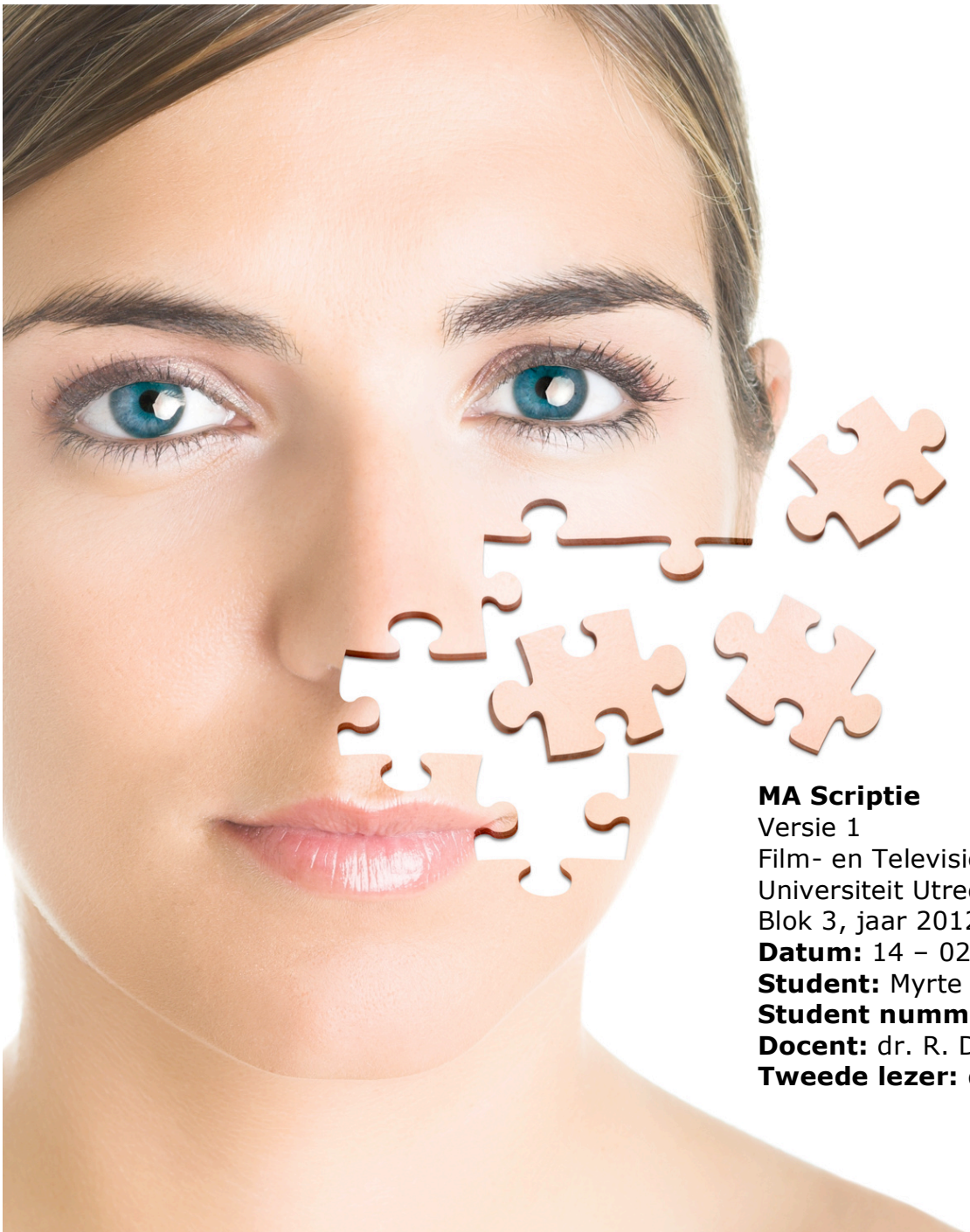


## **Cosmetische chirurgie: een geëmancipeerde keuze?**

Een analyse van de realityserie Bridalplasty als toevoeging aan een  
traditioneel debat



### **MA Scriptie**

Versie 1

Film- en Televisiestudies

Universiteit Utrecht

Blok 3, jaar 2012-2013

**Datum:** 14 - 02 - 2013

**Student:** Myrte Postma

**Student nummer:** 3794520

**Docent:** dr. R. Dolphijn

**Tweede lezer:** dr. R.H. Leurs

## Inhoudsopgave

<b>1.</b>	<b>Bridalplasty: een actueel discussiepunt in een bestaand discours</b>	<b>4</b>
<b>1.2</b>	<b>Wederzijdse beïnvloeding: cosmetische chirurgie en de media in debat</b>	<b>8</b>
<b>1.3</b>	<b>De brandpunten in het wetenschappelijke debat</b>	<b>11</b>
<b>2.</b>	<b>In de ban van cosmetische chirurgie</b> <i>Een retroperspectief</i>	<b>15</b>
<b>2.1</b>	<b>De ambivalente reactie van televisie</b>	<b>18</b>
<b>3.</b>	<b>Selfhood and agency</b>	<b>22</b>
<b>3.1</b>	<b>'You become how the world sees you'</b> <i>De dubbele werking bij identiteitsvorming</i>	<b>24</b>
<b>3.2</b>	<b>'What we do is powerful magic'</b> <i>De verhouding tussen chirurg en patiënt</i>	<b>27</b>
<b>3.3</b>	<b>'My future status as a ten'</b> <i>Celebrity lifestyle</i>	<b>33</b>

<b>4.</b>	<b>Bridalplasty onder de loep</b>	37
<b>4.1</b>	<b>'Skinny bitches, just run it!'</b> <i>De relatie tussen de kandidaten onderling in Bridalplasty</i>	38
<b>4.2</b>	<b>'You've got perfect breasts, for a breast augmentation'</b> <i>De verhouding tussen chirurg en patiënt in Bridalplasty</i>	43
<b>4.3</b>	<b>'Just wait until I've got Jessica Biels butt'</b> <i>De representatie van celebrity lifestyles in Bridalplasty</i>	47
<b>5.</b>	<b>Cosmetische chirurgie in media als onderdeel van een voortdurend debat</b>	51

## 1. **Bridalplasty: een actueel discussiepunt in een bestaand discours**

“Hello ladies, welcome in the bridal tent! This is the site of your first challenge. As you know, this programme and this challenge, is about transforming the old you into the new you! In front of you, you will find a stack of magnetic puzzle pieces. When you put these pieces together, they’ll form an image of what you could possibly look like at the end of your journey. A brand new you, made over, wearing a bridal gown ...

... over there is a tare with syringes. When you’ve finished your puzzles, you may grab a syringe, go downstairs where doctor Dubrow and his staff will be having an exclusive first class injectibles party!”

Shanna Moakler, aflevering 1: 00:30:46.

Shanna Moakler, presentatrice en televisiehost verwelkomt de kandidaten die zich hebben opgegeven voor het eerste – en tegelijkertijd het laatste – seizoen van BRIDALPLASTY<sup>1</sup>. Ze nodigt hen uit voor hun allereerste uitdaging, welke het begin zal zijn van een transformatie van top tot teen. Het betreft niet zomaar een transformatie; alle kandidaten worden gevraagd een *wishlist* in te vullen, waarop zij aangeven welke cosmetische chirurgische ingrepen zij bereid zijn te ondergaan gedurende de opnames van de serie. Deze *wishlist* vormt de onderdelen van de puzzel, die de kandidaten zelf in elkaar leggen. De puzzel vormt zich over de foto heen waarop hun lichaam in ‘oude’ staat te zien is. Door de puzzel van een gemanipuleerde foto van hun eigen lichaam in elkaar te zetten, vangen zij een eerste glimp op van hun mogelijke ‘nieuwe’ zelf. Een zelf waarvan beloofd wordt dat deze binnen handbereik komt door het ondergaan van cosmetische behandelingen, en die hen uiteindelijk zal veranderen in de perfecte bruid.

BRIDALPLASTY als makeover serie kende vele voorgangers, waarin cosmetische chirurgie reeds haar weg vond. Het is een thema wat zich goed leende om realityseries op te baseren. In reality televisie ligt de nadruk

---

<sup>1</sup> BRIDALPLASTY. 51 Minds Entertainment, E! Entertainment Television, 2010

namelijk voor een groot deel op emoties en sensatie.<sup>2</sup> Volgens Bill Nichols zoekt reality televisie steeds nieuwe grenzen op waarin ethische onderwerpen worden bevraagd. Enerzijds bevestigt reality TV bestaande normen en waarden, anderzijds bevraagt het deze normen en waarden en biedt het mogelijkheden tot discussie: 'reality TV patrols borders and affirms the law. It also offers a therapeutic ritual for encounter with what lies beyond the law.'<sup>3</sup> Volgens Nichols zijn er een aantal terugkerende thema's in realityshows aanwezig die de gewenste emotie en sensatie oproepen en waarover gediscussieerd kan worden, althans over de ethische verantwoording daarvan. Het nemen van lichamelijke risico door de deelnemers is daar één van.<sup>4</sup> In BRIDALPLASTY draait het bij de cosmetische ingrepen dus juist om dit lichamelijke risico, hoewel de kandidaten zich dat niet altijd lijken te beseffen. Daarom heeft het programma ook nogal wat kritiek opgeroepen. Het feit dat de kandidaten zich de lichamelijke risico's niet - lijken te - beseffen en dat de professionals, zoals de chirurg, hen daar ook niet op wijzen zou onverantwoord zijn.

BRIDALPLASTY wordt daarnaast door een aantal critici gezien als één van de eerste series waarin cosmetische chirurgie wordt gepresenteerd als de enige mogelijke manier om de makeover tot een succes te maken. Het gaat in BRIDALPLASTY inderdaad niet om *één enkele tot een aantal kleine* cosmetische ingrepen, maar een *algehele lichamelijke* transformatie door maar liefst *achttien* operaties, zoals uit het volgende citaat afkomstig uit een internet recensie over BRIDALPLASTY duidelijk wordt:

``[...] the show does seem like a big joke – a sort of social commentary on what has become our modern-day wedding culture [...]. But it can also be seen as a self-parody of the entire genre of reality TV, by taking a ridiculous, if not completely unhealthy, premise and seeing how complicit contestants are in their own humiliation while also

---

<sup>2</sup> Nichols, Bill. *Blurred Boundaries. Questions of Meaning in Contemporary Culture*. USA: Library of Congress Cataloging-in-Publication Data, 1994: p. 57.

<sup>3</sup> Nichols, Bill. 1994: p. 56.

<sup>4</sup> Nichols, Bill. 1994: p. 56.

trading in some of their dignity for a little bit of fame and the slight chance that they will get some free lipo and tits. The problem, though, is that while there's a possibility that the show's creators are clever enough to be so self-aware, it's on-air participants are clearly not. [...] The entire notion of promoting physical perfection through cosmetic surgery is dangerous, not only physically but also mentally."<sup>5</sup>

Bovenstaand citaat illustreert dat in de journalistiek de nodige zorgen worden geuit over de ethische verantwoording van cosmetische chirurgie die in series als BRIDALPLASTY volledig lijkt te ontbreken en dat reality TV inderdaad een zinnige bijdrage kan leveren aan de te voeren ethische discussie. Nichols, en vele academici met hem, zijn zich bewust van de ethische dilemma's die cosmetische chirurgie en de inbedding van het onderwerp in de media oproept. In wetenschappelijke kringen heeft zich dan ook al lang voor het bestaan van BRIDALPLASTY een debat ontwikkeld, dat zich met de ethische verantwoording van cosmetische chirurgie en de manier waarop media daarmee omgaan bezig houdt.<sup>6</sup>

In dit debat bestond dus enerzijds een angst voor het onderwerp, voor veel tegenhangers is BRIDALPLASTY het voorbeeld bij uitstek, waarin hun angst voor cosmetische chirurgie wordt bevestigd, anderzijds kan BRIDALPLASTY gezien worden als een voorbeeld van de commercialisering van cosmetische chirurgie, waar een fascinatie achter schuilgaat. Door de fascinatie voor het onderwerp, is cosmetische chirurgie doorgedrongen in onze cultuur en hoewel deze ontwikkeling dus zowel werd aangemoedigd als veracht, blijkt uit het volgende citaat dat cosmetische chirurgie in ieder geval een culturele alomtegenwoordigheid is geworden:

---

<sup>5</sup> Morrissey, Tracy Egan. *Bridalplasty: Reality TV becomes self-parody*. JEZEBEL, 20 november 2010. < <http://jezebel.com/5701524/bridalplasty-reality-tv-becomes-self+parody>>

<sup>6</sup> Heyes, Cressida J, Meredith Jones. *Cosmetic Surgery in the Age of Gender*. In: 'Cosmetic Surgery. A Feminist Primer.' Sydney: Ashgate, 2009: p. 6.

“[...] cosmetic surgery is now culturally ubiquitous. On television, in magazines, and on the Web there are endless discussions of cosmetic surgery, from makeover where contestants get multiple surgeries to documentaries and celebrity gossip. Beauty and health magazines, local television news programs, and the Internet are replete with consumer information about cosmetic surgery [...] All these developments point toward its normalization.”<sup>7</sup>

Hoe de discussie over cosmetische chirurgie, zoals die hierboven reeds kort is aangekaart verlopen is, zal uit de volgende paragrafen duidelijk worden. Daarin wordt eerst een beeld geschetst van de discussie over hoe de media op de ontwikkelingen van cosmetische chirurgie reageerden en vervolgens de discussie over de verantwoording en aanvaardbaarheid van cosmetische chirurgie als cultureel goed in kaart gebracht.

---

<sup>7</sup> Pitts-Taylor, Victoria. *Surgery Junkies. Wellness and Pathology in Cosmetic Culture*. USA: Library of Congress Cataloging-in-Publication Data, 2007: p. 3.

## **1.2 Wederzijdse beïnvloeding: cosmetische chirurgie en de media in debat**

In de inleidende paragraaf werd al kort gerefereerd aan een debat dat zich rondom cosmetische chirurgie heeft ontwikkeld. Deze discussie richtte zich voornamelijk op de verantwoording ervan.<sup>8</sup> De vraag die daarbij de boventoon voerde, was hoe cosmetische chirurgie te rechtvaardigen of verantwoorden was. Het grootste probleem leek te zijn, dat cosmetische ingrepen niet onder medische noodzakelijkheden konden worden geschaard.<sup>9</sup> De nadruk kwam daarom te liggen op de zelfstandige keuze van het individu, om een cosmetische ingreep te ondergaan. Het debat dat zich boog over de verantwoording van cosmetische chirurgie, interesseerde zich voornamelijk in de beweegredenen die schuilgaan achter een cosmetische ingreep.<sup>10</sup>

Cressida J. Heyes schetst in 'Cosmetic Surgery in the Age of Gender' een beeld van hoe er zoal werd gedacht over de manier waarop de keuzes van individuen voor cosmetische chirurgie zich vormden en hoe deze keuzes konden worden beïnvloed. Volgens Heyes raakte het debat hierover vanaf de jaren negentig in een stroomversnelling en zijn daarin twee ideeën als brandpunten aan te wijzen.<sup>11</sup> De volgende paragraaf zal deze twee brandpunten uitgebreid beschrijven.

In deze paragraaf wil ik expliciet maken dat deze discussie zich ontwikkelde in lijn van de manier waarop cosmetische technologieën zich ontwikkelden en hoe de representaties van cosmetische chirurgie op televisie veranderden. Wanneer zich nieuwe technologieën in cosmetische chirurgie ontwikkelden, lieten televisieprogramma's deze nieuwe technologische mogelijkheden vervolgens ook zien. Vervolgens maakten deze nieuwe technologieën en de absorbtie ervan in de media ook weer ruimte voor

---

<sup>8</sup> Heyes, Cressida. Meredith Jones. 2009: p. 4.

<sup>9</sup> Heyes, Cressida. Meredith Jones. 2009: p. 5.

<sup>10</sup> Heyes, Cressida. Meredith Jones. 2009: p. 6.

<sup>11</sup> Heyes, Cressida. Meredith Jones. 2009: p. 6.



nieuwe ontwikkelingen in het debat dat zich daaromheen vormde. Op elke representatie van cosmetische chirurgie, als gevolg van technologische ontwikkelingen, volgde een aansluitende reactie in het debat. Het volgende citaat van Cressida Heyes beschrijft deze ontwikkelingen:

“Landscapes of cosmetic surgery are undergoing rapid change. For every newly touted technique, and for every newly created mediaproduct, there could be a corresponding new feminist examination and approach.”<sup>12</sup>

Televisieseries en –programma’s lieten naarmate de technologieën zich verder ontwikkelden, steeds extremere vormen van cosmetische chirurgie zien.<sup>13</sup> Het groeiende aantal televisieseries en –programma’s in verschillende genres waarin cosmetische chirurgie haar weg vond, was daar een gevolg van. Deze groei laat de fascinatie voor het fenomeen zien. BRIDALPLASTY kan gezien worden als een recent voorbeeld van zo’n representatie waarin een fascinatie schuilt.

Tegelijkertijd laten de kritieken op de serie ook de bestaande angst voor het fenomeen zien. De *kritieken* in recensies en columns over BRIDALPLASTY *bekritisieren* de *extreme* manier waarop cosmetische chirurgie op televisie wordt gebracht. BRIDALPLASTY heeft dus ook opnieuw een debat over de visualisering van cosmetische chirurgie in de media losgemaakt, of er in ieder geval voor gezorgd dat het debat zich verder ontwikkelt.

In eerdere televisieseries en –programma’s waarin cosmetische chirurgie haar weg vond, was de angst ervoor voornamelijk zichtbaar in een verandering van genre. Waar eerder voornamelijk realityseries en fictionele dramaseries cosmetische chirurgie representeerden, waaruit de fascinatie voor het fenomeen blijkt, werden er nu ook waarschuwendes documentaires geproduceerd die zich skeptisch opstelden tegenover cosmetische ingrepen

---

<sup>12</sup> Heyes, Cressida. Meredith Jones. *Cosmetic Surgery in the Age of Gender*. In: *Cosmetic Surgery. A Feminist Primer*. Sydney: Ashgate, 2009: p. 5.

<sup>13</sup> Valck, de Marijke, Maryn Wilkinson. *Echte Vrouwen Willen geen Makeover. Een Analyse van het Anti-makeovermanifest Beperkt Houdbaar*. In: *Tijdschrift voor Genderstudies*, 2010, nr. 1: p. 5-6.

en die wilden waarschuwen voor de risico's en gevaren ervan.<sup>14</sup> In Engeland heeft de angst voor het fenomeen zelfs een grens bereikt. Daar bundelen feministische academici en politici hun krachten en pleiten zij voor een algehele ban op het presenteren van cosmetische chirurgie op televisie. De angst dat de media zouden aanzetten tot extremere cosmetische ingrepen bij individuen heeft ervoor gezorgd dat men daar een einde wil maken aan de stroom aan programma's en series waarin cosmetische chirurgie wordt gepresenteerd.<sup>15</sup>

Of deze aanpak zinvol is, is de vraag. Deze oproep lijkt te ontkennen dat het nuttig en interessant is om over deze mediateksten te discussiëren. Zoals reeds is gebleken, komt aan het debat over de verantwoording van cosmetische chirurgie tot nog toe geen eind. Mediaproducten passen zich zelfs aan aan dit debat en kunnen gezien worden als een aanzet om over nieuwe ontwikkelingen na te denken en te discussiëren. Hierdoor lijkt een vicieuze cirkel te zijn ontstaan. Het is belangrijk om het bestaan van deze cirkel te accepteren en te blijven nadenken over hoe cosmetische chirurgie gepresenteerd wordt en wat de toevoeging daarvan is aan het bestaande debat. Het doel van dit onderzoek is dan ook niet om de keuze voor cosmetische chirurgie te veroordelen maar om een zinnige bijdrage te leveren aan de bestaande discussie, zoals die in deze paragraaf beschreven is. Daarbij is het van belang te onthouden dat er nauwelijks consensus te vinden is over wie of wat de keuze voor cosmetische chirurgie beïnvloedt. De nadruk in het debat ligt op de beweegredenen die ten grondslag liggen aan de keuze van individuen voor cosmetische chirurgie. Daarin kan niet één persoon of factor worden aangewezen die verantwoordelijk kan worden gehouden voor die keuze, zoals uit de volgende paragraaf zal blijken. Daarin zal worden beschreven wat de twee belangrijkste uitgangspunten zijn geweest in de vroege jaren van de discussie.

---

<sup>14</sup> Davis, Eleanor. *Feministst and plastic surgeons unite to ban plastic surgery ads*. In: 'Womens Views on News'. 16-03-2012.  
<<http://www.womensviewsonnews.org/2012/03/feminists-and-plastic-surgeons-unite-to-ban-plastic-surgery-ads/>>

<sup>15</sup> Valck, de Marijke, Maryn Wilkinson. 2010, nr. 1: p. 5-6.

### 1.3 De brandpunten in het wetenschappelijke debat over cosmetische chirurgie

Zoals in de vorige paragraaf werd aangegeven zijn twee centrale thema's aan te wijzen die de rode draad zijn gaan vormen in de discussie over de verantwoording van cosmetische chirurgie. Beide ideeën buigen zich over dezelfde vraag, namelijk: is het maken van een zelfstandige/onafhankelijke keuze om een cosmetische ingreep te ondergaan mogelijk? En welke factoren zijn van invloed op het maken van die keuze?

Eén van deze brandpunten wordt gevormd door de theorie van Susan Bordo. Volgens Bordo wordt de mogelijkheid van het individu om een onafhankelijke keuze te maken ondermijnd door de maatschappelijke machine waar het onderdeel van is. De maatschappij legt een bepaald ideaal op, waaraan een individu al dan niet onbewust wil voldoen.<sup>16</sup> Het volgende citaat van Cressida J. Heyes omschrijft hoe Bordo de ondergeschiktheid van het individu aan een hogere macht nu eigenlijk ziet:

"Bordo is critical of the postmodern imagination of human freedom from bodily determination – especially in its pop cultural moments – for the way it denies the materiality of the flesh and levels political critique. [...] she reminds us of how defect is not only corrected but also created by the economic and technological engine that carries us along, generating ever more impossible images."<sup>17</sup>

Het individu krijgt volgens Bordo door de maatschappij het idee opgelegd, dat lichamelijke afwijkingen gecorrigeerd dienen te worden. Deze maatschappij bepaalt dus niet alleen wat het ideaal is, maar ook wanneer een individu niet aan dit ideaal voldoet. Het ideaalbeeld verschuift continu, waardoor het individu steeds zal blijven proberen dit ideaal te bereiken maar uiteindelijk nooit definitief zal bereiken. De keuzes om het lichaam te

---

<sup>16</sup> Bordo, Susan. *Twenty Years in the Twilight Zone*. In: 'Cosmetic Surgery. A Feminist Primer'. Sydney: Ashgate, 2009: p. 22-23.

<sup>17</sup> Heyes, Cressida. Meredith Jones. 2009: p. 6.

corrigeren, worden dus continu door economische, technologische en maatschappelijke voorwaarden bepaald.

Kathy Davis' uitgangspunt vormt een tweede brandpunt in de discussie. Davis bekeek cosmetische chirurgie weliswaar vanuit een andere hoek dan Bordo, maar ook zij was geïnteresseerd in de beweegredenen van de personen die een ingreep ondergingen. Ze interviewde verschillende vrouwen die voor cosmetische chirurgie kozen en kwam tot de conclusie dat zij wel degelijk in staat zijn om zelfstandig voor zo'n ingreep te kiezen. Hun keuzes leken gedetermineerd te worden door hun persoonlijke jarenlange negatieve ervaringen met hun uiterlijk, waardoor zij zich psychisch gekweld voelden. Volgens Davis waren op hun keuze geen andere externe factoren van invloed.<sup>18</sup> Hoewel deze twee centrale ideeën inmiddels zijn bijgeschaafd, aangepast of volledig zijn verworpen hebben zij wel de aanzet gevormd voor het debat over wie of wat van invloed zijn - of kunnen zijn op het maken van een keuze om een cosmetische ingreep te ondergaan.

Uit de korte schets van het debat over de keuze die ten grondslag ligt aan een cosmetische ingreep, blijkt dat cosmetische chirurgie enerzijds gezien kan worden als een mogelijkheid om een verandering aan te brengen in de identiteit van het zelf. Dit is waar Kathy Davis op wees. Haar geïnterviewden die voor cosmetische chirurgie kozen, gaven aan deze keuze gemaakt te hebben omdat zij 'anders' wilden zijn dan wie zij voor de cosmetische ingreep waren.<sup>19</sup> Met andere woorden: zij wilden een verandering aanbrengen in hun *selfhood*. In BRIDALPLASTY wordt cosmetische chirurgie zelfs gepresenteerd als een *gateway* naar een nieuwe zelf. *Selfhood* is dan ook een begrip dat in het zojuist geschetste debat veel terugkeert, en ook interessant is om in de verschillende mediateksten te bekijken.

In het maken van de keuze tot het creëren van een nieuwe *selfhood*, speelt het begrip macht, of *agency* een rol. Bordo wees al op de aanwezigheid van externe factoren op deze keuze, maar welke factoren zijn

---

<sup>18</sup> Davis, Kathy. *Revisiting Feminist Debates on Cosmetic Surgery. Some Reflections on Suffering, Agency and Embodied Difference*. In: 'Cosmetic Surgery. A Feminist Primer'. Sydney: Ashgate, 2009: p. 35-36.

<sup>19</sup> Heyes, Cressida. Meredith Jones. 2009: p. 7

dat precies? Met andere woorden: wie of wat bezit de – gedeelde - *agency* over de manier waarop *selfhood* gecreëerd wordt?

Zoals elk ander begrip, krijgen de begrippen *selfhood* en *agency* betekenis door de context. In het geval van deze twee begrippen, is de sociaal maatschappelijke context voornamelijk van belang. De aanwezigheid van andere individuen, bepalen hoe de begrippen *selfhood* en *agency* invulling krijgen.<sup>20</sup> In het volgende hoofdstuk wordt een theoretisch kader geschetst, waarin dit grotendeels duidelijk zal worden. Daarin zal blijken dat voornamelijk de sociaal maatschappelijke context invloed heeft op de betekenis van deze begrippen.

Aangezien het debat over de individuele keuzes voor cosmetische chirurgie tot op de dag van vandaag voortduurt, en cosmetische chirurgie genormaliseerd is geraakt dankzij de enorme media-aandacht die het geniet, is het niet alleen interessant om de *dagelijkse sociaal maatschappelijke context* met betrekking tot *selfhood* en *agency* te belichten, maar ook de sociaal maatschappelijke context die BRIDALPLASTY lijkt te bieden onder de loep te nemen.

Om dat te doen is het in de eerste plaats van belang om te begrijpen hoe de begrippen *selfhood* en *agency* betekenis krijgen binnen welke context dan ook. Na een kort retrospectief van de manier waarop cosmetische chirurgie haar plaats heeft verworven binnen onze cultuur, onder andere dankzij de vele aandacht die het onderwerp op televisie kreeg, zal daar dan ook de nadruk op komen te liggen. Daarbij is voornamelijk de aanwezigheid van andere individuen in de context van belang. Zij vormen als het ware een *agency*, die van invloed is op de *vorming* van *selfhood*. Vervolgens zal uit het volgende hoofdstuk ook een meer specifiek beeld worden geschetst van de manier waarop de betekenis van *selfhood* en *agency* vorm krijgt in een representatie van deze sociaal maatschappelijke context. In deze context is het de aanwezigheid van andere deelnemers die van invloed zijn op de manier waarop de kandidaten hun eigen *selfhood* leren lokaliseren.

---

<sup>20</sup> Blum, Virginia. *Flesh Wounds. The Culture of Cosmetic Surgery*. London, Los Angeles: University of California Press, 2003: p. 7.

In het geval van cosmetische chirurgie, is er bovendien sprake van de interventie van een professionele expert. De representatie van zijn professie volgt bepaalde richtlijnen, waarin hij als een autonoom individu en als professional kan worden gezien.<sup>21</sup> Welke invloed heeft zijn autonome status op de keuzes die de kandidaten maken met betrekking tot de manier waarop zij hun *selfhood* vorm proberen te geven? En wat gebeurt er door zijn aanwezigheid en zijn manier van interactie met de deelnemers, met de betekenis van het begrip *agency*?

In het laatste hoofdstuk zullen deze theorieën worden toegepast in een analyse van BRIDALPLASTY, waarin duidelijk zal worden hoe de overige kandidaten en de aanwezigheid van de cosmetische chirurg als professional van invloed zijn op de betekenis van *selfhood* en *agency*.

---

<sup>21</sup> Blum, Virginia. 2003: p. 11.

## 2. In de ban van cosmetische chirurgie

### *Een retroperspectief*

Het discussiepunt dat in het voorgaande hoofdstuk aan de orde is gesteld, is in hoeverre een keuze voor cosmetische chirurgie – zowel in de maatschappij als op televisie - werkelijk een vrije keuze te noemen is. Dit debat is niet van de ene op de andere dag ontstaan, maar kan historisch worden ingekaderd en verklaard. Deze verklaring hangt namelijk samen met de ontstaansgeschiedenis van *cosmetische chirurgie*.

*Cosmetische chirurgie* kan worden gezien als een verlengde van *plastische chirurgie* maar onderscheidt zich daar tegelijkertijd van door haar relatief moderne karakter: '[...] reconstructive surgery was an attempt to return to normal, whereas aesthetic surgery was an attempt to surpass the normal'.<sup>22</sup> Het is dit moeilijk te definiëren onderscheid tussen plastische- en cosmetische chirurgie waar de schoen wringt en waar het onderwerp een ethische kwestie wordt. Wanneer wordt de grens van wat als 'normaal' wordt gezien overschreden, en wie bepaalt waar deze grens kan worden getrokken? Het is precies op dit heikel punt waar de discussie zich ontwikkelde.

*Plastische chirurgie* vond haar oorsprong vlak na de Tweede Wereldoorlog. Het was toentertijd een techniek die werd gebruikt om soldaten die terugkeerden naar het thuisfront, hun 'normale' aangezicht terug te geven. In deze *plastische* ingrepen, werden 'foutjes' en veranderingen van het originele uiterlijk geprobeerd te herstellen.<sup>23</sup> Het ging hier om een reconstructieve ingreep en had nog vrijwel niets te maken met het esthetisch verbeteren van het uiterlijk. Na de beëindiging van zowel de Eerste als de Tweede Wereldoorlog werden de esthetische mogelijkheden wel duidelijk en kreeg de techniek gaandeweg ook voet aan de grond in de cosmetische wereld.<sup>24</sup> Waar in de beginjaren ook daar voornamelijk de nadruk lag op het herstellen van kleine afwijkingen, ontwikkelden de

---

<sup>22</sup> Thompson, Lana. 2012: p. 32.

<sup>23</sup> Thompson, Lana. *Plastic Surgery*. Greenwood: Library of Congress Cataloging-in-Publication Data, 2012: p. 45-47.

<sup>24</sup> Thompson, Lana. 2012: p. 32.

technologieën zich enorm snel. De ingrepen werden in korte tijd extremer van aard.

Cosmetische chirurgie werd gaandeweg gecommmercialiseerd, mede dankzij de presentaties ervan in televisieseries en –shows. Er is geen specifiek punt in de geschiedenis aan te wijzen, vanaf wanneer plastische chirurgie cosmetische chirurgie werd genoemd. Wel werd het gaandeweg een commercieel goed, dat voor steeds meer mensen toegankelijk werd.<sup>25</sup> Waar het voorheen ging om een ingreep die voornamelijk voor de rijkere bevoorrechte klassen was weggelegd, zorgde de commercialisering ervoor dat cosmetische chirurgie algemeen toegankelijk werd.<sup>26</sup>

Vanaf 2005 werd er officieel gesproken van een expansie van cosmetische chirurgie, die bovendien de eerste verontrustingen over de risico's ervan teweeg bracht. Het volgende citaat geeft aan dat de democratisering van cosmetische chirurgie zoals zojuist kort beschreven, gepaard ging met de nodige angst:

“The rise of public concern over cosmetic surgery excess and addiction parallels cosmetic surgery’s astonishing expansion. Cosmetic modifications of the body have expanded dramatically in number, type and scope [...] And with the vast expansion in the number of cosmetic procedures, cosmetic surgery has been democratized, with the majority now in the middle class.”<sup>27</sup>

Het is vanaf dit moment in de geschiedenis van *cosmetische chirurgie* waar deze scriptie de nadruk op wil leggen. Het is de relatief ‘moderne’, twintigste eeuwse *cosmetische chirurgie* waar de aandacht naar uit gaat. Deze ingrepen kregen de grootste kritiek te verduren vanwege hun enorme toename in aantal, maar ook in vorm. De operaties werden langer en uitgebreider, en steeds extremere vormen van chirurgie behoorden langzaam maar zeker tot de mogelijkheden. Het weghalen van ribben bijvoorbeeld. Of het

---

<sup>25</sup> Pitts-Taylor, Victoria. 2009: p. 3-4.

<sup>26</sup> Pitts-Taylor, Victoria. 2003: p. 4.

<sup>27</sup> Pitts-Taylor, Victoria. 2003: p. 59.



tegelijkertijd ondergaan van een buikliposuctie en een borstvergroting.<sup>28</sup> De grootste kritiek was voornamelijk, dat dit soort operaties hogere risico's met zich meebrachten.

Precies vanwege deze kritiek, die zich richtte op de verregaande aard van de cosmetische ingrepen is BRIDALPLASTY een geschikte serie om in deze scriptie te analyseren. De winnares wint namelijk maar liefst *achttien* operaties die zullen worden uitgevoerd in slechts vier maanden tijd.

Zoals ook reeds uit de vorige paragrafen bleek, is BRIDALPLASTY een voorbeeld van de commercialisering van cosmetische chirurgie. Bovendien hebben televisieseries bijgedragen aan de radicalisering van cosmetische chirurgie als cultureel goed. In de volgende paragraaf zal worden beschreven hoe series als BRIDALPLASTY hebben bijgedragen aan de commercialisering van cosmetische chirurgie. Uit deze paragraaf zal bovendien blijken, hoe deze media zowel de angst als fascinatie voor cosmetische chirurgie weerspiegelen.

---

<sup>28</sup> Pitts-Taylor, Victoria. 2003: p. 3.

## 2.1 De ambivalente reactie van televisie

“EXTREME MAKEOVER was produced with the complicity and participation of one of the most prominent organizations of plastic surgeons, the American Society of Plastic Surgery. The reason is unsurprising: they thought the show would be good for business.”<sup>29</sup>

EXTREME MAKEOVER<sup>30</sup> was de eerste Amerikaanse makeover show waarin cosmetische chirurgie uitgebreid aan bod kwam. De samenwerking met de chirurgen van de American Society of Plastic Surgery was, zoals het citaat duidelijk maakt niet verwonderlijk. Het leek een onderwerp waar op makkelijke en snelle wijze geld aan kon worden verdiend. Televisie bleek het middel bij uitstek om cosmetische chirurgie aan het grote publiek te verkopen. Dit bleek allereerst al uit het succes van de serie en vervolgens ook uit de enorme groei aan realityseries die cosmetische chirurgie als fundament namen, die daarop volgde. Deze toename van cosmetische chirurgie op televisie heeft een grote invloed gehad op de normalisering ervan en zorgde daarnaast ook voor een toename van democratisering.

De fascinatie voor cosmetische chirurgie blijkt uit series als EXTREME MAKEOVER. De titel van de serie wijst echter ook op kritiek waar cosmetische chirurgie in media mee te maken kreeg. Dezelfde kritieken die BRIDALPLASTY kreeg te verduren, namelijk dat chirurgische ingrepen in media te extreme vormen aan zouden nemen. Uit deze paragraaf zal blijken, dat de discussie die centraal staat in deze scriptie dus ook tot uiting kwam in de manier waarop de media cosmetische chirurgie visualiseerden. Eerder in deze scriptie werd al gerefereerd naar dit debat dat zich ontwikkelde als gevolg van de manier waarop cosmetische chirurgie in de media werd gepresenteerd, maar ook in de presentaties zelf is dit debat dus terug te zien.

---

<sup>29</sup> Pitts-Taylor, Victoria. 2003: p. 59.

<sup>30</sup> EXTREME MAKEOVER. Lighthearted Entertainment. American Broadcasting Company, 2002.

Door middel van televisieseries en –programma’s werd het publiek in grotere mate blootgesteld aan cosmetische ingrepen waardoor cosmetische chirurgie een consumentengoed werd dat voor zo goed als ieder individu beschikbaar werd. Deze democratisering heeft ook nationale grenzen overschreden. In Engeland, waar het makeover genre geboren is, begonnen shows zich ook te interesseren in cosmetische ingrepen. THE SWAN<sup>31</sup> was in Engeland de eerste realityshow waarin cosmetische chirurgie haar weg vond. Daarin waren de ingrepen nog van een relatief kleine aard. Naarmate de technologieën zich ontwikkelden werden deze in realityshows ook steeds ingrijpender. Een voorbeeld daarvan kan worden gevonden in MTV’S I WANT A FAMOUS FACE.<sup>32</sup> In deze show ondergaan de deelnemers cosmetische ingrepen om zichzelf lichamelijk compleet te transformeren tot hun celebrity idool. I WANT A FAMOUS FACE leek deelnemers dus de mogelijkheid te bieden om zelf een celebrity te worden. Deze celebrity lifestyle en haar relatie tot cosmetische chirurgie komt ook in BRIDALPLASTY naar voren. Het volgende hoofdstuk zal zich daar meer op toelekken. Naast I WANT A FAMOUS FACE waren er tal van andere televisieseries en programma’s waarin cosmetische chirurgie een hoofdrol speelde. Het thema drong zelfs door in het drama- en fictiegenre.<sup>33</sup> DR. 90210<sup>34</sup> en NIP/TUCK<sup>35</sup> zijn daar slechts enkele voorbeelden van.

Deze infiltratie van cosmetische chirurgie in verschillende programma’s en genres, wijst niet alleen op de fascinatie ervan, maar ook op de angst voor cosmetische chirurgie. En deze ambivalente houding werd in deze mediateksten weerspiegeld. Na een eerste stormloop aan realityshows waarin de mogelijkheden van cosmetische chirurgie gerepresenteerd werden en waaruit de fascinatie blijkt, ontstond een tegenreactie die tot uiting kwam in waarschuwendende documentaires als BEPERKT HOUDBAAR<sup>36, 37</sup>. Daarnaast namen

---

<sup>31</sup> THE SWAN. Galan Entertainment et.al., 2004.

<sup>32</sup> I WANT A FAMOUS FACE. Pink Sneakers Productions. MTV, 2004.

<sup>33</sup> Valck, de Marijke. Maryn Wilkinson. 2010: p. 8.

<sup>34</sup> DR. 90210. E! Entertainment Television. Intersection Productions, 2004.

<sup>35</sup> NIP/TUCK. Hands Down Entertainment et.al. Warner Bros. Television et.al., 2003.

<sup>36</sup> BEPERKT HOUDBAAR. Reg. Sunny Bergman, 2007.

<sup>37</sup> Valck, de Marijke, Maryn Wilkinson. 2010, nr. 1: p. 5-6.

ook televisieseries een andere wending. In DE NAAKTE WAARHEID<sup>38</sup> bijvoorbeeld, probeerde Daphne Deckers onzekere vrouwen ervan te overtuigen dat door middel van mental coaching, trainingen en een 'oppervlakkige' makeover – zoals een nieuwe outfit, of nieuwe make up – al een veel positiever zelfbeeld kan ontstaan. Cosmetische chirurgie zou volgens Deckers dan ook een overbodige keuze zijn.

Enerzijds werd cosmetische chirurgie gezien als een mooie manier om geld aan te verdienen, anderzijds bestond er een angst voor de hoge risico's van de ingrepen die steeds extremer van aard werden. Deze fascinatie en angst worden weerspiegeld in de manier waarop de media cosmetische chirurgie laten zien. Hieruit blijkt de enorme impact die het fenomeen heeft gehad. De media hebben dus mede een 'radicaal' beeld doen ontstaan over cosmetische chirurgie; enerzijds een democratiserend beeld wat cosmetische chirurgie tot een culturele alomtegenwoordigheid heeft gemaakt, anderzijds een beangstigend beeld door verregerende ingrepen te laten zien zonder te wijzen op de lichamelijke – en mentale risico's. De angst voor cosmetische chirurgie die door documentaires onder de aandacht werd gebracht, lijkt momenteel zelfs weer op te laaien. Zo bleek uit de uitzending van RTL BOULEVARD van 17 december 2012, dat minister Schippers een leeftijdsgrens van minimaal achttien jaar voor cosmetische chirurgie wil invoeren.<sup>39</sup> De discussie over de aanvaardbaarheid van cosmetische chirurgie, blijft dus tot op de dag van vandaag actueel. Bovendien blijkt uit deze actualiteit, dat er nog steeds moeilijk tot geen consensus te vinden is over de rechtvaardiging van cosmetische chirurgie. De vraag wie invloed hebben, of zouden moeten hebben op de keuze om een cosmetische ingreep te ondergaan, blijft onbeantwoord. Of aan haar oproep tot een wetsvoorstel gehoor zal worden gegeven, is de vraag.

Wat we uit het bovenstaande kunnen concluderen, is dat de media een 'radicaal' beeld hebben weten te schetsen van cosmetische chirurgie. De verschillende mediateksten hebben echter wel een andere invalshoek. Dit

---

<sup>38</sup> DE NAAKTE WAARHEID. Endemol Nederland Mediagroep, RTL4, RTL8, 2008.

<sup>39</sup> RTL BOULEVARD. Blue Circle, RTL4. 17 December 2012.

blijkt onder andere uit de verschillende genres die zich over het thema hebben gebogen, variërend van entertainmentseries tot documentaires. BRIDALPLASTY wordt momenteel gezien als één van de meest verregaande realityseries waarin cosmetische chirurgie wordt gepresenteerd. De kritiek richt zich voornamelijk op de grote risico's van de ingrepen, waar de kandidaten zich niet van bewust lijken te zijn en waar zij niet op worden gewezen.<sup>40</sup> De kritiek op BRIDALPLASTY uit zich dus kortgezegd op de onoverwogen keuzes van de kandidaten om onder het mes te gaan. De aanwezige chirurg als professional lijkt bovendien geen enkele poging te doen om de kandidaten zich *wel* bewust te doen worden van deze gevaren. Integendeel, hij doet eerder uitspraken om de kandidaten over de streep te trekken om cosmetische chirurgie te accepteren en toe te passen. Op deze wijze laten de kandidaten hun eigen keuzes over een toekomstige *selfhood* die BRIDALPLASTY belooft, dus beïnvloeden door de aanwezigheid van de cosmetische chirurg. In het volgende hoofdstuk zal blijken dat er bepaalde eigenschappen in realityseries te herkennen zijn, waarin de autoriteit van de chirurg wordt bevestigd en genaturaliseerd.<sup>41</sup> Voordat deze specifieke situatie zal worden beschreven, zal het volgende hoofdstuk inleiden welke factoren in een meer algemene context van invloed zijn op de betekenisvorming van de begrippen *selfhood* en *agency*. Daarna zal worden beschreven hoe deze begrippen binnen een mediale context betekenis krijgen en welke factoren daarbij van invloed zijn. Het laatste hoofdstuk zal BRIDALPLASTY analyseren aan de hand van het theoretische kader dat in het volgende hoofdstuk zal worden gevormd. BRIDALPLASTY vormt daarin een op zichzelfstaande context waarin de begrippen *selfhood* en *agency* een eigen betekenis krijgen.

---

<sup>40</sup> Weber, Brenda R. *Makeover TV. Selfhood, Citizenship and Celebrity*. Durham: Duke University Press, 2009: p. 119.

<sup>41</sup> Morrissey, Tracy Egan. Bridalplasty: Reality TV becomes self-parody. JEZEBEL, 20 november 2010. <<http://jezebel.com/5701524/bridalplasty-reality-tv-becomes-self+parody>>

### 3. Selfhood and agency

Om de analyse van BRIDALPLASTY volledig te kunnen maken, is het van belang te onderzoeken of en in hoeverre *selfhood* en *agency* aan verandering onderhevig zijn en welke factoren daarin een rol spelen. De volgende paragrafen zullen een soort raamwerk vormen voor de manier waarop BRIDALPLASTY geanalyseerd zal worden in hoofdstuk vier. De begrippen hebben een betekenis die aan verandering onderhevig is en de betekenis die de begrippen in BRIDALPLASTY krijgen zullen op zichzelf staan. Wel zal blijken dat de factoren die in dit hoofdstuk zullen worden genoemd ook binnen BRIDALPLASTY aan het werk zijn.

In de eerste plaats zal worden beschreven hoe de wil tot het veranderen en aanpassen van het fysieke uiterlijk een prominente plaats heeft gekregen in onze 'moderne' samenleving. Dit is van belang omdat onze identiteit en het begrip *selfhood* zich sterk verhouden tot ons uiterlijk. Om te kunnen verklaren hoe dit begrip betekenis krijgt, is het dus van belang om duidelijk te maken hoe ons uiterlijk gedeeltelijk bepaalt hoe onze identiteit gecreëerd wordt. De nadruk zal daarbij voornamelijk liggen op de manier waarop de mens zijn eigen identiteit vormgeeft. Deze identiteitsvorming vindt plaats door een wisselwerking tussen het gedeeltelijk creëren van een eigen identiteit, die wordt geïnterpreteerd door de medemens. De aanwezigheid van andere individuen in onze sociale omgeving geven een tweede betekenis aan onze identiteit. De interpretatie van ons uiterlijk door een ander, heeft invloed op de manier waarop *selfhood* zich vormt. Anderen hebben bovendien dus een bepaalde invloed op de *agency* over de vorming van deze *selfhood*.

Naast het beschrijven van de manier waarop individuen om ons heen invloed hebben op de lokalisering van ons uiterlijk en onze identiteit, is het in het geval van BRIDALPLASTY van belang een professionele expert te belichten. In de tweede paragraaf van dit hoofdstuk zal de – al dan niet bewuste – 'macht' van de chirurg over zijn patiënten worden beschreven. Van zijn autonome professie is zowel sprake in de dagelijks omgang tussen chirurg en

patiënt, als in de manier waarop deze professie gerepresenteerd wordt in televisieseries.

Tot slot wordt in de laatste paragraaf aandacht besteed aan het verband tussen celebrity lifestyles en cosmetische chirurgie. In het vorige hoofdstuk werd al kort aan deze relatie gerefereerd. Deze relatie wordt voornamelijk duidelijk uit de manier waarop de chirurg zijn professie uitvoert en waarop hij de patiënt probeert te overtuigen van het succes van cosmetische chirurgie. Daarbij maken cosmetische chirurgen veelvuldig gebruik van foto's van celebrity's die eenzelfde cosmetische ingreep ondergingen.<sup>42</sup> Hoe dit precies werkt en welke gevolgen dit heeft voor de betekenis van de begrippen *selfhood* en *agency*, zal worden verklaard in paragraaf drie.

---

<sup>42</sup> Blum, Virginia. 2003: p. 7.

### 3.1 'You become how the world sees you'

#### *De dubbele werking bij identiteitsvorming*

Voor de analyse van BRIDALPLASTY is de vraag hoe *selfhood* en uiterlijk elkaar beïnvloeden eveneens van belang; zeker in een samenleving waarin uiterlijk en identiteit vrijwel gelijk aan elkaar zijn. Om die vraag te beantwoorden is het boek 'Flesh Wounds: The Culture of cosmetic Surgery' van Virginia Blum erg bruikbaar gebleken. Daarin koppelt zij haar eigen ervaringen als Joodse dochter die een gedwongen neuscorrectie onderging aan een wetenschappelijke context. Blums werk is voornamelijk interessant omdat het niet alleen een historische context van cosmetische chirurgie beschrijft, maar ook de verhoudingen tussen de sociaal maatschappelijke context, de chirurg en de patiënten schetst.

In de eerste plaats koppelt Blum de technologische mogelijkheden van cosmetische chirurgie aan de manier waarop de mens zijn eigen identiteit heeft leren vorm te geven. Dit heeft ertoe geleid dat de mens gefocust is geraakt op het continu perfectioneren van het lichaam. Rond de achttiende eeuw raakten uiterlijk en identiteit onlosmakelijk met elkaar verbonden. In deze periode kwamen de eerste – technologische – mogelijkheden tot stand, waarmee iemands uiterlijk kon worden gemanipuleerd. Mobilisatie, urbanisatie en mode zijn daar enkele voorbeelden van. Het manipuleren van het uiterlijk door middel van deze ontwikkelingen, zorgde voor een aanpassing van de identiteit en het vervagen van klasseverschillen:

"Plastic surgery happens in a culture where we are impaled on the effects of first impressions [...]. That appearance could induce character was an emergent cultural conviction being directly countered by these seemingly reactionary physiognomic accounts. As Richard Sennett has discussed, by the eighteenth century it was already easy enough to transform ones identity through fashion, mobility, and urbanization. Class lines blurred [...]."<sup>43</sup>

---

<sup>43</sup> Blum, Virginia. 2003: p. 126.



Uit het citaat blijkt onder andere dat cosmetische chirurgie volgens Blum gezien kan worden als een verlengde van de mogelijkheden die in de achttiende eeuw ontstonden. Door middel van cosmetische ingrepen, verandert het uiterlijk en daarmee ook de identiteit. Het is dan ook niet verwonderlijk dat patiënten die een cosmetische ingreep ondergingen aangeven zich na de ingreep een volledig ander mens te voelen. Het aanpassen van het uiterlijk heeft in hun geval gezorgd voor een aanpassing – en daarmee een gevoelsmatige verbetering – van hun identiteit, of in ieder geval: hun eigen beeld van hun identiteit.

De relatie tussen uiterlijk en identiteit wordt duidelijk uit de manier waarop andere individuen in de sociale omgeving, iemands karakter beoordelen aan de hand van het uiterlijk. Eerste impressies zijn bepalend geworden voor de manier waarop iemands identiteit wordt geïnterpreteerd. Dit blijkt expliciet uit het bovenstaande citaat. Daarbij is volgens Blum bovendien regel dat een 'beter' uiterlijk voor positievere interpretaties zorgt. Dat patiënten die een cosmetische ingreep ondergingen zich ook beter voelen, valt dus te verklaren uit de sociale omgeving die hun uiterlijk positiever beoordeelt.<sup>44</sup>

Chirurgen beamen deze gevoelsmatige verbetering van de patiënten. Dankzij de perfectionering van het uiterlijk van de patiënten, wordt hun karakter door hun omgeving positiever beoordeeld. Blum interviewde verschillende chirurgen, en één van hen verwoordde dit als volgt:

“There’s no question that the way you look has a lot to do with the relationships you form. They don’t just do better in this life because they feel better about the way they look; they do better because in fact they look better! And I’ve learned that not just from my aesthetic patients, but from my reconstructive patients too.”<sup>45</sup>

Wanneer we ons beseffen dat uiterlijk en identiteit veel met elkaar te maken hebben en de interpretatie van ons uiterlijk door de sociale omgeving

---

<sup>44</sup> Blum, Virginia. 2003: p. 132.

<sup>45</sup> Blum, Virginia. 2003: p. 128.

bepalend is voor de manier waarop onze identiteit vorm krijgt, heeft dit gevolgen voor de betekenis van de begrippen *selfhood* en *agency*. *Selfhood* lijkt geen individuele aangelegenheid te zijn. In hoeverre kan er dan gesproken worden van het maken van een onafhankelijke keuze, om ons uiterlijk aan te passen en daarmee *selfhood* te creëren? Heeft onze sociale omgeving niet altijd invloed op de uitkomst van deze uiterlijke manipulatie? Zij interpreteert het uiterlijk immers op geheel eigen wijze, en lokaliseert daarmee het karakter en de identiteit van een ander individu. De *agency* over het maken van de keuze om het uiterlijk te manipuleren, ligt dus ook deels in handen van de sociale omgeving.

*Selfhood* en *agency* zijn begrippen die dus betekenis krijgen door interactie met andere individuen. De chirurg uit bovenstaand citaat is zich daarvan maar al te bewust. Bovendien ligt het resultaat van het uiterlijk van de patiënt volledig in zijn handen. De patiënt geeft zich tijdens de operatie over aan de 'macht' van de chirurg. Hoe hebben chirurgen en de professie die zij uitvoeren invloed op de keuze die de patiënt maakt om een cosmetische ingreep te ondergaan, voorafgaand aan de daadwerkelijke ingreep? De volgende paragraaf zal hier een antwoord op geven.

### 3.2 'What we do is a powerful magic'

#### *De verhouding tussen chirurg en patiënt*

Hoe hebben chirurgen en de professie die zij uitvoeren invloed op de keuze die de patiënt maakt om een cosmetische ingreep te ondergaan, voorafgaand aan de daadwerkelijke ingreep? De titel van deze paragraaf refereert naar de manier hoe cosmetische chirurgen hun eigen professie zien: als een soort magisch beroep. Zij kunnen de identiteit van een patiënt letterlijk maken of breken. Cosmetische chirurgie wordt door de patiënten zelf ook gezien als een sprookje dat uitkomt: 'Many participants appeared in awe of their surgeons' skills. Tanya commented on her on her surgeons' reconstructive work: [...] "he's like god! He's amazing!".<sup>46</sup> Ook in BRIDALPLASTY wijzen de kandidaten meerdere malen op de kundigheid van de chirurg. Dromen lijken werkelijkheid te worden dankzij de cosmetische ingrepen die binnen handbereik komen.

Het sprookjesachtige karakter van cosmetische chirurgie wordt in stand gehouden door de manier waarop chirurgen zelf hun beroep interpreteren en proberen te verkopen: 'In proposing that they can change their clients into something dazzling and beautiful, these surgeons appear to be investing in their own myth-making.'<sup>47</sup> Uit het volgende citaat van Blum blijkt expliciet hoe dit verband tussen cosmetische chirurgie en magie kan worden gelegd:

"You go to sleep one way and wake up another. It is the stuff of fairytale. How differently, ultimately, is cosmetic surgery from the story of, say, Sleeping Beauty, who goes to sleep a young, isolated maiden, and wakes up to love and perfect happiness forever after?"<sup>48</sup>

---

<sup>46</sup> Megan, Jane. Megan Northrop. *Reflecting on Cosmetic Surgery. Body Image, Shame and Narcissism*. Oxon, New York: 2012, p. 173

<sup>47</sup> Megan, Jane. Megan Northrop. 2013: p. 173.

<sup>48</sup> Blum, Virginia. 2003: p. 4.

Cosmetische chirurgen bevestigen het idee dat zij een sprookjesachtig beroep uitoefenen. Volgens cosmetische chirurgen kan hun professie als een soort magie worden gezien, omdat zij het uiterlijk van een individu zodanig kunnen aanpassen dat hun identiteit in positieve zin verandert.<sup>49</sup> In de vorige paragraaf werd al duidelijk dat een goed uiterlijk een randvoorwaarde is geworden voor het creëren van een identiteit die positief geïnterpreteerd wordt en waarmee een succesvol leven samen lijkt te hangen. Uiterlijke perfectie is een noodzakelijkheid geworden in onze maatschappij om een succesvol leven te kunnen leiden en cosmetische chirurgen koppelen deze noodzakelijkheid aan het succes van hun beroep.<sup>50</sup>

Het verkopen van cosmetische chirurgie als een sprookje dat werkelijkheid wordt, werkt dus enerzijds omdat het inspeelt op de dromen en wensen van de patiënten, anderzijds kan het ook gezien worden als een creatieve manier om cosmetische ingrepen te rechtvaardigen. Zoals in de inleiding van deze scriptie al bleek, is cosmetische chirurgie een kwestie die nog steeds ter discussie staat. Vooral over wie of wat van invloed zou zijn op de keuze die ten grondslag ligt aan het toepassen van cosmetische ingrepen. Deze vraag blijft tot op de dag van vandaag onbeantwoord. Er worden steeds nieuwe manieren gevonden om te proberen cosmetische ingrepen aan banden te leggen, zoals in Engeland reeds gebeurd is. Ook in Nederland wordt door minister Schippers daartoe opgeroepen. Door de alomtegenwoordigheid van cosmetische chirurgie als cultureel goed blijkt dit echter niet zo gemakkelijk. Bovendien worden cosmetische chirurgen hierdoor steeds opnieuw uitgedaagd om hun professie op nieuwe manieren te verantwoorden en te verkopen. Dit doen zij dus onder andere door hun beroep te omschrijven als een noodzakelijkheid voor een succesvol leven.

Dat cosmetische chirurgen hun professie als een noodzakelijkheid zien, blijkt uit het perspectief van waaruit zij hun patiënten 'zien'. Zij zien vrijwel niets anders, dan de lichamelijke *afwijking* van de patiënt waardoor een cosmetische ingreep een absolute noodzakelijkheid lijkt te worden. Vanaf het

---

<sup>49</sup> Blum, Virginia. 2003: p. 4.

<sup>50</sup> Blum, Virginia. 2009: p. 127.

moment dat de patiënt de spreekkamer binnenkomt, zijn zij gefocust op imperfecties en zien zij daarna pas de persoon achter deze oneffenheden.<sup>51</sup> Ze proberen de patiënt ervan te overtuigen dat het aanpakken van hun imperfecties noodzakelijk is voor het construeren van een nieuwe identiteit. Er wordt als het ware een realiteit geconstrueerd, waarin een 'mismaakt' lichaam gecorrigeerd dient te worden. Slechts een kleine imperfectie, komt gelijk te staan aan het algehele uiterlijk en door die ene imperfectie te corrigeren, kan een perfect uiterlijk en een andere identiteit worden gerealiseerd.<sup>52</sup>

Het perfecte leven waar patiënten zo van dromen, lijkt door een cosmetische ingreep dus realiteit te kunnen worden. Cosmetische chirurgen weten de patiënten daar immers van te overtuigen. Ze construeren een werkelijkheid en houden deze de patiënt voor, die vervolgens ook overtuigd raakt van deze realiteit waarin cosmetische chirurgie een noodzakelijkheid wordt. Cosmetische chirurgen bezitten daarmee een soort autoriteit. Blum omschrijft deze autoriteit in één van haar eigen ervaringen uit de tijd waarin zij haar neuscorrectie onderging. Uit dit citaat blijkt bovendien het verschil in 'macht' tussen de mannelijke chirurg en de vrouwelijke patiënt:

*"This relationship between the male surgeon, and the female patient is so powerful that more than twenty years later, as an interviewer, I found that surgeons continued to have the same effect on me. [...] these surgeons continued to be able to tell me who I am, to construct an identity for me in relation to an aesthetic standard they come to represent as the ultimate body critique."<sup>53</sup>*

Chirurgen overtuigen de patiënten dus niet alleen van de noodzakelijkheid om tot een cosmetische ingreep over te gaan, maar creëren ook een identiteit voor de patiënt. Zij bepalen, deels aan de hand van esthetische normen hoe het uiterlijk, en daarmee de identiteit van de patiënt vorm krijgt.

---

<sup>51</sup> Blum, Virginia. 2009: p. 23.

<sup>52</sup> Blum, Virginia. 2003: p. 6.

<sup>53</sup> Blum, Virginia. 2003: p. 11.

Deze manipulatieve zeggenschap van mannelijke chirurgen over vrouwelijke patiënten, komt ook tot uiting in de media. Volgens Brenda R. Weber wordt het bovenstaande klassieke idee van de man als het *seeing subject* en de vrouw als het *passieve to be looked at object* niet alleen gerepresenteerd, maar zelfs bevestigd. Makeover shows zorgen er volgens Weber voor dat het verschil tussen de mannelijke, autoritaire chirurg en de vrouwelijke, passieve patiënt wordt genaturaliseerd:

“The televised celebration of the doctor’s on a range of makeover shows accentuate the discrepancy between the authoritative ‘seeing’ masculinized doctor and the passive ‘looked-at’ feminized patient, making these roles seem ubiquitous and natural [...]”<sup>54</sup>

De alomtegenwoordigheid van dit onderscheid tussen mannelijke, actieve chirurg en vrouwelijke, passieve patiënt wordt door de mediateksten continu in stand gehouden. In het vervolg van deze scriptie wordt chirurg dus gelijk gesteld aan actieve, mannelijke chirurg en patiënt aan passieve, vrouwelijke patiënt.

De presentatie van chirurgen als machthebbende figuren is volgens Weber ook op een andere wijze te verklaren. Volgens Weber zijn de lifestyle experts en professionals die in makeover shows gepresenteerd worden hiërarchisch te rangschikken. Daarbij geldt: hoe hoger op de hiërarchische ladder, hoe groter de invloed op de uiteindelijke identiteit die voor de kandidaat gecreëerd wordt. Hoe meer ‘macht’ de professional heeft, hoe onaanraakbaarder zijn status. Cosmetische chirurgen bevinden zich op het hoogst haalbare niveau, waardoor hun onaanraakbare status herbevestigd wordt.<sup>55</sup>

Tot slot wijst Weber op de vaktaal die chirurgen in makeover shows gebruiken, waarmee zij hun autoriteit krachtiger maken. Weber noemt dit de *I centered statements*. In deze uitspraken wordt expliciet duidelijk dat de

---

<sup>54</sup> Weber, Brenda R. *Makeover TV. Selfhood, Citizenship and Celebrity*. Durham: Duke University Press, 2009: p. 119.

<sup>55</sup> Weber, Brenda R. 2009: p. 113.

chirurgen de uiteindelijke macht bezitten over hoe het lichaam van de patiënt eruit komt te zien. Daarnaast zijn er de zogenaamde *second person statements*. In deze uitingen lijkt de chirurg in eerste instantie te wijzen op een zelfstandige manier waarop de patiënt haar eigen lichaam wenst aan te passen. Uiteindelijk is het echter een impliciet gegeven dat deze ingreep alleen kan plaatsvinden wanneer de patiënt zich overgeeft aan de kennis en de kunde van de chirurg. Er is op deze wijze dus zelfs sprake van een impliciete aanwezigheid van *agency* van de chirurg:

“These second person statements seem to allow for agency outside of the physician, yet, in fact they underscore the surgeons’ power because it’s clear – to patient, doctor and viewer – that the true work of the makeover will be done by the doctor.”<sup>56</sup>

In bovenstaand citaat wijst Weber ook op de kijker. Het publiek herkent de autoriteit van de chirurgen. Dit blijkt onder andere uit de manier waarop het publiek op internetfora discussieert over de lifestyle experts uit makeover shows. Uit deze discussies blijkt bovenal dat er ongezoeten kritiek wordt geleverd op vrijwel alle professionals in makeover shows met betrekking tot hun kundigheid, op cosmetische chirurgen na.<sup>57</sup> Hun onaanraakbaarheid wordt dus op verschillende manieren bevestigd in de manier waarop zij in beeld worden gebracht en de manier waarop deze beelden worden ontvangen, waardoor cosmetische chirurgen een soort autoritaire *agency* over de deelnemers hebben.

Gezien deze ‘bijzondere’ status die chirurgen volgens verschillende wetenschappers hebben, is het niet verwonderlijk dat angst is ontstaan voor cosmetische ingrepen en de vele media-aandacht daarvoor. Hoe zou een individu ooit weerstand kunnen bieden aan een chirurg? Ook de fascinatie ervoor is te herleiden naar de hoge ‘rang’ van de chirurgen. Ze lijken inderdaad wonderen te kunnen verrichten en dromen te kunnen doen uitkomen.

---

<sup>56</sup> Weber, Brenda R. 2009: p. 5.

<sup>57</sup> Weber, Brenda R. 2009: p. 120.

Naast het feit dat patiënten de autoriteit van cosmetische chirurgen herkennen en accepteren, is er een laatste manier waarop chirurgen hun patiënten proberen te overtuigen van het succes van cosmetische chirurgie. Eerder in deze scriptie werd hier al kort aan gerefereerd: het gebruik van foto's van celebrity's die cosmetische ingrepen ondergingen. Blijkbaar spreken celebrity lifestyles patiënten enorm aan. Hoe worden celebrity lifestyles door chirurgen gebruikt om patiënten te overtuigen van een succesvolle ingreep? En wat is het in deze lifestyles wat de patiënten zo aanspreekt? Deze zal antwoord geven op deze vragen.



### 3.3 My future status as a ten

#### *Celebrity lifestyles*

'The participants' descriptions of their engagement with their surgeons varied, but in several accounts it was clear that the surgeons involved had specific aesthetic agendas. One participant, presenting for a facelift recalled being asked by her surgeon whether she wanted to look like a celebrity: "He asked me if I wanted to be a Hollywood star. He was saying that he could make me look like a Hollywood star".<sup>58</sup>

Cosmetische chirurgen blijken meer dan eens een verband te leggen tussen cosmetische chirurgie en een celebrity lifestyle. Het bovenstaande citaat is daar een voorbeeld van. Cosmetische chirurgie wordt daarin aangeprezen als een onderdeel van een celebrity lifestyle. Er kan zelfs gesteld worden dat deze chirurg de cliënt doet denken dat zij een Hollywoodster kan worden, door een cosmetische ingreep te ondergaan. In deze paragraaf zal worden beschreven hoe dit verband tussen celebrity lifestyles en cosmetische chirurgie in een meer algemene zin kan worden gemaakt. Hoe zetten cosmetisch chirurgen celebrity lifestyles in wanneer zij toekomstige patiënten proberen te overtuigen van het succes van cosmetische chirurgie?

Virginia Blum werd in de vorige paragraaf reeds aangehaald. Ook in deze kwestie plaatst zij haar eigen ervaringen in een breder wetenschappelijk kader. Blum herinnert zich haar eerste bezoek aan haar behandelend chirurg nog goed. Hij liet haar een foto zien van een beroemdheid die een neuscorrectie onderging. Volgens de chirurg zou deze neus perfect passen bij de gezichtscontouren van Blum. Hij beloofde haar een algehele verbetering van haar uiterlijk, door slechts haar neus te corrigeren; van een 'small six' zou zij worden getransformeerd tot een 'perfect ten'.<sup>59</sup>

Chirurgen blijken vaker voor- en nafoto's te gebruiken van celebrity's die een cosmetische ingreep ondergingen, om patiënten te overtuigen van een gegarandeerd succesvolle uitkomst. Deze tactiek werkt voornamelijk,

---

<sup>58</sup> Megan, Jane. Megan Northrop. 2012: p. 172.

<sup>59</sup> Blum, Virginia. 2003: p. 8.

omdat de patiënt niet in staat is om bij het zien van zo'n foto een onderscheid te maken tussen het algehele uiterlijk van de celebrity, en het afzonderlijke lichaamsdeel dat een correctie onderging.<sup>60</sup> Door deze foto's van celebrity's komt een enkele cosmetische ingreep dus gelijk te staan aan algehele lichamelijke perfectie. Er wordt door de koppeling van cosmetische chirurgie aan een celebrity lifestyle bovendien een realiteit voor de patiënt geconstrueerd, waarin lichamelijke perfectie ook daadwerkelijk binnen handbereik komt. De cosmetische ingreep wordt als het ware gepromoot als een luxegoed, maar dan wel een *sustainable* luxegoed. Hieruit blijkt direct de waarde ervan.<sup>61</sup> De patiënt lijkt door te handelen volgens de richtlijnen van een luxelevens of een celebrity lifestyle, dus zelf onderdeel te worden van zo'n lifestyle en mogelijk zelfs een celebrity te worden wanneer zij kiest voor een cosmetische ingreep.

Het gevoel een celebrity te zijn spreekt veel cliënten aan, en lijkt ook voor de kandidaten van BRIDALPLASTY één van hun grootste dromen te zijn. Ze kijken op tegen hun idolen. Zij refereren dan ook meerdere malen aan de uiterlijke perfecties van deze idolen. Door zelf een cosmetische ingreep te ondergaan, voelen zij zich zelf een celebrity. De kandidaten van BRIDALPLASTY lijken hun eigen identiteit dus te leren lokaliseren door deze te vergelijken met die van een celebrity en vervolgens ook om te vormen naar de maatstaven van de identiteit van een celebrity.

Het leren lokaliseren van de identiteit van een kandidaat zoals dit in BRIDALPLASTY gebeurt, is volgens Brenda R. Weber een eigenschap van makeover shows in het algemeen. Het gaat daarbij niet om een zelfverbetering, maar om een algehele ommekeer in de *situatie*. De negatieve aspecten, zoals deze voor de makeover te herkennen waren, worden breed uitgelicht. Vervolgens staat de makeover symbool voor de cultivatie van deze negatieve aspecten. De 'gefaalde' identiteit van de kandidaat behoort *na* de makeover tot het verleden en er wordt als het ware

---

<sup>60</sup> Blum, Virginia. 2003: p. 8

<sup>61</sup> O'Mara, Angela. *Lights! Camera! Action! The Power of PR: The Plastic and Cosmetic Surgeon's Guide to Obtaining Priceless TV, Magazine and Other Media Exposure*. Bloomington: AuthorHouse, 2010: p. 6.

een nieuwe identiteit gecreëerd waarin de negatieve aspecten plaats hebben gemaakt voor positieve -. De makeover fungeert als een soort *gateway* naar een 'nieuwe zelf': '[...] makeovers depict stories of failed or imperilled selfhood, the locus of identity stalled or stagnated. In these mediated transformation texts, the body stands as the gateway to the self.'<sup>62</sup>

Makeover shows creëren dus een identiteit, en bepalen de *selfhood* van de kandidaten. Dit geldt zelfs voor degenen die dachten zelf zeggenschap te hebben over deze *selfhood*: 'Even when subjects believe they already manifest the requisite qualities that mark identity, the makeover possesses greater powers of taste and direction that individuals need in order to claim selfhood.'<sup>63</sup>

In makeover shows gaat het dus altijd om de cultivatie van bepaalde, gefaalde eigenschappen van de identiteit van het individu. De shows focussen zich volledig op de identiteit van de kandidaten, ze concentreren zich op concepten van het 'zelf' en willen deze concepten cultiveren. Dit gebeurt natuurlijk op verschillende manieren, aangezien makeover shows zich op verschillende transformaties kunnen richten. Toch hebben zij een overeenkomstig doel: 'the achievement of a certain lifestyle, a particular appearance [...] and a professional identity that merits what the makeover deems valid selfhood.'<sup>64</sup>

In makeover series lijken dus bepaalde richtlijnen van kracht te zijn in de vorming van een nieuwe identiteit. In ieder geval zijn er eigenschappen te herkennen met betrekking tot de vorming van *selfhood* en de invloed van *agency* op deze *selfhood*. In BRIDALPLASTY wordt uiterlijke transformatie gepresenteerd als de enige uitweg om eindelijk een waardevolle *selfhood* te creëren. Een 'zelf' en een identiteit die *voor* de makeover niet bestonden en die dankzij een perfectionering van het uiterlijk werkelijkheid worden. De uiterlijke transformatie lijkt in BRIDALPLASTY een voorwaarde te zijn om van *selfhood* van de kandidaten te kunnen spreken. De identiteit van de kandidaten wordt dus alleen maar gecultiveerd door een 'radicale'

---

<sup>62</sup> Weber, Brenda R. 2009: p. 5.

<sup>63</sup> Weber, Brenda R. 2009: p. 6.

<sup>64</sup> Weber, Brenda R. 2009: p. 6.

aanpassing van het uiterlijk. De winnares van de serie, wint maar liefst achttien chirurgische ingrepen. *Selfhood* wordt in BRIDALPLASTY dus gecreëerd door het uiterlijk te cultiveren.

Het promoten van cosmetische chirurgie als onderdeel van een celebrity lifestyle werkt bij deze cultivering, aangezien celebrity's het voorbeeld bij uitstek zijn van personen die vanwege hun uiterlijk succesvol zijn geworden. Ze hebben zich niet *intellectueel* hoeven bewijzen, maar hun perfecte *uiterlijk* heeft hen een 'perfecte' levensstijl gegeven. Celebrity lifestyles zijn dus het stereotype voorbeeld van waar chirurgen zo van overtuigd zijn: een goed uiterlijk als een randvoorwaarde voor een succesvol bestaan. In BRIDALPLASTY wordt dit perfecte uiterlijk ook gekoppeld aan een perfect huwelijk en het perfecte leven. Shanna Moakler verwoordt dit expliciet aan het einde van iedere aflevering BRIDALPLASTY: 'Your wedding will still go on, it just won't be perfect!' BRIDALPLASTY lijkt de ultieme weerspiegeling van waar cosmetische chirurgie, chirurgen en patiënten momenteel van overtuigd zijn.

Het volgende hoofdstuk staat volledig in het teken van een analyse van BRIDALPLASTY. In de laatste paragraaf daarvan zal worden besproken hoe celebrity lifestyles de patiënten aanspreken en hoe de patiënten bereid zijn om hun lichaam zodanig aan te passen dat hun uiteindelijke doel bereikt wordt: trouwen op een *celebrity style* wedding, als een *celebrity* bride.

#### **4. Bridalplasty onder de loep**

In dit hoofdstuk zal BRIDALPLASTY de context zijn waarin de begrippen *selfhood* en *agency* worden geanalyseerd. De aankomende paragrafen zullen dezelfde lijn volgen als de voorgaande hoofdstukken. Zo zal in de eerste paragraaf de nadruk liggen op de relatie tussen de verschillende kandidaten, en de aanwezigheid van andere individuen die het uiterlijk van de kandidaten beoordelen. Daarnaast zullen andere factoren belicht worden, die van invloed zijn op de meningen die de kandidaten vormen over hun eigen lichaam, en de keuzes die zij maken met betrekking tot de cosmetische ingrepen die zij in BRIDALPLASTY kunnen winnen.

De tweede paragraaf staat in het teken van de relatie tussen de cosmetische chirurg en de patiënten. Daarbij zullen voornamelijk de uitspraken van Dr. Dubrow – de uitvoerende chirurg van BRIDALPLASTY – worden geanalyseerd. Wat wordt uit deze uitspraken duidelijk over hoe hij zijn eigen professie ziet? Daarnaast zijn de gesprekken tussen de chirurg en de kandidaten van belang om onder de loep te nemen. Wat wordt uit deze gesprekken duidelijk over hoe Dr. Dubrow invloed heeft op de keuzes die de patiënten maken en over de mening die zij vormen over hun eigen lichaam en hoe kijken zij aan tegen de professie van Dr. Dubrow?

De laatste paragraaf laat zien hoe de kandidaten in BRIDALPLASTY geobsedeerd lijken te zijn door celebrity lifestyles. Welke uitspraken doen zij over celebrity's, en hoe lokaliseren en beoordelen zij hun eigen uiterlijk en identiteit in relatie tot deze celebrity's?

#### 4.1 'Skinny bitches, just run it!'

*De relatie tussen de kandidaten onderling in Bridalplasty*

"Every bride wants to look perfect on her wedding day, but some may need some extra help. Now there is a place where they can come, to complete their quest for ultimate perfection."

Shanna Moakler, aflevering 1: 00:00:02

Het bovenstaande citaat is de standaard openingszin waarmee Shanna Moakler - de host van BRIDALPLASTY - iedere aflevering introduceert. BRIDALPLASTY biedt de kandidaten de mogelijkheid, om door middel van een volledige uiterlijke transformatie door maar liefst achttien cosmetische ingrepen een nieuwe 'zelf' te creëren. Uiterlijke perfectie wordt in BRIDALPLASTY gekoppeld aan een perfect leven, en cosmetische chirurgie wordt gepresenteerd als een garantie voor een perfect huwelijk.

De kandidaten van BRIDALPLASTY doen mee aan de serie, omdat zij zelf niet de beschikking hebben over het geld en de middelen om een cosmetische ingreep te ondergaan. Daarmee blijft cosmetische chirurgie voor hen een luxegoed waar zij geen toegang toe hebben. Tijdens de serie krijgen zij de kans om cosmetische chirurgie toch toe te kunnen passen. Tijdens de opdrachten strijden zij keer op keer voor een nieuwe ingreep, die hun uiterlijke perfectie en hun perfecte huwelijk een stapje dichterbij brengen. Het citaat doet vermoeden dat cosmetische chirurgie en de ultieme perfectie binnen handbereik komen. Toch is er uiteindelijk maar één winnares die haar droom werkelijkheid ziet worden. Elke aflevering van BRIDALPLASTY eindigt met een *bottom bride*, die de serie zal verlaten. De cosmetische ingrepen van haar wishlist gaan aan haar neus voorbij, en het perfecte huwelijk blijft voor haar slechts een droom. Shanna Moakler wijst elke verliezende kandidaat er na de aflevering op, dat zij nooit de ultieme perfectie zal bereiken: 'your wedding will still go on, it just won't be perfect'.

BRIDALPLASTY doet vermoeden dat de kandidaten zelf de 'macht' hebben over hoe het nieuwe 'zelf' die zij tijdens de serie kunnen worden,

eruit zal komen te zien. Zo wordt ieder van hen gevraagd een wishlist in te vullen, met achttien cosmetische ingrepen. Hun eigen wensen en ideeën over hun lichaam lijken hier het belangrijkste te zijn. Het invullen van de wishlist gebeurt echter op een manier die hun eigen gezag over hun lichaam ondermijnt. In de eerste plaats worden de wishlists namelijk ingevuld onder toezicht van Dr. Dubrow en de kandidaten. De volgende paragraaf zal de verhouding tussen Dr. Dubrow en de kandidaten uitgebreid analyseren, maar het geeft hier alvast een eerste idee van de manier waarop de eigen keuzes van de kandidaten over hun eigen lichaam, worden ondermijnd. Het moment waarop de kandidaten zich letterlijk bloot moeten geven aan de chirurg, zal dus ook gebeuren onder toezicht van hun medekandidaten. Daarbij wordt geen enkele rekening gehouden met privacy. Zo worden foto's waarop de kandidaten halfnaakt te zien zijn en waarop hun imperfecties uitvergroot worden gepresenteerd, tentoongesteld. De overige kandidaten geven bovendien expliciet hun mening over elkaars imperfecties en lichaam, waardoor de *selfhood* van de kandidaten alleen maar kan afnemen.

Tijdens de eerste kennismaking van de kandidaten, wordt dus al duidelijk dat hun aanwezigheid een enorme invloed zal hebben op de manier waarop de andere deelnemers hun eigen lichaam beoordelen. Zij passen hun wishlist aan, aan de meningen van hun medekandidaten en van de chirurg.

Om de perfecte bruid te kunnen worden, zullen de kandidaten tegen elkaar moeten strijden. Elke aflevering staat in het teken van een opdracht, die door slechts een enkele kandidaat gewonnen kan worden. De winnende bruid, kiest een cosmetische ingreep van haar wishlist. Tijdens de eerste opdracht in aflevering 1 wordt de kandidaten gevraagd een puzzel op te lossen. De puzzel die in de eerste paragraaf van deze scriptie al werd genoemd. De kandidaten worden geconfronteerd met levensgrote foto's van hun imperfecte lichaam. De opdracht zal zijn, om een puzzel in elkaar te leggen die deze foto volledig zal afdekken. De in elkaar gelegde puzzelstukken vormen een gemanipuleerde foto, waarop het lichaam van de kandidaten staat afgebeeld zoals dit eruit zou kunnen zien, na afloop van BRIDALPLASTY. Deze puzzel staat symbool voor de boodschap die BRIDALPLASTY

ademt: cosmetische chirurgie fungeert als een gateway naar een nieuw, verbeterd zelf.

Het wedstrijdelement en de daaraan gekoppelde opdrachten zijn de enige mogelijke manier om een cosmetische ingreep binnen handbereik te brengen, maar het winnen van de afzonderlijke opdrachten is geen voorwaarde om de winnares van BRIDALPLASTY te worden: de vrouw die de algehele transformatie en het recht op een nieuwe zelf zal winnen. Elke opdracht resulteert in een *top bride*, en twee *bottom brides*. De overige kandidaten, bevinden zich daar tussenin en zijn veilig om door te gaan naar de volgende aflevering.

Wanneer een kandidaat continu eindigt in de middenmoot, wordt dit door de andere kandidaten snel opgemerkt en bovendien niet gewaardeerd. Het winnen van cosmetische ingrepen is waar BRIDALPLASTY voor staat, en dit is bovendien het doel van het merendeel van de kandidaten. Iedere kandidaat die de cosmetische ingrepen slechts als een bijkomstigheid ziet en het winnen van de droombruiloft als prioriteit heeft, zal onmogelijk de perfecte bruid kunnen worden.

Het bovenstaande kan het beste worden verduidelijkt door een expliciet voorbeeld te geven. In aflevering 1 introduceert kandidaat Jamie zichzelf. Zij vertelt wat haar beweegredenen zijn geweest om mee te doen aan BRIDALPLASTY. Jamie is reeds getrouwd, als enige van de kandidaten. Haar trouwdag was echter alles behalve waar zij altijd van had gedroomd. Jamie's moeder was ziek en had niet lang meer te leven. Omdat zij het belangrijk vond dat haar moeder aanwezig zou zijn op de huwelijksceremonie, hebben zij en haar echtgenoot zo snel mogelijk een afspraak gemaakt in het stadhuis. Geen huwelijksfeest, geen gasten, geen sprookjesjurk. Jamie gunt zichzelf een nieuwe huwelijksdag, waarop zij zich voor één dag wel de 'perfecte' bruid kan voelen. Uiteindelijk blijkt echter, dat Jamie's idee van een perfecte bruid niet overeen komt met die van de overige kandidaten. Alexandra is één van de kandidaten aan wie het als eerste opvalt dat Jamie niet uitmuntend haar best doet om *top bride* te worden tijdens de opdrachten. Elke aflevering eindigt zij in de middenmoot,



waardoor zij nog geen enkele chirurgische ingreep heeft ondergaan. De volgende conversatie tussen Alexandra en Jamie laat zien hoe de kandidaten worden 'afgestraft' wanneer zij volgens de medekandidaten niet voldoen aan de voorwaarden om de perfecte bruid te worden en cosmetische chirurgie niet serieus nemen:

**Jamie:** When I first heard about the opportunity to win plastic surgery I was really really excited, but I don't wish I was in that recovery room right now.

**Alexandra:** Is that what you're gonna get when you win a plastic surgery?

**Jamie:** I don't know. After seeing that, I don't know.

**Alexandra:** you're able to win plastic surgery! Come on!

**Jamie:** I know, but after seeing everyone coming in all bruised I'm getting worried.

**Alexandra:** It's BridalPLASTYremember? We're here for plastic surgery and transformation for our wedding day.

I'm just looking at her like oh my god, you're ridiculous. You don't deserve this! If I go home, over her, it's not gonna be fair!

**Jamie:** Maybe I'm just gonna get teeth whitening.

**Alexandra:** Oh Jaimie... I mean, come on now!

Aflevering 3: 00:25:54.

In het geval van Jamie, lijkt zij zich door de aanwezigheid van andere kandidaten die al een cosmetische ingreep ondergingen, bewust te worden van de gevaren die erachter schuilgaan. Zij heroverweegt haar keuze om een cosmetische ingreep te ondergaan. Uiteindelijk wordt deze keuze echter door de andere kandidaten afgestraft. Jamie wordt in aflevering 3 naar huis gestuurd. Dit heeft er bovendien voor gezorgd dat Lisa-Marie, één van de andere kandidaten die cosmetische chirurgie ook niet als de hoogste prioriteit zag volgens haar introductie in de eerste aflevering, haar eigen grenzen begon te verleggen. Aangezien Jamie naar huis werd gestuurd, voelde Lisa-Marie zich vervolgens genoodzaakt om meer haar best te doen tijdens de opdrachten en heeft zij uiteindelijk toch een cosmetische ingreep ondergaan.

Het wedstrijdelement van BRIDALPLASTY dringt door in alle facetten van de serie. De kandidaten wordt continu gevraagd elkaar te beoordelen, en zij

beslissen aan het einde van iedere aflevering zelf welke *bottom bride* naar huis gaat. Daarin worden strategische keuzes gemaakt uit puur eigen belang. Er worden oppervlakkige vriendschappen gesloten en complimenten gegeven, om uiteindelijk zelf zeker te zijn van een nieuwe kans in de volgende opdracht. Elke keuze die wordt gemaakt, gebeurt met het oog op het uiteindelijke doel: het winnen van zoveel mogelijk cosmetische ingrepen, en het worden van de perfecte bruid.

## 4.2 'You've got perfect breasts... for a breast augmentation'

*De verhouding tussen chirurg en patiënt in Bridalplasty*

Zoals uit de vorige paragraaf reeds bleek, bemoeit de chirurg in BRIDALPLASTY – Dr. Dubrow – zich al vanaf het eerste moment met de lichamen van de kandidaten. Zij vullen een wishlist in. Deze term doet vermoeden dat het om wensen van de kandidaten zelf gaat. Niets lijkt echter minder waar. Dr. Dubrow vraagt in eerste instantie met welke aspecten van het lichaam de kandidaat zelf problemen heeft, maar legt hun vervolgens zijn eigen professionele visie op. Lisa-Marie krijgt zelfs niet eens een kans om aan te geven wat zij aan zichzelf zou willen veranderen. Dr. Dubrow lijkt direct te weten wat zij nodig heeft:

**Dr. Dubrow:** "Liposuction! Here, and here, all into this area, here, here and here. And this area. Here, and here. OK, all of this. All of this. All of this. All into here. You have a little bit of irregularities in here. Back here. Back here."

**Lisa-Marie:** "Oh, I feel like I'm part of some Indian tribe".

Aflevering 1: 00:18:24

Dr. Dubrow bevestigt wat in het vorige hoofdstuk al duidelijk werd. Hij is overtuigd van zijn eigen kunnen en ziet direct de imperfecties van zijn patiënten die bovendien gelijk komen te staan aan het algehele uiterlijk. Het aanpakken van deze imperfecties, kan hun uiterlijk perfectioneren. In aflevering 2 wint Cheyenne haar neuscorrectie. Dr. Dubrow is enthousiast om de operatie te mogen uitvoeren. De neuscorrectie van Cheyenne zou haar gezicht namelijk perfectioneren:

“You know, you’re face is just so fantastic and you’re really so pretty. This is just a sort of one thing that’s distracting. You have this scar from here to here. In addition, your nose is crooking, isn’t it? So we’re gonna go in there and have it matched with the rest of the beauty of your face.”

Dr. Dubrow, aflevering 2: 00:24:37.

In het bovenstaande voorbeeld, construeert Dr. Dubrow een nieuwe identiteit voor Cheyenne door middel van slechts één enkele lichamelijke aanpassing. Door de neuscorrectie die zij zal ondergaan, zal haar mooie gezicht nog mooier worden. Hij wijst nadrukkelijk op de afwijking van Cheyennes neus, die afleidt van haar mooie uiterlijk als geheel. Het wijzen op de negatieve aspecten, die plaats maken voor positieve – is een strategie die in veel makeover shows wordt gebruikt. Door de neuscorrectie van Cheyenne, zal haar afwijkende neus verleden tijd zijn en heeft zij daarna eindelijk het perfecte gezicht.

Een *close up shot* van de neus van Cheyenne, die bovendien vanuit verschillende hoeken wordt belicht, legt een enorme nadruk op de zogenaamde misvorming ervan. Haar neus heeft volgens Dr. Dubrow een ‘kromming’ die afleidt van de rest van ‘the beauty of her face’. Door Cheyennes neus zo groot in beeld te brengen, wordt bevestigd wat in het vorige hoofdstuk werd beargumenteerd. De kleine afwijking van haar neus, komt gelijk te staan aan een algehele misvorming en door deze afwijking te corrigeren, zal een egaal mooi gezicht worden geconstrueerd.

Dr. Dubrow bevestigt in zijn uitspraken reeds wat in het vorige hoofdstuk verondersteld werd. Hij ziet zijn vak als een soort magische professie. Bovendien zien de kandidaten het werk van Dr. Dubrow zelf ook zo. Hij wordt als het ware gezien als een soort tovenaar, die voor hen een nieuwe identiteit creëert. Ze begeven vertrouwen zich zonder enige moeite toe aan zijn mes. Bovendien vertrouwen ze ook op zijn inzicht om hun eigen lichaam te perfectioneren. Zo twijfelt Kristen over de maat borstimplantaten van de borstvergroting die zij heeft gewonnen. Ze laat de uiteindelijke keuze over aan Dr. Dubrow, die pas een definitieve keuze maakt *tijdens* de

operatie. Zonder dat Kristen zich ervan bewust is, worden er twee verschillende maten in haar reeds opengesneden borst geschoven. Wanneer zij ontwaakt en vraagt of de operatie geslaagd is, verzekert Dr. Dubrow haar dat ze gelukkig zal zijn. Hij heeft zijn werk immers goed uitgevoerd, zo blijkt uit de volgende conversatie:

**Dr. Dubrow:** Kristen wasn't sure exactly which size of implant she wanted, so we're gonna try them on. Let's put a 3 25 in on the right, and a 3 50 on the left. Let's see how that looks. She is swallowing these up. That's pretty! They're gonna fill up her weddingdress, that's for sure! Let's make a few minor adjustments and let's get her into recovery.

**Kristen:** How did it go? Do I have tits?

**Dr. Dubrow:** Oh yeah, there's no question about that. You're gonna be really happy.

Aflevering 3: 00:23:04.

Uit de beelden die bij het bovenstaande voorbeeld horen, wordt bovendien het verschil tussen de mannelijke chirurg als *seeing subject*, en de vrouwelijke patiënt als *passive to be looked at subject* duidelijk. In dit geval is Kristen zelfs letterlijk een passief object, dat de operatie onder handen van Dr. Dubrow ondergaat. Als een levenloze pop wordt ze rechtop gezet en heen en weer geschud, zodat Dr. Dubrow zijn werk – haar borstimplantaten – op de juiste plek kan leggen en vervolgens goed kan beoordelen.

De vrouwelijke patiënten storen zich echter geen moment aan Dr. Dubrow als de man die bepaalt hoe hun uiterlijk eruit komt te zien. Hij geniet met zijn professie een onaanraakbare status, die door de patiënten ook als zodanig wordt herkend. Dr. Dubrow representeert dan ook hoe chirurgen over het algemeen worden gezien door hun patiënten: als een soort magiër die hun dromen doet uitkomen. In aflevering 3 bespreken Cheyenne en Kristen die samen in de recovery room herstellen, de vaardigheden van Dr. Dubrow:

**Cheyenne:** Oh I'm so happy for you! In like three months you're gonna be in a bikini, at the beach with these big tata's. Everyone's gonna be so jealous!

**Kristen:** I love doctor Dubrow!

**Cheyenne:** I know, isn't he great? He makes dreams come true!

Aflevering 3: 00:24:53.

Uit deze paragraaf blijkt, dat wat in het vorige hoofdstuk reeds verondersteld werd inderdaad het geval is. Cosmetische chirurgen genieten over het algemeen een status die onaantastbaar lijkt te zijn. Deze positie wordt in mediateksten bovendien bevestigd. Patiënten bevestigen zelf ook de macht van chirurgen. Dit blijkt onder andere uit de makkelijke manier waarop zij zich aan zijn handen overgeven. De kandidaten uit BRIDALPLASTY, twijfelen geen moment aan zijn professie. Ze vertrouwen erop dat Dr. Dubrow hun dromen werkelijkheid zal maken. Hun droom is om de perfecte bruid te worden, en Dr. Dubrow bepaalt wanneer deze perfectie bereikt is:

**Kristen:** So last week, I was top bride. And I got my new boobs! AND, doctor Dubrow is gonna come check up on me and show me how they look.

**Dr. Dubrow:** Ok, I'm just gonna get a quick look OK? So you're having some sharp pain on the right, right?

**Kristen:** They're gurgling!

**Dr. Dubrow:** Yeah, I should have warned you about that! OK.. well they're perfect!

**Kristen:** My breasts are perfect! This couldn't' be better news to me! At least if I go home, I'm gonna go home with perfect breasts!

Aflevering 4: 00:03:08.

### **4.3 'Just wait until I've got Jessica Biels butt'**

#### *De representatie van celebrity lifestyles in Bridalplasty*

In aflevering 1 wijst Dr. Dubrow de kandidaten erop, dat zij zelf door middel van een dieet en een trainingsschema progressie zullen maken in het worden van de 'nieuwe' zelf; de perfecte bruid. Hij zal slechts de puntjes op de i zetten, middels cosmetische ingrepen. Dit blijkt echter een illusie. In geen enkele aflevering van BRIDALPLASTY zien we de kandidaten trainen. Bovendien lijkt hun eetpatroon ook niet bepaald op een dieet. Zo eet Allyson 's nachts snacks, en is er geen enkele vorm van sociale – of professionele controle wanneer de kandidaten zich in het huis bevinden. Hoewel Dr. Dubrow anders doet vermoeden, wordt cosmetische chirurgie toch gepresenteerd als de enige weg naar perfectie. Alle 'gebeurtenissen' daaromheen, staan dan ook in het teken van de uiteindelijke cosmetische ingrepen en het creëren van het perfecte uiterlijk.

In elke aflevering krijgen de kandidaten een workshop, waaraan de opdracht gekoppeld wordt. Deze opdracht leidt vervolgens naar de *top bride*, die een cosmetische ingreep van haar wishlist kiest. Iedere workshop wordt ingeleid door een expert op dat gebied en lijkt in het teken te staan van het ontwikkelen van 'stijl' of 'klasse'. De kandidaten maken op verschillende manieren kennis met hoogstaande kwaliteit op verschillende gebieden en van verschillende luxe artikelen. Zo worden de kandidaten bijvoorbeeld uitgedaagd om uit drie verschillende kwaliteitsoorten vlees, champagne of taart te kiezen welke soort van de hoogste kwaliteit is. Een andere opdracht staat in het teken van het schikken van een bruidsboekje naar voorbeeld van dat van celebrity's. Voordat de kandidaten voor de uitdagingen gesteld worden, laten de experts hun voorbeelden zien van celebrity's voor wie zij het huwelijk hebben helpen organiseren. Het perfecte bruidsboekje van Jennifer Anniston bijvoorbeeld. De scènes waarin de opdrachten worden vervuld worden dan ook voorafgegaan door shots, foto's en stills van de perfecte huwelijksdagen van celebrity's. Op deze manier worden de kandidaten continu geconfronteerd met – en herinnerd aan hun uiteindelijke

doel: hun identiteit veranderen tot die van een celebrity. De uiteindelijke winnares van BRIDALPLASTY, zal bij deze transformatie en bij het plannen van haar eigen huwelijksdag hulp krijgen van al deze celebrity lifestyle experts.

Opvallend is dat de lifestyle experts de kandidaten vrijwel niets uitleggen over hoe zij de maatstaven van de voorbeelden van celebrity's kunnen evenaren. Zij krijgen slechts een voorbeeld te zien, en hun wordt vervolgens gevraagd deze voorbeelden te kopiëren. Op deze manier worden de kandidaten getest op hun kennis van hoe een celebrity lifestyle eruit zou behoren te zien. Hoewel de experts de kandidaten dus weinig uitleggen, en zij voor de uitdaging gesteld worden zonder ook maar iets van het betreffende onderwerp te weten, krijgen zij wel het gevoel dat zij onderdeel worden van een celebrity lifestyle. De winnares van de opdracht, die het meeste blijkt te weten van dit onderdeel van een celebrity lifestyle waar de opdracht zich op richt, wordt vervolgens beloond met een cosmetische ingreep. Deze ingreep zou zij bovendien nooit zelf kunnen laten doen, omdat zij niet over het geld beschikt. De cosmetische ingreep wordt dus gepresenteerd als het ultieme onderdeel van een celebrity lifestyle. Doordat deze cosmetische ingrepen in BRIDALPLASTY binnen handbereik komen, lijken zij nu zelf een celebrity te worden.

In de opdrachten lijkt het er in eerste instantie om te gaan de kandidaten een gevoel van stijl bij te brengen. Uit het volgende voorbeeld blijkt echter, dat ook hier het uiterlijk en de uiterlijke transformatie het belangrijkste en hoogst haalbare doel zijn:

**Philip Lock** (ontwerper van bruidsjurken voor celebrities): Work the booty and work that face! You've got the million dollar face! Like Eva Mendez. I can't think of the other actress but I just think you're one of the prettiest girls here. You've got that J Lo kind of skin, it glows!

**Alexandra**: If Philip likes my dress as much as I do, I'm gonna get a 10 and I'll be on my way to doctor Dubrows office to get a tummy tuck!

Aflevering 3: 00:15:04.



Philip Lock wijst op de glanzende huid van Alexandra, die hem doet denken aan die van Jennifer Lopez. Alexandra ziet het compliment als een stap richting het winnen van een cosmetische ingreep van haar wishlist. Omdat zij er net zo goed uitziet in haar bruidsjurk als Jennifer Lopez - dankzij haar glanzende huid - verdient zij het om haar uiterlijk te perfectioneren om er uiteindelijk helemaal als een celebrity uit te kunnen zien. De cosmetische ingrepen van haar wishlist, kunnen deze droom verwezenlijken. Het perfectioneren van hun uiterlijk is wat hun droom is in BRIDALPLASTY, en daarbij nemen zij celebrity's als voorbeeld. In aflevering 1 zegt Netty het volgende:

"I absolutely know that I intimidate other women. But just wait until I have Jessica Biels' butt, *poeh!* It's perfect!"

En:

"An injectibles party? Hell yes! I can actually have something worth 600 dollars into my face? OK! That's fine!"

Aflevering 1: 00:31:39.

De kandidaten zien celebrity's als het ultieme voorbeeld van perfectie. Bovendien willen de kandidaten niets liever dan zelf het onderdeel worden van zo'n perfecte celebrity lifestyle. Uit het tweede citaat van Netty, blijkt immers dat zij botox in haar gezicht laat spuiten omdat het een ingreep is die zij zelf nooit zou kunnen betalen. Het lijkt zelfs alsof ze bedoelt dat de hoge waarde van botox de enige reden is waarom zij het toepast. Ze kan nu eindelijk een ingreep laten doen, die bij een celebrity lifestyle past en haar idee van de ultieme uiterlijke perfectie – waaronder het achterwerk van Jessica Biel – kan in BRIDALPLASTY werkelijkheid worden.

In aflevering 1 introduceert Shanna Moakler, Dr. Dubrow aan de kandidaten. Met zijn chirurgische ingrepen zal hij de wensen van de

kandidaten om onderdeel te worden van een celebrity lifestyle, uit doen komen:

“Ladies before you came here, you all consulted with one of our plastic surgeons. Please welcome doctor Dubrow! He has worked on some of the hottest celebrities, including some of my very dear friends. He is here to make all of your dreams come true.”

Aflevering 1: 00:15:54.

Dit citaat beschrijft exact wat ik in deze paragraaf duidelijk wil maken. Dr. Dubrow, de cosmetische chirurg, is degene die alle dromen van de kandidaten werkelijkheid zal maken. Niet het zogenaamde dieet dat zij volgen, of de workouts die ze zouden doen. Cosmetische chirurgie wordt gepresenteerd als de enige weg naar perfectie, en de ultieme perfectie is een perfect uiterlijk naar de maatstaven van het uiterlijk en de levensstijl van celebrity's.

## 5. Cosmetische chirurgie in media als inbreng in een voortdurend debat

“[...] cosmetic surgery is now culturally ubiquitous. On television, in magazines, and on the Web there are endless discussions of cosmetic surgery, from makeovers where contestants get multiple surgeries to documentaries and celebrity gossip. Beauty and health magazines, local television news programs, and the Internet are replete with consumer information about cosmetic surgery [...] All these developments point toward its normalization.”<sup>65</sup>

Zoals in paragraaf 1.2 en 2.1 aangetoond is en uit bovenstaand citaat blijkt, is cosmetische chirurgie een consumentengoed geworden mede als gevolg van het feit dat televisieseries en –programma’s steeds extremere vormen van cosmetische chirurgie lieten zien. Door middel van televisieseries en –programma’s werd het publiek in grotere mate blootgesteld aan cosmetische ingrepen.<sup>66</sup> De snelle groei van cosmetische chirurgie verklaart aan de ene kant de fascinatie ervoor en aan de andere kant de toenemende angst voor de risico’s ervan. Mede daardoor is er een academisch debat ontstaan waarin werd gediscussieerd over hoe deze kwestie ethisch kon worden verantwoord. Een eenduidig antwoord daarop is niet te vinden. Vandaar dat de discussie tot op de dag van vandaag voortduurt. Vooral de kwestie ‘verregaand’ is een heikel punt. Een ander struikelblok bleek de kwestie van een al dan niet vrije keuze van de patiënt die de cosmetische ingreep zou ondergaan.

Juist in deze kwestie blijkt een analyse van BRIDALPLASTY een zinnige bijdrage te kunnen leveren. De analyse laat namelijk zien dat de hoofdvraag in deze kwestie is of het sowieso mogelijk is een zelfstandige – of onafhankelijke keuze te maken om het eigen lichaam operatief te laten aanpassen. Dit ligt in het verlengde van wat Susan Bordo aantoonde, zoals ik in paragraaf 1.3 uiteen heb gezet en wat het startsein bleek voor bovengenoemd debat. Volgens Bordo wordt de mogelijkheid van het individu

---

<sup>65</sup> Pitts-Taylor, Victoria. 2007: p. 3.

<sup>66</sup> Valck, de Marijke, Maryn Wilkinson. 2010, nr. 1: p. 5-6.

om een onafhankelijke keuze te maken ondermijnd door de maatschappelijke machine waar het onderdeel van is. De sociale context legt een bepaald ideaal op, waaraan een individu al dan niet onbewust wil voldoen.<sup>67</sup>

Inmiddels vormt de maatschappij een sociale context waarin identiteit en uiterlijk gelijkwaardig zijn, zo is aangetoond in paragraaf 3.1. Dit bleek de voedingsbodem voor acceptatie van cosmetische chirurgie. BRIDALPLASTY is een van de televisieprogramma's die dat weerspiegelt en bevestigt. Door het aanpassen van het uiterlijk door cosmetische ingrepen, wordt een geperfectioneerde *selfhood* gecreëerd, waarbij celebrity's als ideaalbeeld dienen. Cosmetische chirurgie wordt zelfs gepresenteerd als de *enige* mogelijke manier om aan dit ideaalbeeld te voldoen.

De sociale context wordt gevormd door de chirurg en medekandidaten. In de keuzevorming tot het creëren van een nieuwe *selfhood* door cosmetische ingrepen, blijkt *agency* deels in hun handen te liggen. In deze sociale context blijkt de autoriteit van de chirurg die als expert wordt gepresenteerd en genaturaliseerd, de belangrijkste factor die de keuze van de patiënt beïnvloedt. Zeker gezien het feit dat de chirurg een actieve man is, en de kandidaat een passieve vrouw. Bovendien wordt de druk in BRIDALPLASTY opgevoerd door het aanwezige wedstrijdelement: kandidaten hebben de neiging hun eigen grenzen te verleggen om een celebrity te zijn. De meningen van de medekandidaten hebben namelijk een enorme invloed op de manier waarop zij hun eigen lichaam beoordelen, en in hoeverre zij bereid zijn dit lichaam aan te passen.

Natuurlijk kan een enkele analyse alsnog geen algemeen antwoord geven op de vraag of en hoe er bij het toepassen van cosmetische chirurgie sprake kan zijn van het maken van een onafhankelijke – of zelfstandige keuze. Welke factoren daarop van invloed zijn, zullen per context verschillen. Maar de analyse van BRIDALPLASTY heeft wel aangetoond dat het zinvol is om mediateksten in de discussie te betrekken. Deze analyse accepteert immers de bestaande discussie die gaande is over de mogelijkheden tot het maken van een zelfstandige keuze met betrekking tot cosmetische chirurgie. De

---

<sup>67</sup> Bordo, Susan. 2009: p. 22-23

analyse van een mediatekst kan gezien worden als een toevoeging aan dit debat, door te laten zien welke factoren van invloed kunnen zijn op het maken van de keuze voor cosmetische chirurgie. Tegelijkertijd biedt zo'n analyse ook mogelijkheden om daar weer over te discussieren. Op deze manier blijft de discussie vruchtbaar voor nieuwe inzichten.