

# Porast pojavnosti plastične kirurgije u kontekstu potrošačkog društva

---

**Vrapčević, Lorena**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2023**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Zagreb, Faculty of Croatian Studies / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:111:094050>

*Rights / Prava:* [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-02-25**



*Repository / Repozitorij:*

[Repository of University of Zagreb, Centre for Croatian Studies](#)





SVEUČILIŠTE U ZAGREBU  
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA

Lorena Vrapčević

**PORAST POJAVNOSTI PLASTIČNE  
KIRURGIJE U KONTEKSTU  
POTROŠAČKOG DRUŠTVA**

ZAVRŠNI RAD

Zagreb, 2023.



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU  
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA  
ODSJEK ZA SOCIOLOGIJU

LORENA VRAPČEVIĆ

**PORAST POJAVNOSTI PLASTIČNE  
KIRURGIJE U KONTEKSTU  
POTROŠAČKOG DRUŠTVA**

ZAVRŠNI RAD

Mentor: doc. dr. sc. Marica Marinović Golubić

Zagreb, 2023.

## **Sažetak**

Cilj ovog rada je objasniti sve veću pojavnost plastične kirurgije u kontekstu potrošnje. Dakle, ponudit će se odgovori vezani uz pitanje zašto se odlučujemo (većinom žene) sve lakše i učestalije na podvrgavanje plastičnim operacijama i estetskim zahvatima. Također, istaknut će se utjecaj konzumerizma i razvoja modernosti na pojedince i njihovu odluku o modificiranju tijela, a time i mijenjanje identiteta. U središte je stavljeno ljudsko tijelo kao dio svačijeg individualnog identiteta. Ono je podložno promjenama koje, bile uzrokovane prirodno ili namjerno, mogu imati snažnu ulogu u odlučivanju o tjelesnom oblikovanju. Nad stvaranjem tog osobnog identiteta velik utjecaj imaju razni društveni odnosi i procesi, ali i mnogi trendovi vezani uz potrošnju, pa se i plastične operacije mogu shvaćati nekom vrstom mode, odnosno, ukrašavanjem tijela. Postoji predodžba da ima nezamislivo mnogo načina za modificiranje tijela, međutim, nastoji se prikazati da su u svijetu sve više prisutni zapadnjački trendovi koji djeluju na prihvaćanje sličnih intervencija vezanih uz tijelo te nastanak faktora koji imaju najveću ulogu u želji za modificiranjem tijela.

***Ključne riječi:*** potrošnja, plastična kirurgija, tijelo, modernost, identitet

## **Abstract**

The aim of this paper is to explain the increasing incidence of plastic surgery in the context of consumption. Therefore, the questions related to why people (mostly women) are increasingly easily and more frequently deciding to undergo plastic surgery and aesthetic procedures, and how consumerism and the development of modernity affect the incentive to even decide on such a modification of the body, and thus changing the identity. The human body is placed at the center as an integral part of personal identity whose deliberate changes have a significant impact on its formation. The creation of this personal identity is greatly influenced by various social relationships and processes, but also by many trends related to consumption, so plastic surgery can be understood by a kind of fashion, that is, body decoration. Despite the impression of the existence of "endless" possibilities of body reshaping, it is sought to show that there are dominant Western trends that act on the acceptance of similar interventions related to the body and what are the factors that play the greatest role in the desire to modify a part of the body.

***Keywords:** consumption, plastic surgery, body, modernity, identity*

# Sadržaj

<b>1. Uvod</b> .....	2
<b>2. Razvoj potrošačkog društva</b> .....	3
2.1. Obilježja potrošačke kulture.....	3
<b>3. Sociologija potrošnje</b> .....	5
<b>4. Sociologija potrošačkog tijela</b> .....	6
<b>5. Povijesno shvaćanje tijela i plastične kirurgije</b> .....	8
5.1. Kulturološka uvjetovanost plastične kirurgije.....	9
<b>6. Plastična kirurgija u kontekstu potrošnje</b> .....	11
<b>7. Tjelesnost i identitet</b> .....	12
<b>8. Plastična kirurgija u istraživanju potrošača</b> .....	14
8.1. Samoodređenje .....	14
8.2. Seksualnost.....	15
8.3. Samopoštovanje.....	15
8.4. Društveni kontekst.....	16
8.5. Povezanost unutarnjih i vanjskih kvaliteta .....	16
8.6. Problem starenja .....	17
8.7. Granice prihvatljivosti .....	17
8.8. Emocionalna uključenost .....	18
<b>9. Zaključak</b> .....	20
<b>10. Popis literature</b> .....	21

# 1. Uvod

U posljednjih nekoliko desetljeća uočava se sve veća pojavnost plastične kirurgije na koju se jednako tako odlučuje sve veći broj ljudi, potrošača. Još uvijek većinu konzumenata usluga plastične kirurgije čine žene. Shodno tome, postavlja se pitanje kako konzumerizam i razvoj modernosti utječu na pojedince da se oni s takvom lakoćom sve učestalije odlučuju na kirurško modificiranje tijela i spremni su na neki način promijeniti identitet. Dakle, na ljudsko se tijelo počinje gledati kao na dio čovjeka kojega on ima slobodu mijenjati sukladno svojim željama. Međutim, ljudi se uglavnom odlučuju na slične zahvate i žele na sličan način modificirati dijelove tijela, što ukazuje na to da se u društvima prate zapadni trendovi koji zaokupljaju korisnike digitalnih tehnologija.

Postoje mnoge vrste tjelesnih modifikacija, a naglasak je najčešće na onima koje za konačni rezultat imaju promijeniti estetiku nekog dijela tijela. U suvremenom se kapitalističkom društvu pojam „poželjnog“ i „skladnog“ povezuje s propagiranim značajkama poput mladog duha, zdravog tijela, tjelesne energije, pokretljivosti i senzualnosti. Tzv. „lijepa tijela“ u isto su vrijeme i profitabilna kada je riječ o kapitalističkom radnom procesu, a isto tako se iskorištavaju za promoviranje suvremene reklamne industrije koja za cilj ima promoviranje potrošnje. Promocija takvih svjetonazora okrenutih tjelesnom izgledu ima znatan utjecaj na trendove vezane uz tjelesne modifikacije, poput prehrane, tjelovježbe, kozmetičkih proizvoda i kirurških zahvata koji su počeli biti vrlo aktualni, počevši od kraja 20. stoljeća pa sve do danas. Od svih navedenih praksi, u ovome će radu naglasak biti na kirurškim promjenama tijela, budući da one imaju sve učestaliju ulogu u tjelesnoj estetizaciji, a smatraju se estetskim idealima. Dakle, plastičnim se operacijama mogu ostvariti neki od najradikalnijih oblika kada je riječ o promjeni tijela, ali se ne smije izostaviti činjenica da one često rezultiraju neželjenim posljedicama.

Potencijal plastične kirurgije u izmjeni osobnog identiteta uvidjele su pogotovo žene, budući da su tijela žena, još od povijesnih razdoblja, označavala simbol nadziranja i uporabe sile u okviru patrijarhalnog oblika moći. Postfeministkinje posebice ističu važnost ekstremnih tjelesnih promjena jer one djeluju poput oblika ženine moći nad svojim tijelom, nad ženskim identitetom, a time i nad vlastitom sudbinom. Rad završava primjerom istraživanja danskog znanstvenika Askegaarda i njegovih suradnika iz 2002. godine pod nazivom „The Body Consumed: Reflexivity and Cosmetic Surgery“ koje uključuje brojne intervjue vođene s ispitanicama koje su bile podvrgnute plastičnim operacijama. Na temelju tog istraživanja, u poglavlju „Plastična kirurgija u istraživanju potrošača“ prikazani su brojni razlozi zbog kojih se, uglavnom žene, odlučuju na takve rizične i skupe operacije.

## 2. Razvoj potrošačkog društva

Razmišljanja o pojmu potrošnje bilježe se još od vremena socioloških klasika poput Karla Marxa, Maxa Webera i Georga Simmela koji potrošnju shvaćaju kao proizvodnu značajku, a vidove potrošnje kao rezultat različitog statusa među klasama. Međutim, u njihovo vrijeme život pojedinaca i društva bio je strogo usmjeren na proizvodnju te su prevladavala skromno odjevena i pothranjena siromašna domaćinstva, a u takvom društvu fenomen potrošnje nije mogao činiti zaseban predmet istraživanja (Stanić, 2016: 34).

Potrošnja počinje zaokupljati društvene autore nakon Drugog svjetskog rata kada dolazi do znatnog razvitka zapadnih zemalja. Navedeno se razdoblje u literaturi često navodi kao „zlatno doba kapitalizma“ zbog velikih transformacija društva, točnije, zbog ekonomske ekspanzije, akumulacije kapitala, nastanka države blagostanja i porasta srednje klase. Navedeno razdoblje trajalo je do početka sedamdesetih godina 20. stoljeća (Stanić, 2016: 34).

Država blagostanja omogućila je lagodniji život pripadnicima srednje klase kojih je bilo sve više, kao i potrošačku moć svima, bez obzira na sloj društva kojemu je netko pripadao, a to je rezultiralo vertikalnom društvenom pokretljivošću i još većim porastom srednje klase. Gospodarstvo zapadnog društva, pod tim se okolnostima počinje temeljiti na strategiji masovne proizvodnje koju je moguće očuvati promicanjem kolektivne i neprekidne potrošnje, čime raste potražnja za sve većim brojem roba i usluga. Na taj način dolazi do društva masovne potrošnje obilježenog promjenama u svakodnevnom životu na društvenoj i individualnoj razini te nastankom novoga, potrošačkog životnog stila (Stanić, 2016: 35).

### 2.1. Obilježja potrošačke kulture

Prema Slateru (2004: 24), pojam „potrošačke kulture podrazumijeva da se u modernom svijetu, osnovne društvene prakse i kulturne vrijednosti, ideje, aspiracije i identiteti definiraju i usmjeravaju prema potrošnji, a ne nekim drugim društvenim dimenzijama“. Drugim riječima, prevladavajuće vrednote društva nisu samo osmišljene potrošačke navike, već u odgovarajućem kontekstu one na temelju njih nastaju, a suvremeno se društvo vrlo lako shvaća kao izuzetno materijalističko. Do ovakvog vrednovanja materijalnih dolazi iz dva razloga. Prvo, na potrošnju se počelo gledati kao na središnju točku društva zbog masovne upotrebe robe, dok se ostalim sastavnicama društvenog života ne pridaje toliko pažnje. Drugi je razlog taj što vrednote potrošačke kulture zauzimaju prestižno mjesto koje potiče rasprostranjivanje tih vrednota na ostale sfere društva (Čolić, 2008: 958). Sljedeća važna karakteristika potrošačke kulture jest ta da je to kultura tržišnoga društva. Naime, potrošačka se kultura formira upravo kroz tržište



(Čolić, 2008: 958), a pravo i mogućnost čovjeka da bude potrošač jest ideološko pravo stečeno nastankom zapadnog modernog subjekta (Slater, 2004: 27). U suvremenom dobu, došlo je do toga da sve može postati roba, bilo da je riječ o stvarima, iskustvima ili aktivnostima. Sve to može postati zamijenjeno robom i time se postavlja „intimni svijet svakodnevice u neosobni svijet tržišta i njegovih vrijednosti“ (Čolić, 2008: 959). Prema tome, „svi smo mi u i na tržištu, u isti mah i potrošači i roba. Nije čudno što i odnosi slijede obrazac potrošnje kao i automobili, vrteći se u istom ciklusu koji počinje kupnjom, a završava bacanjem otpadaka“ (Bauman, 1995: 123).

Potrošačka se kultura određuje kao kultura koju si može priuštiti svaki pojedinac koji posjeduje dovoljno sredstava, a cilj njene proizvodnje je prodaja. Ukratko, potrošačka je kultura trijumf ekonomskih vrijednosti nad društvenim vrijednostima. Potrošačka kultura može se činiti univerzalnom budući da se prikazuje poput središta slobode koje svakome pruža prilika da bude potrošač i izabire robu koju preferira. Međutim, smatra se univerzalnom i u smislu da svatko mora biti potrošač zbog čega ju takav tip slobode čini prisilnom (Čolić, 2008: 959).

Tržišno društvo postoji zbog društvene nezasićenosti, a ideja nezasićenosti povezana je s pojmom kulturne modernizacije u čijem se vidu veća učinkovitost suvremene industrije smatra rekreacijom i poticanjem želja pripadnika društva da postanu originalnije, inovativnije i individualnije (Slater, 2004: 29). Važno je spomenuti i Durkheimovu tvrdnju da su „bezgranične želje nezasićene već prema definiciji, a ta se nezasićenost s razlogom smatra bolesnim znakom“. Premda je te želje vrlo teško držati pod kontrolom, ljudi uspijevaju pronaći načine za dolazak do sredstava kojima mogu raspolagati (Čolić, 2008: 960). Sva potrošačka dobra postala su ključna za način kojim stvaramo dojam sebe u društvu, naše društvene mreže, karakter, strukture društvenih vrijednosti i mnoge druge stvari. (Čolić, 2008: 960).

### **3. Sociologija potrošnje**

Potrošnju je moguće odrediti kao „svako društveno djelovanje pojedinca, skupine ili institucije koje započinje procesom kupnje, tj. plaćanjem neke robe (dobara, proizvoda, usluga ili iskustava) koja zadovoljava određenu potrebu, ali i ispunjava svrhu nekog djelovanja, a može se konzumirati ili sačuvati te pomoću koje se može riješiti neki problem korisnika ili nešto doživjeti“ (Peračković, 2013: 24). Uz navedenu definiciju još je važno naglasiti obrazloženja drugih autora koji kažu da se oblik podmirivanja žudnji može shvatiti kao društvena norma koju je oblikovala kultura određenog društva. Uzevši to u obzir, sociologija potrošnje je sociološka poddisciplina koja „pristupa potrošnji kao društvenome procesu, potrošačima kao društvenoj skupini i tržištu kao društvenome odnosu, a predmet sociologije potrošnje jest prije svega društveno značenje potrošnje i svrha koju neka roba ispunjava“ (Peračković, 2013: 24).

Također, potrošnja kao poseban dio koji sociologija proučava, ukazuje na situaciju u suvremenim zapadnim društvima u kojima zauzima mjesto kao jedan od ključnih socio-kulturnih činitelja zaslužnih za daljnji kontinuitet izmjena u tim istim društvima. Za razliku od suvremenih, tradicionalna društva uvijek su bila statična zbog čega u takvim društvima potrošnju kroz psihologijski i ekonomski redukcionizam nije moguće ograničiti na isključivo ispunjenje potreba, tj. potražnje. Prema tome, sociologija potrošnje primarno je „znanstvena potraga za društvenim značenjima i svrhama koje neka roba, proizvod ili usluga imaju u prostoru, vremenu, klasi ili statusu, rodnoj ili dobnoj skupini, životnom stilu ili svjetonazoru“ (Peračković, 2013: 24).

U tom kontekstu, slobodno se kaže da je konzumiranje sklop racionalnog i iracionalnog ponašanja pojedinaca u društvima, jedan od temeljnih začetaka kapitalističke ekonomije, a konzumenti su najvažniji sudionici u njezinom opstanku. Zbog toga, sociologija potrošnje jedna je od mogućih veza ili poveznica koja u teorijskom i empirijskom smislu spaja kulturnu i ekonomsko-društvenu sferu, ali to još nije dovoljno istraženo (Peračković, 2013: 24). Dakle, mnogi izrazi, teoretičari i njihovi koncepti mogu se uzeti u obzir kao potencijalni pristupi „teorijskoj konceptualizaciji potrošnje kao društvenog djelovanja, potrošača kao društvene uloge i tržišta kao društvenog odnosa“ (Peračković, 2013: 25).

## 4. Sociologija potrošačkog tijela

Tijelo je postalo predmetom nekih od najkontroverznijih rasprava suvremenih znanosti. Početkom 20. stoljeća ono dolazi u centar pozornosti, a najviše zbog pojave fenomenološke teorije čija su dva najpoznatija predstavnika Edmund Husserl i Maurice Merleau-Ponty. Negirajući podijeljenost na duh i tijelo, oni predstavljaju zamisao da je tijelo ljudska osnova postojanja na ovome svijetu te da je ono okupljalište na kojemu se generira sve što je poznato o tom predmetu proučavanja. Nešto kasnije, fenomen tjelesnosti nastavlja se istraživati u poljima francuske filozofije koja zaoštrava shvaćanje fenomenološke teorije o značaju tjelesnog postojanja, pridajući pri tome pozornost fizičkom egzistiranju i konstruktima poput znanosti i percepcije. Predstavicima te francuske filozofije smatraju se Jean-Luc Nancy, Bernard Stiegler i Catherine Malabou (Harbaš, 2018: 109).

Što se tiče sociološke literature, koncepcija tijela počinje se javljati u radovima francuskog mislioca Michela Foucaulta, a posebno u djelu „Povijest seksualnosti“ gdje je analizirao fenomene kontrole, regulacije i discipliniranja tijela. Međutim, za ovaj je rad važno proučavanje tijela kao potrošačkog fenomena koji je postao predmetom teorijskog izučavanja s pojavom nove sociološke poddiscipline, sociologijom potrošnje. Od njenih početaka, 70-ih godina prošloga stoljeća, sociologija potrošnje bavi se različitim društvenim potrošačkim praksama kao što su prehrana, odijevanje, bavljenje sportom, tetoviranje i drugi razni načini ukrašavanja tijela. Vrlo se jasno da naslutiti da su navedene potrošačke aktivnosti zapravo tjelesne prakse zbog čega se fenomeni tijela i potrošnje, unutar ove discipline, zajedno promatraju (Harbaš, 2018: 110).

Poput već navedenog, u 20. stoljeću potrošnja je postala jednom od ključnih ekonomskih aktivnosti budući da kao takva više nije orijentirana samo na preživljavanje i „kao stvar izbora, postaje slobodna i kreativna praksa“ (Harbaš, 2018:10). Potrošačko društvo javlja se onda kada je potrošnja dobila drugačiju kvalitetu te počinje na novi i drugačiji način da određivati funkcioniranje društva (Harbaš, 2018: 110).

Jedan od motiva za pridavanje značaja potrošnji kao praksi je osvježavanje radne snage s pojavom ulaska ženske populacije na tržište rada, čime mnoge obitelji počinju zarađivati više sredstava nego li im je potrebno, a taj „višak“ novca omogućava im bijeg iz svijeta koji se svodi samo na opstanak, a potrošnja postaje slobodnija i kreativnija, a time i važna društvena praksa. Ona omogućuje razaznati socijalni status i pozicija pojedinaca, njihovu pripadnost te kulturni ili klasni identitet. U trenutku početka uživanja cijenjenog položaja u okolini, potrošnja više

nije pojedinčev osobni put na kojemu si on materijalnim sredstvima nabavlja roba koja postaje svima uočljiva i izražajna stvar (Harbaš, 2018: 110).

„Prema američkom teoretičaru, Torstenu Veblenu, isticanje potrošnje prvobitno je bila karakteristika dokoličarske klase („leisure class“) koja je svoj status u društvu konstantno potvrđivala isticanjem bogatstva javnosti, odnosno, upadljivom potrošnjom“ (Harbaš, 2018: 110). Jednostavnije, „isticanje potrošnje skupocjenom robom predstavlja za gospodina dokoličara sredstvo za stjecanje ugleda“ (Veblen, 2008: 130).

Potrošnja je postala koncipirana aktivnost putem kojom njen subjekt upada u javni prostor i tako zauzima odgovarajuće mjesto u društvu u kojemu živi. Također, potrošnja je postala aktivnost koja nerazdvojiva od javnosti budući da se odvija u prostoru u kojemu se slobodno prikazuje bogatstvo koje se posjeduje te na taj način dobiva poseban društveni položaj. Nadalje, okolina je ta koja dopušta usporedbu bogatstva i imovine među pojedincima, ali i pokazivanje ukusa koji je uvijek klasno uvjetovan (Harbaš, 2018: 110).

## 5. Povijesno shvaćanje tijela i plastične kirurgije

Povijesno promatrano, u centru mnogobrojnih filozofskih i religijskih sistema koji su analizirali čovjekovu svrhu postojanja, uočena je neravnopravnost između čovjekovog duha i tijela, pri čemu je duh imao dominantnu ulogu nad tijelom te time činio temelj onoga što čovjek jest. Tako je pojam identiteta, osobito zapadnog čovjeka, često bio smještan u opozicije duhovno/tjelesno ili promjenjivo/nepromjenjivo. Dok antičko određenje tijela stapa fizičke kvalitete s moralnim i intelektualnim, rana je filozofija često zapostavljala važnost tijela jer se um smatrao primarnom i najdragocjenijom čovjekovom karakteristikom. Za čovjekovo je blagostanje prema tome zaslužna besmrtnost duše, a ne kratkotrajnost tjelesne ljuštore (Adamović i Maskalan, 2011: 51).

U drugoj polovici 19. stoljeća dolazi do povećanja interesa za tijelo što je rezultiralo zanimanjima za tijelo i u raznim profesijama, posebice u antropologiji. Ponajviše je bila atraktivna antropometrija, odnosno mjerenje, procjenjivanje i kategoriziranje tijela i tjelesnih značajki (Adamović i Maskalan, 2011: 51). „Taj su interes potaknula dva procesa: prvo, zanimanje za neeuropska društva i briga za loše uvjete radničke klase u demografskom (visoki mortalitet), zdravstvenom (podložnost oboljenjima) i socijalnom smislu (sklonost alkoholizmu) te drugo, susret s novim kulturama i ukrašenim, bojanim ili ožiljkovanim tijelima koja su izazvala čuđenje zapadnog čovjeka, ali i osnaživali njegovu svijest o superiornosti bijele rase u fizičkom smislu te usvojenim “kvalitetnijim” kulturnim navikama spram tijela (hranjenje, higijena, držanje tijela, geste, odnos prema spolnosti itd.)“ (Adamović i Maskalan, 2011: 51).

Lice se smatra najznačajnijom karakteristikom ljudske identifikacije zbog čega ono ima značajniji položaj u usporedbi s ostalim dijelovima tijela. Također, ono je središte odnosa moći, mjesto na kojemu se isprepliću brojna tumačenja i na osnovi kojega se događaju generaliziranja prije nego li se izusti ijedna riječ. Rasa, spol i etnicitet pretpostavljaju na licu niz očitovanih značajki. Standardnim licem u prošlosti smatrano je ono bijelog čovjeka, točnije, cijelo tijelo bijelog čovjeka. Prema tome, lice se shvaća kao političko, kao nositelj odnosa moći ili slabosti. Stoga, nije neobično da su na povećanu pojavnost kirurških (plastičnih) operacija utjecali ljudi iz određenih kultura koji su se podvrgavali raznim zahvatima. Naime, oni su na taj način pokušavali zaobići nailaženje na prepreke koje bi im otežale uklapanje u društvo zbog njihovih određenih rasnih karakteristika (Gilman, 2001: 1).

## 5.1. Kulturološka uvjetovanost plastične kirurgije

Rekonstrukcije nosa bile su u Indiji uobičajene stoljećima. U međuvremenu, Južna Koreja, Brazil i Izrael postali su međunarodni centri za postupke u rasponu od restrukturiranja kapaka do podizanja stražnjice i zatezanja trbuha, dok Argentina ima najveću stopu silikonskih implantata na svijetu. Diljem svijeta plastična je kirurgija postala zadivljujuća kulturna i medicinska pojava. Smatra se da je plastična kirurgija tako univerzalno privlačna jer na neki način pomaže ljudima da budu zadovoljni sa samim sobom kako bi bili viđeni kao članovi grupe s kojom se žele identificirati (Gilman, 2001: 1).

Plastična kirurgija bavi se zamišljenim tijelom ili ako se može tako reći, zamišljenom psihom, no vidljivo tijelo je ono koje, barem u početku, zaokuplja pozornost kirurga. Ova se vrsta kirurgije prvobitno bavi licem jer je ono, zajedno s rukama, dio tijela koji je na Zapadu "nepokriven". Ljudi gledaju lice, a čin gledanja lica odmah je opterećen višestrukim slojevima značenja. Lice se čita "znanstveno", kao što je primijetio Charles Darwin, kao označavanje granice između civilizacije i barbarstva. Darwin je licu dao značenje unutar svog sustava predstavljanja. Takva značenja oblikuju vizualizirano tijelo, a upravo je to spektralno tijelo središnje u potrazi za estetskom kirurgijom. Nadalje, 90-ih godina 19. stoljeća, kada je počela moderna estetska, i općenito plastična kirurgija, bilo je uobičajeno čuti kako se često oblik nosa povezuje s kvalitetama karaktera čovjeka. Znalo se reći da je dobro oblikovan nos je izrazita ljudska osobina, a uglavnom se nije promatrao samo s estetskog gledišta, već se u mnogim umovima prenosila ideja slabosti ili snage nečijeg karaktera na temelju nosa, kao i društvenog statusa. Slična je situacija i danas kada je često mišljenje, primjerice, da će muškarac s „dobrim nosom“ prije steći poštovanje nego li onaj s „vulgarnim nosom“. (Gilman, 2001: 23). Plastična se kirurgija dijeli na estetsku i rekonstruktivnu, a kada proučimo povijest nosa i operaciju nosa, odmah se može zaključiti da je postojeća granica između rekonstruktivne i estetske kirurgije prilično tanka. Ovdje je važno odgovoriti na pitanje prelaska s "rekonstrukcije" na "ispravljanje" tijekom kasnog devetnaestog stoljeća. Odgovor leži u razumijevanju nepromjenjive veze između psihe i tijela, između karaktera i nosa, koja je ključna za uspon kirurga i profesije kirurgije. Međutim, ovaj model povezanosti uma i tijela mora se shvatiti iz aspekta kulture iz koje proizlazi razumijevanje tog odnosa, a ključan je za svaku povijest plastične kirurgije (Gilman, 2001: 26).

Grudi, stražnjica i trbuh ubrzo su nakon nosa postali dodatna mjesta za rad za suvremenog plastičnog kirurga. Pogotovo na Zapadu, ljudi često zamišljaju svoje savršeno tijelo i tako snažno ga vide u svojoj mašti da se sve češće odlučuju na plastične operacije. Zbog toga, nije

iznenađujuće što je moda moderne plastične kirurgije paralelna s modom odjeće i kozmetike. Oba čina gledanja obojena su našom imaginarnom konstrukcijom slike tijela koju "vidimo", osobito ako smo ta osoba mi sami. Prvo lice, a zatim tijelo - to je putanja estetske kirurgije koja počinje "liječiti" bolesti suvremenog svijeta ispisane na ljudskom obliku (Gilman, 2001: 24).

## 6. Plastična kirurgija u kontekstu potrošnje

Kulturna povijest plastične kirurgije u osnovi je priča o društvenim i povijesnim uvjetima koji su doveli do toga da je da je plastična kirurgija postala uobičajena u 20. stoljeću, iako je njena praksa znatno starija. Objašnjenje za popularnost plastične kirurgije može se sažeti u usponu potrošačke kulture, a u ovome kontekstu posebice u spoju razigrane mladenačke kulture s komodifikacijom ljepote, što dovodi do nevoljkosti prihvaćanja bilo kakvih znakova starenja (Askegaard i dr., 2002: 795). Kasnije, potraga za tjelesnim savršenstvom rezultirala je širenjem plastične kirurgije s područja borbe protiv znakova starenja na općenitije korekcije onoga što se percipira kao tjelesni nedostatak, čak i među vrlo mladim potrošačima. To je učinilo plastičnu kirurgiju jednom od najbrže rastućih industrija u Sjedinjenim Američkim Državama, a tendencija se proširila i na mnoge europske zemlje (Askegaard i dr., 2002: 795).

Postoji nekoliko psiholoških i socijalno-psiholoških pristupa kada je riječ o plastičnoj kirurgiji i potrošnji, a sociološka se teorija u kasnijim godinama 20. stoljeća sve više koncentrirala na tjelesna pitanja. Točnije, različiti sociološki stavovi o tijelu uglavnom su se usredotočili na društvenu konstituciju tijela i njegovu vrijednost kao vrstu imovine u postojećim društvenim odnosima, idući tako daleko da ga vide kao fizički kapital koji se može zamijeniti za ekonomski ili društveni kapital. Ovaj navod dodatno naglašava socijalno-psihološki fokus na značaj tijela u društvenim ulogama i odnosima. Međutim, sociologija do danas nije imala toliko mnogo za reći o plastičnoj kirurgiji (Askegaard i dr., 2002: 796).

„Najznačajniji makro orijentirani pristup plastičnoj kirurgiji nalazi se unutar feminizma. Usprkos tomu, tradicionalno feminističko shvaćanje kozmetičke i plastične kirurgije kao represije možda nije dovoljno složeno da bi moglo uvidjeti što se doista krije iza drastičnog porasta kozmetičke kirurgije danas, iako njezina važnost ni ovdje nije u potpunosti odbačena. U prošlosti, kao i danas, ostala je istina da se na većinu kozmetičkih i plastičnih operacija odlučuju žene i da, općenito govoreći, većina žena vjerojatno jače osjeća potrebu da izgledaju dobro nego većina muškaraca. S druge strane, čini se da postoji sve više univerzalnih mitova o seksualnoj ljepoti i da se sve više muškaraca podvrgava estetskim operacijama“ (Bordo, 1992: 45).



## 7. Tjelesnost i identitet

Baš kao identitet i tijelo je postalo reflektivni projekt. U prošlosti, tijelo se shvaćalo kao nešto što je dato od prirode, nešto što se samo u određenom stupnju može promijeniti ili na što ljudsko djelovanje može utjecati. Međutim, u suvremenim razmatranjima, o prirodi se govori kao da je u određenom smislu sve bliže „kraju“, barem u onoj mjeri u kojoj se priroda shvaća kao različito od društvenog života i kao nešto što je izvan njega. To neizbježno ima implikacije i na tijelo koje se danas teško može promatrati kao dio prirode. Tijelo se sve manje shvaća kao nešto zadano, nešto što je izvan vlastite kontrole s čime se mora živjeti, iako mu možda i nije sasvim po volji. Tijelo je postalo mjesto reflektivne konstrukcije. Njegove su granice izmijenjene i postale su sve propusnije (Giddens, 1991: 4).

Priroda tjelesnosti i utjelovljenja vodi izravno u pitanje sebstva i društvenog aktera. Karakterizacija društvenog aktera bilo je pitanje koje je dominiralo cjelokupnim razvojem društvenih znanosti, uključujući pitanja o racionalnosti društvenog djelovanja, važnosti ili nevažnosti afektivnih i emocionalnih elemenata, te ulogi simbola i kulture u konstituciji društvenog ja. Općenito govoreći, tjelesnost društvenog aktera bila je sve do posljednjih godina zanemarena u analizi društvenog djelovanja. Transformacija medicinske tehnologije posljednjih godina omogućila je konstrukciju ljudskog tijela kao osobnog projekta kroz estetsku kirurgiju, transplantaciju organa i transseksualnu kirurgiju. Osim toga, tu je čitav niz režima dijete, sportske znanosti i znanosti o prehrani koji su usmjereni na razvoj estetskog, mršavog tijela. Moderni senzibilitet i subjektivnost usredotočeni su na tijelo kao reprezentaciju sebe, tako da je tijelo u suvremenom društvu ogledalo duše (Pasi, 1994: 13).

Tijelo sve više postaje dio osobe na kojemu je moguće isprobavati različite izbore i mogućnosti, ne samo u pogledu izgleda, koji je u ovome radu interes, već i u smislu reprodukcije i raznih načina praćenja fizioloških procesa i zdravlja općenito. Moglo bi se reći da se tijelo još više udaljilo od područja prirode u područje ljudskoga djelovanja. To ne znači da ljudska bića u svojim društvima nisu pokušavala manipulirati svojim tijelima na različite načine, već se tijelo nikada nije shvaćalo kao potpuno prirodno, iako su ti naponi postali možda mnogo češći i individualniji izbor u posljednjih nekoliko desetljeća. Kao posljedica toga, tijelo postaje središnje mjesto u projektu reflektivnog identiteta pojedinca, postaje sve više integrirano u društveni život, a time postaje i središnje mjesto u samoaktualizaciji pojedinca, što podrazumijeva povećanu svijest o tijelu. Ovu tendenciju podupire i konzumerizam koji vanjski izgled predstavlja kao glavnu vrijednost, a samorazvoj osobe shvaća u smislu prikazivanja. Pojedinaac se stoga sve više smatra odgovornim, ne samo za svoje ponašanje, već i za izgled i

funkcioniranje svog tijela. Na ljude se gleda kao na kreatore vlastitih tijela, a “biološka granica”, više nije tako zatvorena kao što je bila (Bauman, 1995: 179).

To se može vrlo dobro vidjeti u raznim tjelesnim režimima koji se poduzimaju kako bi se poboljšalo zdravlje ili izgled te u tome što ljudi općenito rade svojim tijelima. Ovdje se misli na pojedinčevu odluku hoće li se ili neće brinuti o svojem tijelu, hoće li ga kontrolirati ili mijenjati, primjerice, plastičnim operacijama. Ukoliko se takve pojave tumače kao izraz narcisoidnog, što graniči s patološkom, opsjednutošću vlastitim tijelom i izgledom, dio slike će vjerojatno izostati. U refleksivnom svjetlu, takvi postupci kao što su razne dijete, treninzi i podvrgavanje plastičnoj kirurgiji, daleko su od toga bi bili uzroci povlačenja iz društva, oni zapravo izražavaju uključenost u društveni svijet. Oni su u velikoj mjeri dio društvene stvarnosti s kojom se danas pojedinci suočavaju te koji su više ili manje primorani sudjelovati u izgradnji unutarnjih i vanjskih aspekata vlastitog identiteta (Askegaard i dr., 2002: 800).

Taj proces pronalaženja i oblikovanja identiteta opisuje se kao „ekspertni sustav duboko upleten u refleksivni projekt sebe“. Na isti način mogla bi se shvatiti i pojavnosti plastične kirurgije budući da takav način postizanja željene svijesti o sebi podrazumijeva jednako duboku i svjesnu refleksiju i introspekciju kao i psihoterapija koja je usmjerena na kontrolu i samoodređenje, te je kao takva odvojena od vanjskih moralnih obzira. Plastična je kirurgija proces potrošnje koji uključuje „kupnju usluge“ na tržištu, vjerojatno po cijeni koja se smatra priličnom skupom investicijom u proračunima većine ljudi. Jednako kao proces prolaska kroz terapiju, proces prolaska kroz zahvate i operacije koje nudi plastična kirurgija, potrošač često doživljava kao emocionalno vrlo zahtjevan (Giddens, 1991: 180).

## **8. Plastična kirurgija i istraživanje njenih potrošača**

Na temelju jednog istraživanja u Danskoj (Askegaard i dr., 2002.), prikazano je razumijevanje plastične kirurgije s polazišnom analizom individualnih potrošača, iako se analiziralo iz socijalno-psihološke perspektive. Pretpostavilo se da bi kvantitativno istraživanje stajališta potrošača o plastičnoj kirurgiji uključivalo niz problema jer se tema još uvijek percipira kao prilično osjetljiva i osobna te se pokazalo da je većina ispitanih iznosila složena, a ponekad i djelomično kontradiktorna razmišljanja kada bi im se postavilo pitanje što za njih znači plastična operacija. Bit ovakvih razmišljanja teško je obuhvatiti u jednom upitniku. Stoga su i istraživači odabrali metodu dubinskog intervjua. U početku je obavljeno pet intervjua s plastičnim kirurzima i zdravstvenim vlastima kako bi se dobio dobar pregled te industrije u Danskoj. Oni su zatim dovršeni dubinskim intervjui s ukupno 15 ispitanika. Drugi krug istraživanja uključivao je 15 sudionica, odnosno žena koje su imale estetske operacije. Neke su operacije izvršile nedavno, a druge prije nekoliko godina. Sudionice su odabrane nasumično, a kontaktirane su preko prijatelja, poznanika i liječnika. Međutim, uzorak nije reprezentativan – odabrani su ispitanici vrlo različitih društvenih, obrazovnih i profesionalnih pozadina, uključujući, na primjer, žene s doktoratom znanosti do studentica, prostitutki, čistačica, medicinskih sestara, učiteljica, pravnica, frizerki i domaćica. Dob ispitanica bila je od ranih 30-ih do sredine 60-ih godina starosti. Tipovi operacija kojima su ispitanice u istraživanju bile podvrgnute uključuju liposukciju, korekciju nosa, korekciju brade, korekciju očiju, abdominoplastiku i ugradnju grudi. Svaki je intervju trajao od jednog do tri sata i svi su snimljeni, transkribirani i kodirani prema analitičkim kategorijama inspiriranim Giddensovim pristupom oblikovanju identiteta (Askegaard i dr., 2002: 801). U sljedećim poglavljima bit će prikazani glavni razlozi odlučivanja na operaciju kako su navedeni u gore spomenutom radu.

### **8.1. Samoodređenje**

Klasičan i najčešći odgovor kada su ispitanice upitane zašto su se odlučile na određenu plastičnu operaciju, bio je da su to učinile zbog sebe. Važno im je da jasno daju do znanja da se na taj zahvat nisu odlučile da bi impresionirale nekog drugog ili da bi mu ugodile. Također, često je naglašavano kako odluke za operacijom nije potaknuta mišljenjima drugih, nego isključivo njihovim razmišljanjima. Nekoliko ih je naglasilo da bi se odluka trebala temeljiti na unutarnjoj potrebi koju osoba o kojoj je riječ osjeća te da bi autentičnost te potrebe trebala biti presudni čimbenik u odlučivanju hoćete li to učiniti ili ne. Smatraju da, ukoliko to činite zbog drugih, a ne zbog sebe, mogli biste imati kasnijih problema. Ipak, plastična se kirurgija opisuje kao čin

samoodređenja, kao demonstracija koja dokazuje da je osoba slobodna sa svojim tijelom raditi ono što joj se sviđa (Askegaard i dr., 2002: 802).

## 8.2. Seksualnost

Dok je većina ispitanica opširno objasnila da nisu radile estetsku operaciju kako bi privukle muškarce ili zadovoljile svoje muževe, postoje iznimke od takvih tvrdnji. Jedna od ispitanica izjavila je kako ju je muž godinama poticao da ugradi implantate u grudi, što ju je zapravo motiviralo da to učini. Vrlo je jasna želja kada žena želi postati seksualno privlačnija (osobito u očima supruga, ali i u javnosti) te joj je to glavni motiv da se odluči na operaciju. Druga ispitanica izjavila je, retrospektivno, da je njezina odluka da izvrši implantaciju grudi bila povezana s nedavnom nevjerom njezina supruga i njezinim posljedičnim osjećajem seksualne nedostatnosti. Potreba da ostane seksualno privlačna partneru, vjerojatno se osjeća sve hitnijom što se više odnos doživljava kao "obična veza" koja se može prekinuti u bilo kojem trenutku ako netko od partnera to ne doživljava kao zadovoljavajuće. Taj je motiv većina ljudi vjerojatno radije ne bi iznijela tako izravno jer je u sukobu s rasprostranjenim idealom samoodređenja i neovisnosti. U nekim slučajevima to možda čak i nije motiv koji bi ljudi sami sebi priznali, već činjenica da ga mnoge ispitanice eksplicitno spominju samo da bi ga odbacile (npr. ističući da partnerski odnosi nemaju utjecaj) (Askegaard i dr., 2002: 802).

## 8.3. Samopoštovanje

Ima nečeg paradoksalnog u tome što s jedne strane većina sugovornica ističe da su se operirale zbog sebe, a ne da bi ugodili drugima. S druge strane, također tvrde da su to učinile kako bi stekle samopoštovanje, koje teško da je osjećaj koji se pojavljuje u društvenom okruženju, ali barem djelomično ovisi o dojmu koji osoba želi ostaviti na druge. Općenito, djeluje kao da ispitanice ne shvaćaju u kojoj je mjeri njihov vlastiti identitet društveno određen, predstavljaju se neovisnijima o tuđim prosudbama nego što to vjerojatno jesu. Postoje dva moguća objašnjenja: prvo, možda uistinu ne shvaćaju da im je važna percepcija drugih o njihovom izgledu, ili drugo, možda ne žele priznati (sebi i/ili istraživačima) da je tako, zato što smatraju da je poželjnije biti samostalan. Zanimljivo je to, što se čini da je samopoštovanje samo po sebi tako visoko cijenjena unutarnja kvaliteta, a ne, primjerice, dobrotu, mudrost, nesebičnost, uslužnost, inteligencija ili smisao za humor. Nije iznenađujuće što suprotnost samopouzdanju, sram, izražava nekoliko ispitanica prilikom opisivanja svoje situaciju prije operacije. Jedna od ispitanica je opisala kako je bila tretirana na ponižavajući način što ju je čak dovelo do suza dok je pokušavala uvjeriti liječnika u javnom sektoru da učini nešto u vezi s njezinim opuštenim

trbuhom. Slično tomu, jedna se ispitanica prije operacije sramila svojih opuštenih grudi nakon poroda (Askegaard i dr., 2002: 803).

#### 8.4. Društveni kontekst

Neke se žene pozivaju na društveni pritisak i objašnjavaju da zapravo nisu imale izbora. Jedna je ispitanica izjavila da u njezinom društvenom okruženju svatko ide na estetsku operaciju i objašnjava kako ne želi biti jedina koja izgleda kao da je u starijim godinama, pogotovo kada se svi muškarci pojave s mladim curama. S druge strane, estetska kirurgija može biti osjetljiva tema u drugim društvenim krugovima. Jedna ispitanica rekla je da ona i njezine prijateljice o tome nikada ne razgovaraju otvoreno te da je za njih to tabu tema. Međutim, kada su nasamo zajedno, govore o operacijama drugih na kritičan način jer smatraju da je nepoštena konkurencija ako netko odjednom izgleda mlađe. Uglavnom, postoji tendencija da što su sugovornici mlađi, to će imati manje inhibicija u pogledu razgovora o svojoj ili tuđoj plastičnoj kirurgiji. Društveni kontekst pojavljuje se također u drugačijem obliku nego li je to pritisak vršnjaka. Jedan od aspekata tjelesnih problema povezanih s konzumacijom koji je čest kod ljudi s prekomjernom težinom, pitanje je dostupnosti odjeće koja njima pristaje. Masovna proizvodnja mode i odjeće dovodi do dominacije određenih veličina u izboru trgovina, što za posljedicu stvara probleme nekim ljudima, osobito ženama kojima su potrebne veće veličine. No, i premalen broj može predstavljati probleme, kako je istaknula jedna ispitanica koja je objasnila kako je bila tužna jer je svašta morala stavljati u grudnjake, a kupnja donjeg rublja za nju je jednostavno bio pakao te bi se često osjećala kao dječak. Otuda je vidljivo da tržišna ponuda, primjerice, odjeće, pridonosi poticanju na tjelesne promjene, a i sama je potrošnja plastične kirurgije upisana u tržište proizvodnje i potrošnje. Tako, ekonomska dostupnost korištenja usluga plastične kirurgije ovisi o bogatstvu i nižim troškovima proizvodnje, a rezultati izvedenih operacija mogu dovesti do pozitivne povratne informacije onima koji se odluče da postanu potrošači plastične kirurgije (Askegaard i dr., 2002: 804).

#### 8.5. Povezanost unutarnjih i vanjskih kvaliteta

Unatoč boljim ekonomskim i društvenim uvjetima i posljedičnoj sve većoj prihvatljivost promjene neke neželjene značajke tijela, većina ispitanica vrlo rado naglašava da im, iako su bili na estetskoj operaciji, fizička ljepota nije ono što im je stvarno važno. Koncept ljepote iznutra pojavljuje se nekoliko puta, dakle, ispitanice uglavnom smatraju da ste dobro ljudsko biće ako ste lijepi iznutra. Ipak, iste osobe više su puta naglasile važnost fizičke ljepote kod sebe i drugih osoba u ostatku intervjua te izjavile da bi radije gledala u lijepo modificirana tijela

ljudi nego u ona „neskladna“. Nadalje, utvrđeno je da bi ljudi prije imali nešto pozitivniji stav prema ljudima koji su „ljepši“, čak i ako je ta ljepota umjetna. Nekoliko ispitanika razrađuje vezu između unutarnjih i vanjskih vrijednosti, samopoštovanja i ljepote i to argumentiraju izjavom da kada se osjećaju da izgledaju dobro, zrače samopoštovanjem. Ako su negativno zaokupljeni svojim fizičkim izgledom i osjećaju se neprivlačno, ne mogu prenijeti ni pozitivan dojam o sebi i tvrde da je unutarnje ja još uvijek ono što je važno. Jedna je od njih to argumentirala na način kojim tvrdi da svi želimo imati pozitivan dojam o sebi i biti samouvjereni jer to zapravo dolazi iznutra i izgledate bolje kada se osjećate dobro u sebi. Teorija oblikovana ovim istraživanjem smatra da osobine čine čovjeka da izgleda dobro, dok jedna od ispitanica zastupa obrnuti uzročno-posljedični odnos: kada izgledate dobro, zračite (ili vam je barem lakše zračiti) te stvarate pozitivne unutarnje kvalitete. Dakle, logičan zaključak suprotan je njezinoj početnoj izjavi (Askegaard i dr., 2002: 805).

## 8.6. Problem starenja

Ispitanice starenje, više ili manje eksplicitno, percipiraju kao nešto intrinzično problematično. Nekolicina otvoreno priznaje svoje negativne stavove prema starenju. Jedna se ispitanica (41) opisala kao „stara vještica“, dok se ostale osjećaju da bi na starenje trebali gledati kao na nešto prirodno što moraju prihvatiti, ali misle da je to teško. Smatraju da je u redu pokazati da se stari, ali ako im koža postane „ružna“, moraju nešto po tom pitanju učiniti. Navode kako se žena ne bi trebala podvrgavati operaciji da bi izgledala mlađe, ali da je željeti izgledati dobro za svoje godine potpuno prirodno. Kao posljedica toga, čini se sigurnim reći da je suvremeni kult mladosti doveo do pogleda na starenje kao na nešto problematično i nepoželjno. No, istodobno, tržišne su ponude uključujući zdravstvene proizvode svih vrsta, kao i razvoj medicine koji uključujući plastičnu kirurgiju, potaknule pogled na starenje kao na, barem djelomično, izlječivu bolest. Kombinacija straha od starosti s razlikom između unutarnjeg i vanjskog shvaćanja sebe, daje zanimljiv obrat. Kada mnogi stariji ljudi kažu da se osjećaju kao mladi ili barem mladoliki zarobljeni u starom tijelu, dovodi do zaključka da je starenje abnormalnost, dok je stvarno ja ostalo mlado. Plastična kirurgija može, kao što je vidljivo, pomoći u uspostavljanju jednakosti između percipiranog unutarnjeg doživljaja sebe i izgleda (Askegaard i dr., 2002: 806).

## 8.7. Granice prihvatljivosti

Iako nijedna ispitanica ni na koji način ne žali za učinjenim operacijama, većina je izrazila zabrinutost općim porastom popularnosti plastične kirurgije. Usprkos tome što je većina već

razmišljala o drugim vrstama operacija koje bi kasnije mogle poželjeti učiniti, očito postoje granice onoga što su spremne prihvatiti. Koncepti prirodnog (pozitivno vrednovanog) naspram neprirodnog (negativno vrednovanog) ključni su za njihovu procjenu prihvatljivosti. Istovremeno, neke su od njih crte lica koje su korigirale opisale kao neprirodne i oštre te su navele da zbog toga nisu mogli živjeti s njima. Riječ „umjetno“ neki koriste i za opis operacija koje su jednostavno „previše“. Zanimljivo je da su horor priče pretežito američke, a često se spominju Joan Collins, Michael Jackson, Cher, Elizabeth Taylor i druge slavne osobe koje su imale brojne estetske operacije (Askegaard i dr., 2002: 806). Gotovo sve ispitanice se prilično distanciraju od takvih brojnih i teških zahvata. Osim ovih slavni osoba, nekoliko je ispitanica navelo zanimljive primjedbe o izgledu medicinskih sestara u (američkoj) klinici gdje su operirane. Jedna je od njih navela da su sve imale potpuno istu operaciju nakon koje su izgledale potpuno jednako. Izgledale su kao da su sve klonirane kao „Barbie“ lutke. (Askegaard i dr., 2002: 807).

## 8.8. Emocionalna uključenost

Problemi s izgledom mogu, barem kod nekih pojedinaca, biti uzrok egzistencijalne tjeskobe, a ne samo manja iritacija. Međutim, jasno je da nekoliko ispitanica nije željelo ostaviti dojam da problemi s njihovim izgledom uzrokuju ili su uzrokovali emocionalnu patnju, iako to neizravno mogu naznačiti. Jedno od mogućih objašnjenja moglo bi biti to što osjećaju kako su unutarne kvalitete ono što treba naglašavati, zbog čega im je bilo neugodno priznati da ih je problem s izgledom ozbiljno uznemiravao (Askegaard i dr., 2002: 807).

Rezultati intervjua ukazuju na sve veću refleksivnost o samopredstavljanju u društvenim odnosima. Vlasnik tijela sve više vidi sebe kao upravitelja tijela, preuzimajući odgovornost za njegovo zdravlje, kondiciju, napredak i izgled. Na pitanje kako bi reagirali da im djeca jednog dana požele estetsku operaciju, većina je oklijevala. Ipak, vjeruju da će se rast plastične kirurgije neizbježno nastaviti, a jedna je ispitanica izrazila zabrinutost da njezinoj 6-godišnjoj kćeri nos ne bi narastao „prevelik“ te da će bez sumnje morati na operaciju kao i ostali u obitelji. Ovdje majka jasno govori o plastičnoj kirurgiji kao mogućnosti koja se razvija u nužnost. Dakle, postoji svijest o efektu neprestanog podvrgavanja operacijama koji se može dogoditi u širenju plastične kirurgije. No, ispitanici na to gledaju pozitivno, kao prijelaz i oslobođenje uz koje mogu neprestano prelaziti vlastite granice i ići iz krajnosti u krajnost. Zanimljivo je primijetiti odgovore jedne ispitanice koja je govorila u trećem licu, kreirajući svojim izjavama ne samo svoju osobnu biografiju, već cijelu jednu društvenu skupinu. Stoga, s takvog stajališta logično

slijedi da sadašnja ograničenja prihvatljivosti mogu biti dovedena u pitanje budućim razvojem događaja (Askegaard i dr., 2002: 807).



## 9. Zaključak

U postmodenom društvu, postoji mogućnost promjene gotovo svakog dijela ljudskog tijela. Kako bi se tijelo pravilno moglo promatrati u suvremenim društvima, poželjno je da se u istraživanja uključi svijest o rasprostranjenosti i o učincima konzumerističke kulture, ali i drugih društvenih mehanizama koji na isti način mogu poticati ljude na odluku o izmjeni nekih tjelesnih karakteristika. Taj se proces pokušalo prikazati u smislu kulturnog imperijalizma, odnosno uvažavanja tjelesnih standarda koje nameću zapadne kulture što se često naziva “standardizacija” i “vesternizacija” tijela. U takvom nametnutom prihvaćanju ideala, ljudsko tijelo postaje nepresušni izvor profita, a komercijalna industrija prepoznala je njegov potencijal. Mnogi smatraju da se u tijelo isplati investirati jer se ono već smatra jedinstvenim sredstvom komunikacije i napretka, a u suvremenom konzumerističkom društvu postoji konstantna težnja za oblikovanim i skladnim tijelom. Pritom, nikako se ne bi smjelo zapostaviti tvrdnju da je tijelo označitelj moći neke osobe i ostavljanja prvih dojmova koji su za mnoge vrlo važni.

Uz sve navedeno, s lakoćom se može zaključiti da su žene u današnjem društvu većinske konzumentice raznih zahvata i procesa koji utječu na modificiranje tijela, a to samo pokazuje da je tijelo i dalje jedna od najvažnijih odrednica identiteta jedne žene. U smislu potrošnje, manji estetski zahvati koji ne uključuju teže plastične operacije postali su pristupačni i onima s prosječnim primanjima, dakle, ne odnose se više isključivo na žene iz boljestojećih krugova društva. Dakle, svaka konzumentica uglavnom teži raznim tehnikama kako bi uspjela postići „ljepotu“ lica i tijela prema promoviranim tjelesnim kriterijima postavljenima od strane medija. Međutim, kultura provodi utjecaj i na mušku populaciju kada je riječ o brizi za tijelo što uključuje dijetne režime, treninge, kozmetička uljepšavanja i operacijske zahvate.

S obzirom na napredak tehnologije, posredovana tijela postajat će sve učestalija središta stvaranja lažnih potreba, želja i maštovitosti, a kakve će te prakse imati utjecaje na društvo, potrošačke navike i industriju plastične kirurgije pokazat će se u nadolazećem razdoblju.

## 10. Popis literature

- Adamović, M., Maskalan, A. (2011.) „Tijelo, identitet i tjelesne modifikacije“, *Sociologija i prostor : časopis za istraživanje prostornoga i sociokulturnog razvoja*, Vol. 49 No. 1(189), str. 49-70. <https://hrcak.srce.hr/file/106704> (pristupljeno 17. svibnja 2023.)
- Askegaard, S., Cardel Gertsen, M., Langer, R. (2002.) „The Body Consumed: Reflexivity and Cosmetic Surgery“, *Psychology and Marketing*, No.19(10), str. 793 – 812. [https://www.researchgate.net/publication/227832836\\_The\\_Body\\_Consumed\\_Reflexivity\\_and\\_Cosmetic\\_Surgery](https://www.researchgate.net/publication/227832836_The_Body_Consumed_Reflexivity_and_Cosmetic_Surgery) (pristupljeno 18. svibnja 2023.)
- Bauman, Z. (1995.) *Life in fragments: Essays in Postmodern Morality*. Oxford: Blackwell.
- Bordo, S. (1992.) *Unbearable Weight: Feminism, Western Culture, and the Body*, Berkeley: University of California Press.
- Čolić, S. (2008.) *Sociokulturni aspekti potrošnje, potrošačke kulture i društva*, Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, str. 953-973. <https://hrcak.srce.hr/file/49110> (pristupljeno: 20. svibnja 2023.)
- Giddens, A. (1991.) *Modernity and Self-Identity*, Oxford: Polity Press.
- Gilman, S. (2001.) *Making the Body Beautiful*, New Jersey: Princeton University Press.
- Harbaš, B. (2018.) „Sociologija potrošačkog tijela“, *Zenica: BH Ekonomski Forum*, Vol. 8, Iss. 1, str. 109-118. <file:///C:/Users/Administrator/Downloads/23-Article%20Text-61-1-10-20190209.pdf> (pristupljeno 21. svibnja 2023.)
- Pasi, F. (1994.) *The consuming body*. London: Thousand Oaks, Calif: Sage Publications.
- Peračković, K. (2013.) *Osnovni pojmovi u sociologiji potrošnje*. Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, str. 1-25. <file:///C:/Users/Administrator/Downloads/Osnovnipojmoviusociologijipotronje.pdf> (pristupljeno 22. svibnja 2023.)
- Slater, D. (2004.) *Consumer Culture & Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Stanić, S. (2016.) „Temeljne značajke teorije potrošnje u djelima Jeana Baudrillarda, Pierrea Bourdieua i Georgea Ritzera“, Zagreb: *Revija za sociologiju*, Vol. 46, No. 1, str. 33-60. <https://hrcak.srce.hr/file/239261> (pristupljeno 22. svibnja 2023.)
- Veblen, T. (2008.) *Teorija dokoličarske klase*. Beograd: Kultura.