



Pedagogická
fakulta
Faculty
of Education

Jihočeská univerzita
v Českých Budějovicích
University of South Bohemia
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Pedagogická fakulta
Katedra pedagogiky a psychologie

Bakalářská práce

Líčení ve vztahu k psychickým proměnným

Vypracovala: Angelika Sbouli, DiS.
Vedoucí práce: Mgr. Zdeňka Bajgarová, Ph.D.

České Budějovice 2019

PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citovaných zdrojů.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejich internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne 18. července 2019

.....

Angelika Sbouli, DiS.

PODĚKOVÁNÍ

Díky patří především nejdůležitější ženě v mém životě, mé mamince děkuji všechno. Děkuji i tátovi. Dále touto cestou děkuji celé mé rodině a přátelům, a to především dědečkovi, babičce, Miguelovi, Tomáškovi, Evelíně a Sofii. Ze srdce děkuji Míšovi. V neposlední řadě velice děkuji vedoucí této práce Mgr. Zdeňce Bajgarové Ph.D. za mnohé, ale především za vlídnost a trpělivost. Moc si toho vážím.

Také se cítím být vděčná všem, kteří stojí za použitou literaturou v této práci a Jihočeské Univerzitě za možnost zde studovat, potkávat se s vynikajícími vyučujícími, kteří mi byli po celou dobu studia velkým vzorem a obrovskou inspirací. V zásadě děkuji veškerým okolnostem, které mě dovedli tam, kde jsem. Děkuji.

ABSTRAKT BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Tato práce si vytkla za cíl získat detailní vhled do problematiky líčení žen a psychologických souvislostí, jež se k tomuto fenoménu vážou. S využitím dosavadního výzkumu vztahujícímu se k takto definovanému tématu práce ve své teoretické části objasňuje význam pojmu líčení, historické počátky a vývoj líčení, vztah líčení k atraktivitě, motivaci a sebepojetí žen.

Jádrem praktické části je kvalitativní analýza, která mapuje souvislosti vztahující se k výše uvedeným atributům. Sběr dat probíhal pomocí hloubkových polo-strukturovaných rozhovorů a byl proveden na výzkumném vzorku sedmi participantek, které líčení denně využívají. Důvodem pro tuto formu sběru dat byla snaha získat detailní vhled do osobního vývoje a proměny stylu líčení v průběhu dosavadního života participantek a rovněž odhalit, jaké okolnosti dávají respondentky do souvislosti se svým líčením. Pro analýzu získaných dat byla nejprve použita metoda otevřeného kódování, ze kterého bylo získáno 189 kódů, 60 subkategorií a 14 kategorií. Následně byly výsledky vícečetné případové studie shrnuty v mezikazuistickém srovnání za použití dříve získaných kategorií a kódů z otevřeného kódování.

Ukázalo se, že hlavní aspekt vývoje stylu líčení v dosavadním životě participantek podílejících se na této studii spočívá především v postupném snižování nanášeného množství kosmetických dekorativních produktů a v získané zručnosti v líčení. Z faktorů, které mají vliv na motivaci participantek k líčení, byly nejčastěji zmiňován vliv společnosti a stav svého partnerského života: relativně vysokou míru vlivu na rozhodování má to, zda participantky v daném čase mají či nemají partnera. Jako motiv pro využívání líčení pravidelně uvádí především vliv společnosti.

Klíčová slova: atraktivita, kosmetika, líčení, motivace, partnerství, sebepojetí, zkrášlování, ženy

ABSTRACT OF THESIS

This study aims to get detailed insight into the topic of women and cosmetics usage. Author has based her theoretical framework predominantly on the existing literature that has resulted into definition of cosmetics and makeup, and summary of cosmetics' origin, historical development and relationship with attractiveness, motivation and women's self-perception.

The core of the practical part is a qualitative analysis, that should verify research questions related to previously mentioned attributes. Author has conducted in-depth semi-structured interviews with 7 participants that are using cosmetics on daily basis. Reason for this form of data collection is an ambition to get detailed insight into personal development, change in style of cosmetics usage during their life and also explore what factors are affecting respondents with relationship to cosmetics usage. Author has used open coding method for data analysis and has developed 189 codes, 60 subcategories and 14 categories. Subsequently, she has created multiple case study using previously formulated categories and codes from the open coding.

The main factor in the development of the respondents' cosmetics is smaller quantity of applied cosmetics but higher skill level in cosmetics application. From the factors that are influencing cosmetics usage, partner possession has been evaluated as the most important.

Key words: attractiveness, beautification, face, cosmetics, makeup, motivation, self-perception, partnership, women

OBSAH

1. Úvod	1
1.1 Organizace studie	1
1.2 Cíl a rozsah studie	2
2. Teoretická část	3
2.1 Líčení	3
2.1.1 Počátky líčení	4
2.2 Atraktivita	7
2.2.1 Fyzická atraktivita	8
2.2.2 Atraktivita tváře	9
2.2.3 Atraktivita a líčení	12
2.3 Motivace k líčení	14
2.4 Sebepojetí a líčení	17
2.5 Líčení a sociální interakce	20
3. Praktická část	23
3.1 Cíl výzkumu	23
3.1.1 Výzkumné otázky	23
3.2 Výzkumný design	24
3.3 Výběr respondentek	24
3.4 Sběr dat	26
3.5 Analýza dat	27
3.6 Etika výzkumu	27
3.7 Výsledky	27
3.7.1 Případové studie	27
3.7.2 Mezikazuistické srovnání	45

3.8	Diskuse	49
3.9	Limity studie.....	50
4.	Závěr	51
5.	Seznam příloh	54
6.	Seznam použité literatury	74

1. Úvod

Pro 41 % žen v USA ve věku od 30 do 59 let je zcela běžné se denně líčit. Zahrnují tak proces líčení do svého každodenního života. Význam líčení lze rovněž ilustrovat na celkové útratě za produkty osobní hygieny a kosmetické výrobky, ta se totiž v Evropě v roce 2017 rovnala 77,7 miliardám eur (Shahbandeh, 2017). Od 20. století se stává líčení velmi masovou záležitostí, což dokazuje fakt, že se až 85 % vysokoškolských studentek líčilo na denní bázi a že se školení a propagační akce (např. rozdávání vzorků) vztahující se k líčení (make-upu) a dalším způsobům kosmetického sebezkrášlování začaly konat na nestandardních místech jako jsou např. kostely (Peiss, 1999). Čas alokovaný na pravidelné líčení je u ženy podobný jako alokace na běžnou hygienu, jídlo či spánek. Líčení se stalo sociální normou svého druhu, a tedy i neoddelitelnou součástí každodenního života velké části ženské populace v západním civilizačním okruhu (Silverio, 2009).

Významná role líčení v životech žen byla mou primární motivací k výběru tohoto tématu. Sekundární motivací byla má osobní zkušenost. Specificky ve mě rezonovala konkrétní událost s přítelkyní, jež líčení nepraktikuje a nemá tudíž s tímto způsobem sebezkrášlování přímou osobní zkušenost. Byla jsem svědkem silné emoční reakce poté, kdy jsem jí na tvář aplikovala dekorativní večerní líčení. Její reakce ukazovala, jak silně dokáže líčení a změněný obraz obličeje zapůsobit na vnímání sebe sama, a tedy jak taková změna může – hypoteticky – z dlouhodobého hlediska ovlivnit sebevnímání žen, které líčení aplikují na denní bázi. I pod vlivem této události jsem se proto rozhodla toto téma prozkoumat do hloubky a objektivizovat otázky s tím spojené prostřednictvím standardních nástrojů psychologického výzkumu.

1.1 Organizace studie

Tato práce se skládá ze čtyř kapitol a je strukturována následovně. Kapitola první uvádí čtenáře do problematiky, vysvětluje důležitost tématu a moji osobní motivaci pro realizaci této studie. Rovněž obsahuje cíl studie, který se zaměřuje na zformulované hlavní výzkumné otázky, a také rozsah studie. Následující druhá kapitola shrnuje dosavadní literaturu související s tímto tématem, ať již explicitně, tak i implicitně. Shrnutí literatury je agregováno do pěti nosných pojmů neboli bloků, tj. (i) líčení, jeho historický kontext a

stručná geneze líčení, (ii) líčení ve vztahu k atraktivitě, (iii) motivace k líčení, (iv) líčení ve vztahu k sebepojetí ženy a (v) percepce líčení ve společnosti. Třetí kapitola se věnuje popisu metodiky výzkumu, sběru a analýze dat. Rovněž obsahuje prezentaci výsledků a interpretaci hlavních výstupů. Nechybí diskuse a upozornění na hlavní limity studie. Poslední kapitola shrnuje celou studii a formuluje závěry studie.

1.2 Cíl a rozsah studie

Cílem mého výzkumu je získat komplexní a detailní vhled do problematiky líčení ve vztahu k motivaci žen a k faktorům, které jejich rozhodování a jednání ovlivňují. Studie je z hlediska výzkumného vzorku zaměřena na ženy v období mladé dospělosti. V takto homogenní skupině je následně jednodušší hledat případné jednotící prvky či naopak odchylky v rozhodování a jednání jednotlivých participantek.

V rámci této studie jsou formulovány následující výzkumné otázky:

- VO1: Jaký je osobní vývoj a proměna stylu líčení v průběhu dosavadního života?
- VO2: Jaké okolnosti dávají respondentky do souvislosti se svým líčením?
- VO3: Jakým způsobem ovlivňuje líčení vnímání sebe sama v určité sociální situaci?
- VO4: Jaké motivy uvádějí respondentky pro své líčení?
 - rozšiřující otázka k VO4: Jaké motivy respondentky uvádějí pro začátek pravidelného líčení?

2. Teoretická část

2.1 Líčení

V dosavadní literatuře se v souvislosti s tímto tématem nejčastěji používají pojmy líčení a make-up. V této práci využívám především pojem líčení, jelikož pojem make-up je dle mého názoru nejasný a v některých případech až matoucí. Důvodem může být například fakt, že pojem make-up zahrnuje líčení včetně podkladové báze s funkcí změny barvy obličeje, a hlavně zamaskování nedokonalostí pleti. Jistou významovou distinkci naznačuje i sémantický pohled na líčení a make-up jako něco ne-přirozeného:

„Líčení, což je ještě více patrné z anglického názvu, ‚make-up‘, v sobě stále nese pejorativní nádech ve smyslu něčeho předstíraného či umělého.“ (Mrňousková, 2010, s. 30)

S líčením se většina lidí setkává denně, ať už fyzicky při společenských interakcích, tak například rovněž virtuálně (v médiích). Z tohoto důvodu může být používání líčidel a kosmetiky pro řadu lidí v dnešní době považováno určitým způsobem za „automatické“ či „samozřejmé“. Například v USA je líčení žen normou a o velmi podobném způsobu standardizace líčení můžeme uvažovat v celém západním civilizačním okruhu. Byť není tato norma kodifikována, masové užívání líčení vytváří prostředí, v němž jedinec (žena) může pociťovat, že líčení je žádoucí, a tedy jej považovat za normativní.

I přestože se líčení stalo normou, není zcela jednoduché pojem „líčení“ vymezit. V této studii definuji líčení jako aktivitu, která pomocí dekorativních kosmetických produktů mění vzezření nositelky líčení. V současné době v České republice neexistuje jednotná definice, která by líčení charakterizovala. Dle Food and Drug Administration, vládní agentury USA, zahrnuje pojem „make-up“ kosmetické produkty jako je rtěnka, řasenka, oční stíny, pudr atd., které dle definice pojmu „kosmetika“ využíváme za účelem zkrášlování, změny vzezření a zvýšení atraktivity (Makeup, 2017). S touto obecnou definicí se lze ztotožnit, je však třeba upozornit na fakt, že existují významné odlišnosti a nuance v chápání zkrášlování a ve využívání konkrétních prostředků, a to v závislosti na geografické poloze, společenské třídě nebo historickému kontextu.

2.1.1 Počátky líčení

Historická geneze líčení byla poměrně zásadní a lze obecně konstatovat, že šlo vždy převážně o ženskou tradici, ačkoliv z následujícího krátkého dějinného exkurzu je patrné, že prostředky zkrášlování mohly mít i jiný, sociálně stratifikační význam. Ženy si odjakživa radí, sdělují si určitá tajemství a tipy, což přispívá k tvorbě vzájemných vztahů a osobní blízkosti, intimacy. Například recepty na výrobu kosmetiky si ženy předávaly mezi sebou generačně, tedy z matky na dceru. Líčení žen tak značně ovlivňuje jejich rituály, vztahy a každodenní život (Peiss, 1999).

Líčení či jinak označený proces nanášení různých forem make-upu a kosmetických dekorativních produktů používáme už po tisíciletí, ovšem způsob, jakým ho využíváme, se liší v čase a taktéž napříč kulturami, což velmi silně koresponduje s ideálem krásy v daném období. Historie líčení jakožto prostředku ke zkrášlení sahá až do starověku. Existují dostupné nálezy, jež dokládají, že kosmetiku lidé hojně vyvíjeli napříč starověkými kulturami, v Číně, Persii, Egyptě i jinde (Feřteková, 1994). Líčení v těchto historických obdobích nemuselo nutně mít pouze zkrášlující charakter. Sloužilo také k tomu, aby byla znatelná příslušnost jedince ke kmeni, kultuře či aby podávalo zprávu o určitém společenském statusu daných osob. Například u kmenů v Jižní Americe a Africe bylo, a dokonce i dnes je, součástí krášlení těla i tvorba jizev z nadměrně zbudělého vaziva (Rozsivalová, 2010). Podobných rituálních prvků, které určitým specifickým způsobem pracují s obličejem a jeho proměnou, bychom mohli u různých kultur a etnik najít celou řadu.

Líčení v pravém slova smyslu významně využívali starověcí Egypťané, kteří pracovali především se zvýrazňující černou a zelenou barvou, jíž si rámovali oči, což nemělo pouze estetickou funkci. Užívání konkrétních barev a tvarů při zkrášlování bylo rovněž spjato s vírou a jejím estetickým pojetím, případně s účinností, kterou sebezkrášlování může mít ve vztahu k nadpřirozeným jevům. Starověcí Egypťané totiž věřili, že nalíčené oči mohou odehnat zlé duchy (Mellor, 2014) Egypťané neprovozovali jen líčení, pokročilým a důmyslným způsobem se věnovali péči o celé tělo. Používali například pleťové masky, a to především z pryskyřice, vosku, kyperské trávy a medu (Rozsivalová, 2010). V období vlády královny Kleopatry byla velmi důležitým atributem krásy specifická barva pokožky se silnou preferencí světlé barvy, která byla indikátorem příslušnosti daného jedince k vyšší třídě. Vyšší světlost pokožky prokazovala privilegované

postavení, a tedy osvobození od každodenní namáhavé práce na přímém slunci. Předchůdcem make-upu, jakožto báze měnící vzezření pokožky na obličeji a hrudi, byla směs tvořená z octa, vajec, olova a křídý (Etcoff, 2002).

V období středověku se vlivem nábožensko-politických tendencí začalo od zkrášlování obličeje líčením ustupovat, a líčení tak zůstalo doménou žen v nevěstincích či žen s tzv. „špatnou pověstí“ (Chorvátová, 1983). Spojení líčení s nemístným (až svatokrádežným) jednáním se odrazilo dokonce i v právně-normativní rovině, a za líčení tak mohl být v určitém období a v určitých regionech uvalen stejný trest jako za zločin čarodějnictví. Smyslem takového trestu v tehdejší pojetí nebylo jen zbavit svět něčeho „dábelského“, ale zároveň též „osvobodit“ muže, jenž byl „omámen“ nepravým vzezřením ženy používající líčidla (Etcoff, 2002).

Historický návrat k líčení přišel ve chvíli, kdy se aristokracie začala znovu zkrášlovat, přičemž se využíval především bílý pudr, který měl zajistit bělejší vzhled, jenž byl opět indikátorem příslušnosti k výše postavené, manuálně nepracující třídě (Chorvátová, 1983). Bělení tváře pomocí bílého pudru se stalo aristokratickým trendem už v období baroka. Podobně výrazným módním trendem ve spojitosti se zkrášlováním v oblasti obličeje byla piha krásy, kterou si ženy i muži malovali na tvář. Tato piha mohla mít různý tvar, například tvar květu. Výrazné rty, které byly známkou vznešenosti a vážnosti, si muži i ženy líčili rtěnkami, které se právě v období baroka začaly používat (Rozsivalová, 2010).

V 19. století se začalo rozlišovat mezi kosmetikou a „malbou“. Kosmetika zahrnuje určité pečující produkty, které vedou ke zdraví pokožky, zatímco malba je v dnešním pojetí ekvivalentem make-upu, tedy báze měnící vzezření pokožky na obličeji především s funkcí zakrývání nedostatků či sjednocení barevnosti pleti. Je zřejmé, že v tomto období došlo ke spojení péče o osobní krásu prostřednictvím takových produktů a technik, které zároveň zajišťovaly zdraví pokožky. V tomto období bylo možné dekorativní kosmetické či pečující produkty pořídit v obchodech, vůči nimž však byly ženy zpočátku velice nedůvěřivé. Často si tak se znalostí tradičních, po generace předávaných receptů, vyráběly kosmetiku samy (Peiss, 1999).

Můžeme tvrdit, že 20. století bylo milníkem ve využívání a chápání líčení v každodenním životě ženy. Akceptace líčení a jeho masové rozšíření během minulého století úzce souvisí se společenskou emancipací žen, s jejich pravidelnou přítomností ve veřejném prostoru a nepochybně též s jejich vstupem na pracovní trh. Role ženy se začala měnit, přestože změna přicházela pomalu. Existují písemné doklady o přetrvávající tendenci odmítat nalíčenou tvář ženy. Například v americkém státě Kansas byl v roce 1915 navržen zákon, který měl zakazovat ženám mladším 45 let nosit make-up. Jednalo se ale spíše o anomálii v porovnání s celkovou tendencí vymaňování se žen z patriarchální podřízenosti a nabýváním vyšší rovnoprávnosti. Ženy se tedy v měnící se společenské atmosféře hlasitěji vyjadřovaly k právu na sebeurčení a líčení se stalo jedním z projevů ženské emancipace. Zároveň s tím si ovšem ženy začaly uvědomovat, že nošení make-upu může významně zvýšit šanci na úspěch v profesním a šířeji i společenském životě. Make-up se stal prostředkem zvyšování atraktivity ve snaze o zaujetí případného životního partnera i v cestě za perspektivní kariérou, a tak se ženy začaly zcela pravidelně líčit do společnosti. Líčení tedy začalo naplňovat důležitou roli ve společenském styku a komunikaci (Peiss, 1998).

Z historického hlediska lze konstatovat, že se líčení stalo součástí každodenního života mnoha žen už ve 20. letech 20. století (Mrňousková, 2010). Dokládá to i následující historická událost, která velmi dobře odhaluje vnitřní vazbu mezi ženskou emancipací a užíváním kosmetických prostředků ke zkrášlování ve veřejném prostoru:

„Poznání, že kultura krásy se stala vlivným jazykem mezi ženami, pomůže dokreslit tuto rozporuplnost: Během volební kampaně v Brooklynu roku 1920 – během prvních voleb po tom, co prošel návrh na ženské volební právo – Demokratická strana nechala každé ženě, kterou oslovila, kosmetické zrcátko.“ (Peiss, 1999, s. 178)

Ve 30. letech 20. století vznikla kosmetologie, tedy samostatná vědecká disciplína zabývající se biologií kůže s důrazem na její vzhled (Feřteková, 1994). Líčení a produkci kosmetiky začíná velmi významně ovlivňovat průmyslová výroba: z výroby a prodeje kosmetických přípravků se postupně stala jedna z velkých globálních ekonomických nik, jak ostatně dokládá statistika obrátu prodeje kosmetických přípravků v USA v úvodu této práce. To má velký vliv na používání pečujících i dekorativních kosmetických produktů, jež jsou dostupnější a rozmanitější (Knappová, 2012). Styly líčení se i v průběhu 20. století

měnily, ovšem nalíčená tvář ženy ve společnosti, ať už jakýmkoli způsobem či stylem, se stala normou. Dle některých přístupů je nalíčená tvář ženy normou „ideální“ (Urbanová, 2006). V negaci k takovému imperativu je tedy možné interpretovat nenalíčenost v určité sociální situaci jako „nedostatek“.

Je patrné, že historie líčení a konkrétní využívané styly prošly různými změnami, stejně jako se změnila řada estetických norem týkajících se lidského vzhledu. Příkladem může být výše zmíněná barva či odstín pokožky. Zatímco dříve bylo žádoucí mít světlou barvu kůže, aby mohl být člověk považován za příslušníka elity, dnes tomu za jistých okolností a v určité kultuře (či subkultuře) může být naopak. Celoroční opálení je za jistých okolností a v určitém sociálním kontextu důkazem toho, že daný jedinec má možnost vystavovat se celoročně slunci, případně prostředky k tomu, aby za sluncem mohl vyrazit (Cash et. Pruzinsky, 1990).

Podobně se proměnil i přístup k líčení. Důkazem o proměnách stylu líčení v průběhu 20. století může být např. fenomén tzv. „heroinového stylu“ z 90. let, kdy bylo trendem mít modře nalíčené rty, nezdravě vypadající vlasy a černý make-up na očích (Grogan, 2000).

I přestože se líčení stalo normou, neexistuje pouze jeden využívaný či preferovaný styl líčení. Převládá tendence (stejně jako v dalších oblastech módy a osobního zkrášlování) individualizovat design líčení dle požadavků ženy či dle jejích fyziognomických rysů. Obecně bychom ale mohli říci, že nejčastějším a nejžádanějším stylem líčení je takový styl, který tvoří ženu mladší, krásnější, ale přitom není nanesené líčení příliš znatelné (Rozsivalová, 2010).

2.2 Atraktivita

Líčení mělo v historii především funkci zvyšování atraktivity. Atraktivita jako pojem je ovšem mnohem širěji definována:

„Atraktivita (v literatuře uváděná jako interpersonální atraktivita) má mnoho podob a podílí se nejen na navázání vztahů, ale především na jejich utváření, kvalitě a trvání. Je mnohem snazší atraktivitu rozpoznat než definovat, a to především pro její neobyčejnou rozmanitost projevů i mnohé transkulturní rozdíly. Přesto bychom mohli atraktivitu

vymezit, jako ocenění jiné osoby, mající směr (pozitivní či negativní) a intenzitu (hloubku emocionální vazby).“ (Výrost & Slaměník, 1997, s. 294)

Atraktivitu (přitažlivost) lze vymezit na třech rovinách. Jednou z nich je atraktivita fyzická neboli tělesná přitažlivost, která se pojí s aktuálním ideálem krásy. Dále je to přitažlivost osobní, která zahrnuje především vlastnosti individua, přičemž do pozitivně hodnocených vlastností řadíme otevřenost, ochotu pomáhat a veselost (Benesch, 2001). Určitým neosobním rozměrem atraktivity je přitažlivost statutární, která souvisí se sociálním postavením daného jedince, s jeho sociální perspektivou (Benesch, 2001). Kategorizace atraktivity dle Výrosta a Slaměníka sleduje primárně osu fyzickou, tedy atraktivitu vyjádřenou zevnějškem, a atraktivitu osobní, do které spadají osobnostní vlastnosti, rysy, přesvědčení, názory, postoje, potřeby atd. (Výrost & Slaměník, 1997). Osobní atraktivita se úzce pojí s atraktivitou fyzickou. Právě tato kombinace je klíčová pro vznik dlouhodobých interpersonálních vztahů (Slaměník, 2008).

2.2.1 Fyzická atraktivita

Pro potřeby této práce se věnuji zejména atraktivitě fyzické neboli tělesné přitažlivosti, jelikož líčení přímo souvisí zejména s její potencí a snahou o její zvyšování. Fyzická atraktivita se vztahuje především k našemu vzezření a v interpersonálních vztazích je velmi významným faktorem prvotního zájmu, ale hraje i svou větší či menší roli i při udržování dlouhodobé náklonnosti. Ve většině případů je náš vzhled první informací, kterou o sobě druhým podáváme, stejně tak druhé posuzujeme alespoň z počátku právě dle jejich zevnějšku. Uplatňujeme při tom mnohé předsudky a stereotypy (Výrost & Slaměník, 1997). Ani poznání vlastní stereotypizované percepce však nedokáží úplně jednoduše ovlivnit lidské jednání v reakci na prvotní dojem:

„Je důležité, jak získáváme první informace o druhých lidech – a první dojmy mohou ovlivnit chování.“ (Etkoff, 2002 s. 69)

Vzhled velmi ovlivňuje i zapamatování si ostatních. Ze závěrů výzkumu provedeného v roce 1979 vyplývá, že vzpomínky se často objevují v určité posloupnosti, přičemž respondenti ze všeho nejdříve popisují vzhled osoby (Etkoff, 2002).

Fyzická atraktivita ovlivňuje nejvíce navazování vztahů s ostatními (Výrost, a Salměník, 1997). Autorky Hatfieldová a Berscheidová (1997) zjistily, že při navazování vztahů je fyzická přitažlivost významně důležitější než sociální dovednosti, sebevědomí, osobnostní rysy, a inteligence (Hatfieldová a Berscheidová in Výrost & Slaměník, 1997). Ilustrovat význam fyzické atraktivity bychom mohli i na Dionovu výzkumu, který potvrdil, že dospělí hodnotili přestupky fyzicky atraktivních dětí mírněji, oproti totožným přestupkům těch méně atraktivních (Dion, & kol., 1972). Feingold (1992) potvrdil, že fyzicky atraktivnější jedinci získávají již od dětství více pozitivní zpětné vazby než jedinci s méně fyzicky atraktivními rysy. Explikovat atraktivitu na univerzálním obraze člověka není ale úplně možné. Pro každého jedince je představa fyzicky atraktivního jedince odlišná, a i přes některé rysy spojované s obecným chápáním tělesné krásy může individuální představa atraktivity poměrně významně variovat (Výrost & Slaměník, 1997).

Z biologicko-evolučního hlediska souvisí fyzická atraktivita velmi úzce s potřebou reprodukce a s předáním genů. Existují určité fyzické rysy, které nás informují o tom, zda je partner dobrým adeptem k reprodukci, tedy zda je biologicky zdatný (Gordan, 2000). Atraktivní jedinec je považován za kvalitního jedince (Thornhill & Gangestad, 1999). Jedním z univerzálních znaků biologické zdatnosti je tvar těla. U žen je konstituce těla ve tvaru přesýpacích hodin indikátorem plodnosti (Evans & Zarate, 2002). Znamou reprezentantkou těchto křivek byla například americká zpěvačka, herečka a společenský idol, který představoval v 50. letech v USA ideál krásy, Marilyn Monroe (Gordan, 2000).

Dalším z důležitých indikátorů fyzické atraktivity je věk. Ženy preferují spíše starší muže, než jsou ony samy, zatím co muži preferují mladší partnerky, které jsou spíše schopné reprodukce. Mladé ženy muže přitahují především pro své rysy vztahující se k hladké kůži s dobrým svalovým tonusem, plné rty a lesklé vlasy (Evans, & Zarate, 2002). Znaků, rysů či aspektů fyzické atraktivity je mnohem více. Ty popíši ve vztahu k tváři v následující kapitole.

2.2.2 Atraktivita tváře

Tvář je velmi výrazným prvkem, na který se zaměřujeme při vnímání druhé osoby, a proto se s pomocí líčení snaží především ženy akcentovat své přednosti, případně

redukovat nedokonalosti. Důkazem o významnosti tváře je výzkum, který potvrdil, že děti si déle hrají s panenkou s atraktivní tváří než s panenkou stejných proporcí, ovšem s tváří neatraktivní (Langlois & kol., 1990). Podobně tomu bylo i v dalším výzkumu, který prokázal, že děti ve věku od novorozence do dvaceti pěti měsíců věnují déle pozornost obličejům, jež před tím dospělí ohodnotili jako atraktivní, než obličejům dle úzu ne tolik atraktivních jedinců (Langlois & kol., 1991).

Bashour (2006) uvádí, že ve vztahu k tváři a její atraktivitě existují čtyři určující aspekty. Těmi jsou průměrnost, symetrie, neotenie a sexuální dimorfismus. Tyto čtyři vodítka se opět vztahují k biologicko-evolučnímu konceptu, kdy atraktivita signalizuje biologickou zdatnost, tedy že atraktivní tvář je pro druhé důkazem o dobrém zdraví jedince (Kalick & kol., 1998).

Jedním z rysů atraktivity je souměrnost, symetrie. Je potvrzeno, že symetričtější lidé jsou vnímáni jako atraktivnější (Gagestat & Thornhill, 1994). Tento předpoklad atraktivity potvrzují i další autoři:

„Předpokladem zdravého a krásného těla je harmonie, úměrnost jednotlivých tělesných partií, tedy proporcionalita.“ (Boháčová in Fialová, 2001 s. 87)

Jestliže jsou si levá a pravá strana lidského těla co nejvíce podobné, pak to je to podle některých výzkumných zjištění důkaz o tom, že geny tohoto jedince jsou odolné a je tak vhodným partnerem k reprodukci. Symetrie v obličeji je ukazatelem dobrého vývoje, schopnosti odolat rušivým vlivům prostředí během vývoje a signalizuje tak vyspělého jedince s genetickou rozmanitostí potřebnou pro boj s parazity (Fink a Penton Voak, 2002). K symetrii tváře se váže nejen to, že jedince vnímáme jako zdravé, ale zároveň jsou vnímáni jako nositelé určitých osobnostních kvalit. Výzkum z roku 2006 potvrdil, že nositelům symetrické tváře přiřazujeme vlastnosti, jako jsou například vyrovnanost, společenskost či živost, zatímco lidé s méně symetrickými rozměry tváře vnímáme jako úzkostnější (Fink & kol., 2006).

Dalším aspektem atraktivity v tváři je sexuální dimorfismus, který velmi úzce souvisí s reprodukčními schopnostmi, tedy s poměrem testosteronu a estrogenu v těle. Estrogen u žen předesílá, že je žena zdravá a její imunitní systém je v pořádku. Přítomnost estrogenu ve vztahu k tváři lze pozorovat na kvalitě pokožky, přičemž hladká pokožka bez

mateřských znamének, ochlupení, akné apod. je nejatraktivnější (Fink & Penton Voak, 2002). Dále estrogen působí na růst lícních kostí, které jsou také znakem atraktivity (Pivoňková, 2009).

Na roli průměrnosti ve vztahu k vnímání tváře jako přitažlivé upozornil Francis Galton. Teorie průměrnosti tvrdí, že upřednostňujeme průměrné rysy v obličeji. Jestliže se obličej jedince blíží určitému hypotetickému průměru, pak je to známka atraktivity. Ovšem neznamena to, že by atraktivní jedinci vypadali nejběžněji (Galton, 1898). Dle Blažka a Trnky (2009) může být vysvětlením familiarita, neboli předchozí nabytá zkušenost, která má pozitivní vliv na vnímání atraktivity u další osoby. Významný výzkum vztahující se k průměrnosti tváře a atraktivity z roku 1990 potvrdil, že jako atraktivnější jsou vnímané ty tváře, které byly na předkládaných fotografiích zprůměrované. Autoři Langlois a Roggman matematicky zprůměrovali fotografie tváří a nechali hodnotitele, aby porovnali originální tváře na fotografiích s těmi zprůměrovanými. Hodnotitelé preferovali zprůměrované tváře (Langlois & Roggman, 1990), nicméně samotná průměrnost není garantem atraktivity. Extrémně atraktivní tváře jsou totiž v určitém rysu atypické (Alley & Cunningham, 1991). Je tak vhodné považovat tento indikátor atraktivity za nejednoznačný.

Posledním ze čtyř vodítek atraktivity jsou dětské rysy v obličeji ženy přetrvávající i v období po dosažení biologické dospělosti, tedy neotenie. Mezi neotenní rysy ženské tváře patří malá brada, úzká dolní čelist, kulaté tváře, malý nos, větší hlava s vysokým čelem a velké kulaté oči (Beautycheck, 2009). Tyto neotenní prvky v tváři ženy působí na sociální okolí jako indikátory zdraví, mládí a plodnosti (Furnham & Reeves, 2006).

Je zřejmé, že souhrn takových fyziognomických kvalit zároveň posiluje dojem atraktivity, jakkoliv je nutné uvažovat o vysoké míře variability v jejich individuálních i vzájemných poměrech.

Beautycheck (2009) uvádí několik dalších specifických rysů atraktivního obličeje, do kterých u žen spadá tenké tmavé obočí, husté a tmavé řasy, vysoko posazené lícní kosti, plné rty, úzký krk, úzký obličej a snědá barva pokožky. Některé z výše zmíněných prvků můžeme v souladu s výše předloženou koncepcí považovat za neotenní, jiné se však svým estetickým charakterem kategorizaci neotenního jako atraktivního vymykají.

V předchozích odstavcích se věnuji konkrétním aspektům a rysům atraktivní tváře, ovšem při percepci atraktivity je důležité na ni nahlížet holisticky, tedy celostně či komplexně. Cunninham a kol. (1995) uvádí pět zásadních faktorů ovlivňujících vnímání atraktivity jedince. Tři z nich se vztahují k biologickým procesům a jsou závislé na věku a stárnutí, jako například znaky pohlavní dospělosti a juvenilní znaky. Zbýlými dvěma faktory jsou vnímaná péče o vzhled a výraz ve tváři. Péče o vzhled je podmíněna kulturně a můžeme tvrdit, že se váže spíše k sociální percepci, ovšem i skrze péči o vzhled sdělujeme určité množství informací o biologické kvalitě jedince (Cunningham & Shamblen, 2003). Zbýlé čtyři faktory můžeme považovat za kulturně univerzální.

2.2.3 Atraktivita a líčení

V předchozích odstavcích jsem shrnula, co je to atraktivita, jaké jsou prvky fyzické atraktivity a jak atraktivita ovlivňuje percepci jedince, přičemž se vztahují primárně k atraktivitě tváře. V následující části se věnuji tématu atraktivity ve vztahu k samotnému předmětu práce, tedy k líčení.

I přestože některé ženy přímo nevědí, jaké konkrétní prvky obličeje jsou obecně vnímány jako atraktivní (např. z výše zmíněného biologicko-evolučního hlediska), snaží se při líčení na tyto místa intuitivně zaměřovat. Během líčení se zaměřují na své lícní kosti. Obočí si upravují tak, že ho vytrhávají takovým způsobem, aby opticky zvětšily oči. Oči samotné jsou v hierarchii prvků obličeje, jimž ženy věnují pozornost, postaveny velmi vysoko. Ženy ke zvýraznění svých očí a jejich okolí používají celou paletu nástrojů, jako jsou oční stíny, linky či řasenku pro zvýšení hustoty řasů. Kromě očí hrají dalším vysoce významným prvkem rty. Ženy je během líčení zvětšují, popřípadě tvar rtů upravují do žádoucí podoby (Etcoff, 2002).

Líčení podle dostupných výzkumných závěrů atraktivitu zvyšuje (Mulhern & kol., 2003). Líčení je užíváno k modifikaci vzhledu a s jeho pomocí lze upravovat rysy v obličeji, čímž lze docílit jeho vyšší symetrie či zvýraznění důležitých prvků, stejně jako zakrytí možných nedostatků:

„K manipulaci se samotným tvarem obličeje je např. užíván podkladový make-up v několika odstínech za účelem vytvoření iluzorních stínů. Tato technika se ve světě

kosmetiky nazývá konturování. Konturováním rysů obličeje jsme schopni docílit jak vyšší symetrie (např. kompenzací na té straně obličeje, která je tvarově méně žádoucí), tak i zvýraznění některých pohlavně dimorfických znaků – jako jsou lícní kosti.“ (Nevolová, 2015, s. 36)

Modifikaci vzhledu, konkrétně modifikaci vzezření rtů, může zprostředkovat i dekorativní kosmetický produkt, například rtěnka či konturovací tužka na rty. Tvar i barva rtů mají na percepci atraktivity vliv. Guenén a Jakob (2012) provedli experiment, který hledal vliv barvy rtů na percepci atraktivity. V tomto experimentu sledovali reakci zákazníků v restauraci, ve které obsluhovala žena s červeně nalíčenými rty. Ukázalo se, že muži měli tendenci tuto ženu ohodnocovat vyšším spropitným ve srovnání s ženou, která vykonávala totožnou práci, ovšem neměla červeně nalíčené rty. Výsledky studie potvrdily, že červená barva rtů je při vnímání a následném posuzování fyzické atraktivity důležitou intervenující proměnnou (Guéguen & Jacob, 2012).

Líčení může sloužit jako prostředek k zvýrazňování určitých prvků v obličeji ženy, nicméně ke zvýšení atraktivity může být líčení zároveň použito tak, aby jisté prvky (nedostatky) byly zakryty, či upozaděny. Ženy své nedostatky v obličeji prokazatelně zakrývají. Cílem je vytvořit dojem perfektního stavu. To může být motivováno čistě estetickým vnímáním a obecnou normou atraktivity, nicméně zajímavým biologicko-evolučním pojátkem může být fakt, že akné a další pleťové defekty mohou být znakem špatného stavu imunitního systému či nerovnováhy hormonální sekrece (Fink & Penton Voak, 2002). Tato souvislost potvrzuje výše uvedené souvislosti při posuzování atraktivity v souladu s reprodukční kvalitou jedince.

Zakrývat nedostatky je možné různými způsoby a prostředky. Primárně k zakrývání slouží make-up a další korekční prostředky. Strategii používání líčidel ke zvýrazňování jistých prvků v obličeji či zakrývání jeho nedostatků se mimo jiné věnuji v kapitole Motivace k líčení.

2.3 Motivace k líčení

Více než 80 % žijících žen v západní společnosti si nedokáže představit, že by neměly možnost líčení používat (Cash & kol., 1989). Motivace k takovému chování je základem této kapitoly.

Vztah mezi motivací a líčením uvedme obecnou definicí motivace a jejích podnětů:

„Motivaci označujeme jako činitele aktivizující organismus k reagování, chování, jednání vedoucímu k dosažení cíle, uspokojení,“ (Helus, 2011, s. 128).

Výchozím stavem motivace je potřeba, pro kterou je charakteristický určitý deficit (Nakonečný, 1996). Motivaci lze rozdělit na motivaci vnitřní (kdy žena skrze líčení směřuje k určitým vlastním cílům) a motivaci vnější. Tu zprostředkovává spíše společnost, a to jak bezprostřední sociální okolí a taktéž i média. Zásadním příspěvkem vztahujícím se k motivaci je Maslowova pyramida lidských potřeb. Zde zmiňuje i potřeby estetického charakteru (Helus, 2011). Za takovou potřebu můžeme považovat i zvyšování atraktivity osobního vzhledu.

Vnitřní motivace ženy ke zvyšování atraktivity osobního vzhledu je významným důvodem k líčení. Být „krásná/ý“ přináší několik výhod, a to zejména v rovině sociální a ekonomické (Etcoff, 2002). Motivací k líčení tedy může být touha po atraktivnějším vzhledu a z toho plynoucí případné výhody. Tyto výhody ovšem nemusí být nutně spojeny pouze s vyšší fyzickou atraktivitou, ale mohou být spojeny s jinou vnitřní motivací ženy, jako například se zvyšováním sebevědomí.

Korichi a kol. zaznamenali dvě strategie, které ženy ve vztahu k líčení a pocitu sebevědomí využívají. Určitá část žen v jimi využívaném stylu líčení používá především zakrývající produkty. Jejich styl se tedy soustředí spíše na zakrývání nedostatků než na zvýrazňování atraktivních rysů. Ženy, které v líčení spíše zakrývají, využívají strategii „kamoufláže“. Tato strategie podle uvedeného zdroje sebevědomí žen zvyšuje a je k tomuto účelu volena. Druhá část žen, která ve svém stylu líčení především zvýrazňuje atraktivní prvky a rysy, využívá strategii „svádění“. Tyto ženy patří k těm relativně více sebevědomým (Korichi & kol., 2008). V další studii se Korichi a kol. zaměřili na vnitřní motivace žen k líčení a na funkce líčení. Je zřejmé že péčí o svůj vzhled o sobě světu poskytujeme určité spektrum informací. Motivací k tomu líčit se může být potřeba

sebevyjádření. Toto sebevyjádření se ovšem nepojí pouze s emocemi, poskytuje také informace o hodnotách jedince či vytváří představu o jeho statusu. (Korichi & kol., 2011). Souvislost mezi atraktivitou a sociálním statusem je jedním z témat, kterým se výzkum týkající se vědomého ovlivňování vlastního fyzického vzhledu cílevědomě věnuje. Dle Webstera a Driskella je atraktivita ukazatelem statusu jedince, což může být důvod k tomu, proč se uchylujeme k manipulaci se svým vizuálem například skrze líčení (Webster, Driskell in Etcoff & kol., 2011).

Je zřejmé, že sociální status ve vysoké míře souvisí s profesní rovinou lidské existence a dle Peissové je líčení pro ženy prostředkem k tomu být v pracovním životě úspěšnější (Peiss, 1998). Vnější motivaci k líčení, kdy společnost vytváří ve vztahu k líčení určitá očekávání, rozebírá studie Dellingera a Williamse (1970), jež se zaměřuje přímo na vztah líčení a pracovního života ženy. Pomocí dvaceti hloubkových rozhovorů autoři studie přišli na to, že líčení pracujících žen se pojí s vnímáním a představou jejich dobrého zdraví, věrohodností a důkazem o heterosexuality. Ženy, které používaly make-up každodenně, zmiňovaly, že ve chvíli, kdy z nějakého důvodu nepřišly do práce nalíčený tak, jak to pro ně bylo běžné, čelily otázkám vztahujícím se k jejich zdraví a přímo i nepřímo byly vystaveny komentářům, že dnes nevypadají dobře (Dellinger & Williams, 1970). Samotný fakt, že pravidelně nalíčená žena není vystavovaná pozitivním ohlasům na své vzezření, ovšem ve chvíli, kdy není nalíčená, je upozorňována na špatný či nedokonalý vzhled, dokládá minimálně tolik, že v osobním případě této ženy se líčení stalo vyžadovaným standardem. Kromě komentářů a otázek vztahujících se ke zdraví tyto ženy zároveň čelily zpochybňování jejich pracovní kompetence v konkrétní pracovní den. Důležité ovšem je, že žádná z těchto žen neměla v popisu výkonu práce nároky na osobní vzezření, a tak každodenní využití či nevyužití make-upu bylo vlastní svobodnou volbou (Dellinger & Williams, 1997). Peissová zároveň upozorňuje na určitou stmelovací funkci líčení v pracovním životě ženy, kdy se o pracovních pauzách ženy chodí na toalety přelíčit a tím se spolu odreagovávají. Normativní povahu líčení v pracovním životě žen dokládají i další autoři. Demonstrativní ukázkou vnitřního konfliktu mezi tím, jak vypadat upraveně, ale zároveň nebýt vyzývavá, je zkoumaný příklad, kdy byla britská managerka i přes své dobré pracovní výkony žádána, aby se více soustředila na to, jak vypadá, a to především

v oblasti od hrudníku nahoru (Wolf, 2000). Zde se tedy nabízí případné odůvodnění motivace žen, jež se snaží odpovídat požadavkům společnosti.

S tématem motivace k líčení a společenského očekávání souvisí i samotná mediální propagace líčení a ideálů krásy:

„Masmédia nejen reflektují vzory současné společnosti, ale mohou ovlivňovat i náš pohled na sebe sama.“ (Ondrová, 2016, s. 25)

Permanentně předkládané ideály, které často neodrážejí realitu, nýbrž jsou výsledkem vysoce technologizované obrazové postprodukce transformující skutečnou podobu v podobu ikonickou, předkládají ideály či vzory, které ženy touží naplnit či se jim přiblížit, k čemuž mohou využívat mimo jiné i líčení. Masová komunikace skrze média ovlivňuje, jak velký význam a jak velkou hodnotou pro naši společnost v současnosti fyzický vzhled představuje (McCombs, 2009). Normativní vliv sociálního a mediálního apelu vede k některým pozoruhodným důsledkům. Na trhu je v současné nabídce například i dětský make-up, což je ve vztahu k líčení a jeho funkci, tedy ke zvyšování atraktivity ženy zralé k reprodukci, minimálně kontroverzní. Mladé dívky, často ještě prepubescentním stádiu vývoje, jsou tak od útlého věku v přímém kontaktu s líčením, a dokonce jsou skrze média podněcovány k tomu, aby ho aktivně využívaly. Líčení v tomto směru můžeme vnímat jako akt socializace k „žádoucímu“ chování. Líčení se tedy skrze předkládané vzory apod. stává normou, kterou naplňují (Jeffreys, 2005). Odůvodněním může být tendence dívek, a to především v období dospívání, napodobovat vzory dospělých žen. Toto je pro dívky společné, a proto můžeme tvrdit, že líčení je nejen aktivita, ale také tématika, která ženy spojuje a je tak motivací k tomu o sebe pečovat a líčit se (Mrňousková, 2010).

Zajímavým poznatkem je v tomto ohledu změna, kterou prošlo líčení v souvislosti s mezigeneračním přenosem. Ve 20. století probíhala tato forma socializace v obráceném gardu, kdy dcery učili své matky, jak pracovat s make-upem (Peiss, 1999).

Další motivací k péči o vzhled a k líčení může být neformální sociální kontrola žen a jejich objektivizace. Tu lze pozorovat skrze několik indikátorů, jako je například čas a energie vynakládaná ke zkrášlení, ženská krása jako stěžejní prostředek v reklamě, skutečnost, že krása žen výrazně vytváří několik globálně významných průmyslových

odvětví, jako je například průmysl módní, kosmetický či dietní. Objektivizaci žen lze ale pozorovat také skrze mužské jednání, které je často zaměřeno na fyzické vzezření ženského těla, které se tak stalo významným nástrojem neformální kontroly žen (Valuchová, 2015). Jednou z kritiček líčení je Sheily Jeffreys, která líčení přirovnává k ženské obřizce a odmítá vnímat líčení jako symbol či akt osvobození. Argumentuje, že pro některé ženy je líčení podmínkou pro to, aby obstály na pracovním trhu (Jeffreys, 2004). S tímto názorem se pojí určité genderové stereotypy a již zmíněná objektivizace žen. Jedním z genderových stereotypů je, že žena se má líčit, aby byla atraktivní, a tedy aby se líbila mužům, což muže udržuje v dominantní pozici. Ženy se líčí pro muže a zároveň tato povrchnost patří především ženám, zatímco „muži se věnují důležitějším věcem“. Můžeme tvrdit, že líčení způsobuje nerovnost s muži, ale líčení zároveň způsobuje nerovnosti mezi samotnými ženami (Jeffreys 2005). Skrze gender pohled je na ženách v současné společnosti páháno násilí, ne ve smyslu fyzického násilí. Ve vztahu k líčení mluvíme o násilí, které si symbolicky vynucuje praktiku líčení. Tento tlak mění pohled ženy sama na sebe a být ve společnosti nenalíčená se jí zdá být nepřirozené, a to i přestože žena se ze své přirozenosti líčit nepotřebuje (Jandová, 2003). Dle Wolf (2000) stojí za konstruktem krásy muži. Chtěli tím dosáhnout, aby ženy odešly z veřejné sféry (Wolf, 2000). Objektivizace polarizuje ženy na manipulované objekty a muže na manipulující subjekty, v některých případech na sexuální kořisti a sexuální lovce (Viktorinová, 2013).

Fraňková motivaci ke zkrášlování, spíše než k lovu, vztahuje k namlouvání. Zmiňuje, že různým zdobením, a tedy i líčením a další péčí o vzhled, si do určité míry nahrazujeme to, co mají zvířata přirozeně. Jako vzor uvádí páva a jeho zdobný ocas, který nemá za úkol nic jiného než přilákat samičku, a dokonce mu v jiných aktivitách tento ocas překáží (Fraňková & Klein, 1997). Dle Fraňkové tedy líčení a jiná péče o vzhled slouží především k nalezení vhodného partnera k reprodukci.

2.4 Sebepojetí a líčení

Význam pojmu sebepojetí (self-concept) se týká celkového vnímání vlastní osoby. Toto vnímání vychází z názorů druhých, tedy skrze zkušenost se sociálním prostředím,

v němž se jedinec pohybuje, ale také skrze zkušenost vlastní. K pojmu sebepojetí se pojí další termíny, jako například sebeúcta, sebepoznání, sebekontrola apod. (Fialová, 2001). Autoři věnující se psychologii „já“ neuvádějí zcela shodnou terminologii, a proto se může stát, že někteří autoři vidí pojmy sebepojetí a sebehodnocení jako synonyma (Košťálová, 2010). Sebeúcta můžeme rozumět jako určitou mentální reprezentaci o sobě samých, což je kognitivní aspekt sebepojetí (Blatný & Plháková 2003). Zásadním autorem v oblasti sebepojetí je William James, který rozlišil „já“ jako subjekt (v angličtině „I“) a Já jako objekt (v angličtině „Me“), přičemž Me – self, chápeme jako sebehodnocení (Blatný & Plháková 2003). Dle Carla R. Rogerse je možné „já“ dělit na reálné a ideální „já“. Reálné „já“ je naše přesvědčení o tom, jací jsme, zatímco „já“ ideální v sobě obsahuje to, jací toužíme být. Ve většině případů, pokud není daný jedinec určitým způsobem psychicky narušen, se tyto dvě „já“, tedy ideální a reálné, tolik neliší (Drapela, 2011).

Sebeúcta je utvářena od raného dětství v interakci s ostatními lidmi. Klíčová je v tomto případě interakce s matkou. Velkou roli ve vztahu k sobě hraje v dětství rodičovský přístup a chování, které dítěti signalizuje, jaká hodnota je mu přičítána (Vágnerová, 2010). Nejpoužívanějším pojmem vztahujícím se ke zkušenosti s vlastním tělem a k jeho vnímání a prožívání je označení „body image“ (Fialová, 2011).

Vnímání těla a představy o něm jsou ovlivněny především počátečními vývojovými fázemi života. I později ale významně ovlivňují identitu osobnosti (Mrazek, 1986, cit. dle Fialová, 2001). Denně se setkáváme s předkládaným mediálním obrazem dokonalé ženy, která představuje určitý ideál krásy. Dle Festingerovy teorie společenského srovnávání víme, že vlastní sebehodnocení je formováno také srovnáváním vyplývajícím z vnímání ostatních a z interakce s nimi, Zjednodušeně řečeno je naše sebehodnocení založeno na tom, jak vnímáme sebe skrze srovnávání s ostatními.

Lidé tedy mohou využívat médií jako standardů pro srovnávání se. Masmédia reflektují vzory současné společnosti a tím zároveň ovlivňují i náš pohled na sebe sama (Ondrová, 2016, s. 25). Konflikt nastává ve chvíli, kdy jsou například na stránkách časopisu fotografie modelek, které jsou zobrazovány s krásným obličejem a ideálně štíhlou postavou, přičemž jsou tyto fotografie upravovány a retušovány za účelem odstranit případný nesoulad s požadovanou (ideální) představou (Kadlecová, 2006). Požadavky na dokonalost mají přitom vcelku jasná specifika:

„Nejčastěji při úpravě fotografie dochází k zeštíhlení určité tělesné partie (nohy, boky, hýždě) nebo naopak ke zvětšení/zvýraznění (oči, prsa, rty). Dále mezi další úpravy patří prodlužování krku, vlasů a nohou. Dochází k retuši vrásek a drobných nedokonalostí (akné, kruhy pod očima, odstranění znamének). Mnohdy dochází ke koláži, při které se kombinují části z různých těl. Dávají tak vzniknout dokonalé postavě.“ (Ondrová, 2016 s. 22)

Podobné úpravy deformující realitu vedou nejen k tomu, že se ženy snaží vypadat jako zobrazované idoly, ale i k tomu, že to samé od žen začne vyžadovat společnost (Kadlecová, 2006). Případné srovnávání se s prezentovanými idealizovanými (deformovanými) obrazy „krásy“ může vést k negativnímu sebehodnocení. Způsob vnímání a prožívání (spokojenost nebo nespokojenost) se svou fyzickou stránkou osobnosti ovlivňuje celkové sebepojetí člověka (Košťálová, 2010). Neustále předkládané ideály, které často neodrážejí realitu a jsou ve své podstatě umělé, v nás tvoří pocit viny, což vede k sebekritice a oslabuje sebevědomí (Urbanová, 2000).

Na téma oslabeného sebevědomí a líčení provedli již výše zmíněnou studii Korichi a kol., (2008). Tato studie mimo jiné mapuje strategii „kamuflež“. Touto strategií, která spočívá především v zakrývání různých kožních defektů na tváři prostřednictvím maskujících kosmetických produktů, si méně sebevědomá část žen v populaci své sebevědomí zvyšuje. Na vliv líčení a sebevědomí ženy se zaměřili i Nash & kol., (2006). Zjistili, že ženy jsou hodnoceny jako sebejistější ve chvíli, kdy jsou nalíčený, s čímž v citovaném výzkumu souhlasili muži i ženy. Tento efekt mohl vzniknout i na základě toho, jakým způsobem líčení ovlivňuje sebevědomí ženy. Nalíčené ženy, totiž mohou působit pozitivněji laděny už jen díky faktu, že jsou nalíčený. I dle Cashe & kol., (1989) je líčení především prostředkem ke zvýšení sebevědomí. Silverio (2009) dokázal, že ženy, které jsou nalíčené a toto líčení se jim líbí, se lépe cítí. Dále zjistil, že ženy, které se běžně líčí, se nalíčené cítí více celistvé a „sexy“.

Naše vlastní tělo je zdrojem štěstí, prožitků, prestiže a také vlastní identity (Anzebbacher, 1990). A právě péčí o vzhled, tedy i líčením, svou identitu vyjadřujeme (Cunningham & Shamblen, 2003). Autorka australská studie „The semiotic of visible face make-up: The masks women wear“ (Ogilvie, 2005) přirovnává make-up na tváři k masce. Nanášení make-upu, tedy proces líčení, přirovnává k rituálu, který má mimo jiné

transformační účinky. Líčení lze považovat i za určitou formu masky (Ondrová, 2016). Má-li líčení transformativní vliv na sebepojetí a sebevědomí, souvislost s maskováním se přirozeně nabízí:

„Maska je kulturně-společenský fenomén, který je zástupným prostředkem vnější případně i vnitřní transformace.“ (Ebelová, 2012, s. 9)

Je tedy patrné, že maska, v tomto případě líčení, je prostředkem k tomu, jak mimo jiné manipulovat se svou identitou. Maska má několik funkcí, ovšem v našem případě ve vztahu k líčení vyzdvihují především funkci transformační. Maska nabízí dočasně možnost proměny identity, a to jak skrze zevnějšek, tak zároveň i v dimenzi prožívání a chování:

„Za masku považujeme „převlek“ zakrývající naši pravou identitu.“ (Ondrová, 2016, s. 27)

Dle Erbana mezi důsledky využívání masky patří schopnost měnit a nabývat nových identit, k čemuž patří uvědomění si pluralit svého „já“ a dle potřeby s těmito identitami pracovat (Erban, 2010). Dle francouzského sociologa a estetika Rogerse Cailloise masky slouží především jako nástroj k vytváření anonymity a k taktikám ve společenských hrách (Caillois R., in Erban, 2010).

2.5 Líčení a sociální interakce

Murray v roce 1938 definoval potřebu afiliace, tedy potřebu kontaktovat se s druhými lidmi, vytvářet s nimi přátelství a vazby, začleňovat se do sociálních skupin (Rathus in Plháková, 2003). K naplnění takové potřeby může dojít jedině prostřednictvím sociální interakce. Během procesu sociální interakce působí určité množství faktorů, a to ať na straně hodnotitele, tak na straně hodnoceného. Mezi tyto faktory můžeme řadit verbální a neverbální projevy, emocionální prožívání, situační kontext, inteligenci hodnotitele, ale taktéž rysy tváře hodnoceného atd. (Šrámková, 2012). Při první interakci s druhou osobou je zcela zásadní první dojem, který může být ovlivněn tzv. haló efektem, což je určité pochybení v hodnocení druhého člověka, kdy jeden rys hodnoceného vnímáme jako dominantní a zbylé rysy upozadíme. Následkem může být stav, kdy

hodnoceného vnímáme pod vlivem haló efektu dlouho poté, kdy jsme si o něm naše přesvědčení vytvořili (Mikuláščík, 2007).

Existuje vztah mezi Haló efektem a atraktivitou. Atraktivním lidem přisuzujeme spíše pozitivní vlastnosti (Šrámková, 2012). S tímto se pojí percepční styl, jehož princip lze vyjádřit úslovím „co je krásné, je dobré“. Tento princip vnímání a hodnocení byl potvrzen mnohými studiemi a vysvětluje, že o fyzicky přitažlivých lidech máme lepší soudy i z hlediska jejich vlastností a povahových rysů. Atraktivní jedince vnímáme jako citlivé, inteligentní, přizpůsobivé a laskavé (Fialová, 2001). Nakonečný dává do souvislosti interpersonální interakci a atraktivitu s touhou po získání odměny a vyhnutí se trestu:

„Jestliže ,základním motivem činnosti jedince je touha po získání odměny a vyhnutí se trestu‘, pak pro interpersonální interakce bude platit, že ,atraktivita osoby A pro osobu B je výsledkem odměn a trestů, které získala (nebo se domnívá, že získá) osoba B v interakci s osobou A.“ (Nakonečný, 1999, s. 202)

Z předchozích kapitol je zřejmé, že líčením se ženy snaží vědomě dosáhnout zvýšení své fyzické atraktivity. Líčení je ovšem okolím vnímáno různě a můžeme tvrdit, že se s ním do jisté míry pojí stereotypy. Experiment z 80. let potvrdil, že při vnímání líčení druhými má vliv intenzita nalíčení. Při experimentu se ženy ucházely o pracovní pozici, která byla tehdy výhradně ženská. Ženy, které byly nalíčeny více intenzivně, byly vnímány negativněji než ženy, které byly nalíčeny lehce (Graham & Jouhar, 1981). Dále autoři Graham a Jouhar zjistili, že při interpersonální interakci nehraje roli jen intenzita líčení. Ve svém dalším výzkumu potvrdili, že na vnímání atraktivity druhými osobami má líčení oproti jiné formě péče o vzhled větší vliv, například ve srovnání s péčí o vlasy (Graham & Jouhar, 1981).

Reganová (2011) se zaměřila na otázku, zda se mění intenzita nalíčení dle toho, s kým se daná žena chystá setkat. Výsledky ukázaly, že v situaci, kdy se chystají na schůzku s neatraktivním mužem, pak nanosou nejméně líčidel. Pokud ale jdou ženy na schůzku s atraktivním mužem, nalíčí se více. Ve chvíli, kdy se žena chystá na schůzku s ženou, pak se líčí méně, než když jde na schůzku s atraktivním mužem, ovšem více, než když jde na schůzku s neatraktivním mužem.

Ukazuje se, že ženy se dopouštějí při usuzování o tom, jak muži vnímají úpravu jejich zevnějšku mnoha nepřesností. Například se ženy domnívají, že muži preferují více intenzivní líčení, než tomu doopravdy je (Jones & kol., 2014). Mnoho žen se snaží vytvořit na svém obličeji dokonalý make-up, který zakryje i sebemenší nedokonalosti. Avšak většina mužů dává přednost raději přírodnímu vzhledu (Ondrová, 2016). Zároveň se muži cítí být make-upem či líčením podváděni (Samson & kol., 2010). Na druhou stranu ale dle Jeffreys (2005) je nalíčená žena považována za výrazně důvěryhodnější než žena nenalíčená, právě protože je líčení dnes vyžadovanou normou.

Během kontaktu v sociálním prostředí je velmi významným nástrojem pohled z očí do očí. Autoři Ueda a Koyama zjistili, že líčení očí má velký vliv na rozpoznávání pohledu nalíčené ženy. Jestliže žena měla nalíčené oční linky, bylo pro osobu, která s ní vešla do sociální interakce, lépe rozeznatelné, zda se dotyčná nalíčená dívá přímo na ni. Jestliže se ale dotyčná dívala jiným směrem, nalíčené linky toto rozeznání komplikovaly (Ueda & Koyama, 2011). Při přímém pohledu má tedy líčení očí vliv na to, že je lépe rozeznatelné, že osoba se dívá přímo na pozorovanou osobu. Abbott a Sebastian (1981) potvrdili, že líčení má zásadní dopad na sociální situace každodenního života. Zjistili, že vysoká fyzická přitažlivost predikuje vyšší šanci na úspěch v sociálních situacích.

3. Praktická část

V teoretické části jsme se věnovali určitým pojmům, které se k líčení vztahují a mohou posloužit jako opora při orientaci v části praktické. Poznatky z teoretické části budou rovněž využity při interpretaci empirických výsledků. V následující části přiblížím metodologii výzkumu a samotné výsledky.

3.1 Cíl výzkumu

Cílem této studie je získat vhled do problematiky psychických proměnných, které se pojí s procesem líčení u žen, které se líčí denně. Tento hlubší vhled do relativně méně zkoumaného tématu umožní lepší orientaci v tomto tématu, které může podnítit ke kladení dalších a do určité míry specifitějších otázek. Součástí vytyčeného cíle je detailněji popsat, jak, proč a za jakých podmínek a motivací ženy líčení denně využívají a jak se před, během a po nalíčení cítí. Hlavním cílem této studie je zachytit vztah žen k jejich každodennímu líčení a dále také zaznamenat, jak je jimi samotnými líčení chápáno.

3.1.1 Výzkumné otázky

Na základě sebraných dat a jejich následné analýzy se pokusím najít odpovědi na mnou stanovené otázky. V rámci této studie jsem si stanovila čtyři základní výzkumné otázky.

- VO1: Jaký je osobní vývoj a proměna stylu líčení v průběhu dosavadního života?
- VO2: Jaké okolnosti dávají respondentky do souvislosti se svým líčením?
- VO3: Jakým způsobem ovlivňuje líčení vnímání sebe sama v určité sociální situaci?
- VO4: Jakou motivaci uvádějí respondentky pro své líčení?
 - rozšiřující otázka k VO4: Jakou motivaci respondentky uvádějí pro začátek pravidelného líčení?

3.2 Výzkumný design

K realizaci této studie jsem zvolila kvalitativní výzkum ve formě případové studie. Jeho primárním nástrojem je rozhovor, v mém případě rozhovor polostrukturovaný, který poskytuje možnost nazírat na danou problematiku z různých úhlů a také nabízí možnost sestavit komplexní obraz zkoumaného jevu. V případě této studie žen a jejich vztahu k líčení.

Hlavními úkoly kvalitativního výzkumu je objasnit důvody, které vedou k určitému jednání, pochopit a zaznamenat, jak aktéři chápou různé sociální interakce, jak a proč organizují své každodenní aktivity. Kvalitativní přístup k výzkumu otevírá výzkumníkovi možnost být v roli detektiva, neboť hlavním instrumentem ve výzkumu je sám výzkumník. Ten sbírá data, která následně analyzuje a vyhodnocuje. Data se neomezují jen na to, co je vyřčené, ale na veškeré informace, se kterými lze pracovat. Těmito informacemi může být například tón hlasu participanta, včasný či pozdní příchod atd. I přestože výzkumník hledá odpověď na konkrétní výzkumné otázky, co nejdéle ponechává tyto odpovědi v kontextu všech dalších získaných informací, které mohou být vodítkem pro lepší pochopení celého zkoumaného jevu u dané osoby (Hendl, 2005). *„Hlavním úkolem je objasnit, jak se lidé v daném prostředí a situaci dobírají pochopení toho, co se děje, proč jednají určitým způsobem a jak organizují své všednodenní aktivity a interakce.“* (Hendl, 2005 s. 52)

Zpracování ve formě mnohonásobné případové studie jsem zvolila, protože se snažím do otázky žen a jejich každodenního líčení nahlédnout co nejhlouběji, což tento přístup dle mého názoru jednoznačně umožňuje. Ve studii jsem se tedy zabývala jednotlivými případy, které jsem následně vzájemně porovnávala.

3.3 Výběr respondentek

Při výběru respondentek pro tuto studii jsem zvolila techniku záměrného výběru, přičemž jsem předem stanovila 5 základních kritérií. K výběru respondentů sloužil krátký dotazník, pomocí kterého jsem určovala vhodnost pro zařazení do výzkumného vzorku.

Vzorek vybraných participantek byl zvolen tak, abych postihla čistě a výhradně ženy. Dále bylo třeba, aby se ženy ve vybraném vzorku líčily denně. To bylo zásadním kritériem z toho důvodu, aby líčení patřilo do denní rutiny života ženy, tedy aby se líčila alespoň pětkrát do týdne, přičemž jsem vycházela z předpokladu, že přibližně pětkrát v týdnu žena navštěvuje pracoviště či obecně zažívá sociální kontakt mimo domov.

Také jsem kladla důraz na to, aby klasické líčení ženy, které provádí denně, zahrnovalo využití minimálně čtyř kosmetických dekorativních produktů. Minimum čtyř produktů by mělo zajistit, aby byly ve zkoumaném vzorku ženy, které líčení využívají jak pro účely zakrývací (strategie kamufláž), tak i za účelem zvýraznění s pomocí produktů dekorativní kosmetiky (strategie svádění).

Dalším kritériem byl věk respondentek, který se pohybuje v období mladé dospělosti. Dolní věková hranice sloužila k tomu, abych zajistila, že samotné sebepojetí a vlastní identita respondentek budou v určitém smyslu ustáleny. Na druhou stranu horní věková hranice byla stanovena proto, aby líčení nesloužilo pro účely zakrývání různých známek věku žen, jako jsou např. vrásky.

Posledním kritériem bylo, aby žádná z respondentek během svého dosavadního života neprodělala zásadnější a trvalou úpravu obličeje, jako například plastickou operaci, tetování obočí či jiné, a aby je zároveň ani v budoucnu neplánovala. V této studii jsem se chtěla zaměřit na ženy, které se sice denně líčí, nicméně nemají tendenci upravovat svůj zevnějšek trvale, což může souviset s dalšími faktory, které by bylo následně složité odfiltrovat, a mohl by tak vzniknout nekonzistentní vzorek.

Krátký dotazník, který mapuje vztah ženy k líčení na základně předešlých kritérií, jsem předložila každé z respondentek (zmněný dotazník viz příloha č. 1). Konkrétní přehled participantek je v níže uvedené tabulce.

Tabulka č. 1

jméno	věk	Profese	partnerství	délka rozhovoru
Emílie	24 let	Studentka	nezadaná	56 minut
Pavlína	26 let	Kuchařka	zadaná	41 minut
Luisa	25 let	marketingová poradkyně	zadaná	62 minut

Helena	24 let	Studentka	nezadaná	75 minut
Jana	23 let	Studentka	nezadaná	69 minut
Adéla	29 let	Žurnalistka	nezadaná	62 minut
Míša	22 let	Studentka	nezadaná	77 minut

3.4 Sběr dat

Ke sběru dat jsem zvolila polostrukturované hloubkové rozhovory. Otázky tvořící oporu pro tyto rozhovory jsou obsaženy v příloze č. 2. Otázky se vztahují k pěti základním okruhům:

- historie jejich líčení,
- vývoj stylu jejich líčení,
- samotná motivace k tomu se líčit,
- vnímané funkce líčení,
- vztah k líčení.

Také se dotýkáme tématu partnerství a některými otázkami směřujeme k faktorům ovlivňujícím frekvenci, styl a intenzitu líčení. V každém případě jsem se ale snažila poskytnout respondentce co největší prostor pro otevření a plné sebevyjádření, převážně jsem tedy kladla otevřené otázky.

Rozhovory proběhly s každou jednotlivou respondentkou zvlášť, a to v předem domluveném čase. Vysvětlila jsem jim účel rozhovoru a požádala je o souhlas s provedením záznamu rozhovoru. Rozhovory proběhly pouze s těmi participantkami, které souhlasily s účastí na této studii a také s nahráváním rozhovoru. Veškeré rozhovory proběhly na místě určeném respondentkou, ve většině případů jsme byly v kavárně či vinárně. Dvě participantky samy navrhly, abych je navštívila u nich doma, s čímž jsem souhlasila. Rozhovory trvaly 50 až 80 minut a probíhaly v období od ledna 2019 do března 2019.

3.5 Analýza dat

Data byla zpracována dle standardů kvalitativní metodologie, k analýze získaných informací jsem konkrétně použila metodu otevřeného kódování, díky které jsem získala 189 kódů, ze kterých jsem následně vytvořila 60 subkategorií, ze kterých vzniklo 14 kategorií. S kódy, subkategoriemi a kategoriemi jsem pracovala primárně v mezikazuistickém srovnání. Ukázka tabulky s kódy je k nahlédnutí v příloze č. 3.

3.6 Etika výzkumu

Pro eliminaci etických rizik jsem před samotným začátkem jednotlivých rozhovorů seznámila každou respondentku s průběhem rozhovoru a ověřila si její informovaný souhlas s participací na výzkumu a s pořízením audio nahrávky rozhovoru. Zároveň jsem zdůraznila, že od výzkumu lze kdykoliv odstoupit, a rovněž jsem připomenula právo neodpovídat na některé otázky. Respondentky byly také obeznámeny s tím, že jejich odpovědi budou anonymizovány. Byla změněna jména a veškeré reálie respondentek a nebyly prezentovány podrobné charakteristiky, potenciálně příliš citlivé a osobní informace zkoumaného vzorku. Získané záznamy jsem neprodleně po ukončení rozhovoru zreprodukovala do psané podoby a nahrávky vymazala.

3.7 Výsledky

V této kapitole jsou prezentovány výsledky výzkumu. Je dále rozdělena na dvě podkapitoly, přičemž v první jsou výsledky nejdříve zachyceny v jednotlivých kazuistikách a poté jsou všechny získané poznatky shrnuty v druhé podkapitole, v níž se nachází meziskazuistické srovnání.

3.7.1 Případové studie

Následující část předkládá kazuistiky sedmi respondentek na základě sesbíraných dat a jejich následné analýzy. Každá kazuistika v úvodu obsahuje základní informace o dané respondentce, jako je například věk, dokončené studium či stav. Dále kazuistiky

pokračují mapováním toho, kdy se respondentka podrobovala prvním experimentům s líčením, kdy se začala pravidelně líčit a jaké jsou její uvědomované motivace.

Prostor v kazuistikách má i samotný vývoj stylu líčení, přičemž popisují, jakým způsobem se respondentka líčila na začátku a jak styl líčení vypadá v současnosti. Současnému stylu líčení se věnují z větší části ve vztahu k aspektům tváře, které má na sobě respondentka ráda a nerada. V kazuistikách je možné nalézt odpověď na otázku, zdali si každá z respondentek připadá atraktivní a jakým způsobem si i samotnou atraktivitu vysvětluje. Věnují se zde i partnerství a jeho vlivu na styl, četnost a intenzitu líčení.

Emílie

Emílie se narodila před dvaceti čtyřmi lety v severočeském městě. V současné době ukončuje své bakalářské studium. Pochází z rozvedené rodiny. Od svých devíti let žije se svou matkou a starším bratrem, který se nárazově léčí z alkoholismu. V současné době nemá stálého partnera. Je tomu dva roky, kdy ukončila tříletý partnerský vztah.

Emílie se líčí od svých patnácti let, od doby, kdy začala navštěvovat střední pedagogickou školu. Právě pobyt v čistě ženském kolektivu Emílie vnímá jako její primární motivaci k tomu začít se pravidelně líčit. „*Jestliže, si neměla status takový tý pěkný holky, skoro až jakoby sokyně, tak si neměla šanci,*“ Emílie vysvětluje, jakým způsobem se v jejím tehdejší kolektivu bojovalo o dobrou pozici. „*Holky dokážou bejt takový až jako psi, když na to přijde,*“ popisuje subjektivně vnímaný sociální tlak, kterému byla během docházky na střední škole vystavována. Kvůli tlaku na dobrou vizáž, který Emílie cítila, vstávala každý den ráno o hodinu a půl dříve (v 5: 30), aby se stihla nalíčit a náležitě upravit.

Styl Emíliina líčení se v průběhu let výrazně proměňoval. „*Tak na začátku to byla tuna make-upu, řasenky a všeho,*“ uvádí v rozhovoru. Zdá se, jako kdyby na začátku Emíliina experimentování s líčením šlo spíše o to, že se líčí, než o to, jaký výsledek samotné líčení přináší. Domnívám se, že to může souviset se samotnou primární motivací začít se pravidelně líčit a též s určitým experimentováním s její vlastní ženskostí. V současné době styl svého líčení Emílie definuje jako mnohem mírnější a zároveň si díky své devítileté praxi připadá v líčení mnohem zručnější. „*Spíš se to omezuje, že se teď líčím*

míň, a taky jsem byla důkladnější. Dřív fakt mi to trvalo třeba i čtyřicet minut, dnes jsem schopná být hotová za deset. Samozřejmě že už jsem získala určitou zručnost a taky už vím, co mi sluší a nemusím nic vymýšlet,“ dodává Emílie.

Emílie má velké modré oči, které má ze všech částí svého obličeje nejraději. Zároveň světlé oči hodnotí u ostatních žen jako velmi atraktivní prvek. *„Mně se hrozně na ženských líbí světlý oči.“* Při líčení jim také věnuje nejvíce pozornosti. *„Ale jako oči, jedu to na oči všechno. Že když já se líčím, tak si dávám záležet na těch očích, to je pro mě zásadní. Nejdůležitější je u mě zvýraznit ty řasy.“* Líčení očí Emílii zabere až třicet minut. Používá k tomu zvýrazňující produkty, jimiž jsou především řasenka, tužka na oči a občas i stíny a speciální kleštičky na řasy, které Emílii pomáhají dát řasám tvar, po kterém touží. *„Protože jak ti říkám. Jak jedu na ty oči, tak prostě to, že si namaluješ oči neznamená, že máš hezký řasy, takže ty kleštičky mi dopomáhaj k tomu mít pěkný řasy, protože já je nemám přirozeně pěkný.“* Dalším oblíbeným prvkem na svém obličeji Emílie shledává své husté obočí, které si nemusí nijak zvlášť upravovat. *„Mám ráda svoje obočí a ještě vzhledem k tý modře, kdy se jako nosí hustý.“*

Jako svůj nedostatek Emílie vnímá své rty. Konkrétně svůj horní ret, který se jí zdá být malý. Zároveň také velké plné rty Emílie vnímá jako jeden z velmi atraktivních fyziognomických rysů. *„No já bych strašně chtěla plnější horní ret. Hrozně mi vždycky vadilo, že nemám jakoby to typický srdíčko, víš? To se mi na ženských jako strašně líbí, ta plnost rtů.“* S tímto faktem Emílie při líčení pracuje tak, že si tužkou na rty horní ret dokresluje a následně vyplňuje rtěnkou. Z dalších zvýrazňujících produktů Emílie využívá tvářenku a v případě, že ji nemá, pak použije rtěнку.

Ze zakrývajících produktů Emílie využívá jen světlý make-up, který nanáší pod oči na zakrytí tmavých podočních kruhů, dále okolo nosu a čas od času na případné kožní defekty.

V současné době je Emílie nezadaná. První vážnější vztah měla Emílie v patnácti letech. Tehdejší přítel byl vůči líčení v zásadě nevšímavý. *„Jo, můj první kluk dokonce ani nepoznal rozdíl, to mě až jako štválo. On nebyl všímavej ohledně nového oblečení, natož pak jakoby obličeje, takže u něho to bylo jedno.“* Dalším, o poznání vážnějším vztahem, byl dvouroční vztah s přítelem Honzou, který už Emíliinu líčení pozornost věnoval. *„Ale třeba*

Honza zase, ten to poznal a ten říkal zase vždycky, že když jsem nenalíčená, tak jsem taková jeho malá holčička, a tak se i jako cítím, ale zase pak když mám ty řasy nahoru, tak je to takový co bije v tom mém obličejí a dělá mi to takovej dost výraznější look, tak to najednou říkal, že jsem taková sexy dračice,“ dodává Emílie. Za svůj život dospěla k názoru, že styl, frekvence a intenzita líčení souvisí s (ne)zadaností a také s konkrétní fází partnerského vztahu. Domnívá se, že úloha líčení se s delším trváním vztahu upozaduje a omezuje. *„Že je to takový, že už se potom známe, že prostě ztrácí význam to líčení potom už. Že prostě v tom dlouhodobým vztahu už nemám tendenci se předvádět, že už mě zná přirozeně.*“ Zatímco když je nezadaná, naopak se snaží o sebe pečovat více.

Proces líčení by Emílie jinými slovy nazvala jako proces zlepšování pocitu. *„Připadám si jistější a seběvědomější.*“ Své tvrzení vztahuje Emílie především ke kontaktu s muži. Ve chvíli, kdy je Emílie nalíčená, pak mnohem více vyhledává oční kontakt a také si ho více užívá. *„Vím, že když jsem třeba v blbým mhčku, tak se třeba nerozhlížím. Zatím co když jsem namalovaná, tak se rozhlížím a navazuju oční kontakt,*“ vysvětluje Emílie. Častokrát se zmiňuje o roli pozornosti, přičemž si je vědoma, že pozornost ostatních jí imponuje. Lze se domnívat, že právě tuto pozornost Emílie získává i tím, že se líčí, a to konkrétně tak, že zvýrazňuje rysy své tváře, které vnímá jako atraktivní, přičemž zároveň zakrývá ty, které se jí nelíbí. *„No, protože vim, že ty moje přednosti jsou zvýrazněný a tudíž upoutaj pozornost.“* K pozornosti se Emílie vyjadřuje i dále: *„A to není jenom jako že upoutáš, ale vyloženě jako i pouta, že si je k sobě připoutáš.*“ Emílie vnímá sama sebe jako atraktivní i bez nalíčení. Líčení jí tedy pomáhá v tom, že zvýrazní své oblíbené části obličeje a cítí se tak lépe a připadá si následně úspěšnější v komunikaci. *„Jako vyloženě, že jak se pak cejtím, tak i vyzářuju, žejo, takže je to lepší všechno potom.*“

Z předchozího odstavce se může zdát, že Emílie především zvýrazňuje, ovšem není to tak jednoznačné. Emílie make-upem zakrývá různé kožní defekty a známky únavy, jako například kruhy pod očima, které, když není unavená, nemá. To, co se snaží Emílie pomocí líčení maskovat, ovšem nejsou jen pozorovatelné aspekty tváře. Z rozhovoru lze vyvozovat, že líčením maskuje i své emoce, a to především ty negativní. V určité části totiž zmiňuje, že někdy ji zkrátka není vůbec psychicky dobře a ani nenachází energii či motivaci k tomu to nějak zakrýt. Toto tvrzení mě vede k domněnce, jejíž reálná pravděpodobnost je sporná, nicméně považuji za důležité ji zde uvést: není-li Emílii psychicky dobře a není

to „tak hrozné“, dokáže v sobě objevit energii a motivaci k tomu, aby vnitřní pocit nepohody zakryla.

Z rozhovoru vyplývá, že Emílie má jasnou představu o vhodném a dobrém vzhledu, a to nejen jejím vlastním, nýbrž i o vzhledu ostatních. Důrazně zmiňuje důležitost prvního dojmu a toho, jak člověk vypadá. Jestliže ji člověk nepřitáhne svou vizáží, necítí ani motivaci se s tímto člověkem dále seznamovat.

Emílie je na sebe velmi tvrdá a přísná, a to nejen v oblasti života týkajícího se vizáže. Klade na sebe velké nároky a je ochotná obětovat hodně proto, aby tyto nároky naplnila. Ve chvíli, kdy se Emílie chystá do společnosti, podrobuje se úpravám a líčení a nepodaří se jí vytvořit požadovaný vizuální efekt, bývá jí v důsledku toho do breku a je ochotna se znovu podrobit celému upravování až do té doby, kdy bude s výsledkem spokojená. Jestliže by měla ve společnosti vyhlížet pro ni nežádoucím způsobem, uvádí, že je to pro ni zárukou zkaženého večera.

Pavλίna

Pavлінě je 26 let. V současné době pracuje jako kuchařka, přičemž ale vystudovala magisterský studijní program ve zcela jiném oboru. Je vdaná a bezdětná. V současné době žije s manželem odděleně a pomýšlí na rozvod. Vyrůstala v úplné rodině a má jednu starší sestru.

Pavλίna se poprvé nalíčila ve čtrnácti letech, kdy si vypůjčila líčidla od své straší sestry a experimentovala s nimi. Ani tehdy ale netíhla k extravagantnímu stylu líčení: „*Furt jsem se snažila to mít nějak v takový přiměřený, přirozený míře,*“ vysvětluje. Pravidelně se začala líčit v sedmnácti letech. Jako důvod líčení uvádí své malé oči: „*Nechci se líčit, ale myslím si, že se potřebuju se líčit, protože mám malý nevýrazný oči,*“ zmiňuje.

Pavлінino klasické líčení trvá přibližně deset minut, přičemž styl líčení se v zásadě nemění. „*Jo, furt stejný, ve finále si furt dělám stejně ty horní linky a řasenku.*“ Tímto postupem při líčení si Pavλίna opticky zvětšuje a zvýrazňuje oči, jak sama zmiňuje. Styl líčení Pavλίna obměňuje v závislosti na společenské akci, kterou se chystá navštívit:

„Z devadesáti procent jo, akorát když jdu na nějakou společenskou akci, tak se snažím se nalíčit trochu líp, jako že víc pečlivějc, že si dám víc záležet,“ vysvětluje.

Pavλίna se líčí každý den a používá k tomu pět dekorativních kosmetických produktů. Ze zakrývajících je to korektor, kterým zakrývá nedokonalosti pleti a kruhy pod očima. Dále využívá pudr kvůli své mastnější pleti. Ze zvýrazňujících produktů Pavλίna používá tekuté černé linky, které nanáší na horní víčko, dále řasenku a stíny.

Pavλίna marně přemýšlí nad tím, jaké části svého obličej e má ráda a je s nimi spokojená. Jako jediný hezký prvek na svém obličej i zmiňuje své pihy: *„Líbí se mi, protože mě na to lidi začali upozorňovat, že je to pěkný a že to moc lidí nemá, takže jsem to začala brát jako bonus, jako výhodu, že jsem je začala upřednostňovat.“* O svých nedostatcích, ale ví dobře a košatě je rozvádí: *„No tak, mám fakt malý oči a obrovskou tlustou, kulatou hlavu, takže vždycky když se třeba fotím, tak se snažím bejt co nejdál, aby nevypadala tak veliká,“* zmiňuje. S velikostí hlavy v líčení pracuje tedy tak, že používá konturovací produkt, kterým se snaží si vystínovat lícní kosti, aby obličej působil drobněji.

Pavλίna byla vdaná šest let. S manželem se teď rozvádí mimo jiné i kvůli milenci, s nímž navázala vztah. Vztah s Petrem probíhá už rok a dva měsíce. Před manželem se poprvé ukázala nenalíčená po měsíci vztahu, protože nechtěla, aby ji tak viděl dříve. *„Nechtěla jsem, aby mě viděl nenalíčenou, protože si tak připadám nahá,“* vysvětluje. Později už neměla problém objevit se před manželem nenalíčená, zatímco u milence Petra jí to vadí. Petr dokonce nemůže být ani přítomen během procesu líčení.

Pavλίna si nepřipadá být hezká, proto se tedy líčí. *„Je to pak o něco lepší“*, dodává. Na druhou stranu ale tvrdí, že si připadá být atraktivní. Atraktivita podle Pavlíny není jen o tom, jak člověk vypadá. *„Není to jen o vizuálu, je to o celý osobě, ale ten vizuál tomu strašně pomáhá. Pokud člověk není vizuálně pěkný, tak si myslím, že nemůže být atraktivní. Že když se ti někdo na první pohled nelíbí, tak pak nemůže být atraktivní.“* Zde je patrná určitá nekonzistence v Pavlíniných výpovědích. Pavλίna si tedy připadá být atraktivní, ovšem nepřipadá si být pěkná. Atraktivitu ovšem z určité části podmiňuje fyzickou krásou. Hezká žena je podle Pavlíny ta, která se nepotřebuje líčit. Líčení podle Pavlíny slouží k tomu, že poté člověk vypadá atraktivnější, slouží ke zvýraznění předností. Po nalíčení se cítí lépe a podle všeho dokáže s lidmi lépe komunikovat. *„Když nejsem*

nalíčená, tak se snažím být v pozadí. Zbytečně se s nikým nebavím, nevyhledávám kontakt, ale když jsem namalovaná, tak se normálně bavím.“ Pavlína tvrdí, že je rozdíl, zda se žena líčí pro sebe či pro ostatní. *„Já se teda líčím ale pro sebe, ne pro něho.“* Vzápětí ale odpovídá, že se líčí jen když jde ven, a že když je doma sama, nelíčí se, protože je to zbytečné. *„Ne to ne, kvůli sobě to úplně nedělám. Dělán to vždycky kvůli okolí.“*

Luisa

Luisse je 25 let a v současné době je tomu dva roky od okamžiku, kdy se přestěhovala z Prahy do Jihočeského kraje za svým přítelem Janem. V Praze vystudovala magisterský studijní obor. Pochází z úplné rodiny a má jednu mladší sestru.

První zkušenost, kterou si Luisa ve spojení s líčením pamatuje, je z období jejích sedmi let, kdy objevila matčinu taštičku s kosmetickými produkty, jež podrobila nejrůznějším experimentům: *„Když jsem našla v sedmi letech mámy taštičku, když jsem si ty serepetičky začala na sebe patlat. Ale nebylo to, že jsem se chtěla udělat krásná, spíš takový jako experimentování s barvama.“* Pravidelně se začala líčit v sedmnácti letech, tedy v podobném období jako její spolužačky: *„No, tak holky se začaly malovat, tak jsem si řekla, že bych taky mohla začít.“*

„Dřív jsem byla člověk, co se líčí určitě víc. V poslední době bych řekla, že jsem člověk, který se snaží ten make-up omezovat,“ začíná Luisa vyprávět o svém vztahu k líčení. Styl jejího líčení se vyvíjí, přičemž jeho intenzita klesá. *„Mi přišlo, že jsem byla taková jak od kolotočů, paradoxně si myslím, že když nemám žádný stíny třeba, tak je to na mě lepší. Řekla bych, že to bylo až jako vulgární, zvláště ještě, když jsem si udělala pusu. Takže tím jsem si prošla, takže i jako rtěnkama různějma, i jako barvy a tak, a až poslední dobou jsem se začala přiklánět k tomu jako mít toho na sobě míň,“* vysvětluje Luisa. Méně intenzivní líčení Luisa praktikuje především proto, že chce vypadat přirozeně a také proto, že ji nebaví se líčit: *„Ztráta času se líčit, přijde mi, že mi to víc bere ten čas, než mi to potom dává tu krásu. A taky se mi poslední dobou víc líbí přirozený ženský a tím pádem já chci taky vypadat přirozenější.“* Dnes už se Luisa v zásadě líčí ustáleným způsobem, jen občas oživí svůj obvyklý vzhled po nalíčení rtěnkou. *„Jojo, možná jen když si chci udělat radost, tak, nebo když je nějaká významnější večer, tak si dám navíc rtěnku.“*

Na svém obličejí Luise nejvíce vadí akné, proto vždy používá make-up. „*No pro mě je zásadní ten make-up kvůli tomu akné a jizvičkám. Ten, když si nedám, tak si připadám vyloženě nepříjemně během dne. Jako nevadí mi nemít řasenku, rtěnku, obočí a tak. Ale nemít make-up, to mi jako dost vadí,*“ vysvětluje. Dále Luisa není spokojená s tvarem svého obličejí, zdá se jí být moc kulatý, tudíž používá tzv. bronzer, kterým vytváří dojem drobnějšího obličejí. K tomuto způsobu konturování ale Luisa uvádí, že je nutné takovou líčící techniku opravdu zdatně ovládat. „*Ale jako tohle se musíš fakt vyloženě naučit, jo. Taky už se mi stalo, že jsem vypadala jako zmalovanej klaun, ale když si s tím umíš hrát, tak je to dobrý,*“ vysvětluje.

Obecně si Luisa připadá atraktivní, ale zároveň si je v tomto směru lehce nejistá. „*Hele, asi jsem atraktivní, ale nevím,*“ zmiňuje. Rysy tváře, které má ráda a které taky skrze líčení zvýrazňuje, jsou obočí, oči a ústa. K tomu využívá gel na obočí, kterým zajistí výraznější barvu a upevní tvar, dále řasenku a občas rtěnku, přičemž celý proces líčení Luise zabere přibližně pět minut.

Luisa je v současné době dva roky - a dle jejích slov šťastně – zadaná. Tento vztah hodnotí jako první vážný vztah v jejím životě. Luisa si myslí, že přítel Jan ji má radši nenalíčenou a může být přítomen u procesu líčení.

Proces líčení by Luisa jinými slovy nazvala procesem zkrášlování. Po nalíčení si připadá hezčí. Být hezká pro ni znamená zakrýt nedokonalosti, jak sama zmiňuje. Luisa často mluví o tom, zda se žena líčí pro sebe či pro okolí. Ona sama se líčí pro sebe, tedy pro svůj lepší pocit, nicméně například o víkendu, když nejde ven do společnosti, se nelíčí. Jako pozitiva líčení Luisa zmiňuje pocit lepšího sebevědomí a zvýraznění částí, které má na sobě ráda a nechá je tím více vyniknout. Jako negativum vidí pocity žen, které si myslí, že bez líčení nemohou do společnosti: „*No je to zbytečný, aby si myslely, že bez toho nemůžou ven. To je právě problém, že máme pocit, že nám to nesluší bez toho.*“ Luisa zmiňuje, že cítí velký tlak líčit se ze strany okolí: „*Všechny ty reklamy, koncepty, jakože aby žena byla přirozená, ale furt si ten make-up koupila, což je vtipný. Pak ti říkaj, že musíš mít oddělený řasy, co nejdelší, co nejhustší.*“ Obecně Luisa přemýšlí o líčení také z evolučního hlediska: „*Ženský jsou ve společnosti přijímaný, jakože maj být krásný a přitažlivý, aby jako ten chlap jí udělal to dítě, žejo,*“ zmiňuje.

Helena

Heleně je 24 let. Narodila se v Praze, žije tam a v současné době pracuje a studuje prvním rokem magisterská studia. Pochází z rozvedené rodiny. Od svých pěti let žije s matkou a nevlastním otcem. Má tři mladší nevlastní sourozence. Helena byla sedm let ve vážném partnerském vztahu, který ukončila, protože měla pocit, že vyprchala pro ni tolik důležitá vášeň: *„Prostě už mě to nenaplňovalo, už jsem necítila ty motýly v břiše a přišlo mi, že jsem dost mladá na to udržovat vztah, který se mi už prostě nezdál vzrušující,“* vysvětluje.

Helena v sobě snoubí čistě analytický pohled s extrémní otevřeností a velkým spektrem emocí, které jsou velmi dobře čitelné z jejích gest, hlasu a mimiky. Helena působí velmi sebejistým dojmem a je z jejího chování zřejmé, že jí je velmi příjemné, je-li středem pozornosti.

Dobře si pamatuje na své první experimenty s líčením, kdy líčila především svou matku. Zdá se, že už od prvního seznamování s líčením Helena zacházela až do extrémů, a to zejména v používání barevných stínů: *„To si úplně vybavuju, jak jsem mámě udělala šílený zelený stíny přes oči a ona se na sebe potom koukla do zrcadla a řekla, že vypadá jako žába (smích), tak to si pamatuju, že mě jako mrzelo, že neocenila tu extravaganci.“* Helena tvrdí, že byla od brzkých let často upozorňována na svoji krásu: *„Hele, mně odmalička všichni říkali, jak jsem krásná. Nejdřív, že jsem pěkná holčička a pak prostě, když jsem už byla starší, tak furt takový ty poznámky, že až vyrostu, tak máma bude muset odhánět chlapy puškou, takže mně prostě potom už připadalo, že být krásná je fakt dost důležitý. Víš, že nikdo nemluvil o tom, že jsem třeba kreativní, nebo chytrá. Furt to bylo, že jsem tak krásná a tak jsem se snažila asi nějak naplňovat to očekávání, no,“* analyzuje. Pravidelně se začala líčit už v deváté třídě. *„No to bylo dost brzo, to i jako ve škole si pamatuju, jak učitelka na občanku nebo co to bylo, se mě ptala, proč si dělám ty modrý stíny. Já ani nevím proč, asi mě to bavilo,“* vysvětluje.

Styl Helenina líčení se vyvíjí směrem k jeho nižší intenzitě: *„Zásadní změna je, že se líčím o dost míň. Jako na střední to byly tuny řasenky, make-upu, pudr, tvářenka a všeho*

jako fakt hodně, jo. Dneska už je to mnohem střídmější a takový jako decentnější, že vlastně jakoby podporuju to, co chci, aby bylo vidět, že mám krásný,“ dodává.

Domnívám se, že Helena používá líčení především jako prostředek dosažení určitého cíle. Styl líčení vybírá na základě toho, kam a s kým jde, anebo podle toho, čeho chce dosáhnout. Jako příklad situace, na němž vysvětluje, proč a jak se maluje, vybírá návštěvu studijního oddělení vysoké školy, kam přichází s požadavkem či prosbou: *„Že prostě, když půjdu třeba na na studijní, kde vim, že pracujou spíš ženy, který se mi vzhledem - k tomu jak se chovaj a i k tomu jak vypadaj - se mi teda nezdaj se sebou moc spokojený, tak půjdu spíš jako za chudinku, víš? Že je jako zbytečně nechci vystavovat konfrontaci s někým pěkným, zvláště, když po nich něco chci, že jo.“* Roli chudinky škáluje Helena na několika úrovních. Soustředí se na výběr oblečení, tón hlasu a v neposlední řadě i na líčení. V líčení pro tuto roli Helena nezakrývá žádný ze svých nedostatků a své přednosti zvýrazňuje jen jemně. Oproti tomu v situaci, kdy má schůzku s nějakým mužem, od stylizace do „rolí“ ustupuje a v zásadě jen zvýrazňuje samu sebe, jelikož si připadá hodně atraktivní.

Do procesu líčení Helena zahrnuje i samotnou přípravu pleti, která vyžaduje dobré vyčištění. *„Já prostě to potřebuju mít dobře hezky připravený, abych se potom i hezky namalovala. Ve chvíli, kdy bych se malovala na nevyčištěnou pleť, tak mi to přijde vyloženě nechutný a určitě bych se i namalovala hnusně,*“ vysvětluje. Běžně k líčení využívá šest produktů, a to především produkty zvýrazňující, jako jsou řasenka, tužka na oči, stíny, tvářenka, tužka na rty a rtěnka. Ze zakrývajících produktů Helena používá korektor, především na kruhy pod očima a na případné pupínky. V období menstruačního cyklu Helena pozoruje zhoršení pleti, proto využívá make-up, který nanáší houbičkou, aby dobře pronikl do textury pleti, lépe s ní splynul a vytvořil co nejpřirozenější vizuální dojem.

Jako svou největší přednost týkající se rysů tváře Helena hodnotí tvar obličeje, který je oválný a velmi úzký. Tuto štíhlost podporuje tzv. bronzerem, který nanáší pod lícní kosti, aby byl obličej ještě užší. Jako svoji nevýhodu týkající se obličeje Helena vidí svůj větší nos, ale tvrdí, že nad tím nijak nezoufá a ani ho nemaskuje.

V současné době má Helena několik volných paralelních vztahů a partnerům nemá problém se ukázat nenalíčená hned po první společně strávené noci, což se svým načasováním často liší: „*Jako takhle na první rande bych asi nenamalovaná nikdy nešla, ale zase jako když už se spolu vyspíme, tak je tam taková důvěra, že se jako nebojím, že mě nějak odsouděj, že jsem hnusná nebo co* (smích).“ Před mužem, kterého by Helena chtěla oslovit, je vždy nalíčená. Velmi dramaticky popisuje situaci, kdy šla do baru s kamarády a nenalíčila se a přišel tam onen muž, na kterého si delší dobu myslela: „*No to bylo strašný, úplně. Jsem si říkala, že je všechno v háji, úplně jsem cítila, jak mi jdou ramena k zemi, vyhýbavý chování, pohledy takový zamrznutý, no jako to nebylo příjemný vůbec teda.*“ Zdá se, že Helena má na muže velmi vyhraněný názor a vzhledem k jejímu věku má ze vztahů s muži relativně bohaté zkušenosti. Tvrdí, že muži jsou opravdu povrchní. Že oslovit muže je nutné čistě skrze vzhled a potom ho donutit k lásce skrze vnitřní divokost a bohatství a následně si jeho přízeň udržet prostřednictvím manipulace. Fascinující mi připadá slovní formulace donutit k lásce, jako kdyby jí Helena bez donucovacích prostředků nebyla hodna.

Helena hodnotí sebe samu jako velmi atraktivní. Atraktivitu si vysvětluje jako určitou přitažlivou, zábavnou energii, jiskru v oku a viditelnou chuť do života. Helena nedokáže vyjmenovat konkrétní fyzické rysy atraktivity, protože podle ní hraje velkou roli osobnostní atraktivita. Atraktivní žena podle Heleny má co říct a nebojí se tak učinit i za cenu toho, že v očích některých lidí může být trapná. Prožívá emoce a nebojí se je ukázat. Podstatnou osobnostní složky atraktivity je pro ni zejména emoční expresivita a uvolněnost. Jako další velmi atraktivní vlastnost Helena zmiňuje inteligenci, kterou charakterizuje přehled, sebedůvěra a schopnost odhalit manipulaci. Pomyslně atraktivní - inteligentní žena ví, o co se jedná, a nenechá si od nikoho nic namluvit. To, co se zdá být Heleně velmi neatraktivní, je arogance, která podle ní svědčí o komplexu méněcennosti. Výrazně zmiňuje řeč těla, ze které dokáže Helena dobře číst. Tvrdí, že je pro ni velmi přitažlivé, když se žena lадně hýbe. Líbí se jí, když žena dělá pohyby vědomě a s určitým uměním, což svědčí o tom, že je uvolněná. Svoji velkou atraktivitu si Helena vysvětluje nadprůměrnou otevřeností: „*Já moc věcí neskrývám, víš. Jsem dost emocionální a dávám to najevo. Nevadí mi brečet na veřejnosti, nebo se nahlas smát, a já mám pocit, že to se lidem líbí, víš, že jsem jako čitelná. Taky miluju tanec, takže i to spojení s tělem, kdy si ho*

uvědomuju a vědomě s ním zacházím, to asi tvoří obrázek někoho, kdo je OK, a lidi, co jsou OK, jsou prostě atraktivní a chceš s nima trávit ten čas,“ popisuje.

Proces líčení Helenu opravdu baví. Přirovnává ho k určitému rituálu, který je moc příjemný, nicméně obecně Helena líčení vnímá jako velké negativum: *„Ale já si myslím, že je to vlastně strašný negativum, to líčení prostě. Že my jako veřejně souhlasíme s tím, že prostě je OK nebýt OK s tím, jak vypadám, a je OK a je žádoucí se přetvařovat a měnit se, abych jako něco,*“ vysvětluje. I přes to ale Helena líčení využívá, protože se cítí být konformní a nechce být vůči ostatním ženám v nevýhodě, takže její přesvědčení o tom, že je nezávislá na soudech ostatních, ukazuje na pravděpodobně vysokou míru sebedůvěry a vnitřně pociťované schopnosti orientovat se a jednat čistě na základě svobodné vůle.

Jana

Janě je 23 let. Narodila se na Moravě, kde také celý život žije. V současné době dokončuje svá bakalářská studia a chystá se na magisterský program. Od svých dětských let žije jen se svou matkou a starší sestrou. V současné době nemá partnerský vztah.

Jana se začala pravidelně líčit ve třinácti letech, přičemž už tehdy se snažila vypadat přirozeně. Experimenty s líčidly však prováděla už jako malá: *„Ale tyjo ne, já už jsem se začala líčit, když jsem byla malá holčička, mě to strašně bavilo. Jsem seděla před zrcadlem a zkoušela jsem si všechny ty máminy šminky, a potom v těch třinácti, tak to už bylo, že jsem si dělala ty růže a snažila jsem se, aby to vypadalo jako já.*“ Jako jednu z mnoha motivací k líčení Jana uvádí vzor své starší sestry a matky, které se spolu líčily před zrcadlem, zatímco ona je během líčení pozorovala.

Jana se pravidelně líčí už deset let a její styl líčení prošel - a stále prochází - určitým vývojem. V líčení ráda experimentuje. Používá přibližně devět dekorativních produktů. Její klasický styl líčení je založený především na zvýrazňování, což s jistou pravděpodobností souvisí s tím, že má ráda všechny části svého obličeje: *„Já mám ráda celkově ten obličej, jak vypadá dohromady, jako ne nějak úplně jednotlivě,*“ vysvětluje. *„Tak třeba použiju make-up, pak nějaký konturování, jako na zvýraznění rysů, potom použiju růž, aby to vypadalo, že mám víc života, potom bronzer, abych měla takovou tu jiskru. Ty oči si dělám fakt tmavě a dávám si hodně záležet na řasách, tím si tvaruju oči. Potom tužku na spodní*

linky, aby oči byly uhrančivější,“ popisuje. V zásadě tedy ze zakrývajících produktů používá jen make-up, kterým maskuje své akné.

Jana vysvětluje svou motivaci líčit si oči velmi tmavě. Myslí si, že tmavě namalované oči jsou nejvýraznějším a dominantním prvkem, který velmi mění její celkový vzhled a zároveň jí dává možnost s lidmi manipulovat. *„Že jako vyloženě znamenaj mít takovou tu jako uhrančivost, takovej jako pohled, kterému nikdo neodolá. Že na toho člověka můžeš jako zacílit a on nemůže uniknout. Prostě jde o to je mít namalovaný tak, aby ten člověk prostě neunikl,*“ vysvětluje. Jana touží mít na ostatní lidi vliv, tento pocit v ní vyvolává libost, jak sama popisuje.

Jana se cítí být atraktivní a upozorňuje na vliv partnerství, make-upu a úspěchu na vlastní pocit atraktivity. *„Přijdu si konstantně atraktivní, jakože vlastnosti, ale umocňuje se to, taky se to snižuje, ale nikdy si nepřipadám, jako že bych byla hnusná, to vůbec nemám. Když jsem třeba ve vztahu, tak si připadám strašně atraktivní, nebo právě když využívám make-up, tak se cítím atraktivní, a taky když uspěju, když se mi něco povede.“* Atraktivní žena podle Jany je žena plně autentická. Nevnímá atraktivitu jako určitý vzorec krásy, ale jako celkový dojem. *„Jo takže atraktivní žena. Pro mě je vzor třeba Gal Galbot, prostě člověk, který mě na začátku paradoxně nepřišel moc hezkej, ale po tom, co vidím, jak se chová, jak se vyjadřuje, tak to je prostě to.“* Občasný pocit vlastní neatraktivity Kateřina připisuje okolnostem, které ji nutí vykonávat určité povinnosti, jako je třeba studium, pobyt ve škole či v práci. Vysvětluje si to tím, že ztrácí svou roli ženy, protože přijímá roli studentky či zaměstnankyně. *„Prostě pro mě cítit se atraktivní je cítit se žensky. Cítit to svoje ženství a být s ním v kontaktu, projevovat ho. A v tý škole třeba, nebo v práci, to je taková unifikovaná role,*“ vysvětluje.

V současné době je Jana nezadaná. Během dosavadního život měla dva vážné vztahy. Před svým partnerem byla vždy na začátku vztahu nalíčená a věnovala tehdy svému líčení zvýšenou pozornost. *„Jako já musela být nalíčená, abych ho jako dostala,*“ vzpomíná. Přibližně měsíc po seznámení začala Jana od výrazného líčení ustupovat a časem neměla problém ukázat se před partnerem nenalíčená. Domnívám se, že jde o periodu, kdy Jana zjišťovala, zda se může před partnerem kompletně odhalit a zda je to pro ni bezpečné. *„Víš, mám takový ty etapy, když třeba jsem někde nová, tak chci mít tu jakoby takovou tu masku toho ideálu, že jako nemám chybu, a čím víc jsem s někým, komu*

důvěřuju, tak jako prostě čím víc se cítím příjemně, tím víc jsem schopná se odhalovat, odhalovat ty svoje chyby a dělá mi to dobře.“ Zvýšenou intenzitu a frekvenci líčení Jana zaznamenává ve chvíli, kdy se cítí být připravená mít vztah.

Líčení Jana nevyužívá jen k manipulaci a zkrášlení, ale - jak sama zmiňuje - i ke hře se svou identitou. *„Každý den si můžeš zvolit, kým budeš, podle toho, jak se nelíčíš a oblíkneš,“* zmiňuje. Líčení Jana využívá i jako strategii. *„Jinak se namaluju, když jsem s kamarádkama, jinak zase, když jdu na zkoušku. Když chci třeba vypadat dominantně, tak si fakt udělám výrazný líčení a zase když chci být nevinná, tak si udělám světlý stíny a růžový líčka,“* vysvětluje. Líčení Janě do určité míry pomáhá vytvářet i pocit bezpečí. *„A třeba taky zajímavý je, že vždycky když nastupuju do nějakýho novýho kolektivu, nebo práce, školy, tak vždycky musím být nalíčená. Já si nedovedu představit, že bych vstupovala do nějaký nový situace a neměla takovou tu tvář, kterou si nastavím na začátku, ale zase pak když už se cítím příjemně, tak jsem schopná odhodit tu masku.“* Masku, o které Jana mluví, je podle ní samotné vyjádření jejího pravého já. *„No jako ta maska, to jsem paradoxně mnohem víc já. To, jak vypadá můj obličej nenamalovanej, tak to nejsem vysloveně já,“* vysvětluje. Jako velmi silnou funkci líčení Jana zmiňuje funkci sebevyjádření. Mluví o tom, že uvnitř ní se toho mnoho skrývá a skrze líčení může svou osobnostní bohatost ukázat světu. *„Nějakou takovou tu pestrost vnitřního života, nebo nějaká hodně jako vášeň, anebo dominance, kterou já záměrně skrývám a potom se rozhodnu, že chci, aby to lidi viděli. Je to pro mě důležitý,“* popisuje.

Líčení pro Janu představuje i určitý rituál, kdy se připravuje na výzvy nadcházejícího dne. *„Pro mě je to jako když si představíš ty indiány, jak si dělaj ty čáry a připravujou se na ten boj a dodávaj si sebevědomí. Víš, já se takhle připravuju do toho světa, že si to v tý svý laboratoři umíchám a potom vyjdu do světa, kde se děje to, co chci,“* vysvětluje.

Adéla

Adéle je 29 let. Je rozvedená a má tři děti, přičemž dvě má s partnerem, se nímž žila v manželství přibližně pět let a třetí dítě má s bývalým přítelem, se kterým se rozešla a nežije zhruba rok. V současné době je Adéla bez partnera a děti z předchozího manželství

má s bývalým mužem ve střídavé péči. Vystudovala magisterský program a nyní se živí především jako novinářka.

Adéla se začala pravidelně líčit v patnácti letech. Experimenty s líčením ale provozovala už jako malá, přičemž detaily si nevybavuje. Nicméně od zmíněných patnácti let se líčí v zásadě denně a líčení se stalo významnou součástí jejího života. *„Jakože když jsem třeba dva dny nenamalovaná, tak to už fakt jako musí něco bejt. Musím mít třeba čtyřicítka,“* vysvětluje.

Znatelný vývoj stylu líčení Adély je možné pozorovat především na intenzitě, která se zvyšuje, ale také na trvání procesu líčení, jehož délka se naopak snižuje. *„Tak dřív mi celá příprava, než jsem šla ven, trvala třeba i tři hodiny. Dneska, protože mám tři děti, jsem hotová za dvacet minut.“* Zvyšující intenzitu přičítá věku a vráskám v její tváři. Dříve Adéla, jak sama popisuje, v líčení více experimentovala, což dnes už nedělá, a proto také proces líčení zabírá méně času. Jako příklad jednoho ze svých experimentů uvádí zlaté paprsky, které si kreslila pod oči. Tato zkrášlovací metoda měla oči opticky více otevřít. Při líčení si dává záležet na tom, aby nepůsobila až přehnaně „zmalovaná“, protože byla kamarádem upozorněna na to, že se to mužům nelíbí. Při začátcích pravidelného líčení Adéla používala především řasenku, zatímco dnes pravidelně využívá přibližně osm dekorativních kosmetických produktů, jak zakrývajících, tak i zvýrazňujících. Ve svém líčení se nejvíce soustředí na oči a řasy.

Adéla má na sobě ráda především své řasy a domnívá se, že dostatečně vyniknou až po nalíčení. *„Jsem fakt pyšná na svoje řasy, ale jako právě jen když si je namaluju. Oni jsou světlý a tak není vidět, jak jsou dlouhý, ale když si je namaluju, tak si říkám, to jen tak někdo nemá.“* Za své nedostatky označuje svoji bradu, která je podle Kateřiny moc velká, a nedokonalosti pleti, jako pigmentové skvrny, červenaní pokožky apod., což maskuje bází pod make-up, make-upem a následně specifickým pudrem, který Adéle slouží mimo jiné ke zmatnění pokožky.

Názor mužů na Adélino líčení se zdá být pro ni samotnou velmi hodnotný. Jak sama zmiňuje, když se s mužem seznamuje, dává si na líčení mnohem více záležet, přičemž se snaží vytvořit co nejpřirozenější vizáž. Ukázat se před mužem nenalíčená pro Adélu vyžaduje velkou dávku odvahy, na začátku vztahu se nenalíčená velmi stydí, což

pravděpodobně souvisí i s tím, že si nenalíčená nepřipadá atraktivní. *„Že se ráno probudíš a přestaneš si nařizovat toho budíka, aby si vstala dříve než on a stihla se namalovat, že prostě pak už se přestaneš stydět.“* Velkou úlohu při tom hraje role důvěry, kterou si Adéla k muži buduje. Pokud ji Adéla necítí, je pro ni představa, že ji vidí nenalíčenou, až stresující. *„Jako já takovej pocit furt mám, jako kdybych teď měla novýho partnera, tak si říkám, ježiš, prostě mě nemůže vidět ráno, prostě jak vypadám.“* Paradoxně se ale Adéla líčí v průběhu partnerství méně často, než když je nezadaná, protože se líčí především a jen tehdy, má-li trávit čas s partnerem. Není-li zadaná, ocitá se v zásadě neustále v situaci, kdy může na potenciálního partnera narazit a tedy se líčí opravdu denně.

Prototypem atraktivity je pro Adélu žena, která je sebevědomá, stará se o sebe a pracuje na své vizáži. *„No prostě určitě je to ženská, která o sebe pečuje, že se právě nalíčí, navoní, hezky se oblíkne, učeše, vezme si šperky a plus vystupuje sebevědomě.“* Adéla si připadá být atraktivní především tehdy, je-li nalíčená. Jako své velké přednosti zmiňuje hezký obličej po nalíčení, dobrou postavu a vysoký intelekt.

Jako hlavní uvědomované motivace k tomu líčit se zdůrazňuje to, aby se líbila mužům a aby byla atraktivnější než ostatní ženy. *„Prostě abychom vyčnívaly nad těma ostatníma ženskejma, abych byla hezčí, taková jako soupeřivost. No a pak kvůli chlapům, abychom se líbily.“*

Míša

Míše je 22 let a v současné době ukončuje své bakalářské studium. Pochází z úplné rodiny a je jedináček. Za svůj dosavadní život měla jednoho stálého partnera, se kterým se před třemi lety rozešla. Od té doby udržuje otevřený vztah s partnerem, se kterým se setkává především za účelem sexu.

Jako primární a uvědomované motivy líčit se Míša zmiňuje, že si připadá být nalíčená hezčí, baví ji to a zakrývá tím svou problematickou pleť. Míša poprvé experimentovala s líčidly jako malá. Dostala totiž od tety, která se sama také hodně líčila, dětská líčidla. Pravidelně se Míša začala líčit v jedenácti letech. Poprvé šla nalíčená do školy na vysvědčení. *„A vím, že jsem měla strašně jako pozitivní ohlasy, že mi to hodně sluší ten den, takže to mě motivovalo k tomu, abych se začala líčit častěji, pravidelně a*

furt,“ vzpomíná. Jako jednu z dalších motivací líčit se pravidelně Míša uvádí, že už chtěla patřit do skupiny dospělých žen. Zároveň nevnímala, že pravidelně se líčit v jedenácti letech je neobvyklé. „*No, protože už jsem jakoby měla ten věk, že už jsem se jakoby těšila, že jsem si říkala, no teď už je společensky jakoby přijatelný, abych chodila nalíčená i do školy,*“ vysvětluje. Jako jednu ze zásadních osob, která Míšu přivedla k líčení, zmiňuje její matku, která se také pravidelně líčí, nicméně jiným způsobem, s cílem vytvořit jiný styl. Zprvu Míša využívala jen pár dekorativních kosmetických produktů, a to převážně z výraznějších. Dnes už je základem Míšina líčení make-up, kterým zakrývá akné, jímž trpí od puberty a jehož se snaží zbavit. Z dalších zakrývajících produktů využívá korektor k zamaskování nedokonalostí tváře a také pudr. Na oči používá stíny, černé linky a řasenku. Občas si zvýrazňuje ústa. Hlavní změnu ve vlastním stylu líčení vnímá především v tendenci maskovat nedokonalosti. Na začátku se totiž soustředila hlavně na zvýrazňování předností, jako jsou oči, řasy a ústa.

Míša využívá přibližně tři styly líčení. „*Tak první je takovej asi zběžnej a línej a rychlej, jo, (smích). Což je třeba teď, jako o zkouškovým, žejo, že prostě nechci vypadat jako s kruhama pod očima, jak nespím a jak jsem hotová psychicky z toho zkouškového, takže jsem schopná si nějak jako napatlat na ten obličej, zamaskovat pupínky, rychle si přetáhnu oči a můžu jít. Potom je to taky, když už mám nějakou pravidelnou život, když už jako vím, co mě čeká, takž už se jako můžu zařídit. Kolik času i to bude brát to malování a můžu se s tím vymalovat. Že mě to jako fakt baví, že je to takovej můj ranní rituál, no a potom večer, tak to si nejvíc užívám, protože na to mám nejvíc času, žejo, můžu si jako hezky pohrát a může to bejt výraznej ten make-up a hraju si s těma stínama, takže to si nejvíc užívám, když jdu teda večer třeba na ples,*“ popisuje.

Míša má na svém obličejí nejraději ústa a oči. Na jejích ústech se jí líbí především tvar, který je plný jak v oblasti vrchního, tak i spodního rtu. Rty podrobuje úpravám spojeným se zvýrazňujícími produkty, jako je tužka na rty a rtěnka. Oči zvýrazňuje především černou horní linkou a řasenkou, jimiž si oblast očí opticky zvětšuje.

Míša není zadaná, ale ráda by byla. „*Jako nikoho nemám, což mi chvíli vyhovovalo, že se jako soustředím na sebe a tak, ale teď už je to takový jako že mi to chybí.*“ Ráda by si tedy partnera našla, a proto si uvědomuje, že záměrně kontroluje stav svého líčení i přes den a občas líčení i upravuje. „*Tak jako vždycky je možnost, že na někoho narazím, žejo,*

takže si malovátka nosím s sebou a upravuju to i přes den no.“ Před partnerem neměla problém být odlišená, skrze životní zkušenosti si sama uvědomuje, že zásadní je to, jak se cítí, a tím pádem jaké sebevědomí z ní vyzařuje. *„Hele, jako mně se jednou stalo, že jsem byla na plavání a celý to malování se mi smylo a já na to pak zapoměla a šla jsem do města a vlastně jak jsem nevěděla že nejsem namalovaná, tak jsem se cejtla úplně dobře, žejo, a tak jsem se i chovala, no a cestou se mě vlastně jeden kluk zeptal na číslo a já sem potom až doma zjistila, že nejsem vůbec namalovaná a že vypadám příšerně, ale tím prostě asi jak jsem se cejtla dobře a i jsem se tak chovala, tak prostě jsem to vyzařovala a vlastně asi bylo trochu jedno, že nejsem namalovaná.*“ Obvykle by ale Míša před odhalením své nenalíčené tváře partnerovi čekala na okamžik, kdy se bude cítit bezpečně.

Míša: *„ (...) ale nezná tu moji odlišenou tvář, takže tam bych si asi počkala nějaký čas.*“

Angelika: *„A na co by si čekala?*

Míša: *No, (smích). . asi, že až už to nebude důležitý to, jak vypadám, že jo. To je na začátku dost důležitý.*“

Míša má líčení moc ráda a shledává v něm spoustu pozitiv. *„Jako, hele, prostě seš pak hezčí, líp se cejtíš ve svém těle a potom tě i to okolí líp vnímá,*“ vysvětluje. Na otázku, co by se stalo, kdyby líčení zmizelo, odpovídá, že bychom se viděli přirozeně a neztráceli bychom čas. To mě vede k hypotetické otázce, zda je líčení pro Míšu nutností spojenou s jistou mírou oběti, či zda ji líčení opravdu baví a nachází k němu vnitřní motivaci. Po nalíčení se cítí být hezčí a okolí si toho všímá.

Angelika: *„Na začátku jsi zmínila, že se cítíš být hezčí. Co to pro tebe znamená?“*

Míša: *Hm, (smích), no, co to znamená. No, že asi dostávám komplimenty ze svého okolí.*“

Míša se cítí být atraktivní. Jako atraktivní popisuje takovou ženu, jež nemusí být nalíčená a člověk se na ní dívá se zálibou, ženu, která má v sobě něco navíc. Za nejvíce atraktivní prvky na svém obličejí označuje části, jež jí přinesly pozitivní hodnocení od ostatních.

Míša: „*Hodně mi říkaj, že mám hezký oči, takže si taky myslím, že mám hezký oči a obočí, což mě docela překvapilo, to mi bylo pochváleno ženami i muži, že mám hezký obočí.*“

Angelika: „*A co si myslíš ty sama, že máš hezký?*“

Míša: „*No já myslím, že jsem strašně ovlivněná tím, co řeknou ostatní, ale jako já myslím, že mám hezkou pusou, že mám hezkej tvar rtů a nevím ještě co by na mě bylo tak úžasně krásnýho.*“

3.7.2 Mezikazuistické srovnání

Kapitola mezikazuistického srovnání je organizována dle čtyř dříve formulovaných výzkumných otázek.

První výzkumná otázka je vztažena k osobnímu vývoji a proměně stylu líčení v průběhu dosavadního života. Drtivá většina participantek v této studii zmiňuje jako svou první zkušenost s líčením různé experimenty s líčením, a to už ve velmi mladém věku, konkrétně přibližně v období od dvou nebo tří do sedmi let. Motivací k tomuto experimentování byl především zájem o líčení, protože to viděly u své matky, starší sestry či tety, anebo byly obdarovány setem líčení pro „malé holčičky“. Je zde tedy patrný vliv společnosti. V počátcích líčení nešlo v první řadě o estetické hledisko, jednalo se o experimentování s dekorativními produkty v pravém slova smyslu. Vzniklé líčení bylo většinou velmi intenzivní. Jediná Emílie se nezmiňuje o experimentech s líčidly, začala rovnou s každodenním líčením až v pozdějším věku.

Líčení ve smyslu rutinní, každodenně prováděné aktivity začaly respondentky využívat na konci základní či na začátku střední školy. Obecně nanášely participantky v začátcích svého líčení velké množství produktů. Domnívám se, že šlo spíše o to ukázat, že se líčí, než využít líčení jako prostředek ke zvýraznění či zamaskování. Obecně měly respondentky tendenci snižovat intenzitu svého líčení v průběhu dalšího vývoje. Výjimkou je Pavlína, která se vždy líčila jemně, a její styl i intenzita líčení jsou stále podobné, a Adéla, která chce maskovat své vrásky. Hojně také participantky zmiňují, že „teď už vědí, co jim sluší“, což znamená, že už se tak často nevystavují různým experimentům s novými

produkty či se způsoby jejich nanášení. S tímto souvisí i určitá schopnost, zručnost, kterou získaly během praxe líčení.

V současnosti v zásadě všechny participantky pracují především se zvýrazňováním, většinou vyzdvihují své oči a řasy (kromě Luisi). Zdá se, jako by byl tento prvek zvýrazňován nejvíce ze všech a byla jim přiřítána největší důležitost, přičemž se vždy snaží své oči opticky zvětšit. Nejčastěji se o očích zmiňovala Emílie, pro kterou je líčení očí a řas zcela zásadní. Líčení očí a tvorbě vyžadovaného tvaru řas věnuje přibližně třicet minut, což je ze všech respondentek nejvíce. Jako jediná z participantek k líčení řas používá už od doby střední školy kleštičky na řasy. Když nemá nalíčené řasy, připisuje si „rolí“ roztomilé holčičky, zatímco když má vytvořený požadovaný tvar řas pomocí kleštiček a řasenky, tak samu sebe vnímá jako „sexy dračici“. S maskováním a zakrýváním pracují z velké části ty participantky, které mají akné (Luisa, Míša, Jana), a Adéla, která maskuje své vrásky. Emílie, Míša, Adéla, Luisa a Pavlína si za celou dobu svého líčení vybudovaly určitý styl líčení pomocí konkrétních dekorativních produktů, které v zásadě nemění, a ani nemají tendence zkoušet nové. Helena a Jana nemají konkrétní styl líčení, který by pro ně byl charakteristický. Líčí se především podle toho, čeho chtějí dosáhnout. Využívají líčení tedy jako prostředku k dosažení cíle. Skrze své líčení si v zásadě nasazují roli či masku, kterou je vhodné pro ten daný moment či situaci mít. Nejvíce to takto vnímá Jana, která proces líčení vnímá a doslova pojmenovává jako určitý rituál, během něhož přemýšlí nad tím, s čím chce a s čím je výhodné daný den do světa vstoupit.

V každém případě se všechny participantky jak v denním, tak ve večerním stylu líčení snaží o co nejpřirozenější vzezření. Všechny vnímají přirozenost jako určitou pozitivní hodnotu, něco, čeho bychom se měly snažit dosáhnout.

Druhá výzkumná otázka se vztahuje k tématu líčení a okolnostem, které mají na líčení vliv. Nejvýraznějším vlivem se zdá být vliv společnosti. I přestože ženy hojně zmiňovaly, že se nelíčí pro ostatní, nýbrž jen samy pro sebe, líčí se pouze ve chvílích, kdy jdou do společnosti. S tímto velmi úzce souvisí partnerství a vztahy s muži. Participantky se líčí mnohem více (co se týče frekvence i intenzity) ve chvíli, kdy nemají partnera, ale touží po něm. Například Míša i Adéla uváděly, že v těchto chvílích musí být připraveny, tedy nalíčené, protože nikdy nemohou dopředu vědět, zda nepotkají potenciálního budoucího partnera. Partnerství má ale na líčení vliv i nadále. Ve většině případů ženy

uváděly líčení jako velmi důležité v počátcích vztahu. Adéla si dokonce nastavovala budíka, aby se probudila dříve než její nový partner a stihla se nalíčit, a on tak neměl možnost vidět ji bez make-upu. Po určité době, kdy už vzhled přestává být tak důležitý (jak zmiňuje například Míša), se jejich líčení omezuje a objevují se i chvíle, kdy se před partnerem cítí pohodlně i nenalíčené.

Dalším často zmiňovaným vlivem na líčení je vliv slunného počasí, kdy respondentky zaznamenaly, že se po opálení líčí méně často a méně intenzivně, protože už samotné opálení jim dodá pocit větší atraktivity.

Třetí výzkumná otázka hledala odpověď na to, jakým způsobem ovlivňuje líčení vnímání sebe sama v určité sociální situaci. Emílie s Janou spojovaly vlastní nalíčení se svou touhou po pozornosti; Emílie sama sebe dokonce nazývá „poutačem pozornosti“ (v případě, že je ve společnosti nalíčená). Chápe to tak, že líčením o sobě ve společnosti dává přesnější zprávu o svých kvalitách, a to nejen ve smyslu kvalit fyzických. Emílie vnímá, že jestliže je ve společnosti nalíčená, pak je i více komunikativní a výřečná. Jana si líčením vytváří určitou roli. Nejvíce se k tématu líčení a změnám role vyjadřovala ve vztahu k mužům, kdy například nalíčené oči určitého muže podle Jany vyloženě přitáhnou a upoutají na sebe pozornost, zatímco její nalíčené rty danému muži mohou něco vnuknout. Adéla i Emílie si nedokážou představit, že by byly během dne ve společnosti nenalíčené. Adéla s tímto spojuje svůj vlastní pocit „ošklivosti“, tedy neatraktivity, který po nalíčení zmizí. Podobně to má Pavlína, která se dokonce pojmenovává „šedou myškou“, když není nalíčená. Cítí, že když není ve společnosti nalíčená, vyhýbá se kontaktu. Oční kontakt je jí nepříjemný, a je tak tedy výrazně méně komunikativní, což se ve společnosti po nalíčení mění. Helena zmiňuje, že nemá problém být ve společnosti nenalíčená, ovšem pouze za předpokladu, že součástí této společnosti není její partner či muž, po kterém touží. Pokud k tomuto dojde, zažívá pocity studu. S dobrým pocitem ze sebe dle mnoha respondentek úzce souvisí i určitá energie, kterou po nalíčení vyzařují, což je dle jejich výpovědí základní předpoklad atraktivity. Většina respondentek proces líčení chápe jako prostředek ke zkrášlování sebe sama, které je následně spojeno s tím, že se nalíčené cítí ve společnosti lépe. Lepší pocit ze sebe ve společnosti vede k tomu, že se vnímají jako více komunikativní.

Čtvrtá výzkumná otázka je vztažena k motivaci k líčení u participantek, s čímž je spojena i rozšiřující otázka vztažená k motivaci k začátku pravidelného využívání líčení. Každá z participantek se začala pravidelně líčit na konci základní či na začátku střední školy. Výjimkou je Míša a Luisa. Míša se začala líčit přibližně už v jedenácti letech, kdy šla poprvé nalíčená do školy na závěrečné vysvědčení. Vzpomíná, jak výrazně na ni zapůsobily pozitivní ohlasy spolužáků. Luisa se začala líčit až přibližně v sedmnácti letech a jako většina participantek zmiňuje jako důvod k tomu vliv svého okolí, tedy vliv spolužaček, které se už tehdy pravidelně líčily. S motivací k pravidelnému využívání líčení respondentek souvisí především sociální prostředí. Emílie zmiňuje, že primární motivací k pravidelnému líčení byl velký tlak ze strany jejích spolužaček na střední škole. Jestliže by se nelíčila a nepečovala o sebe, hrozilo by, že by byla ostatními spolužačkami vyloučena z kolektivu. Míša mimo jiné zmiňuje, že už chtěla dělat to, co dělají dospělé ženy, a měla pocit, že líčení v jedenácti letech je společensky přijatelné. Pavlína se začala pravidelně líčit především kvůli svému pocitu neatraktivnosti, který dle její výpovědi po nalíčení eliminuje. Od primárních motivací souvisejících s touhou být přijímána v kolektivu, působit jako vyspělá žena a eliminovat neatraktivní prvky postupně participantky přecházely k jiným motivům vztahujícím se ke každodennímu využívání líčení. Pro Luisu, Janu a Míšu je důležitou okolností, která je nutí se denně líčit, jejich akné. Luisa vždy zapracuje na pleti make-up, který zakryje její nedokonalosti na pleti a kožní defekty, a to i v případech, kdy nestíhá přijít včas do práce. Jana zase zmiňuje, že dříve se líčila, protože chtěla, zatímco dnes se dle jejího vyjádření kvůli svému akné líčit vyloženě musí. Adéla jako důležitou okolnost či motiv k líčení zmiňuje svůj věk, se kterým se necítí být spokojená, a proto se projevy stárnutí pleti snaží maskovat make-upem, který vyhladí její vrásky. Jana zmiňuje další motivy ke každodennímu využívání líčení, které nejsou spojené jen s fyzickými aspekty. Upozorňuje na roli sebevyjádření skrze líčení. Jana totiž cítí, že to, jak vypadá bez líčení, neodráží to, jaká je ve svém nitru. Má dojem, že její nalíčená tvář lépe odpovídá tomu, jak se cítí uvnitř. V neposlední řadě participantky hojně zmiňovaly jimi vnímanou konkurenci ostatních nalíčených žen.

3.8 Diskuse

V této kapitole se nachází shrnutí a interpretace výsledků této studie a porovnání s vybranými českými i zahraničními studiemi. V této studii se věnuji ženám a jejich líčení. Z výsledků této studie je patrný naznačený trend, kdy se ženy líčí za účelem zkrášlení a zvýšení vlastní atraktivity, která zvyšuje pravděpodobnost nalezení vhodného partnera. Některé z participantek této studie uvádějí, že se nejčastěji líčí v období, kdy aktivně hledají partnera.

Studie Lauren Silverio z roku 2010 zaměřená na sebepojetí žen ve vztahu k make-upu tvrdí, že žena se po nalíčení cítí více „sexy“. To odpovídá výsledkům mé studie; participantky zmiňovaly, že velmi důležitý je pocit, který mají, když jsou nalíčené ve společnosti. Zvýšení své atraktivity si vysvětlují tím, že nalíčené se cítí lépe ohledně vlastního vzhledu, díky tomuto pocitu pak vyzařují určitou „energii“, díky které je o ně ve společnosti zájem. S tímto zájmem se pojí i pozornost, kterou vyžadují a které se snaží mimo jiné prostřednictvím líčení dosáhnout. Do kontrastu s tím je možné postavit situaci, kdy jsou participantky nenalíčené. V takovém okamžiku se pozornosti spíše vyhýbají a jak samy zmiňují, ve většině těchto případů se cítí být méně komunikativní.

Studie Korichi a kol. (2008) vztahující se k ženám a jejich líčení pojmenovala dvě strategie, které ženy v líčení využívají. Strategie „svádění“ spočívá především ve zvýrazňování předností, zatímco strategie „kamufáž“ se vztahuje spíše k zakrývání, maskování. Domnívám se, že maskování lze ve vztahu k líčení pojímat nejen jako snahu zakrýt fyzické nedostatky, ale i jako možnost tajit (či zdůraznit) určité emoce. Téma maskování ve vztahu k emocím v rozhovorech vystalo pouze jednou, kdy se participantka pomocí líčení snažila utajit svůj prožívaný smutek. Líčení zároveň do určité míry fungovalo u participantek mé studie k regulaci vlastního emočního prožívání; pomáhalo překonat negativní emoce, nebo naopak posílit pozitivní emoce.

Dle mého názoru z výpovědí respondentek často přímo i nepřímo plynulo, že k ženě patří péče o vzhled a že to někdy může být chápáno jako povinnost. Jeffreys (2004) upozorňuje, že líčení je pro některé ženy podmínkou pro to, aby obstály na pracovním trhu. To může souviset s výpověďmi participantek, které líčení využívají především jako prostředek k dosažení určitého cíle. Dále Jeffreys (2004) tvrdí, že skrze líčení udržujeme

nerovnost navzájem mezi ženami a také mezi ženami a muži. Nerovnost mezi ženami participantky vnímají především jako konkurenci. Hojně zmiňují, že by se pravděpodobně tak často nelíčili, kdyby se nelíčili ostatní ženy. Ve chvíli, kdy by měly být nenalíčené ve společnosti nalíčených žen, cítily by se být v nevýhodě. Domnívám se, že nerovnost mezi ženami a muži pramení především z objektivizace žen, kdy jsou nároky na vzezření žen jakožto objektu respondentkami výrazně vnímané. Mezi líčením a jeho vnímanou funkcí ve vztahu k ženám cítím velký rozpor. Zdá se, že participantky jsou za líčení a jeho funkci vděčné, protože jim přináší spoustu výhod, ale zároveň se cítí být líčením (nebo spíše požadavkem na krásu) velmi svázané.

Na základě výsledků této práce se domnívám, že toto téma by bylo vhodné pojmut i z hlediska sociálního, například pokusit se prozkoumat, jak se z líčení jako prostředku ženské emancipace stal projev společenské konformity.

3.9 Limity studie

Jedním z limitů této studie je dle mého názoru především velmi úzký a specifický vzorek participantek, přestože jsou důvody k výběru právě tohoto vzorku vysvětleny detailněji výše. Do této studie jsem participanty vybírala na základě několika kritérií, které po analýze dat získaných z hloubkových rozhovorů dle mého názoru nebyly dostačující. Domnívám se, že dalšími kritérii pro výběr do výzkumu měly být určité psychické proměnné (temperament apod.).

Neméně důležitý limit je nejspíš způsob, jakým jsem vedla rozhovory s participantkami. Během přepisování a analyzování rozhovorů mě napadaly další doplňující otázky, které by mohly být dobrým vodítkem pro lepší vhled do problematiky. Během rozhovorů jsem často cítila nervozitu, ať už vlastní nebo ze strany participantek. Po některých odpovědích participantek nedošlo k formulaci další doplňující otázky, která by mi pomohla vytvořit komplexnější obraz.

4. Závěr

Hlavním tématem a současně i cílem této studie bylo získat hlubší vhled do problematiky vztahující se ke každodennímu líčení žen a pokusit se najít odpovědi na čtyři předem stanovené výzkumné otázky. První výzkumná otázka se ptá na osobní vývoj a proměnu stylu líčení v průběhu dosavadního života, druhá výzkumná otázka hledá odpověď na to, jaké okolnosti dávají respondentky do souvislosti se svým líčením, třetí otázka se váže k tomu, jakým způsobem ovlivňuje líčení vnímání sebe sama v určité sociální situaci, a poslední čtvrtá otázka se ptá na motivace k líčení a na motivaci k začátkům využívání pravidelného líčení.

Jedním ze základních pilířů této studie bylo najít vhodný vzorek účastníků výzkumu, přičemž podmínkami pro výběr do studie bylo několik kritérií. Studie se zaměřovala výhradně na ženy, které se líčí denně, aby patřilo líčení do jejich rutiny. Rovněž bylo důležité, aby využívaly minimálně čtyři kosmetické dekorativní produkty, aby v jejich líčení docházelo k zakrývání a taktéž ke zvýrazňování. Dalším kritériem byl věk respondentek, který se pohybuje v období mladé dospělosti (20–30 let), a posledním kritériem bylo, aby žádná z respondentek během svého dosavadního života neprodělala zásadnější a trvalou úpravu obličeje a aby to ani v budoucnu neplánovala. Po sestavení vhodného vzorku bylo provedeno sedm hloubkových rozhovorů v období od ledna 2019 do dubna 2019.

Sesbíraná data byla analyzována v procesu otevřeného kódování. Jeho výsledkem bylo 189 kódů a 14 kategorií, což bylo využito v následném mezikazuistickém shrnutí. Výsledky studie nám umožňují nalézt odpovědi na výzkumné otázky.

V odpovědích na hlavní výzkumnou otázku č. 1, která se vztahuje k osobní proměně a vývoji stylu líčení, se většina participantek shoduje, že první kontakt s líčidly a líčením probíhal již ve velmi nízkém věku na základě různých experimentů. Většina participantek se začala pravidelně líčit v období od konce základní školy do začátku střední školy. Hlavní vývoj v jejich líčení spočívá zejména ve snižující se intenzitě líčení a v získání zručnosti. To souvisí s tím, že jsou si participantky po nabitých zkušenostech vědomy toho, co jim sluší a jakým způsobem se přesně líčit, aby dosáhly požadovaného vzhledu.

V reakcích na druhou výzkumnou otázku ohledně okolností, které dávají respondentky do souvislosti se svým líčením, se nejčastěji vyskytuje vliv společnosti a partnerství. Některé participantky zmiňovaly, že zaznamenávají větší četnost líčení ve chvílích, kdy se chtějí seznámit s potenciálním partnerem, protože nikdy nemohou dopředu vědět, zda jej nepotkají. Rovněž pociťují velkou důležitost líčení v počátcích vztahu. Dalším znatelným vlivem ovlivňujícím líčení je tlak společnosti, který je patrný především v pocitu konkurence ze strany dalších žen. V neposlední řadě participantky zmiňovaly neatraktivní prvky v obličeji, jako např. vrásky, akné apod., které se snaží zamaskovat, skrýt. Poslední významnou okolností mající vliv na líčení u participantek je stav opálení. Participantky zmiňují menší intenzitu i četnost líčení po opálení pokožky.

V odpovědích na výzkumnou otázku č. 3 vztáženou k líčení a vnímání sebe sama v určité sociální situaci se hojně objevovalo téma vlastního dobrého pocitu a komunikace. Ve většině případů nalíčení participantek vede k tomu, že ve společnosti více komunikují a těší se z pozornosti druhých, zatímco když jsou ve společnosti nenalíčeny, necítí se dobře a vnímají určité vlastní vyhýbavé chování.

Výzkumná otázka č. 4 se vztahuje k motivaci k líčení a k motivaci v počátcích pravidelného líčení. Jako motivaci pro začátek každodenního líčení respondentky hojně zmiňovaly vliv společnosti. Spolužačky často sloužily v tomto ohledu jako vzor. Participantky dokonce uváděly, že pro to, aby byly přijímány v kolektivu, bylo třeba, aby se líčily. Rovněž se objevoval motiv, kdy respondentky zatoužily vykonávat činnosti, které provozují dospělé ženy. Mezi motivy pravidelného líčení v současném životě byly zmiňovány pocity vlastní neatraktivnosti, akné či jiné kožní defekty, dále konkurence ze strany ostatních žen, tendence seznámit se s potenciálním partnerem, zvyšování sebevědomí, sebevyjádření a využívání líčení jakožto prostředku k dosažení určitého cíle.

Výsledky studie přinesly v odpovědích na výzkumné otázky dílčí závěry, které odhalují důvody žen k líčení, poukazují na proměnné ovlivňující jejich přístup k líčení a další poznatky úzce související např. s pocitem sebevědomí v konkrétní sociální situaci. Vedle toho však studie k řadě dalších otázek odkazuje (např. souvislost mezi maskováním a líčením, líčení jako fenomén emancipace a konformity atd.), čímž nabízí další možnost zkoumání tohoto fenoménu v rovině psychologické, sociologické či antropologické. Právě

v nedostatečném existujícím výzkumu a v obecně nedostatečné exploraci tématu spatřuji značný potenciál, k němuž tato práce drobným způsobem přispívá.

5. Seznam příloh

Příloha č. 1: Vstupní dotazník

Příloha č. 2: Opora pro rozhovor

Příloha č. 3: Ukázka tabulky s kódy

Příloha č. 4: Sken okódovaného rozhovoru s participantkou

Příloha č. 1: Vstupní dotazník

1. Jste ve věku od dvaceti do třiceti let? ANO x NE
2. Máte ukončené středoškolské vzdělání maturitou? ANO x NE
3. Patří líčení do vaší denní rutiny? ANO x NE
4. Líčíte se minimálně pětkrát do týdne? ANO x NE
5. Používáte k líčení více, než čtyři kosmetické dekorativní produkty? ANO x NE
6. Podstoupila jste větší/zásadnější kosmetickou úpravu tváře, např. tetování obočí, nastřelování umělých řas apod.? ANO x NE

Příloha č. 2: Opora pro rozhovor

1. Proč se líčíte?
2. Jak často se líčíte?
3. Kdy jsi se začala pravidelně líčit?
4. Jaká je vaše první zkušenost s líčením?
5. Jak dlouho už se pravidelně líčíte?
6. Líčíte se vždy stejným způsobem?
7. Věnujete pozornost stavu vašeho líčení přes den?
8. Vnímáte nějaká negativa spojená s líčením?
9. Kolik času Vám zabere rutinní líčení?
10. Kolik za dekorativní kosmetiku utrácíte?
11. Jaká jsou podle vás pozitiva líčení?
12. Líčíte se od doby, kdy jste se začala líčit stejným stylem?
13. Jste zadaná?
14. Byla jste nalíčená, když jste se potkali?
15. Kdyby vás poprvé viděl nenalíčenou, měl by zájem?
16. Může být váš partner přítomen při líčení?
17. Co děláte těsně před a po líčení?
18. Kolik jste měla partnerů?
19. Jak jste byla nalíčená, když jste se potkali?
20. Vnímáte nějakou spojitost mezi stavem zadaná/nezadaná, stylem, četostí a intenzitou líčení?
21. Proč jste se začala pravidelně líčit?
22. Cítíte se být atraktivní?

23. Jste atraktivní, když nejste nalíčená?
24. Jak vypadá atraktivní žena?
25. Pomáhá vám nějak líčení?
26. Jakou má pro podle vás líčení funkci?
27. Co by se stalo, kdyby líčení zmizelo?
28. Vnímáte nějaká pozitiva líčení?
29. Líčíte se vícekrát denně?
30. Jak byste jinými slovy popsala proces líčení?
31. Máte nějaký ženský vzor?
32. Co by se podle vás stalo, kdyby líčení ze světa zmizelo?
33. Jak byste se cítila, kdyby líčení zmizelo jen pro vás?
34. Líčí se vaše matka?
35. Jakým stylem se líčí vaše matka?
36. Vzděláváte se v oblasti líčení?

Příloha č. 3: Ukázka tabulky s kódy

	KÓDY	SUBKATEGORIE	KATEGORIE
1	Vliv menstruačního cyklu na pocity vlastní atraktivity	Vliv na pocit vlastní atraktivity	Atraktivita
2	Motivace k líčení očí	Motivace ke zvýrazňování	Atraktivita
3	Motivace k líčení rtů	Motivace ke zvýrazňování	Atraktivita
4	Zvýrazňovaný prvek	Žádoucí prvek	Atraktivní prvek
5	Žádoucí prvek na obličeji, který nemám.	Prvek dokreslovaný	Atraktivní prvek
6	Oblíbené části obličeje.	Prvek podrobený zvýrazňování	Atraktivní prvek
7	Prvky v obličeji, na které chci upozornit.	Zvýrazňované prvky	Atraktivní prvky
8	Individuální profit z dobrého vizuálu v dlouhodobém časovém horizontu	Motivace k líčení	Funkce líčení
9	Styl líčení očí pro přilákání pozornosti muže	Funkce líčení	Motivace k líčení
10	Motivace k líčení	Motivace k líčení	Motivace k líčení
11	Důvod k nalíčení	Motivace k líčení	Motivace k líčení
12	Nepostradatelnost líčení	Přínos líčení	Motivace k líčení
13	Místa, kde se nelíčím	Motivace k líčení	Motivace k líčení
14	Přínos líčení	Přínos líčení	Motivace k líčení
15	Tendence mít v souboji o muže stejná pravidla	Konkurence	Motivace k líčení
16	Četnost „kontrolních prohlídek a úpravám líčení“ přes den	Nároky líčení	Negativa líčení
17	Motivace pro pravidelné líčení	Motivace k líčení	Motivace

	KÓDY	SUBKATEGORIE	KATEGORIE
			k líčení
18	Motivace pro experimentování s líčením	Motivace k líčení	Motivace k líčení
19	Negativní pocity - bez možnosti make-up využívat	Nutnost líčení	Motivace k líčení
20	Styl líčení v závislosti na tvaru obličeje	Využití líčení	Funkce líčení
21	Pozornost ke stavu líčení přes den	Motivace k tomu být atraktivní celý den	Motivace k líčení
22	Pocity, když se partnerovi ukazují nenalíčená.	Sebeprožívání nenalíčené	Sebepojetí
23	Minulost líčení	Vývoj líčení	Styl líčení
24	Počátky líčení	Vývoj líčení	Styl líčení
25	První experimenty s kosmetickými produkty	Vývoj líčení	Styl líčení
26	Vývoj vlastního líčení	Vývoj líčení	Styl líčení
27	Nežádoucí výsledek líčení	Styl líčení	Styl líčení
28	Styl líčení v novém kolektivu	Styl líčení	Styl líčení
29	Styl líčení ve vztahu k věku	Styl líčení	Styl líčení
30	Styl líčení v ženském kolektivu	Styl líčení	Styl líčení
31	Tendence líčit se tak, aby to nebylo poznat.	Styl líčení	Styl líčení
32	Styl nanášení make-upu.	Nejvýhodnější aplikace	Styl líčení
33	Pocity, když partner sleduje proces líčení	Líčení zadané	Styl líčení
34	Dovednosti v líčení	Vývoj líčení	Styl líčení
35	Časová náročnost líčení v minulosti	Vývoj líčení	Styl líčení
36	Žádoucí vizáž	Požadavky společnosti	Tlak společnosti
37	Žádoucí sebeprezentace	Požadavky společnosti	Tlak společnosti
38	Hodnocení ostatních o mně, když nejsem nalíčená.	Hodnocení společnosti	Tlak společnosti
39	Naplňování vnímaného trendu v líčení	Konformita	Tlak společnosti
40	Hodnocení ostatních o mě, bez úpravy obočí.	Hodnocení společnosti	Tlak společnosti
41	Vlastní hodnocení ostatních	Hodnocení ostatních	Tlak

	KÓDY	SUBKATEGORIE	KATEGORIE
			společnosti
42	Obava z negativního hodnocení ostatními	Požadavky společnosti	Tlak společnosti
43	Hodnocení vlastního vzhledu ostatními v dětství	Hodnocení společnosti	Tlak společnosti
44	Očekávání pozitivního hodnocení od ostatních	Hodnocení společnosti	Tlak společnosti
45	Negativní pocity po negativním hodnocení ostatními	Hodnocení společností	Tlak společnosti

Emilie 22 let.

A: Děkuju moc Emi, že do toho se mnou jdeš. Kdykoliv se můžeš rozhodnout, že už nechceš pokračovat a samozřejmě odpovídej jen na to, na co se ti chce. V tuhle chvíli já už ten rozhovor nahrávám, jak jsem ti před tím říkala, tak jen abys věděla, že všechno probíhá, jak jsme se předem domluvily.

E: Hele úplně v pohodě a taky děkuju.

A: Jsi teď zadaná Emilie?

E: Ne, ale měla jsem jeden delší vztah, dvouletý a jeden tříletý.

A: Kolik máš za sebou sexuálních partnerů?

E: 10.

A: S těma dvěma, se kterými jsi měla ten delší vztah, vídali tě nenalíčenou?

E: Jo, můj první kluk dokonce ani nepoznal rozdíl, to mě až jako švalo, že on fakt nepoznal.

Protože já fakt jako, takhle ten první vztah byl, když mi bylo asi 15 a to jsem fakt jela jenom

jako řasenku, trošku korektoru kolem nosu. Někdy rtěnku, jo, že to jakoby nebylo tak

výrazný, ale i tak jako on nebyl všimavej ohledně nového oblečení, natož pak jakoby obličej,

takže u něj to bylo jako jedno. Ale třeba Honzá zase ten to poznal a ten říkal zase vždycky, že

když jsem nenalíčená, tak jsem taková jeho malá holčička a tak se přesně i tak jako cejtím,

ale zase když pak mám ty řasy, což podle mě mi dělá dost jako výraznej ten look, když jako

mám ty řasy nahoru, tak je to takový to co bije v tom mém obličejí si myslím, tak to najednou

říkal, že jsem taková sexy dračice.

A: A co ti na tvém obličejí připadá teda nejatraktivnější?

1.

Příloha č. 4: Sken okódovaného rozhovoru

„Jo se proti tomu - má to přirozenou tvář“

- sdělovací prvek
- obličejový prvek

- předání společnosti
- vlnový trend - vlnový trend

E: Mám ráda svoje obočí a ještě vzhledem k tý jako módě, kdy se jako nosí hustý. Právě dřív

↳ může být
obličejový
prvek

si to holky vytrhávaly a smály se mi, že ho mám jako hustý. Vlastně já šla proti tomu, že se mi

↳ hadec na dvě lky

↳ společnost vyvolala to s přetrvávající trendy

to líbilo, že ho mám hustý a teď prostě holky si tetujou obočí a domalovávají to, co já jsem

↳ vyjádření prvek

↳ vlnový trend a styl léta 80 let

↳ přirozenost

měla vždycky. Ale jako oči, je to na oči všechno.

↳ význam rtů?

A: A odráží se to nějak na stylu tvého líčení?

↳ proces líčení (styl líčení)

E: No tak jako jasně no. Že když já se líčím, tak jako si dávám záležet na těch očích to je pro

- vyjádření prvek
- prvek vyjádření podobenství

mě zásadní. Nejdůležitější je u mě si zvýraznit ty řasy.

↳ motivace k líčení

↳ vyjádření prvek

A: Takže cílem je zvýraznit něco, co se ti na tvém obličejí líbí?

↳ styl líčení

E: Jo, oči

A: A hele..

E: Co se mi zase nelíbí?

↳ tendence emancipovat nedostatek

A: Chceš mluvit o tom, co se ti na tobě nelíbí?

E: No já bych strašně chtěla plnější horní ret. Hrozně mi vždycky vadilo, že nemám jakoby to

↳ nedostatečný prvek

↳ emocionální postoj k „nedostatečnosti“

↳ hledání ideálů
↳ referenční tvor rtů

typický srdíčko. Víš? Že nemám jakoby ten prostor tady. To se mi na ženských jako strašně

↳ sdělovací prvek

↳ strach prvek o ret

↳ sdělovací prvek o obličej

líbí, ta plnost rtů. Jinak teda oceňuju, že mám pihy, který teda teď nejsem opálená, tak

↳ je to u obličej

↳ vlnový styl řas

nejsou vidět. To se mi líbí jako takovej akt roztomilosti v kombinaci s těma řasama dlouhýma,

↳ důstojek veličas řas

ktej jsou sexy.

A: Mluvila si o tom, že se necítíš být spokojená se svými rty. Myslíš, že by se to dalo nějak

odporovat na tom, jakým způsobem se líčíš?

↳ styl líčení

E: No jasně. Snažím se jakoby udělat ten obrys. Že i když tam není, tak abych si ho tam

↳ styl líčení prvek ktej není

jakoby dokreslila, nebo zvýraznila.

↳ prvek s nedostatkem

(mucha otce zjara včera, w maskování)

A: Jaký kosmetický dekorativní produkty používáš?

E: Rtěnku, tužku na rty, řasenku, stíny, ale to jen málo. Zejména světlý make-up a občas → částka vytrvalý zvláštního produktu
tvářenku, kterou když nemám, tak si tam rozmažu rtěnku.
• zvláštního produkt
• masový produkt
• různé kosmetické produkty
• kreativita v líčení
→ rtěnka masový produkt

A: Maluješ se furt stejně?

E: Ne. Buď jedu jen obvykle řasy a když jedu víc, tak jedu i tu pus a tvářenku. .. zvláštního produkt.
• styl líčení
• pravidelně
• intenzita líčení
• první podrobný dekorativní zvláštního produkt

A: Na základě čeho se rozhoduješ?

E: Taková jako nálada i praktičnost. Víím, že když jdu třeba do jídelny, tak mi připadá zbytečný si dávat rtěnku, která víím že se mi rozmaže a kdo pak ví, jak budu vypadat. Třeba do školy si dávám rtěnku, jak kdy, podle nálady. Taky záleží, jestli mám třeba novou rtěnku, to si jí pak maluju často.
- okolnost při si vybrat rty -
• každodenní aktivita
• upatření líčení
• nálada a její rty
- okolnost při se líčení -
• časové líčení

A: Kolik přibližně za to utrácíš?

E: Tak počkej, docela levně. Řasenku permanentně kupuju za 80 korun, ten make-up stojí třeba 200 korun, to je 280 korun a rtěnky kupuju tak za 100 korun a rtěnek mám jako hodně docela. Já mám třeba 20 rtěnek, který jsou permanentně připravený k použití a pak mám nějakých 1 000 někde rozházených.
• hodnota ceny za líčení
• cena řasenky
• cena masového produktu
• počet vlastních zvláštního produktů
• počet rtěnek v zásobě

A: Proč se líčíš?

E: Připadám si jistější, sebevědomější.
• motivace k líčení

A: Takže potom co se nalíčíš, tak si začneš být víc vědomá sebe?

E: Hm, počkej budu přemýšlet. Asi taky, je to dost o tom kontaktu. Víím, že třeba když nejsem namalovaná a jedu v blbě veřejné dopravě, tak se třeba nerozhlížím. Zatímco když jsem
• stav líčení
• okolnost vztahující se k líčení
- stavová ke líčení -

- dlouhá malice -
namalovaná, tak se rozhlížím a navazuju oční kontakt. Možná to je nějaký jako upoutávání

pozornosti jako: „Podívejte se na mě.“

A: A s kým vyhledáváš ten kontakt?

- objekt pozornosti -
E: No s mužema, že jo. (smích)

A: A jak se při tom cítíš?

- pocit při kontaktu s opačným pohlavím, když je nalícený - *ryjeme 'obavědorní'*
E: Dobře, já se jako neštydim. Mám takovou jako větší odvahu, když jsem namalovaná.

A: A jak probíhá, kontakt, když nejsi namalovaná?

- zájemně sleduje komunikaci s muži - *- pocit při kontaktu s opačným pohlavím, když mu 'nalíceno' -*
E: Jako, takhle. Ten oční kontakt jako probíhá, ale já si nejsem tak jistá v kramflecích, jako když vim, že jako vyloženě upoutávám tím, když jsem nalícená.

A: Jak často se líčíš?

- četnost líčení - *- okolnost odlišný bod líčení -*
E: Každý den. Ale pokud jdu na pivo, tak druhý den jsem třeba unavená, tak si to odpustim a o víkendu, když nikam nejdu a jsem doma, tak taky ne.

A: Při jaký příležitosti si neumíš představit, že bys nebyla nalícená?

- místo kde máš být nalícena - *- místo, kde je možné být nenalícena -*
E: Třeba na plese. Jako třeba v hospodě a ve škole už jsem byla nenamalovaná. Ale třeba když bych si představila, že mám svůj vlastní koncert, tak to si neumim představit, že bych nebyla namalovaná.

A: A kdy se nenamaluješ vůbec?

- okolnost odlišný bod -
E: No někdy je to díky únavě z předchozího dne a jindy je to zase jako (dlouhá pauza). Seru na to co lidi jako říkaj, nebo chtěj, nebo co si budou myslet. A to dost souvisí jako s takovou mojí aktuální nechutí do života, že jako prostě nemám kluka seru na to, jsem nenamalovaná,
- motivace k líčení - *- okolnost odlišný bod -* *- motivace k líčení -* *- okolnost odlišný bod -*
- emoce - *- projektce -* *- panturadl -*

• emoce
• charakteristika vlivu
jdu ven, jakoby co bych se líčila, taková jako pochmurnější nálada mě nevede k tomu, jako bych se pokusila se zamaskovat, ať vypadám líp, spíš jakoby se na to vyseru.
- maskování emocí
• celkově negativně

A: Použila jsi slovo zamaskovat.

• maskování emocí
E: No jako spíš myslím, jako metaforicky, jako zamaskovat tu smutnou náladu, než že bych běžně si myslela, že je to jako zamaskování. Zamaskování bych to brala, jako v tom případě, kdy bych si dávala hodně make-upu a zamaskovala si ty pihy, ale já to spíš jakoby vypíchnu, třeba ty oči, že je vypíchnu.
• styl učení
• styl učení

A: Kdy jsi se začala pravidelně líčit?

• styl učení v zahraničí
• motivace k učení
• důležitost učení
E: No, to jako já jsem jela jako mnohem víc, když jsem chodila na střední školu, kde byly samy holky a byla tam velká konkurence, tam líčení bylo mnohem víc zásadnější, než třeba na vysoké škole. Na střední se to dost jako hrotilo, co kdo jak. Holky jsou takový samozřejmě jako psi, když na to přijde, že jo, takový módní policistky, takže jako, hodně velkej brutál tady toho líčení byl od prváku no, na střední.
• motivace k učení
• důležitost učení
• vliv tlaku společnosti
• počátky učení
• styl učení v zahraničí
• důležitost učení
• motivace k učení
• vliv tlaku společnosti

A: Když říkáš, že brutál, tak mluvíš o intenzitě líčení, nebo jak často?

• každé učení v počítači
E: Jak často, že to fakt bylo každý den. Já jsem jezdila do školy v 7, což znamenalo vstát nejpozději v 6:30, když jsem se chtěla najíst a obléknout, ale já jsem byla fakt schopná, vstávat v 5:30, vlastně o hodinu dřív kvůli tomu, abych se namalovala.
• každé učení v počítači
• vliv tlaku společnosti
• důležitost učení do každého
• ošetření pro učení
• vyjádření učení

A: Proč to bylo tak důležité?

• kolektiv
• motivace k učení
• konkurence
E: No, protože tam byly ty holky. Takový souboj mezi nimi, že ty si věděl, že si všichni o tom povídají, že tam byl takovej nátlak prostě toho okolí.
• vliv tlaku společnosti
• tlak na dobrou vzhled

A: Nátlak na co?

E: Nátlak na to, že musíš vypadat dobře, co kdo má, co kdo nosí, jak vypadá, jak o sebe pečuje. *obava z nejakýmto hodnocením. obava z nepřijetí. Hal, vliv společnosti*

A: Aha, na základě toho hodnocení se potom dělo co? *- přitlač ušou!
- motivace k činnosti
- status v skupině*

E: Tak měla si nějaký jako status, jako jak to říct, takovej status pěkný holky, takový jako *rola v kolektivu racionální*

možná sokyně, jakože: „Á pozor, ta se pěkně obléká, dobře vypadá.“ *(podle její: apud'arob' porovraati)*

A: A co to teda znamená, když se někdo dobře obléká a dobře vypadá? *- motivace k péči o sebe - k ušou!*

E: Že si ho povšimneš, že vlastně že ten člověk zapůsobí, že to není někdo v davu, že je nějak zajímavý, vyjadřuje nějaký svůj styl a osobnost. *- přitlač ušou!
- motivace k ušou!
- dristeklek ušou!
- přitlač ušou!*

A: Aha, kdo by ještě mohl být zajímavý?

E: Teď nevím jak to myslíš.

A: No, že jestli jako nějak vypadat je jediná cesta k tomu být zajímavý.

E: No jako na první pohled jo. *- (vím - podstatná k tomu najmout sebratit cojam?)*

A: Ok, mně se třeba stává, že mi přijdou zajímavý i lidi, který třeba nějak zvlášť neoslovují vzhledem. Že třeba se mi děje, že potkám někoho, kdo mě neoslovuje vzhledem, ale třeba pohyby, nebo tím, jak se dívá, a na co, a tím třeba co říká a co si myslí.

E: No tak jasně, ale to nepoznáš na první pohled.

A: Aha, dokázala by si vymyslet nějakou charakteristiku člověka, který dobře vypadá a dobře se obléká má ten styl a ukazuje ho? *- Hal, vliv společnosti.*

E: Takovej asi jako oceňované okolí, že působí a dělá dobrý dojem. *- motivace k péči o sebe - k ušou!
- motivace k ušou!*

A: Já mám teď pocit, že mi popisuješ, co na to ty lidi, ale já se tě vlastně ptám co on, jaký on je vevnitř.

- individuální profil z dobrého vztahu s dlouhodobým zájmem horizontu.

E: Jo, tak pravděpodobně má radost a nejspíš je i sebevědomější, když ví, že se to o něm ví.

• sebepřítelství

• důvěda Učen

• přes Učen

Třeba on to sám ví, že dobře vypadá, ale tak skrze ty lidi je ujištěn a přesvědčen, že vypadá dobře. --- *• konformita. tendence. hled. v. společnosti*

A: Líčíš se teda pravidelně od kdy?

• předtím Učen

čas předtím se Učen

E: No pravidelně už od 9. třídy, takže už 8 let.

A: Pamatuješ si svoji první zkušenost s líčením?

Zkušenost

E: Asi ne, vím že třeba moje kamarádky zkoušely takový ty modrý stíny a růžovou rtěnku. Já jsem jela vždycky řasenku. Víím že už v tý 9. třídě jsem objevila ty kleštičky na řasy, tak z toho

(zpracování produkt)

• zpracování produkt

• zpracování produkt

jsem byla úplně uchvácená, protože jak ti říkám, jak jedu na ty oči, tak prostě to, že si namaluješ oči neznamená, že máš hezký řasy, takže ty kleštičky mi dopomáhaj k tomu, mít pěkný řasy, protože já je nemám přirozeně hezký.

*• zpracování před
prvek jako prostředek*

• důvěda Učen

• vlastní hodnocení v dostatek

motivace k Učen

A: Pojdme se vrátit k té situaci, když si říkala že si nedokážeš představit, že bys šla například na ples nenalíčená. Co by se stalo, kdyby si prostě okolnostma byla donucená tam jít nenalíčená?

*• Učen a oči
• sebeprezentace
• role ve společnosti s Učen*

*motivace k Učen
motivace k prezentaci
Učen a oči*

E: Já bych tam asi radši nešla. Já prostě na ples jdu extrovertně rozjařená jako: „Nazdár, jak se máš, co děláš?“ A jsem veselá a královna. Myslim, že když bych nebyla namalovaná, že jako bych asi taková nebyla, že bych nebyla tak otevřená. Že bych se nechovala tak výrazně

• důvěda Učen

• důvěda Učen

• motivace k prezentaci

sebevědomě, protože bych věděla že jsem na nějaký jako události vim, co jsou moje kvality; a ty by teď jako nebyly podpořeny, třeba ty při tou řasenkou. Že by mě znervózňovalo, že jdu

• důvěda Učen

• zpracování produkt

emoce

Učen jako prostředek

• motivace k Učen

• velmi důležitý

• důvěda Učen

• motivace k Učen

stan se z účen
taková polopřipravená, že nejsem tak jak bych si představovala a přála, že bych byla nejistá, *motivace k účen*
důsledek nenalícen
že bych se asi vyhýbala lidem no. Cítila bych se znevýhodněná. *důsledek nenalícen*
styl chování ke účen
motivace k účen
důsledek nenalícen
A: Z čeho pramení ten pocit méněcennosti?
motivace k účen
debarování po nalícen
motivace k účen
stan kurzu ce
Hah, to je spěšný

E: No, že vím, že když se nalíčím, že se cítím jinak a líp.

A: A proč se cítíš jinak a líp?

*(jyřaba?)
toto jako
produkt?*

E: No protože vím, že když si udělám ty bílé řasy... tyjo já nevím vždyť to říkám pořád dokola... protože se cítím líp a sebevědomějc
proas účen
nejvíce zvládnutý prvek
důsledek nalícen
debarování po nalícen
motivace k účen

A: Jasně a proč se tak cítíš?

E: No protože vím, že ty moje přednosti jsou zvýrazněny a tudíž upoutají pozornost.

A: A upoutat pozornost...

E: No jako já jsem vyloženě poutač pozornosti. A to není jenom jako že upoutáš, ale vyloženě

*obav se
účen (účením)
motivace*

jako i pouta, že si je k sobě připoutáš.

A: Čím si je připoutáš?

E: Mým šarmem, který je podpořen tím nalícením.

A: A jsi stejně šarmantní, když jsi, anebo nejsi nalícená?

E: (dlouhá pauza) Myslím si, že to je trochu míň. Protože ta šarmantnost taky vychází trochu z toho, jak já se cítím žejjo, a pokud já tam pak mám nějakou tu nejistotu, tak je jasný, že se to pak promítne. Prostě je to celý o tom sebevědomí.
motivace k účen

A: Jak vypadá atraktivní žena?

neod! krásný, atraktivní
atraktivní prvky → *nač? jak? jaké parametry? jak? jak?*
atraktivní prvky
atraktivní žena
 E: Má plný rty a mně se hrozně na ženských líbí světlý oči. A jinak já to mám i hrozně spojený
atraktivní prvky
 i s povahou. Menší nos. Ale zase znám spoustu holek, který jsou pěkný kočičky, ale tak mě
neatraktivní!
 odpuzují svým chováním, nebo jak jsou nezajímavý a nudný, že vlastně pak už ani
atraktivní prvky
 atraktivní nejsou.
atraktivní prvky
atraktivní fyzické!

A: Ty jsi atraktivní?

E: Jsem.
atraktivní prvky
atraktivní prvky
atraktivní prvky
atraktivní prvky

A: Jsi atraktivní furt?

E: Ne.

A: Kdy nejsi?

E: Když jdu po párty do tý školy, tak se (cítím vyloženě nechutně) Jsem napuclá, zastřenej
atraktivní prvky
 hlas. Takže necejtím se dobře, no. A ještě mi vadí druhá brada.
neatraktivní prvky, no!

A: Věnuješ nějak pozornost stavu líčení přes den?

E: Jo, to dělám často. *- pozornost k líčení*

A: Kolik času ti zabere klasický líčení?

E: Tyjo, když chci mít pěkný řasy, tak pěkný řasy mi trvají třeba půl hodiny a jinak zbytek
atraktivní prvky
 třeba 15 min.
atraktivní prvky
atraktivní prvky

A: Stalo se ti někdy, že díky líčení jsi třeba někam přišla pozdě?

E: Jo, jsem taková sobecká v tom. *- oběti pro líčení*

A: Hele od té doby, co se pravidelně líčíš se ten styl nějak proměňuje?

• vyjádření účinnosti •

E: Spíš se omezuje, že se líčím míň. Že třeba tehdy jsem si dávala pravidelně tvářenku a teď

jsi jí dávám jen někdy. Předtím jsem byla důkladnější. Dřív fakt jako mi to trvalo třeba ^{získala určitou zručnost v minulosti} standartně 40 minut. Dneska už jsem schopná to mít klidně když jsem hodně rychlá, tak i během deseti minut.

A: A čím si myslíš, že to je?

E: Řekla bych, že je to díky několika věcem. Samozřejmě že už jsem získala určitou zručnost a taky už prostě vím co mi sluší, a nemusím nic vymýšlet. ^{dovednosti v účinnosti} ^{vyjádření účinnosti} ^{od experimentů k estetice? → 100%?}

A: Co děláš před líčením a po líčení?

E: Před líčením si dám krém na obličej a počkám až se trochu vsákne, většinou nějakou jakoby suchou, ale zase na večer jsem se naučila si dávat takovou jako olejovou, protože jim trvá dýl, než se vsáknou. Takže si dám krém teda a pak se asi namaluju, no. Potom co se namaluju, tak se navoním a jdu a vlasy možná si ještě jakoby lakuju. ^{pečlivě o sebe} ^{příprava pleťi na aplikaci účinnosti} ^{proč účinnosti? Blesk!} ^{lipstick?}

A: Jaký je tvoje typický ráno?

E: Typický ráno v týchle době, vlastně už znamená už večer si udělat copánky, abych ráno je měla vlnitý, pak jsem si to trošku zlákla, aby mi to drželo. Potom si namažu ksicht tím krémem, pak začnu make-upem, kterej si nedávám po celý tváři, ale jedu výhradně kruhy ^{rozkrytí úst a produkt} pod očima, okolo nosu a nos, protože já mám takový chloupky na obličejí a když si to rozetřu po celým obličejí, tak je to vidět. Většinou tohle dělám až potom co se najím.

A: Vnímáš nějaká negativa spojená s líčením?

E: No ano, já si totiž trhám řasy a jak si je trhám a tak, tak se mi drolí ta řasenka a pak to mám špinavý okolo očí až jakoby vyrážka z toho, jak si na to pořád šahám. Jinak vyložene ^{umělé účinnosti?} ^{oběti účinnosti - negativa účinnosti}

provozní, o
zábavě
dovolenosti

⊕ *hormonálně zso b.* *úř. menstruaci/úř. oglea*
nijak netrpím. Nemám akné žejo, beru antikoncepci. Ani když mám menstruaci, tak nemám

⊕ *suchou pleť*
pupínky. A jinak mám suchou pleť, no, nejsem mastná jsem spíš suchá. *- pocitly o solě.*
informace důležitě! pro účel. a psí. - zualost

A: Vnímáš nějaká pozitiva líčení?

E: Jo, tak ty co mám pro sebe, žejo. Že se líp cítím, pocit toho lepšího sebe, sebe.. *- samostatnost uo sebe*

čistota účel?
sebevědomí asi no, jistější jako přístup. *- chová se společenš. adekvatně.* *sa k sebe*
motivace. *sebevědomí!*

A: K čemu ti líčení slouží?

příčina? má to úř. se sebevědomí
E: K tomu abych se cítila líp. Abych se cítila sebevědoměji a vystupovala na veřejnosti a *účelová společenš.*
funkce účel. dekad. motivace *Hob.*
v kontaktu s lidma vystupovala jistěji. *úř. na seprezentaci*
motivace k účel. "ráznější" a "extrimnější"?

A: Co by se stalo, kdyby líčení zcela zmizelo?

E: Jako že by vůbec nebylo?

A: Ano.

měření na se
E: Já myslím, že bych v kontrastu s ostatníma holkama na tom byla furt dobře, protože vim, *konkurence* *porovnávání*
že u někoho ten rozdíl je fakt markantní. Mně se zdá, že u mě je rozdíl akorát v těch očích. *hodnocení ostatních*
hodnocení situace bez účel!
Mně by to nepřišlo jako taková tragédie, kdyby to líčení zmizelo úplně u všech. Že by tam *provd*
výhra
atraktivní
výhra
podobnosti
výrovnost
okružnice
došlo k tomu srovnávání, že bych si řekla, že když jsme takhle všechny, tak je to ok.

A: Jakou má líčení funkci?

funkce účel. *účel jako prostředek*
E: Zaprvé vyjadřování nějakého svého estetického citění, dávání navenek, jak se chci jevit *seprezentace*
ostatním i sobě a pak zase takový lepší pro mě pocitově. *motivace k účel!*

A: Jaký máš koníčky?

E: Divadlo ráda hraju, hraju na saxofon, vysílání v rádiu.. *- touha po pozornost*
- divo, postudo.

A: Máš pocit, že se to v něčem shoduje?

E: No (dlouhá pauza). No asi všude potřebuju nějakýho diváka, nebo posluchače no. To je asi pravda, že já to jako dělám spíš pro ty lidi, než asi že bych tu činnost dělala primárně pro sebe, vlastně asi jako mi trochu chybí, že občas to děláš vyloženě z lásky prostě tu činnost jako vyloženě pro tu činnost. Nebo teda takhle třeba, u toho saxofonu si hraju pro sebe, když improvizuju, protože to je jako pro mě nepřipustný, aby mě někdo slyšel, když improvizuju.

• jasně jako
extrinziční
motivace

A: Z jakýho důvodu?

E: No protože prostě to neumím pořádně, tak dokonale, a musím nejdřív vědět pořádně a mít to pořádně naučený, abych to mohla hrát před lidma potom. Prostě se v tom necítím tak dobrá, a proto to nechci dávat navenek. Že prostě bych prezentovala něco ze sebe, co není dokonalý, a to by mě hrozně, to ne prostě. Já prostě potřebuju mít jistotu, že to bude dobrý.

• možná z
činy?

• tendence k
perfekcionismu

dobry & dokonalý

A: Vnímáš nějakou spojitost mezi líčením a stavem zadaná/nezadaná?

E: No jako je pravda, že potom v tom dlouhodobějším vztahu jako to nalíčení už jako (smích) jde potom jako stranou, hodně se to omezuje, že je to takový, že už se známe, že prostě

• vliv pauzy

• styl věci v pauze

• věci jako ochrana?

ztrácí význam to líčení potom už. Takže jako myslím, že je rozdíl, když už toho kluka nějak

máš a když jako chodíš na ty první randička, a nebo někam kde víš, že bys mohla někoho jako potkat potenciálního. Že prostě v tom dlouhodobým vztahu už nemám tendenci se

predvádět, že už mě zná přirozeně. Po rozchodu je to zas takový, jak se ta holka snaží někoho ulovit, tak se zas snaží o sebe zase jako pečovat, vyfíknout.

• funkce věci
věci jako prostředek

• motivace

• shakle je

• věci jako praktická věc

• důvěra?

A: Takže dalo by se říct, kdy se ta holka líčí nejvíc?

• vliv pauzy

E: No, když ho nemá a chce ho mít. A pak už se nelíčí (smích).

A: A chtěl by jí ten kluk, kdyby jí poprvé viděl nenalíčenou?

E: No tak to by záleželo, no, na situaci asi. Nevím.

A: Měnil se nějak styl líčení od té doby, co se líčíš pravidelně?

E: No jasně, určitě jako na ty řasy jsem mnohem víc vyzrála, získala jsem tu zručnost a už jakoby prostě vím, jak se namalovat, a hlavně se líčím míň, jako myslím ne tak intenzivně oproti tomu, jak jsem se líčila třeba na tý střední.

A: Jak by si jinak popsala proces líčení?

E: Proces líčení (dlouhá pauza). Proces zlepšování pocitu. !

A: Chtěla by si k tomu něco dodat?

E: Hele, nic mě teď nenapadá.

A: Tak já ti moc děkuju Emílie.

E: V pohodě, není zač.

6. Seznam použité literatury

1. Abbott, A. R., & Sebastian R. J. (1981). Physical attractiveness and expectation of success. *Personality and Social Psychology Bulletin*, (7).
2. Alley, T. R., & Cunningham, M. R. (1991). Averaged faces are attractive, but very attractive faces are not average. *Psychological Science*, 2 (2), 123–125.
3. Anzenbacher, A. (1990). *Úvod do filozofie*. 1. vyd., Praha: Státní pedagogické nakladatelství.
4. Bashour, M. (2006). History and current concepts in analysis of facial attractiveness. *Plastic and Reconstructive Surgery*, 118 (3), 741 – 756.
5. Benesch, H. (2001). *Encyklopedický atlas psychologie*. Praha: Nakladatelství lidové noviny.
6. Blatný, M., & Plháková, A. (2003). Temperament, inteligence, sebepojetí. Nové pohledy na tradiční témata psychologického výzkumu. Brno: Psychologický ústav Akademie věd ČR.
7. Blažek, V., & Trnka, R. (2009), *Lidský obličej, Vnímání tváře z pohledu kognitivních, behaviorálních a sociálních věd*. Praha: CUNI.
8. Brand, P. Z. (2000), *Beauty matters*. Bloomington. Indiana University: Press
9. Cash, T. F., & Pruzinsky, T. (1990), *Body images*. New York: The Guildford press.
10. Cash, T., & kol. (1989), Effects of cosmetics use on the physical attractiveness and body image of american college women. *The Journal of Social Psychology*, 129 (3), 349 – 355.
11. Cunningham, M. R., & Shamblen, S. R. (2003), Beyond nature versus culture: a multiple fitness analysis of variations in grooming. In E. Voland & K. Grammer, *Evolutionary Aesthetics*, (201 – 237). Berlin: Springer-Verlag.
12. Cunningham, M. R., & Wu, C.-H. (1995), “Their ideas of beauty are, on the whole, the same as ours”: consistency and variability in the cross-cultural perception of female physical attractiveness. *Journal of Personality and Social Psychology*. 68 (2), 261–279.
13. Dellinger, K., a Williams Ch. (1997). Makeup at work: Negotiating Appearance Rules in the Workplace. *Gender & Society*. 11 (2), 151 -157.

14. Dion, K. K., Berschied, E., & kol. (1972), What is beautiful is what is good. *Journal of Personality and Social Psychology*. 24, 285 – 290.
15. Drapela, V., J. (2011). *Přehled teorií osobnosti*. 6.vyd. Praha: Portál.
16. Ebelová K., (2012), *Maska v proměnách času a kultur*. Praha: Grada.
17. Erban, V., (2010), *Maska a tvář. Hra s identitou v mezikulturních proměnách*. Praha: Malá Skála.
18. Etcoff, N. L. (2002), *Proč krása vládne světu*. Praha: Columbus.
19. Etcoff, N. L., Stock, S., Haley, L. E., Vickery, S. a., & House, D. M. (2011). Cosmetics as a feature of the extended human phenotype: Modulation of the perception of biologically important facial signals. *PLoS ONE*, (10) 6, 1–10.
20. Evans, D., & Zarate, O. (2002), *Evoluční psychologie*. 1. vyd. Praha: Portál.
21. Feingold, A. (1992), Good-looking people are not what we think. *Psychological Bulletin*. 111, 304-341.
22. Feřteková, V. (1994), *Kosmetika v teorii a v praxi*. 1. vyd. Praha: Maxdorf.
23. Fialová, L. (2001), *Body image jako součást sebepojetí člověka*. 1. vyd. Praha: Karolinum.
24. Fink, B., & Penton-Voak, I. (2002), Evolutionary psychology of facial attractiveness. *Current Directions in Psychological Science*. 11, 154 – 158.
25. Fink, B., Neave, N., Manning, J. T., & Grammer, K. (2006), Facial symmetry and judgements of attractiveness, health and personality. *Personality and Individual Differences*. 41 (3), 491–499.
26. Fraňková, S., & Klein, Z. (1997), *Úvod do etologie člověka*. 1. vyd. Praha: HZ Systém.
27. Furnham, A., & Reeves, E. (2006), The relative influence of facial neoteny and waist-to-hip ratio on judgements of female attractiveness and fecundity. *Psychology, Health, & Medicine*, 11, 129–141.
28. Galton, F. (1878), Composite portraits made by combining those of many different persons into a single figure. *Nature*. 18, 97 – 100.
29. Gordan, S., (2000), *Body image. Psychologie nespokojenosti s vlastním tělem*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing.
30. Graham, J. A., & Jouhar, A. J. (1981), The effects of cosmetics on person perception. *International Journal of Cosmetic Science*, 3 (5), 199 – 210.

31. Guéguen, N. (2012), Does red lipstick really attract men? An evaluation in a bar. *International Journal of Psychological Studies*, 4 (2), 206 – 209.
32. Guéguen, N. (2012), Makeup and menstrual cycle: near ovulation, women use more cosmetics. *The Psychological Record*, 62, 541 – 548.
33. Guéguen, N., & Jacob, C. (2011), Enhanced female attractiveness with use of cosmetics and male tipping behavior in restaurants. *Journal of Cosmetic Science*, 62, 283 – 290.
34. Guéguen, N., & Jacob, C. (2012), Lipstick and tipping behavior: When red lipstick enhance waitresses tips. *International Journal of Hospitality Management*, 31 (4), 1333 – 1335.
35. Helus, Z., (2011), Úvod do psychologie. Učebnice pro střední školy a bakalářská studia na VŠ. 1. vyd. Praha: Grada
36. Hendl, J. (2005), Kvalitativní výzkum: Základní metody a aplikace. Praha: Portál.
37. Chorvátová, Z. (1983), *Kozmetikou ku kráse*. 1. vyd. Martin: Osveta.
38. Jandová K. (2013), Make-up a líčení se jako genderová praktika (Bakalářská práce). Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni.
39. Jeffreys, S. (2005), *Beauty and misogyny*. New York: Routledge
40. Jones, A. L., Kramer, R. S. S., & Ward, R. (2014), Miscalibrations in judgements of attractiveness with cosmetics. *Quarterly Journal of Experimental Psychology*. 67 (10), 2060–2068.
41. Kadlecová, K. (2006), Ženské časopisy pro pokročilé: literární interpretace a kritická analýza diskurzu měsíčníku Marianne. Liberec: Bor
42. Kalick, S. M., & kol. (1998), Does human facial attractiveness honestly advertise health? Longitudinal data on an evolutionary question. *Psychological Science*, 9 (1), 8 – 13.
43. Knappová, V. (2012), Modernizace obsahu vzdělávání v oboru Kosmetické služby (Bakalářská práce). Brno: Masarykova univerzita.
44. Korichi, R., & kol. (2008), Why women use makeup: Implication of psychological traits in makeup functions. *Journal of Cosmetic Science*, 59 (1), 127 – 137.
45. Korichi, R., & kol. (2011), Relation between facial morphology, personality and the functions of facial make-up in women. *Journal of Cosmetic Science*, 33 (4), 338 – 345.

46. Košťálová, D., (2010), Vliv fyzické atraktivity na sebehodnocení (Diplomová práce). Brno: Masarykova univerzita.
47. Langlois, J. H., & Roggman, L. A. (1990), Infants' differential social responses to attractive and unattractive faces. *Developmental psychology*, 26 (1), 153 – 159.
48. Langlois, J. H., & Roggman, L. A. (1991), Facial diversity and infant preferences for attractive faces. *Developmental Psychology*, 27 (1), 79 – 84.
49. Langlois, J. H., Roggman, L. A. (1990), Attractive Faces Are Only Average. *Psychological science*, 1 (2), 115 – 121.
50. McCombs, M. E., (2009), Agenda setting: nastolování agendy: masová média a veřejné mínění. Praha: Portál.
51. Mikuláščík, M. (2007), *Komunikační dovednosti v praxi*. Praha: Grada.
52. Mrňousková, M. (2010), Líčení a genderová subjektivita (Diplomová práce). Praha: Univerzita Karlova v Praze.
53. Mulhern, R., & kol. (2003), Do cosmetics enhance female Caucasian facial attractiveness? *International Journal of Cosmetic Science*, 25, 199 – 205.
54. Nakonečný, M. (1999), *Motivace lidského chování*. 1. vyd. Praha: Academia
55. Nash, R., & kol. (2006), Cosmetics: They influence more than Caucasian female facial attractiveness. *Journal of Applied Social Psychology*. 36 (2), 493 – 504.
56. Nevolová T. (2015), Znaky biologické kvality v obličeji: efekt líčení u žen (Bakalářská práce). Praha: Univerzita Karlova.
57. Ogilvie, M. (2005), The semiotics of visible face make-up: The masks women wear. Edith Cowan University.
58. Ondrová, E. (2016), Ideál ženství: krása na povrchu i uvnitř (Diplomová práce). Brno: Masarykova univerzita.
59. Peiss, K. (1999), The Making of Americas Beauty culture. *An Owl Book*. New York: Perception, 38 (8), 1211 – 1219.
60. Pivoňková, V. (2009), Obličej. In V. Blažek & R. Trnka, *Lidský obličej*. Praha: Karolinum.
61. Plháková, A. (2003), *Učebnice obecné psychologie*. Praha: Academia.
62. Regan, P. C. (2011), Cinderella revisited: women's appearance modification as a function of target audience sex and attractiveness. *Social Behavior and Personality*, 39 (4), 563 – 576.

63. Rozsivalová, V. (2010), *Kosmetika* I. 2. vyd. Praha: Informatorium.
64. Russell, R. (2009), A sex difference in facial contrast and its exaggeration by cosmetics. New York: Perception.
65. Samson, N., Fink, B., & Matts, P. J. (2010), Visible skin condition and perception of human facial appearance. *International Journal of Cosmetic Science*, 32 (3), 167 – 184.
66. Silverio, S. A., & Lauren A. (2009), A Research Paper Presented to the Faculty of the Department of Occupational and Technical Studies. Old Dominion University
67. Šrámková, L. (2012), *Atraktivita tváře a hodnocení přestupků* (Dizertační práce). Olomouc: Univerzita Palackého
68. Švaříček, R., & Šedřová, K. (2007), *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách*. Praha: Portál.
69. Thornhill, R., & Gangestad, S. W. (1999), The scent of symmetry: A human sex pheromone that signals fitness? *Evolution and Human Behavior*, 20 (3), 175-201.
70. Ueda, S., & Koyama, T. (2011), Influence of eye make-up on the perception of gaze direction. *International Journal of Cosmetic Science*, 33, 514 – 518.
71. Urbanová M. (2006), *Sociální kontrola a právo*. Plzeň: Aleš Čeněk.
72. Vágnerová, M. (2010), *Psychologie osobnosti*. Praha: Karolinum.
73. Valuchová, P. (2015), *Krásný holky. Neformální kontrola žen prostřednictvím vzhledu*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého.
74. Viktorinová, I. (2013), *Žena jako protivník: manifest sexismu v časopise Maxim* (Diplomová práce). Praha: Univerzita Karlova.
75. Výrost J., Slaměník, I. (1997), *Sociální psychologie*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing.
76. Wolf, N. (2000), *Mýtus krásy*. Bratislava: Aspekt.
77. Beautycheck, (2001-2019) Kindchenschema. Zdroj:
<http://www.beautycheck.de/cmsms/index.php/kindchenschema>
78. Beautycheck, (2001-2019) Merkmale eines schönen Gesichts. Zdroj:
<http://www.beautycheck.de/cmsms/index.php/merkmale-schoener-gesichter>
79. Beautycheck, (2001-2019) Symmetrie. Zdroj:
<http://www.beautycheck.de/cmsms/index.php/symmetrie>
80. Beautycheck, (2001-2019) Beautycheck - Schönheit ist messbar! Zdroj:
<http://www.beautycheck.de/cmsms/>

81. Mellor, A. (2004, 13. srpna). A history of cosmetic: A vanity affair. Zdroj: <https://make-up.lifetips.com/newsletter/2004/8/13/the-history-of-cosmetics-a-vanity-fair-by-arden-mellor/index.html>
82. Šrámková, L. (2011, 20.2), Atraktivita a důvěryhodnost. Zdroj: <https://e-psycholog.eu/clanek/123>
83. Shahbandeh, M. (2017, 4.5) Frequency of makeup use among consumers in the United States. Zdroj: z <https://www.statista.com/statistics/713178/makeup-use-frequency-by-age/>.
84. Food and Drug Administration, (2017, 15. listopadu). Makeup. Zdroj: <https://www.fda.gov/cosmetics/cosmetic-products/makeup>.