

Sjelelig makeover

TEKST

Ole Jacob Madsen

PUBLISERT 5. januar 2012

Ole Jacob Madsen, denne månedens kronikkforfatter, er psykolog, filosof og ph.d. fra Senter for vitenskapsteori ved Universitetet i Bergen. Sammen med Nadia Ansar, Guri Vindegg, Svein Overland, Arnulf Kolstad og Karen Kollien Nygaard er han invitert av Tidsskriftet som fast kronikør. Neste gang: Nadia Ansar.

Stadig flere nordmenn velger å legge seg under kniven eller sprøyten for å forbedre utseende sitt. Det private markedet for kosmetisk kirurgi i Norge har hatt en formidabel vekst de siste 20 årene. Bare siden 2003 har antall private klinikker og enkeltpersonforetak som tilbyr kosmetisk kirurgi, økt med over 50 prosent. Antallet leger som spesialiserte seg innenfor plastisk kirurgi, økte fra 73 i 2003 til 120 i 2009. Omsetningen av nervegiften Botox, som brukes for å glatte ut rynkene i ansiktet, steg fra 2,9 millioner kroner til 8,2 millioner i samme periode. Ifølge Statistisk sentralbyrå sin siste levekårsundersøkelse om helse har om lag fem prosent av de spurte fått utført en kosmetisk operasjon som de har betalt for selv, sju prosent av de intervjuede kvinnene og tre prosent av mennene.

«Selv om vi ikke liker å innrømme det, er den kosmetiske kirurgien og psykologien i samme båt; de passer inn i en terapeutisk kultur der mental og kroppslig velvære glir over i hverandre»

Når man skal forklare endrede holdninger til kosmetisk kirurgi i befolkningen over et relativt kort tidsrom, er det vanlig å peke på økt «kroppsfiksering» i samfunnet. Jeg vil imidlertid vise hvordan kosmetisk kirurgi like gjerne handler om «psyken», og dermed representerer en etisk utfordring for psykologer såfremt de bryr seg med hvordan psykologi blir anvendt av andre enn dem selv.

Den rivende utviklingen innenfor kosmetisk kirurgi i Norge har ikke gått upåaktet hen. I en reportasje i Aftenposten 27. desember 2010 følger vi den bildeskjønne 20-årige Kristina Andersen fra Kristiansand, som sier at hun aldri har hatt komplekser for utseendet, men likevel vil sprøyte Restylane i leppene for å få dem større: «Man vil jo alltid se best mulig ut.» Andersen er en av Norges mest populære bloggere med over 28 000 lesere hver dag, hovedsakelig jenter i alderen 10-18 år. På bloggen har hun åpent meddelt at hun «endelig fikk tatt Restylane», noe som førte til en strøm av spørsmål fra leserne: «Var det vondt?», «Hvor mye kostet det?» og «Anbefaler du meg å gjøre det?» Bekymringen for hvordan en trendsaker som Andersen kan påvirke unge jenter med et skjørt kroppsbilde, er nærliggende.

Administrerende direktør Sissel Engen i Ellipse Klinikken synes derimot det kritiske søkelyset som rettes mot hennes bransje, er urettferdig: «Samfunnet er blitt utrolig kroppsfiksert. Det stilles mye større krav til utseendet enn før. Se rundt deg, se på TV, alt handler om det. «Bli ti år yngre», «Slankekrigen». «Alle er opptatt av hvordan de ser ut på en eller annen måte, også de som sier at de ikke er det. Den utviklingen kan man stille spørsmål ved, men det blir urettferdig å rette kritikk mot noen som velger å ta en injeksjonsbehandling eller fjerne hår med laser,» sier Engen, som mener deres tilbud er løsningen heller enn problemet. «Vi selger selvfølelse, ikke noe mer enn det. Hvis du gjennom en slik behandling har fått god selvfølelse, slipper du å bruke energi på å irritere deg over utseendet», meddeler hun Aftenposten.

Media er åpenbart en takknemlig syndebukk. Det finnes riktignok forskning som støtter opp om en hypotese om at kosmetiske reality-serier som *Extreme Makeover* og dramaserier som *Nip/Tuck* har bidratt til veksten og eksporten av denne industrien fra USA til resten av verden. Det gir likevel ikke hele forklaringen, for selv om mediene kan sette dagsorden, er de samtidig aktør i et kommersielt marked med følere ute i hva som allerede beveger seg i kulturen. Vi må derfor grave dypere.

Da Engen skal si hva de selger, er svaret hennes ikke først og fremst *estetisk*, for eksempel «en finere kropp», men *psykologisk*: «Vi selger selvfølelse, ikke noe mer enn det.» Ved å gå fra nivået for det kroppslige til det mentale formidler Engen at kosmetisk kirurgi ikke primært handler om hvordan du ser ut, men hvordan du har det med deg selv. Psykologen Nina Østby Sæther skrev i 2006 om kosmetisk kirurgi, som da sto rett foran det store gjennombruddet i Norge, at kosmetisk kirurgi lettere ble moralsk akseptert blant folk som et terapeutisk inngrep enn hvis man tok en operasjon ut fra rene forfengelighetshensyn. Å være opptatt av kropp er overfladisk, og gjenstand for moralsk fordømmelse, men å være opptatt av psyken og selvfølelsen er derimot ansvarlig og uangripelig for moralen. Dette kan forklares med en terapeutisk etos som den fremste autoriteten det senmoderne individet lytter til: Hvordan du har det med deg selv, er blitt mer fundamentalt enn de mer tradisjonelle overordnede ytre påbud og krav.

Henspillingen på de dype psykologiske strukturene i eksemplet over er ikke enestående. I en artikkel i kvinnebladet *KK* som sammenligner opplevelsen med å hyre en privat trener og å legge seg under kosmetisk kirurgi, sier kirurg Bjørn Tvedt: «100

personlige trenere kan ikke gjøre det jeg gjør. Du blir ikke nødvendigvis lykkeligere, men det kan gjøre noe med selvfølelsen din.» Han har åpenbart lært seg det viktige skillet fra selvføleliseslitteraturen mellom 'selvtillit' og 'selvfølelse', der førstnevnte er en forholdsvis skiftende egenskap avhengig av situasjon, mens selvfølelsen er den dype fornemmelsen av å være et verdifullt jeg som vi alltid bærer med oss. Tvedt sier i en forstand at han endrer dypstrukturene, noe en personlig trener som kun kan få deg til å endre kroppen din, ikke kan, men han snakker ikke om kroppen, han snakker om psyken. Slik sett gjør han seg immun mot beskyldninger om å selge falsk lykke basert på å se best mulig ut.

Kosmetisk kirurgi hører inn under legevitenenskapen, men presenterer like fullt en etisk utfordring for psykologer, siden vi her har å gjøre med en tilgrensende helsedisiplin som aktivt tar i bruk psykologiens begreper. Man kan med rette snakke om en psykologi på avveier. Det er likevel ikke opplagt hvordan man kan forholde seg kritisk til dette. Umiddelbart vil mange kanskje innvende at bransjen farer med løgn: «Å underkaste seg kosmetisk kirurgi gir ikke varig endret selvfølelse, det kan bare hard jobbing i langvarig psykoterapi gjøre». Det kan man ha rett i i en del tilfeller, men dette er i bunn og grunn en *metodisk kritikk* – ikke ulikt når en psykodynamiker kritiserer en kognitiv terapeut for å utføre en «quick fix» som skaper krusninger på overflaten. For også den kosmetiske kirurgen gjør krav på å arbeide med psyken, han har bare andre virkemidler i verktøyskrinet. Og han kan vise til fornøyde kunder.

Da Karen Synne Groven og Gunn Engelsrud fra Det medisinske fakultet ved Universitetet i Oslo problematiserte den økte bruken av overvektskirurgi i Aftenposten i 2010, var strømmen av sinte svar fra fornøyde opererte brukere så påtakelig at bransjen selv nesten ikke trengte å forsvare seg. For når brukerne selv oppgir bedret selvfølelse, tvinges kritikeren inn i den vanskelige ekspertrollen som en som vet bedre. Kosmetikkbransjen vet å operere på dette (bokstavelig talt) – her er det autonomien og selvbestemmelsen som rår, mens heteronomi (andre styrer) er ut.

Selv om vi ikke liker å innrømme det, er den kosmetiske kirurgien og psykologien i samme båt; de passer inn i en terapeutisk kultur der mental og kroppslig velvære glir over i hverandre og er blitt en omfattende standard man lever sitt liv etter. Etiske innvendinger blir fort til moralisme, for når vi først anerkjenner at det vesentlige er å ha god eller dårlig selvfølelse, kan vi ikke umiddelbart sette oss til herre over dem som jakter på det med virkemidler vi ikke liker. Svaret er selvsagt ikke å kapitulere som kritisk, samfunnsengasjert psykolog, men kanskje vi først må erkjenne at fenomener som kosmetisk kirurgi med tilbud om sjelelig makeover *også* er en konsekvens av psykologiens gjennomslag i den vestlige kultur. Å hevde noe annet ville være en like overfladisk behandling av dypstrukturene som man beskylder den kosmetiske industrien for.

ole.madsen@svt.uib.no

Teksten sto på trykk første gang i Tidsskrift for Norsk psykologforening, Vol 49, nummer 1, 2012, side 94-95

TEKST

Ole Jacob Madsen, professor i kultur- og samfunnspsykologi, Psykologisk institutt, UiO