

Lidija Vujačić  
Filozofski fakultet  
Nikšić

## KULTURA TIJELA I „MOĆ“ FIZIČKE LJEPOTE U SAVREMENOM DRUŠTVU – OGLEDAK IZ ANTROPOLOGIJE TIJELA

THE CULTURE OF BODY AND „POWER“ OF PHYSICAL BEAUTY IN CONTEMPORARY  
SOCIETY – THE ESSAY FROM ANTHROPOLOGY OF BODY

**ABSTRACT** Physical beauty becomes one of the main valuables (or even „ideologies“) of the modern society. Along with its development, a body becomes an alternative, and to some extent even manipulative tool for achieving social promotion, strengthening professional or promoting personal status. The beauty, in other words, becomes usable value, „goods“ for exchange and therefore, probably, causing mass obsession with physical look.

Key words: *Esthetic ideals, esthetic standards, (ab)use of beauty, esthetic surgery.*

**APSTRAKT** U savremenom društvu fizička ljepota postala je jedna od glavnih vrijednosti, svojevrstni kapital, a sa usavršavanjem, to jest približavanjem aktuelnom estetskom idealu, tijelo postaje i moćno „sredstvo“ u društvenoj promociji. Onaj ko je vlasnik lijepog tijela ima, i to vrlo često, u svakodnevnom životu i veći izbor mogućnosti na raspolaganju da svoj društveni položaj učini boljim. Ljepota, naime, postaje upotrebna vrijednost, proizvod za razmjenu koji, kao i sve ostalo, u savremenom (potrošačkom) društvu, ima svoju tržišnu „cijenu“.

Gljučne riječi: estetski ideali, estetski standardi, (zlo)upotreba ljepote, estetska hirurgija.

Pojam fizičke ljepote konstantno je problematizovan kroz istoriju ljudske misli. Iz osnovnog razloga što je ljepota kao fenomen oduvijek bila važan kvalitet objekta, odnosno subjekta. Kroz istoriju su se, upravo zbog toga, kontinuirano javljala individualna i kolektivna nastojanja da se približe vladajućem estetskom idealu.

Iako se ljepota nalazi svuda oko nas, u prirodi, u umjetničkim djelima, pa i u nama ili „na“ nama, ukoliko govorimo o njenom smislu, karakteristično je da je uvijek „izvan granica neposredne upotrebljivosti, čak iako upotrebljeni predmet ili institucija preko kojih se pojavljuje ujedno pruža i čulno uživanje počev od dopadanja, pa sve do ushićenosti“ (Heler, 1978: 198). Jer čime drugim objasniti trud oko izrade „lijepog“ predmeta, kad i „ružan“ može zadovoljiti neku određenu funkciju, osim ako nije u pitanju nastojanje da se posmatraču omogućiti, mimo korisnosti, vizuelni, a time i unutrašnji, čulni užitak. Znači, ljepota predmeta, umjetničkog djela, prirode, ljudskog tijela jeste standardizovano iskustvo ili naučena kultura, koja izazivanjem afekata, čulnih podsticaja prevazilazi pragmatizam. Sam doživljaj ljepote zavisi od toga kako ga subjektivno tuma-

čimo, ali i kojim se estetskim standardima rukovodimo u njegovoj procjeni. Traganje za lijepim je, paralelno, i ljudska potreba i jedan od najvažnijih izraza ljudskoga stvaralačkog bića. Imajući u vidu značaj ljepote u psihosocijalnoj ravni, M. Fuko fizičku ljepotu vidi kao spoj sa unutrašnjom, zbog čega se svakom pojedincu nudi mogućnost da sebe ostvari kao umjetničko djelo (Foucault, 1997: 262–265). U tom smislu, svaka individua predstavlja biosocijalni prostor otvoren za potencijalnu nadgradnju, a jedna od glavnih preokupacija u tom procesu jeste estetsko usavršavanje.

### Estetski ideali i standardi

Iako se u svim društvima ljepoti ljudskog tijela pridavala izuzetna pažnja, kult tijela ponikao je u antičkoj Grčkoj. Grci su fizičku ljepotu učinili simbolom moralnog i duhovnog savršenstva, idealizujući ljudsko tijelo i čineći ga jednim od najinspirativnijih oblika za umjetničko angažovanje na putu do savršenog. Podvlačio se znak jednakosti između ljepote i simetrije, to jest stroge proporcionalnosti (Poliklet je u IV v. p. n. ere izradio statuu koja je nazvana *Kanon* i u kojoj su bila otjelotvorena sva pravila o idealnoj proporciji cjelokupne figure). Grčki ideal savršenstva je, zapravo, bio predstavljen pojmom *kalokagathia*, koji je nastao spojem pojmova *kalos* (lijepo) i *agathos* (dobro), upravo onako kako su gotovo svi grčki mislioci i stvaraoci tumačili ljepotu, kao spoj dobrog, intelektualnog i prijatnog za oko. No, od antike do danas odnos pojedinca i društva prema ljepoti, naročito fizičkoj, mijenjao se. Tako je u savremenom društvu fizička ljepota postala jedna od glavnih vrijednosti; na neki način pokret ili popularna ideologija, odnosno moćno sredstvo u društvenoj promociji. Ljepota se, naime, pretvorila u proizvod za razmjenu koji, kao i sve ostalo u savremenom (potrošačkom) društvu, ima svoju tržišnu „cijenu“.

U suštini, može se reći da su se kvalitativni kriterijumi za procjenu „lijepog“ permanentno mijenjali kroz (pra)istoriju, varirali zavisno od epohe, kulturnog ambijenta i ličnih preferencija. Na isti način mijenjao se i odnos prema (zlo)upotrebi ljepote. Naročito su standardi ljudske ljepote varijabilna kategorija, s obzirom na to da podliježu normama konkretne kulture. Pa ono što je lijepo u našem društvu nije u nekom drugom i obrnuto. Isto tako, osim horizontalne kulturološke raznolikosti u shvatanju lijepog, postoji i kontinuirana smjena standarda fizičke ljepote u istoj kulturi.

Među najočiglednijim primjerima drugačijeg shvatanja, na primjer, ljepote ženskog tijela jeste i odnos ili tretman debljine. U našoj kulturi gotovo anoreksične manekenke<sup>1</sup> jesu pojam lijepog, dok u centralnoj Africi ima plemena

---

<sup>1</sup> Osim manekenki, promoteri ovakvog poželjnog fizičkog izgleda jesu učesnice na popularnim izborima ljepotica, kao i mnoga TV lica koja su ostvarila, ili to nastoje, „neuhranjeni“ izgled. Pri čemu, jasno, ovaj standard za većinu promoterki i njihovih potencijalnih sljedbenica predstavlja odricanje i veliku trud. To pretvara, u nekom smislu, i postignutu ljepotu u „vještačku“, kao što su, uostalom, i motivi koji je pokreću „vještački“, jer su posljedica aktuelnih standarda, odnosno modnih trendova.

koja smatraju debljinu glavnim obilježjem ljepote (steatopigija<sup>2</sup> kod bušmanskih žena). Ali se i u našoj, uslovno nazvanoj, modernoj (zapadnoj, evropskoj) civilizaciji vremenom mijenjao ukus u pogledu pitanja ženske ljepote. Pa je zato veoma očigledna razlika između tzv. paleolitskih *venera*<sup>3</sup> ili istoimenih statua iz kasnijih epoha, koje predstavljaju žene sa izrazitim atributima ženstvenosti, zamamnih oblina (širokih kukova, velikih grudi i debelih bedara), žena bujnih stomaka iz doba pozne gotike i današnjih doživljaja poželjnih ženskih proporcija (izdužena, vretenasta građa). A da se tek ne spominje mnoštvo prelaznih oblika poželjnog ženskog izgleda u višemilenijumskom vremenskom rasponu, preko kojih su, takođe, evidentne stalne promjene i upotreba različitih drugačijih kriterijuma u procjenjivanju lijepog.

Dakle, oblik tijela za koji danas mislimo da je idealan nije oduvijek bio takav, posebno kada su u pitanju žene. Samo letimičan pregled ideala ljepote, za period od nekoliko decenija, na primjer, prošlog vijeka, pokazuje oscilacije u poželjnom izgledu ženske građe. Tako je 50-ih godina ideal ljepote bila žena tankog struka i velikih grudi, dok je 60-ih popularisana žena sa izraženim oblinama (poput glumice Merilin Monro) da bi je, za svega nekoliko godina, smijenio novi uzor u liku mršave manekenke Tvigi,<sup>4</sup> gotovo dječaćkog aseksualnog tijela. Tokom 70-ih godina XX vijeka, u modu se opet vraćaju obline da bi ih krajem osamdesetih i devedesetih zamijenile izrazito vitke manekenke.<sup>5</sup>

Interesantno je zapaziti da koliko god da su estetski standardi različiti i smjenljivi, kako u prostornoj tako i u vremenskoj dimenziji, svaka „ideologija“ ljepote aktuelni, tj. popularni obrazac tretira kao prirodan, iako je on, suprotno tome, krajnje društvena, te time i promjenljiva kategorija. Jedan od dokaza za to

---

<sup>2</sup> Steatopigija je pojava namjernog „skladištenja“ masnih naslaga na zadnjici i kukovima, poznata kod nekoliko afričkih plemena. Sam postupak traje godinama, pri čemu djevojku nakon puberteta izdvoje u zasebnu kolibu i hrane je namirnicama koje sadrže pretežno masti i ugljene hidrate.

<sup>3</sup> *Vilendorfska Venera* najstarija je poznata skulptura nagog ženskog tijela. Potiče iz mlađeg razdoblja starijeg kamenog doba (otprilike prije 25 000 godina). Pronađena je 1908. godine blizu mjesta Vilendorfa u Austriji, po kojem je i dobila ime. Figura, dimenzija 11 cm, predstavlja zrelu ženu u srednjem životnom dobu, s obimnim grudima, izbočenog stomaka, punih bedara i butina, istaknute seksualnosti. U antičkoj umjetnosti predstave rimske boginje ljubavi Venere (i njene grčke preteče Afrodite) jesu, takođe, bile vizuelizovane u formi raskošnog ženskog tijela. Predstavljene su, dakle, u antropomorfnom liku, sa tjelesnim atributima koji su, u estetskom smislu, tada bili vladajući u društvu. Naziv Venera korišćen je i u kasnijim periodima za oznaku statua koje su simbolizovale ženu, ljubav i uopšte ženski princip. Mnoge skulpture boginja, ali i modela smrtnica prozvani su tzv. venerama, metaforičnog značenja za žensko biće i sve ono što ono u fizičkom i duhovnom smislu simbolizuje. Do sada su u umjetnosti najpoznatije: *Miloska Venera*, *Medičijeva Venera*, *Venera Kalipigna* i *Venera iz Kapue*.

<sup>4</sup> Britanka Lesli Hornb, svuda u svijetu poznata pod nadimkom Tvigi (što u prevodu znači „grančica“), prvi je super model u istoriji mode. Sredinom 60-ih godina prošlog vijeka, za samo četiri godine bavljenja maneknstvom, postala je toliko slavna da je njen izgled postao simbol jedne dekade (izuzetno mršava s kratkom dječaćkom frizurom, melanholičnih plavih očiju i dugim trepavicama, Tvigi je popularisala nevinu, gotovo aseksualni izgled žene).

<sup>5</sup> Na primjer, današnji američki prosječni model težak je 23% manje od prosječne američke žene, dok je za samo jednu generacije ranije ta razlika iznosila 8%. – Vidi: Craik, 1994: 84.

jeste, na primjer, i odnos društva prema boji kože – tenu. Poznato je da je dugo vremena preplanula koža smatrana ružnom, čak primitivnom i vulgarnom, jer je asocijala na težak život, fizički rad na otvorenom i cjelodnevno izlaganje suncu. Međutim, kada je 20-ih godina XX vijeka postalo moderno da bogatiji slojevi idu na ljetovanje i koriste blagodeti morskih plaža, biti preplanuo postalo je lijepo. No, kada su se mogućnosti praznovanja, odmora i sunčanja proširile na niže slojeve društva, onda je prestao ekskluzivitet tamnije boje tena u funkciji prestiža, odnosno ljepote. Time se izgubio smisao jednoznačnosti normi, u pitanju poželjne boje tena, a moguće „lijepo“ proširilo na širu paletu nijansi, zavisno od sezonske mode ili ličnih afiniteta.

Za razliku od ženskog ideala fizičke ljepote, podložnog čestim i krupnim promjenama, muški standardi mnogo su duže opstajali u istom obliku i daleko se manje mijenjali. Atletski građen muškarac, po današnjim kriterijumima, ne razlikuje se od antičkog ideala, ali, na kraju krajeva, ni od prvih pećinskih prikaza lijepog muškarca<sup>6</sup> (iako, naravno, ima sporadičnih oscilacija u vidu, recimo, sumo boraca prepoznatljivih po naslagama sala, koji po nekim istočnjačkim poimanjima predstavljaju pojam muževnosti, snage, pa i ljepote). Činjenica je i da se u današnjoj masovnoj kulturi povezuju neki elementi muških i ženskih ideala ljepote i privlačnosti. Zajednička crta im je naglasak na erotskim elementima. Prirodno lijepo dopunjuje se kulturnim zahtjevima i modnim aktuelnostima i kroz estetsku propagandu (upotrebu kozmetike, primjenu estetske hirurgije i sl.) ističu se tzv. sekundarna seksualna svojstva tijela (usta, grudi, kosa itd.) i vještački asocijativni znaci na njih (rublje, odjeća, nakit). U određenom smislu, savremena narcistička kultura teži da približi muški i ženski estetski princip ili, bolje reći, da ga ujedini u (opsesivnoj) modifikaciji i kontroli sopstvenog tijela.

### **(Nad)moć fizičke ljepote u savremenom društvu**

I o efektima fizičke ljepote postoje različita shvatanja. Tako su stari Grci smatrali da ljepota pripada više domenu estetike, tj. predstavlja vrijednost samu za sebe, djelujući više na duhovnu nego na čulnu, erotsku stranu ljudske prirode. U kasnijim epohama, posebno u modernom društvu, ljepota je sve više povezana sa erotskim i seksualnim, pa se, vjerovatno, zato i ideali ljepote neprestano mijenjaju, kako bi osvježili ili isprovocirali novo interesovanje. Vrednovanje tijela samog po sebi, putem sve zahtjevnijeg procesa uljepšavanja dostiže vrhunac u modernom društvu. Aktuelno, skoro socijalno imperativno, unapre-

---

<sup>6</sup> Kao i ljepota tijela tako je i ljepota/erotska privlačnost odjeće muškaraca i žena imala nešto drugačiji pravac i intenzitet promjena. Na primjer, muška odjeća isticala je vrlo često kroz istoriju erotsku stranu ljudske prirode (naglašena ramena, pripijene pantalone–helanke, srednjovjekovni trikoi, intenzivne boje, obilje nakita i sl.), dok je u isto vrijeme ženska garderoba skrivala najveći dio tijela i uvijek bila širih krojeva. Danas je potpuno obrnuta situacija, naročito kada je ženska odjeća u pitanju, jer se stavlja veliki naglasak na njenu senzualno-erotičnu stranu, s obzirom na to da mnogo više otkriva nego što skriva.

divanje tijela podrazumijeva niz aktivnosti, odricanja, vremenskih i materijalnih ulaganja.

Estetske ideale XX i XXI vijeka uspostavljaju masovni mediji i industrija (kozmetička i tekstilna), odnosno tržište kroz modne časopise, modne revije, muzičke spotove, filmove, specijalizovane modne televizijske kanale itd. Potrošači ih prihvataju, ulazeći u bjesomučnu trku za postizanjem što poželjnijeg obrasca izgleda. U pokušaju dostizanja vladajućih ideala ljepote, moderno društvo je stvorilo vrlo stroge, pa i nemilosrdne kriterijume. Estetski ideal našeg vremena sačinjen je od mnoštva zahtjevnih normi, posebno kada je u pitanju ženska ljepota i velike promjene na ženskom tijelu. Vitkost<sup>7</sup> i svježina (vječna mladost) tijela postaju imperativi, a unutrašnji procesi (starenje) pokušavaju se staviti pod kontrolu, i to primjenom različitih estetskih zahvata, počev od liftinga lica, liposukcije, ugradnje silikona i sličnih postupaka. Sve radnje usmjerene ka postizanju navedenih atributa tijela znače ne samo vizuelnu (samo)dopadljivost pojedinca već su neodvojivo vezane za shvatanja o njegovoj moralnoj kontroli i samodisciplini. Ta tzv. briga o sebi ima dva cilja. Prvi je, iako vrlo diskutabilan, vezan za očuvanje zdravlja; a drugi, centralni, za dostizanje fizičke privlačnosti. Posjedovanje lijepog tijela znači svojevrsni kapital, iz jednostavnog razloga što je fizička ljepota jedna od glavnih vrijednosnih orijentacija u modernom društvu. Sa usavršavanjem, tijelo postaje i manipulativno sredstvo u jačanju socijalnog i ličnog statusa. Onaj ko je vlasnik lijepog tijela ima, i to vrlo često, u svakodnevnom životu i veći izbor mogućnosti na raspolaganju da svoj društveni položaj učini boljim. Ljepota, naime, postaje upotrebna vrijednost. I isto tako, vrijednost (roba) za razmjenu. Materijalizuje se u „oruđe“ kojim se ostvaruje, ili olakšava, život u društvu. Često ljepota postaje jedno, ili glavno, sredstvo za zaradu, društvenu promociju, samozadovoljstvo, osvajanje itd. Moguće je da je prenaplašeni tretman fizičkog izgleda povezan i sa činjenicom da je put do dostizanja poželjnih estetskih obrazaca pun odricanja. Poželjan izgled zahtijeva: upotrebu kozmetičkih preparata, praćenje mode, sprovođenje dijeta, redovno izvođenje tjelesnih vježbi, bavljenje sportom i mnoge druge zahtjevne aktivnosti.

---

<sup>7</sup> Bezbroj dijeta i drugih pokušaja da se tijelo svede na željene proporcije kulminira u modernom društvu. Za razliku od, na primjer, askeze ili dijete koje su ranije imale spiritualne ciljeve, danas se tiču isključivo oblikovanja tijela. Tek u „poznom viktorijanskom svetu mršave da bi dostigli određeni estetski ideal. Istina, kod aristokrata u helenskom svetu postojao je ideal umerenosti u hrani, jer je to pokazivalo da čovek ima samokontrolu. Post je bio centralna hrišćanska praksa u srednjem veku, koja je ukazivala na to da je duh jači od tela. Ali odlučujuća razlika je u tome što su se te prakse manje bavile telom kao takvim, a više duhom koji se nalazi u tom telu.“ – Vidi: Svensen, 2005: 74–75. Ali treba naglasiti da je i ovaj stav bio, prije svega, odlika viših društvenih slojeva, koji su uvijek imali više izbora pred sobom. Dijeta se, u modernom smislu, javila krajem XIX vijeka i postala fenomen koji se proširio na srednju klasu, a njen glavni učinak trebalo je da bude idealizovano, vitko tijelo, uz pomoć striktnog kontrolisanja unosa hrane. Ali i jednog duhovnog „osvješćenja“, koje gojaznost tretira kao karakternu manu, oličenu u lijenosti, nedostatku snage i volje da se istraje u postizanju željenog oblika, uvijek više tijela, a manje duše.

Odnos pojedinca i društva prema ljepoti, odnosno shvatanju lijepog i poželjnog može se problematizovati u dvije ravni: na planu intimnog i kolektivnog, iz razloga što, očigledno, ljepota predstavlja jednu od mogućnosti zadovoljenja vlastitih potreba i samopotvrđivanja, ali i izgradnje odnosa sa drugima. Privilegije koje donosi tzv. poželjan izgled prisutne su u mnogim socijalnim sferama. Ima istraživanja koja pokazuju da izgled utiče na dobijanje posla, na mišljenje o inteligenciji, dobroti,<sup>8</sup> smislu za zavođenje, kao što se javljaju i obrnuti stereotipi i vrijednosne kvalifikacije da ljepota „isključuje“ inteligenciju i sl. Lijep izgled postaje uniforma koja može osigurati, ili unaprijediti, onome ko ga posjeduje, ekonomski oslonac, sigurnost i uspjeh u društvu. Poželjan izgled plasira se u prvi plan ličnih vrijednosti ili se drži u rezervi, ukoliko drugi vid društvene afirmacije zataji ili se ne posjeduje. Zato ne čudi što se stalno inoviraju pokušaji da se dostigne što idealniji princip lijepog, a stalna kontrola sopstvenog lika u ogledalu<sup>9</sup> postavlja se kao imperativ socijalnog bitisanja, podvedenog pod želju, nekad i po svaku cijenu, unapređenja ličnog odraza u njemu, iz čega proizilazi dalji društveni tretman.

U društvu u kojem se precjenjuje fizička ljepota rigidan je i odnos prema starosti. Savremeno društvo kao da se boji starosti i ružnoće, a samopoštovanje se traži pomoću ljepote i mladosti, koje se sve više doživljavaju kao normalnost. I na kraju, društveno neprihvatljivo postaje sve što nije dovoljno lijepo, mlado, svježije. Na neki način, u savremenom društvu sprovodi se „teror“ protiv starosti, kao jedan od najupadljivijih izraza i pokreta modernog doba. Stariji ljudi postaju socijalno sve manje vidljivi, jer je starost postala gotovo negativna kulturna

<sup>8</sup> I u većini bajki za djecu govori se o fizičkom izgledu, a ljepota, vrlo često neosnovano, poistovjećuje se sa dobrotom i pameću. Kao po definiciji, pozitivni junaci u bajkama su lijepi, posebno junakinje, a negativci ružni, deformisanog izgleda i sl. Među usamljenim izuzecima je bajka *Ljepotica i Zvijer*, u kojoj Zvijer zavodi Ljepoticu svojom dobrotom i duhovnim kvalitetima (mada se i on, na kraju, pretvara u prelijepog mladića – kao finalni uslov zajedničkoj sreći!?!). Psiholozi, čak, smatraju da ovakvi modeli ličnosti mogu i te kako da utiču na kasniji način razmišljanja djece i njihovu procjenu karakternih osobina, kako sopstvenih tako i tuđih. Bilo da je riječ o sticanju samopouzdanja (zbog posjedovanja fizičke ljepote) ili njegovom urušavanju (zbog odsustva ljepote) ili o odnosima prema suprotnom polu, okruženju, životnim stavovima itd.

<sup>9</sup> Neizbježno kontrolisanje sopstvenog lika u ogledalu stvara nas dobrovoljnim zatočenicima želje da se, nekad i po svaku cijenu, unaprijedi lični odraz u njemu. „Preteča“ ovog univerzalnog ljudskog fenomena, i ujedno najpoznatija žrtva pretjeranog samoljublja, jeste čuveni mitski lik *Narcis* (grčki *Narkissos*, latinski *Narcissus*). Po antičkoj legendi, sin rječnog boga Kefisa i nimfe Laurione, prelijepi Narcis bio je toliko ohol, uobražen i samodovoljan da je dostojnim ljubavi smatrao samo sebe, a prezirao društvo svih drugih ljudi, pa čak i natprirodnih bića. Zbog toga su bogovi odlučili da ga surovo kazne. Naveli su ga da se zaljubi u samog sebe, tačnije u svoju sliku koju je ugledao na mirnoj površini šumskog jezera. Legenda dalje kaže da je Narcis toliko uživao u liku koji je bez prestanka gledao, da se u jednom momentu nagao nad njim, u želji da ga poljubi, i tada shvatio svoju tragediju, da nikada neće moći ostvariti svoju ljubav. Umro je od ljubavne patnje na obali jezera, a od njegovog predivnog tijela nastao je mirisni cvijet sa šest žuto-bijelih latica – narcis. Ime Narcis ušlo je i u naučnu terminologiju, kao oznaka patološkog samoljublja i zagledanosti u sebe (tzv. *narcizam*, *narcisizam*). I današnja, umnogome narcistička, kultura funkcioniše po principu prioriteta spoljašnjeg izraza pojedinca. Moderno društvo kao da se boji starosti i ružnoće, a samopoštovanje glavni oslonac traži u ljepoti i mladosti.

osobina. U modernom društvu „održavanje tijela izrazito se preporučuje onima koji stare, ali ne zbog zdravlja njihovog kardiovaskularnog sistema, nego zbog maskiranja starenja: vanjski znakovi starosti – omlohavljelo tijelo, bore, gubitak mišićnog tonusa, pretjerana tjelesna težina – kulturno su stigmatizirani“ (Hargreaves, 1987: 137). Posebno je društvo u cjelini netolerantno prema ženskoj starosti. Stereotipi da muškarcu, dijelom, raste šarm s godinama, ali koje su takođe limitirane petom ili šestom decenijom, ne važe i za žene. Predrasude vezane za žensku zrelost i starost izrazito su negativnog konteksta. Samim tim starenje predstavlja poseban strah za sve one „čije samopoštovanje ovisi o divljenju drugih, a ovo je obično namijenjeno mladosti, ljepoti, slavi i šarmu“ (Lasch, 1986: 46). Ljudi se, generalno, sve više razvrstavaju po godinama starosti, a manje po bitnim karakteristikama, ciljevima kojima teže i integritetu. Akumulacija godina, odnosno životnog iskustva, kao da uzmiče pred novim tehnologijama, modernim normama, pa i mladalačkim izgledom. Strah od starosti i smrti mijenja i sam doživljaj vremena i prirodnog biološkog toka. Takmičenje sa samim sobom, kroz opčinjenost izabranim uzorima, po pravilu, slavnim i uspješnim ličnostima (šta god to značilo) dovodi do stalne trke i borbe u osvajanju sve strožijih i zahtjevnijih kriterijuma, ali i diskutabilnih tumačenja ideala ljepote. Svakodnevna borba protiv svega što se ne smatra dovoljno lijepim, ili što je bilo kojom savremenom kozmetičkom i medicinskom metodom moguće promijeniti ili poboljšati, postaje imperativ za modernu individuu, a „kampanja protiv starosti koja danas posebno plaši ljude na neki je način najsvojstveniji izraz našeg doba“ (Lasch, 1986: 235).

Iako je ljepota oduvijek ispunjavala, dijelom, smisao života, ona danas, čini se, sve više postaje esencijalizam života. I to, iznad svega, ljepota tijela. Aktuelni sistem vrijednosti propagira ljepotu; ona postaje moć ili „obećanje sreće“. Metaforično izgovorene ove dvije riječi, kao da su bezazlenu tvrdnju njihove autorke, popularne američke pjevačice i glumice Šer, obistinile u životnu filozofiju milijardi ljudi. Narcistička kultura u kojoj živimo stvorila je načelo da je sve u službi ljepote, pa je pred svima koji ga prihvataju, a često mu i robuju, postavila nerealno visoke estetske standarde, posebno unapređenja (transformacija) ženskog izgleda.

### **Estetska hirurgija – potreba i(li) luksuz modernog doba?**

U cilju sticanja samopouzdanja, ali i poboljšanja društvenog statusa, koji se u postindustrijskom društvu, donekle, ogleda i u privlačnom izgledu, postale su uobičajene „popravke“ tijela. Kako estetska hirurgija postaje dostupna sve širem krugu ljudi, a zahvati, često neopravdani, posljedica želje da se dostigne vladajući ideal ljepote ili da mu se makar približi, vode u novu zamku socijalnog konformizma. Jer mi samo „naizgled slobodno biramo da zamijenimo salo mišićima i da se potčinimo hirurgovom skalpelu. Istovremeno je jasno da taj slobodni izbor nikako nije oslobođen preduslova, već postoji zahvaljujući internalizaciji društvenih normi“ (Svensen, 2005: 82); kao što su sa modifikacijom

tijela narasli i drugi vidovi „ropstva“ zasnovani na fiksaciji na ishranu i tjelesnim vježbama. Posebno je džogiranje, kao tipičan vid rekreiranja u američkom društvu, postao „nova forma slobodnog ropstva“ (Baudrillard, 1988: 53), sa istim uniformisanim ciljem postizanja vitkog tijela.

Ekstremni zahtjevi današnje plastične hirurgije često znaju biti brutalne intervencije na tijelu, koje se ne razlikuju od nekih, takođe teških, zahvata na tijelu poznatih u ranijim vremenima ili udaljenim (i još aktivnim) kulturama, nego ih čak prevazilaze. Nekritički smo skloni da ih potcijenimo ili nazovemo primitivnim, zanemarujući činjenicu da su i oni posljedica želje za uljepšavanjem. Razlika je jedino u estetskim kriterijumima i drugačijim shvatanjima fizičke ljepote. Zašto bi izbijanje zuba i istežanje pojedinih djelova tkiva, ukrašavanje leđa pomoću ožiljaka kod nekih plemena Afrike i Okeanije ili povećavanje donjih usana umetanjem koluta ili pločice (običaj prisutan kod jednog sjevernoafričkog plemena, s ciljem da se dobiju velike usne nalik žabljim, što vodi porijeklo vjerovatno iz totemističkog obožavanja ove životinje, ali je vremenom dobio i estetsku dimenziju; – Barjaktarović, 1977: 108) – izgledalo manje bolno, komplikovano i suvišno od popularnog umetanja implantata u grudi i usne u razvijenom svijetu ili vađenje rebra kako bi struk bio tanji? Jedina razlika u korist savremenog društva jeste ne u motivu već u sredstvima i tehnici koja je manje pogubna za zdravlje pacijenata,.

Poznato je da su se, kao i danas, u svim istorijskim periodima smišljali različiti načini uljepšavanja, odnosno korigovanja tijela, u skladu sa dominantnim estetskim mjerilima. Sami ideali ljepote mijenjali su se uvijek u skladu sa nekoliko osnovnih ciljeva. Prvi je – uživanje u lijepom, drugi – održavanje interesovanja i privlačnosti i treći – eksploatacija ljepote, odnosno diktat modne industrije. Podsjećanje na sapinjanje ženskih stopala u Kini, kako bi rasla u visinu i time hod postao graciozniji ili nošenje neudobnih korseta<sup>10</sup> evropskih dama

---

<sup>10</sup> Prihvatanje modnih imperativa i raznoraznih estetskih standarda napravili su tokom istorije, inače, od mnogih odjevnih predmeta (ne)prijatelje ljepote, posebno ženske. Recimo, korset je tijelo činio vitkim, ali isto tako zbog pritiska onemogućavao pravilno disanje i pritiskivao rebra i unutrašnje organe.

Inače, korset (fr.), mider (njem.) ili, jednostavno, steznik jedan je od najstarijih poznatih odjevnih elemenata. Za njega je, čak, znala i neolitska žena. Naime, crteži koji su pronađeni u iskopini Brandon u Norfolku (Engleska), stari oko 20 000 godina, pokazuju da su i tada žene nosile neku vrstu steznika od kože. Prasteznik je vjerovatno oblikovan direktno na tijelu od sirove kože i bio je pričvršćen kaiševima ili kostima od sitnih životinja i ptica oko struka (umjesto današnjih dugmadi, drikera i sl.). I u najstarijim civilizacijama, kakve su kritsko-mikenska, asirska, egipatska i druge prepoznaju se, u slikovnim interpretacijama, neki oblici korseta. Ali, pravi „život“ korseta, kao što je poznato, započinje u XVI vijeku, kada u modu ulazi vitka figura i razvija se intenzivno u narednih četiri stotine godina. Korsete su u prošlosti nosili nerijetko, osim žena, i muškarci. Posebno u XIX vijeku korset postaje neizostavan odjevni predmet ispod slojevitih haljina. Viktorijansko doba kao glavno oružje ženske zavodljivosti ističe, upravo, tanak struk. Otmeno držanje i utegnuta figura forsirani su, često, do nerazumnim dimenzija, pa nije za čuditi što su tadašnje dame listom padale u nesvijest i imale žestoke glavobolje. Korset je, zapravo, od sprave za uljepšavanje postao naprava za mučenje jer je onemogućavao normalno disanje i dotok krvi u donje djelove tijela i noge. Samim tim je i hod bio otežan, usporen, što je ostavljalo utisak, sada već objektivne, slabosti (tumačene kao vrhunac ženstvenosti). Pravljeni su

kako bi struk izgledao uži, samo su neki od brojnih načina da se atakuje na tijelo i promijeni u željeni oblik, bilo odjećom koja utiče na rast i formu tijela ili stvarnim operativnim zahtjevima.

Inače, aktivnosti koje bi se mogle svrstati u plastičnu ili rekonstruktivnu hirurgiju izuzetno su stare. Poznato je da su Indusi praktikovali, još u II milenijumu prije nove ere, zahvate koji nijesu ništa drugo nego estetske intervencije. Služili su se čeličnim hirurškim instrumentima i koristili alkohol kao anestezijsko sredstvo. Jedan od prvih podsticaja za razvitak ove vještine bilo je saniranje posljedica kazne za nevjernost, koja je značila odsijecanje nosa; pa su drevni hirurzi popravljali štetu tkivom uzetim sa obraza ili čela pacijenta, formirajući „novi“ nos. A plastična hirurgija, u savremenom smislu, postavila je temelje tek nakon Prvog svjetskog rata.

Danas je, međutim, plastična hirurgija postala uobičajena pojava. Prvo je prihvaćena u miljeu popularnih lica sa estrade i iz javnog života. I to ne samo osoba koje se bave poslovima u kojima je izgled u prvom planu, na kojem, uostalom, zarađuju (top modeli, manekenke) ili koji im širi dijapazon angažovanja (glumci, pjevači), već se i mnogi sportisti, pa i političari i drugi javni djelatnici odlučuju na operaciju obrazlažući to intimnom potrebom da se pomoću samodopadanja još više i socijalno potvrde. Moda korekcije tijela sa javne scene prenijela se vrlo brzo na ulice, pa operativni zahvati nijesu rijetkost nigdje u svijetu. Naprotiv, jedina je razlika što se u nekim sredinama javno priča i priznaje učinjena korekcija, a drugdje se način postizanja vještačke ljepote taji. Najotvoreniji promotori estetskih operacija, kao sredstava za usavršavanje izgleda, jesu ženski časopisi, nudeći i glorifikujući uzore koji su baš to oprobali. Na primjer, jedan od preteča otvorenog reklamiranja estetskih zahvata jeste objavljeni članak pod nazivom „*Šta kozmetička operacija može učiniti za vas?*“, na sedam stranica u australijskom ženskom nedjeljniku *Australian Women's Weekly* (februar 1993). U njemu se estetske intervencije sugerišu na sljedeći način: „*Zvijezde to čine, slavni to čine, a sada s unaprijeđenim medicinskim tehnikama, i vi to možete učiniti [...], pružiti novi, mladalački izgled vašem licu, očima, usnama, vratu, koži i grudima*“, pri tom ilustrujući listu raznih postupaka koji se nude (face-lifting, hemijski piling, lasersko brušenje kože, kolagenski i

---

od različitih ali uvijek grubih materijala (platna, kože, kitove kosti, drveta, pa i metala). Tek pred početak Prvog svjetskog rata, korset doživljava pad (ali ne i kraj) jer se u modu vraća prirodanija ženska figura, što je ujedno bio i početak ženske emancipacije u širem društvenom smislu. I danas je korset prisutan u modi, ali na drugačiji način. Kao prvo, savremeni korset izrađuje se od prijatnijih, elastičnih materijala koji prijaju tijelu. I, za razliku od svojih prethodnika, dizajnira se, pored osnovne funkcije rublja, i kao vidni, spoljašnji dio odjeće. Najzaslužniji za promociju savremenog korseta jesu pop pjevačica Madona i francuski modni dizajner Žan-Pol Gotje, koji je od korseta napravio dopadljiv i senzualan dio ženske garderobe.

O fenomenu korseta dali su, čak, svoje mišljenje i antropolozi, vezujući ga za ljudsku seksualnost. Zapravo, pored grudi i bedara, struk je glavno erotsko obilježje žena, pa otuda i privlačnost, odnosno popularnost svega što ga vizuelno ističe i naglašava. – Vidi: Vujačić, 2006: 44–46.

silikonski umeci, liposukcija itd.). Od tog vremena do danas gotovo da nema novine, časopisa koji svakodnevno ne objavljuje slične preporuke, reklamira proizvode, klinike i sl.

Plastična hirurgija je, od kada je postala masovna pojava, predmet analize mnogih stručnjaka, prije svega, medicinara, psihologa, sociologa i antropologa koji je sagledavaju sa više aspekata, tumačeći da li je potreba ili hir savremenog doba. Ukoliko nije riječ o popravci urođene ili stečene anomalije, postavlja se pitanje šta navodi pojedinca da izvrši zahvat na tijelu, koji je vrlo često bolan, uz uvijek prisutan rizik od neželjenih komplikacija. Odgovore, vjerovatno, treba tražiti u psihološkim razlozima, utemeljenim na socijalnom konformizmu, utapanju u popularne standarde i popravci samopouzdanja pomoću ostvarivanja opšteprihvaćenog poželjnog spoljašnjeg izgleda. Čak, iako operativni zahvat ima alternativu u popravci stanja i raspoloženja kroz duhovnu nadgradnju i ljepotu koja se ugrađuje u ličnost usvajanjem novih informacija, savlađivanjem novih tehnologija, znanja i ponašanja iz nepreglednih potencijala svjetske kulturne baštine. No, činjenica je da u modernom društvu fizička ljepota sve nemilosrdnije diskvalifikuje duhovnu, koja bi trebala da predstavlja najveći kvalitet subjekta. Obrnutim vrednovanjem, popularna kultura sve više svodi subjekat na tijelo ili objekat. Tijelo se sve više erotizira, naglašavaju se seksualni znaci, obline, preplanula koža, usta koja, usput, postaju sve veća, pa govor tijela postaje osnovni govor moderne, potrošačke civilizacije. Erotski elemenat koristi se u propagandne i prodajne svrhe, gotovo svih vrsta roba (od čarapa, kuhinjskih elemenata preko sredstava za održavanje higijene do djelova za automobile). Tijelo se pokazuje, otkriva u potpunosti i postaje najmoćniji znak masovne, posebno medijske kulture koju potom preuzima svakodnevica. Glamurozno i razgolićeno tijelo postaje najvidljiviji znak ličnosti. Međutim, kultura koja agresivno potencira seksualnost, ispušta pri tom iz vida da seksualnu želju ostavlja bez imaginarnog, a onda i dijelom bez realnog. Bodrijarova teza da je „seks svuda, sem u seksualnosti“ dobija smisao i na interpersonalnom nivou. U odnosu zavodjenja, danas sve manje zavodi subjekat, a sve više objekat. Zavodljivost se tumači kroz znakove, prije svega, garderobu, otkriveno, istaknuto ogoljeno tijelo, a ne kroz cjelinu fizičkog i duhovnog sklada. Što će reći da je izgled tijela zauzeo ne samo središnji položaj u pojmovima seksualiteta već i samoidentiteta.

### *L i t e r a t u r a*

- Armstrong, D. (1983), *Political Anatomy of the Body: Medical Knowledge in Britain in the Twentieth Century*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Barjaktarović, Mirko (1977), *Odeća i ukrašavanje tela*, u: *Osnovi opšte etnologije*, Beograd, Savremena administracija.
- Basinger, J. A. (1993), *Women's View: How Hollywood Spoke to Women 1930–1960*, London, Chatto and Wundus.
- Baudrillard, Jean (1988), *America*, New York.

- Brumberg, J. (1988), *Fasting Girls: the Emergence of Anorexia Nervosa as a Modern Disease*, Cambridge, Massachusetts, Harvard University Press.
- Craik, Jennifer (1994), *The Face of Fashion. Culture Studies in Fashion*, London – New York, Routledge.
- Čejni, Dik (2003), *Životni stilovi*, Beograd, Clio.
- Eko, Umberto (2004), *Istorija lepote*, Beograd, Plato.
- Eko, Umberto (2007), *Istorija ružnoće*, Beograd, Plato.
- Featherstone, M. (1991), *The body in consumer culture*, London, (in) M. Featherstone and M. Hepworth and B.S. Turner (eds.), *The Body: Social Processes and Cultural Theory*.
- Fisk, Džon (2001), *Popularna kultura*, Beograd, Clio.
- Foucault, Michel (1997), *Ethnics: Subjectivity and Truth*, New York, The New Press.
- Gandl, Stiven, Kasteli T. Klino (2007), *Glamur*, Beograd, Clio.
- Hargreaves, J. E. (1987), *The body, sport and power relations*, London, (in) Horne, D. Jary and A. Tomlinson (eds.), *Sport, Leisure and Social Relations*.
- Heler, Agnes (1978), *Svakodnevni život*, Beograd, Nolit.
- Lasch, Christofer (1986), *Narcistička kultura*, Zagreb, Naprijed.
- Lupton, D. (2002), *The Body in Medicine*, London, Medicine as a Culture.
- McMahon, K. (1990), *The Cosmopolitan ideology and the menagement of desire*, Journal of sex research, 27, New York.
- Muggleton, David (2000), *Inside Subculture: The Postmoder Meaning of Style*, Oxford, Berg.
- Svensen Fr. H. Laš (2005), *Filozofija mode*, Beograd, Geopoetika.
- Vujačić, Lidija (avgust 2006), *Barbi, globalni kulturni fenomen*, Porodični magazin, Podgorica, Pobjeda.
- Vujačić, Lidija (jul 2006), *Modni detalji kroz vjekove: korset*, Porodični magazin, Podgorica, Pobjeda.