

**UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA**

**BAKALÁŘSKÉ KOMBINOVANÉ STUDIUM**

2010 – 2013

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

**Markéta Dobrovolná**

**Vliv médií a společnosti na vnímání vlastního těla s důrazem  
na estetickou chirurgii**

Praha 2013

Vedoucí bakalářské práce:  
Mgr. Novotný Lukáš, M.A., Dr.

**JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE**

**BACHELOR COMBINED STUDIES**

**2010 - 2013**

**BACHELOR THESIS**

**Markéta Dobrovolná**

**The Influence of media and society on body image, with an  
emphasis on aesthetic surgery**

Prague 2013

The Bachelor Thesis Work Supervisor: Mgr. Novotný Lukáš, M.A., Dr.

## **Prohlášení**

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

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne 28. 3. 2013.

*Markéta Dobrovolná*

## **Poděkování**

Chtěla bych poděkovat panu Mgr. Lukášovi Novotnému, M.A., Dr., za jeho odbornou pomoc, ochotu, vstřícnost a věcné rady během vypracování mé bakalářské práce.

## **Anotace**

Bakalářská práce se zabývá vlivem médií na vnímání vlastního těla s důrazem na plastickou a estetickou chirurgii. Rozebírá jejich cíle, obsahy, formy, metody a souvislosti s problematikou jednoho z trendů dnešní moderní doby, estetické chirurgie. Práce je rozdělena do dvou částí, teoretické a praktické. Teoretické poznatky jsou využity v praktické části při analýze lifestylového televizního pořadu jako možného ovlivňujícího faktoru. V závěru je popsáno vyhodnocení sledovaného projektu a navržena prevence pomocí edukace, jako jedno z možných řešení problému.

## **Klíčové pojmy**

Estetická chirurgie, mediální výchova, média, plastická chirurgie, reklama, společnost, výchova, vzdělávání.

## **Annotation**

This thesis deals with the influence of media on body image, with an emphasis on plastic and aesthetic surgery. It analyzes the objectives, content, forms, methods, and relation to the issue of one of the trends in today's modern times, aesthetic surgery. The thesis is divided into two parts, theoretical and practical. Theoretical knowledge is applied in the practical part analyzing the lifestyle TV shows as a possible influencing factor. The project is described and evaluated in the conclusion and prevention through education is presented as one of the possible solutions of the problem.

## **Key words**

Advertising, Aesthetic Surgery, education, education, media, media education, plastic surgery, society.

# **OBSAH**

<b>ÚVOD .....</b>	<b>8</b>
<b>1 TEORETICKÁ VÝCHODISKA .....</b>	<b>10</b>
1.1 Plastická a estetická chirurgie .....	10
1.2 Média.....	12
1.3 Vliv médií.....	14
1.4. Vnímání vlastního těla .....	16
<b>2 VÝVOJ PLASTICKÉ A ESTETICKÉ CHIRURGIE .....</b>	<b>19</b>
2.1 Historie vývoje plastické a estetické chirurgie .....	19
2.2 Moderní plastická a estetická chirurgie .....	20
2.3 Postmoderní doba estetických úprav.....	23
<b>3 MÉDIA A LIFE-STYLE V ČR A ESTETIKA TĚLA .....</b>	<b>25</b>
3.1 Působení vizuálních a audiovizuálních médií.....	25
3.2 Vybraná tištěná média.....	27
3.3 Online média, vybrané internetové portály.....	29
3.4 Pojem LIFESTYLE a jeho výklad soudobou společností .....	31
<b>4 PROFIL POŘADU TOP STAR MAGAZÍN.....</b>	<b>34</b>
4.1 Historie a současnost pořadu.....	34
4.2 Specifika moderátorek pořadu .....	38
4.3 Obsahová specifika pořadu.....	41
<b>5 VNÍMÁNÍ ŽENSKÉHO TĚLA V POŘADU TOP STAR MAGAZÍN S OHLEDEM NA PLASTICKOU A ESTETICKOU CHIRURGII .....</b>	<b>43</b>
5.1 Frekvence výskytu sledovaného tématu .....	43
5.2 Augmentace v Top Star Magazínu.....	44
<b>6 PREVENCE VLIVU MÉDIÍ POMOCÍ EDUKACE .....</b>	<b>46</b>
6.1 Nutnost mediální gramotnosti .....	46
6.2 Mediální výchova v rodině.....	47
6.3 Školní mediální výchova.....	48
<b>ZÁVĚR.....</b>	<b>50</b>

<b>SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ .....</b>	<b>52</b>
<b>SEZNAM GRAFŮ .....</b>	<b>57</b>



## ÚVOD

*„Tělové schéma je definováno jako mentální reprezentace vlastního těla, která má tři složky: kognitivní, emocionální a behaviorální. Kognitivní složka zahrnuje představu o rozměrech těla jako celku, o rozměrech jednotlivých částí a jejich vzájemném poměru. Emotivní složka zahrnuje vztah k vlastnímu tělu jako celku, vztah k jednotlivým jeho částem, který se může lišit, a vztah k vlastní tělesnosti obecně. Behaviorální složka zahrnuje aktivity vedoucí k ovlivnění vzhledu našeho těla jako např. diety, cvičení, plastické operace apod. (vnímání těla vystupuje jako důležitý motivační činitel k provádění všech takových aktivit či podstupování takových vnějších zásahů).“<sup>1</sup>*

Z širokého možného výběru témat, autorka zaměří svou bakalářskou práci na jeden z fenoménů současné moderní doby, a tím je vliv médií a společnosti na vnímání vlastního těla s důrazem na estetickou chirurgii. Ta je v posledních letech na vzestupu. Tuto práci autorka rozdělí do dvou částí. Části teoretické a části praktické.

Teoretická část bude rozdělena do třech hlavních kapitol. V první budou blíže popsána teoretická východiska plastické a estetické chirurgie, obecná charakteristika médií, vliv médií a vnímání vlastního těla vlivem tlaku médií, tedy o možných onemocněních převážně psychických a s tím spojené fyzické strádání. Druhá kapitola se bude zabývat plastickou a estetickou chirurgií, bude nastíněna historie tohoto lékařského oboru, jeho rozvoj, současné trendy a zamyšlení se nad přijatelnou budoucností prováděných zákroků. Ve třetí kapitole budou představena vybraná média a lifestyle, se zaměřením na estetiku těla v naší republice dle druhu. Také bude rozebrán výraz lifestyle moderní společnosti, tedy co vše se může skrývat pod tímto pojmem a kam až se posunul jeho vývoj našimi nároky.

V praktické části, ta bude začínat kapitolou čtyři, bude představen pořad, který si autorka vybrala k analýze, díky výskytu sledovaných faktorů. Přiblíží a popíše historii i současný model a částečně porovná možné rozdíly. Další podkapitola se bude věnovat moderátorkám, reportérkám jejich specifickým, budou zde zařazena také obsahová specifika, a s tím spojené rubriky pořadu. Další kapitola se bude zabývat pořadem

---

<sup>1</sup> STACKEOVÁ, D. *Tělesné sebepojetí v kontextu psychosomatiky a možnosti jeho ovlivnění*. [online] © 13. 11. 2012 [cit. 2012-12-05]. Dostupné z: [http://www.lirtaps.cz/psychosomatika/psomweb2007\\_2/konference\\_stackeova\\_207.htm](http://www.lirtaps.cz/psychosomatika/psomweb2007_2/konference_stackeova_207.htm)

z pohledu vnímání ženského těla s ohledem na plastickou a estetickou chirurgii. Zde již bude popsán výskyt četnosti sledovaného tématu a následně se autorka zaměří na nejčastější estetickou operaci žen – korekci prsou pomocí silikonových implantátů – odborně – augmentaci. Její prezentaci, pozitiva a negativa z pohledu podstoupivších. Poslední kapitola bude věnována prevenci tlaku médií pomocí edukace. Čtenář této práce se dozví o mediální výchově, zařazené do učebních osnov Rámcovým vzdělávacím programem, a také že výchova a vzdělávání jsou důležitou složkou osobnosti každého z nás a je třeba, je neustále rozvíjet

Cílem této bakalářské práce bude přiblížit a představit plastickou a estetickou chirurgii a její pojetí v současné společnosti, ukázat na tlak a ovlivňování médií, směrem k tomuto trendu. Následně navrhnout jako jedno z možných řešení, prevenci pomocí edukace.

Závěr se bude věnovat shrnutí a posouzení získaných údajů.

# 1 TEORETICKÁ VÝCHODISKA

## 1.1 Plastická a estetická chirurgie

*„O ženskou krásu se vedly války, morální kvality byly málo zajímavé. Ženy zatím seděly před zrcadly a ptaly se jich: „ Je na světě někdo krásnější? “. Vždycky byl. Takže se s tím muselo začít něco dělat. Líčilo se, malovalo se, tělo se týralo až k bolesti. Začalo se zkrášlovat, zpočátku neuměle, mnohdy brutálně, ale časem se vypracoval obor estetické chirurgie, který dává zrcadlu odpověď na otázku – kdo je nejkrásnější – TY!“<sup>2</sup>*

V dnešní době mít dostatečné a odpovídající vzdělání, talent, přehled či zkušenosti, bohužel nestačí. Současná společnost i někteří zaměstnavatelé požadují v určitých pracovních segmentech vypadat mladistvě, moderně, přitažlivě. I díky tomu využíváme ke korekci tělesných proporcí a estetické úpravě těla stále častěji různé lékařské zákroky.<sup>3</sup> Vylepšit či změnit řadu částí těla s pomocí plastické a estetické chirurgie je dnes běžné.

Většina lidí, z laické veřejnosti, si pod pojmem plastická chirurgie představí operování kosmetických vad, popálenin, léčení úrazů obličeje a rukou. Ve skutečnosti je to jen jedna z částí velmi širokého oboru.<sup>4</sup> Definice plastické chirurgie je několik. V jádru však všechny říkají to samé, pro představu autorka uvede jednu přímo ze slovníku medicíny: *„Je to součást chirurgie, která se zabývá léčením a úpravou vrozených vad, deformit, důsledků poranění včetně popálenin, kožních defektů a jiné, je srovnatelná s rekonstrukční chirurgií.“<sup>5</sup>* V estetickém slovníku je definice dále rozvedena na chirurgii, která usiluje teoreticky i prakticky o lidsky důstojné obnovení vzhledu a funkce částí těla a orgánů u nemocných, zraněných či znetvořených lidí.<sup>6</sup>

---

<sup>2</sup> SLEZÁK, J. *Plastická chirurgie: praktický průvodce světem chirurgického zkrášlování těla*. 1. vyd. Frýdek – Místek: Alpress, 2007, s. 7. ISBN 978-80-7362-395-1

<sup>3</sup> FIALOVÁ, L. *Jak dosáhnout postavy snů aneb Možnosti a limity korekce postavy*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2007, s. 114. ISBN 978-80-247-1622-0

<sup>4</sup> MĚŠŤÁK, J. *Prsa očima plastického chirurga*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2007, s. 7. ISBN 978-80-247-1834-7

<sup>5</sup> VOKURKA, M. *Praktický slovník medicíny*. 3. vyd. Praha: Maxdorf, 1995, s. 292. ISBN 80-85800-27-6

<sup>6</sup> HENCKMANN, W., K. LOTTER. *Estetický slovník*. 1. vyd. Praha: Svoboda, 1995, s. 86. ISBN 25-025-95

Plastická chirurgie dosahuje vysokých vědeckých výsledků, právě i díky rychlému způsobu života. Je to náročný medicínský obor a dá se říci, že i tvůrčí. Samozřejmě existují vyzkoušené operační postupy, ale každá operace je jedinečná.

*„Dnešní možnosti plastické chirurgie jsou veliké, v podstatě lze kompletně předělat každého jedince.“<sup>7</sup>* Tento druh chirurgie se netýká jen estetiky. Zahrnuje celou řadu dalších operací též velmi složitých. V posledních desetiletích dochází k prudkému rozmachu tohoto oboru. Na významu nabývá uplatňování nových moderních pomůcek a prostředků.

Je velmi obtížné napsat kompletní seznam všech postupů v plastické chirurgii, neboť je velké množství možností v každém segmentu těla. Plastickou chirurgii dělíme na obecnou, ta zahrnuje:

- transplantace
- mikrochirurgii
- chirurgii horní a dolní končetiny,

a chirurgii speciální, kam řadíme:

- vady vrozené
- popáleniny
- estetickou chirurgii.

Estetická chirurgie se specializuje především na řešení estetických vad zevního tvaru těla. Rozvoj v této problematice souvisí s technickým pokrokem a se stále se zvyšující spoluprací s ostatními medicínskými obory – ortopedie, kardiochirurgie, ORL a dalšími.<sup>8</sup> S vývojem společnosti dochází k rozšíření esteticky významných oblastí z obličeje, který je dominantou, na celé tělo.

Hranice mezi lékařstvím krásy a kosmetickou chirurgií jsou plynulé. Estetickou směrnicí pro operační zákroky je odstranění odchylek od normálního vzhledu, které vyvolávají zjevné fyzické či duševní utrpení. Normálnost může být vymezena též vývojem i společensky a módně podmíněnými představami o kráse. Vývoj moderní

---

<sup>7</sup> KUFA, R., R. ČERVINKOVÁ. *Plastická chirurgie krok za krokem*. Praha: NAKLADATELSTVÍ XYZ, s.r.o., 2008, s. 7-12. ISBN 978-80-7388-045-3

<sup>8</sup> MĚŠŤÁK, J. a kol., *Úvod do plastické chirurgie*. 1. vyd. Praha: Univerzita Karlova v Praze – Nakladatelství Karolinum, 2005, s. 9-12. ISBN 80-246-1150-3

plastické chirurgie umožňuje přizpůsobení především obličejů k módnímu obrazu krásy, který získal atraktivitu prostřednictvím médií.<sup>9</sup>

*„Krása lidského těla není stálá. Doba, ve které je lidské tělo krásné, má své časové omezení. Zuvadající krásy tělesné se vyvíjí krása jiná, krása charakteru, kterou si uvědomujeme v rysech obličejů a v jednání. Není to krása ve tvarech a v pohybech, ale krása obsahu. Lidský obličej je jeden harmonický celek. Z hlediska formy působí stárí deformačně, z hlediska obsahu naopak. Absolutní krása a dokonalost neexistuje. Všeobecnou snahou je se k ní co nejvíce přiblížit.“<sup>10</sup>*

*„Jen tehdy, souhlasí-li vnější obraz s vnitřním, tedy pokud je zachována rovnováha mezi optickou úrovní a vnitřní, mají lidé ono magické vyzařování.“<sup>11</sup>* Lidé se dokonalí nerodí. Podtrhnout svou vlastní osobnost lze způsobem myšlení, oblékání i pohybem.

## 1.2 Média

Technologie vytváří pro lidstvo nové přirozené a sociální prostředí. O společnosti v níž žijeme, se občas říká, že je mediálně saturována. To znamená, že veřejně dostupná média jsou neodmyslitelnou součástí našeho života. Jejich role je velmi významná a zásadní.<sup>12</sup> V běžném denním styku se termín médium používá jako souhrnné označení technických prostředků a sociálních systémů a některých dalších prostředků určených k šíření informací.<sup>13</sup>

Dle Slovníku mediální komunikace má médium několik významů, ale rozhodně platí, že je to prostředek, prostředí nebo to co zprostředkovává. V našem případě je to důležitý článek mezi komunikátorem a adresátem. Jsou to prostředky masové komunikace, které přenášejí informace v různých formách a za různým účelem.<sup>14</sup> V běžném denním styku (žurnalistika, politika) se termín médium používá jako

---

<sup>9</sup> HENCKMANN, W., K. LOTTER. *Estetický slovník*. 1. vyd. Praha: Svoboda, 1995, s. 86. ISBN 25-025-95

<sup>10</sup> FAHOUN, K., S. ŠTROBLOVÁ. *Tvář*. 1. vyd. Jihlava: Somix, 1998, s. 51. ISBN 80-902561-0-4

<sup>11</sup> FELLNEROVÁ, U., *Ženy na úrovni*. 1. vyd. Praha: Motto, 1994, s. 13. ISBN 80-85872-03-X

<sup>12</sup> JIRÁK, J. *Média jako předmět poznání*. [online]. [cit 2012-10-25]. Dostupné z: <http://clanky.rvp.cz/clanek/c/ZVOF/545/MEDIA-JAKO-PŘEDMĚT-POZNANI.html/>

<sup>13</sup> MUSIL, J. *Úvod do sociální a masové komunikace*. 1. vyd. Praha: UJAK, 2005, s. 18. ISBN 80-86723-10-0

<sup>14</sup> REIFOVÁ, I. a kol. *Slovník mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, s.r.o., 2004, s. 139. ISBN 80-7178-926-7

souhrnné označení technických prostředků a sociálních systémů sloužících hromadné komunikaci.(tisk, rozhlas, televize, internet, film, video, nejrůznější zvukové záznamy, domácí kino, multimédia apod.)<sup>15</sup>

Média dělíme na tištěná, ty zahrnují noviny, časopisy, knihy a jiné a na elektrotechnická, sem řadíme video, rozhlas, televizi, internet a další. Mezi základní funkce médií patří:

- informovat
- bavit
- zprostředkovávat
- přesvědčovat.<sup>16</sup>

Nelze nezmínit, že mezi informační funkce médií patří zpravodajství, rozhovor (interview), publicistika, tématické televizní kanály, vzdělávací a výchovná role médií.

Vzdělávání prostřednictvím médií je běžnou tradiční součástí informační funkce zejména u tisku a elektronických médií. Liší se cílem, jistým typem obsahů, specifičností zpracováním tématu. Je to cesta jak širokou veřejnost seznamovat s novými poznatky a možnostmi, které vývoj přináší, a jako taková je nezastupitelná v období rychlých společenských změn.<sup>17</sup>

Média můžeme dále dělit na horká a chladná. Rozdíl mezi nimi je určen tzv. stavem naplněnosti daty. Horká média se vyznačují vysokou naplněností a člověka rychle a sugestivně vtáhnou do sebe, tj. do svého světa mediální působnosti. Lze je určit jako chladná nebo horká jen relativně, ve srovnání jednoho s druhým. Např. ve srovnání s telefonem je rozhlas horké médium, ve srovnání s televizí je však chladným médiem.<sup>18</sup>

Naše století ovlivňuje technologický vývoj výpočetní technologie s různou proměnlivou intenzitou sociálních, kulturních a ekonomických aspektů společnosti.

---

<sup>15</sup> MUSIL, J. *Elektronická média v informační společnosti*. 1. vyd. Praha: Votobia Praha, 2003, s. 23. ISBN 80-7220-157-3

<sup>16</sup> PRŮCHA, J., WALTEROVÁ E. a MAREŠ J. *Pedagogický slovník*. 3. vyd. Praha: Portál, s.r.o., 2001, s. 119. ISBN 978-80-7367-647-6

<sup>17</sup> MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Univerzita J.A.Komenského, 2010, s.67-74. ISBN 978-80-7452-002-0

<sup>18</sup> REIFOVÁ, I. a kol. *Slovník mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, s.r.o., 2004, s. 133. ISBN 80-7174-926-7

Technologická inovace a klíčové objevy v informatice způsobily posun v konstrukci, charakteru a distribuci médií a výraznou měrou tak přispěly ke vzniku nových médií.<sup>19</sup>

Výjimku na mediálním poli a podoby světa, kterou spolu vytvořily sdělovací prostředky, by mohl tvořit snad jen internet. Můžeme říci, že se řadí mezi nová média. Internet původně byl vytvořen a určen pro výměnu a předávání multimediálních informací. Postupně se jeho užívání stalo záležitostí široké veřejnosti. V současnosti internet plní v zásadě shodné funkce jako klasická elektronická média. Splývání žánrů a typů funkcí je na internetu ještě markantnější než v klasických médiích. Zde mohou být zveřejňovány svobodně myšlenky jednotlivců. I tady však už dochází ve stále větší míře ke kontrole a dokonce k blokování kontroverzních, a tím pádem nežádoucích webových stránek provozovateli nebo vyhledávači. Mezi funkce obsahu internetu patří:

- informační
- zábavné
- komerční
- dálkově provozované služby.<sup>20</sup>

S rozvojem prostředků masové komunikace, se především televize a rozhlas staly pro příjemce příležitostí k zábavě, vzdělávání a manipulaci.

### 1.3 Vliv médií

S rozmachem elektronických médií se zvýšila informovanost lidí, ale na druhé straně stoupla jejich manipulovatelnost. To co se děje dnes a denně, je jen důkazem toho, že média ovládají a manipulují lidmi jako nikdy předtím. A děje se to na základě toho, jak fungujeme, a co je nám podsouváno. Pak nemůžeme divit, že společnost vypadá, jak vypadá.

Co není v médiích, prakticky neexistuje, takové je srozumitelné vyložení pojmu mediokracie. Média vytvářejí vzory novým generacím. Reality show servírují nejen mladým lidem vzory chování, oblékání ..., starají se o zrody mediálních hvězd, jimž se budou chtít lidé co nejvíce podobat. Média však někomu patří, a ten může jejich

---

<sup>19</sup> ALENA. *Vizuální kultura a nová estetika digitálních médií*. [online] © 7. 12. 2009 [cit. 2012-05-12]. Dostupné z: <http://www.tim09.blog.cz/0912/8-vizualni-kultura-a-nova-estetika-digitalnich-medii>

<sup>20</sup> MUSIL, J. *Elektronická média v informační společnosti*. 1. vyd. Praha: Votobia, 2003, s. 163-165. ISBN 80-7220-157-3

působení ovlivňovat.<sup>21</sup>Lze je vnímat jako nástroj společenských elit ke generování zisku.

Nikdo nepopírá nepostradatelnou roli masových komunikací v současné době. Sama média však zvyšují přeceňování témat a nechávají se unášet k přeinformovanosti. Informovanost je pro správný chod společnosti stále zásadní. Silného mediálního povědomí lze dosáhnout prostřednictvím několika televizních studií, satelitních stanic, časopisů či filmů. Ovlivňování lidí není nic jednoduchého, jde o velmi komplikovanou záležitost.

Estetika médií diktuje etiku. Přeloženo do srozumitelné češtiny, lze říci, že média čím dál tím víc fungují spíše jako transportér emocí než informací, protože právě emoce přitahují čtenáře a množství vykázaných čtenářů zase přitahuje inzerci, z níž mají vydavatelé největší zisk, a o ten jde. Vedení redakce je podle toho i odměňováno. Značná část ročního příjmu vedení se odvíjí od výše prodaného nákladu. Jednání, které v takhle vedeném podniku přináší zisk, je proto etické.<sup>22</sup>

Dospělí, děti a zejména mládež představují velmi důležitou cílovou skupinu mediální reklamy, jednak jako spotřebitelé, jednak s ohledem na možnost vtištění jistých vzorců chování. Při hodnocení vlivu médií je třeba vycházet z toho, že napodobování je psychologickým základem učení.<sup>23</sup>

Dnes určuje, dá se říci, náš svět televize a internet. Móda, vkus, politické názory – to vše řídí média. Jsme odkázáni na jejich podporu. Filmy mají mnohem větší manipulační moc. Vždy se zaměřují na podvědomí. Ve skutečnosti je stěžejí myslitelné (a žádoucí), poznat všechna fakta a oddělit je od propagandy. A tak se člověk přizpůsobí.

Ten, kdo má kontrolu nad médii, kontroluje zároveň mínění společnosti. Média, jak bylo výše uvedeno, určují co je správné, co je špatné, a to bez ohledu na skutečnost. Dá se říci, že utvářejí žádoucí skutečnost. Znají řešení, usměrňují myšlenky. Jsme formováni tak, abychom věřili, že vše se děje výlučně v náš prospěch. Média dodávají

---

<sup>21</sup> VERNER, P. *Vývojové trendy v českých médiích po roce 1989*. 1. vyd. Praha: Univerzita J.A.K., 2010, s. 165. ISBN 978-80-7452-007-5

<sup>22</sup> HVÍŽDALA, K. *Nezodpovědnost médií v čase mediokracie*. [online] ©11. 9. 2006 [cit. 2012-10-12]. Dostupné z: <http://www.hermesmedia.cz/?q=node/565>

<sup>23</sup> MUSIL, J. *Komunikace v informační společnosti*. 1. vyd. Praha: Univerzita J.A.Komenského, 2007, s. 75. ISBN 978-80-86723-39-6



měřítka pro rozhodování, a to jak v politice, tak v každodenním životě. Například rozhodnutí něco si koupit, nebo utváření veřejného mínění.<sup>24</sup>

Latinský překlad pojmu reklama odpovídá dobové antické obchodní komunikaci, vykřikování na trhu, upozorňování na prodej výrobků. Definice dle Parlamentu ČR: Reklamou se rozumí přesvědčovací proces, kterým jsou hledáni uživatelé zboží, služeb nebo myšlenek prostřednictvím komunikačních médií. Samotná reklama, pokud by se jednalo o nabídku otevřenou, není manipulací. Stává se cílenou manipulací v okamžiku, kdy je upravena, aby působila na city, argumentuje zkresleně, nepravdivě.<sup>25</sup>

*„Existuje několik typů reklamy. Některé se jakoby stávají typickým příběhem naší doby.“*<sup>26</sup> Sama reklama, ne už výrobek, má hlavní roli ve sdělení. Svou fantazií chce zaujmout a okouzlit natolik, aby posluchač či divák zapomněl na realitu. I reklamní kampaně mají různé formy. Nepoměrně novým jevem je specifický způsob sledování. Konzument věnuje stále větší pozornost obsahu v tom smyslu, že v něm nachází pravdu a s tou se ztotožňuje.

#### **1.4. Vnímání vlastního těla**

*„Vnímání je aktuální odraz reality v našem vědomí zprostředkovaný senzory. Na periferní část receptoru působí podnět, který vyvolá vzruch. Vzruch je veden do mozku, kde v příslušné oblasti vyvolá počitek. Současně působí více podnětů, vzniká tedy více počiteků. Ty se integrují s minulou zkušeností a vzniká komplexní vjem.“* Poruchy vnímání vlastního těla řadíme do psychosenzorických (poruchy tělesného schématu), ty se dále člení takto:

- dysmorfofobie – pocity a obavy, že se pacientovi deformuje část obličeje
- halucinace vlastního zápachu

---

<sup>24</sup> VERICK, M. A., *Mediální monopol*. 1. vyd. Praha: EarthSave CZ s.r.o., 2009, s. 14. ISBN 978-80-86916-09-5

<sup>25</sup> VERNER, P. *Propaganda a manipulace*. 1. vyd. Praha: Univerzita J.A.K. Praha, 2011, s. 167. ISBN 978-80-7452-015-0

<sup>26</sup> BAGGIO, A. M., *Skrytá tvář*. 1. vyd. Praha: Nové Město, 1996, s. 9. ISBN 80-902084-2-8

- příznak zrcadla – pacient sleduje s úzkostí transformaci svého obličeje, dlouho a opakovaně se pozoruje v zrcadle, sleduje svůj výraz, zjev.<sup>27</sup>

Výše zmíněnou dysmorfofobii, můžeme nazvat nemocí z touhy po dokonalosti, nebo též hypochondrickou poruchou.

Vnímání vlastního těla neboli body image je schopnost vnímat své tělo, tu má každý z nás, avšak konkrétní obraz a jeho vnímání jsou u každého jedince rozdílné. U někoho je obraz odpovídající, u druhého zkreslený. Do této kategorie spadá mentální anorexie. Lidé s tímto psychickým onemocněním mají narušené vnímání svého těla, přestože mají podváhu, připadají si „tlustí“. Z toho lze jednoduše odvodit, že psychické naladění je nezastupitelné, a tak se lékaři v takových případech snaží, změnit vnímání vlastního já. Odborníci z Philadelphie zjistili, že pokud je žena spokojená sama se sebou a vnímá se v pozitivním světle, mají cvičení a diety mnohem větší účinnost. Součástí léčby je psychoterapie. Je vědecky prokázáno, že ženy vnímají vlastní tělo mnohem negativněji, poté co vidí obrázky modelek a to samé platí u mužů. Ti jsou pak více kritičtí a náročnější na vzhled svých partnerek. Celkově lze shrnout tuto skutečnost takto. Negativní vnímání těla může mít za následek vážné stravovací poruchy, a s tím spojené celkové problémy se zdravím.<sup>28</sup>

Všichni máme nějaké pocity a myšlenky o svém vzhledu a také o tom, co si o nás myslí druzí. Z některé části našeho těla můžeme mít dobrý pocit a z jiné ne, což je normální a přirozené. Dá se říci, že pokud máme vše tzv. pod kontrolou, cítíme se silní, zdraví, atraktivní. Pozitivní vnímání vlastního těla znamená, že se vidíme přesně, víme, jak vypadáme a ve svém těle se cítíme skvěle.

Každý jedinec je osobnost a projevuje se určitým způsobem. Naše tělo je odrazem toho, jak se cítíme, jak se vidíme, všechny jeho části, také jak si představujeme, že nás vidí ostatní. Náš tělesný vzhled nenecháváme vyvíjet jen tak. Ovlivňuje nás rodina, kultura, ve které vyrůstáme, různé zprávy a hodnocení, které dostáváme ze svého okolí. Také vlivy z časopisů, televize a dalších médií působí naše vlastní představy. Snaží se nás přesvědčit, že vypadat jako modelka či celebrita je správné, ale realita je úplně

<sup>27</sup> POLÁCH, L. *Poruchy vnímání*. [online]. © 14. 4. 2011[ cit. 2010-03-05]. Dostupné z: <http://www.upsychiatra.cz/psychicke-poruchy/poruchy-vnimani/>

<sup>28</sup> *Pro hubnutí je nejdůležitější pozitivní vnímání vlastního těla*. [online]. © 2003-2013 [cit. 2012-03-05]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/zena/zdravi/167498-pro-hubnuti-je-nejdulezitejsi-pozitivni-vnimani-vlastniho-tela.html>

někde jinde. Vše co musíme udělat, je pořádně se rozhlédnout a vnímat reálný, opravdový svět. Je mnohem osobitější a různorodý, než ten, který nám podbízí média.

Další z faktorů ovlivňujících vnímání těla je přirozený proces stárnutí a prožité životní zkušenosti. Z toho, že se naše tělo postupem času mění, míváme různé, převážně smíšené pocity. Není třeba ho hned přetvářet zásahy plastických chirurgů. Stačí naučit se, mít se rádi takoví, jací doopravdy jsme. Pokud nějakou změnou vzhledu projdeme a náš způsob myšlení se nemění, je zřejmé, že tato nespokojenost má hlubší kořeny a měl by nám pomoci odborník z řad psychologů.

Jak již bylo zmíněno výše, náš emocionální stav ovlivňuje tělesný vzhled.<sup>29</sup> Lidé, kteří mají pozitivní vnímání vlastního těla, nemusí mít ideální míry, je to o tom, jak se cítí a vidí. Také pomáhá, když nás okolí chválí a povzbuzuje, jsme pak více spokojeni se svým vzhledem.

---

<sup>29</sup>*Body Image at a Glance*. [online]. © 2013 [cit. 2012-03-05]. Dostupné z: <http://www.plannedparenthood.org/health-topics/body-image-23374.htm>

## 2 VÝVOJ PLASTICKÉ A ESTETICKÉ CHIRURGIE

### 2.1 Historie vývoje plastické a estetické chirurgie

Dějiny tohoto oboru jsou staré jako léčitelství samo. Historické nálezy dokladují lidské snažení o navrácení přirozeného vzhledu jak obličeje, tak i těla. Byly to především úrazy nosu, které stály u zrodu plastické chirurgie. Nos mohl být poraněn v boji, či jako trest nebo také lidská zlomyslnost se snažila poznamenat nenáviděnou osobu právě na nose.<sup>30</sup> První záznamy o plastických operacích pocházejí ze staré Indie, zde se v knihách indické encyklopedie Ayurvéda píše, že příslušníci kmene Koomasů zhotovují nosy z kůže tváře nebo čela.

Vyskytly se i zprávy, že v tibetském klášteře byly nalezeny knihy ještě starší než indická, ve kterých již byly popsány plastiky nosu z kůže čela. Také ve staroegyptském papyru, vzniklém tři tisíce let před naším letopočtem, čteme nejasný návod, jak učinit starého muže mladým.<sup>31</sup> Na přelomu našeho letopočtu římský spisovatel a lékař Aulus Cornelius Celsus popisuje plastiky nejen nosu, ale i rtů a boltců. A od něj také pochází první zmínka o operaci rozštěpu rtu.

Rozpad říše římské znamenal počátek úpadku lidské kultury. To se odrazilo i v oblasti medicíny. Středověk nebyl příznivě nakloněn vědeckému bádání. Další zprávy jsou až z poloviny 15. století z Itálie. Kniha profesora Tagliacozziho, který působil na univerzitě v Bologni, vytištěná v roce 1568, je první vědeckou knihou o plastické chirurgii. U zrodu transplantace kůže stáli francouzští chirurgové, přesto se jejich technika nazývá po německém lékaři, který ji propracoval a uveřejnil.

Obrovským významem pro rozvoj plastické chirurgie bylo první použití antiseptického operačního způsobu, při něm byla během operace rozprašována kyselina karbolová, úspěšný prostředek proti infekcím. Také znecitlivění celkové a místní odstranilo kruté utrpení, které každá operace do té doby působila.

---

<sup>30</sup> MĚŠŤÁK, J. a kol. *Úvod do plastické chirurgie*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2005, s. 9-12. ISBN 80-246-1150-3

<sup>31</sup> Tamtéž

„Za počátek nové éry v plastické chirurgii lze považovat období první světové války v důsledku řešení těžkých poranění.“<sup>32</sup> O tom, jak velký význam byl přisuzován v té době plastické chirurgii, svědčí skutečnost, že v roce 1930 byla založena francouzská společnost plastické a estetické chirurgie, v roce 1931 americká a poté následovala celá řada dalších zemí.

Zakladatelem plastické chirurgie u nás byl akademik František Burian. Vynikající vědec, skvělý chirurg obdařený nebývalou zručností a invencí, které mu umožnily stát se plastickým chirurgem světového formátu.<sup>33</sup>

Své první zkušenosti získal v období první světové války, kdy zřídil stanici plastické chirurgie v Temešváru, kterou poté převedl do divizní nemocnice na Hradčanech. Po přechodném přemístění nachází pracoviště, od roku 1937, své definitivní sídlo ve státní nemocnici na Královských Vinohradech. Zde se stalo základem ústavu a později i kliniky plastické chirurgie. S vytvořením oddělení se okruh poskytované péče rozšířil i na léčení vad kosmetických.

Akademik Burian vychoval celou plejádu vynikajících plastických chirurgů, kteří byli důstojnými pokračovateli jeho záslužné práce. S jeho přispěním a díky profesoru Arnoldu Jiráskovi, byla u nás v roce 1932 plastická chirurgie jako první na světě uznána samostatným oborem.<sup>34</sup> „*Kruček po krůčku vpřed mravenčí prací, znamená často zásadní pokrok pro celé lidstvo.*“<sup>35</sup>

## 2.2 Moderní plastická a estetická chirurgie

Jak bylo výše zmíněno, již v dávných dobách považovali lidé za důležité zbavit se svých fyzických nedostatků pomocí plastické chirurgie. Estetická chirurgie se datuje od roku 1962, tedy od první transplantace prsou.

---

<sup>32</sup> KUFA, R., R. ČERVINKOVÁ. *Plastická chirurgie krok za krokem*. 1. vyd. Praha: XYZ, 2008, s. 7–12. ISBN 978-80-7388-145-3

<sup>33</sup> MĚŠŤÁK, J. *Prsa očima plastického chirurga*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2007, s. 5-13. ISBN 978-80-247-1834-7

<sup>34</sup> MĚŠŤÁK, J. a kol. *Úvod do plastické chirurgie*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2005, s. 9-12. ISBN 80-246-1150-3

<sup>35</sup> GORDON, R. *Podivuhodné dějiny lékařství*. 3. vyd. Praha: Melantrich, 1995, s. 243. ISBN 80-7023-208-0

První zaznamenané zvětšení prsu bylo provedeno technikou parafinových injekcí, vyvinutou v roce 1890. Poté se používala tuková tkáň odstraněná z hýždí a následně silikonové injekce, které se rozšířily během 2. světové války v Japonsku převážně mezi prostitutkami, které chtěli zaujmout americké vojáky. Dále se objevily další metody a jiné materiály. Velký průlom nastal, když společnost Dow Corning uvedla na trh nový produkt, a tím byl silikonový vak naplněný silikonovým gelem. Silikonové implantáty prošly po mnoha vylepšeních důležitým vývojem. Nyní se vyrábějí v souladu s přísnými standardy.<sup>36</sup>

Kosmetické vady prsou patří k nejčastějším důvodům, pro které ženy nejčastěji navštěvují plastické chirurgy, vyplývá to z každodenní praxe těchto lékařů. Při posuzování kosmetické vady prsou a vhodnosti zákroku, je nutné přihlídnout i k neméně důležitým psychologickým faktorům. To znamená, že plastický chirurg musí být jednak vysoce erudovaným odborníkem, ale také dobrým psychologem, aby dokázal osvětlit všechny příčiny a důsledky neadekvátního vymáhání kráslicí operace.<sup>37</sup>

In je přirozenost a mladistvý vzhled. Nejen celebrity chtějí být krásné. Trendem dnešní doby je vypadat víc než dobře na svůj věk. Je na každém z nás, jak se vidíme. „*Problematika stárnutí nás trápí čím dál tím víc. Plastická chirurgie ho nezastaví, ale přibrzdí.*“<sup>38</sup> Pro většinu z nás není stárnutí snadné, snadný není ani život. Bojujeme proti nevyhnutelnému. Musíme si najít jiný pohled na celý proces. Hodně pomůže, když pochopíme, že jsme něčím, co je krásné. Takové pochopení sice nevyřeší všechny problémy, ale může nám pomoci.<sup>39</sup>

Na portálu plastické chirurgie se dočteme, že každá žena chce být nejkrásnější, dokonalá, a proto čím dál tím větší vliv získává právě estetická medicína. Plastičtí chirurgové slibují, že dokáží splnit tajné sny o dokonalém těle a krásném obličejí. A že tato investice do krásy našeho těla se vyplatí a hlavním efektem bude posílení našeho sebevědomí. Kdo by tomu odolal? Díky novým technologiím jsou zákroky téměř bezbolestné a doba rekonvalescence se zkrátila na minimum. Vše je bezpečné, rychlé a

---

<sup>36</sup> SILIMED. *Plastická chirurgie Minulost a Budoucnost*. [online]. [cit. 2012-10-12]. Dostupné z: <http://www.silimed.hu/cz/plasticka-chirurgie-minulost-a-budoucnost.html>

<sup>37</sup> MĚŠŤÁK, J. *Prsa očima plastického chirurga*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2007, s. 5-9. ISBN 978-80-247-1834-7

<sup>38</sup> IKM. *Plastická chirurgie ví, jak na krásu těla i duše*. [online]. © 2011 [cit. 2012-11-30]. Dostupné z: <http://www.sdeleni.idnes.cz/plasticka-chirurgie-vi-jak-na-krasu-tela-i-duse>

<sup>39</sup> Dass, R. *Stále tady*. 1. vyd. Praha: Pragma, 2002, s. 14. ISBN 80-7205-882-7

účinné. Navíc se plastičtí chirurgové snaží moderními operačními postupy, zajistit co nejmenší známky po své práci. Tedy pracovat z co nejmenších možných operačních přístupů, rány zašívají stehem šitým vevnitř.<sup>40</sup> O zvětšování prsou, neinvazivní liposukci, abdominoplastice, transplantaci vlasů a mnohých dalších zákrocích pší jakoby nic. Stačí se však jen podívat na kterékoliv video ze zákroku a je neuvěřitelné, aby žena na operačním stole šla druhý den do práce a druzí na ní nic nepoznali.

„V historii se ideál krásy mění, ale ještě nikdy se jím nestal nesouměrný či neforemný typ.“<sup>41</sup> Dále se můžeme dozvědět, a s tím se autorka plně ztotožňuje, že ideál krásy, který nacházíme dnes a denně na fotografiích v časopisech, přehlídkových molech, by v dřívější společnosti příliš neuspěl. Názor na to, co je půvabné, se s ubýhajícími staletími rapidně mění. Je třeba si přiznat, že žijeme v postmoderní době, a k té patří i ztotožnění se s novodobými ideály a snaha se jim co nejvíce přiblížit. Dá se říci, že kráslicí přípravky dokáží téměř zázraky, alespoň je jejich výrobci slibují. A tam, kde i tento druh zázraku selže, pomůže plastická chirurgie.<sup>42</sup>

Takovými a podobnými slogany se snaží, v obrovské konkurenci na sebe upozornit, některé z institucí zabývající se tímto druhem byznysu. Stále však přetrvává spousta předsudků a není se čemu divit. Vždyť není to tak dávno, co proběhla médii aféra s vadnými implantáty. Navíc se denně setkáváme s články, kdy jsme upozorňováni na špatně provedené operace tohoto typu, ať už se jedná o odbytou plastiku hýždí, kdy implantát se různě otáčí, a tím deformuje ošetřenou část těla nebo operaci nosu u naší popové divy, která musela podstoupit další dvě reoperace, neboť její tělo nejen že nepřijalo implantát, ale ještě na něj reagovalo tak, že se slečně celý nos zborčil. Proto i v této problematice platí pravidlo: Dvakrát měř a jednou řež, právě při volbě lékaře. Najít toho správného není jednoduché a i zde je třeba řídit se několika zásadami. Kosmetická operace může přinést zvýšení sebevědomí, ale také se nesnadno stane příčinnou velkých problémů. Sebe prezentace nám umožňuje vypadat před druhými, jak vidíme sami sebe nebo, jak bychom se vidět chtěli.

---

<sup>40</sup> FUNDOVÁ, V. *Estetická chirurgie*. [online]. © 11. 11. 2010 [cit. 2012-11-30]. Dostupné z: <http://www.esteticka-chirurgie.eu>

<sup>41</sup> KUFKA, R., R. ČERVINKOVÁ. *Plastická chirurgie krok za krokem*. 1. vyd. Praha: XYZ, 2007, s. 7. ISBN 978-80-7388-045-3

<sup>42</sup> *Operace pro krásu i zdraví*. [online]. © 2008-2012 [cit. 2012-11-30]. Dostupné z: <http://www.klinikazdravi.cz/style>

## 2.3 Postmoderní doba estetických úprav

Vývoj společenského života, změny v profesionálních i soukromých potřebách, možnost seberealizace, to vše a mnoho dalšího znamená pro hodně lidí i zvýšení nároků na vlastní vzhled. Člověk podstupující kosmetickou operaci, tudíž z přijatelného fyzického zdraví, si slibuje dosažení duševního uspokojení, a tím zvýšení kvality života. Nicméně je třeba si uvědomit, že kosmetická operace je operace jako každá jiná, má svá rizika a komplikace a nemusí vždy naplnit očekávání a výsledek, který si pacient slibuje. Současný trend je takový, že zájemců o zákroky plastických chirurgů přibývá a pokud to tak bude i nadále, můžou se estetické operace, stát brzy masovou záležitostí.

Projevy stárnutí obličeje, velikost a tvar rtů, deformované nebo odstálé boltce uší, deformity nosu, velikost, tvar či postavení prsů, místní přebytky tukové tkáně, jizvy nebo jiné novotvary kůže můžeme v současnosti zařadit mezi běžné operace plastické chirurgie.<sup>43</sup> S přihlédnutím k dosavadnímu vývoji plastické chirurgie, je pravděpodobné, že během několika málo let budou se provádět chirurgické úpravy genitálií se stejnou četností jako na ostatních částech těla.<sup>44</sup> Nároky dnešní společnosti rostou, a někdy až za hranice zdravého rozumu. Vždyť dámy si nechávají, převážně pro své budoucí ženichy z arabských zemí, znovu vytvářet panenské blány. Pro operátora není problém vyrobit v těle pacientky bod G, a to o velikosti, jaký si dotyčná řekne. Co se týká mužů. Nejsou v současnosti žádnou výjimkou v ordinacích plastických chirurgů. Jejich počet se rok od roku zvětšuje. Například touha po zvětšení penisu provází mužské pokolení od nepaměti.<sup>45</sup> Estetičtí lékaři umějí i takovýto zákrok a používají několik možných variant operací na zvětšení mužství, avšak vliv na zachování funkčnosti tohoto orgánu je přinejmenším diskutabilní.

Je to lukrativní obor, možná až příliš. Místní plastiky mají výbornou pověst a jsou cenově dostupné. Výborně funguje i zdravotní turistika, právě díky výše zmíněným kritériím. Plastická chirurgie má v současné době i veletrh, kdy profesionálové prezentují svou práci.

---

<sup>43</sup> [online]. [cit. 2012-11-30]. Dostupné z: [http://aps.cls.cz/info\\_pro\\_verejnost.htm](http://aps.cls.cz/info_pro_verejnost.htm)

<sup>44</sup> KESSLER, S. *Nový pohled na genitálie a gender*. [online]. [cit. 2012-12-02]. Dostupné z: <http://www.translide.cz/genitalie-gender?p=7>

<sup>45</sup> *Zvětšení penisu*. [online]. [cit. 2012-12-02]. Dostupné z: <http://www.zdravi-radost.cz/html>



V České republice existuje Společnost plastické chirurgie, která náleží k České lékařské společnosti Jana Evangelisty Purkyně, a také Společnost estetické chirurgie, která je aktivně napojena na světové organizace s obdobným odborným zaměřením. Patří mezi ně i OPRAS, což je evropská část společnosti ESPRAS, jejímž cílem je podporovat plastické chirurgy k dalšímu vzdělávání, navazovat přátelství. Organizuje a koordinuje mnohá mezinárodní zasedání, kongresy, vědecká setkání, zvyšuje význam kulturní výměny lékařů, přijímá opatření k ochraně profese, zvyšování úrovně výkonu a přípravy. Evropsští plastičtí chirurové se podílejí na mnoha významných aktivitách nejen v Evropě, ale dokonce na celém světě. Nejsou to pouze vědecké události, ale i humanitární pomoc.<sup>46</sup>

Společnost estetické chirurgie sdružuje plastické chirurgy, kteří se specializují především na řešení estetických vad. Jejimi členy mohou být zásadně pouze atestovaní plastičtí lékaři. Vysokou odbornost znamená certifikace, tu obdrží pouze lékař s garancí způsobilosti, který soustavně provádí výkony estetické chirurgie, a je zapojen do systému celoživotního vzdělávání v estetické chirurgii.<sup>47</sup>

Dá se říci v souvislosti s plastickou chirurgií, že je to nebezpečná krása, neboť určité procento operací se ne vždy podaří. Má tedy i odvrácenou tvář. Jednu z kapacit oboru v naší republice doktora Jana Měšťáka, dle vlastních slov, překvapuje obrovské množství chyb jeho kolegů, jelikož on sám jich reoperoval přes 60 za uplynulých 14 měsíců.<sup>48</sup>

„*Můžeme si být jisti, že věda, poslušna zákonů humanity, bude neustále usilovat o rozšíření hranic poznání.*“ (Louis Pasteur, v projevu u příležitosti otevření Institut Pasteur v Paříži)<sup>49</sup> Jak asi bude vypadat ideál ženského těla za dalších pár let, toť otázka.

---

<sup>46</sup> NICOLAI, J. [online]. © 2010 [cit. 2012-12-02]. Dostupné z: <http://www.espras.org>

<sup>47</sup> *Možnosti současné estetické plastické chirurgie.* [online]. [cit. 2012-12-05]. Dostupné z: <http://aps.cls.cz/index.htm>

<sup>48</sup> TOMAN, K. *Nebezpečná krása: plastiku dělají i lékaři bez atestace.* [online]. © 2010 [cit. 2012-02-12]. Dostupné z: <http://aktuálně.centrum.cz/ekonomika/nakupy/clanek.phtml.1?id=664318>

<sup>49</sup> GORDON, R. *Podivuhodné dějiny lékařství.* 1. vyd. Praha: Melantrich, 1995. ISBN 80-7023-208-0

## 3 MÉDIA A LIFE-STYLE V ČR A ESTETIKA TĚLA

### 3.1 Působení vizuálních a audiovizuálních médií

Přestože tento druh médií a jejich vnímání se řadí mezi jedny z prvních, osvědčil se, je pravidelně aktualizován a stále slaví úspěchy. Možnosti jsou pestré. Dozvídáme se o řadě zajímavých novinek i v oblasti péče o naše těla, možnosti, které jsou dostupné v současné době. Jelikož naše tělo má i duši, je třeba pečovat i o ni. K tomu přispívají příjemné pocity, klid a pohodová atmosféra. To vše se nám snaží ukázat a přiblížit vizuální a audiovizuální druhy médií. Bez médií by dnes nikdo ani nevěděl o řadě populárních osobností, kterým se chceme co nejvíce přiblížit a podobat.

Z pohledu vizuální kultury jde především o vnímání estetiky každého jedince. Vývoj ovlivňuje naše proměnlivá společnost různou intenzitou, a dále i ekonomickými aspekty. Neexistuje jednotný vizuální styl. Moderní vizuální podoba znamená změnu všech dřívějších prvků. Reklamní kampaně s konečným výsledkem na billboardech, plachtách, bannerech, lavičkách, sklech aut, vizitkách, www stánkách či na sídlech firem, jsou toho součástí.

Jde o to, prozkoumat mnoho různých vlivů, působících na tuto oblast. Způsob jak upoutat a opět estetická úroveň, která nám je předkládána, svým vzhledem, a s tím spojené pocity, které to vyvolává. Je třeba, aby audiovizuální mediální prostředky respektovaly určitá pravidla týkající se reklamy. Chránit kulturní rozmanitost a cíle veřejného zájmu.

K trendu mužské depilace přispělo několik snímků svlečené fotbalové hvězdy. Přitom to není nic nového. K vyznavačům patří jak sportovci, tak umělci, a právě napodobováním svých vzorů, se tato móda dostala mezi čím dál větší část populace.<sup>50</sup>

To, že sledovanost televize v České republice neklesá, a že televize patří v populaci k nejčastějším a nejoblíbenějším způsobům trávení volného času, asi nikoho nepřekvapí. Co se ale mění, je způsob jakým si pořady, na které se chceme dívat, vybíráme. Podle Výzkumu životního stylu, který pro Asociaci televizních organizací

---

<sup>50</sup>REDAKCE. [online]. © 2008 [cit. 2012-12-05]. Dostupné z: <http://www.colourlanet.cz/51570-trend-byt-vyholeny-jako-baros>

zajišťuje společnost Mediaresearch, čím dál častěji televizní diváci vybírají pořady tak, že prostě přepínají kanály a hledají, co je zajímavé.<sup>51</sup>

V nové televizní realitě má ještě větší moc než kdy dřív – divák. Už nevolí jenom televizní stanici, kterou chce sledovat, ale vyhledává konkrétní obsah. Jde o zásadní změnu, jež nastala v posledních letech, a tak změnila trh televizního vysílání. K této změně vedly dvě základní okolnosti. Počet domácností schopných přijímat více než 10 televizních stanic rok od roku vzrůstá. Tato technická změna vedla k přirozené fragmentaci trhu. Diváci dnes také mají možnost sledovat obsah na obrovském množství různých a nových platform - v kinech, na internetu, v mobilních aplikacích, nebo formou DVD nabízených jako příloha novin v každé trafice. To vše má jasný dopad na tvář dnešního televizního trhu. Aby televize zvýšily přitažlivost obsahu, musí se snažit mnohem přesněji než dříve předvídat divácký vkus. Je nutné sledovat trendy v zahraničí. Úspěšný provozovatel vysílání si též musí uvědomovat význam rozšiřování nabídky, jak prostřednictvím nových kanálů, tak zpřístupněním obsahu v čase a způsobem, jenž divákovi vyhovuje.<sup>52</sup>

Life-stylových pořadů v televizi je takřka nepřehledné množství, ať už se jedná o veřejnoprávní či soukromou. V současné době nás neustále lákají různými motivačními slogany. Pořady o bydlení, autech, cestování se také řadí mezi life-style. I vaření už není jen pro domácí kuchtičky, vysvětlení je prosté. Ano chceme se dobře a chutně najíst, ale především to musí být zdravé a nutričně vyvážené.

Pořad vysílaný TV Prima Mladší o pár let čerpal inspiraci z anglické i australské verze. Vycházel z toho, že proměny image patří v současnosti k nejoblíbenějším televizním show. Jeho staršími kolegy jsou *Nahá jsi krásná* nebo *Jste co jíte*. Jde hlavně o změnu celkové vizáže, samozřejmě pomocí i estetické chirurgie.<sup>53</sup> Pod heslem *Naše tělo je obrazem našeho zdraví*, do sebe nechávají lidé řezat, přešívát se, cpát implantáty, nastřelovat si vlasy nebo se odsávat. Tento pořad má publikum inspirovat ke zdravějšímu životnímu stylu. Jen je třeba si uvědomit, že i staré které napodobujeme a

---

<sup>51</sup> *Televizní pořady vybíráme stále častěji přepínáním*. [online]. © 2012 [cit. 2012-12-05]. Dostupné z: <http://pro-media.peoplemetry.cz/2012/06/05/televizni-porady-vybirame-stale-casteji-prepinanim>

<sup>52</sup> RUZEK, A. *Dnes už nestačí být jenom televizí*. [online]. © 2011 [cit. 2012-12-05]. Dostupné z: <http://media.blog.cz>

<sup>53</sup> [online]. ©1996 - 2011 [cit. 2012-12-06]. Dostupné z: <http://www.hubnuti.org/encyklopedie/mladsi-o-par-let-mopl>

chceme se jim přiblížit co nejvíce, používají služeb plastických chirurgů a různých kosmetických vymožeností současnosti, ale i ony a to především, pravidelně cvičí a dodržují vyvážené stravování. To už se nahlas neříká, protože by to bylo obyčejné a nudné.

### 3.2 Vybraná tištěná média

O síle vlivu tisku na společnost a možnosti jejího využití (případně zneužití) byla již zmínka v předcházejících kapitolách. Než se začneme zabývat life stylem a estetikou v současném tisku, je třeba poukázat na problematiku krize tištěných médií v souvislosti s nástupem elektronických médií. Jde o problematické zařazení jejich internetových mutací, které se mnohokrát za den aktualizují. Je nepochybně nutné zdůraznit, že v rámci této krize je internet zcela zásadním faktorem.<sup>54</sup>

Časopisy na našem trhu lze rozdělit dle zaměření, pro koho jsou určeny. Těžko si však vybrat z toho množství. Rozdíl mezi bulvárními a seriózními periodiky se pomalu vytrácí. *Cosmopolitan* se nabízí s podtitulem nejúspěšnější časopis v celosvětovém měřítku, *Harper's Bazaar* jako módní časopis pro moderní ženu, *Jackie* časopis pro všehoschopnou ženu,<sup>55</sup> a tak bychom mohli pokračovat ještě dlouze.

O tom, že titulní strana prodává deníky i časopisy není pochyb. Vydavatelé věnují titulním stránkám obrovskou pozornost. Vědí totiž, že před trafikami má potenciální čtenář zhruba minutu na to, aby si z obrovského počtu titulů vybral právě ten jejich. Využívají proto marketingové figle, o kterých si myslí, že fungují. V případě magazínů lifestyleových, bulvárních, ale často i zpravodajských tak platí tato pravidla. Na titulní straně by měla být žena, která se usmívá a dívá se mírně doprava, s co nejvíce otevřenými očima přímo do objektivu. Větší úspěch mívá blondýna na tmavším pozadí. Roli hraje také počet titulků, který by měl být lichý, tedy buď tři, ale maximálně pět. Titulek by pak měl symbolickou zkratkou, která musí být srozumitelná cílové skupině periodika – měl by vystihnout nejzajímavější témata čísla. Podobný přístup, co se titulků na první straně týče, platí i pro deníky. Tam navíc hraje roli i jejich velikost.

---

<sup>54</sup> *Krise tištěných médií*. [online]. © 2011 [cit. 2012-12-06] Dostupné z: <http://wikileaks.svetu.cz/26839-krize-tistenych-medii.html>

<sup>55</sup> [online]. © 2010 [cit. 2012-12-06]. Dostupné z: <http://www.send.cz/casopisy-tema/6>

Zvláště u titulních stran bulvárních listů funguje, že čím větší zájem očekávají redaktoři o danou událost, tím větší titulek.<sup>56</sup> Například ve dvanáctém výtisku letošního roku časopisu *Cosmopolitan*, který o sobě tvrdí, že je nejvlivnější a najdeme v něm vše o posledních módních trendech a mnoho jiného, je na titulní straně popová zahraniční star v přiléhavém body, a k ní slogan - Jak se prodat co nejlíp.<sup>57</sup> Na čtenářích zůstává rozhodnutí, co tím chtěl vydavatel vlastně říci. Nelze mu však upřít, že probudil naši zvědavost.

Na našem trhu periodik mezi jinými nalezneme i časopis *Estetika*. V něm najdeme rubriky jako *Mladší tvář*, *Sexy tělo* a podobně. Magazín *Estetika* vychází šest let. Od samého počátku se věnuje tématům, která souvisí s krásou a omlazením. Píše o všech novinkách, které se na poli neinvazivních procedur i v oblasti plastické chirurgie objeví. Ale protože se na půvabu musí pracovat hned na několika frontách, najdeme v *Estetice* také články o výživě, cvičení, kosmetice, zdraví, psychice a samozřejmě i dietách. Díky tomu čtenářky získají ucelený návod, jak využít široké nabídky omlazujících metod, jak se v jednotlivých procedurách vyznat, co by měly pro udržení půvabu a svěžesti podnikat, a co je naopak zbytečné. Redakce spolupracuje s renomovanými klinikami plastické a estetické chirurgie, i s těmi nejlepšími odborníky z dalších oborů. V časopise najdeme kromě textů, také exkluzivní fotoreportáže z plastických operací. Nechybí ani soutěže o omlazující procedury<sup>58</sup>.

Měsíčník *Zdraví*, který je jak jinak než o zdravém životním stylu, věnuje se kromě péče o zdraví také rodině a dětem, kosmetice, cvičení nebo psychologickým problémům. Dále zde čtenář nalezne rozhovory se slavnými osobnostmi a samozřejmě originální recepty. V několika svých letošních číslech se zmiňuje o estetických zákrocích. Autorka pro představu uvede jeden konkrétní příklad - *Skalpel jako elixír mládí*. Aby se čtenář rozhodl pro chirurgickou úpravu, začíná článek úvodním odstavcem: „ *Po dlouhověkosti, nesmrtelnosti a mladistvém vzhledu touží lidstvo odnepaměti. Po pokusech o namíchání elixíru mládí, mladí sázejí spíše na životní styl, pohyb, kosmetiku, a v posledních letech přichází ke slovu čím dál častěji i estetická a*

---

<sup>56</sup> *Alchymie titulní strany II.* [online]. © 2009 [cit. 2012-12-06]. Dostupné z: <http://www.trafikant.cz/trafikant-2009/alchymie-titulni-strany-ii>

<sup>57</sup> *Cosmopolitan*. Praha: Bauermediapraha, 2012, č. 11. ISSN 0010-9541

<sup>58</sup> *Splňte si sen o krásném těle.* [online]. © 2012 [cit. 2012-12-05]. Dostupné z: <http://www.estetika.cz/Očasopise/MagazínEstetika.aspx>

*plastická chirurgie.*<sup>59</sup> Dále v textu najdeme nové trendy, nejžádanější zákroky, a co je pro případného zájemce jistě neméně důležité, ceník jednotlivých operací.

„*Módní trendy: diktát nebo zábava?*“ Kdo rozhoduje o tom, co budeme nosit? V dávných dobách bylo oblečení praktickou nutností, dnes o nás prozrazuje, kdo jsme, jací jsme a mnohdy také, co chceme. Vliv má společnost, kultura i momentální ekonomická situace. Módní návrhářka Tatiana Kovaříková říká: „*Vše je propojené, všichni se navzájem ovlivňují. Díky médiím, internetu, novým technologiím výroby se vše zrychluje.*“ Samostatnou kapitolou jsou celebrity. V jejich případě je velmi pravděpodobné, že z daného oděvu, doplňku či barvy se stane prodejní hit.<sup>60</sup>

Tisk by měl sloužit především k informování. Avšak každý z výše uvedených článků působí spíše jako reklama. Je až zarážející, jak se jí necháváme ovlivňovat, také je na každém z nás, zda ji dovolíme proniknout do našich životů.

Dynamický rozvoj, který zažívá v současné době plastická chirurgie je ovlivněn mnoha faktory. Jedním z nich je i touha pověcném mládí. A díky estetickým zákrokům si může svá přání splnit mnoho žen i mužů. Klientela se rozšiřuje, jelikož cenová relace není jen pro horních deset tisíc. Mezi nejpopulárnější, a tím i nejčastější zákroky patří korekce poprsí. Kdysi byly plastické operace jen pro vyvolené z vyšších společenských vrstev. Dnes tomu tak není. Může si je, díky cenové regulaci, dovolit mnohem větší počet lidí. Komplexy ze svého zevnějšku mohou způsobit psychickou nevyváženost, ale měli bychom je, kdyby nás média denně nemasírovala iluzemi, ve photoshopech upravených obrázků, bezchybných těl? Mezi takové patří i pořady, kde se to údajnými celebritami a vylepšenými lidmi jen hemží.

### **3.3 Online média, vybrané internetové portály**

Nová média, v čele s těmi internetovými, získávají stále větší vliv.<sup>61</sup> Online média jsou ve svém rozsahu značně variabilní. Denně vznikají nové stránky s obsahem zaměřeným na life styl. Nelze proto zmínit všechny. Jelikož už zítra by počet nebyl

---

<sup>59</sup> GRIMMOVÁ, K. Skalpel jako elixír mládí? *ZDRAVÍ*. 2011, roč. 59/4, č. 4, s. 42-44. ISSN 0139-5629

<sup>60</sup> PAVLOVÁ, M. Módní trendy: diktát, nebo zábava? *Moje psychologie*. 2011, roč. 6, č.3, s. 72-79. ISSN 1802-2073

<sup>61</sup> AMBROŽ, J. *Potřebuje český Internet kategorizaci online médií?* [online]. © 2006 [cit. 2012-12-10]. Dostupné z: <http://www.lupa.cz/clanky/potrebue-cesky-internet-kategorizaci-online-medii/>

aktuální, autorka se pokusí představit, ty které patří mezi stálé, nejnavštěvovanější, a svým zaměřením nejvíce se přibližující ke sledovanému tématu, a tím pádem i s největší možnou mírou ovlivňování tímto směrem. Po jejich zhlédnutí, přečtení a doporučení, se dá říci, že média nám vnucují nereálné představy.

Portál Omlazení je nejprogresivnější a nejrychleji rostoucí portál pro ženy v České republice. Měsíčně ho navštíví přes 600 000 žen, které se nebojí otevřeně řešit svůj věk, vzhled a stav duše. Za Omlazením.cz nestojí žádný klasický ženský magazín, vzniklo spontánně. Jeho cílem je zlepšovat život ženám tím, že jim pomůžeme snadno a rychle najít užitečné informace ohledně krásy duše i těla.<sup>62</sup> Díky osobní zkušenosti, může autorka potvrdit výše zmíněné. Jejich diskusní fórum, se kterým portál začínal, se značně rozrostlo. Mnohem větší šíře témat napovídá, jakým směrem se ženská populace ubírá. Také záložka bazar nefunguje od začátku. Samozřejmě vše se kopíruje, a není nic snazšího než kouknout ke konkurenci, ale v tomto případě, si sami ženy řekly o tuto službu. Jednoduše si v diskusích mezi sebou psaly, že jim chybí právě tento odkaz a provozovatel na to zareagoval. Tak by to mělo v tržní ekonomice fungovat.

Dalšími webovými stránkami, které nelze opomenout, nesou název plasticka-chirurgie.info. Pro ty, kteří přemýšlejí nad plastickou operací, je tento internetový portál nezastupitelný. Zde se dozví, jak probíhají plastické operace, jaké zkušenosti s nimi mají lidé, kteří již zákrok podstoupili. Zjistí hodnocení plastických chirurgů jejich pacienty, ceny jednotlivých zákroků.<sup>63</sup> Je zde možnost prohlédnout si fotografie před a po operacích, a zajímavá videa přímo ze sálu operatérů. Odborné informace jsou podávány tak, aby i laik se zorientoval, pochopil a dokázal si představit, co obnáší plastická operace, včetně jejich pozitiv a negativ. Jsou tu zveřejněny výsledky průzkumu, který portál provedl v roce 2009, na téma Vnímání estetické plastické chirurgie, kde respondenti odpovídali na otázky ohledně spokojenosti, motivů a zájmů o tyto druhy zákroků. Jedním z předmětů zkoumání byl i pohled na zahraniční zdravotní turistiku.<sup>64</sup>

---

<sup>62</sup> OMLAZENÍ.cz. *Co je omlazeni.cz.* [online]. © 2005 [cit. 2012-12-10]. Dostupné z: <http://ww.omlazeni.cz>

<sup>63</sup> [online]. © 2006 – 2012 [cit. 2012-12-10]. Dostupné z: <http://www.plasticka.chirurgie.info>

<sup>64</sup> *Výsledky průzkumu na portále Plastická chirurgie.info* [online]. © 10. 6. 2010 [cit. 2012-03-18]. Dostupné z: <http://www.plasticka-chirurgie.info/novinky/vysledky-pruzkumu-plasticka-chirurgie>

Jenprozeny.cz je pravděpodobně nejlepší web pro ženy na světě<sup>65</sup>, jelikož si to o sobě myslí, tak to píší na svých stránkách zřizovatelé. K tomuto závěru zřejmě došli, protože mají na svém facebookovém profilu přes 40 tisíc fanoušků. Internetová aplikace Facebook je sociální síť, kde se lidé sdružují a vzájemně spolu komunikují.

Na facebooku najdete i soutěž o plastickou operaci zdarma. Jde o humanitární projekt doktora Doležala.<sup>66</sup> Smyslem projektu je pomoc ženám, které mají viditelnou tělesnou vadu odstranitelnou pomocí plastické operace, a nemohou si dovolit tento problém řešit z vlastních finančních zdrojů. Letošní „*Nový život díky plastice*“ pomáhá dokonce dvakrát! Dr. Tomáš Doležal pomůže plastickou operací za symbolickou cenu dvanácti ženám ke kráse, zdravému sebevědomí a novému plnohodnotnému životu, a zároveň finanční prostředky získané od výherkyň a partnerů projektu, pomohou vybrané instituci na podporu boje proti rakovině. Kromě toho se projekt od loňského ročníku zásadně liší ještě tím, že se ho rozhodla podpořit řada známých osobností.<sup>67</sup>

### 3.4 Pojem LIFESTYLE a jeho výklad soudobou společností

Zdravý životní styl je heslem této doby. Ve společnosti stále intenzivněji rezonuje výše zmíněné téma. Aktivně se o ně zajímají asi dvě třetiny české a slovenské populace. Péče o své tělo a snaha vypadat co nejlépe, patří k významným aspektům, které v současnosti Češi řeší. Jen asi polovina lidí v České republice vyjádřila spokojenost se svým fyzickým vzhledem. Nejčastěji kritické jsou ženy a též lidé po třicítce. Problém s redukcí hmotnosti má opravdu široký rozměr. Vyplývá to z aktuálního průzkumu GfK.<sup>68</sup>

Zdravý životní styl je téma, o kterém se hodně mluví, avšak každý si pod ní představí něco jiného. Pro někoho je to nedílná součást života, pro druhého jen přizpůsobení se svým životním podmínkám. Životní styl je sice mnohorozměrný, zahrnuje velké množství prvků a v nejširším pohledu je to skutečně souhrn všeho, jak vlastně člověk

---

<sup>65</sup> [online]. © 2012 [cit. 2012-12-10]. Dostupné z: <http://www.jenprozeny.cz>

<sup>66</sup> DOLEŽAL, T. *Nový život díky plastice*. [online]. © 2012 [cit. 2012-12-15]. Dostupné z: <http://www.facebook.com/projektnovyzivodikyplastice>

<sup>67</sup> [online]. [cit. 2012-12-10]. Dostupné z: <http://www.plastikapraha.cz>

<sup>68</sup> *Hubnutí Čechů a Slováků*. [online]. © 2012 [cit. 2012-12-12]. Dostupné z: [http://www.gfk.cz/public\\_relations/press/press\\_articles/010605/index.cz.html](http://www.gfk.cz/public_relations/press/press_articles/010605/index.cz.html)



žije – ale vzhledem k efektu na zdraví, jsou některé body podstatné, jiné méně.<sup>69</sup> Na veřejně dostupných online médiích se můžeme dočíst, že i deprese je životní styl a můžeme mít pozitivní vliv na náš život.<sup>70</sup>

Life style magazíny nám denně přinášejí zprávy o zdravém životním stylu. Nové informace, kam patří móda, péče o nehty a tělo, sport, hudba, filmy, cestování, volný čas. Celkový souhrn takřka zahrnuje vše kolem nás. Je vůbec možné, aby třeba takový diář byl lifestyle, podle médií ano. V současné chvíli je nutné zamyslet se nad tím, zda to není podvod či klam, a kam až jsou výrobci ochotni zajít, aby ostatní přesvědčili, že právě jejich zboží a služby potřebujeme. Kam daleko to až zajde a kde jsou hranice normálnosti? Potřebujeme mít vše dokonalé a in? Co je správné, co je špatné, kdo to určuje? My to podporujeme, necháváme se strhnout davem, vždyť který školák potřebuje nejnovější telefon? Co bude zítra, tedy v budoucnu stěžejním produktem, bez kterého se neobejdeme. Záleží na diktátu médií, co nám předloží.

V life stylu spojeném s estetikou těla by mělo jít především o oblast korektivní péče o tělo, jeho formování, zlepšení kondice, získání energie. Důraz by měl být kladen na efektivitu. Dosáhnout zlepšení kvality našeho života. Lifestyleové magazíny nabízejí pohled na životní témata, jako jsou finance, zdraví, vztahy. Life style nám dokáže zprostředkovat nejnovější trendy. Má vliv na naše smysly, vidění a vnímání. Dovoluje nám prozkoumat a vytvořit si svůj vlastní styl. Necháváme se jím inspirovat. Odhaluje tajemství, na která se můžeme spolehnout, ale jsou tyto odkryté prvky pro nás vůbec dobré? Jsou důležité, a opravdu je potřebujeme? Slibují, že se naše fantazie stane skutečností. Vytvářejí realitu, která může být pro někoho léčbou pro jiné zhoubou. Informace se v mnohém shodují, někde se však i rozcházejí, jsou znepokojující, tím že zkreslují realitu a matou, jsou zavádějící. Takový druh časopisů údajně nabízí čtenářům pomoc a odpovědi na otázky, týkající se dnešního moderního světa, tím získávají na atraktivnosti.

V dnešní době je life style kde co. Třeba design, studio, fotbalový klub, poradna, obchod s učebnicemi, nemovitosti atd. Při zamyšlení, je tato skutečnost velmi stresující. Při doslovném překladu by se mělo jednat o oblast výživy, zdraví, prevenci, řešení

---

<sup>69</sup> *Zdravá výživa*. [online]. © 2012 [cit. 2012-12-10]. Dostupné z: <http://www.vyziva.estranky.cz>

<sup>70</sup> STYX, P. *Deprese – to je jen taková nová trendy nemoc*. [online]. © 2010 [cit. 2012-12-10]. Dostupné z: <http://www.zivotnistyl.cz/serial/6/depese-jako-zivotni-styl>

zdravotních problémů, profesionální péči o pleť, líčení, vizáž a úpravu váhy. Naše soudobá společnost si však z tohoto tématu udělala výhodný byznys.

Jak žijí Češi aneb Lifestyle 2012. Tento výzkum se zabývá detailním pohledem na chování, rozhodování a život českého spotřebitele. Má svou tradici a ve své letité historii identifikuje trendy a změny v klíčových oblastech. Svým rozsahem, komplexností i detailem poskytuje cenná zjištění, která mohou být východiskem pro tržní příležitosti a správná směřování inovací a nastavení vztahu se zákazníky. Hlavní myšlenkou je pochopit životní hodnoty, které vedou ke spotřebnímu chování.<sup>71</sup>

---

<sup>71</sup> *Lifestyle 2012*. [online]. © 1998 - 2013 [cit. 2012-12-10]. Dostupné z: <http://www.tns-aisa.cz/press-release/lifestyle-2012>

## 4 PROFIL POŘADU TOP STAR MAGAZÍN

Jako metodu výzkumu si autorka vybrala sledování, posouzení a zhodnocení vybraných dílů pořadu televizního média – Top Star Magazin, s ohledem na téma práce. Na úvod této stěžejní kapitoly, představující začátek praktické části bakalářské práce, zdůvodnění výběru druhu sledovaného pořadu.

Média v soudobé společnosti, mezi jiným, přebírají i výchovnou roli. Vzhledem k jejich možnostem, jsou velmi mocná, a tak mohou ovlivnit naše chování a způsob myšlení. Již byla médiím prokázána snaha o vtištění určitých vzorců. I díky tomu se mění náš postoj k vnímání vlastního těla. V pořadech, nejen v reklamách, se objevují téměř dokonalí lidé, kteří přiznávají, že těchto výsledků dosáhli pomocí estetických zákroků. I když si uvědomujeme, že tento ideál je uměle vytvořený, přebíráme jej a snažíme se mu přiblížit. Ne vždy toho lze dosáhnout, a tak narůstá naše nespokojenost s vlastním tělem. Tehdy přijde na řadu diktát módy, opět předkládaný médií. To samé platí pro kosmetický průmysl.

Tyto postoje a měřítko, která nám média předkládají, nás mají motivovat, abychom se jim co nejvíce podobali. Všechny výše zmíněné faktory, se objevují v televizním pořadu s názvem Top Star Magazin. Jsou v něm zastoupeny veškeré, pro tuto práci důležité indicie. Jak bude níže přiblíženo, jedná se o módní a kosmetický průmysl a nedílnou součástí jsou i estetické operace.

Tento pořad si autorka vybrala k rozboru možné míry ovlivňování společnosti. Jelikož patří k jednomu z nejsledovanějších, a dá se říci, že stálých, na televizi Prima běží již šest let. Že je úspěšný se dá potvrdit i tím, že má vysoký podíl sledovanosti na trhu ve své historii.

### 4.1 Historie a současnost pořadu

K nejprodávanějším periodikům převážně patří ty bulvární. Proto bylo jen otázkou času, kdy se objeví na televizních obrazovkách pořad s pohledem do soukromí hvězd s jeho nádechem. Kdysi se role experimentu chopila televize Nova a její Prásk, byl to první z pořadů zaměřených na celebrity a jejich soukromí, jenž udal směr všem svým následovníkům. Prima přišla s konceptem série deseti reportáží a nazvala jej Top 10.

Právě tento pořad se stal předchůdcem Top Star magazínu, ať už jejich shodu určujeme vysílacím časem, moderátorkou v podobě Mahuleny Bočanové nebo stylem reportáží. Obliba pořadu na sebe nenechala dlouho čekat, zkrátka lidé chtějí vědět o soukromí svých slavných idolů. Se sílící oblibou pořadu bylo jasné, že se pomalu, ale jistě začíná schylovat k válce bulvárního televizního žánru, neboť na Nově si chtěli odkrojit i svůj kousek koláče a nasadili do stejného vysílacího času jejich Přísně tajné. Tvrdý boj o každého diváka však Top Star magazín ustál, a stále ho můžeme každý středeční večer v jeho obvyklém čase, vídat na obrazovkách. Týden co týden nás moderátorka Mahulena Bočanová zavedla na místa, kam se obyčejný smrtník nemá šanci dostat. Reportérky pečlivě sledují každý večírek, a jak módní policie kontroluje večerní róby přítomných dam a vytříbené chování pánů. Top Star magazín nám taky zprostředkuje pohled na jeden běžný pracovní den našich celebrit, či za nás vyzpovídá nejednu osobnost showbyznysu. Jsme svědky úspěchů i krachů, jsme porotou ve vypjatých kauzách našich slavných osobností.<sup>72</sup>

Jedním z cílových programů s vysokou sledovaností, a tím pádem i možností ovlivňovat mínění, je společenský televizní pořad Top Star magazín, který každou středu ve 21:30 vysílá Prima family. Ten zavede diváky do života showbusinessu a celebrit. Trvá 50 minut a televize jej vysílá od roku 2008. Moderátorkou byla 5 let herečka Mahulena Bočanová. Zábavný společenský pořad je nejen o celebritách, ale také o tom, co se kde zajímavého dělo. Kdo, kdy, s kým, prostě události a osobnosti v akci! Nechybí senzační odhalení, reportáže, aktuální kauzy ze života hvězd, či noční život a módní policie. To vše a ještě něco navíc. "*Sledování Top Star magazínu je, jako byste listovali časopisem a získávali informace pokrývající všechny lidské činnosti a zájmy,*" říká výkonný ředitel Prima TV Petr Chajda. Hlavní roli v reportážích hrají známí nebo neobyčejní lidé, ať již slavní nebo ti, kteří se "slavnými" stávají díky kauzám, které momentálně hýbou společností. Co je, a co není právě v kurzu, to prozradí pravidelné rubriky TOP 10.<sup>73</sup>

Pravidelný společenský magazín ze světa českých hvězd prošel změnami, které mohli diváci zaregistrovat. K mírné změně došlo také v grafickém provedení, dále byla

---

<sup>72</sup> *Top Star magazín*. [online]. [cit. 2012-12-12]. Dostupné z: <http://topstar.own.cz/>

<sup>73</sup> *Na Primě startuje pořad Top Star magazín: Podílet na něm se můžete i vy!*. [online]. © 2001-2012 [cit. 2012-12-12]. Dostupné z: <http://www.blesk.cz/clanek/celebrity/81513/na-prime-startuje-porad-topstar-podilet-se-na-nem-muzete-i-vy.html>

vyměněna úvodní znělka (jen zvuk). Komentátory – tedy „hlasy“, které pořad namlouvají, se stali Jitka Moučková a Michal Jagelka.<sup>74</sup> V současné době na obrazovce Primy bodují především lifestylové magazíny jako je výše zmíněný Top Star. Patří mezi pořady vlastní tvorby a má početnou diváckou základnu. O obsahovou náplň se stará tým zkušených redaktorů. Diváky, kteří jej sledují lze rozdělit do dvou skupin, ti kteří jej s nedočkavostí očekávají, těší se a oproti nim ti, kteří jej nesnášejí. Právě odpůrci se shodují v tom, že se jedná o mediální terorismus a ukazatel zmaru české publicistiky par excellence. To, že je po tomhle pořadu poptávka, je jenom důkazem ovlivnění lidí a touhy občas někomu civět do soukromí, občas se vetřít mezi "báječné a bohaté", a mít pocit, že tohle je ono, a že jsou tomu o kousek blíž. Faktem je, že převážná většina obsahu dává pocit, že je toho současná česká definice celebrity - někdo, kdo je známý, protože je známý, a známý je proto, že se při každé příležitosti známým dělá. Tady média ukazují svou "moc" nad těmi, kteří žijí jen pro svou popularitu. Tvůrci pořadu vědí, že každé zboží má svého kupce a všichni, kdo tento pořad o celebritním plevelu sledují, ho tím vlastně zároveň vědomky hnojí i zalévají<sup>75</sup>

Top Star Magazín v současné době nemá v našich televizích žádnou solidní konkurenci. Reportáže jsou poctivé, hvězdy mají prostor k vyjádření a navíc došlo k eliminaci oněch šokujících bulvárních přiznání. Překvapí i nadhled. Jako psychologická sonda do života celebrit tenhle pořad nefunguje a ani nechce, ovšem jako příjemné obohacení dne a poodhalení soukromí našich hvězdiček ano. Konečně je možnost dozvědět se i názory druhé strany, zda pravdivé, toť otázka<sup>76</sup>. Toto je názor diváků, kteří pořad pravidelně sledují.

K přípravám Top Star Magazínu patří stovky hodin porad s reportérkami, tisíce scénářů k jednotlivým reportážím, tisíce najetých kilometrů, tisíce oslovených respondentů a mnoho dalšího. Dá se říci, že k historii pořadu patří bývalá moderátorka Bočanová. Forma konce ji velmi zasáhla, neboť se jej dozvěděla z internetu a navíc jako poslední, jak už to bývá. Na Primě hledali mladší a výraznější tvář. Našli ji v podobě Gabriely Partyšové, ta když dostala novou příležitost v podobě moderování pořadu Top

---

<sup>74</sup> MARTIN. *TopStar Magazín prošel v novém roce hned několika změnami*. [online]. © 2007-2013 [cit. 2013-01-03]. Dostupné z: <http://prima-web.com/2013/01/top-star-magazin-prosel-v-novem-roce-hned-nekolika-zmenami>

<sup>75</sup> GEMINI. *Top Star magazín (TV pořad)*. [online]. © 2001-2012 [cit. 2012-12-12]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/film/249021-top-star-magazin/>

<sup>76</sup> tamtéž

Star, radovala se. Změnila nejen studio, které ji přišlo sterilní. Nyní je ve veselejších barvách, a hlavně v něm chybí pohovka, na které Mahulena předváděla své rybí pózy. Přála si vnést nový vítr do pořadu a nezklamat diváky. „*Celebrity znám všechny, takže to bude pohoda*“, uvedla Partyšová. Už po dvou pokračováních úplně nadšeně nevypadala. Stres z rozporuplných reakcí diváků a nekonečné diskuze o podobě pořadu s jeho tvůrci, moderátorce ubrala kila i elán.<sup>77</sup>

Jednou z mnoha zajímavostí spojených s tímto pořadem, je i to, že v prvních dílech vysílaných v červnu, připravil profily českých fotbalových legionářů, jelikož se konal šampionát. „*Fotbal na takové úrovni dnes není pouze pro muže*“, uklidňoval ředitel televizní divačky.<sup>78</sup> Nebo kuriozita z Poslanecké sněmovny, kdy na tabuli s výsledky hlasování o armádních zakázkách nebyla uvedena strana TOP 09, ale »TOPSTAR«. Fantazírování ale udělal přítrž Miroslav Kalousek. „*Náš poslanecký klub se jmenuje Top 09 a Starostové. TOPSTAR je logická zkratka*“, suše vysvětlil. „*Pořad Topstar magazín rozhodně nemá politické ambice, ale těší nás, že se na něj i politici dívají*.“ řekla za Primu mluvčí Jana Kocová.<sup>79</sup>

Od léta loňského roku, díky skvělé sledovanosti, vysílá televize Prima love, společenský magazín Top Star Love. Milují ho především ženy. V cílové skupině Ž15-44 se hladce vyhoupl přes desetiprocentní hranici, když dosáhl podílu na trhu 10,44%.<sup>80</sup> Moderuje ho Martina Gavriely a diváci mají možnost shlédnout, co se do středy nevešlo, a kauzy jsou zpracované více do hloubky. Top Star Magazín byl s českými celebritami i ve světě. Zmínky o zahraničních hvězdách jsou velmi sporadické, a to i přesto, že zájem ze strany diváků je značný.

Dle historičky umění Martiny Puchmenové jsou žebříčky popularity pofiderní, zvláště pokud nejsou jasně daná kritéria hodnocení. Mediálně vděčná témata dlouhodobě ovlivňují či spíše manipulují názory široké veřejnosti. Týká se to

---

<sup>77</sup> FEUEREISLOVÁ, M. *Gábina Partyšová je kost a kůže*. [online]. © 1996-2012 [cit. 2012-12-12] Dostupné z: <http://www.paparazzi.cz/?clanek=137429-gabina-partysova-je-kost-a-kuze.-kouknete--jak-z-ni-padaly-saty.html>

<sup>78</sup> *Fotbaloví fanoušci přeladí v červnu na Primu*. [online]. © 2008 [cit. 2012-12-12]. Dostupné z: <http://www.fotbal.cz/scripts/detail.php?id=30645>

<sup>79</sup> *Topstar ve Sněmovně*. [online]. © 2001-2012 [cit. 2012-12-12]. Dostupné z: <http://www.blesk.cz/clanek/celebrity-ceske-celebrity/142788/topstar-ve-snemovne-mahuleno-jak-jsi-tohle-dokazala.html>

<sup>80</sup> WINKLER, M. *Prima love: Léto je stvořeno pro lásku*. [online]. © 2012 [cit. 2012-12-12]. Dostupné z: <http://www.satcentrum.cz/clanky/17232/>

zábavního průmyslu, stejně jako umění – vítězové soutěží jsou nazíráni jako celebrity bez ohledu na to, jestli jsou jejich produkty kýčovitě songy nebo konceptuální umění.

Oblíbený společenský týdeník ze světa showbusinessu přichází v novém roce s čerstvými rubrikami. Připraveno je více informací ze soukromí slavných lidí, ať už se bude jednat o jejich domovy, pocity nebo silné životní příběhy. Novinkou je videodeníček herečky Veroniky Žilkové a zpěváka Václava Noida Bárty, dvě nové rubriky - Škola reportérek, kde si slavné modelky a hvězdy vyzkoušejí, jaké to je být na druhé straně mikrofonu a rubrika Bydlení slavných,<sup>81</sup> s tou přichází moderátorka Martina Gavriely, která bude šmejdit v bytech našich slavných osobností, nebude se bát, u nich vyzkoušet měkkost jejich postelí nebo komfort koupelen. Také se připravuje okénko s názvem „Sourozenci slavných“. Jelikož se říká, že showbusiness je drsné místo, tak se musí trochu otrkat i moderátorka Eva Decastelo. V rubrice „Na vlastní kůži“ si vyzkouší, jaké je to být vrcholovou sportovkyní či kaskadérem. O adrenalin tedy nebude nouze.<sup>82</sup>

## 4.2 Specifika moderátorek pořadu

Na úvod této podkapitoly se autorka zaměří na hlavní a nejvíce viditelnou osobu pořadu, moderátorku. Tou byla do loňského února Mahulena Bočanová. V různých diskuzích ať již v tištěných, vizuálních i online médiích jí bylo vytýkáno, pro ni typické polehávání na gauči, posteli či dalších jiných rekvizitách ve studiu. Její styl moderování byl však nezaměnitelný a lze jej jen těžko napodobit. Jak to zvládla její nástupkyně, do té doby nekorunovaná královna večírků Gabriela Partyšová, která vedla rubriku Večírky v Top Star Magazínu tři roky, si můžou diváci ověřit přímo na televizních obrazovkách. Je to splnění jejího vlastního snu a čekala na něj dlouhých dvanáct let. Její hodnocení nejsou úplně pozitivní, ale sama aktérka si to uvědomuje a snaží se zlepšit. Za spoustu chyb ale prý může firma, která pořad vyrábí. Moderátorka si stěžuje na špatné osvětlení, málo kreativní režisérku a další překážky v práci. „*Mé připravené texty jsou tvrdě*

---

<sup>81</sup> [online]. [cit. 2012-12-13]. Dostupné z: <http://www.facebook.com/pages/TOP-STAR-magaz%C3%ADn/349932542313!>

<sup>82</sup> *Novinky v Top Star magazínu*. [online]. [cit. 2012-12-13]. Dostupné z: <http://blogdejedna.wordpress.com/2013/01/07/novinky-v-magazinu-top-star-videodenicek-veroniky-zilkove-a-vaclava-noida-barty-a-smejdeni-martiny-gavriely-v-bytech-slavných/>

*cenzurovány*,” zlobí se Gábina.<sup>83</sup> Sama se ve světě celebrit pohybuje přes deset let. Ráda se namaluje, hezky učeše a vyrazí do společnosti. Její představa o moderování byla jiná než realita, se kterou se teď sžívá a jak sama uvádí, ještě to nějaký čas potrvá. Ale co divák, má nárok na názor a bude to k něčemu? Vezme si vedení k srdci přání sledujících? Ne. Jak bude uvedeno níže, dozví se čtenáři této práce, že jde opět jen a pouze o byznys. Ať už se jedná o oblečení moderátorky při vstupech, šperky, líčení, dekorace, vše je o tom, která firma se potřebuje zviditelnit. Zhodnocení celé situace je nasnadě. Top Star v čele s novou hlavní hvězdou hodně utrpěl, takže zvýšení sledovanosti, z původního půl milionů diváků se nekoná, spíš naopak.<sup>84</sup>

Top Star magazín na Primě je populární pořad a veleúspěšný projekt, který proslavil i třeboňskou rodačku Mirku Roubíkovou. Začínala jako rozhlasová moderátorka a do srdcí posluchačů se zapsala především jako „blbá blondýna“ z talkshow Frekvence 1 Kraus a blondýna. Ve skutečnosti je to, ale tmavovlasá inteligentní dáma. Jak se vlastně dostala do Top Staru? Zavolala vedení pořadu, že chce pro ně pracovat a co má proto udělat. Naposílala snad dvě stě témat, než jí jedno schválili, a pak už naskočila do rozjetého vlaku a jede v něm do dnes<sup>85</sup>. V pořadu točí reportáže převážně o kontroverzních tématech.

Další z reportérek s neméně známým jménem, je bývalá manželka slavného zpěváka, Martina Jandová. V pořadu často zpovídá hvězdy po návštěvě zkrášlujícího salonu své kamarádky, který tím zároveň propaguje. Sama se netají, že tamější procedury podstoupila. Ať už se jedná o hubnutí nebo prodlužování vlasů. Oceňuje kvalitní a profesionální služby.

Do odvážného projektu na podporu dalšího z pořadů Primy, se zapojily i reportérky Top Staru. Přesto, že jich je v týmu víc, nakonec se jen čtyři nechaly fotit v rouše evině. Jednou z nich byla i reportérka Andrea Ježková. Ta diváky Top Star Magazínu informuje zejména o soukromí Lucie Bílé. Má z její strany takovou důvěru, že jí svěřila svého syna Filipa, aby s ním natočila rozhovor bez toho, aby na ně dohlížela. A to vše u

---

<sup>83</sup> KREMSEROVÁ, E. *Večírková královna Gábina Partyšová*. [online]. ©2010 [cit. 2012-12-13]. Dostupné z: <http://www.rozkvetlekonvalinky.estranky.cz/clanky/zpevacky/gabriela-partysova.html>

<sup>84</sup> [online]. [cit. 2012-12-13]. Dostupné z: <http://www.primacool.cz/discussion/11463?page=26&%24Version=1&%24Path=%2F>

<sup>85</sup> KOJZAR, P. *Mirka Roubíková: Nic není nesplnitelné!* [online]. ©2012 [cit. 2012-12-13]. Dostupné z: <http://www.halonoviny.cz/articles/view/1524264>



sebe doma v Otvovicích, kam jen málokoho pouští. Mezi reportérkami, které odhodily, svršky byla i Klarisa Pivodová. Živí se též jako lektorka tance. Dává hodiny jazzdance, modern-dance a klasického baletu.<sup>86</sup>

Z mnohých celebrit se postupem času, sami staly reportérky. Je to jednoznačně tím, že mezi slavnými mají známé a víc diváků přilákají k obrazovkám. Rozšiřují se řady moderátorek, které mají hlavně jméno, a to ostatní se už nějak poddá. Také slavní se spíše zpovídají slavným než neznámým lidem. Mezi takové patří Zuzana Belohorcová, která v pořadu pracovala tři roky. Do Top Star Magazínu točila rozhovory s lidmi, kteří je neposkytují až tak často.

Nelze opomenout Evu Decastelo a Agátu Hanychovou. Tyto dvě převzaly po současné moderátorce její rubriku. Názory na jejich odvedenou práci se různí. Rády vymetají večírky a vysílají přímo z terénu

Na závěr ještě dvě jména, která se však v současné době v pořadu neobjevují. Putování společenským životem okořenila vycházející hvězda Prima TV Lucie Březovská. V roli neohrožené reportérky obdivovala celebrity, sbírala jejich podpisy a připravovala si pro ně záludné otázky na tělo. Lucie měnila kostýmy, rekvizity i témata, která ji zajímala. Další je Denisa Jeřábková, ta působí v médiích a v této profesi se našla. Už řadu let, takřka denně vysílá na rádiu Regina. Že se stane moderátorkou, o tom byla přesvědčená od základní školy. Za svým cílem si šla. Připravuje několik svých pořadů. V roce 2008 jí producent Petr Lesák dal šanci v pořadu Top Star Magazín. „*Svět showbyznysu mě vždycky hodně lákal a tam jsem na něj koukala pěkně zblízka,*“ říká. Již brzy se objeví ještě v dalším pořadu. „*Jmenuje se Exklusiv!, a bude se věnovat celebritám a lidem, kteří opravdu něco umějí,*“ prozrazuje. Denisa Jeřábková přešla od letošního roku na televizi Barrandov a diváci ji mohou sledovat v lehce erotickém novém pořadu Intim Night.<sup>87</sup> „*Když jsem tu nabídku dostala, tak jsem trochu váhala,*

---

<sup>86</sup> [online]. © 2011-2012 [cit. 2012-12-18]. Dostupné z: [http://fitnesskotva.cz/cz/treneri\\_instruktori.php?k=1&i=39](http://fitnesskotva.cz/cz/treneri_instruktori.php?k=1&i=39)

<sup>87</sup> BALÁZS, R. *Televize Barrandov bude mít lehce erotický magazín Intim Night.* [online]. [cit. 2012-12-13]. Dostupné z: <http://blogdejedna.wordpress.com/2012/11/29/televize-barrandov-bude-mit-lehce-eroticky-magazin-intim-night-startuje-v-patek-7-prosince/>

*ale nakonec jsem si řekla, proč ne. Teď čím dál tím víc zjišťuju, jak moc mě to baví, učí mě to nestydět se. Kdo ví, kdy nějakou tu sexuální radu nebo pomůcku použiju,*<sup>88</sup>

### 4.3 Obsahová specifika pořadu

Top Star magazín přináší informace ze světa showbusinessu a slavných osobností nejen profesního charakteru. Je to společenský magazín o lidech a jejich příbězích, jenž hýbou společností. Původně zábavný pořad, který diváka týden co týden provede příběhy, ve kterých hlavní úlohu hrají lidé, o nichž se právě hovoří, dále pak nejzajímavějšími aktuálními kauzami, exkluzivními reportážemi, žhavými podrobnostmi nejpůlnějších osobností.<sup>89</sup> Chce se říci, koho to zajímá, ale z průzkumů vyplývá, že pravidelně ho sleduje více jak půl milionu diváků. Další otázkou je, zda se bez výše jmenovaných vědomostí obejdeme. Do uší nám je doručí roztomilé reportérky, ale kdo rozhoduje o tom, co budou mít na sobě, jaké reportáže budou vysílat, která hvězda se bude zpovídat před objektivem kamery a v neposlední řadě, na co se budou ptát? Patří Top Star mezi jeden z nejvíce nadhodnocených pořadů? Obrázkem pro představu nám bude představení pravidelných rubrik.

Oblíbený společenský seriál Top Star Magazín patří ve středečním večerním vysílání mezi premianty.<sup>90</sup> Magazín se věnuje mnoha tématům, pro mnoho věkových skupin. Obsah tohoto pořadu tvoří několik rubrik – od zpovědi hvězdy přes kauzu týdne až po exkluzivní reportáže. Hodina strávená u televize navíc nabídne pohled do zákulisí fungování showbusinessu nebo módního průmyslu, a pokusí se odhalit tajemství celebrit.

Při pravidelném sledování divák zjistí, že rubrik je dostatečné množství. Po stopách hvězd, News, Odhaleno, Tajný deník, Vzpomínky, Večírky, Módní policie, Top Star barometr, Exkluzivní výročí, Celebrity a několik dalších, ale zdání klame. Ve skutečnosti jsou to ty samé, a aby se neopakoval název, tak ho produkce změní, jen obsah zůstane totožný.

---

<sup>88</sup> DENISA JEŘÁBKOVÁ: *Krása se štěstím a talentem*. [online]. ©22. 1. 2013 [cit. 2013-01-22]. Dostupné z: <http://www.superspy.cz/rozhovory/17781-denisa-gerabkova-kraska-se-stestim-talentem>

<sup>89</sup> *Obsah filmu*. [online]. © 2008 [cit. 2012-12-14]. Dostupné z: <http://www.fdb.cz/film/top-star-magazin/82886>

<sup>90</sup> MARTIN. *Středa po osmé pro Prima family*. [online]. © 2007-2012 [cit. 2012-12-15]. Dostupné z: <http://prima-web.com/2012/10/streda-po-osme-pro-prima-family>

Rubrika Noční život přinese ty samé informace jako Večírky, totéž se opakuje u dalších. Nad čím zůstává rozum stát, je rubrika Módní policie. Kdo určuje, co se má kritizovat, a co naopak chválit a přidělovat 100 procent? Kolikrát jsou lidé oblečeni jak strašáci, avšak je to Star a mládež utíká do obchodu, aby si pořídila stejný model. I tento způsob ovlivňování je manipulace. Komu přísluší soudit skutky a výroky druhého, ještě když nejsou určeny nám. To se dozvíme z obsahu Top Star Barometru, aneb komu se daří, a na koho se voda v kotli vaří.

Závěrem nelze nezmínit Top Star soutěž. Před každým dílem je vždy reklama na nějaký life stylový časopis či doplněk. Taktéž vítěz soutěže, odpoví samozřejmě zpoplatněnou esemeskou na banální otázku, kdy odpověď je jasná, a má možnost vyhrát kosmetiku, šperk nebo nějakou praktickou potřebu do domácnosti, nejlépe kávovar. Jako vždy záleží na sponzorech. V případě kávovaru je dvojitý užitek pro firmu, má reklamu a výherce, pokud jej chce využívat, začne kupovat náplně. Tomu se říká výhra! Ale pro koho?

## 5 VNÍMÁNÍ ŽENSKÉHO TĚLA V POŘADU TOP STAR MAGAZÍN S OHLEDEM NA PLASTICKOU A ESTETICKOU CHIRURGII

### 5.1 Frekvence výskytu sledovaného tématu

Ideál krásy ženského těla vytváří celý průmysl. Celebrity jsou nástrojem, který se snaží tohoto cíle dosáhnout. Svým chováním a podporou, se zároveň stávají jeho oběťmi. Jedná se o pseudoproblémy týkající se vzhledu. Další vlivnou rovinu tvoří média. Ta programově a promyšlenými tahy prodávají kosmetiku, oblečení a v konečném důsledku i lidi. Hlavním cílem je vydělat peníze. Média mají vliv na ty, kteří je sledují. Údajně se snaží působit pozitivně, a pak jsou vždy překvapeni, například kolik žen je ve vleku svého těla.<sup>91</sup>

V praktické části této práce bude hodnoceno vysílání televizního pořadu za poslední tři měsíce roku 2012, konkrétně se jedná o třináct dílů Top Star Magazínu. K rozboru si jej autorka vybrala, jelikož obsahově zahrnuje veškeré zkoumané aspekty, na něž je zaměřeno téma bakalářské práce. Ve výše zmíněných odstavcích jsme si jej představili a přiblížili.

Autorka nejprve pomocí slov MUDr. Moidlové připomene, že kosmetické zákroky nejsou aktuálními kauzami až dnešní doby, jen nebyla tato móda tolik rozšířena u nás. Ve světě, především v Americe, se třeba takové botulotoxinové injekce či výplně pomocí kyseliny hyaluronové, používali již dříve. Vždyť právě kyselina hyaluronová je tělu přirozená, jen jí postupem času ubývá a je dobré ji průběžně doplňovat.

V 11 dílech z celkového počtu třinácti je zmíněn jakýkoliv estetický zákrok, ať již se jedná o neinvazivní či chirurgický. Většinou je to spojeno s propagací salonu přímo hvězd nebo jejich dobrých kamarádů.

Lymfodrenáž, hubnutí, diety, cvičení je zaznamenáno v pěti dílech. Zde se o něm zmiňují nejen ženy, ale i mužské hvězdy našeho společenského světa.

---

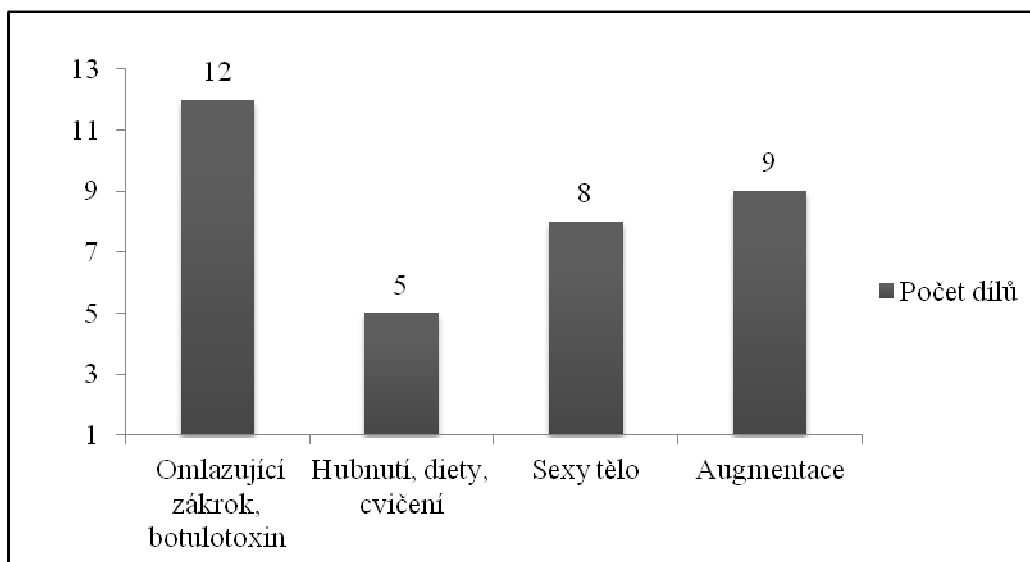
<sup>91</sup> SOKAČOVÁ, L. *Ženy pro měny*. [online]. © 5. 11. 2004 [cit. 2012-12-17]. Dostupné z: <http://www.feminismus.cz/fulltext.shtml?x=209094>

Mezi další sledovaný aspekt patří i použití botulotoxinu, kyseliny hyaluronové a podobné zákroky proti stárnutí. Kdo, kdy, kde si aplikuje tyto vylepšovací procedury, zjistíme ve čtyřech dílech.

Z dalších pro tuto práci zajímavých indicií, je tak zvané Sexy tělo. O něm slyšíme v sedmi vstupech. V jednom případě se jedná o muže, zbylé jsou takto hodnoceny ženy. Co si pod tímto pojmem představit, nám předkládá samotný pořad. Vždy jde o dlouhonohou, hubenou, někdy přírodně obdařenou, většinou však uměle upravenou modelku.

Stěžejní téma, této kapitoly, silikonové implantáty, zní v devíti dílech z celkového počtu třinácti sledovaných.

Graf 1: Četnost výskytu sledovaných témat v pořadu TSM



Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

## 5.2 Augmentace v Top Star Magazínu

Zaměříme-li se na formu a frekvenci výskytu augmentace neboli zvětšení prsou pomocí silikonových implantátů, nelze jednoznačně vymezit názvy rubrik, ve kterých jsou reportáže vysílány. Je to tím, že pokaždé je na toto téma nazíráno z jiného úhlu pohledu. Kult krásy je v tomto případě velmi povrchní, zaměřuje se hlavně na nejvíce

viditelné jevy. Úporná snaha a strategie médií dostat diváka, kam sama potřebuje, je snadno rozpoznatelná.

Dalším ze sledovaných jevů je možný pozitivní vliv na podstoupivší, a těmi dále médií zprostředkováván na případné zájemkyně z řad divaček. Všechny hvězdy jednohlasně potvrdily, že zákrok jim pomohl především pracovně. Mají více zakázek a tím následně větší příjem. Na větší jistotě a zvýšeném sebevědomí se též shodly. Při dotazech reportérek, co na to říkají jejich partneři, odpověď byla taktéž stejná, jsou spokojeni, někteří velmi.

V jednom, pro tuto práci sledovaných dílů, byl uveden rozhovor s psycholožkou Alexandrou Doležalovou Hrouzkovou na téma:“ Proč muži preferují velká prsa?“ Dotyčná odpověděla, že důležitá je pevnost a velikost proto, že jim připomínají maminku, bezpečí a hojnost.

Další co je třeba přiblížit, jsou názory mladých, bezdětných, začínajících rádo by hvězdiček, které augmentaci plánují, pokud ji již nemají, rozhodně ji neodsuzují a po dětech i samozřejmě chápou. Aby i v určitém věku vypadaly pořád dobře. Jestliže by si tento názor, vzala za své většina veřejnosti, rozhodně by neměli plastičtí chirurgové o práci nouzi.

Při hledání negativního dopadu, nebyl nalezen žádný od silikonem vylepšených dam. Pouze ty, které mají vnady přírodou obdařené, se shodují, že módní silikonové krasavice je připravily o práci. Je třeba připomenout slova odborníků z výše uvedených kapitol, že pokud se operace nezdaří, pacientka na tom bývá psychicky mnohem hůře než se svým původním poprsím. Negativní aspekt je i možné zapouzdření implantátu, tzv. kapsulace. Negativní vliv na dobrý operační výsledek mají objemové výkyvy. Nikdo nemluví o délce rekonvalescence, omezeních a bolesti po zákroku. Nezanedbatelný je vliv na ostatní dámy, které ani nepomyslely na to, že by se vylepšovaly, avšak při naslouchání o tom, jak je úžasné mít umělá prsa a pár nepěkných poznámek o jejich těle, začnou pochybovat. Pak stačí zapnout televizi a ordinace plastických lékařů mají nabito. Proto bychom se měli zaměřit na prevenci. Tam by měla patřit i edukace.

## 6 PREVENCE VLIVU MÉDIÍ POMOCÍ EDUKACE

### 6.1 Nutnost mediální gramotnosti

Náš život je prostoupen médii. Ta se stávají rozhodující při socializaci a identifikaci se společností. Mají zřejmý vliv na naše chování i kvalitu života. Z těchto důvodů potřebujeme znát povahu, podstatu a určující faktory tohoto působení. K tomu je nutná kompetence – mediální gramotnost.<sup>92</sup>

Mediální gramotnost bývá definována jako série komunikačních kompetencí, které zahrnují schopnost vyhledávat, analyzovat, hodnotit a dále předávat informace. Obsahuje v sobě dvě složky: znalostní a dovednostní. Mediálně gramotný člověk je schopen maximálně využívat dostupná média pro své vzdělání, osobní rozvoj a uspokojení potřeb. Na rozvoji mediální gramotnosti by se měla podílet i mediální výchova.<sup>93</sup>

Je potřeba naučit se rozklíčovat, co je podstatné, a co se nám média snaží podsunout. Výsledkem by mělo být uvědomění si, že právě reklamy a pořady, jako výše zmíněný Top Star Magazín, jsou založeny na získání si pozornosti. Důležitost spočívá v tom, naučit se číst mezi řádky. Čím je vnímání různorodější, tím pestřejší je obraz reality. Ve výuce jde především o to posoudit, a zhodnotit vnímání vlastního těla, zda jsme či nejsme objektivní. Dokázat rozlišit části a celky a osvojit si efektivní strategie vnímání. Využívat různé druhy technik a cvičení.

Nejen děti a mladí, ale i dospělí obecně, by měli disponovat základy kritického myšlení, které je potřeba k ochraně před negativním vlivem médií, aby nedocházelo k případům, které denně vidáme v televizi, novinách i časopisech, kde se mnozí nechali zlákat k různým úpravám těla, na základě reklam a doporučení slavných osobností a nedopadlo to úplně dobře.

---

<sup>92</sup> JIRÁK, J., R. WOLÁK. *Mediální gramotnost: nový rozměr vzdělávání*. [online]. © 2007 [cit. 2013-03-13]. Dostupné z: [http://medialnivychova.fsv.cuni.cz/MVP-1-version1-Jirak\\_Wolak\\_Medialni\\_gramotnost\\_Novy\\_rozmer\\_vzdelavani.pdf](http://medialnivychova.fsv.cuni.cz/MVP-1-version1-Jirak_Wolak_Medialni_gramotnost_Novy_rozmer_vzdelavani.pdf)

<sup>93</sup> VRÁNKOVÁ, E. *Mediální gramotnost*. [online]. © 2001 – 2005 [cit. 2013-03-05]. Dostupné z: [http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Heslar/medialni\\_gramotnost.htm](http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Heslar/medialni_gramotnost.htm)

## 6.2 Mediální výchova v rodině

První a dost často zásadní je mediální výchova v rodině. Jde o záměrné jednání rodičů, směřující k ovlivňování dětské televizní konzumace a jejích dopadů.<sup>94</sup> Cíle mediální výchovy prošly historickým vývojem. Původní myšlenka byla, aby představovala prostředek před nedobrym vlivem reklam. V současné době usiluje o to, aby působení médií měl jedinec pod kontrolou tak, že dokáže využít nabídky ve svůj prospěch. Rodiče by si měli uvědomit, že do určitého věku jejich děti od nich přebírají názory a představy, tudíž jsou závislé na jejich postoji. Podle toho by měli přistupovat i k hodnocení mediálních sdělení, právě média totiž staví před ženy štíhlý ideál jako kult krásy. I díky tomu mladé ženy od dětství trpí různými formami bulimií a anorexií, poruchami příjmu potravy. Je důležité uvědomování si vlastního těla a jeho postavení.

Řada rodičů mediální výchovu v rodině podceňuje, někteří postrádají ideu o čem se s dětmi bavit, a před čím je varovat, právě v rámci problematiky médií.<sup>95</sup> Používají různé výchovné styly, přístupy a mnohdy sami nevědí téměř nic o správných zásadách dobré mediální výchovy v rodině. Mezi nejjednodušší a zároveň nejhorší, patří lhostejnost. Jsou rodiče, kteří se schovávají za slova s odůvodněním, že nemají čas, a stejně se to děti naučí ve škole.

Je mnoho různých aspektů usměrňujících vztah dětí k televizi a jejím pořadům. Závěrem této kapitoly jen pár příkladů pro představu, jaký rodiče používají přístup k mediální rodinné výchově: nabízení alternativních možností, časové schéma sledovanosti, korekce pořadů, okamžité vypnutí, samotné umístění přijímače, rozhovor o shlédnuté produkci a doporučení.<sup>96</sup> Ta by se měla týkat především programů se vzdělávacím potenciálem.

---

<sup>94</sup> ŠEĎOVÁ, K. *Mediální výchova v rodinách předškoláků*. [online]. © 2006 [cit. 2013-03-05]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/publication/704462/cs>

<sup>95</sup> *Mediální výchova může přinést zkvalitnění nabídky*. [online]. © 27. 1. 2012 [cit. 2013-03-05]. Dostupné z: <http://www.medialni-vzdelavani.cz/detail-clanku/62-medialni-vychova-muze-prinest-zkvalitneni-medialni-nabidky>

<sup>96</sup> ŠEĎOVÁ, K. *Televize v rodinách předškoláků*. [online]. [cit. 2013-03-05]. Dostupné z: [http://www.ped.muni.cz/capv11/4sekce/4\\_CAPV\\_Sedova.pdf](http://www.ped.muni.cz/capv11/4sekce/4_CAPV_Sedova.pdf)



### 6.3 Školní mediální výchova

*„Média se prolínají všemi sférami lidského života, od oblastí navýsost intimních až po ty nejveřejnější. S médii vstáváme i uléháme. Doprovázejí nás na cestách do práce i na dovolenou. Odpočíváme s nimi. Ještě před nedávnou dobou byl ve výhodě ten, kdo dokázal získat informace. Dnes je to ten, kdo se dokáže v jejich záplavě vyznat.“<sup>97</sup>*

Potřeba mediální výchovy je nasnadě, a to z jednoduchého důvodu. Média jsou všude kolem nás a škola má za úkol, děti připravovat na život v současném světě. Je důležité podporovat rozvoj mediální výchovy a mediální pedagogiky v celospolečenském kontextu, včetně uplatňování vědeckých poznatků v praxi a vzdělávání všech věkových kategorií.

Základním východiskem mediální výchovy je to, že sdělení není možné oddělit od média. Člověk nemůže pochopit smysl příběhu či informativního sdělení, tím méně ho ocenit nebo kritizovat, pokud neví něco o médiu, jehož prostřednictvím se k němu sdělení dostalo.<sup>98</sup>

Ve školní mediální výchově, by se žáci měli naučit principy fungování médií, dále získat základní dovednosti a poznatky, týkající se mediální komunikace a práce s médii. Je dobré podporovat kritický přístup ke zpravodajství i k reklamě analýzami různých typů mediálních sdělení, vědět o principech jejich fungování, působení a vlivu ve společnosti, a interpretovat vztah mezi mediálním sdělením a realitou.<sup>99</sup>

Od roku 2006, byla v rámci takzvaných Rámcových vzdělávacích programů, do všech základních a středních škol postupně zaváděna mediální výchova. Stala se tak plnohodnotnou součástí českého vzdělávacího systému. Tím, že našla své místo ve schváleném rámcovém vzdělávacím programu (RVP) pro základní školství, a je obsažena i v ověřovaném RVP pro gymnázia, se Česká republika přiřadila k zemím, kde je poučení o mediální problematice nedílným prvkem všeobecného vzdělávání.<sup>100</sup>

---

<sup>97</sup> WOLÁK, R., JIRÁK, J. *Mediální výchovy se bojíme zbytečně*. [online]. © 21. 4. 2006 [cit. 2013-03-05]. Dostupné z: <http://www.portal.cz/scripts/detail.php?id=9350>

<sup>98</sup> JIRÁK, J. *Proč potřebujeme mediální výchovu*. [online]. © 30. 4. 2006 [cit. 2013-03-05]. Dostupné z: <http://clanky.rvp.cz/clanek/s/Z/540/PROC-POTREBUJEME-MEDIALNI-VYCHOVU.html/>

<sup>99</sup> *Mediální výchova*. [online]. © 2005 - 2013 [cit. 2013-03-05]. Dostupné z: <http://www.komenskeho.cz/medialni-vychova>

<sup>100</sup> WOLÁK, R., JIRÁK, J. *Mediální výchovy se bojíme zbytečně*. [online]. © 21. 4. 2006 [cit. 2013-03-05]. Dostupné z: <http://www.portal.cz/scripts/detail.php?id=9350>

Díky dotačním projektům se zvyšuje kvalita výuky mediální výchovy. Taktéž podklady, jako jsou metodické příručky a pomůcky, různé pracovní listy, ucelené učebnice, které se neustále doplňují novými poznatky, mají nepostradatelný vliv, jelikož toto byla jedna z překážek, nedostatečné přípravy pedagogů. Na některých školách se stala mediální výchova samostatným, a žáky oblíbeným, vyučovacím předmětem. Jinde se integruje do jiných předmětů.

Vysoké školy nabízejí zájemcům o studium, přímo obory Mediálních studií. Ty se zaměřují na teoretické i praktické využití dovedností a znalostí tohoto směru, a poskytují komplexní vhled do dané problematiky.

Význam mediální výchovy je v tom, že ukazuje, jak dalece média každodenně zasahují do života dnešní společnosti.

## ZÁVĚR

Bakalářská práce se zabývala vlivem médií na vnímání vlastního těla. Ten tu bezesporu je. Fyzický vzhled byl, je a bude důležitý ve všech oblastech našeho života. Díky tlaku společnosti a médií na ideální až dokonalý vzhled, jde přeci o to, abychom dobře reprezentovali, je mnoho z nás se sebou samými nespokojeno, a řeší tyto pseudoproblémy pomocí estetické chirurgie. Právě propagace kultu štíhlosti a mládí, zdravého životního stylu nejen v reklamách, jsou toho důkazem. Jelikož se necháváme ovlivňovat tím, co je kolem nás, podporujeme zároveň i tento druh kampaní. Medializace estetické chirurgie je jednoznačná. Bohužel, málokdy jsme předem informováni i o možném negativním dopadu.

Práce se skládá ze dvou částí, teoretické a praktické. První, teoretická část je rozdělena do 3 hlavních kapitol, v nichž jsou vysvětleny základní pojmy, historie, druhy různých zákroků a možností, obecná charakteristika médií, lifestyle. Důraz je kladen na současný potenciál médií, a s tím spojené požadavky moderní doby. Srozumitelným způsobem jsou představena a popsána média, převážně ta s největší možnou mírou manipulace.

Praktická část se věnuje rozboru společenského televizního pořadu Top Star magazín. Konkrétně se jednalo o třináct posledních dílů roku 2012, sledovaných s ohledem na frekvenci a formu výskytu dané problematiky, na kterou je zaměřena tato práce, vnímání vlastního těla s důrazem na estetickou a plastickou chirurgii, jak vyplývá z názvu samotné práce. Podrobně byla popsána obsahová specifika analyzovaného pořadu, přiblíženy profily reportérek a moderátorek, zjišťovány pohledy a stanoviska účinkujících. Nedílnou součástí je i historie pořadu, kterou autorka porovnála se současnými aktuálními díly.

Média mají v naší současné společnosti nezastupitelné místo. Slouží nám k zábavě, poučení i jako zdroj informací. Je však na každém z nás, na kolik se jimi necháme ovládat, a jak moc jim dovolíme vstoupit do našeho života, tak aby ovlivňovali naše názory a chování.

Cílem bylo ukázat problematiku vlivu médií na společnost. Tedy jak dalece se necháváme ovlivňovat, a co všechno jsou lidé ochotni podstoupit, aby vyhověli tomuto

diktátu. Dále také navrhnout možné cesty prevence z tohoto úskalí moderní doby, v podobě mediální výchovy.

K tomu, abychom silným tlakům médií nepodlehli, patří jeden z několika faktorů, a tím je mediální výchova. Na tu je zaměřena kapitola šestá. Poprvé se setkáváme s mediální výchovou v rodině. Málomnozí rodiče ji však považují za důležitou, a tak bývá často opomenuta nebo je velmi nedostatečná. Na rodinnou navazuje školní mediální výchova, ta se řadí mezi nástroje, které usměřují působení médií na nás. K jejím cílům patří mimo jiné rozvoj kritického myšlení a mediální gramotnosti. Jelikož byla problematika médií považována za důležitou pro dnešní společnost, byla v roce 2006 začleněna do koncepce vzdělávání Rámcovým vzdělávacím programem.

Není jednoznačné, že pouze média mají odpovědnost za náš přístup k vnímání vlastního těla, avšak spolu se společností, se bezesporu podílejí na vytváření aktuálních trendů. Tím mohou významně ovlivnit naše vnímání vlastního těla, s následkem podstupování různých korektivních zásahů. Právě z těchto důvodů je důležitá prevence edukací, která má začít již v dětství a navázat na ni i v dospělosti.

## SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

### Seznam použitých českých zdrojů

- BAGGIO, A. M., *Skrytá tvář*. 1. vyd. Praha: Nové město, 1996. ISBN 80-902084-2-8
- BUERMANN, U. *Jak (pře)žít s médii*. 1. vyd. Olomouc: Poznání, 2009. ISBN 80-86600-58-1
- Dass, R. *Stále tady*. 1. vyd. Praha: Pragma, 2002. ISBN 80-7205-882-7
- FAHOUN, K., S. ŠTROBLOVÁ. *Tvář*. 1. vyd. Jihlava: Somix, 1998. ISBN 80-902561-0-4
- FELLNEROVÁ, U., *Ženy na úrovni*. 1. vyd. Praha: Motto, 1994. ISBN 80-85872-03-X
- FIALOVÁ, L. *Jak dosáhnout postavy snů aneb Možnosti a limity korekce postavy*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2007, s. 114. ISBN 978-80-247-1622-0
- GORDON, R. *Podivuhodné dějiny lékařství*. 3. vyd. Praha: Melantrich, 1995. ISBN 80-7023-208-0
- HENCKMANN, W., K. LOTTER. *Estetický slovník*. 1. vyd. Praha: Svoboda, 1995. S. 86. ISBN 25-025-95
- MĚŠŤÁK, J. *Prsa očima plastického chirurga*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2007, s. 7. ISBN 978-80-247-1834-7
- MĚŠŤÁK, J. a kol., *Úvod do plastické chirurgie*. 1. vyd. Praha: Univerzita Karlova v Praze – Nakladatelství Karolinum, 2005. ISBN 80-246-1150-3
- MUSIL, J. *Elektronická média v informační společnosti*. 1. vyd. Praha: Votobia Praha, 2003. ISBN 80-7220-157-3
- MIČIENKA, M., J. JIRÁK a kol. 1. vyd. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-315-4
- MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Univerzita J. A. Komenského, 2010. ISBN 978-80-7452-002-0
- MUSIL, J. *Úvod do sociální a masové komunikace*. 1. vyd. Praha: UJAK, 2005. ISBN 80-86723-10-0
- PRŮCHA, J., E. WALTEROVÁ a J. MAREŠ. *Pedagogický slovník*. 3. vyd. Praha: Portál, s.r.o., 2001. ISBN 978-80-7367-647-6
- REIFOVÁ, I. a kol. *Slovník mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, s.r.o., 2004. ISBN 80-7178-926-7

SLEZÁK, J. *Plastická chirurgie: praktický průvodce světem chirurgického zkrášlování těla*. 1. vyd. Frýdek – Místek: Alpress, 2007. ISBN 978-80-7362-395-1

VERICK, M. A., *Mediální monopol*. 1. vyd. Praha: EarthSave CZ s.r.o., 2009. ISBN 978-80-86916-09-5

VERNER, P. *Propaganda a manipulace*. 1. vyd. Praha: Univerzita J. A. Komenského, 2011. ISBN 978-80-7452-015-0

VERNER, P. *Vývojové trendy v českých médiích po roce 1989*. 1. vyd. Praha: Univerzita J. A. Komenského, 2010. ISBN 978-80-7452-007-5

VOKURKA, M. *Praktický slovník medicíny*. 3. vyd. Praha: Maxdorf, 1995. ISBN 80-85800-27-6

## Seznam použitých internetových zdrojů

ALENA. *Vizuální kultura a nová estetika digitálních médií*. [online] 7. 12. 2009 [cit. 2012-05-12]. Dostupné z: <http://www.tim09.blog.cz/0912/8-vizualni-kultura-a-nova-estetika-digitalnich-medii>

*Alchymie titulní strany II*. [online]. © 2009 [cit. 2012-12-06]. Dostupné z: <http://www.trafikant.cz/trafikant-2009/alchymie-titulni-strany-ii>

AMBROŽ, J. *Potřebuje český Internet kategorizaci online médií?* [online]. © 2006 [cit. 2012-12-10]. Dostupné z: <http://www.lupa.cz/clanky/potrebuje-cesky-internet-kategorizaci-online-medii/>

BALÁZS, R. *Televize Barrandov bude mít lehce erotický magazín Intim Night*. [online]. [cit. 2012-12-13]. Dostupné z: <http://blogdejedna.wordpress.com/2012/11/29/televize-barrandov-bude-mit-lehce-eroticky-magazin-intim-night-startuje-v-patek-7-prosince/>

*Body Image at a Glance*. [online]. © 2013 [cit. 2012-03-05]. Dostupné z: <http://www.plannedparenthood.org/health-topics/body-image-23374.htm>

DOLEŽAL, T. *Nový život díky plastice*. [online]. © 2012 [cit. 2012-12-15]. Dostupné z: <http://www.facebook.com/projektnovyzivotdikyplastice>

FEUEREISLOVÁ, M. *Gábina Partyšová je kost a kůže*. [online]. © 1996-2012 [cit. 2012-12-12] Dostupné z: <http://www.paparazzi.cz/?clanek=137429-gabina-partysova-je-kost-a-kuze.-kouknete--jak-z-ni-padaly-saty.html>

*Fotbaloví fanoušci přeladí v červnu na Primu*. [online]. © 2008 [cit. 2012-12-12]. Dostupné z: <http://www.fotbal.cz/scripts/detail.php?id=30645>

FUNDOVÁ, V. *Estetická chirurgie*. [online]. 11. 11. 2010 [cit. 2012-11-30]. Dostupné z: <http://www.esteticka-chirurgie.eu>

GEMINI. *Top Star magazín (TV pořad)*. [online]. © 2001-2012 [cit. 2012-12-12]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/film/249021-top-star-magazin/>

*Hubnutí Čechů a Slováků*. [online]. © 2012 [cit. 2012-12-12]. Dostupné z: [http://http://www.gfk.cz/public\\_relations/press/press\\_articles/010605/index.cz.html](http://http://www.gfk.cz/public_relations/press/press_articles/010605/index.cz.html)

HVÍŽDALA, K. *Nezodpovědnost médií v čase mediokracie*. [online] 11. 9. 2006 [cit. 2012-10-12]. Dostupné z: <http://www.hermesmedia.cz/?q=node/565>

IKM. *Plastická chirurgie ví, jak na krásu těla i duše*. [online]. © 2011 [cit. 2012-11-30]. Dostupné z: <http://www.sdeleni.idnes.cz/plasticka-chirurgie-vi-jak-na-krasu-tela-i-duse>

JIRÁK, J. *Proč potřebujeme mediální výchovu*. [online]. © 30. 4. 2006 [cit. 2013-03-05]. Dostupné z: <http://clanky.rvp.cz/clanek/s/Z/540/PROC-POTREBUJEME-MEDIALNI-VYCHOVU.html/>

KESSLER, S. *Nový pohled na genitálie a gender*. [online]. [cit. 2012-12-02]. Dostupné z: <http://www.translide.cz/genitalie-gender?p=7>

KOJZAR, P. *Mirka Roubíková: Nic není nesplnitelné!* [online]. 2012 [cit. 2012-12-13]. Dostupné z: <http://www.halonoviny.cz/articles/view/1524264>

KREMSEROVÁ, E. *Večírková královna Gábina Partyšová*. [online]. 2010 [cit. 2012-12-13]. Dostupné z: <http://www.rozkvetlekonvalinky.estranky.cz/clanky/zpevacky/gabriela-partysova.html>

*Krise tištěných médií*. [online]. 2011 [cit. 2012-12-06] Dostupné z: <http://wikileaks.svetu.cz/26839-krize-tistenych-medii.html>

*Lifestyle 2012*. [online]. © 1998 - 2013 [cit. 2012-12-10]. Dostupné z: <http://www.tns-aisa.cz/press-release/lifestyle-2012>

MARTIN. *Středa po osmé pro Prima family*. [online]. © 2007-2012 [cit. 2012-12-15]. Dostupné z: <http://prima-web.com/2012/10/streda-po-osme-pro-prima-family>

*Mediální výchova*. [online]. © 2005 - 2013 [cit. 2013-03-05]. Dostupné z: <http://www.komenskeho.cz/medialni-vychova>

*Mediální výchova může přinést zkvalitnění nabídky*. [online]. 27. 1. 2012 [cit. 2013-03-05]. Dostupné z: <http://www.medialni-vzdelavani.cz/detail-clanku/62-medialni-vychova-muze-prinest-zkvalitneni-medialni-nabidky>

*Možnosti současné estetické plastické chirurgie*. [online]. [cit. 2012-12-05]. Dostupné z: <http://aps.cls.cz/index.htm>

*Na Primě startuje pořad Top Star magazín: Podílet na něm se můžete i vy!*. [online]. © 2001-2012 [cit. 2012-12-12]. Dostupné z: <http://www.blesk.cz/clanek/celebrity/81513/na-prime-startuje-porad-topstar-podilet-se-na-nem-muzete-i-vy.html>

NICOLAI, J. [online]. © 2010 [cit. 2012-12-02]. Dostupné z: <http://www.espras.org>  
*Novinky v Top Star magazínu*. [online]. [cit. 2012-12-13]. Dostupné z: <http://blogdejedna.wordpress.com/2013/01/07/novinky-v-magazinu-top-star-videodenicek-veroniky-zilkove-a-vaclava-noida-barty-a-smejdeni-martiny-gavriely-v-bytech-slavnych/>

*Obsah filmu*. [online]. © 2008 [cit. 2012-12-14]. Dostupné z: <http://www.fdb.cz/film/top-star-magazin/82886>

OMLAZENI.cz. *Co je omlazeni.cz*. [online]. © 2005 [cit. 2012-12-10]. Dostupné z: <http://www.omlazeni.cz>

*Operace pro krásu i zdraví*. [online]. © 2008-2012 [cit. 2012-11-30]. Dostupné z: <http://www.klinikazdravi.cz/style>

POLÁCH, L. *Poruchy vnímání*. [online]. 14. 4. 2011 [cit. 2010-03-05]. Dostupné z: <http://www.upsychiatra.cz/psychicke-poruchy/poruchy-vnimani/>

RUZEK, A. *Dnes už nestačí být jenom televizí*. [online]. © 2011 [cit. 2012-12-05]. Dostupné z: <http://media.blog.cz>

SILIMED. *Plastická chirurgie Minulost a Budoucnost*. [online]. [cit. 2012-10-12]. Dostupné z: <http://www.silimed.hu/cz/plasticka-chirurgie-minulost-a-budoucnost.html>

SOKAČOVÁ, L. *Ženy pro měny*. [online]. 5. 11. 2004 [cit. 2012-12-17]. Dostupné z: <http://www.feminismus.cz/fulltext.shtml?x=209094>

*Splňte si sen o krásném těle*. [online]. © 2012 [cit. 2012-12-05]. Dostupné z: <http://www.estetika.cz/Očasopise/MagazínEstetika.aspx>

STYX, P. *Deprese – to je jen taková nová trendy nemoc*. [online]. © 2010 [cit. 2012-12-10]. Dostupné z: <http://www.zivotnistyl.cz/serial/6/depresse-jako-zivotni-styl>

ŠEĎOVÁ, K. *Mediální výchova v rodinách předškoláků*. [online]. 2006 [cit. 2013-03-05]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/publication/704462/cs>

ŠEĎOVÁ, K. *Televize v rodinách předškoláků*. [online]. [cit. 2013-03-05]. Dostupné z: [http://www.ped.muni.cz/capv11/4sekce/4\\_CAPV\\_Sedova.pdf](http://www.ped.muni.cz/capv11/4sekce/4_CAPV_Sedova.pdf)

*Televizní pořady vybíráme stále častěji přepínáním*. [online]. © 2012 [cit. 2012-12-05]. Dostupné z: [://pro-media.peoplemetry.cz/2012/06/05/telebizni-porady-vybirame-stale-casteji-prepinanim](http://pro-media.peoplemetry.cz/2012/06/05/telebizni-porady-vybirame-stale-casteji-prepinanim)



TOMAN, K. *Nebezpečná krása: plastiku dělají i lékaři bez atestace*. [online]. © 2010 [cit. 2012-02-12]. Dostupné z: [http://aktuálně.centrum.cz/nakupy/clanek\\_ekonomika.phtml.1?id=664318](http://aktuálně.centrum.cz/nakupy/clanek_ekonomika.phtml.1?id=664318)

*Top Star magazín*. [online]. [cit. 2012-12-12]. Dostupné z: <http://topstar.own.cz/>

VRÁNKOVÁ, E. *Mediální gramotnost*. [online]. © 2001 – 2005 [cit. 2013-03-05]. Dostupné z: [http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Heslar/medialni\\_gramotnost.htm](http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Heslar/medialni_gramotnost.htm)

WINKLER, M. *Prima love: Léto je stvořeno pro lásku*. [online]. © 2012 [cit. 2012-12-12]. Dostupné z: <http://www.satcentrum.cz/clanky/17232>

WOLÁK, R., JIRÁK, J. *Mediální výchovy se bojíme zbytečně*. [online]. 21. 4. 2006 [cit. 2013-03-05]. Dostupné z: <http://www.portal.cz/scripts/detail.php?id=9350>

### **Seznam ostatních zdrojů**

GRIMMOVÁ, K. Skalpel jako elixír mládí? *ZDRAVÍ*. 2011, roč. 59/4, č. 4. ISSN 0139-5629

PAVLOVÁ, M. *Módní trendy: diktát, nebo zábava?* *Moje psychologie*. 2011, roč. 6, č.3. ISSN 1802-2073

## SEZNAM GRAFŮ

Graf 1: Četnost výskytu sledovaných témat v pořadu TSM.....	37
---	----



## **BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE**

**Jméno autora: Markéta Dobrovolná**

**Obor: Vzdělávání dospělých**

**Forma studia: kombinované studium**

**Název práce: Vliv médií a společnosti na vnímání vlastního těla s důrazem na estetickou chirurgii**

**Rok: 2013**

**Počet stran textu bez příloh: 44**

**Celkový počet stran příloh: 0**

**Počet titulů českých použitých zdrojů: 21**

**Počet titulů zahraničních použitých zdrojů: 0**

**Počet internetových zdrojů: 42**

**Počet ostatních zdrojů: 2**

**Vedoucí práce: Mgr. Novotný Lukáš, M.A., Dr.**