

**UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA**

**BAKALÁŘSKÉ KOMBINOVANÉ STUDIUM**

2014-2017

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

**Žaneta Martynková**

**Ideál ženské krásy napříč stoletím**

Praha 2017

Vedoucí bakalářské práce: PhDr. Soňa Štroblová

**JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE**

**BACHELOR COMBINED STUDIES**

**2014-2017**

**BACHELOR THESIS**

**Žaneta Martynková**

**Ideal of women beauty throught the century**

Prague 2017

The Bachelor Thesis Work Supervisor:

PhDr. Soňa Štroblová

### **Prohlášení**

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracovala samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpala, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použitých zdrojů.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne.....

Žaneta Martynková

## **Poděkování**

Děkuji především paní PhDr. Soni Štroblové za profesionální, trpělivé vedení této práce a cenné rady a připomínky, kterých si velmi vážím. Děkuji také panu RNDr. Jaroslavu Hukovi za pomoc a rady při vytváření dotazníku.

## **Anotace**

Bakalářská práce se zabývá vývojem a historií ideálu ženské krásy. Teoretická část charakterizuje ženy v různých historických epochách, věnuje se pohledu na krásu v umění, médiích a jejich vlivu. V jedné z částí jsou také rozebrány poruchy příjmu potravy u mladých dívek a žen, na něž je vyvíjen prostřednictvím společnosti nátlak. Poslední část je věnována sebepojetí a sebeuvědomění sebe samé. Praktická část je vypracována formou dotazníkového šetření, zabývající se dnešním ideálem krásy a možným okolním vlivem na něj.

## **Klíčová slova**

Filmové herečky, ideál ženské krásy, média, malířské plátno, reklama, sebeuvědomění, vliv, umění, žena.

## **Annotation**

Bachelor thesis deals with development and history of woman beauty ideal. Theoretical part describes women in different parts of historical periods and it's also dedicated to the beauty in art, media and it's influence. In another part we give attention to the eating disorders of women that are under pressure of the society. Last part is dedicated to self-concept and self-awareness of itself. Practical part is made in the form of survey that deals with nowadays beauty ideal and possible surrounding influence.

## **Keywords**

Advertisement, art, canvas for painting, films actress, ideal of women's beauty, influence, media, self-awareness, woman.

# Obsah

ÚVOD.....	9
1 HISTORIE A PROMĚNLIVOST KRÁSY.....	11
1.1 Starověké Řecko a Starověký Egypt.....	13
1.2 Stará Čína, trpasličí nohy a Japonská Gejša .....	14
1.3 Italská Renesance a Viktoriánská Anglie .....	15
1.4 Bouřlivá dvacátá léta a zlatý věk Hollywoodu .....	16
1.5 Uvolněná šedesátá léta a Éra super modelek .....	17
1.6 Postmoderní krása.....	18
2 ŽENA A KRÁSA V UMĚNÍ .....	20
2.1 Vývoj a vnímání ženské krásy ve filmu.....	21
2.2 Malířské múzy aneb měřítka na malířském plátně .....	28
3 MOC MÉDIÍ A IDEÁL KRÁSY .....	30
3.1 Televize a reklama .....	31
3.2 Ženské časopisy .....	33
3.3 Vliv médií .....	34
4 PORUCHY PŘÍJMU POTRAVY .....	36
4.1 Mentální anorexie .....	37
4.2 Mentální bulimie.....	38
4.3 Alternativy léčby.....	39
5 SEBEPOJETÍ.....	42
PRAKTICKÁ ČÁST .....	44
6 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ .....	44
Cíl výzkumu a hypotézy .....	44
Metoda výzkumu, výzkumný vzorek a jeho časová organizace.....	45

Analýza dotazníkového šetření .....	46
7 OBJASNĚNÍ A DISKUZE VÝSLEDKŮ .....	65
Rozbor výsledků .....	65
Verifikace stanovených hypotéz .....	66
ZÁVĚR .....	68
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ .....	70
SEZNAM GRAFŮ .....	75
SEZNAM PŘÍLOH.....	77



## ÚVOD

Krása ženy je ustavičně diskutabilním tématem, jež je spjat s personou od historie po současnost. V průběhu rozličných období se vyskytují různé druhy forem, jak ji lidé chápou, vnímají a jak k ní vzhlíží. Je úzce spjata s ideálem ženské krásy, který je zřídlem pro inspiraci filozofů, malířů, básníků a jiných umělců. O kráse je známo, že probouzí představivost, ačkoliv někteří jsou názoru, že je nepodstatná. Ale krása je všude kolem, lidé kladou důraz na to, jak vypadají, jak vystupují na veřejnosti, jak na ně pohlíží ostatní a jak pohlíží na druhé oni sami.

Ideál představuje něco, co ostatní považují za ideální. Velký vliv na tom mají média, která v této oblasti představují důležitou roli a vnášejí konzumentům iluzorní pohled na to, co je krásné a dobré. Vytváření nereálných představ o kultu štíhlosti, jako o něčem správném a zcela běžném, vede často k poruchám příjmu potravy, které ohrožují konzumentky již v mladém věku.

Cílem této práce je charakterizovat historicky podmíněné změny v percepci ženské krásy, jaký vliv měly filmové umělkyně ve společnosti a co inspirovalo nejslavnější malíře. Této problematice se budou věnovat první dvě kapitoly.

Současně je cílem práce zjistit, jak manipulují média s personou, jaký je jejich společenský vliv, a jak mohou nepříznivě ovlivnit zdraví a psychiku člověka, čímž se zabývá třetí a čtvrtá kapitola.

V neposlední řadě je rozebíráno téma sebepojetí žen, které je součástí páté kapitoly.

Práce je členěna na část teoretickou a praktickou, kdy praktická část informuje o výsledcích dotazníkového šetření, kdy respondentům a respondentkám byly kladeny otázky, jak percipují nynější ideál krásy, jestli jsou spokojeni se svým nynějším vzhledem, zdali pocítují vliv médií, a co si myslí o důležitosti vzhledu z pohledu společnosti. Nechybí ani otázky týkající se užívání prostředků na hubnutí a poruchy příjmu potravy. Práce by měla sdělit reprezentativní a celistvé odpovědi na určené otázky a poukázat na rozdíly mezi smýšlením muže a ženy.

V závěru bakalářské práce autor informuje o zkoumaných skutečnostech, jejich návaznostech na teorii, shrnuje mezi nimi rozporuplné rozdíly a navrhuje její možné využití v praxi.

# 1 HISTORIE A PROMĚNLIVOST KRÁSY

Krásu představuje nefigurativní koncept, jež byl a je problémem každodenního lidského života. Vyvíjí se nové přístupy lidí k životu, societa se od kořene mění a mění se také lidské uvažování a cítění. To, co bylo pro lidi vzrušující a atraktivní před padesáti lety, není pro ně lákavé dnes.<sup>1</sup>

Každý slovník, kniha či filozof zabývající se krásou, má odlišný názor, jak krásu vnímá on sám, jak ji vnímá společnost, a jak ji vnímají jednotliví lidé okolo. Co krásu ve skutečnosti znamená, na to ovšem nelze najít přesnou definici.

Nancy Etcoffová ve své knize *Proč krásu vládne světem* zmiňuje názor na krásu, jež patří pracovníkovi modelingové agentury, která vyhledává mužské modely takto: „*Krásu je, když někdo vejde do dveří a vy se najednou nemůžete nadechnout. Nestává se to často. A spíš to vycítíte, než uvidíte. Mluvím prostě o někom, koho nemůžete jen tak minout na ulici.*“<sup>2</sup>

Naopak Naomi Wolf, která se zaměřuje přímo na ženskou krásu, ji označuje ve své knize *Mýtus krásy* jako jistou kolující podobu honoráře mezi muži. Spojuje krásu s ideji o penězích a vytváří tak imaginární skutečnosti. To, jaký má vzhled a jak vypadá její tvář, je jejím jménem.<sup>3</sup>

Nejhlubší myšlenky o kráse ovšem přicházejí od filozofů, kteří se na věc dívají z více úhlů pohledů a vidí do hloubky problému. Jednou z nich je i dialog Faidros v knize *Dialogy lásky* od Platóna: „*Pokud jde o krásu, ta vynikala mezi ostatními skutečnostmi svou září, jak jsme pravili. Když jsme přišli sem, postihli jsme ji nejdokonalejším ze svých smyslů, neboť zářila nejjasněji. Zrak je totiž nejbystřejší z našich tělesných smyslů, ale moudrost jím nevidíme; kdyby existoval nějaký takový její zářivý obraz, nebo i jiných milování hodných věcí, který bychom mohli vnímat zrakově, byl by pramenem nepředstavitelných lásek. Jen kráse však se dostalo toho údělu, že je ze všech skutečností nejzřetelnější a nejlíbeznější.*“<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> ŠINDELÁŘ, D. *Problém krásna: v současném umění a estetice*. Praha: Nakladatelství československých výtvarných umělců, 1958. s. 9. Teorie umění, sv. 3.

<sup>2</sup> ETCOFF, N. L. *Proč krásu vládne světem*. Praha: Columbus, 2002. s.13. ISBN 80-7249-112-1.

<sup>3</sup> WOLF, N. *Mýtus krásy: ako sú obrazy krásy zneužívané proti ženám*. Bratislava: Aspekt, 2000. Knižná edícia feministického kultúrneho časopisu Aspekt. s. 27. ISBN 80-85549-15-8.

<sup>4</sup> PLATÓN. *Dialogy o kráse*. Přeložil Jaroslav ŠONKA. Praha: Odeon, 1979. s. 152-153.

Nelze zde nezmínit téma, které je s historií krásy ženy úzce spojeno a tím je ženská sexualita, která má své kořeny již ve starověkých společnostech. Existovaly období, kdy toto téma mělo spirituální rozsah a jeho komponentem byla posvátnost. Určité vzrušení bylo stmelováno s mysteriem a postavu vábilo opačné pohlaví prostřednictvím psýcha. Tajemství nebylo oddělováno od pohlavnosti a ve starověkých společnostech byla milostná náruživost nepochybnou přirozeností. V téhle éře byla nesmělost chápána jako komponent ženské pohlavnosti a její tajuplnosti. Ostych byl mnohými muži požadován, zejména byl jedním z prvků erotických her, kdy bez nich by kopulace pozbyla na atraktivitě a svůdnosti. Taktéž bylo bráno v zřetel, že jen neobvykle triviální individuum bylo schopno být vábeno ženou bez arbitrárního ostychu. To, jak se žena oblékala, malovala nebo jakým způsobem vystupovala, regulovala pudově mravností. V dnešním moderním světě je zcela opačně obvyklý mravnostní exhibicionismus a malá hojnost ostychu se tak stává normálním. Ženy po celá milénia hleděly na to, aby jejich tělo a individualita byly v závoji spirituality. Důležitým nástrojem ženy nazývajících se *femme fatale*, přesněji řečeno, té, po níž mužské pohlaví touží, byla nepřístupnost, mysterium a neznámo. S nástupem času přichází něco nového, čemuž muži říkají sexuální mučitelka. Zejména se jedná o ženy, jež nosí krátké minisukně a přiléhavé halenky s velkým výstřihem. Tyto ženy ovšem mají v popisu svého plánu muže pouze lákat a poté ho ostentativně od sebe odehnat. Obvykle je toto chování ve spojení s méněcenností, která se vyskytuje jak v ženské, tak mužské formě. V dnešní době je na sexualitu pohlíženo jako na uzavírání dohod mezi partnery, důvěryhodnosti a komunikace mezi sebou.<sup>5</sup>

V kapitolách níže si přiblížíme historii jednotlivých významných epoch, jejich nezvyklé anomálie, módní trendy a řadu kosmetických praktik.

---

<sup>5</sup> SEDLICKÁ, D. Posvátnost sexu. *Playboy*. 2017, roč. 17, č. 01-02, s. 51-52. ISSN 0862-9374.

## 1.1 Starověké Řecko a Starověký Egypt

Ve Starověkém Řecku bylo rozuměno ideálem krásy vše, co bylo milé a dobré, naopak, co dobré a milé nebylo – nebylo také krásné. Krása v tomhle období byla propojována s dalšími atributy jako je „míra“ a „vhodnost“.<sup>6</sup> Přesto, že se ženám líbilo líčení, upřednostňovaly přirozenost. Lidé v tomhle období byli přesvědčeni, že atributem ideální krásné ženy je především bílá barva pokožky. Jako vzor si často ženy vybíraly bohyni *Afrodité*, což také vedlo k velké spoustě výstavby soch s její podobiznou. Je známo, že řecké ženy používaly v hojné míře různé přírodní prostředky ke zkrášlení sebe samé a přiblížení tak ideálu, který pro tehdejší společnost vyznačovala právě ona bohyně. Mezi nejběžnější přírodní kosmetiku tak řadily olivový olej a med. Olivový olej používaly jak na vlasy či pokožku těla, tak i na rty. Na rozdíl od svých předků se řecké ženy nenechávaly tetovat ani nepopisovaly svou pokožku ikonami. Jejich přirozená krása tak vydržela například déle než římským ženám, které naopak kosmetickým úpravám věnovaly spoustu času a využívaly jej v hojné míře.<sup>7</sup>

V Egyptě se ženy vyznačovaly především svou rozměrnou péčí o zevnějšek. Ženy měly velmi světlou pleť a pevné tmavočerné vlasy, které byly často spleteny. Vlasy si zdobily okvětními lístky, do kterých vtékal vonný olej. Mladá děvčata chodívala bez ošacení, ovšem nosila rozmanité typy okras. Dospělé ženy nosily průsvitný oděv, který nezakrýval jejich vnady, ramena ani nohy. Velké zalíbení měly Egyptanky v líčení. K tomuto používaly směs uhelného prachu a antimonu na řasy a okolí očí, čímž podtrhovaly kouzlo svého pohledu spolu s červenou barvou na rty.<sup>8</sup> Pohlížení na postavu Egyptanky bylo úzce spojeno se sáláním persony. Vzhlíželo se ke gracióznímu kroku, zářivému pohledu a samotné půvabnosti. Ideálními proporcemi ženy byla štíhlá postava, drobné končetiny a zaoblená ňadra menšího vzrůstu. Ať už se jednalo o ženy z vyšší

---

<sup>6</sup> ECO, U. (ed.). *Dějiny krásy*. Přeložil Gabriela CHALUPSKÁ, přeložil Veronika KŘENKOVÁ, přeložil Jindřich VACEK, přeložil Kateřina VINŠOVÁ, přeložil Jiří PELÁN, přeložil Zora OBSTOVÁ, přeložil Anita PELÁNOVÁ. Praha: Argo, 2015, s. 37. ISBN 978-80-257-1433-1.

<sup>7</sup> *Kosmetika ve Starém Řecku* [online]. 2016. [cit. 2017-01-05]. Dostupné z: <http://www.kosmetik.estranky.cz/clanky/kosmetika-ve-starem-recku.html>.

<sup>8</sup> NEUMANN, S. K. *Dějiny ženy: populárně sociologické, etnologické a kulturně historické kapitoly*. Vyd. 1. v nakl. Otakar II. Praha: Otakar II., 1999, s. 360. ISBN 80-86355-03-9.

společnosti či služky, obě strany představovaly blažené a příkladné ženství, jež na okolí účinkovalo velmi atraktivně a vábivě.<sup>9</sup>

## 1.2 Stará Čína, trpasličí nohy a Japonská Gejša

Pozice čínské ženy byly dříve velice omezované a ujařmené. Mladé dívky tak trávily své mládí v domácím prostředí a nebyl jim poskytován respekt. Při sňatku často neznaly ani jméno svého budoucího manžela. Vyšší výskyt sebevraždných sklonů u těchto mladých žen, bylo prokázáním toho, že tyto sňatky mladé Číňanky příliš netěšily. Velký důraz se kladl také na to, aby byly ženy podřízeny muži a neměly tak nad svými manžely převahu. Manželský svazek používali zejména k tomu, aby záměrně rozšířili rodinu.<sup>10</sup> Jednou z čínských anomálií bylo zkracování ženské nohy, ačkoliv malými chodidly oplývaly již od narození. Číňané k tomu mají zpravidla několik postupů, přičemž každý je velmi bolestivý. Se zmenšováním se začínalo již v dětství. Přesto, že tyto postupy neměly žádné závažné důsledky, byly zjištěny případy, které si nesly smrtelné následky. Důvod tohoto zvyku ovšem není zcela jasný. V knize *Dějiny ženy* Havelock Ellis o tom říká: „*Pro čínského manžela je noha jeho ženy zajímavější než její tvář*“.<sup>11</sup> Číňanky tak používaly svou malou nohu při provokaci a vzbuzování vášně u opačného pohlaví. Dalšími požadavky na ženu byla štíhlá postava, jasná pleť, bílé zuby a rty namalované červenou barvou. Důležité je ovšem zmínit, že v některých čínských oblastech se tento zvyk nepraktikoval.<sup>12</sup>

V Japonsku se pozice žen zdála být svobodnější, ovšem panoval zde určitý čínský vliv. Nejpopulárnějším ideálem ženské krásy zde byla Gejša. Zpravidla se jednalo o malé dívky ve věku od tří do pěti let, které byly vychovávány k tomu, aby později byly dobrými společnicemi. Bylo u nich velmi dbáno na vzdělání, umění tancovat a zpívat, hrát všelijaké hry, musely umět připravovat zvláštní čaje a vést obřady, které s nimi byly

---

<sup>9</sup> JACQ, Ch. *Egyptáanky: život žen faraonského Egypta*. Vyd. 2. Přeložil Vladimír ČADSKÝ. Praha: Rybka Publishers, 2001, s. 170. ISBN 80-242-0577-7.

<sup>10</sup> NEUMANN, S. K. *Dějiny ženy: populárně sociologické, etnologické a kulturně historické kapitoly*. Vyd. 1. v nakl. Otakar II. Praha: Otakar II., 1999, s. 406-409. ISBN 80-86355-03-9.

<sup>11</sup> Tamtéž, s. 417-418.

<sup>12</sup> Tamtéž, s. 417.

spojovány. Věnovaly se floristice, aranžování květin a taktéž jsou spojovány s uměním vedení konverzace, kterou se musely učit. Svě tváře líčily bílou barvou, ovšem okraje tváří nechávaly bezbarvé, aby tak mohly vábit okolní muže na svou „nahou“ kůži. Na rty si natíraly sytě rudou barvu, zvýrazňovali své úzké oči a vlasy si zdobily bohatými doplňky, kvůli kterým musely spát tak, aby si účes neponičily. Při nošení komplikovaně vyšíváného kimona musely mít Gejše své pomocníky při oblékání, vzhledem k tomu, že jejich nasazování bylo obtížné.<sup>13</sup>

### 1.3 Italská Renesance a Viktoriánská Anglie

Období Renesance se datuje od 14. – 17 století, kdy jeho počáteční znaky se začaly objevovat v Itálii. Tato historická epocha se vyznačuje znovuzrozením a sekularizací.

V této etapě se zrodila vidina nového idolu krásy. Renesance se zaměřovala na fyzické ztvárnění lidského těla, respektive na krásu erotickou. Dokonalým druhem člověka byl ten, jež vymaňoval typ lásky v animálním smyslu. Žena musela být pohlavně čilá s rozměrnými prsy, obšírnými boky, tvarovaným zadkem a silnými stehny. Byla jim přisuzována hodnota a vzornost, která byla srovnávána s důležitostí rozměrných a nádherných ořů.<sup>14</sup> Žena, jež se nachází v době renesance věnuje neobvyklou péči svým vlasům a také líčení. Vlasy si tyto ženy často barvily na jemně rezavý tón a mezi jejich doplňky jsou vyzvedávány šperky zlatého lesku. Velmi opomíjená zde byla krása vnitřní, vždy se jednalo o vnější vzhled těla, který byl hlavním vábidlem pro muže. Velká prsa byla ztělesněním půvabu, rozkošnosti, přitažlivosti a nesla v sobě všechna kouzla atraktivity. Žena, jež byla zralá a pohybovala se ve věku od pětatřiceti do čtyřiceti let, byla považována za zajímavější než například mladá dcera, ze které kypělo mládí. Vzhledem k tomu, že lidé žijící v renesančním období se hlavně zaměřovali na jejich pohlavní charakter, tak se jejich největší obava skrývala v zášti ke stáří, které jim

---

<sup>13</sup> *Ženská krása* [online]. 2017. [cit. 2017-01-05]. Dostupné z: <http://fpv.uniza.sk/orgpoz/krasa/historia.php>.

<sup>14</sup> NEUMANN, S. K. *Dějiny ženy: populárně sociologické, etnologické a kulturně historické kapitoly*. Vyd. 1. v nakl. Otakar II. Praha: Otakar II., 1999, s. 633. ISBN 80-86355-03-9.

nahánělo strach. Renesanční ženy se tak uchýlovaly k různým prostředkům, o nichž si myslely, že jim navrátí jejich ztracené mládí. Vesměs se jednalo o prostředky různých mastičkářů, cikánů a starých žen, které si mohly ženy zakoupit buď volně na ulici nebo tajně na trzích. Co se týče nahoty, tak renesance představovala jakousi nestrannost a tělesný půvab byl tak s libostí předkládán celé říši. Ženská nahá těla byla tak i zpodobňována v obrazech.<sup>15</sup>

Viktoriánská éra se označuje jako údobí, za něhož vládla královna *Viktorie* (1837-1901) a zařazuje se tak po nynější královně k panovníkům Británie, jež vládli nejdelší dobu. Ženské tělo bylo vnímané jako aseptické a čisté, až na údobí periody. Také se nesměly odhalovat nohy, kdy i kotník, jež byl vidět, znamenal aféru.<sup>16</sup>

## 1.4 Bouřlivá dvacátá léta a zlatý věk Hollywoodu

Dvacátá léta představují jistou harmonii, uvolnění a euforii po první světové válce. Lidé se opět začínají oddávat společenským zábavám, navštěvují noční podniky a radují se při tanci foxtrotu a jazzu. Societa byla ve dvacátých letech v menší míře rasistická, což vyzvedla například Američanka Josephine Bakerová, která byla tanečnicí charlestonu s temnou barvou kůže. O Josephine se říká, že měla jistý podíl na novém vzoru krásy, jež tvořily jinošské frizúry. Krátké vlasy a chlapecký styl se ovšem přisuzuje Coco Chanel, která z tohoto udělala ve velmi krátké době velkou módní vlnu. Chanel přivedla na svět také „malé černé“, což jsou černé kratší šaty, jež obepínají tělo.<sup>17</sup> Dobový slovník je popisoval jako jednoduchý oděv pro ženy, jež sloužily a zároveň pohodlnost jejich nošení přirovnával k fordu.<sup>18</sup> Ženy začínaly v tomhle období být extravagantní a jejich cílem bylo zaujmout ne prostřednictvím oděvu, nýbrž jimi samotnými. Do módy se dostávaly

---

<sup>15</sup> ECO, U. ed. *Dějiny krásy*. Přeložil Gabriela CHALUPSKÁ, přeložil Veronika KŘENKOVÁ, přeložil Jindřich VACEK, přeložil Kateřina VINŠOVÁ, přeložil Jiří PELÁN, přeložil Zora OBSTOVÁ, přeložil Anita PELÁNOVA. Praha: Argo, 2015, s. 196-198. ISBN 978-80-257-1433-1.

<sup>16</sup> *Žena ve viktoriánské společnosti* [online]. 2017. [cit. 2017-01-05]. Dostupné z: <http://www.londynpodparou.hys.cz/zena-ve-viktorianske-spolecnosti/>.

<sup>17</sup> CENKOVÁ, J. 2012. *Móda 20.let – doba výstřednosti, kabaretů a garsonek* [online]. [cit. 2017-01-08]. Dostupné z: <http://www.studentpoint.cz/2012/08/07/moda-20-let-doba-vystrednosti-kabaretu-a-garsonek/>.

<sup>18</sup> SKARLANTOVÁ, Jana. *Od fíkového listu k džínům*. Praha: Grada, 1999, s. 172. ISBN 80-7169-785-0.



barvy jako béžová, šedá nebo hnědá. Je nutno zmínit také zvonovitý klobouk, který dámy s oblibou nosily a jež byl ve dvacátých letech velmi populární.<sup>19</sup>

Zlatý věk Hollywoodu sebou nepřinesl jen vznik tisícovky nových filmů, ale spolu s nimi začaly vznikat nové idoly ženské krásy. Herečky, jež představovaly dokonalou krásu a ženy je vědomě či nevědomě napodobovaly. Symbolem ženské krásy se tak stává Greta Garbo nebo Marlene Dietrich. (více v podkapitole č. 2.1) V lesku stříbrného plátna dala May Westová úkol své návrhářce: „*Mé šaty musejí být dostatečně volné, abych prokázala, že jsem dáma a dost těsné, abych ukázala, že jsem žena.*“<sup>20</sup>

## 1.5 Uvolněná šedesátá léta a Éra super modelek

Šedesátá léta, která jsou považována za přelomové desetiletí sebou přinesla nový kult hubenosti a s ním i modelku Twiggy, jejíž pravé jméno je Lesley Hornby. Ideál ženské krásy se z oblých kyprých ženských tvarů posunul k vyzáblým modelkám s chlapeckou postavou.<sup>21</sup> Twiggy postrádala jakékoliv ženské křivky a namísto hustých dlouhých vlasů nosila krátký účes. Pracovala pro modelingové agentury jako modelka a její tvář zdobila titulní stránky velkých módních časopisů jako byl například Vogue nebo Harpers Bazaar. Přisuzuje se jí také, že zavedla pojem „supermodelka“, což znamená, že modelka pouze předvádí oděvy, zatímco supermodelka je něco významnějšího – celebrita. Sama byla obsazena do několika filmů. Ženy na celém světě toužily vypadat jako ona. Se svou výškou 172 cm jí byla přisuzována váha 44 kg. Vzhledem k její vyhublé postavě je jí dáváno za vinu, že strhla lavinu s poruchou příjmu potravy, takzvanou anorexií. Sama ovšem o sobě tvrdila, že oplývá skvělými geny, dobrým spalováním a

---

<sup>19</sup> CENKOVÁ, J. 2012. *Móda 20.let – doba výstřednosti, kabaretů a garsonek* [online]. [cit. 2017-01-08]. Dostupné z: <http://www.studentpoint.cz/2012/08/07/moda-20-let-doba-vystrednosti-kabaretu-a-garsonek/>.

<sup>20</sup> TITZLOVÁ M. 2001. *Jak se měnil ideál ženy ve 20. století?* [online]. [cit. 2017-02-13]. Dostupné z: [http://revue.idnes.cz/jak-se-menil-ideal-zeny-ve-20-stoleti-duo-/lidicky.aspx?c=A010201\\_134753\\_moda\\_dip](http://revue.idnes.cz/jak-se-menil-ideal-zeny-ve-20-stoleti-duo-/lidicky.aspx?c=A010201_134753_moda_dip).

<sup>21</sup> NOVÁK, M. *Společnost, kultura a poruchy příjmu potravy*. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2010, s. 53. ISBN 978-80-7204-657-7.

rychlým metabolismem. Tenhle proud zaznamenáváme i v dnešní době, kdy modelky vypadají spíše jako ramínko na šaty než zdravé ženy.<sup>22</sup>

Ačkoliv v osmdesátých letech se objevily náznaky toho, že se velká ňadra stala znovu oblíbenými, společnost stále lpěla na kultu štíhlosti, což bylo takřka s velkými ňadry těžko spojitelné. Jsou zde také zaznamenány výskyty plastických zákroků, při kterých si modelky nechaly zvětšit svá ňadra a mnoho žen zavádí do svého života sport a zdravý životní styl. Uznávanější postavou se stává štíhlá se sportovními rysy. Sexuálními symboly téže doby se tak stala například Claudia Schiffer či Cindy Crawford. S nástupem devadesátých let se i přesto, že od éry Twiggy bylo období popisováno za pružnější, co se tělesných norem týče, znovu se objevil na jevišti kult vyhublosti. V tomto období přichází na scénu Kate Moss.<sup>23</sup>

## 1.6 Postmoderní krása

Hledání své totožnosti, svého místa ve společnosti, kolísání na hraně kariéry a svým mateřstvím – taková je žena na konci jednoho tisíciletí a na začátku tisíciletí druhého. V ženském světě, kde média vytváří nátlak a těžší prostřednictvím obchodních taktik, které sází na nespokojenost žen se svou vizáží a touhou něco obměnit, jsou tyto snadnou kořistí proměnlivé módy a nejnovějších proudů.

Ačkoliv se ideál ženské krásy za posledních padesát let nijak neobměnil, byl postihnut ženským zrovnoprávněním. V posledních letech je móda svobodnější a mísí se různé styly. Za ideální postavu ženy je považována postava subtilnosti chlapce, jenž je popisována jako nevyzrálá postava, která byla ovlivněna extravagancí módních návrhářů. Tito preferují modelky s anorektickým vzhledem, které pózují na módních přehlídkách jako zombie pod účinkem drog. Tyto dívky zdůrazňuje líčení, jež podtrhuje jejich

---

<sup>22</sup> CIGLEROVÁ, J. 2009. *Twiggy: první supermodelka a pionárka anorexie* [online]. [cit. 2017-01-08]. Dostupné z: [http://ona.idnes.cz/twiggy-prvni-supermodelka-a-pionyrka-anorexie-flm-/krasa.aspx?c=A090918\\_135644\\_ona\\_krasa\\_jup](http://ona.idnes.cz/twiggy-prvni-supermodelka-a-pionyrka-anorexie-flm-/krasa.aspx?c=A090918_135644_ona_krasa_jup).

<sup>23</sup> NOVÁK, M. *Společnost, kultura a poruchy příjmu potravy*. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2010, s. 53. ISBN 978-80-7204-657-7.

vychrtlost, kruhy pod očima a barva vlasů je mnohdy výstřední. Toto renomé je rozporem pro pornografii, kde stále figuruje žena jako sexbomba. Za ideál je považována blondýna s pevnými oblými tvary, dlouhými štíhlými končetinami a modrýma očima.

Jedním z trendů je také přesvědčení, kterého zneužívají firmy zabývající se kosmetickými přípravky. Specializují se na přirozenou krásu, mladost a zdraví, kdy ve své reklamě aplikují modelky, jejichž vizáž je pro obvyklé ženy nedostupný. Uvádějí na trh kosmetické preparáty, které slibují ústup vrásek či jejich zmizení a líčení, jenž zakryje vše tak, aby nedokonalosti na tváři nebyly znát. Moderní se tak stávají plastické operace, pomocí nichž si nespokojené ženy nechávají upravovat ochablá oční víčka, nosy, uši, modelují svá ňadra, odsávají tuk z těla nebo vyhlazují vrásky. Společensky vyhledávanou je též opálená pleť, které lze dosáhnout v zimě například opalovacími přístroji, zejména soláriem, které používá tvrzení, že toto opálení je zdravotně nezávadné a neškodlivé. Ve chťiči vypadat jako modelky z přehlídkových mol, ženy podstupují radikální diety, jimiž si poškozují své zdraví a vystavují tak organismus psychickému přepětí. Neustále jsou vymyšleny nové moderní metody, jak zdokonalit či obměnit svůj zevnějšek. Ženy si prodlužují své vlasy, řasy, permanentně barví obočí, kontury rtů nebo nalepují umělé nehty. Je jim tak předkládáno, že všechny tyto umělé věci, jsou věcmi přirozenými a vydělávají svými poznámkami o tom, že jejich sebevědomí závisí na koupi přípravku, jež jim umožní vypadat, tak jak by ony samy chtěly nebo si představují. Jejich přirozenost je přeci to, co ony žádají.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> ECO, U. ed. *Dějiny krásy*. Přeložil Gabriela CHALUPSKÁ, přeložil Veronika KŘENKOVÁ, přeložil Jindřich VACEK, přeložil Kateřina VINŠOVÁ, přeložil Jiří PELÁN, přeložil Zora OBSTOVÁ, přeložil Anita PELÁNOVÁ. Praha: Argo, 2015, s. 1059-1060. ISBN 978-80-257-1433-1.

## 2 ŽENA A KRÁSA V UMĚNÍ

V pravěké době, kdy se dochovaly některé ze skalních a jeskynních umění je poutavá skalní malba tzv. bílé dámy, která vypadá jako šaman, jenž je pokrytý bílou barvou. Později asi 30 000 př. n. l. byly zhotoveny sošky tzv. Venuše, které představují svlečené notně oblé ženy. Archeologové se domnívají, že tyto sochy zobrazují plodnost.<sup>25</sup> V různých historických epochách a odlišných zemích na sebe umění a krása braly rozdílnou tvář. V 6. století př. Kr. ztvárnili umělci sochu, u které usilovali o dodržení symetrie a odpovídajícím rozměrům mezi singulárními částmi. Umělec tak pohnul o zhmotnění oné transcendentní krásy, o níž rozprávěli básníci a jenž on samotný uzřel, když pohlédl do tváře dívky, jež miloval. Při tvoření sochy tak uměle ztvárnil dvě identické oči, identicky dislokoval prameny vlasů, ňadra a identicky také rozdělil nohy a paže. Sochaři se při tvoření soch zaměřovali a přizpůsobovali nároku zraku a hledisku, z něž byla socha pozorována.<sup>26</sup>

Ženská krása ve středověku nebyla příliš zabíraným tématem, vzhledem k tomu, že se jednalo o církevní osoby a středověký moralismus, tak příliš nevybízela v opojení těla. Byli ovšem obeznámeni Písní Šalamounovou, která tvořila soubor židovských svatebních písní, kde v jednom v úseku Hugo de Fouilloi zmiňuje, jak by měla vypadat ženská ňadra: *„krásné jsou prsy, když vyčnívají jen málo a jsou lehce vzdušné... sevřené, ne však stěsnané, měkce spoutané, aniž by se volně vlnily“*.<sup>27</sup>

V období poezie provensálských trubadúrů datované přibližně v 11. století nalézáme ve veškerých promluvách neobyčejné zobrazení ženy, jež oplývá nedostupností a dychtivostí, která vzbuzuje touhu tím více, čím je nepřístupnější. Tento komentář je zpravidla věnován básníkovi, který svými písněmi vábí panovníkovu milou. Sám panovník není přítomen, protože se nachází na křížových výpravách.

---

<sup>25</sup> *Umění: velký obrazový průvodce*. Vyd. 2. Přeložil Markéta HÁNOVÁ. Praha: Knižní klub, 2014. Universum (Knižní klub). s. 38-40. ISBN 978-80-242-4494-5.

<sup>26</sup> ECO, Umberto, ed. *Dějiny krásy*. Přeložil Gabriela CHALUPSKÁ, přeložil Veronika KŘENKOVÁ, přeložil Jindřich VACEK, přeložil Kateřina VINŠOVÁ, přeložil Jiří PELÁN, přeložil Zora OBSTOVÁ, přeložil Anita PELÁNOVÁ. Praha: Argo, 2015, s. 73-75. ISBN 978-80-257-1433-1.

<sup>27</sup> Tamtéž, s. 154.

Později v 19. století, kdy byly některé trubadúrské písně přetvořeny, se z nepřístupné tělesné touhy povznesli na tajuplný stav duše.<sup>28</sup>

## 2.1 Vývoj a vnímání ženské krásy ve filmu

V prvních filmech, které pro společnost představovaly něco moderního, nového, zábavného a dosud nepoznaného, vystupovali herci a herečky jako němí. Již v době němého filmu se na ženy v hereckých pozicích pohlíželo jako na jistý ideál krásy. Nejednalo se o krásu vnitřní, nýbrž o krásu vnější, krásu vzhledu.<sup>29</sup>

Ženy vyšších vrstev a také ty, jež měly styl, si při návštěvách biografu velmi oblíbily nový moderní sestřih vlasů ve tvaru mikáda. Mikádo se nosilo zejména na dva druhy způsobů, z toho jeden působil neupraveným dojmem a vypadal rozpustile rozvlněný, zatímco druhý byl přísně elegantní. Jednou z představitelk mikáda je herečka Louise Brooks, která měla plnou podporu žen z feministického hnutí a byla jimi označována za způsobilou ženu, která se nebojí prosadit své přesvědčení a se vztyčenou hlavou se staví mužům. Její vzhled byl něco netypického. Neoplývala bujnými řadry, spíše mužskou postavou, menší tváří s úzkými rty, nápadný temný vlasový sestřih, který se nijak ve filmu neobměňoval. Vzhledem k intenzivnějšímu výskytu feminismu, který ovšem zasahoval do Hollywoodu méně než v jeho okolí navenek, se zde objevovaly znaky obyčejnosti a energičnosti, které tento jev zesiloval.<sup>30</sup>

Třicátá léta přinesla světu nový objev. Z němého filmu se stal film mluvený, což zapříčinilo přivábení zcela nových hereček. Tehdejší „němé“ herečky neměly pro mluvený film markantní hlas a velká jejich spousta neuměla správně artikulovat. Etapa

---

<sup>28</sup> ECO, Umberto, ed. *Dějiny krásy*. Přeložil Gabriela CHALUPSKÁ, přeložil Veronika KŘENKOVÁ, přeložil Jindřich VACEK, přeložil Kateřina VINŠOVÁ, přeložil Jiří PELÁN, přeložil Zora OBSTOVÁ, přeložil Anita PELÁNOVÁ. Praha: Argo, 2015, s. 73-75. s. 161-171. ISBN 978-80-257-1433-1.

<sup>29</sup> BERGAN, R. *Film: [historie, žánry, světový film, režiséři od A do Z, 100 nejlepších filmů]*. V Praze: Slovart, 2008. Velký ilustrovaný průvodce. s. 20-21. ISBN 978-80-7391-136-2.

<sup>30</sup> BEAROVICZ B. *Herecké ikony éry němých filmů aneb jak vypadaly někdejší ženské idoly našich (pra)praotců?* [online]. 2016 [cit. 2016-01-15]. Dostupné z: <http://eyemag.cz/2016/01/15/herecke-ikony-ery-nemych-filmu-aneb-jak-vypadaly-nekdejsi-zenske-idoly-nasich-pra-praotcu/>.

nezvučného filmu, přivedla na filmová plátna švédskou herečku Gretu Garbo, která se svou líbeznou a mírně žalostnou tváří způsobila velký rozruch. Její věhlas navýšil, když bylo diagnostikováno, že v záběru *Anna Christie* i hovoří. Jejím eufoniovým hlasem byli lidé uneseni a okouzleni.<sup>31</sup> Média v té době navíc tiskly reklamy a plakáty, na kterých bylo sděleno: „*Garbo mluví!*“ Greta Garbo byla jednou z prvotních hvězd, jež představovala pro společnost nedotknutelný symbol v době již své existence. Měla nenahraditelné renomé, které dosáhla díky svým typovým hereckým rolím. Zahrála si například jako ruská baletka, švédská královna či rakouská kráska. Stejně jako ve filmu, tak i ve svém soukromém životě Garbo působila nedosažitelným chladným dojmem, kdy dávala lidem v okolí najevo její nezájem vůči nim. Tyto vlastnosti učinily herečku ještě mnohem více oslnivější veřejnosti. Vzhledově nebyla Garbo nijak novodobá, na rty nanášela rudou rtěnku, která tak více zdůrazňovala její úzké rty, vlasy měla v uhlazeném uzlu a byla známá nošením zastaralého oděvu.<sup>32</sup>

Poté, co se zdálo, že Gretu Garbo jen tak někdo nepředčí, přišla na scénu nová herečka Marlen Dietrich. Filmová hvězda německého původu se vyznamenala snímkem *Modrý anděl*.<sup>33</sup> Tento film otevřel Dietrich zcela nové možnosti v hereckém oboru. Díky němu byla pozvána do Hollywoodu od samotných producentů a byla označena za osobnost, jež podnítila historii filmu. Měla sebejisté vystupování a markantní jednání, které doplňovala svou oblibou v nošení pánských oděvů. Objevovala se v oblecích a také v mnoha svých filmech hrála muže. Feminismus tak pozvolna vstupoval i do filmu. Marlen Dietrich byla vzorem mnoha žen a ty se tak opětovaně začaly přizpůsobovat jejím trendům módy. Ženy začaly oblékat čím dál více kalhoty a rozšířilo se tak i nošení obleků, které si ve velké míře oblíbily hlavně umělkyně. Společnost přisuzovala Dietrich mužnější povahu, která inklinovala k větší průbojnosti a prostořekosti na rozdíl od jiných hollywoodských hvězd. Její péče o vzhled zahrnovala rudá rtěnka, nápadné řasy a značně tenké obočí, které si často herečky celé vytrhávaly a pak znova malovaly. Ve třicátých

---

<sup>31</sup> BERGAN, R. *Film: [historie, žánry, světový film, režiséři od A do Z, 100 nejlepších filmů]*. V Praze: Slovart, 2008. Velký ilustrovaný průvodce. s. 28-30. ISBN 978-80-7391-136-2.

<sup>32</sup> GOLDSCHIEDER, F. *Magazín kina '67*. Praha: Orbis, 1967. s. 24-27.

<sup>33</sup> BERGAN, R. *Film: [historie, žánry, světový film, režiséři od A do Z, 100 nejlepších filmů]*. V Praze: Slovart, 2008. Velký ilustrovaný průvodce. s. 406. ISBN 978-80-7391-136-2.

letech se velmi užíval výraz „vamp“, který vyznačoval přitažlivou, lákavou a sebejistou ženu, kterou Dietrich byla.<sup>34</sup>

Čtyřicátá léta zaznamenala ve filmu jistou emancipaci žen. Stejně tak se hovoří o tom, že film byla zasazen válečným obdobím, ne ovšem bezprostředně. Začaly se objevovat mírné komedie, minimalizoval se výskyt psychologických dramát a velmi oblíbeným se stal také film noir. Módním hitem se stalo nošení kalhot a funkčnost. Ženy za války často pracovaly na pracovních pozicích mužů a kalhoty tak pro ně byly praktické. Pořád ovšem byly v módě vlasy na vlnité bázi, u kterých byla notně prodloužena jejich délka, namalované rty, umělé řasy a úzké obočí, jež se zvolna stávalo nemoderním.<sup>35</sup>

Neopomenutelnou herečkou, jež působila ve filmu od roku 1933 byla Katharine Hepburn. Oplývala nápadným obličejem s výraznými lícními kostmi. Byla známá pro svou egocentričnost, nekompromisnost a odvážnost, která často hraničila s impertinencí, což se přisuzuje důvodu, že byla považována za jednu z nejlepších hereček, dokud ji nepostihla smrt. V oblasti módy a jejího samotného ošacování byla spojována s Marlene Dietrich. Upřednostňovala kalhoty kostýmového typu, šortky a jako druh účesu volila rozevláté vlnité vlasy s délkou kolem ramen.<sup>36</sup> Z módy se postupně vytrácelo přísné mikádo.

V době padesátých let, kdy černobílý film, vystřídal film barevný, zaznamenala tato epocha rozměrnou proměnu v oblasti líčení a módy. Herečky tak nemusely užívat výrazných líčidel, aby byly na filmových plátnech výrazné. Moderní opět začala být stěžejní ženská graciéznost a jemnost nahradily ostré kontury, kterými se vyznačovalo období 30. a 40. let. Když se svobodný svět honosil obdobím hojnosti, nemohl oděv zůstat nepovšimnut. Šaty působily dovádivým a řaseným dojmem, do čehož byla přidána barevnost oděvů a rozmanité vzory. Moderní také byla ramínka na šatech, jak tenké, tak i hrubé, dva druhy sukní, kdy jedny byly širé s množstvím spodniček a jako doplněk nechyběl klobouk a rukavičky a druhé těsné kompletové sukně doplněny o barvitý pulovr. Tento módní trend se stal populárním zejména u mladých dívek, jež obdivovaly

---

<sup>34</sup> RIVA, M. a [Z ANGLICKÉHO ORIGINÁLU PŘELOŽILA ZUZANA MAYEROVÁ]. *Moje matka Marlene Dietrichová*. Praha: Ikar, 2000. s. 52-69. ISBN 8024202654.

<sup>35</sup> SKARLANTOVÁ, J. *Od fíkového listu k džínům*. Praha: Grada, 1999. s. 159. ISBN 80-7169-785-0.

<sup>36</sup> FELDER, D. G. *100 nejvýznamnějších žen všech dob v minulosti i současnosti*. Praha: Knižní klub, 2000. s. 265-267. ISBN 80-242-0376-6.

rock'n'roll.<sup>37</sup> Mezi idoly krásy a módní ikony této éry lze zahrnout velké množství hollywoodských hereček. Mezi ty, které nejvíce zazářily, co se módy týče, lze zahrnout čtyři: Marilyn Monroe, Grace Kelly, Elizabeth Taylor a Audrey Hepburn.

Audrey Hepburn je známá zejména tím, že se její módní ikonou inspirovali špičkoví světoví módní návrháři i v dnešní době. Svým vosím pasem a plochou hrudí se stala něčím novodobým. Měla velké oči, znamenité husté obočí, krátký účes, a především elegantní kultivovaný vkus. Přestože její krátký účes sklízel zprvopočátku kritiku, později se stal pro mnoha žen vzorem, které si ho také později opatřovaly. Móda u ní zpočátku nezbuzovala veškerý zájem, ovšem když se při filmu *Sabrina* střetla s módním návrhářem Hubertem Givenchym, který byl na svém kariérním počátku, vznikla z jejich kooperace přehlídka oděvů pro rozličné premiéry, filmy, gala při udělování cen a běžný život.<sup>38</sup>

Opakem Hepburn byla Marilyn Monroe, jejíž postavu tvořila jemná struktura kostí, zaoblené tvary, širší kyčle, útlý pas a boubelatá nepřevíslá ňadra. Pozornost poutaly také její kroucené vlasy blondáté barvy s délkou po ramena a nápadně plné rty. Aby stáhla svůj pas do jí požadované velikosti a dala na obdiv své přednosti, jako byla ňadra a zadek, upínala se k nošení korzetů. Na rozdíl od čtyřicátých let, kdy se hollywoodské hvězdy líčily temně a vlasy barvily v tmavých odstínech, aby tak lépe vynikaly v černobílých filmech, teď přicházely na scénu ženy světlovlaseho typu a zářící blondýny. Sama Marilyn Monroe byla autenticky bruneta s kaštanovým odleskem. Barvit se začala posléze podle vzoru sexbomby dvacátých let Jean Harlow, která nosila platinovou blond.<sup>39</sup> Monroe ráda provokovala na úkor svých citátů, které jsou velmi známé a ženy je sdílejí na internetových sítích po celém světě. Mezi ty úsměvné patří například: „*Muž je jako koberec. Položte to dobře hned napoprve a můžete po něm šlapat celý život.*“ Nebo také: „*Co si oblékám na spaní? Chanel č.5.*“<sup>40</sup> Přesně takové vytvářela ohlasy padesátá léta.

---

<sup>37</sup> SKARLANTOVÁ, J. *Od fíkového listu k džinům*. Praha: Grada, 1999. s. 182-184. ISBN 80-7169-785-0.

<sup>38</sup> MAYCHICK, D. *Audrey Hepburn: intimní životopis*. Praha: Baronet, 1994. s. 197-198. ISBN 80-85621-93-2.

<sup>39</sup> TARABORRELLI, R. J. *The secret life of Marilyn Monroe*. New York: Grand Central Pub, 2009. s.28. ISBN 978-0-446-55095-6.

<sup>40</sup> *Marilyn Monroe citáty* [online]. 2017. [cit. 2017-01-10]. Dostupné z: <http://citaty.net/autori/marilyn-monroe/>.



Nejlépe ovšem tuto dekádu popsal populární herec William Holden, který se s výše popisovanými hollywoodskými hvězdami dostal do styku:

*„Popularita se vyvíjí podle dobového vkusu a nálady. Koncem dvacátých let a počátkem let třicátých velké hvězdy jako Norma Shearer a Joan Crawford odpovídaly požadavku elegance a vytríbenosti publika. Pak přišla válka, politické zmatky, hospodářské zvraty. Atmosféra, v níž film zdůrazňoval mnohem víc fyzické hodnoty a smyslnost. Popularita hereček šla ruku v ruce s rozměry jejich poprsí. Dnes, myslím, lidé chtějí něco jiného... Domnívám se, že Grace Kelly se stala symbolem důstojnosti, že představuje to, co je v každém z nás dobrého a spravedlivého. A myslím, že se svět musí k těmto hodnotám vrátit, že to je cosi hluboce potřebného. A tuto potřebu ztělesňují ženy jako Grace Kelly a Audrey Hepburn.“<sup>41</sup>*

O Grace Kelly je důležité zmínit, že byla nevymazatelnou módní ikonou, jejíž jméno se objevilo na jedné z řad populární kabely značky Hermés. Pojmenování jedné z řad „Kelly bag“ si vysloužila, když byla provdána za monackého knížete Rainera III., přičemž ji opětovně a s oblibou nosila a zakrývala tak skryté těhotenství. Nutno podotknout, že tyto produkty jsou pouze ruční výroby a zhotovení jednoho z nich trvá průměrně 18 hodin.<sup>42</sup>

Jednou z následujících hereček, jež ovlivnily módu je Elizabeth Taylor. Svými černými vlasy a fialovými očima představovala královnu Hollywoodu své doby. Jako jediná herečka se také nebála říct si o milionový honorář, který také inkasovala za slavný film Kleopatra.<sup>43</sup> Ráda na sebe poutala pozornost nošením velkého množství klenotů a tiár, což byly ozdobné korunky do vlasů ve tvaru čelenek. I přesto, že měla v oblibě vynášet své přednosti, říká se o ní, že byla v rozmezí vyzývavosti Marilyn Monroe a vyváženosti Audrey Hepburn.

Šedesátá léta představovala období volnosti, nezávislosti, svobody a toho si byla italská filmová hvězda Elsa Martinelli dobře vědoma a prohlásila: *„Říkají mi, že mám moderní zjev, asi proto, že jsem hubená. Dnešní ženy musí hodně pracovat, jsou uběhané*

---

<sup>41</sup> ČABLÍKOVÁ, J. *Vývoj a vnímání ženské krásy ve filmu* [online]. Olomouc, 2013. [cit. 2017-01-15]. Závěrečná práce. Fakultní základní škola Olomouc. Dostupné z: [http://www.zshalkova.cz/dokumenty/ZP\\_Cablíkova\\_Vyvoj-a-vnimani-zenske-krasy-ve-filmu\\_13.pdf](http://www.zshalkova.cz/dokumenty/ZP_Cablíkova_Vyvoj-a-vnimani-zenske-krasy-ve-filmu_13.pdf).

<sup>42</sup> MILAN. *Ikonické kabelky – Hermés Kelly* [online]. 2013. [cit. 2017-01-11]. Dostupné z: <http://blog.sekora.cz/?p=2213>.

<sup>43</sup> DOLEŽALOVÁ, K. *Život a smrt Elizabeth Taylor* [online]. © 2008–2017 [cit. 2017-01-14]. Dostupné z: <http://www.kafe.cz/celebrity/zivot-a-smrt-elizabeth-taylor-7279.aspx>.

*a s tloušťkou by se daleko nedostaly. Změnil se celý pojem ženskosti: být ženou dnes, neznamená mít velká prsa a překypující boky. Ženskost je v hlavě a muž začíná chápat, že žena není nástroj na milování, ale že je bytost, se kterou se mluví a žije i mimo veškerou fyzickou potřebu“.*<sup>44</sup> Martinelli se honosila velmi štíhlou postavou, měla markantní lícní kosti, výrazné velké oči a zpočátku působila jako modelka.

Poté, co se na scéně ukázala Brigitte Bardot náhle se změnil celý svět. Šedesátá léta sebou přivodila větší otevřenost, uvolnění a ženy se tak stávaly více odvážnějšími. Bardot byla považována za blondátý sex symbol i přesto, že prvotní barva jejich vlasů byla hnědá. Oblékala se do obepnutých šatů, střídala zkrácené šortky a volnější halenky. Světu předkládala svou sexualitu, oči si rámovala černou linkou, jež ohraničovala horní víčko, rty zvýrazňovala konturovací tužkou pro jejich větší plnost a její veřejnou vášni byly cigarety.<sup>45</sup>

„Česká Bardotka“, tak je nazývána Olga Schoberová, která jako první byla českou známější tváří Hollywoodu. Původně také brunetka, si přebarvením na blond, bohatým přičeskem a bujným pevným poprsím získala řadu lidí a také označení sexy ikony. Jak sama podotkla: „*V době, kdy jsem byla populární, jsem si to neuvědomovala. Jedině teď když se dívám na fotografie, tak si říkám: Proboha, vždyť já jsem byla skutečně hezká.*“<sup>46</sup>

V 70. a 80. letech se dostala kinematografie do zpracování dravých mladických filmařů a byla tak označena jako „Nový Hollywood“. Oblíbenějšími se stávaly umělecké snímky oproti typickým americkým filmům. Mladí filmaři přinesli do filmu mnoho nového. Navyšovali se snímky s násilnými sklony a sexualitou, používala se průbojná hudba s velkou energičností a záměr filmařů byl zachytit snímek, co nejrealističtějším způsobem.

V 70. letech se začaly objevovat první náznaky punkové módy, které sebou přinesla ze západu hudební skupina Sex Pistols. Zvláště oblíbenými byly džíny, barevné materie, minisukně, tuniky a značně vysoká šněrovací obuv.<sup>47</sup>

---

<sup>44</sup> ČABLÍKOVÁ, J. *Vývoj a vnímání ženské krásy ve filmu* [online]. Olomouc, 2013. [cit. 2017-01-15]. Závěrečná práce. Fakultní základní škola Olomouc. Dostupné z:

[http://www.zshalkova.cz/dokumenty/ZP\\_Cablikova\\_Vyvoj-a-vnimani-zenske-krasy-ve-filmu\\_13.pdf](http://www.zshalkova.cz/dokumenty/ZP_Cablikova_Vyvoj-a-vnimani-zenske-krasy-ve-filmu_13.pdf).

<sup>45</sup> RIHOIT, C. *Brigitte Bardot*. Praha: Bohemia, 1993. s.89-102. ISBN 80-85-803-00-3.

<sup>46</sup> BOUŠKOVÁ, Z. *Olga Schoberová: Česká Brigitte Bardot* [online]. [cit. 2017-01-16]. Dostupné z: <http://www.czsk.net/svet/clanky/osobnosti/schoverova.html>.

<sup>47</sup> SKARLANTOVÁ, J. *Od fíkového listu k džínům*. Praha: Grada, 1999. s. 200. ISBN 80-7169-785-0.

V 80. letech se móda jemně obměnila. Populární se tak staly úzké kalhoty, které byly zúženy u kotníků. Dále kalhoty, jež svým vzhledem připomínaly plíseň a saka, jež neměly očividný střih. Ženy používaly malé množství růže na rty a líčení soustřeďovaly spíše na přirozenost než extravaganci.<sup>48</sup>

Devadesátá léta sebou přinesla mnoho oblíbených hereckých ikon. Evropa se stávala zvolna nezávislou a móda tak byla takřka stejná jako ve Spojených státech amerických. Velká oblíbenost a pozornost patřila například hollywoodské hvězdě Julii Roberts, která byla nezapomenutelná ve snímku *Pretty Woman* nebo Kate Winslet, kterou mají všichni v paměti jako Rose z *Titanicu*, jež je označován za druhý nejúspěšnější film všech dob.

Módní éru v devadesátých letech přestaly nastavovat herecké ikony, ale začalo se více vzhlížet k modelkám či jiným umělkyním. Velký rozruch udělala zpěvačka Madonna, která byla označována také za příležitostnou herečku, když na jednom ze svých koncertů předvedla korzet se značnými hrotitými ňadry od J.P. Gaultiera. Populárním se tak začalo stávat předvádění spodního prádla veřejnosti. Móda se také začala vracet k sedmdesátým a osmdesátým letem. Oblíbeným se tak stalo oblékání starého oděvu, které obvykle bylo roztrhané a znečištěné, líčení přešlo z přirozeného vzhledu na tvrdší a výraznější a účesy se nosily rozměrnější. V módě byly také kudrnaté vlasy, které se česaly vysoko od temene hlavy.<sup>49</sup>

S rozvojem internetu v 21. století nastaly velké změny. Je obtížné najít filmovou módní ikonu, když herečky oblékají módní stylisté či stylistky a fotoaparáty bulvárních novinářů dokáží zachytit soukromí v nejhlubším slova smyslu a ihned jej publikovat na internetových portálech. Pro určení módní ikony téhle doby již nestačí, jak vypadá herecká hvězda na veřejnosti, ale je zapotřebí pozorování oděvu a líčení, jenž oblékají a líčí se herečky ve svém soukromí. I přesto, že se móda neustále obměňuje a pořád se přichází se snahou o něco nového, 21. století je dobou, kdy není stanoven přesný požadavek módy a není udána striktně ideální tělesná míra. Herečky jsou štíhlé, přiměřené i obézní, a přesto jsou respektovány. Za nejznámější sexuální ikony lze považovat například Megan Fox, Angelinu Jolie či Scarlett Johansson, ovšem stále se objevují nové tváře, a tak nelze určit sexuální symbol téhle doby.

---

<sup>48</sup> SKARLANTOVÁ, J. *Od fíkového listu k džínům*. Praha: Grada, 1999. s. 205. ISBN 80-7169-785-0.

<sup>49</sup> Tamtéž, s. 205-206.

## 2.2 Malířské múzy aneb měřítko na malířském plátně

Již po staletí byly ženy velkou inspirací pro mnoho malířů. Umělci je zobrazovali nahé, oblečené, pózující, nenuceně oddechující nebo je využívali jako pohon pro své vnuknutí či podnět k tvorbě.

V 17. století, kdy umění ovládl realismus, byl velikán Rembrandt považován za jednoho z nejlepších malířů. Jako svou inspiraci k uměleckým tvorbám využíval mnohdy své nejbližší, aby mu pózovali jako model. Jednalo se zpravidla o ženy, s nimiž sdílel svůj život. V první etapě to byla jeho manželka Saskie, později po její smrti Geertje Dirckx. S tou se ovšem Rembrandt posléze rozešel a na malbách se začala objevovat Hendrickje Stoffels.<sup>50</sup>

Zlatý věk znám jako Belle Époque bylo období koncem 19. století ve Francii. Tento novodobý pařížský život zpodobňoval umělec Renoir ve svých obrazech. Než potkal svou osudovou múzu Aline Charigot, která se stala zároveň jeho životní partnerkou, pózovaly pro jeho obrazy modelky, přítelkyně a příběhy každodenního života.<sup>51</sup>

Pablo Picasso, jenž je označován za nejvýznamnějšího malíře dvacátého století, byl znám pro svou nezbytnost k příležitostným aférám, ačkoliv byl ženatý. Tyto vedlejší aféry byly bezpochyby Picassovou inspirací, kterou vnášel do svých děl. Všechny jeho múzy, ať už ženy či milenky zvětšil na svých obrazech, které pro něho znamenaly určitý druh posedlosti. Jejich tělo a vzhled přeměňoval na geometrické tvary, pigment, kontury a struktury.<sup>52</sup>

Jedním z malířů, jež nacházel inspiraci v mnoha ženách, byl také Andy Warhol. Své múzy nazýval superstars, v překladu tedy superhvězdy. Warhol změnil formu pohledu, kterým lidé vnímají svět, jak nahlíží na umění a se vši eventualitou i to, jak pohlíží lidé na sebe samé.<sup>53</sup> Jeho nejznámější múzou je Ultra Violet, která napsala knihu *Má léta s Andy Warholem* a jehož v ní důkladně popisuje. Violet byla známá nošením fialové barvy, jíž zdobila i svou frizuru a díky níž získala i své umělecké jméno. Nebyla

---

<sup>50</sup> SPENCE, D. *Rembrandt*. Praha: Grada, 2010. Největší malíři. s. 10. ISBN 978-80-247-3547-4.

<sup>51</sup> SPENCE, D. *Renoir*. Praha: Grada, 2010. Největší malíři. s. 11-15. ISBN 978-80-247-3550-4.

<sup>52</sup> SPENCE, D. *Picasso*. Praha: Grada, 2010. Největší malíři. s. 4-13. ISBN 978-80-247-3548-1.

<sup>53</sup> VIOLET, U. *Má léta s Andy Warholem*. Praha: J. Kanzelsberger, 1991. s. 17. ISBN 80-85387-01-8.

múzou jen jednoho malíře, ale i jiných významných umělců jako byl například Salvador Dalí nebo Miloš Forman.<sup>54</sup>

Další z Warholových múz byla také Edie Sedgwick, která byla ikonou šedesátých let a podle které byl natočen životopisný film *Factory girl*. Jejím kognitivním znakem byl temný make-up, masivní šperky na uších a osobitý kultivovaný vkus. Lidi fascinoval její vzhled a snaha být za každé okolnosti elegantní. Objevila se také v časopise *Vogue* a ačkoliv jí byla šéfredaktorka okouzlena, tak kvůli drogovým pověstem s ní další spolupráce neproběhla. John Galliano o ní prohlásil: „*Edie tancovala na svoji vlastní muziku. Myslím si, že právě to inspirovalo Warhola a Dylana tolik jako mě. Vytvořila si vlastní identitu. Mohla by mít jen patnáct minut slávy, a přesto by její styl ovlivnil celou generaci,*“<sup>55</sup>

---

<sup>54</sup> KOSTELECKÝ J. *Ultra Violet a její symboly věčnosti* [online]. [cit. 2017-02-18]. Dostupné z: <http://www.rilke.cz/uv.htm>.

<sup>55</sup> BALÍNOVÁ, A. *Edie Sedgwick: It girl let šedesátých* [online]. © 2009-2017 [cit. 2017-02-18]. Dostupné z: <https://www.mdls.cz/clanek/1062-edie-sedgwick-it-girl-let-sedesatych>.

### 3 MOC MÉDIÍ A IDEÁL KRÁSY

Na média jako taková je nesmírná spousta teorií. Například v knize *Média a moc* se třicet autorů zabývá jejich podstatou a vyjadřují svůj názor na věc samotnou. Jeden z autorů popisuje moc médií jako něco jasně patrného a poukazuje na to, že kdo se v téhle branži nepohybuje, jako by nežil. Velká část lidí, jež sledují televizi, čtou časopisy, poslouchají rádio nebo surfují na internetu si vytváří názor právě prostřednictvím média. Ovšem tito lidé nemají vesměs možnost přezkoumat, zdali informace, které se dozvěděli jsou pravdivé a zdali by se jimi měli nechat vést.<sup>56</sup>

Média představují důležitý příznak, jež utváří existenci persony, zástupu lidí a kompletní společnosti. Působí tak na jednání, mravy a názory osob, že jsou schopna více vnímat svět kolem sebe, vzdělávat se, mít určitý vliv na společenské dění, být nápomocen v politické sféře, ale také zároveň podněcovat k jednání, jež jsou v rozporu se zákonem či společensky nekorektní nebo sdělovat mylné domněnky. Mohou být jak nápomocni, tak i vést prostředky k zneužívání tohoto účinku.<sup>57</sup>

V poslední době bylo vydáno množství publikací, jež zkoumaly působení žen v propagačních materiálech. Byla zde řada stížností na výskyt reklam, kde figurovala velká spousta neduživých vyhublých modelek. Tyto reklamy tak nabádají ostatní ženy, aby vypadaly právě jako ony vyhublé modelky. Zkreslování reality je tak typickým znakem médií. Abnormální štíhlost či štíhlost přirozenou prezentují často jako něco normálního a udržení si takové postavy jako něco společensky důležitého.<sup>58</sup>

Pokud se ovšem zaměříte na osoby, jež v médiích pracují nebo se jim nějak věnují, dojdete k zajímavnému paradoxu. Ukázkový vzor je například český film *Ženy pro měny*, který se zabývá ideálem ženského těla. V jedné ze scén je ukázka šéfredaktorky časopisu *Cosmopolitan* a jejího pracovního prostředí spolu s jejími kolegyněmi píšícími pro další rubriky. Ačkoliv tyto ženy píšící o tom, jak má žena vypadat, aby byla pro společnost přijatelná, jaké jsou nejnovější módní trendy, jak se správně stravovat, aby

---

<sup>56</sup> ŽANTOVSKÝ, P. a V. BEZDÍČEK, ed. *Média a moc: sborník*. Praha: Votobia, 2000. s. 74. ISBN 80-7220-085-2.

<sup>57</sup> JIRÁK, J. a B. KÖPPOVÁ. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2003. s. 151. ISBN 80-7178-697-7.

<sup>58</sup> NOVÁK, M. *Společnost, kultura a poruchy příjmu potravy*. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2010. s. 53. ISBN 978-80-7204-657-7.

dosáhly kultu štíhlosti, tak právě tyto ženy píšící rubriky v časopise se tímto neřídí. Ani jedna z žen, které ve filmu figurovaly v pozici pracovníka časopisu, neodpovídaly dobovému ideálu krásy. Jednalo se o běžné ženy, na kterých bylo vidět, že svému vzhledu nevěnují přílišnou péči. V další ze scén byl rozhovor s fotografem, který na kameru pronesl, že celý tenhle průmysl je jen o financích a že jediný vztah k časopisu, je ten, když přijdou složenky za odvedenou práci. Sama šéfredaktorka při položení otázky, zdali se o ženy, kterým je časopis směřován, které se jeho radami řídí nebo píšou časopisu o radu a netrpělivě při vydání dalšího čísla čekají na odpověď, zdali o se o tyto ženy nějakým způsobem zajímá, tak vzhledem k tomu, že si myslela, že zrovna není na dosahu kamery, odpověděla způsobem, že ji tyto ženy absolutně nezajímají a že pouze vykonává svou práci za kterou je placená. Je zde také například ukázka ženy středního věku, která prostřednictvím reklam, které nabádají všemožnými způsoby, nakupovala prostředky, jež zaručovaly štíhlou linii.<sup>59</sup> Tyto reklamy často prezentují vyhublé ženy, které si publicisté vybírají, protože mají pocit, že jsou líbivější společnosti, a tak umějí produkt lépe prodat. Skutečnost, kterou média vyobrazují, tak neodpovídá realitě. Ve své knize *Společnost, kultura a poruchy příjmu potravy* Michal Novák píše: „zobrazování štíhlých protagonistek jako úspěšných a krásných vede u konzumentek médií k asociaci štíhlosti se sebekontrolou a úspěchem. U žen, které posuzují štíhlé postavy z médií jako přitažlivé, je možné s větší jistotou předpovědět vznik poruch příjmu potravy“<sup>60</sup>

### 3.1 Televize a reklama

Televize a pořady v ní mají obrovskou výhodu například od médií tištěných či rozhlasových, protože jsou obrazové. Pozornost diváka tak poutá obraz i zvuk značně v převaze, vzhledem k tomu, že zvuk doprovází obraz, takže sdělení či oznámení jsou bohatší a účinkují tak věrohodněji.<sup>61</sup>

---

<sup>59</sup> Ženy pro měny – film, 2004.

<sup>60</sup> NOVÁK, M. *Společnost, kultura a poruchy příjmu potravy*. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2010. s. 62. ISBN 978-80-7204-657-7.

<sup>61</sup> ROTH, J. *Mediální výchova v Čechách*. Praha: Tutor, c2005. s. 107. ISBN 80-86700-25-9.

Televize a reklama stejně jako ostatní média často neeticky vyobrazují štíhlé modelky, čímž mohou způsobovat negativní vliv na jejich konzumentky. Příkladem může být reklamní kampaň na pramenitou vodu Aquila Aqualinea. Na přední nálepce tohoto produktu je znázorněna žena s protáhlými štíhlými končetinami. Na jejich propagačním internetovém webu lze stáhnout dokument Miss Aquila, který prezentuje specifický tréninkový plán, vymezený pro mladé ženy. V tomto se mladé dívky dozvídají, že například malá část silné vůle, cvičení a dvě láhve vody Aquila dostačuje k tomu, aby se splnil jejich hlavní cíl, jímž je být ustavičně nádherná. To, aby byly nejkrásnější a nejlepší by pro ně mělo být jasným cílem, ne-li dokonce jejich úkolem. Úžasná dívka totiž pořád vypadá skvěle. Bez výjimky i ráno, když vstane z postele vypadá, jako by zrovna opustila módní mola. A hned jakmile se stane pánem svého těla, což v jiném významu můžeme popsat jako získání postavy filmové hvězdy a její mysl nebude už tolik vystresovaná z každodenního nabitého rozvrhu, až poté si může dovolit projevit zájem o muže. Poté, když zapracuje na všech svých cílech, zůstává už jen ten nejhlavnější a nejvyšší, což je soutěž krásy. Tyto a další reklamní kampaně, jež jsou vedeny pod značkou Aquila Aqualinea, prostřednictvím svých sloganů neúprosně ženám oznamují, že štíhlejší postava v překladu znamená být lepší, krásnější a zdravější.<sup>62</sup>

V knize *Poruchy příjmu potravy* je uveřejněn zajímavý názor H. Bruch, která podotkla: „*módní ideál nepřímo ovlivňuje zejména snadno zranitelné adolescenty. Ti pak ve štíhlosti vidí cestu ke kráse a k úspěchu a sebekontrolu spojují s kontrolou tělesné hmotnosti.* H. Bruch pokládala módní průmysl a sdělovací prostředky odpovědné za to, že rozšiřují názor, že hodnota člověka je v tom, že je štíhlý a že štíhlost je nejdůležitějším aspektem fyzické přitažlivosti.“<sup>63</sup>

---

<sup>62</sup> NOVÁK, M. *Společnost, kultura a poruchy příjmu potravy*. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2010. s. 65-66. ISBN 978-80-7204-657-7.

<sup>63</sup> KRCH, F. D. *Poruchy příjmu potravy: vymezení a terapie*. Praha: Grada, 1999. Psyché (Grada). s. 58. ISBN 80-7169-627-7.



## 3.2 Ženské časopisy

Časopisy, jež jsou směřovány zejména ženám obvykle informují o tom, jak by žena měla být sama sebou, jak jsou plastické operace zbytečné a kolik sebou přináší rizik, jak je důležité být spokojená se svou postavou a svým vnitřním já. Titulní stránka časopisu je mnohdy zdobena modelkou s postavou, jež běžná dívka či žena dosáhne pouze pravidelnými návštěvami fitcentra a stránky o důležitosti vnímání a objevování své osobnosti jsou střídány titulky, jak nejrychleji dosáhnout vysněné postavy, co jíst, co nejíst a co udělat proto, aby byla žena více vyzývavější, krásnější a pro muže přitažlivější. Práce médií tak neatakuje jen na cenu, jež musí konzumentky za časopis zaplatit, ale skrze receptů a instrukcí udává, jak je podstatné kontrolovat a udržovat si svou tělesnou váhu.<sup>64</sup>

Oblíbeným ženským časopisem je například *Cosmopolitan*, který se z velké části zaměřuje na lidské vztahy (často mezi mužem a ženou), slavné osobnosti, reklamy na nejnovější kosmetické výrobky, nechybí ukázka šperků od Tiffany & Co., módní výstřelky od slavných módních návrhářů, stejně tak běžných obchodů často velkých řetězců, jako například Zara nebo H&M.

V aktuálně nejnovějším vydaném čísle *Cosmopolitanu* nechybí příběh ženy, který se zakládá na otázce, proč by ona měla hubnout, když je se svou postavou spokojená a pokud s tím manžel nesouhlasí, tak mu svéhlavě odpovídá, že by ji měl mít rád takovou jaká je. Za tímto článkem je časopis proložen pár stránkami, které se věnují otázkám partnerství, a to z pohledu zdravého vztahu a co udělat proto, aby se mužská osoba svěřila. Hned na to navazuje text nazván *Dietní klamy*, jež se zabývá nejrůznějšími jídelními návyky, kde je v následujících stránkách popsáno, která slavná osobnost, jakému návyku holduje a co tyto návyky obnáší. Nechybí zde ani dodatek a otázka na čtenářky, kam zrovna ony zapadají. Ačkoliv je tenhle článek nazván *Dietní klamy*, je to jen další článek o tom, jak v průběhu několika málo dnů vylepšit svou postavu. O dvě stránky dále už chytře navazuje pojednání o tom, jak být sexy za pět minut tvořeno několika obrázky s názornou ukázkou cviků a fotkou štíhlé modelky, jež drží v ruce cvičební náčiní. Mezi

---

<sup>64</sup> NOVÁK, M. *Společnost, kultura a poruchy příjmu potravy*. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2010. s. 63. ISBN 978-80-7204-657-7.

další oblíbené ženské časopisy můžeme zařadit například *Harper's Bazaar*, *Elle* či celosvětový módní katalog *Vogue*.<sup>65</sup>

Co se týče mužských časopisů, v nichž se vyskytuje ženská tematika, tak za jeden z nejnámějších lze považovat *Playboy*. Tento časopis se nese v duchu fotografií s polonahými ženskými sex symboly, dobrodružnými texty, články se zaměřením na sport a nechybí zde ani podobně jako v časopisech pro ženy, kosmetika a nejnovější módní doplňky, ovšem směřovány mužům. Ženy jsou zde vyobrazovány jako objekty sexuální touhy a chťiče. Za soupeře tohoto časopisu lze uvést také mužský časopis *Maxim*, jenž se zabývá obdobnou tematikou.<sup>66</sup>

### 3.3 Vliv médií

Z výše uvedených informací (kapitola č. 3.1 a č. 3.2) lze na média pohlížet jako na negativní tok informací, ovlivňující fyzickou a psychickou stránku ženy. Ovšem důležité je, si zde položit otázku, zdali jsou to právě média, která v ženách vyvolávají dychtivost podobat se ideálu krásy nebo jsou pouze předmětem, který sděluje a dává konzumentkám, to oč si žádají. Michal Novák ve své knize *Společnost, kultura a poruchy příjmu potravy* uvádí, že: „Mnohem pravděpodobnější je, že média neslouží jako spouštěcí faktor, ale spíše jako udržovací a posilující prostředek...“<sup>67</sup> Není ovšem vyloučeno, že tento prostředek nemůže být vybudován nebo modifikován. Pokud jsou konzumenti podmaněni dlouhodobému účinku propagačních sdělení, je možný výskyt dopadu na jejich postavení koncepce krásy, či tomu, jaké si vytváří stravovací návyky.<sup>68</sup>

V knize *Digitální demence* se autor Manfred Spitzer ptá, zdali čtenář postřehl, že lidé, kteří sledují televizní obrazovky, vypadají na pohled nespokojeně. Zatímco návštěva přátel, procházka v přírodě a další příjemné činnosti působí člověku radost a je to na něm obvykle mimicky zřejmé. Ze švédské studie, jež je v knize uvedena, vyplynulo, že u

---

<sup>65</sup> *Cosmopolitan*. Praha: Bauer Media, 2017, č.2, ISSN 1211-6459.

<sup>66</sup> *Playboy*. ©2017, roč. 17, č. 01-02, ISSN 0862-9374.

<sup>67</sup> NOVÁK, M. *Společnost, kultura a poruchy příjmu potravy*. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2010. s. 74-75. ISBN 978-80-7204-657-7.

<sup>68</sup> JIRÁK, J. a B. KÖPPOVÁ. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-7178-697-7.

mladých dívek a žen je jistá spojitost mezi přítomností deprese a užívání digitálních médií. Deprese a stres, jež lze definovat jako psychickou zátěž, nepříznivě působí na obranyschopnost organismu, způsobuje poruchy trávení, srdce a krevního oběhu a také způsobuje odumírání mozkových buněk, což vede k poškození paměti a oslabení koncentrace.<sup>69</sup>

Pakliže vytvoříme resumé o klasifikaci vlivu a účinků médií na danou osobu dospíváme k vyjádření, že náplň, jež je součástí medií či samotné uplatňování médií, je ovlivňující. Tento vliv může působit krátkodobě nebo dlouhodobě v závislosti na užívání a přímo nebo nepřímo v důsledku pozornosti a vnímání. Účinkuje také na emoce, způsoby vystupování a postoje osoby. Média se promítají jak v oblasti životního stylu, sexuálního života, tak v posuzování vlastní pozice.<sup>70</sup>

Vliv médií, zejména reklam je úzce spojován s poruchou příjmu potravy, o které se autor zmiňuje v navazující kapitole.

---

<sup>69</sup> SPITZER, M. *Digitální demence: jak připravujeme sami sebe a naše děti o rozum*. Brno: Host, 2014. s. 236-237. ISBN 978-80-7294-872-7.

<sup>70</sup> JIRÁK, J. a B. KÖPPOVÁ. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2003. s. 180. ISBN 80-7178-697-7.

## 4 PORUCHY PŘÍJMU POTRAVY

Onemocnění jako je porucha příjmu potravy je jedním z nejběžnějších nemocí u dospívajících dívek a zejména mladých žen. Jedná se zejména o nemoc psychického rázu, kdy je žena nespokojená se svým tělem, má nepravidelný příjem potravy a z hlediska společnosti je ni vytvářen určitý nátlak. Společností se v tomto pojetí rozumí hlavně média, časopisy, televize, internet a plakáty, které neustále označují kult hubenosti, často až vychrtlosti za správný. V televizi na nás často útočí reklamy na pilulky, po jejímž užití člověk jako mávnutím kouzelného proutku zhubne dvacet kilo. Mnoho dívek, které s tímto nemají žádné zkušenosti, si pilulky objednají, ale později zjišťují, jak klamná reklama byla. Ne, že dívky nezhubnou, ale obvykle si tímto přivodí zdravotní potíže různého rázu. Co se týče internetu, jako nejmasovějšího média, mohou zde převážně mladé dívky nacházet spoustu odkazů podporujících anorexii. Stránek je nespočet a dostane se k nim naprosto každý. Mezi nejznámější patří ty, které lze nazvat pro – anorektickými weby a jejímž klíčovým slovem je thinspiration.<sup>71</sup> Pokud si mladá dívka tohle slovo zadá do vyhledávače, v rychlosti se jí načtou stránky a obrázky s vychrtlými (nemocnými) dívkami. Tyto dívky na svých stránkách zveřejňují své fotky, na kterých lze vidět vystouplé kosti nebo jen jejich proměny v průběhu pár dní. Uvádí jejich příkladný jídelníček, který je často složen z minima denních dávek jídel a celková energická hodnota mnohdy nepřekračuje ani 1000 kalorií za den. Nelze opomenout, že na stránkách se často vyjímají také motivační citáty, které zní například takto:

- „*Mozkové buňky vznikají a odumírají, ale tuky zůstávají navždy!*“
- *Chutě jsou jenom pocity!*
- *Hlad bolí, ale hladovění funguje!*
- *Vážně chceš vážít tolik po zbytek svého života?!*
- *Kalorie vás neudělají šťastnou!*
- *Tlustých lidí si někdo všimne, jen když překáží ve výhledu.*
- *Chceš jídlo? Podívej se na ty STEHNA!*“<sup>72</sup>

---

<sup>71</sup> Thinspiration – složenina angl. slov thin – štíhlý a inspiration – nápad.

<sup>72</sup> Motta 3 [online]. 2012. [cit. 2017-01-18]. Dostupné z: <http://baryys.blog.cz/1210/motta-3>.

Tyto a spousta dalších mott nacházejících se na těchto webových stránkách vymývají mladým dívkám mozek a snaží se je takřka „přes mrtvoly“ nalákat na vzor hubenosti.

Poruchy příjmu potravy se z hlediska profesí nejobvykleji objevují mezi baletkami, modelkami a tanečnicemi. Tohle určení vede k úsudku, že společnost jako taková podněcuje jistý nátlak na dodržování kultu štíhlosti a je důležitým příznakem z hlediska evoluce poruch příjmu potravy.<sup>73</sup>

Další z poruch se nazývá mentální bulimie, při které se jedná naopak o přehnaném přejídání a postupném vyzvracení. To, jak jednotlivé nemoci probíhají, jaké můžou nastat komplikace, jaké jsou možné prevence a jak nemoci léčit, je popsáno níže v podkapitolách.

#### **4.1 Mentální anorexie**

Toto onemocnění je ve velké míře označováno záměrným hubnutím, při němž tělesná váha čelí velkému úbytku, kdy v některých případech může být tento váhový úbytek až smrtelný. Takto nemocné ženy se neomezují v jídle, protože by jíst nepotřebovaly či netrpěly pocitem hladu, ale pouze z důvodu, že potravu přijímat nechtějí. Často u těchto osob můžeme zpozorovat také nadměrné cvičení, aplikování výrobků na hubnutí či používání projímadel.<sup>74</sup>

Příznaků, jak poznat mentální anorexii existuje mnoho a často je někdy těžké si jich všimnout, pokud jim člověk nevěnuje dostatečnou pozornost. Nemocný člověk zpravidla vylučuje ze svého jídelního lístku potraviny s velkou kalorickou hodnotou. Omezuje sladkosti, bílé pečivo, přílohy, až nezbyde nic jiného než potraviny s nálepkou „light“. Ve velké míře anorektičky také kouří a pijí kávu, aby zahnal hlad. Rády se přirovnávají k jiným lidem, žádají menší porce a dlouho jedno sousto přežvýkují v ústech. Ohání se tím, že jídlo by se mělo vychutnávat. Na společenských akcích se jídlu velkým obloukem vyhýbají například s odpovědí, že se už stravovaly doma. Jsou velmi zaměstnány svou

---

<sup>73</sup> KRCH, F. D. *Poruchy příjmu potravy: vymezení a terapie*. Praha: Grada, 1999. Psyché (Grada). s. 43. ISBN 80-7169-627-7.

<sup>74</sup> KRCH, F. D. *Mentální anorexie*. 2., přeprac. vyd. Praha: Portál, 2010. s. 25. ISBN 978-80-7367-807-4.

postavou, několikrát denně se váží, vypadají unaveně a oblékají si volné oblečení, aby nebyly vidět jejich vystouplé kosti. Na začátku téhle nemoci působí dívky velmi sebevědomě a energicky, ovšem při neustálém úbytku na váze se začnou stranit společnosti a postupně i lidem jim blízkým a zaobírají se pouze sebou a jak by svou postavu mohly neustále vylepšovat.<sup>75</sup> Jak už bylo popsáno výše, anorektičky si buď píšou svůj vlastní blog nebo se inspirují blogem jiných, kde ostatní dívky uvádějí své zkušenosti. Vesměs každá dívka je toho v dnešní době součástí a internet tak má obrovský vliv na ně samotné. Můžou se zde dočíst různé motivační citáty na téma hladovění, je zde publikováno nespočet fotografií s dívkami ve spodním prádle s nevzhlednými vyčnívajícími kostmi a nechybějí ani samotné jídelníčky, kde snídani tvoří suchý knäckebröt a oběd kousek ovoce – zpravidla ne celý, ale jen část z něj.

V pozdějších stádiích nastává u nemocných dehydratace, protože dívky nabydou dojmu, že by mohly přibrat i z vody, může se objevovat depresivní a sebevražedné chování.<sup>76</sup>

## 4.2 Mentální bulimie

Přehnané přejídání má stejně staré kořeny jako historie odpírání stravy. V dávných časech se takto na svých večírcích chovala vyšší třída společnosti. Na vesnických trzích lidé svým přejídáním bavili občany. Podle tvrzení filologů se slovo bulimie skládá z řeckých slov vůl a hlad a zároveň tak charakterizuje obrovský hlad, kdy je člověk schopen pozřít celého vola. V osmnáctém století se rozlišovalo sedm druhů bulimie. Často byla bulimie specifikována jako projev špatného zažívání. Dnešní záznamy hovoří o jedné, která je označována za intenzivní a neřiditelné nucení se přejídat ve sloučení s nezdravou obavou z přibírání.<sup>77</sup>

---

<sup>75</sup> KRCH, F. D. *Mentální anorexie*. 2., přeprac. vyd. Praha: Portál, 2010. s. 29-30. ISBN 978-80-7367-807-4.

<sup>76</sup> Tamtéž, s. 34-35.

<sup>77</sup> KRCH, F. D. *Poruchy příjmu potravy: vymezení a terapie*. Praha: Grada, 1999. Psyché (Grada). s.29-30. ISBN 80-7169-627-7.

Existují tři znaky, které stanovují, že daný člověk trpí bulimií:

- Opakované a nekontrolovatelné přecpávání se jídlem
- Opakovaná a neúměrná kontrola tělesné váhy, vyvolávané zvracení, používání projímadel a taktéž držení neustálých hladovek a přílišné sportování
- Obava z příbytku na váze, neúměrná pozornost svému vzhledu a hmotnosti

Pocit přesycenosti je ovšem značně relativní. Bulimičky často pozřou jen o trochu více, než by si přály nebo než byly zvyklé požívat. V případě, že ovšem pocítují přecpanost, tak se postupem času do přejídání pustí. Tenhle postup běží u kohokoliv, jehož cílem je dlouhodobá neúnosná redukce v jídle. Je to jedním z důvodů, proč mnoho nemocných trpící bulimií uvádí jako počátek své nemoci právě anorexii.<sup>78</sup>

U dívek a žen trpící bulimií se ve velké míře mohou projevit návaly zimnice, zácpy, průjmy a velmi časté je také zničení zubní skloviny při konsekvenci zvracení.

Spolu s anorexií se bulimie nejčastěji vyskytuje u sportujících dívek, modelek či tanečnic.<sup>79</sup> Dále také, jak už bylo výše zmíněno u anorexie, týká se to hlavně dívek a mladých žen, jež se chtějí přizpůsobit dobovému ideálu krásy.

### 4.3 Alternativy léčby

V dnešní moderní době se nabízí velká část rozličných forem léčebných procesů poruch příjmu potravy. K zvolení náležitého druhu terapie je zapotřebí zvážit v jak velkém ohrožení se z lékařského postoje nemocný člověk nachází, a zdali jeho aktuální stav vyžaduje vícedenní léčbu ve zdravotnickém zařízení. O této léčbě je možno také uvažovat, pokud nemocný vede známky přehlížení terapie psychologické. Všechny tyto kroky potřebují důkladné posouzení předchozí léčebné kúry a zároveň přítomného motivování k terapii.

---

<sup>78</sup> KRCH, F. D. *Mentální anorexie*. 2., přeprac. vyd. Praha: Portál, 2010. s. 27. ISBN 978-80-7367-807-4.

<sup>79</sup> ARNDT, T. *Bulimie* [online]. 2010. [cit. 2017-01-18]. Dostupné z: <https://www.celostnimediceina.cz/bulimie.htm>.

Mezi první formu léčebného procesu lze zařadit hospitalizaci, která je zapotřebí ke stabilizaci pacienta. Je zde důležitá aktivní spolupráce ze strany nemocného a nepohlíží se jen na fyzickou stránku osoby, ale také psychickou. Často tento léčebný proces trvá měsíce, než pacient získá opět svoz původní váhu. K hospitalizaci dochází zejména, když opakované léčebné procesy nemají žádný výsledek nebo je zde hrozba sebepoškozování.

Další formou je ambulantní lékařská péče, která se zajímá o pacienty, kteří jsou v rozporu s podstupováním jakékoliv léčby a kteří mají za sebou zejména mnoho typů léčby a nesouhlasí s jakoukoliv další. Tento proces nesměřuje k vyléčení z poruchy příjmu potravy, nýbrž k uvedení pacienta ke stabilitě. Výhodou může být terapie poskytovaná ve skupině, čímž mohou pacienti dosáhnout určité podpory svého problému. U pacientů, u nichž byla zaznamenána mírnější povaha této nemoci je obvykle účinným řešením svépomoc či svépomoc řízená odborníkem. Ačkoliv není vhodná pro všechny pacienty, jež se s poruchou příjmu potravy potýkají, tak existuje skupina osob, která má z tohoto užitek.

Další léčbou je například rodinná terapie, jež se využívá, když pacient žije u své rodiny. K této terapii existují zejména důvody toho, že nemocný sdílí své obydlí s rodinnými příslušníky, jež mají za něj a jeho psychický a fyzický stav odpovědnost. Rodiče tak mohou být subvenčí k nabytí terapeutického cíle.

Mezi běžně uznávané léčby můžeme zařadit kognitivně behaviorální terapii, jež se zpracovává v následujících bodech:

- uchovávání evidence o jídle, paroxysmu přejídání a o úvahách a dojmech, jež toto počínání podněcuje
- častá kontrola tělesné váhy a změna denního příjmu potravy
- prevence před recidivou<sup>80</sup>

Tyto výše vyjmenované alternativy léčebných procesů jsou rozvíjeny a často mezi sebou propojovány, aby tak dosáhly větší možnosti snížení rizikových faktorů a napomohly k lepší rekonvalescenci.

---

<sup>80</sup> KRCH, F. D. *Mentální anorexie*. 2., přeprac. vyd. Praha: Portál, 2010. s. 127-133. ISBN 978-80-7367-807-4.



V knize *Společnost, kultura a poruchy příjmu potravy* uvádí Michal Novák ukázkou z webu, jež je inspirovaný v duchu pro-anorektického webu a cituje: „*Pokud jste sem přišli, abyste se /naučili/ anorexii či bulimii, měli byste tyto stránky okamžitě opustit. Poruchy příjmu potravy jsou bolavé, život ničící zrůdy, které vám za to nestojí. Nejsou /cool/ ani okouzující. Není to ani záruka rychlého řešení všech vašich problémů. Nejsou dietou. Jsou živoucím peklem. Ale jakmile je jednou osobně poznáte, je to konečná. Zůstanou s vámi, dokud vás nezabijí, nebo nezničí celý váš život natolik, že není jiné cesty než získat zpátky svou svobodu. Takže – nepřibližujte se. Držte se zpátky. Neblázněte.*“<sup>81</sup>

---

<sup>81</sup> KRCH, F. D. *Poruchy příjmu potravy: vymezení a terapie*. Praha: Grada, 1999. Psyché (Grada). s. 69. ISBN 80-7169-627-7.

## 5 SEBEPOJETÍ

Sebepojetí vzniká již v počátcích lidského narození. Liší se v období batolete a také ve středním věku. Zde se bude práce zaměřovat na sebepojetí tělesné.

Tělesné sebepojetí ženy neboli Body Image je představa sebe samé ve své mysli nebo při pohledu do zrcadla. Jedná se o přemítání o svém vlastním vzhledu, jak se žena cítí ve svém těle, jak vnímá svou výšku, váhu, tvar a pohyb či chůzi. Rozlišuje se pozitivní a negativní Body Image, kdy u pozitivního si ženy váží svého těla a uvědomují si, že fyzický vzhled oproti vnitřní kráse nestanovuje nic o jejich hodnotě jako člověka či jejich povaze. Obvykle se také cítí ve svém těle dobře, jsou s ním spokojeny a jsou negativní vůči změnám, jež se týkají kontroly tělesné váhy, omezování ve stravování za účelem hubnutí či nesebejistého pocitu ze sebe samých. Zatímco, ženy, jež svou postavu vnímají negativně, nekontrolovaně se soustředí na svůj vzhled a srovnávají svou postavu s nedosažitelnými ideály, mají početnější probabilitu ke vzniku poruch příjmu potravy. (více v kapitole č.4) Je u nich zaznamenáno často nízké sebevědomí a zaujetí hubnutím.<sup>82</sup>

Není divu, že existují ženy, jež nejsou spokojeny se svým přírodním vzhledem. Na jejich krásu se mnohdy pohlíží jako na něco prospěšného. Dovede přivodit peníze, společenskou pozici a mnohdy jak si mnozí myslí, také lásku. Tyto položky jsou ovšem podmíněny stářím a ženy krásu buď využijí ve svůj prospěch nebo s ní prohrají i vše zbývající.<sup>83</sup> Spojitost se sebepojetím má také sebeuvědomování.

Sebeuvědomování je pokládáno za absolutní nepochybnost, kterou lze přirovnat k samozřejmosti pochopení své neomezované vůle a dojmu, že persona rozhoduje o tom, co provede či neprovede.<sup>84</sup> Tyto dva pojmy úzce propojují sebevědomí.

*„Sebevědomí je složeno ze slov sebe a vědomí, uvědomění si sebe sama, přijetí sebe sama. Hledá-li žena přijetí ve svém okolí, nachází pouhou sebejistotu. Taková žena*

---

<sup>82</sup> *What is Body Image?* [online]. [cit. 02-19-2017]. Dostupné z: <https://www.nationaleatingdisorders.org/what-body-image>.

<sup>83</sup> ETCOFF, N. L. *Proč krása vládne světem*. Praha: Columbus, 2002. s. 74. ISBN 80-7249-112-1.

<sup>84</sup> KOUKOLÍK, F. *Já: o mozku, vědomí a sebeuvědomování*. Vyd. 2., přeprac. Praha: Karolinum, 2013. s. 31. ISBN 978-80-246-2249-1.

*bude vždy obětí svých vlastních iluzí o tom, jaká by měla být a jaký by měl být svět kolem ní.*<sup>85</sup>

---

<sup>85</sup> ECO, U. ed. *Dějiny krásy*. Přeložil Gabriela CHALUPSKÁ, přeložil Veronika KŘENKOVÁ, přeložil Jindřich VACEK, přeložil Kateřina VINŠOVÁ, přeložil Jiří PELÁN, přeložil Zora OBSTOVÁ, přeložil Anita PELÁNOVÁ. Praha: Argo, 2015, s. 1060. ISBN 978-80-257-1433-1.

# PRAKTICKÁ ČÁST

## 6 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ

### Cíl výzkumu a hypotézy

V této praktické části byl zužitkován dotazník k dosažení co největšího počtu respondentů, jak mužů, tak žen s trvalým bydlištěm v hlavním městě České republiky - Praze s věkovým vymezením od 20 do 30 let. Protože respondenti byli rozčleněni do dvou skupin podle pohlaví, předpokládá se, že jejich odezvy budou rozdílné. Cílem dotazníkového šetření bylo stanovit, jaký vliv mají média na vzor ženského ideálu krásy. Jak jej vnímají ženy, muži a případné rozdíly mezi nimi. Jakým způsobem jsou ovlivňováni lifestylovými obsahy a jakou empirii či vztah mají k přípravkům, jež slibují hubnoucí účinky. Dalším cílem je získání mínění, jak přistupují k soutěžím krásy, jež zcela jistě ovlivňují masy lidí v jejich představách o ideálu ženské krásy a stávají se tak snadno prostředky, jež vyvolávají různé zdravotní problémy týkající se kultu hubenosti. Pro tento výzkum jsou stanoveny čtyři výzkumné otázky a k nim následující hypotézy:

**Výzkumná otázka č. 1:** Existuje rozdíl v pojmání ženské krásy mezi muži a ženami?

**Výzkumná otázka č. 2:** Jsou se svým vzhledem spokojeni více muži nebo ženy?

**Výzkumná otázka č. 3:** Věří přípravkům slibujícím úbytek na váze více muži nebo ženy?

**Výzkumná otázka č. 4:** Ovlivňují média životní styl více mužských nebo ženských recipientů?

Dotazník zahrnuje otázky, jež se týkají vlivu médií, jaký názor mají lidé na soutěže krásy, ať už dospělé či dětské a jak je důležitý vzhled co se týče společnosti. Respondenti také hodnotí, kdo je pro ně přitažlivější, kdy jsou mu předloženy na výběr z možností dvě známé osobnosti, které jsou označovány za idol ženské krásy, jež vzhledově

tvoří protiklady a každá pochází z jiného období. Dotazník je také zaměřen na vzdělání respondentů a na to jakou respondent preferuje u ženy postavu.

Na základě výzkumných otázek byly zformulovány čtyři hypotézy, které se ve výsledcích tohoto šetření buď potvrdily nebo vyvrátily. Výzkumné otázky a hypotézy se vyvíjely ze studování odborné literatury a z osobních empirií a poznatků.

**Hypotéza č. 1:** Muži vnímají ideál ženské krásy jinak než ženy.

**Hypotéza č. 2:** V dnešní moderní době jsou ženy i muži spokojeni se svým vzhledem.

**Hypotéza č. 3:** Ženy mají více zkušeností s preparáty slibující úbytek na váze než muži.

**Hypotéza č. 4:** Ženy jsou ovlivněny lifestylovými obsahy v médiích více jak muži.

## **Metoda výzkumu, výzkumný vzorek a jeho časová organizace**

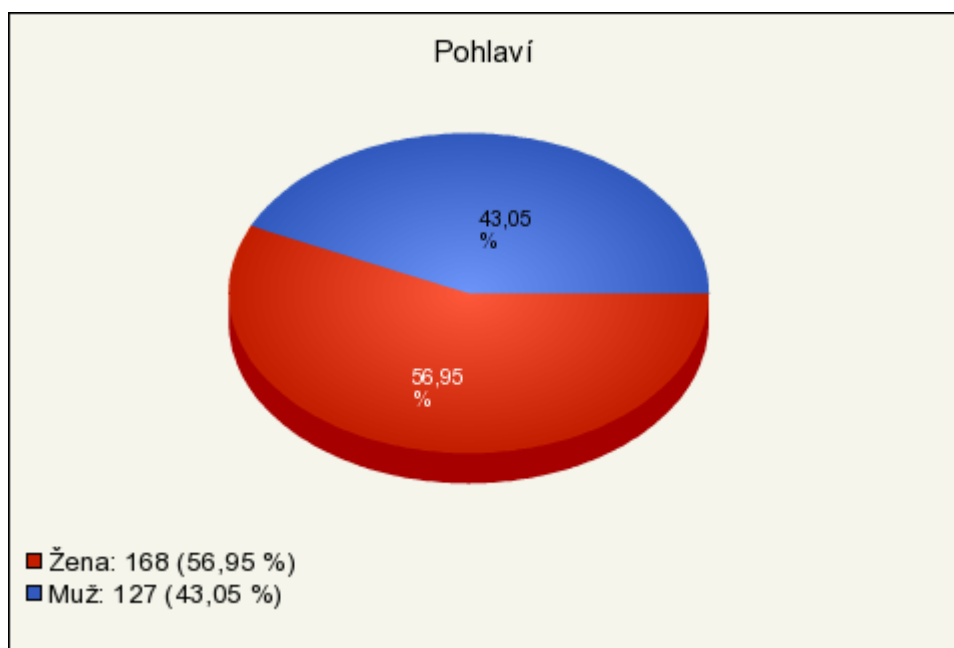
Pro akumulaci výsledků byla zvolena kvantitativní metoda na bázi dotazníku, jež byl vytvořen na internetovém serveru vyplno.cz. Tato metoda byla vybrána s cílem dosáhnout co největšího reprezentativního vzorku respondentů, kdy jejich zastoupení je ideální při stejnoměrném rozvržení mezi oběma pohlavími. Dotazník byl rozšiřován na internetových sociálních sítích a mezi kamarády, kdy tito byli požádáni o další rozesílání svým známým. Tímto postupem bylo docíleno větší kvantum respondentů, přičemž můžeme předpokládat, že se jednalo zvláště o lidi vlastní přístup k internetu. Dotazník byl sestaven ze čtrnácti otázek, byl anonymní a všechny otázky byly uzavřené a povinné k zodpovězení.

Výzkumný vzorek byl na internetu šířen dva týdny – prováděl se ve dnech 23.1–5.2. 2017 a odpovědělo na něj 295 respondentů. Návratnost dotazníku činila 86,3 %. Autorovi výzkumu bylo umožněno kontrolovat každý den exporty z vyplňování a taktéž připomínky daných respondentů na něj, což vedlo k tomu, aby bylo zabráněno vzniku nepoužitelných výsledků. Studovaná cílová skupina byla mezi 20 až 30 lety a podmínkou taktéž bylo trvalé bydliště na území města Prahy, jež bylo uvedeno v úvodu dotazníku.

## Analýza dotazníkového šetření

Skrze dotazníku byly informace stanoveny následovně.

Graf 1: Pohlaví



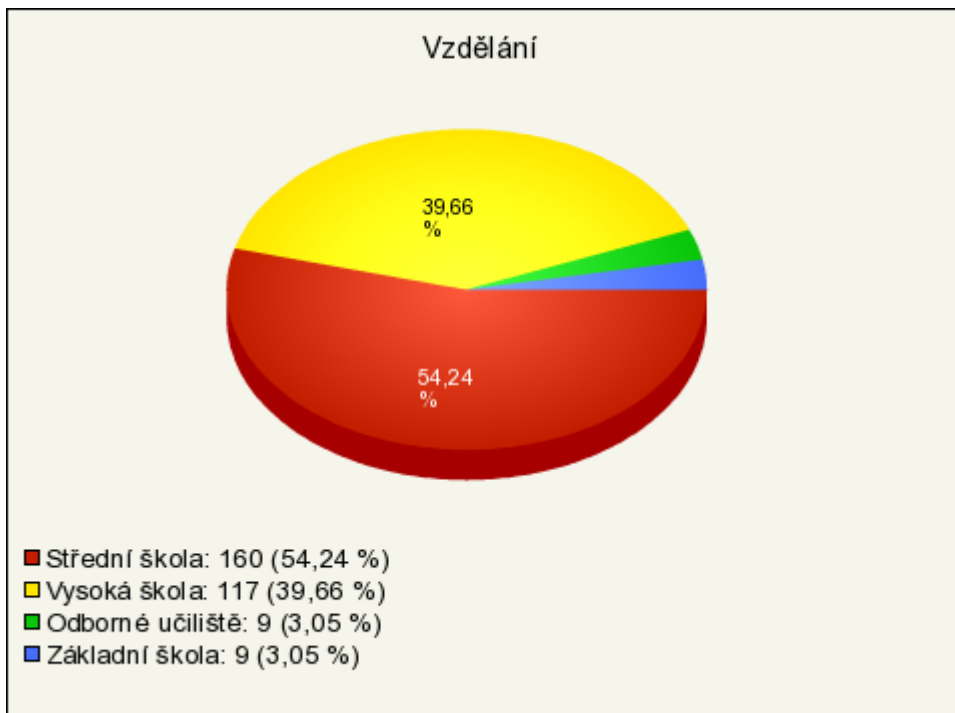
Zdroj<sup>86</sup>

Dotazníkového šetření se zúčastnilo 295 osob, z čeho větší polovinu tvořily ženy. (Viz graf 1) Jedním z možných důvodů, proč se zúčastnilo více žen, může být větší zájem a zaujetí tématem ženské krásy, než jak se tím zaobírají muži.

---

<sup>86</sup> Žaneta Martynková, 2017 (vlastní šetření).

Graf 2: Vzdělání

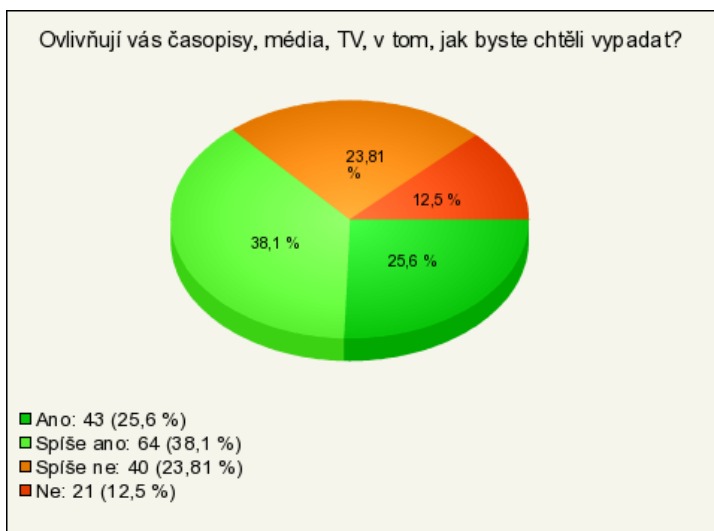


Zdroj<sup>87</sup>

V otázce vzdělání uvádí 160 respondentů, což je větší polovina dotázaných, že absolvovalo střední školu. Hned v pozadí stojí absolventi vysokých škol, kterých uvádí graf 117, zatím co, základní vzdělání nebo výuční list má pouze 7 % respondentů.

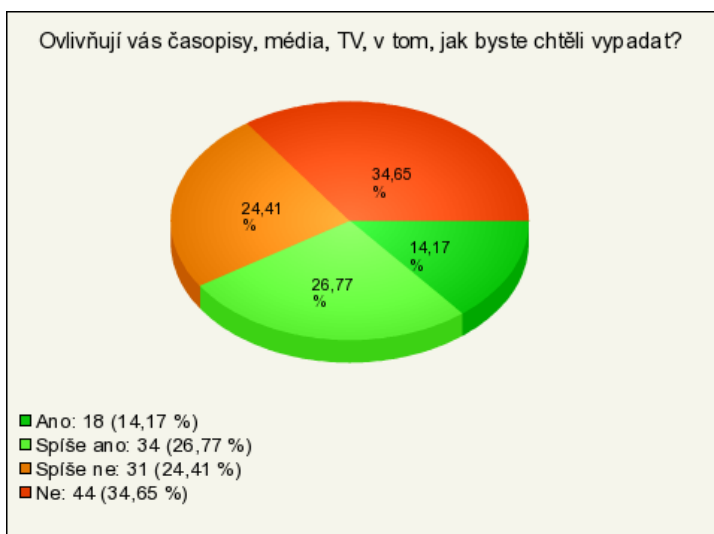
<sup>87</sup> Žaneta Martynková, 2017 (vlastní šetření).

Graf 3: Vliv časopisů, médií, TV v tom, jak by měli lidé vypadat – ženy



Zdroj<sup>88</sup>

Graf 4: Vliv časopisů, médií, TV, v tom, jak by měli lidé vypadat – muži



Zdroj<sup>89</sup>

Ženy pociťují vzhledem k výše uvedeným grafům větší ovlivňování ze strany médií. Ano a spíše ano odpovědělo 63,7 % dotázaných respondentek, zatímco u mužů jsou tyto procenta nižší 40,94 %, z čehož můžeme usuzovat, že muži nejsou tak pohlceni

<sup>88</sup> Žaneta Martynková, 2017 (vlastní šetření).

<sup>89</sup> Žaneta Martynková, 2017 (vlastní šetření).



světem a ideály, jež nám představuje společnost, což bude navazovat na další graf, kde muži odpovídají ve velké míře, že mají svoji vlastní představu o ženském ideálu krásy. Tyto odpovědi rovněž korespondují s hypotézou č. 4, kdy ženy jsou ovlivněny lifestyleovými obsahy v médiích více jak muži.

Graf 5: Vnímání ideálu ženské krásy – ženy



Zdroj<sup>90</sup>

<sup>90</sup> Žaneta Martynková, 2017 (vlastní šetření).

Graf 6: Vnímání ideálu ženské krásy – muži



Zdroj<sup>91</sup>

Na grafech č. 4 a č. 5 můžeme vidět, že muži trvají na vlastní představě o ideálu krásy, což činí 82,68 % zodpovězených mužských respondentů, zatímco u žen je to pouze 58,33 % zodpovězených. Lze také předpokládat, že muži kladou na ideál menší kritéria, vzhledem k tomu, že jejich odpověď ideál neexistuje odpovědělo 11,81 %, kdež to u žen bylo procento o něco vyšší, tedy 27,98 %. Což může korespondovat s hypotézou č. 1, která tvrdí, že muži vnímají ideál ženské krásy jinak než ženy.

---

<sup>91</sup> Žaneta Martynková, 2017 (vlastní šetření).

Graf 7: Spokojenost se svým vzhledem – ženy



Zdroj<sup>92</sup>

Graf 8: Spokojenost se svým vzhledem – muži



Zdroj<sup>93</sup>

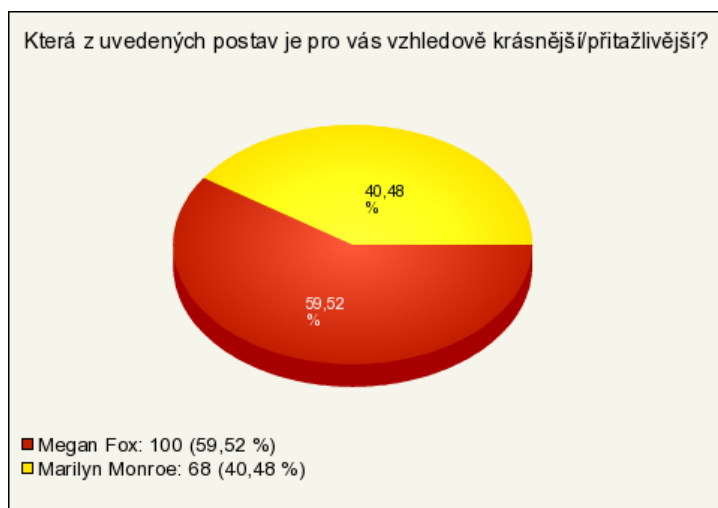
Co se týče otázky spokojenosti se svým vzhledem, která navazuje na hypotézu č. 2, že v dnešní době jsou muži i ženy spokojeny se svým vzhledem, tak je zde určitá převaha mužů, kteří jsou spokojenější a odpověď ano na výše položenou otázku odpovědělo tak 65,35 %. U žen jsou tyto procenta nižší a kladně tak zodpovědělo

<sup>92</sup> Žaneta Martynková, 2017 (vlastní šetření).

<sup>93</sup> Žaneta Martynková, 2017 (vlastní šetření).

52,98 % žen. U obou pohlaví respondentů je to ovšem větší polovina. To, že u žen odpovědělo 47,02 %, že spokojeny nejsou, může vycházet z tlaků společnosti a médií, které neustále předhazují, jak má žena vypadat a co na sobě vylepšit. Na muže nejsou kladeny až tak vysoké nároky.

Graf 9: Hodnocení atraktivity a přitažlivosti vybraných dvou osob – ženy



Zdroj<sup>94</sup>

<sup>94</sup> Žaneta Martynková, 2017 (vlastní šetření).

Graf 10: Hodnocení atraktivity a přitažlivosti vybraných dvou osob – muži



Zdroj<sup>95</sup>

Zde autor výzkumu vybral Marilyn Monroe a Megan Fox, vzhledem k tomu, že se jedná o dva protipóly, kde jedna oplývá bujnými křivkami, blondatou frizúrou a druhá velmi štíhlou postavou s rovnými hnědými vlasy. Obě lze považovat za ideál krásy, ovšem každou jiné doby. Z grafů č. 8 a č. 9 vyplývá, že pro muže je atraktivnější Megan Fox, kterou zvolilo 76,38 % respondentů, zatím co u žen to bylo jen 59,52 %. Ženy více tíhly k Marilyn Monroe oproti mužům, což může v důsledku znamenat, že je pro ně zdravě vypadající postava zajímavější a samotným jim líbivější, ačkoliv je to trochu v rozporu s grafem č. 6, kde necelá polovina – 47,02 % žen uvedlo nespokojenost se svým vzhledem. Ovšem nespokojenost nelze brát, že ženy při vyplňování téhle otázky se zaměřovaly pouze na svou postavu, nýbrž na vzhled celkový.

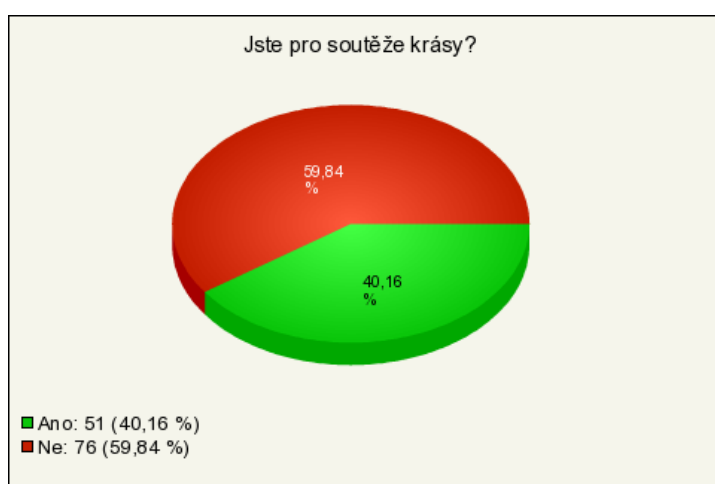
<sup>95</sup> Žaneta Martynková, 2017 (vlastní šetření).

Graf 11: Souhlas se soutěžení krásy – ženy



Zdroj<sup>96</sup>

Graf 12: Souhlas se soutěžení krásy – muži



Zdroj<sup>97</sup>

Z grafů č. 10 a č. 11, lze vyvodit, že ženy více nesouhlasí se soutěžení krásy než muži. Lze hypotézovat, že na ženy mají tyto soutěže větší mediální vliv a nutí je pak se s danými modelkami ztotožňovat. Nesouhlas vyjádřili také muži, což samotného autora výzkumu překvapilo. Mužů, kteří nesouhlasili bylo 59,84 % a žen 75 %.

<sup>96</sup> Žaneta Martynková, 2017 (vlastní šetření).

<sup>97</sup> Žaneta Martynková, 2017 (vlastní šetření).

Graf 13: Souhlas s dětskými soutěžemi krásy – ženy



Zdroj<sup>98</sup>

Graf 14: Souhlas s dětskými soutěžemi krásy – muži



Zdroj<sup>99</sup>

Překvapivými výsledky byly ukazující grafy č. 12 a č. 13, kdy větší procento mužů souhlasilo s dětskými soutěžemi krásy oproti ženám. Obě pohlaví vyjádřili velký nesouhlas – 95,24 % ženy a 88,19 % muži. U mužů 11,81 % zde bylo ovšem vyhodnoceno

<sup>98</sup> Žaneta Martynková, 2017 (vlastní šetření).

<sup>99</sup> Žaneta Martynková, 2017 (vlastní šetření).

větší procento souhlasu než u žen 4,76 %. Lze zde domýšlet, že ženy si uvědomují větší psychický dopad těchto soutěží na mladé dívky a snaží se tomu tak vyvarovat.

Graf 15: Vliv soutěží krásy na ženy v tom, jak by měly vypadat – názor žen



Zdroj<sup>100</sup>

Graf 16: Vliv soutěží krásy na ženy v tom, jak by měly vypadat – názor mužů



Zdroj<sup>101</sup>

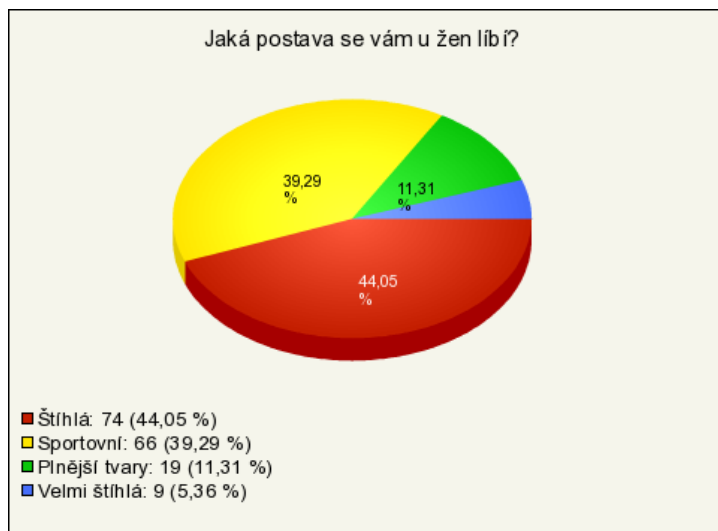
<sup>100</sup> Žaneta Martynková, 2017 (vlastní šetření).

<sup>101</sup> Žaneta Martynková, 2017 (vlastní šetření).



Z grafu č. 14 a č. 15 můžeme vydedukovat, že obě pohlaví mají stejně kladný názor na to, že soutěže krásy ovlivňují ženy v tom, jak by měly vypadat. U žen je to 86,9 % a u mužů 81,89 %.

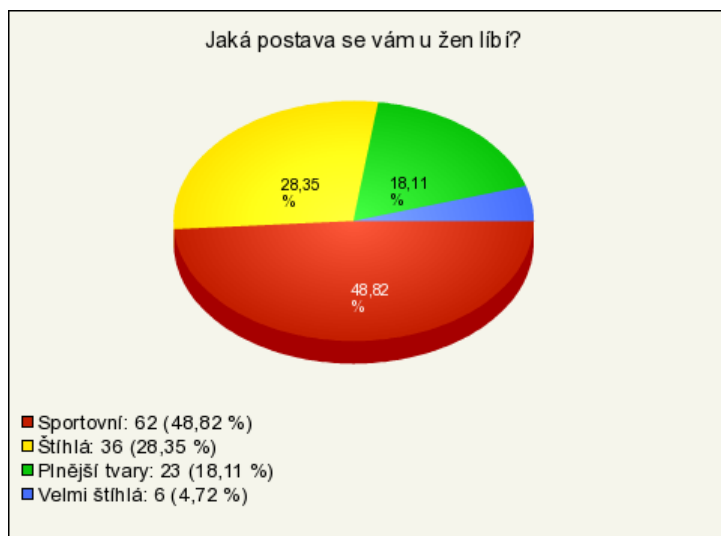
Graf 17: Preferování ženské postavy – ženy



Zdroj<sup>102</sup>

<sup>102</sup> Žaneta Martynková, 2017 (vlastní šetření).

Graf 18: Preferování ženské postavy – muži

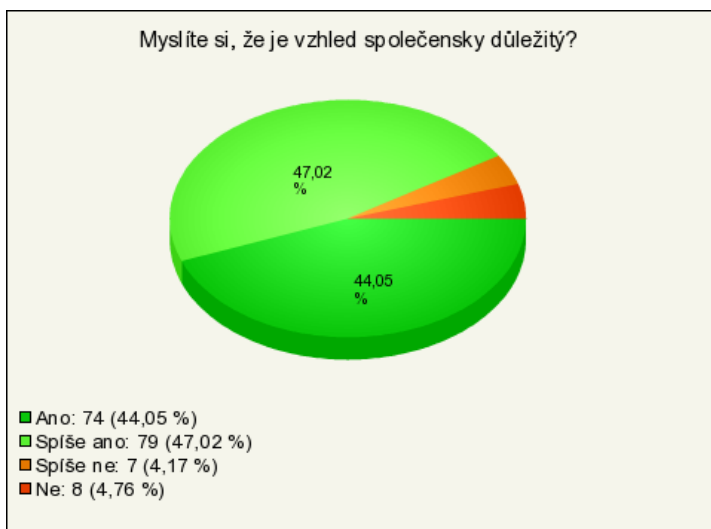


Zdroj<sup>103</sup>

V pohlížení na ideální ženskou postavu se u žen s 44,05 % nahlíží na štíhlost. Zatím co muži s 48,82 % preferují spíše postavu sportovní. Sportovní postavu těžko definovat, ovšem často si pod tímto pojetím lidé představují hlavně svaly a zpevněnou tělesnou konstrukci. Je brán v potaz, že sportovní postava může být přisuzována i ženě, která například hází koulí a její postava tak nebude zcela štíhlá, ale může mít bujně tvary a zpevněné svalstvo. Sportovní se tedy v tomto smyslu myslí taková postava, jež vykazuje známky sportovní aktivity, zatím co štíhlá může být přisuzována například lidem s rychlým metabolismem, tedy dědičná štíhlá postava nebo lidem omezujícím se v přísunu potravin a neustálého tak kontrolování tělesné váhy. Obě pohlaví rovněž spíše odsuzují postavy velmi štíhlé a plnější tvary, kde si jsou v zodpovězení téhle otázky a procentuální sazby velmi blízko. Tyto vydedukované odpovědi taktéž úzce souvisí s hypotézou č. 1, kdy muži vnímají ideál ženské krásy jinak než muži. Nelze přesvědčivě tvrdit, že jinak, ovšem jejich odpovědi v ideálu se liší, ale naopak se shodují v ne ideálu.

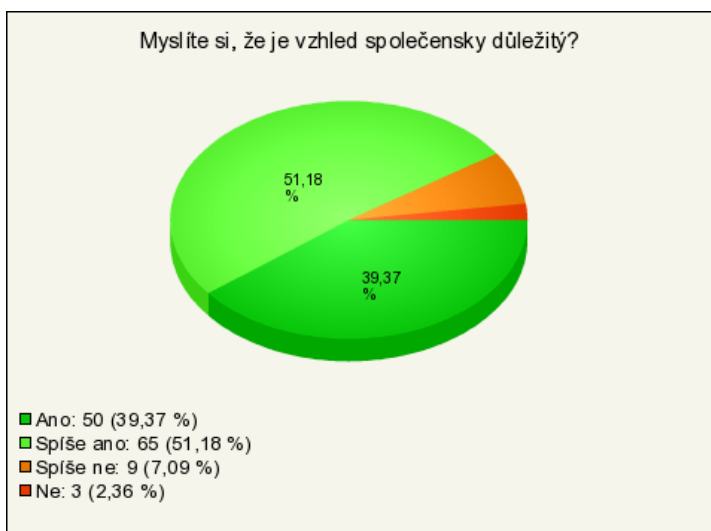
<sup>103</sup> Žaneta Martynková, 2017 (vlastní šetření).

Graf 19: Důležitost ženského vzhledu z pohlížení společnosti – ženy



Zdroj<sup>104</sup>

Graf 20: Důležitost ženského vzhledu z pohlížení společnosti – muži



Zdroj<sup>105</sup>

Na grafu č. 18 a č. 19 můžeme vidět velkou podobnost v odpovědi na otázku, zdali je společenský vzhled důležitý. Lze předpokládat, že si jsou lidé vědomi toho, jak na ně pohlíží společnost a že se jim v určitém smyslu musí podřizovat nebo se jim podřizovat

<sup>104</sup> Žaneta Martynková, 2017 (vlastní šetření).

<sup>105</sup> Žaneta Martynková, 2017 (vlastní šetření).

chtějí. Ženy, které na tuto otázku odpověděly ano nebo spíše ano bylo procentuálně 91,07 % a mužů 90,55 %.

Graf 21: Důležitost celkového vzhledu u žen – ženy



Zdroj<sup>106</sup>

Graf 22: Důležitost celkového vzhledu u žen – muži



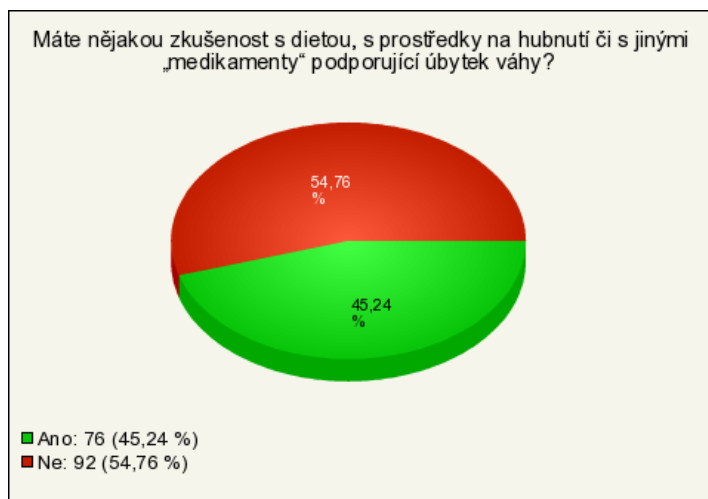
Zdroj<sup>107</sup>

<sup>106</sup> Žaneta Martynková, 2017 (vlastní šetření).

<sup>107</sup> Žaneta Martynková, 2017 (vlastní šetření).

V otázce celkového vzhledu se odpovědi mezi pohlavími mírně lišily. Žen, pro které je celkový vzhled velmi důležitý odpovědělo na otázku 17,86 %. Menší důležitost, ovšem pořád definováno jako „důležité“ odpovědělo 72,02 % žen. Jen pro necelá dvě procenta žen, přesněji řečeno pro 1,79 % je vzhled zcela nepodstatný. Z čehož můžeme usuzovat, že priority, které byly před několika lety, nelze srovnávat s prioritami dnešní doby. Ačkoliv již kdysi byly určité druhy žen považovány za idoly krásy, i přesto se pohlíželo často na krásu vnější. U mužů dopadlo hodnocení poměrně stejně. Převládla důležitost s 56,69 %, ovšem na druhém místě nebyl vzhled velmi důležitý jako u žen, ale naopak vzhled méně důležitý s 20,47 %.

Graf 23: Zkušenost s dietou a jinými podpůrnými prostředky – ženy



Zdroj<sup>108</sup>

<sup>108</sup> Žaneta Martynková, 2017 (vlastní šetření).

Graf 24: Zkušenost s dietou a jinými podpůrnými prostředky – muži



Zdroj<sup>109</sup>

Na grafech č. 22 a č. 23 můžeme vidět rozdíl mezi odpověďmi žen a mužů. Ačkoliv u obou pohlaví byla zjištěna v průměře nezkušenost s přípravky, jež podporují úbytek tělesné váhy, kdy ženy tvořily 54,76 % a muži 71,65 %, tak ženy s těmito přípravky mají zkušenost větší, což potvrdil souhlas s 45,24 %, zatím co u mužů to je pouze 28,35 %. Toto vyšší procento u žen můžeme srovnat s větším vlivem společnosti na ženy, na to, jak se na ně pohlíží a jaké jsou na ně kladeny nároky. Ženy taktéž mají větší tendenci se srovnávat s určenými ideály krásy a snahou se s nimi ztotožnit. Tyto grafy vypovídají o tom, že ženy mají větší zkušenosti, co se týče diet a hubnutí, což se vztahuje k hypotéze č. 3, kdy ženy mají více zkušeností s hubnoucími prostředky než muži.

<sup>109</sup> Žaneta Martynková, 2017 (vlastní šetření).

Graf 25: Onemocnění poruchou příjmu potravy – ženy



Zdroj<sup>110</sup>

Graf 26: Onemocnění poruchou příjmu potravy – muži



Zdroj<sup>111</sup>

U obou grafů pohlaví jsou výsledky příliš těsné, ačkoliv by se mohlo předpokládat, že ženy s tímto mají zkušenost o mnoho větší. U žen, jež trpěly někdy poruchou příjmu potravy bylo zjištěno 11,81 % dotázaných respondentek a u mužů 10,12 dotázaných respondentů. Toto zjištění přivádí k výsledku, že se v průběhu let poruchy

<sup>110</sup> Žaneta Martynková, 2017 (vlastní šetření).

<sup>111</sup> Žaneta Martynková, 2017 (vlastní šetření).

příjmu potravy ustalují, ovšem podle psychologů je naopak tato nemoc rozšířenější než před lety. O poruchách příjmu potravy se autor zmiňuje v kapitole č. 4.



## 7 OBJASNĚNÍ A DISKUZE VÝSLEDKŮ

### Rozbor výsledků

Z dotazníkové šetření, jež se zaměřovalo na ideál ženské krásy a problematiku s tím spojenou, byly zjištěny názory mužů a žen, které se v leccm lišily, ale místy se naopak daly považovat za totožné. Z průzkumu vzešlo, že větší počet respondentek tvořily ženy, což mohl zapříčinit větší zájem o danou tematiku. 93 % všech respondentů potvrdilo střední či vysokoškolské vzdělání, kdy můžeme brát v úvahu, že dotazník vyplňovaly osoby zejména vzdělané. Jak bylo možné předpokládat, větší vliv médií má působení na ženy než na muže. Ženy si tento vliv uvědomují spíše, vzhledem k tomu, že je jim neustále předkládán společností vzor toho, jak by měly vypadat.

Co se týče ideálu ženské krásy, tak u obou pohlaví převažoval názor na vlastní ideu. Z čehož můžeme usoudit, že se většina žen netouží příliš podobat něčímu ideálu krásy a stejně tak i muži nevyhledávají přímo to, co je jim servírováno pod nos. Vzhledem k tomu, že tato otázka mírně souvisela s otázkou předchozí, lze zde také vidět na grafu č. 4, že je zde určité seskupení žen - 13,69 %, které označilo, že vnímají ideál přesně tak, jak ho vnímá i společnost.

Spokojenost se svým vzhledem vnímají obě pohlaví kladně, u obou bylo zjištěno, že více jak polovina respondentů jsou se sebou spokojeni.

Při srovnávání dobových ideálů krásy, kdy jednou z porovnávaných je Marilyn Monroe – jež lze označit za platinovou blondýnku s plnějšími tvary a sex symbol 50. let a druhou porovnávanou, jež je Megan Fox s velmi štíhlou postavou, menšími ňadry, leskle hnědou fritézou a nynějším sex symbolem, byla u mužů jasná převaha s 76,38 % hlasující právě pro Megan Fox. U žen taktéž převažoval názor, že je pro ně atraktivnější tato hnědovlasá herečka, pro niž hlasovalo 59,52 % respondentek. Z čehož může plynout, že líbivější je pro obě pohlaví postava štíhlá.

Z výzkumu také vyplynulo, že pro respondentky je jejich vzhled at' osobní či ten, na něž pohlíží společnost důležitý, stejně tak i pro muže.

Při otázkách věnujících se soutěží krásy, byli jak muži, tak i ženy silně proti soutěžím, ve kterých vystupují děti.

Ve věci týkající se prostředků, jež umožňují regulovat tělesnou váhu, bylo zjištěno větší procento žen než mužů, což autora této práce nijak nepřekvapilo. Na ženy je už od útlého dětství často vyvíjen nátlak. Zejména se jedná o mladé dívky pracující jako modelky, baletky či umělkyně, což je více rozvíjeno v kapitole č. 4.

Hubnutí a prostředky na hubnutí úzce souvisí s otázkou, zdali respondent někdy trpěl poruchou příjmu potravy. Z celkových respondentů odpovědělo na tuto otázku kladně 21,93 %, z čehož 11,81 % tvořily ženy a 10,12 % tvořili muži.

Výsledky výzkumu bakalářské práce lze považovat za reprezentativní, vzhledem k tomu, že byl dotazník zaměřen na určitou skupinu lidí s danou věkovou kategorií a mohl tak přiblížit této práci, jak je vnímán lidmi ideál ženské krásy dnešní moderní doby.

## **Verifikace stanovených hypotéz**

### **Hypotéza č. 1: Muži vnímají ideál ženské krásy jinak než ženy.**

**Tato hypotéza byla potvrzena.** V otázce týkající se vnímání ideálu, odpovědělo 98 respondentek, tedy 58,33 %, že má vlastní představu a stejně tak muži, kterých odpovědělo 105, tedy 82,68 %. U obou se jednalo o větší polovinu, kdežto 47 žen, tedy 27,98 % odpovědělo, že ideál neexistuje, oproti mužům, kterých si to myslí - 15, tedy 11,81 %. Ženy taktéž přikládají větší váhu společnosti. 23 z nich, tedy 13,69 % vidí ideál jako, to, co nám předhazuje společnost, zatím co u mužů tentýž názor sdílí 7 respondentů, tedy 5,51 %. Lze zde také poukázat na grafy č. 16 a č. 17, kde vyplňující mají vybrat, jakou preferují ženskou postavu. U žen je to se 44,05 % postava štíhlá, přičemž muži se 48,82 % preferují postavu sportovní.

**Hypotéza č. 2: V dnešní moderní době jsou ženy i muži spokojeni se svým vzhledem**

**Tato hypotéza byla potvrzena.** 89 dotazovaných žen, tedy 52,98 % a 83 dotazovaných mužů, tedy 65,35 %, odpověděli, že jsou se svým vzhledem spokojeni.

**Hypotéza č. 3: Ženy mají více zkušeností s hubnoucími prostředky než muži.**

**Hypotéza byla jednoznačně potvrzena.** U žen tuto zkušenost potvrdilo 45,24 % respondentek, zatímco u mužů se vyskytovala tato zkušenost u 28,35 % respondentů. Z toho lze usuzovat, že i část mužů, dbá o svůj zevnějšek a hlídá si svou tělesnou váhu.

**Hypotéza č. 4: Ženy jsou ovlivněny lifestylovými obsahy v médiích více jak muži.**

**Tato hypotéza byla potvrzena.** Ženy, které souhlasily s tím, že je média ovlivňují bylo výzkumem zjištěno 107 dotázaných respondentek, tedy 63,7 %, zatímco muži, jež si myslí, že jsou ovlivňováni bylo 52, tedy 40,94 %. Je zde nutno zmínit, že na obě pohlaví mají vliv jiná média. Například u žen to může být reklama týkající se módy, cvičení, vybavení kuchyně či vaření aj. U mužů naopak časopis Playboy, pořady o automobilech a motocyklech, kutilství aj. I přesto, že na tuto otázku odpovědělo kladně více žen, lze dedukovat, že stejnou mírou jsou ovlivněni také muži, ale neuvědomují si to v takové míře jako ženy.

## ZÁVĚR

Prezentovaná práce objasňuje modifikaci v evoluci ideálu ženské krásy. Popisuje, jak je nahlíženo na ženy v uměleckém světě a jaký účinek a vliv na ně mají média. Teoretická část ukazuje na změny vnímání krásy, jež se v historii objevovaly a v průběhu období zaměňovaly. Jsou zde popsány některé druhy médií, přičemž každé vykazuje určitý vliv na ženy, který způsobuje mnohdy somatické a psychické potíže. Vzhledem ke stanovenému záměru této práce, lze valorizovat, že byl zdařile splněn její cíl.

Praktická část přinesla odpovědi, které v teoretické části byly polemizující nebo naopak odbornou literaturou striktně předkládány. V otázce, jak je vnímám dnešní ideál krásy a co si pod ním okolí představuje, vyšlo najevo, že ideální je buď sportovní nebo štíhlá postava. Přičemž mnoho reklam uvádí, že ženy jsou v této epoše různorodé a nesoustředí se tak na svůj vzhled, jako tomu bylo například před lety. Na což navazovala hypotéza, zdali jsou se sebou spokojenější muži nebo ženy. V obou případech odpověděli respondenti ve větší míře, že ano. Je to tak odpověď na opak teorie, kde se autor zmiňuje, že ženy v tomto období mnohem více navykly různým kosmetickým úpravám, zejména plastikám, umělým řasám, nehtům a podobně.

Hypotéza, že ženy využívají více prostředků, jež slibují snížení tělesné váhy než muži, se také potvrdila a utvrdila autora v jeho názoru na dané téma. Jako spojitost lze poukázat na fakt, že na ženy působí větší vliv médií. Přičemž tahle dedukce byla také potvrzena. V dnešní době existují časopisy a reklamy také vztahovány pouze k mužům, které tvoří identicky zaměřené obsahy jako módní časopisy pro ženy, ovšem nejsou tak intenzivní ve svém propagování. Lze se také setkat s různými reklamami a billboardy, na nichž můžeme zahlédnout například polonahého muže vysportované postavy a tváří modelu. Tyto reklamy, ale bývají mnohdy poutavější pro ženy než muže, i přesto, že muž předvádí například novou kolekci pánských sprchových gelů. Autor zde vychází ze svých vlastních poznatků. Muži jsou naopak více vnímavější k reklamám žen, čehož například využívají některé z firem, jež nabízí své produkty, za účelem vzátí půjčky.

Z dotazníkového šetření jsme ovšem nezjistili, zdali média produkují to, co uživatelé chtějí vidět či slyšet nebo naopak pouze propagují to, o čemž smýšlejí, že bude

zajímavým předmětem k ovlivnění. I přesto lze z výzkumu shrnout, že uživatelé jsou ovlivňováni médii a jejich lifestyleovými obsahy.

Vzhledem k možné zpětné vazbě respondentů při dotazníkovém šetření, se mohl autor zamyslet, zdali položil své otázky správně. V diskuzi pod dotazníkem někteří respondenti uvedli, že se jim dvě otázky domnívají málo obsáhlé, co se možnosti odpovědi výběru týče. Jednu z nich tvořila otázka, jak je persona spokojená se svým vzhledem, čímž přímo směřovala na konkrétní osobu, jež dotazník vyplňovala. Jako možnosti byly zvoleny ano či ne. Autor tyto možnosti dále nerozvíjel záměrně, neboť je názoru, že pokud lidé mají na výběr z více možností, tak jsou nuceni nad tím déle přemýšlet a mnoho z nich často uvede odpověď, kterou by standardně neuvedli. Proto se zaměřil na stručné a jasné odpovědi možností, přičemž předpokládal, že persona buď je nebo není spokojená se svým vzhledem. Odpovědi jako spíše ano nebo spíše ne, se mu jevily jako bezúčelné.

Druhá otázka, jež vzbudila mezi respondenty pobouření, zejména mezi muži, obsahovala dotaz, která z uvedených žen, je pro ně sympatičtější a krásnější. Jako možnosti byly zvoleny Megan Fox a Marilyn Monroe. Respondenti uváděli malou obsáhlost odpovědi či chybějící možnost odpovědi – žádná. Rovněž tuto otázku a její možnosti by autor nepozměňoval, vzhledem k tomu, že autorovým cílem nebylo zjistit, jak do detailu vypadá něčí představa ideálu krásy, nýbrž chtěl touto otázkou zjistit k čemu blíže inklinují. Pro objasnění tohoto počínu, byly tyto dvě možnosti na výběr z důvodu jejich vzhledových protikladů.

Komplexně tato práce sdělila zajímavé skutečnosti a disponuje s rozsáhlou možností uplatnění. Může být použita jako základní souhrn vymezení ideálu krásy v historii a dnes, spolu s jevy, jež mají k tomuto tématu blízko. Dále může být použita jako základ k obsáhlejší práci. Autor si uvědomuje, že některé důležitosti nemusely být v práci sděleny. Výhodou nebo přínosem by mohly být také některé části této práce, jež se věnují poruchám příjmu potravy jako profylaxe zamezení jejich vzniku. Lze také navázat na mediální vliv a pomocí dalších šetření získat tak přesnější a odbornější výsledky.

## SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

### Seznam použitých českých zdrojů

BERGAN, R. *Film: [historie, žánry, světový film, režiséři od A do Z, 100 nejlepších filmů]*. V Praze: Slovart, 2008. Velký ilustrovaný průvodce. ISBN 978-80-7391-136-2.

ECO, U. (ed.). *Dějiny krásy*. Přeložil Gabriela CHALUPSKÁ, přeložil Veronika KŘENKOVÁ, přeložil Jindřich VACEK, přeložil Kateřina VINŠOVÁ, přeložil Jiří PELÁN, přeložil Zora OBSTOVÁ, přeložil Anita PELÁNOVÁ. Praha: Argo, 2015. ISBN 978-80-257-1433-1.

ETCOFF, N. L. *Proč krása vládne světem*. Praha: Columbus, 2002. ISBN 80-7249-112-1.

FELDER, D. G. *100 nejvýznamnějších žen všech dob v minulosti i současnosti*. Praha: Knižní klub, 2000. ISBN 80-242-0376-6.

JACQ, Ch. *Egyptanky: život žen faraonského Egypta*. Vyd. 2. Přeložil Vladimír ČADSKÝ. Praha: Rybka Publishers, 2001. ISBN 80-242-0577-7.

JIRÁK, J. a B. KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-7178-697-7.

KOUKOLÍK, F. *Já: o mozku, vědomí a sebeuvědomování*. Vyd. 2., přeprac. Praha: Karolinum, 2013. ISBN 978-80-246-2249-1.

KRCH, F. D. *Mentální anorexie*. 2., přeprac. vyd. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-807-4.

KRCH, F. D. *Poruchy příjmu potravy: vymezení a terapie*. Praha: Grada, 1999. Psyché (Grada). ISBN 80-7169-627-7.

MAYCHICK, D. *Audrey Hepburn: intimní životopis*. Praha: Baronet, 1994. ISBN 80-85621-93-2.

NEUMANN, S. K. *Dějiny ženy: populárně sociologické, etnologické a kulturně historické kapitoly*. Vyd. 1. v nakl. Otakar II. Praha: Otakar II., 1999. ISBN 80-86355-03-9.

- NOVÁK, M. *Společnost, kultura a poruchy příjmu potravy*. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2010. ISBN 978-80-7204-657-7.
- PLATÓN. *Dialogy o kráse*. Přeložil Jaroslav ŠONKA. Praha: Odeon, 1979.
- RIHOIT, C. *Brigitte Bardot*. Praha: Bohemia, 1993. ISBN 80-85-803-00-3.
- RIVA, M. a [Z ANGLICKÉHO ORIGINÁLU PŘELOŽILA ZUZANA MAYEROVÁ]. *Moje matka Marlene Dietrichová*. Praha: Ikar, 2000. ISBN 8024202654.
- ROTH, J. *Mediální výchova v Čechách*. Praha: Tutor, c2005. ISBN 80-86700-25-9.
- SKARLANTOVÁ, J. *Od fiktivního listu k džínům*. Praha: Grada, 1999. ISBN 80-7169-785-0.
- SPENCE, D. *Picasso*. Praha: Grada, 2010. Největší malíři. ISBN 978-80-247-3548-1.
- SPENCE, D. *Rembrandt*. Praha: Grada, 2010. Největší malíři. ISBN 978-80-247-3547-4.
- SPENCE, D. *Renoir*. Praha: Grada, 2010. Největší malíři. ISBN 978-80-247-3550-4.
- ŠINDELÁŘ, D. *Problém krásna: v současném umění a estetice*. Praha: Nakladatelství československých výtvarných umělců, 1958. Teorie umění, sv. 3.
- SPITZER, M. *Digitální demence: jak připravujeme sami sebe a naše děti o rozum*. Brno: Host, 2014. ISBN 978-80-7294-872-7.
- Umění: velký obrazový průvodce*. Vyd. 2. Přeložil Markéta HÁNOVÁ. Praha: Knižní klub, 2014. Universum (Knižní klub). ISBN 978-80-242-4494-5.
- VIOLET, U. *Má léta s Andy Warholem*. Praha: J. Kanzelsberger, 1991. ISBN 80-85387-01-8.
- ŽANTOVSKÝ, P. a V. BEZDÍČEK, ed. *Média a moc: sborník*. Praha: Votobia, 2000. ISBN 80-7220-085-2.

## Seznam použitých zahraničních zdrojů

TARABORRELLI, R. J. *The secret life of Marilyn Monroe*. New York: Grand Central Pub, 2009. ISBN 978-0-446-55095-6.

WOLF, N. *Mýtus krásy: ako sú obrazy krásy zneužívané proti ženám*. Bratislava: Aspekt, 2000. Knižná edícia feministického kultúrneho časopisu Aspekt. ISBN 80-85549-15-8.

## Seznam použitých internetových zdrojů

ARNDT, T. *Bulimie* [online]. 2010. [cit. 2017-01-18]. Dostupné z: <https://www.celostnimediceina.cz/bulimie.htm>

BALÍNOVÁ, A. *Edie Sedgwick: It girl let šedesátých* [online]. © 2009-2017 [cit. 2017-02-18]. Dostupné z: <https://www.mdls.cz/clanek/1062-edie-sedgwick-it-girl-let-sedesatych>

BEAROVICZ B. *Herecké ikony éry němých filmů aneb jak vypadaly někdejší ženské idoly našich (pra) praotců?* [online]. 2016 [cit. 2016-01-15]. Dostupné z: <http://eyemag.cz/2016/01/15/herecke-ikony-ery-nemych-filmu-aneb-jak-vypadaly-nekdejsi-zenske-idoly-nasich-pra-praotcu/>

BOUŠKOVÁ, Z. *Olga Schoberová: Česká Brigitte Bardot* [online]. [cit. 2017-01-16]. Dostupné z: <http://www.czsk.net/svet/clanky/osobnosti/schoverova.html>

CENKOVÁ, J. 2012. *Móda 20.let – doba výstřednosti, kabaretů a garsonek* [online]. [cit. 2017-01-08]. Dostupné z: <http://www.studentpoint.cz/2012/08/07/moda-20-let-doba-vystrednosti-kabaretu-a-garsonek/>

CIGLEROVÁ, J. 2009. *Twiggy: první supermodelka a pionárka anorexie* [online]. [cit. 2017-01-08]. Dostupné z: [http://ona.idnes.cz/twiggy-prvni-supermodelka-a-pionyrka-anorexie-flm-/krasa.aspx?c=A090918\\_135644\\_ona\\_krása\\_jup](http://ona.idnes.cz/twiggy-prvni-supermodelka-a-pionyrka-anorexie-flm-/krasa.aspx?c=A090918_135644_ona_krása_jup)

ČABLÍKOVÁ, J. *Vývoj a vnímání ženské krásy ve filmu* [online]. Olomouc, 2013. [cit. 2017-01-15]. Závěrečná práce. Fakultní základní škola Olomouc. Dostupné z:



[http://www.zshalkova.cz/dokumenty/ZP\\_Cablikova\\_Vyvoj-a-vnimani-zenske-krasy-ve-filmu\\_13.pdf](http://www.zshalkova.cz/dokumenty/ZP_Cablikova_Vyvoj-a-vnimani-zenske-krasy-ve-filmu_13.pdf)

DOLEŽALOVÁ, K. *Život a smrt Elizabeth Taylor* [online]. © 2008–2017 [cit. 2017-01-14]. Dostupné z: <http://www.kafe.cz/celebrity/zivot-a-smrt-elizabeth-taylor-7279.aspx>

*Kosmetika ve Starém Řecku* [online]. 2016. [cit. 2017-01-05]. Dostupné z: <http://www.kosmetik.estranky.cz/clanky/kosmetika-ve-starem-recku.html>.

KOSTELECKÝ J. *Ultra Violet a její symboly věčnosti* [online]. [cit. 2017-02-18]. Dostupné z: <http://www.rilke.cz/uv.htm>

*Marilyn Monroe citáty* [online]. 2017. [cit. 2017-01-10]. Dostupné z: <http://citaty.net/autori/marilyn-monroe/>

MILAN. *Ikonické kabelky – Hermes Kelly* [online]. 2013. [cit. 2017-01-11]. Dostupné z: <http://blog.sekora.cz/?p=2213>

*Motta 3* [online]. 2012. [cit. 2017-01-18]. Dostupné z: <http://baryys.blog.cz/1210/motta-3>

TITZLOVÁ M. 2001. *Jak se měnil ideál ženy ve 20. století?* [online]. [cit. 2017-02-13]. Dostupné z: [http://revue.idnes.cz/jak-se-menil-ideal-zeny-ve-20-stoleti-duo-/lidicky.aspx?c=A010201\\_134753\\_moda\\_dip](http://revue.idnes.cz/jak-se-menil-ideal-zeny-ve-20-stoleti-duo-/lidicky.aspx?c=A010201_134753_moda_dip)

*What is Body Image?* [online]. [cit. 02-19-2017]. Dostupné z: <https://www.nationaleatingdisorders.org/what-body-image>

*Žena ve viktoriánské společnosti* [online]. 2017. [cit. 2017-01-05]. Dostupné z: <http://www.londynpodparou.hys.cz/zena-ve-viktorianske-spolecnosti/>

*Ženská krása* [online]. 2017. [cit. 2017-01-05]. Dostupné z: <http://fpv.uniza.sk/orgpoz/krasa/historia.php>

### **Články, studie v časopisech a jiné periodikum**

GOLDSCHIEDER, F. *Magazín kina '67*. Praha: Orbis, 1967.

SEDLICKÁ, D. Posvátnost sexu. *Playboy*. 2017, roč. 17, č. 01-02, s. 51-52. ISSN 0862-9374

### **Audiovizuální seznam zdrojů**

*Ženy pro měny* [film]. Režie Erika Hníková. ČR, 2004.

## SEZNAM GRAFŮ

Graf 1: Pohlaví.....	46
Graf 2: Vzdělání.....	47
Graf 3: Vliv časopisů, médií, TV v tom, jak by měli lidé vypadat – ženy .....	48
Graf 4: Vliv časopisů, médií, TV, v tom, jak by měli lidé vypadat – muži.....	48
Graf 5: Vnímání ideálu ženské krásy – ženy .....	49
Graf 6: Vnímání ideálu ženské krásy – muži.....	50
Graf 7: Spokojenost se svým vzhledem – ženy .....	51
Graf 8: Spokojenost se svým vzhledem – muži.....	51
Graf 9: Hodnocení atraktivity a přitažlivosti vybraných dvou osob – ženy .....	52
Graf 10: Hodnocení atraktivity a přitažlivosti vybraných dvou osob – muži.....	53
Graf 11: Souhlas se soutěžemi krásy – ženy.....	54
Graf 12: Souhlas se soutěžemi krásy – muži .....	54
Graf 13: Souhlas s dětskými soutěžemi krásy – ženy.....	55
Graf 14: Souhlas s dětskými soutěžemi krásy – muži .....	55
Graf 15: Vliv soutěží krásy na ženy v tom, jak by měly vypadat – názor žen .....	56
Graf 16: Vliv soutěží krásy na ženy v tom, jak by měly vypadat – názor mužů .....	56
Graf 17: Preferování ženské postavy – ženy .....	57
Graf 18: Preferování ženské postavy – muži .....	58
Graf 19: Důležitost ženského vzhledu z pohlížení společnosti – ženy.....	59
Graf 20: Důležitost ženského vzhledu z pohlížení společnosti – muži .....	59
Graf 21: Důležitost celkového vzhledu u žen – ženy .....	60
Graf 22: Důležitost celkového vzhledu u žen – muži.....	60
Graf 23: Zkušenost s dietou a jinými podpůrnými prostředky – ženy.....	61

Graf 24: Zkušenost s dietou a jinými podpůrnými prostředky – muži .....	62
Graf 25: Onemocnění poruchou příjmu potravy – ženy .....	63
Graf 26: Onemocnění poruchou příjmu potravy – muži.....	63

## SEZNAM PŘÍLOH

<b>Příloha A – Dotazník .....</b>	<b>I</b>
<b>Příloha B – Datová matice (viz CD) .....</b>	<b>III</b>

## **Příloha A – Dotazník**

Tento dotazník se zabývá vnímáním ideálu ženské krásy a je směřován obyvatelům města Prahy, kteří zde mají trvalé bydliště a jejichž věk se pohybuje od 20 do 30 let. Dotazník je anonymní a slouží pouze pro účel mé bakalářské práce.

### **1) Pohlaví**

- a) Žena
- b) Muž

### **2) Vzdělání**

- a) Vysoká škola
- b) Střední škola
- c) Odborné učiliště
- d) Základní škola

### **3) Ovlivňují vás časopisy, média, TV, v tom, jak byste chtěli vypadat?**

- a) Ano
- b) Ne
- c) Spíše ano
- d) Spíše ne

### **4) Jak vnímáte ideál ženské krásy?**

- a) Ideál neexistuje
- b) Tak, jak nám ho předhazuje společnost
- c) Mám vlastní představu

### **5) Jste spokojený/á se svým vzhledem?**

- a) Ano
- b) Ne

**6) Která z uvedených postav je pro vás vzhledově krásnější/přitažlivější?**

- a) Marilyn Monroe
- b) Megan Fox

**7) Jste pro soutěže krásy?**

- a) Ano
- b) Ne

**8) Jste pro dětské soutěže krásy?**

- a) Ano
- b) Ne

**9) Myslíte si, že soutěže krásy ovlivňují ženy v tom, jak by měly vypadat?**

- a) Ano
- b) Ne

**10) Jaká postava se vám u žen líbí?**

- a) Štíhlá
- b) Sportovní
- c) Velmi štíhlá
- d) Plnější tvary

**11) Myslíte si, že je vzhled společensky důležitý?**

- a) Ano
- b) Ne
- c) Spíše ano
- d) Spíše ne

**12) Myslíte si, že je důležité, aby žena dobře vypadala?**

- a) Velmi důležité
- b) Důležité
- c) Méně důležité
- d) Nepodstatné

**13) Máte nějakou zkušenost s dietou, s prostředky na hubnutí či s jinými „medikamenty“ podporující úbytek váhy?**

- a) Ano
- b) Ne

**14) Trpěl/a jste někdy poruchou příjmu potravy?**

- a) Ano
- b) Ne

Moc děkuji za Váš drahocenný čas strávený při vyplňování mého dotazníku.

**Příloha B – Datová matice (viz CD)**



## **BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE**

**Jméno autora:** Žaneta Martynková

**Obor:** SMK

**Forma studia:** kombinovaná

**Název práce:** Ideál ženské krásy napříč stoletím

**Rok:** 2017

**Počet stran textu bez příloh:** 61

**Celkový počet stran příloh:** 20

**Počet titulů českých použitých zdrojů:** 25

**Počet titulů zahraničních použitých zdrojů:** 2

**Počet internetových zdrojů:** 17

**Vedoucí práce:** PhDr. Soňa Štroblová