

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

Filozofická fakulta

Katedra asijských studií

BAKALÁŘSKÁ DIPLOMOVÁ PRÁCE

Estetické úpravy očí na Taiwanu

The aesthetic eye enhancements in Taiwan

OLOMOUC 2024 Klára Hejčlová

Vedoucí práce: **Mgr. Tereza Švarcová**

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně a uvedla veškeré použité prameny a literaturu.

V Olomouci

Podpis

Anotace

Jméno a příjmení autora: Klára Hejčlová

Název fakulty a katedry: Filozofická fakulta, Katedra asijských studií

Název diplomové práce: Estetické úpravy očí na Taiwanu

Vedoucí diplomové práce: Mgr. Tereza Švarcová

Počet znaků: 70 519

Počet stran: 51

Počet příloh: 0

Počet použitých zdrojů: 92

Tato bakalářská práce zkoumá estetické úpravy očí na Taiwanu. Zaměřuje se na význam očí v asijských standardech krásy a zkoumá vliv médií, kultury, známých asijských osobností a trendů na preference zákroků. V rámci práce jsou popsány úpravy od jednoduchých neinvazivních metod, jako jsou tzv. pásky na oční víčka, lepidla na dvojitá oční víčka nebo barevné kontaktní čočky, po složité chirurgické invazivní zákroky, jako je blefaroplastika. Práce se také věnuje marketingu daných metod na Taiwanu a jejich dostupnosti. Hlavním cílem této práce je popsat rozmanitou řadu metod používaných ke zlepšení vzhledu očí na Taiwanu.

Klíčová slova: Taiwan, estetické úpravy, blefaroplastika, pásky na oční víčka, barevné kontaktní čočky, dvojitý záhyb očního víčka, lepidlo na dvojitá oční víčka

Ráda bych poděkovala Mgr. Tereze Švarcové za inspiraci a cenné rady, kterými mi byla nápomocná nejen při psaní této práce, ale i během studia.

Obsah	
Ediční poznámka	6
Úvod.....	7
1. Pojem krása	8
1.1 Ideál krásy v Asii.....	9
2 Kulturní a společenské faktory ovlivňující estetické preference Asiatů.....	11
2.1 Vliv západní kultury.....	11
2.2 Role médií a sociálních médií	12
2.3 Dnešní trendy v Asii.....	13
2.4 Vliv známých asijských osobností	14
3 Neinvazivní úpravy očních víček na Taiwanu.....	16
3.1 Pásky na oční víčka 雙眼皮貼 (shuāng yǎnpí tiē).....	16
3.2 Lepidlo na dvojité oční víčka 雙眼皮膠 (shuāng yǎnpí jiāo).....	19
3.3 Marketing neinvazivní úpravy očních víček na Taiwanu	21
4 Blefaroplastika na Taiwanu	23
4.1 Blefaroplastika horních víček.....	24
4.2 Chirurgické metody asijské blefaroplastiky	25
4.3 Rekonvalescence	28
4.4 Rizika spojená se zákrokem	29
4.5 Estetické kliniky na Taiwanu	30
4.6 Cenové rozmezí blefaroplastiky na Taiwanu	32
5 Barevné kontaktní čočky 彩色隱形眼鏡 (cǎisè yǐnxíng yǎnjìng).....	33
5.1 Dostupnost čoček a jejich cenové rozmezí.....	35
5.2 Marketing barevných kontaktních čoček na Taiwanu.....	36
5.3 Frekvence nošení barevných čoček.....	38
5.4 Zdravotní rizika týkající se nošení čoček	39
Závěr.....	40
Resumé.....	41
Seznam obrázků	42
Bibliografie:	44

Ediční poznámka

V této bakalářské práci jsou zahrnuty tradiční znaky čínského písma, které se běžně používají na Taiwanu. Za každým znakem je v závorce uvedena oficiální transkripce pinyin. Tato kombinace tradičních znaků a pinyinu umožňuje čtenářům snadnější porozumění obsahu a zároveň respektuje historickou a kulturní hodnotu jazyka.

Úvod

Estetické úpravy očí jsou jednou z nejvyhledávanějších kosmetických procedur v dnešní společnosti, a to nejen na Taiwanu, ale i ve světě jako celku. Důvodem k jejich vyhledávání mohou být různé faktory, od osobního sebevědomí až po vnější tlaky společnosti. Taiwan se v posledních desetiletích stal jedním z významných center estetické chirurgie, zejména pokud jde o estetické úpravy očí.

Tato práce je zaměřena na význam očí v rámci asijského standardu krásy a zkoumá vliv západní kultury, médií, dnešních trendů v Asii a vliv známých asijských osobností. Přibližně polovina asijské populace nemá dvojitý záhyb očního víčka (Nguyen et al. 2009), z toho důvodů mnoho Asiátů vyhledává různé metody, jak vzhledu dvojitého očního víčka dosáhnout.

Hlavní motivací pro napsání této práce byl můj roční pobyt na Taiwanu, při kterém jsem se s estetickými úpravami očí setkávala prakticky každý den. Jelikož v České republice nejsou tyto metody běžné, inspirovalo mě to k napsání této práce, aby i česká veřejnost měla o těchto estetických úpravách povědomí. Tato práce zkoumá, jaké faktory motivují jednotlivce na Taiwanu k úpravám očí a jaké jsou nejčastější techniky a postupy v této oblasti. Mezi zákroky patří například blefaroplastika neboli plastická operace očních víček, ale také neinvazivní metody jako jsou pásky na oční víčka, lepidlo na oční víčka nebo barevné kontaktní čočky.

Cílem této práce je detailně popsat invazivní i neinvazivní estetické úpravy očí na Taiwanu. V práci čerpám informace nejen ze svého pobytu na Taiwanu, ale především z odborných článků zabývajících se tímto tématem, sociálních sítí a taiwanských webových stránek.

1. Pojem krása

Pojem krása se dá v dnešním světě jen velmi těžko specifikovat. Pro každého jedince může znamenat slovo krása něco jiného. Někdo si krásu spojí jen se vzhledem a někdo se naopak zaměřuje na krásu vnitřní. Krásné mohou být jak živé bytosti, tak i neživé věci. Krásu lze definovat například jako kvalitu fyzické přitažlivosti (The Britannica Dictionary 2023). Početné sociální a psychologické studie prokázaly, že souzvuk obličeje a těla hraje v našem společenském životě velmi důležitou roli (Bottino a Laurentini 2010).

Ačkoliv někteří lidé stojí za názorem, že na kráse nezáleží, je statisticky dokázáno, že krásní lidé jsou považováni za úspěšnější jak ve svém osobním, tak i pracovním životě a zároveň jsou také vnímáni jako chytřejší a inteligentnější a mají tendenci si brát krásné partnery a jsou častěji zaměstnáváni a povyšováni, tím pádem dostávají lepší hodnocení výkonu (Vashi 2015). Pokud někdo normy krásy nesplňuje, může se potýkat v průběhu života s různými nepříjemnostmi. Například Maxfield (2019) ve své práci popisuje, že lidé, kteří jsou považováni za méně atraktivní, jsou častěji shledáváni vinnými a dostávají delší tresty. Rozsáhlý výzkum zjistil, že vnímání atraktivity je vrozené, přičemž lidské bytosti mají zděděnou schopnost rozlišovat atraktivního od nepřitažlivého člověka (Maymone 2019).

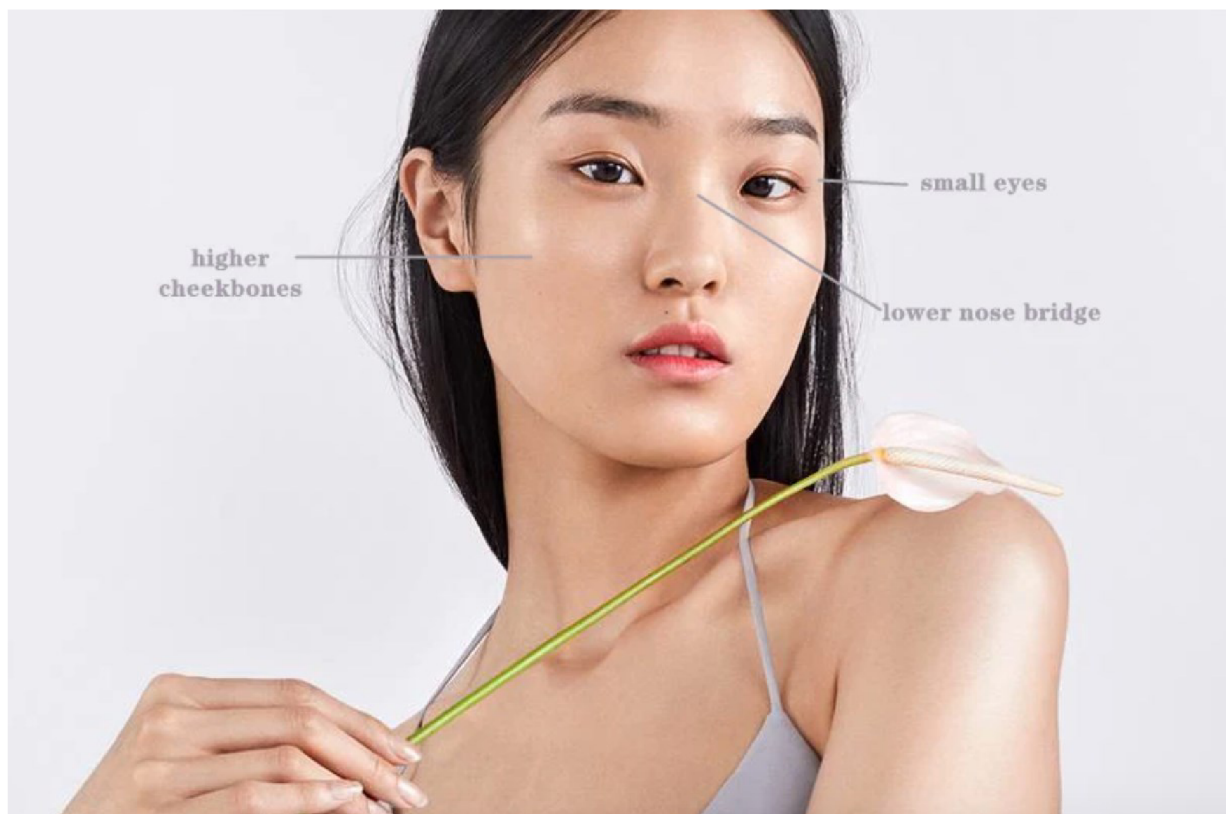
Jedním z hlavních aspektů krásy je symetrie. Podle Maymone (2019) byla role obličejové symetrie vždy považována za prvořadou. Novější výzkumy ale toto tvrzení vyvrací a tvrdí, že proporcionální rysy obličeje mohou mít ve vnímání krásy důležitější roli než samotná symetrie (Harrar et al. 2018)

Za další hlavní aspekt přitažlivosti je považována barva pleti (Shroff et al. 2018). Podle Said a Todorov (2011) byla konkrétně světlá pleť historicky v mnoha kulturách preferovaná. V současné době mezi mnoha kulturami lidé s tmavší pletí používají takzvané produkty pro zesvětlení pleti ke zlepšení celkového vzhledu (Del Giudice a Yves 2002).

Za zmínku stojí i mladistvý vzhled, který také patří k důležitým faktorům přitažlivosti obličeje (Bashour 2006). Podle Maestriperi (2014) jsou ženy s juvenilními rysy vnímány za atraktivnější než ženy staršího vzhledu.

1.1 Ideál krásy v Asii

Populace východní, jihovýchodní a střední Asie jsou nehomogenní a každá má své jedinečné obličejové vlastnosti (Wu 2020). Podle Liew (2016) a Venkatesh (2019) mají Asiaté obvykle širší obličej s menší vertikální výškou, který je plochý nebo vyduť v mediální horní čelisti a chybí mu výstupek obočí, nosu a brady. Ve srovnání s bělochy mají větší objem podočnicové oblasti (Dimitrov a Kroumpouzos 2023). Čínští lékaři estetické medicíny dávají přednost srdcovému/obrácenému trojúhelníkovému tvaru obličeje se sníženou spodní výškou, rovným a malýmnosem a rty, které jsou mediálně plné a postranně se zužují s dobře ohraničenými okraji (Samizadeh 2019).



Obrázek 1: Vlastnosti asijského obličeje

Zajímavým zjištěním u asijské populace je, že přestože mají malý nebo chybějící záhyb očního víčka, vnímají jej jako atraktivnější (Dimitrov a Kroumpouzo 2023). To může vysvětlovat, proč je blefaroplastika neboli plastická operace očních víček, jedním z nejběžnějších estetických zákroků prováděných na asijském kontinentu (Hwang 2014). Pro Asiaty je také jedním ze standardů krásy bílá pleť (Spyropoulou 2020). Vysoké používání léků na zesvětlení kůže je mezi

Asiaty tudíž velmi oblíbené, jelikož se předpokládá, že léky zvyšují atraktivitu a přináší socioekonomické výhody (Shroff et al. 2018). Na Taiwanu se mnoho lidí i v tom nejteplejším počasí zakrývá, nosí dlouhé rukávy a dlouhé nohavice a často mívá i pokrývku hlavy. Vše převážně proto, aby se neopálili a jejich pleť zůstala co nejsvětlejší. Co se týče tvaru a velikosti těla, obojí jsou neoddělitelné součásti lidské krásy, přičemž hubená postava je převládajícím standardem krásy ve většině asijských kultur (Dimitrov a Kroumpouzos 2023). Poměr pasu a boků je považován za univerzální měřítko fyzické přitažlivosti (Hong 2009).

2 Kulturní a společenské faktory ovlivňující estetické preference Asiátů

Estetické preference v Asii jsou rozličné a jsou utvářeny bohatou rozmanitostí kulturních, historických a sociálních faktorů. Je důležité si uvědomit, že Asie je rozlehlá a kulturně různorodá a zahrnuje země s odlišnými tradicemi, jazyky a zvyky. Existují však některé zastřešující kulturní a sociální faktory, které mohou ovlivnit estetické preference v mnoha asijských společnostech. V důsledku globalizace, která je v dnešním světě prakticky nevyhnutelná, je velmi jednoduché zjistit trendy v různých zemích. Co se týče východoasijských zemí, je jedním z důležitých faktorů vliv západní kultury.

2.1 Vliv západní kultury

K západním ideálům krásy patří především štíhlost a výška, dlouhé vlasy, světlá pleť, velká prsa, velké oči, malý nos a vysoké lícní kosti (Mckay et al. 2018). Moderní standard krásy žen v Asii se může shodovat s eurocentrickými ideály. Například východoasijské standardy krásy zdůrazňují velké oči, malý nosní můstek a bílou pleť, což může vyvolat nátlak na asijskou mládež, která se poté snaží přizpůsobit standardu krásy, který není vlastní jejich vlastní kultuře (Chen 2020). Jedním z vlivů může být například i vyobrazování západních modelek v asijských reklamách, které nastavuje "nerealistický eurocentrický ideál krásy", což nutí asijské ženy používat metody k dosažení tohoto ideálu (Zhang 2013). Některé asijské ženy tedy podstupují plastické operace, aby napodobily vzhled západních žen (Alibhai-Brown 2010).

Jedná se například o již zmíněné metody jako je blefaroplastika nebo zesvětlování kůže. Bílá pleť byla v asijských kulturách vždy považována za zásadní prvek při vytváření ženské krásy, jelikož byla spojována s vyšším společenským postavením, a tudíž byla tradiční čínské kultuře zafixována po staletí (Zhang 2012). Zároveň ale kromě historických standardů byla současná kultura krásy bělosti ovlivněna také západní kolonizací a jejími důsledky (Chen 2021).

V případě blefaroplastiky se také můžeme setkat s dvojím názorem. Například Kaw (1993) ve své práci cituje doktora Smitha, který tvrdí, že "Společenským důvodem, proč Američané asijského původu chtějí mít dvojitá víčka, je nepochybně pokračující kontakt se západní kulturou a vědomí, že horní víčko bez záhybu má tendenci působit ospalým dojmem, a proto pacient vypadá nudněji." Druhým názorem je, že asijské ženy podstupují operace dvojitých očních víček jen za

účelem docílení mladistvého a roztomilého vzhledu (Chen 2020). Jedná se tedy o diskutabilní téma, v rámci kterého někteří zastávají názor, že jsou asijské pacienty ovlivněny západní kulturou, nebo naopak jiní zastávají názor, že jsou Asiaté ovlivněni svou osobní kulturní preferencí.

2.2 Role médií a sociálních médií

Média, včetně tradičních forem, jako jsou televize, časopisy, noviny nebo platformy sociálních médií, hrají významnou roli při utváření vnímání krásy v Asii. Konkrétně vliv sociálních médií na standardy krásy je dynamický a podléhá neustálým kulturním, společenským a technologickým změnám. V dnešní době se může prakticky každý člověk prezentovat na internetu. Velmi populární jsou influenceri, přičemž každý se může specializovat na něco jiného. Co se týče krásy, lze nalézt na sociálních sítích nespočetně videí, ve kterých se lidé zajímají o módu, make-up a různé jiné estetické úpravy. Díky globalizaci je snadné zjistit, jaké jsou trendy v jiných zemích a díky reakcím lidí lze vidět, zda jsou tyto trendy oblíbené či nikoliv. Napříč celým světem se pořádají soutěže krásy, kterých se účastní převážně hubené dívky. Nespokojenost s tělem, která je významným rizikovým faktorem pro poruchy příjmu potravy, je například v Japonsku mezi mladými ženami obzvláště vysoká (Chisuwa a O'dea 2010). V televizi, časopisech i v novinách se vyskytují převážně atraktivní ženy a atraktivní muži. Tito lidé jsou upraveni různými profesionály a maskéry, kterým daná úprava zabere čas. Ve světě sociálních médií dnes existují různé obličejové filtry, díky kterým se člověk reálně zkrášlovat nemusí, ale ve finální fotografii vypadá už upraveně.

Na Taiwanu mají platformy sociálních médií jako Instagram, Facebook a YouTube stále větší vliv na utváření trendů a ideálů krásy. Taiwanští influenceri a tvůrci obsahu sdílejí kosmetické tipy, návody na líčení a postupy péče o pleť, které sleduje velké publikum. Tito influenceri často předvádějí pestrou škálu kosmetických stylů, které uspokojují různé preference a trendy (Càitíngtíng 2019). Již zmíněné obličejové filtry jsou na Taiwanu také velmi oblíbené. Tyto filtry, které používají lidé různých věkových kategorií, dokáží okamžitě odstranit všechny nedokonalosti, jako například různá znaménka nebo pihy (Měijī 2024). To je pro mnoho Taiwanců velmi výhodné a pohodlné, ale zároveň tato média a sociální média na Taiwanu čelí také kritice za udržování nerealistických ideálů krásy (Yèxínglíng 2023.) Existují obavy z dopadu silně upravovaných a filtrovaných obrázků na platformách sociálních médií a také z tlaku, který na jednotlivce vyvíjejí, aby vyhověli určitým standardům krásy (Yèxínglíng 2023).

2.3 Dnešní trendy v Asii

Asie je velmi rozsáhlá oblast, tudíž v každé asijské zemi se můžeme setkat s různými trendy. Již jmenovaná ideální představa o bílé pleti je také aktuálním východoasijským trendem. Pokud svítí slunce, což je například na Taiwanu velmi běžné, mnoho lidí se zahaluje a snaží se, aby mělo každou část těla zakrytou. Vysoká teplota je neodradí od toho, aby nosili oblečení s dlouhými rukávy a dlouhými nohavicemi. Dostupnost opalovacích krémů na Taiwanu je ve srovnání s evropskými zeměmi omezena. Tato skutečnost pravděpodobně souvisí s tím, že díky častému zahalování pokožky není SPF v takové míře potřeba. Asiáté však patří mezi největší spotřebitele přípravků určených k zesvětlení pleti a toto odvětví je (zejména v Asii a Africe) jedním z nejrychleji rostoucích segmentů celosvětového kosmetického průmyslu, přičemž marketingoví prognostici předpokládají, že do roku 2024 dosáhne jeho hodnota až 31,2 miliardy USD (Mohiuddin 2019). Současné významy bílé kůže jsou ovlivněny západními ideologiemi i tradičními asijskými hodnotami (Li et al. 2008). Podle Chen (2020) se například i ideální představa o světlé pleti vyvinula z představy o třídě, kdy se od bohatých žen neočekávalo, že budou pracovat, a proto mohly zůstat uvnitř a nevystavovat svou pleť slunci, tudíž zůstávaly neopálené.

Co se týče plastických operací, jedněmi z nejčastějších zákroků v Asii jsou rhinoplastika a již zmíněná blefaroplastika. Rhinoplastika neboli plastika nosu je v Asii stále rozšířenější, avšak celkový počet operací je nižší než u blefaroplastiky (Hong 2009). Tato operace se provádí u pacientů s vrozenými anomáliemi, traumatickými deformacemi nosu, deformacemi nosní stěny nebo pro změnu estetického vzhledu pacienta (Muslu a Demir 2019). Cílem rhinoplastiky je vytvořit především přirozeně vypadající a atraktivní nos, který harmonicky splyne s obličejem. Ačkoliv hlavní principy různých technik rhinoplastiky platí stejně pro asijský nos, asijská rhinoplastika je jedinečná díky odlišné anatomii asijského nosu a etnické příslušnosti (Jin a Won 2016).

Rostoucí poptávku po blefaroplastice lze přičíst rostoucímu přijímání kosmetických úprav v asijských kulturách a přílivu imigrantů ovlivněných západní společností a estetikou (Kikkawa a Kim 1997). Podle Paik (2020) mají asijstí pacienti také velmi často souběžné funkční problémy vyplývající ze zvláštní anatomie asijského horního víčka. Tím pádem nemusí Asiáté podstupovat tento druh operace primárně kvůli ovlivnění západní společností, ale kvůli tomu, aby odstranili funkční problémy.

Jižní Korea má významný vliv na trendy krásy jak v Asii, tak i v celém světě. V rámci estetických úprav se v Jižní Koreji setkáváme s pojmem K-beauty neboli korejská krása. Díky nárůstu popularity korejského zábavního průmyslu, který je často označován jako korejská vlna neboli "Hallyu" (Han a Jo 2019), se lidé stále více setkávají na obrazovkách s korejskými zpěváky, herci a influencery. Jung a Hwang (2016) ukazují na vliv korejských celebrit na prodej korejských kosmetických výrobků. Korejské celebrity jsou zbožňovány mnoha fanoušky po celém světě, a to především díky svému atraktivnímu vzhledu. Jedním z dominantních aspektů vzhledu korejských celebrit je jejich mladistvá a zdravá pleť (Kwon 2018, Lee et al. 2019), což podněcuje fanoušky k tomu, aby si korejské produkty na pleť a postupy péče o pleť spojovali s žádoucím vzhledem celebrit (Jung 2016).

V rámci momentálních trendů stojí za zmínku i Japonsko a jeho velmi populární japonské anime. Zjednodušeně řečeno se jedná o japonské kreslené filmy, které nejsou nutně určené jen pro děti. Japonští animátoři se zaměřují i na témata jako láska a smrt, válka a mír, historickou minulost a vzdálenou budoucnost (Drazen 2014). Anime je velmi oblíbené i na Taiwanu, kde jsou jím lidé ovlivněni natolik, že se snaží stylizovat do jednotlivých postav. Například si kupují stejné oblečení nebo se podobně líčí.

2.4 Vliv známých asijských osobností

Asijské osobnosti mají vliv na estetiku na Taiwanu v mnoha oblastech, včetně módy, krásy, filmu a hudby. Jejich vliv lze vidět na globální úrovni, přičemž mnoho lidí se inspiruje jejich stylem a vzhledem.

Jedněmi z oblíbených osobností v Asii jsou Korejci a jejich již zmíněné "Hallyu". Velmi populární jsou především jihokorejští zpěváci a zpěvačky, a to nejen v Asii. Jedněmi z nejznámějších jsou například skupiny jako BTS, EXO, Seventeen, Stray Kids, nebo z dívčích zástupců například Blackpink, Twice nebo Red Velvet. Tyto jihokorejské hvězdy inspirují miliony lidí po celém světě. Jejich obdivovatelé se snaží vypadat jako oni a kupují díky tomu různé produkty, jako například korejskou kosmetiku, která je teď díky tomu velmi populární.

Nejen zpěváci, ale například i herci, modelové nebo influenceři ovlivňují vnímání krásy v Asii. Mimo Jižní Koreu najdeme zástupce známých osobností také například v Japonsku, kde je velmi slavnou modelkou a herečkou Kiko Mizuhara (水原希子), která natočila reklamu pro značku Levi's a byla obsazena do role hlavní hrdinky filmu *Noru-uei no mori* (Yamada 2018). Podle některých zdrojů Kiko Mizuhara podstoupila operaci nosu i blefaroplastiku. Ačkoliv samotná

modelka toto tvrzení nikdy nepotvrdila, i tak se danými fotografiemi mohou inspirovat mladí lidé a samotné operace mohou následně podstoupit, aby docílili podobnosti se slavnou modelkou.

Dále se v Číně můžeme setkat například se jménem Xiao Wen Ju (雎晓雯, Jū Xiǎo Wén), první modelkou čínského původu, která se stala tváří Marca Jacobse (Lim 2012). Xiao Wen Ju se také stala tváří značky Vogue, pro kterou natočila na platformu YouTube video o tom, jak pečuje o svou pleť ⁽¹⁾. Lidé se tedy mohou videem inspirovat a nakoupit případnou kosmetiku, kterou čínská modelka používá. Xiao Wen Ju také ve svém videu používá čínskou metodu Gua sha (刮痧, guā shā). Gua sha je terapeutická metoda, při které dochází ke ztlačování kůže pomocí nástroje s hladkým, plochým okrajem (Domingues 2020). V dnešní době je tato metoda nejčastěji používána k řešení kosmetických problémů, jako jsou například mimické vrásky (Domingus 2020).

Dále je na Taiwanu velmi známý taiwanský zpěvák Jay Chou (周杰倫, Zhōu Jiélún), který je nejen zpěvákem, ale také hercem a režisérem, známým pro svůj jedinečný styl a vliv na módní trendy (Fung 2008). Manželkou zpěváka je též známá taiwanská herečka a modelka Jen Wu (武誼蓁, Wǔ Yìzhēn), jinak známá také jako Hannah Quinlivan. Jen Wu má svou vlastní řadu kosmetických barevných kontaktních čoček, pojmenovanou Quinlivan (Quinlivan, 2024). Toto je jen několik příkladů, ale existuje i mnoho dalších asijských osobností napříč různými odvětvími, které významně přispěly k utváření standardů krásy a trendů v Asii.

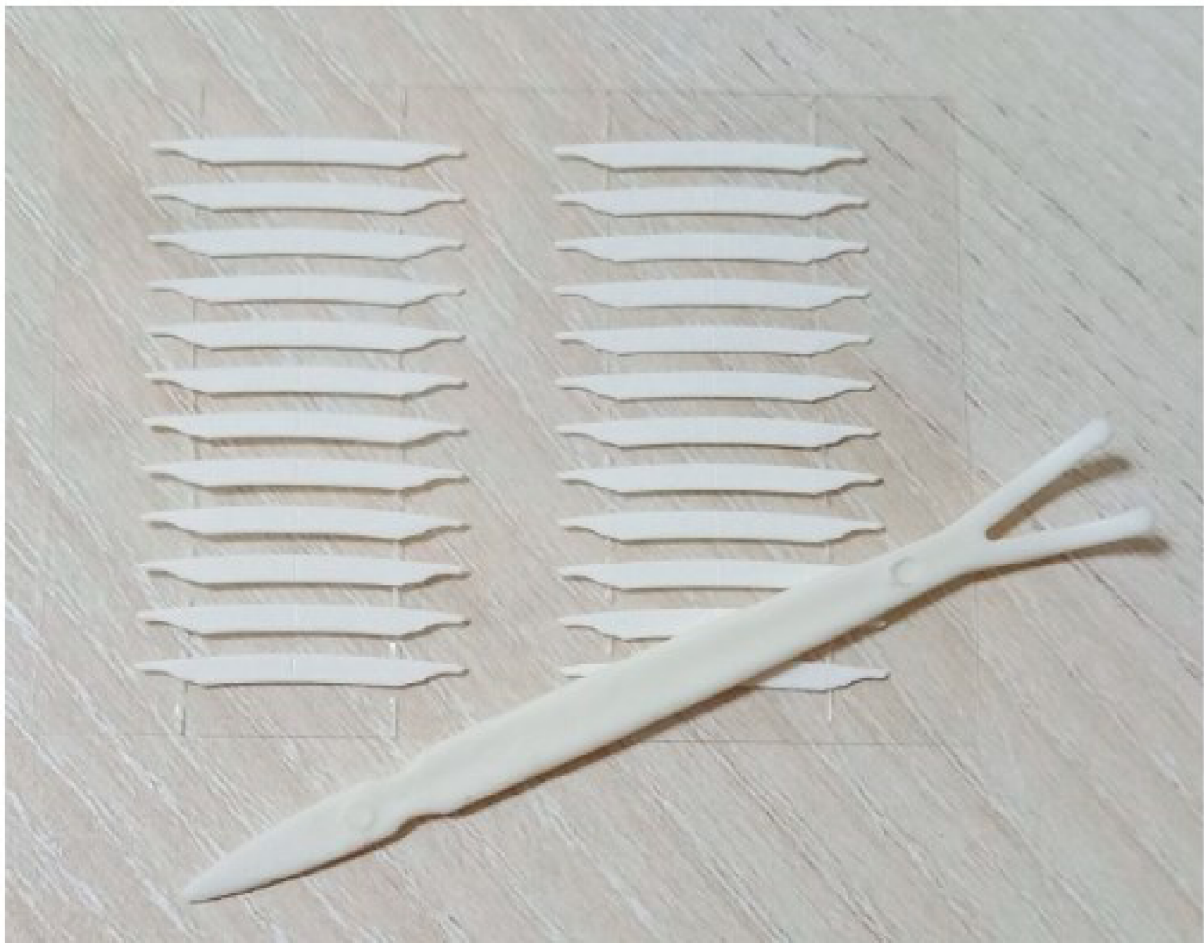
¹ Model Xiao Wen Ju's 9 – Step Nighttime Skincare Routine | Beauty Secrets | Vogue, c2024

3 Neinvazivní úpravy očních víček na Taiwanu

Neinvazivní úpravy očních víček jsou ty, u kterých nedochází k proniknutí do těla a poškození tkání. Mezi výhody patří například to, že člověk nemusí podstupovat nákladné operace, a nemusí procházet ani obdobím rekonvalescence. Výhodné to také může být pro mladistvé, jelikož v nízkém věku invazivní operace podstupovat nemohou, tím pádem je pro ně neinvazivní úprava dostupnější. Mezi nejpoužívanější neinvazivní úpravy očních víček na Taiwanu patří pásy na oční víčka a double eyelid glue, neboli lepidlo na dvojitá oční víčka.

3.1 Pásy na oční víčka 雙眼皮貼 (shuāng yǎnpí tiē)

Pásy na oční víčka jsou na Taiwanu velmi populární. Tyto pásy na oční víčka, někdy také překládané jako samolepka na oční víčka, jsou kosmetickým doplňkem, používaným k vytvoření vzhledu dvojitého víčka. Používání těchto pásek je odlišné od chirurgických zákroků, jelikož pásku lze odstranit a efekt není trvalý (Yong 2020). Páska neboli samolepka je obvykle vyrobena z lékařského lepidla a je přiložena na víčko tak, aby vytvořila záhyb, což vede ke zdánlivému vzhledu dvojitého víčka. Dodává se v různých tvarech, velikostech a s různou silou lepidla, aby vyhovovala různým tvarům víček a preferencím (Yong 2020).



Obrázek 1: Samolepky na oční víčka s aplikátorem

Někteří Taiwanci používají pásku na dvojité víčko denně, aby získali výraznější záhyb víčka, zatímco jiní ji používají jen při zvláštních příležitostech nebo událostech. Zatímco pásky na oční víčka jsou obecně považovány za bezpečnou variantu pro dočasné použití, dlouhodobé nebo nesprávné používání může potenciálně vést k různým zdravotním problémům, jako například k podráždění pokožky nebo k alergické reakci (Wan 2016).

Na Taiwanu jsou tyto pásky k prodeji skoro v každé drogerii, tudíž jsou pro uživatele velmi dostupné. Co se týče druhů a kvality, je v obchodech na výběr od levnějších až po ty dražší, kvalitnější. Nejznámějšími výrobci těchto pásek na oční víčka jsou Korejci a Japonci. Ti dováží své produkty na Taiwan a Taiwanci si je poté mohou koupit například ve známém řetězci drogerií Watsons (屈臣氏, Qūchénshì). Dostupná je v tomto řetězci například značka KAMERIA (凱蜜莉菴, Kǎimìlīlā) která prodává pásky na oční víčka hned v několika variantách. Liší se například ve

velikosti nebo počtu pásek. Taiwanští zákazníci tak mají možnost vybrat si přesný typ pásek, který vyhovuje jejich tvaru očí.



Obrázek 2: Dlouhotrvající neviditelná oboustranná páska na oční víčka

Na stránkách Watsons je také k nalezení přesný návod, jak by se měly tyto pásky aplikovat na víčko. Instrukce jsou popsány hned v několika krocích, kdy v závěrečném kroku může uživatel vidět, jak by jeho oční víčko mělo po aplikaci pásky vypadat.

使用方法



Obrázek 3: Instrukce

Pásky se ve většině případů prodávají s aplikátorem, díky kterému dochází k jednoduššímu a bezpečnějšímu nanesení pásky. Pásky bývají neviditelné, tudíž většinou není poznat, že ji má uživatel na sobě, což je pro mnoho uživatelů velkou výhodou, jelikož oční víčka pak vypadají přirozeně.

3.2 Lepidlo na dvojitá oční víčka 雙眼皮膠 (shuāng yǎnpí jiāo)

Stejně jako u pásek na oční víčka je i u lepidla na dvojitá oční víčka hlavním cílem vytvořit dojem vzhledu dvojitého víčka. Toto lepidlo je používáno zákazníky jak z estetických důvodů, tak například i k dosažení konkrétního vzhledu make-upu. Lepidlo na víčka obvykle lehce přilne na kůži, aniž by způsobilo podráždění nebo poškození. Lepidlo je často transparentní nebo barvy kůže, takže stejně jako u pásek na oční víčka je i lepidlo prakticky neviditelné. Na trhu existují různé typy lepidla na víčka, včetně voděodolných typů pro delší nošení nebo hypoalergenní možnosti pro uživatele s citlivou pokožkou. V již zmíněné známé drogerii Watsons na Taiwanu se opět můžeme setkat s mnoha variantami těchto lepidel. Podle Watsons je jednou z nejoblíbenějších značek na Taiwanu japonská značka KOJI eye talk (經典雙眼皮膠, Jīngdiǎn shuāng yǎnpí jiāo).

eye talk 人氣款！eye talk經典雙眼皮膠 KOJI
全新改版新上市！

改良版
✓耐水性UP
✓接著力UP

RENEW!

自然なふたえ
かんたんメイク
ひとえ・奥ふたえの方に

eye talk
KOJI

eye talk經典雙眼皮膠

全面升級！
改良版
✓耐水性UP
✓接著力UP

Point 1 接著力提升 約20%!
黏著力：
260±50gw→320±50gw

Point 2 耐水性約提升 2倍！
沾水3分鐘後的接著力：
約45gw→約90gw

Point 3 添加保濕成分
玻尿酸鈉・柚子萃取物

※ gw = 力量單位

Obrázek 4: KOJI eye talk

Na stránkách Watsons se také uživatel může dočíst, jak správně lepidlo aplikovat a následně také odstranit. Také je tam napsáno, jak postupovat v případě alergické reakce. Stejně jako pásky na oční víčka, tak i lepidlo se prodává ve většině případů s aplikátorem. Jak se ale zákazník může na stránkách dočíst, aplikátor v tomto případě neslouží k nanesení lepidla, ale uživatel ho má použít až po nanesení lepidla, aby docílil ideálního tvaru víčka, viz obrázek č. 5. Velmi důležité je lepidlo odstranit předtím, než jde uživatel spát. Může se tak vyvarovat nepříjemné kožní reakce nebo jiných zdravotních problémů.



Obrázek 5: Jak používat lepidlo k docílení vzhledu dvojitých víček

3.3 Marketing neinvazivní úpravy očních víček na Taiwanu

Marketing je především o zákaznících, kteří jsou nezbytnou složkou marketingového systému (Kotler 2007). Jedná se tedy o proces, který je zaměřený na uspokojování potřeb zákazníka. V dnešním světě se jedná obzvláště o reklamy, se kterými se člověk setkává prakticky každý den. Zákazník na reklamu může narazit jak na internetu, tak i ve výlohách samotných obchodů, přičemž hlavními osobami vyobrazenými v reklamách jsou převážně lidé asijského původu. Na Taiwanu jsou výlohy plné různých reklam, které se snaží upoutat zákazníka. Většinou se jedná o nějaké slevy, které zákazníka lákají s vidinou toho, že může ušetřit.

Jak u pásek na oční víčka i u lepidla na oční víčka očekává zákazník přibližně stejný výsledek. Velmi důležité u těchto produktů je, aby vydržely na očích co nejdéle a aby nebyly tolik viditelné. Výrobce se snaží zapůsobit na zákazníka například vypsáním několika hlavních výhod, které dané lepidlo má (obrázek č. 4) Například v prvním bodě se může zákazník dočíst, že je lepidlo přilnavější až o 20 procent. V druhém bodě je zmíněna odolnost vůči vodě, která je zvýšena přibližně dvakrát. Třetí pod zákazníka informuje o tom, že lepidlo obsahuje přidané hydratační složky.

Výrobci se snaží produkty propagovat pomocí slov, kterými lákají potenciální zákazníky. Jedná se například o slova jako přilnavost, voděodolnost a hydratace. Přilnavost je velmi důležitá, jelikož zaručuje zákazníkovi, že produkt na pleti déle vydrží. Hydratace je u asijské populace velmi

oblíbená, což dokazuje i fakt, že spousta Taiwanců jsou zvyklé pít denně horkou vodu. (Huárén wéi shén me ài hē rè kāishuǐ 2024). Tím pádem i slovo hydratace je důležité a jeho zdůraznění tak napomáhá k zaujetí potenciálního zákazníka.

4 Blefaroplastika na Taiwanu

Pojem Blefaroplastika, uveden poprvé v roce 1818 Karl Ferdinand von Gräfe, byl vysvětlen jako technika použita k opravě deformit způsobených rakovinou očních víček (Rees 1986). Blefaroplastika, neboli plastická operace očních víček, může být funkční i kosmetickou procedurou navrženou k navrácení mladistvějšího, jasnějšího a energičtějšího vzhledu očí (Subramanian 2008). Původ slova je z řečtiny, kdy blepharon – znamená oční víčka a plastikos znamená formovat (Subramanian 2008). Blefaroplastika je tedy chirurgický zákrok běžně známý jako plastická operace očních víček. Zákrok lze provést jak na horních, tak i na dolních víčkách. Tato operace očních víček je jedním z nejběžnějších estetických zákroků prováděných v Asii (Hwang a Spiegel 2014). Taiwan v tomto případě není výjimkou.

Na Taiwanu se horní blefaroplastika stala jednou z nejčastěji prováděných omlazovacích operací (Fang a Liao 2013). Pokud se tedy člověk nespokojí s již zmíněnými neinvazivními úpravami očí, může podstoupit chirurgický zákrok. Ten je ale oproti neinvazivní úpravě očí nákladnější a pacient poté musí počítat s určitou rekonvalescencí.



Obrázek 6: Snímek před a po zákroku

4.1 Blefaroplastika horních víček

Jednou z nejznámějších je blefaroplastika horních víček, která je jedním z nejčastěji prováděných chirurgických zákroků v estetické chirurgii (Hollander 2019). Tento druh operace je zaměřen na odstranění přebytečné kůže, svalů a tukových usazenin, které mohou způsobit pokles nebo otoky (Naik 2009). Operace horních víček může vrátit očím mladistvější vzhled. Jelikož se jedná o jeden z nejžádanějších chirurgických zákroků, řada pacientů ho nevnímá jako velký chirurgický zásah a očekává tak perfektní výsledky bez komplikací a rychlé zotavení (Yang 2017). Pro dosažení těchto optimálních výsledků je nezbytné pečlivé předoperační vyšetření a správná operační technika pro minimalizaci komplikací (Yang 2017). Předoperační vyšetření pacienta by mělo zahrnovat oční anamnézu, včetně údajů o zraku, korekčních čočkách, úrazech, alergických reakcích nebo také údaje o nadměrném slzení a suchých očích (Naik 2009).



Obrázek 7: Blefaroplastika horních očních víček

Na obrázku č. 7 je zobrazen postup zákroku blefaroplastiky horních očních víček, kdy je jasně vidět již zmíněné odstranění přebytečné kůže. Naik (2009) ve své práci doporučuje pacientům po operaci, aby po dobu tří dnů používali ledové obklady na místech zákroku, aby se minimalizoval pooperační otok, a aby po dobu dvou týdnů používali lokální oční mast na místa řezu.

Přibližně 50 procent osob asijského původu nemá záhyb horního víčka (Nguyen et al. 2009). Existuje druh blefaroplastiky, díky kterému nejenže dochází k odstranění přebytečné kůže, ale zároveň díky zákroku dochází k vytvoření zmíněného záhybu očního víčka. Tomuto zákroku se

říká dvojitá blefaroplastika očních víček, často hovorově označovaná jako "asijská blefaroplastika" kvůli její převaze u východoasijského etnika (Wong et al. 2023). První zprávu o operaci dvojitých víček podal v roce 1896 japonský lékař devatenáctého století Mikamo (Mikamo 1997). Ačkoli je tento kosmetický zákrok často označován jako snaha o dosažení "západnějšího" vzhledu, nejstarší popis blefaroplastiky dvojitých víček daleko předcházel vlivu západu na asijskou kulturu (Wong et al. 2023). Z pohledu své doby představovala Mikamova operace odvážný prostředek k dosažení krásy a pokus učinit ze západní estetické chirurgie uznávané odvětví japonské medicíny (Mikamo 1997). Dvojitá blefaroplastika víček je dobrovolný zákrok, který je indikován u všech pacientů, kteří nemají záhyb očního víčka a přejí si větší a kulatější vzhled očí (Wong et al. 2023). Zákrok dvojitého víčka nezbaví jedince jeho etnické identity nebo charakteristického vzhledu, je tedy nezbytné si uvědomit, že vytvoření dvojitého víčka není synonymem pro vytvoření "západního víčka", ale jde spíše o snahu dosáhnout rovnováhy při vytváření víčka, které je esteticky příjemné v kontextu anatomie, kultury a cílů pacienta (Motaparathi 2010).

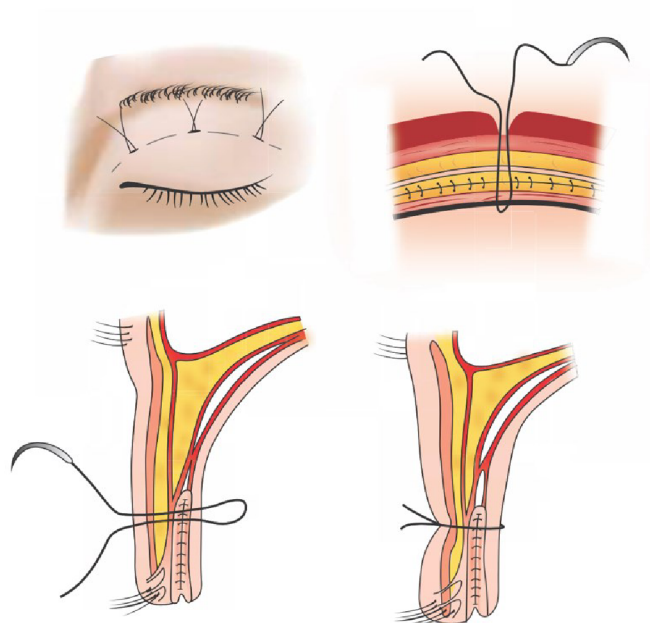
4.2 Chirurgické metody asijské blefaroplastiky

Podle Wong (2023) lze techniky asijské blefaroplastiky rozdělit do dvou kategorií. První kategorií je technika podvazování stehem. V rané lékařské literatuře z konce 90. let 19. století je popsáno, že japonský chirurg Mikamo použil techniku podvazování stehů, která byla modifikována z chirurgického postupu určeného ke korekci entropia (Mikamo 1997). Entropium (obrázek č. 8) je běžná vada víček, při níž se okraj víčka stáčí dovnitř proti oku, přičemž pokud se tento stav neléčí, může způsobit dráždivé příznaky, jako je například oční diskomfort nebo dokonce ztrátu zraku (Bomfim et al. 2010).



Obrázek 8: Entropium

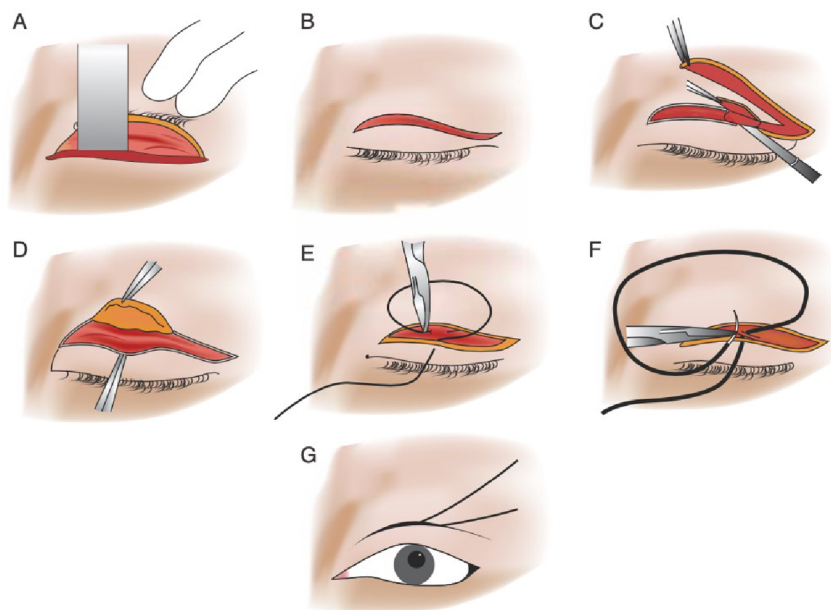
Jeho první záznam o asijské blefaroplastice podrobně popisuje použití tří stehů, z nichž každý byl od sebe vzdálen 3, 6 až 8 mm nad okrajem víčka, a byl odstraněn po 4 až 6 dnech (Wong et al. 2023). Od Mikamovy doby vzniklo mnoho modifikací, ale základní principy techniky podvazování stehů zůstaly zachovány (Wong 2023). Tato metoda podvazování stehem zahrnuje průchozí steh horního víčka, který vytvoří požadovaný záhyb stlačením tkání víčka (Leung et al. 2016). Metoda podvázání stehů zahrnuje umístění tří stehů skrz všechny vrstvy horního víčka (Mikamo 1997). Tři značení stehů se běžně provádí 6–8 mm nad okrajem víčka ve střední třetině, středním bodu a laterální třetině, aby se vytvořil zakřivený okraj se třemi tečkami, kde se vytvoří záhyb, viz obrázek č. 9 (Nguyen et al. 2009). V místě značení se v lokální anestezii provede malý řez o délce 1–2 mm, po kterém se obvykle provede steh přes tkáňové vrstvy horního víčka (Nguyen et al. 2009).



Obrázek 9: Metoda podvazování stehem

Jednou z hlavních nevýhod této metody je neschopnost udržet linii přehybu v průběhu času; tento problém běžně postihuje pacienty s nadměrným podkožním tukem, který staví stehy pod ohromné napětí, což vede k jejich případnému uvolnění (Leung et al. 2016). Proto je tato technika nejvhodnější pro pacienty s tenčí kůží a menším množstvím tuku na očních víčkách (Nguyen et al. 2009).

Druhou technikou asijské blefaroplastiky je chirurgické odstranění nadměrné tkáně víčka, jako je kůže nebo podkožní tuk s následným sešitím spodní části kůže horního víčka (Flowers a Lueprapai 2009). Leung (2016) ve své práci uvádí, že pozice řezu musí být pečlivě naplánována a označena, což vyžaduje správné pochopení požadovaného výsledku pacienta. Obecně se středová značka provádí 6–8 mm nad okrajem víčka, aby se vymežila výška požadovaného ohybu víčka (Nguyen et al. 2009).



Obrázek 10: Chirurgické odstranění nadměrné tkáně víčka

Po uvázání počátečního stehu v polovině zornice jsou pacienti požádáni, aby otevřeli oči s pohledem dopředu, díky tomu lze šití upravit tak, aby se vytvořila požadovaná linie záhybu (Leung et al. 2016). Jakmile je chirurg spokojen s napětím sutury, umístí se zbývající dva stehy (Lam 2007). U pacientů s menším přebytkem kůže očních víček, tuku nebo svalů však lze použít mikrořez, který usnadňuje rychlejší zotavení a menší pooperační otoky (Chee a Choo 2011). Podle Leung (2016) je výhodou této chirurgické techniky vytváření trvalejšího a dynamičtějšího záhybu víčka; je však technicky náročnější, s delší dobou zotavení a potenciálními komplikacemi.

4.3 Rekonvalescence

Pooperační péče se může lišit v závislosti na typu prováděné operace a volbě chirurga (Leung et al. 2016). Je tedy důležité pečlivě dodržovat pokyny chirurga pro optimální hojení a výsledky. Pacient by si měl ihned po operaci přikládat na postižené místo ledový obklad a pokračovat tak po dobu jednoho dne ke snížení otoku a tím ke zlepšení hojení. Hlava by měla být držena zvednutá pomocí polštářů (Flowers a Lueprapai 2009). Stehy se obvykle odstraňují po sedmi dnech, ale pokud se lékaři zdá hojení pomalé, může je tam nechat i déle (Chen 2015). Podle Chen (2015) by mělo asi 80 procent pooperačních otoků zmizet týden po odstranění stehů nebo 2 týdny po operaci. Otok je tedy po operaci běžný a postupně se zlepšuje během prvního týdne. Pacientům se dále v

pooperačním režimu nedoporučuje čtení, sledování televize nebo používání počítače, dále by se měl pacient vyhnout používání kosmetiky na řezné rány a stezích a měl by aplikovat antibiotickou mast čtyřikrát denně po dobu 7 dnů (Chen 2015).



Obrázek 11: Stehy 7 dní po zákroku

4.4 Rizika spojená se zákrokem

Jedním z pooperačních rizik může být například krvácení. Krvácení se může objevit do 48 hodin po operaci a může být důsledkem otevření krevních cév kašláním, kýčáním nebo námahou (Leung 2016). Pokud dojde ke krvácení, céva musí být ucelena a musí být odstraněny veškeré sraženiny, protože krvácení, pokud se neléčí, může vést k oslepnutí (Weng 2009). Další častou komplikací je nerovnoměrná výška nebo tvar očních víček (Kikkawa a Kim 1997). Přibližně 7 % pacientů má pooperačně nadměrně vysoké oční záhyby (Nguyen et al. 2009). Mezi potenciální rizika blefaroplastiky patří také nadměrné odstranění kůže, což má za následek nepřírozený vzhled očního víčka (Hsu a Jen 2012). Hsu (2012) také tvrdí, že přestože lze vzhled horního víčka s určitým zlepšením upravit pomocí výplní, chirurgická korekce víčka je obtížná. Nadměrné odstranění může také způsobit vážné komplikace, jako jeлагоftalmus nebo mnohočetné rýhy (Kruavit 2009). Lagoftalmus je neúplné nebo vadné uzavření očních víček (Correia Pereira a Firmato Glória 2010). Podle Pereira (2010) může vést neschopnost mrkat a účinně zavřít oči například k obnažení rohovky.

4.5 Estetické kliniky na Taiwanu

Odhadovaný počet výkonů horní blefaroplastiky provedených na Taiwanu je přibližně 60-80 tisíc výkonů ročně (Hsu 2014). Přesný počet estetických klinik na Taiwanu není známý. Jednou z oblíbených klinik na Taiwanu je klinika CHICING Plastic Surgery Taiwan (群英整形外科診所, Qúnyīng zhěngxíng wàikē zhěnsuǒ). Tato klinika má hned několik poboček, a to v hlavním městě Taipei (臺北, Táiběi), dále také v Taichungu (臺中市, Táizhōng shì) nebo v Kaohsiungu (高雄, Gāoxióng). CHICING Plastic Surgery Taiwan byla založena v roce 2009 a stala se jednou z největších klinik plastické chirurgie na Taiwanu (Qúnyīng zhěngxíng wàikē zhěnsuǒ 2020). Ve svých propagačních materiálech dávají důraz především na dlouholetou zkušenost s kosmetickou chirurgií. Některé údaje má tato klinika na svých stránkách přeložené i do angličtiny, tím pádem je stránka přizpůsobena i pro zájemce ze zahraničí. Na stránkách jsou vypsány jednotlivé zákroky, kdy krom blefaroplastiky může zájemce v rámci této kliniky podstoupit například i operaci nosu, poprsí nebo dokonce i vaginoplastiku. Kromě jednotlivých zákroků si zájemce může vybrat ze seznamu chirurgů, který by mu vyhovoval nejvíce. Na stránkách této kliniky jsou k dohledání i recenze pacientů a fotografie před a po zákroku.



Obrázek 12: Webové stránky CHICING Plastic Surgery Taiwan

Další kladně hodnocenou klinikou na Taiwanu je klinika Wish Aesthetic Surgery Clinic (知美整形外科診所, Zhīměi zhěngxíng wàikē zhěnsuǒ). Webové stránky této kliniky jsou také kompletně přeloženy do angličtiny, jsou tedy opět přizpůsobeny i pro zájemce, kteří neovládají čínský jazyk. Tato klinika, nacházející se v Taipei, má na svých webových stránkách informace nejen o tom, jaké konkrétní zákroky provádí, ale je zde také dopodrobna vysvětleno, jak zákroky probíhají a jaké konkrétní materiály lékař na daný zákrok použije (Zhīměi zhěngxíng wàikē zhěnsuǒ 2021). Zájemce se také může podívat na fotogalerii s fotkami před a po zákroku nebo jsou na webových stránkách k nalezení také videa o předoperačním vyšetření, aby klient věděl, co má očekávat. Zájemce si může sjednat konzultaci online vyplněním dotazníku, kde kromě osobních údajů zadává také jakou konkrétní proceduru by chtěl podstoupit a fotografii dané části těla, kterou by chtěl změnit.



Obrázek 13: Webové stránky Wish Aesthetic Surgery Clinic

Na Taiwanu existují ale i řada klinik, které se primárně zaměřují na taiwanské pacienty, a tudíž jejich webové stránky nejsou přeloženy do angličtiny. Jednou z takových klinik je například klinika La Mer Aesthetic Clinic (晶華醫美診所, Jīng huá yī měi zhěnsuǒ). Uspořádání webových stránek je velmi podobné jako u již zmíněných předchozích klinik. Zájemce se opět může dočíst jaké operace tato klinika nabízí, dále si může vybrat z devíti plastických chirurgů, nebo se může podívat na fotografie před a po zákroku (La Mer Aesthetic Clinic 2024).



Obrázek 14: Webové stránky La Mer Aesthetic Clinic

4.6 Cenové rozmezí blefaroplastiky na Taiwanu

Většina estetických klinik na svých stránkách neudává přesnou cenu zákroků. Náklady na operaci dvojitých víček se na Taiwanu mohou lišit v závislosti na preferencích pacienta, jako například kterou kliniku nebo nemocnici si pacient zvolí. Také velmi záleží na odbornosti chirurga nebo na tom, jaké materiály a přístroje ke své práci používá. Některé kliniky ale ceny na svých webových stránkách udávají. Například Nice Clinique (尼斯診所, Nísi zhěnsuǒ) uvádí, že cenové rozmezí operace dvojitých víček se pohybuje mezi 30 000 TWD až 80 000 TWD (21 800 Kč až 59 000 Kč). Podle TimeCamp se průměrný plat na Taiwanu pohybuje v rozmezí 45 000 TWD až 51 000 TWD (33 000 Kč až 37 000 Kč) (Average Salary in Taiwan 2023). Jedná se tedy o velké cenové rozpětí, kdy záleží individuálně na každém pacientovi, kterou kliniku si zvolí, jaký chirurg ho bude operovat a také záleží na jeho přirozeném tvaru očního víčka. Celkově lze ale říci, že vzhledem k průměrnému platu na Taiwanu je blefaroplastika považována za nákladnější operaci.

5 Barevné kontaktní čočky 彩色隱形眼鏡 (cǎisè yǐnxíng yǎnjìng)

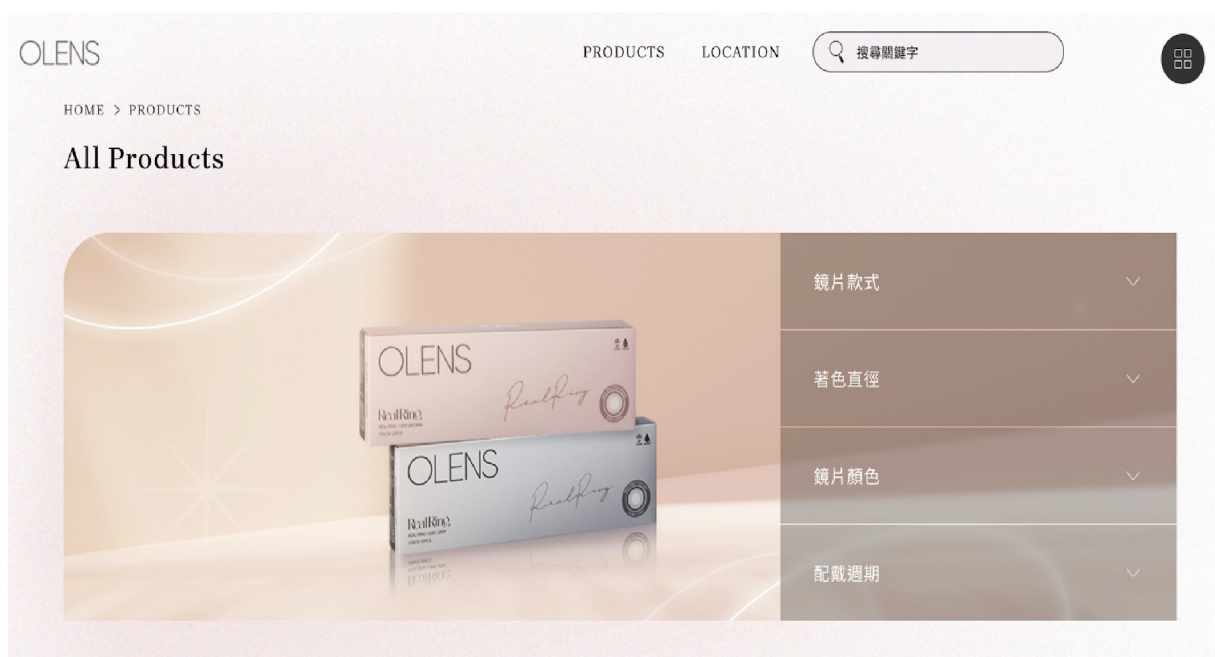
V posledních letech dochází k rychlému růstu odvětví kontaktních čoček s roční mírou růstu prodeje v asijských zemích 4,5 % (Chan et al. 2014). Ve většině východoasijských regionů, jako je Čína, Hongkong, Singapur, Taiwan a Korea, nyní přibližně jedna třetina všech uživatelů kontaktních čoček používá barevné čočky, což představuje explozivní růst, který významně přispěl k rozšiřování podílu barevných čoček na asijském trhu (Efron 2013). Většina nositelů barevných kontaktních čoček jsou teenageři a mladí dospělí, přičemž majoritu tvoří ženy (Hsu 2020). Díky efektu zvětšení duhovky a změny její barvy se barevné kontaktní čočky používají především ke kosmetickým účelům, přičemž hlavními uživatelkami barevných čoček jsou převážně mladé ženy a čočky jim často nepředepisují odborníci (Rah 2013). V důsledku toho se nesprávné používání výrobku stalo v mnoha zemích problémem (Jung 2016). Na Taiwanu jsou barevné kontaktní čočky populární a běžně dostupné. Lidé je nosí jako módní doplněk, aby změnili vzhled svých očí nebo aby například jejich oči ladily s různými outfity (Võ 2016). Barevné kontaktní čočky jsou k dispozici v různých prodejnách, včetně specializovaných prodejen, drogerií, lékáren a specializovaných online prodejců. Tyto čočky mohou být tedy zakoupeny jak v kamenném obchodě, tak online z pohodlí domova.

Barevné kontaktní čočky jsou k dispozici v různých typech a stylech. Mohou mít různé barvy, od přirozených odstínů až po více výrazné a zábavné vzory (obrázek č. 15). Zákazník má tak širokou škálu výběru. Pokud se zákazník rozhodne pro koupi barevných kontaktních čoček, měl by dbát především na bezpečnost a kvalitu čoček. Kvalitní kontaktní čočky by měly být vyrobeny z materiálů šetrných k očím a měly by splňovat bezpečnostní normy. Zákazník by se měl vyhýbat levným a nekvalitním čočkám, které by mohly způsobit podráždění nebo infekci oka (Berenson et al. 2019). Barevné kontaktní čočky se vyrábí jak dioptrické, tak i nedioptické. Znamená to tedy, že tyto barevné čočky může používat i zákazník bez jakékoliv vady oka. Je důležité mít na paměti, že i nedioptické kontaktní čočky by měly být předepsány a přizpůsobeny očním potřebám pacienta optometristou nebo očním lékařem (Berenson et al. 2019). Na Taiwanu jsou ale barevné kontaktní čočky volně dostupné, takže si je může zákazník koupit i bez předpisu. Je tedy jen na jeho uvážení, zda se před koupí poradí s lékařem.



Obrázek 15: Zábavný vzor čoček

Velmi oblíbenými a známými kontaktními čočkami na Taiwanu jsou barevné kontaktní čočky vyráběné v Jižní Koreji. Například jihokorejská značka OLENS má na Taiwanu hned 18 prodejen.



Obrázek 16: Webové stránky značky OLENS

Korejská značka OLENS má na svých webových stránkách na výběr z mnoha možností. Zákazník si může na stránkách vybrat z nespočtu barev a může i vidět, jak konkrétní barva kontaktní čočky vypadá na člověku (OLENS 2018). OLENS má na svých stránkách fotografie pouze asijských modelek, které jsou vyfoceny ve všech barvách kontaktních čoček, které značka nabízí. Dále si také zákazník může vybrat průměr kontaktní čočky. OLENS nabízí průměr od 11,88mm až 13,9mm. Je tedy na zákazníkovi, která velikost mu vyhovuje. Například jednou z nejprodávanějších barev čoček značky OLENS je ViVi Ring 1 Day Beige (obrázek č. 17). Jedná se o béžovou barvu čoček, přičemž jedno balení obsahuje 2 barevné kontaktní čočky. Cena tohoto balení je 550 TWD (400 Kč). Jedná se tedy o dražší značku, jelikož v běžné drogerii jsou barevné kontaktní čočky k dostání za menší cenu. V České republice je cena barevných čoček přibližně stejná jako na Taiwanu. Aplikace je stejná jako u běžných průhledných kontaktních čoček. Jak aplikovat tyto barevné kontaktní čočky může zákazník najít například i na platformě YouTube, kde někteří influenceři tyto barevné čočky používají a prezentují.



自然款	
ViVi Ring 1Day Beige	
週期	日拋
直徑	14.2mm
著色直徑	13mm
顏色	Beige
含水量	48%
基弧	8.7mm
價格	NT\$ 550元
查看銷售店家 >	

Obrázek 17: OLENS kontaktní čočky ViVi Ring 1 Day Beige

5.1 Dostupnost čoček a jejich cenové rozmezí

Barevné kontaktní čočky jsou k dispozici k zakoupení v různých prodejnách, včetně drogerií, specializovaných prodejen, lékáren a specializovaných online prodejců. Co se týče drogerií, tak i zmíněná drogerie Watsons také prodává volně dostupné barevné kontaktní čočky. Ačkoliv je na

svých webových stránkách Watsons nenabízí, v prodejnách mají velké množství druhů a barev, a tak si každý zákazník může vybrat jemu vyhovující. Mimo prodejny Watsons existují také i jiné drogerie, kde jsou barevné kontaktní čočky k dostání, jako například řetězec Poya (寶雅, Bǎo yǎ) nebo Cosmed (康是美, Kāng shì měi). Ani tyto dvě drogerie, ačkoliv nabízí v prodejnách barevné kontaktní čočky, je na svých webových stránkách neprezentují. Zákazník na stránkách ale může najít roztoky na kontaktní čočky, které jsou určeny k čištění, dezinfekci a uchovávání čoček.

Samostatných specializovaných obchodů prodávajících pouze barevné kontaktní čočky je na Taiwanu také mnoho. Kromě již zmíněné značky OLENS existují také například značky jako VLENS, LENS ME nebo ACUVUE (安視優, Ān shì yōu). Značka VLENS na svém webu uvádí, že má na Taiwanu 34 prodejen.

Cena barevných kontaktních čoček závisí na kvalitě, počtu, velikosti, značce nebo také na určené době nošení daných kontaktních čoček. Například taiwanská webová stránka IMEIME (隱形眼鏡 Yǐnxíng yǎnjing), která se specializuje na prodej barevných kontaktních čoček, uvádí na svých stránkách kompletní přehled cen všech čoček, které zprostředkovává (Imeime 2021). Ceny se na stránkách IMEIMEI pohybují od 75 TWD (55 Kč) až po 1000 TWD (730 Kč). Jedná se o různé značky a různé velikosti čoček, takže si každý zákazník může vybrat, které mu vyhovují nejvíce.

5.2 Marketing barevných kontaktních čoček na Taiwanu

Marketing barevných kontaktních čoček na je Taiwanu díky oblíbenosti čoček velmi propracovaný. Prodejci se snaží zaujmout nejen vzhledem a kvalitou kontaktních barevných čoček, ale také především jejich cenou. Snaží se propagovat barevné čočky zejména na svých webových stránkách, přičemž zákazníkům lákají většinou na nějaké slevové akce. Například při zobrazení webových stránek IMEIMEI na zákazníka vyskočí reklama na speciální akci, jejímž cílem je zaujmout a přimět zákazníka, aby na dané stránce výhodně nakoupil.



Obrázek 18: Akce na webových stránkách IMEIME

Na obrázku č. 18 stojí 買 (mǎi) CRUUM 送 (sòng) Tsuki (海報, Hǎibào), což v překladu znamená kup CRUUM a získej plakát s Tsuki. CRUUM je značka barevných kontaktních čoček a Tsuki je členka známé jihokorejské dívčí skupiny Billie (Envi 2022). Zpěvačka Tsuki na veřejnost bez barevných kontaktních čoček prakticky nevychází, čímž udává trend, kterým se její fanoušci inspiroují. Vzhledem k popularitě zpěvačky je pravděpodobné, že tato reklama mnoho lidí zaujme a daný produkt si koupí.

Je běžné, že jsou v reklamách často vyobrazováni známí influenceri, zpěváci nebo herci, kteří dané produkty propagují. Například velmi známá taiwanská influencerka a herečka Nini Ouyang (歐陽妮妮, Ōuyáng nī nī), která má na svém instagramovém účtu 878 tisíc sledujících, je propagátorkou barevných kontaktních čoček Xoonoox (obrázek č. 19). Skoro na každé své fotce má influencerka na sobě barevné kontaktní čočky, což může inspirovat její obdivovatele, kteří si dané čočky následně mohou koupit. Na většině fotografií propagujících barevné kontaktní čočky jsou zobrazené modelky asijského původu. I to může přispět k oblíbenosti u taiwanských zákazníků, jelikož se mohou s danými modelkami lépe ztotožnit.



Obrázek 19: Nini Ouyang a reklama na barevné kontaktní čočky

Kromě reklam na internetu se může zákazník setkat s různými akcemi na produkty přímo v kamenných prodejnách. Tyto akce se často mění a zákazník na ně prakticky denně narazí.

5.3 Frekvence nošení barevných čoček

Je na každém zákazníkovi, jak často bude barevné kontaktní čočky nosit. Na zmíněných webových stránkách, specializovaných na prodej barevných kontaktních čoček, může zákazník narazit na výhodné balíčky, ve kterých je dostatek kontaktních čoček na více než jeden den. Například značka OLENS na svých webových stránkách nabízí barevné kontaktní čočky jednodenní, dvoutýdenní, měsíční nebo 3-6měsíční (Olens 2018). Jednodenní kontaktní čočky jsou určeny jen na jeden den, takže je není nutné každou noc vyčistit a dezinfikovat, což může být pro řadu uživatelů pohodlné (Kanpolat a Ucakhan 2003). Pokud se ale zákazník rozhodne pro barevné kontaktní čočky určené na více než jedno použití, musí je každý den vyjmout, vyčistit a vydezinfikovat. Například značka OLENS nabízí 2týdenní balíček obsahující 4 kontaktní čočky, takže zákazník nosí týden jeden pár, který pravidelně každý večer čistí a po týdnu vymění čočky za druhý pár. Na stejném principu fungují i zbylé balíčky. Každý zákazník si tedy může vybrat, jak

často chce barevné kontaktní čočky nosit, a podle toho si je následně koupit, například v již zmíněných balíčcích.

5.4 Zdravotní rizika týkající se nošení čoček

Kvůli možnosti zakoupit barevné kontaktní čočky bez lékařského předpisu dochází k nedostatečnému školení uživatelů čoček, kterým není poskytnuto žádné oční vyšetření, služby následné péče, ani rady ohledně správného používání a péče o čočky (Chan 2015). V důsledku toho se tak neinformovaní nositelé čoček potýkají s akutními infekcemi a záněty ohrožujícími zrak (Steinemann 2005). Mezi další rizikové vlastnosti čoček patří větší tloušťka čočky, špatná propustnost kyslíku a nízký obsah vody, což vše může přispívat k nestabilitě očního povrchu a onemocnění (Yao 2011).

Příkladem může být dvacetiletá Taiwanka, která vyhledala lékařské ošetření kvůli rozmazanému vidění, červeným, oteklým a svědivým očím. Pacientka se zanícenými spojivkami uvedla, že po dlouhou dobu nosí jednorázové barevné kontaktní čočky a kvůli nedostatečnému školení se mylně domnívala, že týdenní jednorázové čočky je možné nosit týden bez vyjmutí (Cǎisè yǐnxíng yǎnjīng hèn wéixiǎn zhǎng dài kǒng shīmíng 2024).

Závěr

Estetické úpravy očí získávají v posledních letech na popularitě nejen na Taiwanu, ale i v celé východní Asii. Důvody, proč lidé úpravy očí vyhledávají mohou být různé. Někteří se snaží vyrovnat tzv. „západnímu ideálu krásy“, jiní jsou například ovlivněni momentálními trendy nebo celebritami. Vliv asijských celebrit, které podstupují estetické úpravy očí, je na Taiwanu velmi silný, jelikož je prezentují prostřednictvím sociálních sítí a ovlivňují tak své obdivovatele, kteří se jimi nechávají inspirovat.

Nejznámější a nejrozšířenější metodou se stala blefaroplastika, jelikož zaručuje, na rozdíl od neinvazivních metod, trvalý výsledek. Naopak neinvazivní úpravy jako například pásky na oční víčka, lepidlo na oční víčka nebo barevné kontaktní čočky získaly svoji popularitu především díky promyšlenému marketingu a známým osobnostem, které dané metody propagují. Mezi výhody neinvazivních úprav patří například to, že člověk nemusí podstupovat nákladné operace, a nemusí procházet obdobím rekonvalescence, jako je tomu u zmíněné blefaroplastiky. Nejen jednoduchost, ale také dostupnost neinvazivních úprav očí přispívá k větší rozšířenosti těchto metod.

Případných zdravotních rizik je u neinvazivních metod na rozdíl od blefaroplastiky méně, jelikož nedochází k zásahu do těla. Ačkoliv rizik spojených s blefaroplastikou je podstatně více, mnoho lidí si to díky její rozšířenosti neuvědomuje. Dochází tak k tomu, že řada pacientů blefaroplastiku nevnímá jako velký chirurgický zásah a očekává tak perfektní výsledky bez komplikací a rychlé zotavení.

Popularita estetických úprav očí na Taiwanu roste. Jejich studium a porozumění mohou přispět k širší diskusi o kráse, identitě a společenských normách, které formují vnímání těla a sebevědomí jednotlivců. Tato práce je pouze jakýmsi vhledem do této problematiky a mohla by posloužit jako podnět pro další výzkum, který by mohl být například zaměřen na hlubší zkoumání psychologických a sociálních důsledků estetických úprav očí na jednotlivce i na společnost jako celek. Mohlo by být zajímavé provést dlouhodobé studie sledující dopady těchto zákroků na sebevědomí a vnímání identity jednotlivců.

Resumé

This bachelor thesis deals with the aesthetic eye enhancements in Taiwan. The first part introduces the beauty ideal with a focus on Asian beauty, followed by cultural and social factors influencing Asians' aesthetic preferences, specifically the influence of Western culture, the role of media and social media, current trends in Asia, and the influence of famous Asian celebrities. The main body of the thesis consists of a description of various aesthetic treatments in Taiwan, ranging from non-invasive methods such as double eyelid tapes, double eyelid glue, and coloured contact lenses, to invasive methods such as blepharoplasty or double eyelid surgery.

Seznam obrázků

Obrázek 1: Vlastnosti asijského obličje Zdroj: <https://www.sojosvision.com/blogs/news/check-out-5-excellent-sunglasses-for-asian-faces> [cit. 2024-03-05]

Obrázek 2: Samolepky na oční víčka s aplikátorem Zdroj: YONG, Pui Theng, et al. Double eyelid tape wear affects anterior ocular health among young adult women with single eyelids. *International journal of environmental research and public health*, 2020, 17.21: 7701. [cit. 2024-03-05]

Obrázek 3: Dlouhotrvající neviditelná oboustranná páska na oční víčka Zdroj: https://www.watsons.com.tw/ka-me-ria-無痕單面雙眼皮貼-膚色款-3mm/p/BP_228413 [cit. 2024-03-05]

Obrázek 4: Instrukce Zdroj: https://www.watsons.com.tw/ka-me-ria-無痕單面雙眼皮貼-膚色款-3mm/p/BP_228413 [cit. 2024-03-05].

Obrázek 5: KOJI eye talk Zdroj: https://www.watsons.com.tw/koji-eye-talk-經典雙眼皮膠/p/BP_281548 [cit. 2024-03-06].

Obrázek 6: Jak používat lepidlo k docílení vzhledu dvojitých víček Zdroj: <https://tigerdog123.pixnet.net/blog/post/45508014> [cit. 2024-03-06].

Obrázek 7: Snímek před a po zákroku Zdroj: CHEN, William P. *Asian blepharoplasty and the eyelid crease*. Elsevier Health Sciences, 2015, 113.

Obrázek 8: Blefaroplastika horních očních víček Zdroj: NAIK, Milind N., et al. Blepharoplasty: an overview. *Journal of cutaneous and aesthetic surgery*, 2009, 2.1: 8.

Obrázek 9: Entropium Zdroj: DUTTON, Jonathan J. Entropion. *Oculofacial, Orbital, and Lacrimal Surgery: A Compendium*, 2019, 92.

Obrázek 10: Metoda podvazování stehem Zdroj: LEUNG, Billy Ching; LAU, Kimberley; HENDERSON, Hugo. Blepharoplasty—special focus on Asian blepharoplasty. *Textbook of Plastic and Reconstructive Surgery*, 2016, 379.

Obrázek 11: Chirurgické odstranění nadměrné tkáně víčka Zdroj: LEUNG, Billy Ching; LAU, Kimberley; HENDERSON, Hugo. Blepharoplasty—special focus on Asian blepharoplasty. *Textbook of Plastic and Reconstructive Surgery*, 2016, 381.

Obrázek 12: Stehy 7 dní po zákroku Zdroj: CHEN, William P. *Asian blepharoplasty and the eyelid crease*. Elsevier Health Sciences, 2015, 110

Obrázek 13: Webové stránky CHICING Plastic Surgery Taiwan Zdroj: <https://wishclinic.com.tw> [cit. 2024-03-18].

Obrázek 14: Webové stránky Wish Aesthetic Surgery Clinic Zdroj: <https://www.lamerclinic.com.tw> [cit. 2024-03-18].

Obrázek 15: Webové stránky La Mer Aesthetic Clinic Zdroj: <https://www.lamerclinic.com.tw> [cit. 2024-03-18].

Obrázek 16: Zábavný vzor čoček Zdroj: https://www.colouredcontacts.com/en_US/products/dragon-eye-colored-contact-lenses-30-day?_gl=1*1ekq67y*_up*MQ.*_ga*OTU1MDkwNTA0LjE3MTQzMjA3Njc.*_ga_K1PJT8SQBJ*MTcxNDMyMDc2NC4xLjAuMTcxNDMyMDc2NC4wLjAuMjkzMjA3MTI1*_ga_XQN1YTMEC3*MTcxNDMyMDc2NC4xLjAuMTcxNDMyMDc2NC4wLjAuMA.. [cit. 2024-03-26].

Obrázek 17: Webové stránky značky OLENS Zdroj: <https://www.olens.com.tw> [cit. 2024-03-26].

Obrázek 18: OLENS kontaktní čočky ViVi Ring 1 Day Beige Zdroj: <https://www.olens.com.tw> [cit. 2024-03-26].

Obrázek 19: Akce na webových stránkách IMEIME Zdroj: <https://www.imeime-cl.com/cc-809> [cit. 2024-03-25].

Obrázek 20: Nini Ouyang a reklama na barevné kontaktní čočky Zdroj: <https://www.instagram.com/niniouyang/?hl=cs> [cit. 2024-04-22].

Bibliografie:

Average Salary in Taiwan, 2023. *TimeCamp* [online]. [cit. 2024-04-08].

Dostupné z: <https://www.timecamp.com/average-salary/taiwan/>

ALIBHAI-BROWN, Yasmin. Why are Asian women aspiring to Western ideals of beauty. *The Independent*, 2010.

BASHOUR, Mounir. History and current concepts in the analysis of facial attractiveness. *Plastic and reconstructive surgery*, 2006. p. 741-756.

Beauty. Online. The Britannica Dictionary. Dostupné z: <https://www.britannica.com/dictionary/beauty>. [cit. 2023-11-29].

Berenson AB, Chang M, Hirth JM, Merkley KH. Use and misuse of cosmetic contact lenses among US adolescents in Southeast Texas. *Adolescent Health, Medicine and Therapeutics*. 2019. p. 1-6.

BOMFIM PEREIRA, Mario Genilhu; RODRIGUES, Murilo Alves; CARVALHO RODRIGUES, Silvia Andrade. Eyelid entropion. In: *Seminars in ophthalmology*. Taylor & Francis, 2010. p. 52-58.

BOTTINO, Andrea; LAURENTINI, Aldo. The analysis of facial beauty: an emerging area of research in pattern analysis. In: *Image Analysis and Recognition: 7th International Conference, ICIAR 2010, Póvoa de Varzim, Portugal, June 21-23, 2010. Proceedings, Part I 7*. Springer Berlin Heidelberg, 2010. p. 425-435.

CORREIA PEREIRA, Maria Valéria; FIRMATO GLÓRIA, Ana Luiza. Lagophthalmos. In: *Seminars in ophthalmology*. Taylor & Francis, 2010. p. 72-78.

DEL GIUDICE, Pascal; YVES, Pinier. The widespread use of skin lightening creams in Senegal: a persistent public health problem in West Africa. *International journal of dermatology*, 2002. p. 69-72.

DIMITROV, Dimitre; KROUMPOUZOS, George. Beauty perception: a historical and contemporary review. *Clinics in Dermatology*, 2023. p. 33-40.

DOMINGUES, Andrea Leite Barretto, et al. The Use of Gua Sha to Improve Facial Expression Lines and Wrinkles: A Case Study. *The Journal of Chinese Medicine*, 2020. p. 38-42.

DRAZEN, Patrick. *Anime Explosion!: The What? Why? and Wow! of Japanese Animation*. Stone Bridge Press, 2014.

EFRON, Nathan, et al. An international survey of daily disposable contact lens prescribing. *Clinical and Experimental Optometry*, 2013. p. 58-64.

- FANG, Yin-Han; LIAO, Wen-Chieh; MA, Hsu. Infraeyebrow blepharoplasty incorporated browpexy in an Asian population. *Annals of Plastic Surgery*, 2013. p. 20-24.
- FLOWERS, Robert S.; LUEPRAPAI, Montien. Blepharoplasty in the East Asian patient. *Aesthetic Plastic Surgery with DVD: Expert Consult: Online and Print*, 2009. p. 367.
- FUNG, Anthony. Western style, Chinese pop: Jay Chou's rap and hip-hop in China. *Asian Music*, 2008. p. 69-80.
- HAN, Ga-Young; JO, Seong-Chan. The Influence of Korea's National Image on Intention to Use Korean Wave Contents and Mediating Effect of the Korean Wave Fandom Identification: Focusing on Asian Consumers. *The Journal of the Korea Contents Association*, 2019. p. 296-305.
- HARRAR, Harpal; MYERS, Simon; GHANEM, Ali M. Art or science? An evidence-based approach to human facial beauty a quantitative analysis towards an informed clinical aesthetic practice. *Aesthetic Plastic Surgery*, 2018. p. 137-146.
- HOLLANDER, Maria HJ, et al. Functional outcomes of upper eyelid blepharoplasty: A systematic review. *Journal of Plastic, Reconstructive & Aesthetic Surgery*, 2019. p. 294-309.
- HONG, Young Jun, et al. Anthropometric analysis of waist-to-hip ratio in Asian women. *Aesthetic plastic surgery*, 2009. p. 185-190.
- HSU, Amy K.; JEN, Albert. Estimation of skin removal in aging Asian blepharoplasty. *The Laryngoscope*, 2012. p. 762-766.
- HSU, Chi-Hsin, et al. Ophthalmic plastic and orbital surgery in Taiwan. *Journal of the Chinese Medical Association*, 2014. p. 333-336.
- HSU, Min-Yen, et al. Assessment of ocular surface response to tinted soft contact lenses with different characteristics and pigment location. *International Journal of Optomechatronics*, 2020. p. 119-130.
- HWANG, Harry S.; SPIEGEL, Jeffrey H. The effect of “single” vs “double” eyelids on the perceived attractiveness of Chinese women. *Aesthetic surgery journal*, 2014. p. 374-382.
- CHAN, Ka Yin, et al. Surface pigments on cosmetic contact lenses and implications on safe contact lens wear. 2015.
- CHAN, Ka Yin; CHO, Pauline; BOOST, Maureen. Microbial adherence to cosmetic contact lenses. *Contact Lens and Anterior Eye*, 2014. p. 267-272.
- CHEE, Elaine; CHOO, Chai Teck. Asian blepharoplasty—an overview. *Orbit*, 2011. p. 58-61.
- CHEN, Melody. The racializing of beauty: The rise of Western beauty norms and self-esteem among Asian women. *NU Writing*, 2021. p. 1-16

CHEN, Toby, et al. Occidentalisation of beauty standards: Eurocentrism in Asia. *International Socioeconomics Laboratory*, 2020. p. 1-11.

CHEN, William P. *Asian blepharoplasty and the eyelid crease*. Elsevier Health Sciences, 2015.

CHISUWA, Naomi; O'DEA, Jennifer A. Body image and eating disorders amongst Japanese adolescents. A review of the literature. *Appetite*, 2010. p. 5-15.

JIN, Hong Ryul; WON, Tae-Bin. Rhinoplasty in the Asian patient. *Clinics in Plastic Surgery*, 2016. p. 265-279.

JUNG, Jaehee; HWANG, Choon Sup. Associations between attitudes toward cosmetic surgery, celebrity worship, and body image among South Korean and US female college students. *Fashion and Textiles*, 2016. p. 1-14.

JUNG, Ji Won, et al. Evaluation of pigment location in tinted soft contact lenses. *Contact Lens and Anterior Eye*, 2016. p. 210-216.

JUNG, Sun. K-pop, Indonesian fandom, and social media| Jung| Transformative Works and Cultures. *Transformative Works & Cultures*, 2011. p. 8.

KANPOLAT, Ayfer; UÇAKHAN, Ömür Ö. Therapeutic use of Focus® Night & Day™ contact lenses. *Cornea*, 2003. p. 726-734.

KAW, Eugenia. Steven Polgar Prize Essay (1991). Medicalization of racial features: Asian American women and cosmetic surgery. *Medical anthropology quarterly*, 1993. p. 74-89.

KIKKAWA, Don O.; KIM, Jonathan W. Asian blepharoplasty. *International ophthalmology clinics*, 1997. p. 193-204.

KOTLER, Philip, et al. *Moderni marketing*. Grada publishing as, 2007.

KRUAVIT, Arthi. Asian blepharoplasty: an 18-year experience in 6215 patients. *Aesthetic Surgery Journal*, 2009. p. 272-283.

KWON, Yoo Jin. The emergence of k-beauty: rituals and myths of Korean skin care practice. In: *International Textile and Apparel Association Annual Conference Proceedings*. Iowa State University Digital Press, 2018.

La Mer Aesthetic Clinic (晶華醫美診所), c2024. *La Mer Aesthetic Clinic (晶華醫美診所)* [online]. [cit. 2024-03-18]. Dostupné z: <https://www.lamerclinic.com.tw>

LAM, Samuel M. Asian blepharoplasty. *Operative Techniques in Otolaryngology-Head and Neck Surgery*, 2007. p. 267-272.

LEE, Jia En; GOH, Mei Ling; MOHD NOOR, Mohd Nazri Bin. Understanding purchase intention of university students towards skin care products. *PSU Research Review*, 2019. p. 161-178.

- LEUNG, Billy Ching; LAU, Kimberley; HENDERSON, Hugo. Blepharoplasty—special focus on Asian blepharoplasty. *Textbook of Plastic and Reconstructive Surgery*, 2016. p. 374.
- LI, Eric PH; MIN, Hyun Jeong; BELK, Russell W. Skin lightening and beauty in four Asian cultures. *ACR North American Advances*, 2008.
- LIEW, Steven, et al. Consensus on changing trends, attitudes, and concepts of Asian beauty. *Aesthetic plastic surgery*, 2016. p. 193-201.
- LIM, James. Unknown Asian Model Lands Marc Jacobs Spring Campaign. *The Cut* [online]. 2012, Dostupné z: <https://www.thecut.com/2012/01/unknown-asian-model-lands-marc-jacobs-ads.html>
- MAESTRIPIERI, Dario, et al. A greater decline in female facial attractiveness during middle age reflects women's loss of reproductive value. *Frontiers in Psychology*, 2014. p. 179.
- MAXFIELD, Charles M., et al. Bias in radiology resident selection: do we discriminate against the obese and unattractive?. *Academic Medicine*, 2019. p. 1774-1780
- MAYMONE, Mayra BC, et al. The malleability of beauty: perceptual adaptation. *Clinics in dermatology*, 2019. p. 592-596.
- MCKAY, Ashley; MOORE, Shannon; KUBIK, Wendee. Western beauty pressures and their impact on young university women. *International Journal of Gender and Women's studies*, 2018. p. 1-11.
- MEET BILLIE: THE K-POP GROUP WITH A MYSTICAL LORE, 2022. *ENVI* [online]. [cit. 2024-03-25]. Dostupné z: <https://web.archive.org/web/20220323134456/https://www.envimedia.co/meet-billie-the-k-pop-group-with-mystical-lore/>
- MIKAMO, M. Mikamo's double-eyelid operation: the advent of Japanese aesthetic surgery. 1896. *Plastic and reconstructive surgery*, 1997. p. 664-9.
- Model Xiao Wen Ju's 9 – Step Nighttime Skincare Routine | Beauty Secrets | Vogue, c2024. In: *YouTube* [online]. [cit. 2024-04-09]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=1hbMk_70xm0
- MOHIUDDIN, Abdul Kader. Skin lightening & management of hyperpigmentation. *Pharma Sci. Anal. Res. J*, 2019. p. 1-48.
- MOTAPARTHI, Kiran. Blepharoplasty in Asian patients: Ethnic and ethical implications. *AMA Journal of Ethics*, 2010. p. 946-949.
- MUSLU, Ümran; DEMIR, Emre. Development of rhinoplasty: yesterday and today. *Med Sci*, 2019. p. 294-301.

NAIK, Milind N., et al. Blepharoplasty: an overview. *Journal of cutaneous and aesthetic surgery*, 2009. p. 6-11.

NGUYEN, Marilyn Q.; HSU, Patrick W.; DINH, Tue A. Asian blepharoplasty. In: *Seminars in plastic surgery*. © Thieme Medical Publishers, 2009. p. 185-197.

OLENS, c2018. *OLENS* [online]. [cit. 2024-03-26]. Dostupné z: <https://www.olens.com.tw>

PAIK, Ji Sun, et al. Intricacies of upper blepharoplasty in Asian burden lids. *Facial Plastic Surgery*, 2020. p. 563-574.

QUINLIVAN, c2024. *QUINLIVAN* [online]. [cit. 2024-04-09]. Dostupné z: <https://www.quinlivan.com.my>

REES, Thomas D. Aesthetic plastic surgery. *Plastic and Reconstructive Surgery*, 1986. p. 855-856.

SAID, Christopher P.; TODOROV, Alexander. A statistical model of facial attractiveness. *Psychological science*, 2011. p. 1183-1190.

SAMIZADEH, Souphiyeh. The ideals of facial beauty among Chinese aesthetic practitioners: results from a large national survey. *Aesthetic plastic surgery*, 2019. p. 102-114.

SHROFF, Hemal; DIEDRICHS, Phillippa C.; CRADDOCK, Nadia. Skin color, cultural capital, and beauty products: An investigation of the use of skin fairness products in Mumbai, India. *Frontiers in public health*, 2018. p. 365.

SPYROPOULOU, Georgia-Alexandra Ch, et al. Can cosmetics' advertisements be an indicator of different perceptions of beauty amongst countries?. *Aesthetic plastic surgery*, 2020. p. 1871-1878.

STEINEMANN, Thomas L., et al. Over-the-counter decorative contact lenses: cosmetic or medical devices? A case series. *Eye & contact lens*, 2005. p. 194-200.

SUBRAMANIAN, Nirmala. Blepharoplasty. *Indian Journal of Plastic Surgery*, 2008. p. 88-92.

VASHI, Neelam A. Historical importance of beauty. *Beauty and Body Dysmorphic Disorder: A Clinician's Guide*, 2015. p. 1-16.

VENKATESH, Samantha; MAYMONE, Mayra BC; VASHI, Neelam A. Aging in skin of color. *Clinics in dermatology*, 2019. p. 351-357.

VÕ, Linda Trinh. Transnational beauty circuits: Asian American women, technology, and circle contact lenses. *Global Asian American Popular Cultures*, 2016. p. 304.

WAN, Ting, et al. Incomplete blinking may attribute to the development of meibomian gland dysfunction. *Current eye research*, 2016. p. 179-185.

WENG, Chau-Jin. Oriental upper blepharoplasty. In: *Seminars in plastic surgery*. © Thieme Medical Publishers, 2009. p. 5-15.

WONG, Anthony, Fabliha MUKIT, Kajal SANGAL, Michael YEN a Grace PRAKALAPAKORN, 2023. Asian Blepharoplasty (Double Eyelid Procedure). In: American Academy of Ophthalmology [online]. [cit. 2024-03-10]. Dostupné z: [https://eyewiki.org/Asian_Blepharoplasty_\(Double_Eyelid_Procedure\)#References](https://eyewiki.org/Asian_Blepharoplasty_(Double_Eyelid_Procedure)#References)

WU, Woffles TL. Invited update: consensus on changing trends, attitudes, and concepts of asian beauty and consensus on current injectable treatment strategies in the Asian face. *Aesthetic Plastic Surgery*, 2020. p. 1208-1209.

YAMADA, Michiko. Jeans Advertisements with Hollywood or Japanese Celebrities: Semiological Analysis. *文明 21*, 2018. p. 155-165.

YANG, Patrick, et al. Upper eyelid blepharoplasty: evaluation, treatment, and complication minimization. In: *Seminars in plastic surgery*. Thieme Medical Publishers, 2017. p. 51-57.

YAO, Huanfen, et al. A contact lens with embedded sensor for monitoring tear glucose level. *Biosensors and Bioelectronics*, 2011. p. 3290-3296.

YONG, Pui Theng, et al. Double eyelid tape wear affects anterior ocular health among young adult women with single eyelids. *International journal of environmental research and public health*, 2020. p. 1-14.

ZHANG, Lei. Eurocentric beauty ideals as a form of structural violence: Origins and effects on East Asian women. *Violence and Suffering in the contemporary world*, 2013. p. 4-11

ZHANG, Meng. A Chinese beauty story: How college women in China negotiate beauty, body image, and mass media. *Chinese Journal of Communication*, 2012. p. 437-454.

Zhīmèi zhěngxíng wàikē zhěnsuǒ 知美整形外科診所, c2021. *Wish Aesthetic Surgery Clinic - 知美整形外科診所* [online]. [cit. 2024-03-18]. Dostupné z: <https://wishclinic.com.tw>

Měijī 美肌 App 推薦: 9 款手機美圖軟體, 打造瘦臉美顏好氣色! (2024 最新), c2024. In: *CyberLink* [online]. [cit. 2024-04-17]. Dostupné z: <https://tw.cyberlink.com/blog/photo-effects/492/照片修圖技巧>

Qúnyīng zhěngxíng wàikē zhěnsuǒ 群英整形外科診所, c2020. *群英整形外科診所* [online]. [cit. 2024-03-18]. Dostupné z: <https://www.chicing.com.tw>

Yèxínglíng 葉杏凌. 運用彩妝技術提高照片真實感與自拍照片失真原因探討. 2023.

Càitíngtíng 蔡婷婷. 消費者特性與關係行銷對購買意願影響之研究—以台灣美容醫學產業為例. *中原大學企業管理學系學位論文*, 2019, 2019. p. 1-75.

Yǐnxíng yǎnjìng jiàgé zǒng zhěnglǐ 隱形眼鏡價格總整理, c2021. *IMEIME 隱形眼鏡* [online]. [cit. 2024-03-25]. Dostupné z: <https://www.imeime-cl.com/cc-809>

Shuāng yǎnpí shǒushù tuījiàn zhěnsuǒ, fèiyòng bǐjiào yīcì kàn! 雙眼皮手術推薦診所、費用比較一次看! , c2016. *Nice Clinique (尼斯診所)* [online]. [cit. 2024-03-18]. Dostupné z: <https://niceclinique.com/column/double-eyelid-surgery/>

Huárén wéi shén me ài hē rè kāishuǐ 華人為什麼愛喝熱開水? 國民黨是一甲子前的「幕後推手」, c2024. *Yahoo 奇摩新聞* [online]. [cit. 2024-04-23]. Dostupné z: https://tw.news.yahoo.com/華人為什麼愛喝熱開水？國民黨是一甲子前的「幕-010033235.html?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS8&guce_referrer_sig=AQAAAGUTBAD82VrDOSPjvJ-71Y_Weo1QJWeKafmuX7IOWNzQLc7vmsqnyiuA1Muex357qNnkTAcuq2UOn6kPWbC00bzS2oEvvrFXU2a47eoZhh0wePiC1wZnm9t65ahSB2MiADs_17jeDXSFdiMWNvA3q9mdLyo7x4jaQk4W3Pv2Ky

Cǎisè yǐnxíng yǎnjìng hěn wéixiǎn zhǎng dài kǒng shī míng 彩色隱形眼鏡很危險 長戴恐失明, 2024. In: *台灣醒報* [online]. [cit. 2024-04-28]. Dostupné z: <https://www.anntw.com/articles/20180307-HBlk>