

The Beastess

A dense word cloud of the word "dokonalost" (perfection) in various sizes and orientations, forming the shape of a woman's silhouette. The word is written in both lowercase and uppercase letters. At the bottom of the silhouette, the text "neznamená štěstí aneb Jak neztratit sám sebe" is written in white. The word "DOKONALOST" is repeated in large, bold, blue letters across the lower portion of the silhouette.



*Diamant s kazem má větší cenu
než ten nejdokonalejší kus štěrků.*

KONFUCIUS

The Beastess

DOKONALOST NEZNAMENÁ ŠTĚSTÍ

ANEB JAK NEZTRATIT
SÁM SEBE

Upozornění pro čtenáře a uživatele této knihy

Všechna práva vyhrazena. Žádná část této tištěné či elektronické knihy nesmí být reprodukována ani šířena v papírové, elektronické či jiné podobě bez předchozího písemného souhlasu nakladatele. Neoprávněné užití této knihy bude **trestně stíháno**.

The Beastess

**Dokonalost neznamená štěstí
aneb Jak neztratit sám sebe**

Vydala Grada Publishing, a.s.

U Průhonu 22, 170 00 Praha 7

tel.: +420 234 264 401, fax: +420 234 264 400

www.grada.cz

jako svou 6453. publikaci

Odpovědný redaktor PhDr. Milan Pokorný

Sazba a zlom Antonín Plicka

Návrh a zpracování obálky Antonín Plicka

Počet stran 152

Vydání 1., 2017

Vytiskly Tiskárny Havlíčkův Brod, a. s.

© The Beastess, 2017

© Grada Publishing, a.s., 2017

ISBN 978-80-271-9574-9 (ePub)

ISBN 978-80-271-9573-2 (pdf)

ISBN 978-80-247-5728-5 (print)

Obsah

ÚVOD	9
Jak se v knize orientovat	11
1. CO JE VLASTNĚ DOKONALOST?	13
Barbie a Ken	13
<i>Přirozené vnímání krásy</i>	14
<i>Kulturní normy</i>	16
<i>Proč se dětem líbí velké oči</i>	18
<i>Infantilní trendy ve společnosti</i>	19
<i>Komu se to vlastně chceme podobat?</i>	20
Obchodníci s iluzemi	23
<i>Reklamní pasti: sex...</i>	23
<i>... a děti</i>	25
<i>Vyvolení</i>	26
<i>Proměna dámy v divokou šelmu</i>	29
<i>Jak se nakazit bulvárními city</i>	32
<i>Poptávka, nebo nabídka šmejdů?</i>	34
Souřadnice dokonalosti: místo, čas a způsob	38
<i>Dokonalost v antice a křesťanství</i>	40
<i>Kulturní rozdíly</i>	43

<i>Dokonalá žena 21. století</i>	45
<i>Můžeme mít všechno?</i>	49
<i>Dokonalý život – nebo dokonalé divadlo?</i>	54
<i>Poslouchej žízeň – i když máš právě hlad</i>	58
<i>Selfie self</i>	60
2. KDO JSTE?	65
Vývoj identity aneb Jak vzniká naše „já“	68
<i>Selfobjektní vztahy: „já“ versus svět</i>	69
<i>Richard Lví srdce</i>	73
<i>Vztahová vazba (attachment) a její poruchy</i>	78
• Nezdravé typy vztahové vazby	80
Děti – květy našeho života	83
<i>O neposlušném poníkovi</i>	83
<i>Vývoj „já“ v batolecím a předškolním období</i>	86
• Infantilní narcismus	87
• Proč jsou narcisové nešťastní	89
• Rady rodičům batolat	91
• Malí čarodějové a velcí diktátoři	93
• Není narcis jako narcis	95
<i>Zahrádka rodičovské ctižádosti</i>	97
• Narcis stokrát jinak	98
• Tráva a jiný plevel	101
Kdo jsou ti druzí?	103
<i>Co můžete uvidět v očích jiných lidí?</i>	106
<i>Co můžete vyhrát?</i>	109

Neplánovaná odbočka – noční můra všech obsedantů	111
<i>Inženýrská odysea</i>	113
• Jak prohrát závod s vlastní dokonalostí	116
<i>Dokonalost na druhou</i>	119
Hra ještě nekončí	121
<i>Zrcadlové obrazy aneb „Peklo, to jsou ti druzí“</i>	123
<i>Naše „druhé já“</i>	125
<i>Zrcadlo v zrcadle</i>	128
3. HONBA ZA DIAMANTEM	131
Potřebujete psychologa?	132
<i>Koučuji, koučuješ, koučujeme</i>	135
Člověk potřebuje něco milovat	139
<i>Co je to úspěch?</i>	141
<i>Jak se žije slavným</i>	143
Kde hledat své štěstí aneb Žijte <i>in the zone</i>	145
SHRNUTO DO PUNTÍKU	150

Úvod

Otec přísným zrakem prohlíží proti světlu sklenici od hořčice, čerstvě vyleštěnou kuchyňskou utěrkou, jako by šla na výstavu křišťálu. Kdesi u samého dna nachází šmouhu o velikosti mravenčího tykadla. „Podívej se!“ zvolá vítězoslavně. „Tomu ty říkáš umyté nádobí?“ Celá várka našeho „Pikant servisu“ putuje zpátky do dřezu a já do něj liju starý dobrý Jar spolu s vařící vodou v poměru 1 : 1, odhodlána vykartáčovat z těch pitomých hořčičáků duši. Jednou s nimi totiž vytřu svému milému papírkovi zrak: nenajde jedinou šmouhu, jedinou chybičku! Náš rodinný poklad ho prostě jednoho krásného dne oslní naprosto dokonalou (a dokonale zbytečnou) naleštěností – a on konečně uzná, že i já jsem dokonalá. Dokonalá dívka, dokonalá žačka, dokonalá dcera a dokonalá umývačka nádobí... Jen neříkejte, že to k ničemu není. Z takové bezchybně vycíděné sklínky se mu totiž ta voda se šťávou bude jistě pít úplně jinak!

Zní vám to trochu povědomě? Asi jak komu. Hořčice Pikant se už, pokud vím, nějaký ten pátek nevyrábí, Jar se přeskupil do tablet a o nádobí se spolu s ním stará myčka. Klasický obrázek školního dítěte s utěrkou, které doma „musí pomáhat“ (nebo ještě lépe dvou sourozenců, kteří se u toho vždycky do krve pohádají, „kdo bude umývat a kdo utírat“), z českých domácností pomalu mizí. Týká se to i jiných domácích prací, které ještě za mých školních let bývaly nepsanou dětskou povinností, a především prostředkem výchovy k žádoucím vlastnostem „slušného člověka“, jako je pracovitost, pečlivost, svědomitost a vůbec tuhá morálka. Můj táta určitě nebyl jediný, kdo výchovné úsilí popsaného typu koncem sedmdesátých let tak trochu přeháněl. V 21. století se to už tolik nenosí. Nejde jen o to, že práci za nás v čím dál větší míře zastávají elektrospotřebiče. Hodnoty se všeobecně poněkud posunuly, takže nábožné pulírování sklenic již nepatří k rodičovským prioritám. O takovou formu dokonalosti dnes nikdo

nestojí. Naopak. Každému bulíkovi je nad slunce jasné, že s úslužnou přičinlivostí a sklopenýma ušima to v životě daleko nedotáhne.

Přesto nám vyrůstají generace doslova posedlé touhou po dokonalosti jiného druhu. Kde jsou ty časy, kdy vzorné žačce stačilo mít samé jedničky a předpisově ustlanou váleudu v pokojíčku... Dnešní dívka musí mít především perfektní outfit, make-up, iPhone a posléze i silikony. Prestižní školu by jistě také měla vystudovat. Své výsledky si však už neověří na nástěnce SSM, nýbrž v tvrdém konkurenčním boji. Samé jedničky? No, možná... Ale také průraznost, sebevědomí, sociální dovednosti... Do pětadvaceti by měla vyhrát alespoň jednu missí soutěž, raketově nastartovat kariéru a objevit se na obálce bulvárního deníku se synem bývalého politika. V honbě za úspěchem samozřejmě nesmí zapomínat na osobní rozvoj. Nikoli ovšem podle Zápisníku třinácti bobříků, nýbrž podle stránek lifestylových časopisů, které je nutno sledovat minimálně obden, protože trendy se mění, a kdo není trendy, ten jako by nebyl vůbec. K tomu všemu myslet na „práci s emocemi“, a to zejména v tom smyslu, abychom je dávali tak nějak vhodně najevo (například prostřednictvím charity nebo na Facebooku). V neposlední řadě je tu i povinnost denně dosahovat úúúúúžasných orgasmů pod vedením osobního kouče – a od rána do večera si ten život *fakt pozitivně* užívat. Tvrdá dřina!

Imperativ dokonalosti je navíc čím dál podobnější pro chlapce i dívky, muže i ženy. Nejenže je od něžného pohlaví kromě dokonalého vzhledu požadován i dokonalý výkon, obdobně i naše silnější polovičky musí mít v dnešní době nádavkem k platu a postavení též dokonale oholené nohy a na tváři *über cool* hipsterský plnovous (tedy *über cool* je právě v této chvíli – za týden už možná bude *totálně out*). Popravdě, když jsem před pár lety zjistila, že *i muži* si píchají do tváří botox a do zadních lící pěchují silikonové vycpávky, „aby se líbili svým partnerkám“, musela jsem se sama sebe ptát: *Kam ten svět spěje??*

To samozřejmě nikdo z nás neví. Trochu se ale zdá, jako bychom všichni byli pod čím dál větším tlakem. Možná se nemusíme tolik na-

máhat s pucováním sklenic, zato se však štveme, abychom vydělali na myčku značky Bosch (a příští rok na Miele, poněvadž jí dává přednost Victoria Beckham). Udělat radost tatínkovi, který si namísto poslušné holčičky přeje vychovat Miss World s vlastní mezinárodní firmou, je čím dál složitější. To je jeden z důvodů, proč se pak v dospělosti necítíme šťastní či šťastné ani v lodičkách Jimmy Choo. Když si totiž zdravé sebevědomí neodneseme z domova, ani ten sebevětší úspěch nám ho později nenahradí. Můžeme hledat odpověď v poradnách koučů nebo tzv. sebezdokonalovacích kurzech, má to nicméně jedno úskalí: z jejich motivačních programů, včetně dobře míněného „mějte se rádi, jací jste“, se nakonec může stát jen další bobřík, kterého je potřeba splnit. Těžko se chytá zvláště tehdy, když ani nevíme, *kdo* vlastně jsme a koho bychom tedy měli mít rádi... A když nás „takové, jací jsme“ nikdy nikdo rád neměl.

Tak schválně – jste-li žena – *opravdu* se sama sobě líbíte bez make-upu? Já tedy ne. Jenže se stejně každý večer odlíčit musím. A každé ráno mě pak při pohledu do zrcadla napadá, že toto přece nemůžu být *doopravdy* já – takže si promptně začnu leštit obličej tvářenkou se stejnou důkladností, s jakou jsem kdysi cíдила hořčičáky. Budu se pak někomu líbit? Bude mě za to mít někdo aspoň trochu rád? Toť otázka, na kterou budeme hledat odpověď v této knize.

! Jak se v knize orientovat

V první části knihy si řekneme něco o tom, jak na naši představu o dokonalosti působí doba a společnost, ve které žijeme. Zevrubněji se přitom budeme věnovat mediálním iluzím a manipulacím, jež nás podvědomě nutí být sami se sebou nespokojení. Tuto nespokojenost často kompenzujeme nákupem čím dál většího počtu věcí, které nepotřebujeme, provozováním činností, které nás ve skutečnosti nijak netěší, a snahou podobat

se umělohmotným figurínám a falešným ikonám. Částečné rozluštění hádanky, proč to vlastně děláme, najdete ve druhé části knihy. Její součástí je docela náročná „psychologická hra“, která vám možná pomůže vztáhnout si některé poznatky hlubinné psychologie přímo na sebe. Třetí část nám napoví, kde hledat svou vlastní podobu štěstí. Poradí vám i jeden slavný kouč – a dozvíte se také, že nechat se koučovat není vždycky ten nejlepší nápad. Knihu doporučujeme číst spíše „jak leží a běží“ než na přeskáčku: k mnohým věcem se budeme opakovaně vracet v jiných souvislostech a předchozí text by vám mohl chybět.

Pohled do sebe sama, který v knížce nabízíme, nemusí být úplně jednoduchý – ale určitě bude zajímavější než facebooková stránka Kim Kardashian.

P. S. Připravte si blok a tužku!

1. Co je vlastně dokonalost?

! Barbie a Ken

Jakýmsi synonymem vzhledové dokonalosti v postmoderním světě může být panenka Barbie a její mužský protějšek Ken: oba vysocí, extrémně štíhlí, světlolásí, modroocí, s poněkud nelidskými proporcemi těla i obličeje. Ano – nelidskými. Podivně dlouhé končetiny, vosí pas a „balóny“ (v případě Barbie) se příliš neslučují s možností udržovat rovnováhu, a navíc by u člověka z masa a kostí znamenaly neúměrnou zátěž právě pro ty kosti. Pánové přes metr devadesát a dámy obšádně velikostí DD a vyšší mi jistě dají za pravdu, že podobat se Barbie či Kenovi být v jednom tělesném znaku není ve skutečnosti žádná slast. I člověk s normální šířkou pánve a hrudního koše se při nadprůměrné výšce nebo velikosti poprsí začne dříve nebo později hrbít, obratle se hrouť, ploténky posouvají, břicho vyklenuje... a spotřeba ibuprofenu stoupá. Vypracovat si dostatečný svalový korzet, který by takovou postavu udržel ve správné poloze, stojí velkou námahu pravidelného cvičení a různých jiných opatření. Vzhledově to ve výsledku nemusí být nic moc.

Prazvláštní ovšem nejsou jen těla oněch ideálů krásy od Mattela, ale i jejich obličeje. Barbie i Ken mají nepřírozně velké oči a nosíky tak malé, až má jeden strach, zda jimi proudí dost vzduchu k oxykšičení mozkové tkáň. Jistě, jistě, já vím, že umělohmotné hračky žádný mozek nemají. Chtěla jsem jen upozornit na to, že takzvaně krásné rysy našeho „dokonalého páru“ jsou vlastně jakousi přehnanou karikaturou toho, co je ve skutečnosti považováno za přitažlivé. Malý pršáček je jistě roztomilý, jenže v reálu ho nikdo až tak miniaturní vzhledem k ostatním rysům obličeje nemá – a kdyby měl, nelíbilo by se nám to. Stejně tak oči, jež jsou u panenek zvětšeny tak, že odpovídají proporcím tváře miminka,

nikoli dospělého člověka. Dívka s takovými kukadly by nás pohledem z očí do očí spíše vyděsila.

„Dizajn“ těchto zdánlivě perfektních loutek by byl u člověka nejen nefunkční, ale dokonce neestetický. Můžeme se o tom částečně přesvědčit, prohlédneme-li si na internetu záplavu fotek a videí „živých Barbie a Kenů“ – dívek a chlapců, kteří se snaží docílit panenkovského vzhledu pomocí plastických operací. Přestože mají své fanoušky, abychom tak řekli „z řad podobně postižených“, většině normální populace se dělá při pohledu na jejich upravenou fyziognomii spíše lehce nevolno. Ne, není to tím, že by plastický chirurg odvedl špatnou práci jako třeba v případě mnohých stárnoucích celebrit, často přezdívaných „zombie“, „monstra“ apod. Problém není ani v tom, že by to „ještě trochu něco chtělo“ (ubrat ještě dvě žebra, přidat ještě jeden nános bílé barvy do očního okolí...). Spíše naopak. Čím více se všechny ty načančané Rusky a Ukrajinky Barbie podobají, tím jsou pro člověka s přirozeně nastaveným vnímáním odpudivější.

Přirozené vnímání krásy

Proč tomu tak je? Povězme si nejprve něco o „přirozeně nastaveném vnímání“ krásy. Míjíme tím jakési filtry dané z větší části Matkou Přírodou, nebo chcete-li procesem evoluce, v jehož důsledku jsou nám určité tvary, barvy, vůně, zvuky atd. libé a jiné zase ne. Vůně růží je (skoro) všem přirozeně příjemná – vůně močůvky nikoli. Tvar malého dítěte nebo mladé ženy v nás vyvolá podvědomou touhu po objetí – tvar švába či krysy spustí sebezáchovný impulz zaječet a vyskočit na stůl. Tyto vrozené estetické preference se mohou časem měnit jak v důsledku biologického vývoje, tak vlivem kultury: vzpomeňme jen na rozdíly mezi Věstonickou venuší, Venuší milóskou nebo třeba Botticelliho. Čili neplatí až tak úplně stoprocentně, že všichni muži baží jen a pouze po ženách s velkým rozdílem mezi pasem a boky, protože jim to signalizuje,

že dotyčná není těhotná s jiným. Takhle jednoduše to ve velké evoluční hře přece jen nefunguje.

Některé základní parametry přitažlivosti jsou však až na naprosté výjimky všem lidem společné. Přitažlivé je v zásadě to, co je potenciálně užitečné, ať už jako svačinka, či budoucí matka mých dětí. Odpudivé se nám zdají naopak věci ohrožující a nebezpečné. Komputer našeho mozku vyhodnocuje rysy užitečnosti nebo naopak nebezpečnosti velice rychle. Než si to stačíme uvědomit, je mu jasné, že červeňoučké jablíčko právě ze stromu spadlé by se k zakousnutí hodilo – zatímco jeho plastová atrapa na výstavě světového kýče by nijak lahodně nechutnala. Na první pohled může být rozdíl jen minimální. Náš starý dobrý mozek však má své zkušenosti zděděné po předcích, a tak si ve zlomku vteřiny všimne, že ovoce dokonale naaranžované v galerii napodobenin mu jaksi... nevoní. Líbit se mu i může, což o to. Jako dekorace – ne jako potrava.

A teď si představte trochu absurdní věc: že by se totiž to šťavnaté jablko z babiččiny zahrádky pokoušelo vypadat jako jeho umělohmotný bratranec. Zaplatilo by si šlechtitele a botaniky, aby mu přifoukli tvar do perfektní geometrické kulatosti, vytunili barvu do karmínové červeně bez jediné žluté šmouhy, vyleštili mu slupku jako zrcadlo a zbavili ho přirozené vůně (dobrý je na to třeba deodorant s mnohoslibným názvem „Exotic Garden“ – spolehlivě přebije naprosto cokoli v dosahu dvou kilometrů). Máte chuť?

Vnímavý čtenář už jistě tuší, kam tím mířím. Idealizované, „perfektní“ rysy mohou našim smyslům do jisté míry lahodit na hračkách, obrazech, fotografiích a jiných umělých (či uměleckých) výtvorech – na živých tvorech nikoli. Přemrštěná snaha „opravovat přírodu“ k obrazu svému se ve skutečnosti setkává spíše s odporem. Mnozí skalní komentátoři internetových diskusí to pod streamy „živých Barbín“ trefně vyjadřují slovy „tu potkat na ulici, vezmu kramle“, nebo ještě výstižněji „fuj, to jsem se lekl!“. Šestilitrová nádra pohupující se nad pasem o průměru vodovodní trubky se totiž v kombinaci s kojeneckým nosíkem a dvacetimetrovými řasami v přírodě nevyskytují a velmi pravdě-

podobně ani nikdy nevyskytovala. Naše centrální filtry tudíž neměly pokdy nastavit se tak, aby v popsaném objektu spatřovaly něco, co by mohlo poskytovat rozkoš nebo nedejbože potomky. Celé je to prostě jakési *divné* – divné, tedy potenciálně nebezpečné, a tudíž podvědomě odpudivé.

Kulturní normy

Představa jablka ve tvaru dokonalé koule bez stopky (a které navíc *nevoní*) je samozřejmě směšná. Živé Barbíny sklízí ve své extrémní podobě momentálně také spíše posměch. Přesto však velká část žen i mužů považuje pod vlivem médií za normální, nebo dokonce žádoucí „vylepšovat“ svá těla různými podivnými hmotami, vyhlazovat je holítky a zbavovat je přirozeného pachu „exotickou zahradou“ ve spreji. Mužů, kterým při mazlení vadí spoje v uměle napletených vlasech a nemají zájem líbat hyaluronovou výplň ve rtech svých partnerek, je čím dál méně a jejich věková hranice se posouvá do stále vyšších ročníků. Tak jak to tedy je? Rozhoduje za nás stále příroda, co se nám má líbit, a co ne? Nebo už opravdu poroučíme my jí?

Tak nějak napůl. Touha po dokonalosti totiž není nijak nová. Člověk byl vůči svému Stvořiteli (ať už tím slovem myslíme cokoli) vzpurný a neposlušný už „od Adama“. Neustále něco nového vymýšlet a zdokonalovat „dílo boží“ je nám vlastní od počátku světa. Vytváříme tím kulturu, která nás zpětně ovlivňuje a může za určitých okolností biologicky vrozené vzorce vnímání a chování v našem mozku přepsat. Dosti často při tom dochází k docela bizarním posunům měřítek krásy, jak se můžeme přesvědčit z vykopávek (už zmíněná Věstonická venuše) nebo u zástupců takzvaných přírodních kultur. Stačí se podívat, co se sebou provádějí například některé kmeny v Africe – od vkládání dřevěných destiček do rtů přes vykrmování děvčat do monstrózní obezity až k ženské obřízce... V Číně bylo svého času v módě zmenšování dívčích chodidel, v Thajsku si

ženy prodlužují krk kovovými kroužky a mnozí Maoři na Novém Zélandu se dodnes tetují po celém těle tak, že připomínají tkané koberce. Zkrátka, nic nového pod sluncem. Oproti nim jsme se svou trochou silikonu pod kůží vlastně břídilové.

Aby se však takovéto odchylky od přirozeného pojetí krásy ujaly, je zapotřebí dlouhodobého a soustavného kulturního tlaku. Průměrného Evropana byste za normálních okolností jen těžko přesvědčili, aby toužil po Thajce s půlmetrovým krkem – anebo po Barbie. Nicméně pokud by byl přinucen strávit zbytek života v chýši kmene Paduang nebo kdyby se mu módní průmysl rozhodl prodat Barbínu jako nezbytný doplněk image, změnil by po čase názor. Totéž se například děje, když nám maminka od útlého věku vštěpuje, že vyholování těla je hezké a hygienické – a první žiletku nám pro jistotu koupí už ve dvanácti: příroda tu dostane jaksi na frak. Většinu lidí, kteří na to od mládí nebyli zvyklí, to přitom připadá docela ošklivé. Vyholené osoby je nepřitahují jako sexuální partneři, nebo je dokonce považují za perverzní. Teprve když jsou v našem okolí takoví všichni, přestane to být „divné“ a stane se z toho norma krásy, případně kulturnosti a nevím čeho ještě.

Rozdíl mezi přirozeným nastavením a kulturním tlakem lze opět velmi dobře pozorovat na internetových fórech. Pod fotkami lehce oplácaných (tzv. *plus size*) modelek se muži vychovaní k obdivu vůči modelingové superštíhlosti předhánějí v hlasitých projevech znechucení. Ti odvážnější ovšem řeknou jednu důležitou pravdu: „do postele dobrý, ale na chození bych se styděl“. Mluvíme tu o holkách „krev a mlíko“, tj. maximálně do velikosti 40–42, nikoli o dámách nezpochybnitelně obézních či obludně tlustých, jež se na módních molech v honbě za senzací rovněž čas od času objeví. Při pohledu na takovou jen velmi mírně oblou „šťabajnu“ pocítí tedy i mladík zpitoměly anorektickými idoly spontánní příliv temné atavistické vášně. Na rande by s ní ovšem nešel, poněvadž by se ztrapnil před kamarády. V mladém muži se v té chvíli sváří klasické *nature versus nurture* (příroda s výchovou či kulturou) a to, co by se mu normálně líbilo, pod tlakem módního diktátu zavrhne.

Proč se dětem líbí velké oči

Vraťme se na chvíli opět k mattelovským panenkám. Proč se nám – a hlavně dětem – vlastně líbí? Vliv kultury, který jsme si právě vysvětlili, tu nehraje až takovou roli. Trik jejich přitažlivosti pro děti spočívá v tom, že vše, co je obecně považováno za hezké, je na nich zcela záměrně a především neúměrně *přehnáno*. Výrobci hraček a animátoři dětských filmů si všimli, že děti nejvíce zaujmou objekty s několika zjednodušenými a zvýrazněnými typickými znaky. Nemožně velké oči mají nejen kýčovitě figurky západního stříhu (Barbie a Kenem počínaje a Kačerem Donaldem konče), ale i docela obyčejní plyšová medvídci a nám tak drahé ryze české postavičky jako Rákosníček, kocourek Modroočko či Spejbl s Hurvínkem. Na děti to zabírá, poněvadž jejich nezralá nervová soustava ještě není dost dobře schopna rozlišovat nuance (jemné rozdíly) a dříve se „chytí“ na to, co přímo „bije do očí“. Nabídneme-li předškolákovi fotku kotěte a obrázek Hello Kitty, vybere si většinou onu nechutně přeslazenou variantu „kočkovitosti“. Proč?

Mozek malého děcka správně vnímá, že mládě kočky má větší hlavu v poměru k trupu a větší oči v poměru k hlavě než dospělá micka. Na základě toho rozezná tyto znaky jako „roztomilé“, tj. patřící někomu, kdo není nebezpečný, potřebuje ochranu, lze si s ním pohrát apod. Nicméně dříve si „roztomilosti“ všimne, jsou-li poměry velikosti očí, hlavy atd. několikanásobně zvětšeny. Z obdobných důvodů jsou u dětí v oblíbě výrazné až křiklavé barvy (také jste zoufalí z neonově růžové výbavy vaší malé neteře?).

Většina lidí z této vývojové fáze vyroste a v dospělosti začne dávat přednost přirozeným proporcím. Každý z nás si občas rád zavzpomíná na dětství v večerníčku s vílou Amálkou a někdy, když je mu obzvlášť smutno nebo má chřipku, možná i na chvíli ukradne plyšáka své ratolesti: hebký kožíšek a veliké bezelstné oči ho ukonejší podobně jako kdysi maminka. Za normálního života běhu se však dospělý člověk na efekt upravenou krásou dětských hrdinů příliš nedojímá. Naopak, v závislosti na míře

a konkrétních okolnostech mohou takové projevy působit až trapně a být ostatním nepřijemné. Tolerovat se do jisté míry dají jen u adolescentních slečen do dvaceti let. O růžové kabelčičce a tričku s obrázkem Mickey Mouse (ano, už zase letí) si možná pomyslíme svoje – ovšem je-li holce sladkých sedmnáct, mávneme nad tím rukou. Když se mi s neonovou mašlí ve vlasech a tetováním Hello Kitty na paži představila jistá čtyřicetiletá žena jako moje sekretářka, jen jsem naprázdno polkla.

Infantilní trendy ve společnosti

Moje slečna sekretářka (snad mi odpustí, hlavně ale neumí česky a nikdy se to o sobě nedočte) byla jistě poněkud výstřední výjimkou – stejně jako jí dosud jsou „živé panenky Barbie“. Svým vzezřením přestárlé holčičky vzbuzovala údiv a leckdy i špatně maskované zděšení. Nicméně jakousi infantilizaci (zdětinšťování) módních trendů můžeme pozorovat i v širším měřítku. Příkladem za všechny je móda čepic se zvířecími oušky (případně i s obrovskými kukadly a malinkými čumáčky). Potkat v Londýně drobnou Korejku v takové pandi čepici nechá jednoho na pochybách, s jakým živočišným druhem má tu čest.

To ovšem stále nic není oproti módnímu šlágru s nepřeložitelným anglickým názvem *onesie*. Název má vyjadřovat, že oděv se skládá z toliko jednoho kusu (*one* = jeden). Jde o kombinézu na zip ve stylu kojeneckých dupaček s kapucí – a samozřejmě opět také s oušky, čumáčkem, skvrnami či pruhy podle toho, jaké zvíře má představovat. Často nechybí ani ocásek. Toto oblečení není míněno jako pomůcka pro pedofilně-zoofilní sexuální hrátky, nýbrž pro běžné nošení do města. Nejsem si jista, nakolik se tento outfit ujal u nás, leč v Británii v něm lze (v době, kdy píše tuto knihu) skutečně vidět na ulici lidi i dobře přes třicet. (Moje drahá sekretářka si ho nepořídila jen proto, že koťátka se ve velikost 4XL nevyrobějí). *Onesie* se jako domácí oblek nabízí i v zásilkových katalozích pro střední věk (muže i ženy). Nikoli sice se zvířecím potiskem a oušky,

přesto si však zkuste představit např. svého tatínka, jak sleduje tenisový turnaj v bavlněných dupačkách...

Bláznivost? Výstřednost? Normální člověk by si to na sebe nevezal? Noooo... Zralá žena, která chodí do práce oblečená jako tříleté batole, zvedne – anglickou frází řečeno – nejedno obočí (*to raise eyebrows* značí dát najevo pohoršený údiv). Psycholog či psychiatr začne možná i uvažovat o nějakém druhu poruchy osobnosti. Nabízí-li však kojenecké oblečky pro dospělé nejen extravagantní návrháři, ale i masové řetězce, v důsledku čehož hrozí, že by si je časem mohla oblékat velká část populace, možná je „něco shnilého ve státě dánském“. Apokalyptické vize pracovních uniforem v podobě tygríků (šéfové) a králíčků (dělný lid) se pravděpodobně nedočkáme. Avšak hranice mezi nezralostí či „bláznivostí“ jednotlivce a infantilní až chorobnou tendencí celé společnosti může být někdy nebezpečně tenká...

Komu se to vlastně chceme podobat?

Představme si typickou modelku. Je vyšší a podstatně štíhlejší než průměrná žena. S výškou se již narodila, ovšem „velikosti nula“ dosahuje prakticky vždy drastickými dietami, nadměrným cvičením, celkově nezdravým životním stylem a někdy i užíváním drog zrychlujících metabolismus. Na mnohých příkladech u nás i ve světě (nechceme nikoho konkrétního jmenovat) jsme mohli názorně vidět, že slečny, které se před kamerami naoko cpou dorty, aby dokázaly, že „jejich krása je přirozená“, ve skutečnosti trpí anorexií či bulimií. Jsou tedy nemocné a přírodní výběr by jim určitě nedal přednost, kdyby do toho měl co mluvit. Až na naprosté výjimky mají všechny modelky prsní implantáty. Částečně zřejmě i proto, aby kompenzovaly vliv podvýživy; stalo se to však už takovou samozřejmostí, že silikonové nosí i středoškolačky (a v některých zvláště dobrých rodinách, zejména v USA, dostávají poukaz na augmentaci k narozeninám i desetileté děti). Zásahy plastických chirurgů zde