s druhými ľuďmi nie sú pre neho problém alebo že ich dokonca vyhľadáva. Realita je však diametrálne rozdielna. Jedinec trpiaci narcizmom v rámci medziľudských vzťahov vykorisťuje a využíva iných ľudí na dosiahnutie vlastných cieľov. Prejavuje nedostatok empatie a nie je schopný pochopiť a uznať pocity alebo potreby iných, nedokáže sa s nimi identifikovať, respektíve to ani nechce. Pocity druhých považuje za nepodstatné na rozdiel od svojich, preto im nevenuje dostatok pozornosti. Z tohto pohľadu konštatujeme, že práve uvedené disfunkcie sú dôvodom, prečo narcis nedokáže udržať dlhodobý stabilný vzťah. Narcis navyše býva pomerne veľmi často závistlivý, prípadne trpí iluzívnou predstavou o závisti druhých voči sebe. Z negatívnych vlastností je preňho charakteristické aj arogantné, pyšné správanie, ktoré pramení už zo spomínanej navrávanej grandióznosti samotného narcisa. Napriek tejto grandióznosti tu pozorujeme zaujímavý antagonizmus v podobe prehnanej urážlivosti na akúkoľvek kritiku, prehnanej citlivosti na porážku či odmietnutie pochádzajúce od okolia. Tretím Bonelliho putom je sebaيمانencia. Vo filozofickom slovníku nájdeme, že tento pojem pochádza z latinského *immanere*, čo znamená zostávať v niečom alebo lipnúť na niečom.³⁴ Vo filozofii je imanencia protipólom transcencie (z latinčiny *transcendere*, niečo prekračovať)³⁵ a označuje to, čo vo veciach trvá a čo nemôže veci prekročiť. V prenesenom význame je teda narcis človekom, ktorý nevychádza zo seba samého a ktorý nedospieva k sebatranscendencii, o ktorú prichádza svojim vyvyšovaním sa nad ostatnými. Nad narcisom už nie je pre nič iné miesto (okrem narcisa samotného).

Bonelliho koncepcia narcizmu predstavuje klinický narcizmus, teda ťažkú formu narcizmu, o ktorej hovoríme ako o psychickej poruche osobnosti, pričom opakom je neklinická forma narcizmu, ktorá nie je klasifikovaná ako psychická porucha osobnosti. Kritériá klinického narcizmu nie sú v tomto prípade naplnené v takej rozsiahlej miere alebo nie je preukázateľných všetkých deväť kritérií podľa DSM-5. Každopádne je však u pacientov s neklinickou formou preukázateľné narcistické správanie. Pri našom konštatovaní z úvodu kapitoly, že pri súčasnej častej dezinterpretácii narcizmu by trpela narcizmom väčšinová časť populácie, sme narážali práve na tento fakt, a teda je nutné rozlišovať medzi klinickou a neklinickou formou, respektíve medzi narcistickou poruchou osobnosti a narcistickým správaním. V dvadsiatom prvom storočí však badáme rapídne rozšírenie narcistického správania v celej euroatlantickej (západnej) kultúre.

Ľudia trpiaci narcizmom trávajú nadmerne veľa času upravovaním svojej vizáže, rozmanitými skrášľovacími procedúrami i starostlivosťou o udržanie alebo nadobudnutie štíhlej a vyrysovanej postavy presne podľa súčasného ideálu krásy. Neustále si pritom nahovárajú a potvrdzujú svoju vzhľadovú výnimočnosť, pričom radi svoj celkový výzor vystavujú spoločnosti na obdiv. Presne na tento fenomén poukázal aj Mistrík, ktorý prichádza k záveru, že v súčasnosti pre narcisa nestačí mať len vypracované telo, ale musí ho aj ukázať: „*Dobrý život a šťastie sú tam, kde sú krásne, vyšportované, pestované telá. Keďže takéto telo je božstvom*

³⁴ BRUGGER, W. *Filozofický slovník*. 1994, s. 178.

³⁵ *Ibid.*, 1994, s. 178.

postmoderného narcisa, vystavuje takéto vypreparované telá na obdiv. Vzniká show tela. Ideálom nie je len vypracovať telo, ideálom je ukázať ho, byť oslňujúcim, pompéznym, vytvárať dramatické efekty. Telo upravujeme preto, aby jeho vypreparovaná krása bola jasne čitateľná. Toto vystavovanie tela na obdiv, akoby bolo vo výklade, však vyjadruje fakt, že fetišom už nie je len telo samotné. Fetišom súčasného človeka je show, predstavenie, pompéznosť. Nestačí, že je telo perfektné, treba ho ako také aj ukázať.“³⁶ Príkladom takéhoto ukazovania tela sú v súčasnosti stále populárnejšie súťaže krásy, módné prehliadky, prípadne súťaže v estetickkej kulturistike, kde súťažiaci/e ukazujú svoje vyrysované telo.

3 Bigorexia – „Trampoty“ so vzťahom k telu

V súvislosti s kultom štíhleho tela je prirodzené, že široká verejnosť má povedomie najmä o poruchách príjmu potravy, ako sú mentálna anorexia a bulímia. My však pozornosť upriamime na menej známu, no rovnako závažnú a v súčasnosti stále viac sa vyskytujúcu poruchu vnímania vlastného tela, taktiež súvisiacu s poruchou príjmu potravy – bigorexiu – často označovanú za Adonisov syndróm. Adonis bol v gréckej mytológii bohom krásy, no predovšetkým bol dobre fyzicky stavaný, a tak sa hlavne jeho telo stalo symbolom tejto poruchy. Bigorexia alebo svalová, či maskulárna dysmorfia je poruchou, pri ktorej jedinec skonzumuje výrazné množstvo potravy (najlepšie bohatej na bielkoviny), aby dosiahol nárast svojej svalovej hmoty. Podľa britského psychiatra Johna Morgana bigorektici túžia nielen po štihlej postave, ale ich ideál krásneho tela sa modifikoval do extrémnej podoby: „Túžba po štihlej je postave vystriedaná túžbou po enormnom náraste svalovej hmoty. Osoby trpiace bigorexiou sú posadnuté svojím presvedčením, že by ich telo malo byť svalnatejšie a vytvarované. Súčasťou muskulárnej dysmorfie je neustále nutkanie a snaha priberať na váhe, a tým sa stávať čoraz objemnejším, avšak bez známky tukových zásob.“³⁷ Slovenský odborník v oblasti športovej medicíny doktor Pavel Malovič pripomína, že bigorexia je druh narcistického správania, ktoré je rovnako sprevádzané typickými narcistickými prejavmi: „Bigorexia je známa už niekoľko desiatok rokov. Je to druh narcistického chovania, keď sa dotyčný neustále kontroluje pred zrkadlom, či už mu začínajú svaly viac rásť, zvyčajne bicepsy, alebo či sa mu na bruchu objavuje ten vytúžený „radiátorček“. Sú prípady, keď sa jedinci aj dvestokrát za deň idú pozrieť do zrkadla, či sa už náhodou nezmenili.“³⁸ V tejto súvislosti je podnetný koncept obrazu predstavovaného „ja“. Jedinci trpiaci bigorexiou svoj skutočný obraz „ja“ konfrontujú v zrkadle niekoľko desiatok ráz denne, pričom dúfajú, že už dosiahli obraz svojej predstavy o „ja“. Tu sa však naplno prejavuje zákernosť bigorexie ako poruchy, keďže postihnuté osoby nie sú spokojné s dosiahnutými výsledkami. Bigorektici trpia utkvелou predstavou, že všetko, čo dosiahli, je ešte stále nedostatočné, a preto sú obeťami obsesívneho a kompulzívneho správania. Namiesto želaného pocitu slasti, šťastia a dosiahnutia ideálu sa títo jedinci ocitajú v hlbokom zúfalstve a „nikdy“ nekončiacom kolotoči porovnávania sa, neutíchajúcej túžby o dosiahnutie ideálu, kritického sledovania vlastného tela v zrkadle s pocitom deprivácie. V spojení s bigorexiou je tiež veľmi nebezpečné užívanie športových výživových doplnkov. Bigorektici si väčšinou kúpia doplnky rôznych druhov a bez konzultácie s odborníkom ich užívajú v nadmerných dávkach, aby rýchlejšie dosiahli želaný

³⁶ MISTRÍK, E. *Zbožštenie tela v narcizme a koniec postmodernej kultúry*. 2008, s. 345.

³⁷ MORGAN, J. *The Invisible Man: A Self-help Guide for Men With Eating Disorders, Compulsive Exercise and Bigorexia*. 2008, s. 133.

³⁸ Web (3), 2018, s. 1.

efekt. Mnohokrát ide o anabolické steroidy, ktoré sami o sebe predstavujú pre užívateľov značné riziká, lebo sú znásobené skutočnosťou, že vo väčšine prípadov ide o necertifikované prípravky. Toto „divoké“ užívanie doplnkov však býva často príčinou zdravotných ťažkostí, no v najhorších prípadoch sa to končí aj tragicky. Na margo „bezhlavého“ užívania anabolických steroidov Malovič varuje: „Anaboliká často môžu vyvolať závislosť. Vytvárajú tiež takzvané anabolické šialenstvo. Človek začne byť nekontrolovateľne zlý, zúrivý, agresívny, často je prítomné domáce násilie. Následkom užívania anabolických steroidov dochádza tiež v množstve prípadov k impotencii. Keď človek začne brať anaboliká, zvyčajne je jasný. Ale najjasnejší je potom na pitevnom stole, pretože má srdce ako vyžmýkaný vecheť. Jediné, o čo sa dá zavadiť, sú jeho koronárne cievy, ktoré sú ako sklo.“³⁹ Nemusi ísť však nutne len o steroidy, ale aj o nevhodnú kombináciu už spomínaných doplnkov výživy, ako sú proteíny, kreatíny či aminokyseliny a podobne. Liečba bigorexie je veľmi náročná. Jediniec si prirodzene nepripúšťa, že by mohol trpieť touto poruchou, ba dokonca ani okolie vo väčšine prípadov nespozoruje žiadne podozrivé náznaky, ba práve naopak. Okolie na bigorektika nevyvíja žiadny tlak, aby začal s liečbou, ale podporuje ho v pravidelnom a fyzicky náročnom cvičení, ktoré je všeobecne považované v zmysle súčasných trendov a ideálu krásy za niečo pozitívne. Upozorňujeme, že bigorektické správanie nemá nič spoločné so športovým vyžitím či súťaživosťou v športe prítomnou, ako by sme sa mohli nazdávať. Toto správanie nevedie k žiadnej spokojnosti jedinca, ani k zlepšeniu zdravotného stavu alebo celkovej fyzickej kondície, pretože núti jedinca v dôsledku závislosti od cvičenia a dosahovania zmien ku kontinuálnej fyzickej záťaži aj v prípade určitého zranenia, resp. indispozície.

Dôsledky maskulárnej dysmorfie sa prirodzene neprejavujú len po fyzickej, ale taktiež po psychickej a emocionálnej stránke človeka. Jedinici trpiaci bigorexiou majú zvyčajne veľké problémy s vyjadrovaním vlastných emócií či pocitov, čo sa celkovo prejavuje na kvalite, ale aj celkovej schopnosti, resp. neschopnosti nadväzovania interpersonálnych vzťahov. Dôsledkom tejto neschopnosti sú pocity osamelosti, nakoľko jediné vzťahy týchto jedincov pochádzajú z prostredia fitnesscentier, avšak sú len veľmi povrchné, čo však prispieva k znásobeniu pocitu osamelosti. Typickým prejavom narcistického správania je u ľudí trpiacich bigorexiou neschopnosť prijať iné názory než svoje vlastné, pričom názor, ktorý nezodpovedá ich názoru, automaticky považujú za neakceptovateľný. Jedinici taktiež reagujú podráždene na otázky ohľadom ich cvičenia, ktoré považujú za „kľúč“ k úspechu pri dosahovaní svojej vytúženej postavy. Celkovo môžeme tvrdiť, že títo jedinici majú o sebe vytvorenú falošnú mienku vychádzajúcu iba z ich vzhľadu. V súvislosti s už spomínaným fenoménom body image je takmer nemožné hovoriť o vytvorení pozitívneho telesného sebapoňatia. Ak sa aj pozitívny body image vytvorí v zmysle dosiahnutia pokroku v transformácii svojej postavy, je len krátkodobý a mizivý. Prakticky okamžite je vystriedaný negatívnym body image spojeným s pocitom frustrácie z uvedomenia si, že ešte stále nespĺňa predstavu o svojej vysnívanej postave. Túto predstavu u bigorektikov nie je možné prakticky dosiahnuť, nakoľko pri každej viditeľnej zmene budú chcieť vidieť zmenu ešte väčšiu a nikdy s ňou nebudú spokojní bez ohľadu nato, aká veľká vlastne je. Môžeme hovoriť o tzv. „začarovanom kruhu“, ktorý má často fatálne následky.

³⁹ Ibid., 2018, s. 1.

Záver

V súčasnosti však ideál krásy predstavuje len veľmi ťažko dosiahnuteľnú ilúziu dokonalého tela, výrazne štíhleho a vyrysovaného bez akejkoľvek známky po telesnom tuku. Napriek náročnosti dosiahnuť takéto telo z proporčného hľadiska, stretávame sa s paradoxom doby, keď ideálu krásy podlieha čoraz viac jednotlivcov. Ľudia v snahe dosiahnuť ilúziu tela, aké im spoločnosť predkladá a forsírúje ako dokonalé, nezriedka praktizujú náročné redukčné diéty, fyzické cvičenia, plastické operácie či iné procedúry, aj napriek riziku vážnych zdravotných problémov, ktoré sú s nimi spojené. Ideál krásy má však výrazný vplyv aj na telesné sebapoňatie jednotlivca, ako aj na celkové modelovanie vzťahu k vlastnému telu. Konštatujeme, že pri nenaplnení tohto ideálu môže dôjsť k rôznym, nielen psychickým problémom, ktoré pramenia z pocitu frustrácie, zlyhania či dokonca menejcennosti. Telo sa v súčasnosti stalo indikátorom a akýmsi meradlom spokojnosti, šťastia, úspechu či obľúbenosti. Spoločnosť ideál krásy akceptuje, čoho výsledkom je ideál krásy ako určitý sociálny konštrukt, ktorý vyvíja tlak na jednotlivcov v zmysle dodržiavania tohto ideálu. Nenaplnenie spoločenskej predstavy o dokonalom tele môže viesť k odsunutiu jednotlivca na perifériu kolektívu, prípadne aj k jeho úplnej exklúzii. Následkom snahy odstrániť uvedomené rozdiely medzi determinantmi skutočného obrazu „ja“ a predstavovaného obrazu „ja“ dochádza u jednotlivcov k uchýleniu sa k drastickým diétam či plastickým operáciám.

Akokoľvek silný je tlak, ktorý je na nás spoločnosťou vyvíjaný v súvislosti s dodržiavaním súčasného ideálu krásy, musíme si uvedomiť, že tento ideál neguje akúkoľvek jedinečnosť a originalitu, ba práve naopak, snaží sa presadzovať istú uniformitu, kde by mal každý z nás splňať rovnaké podmienky a z hľadiska telesných proporcií vyzerať rovnako. Je nutné prestať lípnúť na atribútoch a normách v súvislosti s telesnými proporciami, ktoré spoločnosť považuje za krásne a akceptovať rozdielnosť, pretože práve rozmanitosť je to, čo je na človeku krásne.

„Vzťah k telu nie je slobodný. Telo je vystavené moci vzoru, normy...“

Gilles Lipovetsky

Literatúra a zdroje

- BAUDRILLARD, J. 1993, *Symbolic Exchange and Death Theory, Culture & Society*. Sage London : Publications, 1993. 254 s. ISBN 97-8080-398-399-1.
- BAUDRILLARD, J. 1996. *O svádění*. Olomouc : Votobia, 1996, 216 s. ISBN 80-71-98-078-1.
- BAUDRILLARD, J. 2002. *Selected Writings: Second Edition*. Stanford : Stanford University Press, 2002, 294 s. ISBN 978-080-474-2733.
- BONELLI, M. R. 2018. *Mužský narcizmus*. Praha : Portál, 2018, 184 s. ISBN 978-80-262-1295-9.
- BRUGGER, W. 1994. *Filozofický slovník*. Praha : Naše vojsko, 1994, 640 s. ISBN 80-206-0409-X.
- BURAJ, I. 2018. *Manipulácia ako moc, manipulácia a sloboda*. In. FILOZOFIA Roč. 73, č. 9, Bratislava : Filozofický ústav SAV, 2018, s. 742-754. BEZ ISBN
- FROMM, E. 1992. *Mít nebo být*. Praha : Naše vojsko, 1992, 176 s. ISBN 80-206-0181-3.
- GAŽOVÁ, V. 2005. *Narcizmus v súčasnej kultúre*. In *Acta Culturologica*. Bratislava : Katedra kulturológie, Filozofická fakulta Univerzity J. A. Komenského v Bratislave, 13. vyd. 2005, 221 s. ISBN 80-89197-41-8.

- KRIŠŠÁK, M. 2009. *K fenomenológii dotýkania a filozofii lásky*. In. OSTIA Roč. 5, č.1, Trnava : FF Trnavská univerzita, 2009, 1-4 s. eISSN 1336-6556.
- LIPOVETSKY, G. 2007. *Třetí žena: Neměnnost a proměny ženství*. Praha : Prostor, 2007, 329 s. ISBN 978-80-7260-171-4.
- MISTRÍK, E. 2008. *Zbožštenie tela v narcizme a koniec postmodernej kultúry*. In. FILOZOFIA Roč. 63, č. 4, Bratislava : Filozofický ústav SAV, 2008, s. 344-351. BEZ ISBN
- MISTRÍK, E. 2016. *Estetická výchova ako nástroj sebareflexie*. Bratislava : Univerzita Komenského v Bratislave, 2016, 268 s. ISBN 978-80-223-4207-0.
- MONDZAIN, M. – J. 2008. *Obraz, subjekt, moc*. In. FILOZOFIA Roč. 63, č.7, Bratislava : Filozofický ústav SAV, 2008, 635-647 s. BEZ ISBN
- MORGAN, J. 2008. *The Invisible Man: A Self-help Guide for Men With Eating Disorders, Compulsive Exercise and Bigorexia*. London : Routledge, 2008, 184 s. ISBN 978-1-58391-150-1.
- ŠAJDA, P. 2015. *K situácii doby: Kierkegaardova verejnosť a Jaspersova masa*. In. FILOZOFIA Roč. 70, č. 9, Bratislava : Filozofický ústav SAV, 2015, s. 726-735. BEZ ISBN
- ŠULAVÍKOVÁ, B. 2005. „Etické“, „Estetické“ a dobrý život. In. FILOZOFIA Roč. 60, č. 4, Bratislava : Filozofický ústav SAV, 2005, s. 230-240. BEZ ISBN
- WIDDOWS, H. 2018. *Perfect Me*. Princeton : Princeton University Press, 2018, 388 s. ISBN 978-0691-16007-8.
- WOLF, N. 2000. *Mýtus krásy*. Bratislava : Aspekt, 2000, 337 s. ISBN 80-85549-15-8.
- ZAHRÁDKA, P. 2008. *Mýtus o mýte krásy. Polemika s knihou Mýtus krásy Naomi Wolfovej*. In Aluze, č.2, Olomouc : Filozofická fakulta Univerzita Palackého, 2008, s. 161-176. BEZ ISBN
- ŽILKOVÁ, M. 2006. *Globalizačné trendy v mediálnej tvorbe*. Nitra : Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, Filozofická fakulta, Ústav literárnej a umeleckej komunikácie, 2006. 134 s. ISBN 80-8050-941-7.
- Web (1): Body image. In *Dictionary.com*. [online] [cit. 2018-10-28] Dostupné na: <<http://www.dictionary.com/browse/body-image>>.
- Web (2): SPECHT, K. 2018. *Plus Size Models Who Emphasize Body Positivity for Women*. [online] [cit. 2019-2-2] Dostupné na: <<https://www.entitymag.com/plus-size-models/>>.
- Web (3): Preventivne.sk. 2018. *Lekár Pavel Malovič: Sypači? Na pitevnom stole majú srdce ako vyzmýkaný vechet'*. 2018. [online] [cit. 2019-3-23] Dostupné na: <<http://www.preventivne.sk/tema/svaly-z-prasku/uznavany-sportovy-lekar-pavel-malovic-sypaci-pitevnom-stole-maju-srdce-ako-vyzmykany-vechet.html>>.

The cult of physical beauty - hypernarcism and modeling the relationship to the body

The article deals with the phenomenon of the cult of physical beauty, which currently affects many people of several ages. The main aim of the article is to analyze and critically reflect on the phenomenon of the cult of physical beauty, the related phenomenon of beauty ideal and its influence on modeling the relationship to one's body. The intention is to identify and interpret the relationships between the determinants of the creation and modification of the beauty ideal. As a result of the confrontation of the ideal of beauty with one's own body, the illusion of the perfect body of individuals is created, which exactly corresponds to the desired attributes of the social ideal of beauty. A keen effort of individuals to follow the ideal of beauty can result in developing mental disorders and disorders of their own body, such as narcissism or bigorexia.

Príspevok predstavuje vybranú časť Diplomovej práce s názvom *Kult fyzickej krásy – hypernarcizmus a modelovanie vzťahu k telu*, ktorá bola úspešne obhájená na Katedre kulturológie, FF UKF v Nitre v akademickom roku 2018/2019. Školiteľkou záverečnej práce bola Mgr. Katarína Gabašová, PhD.

Autor: Mgr. Matúš Marchyn

bývalý študent Katedry kulturológie FF UKF v Nitre
matusmarchyn@yahoo.com

Školiteľka: Mgr. Katarína Gabašová, PhD.

Katedra kulturológie, FF UKF v Nitre
kgabasova@ukf.sk